

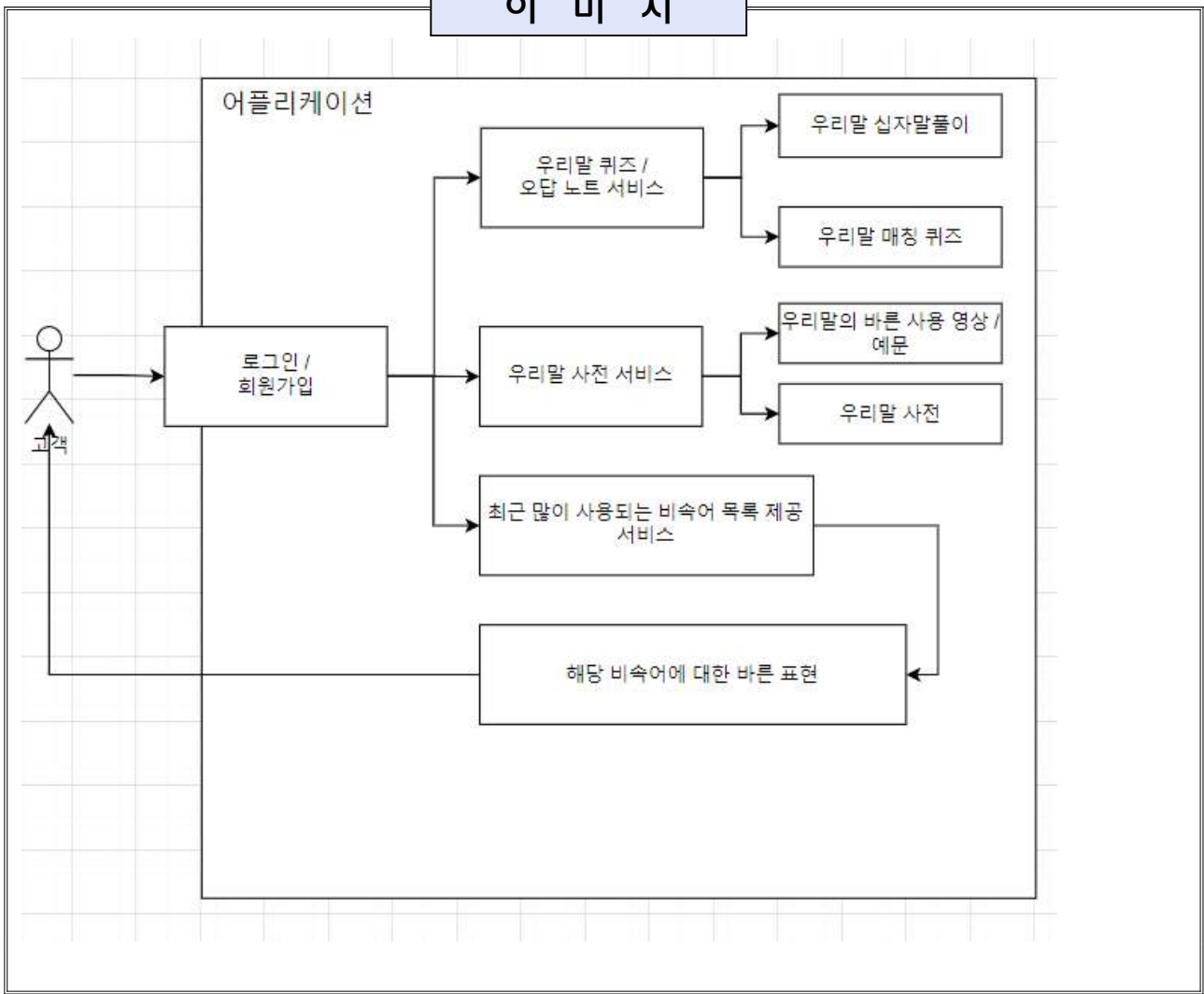
2022년(1차년도) 혁신지원사업
『기술창업 아이디어 경진대회』 사업계획서

창 업 아 이 템 명	바른 우리말 길잡이
--------------------	------------

1. 요 약

창업아이템의 소개	<ul style="list-style-type: none"> · 신조어를 과도하게 사용하는 MZ세대를 대상으로 건전한 한국어 사용 습관을 형성하기 위한 모바일 한국어 학습 애플리케이션입니다. · 익숙하지 않거나 평소 오용하던 어휘를 바르게 사용하기 위한 퀴즈나 십자말 풀이와 같은 게임 형식의 애플리케이션입니다.
창업아이템의 차별성	<ul style="list-style-type: none"> · 테스트 및 고객(페르소나) 인터뷰 완료 · 실질적인 문제 정의 및 설계도 제작 완료
창업아이템의 사업성	<ul style="list-style-type: none"> · 신조어 및 비속어 사용에만 익숙해진 젊은 세대들이 주요 타겟입니다. · 주요 타겟이 자주 사용하는 SNS를 접목시켜 새로운 홍보 전략을 세울 것입니다.

