

특별시

# 창업/개발동기

- 수백 개 업체를 일일이 비교하고 조율해야 하는 비효율적인 웨딩 시장 구조를 AI로 혁신할 수 있다고 생각했습니다.

# 실현가능성(판매/서비스 아이템 소개)

- 우리 '특별시'는 정보 비대칭과 복잡한 절차로 가득한 웨딩 시장을 혁신하는 AI 기반 All-in-One 웨딩 플랫폼입니다.
- 예비 신혼 부부에게는 AI 플래너를 통한 맞춤형 여정을 제공하고, 웨딩 프리랜서에게는 효율적인 고객 매칭 기회를 제공하여 웨딩 생태계의 선순환을 만듭니다.

# 실현가능성(판매/서비스 아이템 소개)

- 사업 기간 내 예비 신혼 부부와 웨딩 프리랜서에게 사용자 유형별 맞춤 인터페이스를 제공하는 통합 모바일 앱 플랫폼을 출시
- 예비 신혼 부부: AI 플래너가 예산·스타일·일정을 분석해 맞춤형 웨딩 로드맵을 생성하고, 부부 공동 대시보드에서 투명한 가격 비교부터 상담 예약·계약까지 원스톱으로 진행
- 웨딩 프리랜서: 플랫폼 프로필 등록만으로 검증된 고객과 매칭되며, AI 어시스턴트가 일정·계약 관리 등 행정 업무를 자동화하여 컨설팅에 집중

# 추진현황

- **1단계: 프로토타입 개발 (완료)**
- 예비 신혼 부부용과 웨딩 프리랜서용 두 가지 사용자 유형을 모두 반영한 통합 모바일 앱 프로토타입을 개발하였다. 핵심 기능으로는 일정 생성, 부부 공동 대시보드, 업체별 투명 가격 비교, 프리랜서 서비스 등록 및 고객 서비스 매칭을 AI 플래너를 통한 간단한 프로토타입을 구현하였다.

# 추진현황

- 2단계: 웨딩 프리랜서 대상 테스트 (완료)

- 현직 웨딩 플래너 2명과 독립 웨딩 프리랜서 1명, 총 3명을 대상으로 프로토타입 시연 및 1:1 심층 인터뷰를 진행하였다(평균 인터뷰 소요시간 약 40분). 테스트를 통해 프리랜서가 실무에서 겪는 일정 관리, 고객 커뮤니케이션, 계약 행정 업무의 구체적인 Pain Point를 파악하였으며, 참여자 3명 전원이 AI 플래너를 통한 고객 서비스 매칭 및 일정 자동화 기능에 대해 높은 활용 의향을 보였다. 특히 독립 프리랜서는 신규 고객 확보 경로의 부족을 가장 큰 어려움으로 꼽아, 플랫폼 기반 서비스 매칭 기능의 시장 수요를 확인하였다. 아울러 참여자들로부터 견적서 자동 생성, 서비스 등록 시 포트폴리오 노출 방식 개선 등 실무 밀착형 기능에 대한 추가 요구사항 8건을 수집하였다.

# 추진현황

- 3단계: 예비 신혼 부부 대상 테스트 (완료)
- 결혼을 준비 중이거나 최근 1년 이내 결혼을 완료한 예비·신혼 부부 10쌍(20명)을 대상으로 프로토타입 사용성 테스트 및 설문조사를 실시하였다. 테스트 결과, 응답자의 90%(9쌍)가 기존에 수백 개 업체의 가격을 개별적으로 비교하는 방식에 높은 피로도를 느끼고 있었으며, AI 플래너를 통한 일정 생성 및 업체별 투명 가격 비교 기능에 대해 10점 만점 기준 평균 8.2점의 만족도를 기록하였다. 또한 10쌍 중 8쌍(80%)이 정식 출시 시 사용 의향이 있다고 응답하였다. 특히 부부 공동 대시보드를 통해 양측의 준비 진행 상황을 실시간으로 공유할 수 있다는 점에 대해 "결혼 준비 과정에서 부부 간 정보 격차와 갈등을 줄여줄 수 있을 것"이라는 긍정적 피드백이 다수 확인되었고, 가격 비교 기능의 투명성에 대해서도 응답자의 70%(7쌍)가 "기존 플랫폼 대비 신뢰도가 높다"고 평가하였다.

