

KOUSE

인테리어 AI 큐레이터 '코우스 (KOUSE)' 사업 기획서

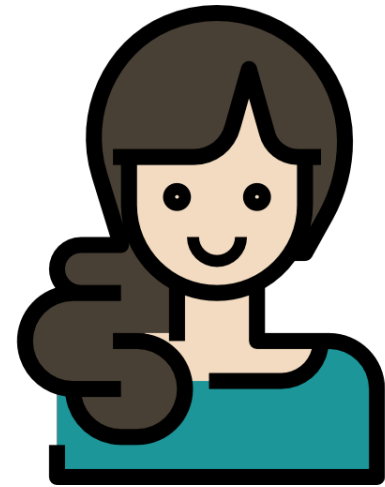
목차

1. 문제 상황
2. 시장 분석
3. 서비스 소개
4. 비즈니스 모델
5. 기대 효과
6. 액션 플랜
7. 팀원 소개

1. 문제 상황

집이 일상의 대부분을 차지하는 공간이 되면서 공간 꾸미기 니즈 증가하며
맞춤형 인테리어 큐레이팅 서비스에 대한 니즈가 높아짐

문제 인식



2030 세대



“자기 자신을 드러내는
취향의 피사체”

“조용한 휴식처”

“소확행의 본산, 개성과
취향의 집성지”

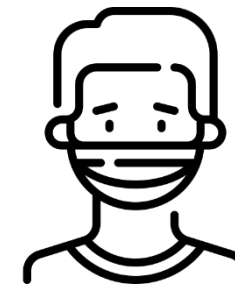
“단순히 잠만 자는 공간이 아닌, 내
일상의 대부분을 차지하는 휴식의 공간”

1인 가구의 증가

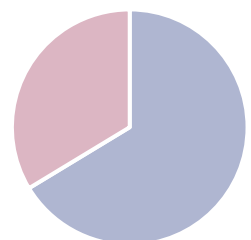


1인 가구,
집에 대한 애정도 높음

코로나 19 로 집에 있는 시간 증가



#홈스타그램 290만
#집스타그램 400만



■ 니즈 있음 ■ 니즈 없음

전체 2030 응답자 중 67%가 맞춤형 큐레이팅 서비스 니즈가
있다고 대답했습니다.

1. 문제 상황

설문조사 결과, 소비자들은 기존 서비스들의 높은 가격대, 낮은 접근성, 그리고 서비스 자체의 부재 요인으로 욕구가 충족되지 못함

문제 인식

낮은
접근성

높은
가격대

서비스
자체의
부재

큐레이팅 서비스를 전면에
제공하기 보단, 다른 서비스들의
하위 서비스의 일환으로 제공

셀프 인테리어 욕구가 있는
소비자들은 결정 비용을 줄이기
위해 전문 인테리어 큐레이터를
고용하는데 많은 비용을
지출해야 함

애초에 소비자들의 일대일
맞춤 인테리어 큐레이팅
니즈를 100% 충족해주는
서비스가 부재함

전체 2030 응답자 중 67%가 맞춤형 큐레이팅 서비스 니즈가
있다고 대답했습니다.