이 미 지



※ 이미지(사용한 소프트웨어) 출처

● <https://app.diagrams.net/> (draw.io 웹 사이트)

1. 문제인식

1-1. 창업아이템의 개발동기

- 줄임말 또는 은어의 사용량이 빈번한 청소년과 성인의 비율이 증가하고 있습니다. 이로 인해 건전한 한국어 사용의 증진을 위한 게임 형식의 모바일 애플리케이션의 개발 필요성을 느끼게 되었습니다.
- 최근 6년 동안 순우리말의 어법과 어휘의 체계가 파괴되는 현상이 지속적으로 발생하고 있습니다. 예를 들어, 한국어의 특정 단어에 영어 단어가 무분별하게 합성되고 있으며 그에 대한 악용 사례가 확산되고 있는 추세입니다.
- 습관처럼 비속어나 은어를 사용하는 상황 속에서 짧은 순우리말로 구성된 문장조차 이해하는 능력(문해력)의 저하로 인해 MZ세대가 전체적인 글의 내용을 잘 파악하지 못하거나 전통적으로 사용되어온 기본 어휘의 속뜻을 모르는 경우가 비일비재합니다. 따라서 이렇게 지속적으로 고쳐지지 않는 문제를 해결하고자 개발의 필요성을 느끼게 되었습니다.
- 2022년 7월 한 만화 작가의 사인회 예약에 관한 사과문에 적혀있던 ‘심심한 사과’라는 구문의 의미를 독자들이 ‘지루한 사과’라고 이해해 언론에서 문해력의 심각성이 언급되었던 적이 있었습니다.

1-2 창업아이템의 목적(필요성)

- 어휘와 문장에 대한 이해도를 높여 한국 사회 전체의 올바른 언어 사용 및 문해력 증진에 대한 중요성에 대해 강조하려는 목적이 있습니다.
- 바람직한 모국어의 사용을 위한 국어 교육 실시에 대한 필요성이 존재합니다.
- MZ세대와 기성세대간의 의사소통 및 교류를 활성화시켜 신조어와 순수 우리말의 건전한 사용 및 언어적, 세대적 문화를 교류하는 것에 목적을 두고 있습니다.
- 한국 사람들이 외국어를 알파벳과 같은 기초 단계부터 배우는 것처럼 ‘한국어 교육’을 다양한 기능이 내포된 애플리케이션이 도입될 필요성이 존재합니다.

2. 실현가능성

2-1. 창업아이템의 사업화전략

- 개발 과정 중 애플리케이션에 내포된 각 기능들의 설계도는 diagrams.net(draw.io)이라는 소프트웨어 툴을 이용하여 UML(Unified Modeling Language) 형태로 구상했습니다.
- 로그인 및 회원 가입, 퀴즈 형식의 기능의 세부적인 흐름을 반영하였고 스마트폰 상에서 저희가 자체적으로 애플리케이션이 동작하는 전반적인 과정을 프로토타입으로 제작 및 구현할 예정입니다.
- 애플리케이션을 유통할 채널을 2가지로 결정했으며 고객이 애플리케이션을 설치할 수 있는 운영체제를 Android와 iOS로 적용할 예정입니다.
- AWS(Amazon Web Service) 클라우드의 Free Tier 정책을 바탕으로 신규 고객 시장을 확보할 것입니다.
- EC2, RDS와 같은 서비스를 이용할 것이며 신규 가입일로부터 12개월 동안 무료 사용이 가능하게 할 예정입니다.
- 만일, Free Tier 서비스의 사용기간이 12개월을 초과하면 이용한 만큼 지불하는 방식으로 불리는 ‘종량 과금제’ 정책을 적용시킬 것입니다.

< 사업 추진일정 >

추진내용	추진기간	세부내용
애플리케이션 개발	2022.10.01. ~ 2023.02.28.	1. 디자인 구상 및 기능 도식화 2. UI/UX 구현 3. 프로토타입 제작
애플리케이션 테스트 및 배포	2023.02.01. ~ 2023.03.31.	1. 국내 시장 배포 및 홍보 전략 구체화 2. 애플리케이션 최종 테스트
서비스 시작 및 시장 진출	2023.4.1. ~	1. AWS Free Tier 기능 활성화 및 초기 고객 확보 2. Google Ads 또는 SNS를 통한 홍보 및 마케팅

2-2. 창업아이템의 시장분석 및 경쟁력 확보방안

- 주요 목표시장이 비속어를 무분별하게 사용하는 MZ세대임을 고려하여 장기적으로 이용할 수 있는 조건을 만족시켜야 합니다.
- 애플리케이션에 기본적으로 포함하는 기능은 십자말 풀이, 반복 숙달용 퀴즈, 나만의 단어장 생성으로 구상했으며 그 외 흥미를 유발할 수 있는 새로운 형태의 시스템 개발을 고려 중입니다.
- 학습의 지속성과 고객의 쉬운 접근성을 확보하기 위해 MZ세대가 사용하는 SNS 사용 시간과 장소의 빈도를 분석해 복습 기능을 다양화하는 전략이 있습니다.