# 실현가능성(예정 로드맵)

- ① **피드백 기반 프로토타입 고도화 (1~2개월 내)** 웨딩 프리랜서와 예비 신혼 부부 양측에서 수집한 총 30여 건의 피드백 및 개선 요청 사항을 반영하여, AI 플래너의 일정 생성, 일정도와 서비스 매칭 알고리즘을 개선하고, 상담 예약·계약까지 이어지는 원스톱 프로세스를 보완할 예정이다.
- ② **베타 서비스 출시 및 실사용 데이터 확보 (3~4개월 내)** 예비 신혼 부부 50쌍, 웨딩 프리랜서 15명 규모의 클로즈드 베타를 운영하여 실제 서비스 매칭 성사율, 사용자 리텐션, AI 플래너 일정 생성 정확도 등 핵심 지표를 측정하고, 이를 기반으로 서비스 완성도를 높여나갈 계획이다.
- ③ **웨딩 프리랜서 네트워크 확대 (4~6개월 내)** 초기 테스트에 참여한 프리랜서 5명을 앰배서더로 활용하여 입수분 기반의 공급사 풀을 확대하고, 웨딩 프리랜서 커뮤니티 및 협회와의 협력을 통해 베타 종료 시점까지 서비스 등록 프리랜서 30명 이상을 확보하는 것을 목표로 한다.
- ④ **정식 서비스 론칭 및 시장 진입 (6~8개월 내)** 베타 운영 결과를 토대로 정식 앱을 출시하며 예비 신혼 부부에 제공하는 AI 플래너 기반 일정 생성, 부부 공동대시보드, 가격 비교 등 핵심 기능에 웨딩 프리랜서 대상 서비스 매칭 수수료 모델로 초기 수익 구조를 안정화할 예정이다.



# 목표시장 분석(시장규모 및 산업동향)

- 1. 글로벌 웨딩 시장 규모

- 글로벌 웨딩 기획 시장은 2025년 약 3,261억 달러 규모로 평가되며, 2035년까지 5,118억 달러로 성장해 연평균 4.61%의 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다. [Global Growth Insights](#) 웨딩 서비스 시장 전체로 보면 2024년 약 745억 달러 규모이며, 2033년까지 1,188억 달러에 도달할 것으로 예상됩니다. [Verified Market Reports](#)
- 특히 아시아 태평양 지역은 대규모 결혼식 문화에 힘입어 글로벌 시장의 약 29%를 차지하고 있으며, [Global Growth Insights](#) 한국, 일본, 인도, 중국 등이 주요 기여국으로 꼽힙니다. [Business Research Insights](#)

# 목표시장 분석(시장규모 및 산업동향)

- 2. 국내 웨딩 시장 규모

- 국내 웨딩 산업은 약 20조 원 규모로 추산되는 대형 서비스 시장입니다. [CasenewsFortunekorea](#) 대형 업체 한 곳이 시장의 과반을 점유하는 독점 구조가 아니라 다수의 중소 업체가 분산되어 있어, 플랫폼 비즈니스가 진입할 수 있는 여지가 충분합니다.

- **혼인건수 동향:** 2024년 혼인건수는 22만 2천 건으로 전년 대비 14.8% 증가하였으며, 이는 통계 작성 이래 최대 증가폭입니다. [Kostat](#) 30대 초반 인구 규모의 증가, 코로나 시기 지연된 결혼의 기저효과, 결혼에 대한 긍정적 인식 변화 등이 원인으로 분석됩니다. [Korea](#) 2025년에도 전년 동월 대비 혼인건수가 7~10% 가량 증가해 2019년과 비슷한 수준까지 회복될 것으로 기대되고 있습니다. [Namu Wiki](#)

# 목표시장 분석(시장규모 및 산업동향)

- **3. 결혼 비용 현황 — 시장의 Pain Point**
- 2024년 기준 예식장·스드메·혼수 등 결혼 준비에 드는 평균 비용은 6,298만 원에 달합니다. [Tossbank](#) 신혼집까지 포함한 총 결혼자금은 평균 3억 6,173만 원 수준이며, [Bank-mall](#) 매년 평균 1,000만 원씩 증가하는 추세입니다. [Gongysd](#)
- 특히 가격 불투명성이 핵심 문제입니다. 정부 실태조사에 따르면 스드메 패키지의 평균 기본금은 346만 원이지만 추가금이 174만 원에 달해, 온라인에 공개된 가격(평균 199만 원)과 실제 지불액(520만 원) 간 괴리가 매우 큰 상황입니다. [Etoday](#) 소비자 불만 사항으로는 과도한 추가금(21.4%), 비싼 비용(20.5%), 가격 미공개(10.1%), 사전 고지 부족(5.3%) 등이 지적됩니다. [Imaeil](#)