2. 시장 분석

국내 인테리어 O2O 플랫폼은 제한된 큐레이팅 서비스를 제공해,
일대일 맞춤형 큐레이팅 서비스를 제공해주고 있지 못함

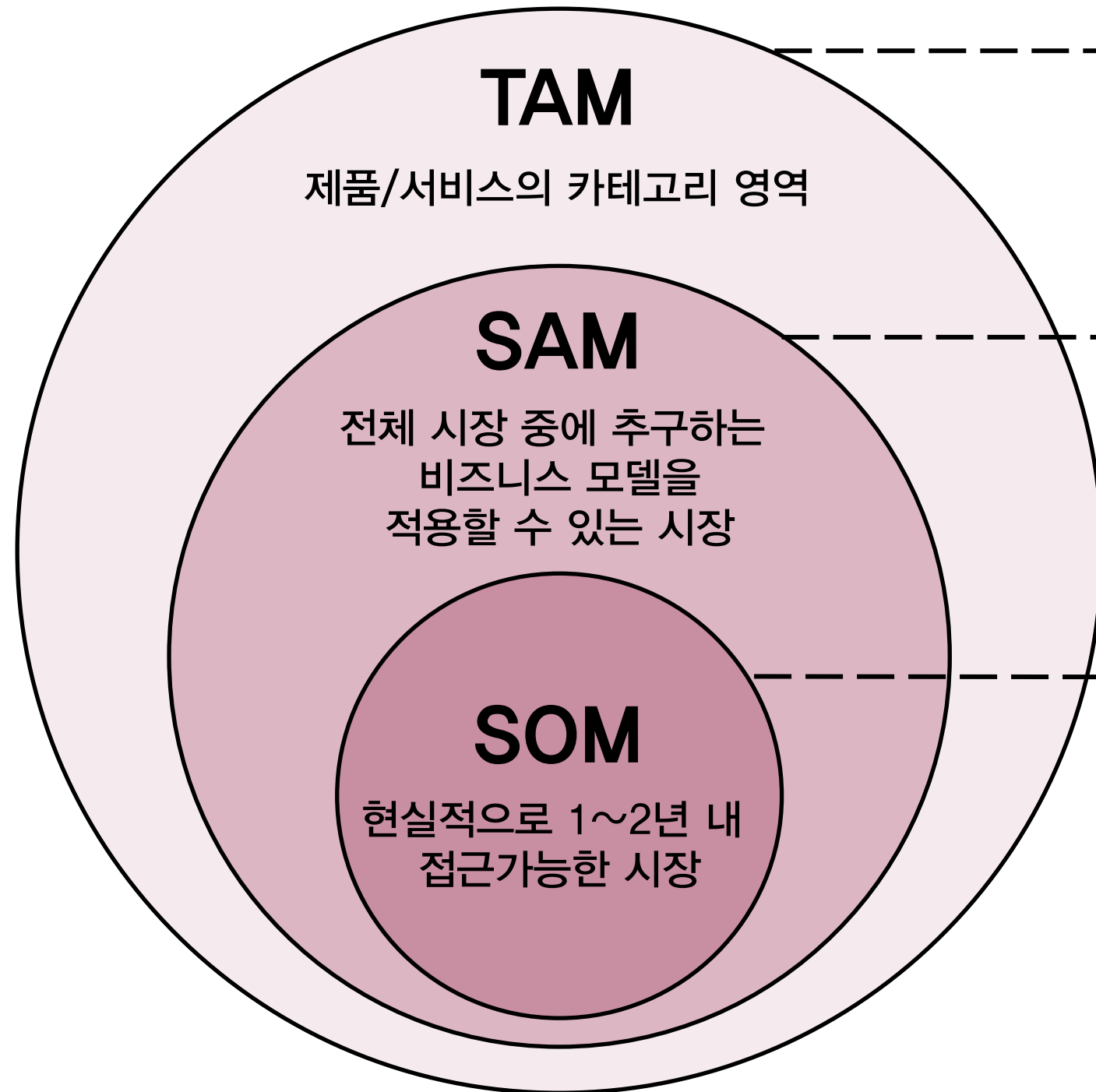
국내 명화 큐레이팅 서비스 및 인테리어 O2O 플랫폼 분석

Positioning map	회사 소개	큐레이팅 서비스 현황	Key finding
<p>서비스 접근성 ↑</p> <p>↑ 서비스 접근성</p> <p>오늘의집</p> <p>KOUSE</p> <p>Apart:mentary</p> <p>HANSSEM</p> <p>↓ 커스텀 정도</p>	<p>오늘의집</p> <p>2014년 설립된 인테리어 설계, 시공 및 소품 판매 플랫폼</p>	<ul style="list-style-type: none"> [커뮤니티 > 전문가 집들이] 카테고리에서 평수, 견적, 스타일, 톤 등을 설정하면 그에 맞는 인테리어 사진 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 공간 내 소품 등 여러 색 변수를 고려하지 않는 큐레이팅 (전체 톤 및 벽지/마루 색상 선택에서 1가지 색상만 선택 가능함) 개별 맞춤 큐레이팅 서비스보다는 패키지 판매에 가까움
	<p>Apart:mentary</p> <p>2015년 설립된 인테리어 설계 및 시공 플랫폼</p>	<ul style="list-style-type: none"> 신청 시 큐레이팅 서비스 제공 기존 포트폴리오 제시하여 견적 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 개인 맞춤형 큐레이팅 보다는 시공 견적 비교 중심 서비스 1:1 전화 상담을 통해 큐레이팅 서비스를 제공하므로 접근성이 낮음
	<p>HANSSEM</p> <p>1970년 설립된 가구제조 및 유통, 인테리어 설계 및 시공 업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> 스페이스 코디네이터가 대리점에 상주하며 매장 방문 고객에게 큐레이팅 서비스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 패키지 상품 중심으로 소품 및 가구를 추천하여 customization 정도가 낮음 상담 및 계약, 매장관리 및 시공 현장 관리 등의 직무로 보아 전문 큐레이터가 아닌 영업직으로 판단됨

2. 시장 분석

수익 시장(SOM)은 국내 인테리어 큐레이팅 서비스 시장이고,
시장 규모는 6-700억으로 추정됨

TAM, SAM, SOM



→ 국내 인테리어 · 리모델링 시장 **38조**, CAGR 7.5%

▷ 출처 : 한국건설산업연구원 (2020년 기준)

→ 국내 홈 퍼니싱 시장 **17조**, CAGR 6.4%

▷ 출처 : 통계청 자료 기준 추정치 (2020년 기준)

통계청 등에 따르면 2008년 7조원에 머물던 국내 홈퍼니싱 시장 규모는 올해 13조7000억원으로 커졌고, 2023년에는 18조원에 달할 것이라고 한다.

→ 국내 인테리어 큐레이팅 서비스 시장 **6-700억**

▷ 2030 1인 가구 수, 인테리어 큐레이팅 서비스 니즈 있는 응답자 비중(80%), 1인당 가상 수입 기준 산출

- 30대 727만 143명(14.0%), 20대 682만 3973명(13.2%), 2030 1인가구 비율(17%)
- 2030 응답자 중 인테리어 큐레이팅 서비스 니즈가 있는 비율 (80%)
- 1인당 가상 수입 300원
- 230만명 (2030 1인 가구 수) * 인테리어 큐레이팅 서비스 니즈 (설문조사 결과)80%*1인당 금액(300원) = 600억