○ 창업아이템 관련 지식재산권 현황 및 회피 방안

구분		지식재산권명	출원(등록)번호	출원(등록) 일	보유자
국내	특허(출원)	한국어 십자 낱말 퍼즐판 및 그 제작방법	10-2004-0007737	04.02.06	충남대학교 산학협력단
국내	특허(거절)	단어사전을 이용한 가로/세로 낱말 퍼즐 자동생성 및 이를 이용한 게임 방법 및 그 장치	10-2011-0096232	11.09.23	(주)넥스트 앱스
국내	특허(등록)	온라인 한국어 학습 시스템 및 온라인 한국어 학습 방법	10-2017-0107213	17.08.24	최희정
국내	특허(등록)	온라인 한국어 교육 시스템	10-2021-0020460	21.02.16	이수만

- 우선, 재미를 충분히 유발할 수 있는 다양한 기능을 애플리케이션에 적용할 것입니다. 예를 들어, 낱말 게임의 기본 형식인 십자 낱말 퍼즐 이외에 한글의 초성만을 이용해 스무 고개, 단문 및 장문 빈칸 채우기뿐만 아니라 성격이 다른 한 가지 낱말 선택 퀴즈 기능, 동의어 및 반의어 퀴즈를 애플리케이션에 포함시켜 차별성을 더할 것입니다. 또 한 가지는 주요 사용자가 SNS의 접근 빈도가 높은 특징을 지닌 MZ세대라는 것을 고려해 그에 대한 보강 학습 서비스를 제공해주는 방향으로 설정할 것입니다. 예를 들어, 사용자가 주어진 단어의 유의어나 반의어를 아는 만큼 2개 이상 스마트폰 화면에 작성하면 암기하지 못한 어휘들에 대한 추천 심화 학습 시스템을 유튜브, 페이스북과 같은 매체를 연동시켜 한국어 학습의 능력을 향상시키는 방법이 있습니다. 결국, 사용자의 ‘행동 패턴’에 초점을 맞춰 학습에 대한 흥미와 호기심을 이끄는 방안을 계획하고 있습니다.

3. 성장전략

3-1. 자금소요 및 조달계획

● 자금 소요

- 개발 비용(IDE 라이선스 비용)

IDE	비용	비고
IntelliJ IDEA Ultimate	135.00 USD	Cost Per Year
Android Studio	0 USD	
합계(매년)	135.00 USD	

- 서버 운영 비용(AWS 사용)

Services	Free Tier	After Free Tier	비고
EC2	0	19.92 USD	Cost Per Instance
RDS	0	72.52 USD	Cost Per Storage
S3	0	4.50 USD	Cost Per Storage/Request
합계(매월)	0 USD	96.94 USD	

※ 트래픽에 따라 변동 가능

- 기타 비용

항목	업체	비용	비고
애플리케이션 등록	Google Play Store	25.00 USD	앱 스토어는 매년 비용 발생
	Apple App Store	99.00 USD	
광고 등록	Google Ads	152.70 USD	노출 수에 따라 변동 가능
합계(매년)	1,931.40 USD		

● 조달 계획

- 수입원

경로	예상 수입
애플리케이션 내 광고 수익	6.96~348.00 USD
합계(매년)	6.96~348.00 USD

3-2. 시장진입 및 성과창출 전략

3-2-1. 내수시장 확보 방안 (경쟁 및 판매가능성)

* 주 소비자층

- 신조어를 자주 접하는 MZ세대

* 주 타겟시장

- 국내 애플리케이션 시장

* 진출 시기

2022.12 ~ 2023.02	애플리케이션 개발
2023.02 ~ 2023.03	애플리케이션 테스트 및 배포
2023.04 ~	서비스 시작

* 시장 진출 및 판매 전략

구현 및 테스트를 완료하는 시점에서 AWS Free Tier 이용 시작, 애플리케이션 배포

-> 앱 시장에 배포 - 124.00 USD 비용 발생

-> Google Ads를 통한 애플리케이션 광고 게시 - 연간 약 1832.40 USD 비용 발생

-> 초기 투자비용 약 3,000,000원으로 Free Tier 유지 기간 동안 사용자 확보

-> 1년 이후 사용자 약 500명대, 일일 접속자 수 300명 유지

-> 광고 수입 월 약 300.00 USD 수금(운영 비용/수익 분기점 진입)

-> 마케팅 수신에 동의한 이용자 대상 이메일 마케팅(수입 불확실)

○ 내수시장 진출 계획

유통채널명	진출(예상)시기	판매 아이템	판매(예상)금액 (광고 수입)
Google Play Store	2023.03 ~	본 애플리케이션	6.96~348.00 USD
Apple App Store	2023.03 ~	본 애플리케이션	