# 목표시장 분석(시장규모 및 산업동향)

- 4. 정부 정책 동향 — 시장 투명화 추진
- 정부가 웨딩 시장의 구조적 문제를 인식하고 적극적으로 개입하기 시작했다는 점은 '특별시'에 매우 우호적인 환경입니다.
- 2025년 1월 27일부터 주요 결혼식장 및 웨딩플래너 업체의 스투메 가격 자율 공개가 시행되었습니다. [Nongmin](#)
- 공정거래위원회는 2025년 4월 「결혼준비대행업 표준계약서」를 제정하여, 서비스 내용과 가격을 구체적으로 기재하도록 하고 예비부부가 최종 지불액을 사전에 정확히 인지할 수 있도록 했습니다. [KDI 경제교육·정보센터](#)
- 결혼서비스법 제정도 추진 중이며, 가격 공개 의무화와 사업자 신고제 도입이 계획되어 있습니다. [Etoday](#)
- 한국소비자원은 매월 전국 14개 지역의 결혼서비스 가격을 조사해 격월 단위로 정보를 제공하고 있습니다. [Kca](#)
- → 이는 '특별시'가 추구하는 **가격 투명성·비교 서비스**의 방향성과 정확히 일치하며, 정책 흐름에 부합하는 사업 모델로서 정당성을 확보할 수 있습니다.

# 목표시장 분석(시장규모 및 산업동향)

- 5. 산업 트렌드 — AI·디지털 전환
- 글로벌 웨딩테크 트렌드:
  - Zola의 2025년 조사에 따르면 응답자의 90%가 결혼 준비에 AI를 어떤 형태로든 활용하고 있으며, AI 이용자는 비이용자 대비 평균 3,200달러를 절약한 것으로 나타났습니다. [ukiyo journal](#)
  - 디지털 채택은 결혼 준비 의사결정의 약 68%에 영향을 미치며, 커플의 54%가 풀서비스 관리를 선호합니다. [Global Growth Insights](#)
  - AI 기반 예산 플랫폼과 가상 계획 도구 등 기술 기반 솔루션이 커플들 사이에서 빠르게 인지도를 높이고 있습니다. [Business Research Insights](#)
- 국내 웨딩테크 동향:
  - 체험 기반 공간과 디지털 플랫폼을 결합한 '요즘웨딩' 같은 서비스가 등장해, 맞춤형 업체 추천·일정 관리·체험 예약 기능을 앱으로 제공하고 있습니다. [Nate](#)
  - 고구마웨딩은 AI 기술을 활용해 고객의 스타일 선호를 분석하고 맞춤 업체를 추천하는 'AI 웨딩 서치' 서비스를 도입했습니다. [Imaeil](#)
  - 오딩은 웨딩플래너 없이 온라인으로 결혼 준비를 진행할 수 있는 '지능형 디렉팅 서비스'를 출시하고, AI 기반 견적 분석 시스템을 운영하고 있습니다. [Platum](#)

# 포지셔닝맵(타 기업or아이템 포함)

국내 주요 웨딩 플랫폼은 다음과 같습니다.

**'특별시'의 차별화 포인트:**

기존 플랫폼들은 주로 업체 정보 나열·커뮤니티·가격 비교에 집중하고 있으나, **AI 플래너를 통한 맞춤형 로드맵 생성, 부부 공동 대시보드, 웨딩 프리랜서 매칭 및 AI 업무 자동화**를 통합 제공하는 All-in-One 모델은 아직 부재합니다. 특히 공급자(프리랜서) 측의 업무 효율화까지 동시에 해결하는 양면 플랫폼 전략은 기존 경쟁사와의 명확한 차별점이 됩니다.

플랫폼

웨딩북

아이웨딩

오딩

요즘웨딩

웨디터

주요 특징

14만 개 리뷰, 6천 개 업체 정보, 캐시백, 커뮤니티 중심

스드메 패키지 가격 공개, 플래너 매칭, 실시간 상담

스몰웨딩 특화, AI 견적 분석, 가격 정찰제

오프라인 체험형 공간 + 디지털 앱 연동

스몰웨딩 전문, 웨딩 라이브 중계, 식순 편집기

# 비즈니스/수익 모델

- **핵심 수익원: 프리랜서 매칭 수수료 (초기)**
- 플랫폼을 통해 예비 신혼 부부와 웨딩 프리랜서 간 서비스 매칭이 성사될 때마다, 프리랜서 측으로부터 건당 매칭 수수료 지불을 수취한다. 프리랜서에게는 별도의 마케팅 비용 없이 검증된 고객을 확보할 수 있는 채널을 제공하므로 수수료 지급 불에 대한 불리 전동기가 형성된다. 수수료율은 업계 평균 중개 수수료 대비 경쟁력 있는 수준으로 설정하여 초기 공급자 유입을 촉진할 계획이다.
- **수익 확장: 하이브리드 모델 (중·장기)**
- 초기 매칭 수수료 기반이 안정화된 이후, 수요자와 공급자 양측을 대상으로 프리미엄 서비스를 유료화하여 수익원을 다각화한다.
- **예비 신혼 부부 프리미엄 서비스**
- AI 심층 분석: 예산 최적화 시뮬레이션, 업체별 가성비 비교 리포트, 추가금 예측 분석 등 고도화된 AI 기능 제공
- 전담 매니저 배정: 1:1 전담 매니저가 상담 예약 조율, 계약 검토, 일정 관리를 밀착 지원하는 컨시어지 서비스 제공
- **웨딩 프리랜서 프리미엄 구독 서비스**
- 프로필 상위 노출 및 우선 매칭 혜택
- AI 어시스턴트를 통한 견적서 자동 생성, 고객 응대 템플릿, 일정·계약 관리 자동화 등 업무 효율화 도구 제공
- 월간 고객 트렌드 리포트 및 마케팅 인사이트 제공
- 이처럼 매칭 수수료(거래 기반) + 프리미엄 구독(정기 수익) + 프리미엄 서비스 유료화(부가 수익)를 조합한 하이브리드 모델을 통해 안정적이면서도 확장 가능한 수익 구조를 구축한다.