3. 서비스 소개

코우스는 인테리어 큐레이팅 서비스의 대중화를
비전으로 가진 스타트업임

VISION

인테리어 큐레이팅 서비스의 대중화

목표

셀프 홈 인테리어 니즈가 있는 소비자들에게 쉽고 값싼 맞춤형 AI 인테리어 큐레이팅 서비스 제공



편리한

소비자의
구매여정 축소
및 결정 비용
감소

값싼

전문 인테리어
큐레이터
고용 비용보다
훨씬 저렴한 가격

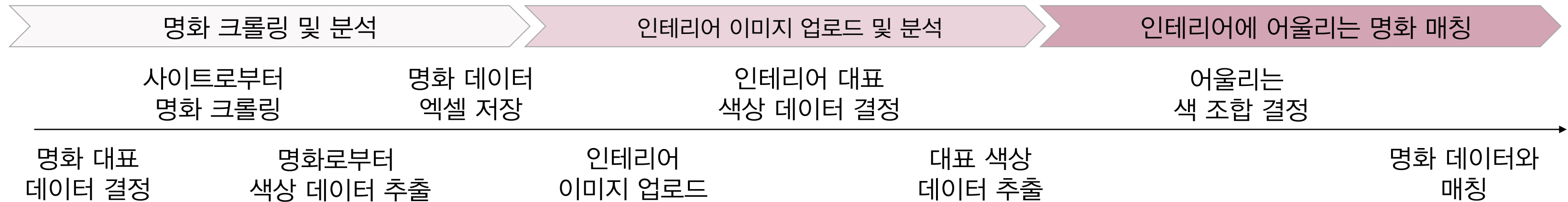