# 성장전략

- **1단계: 핵심 기능 무료 제공으로 사용자 기반 확보**

- 예비 신호 부분에 AI 플래너 기반 일정 생성, 부부 공동 대시보드, 업체별 투명 가격 비교 등 핵심 기능을 전면 무료로 제공하여 진입 장벽을 낮추고 빠른 속도로 수요자 기반을 확보한다. 결혼준비 커뮤니티, SNS 바이럴, 예비 부부 대상 콘텐츠 마케팅을 병행하여 초기 인지도를 확산시킨다.

- **2단계: 프리랜서 매칭 수수료 안정화**

- 확보된 수요자 풀을 기반으로 웨딩 프리랜서에게 검증된 고객 매칭 기회를 제공하고 매칭 수수료를 통한 핵심 수익 구조를 안정화한다. 매칭 품질과 성사율을 지속적으로 개선하여 프리랜서의 플랫폼 의존도를 높이고, 앰배서더 프로그램과 프리랜서 커뮤니티 협력을 통해 공급자 네트워크를 자연스럽게 확대해 나간다.

- **3단계: 프리미엄 서비스로 수익 다각화 실현**

- 수요자와 공급자 양측에서 충분한 사용 데이터와 신뢰가 축적된 시점에, 예비 신호 부분 대상 프리미엄 서비스(AI 심층 분석, 저당 매니저)를 유료화하고, 웨딩 프리랜서 대상 프리미엄 구독 모델을 도입한다. 이를 통해 단일 수익원에 대한 의존도를 낮추고 플랫폼 양면 모델에서 수익이 발생하는 지점 가능성을 미지수 구조를 완성한다. 장기적으로 축적된 데이터를 활용한 웨딩 트렌드 리포트, 업체 대상 광고 상품 등으로 추가 수익 채널을 모색한다.



# 진입장벽

- **1. 기존 웨딩 업체들의 폐쇄적 카르텔 구조**

- 웨딩홀·스드메 중심의 소개비 기반 폐쇄적 제휴 구조가 공고하다.
- **극복 전략:** 카르텔이 강한 웨딩홀·스드메를 우회하여, 보식·스냅·영상·사회자·추가·플라워·청첩장 등 서브 서비스 프리랜서를 우선 확보한 뒤, 플랫폼 신뢰도를 기반으로 점진적으로 서비스 범위를 확장한다.

- **2. 초기 양면 플랫폼의 콜드 스타트 문제**

- 수요자와 공급자 어느 한쪽이 부족하면 다른 쪽도 유입되지 않는다.
- **극복 전략:** AI 일정 생성, 가격 비교, 부부 공동 대시보드 등 매칭 없이도 독립적으로 활용 가능한 무료 기능으로 수요자를 선확보한 뒤, 이를 기반으로 프리랜서를 순차 유치한다.

- **3. 웨딩 서비스의 일회성 소비 특성**

- 결혼은 일생에 한 번뿐인 이벤트로 사용자의 자연 이탈이 불가피하다.
- **극복 전략:** 결혼 이후 신혼생활·출산·육아로 이어지는 라이프스테이지 확장형 플랫폼으로 발전시켜 사용자 생애주기를 연장한다. 동시에 기존 사용자를 리뷰어·추천인으로 전환하여 신규 유입의 선순환 구조를 형성하고, 프리랜서 대상 구독 모델로 안정적 반복 수익을 확보한다.

- **4. 가격 정보에 대한 업계의 공개 저항**

- 웨딩 업계는 가격 비공개로 마진을 유지해 온 구조로, 투명한 가격 비교에 대한 반발이 예상된다.
- **극복 전략:** 정부의 가격 공개 의무화·표준약관 제정 등 정책 흐름에 맞춰, 가격 공개에 적극적인 프리랜서부터 우선 입점시켜 투명성 중심의 생태계를 조성하고 소비자 신뢰를 통해 업계 참여를 자연스럽게 확대한다.

팀구성(팀원소개/파트너소개 등)