**소비자
맞춤**

개인 사용자
인테리어별
적합한 아이템
1:1 매칭

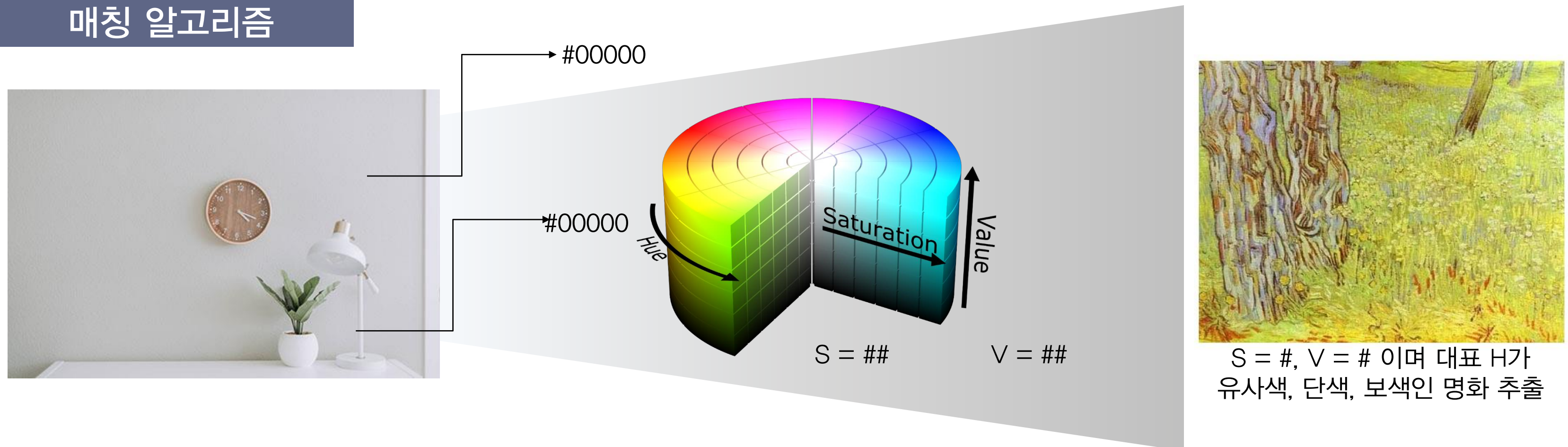
3. 서비스 소개

매칭 알고리즘은 3 단계로 구성되며, H, S, V 를 기준으로 매칭됨

아이디어 발전 과정



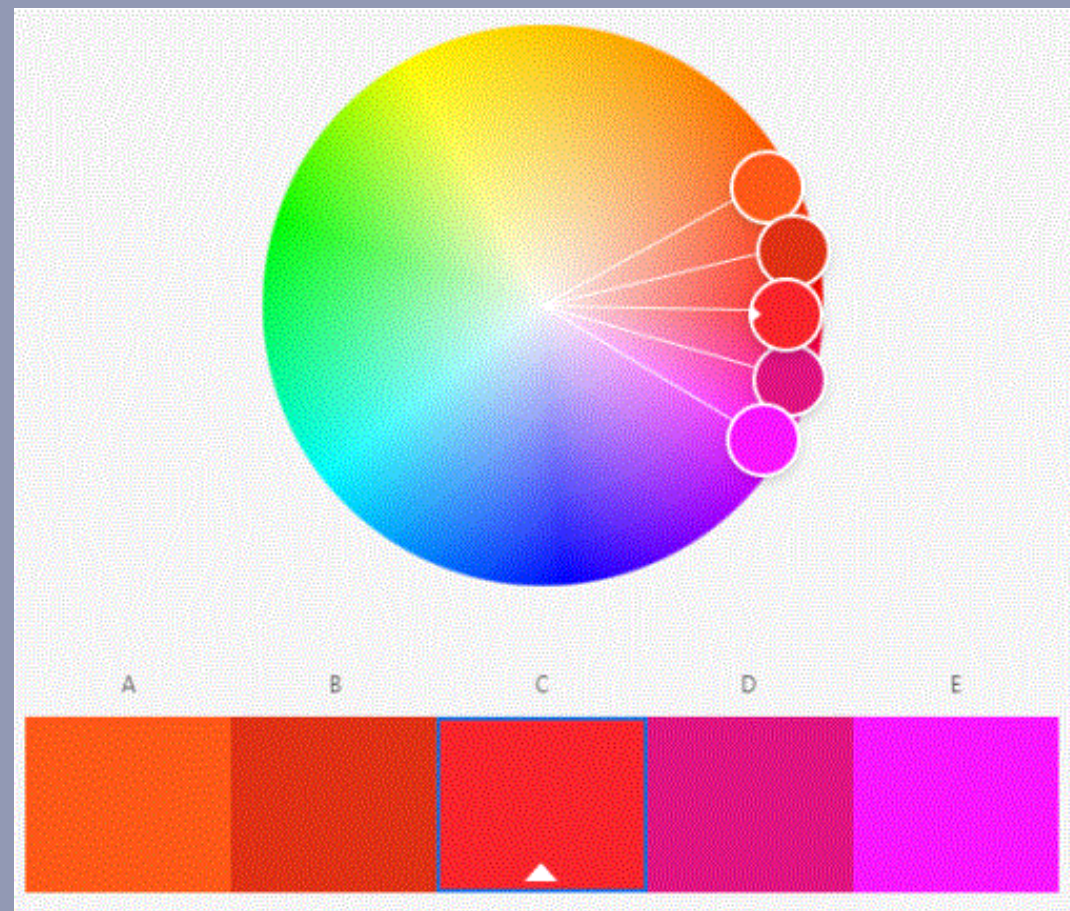
매칭 알고리즘



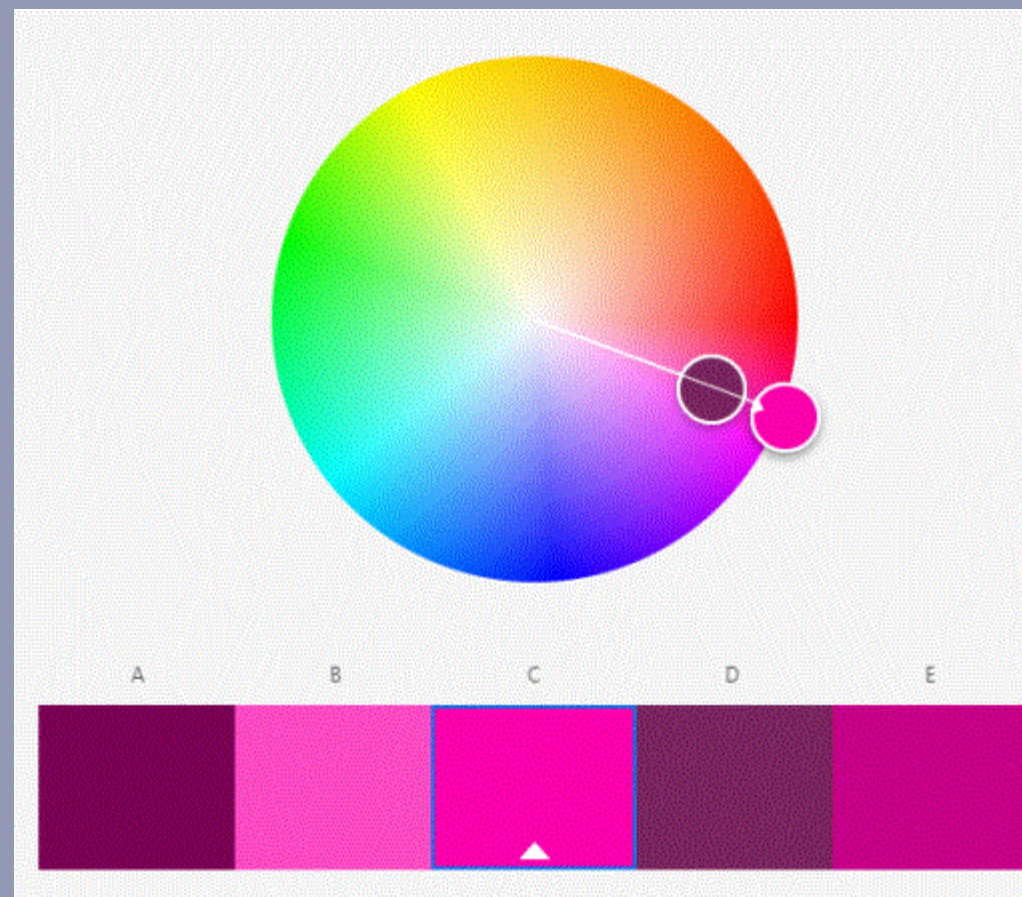
3. 서비스 소개

인테리어 대표색을 추출해 유사색, 단색, 보색 관계에 있는 명화를 매칭함

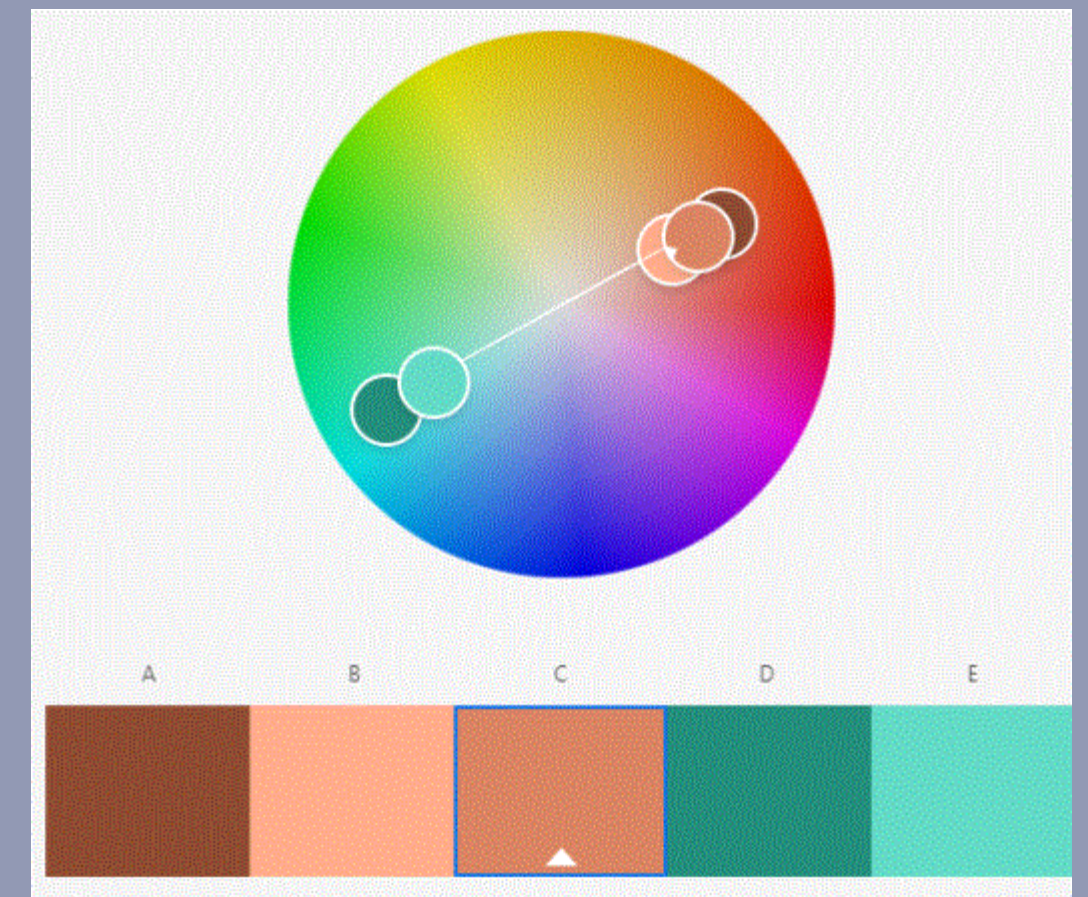
유사색



단색



보색

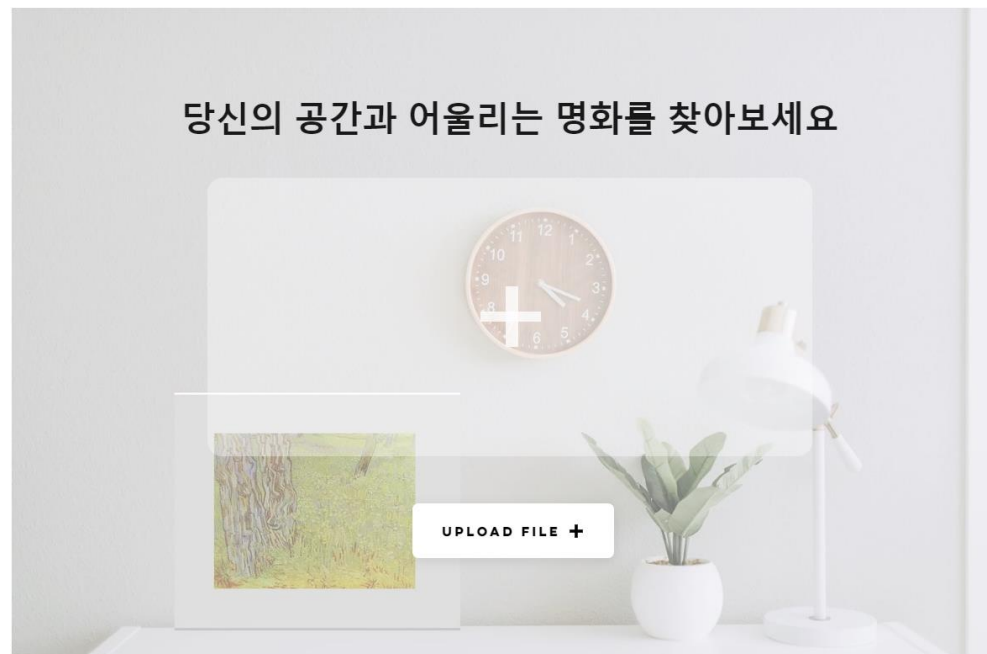


3. 서비스 소개

사용자 여정은 다음과 같이 세 단계로 구성됨

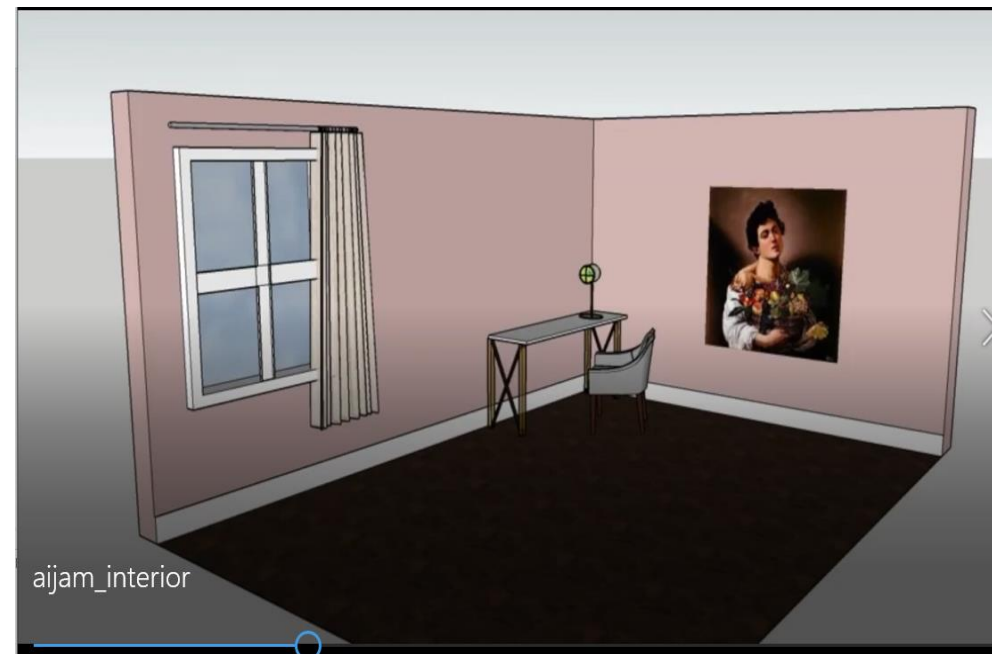
사용자 여정 (UI/UX)

인테리어 이미지 업로드



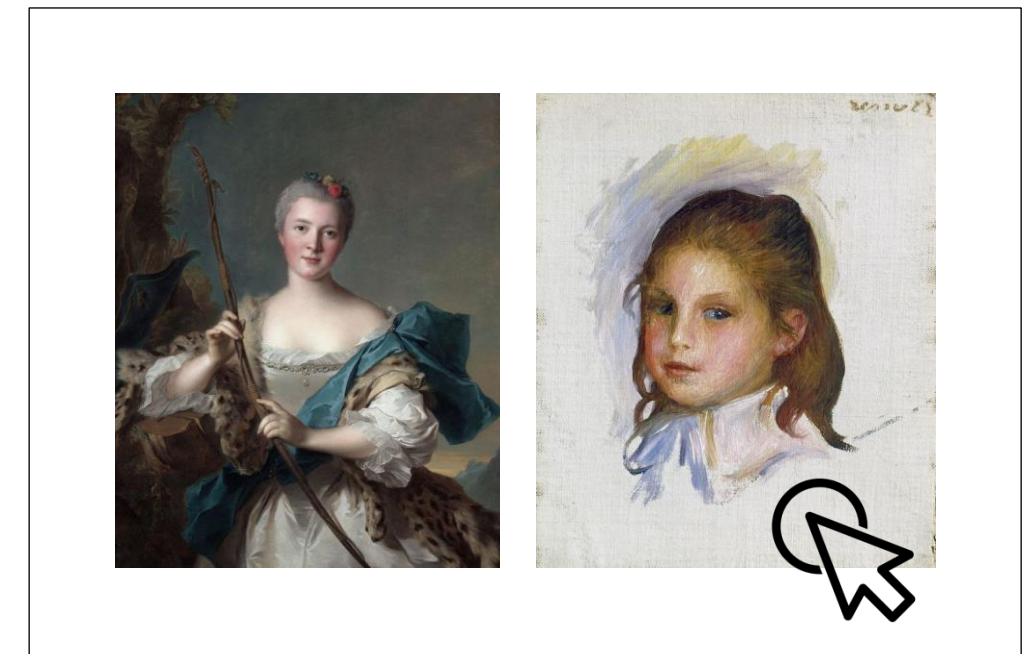
홈페이지 접속 후
인테리어 사진 업로드

3D 공간을 통해 명화 적용



추천된 명화 이미지를
3D 공간을 통해 적용

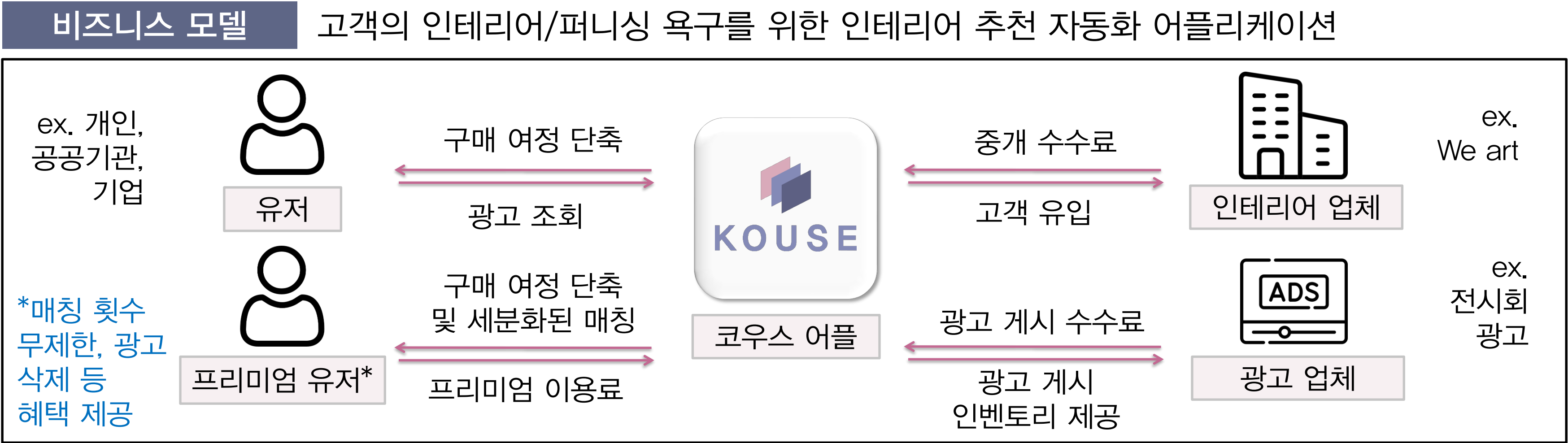
구매할 명화 선택



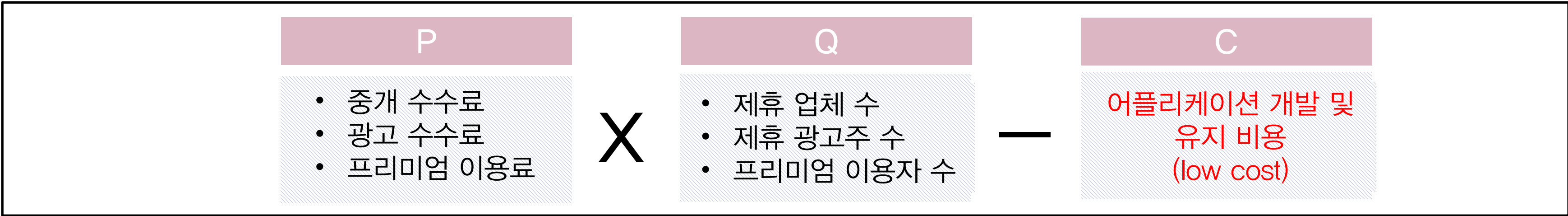
3D 공간 적용 후
구매하고자 하는 명화 선택

4. 비즈니스 모델

코우스의 비즈니스 모델의 핵심은 광고 수익 및
중개 수수료를 통한 성장임

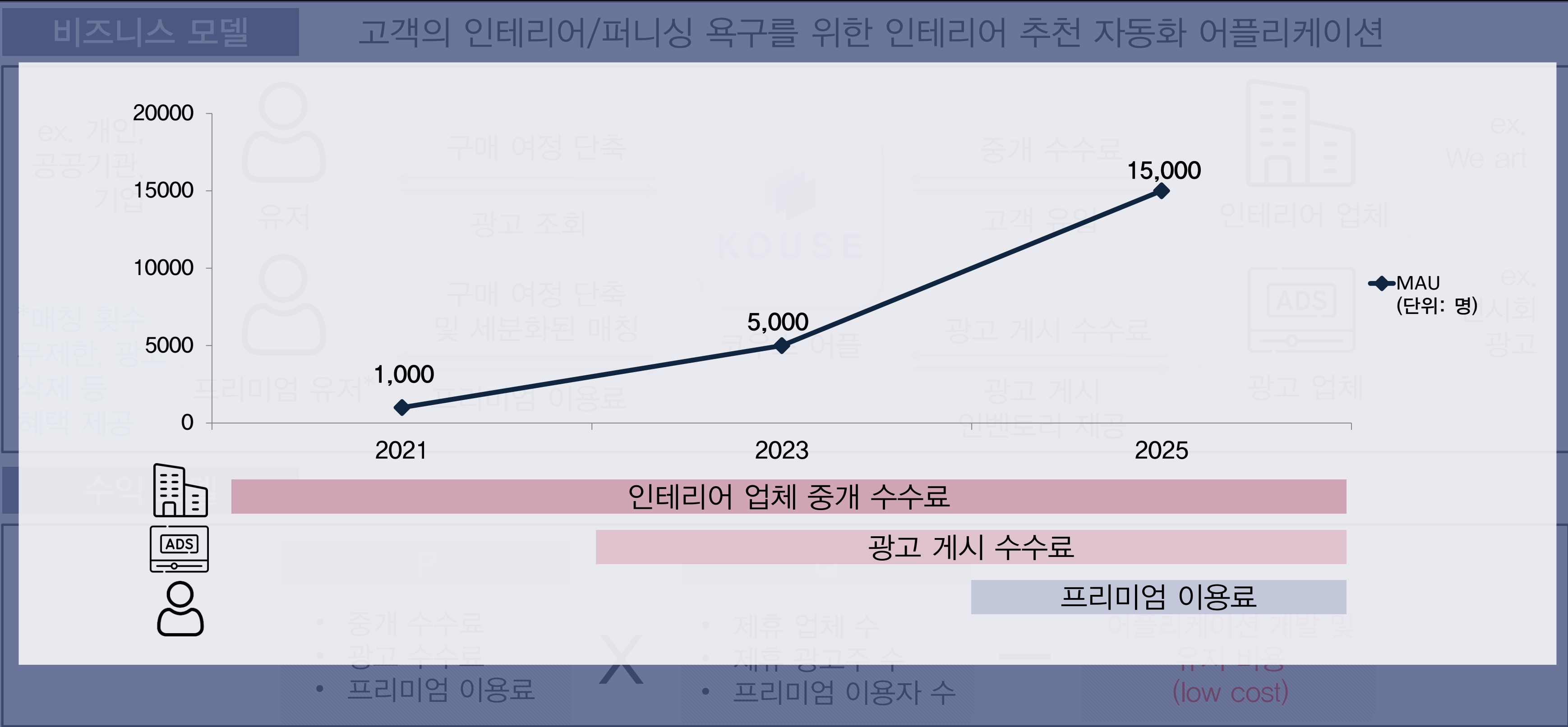


수익 모델



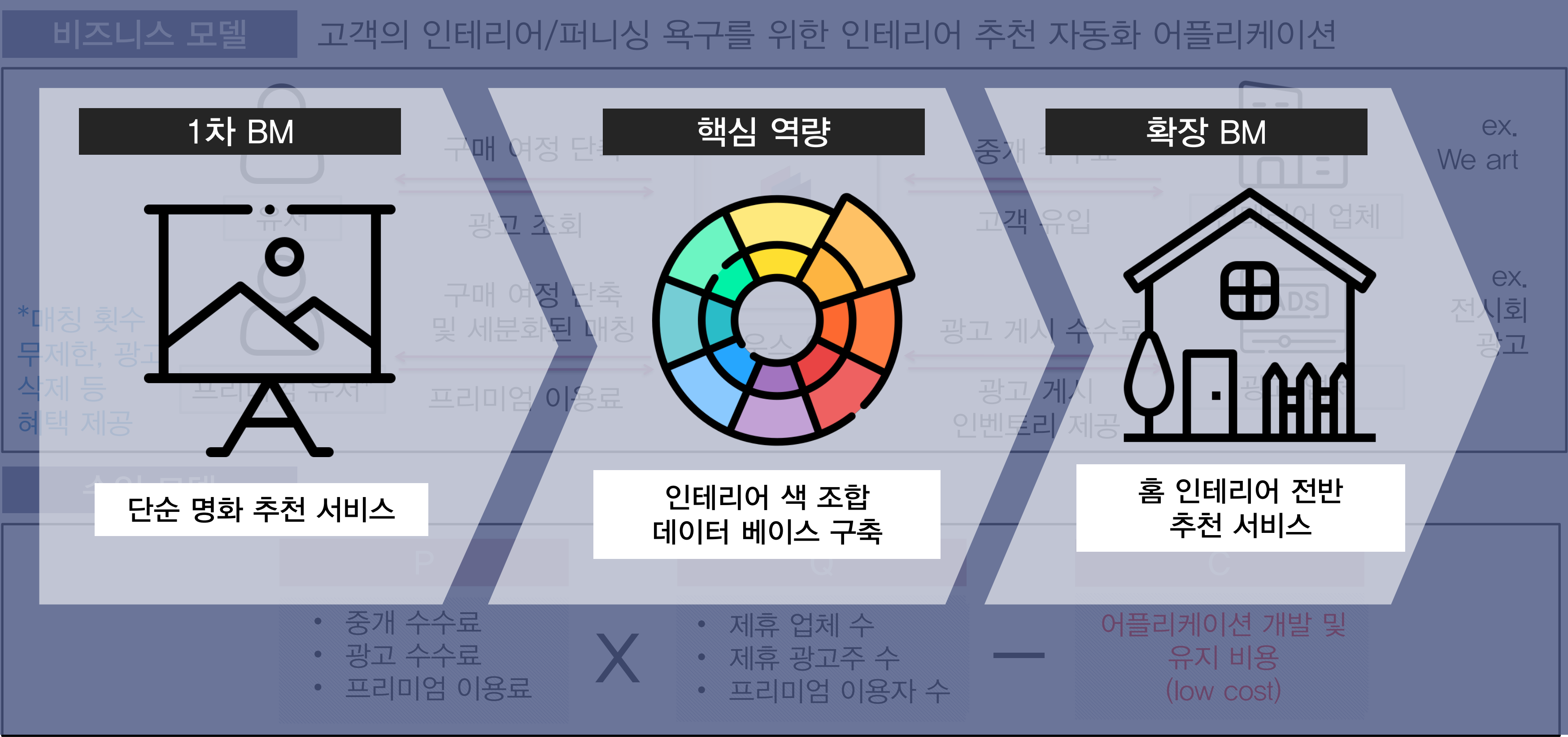
4. 비즈니스 모델

코우스 수익 창출원은 3가지이고,
MAU 확장 시점에 따라 다음과 같은 단계로 확장할 것임



4. 비즈니스 모델

코우스는 핵심역량을 구축한 후 홈 인테리어 전반 추천 서비스로
비즈니스 모델을 확장할 것임

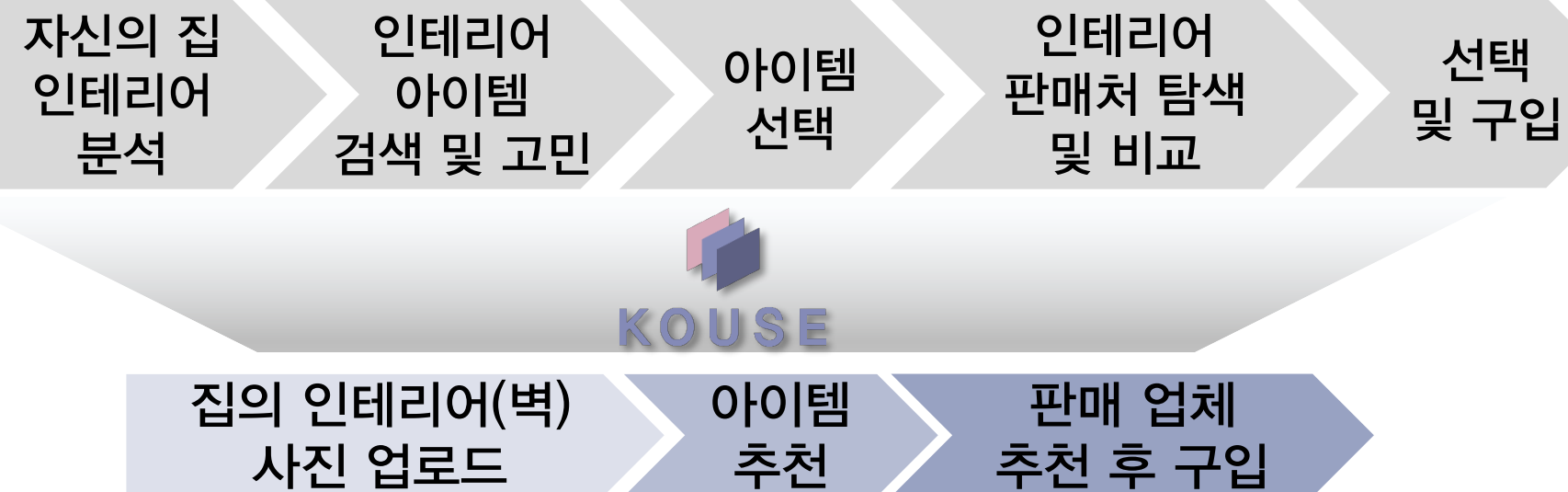


5. 기대 효과

코우스를 통해 개인 소비자, 기업 소비자, 제휴 인테리어 업체
각각 다음과 같은 효과를 기대할 수 있음

기대 효과

소비자 (개인) 구매 여정 단축



제휴 인테리어 업체 마케팅 비용

코우스를 통해 인테리어 아이템 구매 의사가 있는 소비자들에게
직접적인 홍보 가능 → 타겟 소비자 발굴 비용 감축

소비자 (기업) 비용 감축

세트장 및 모델 하우스 인테리어 디자인 비용 (큐레이터
고용 비용), 가상 인테리어 서비스* 운영 비용 감축



큐레이터 고용 비용



코우스 서비스 이용료



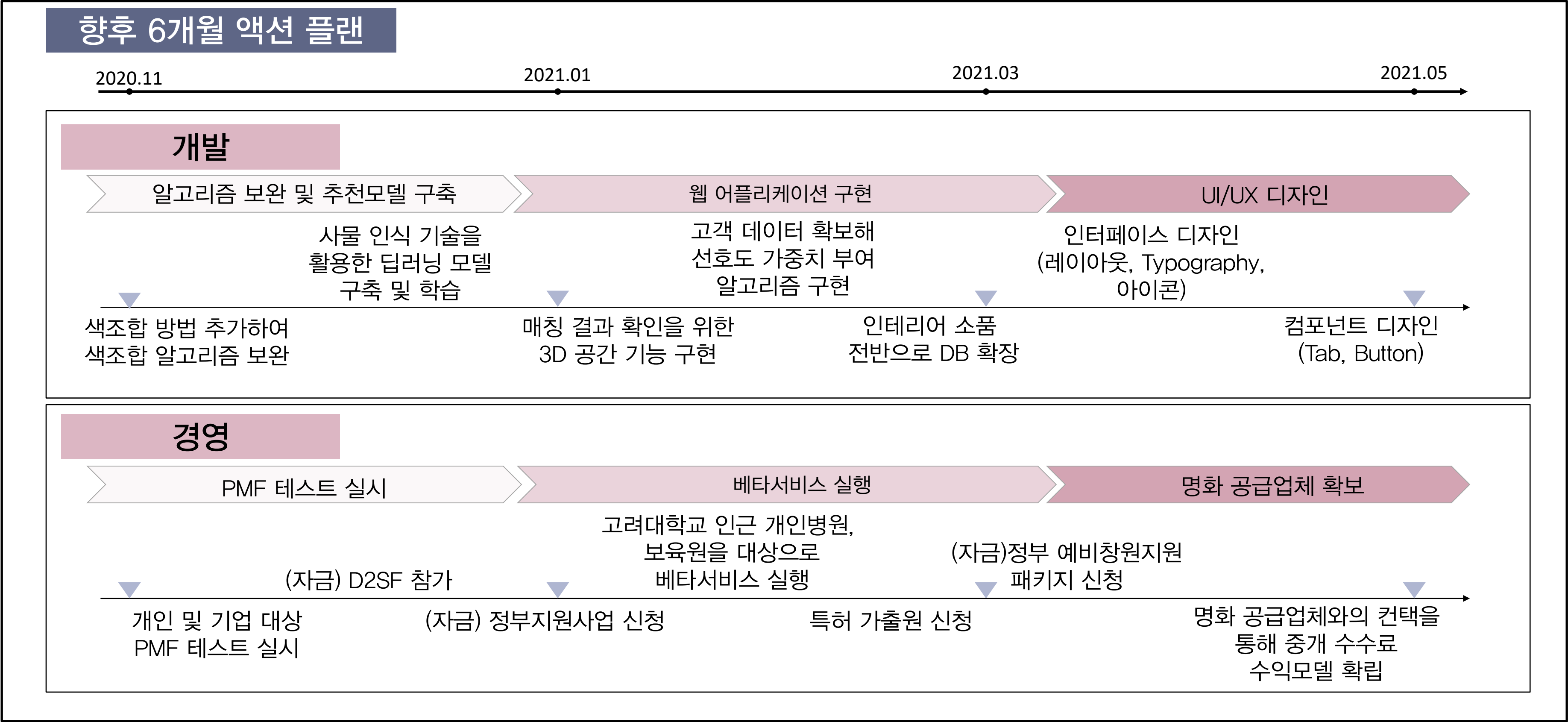
* 가상 인테리어 서비스
운영 비즈니스 예시 (weart)

사회적 비용 감축

전체적 비용 감소 및 '사회적 손실 최소화' 가능

6. 액션 플랜

향후 6개월 간 코우스는 개발파트와 경영파트로 나뉘어
다음과 같이 성장할 것임



인테리어 AI 큐레이터 '코우스'



감사합니다