

□ 창업아이템 개요(요약)

명칭	페스페이스	범주	중개 플랫폼		
아이템 개요	[축제 개최 지자체와 상인 중개 플랫폼] 메인 타겟층 : 투명하게 축제를 운영하고 홍보하고 싶은 지자체 및 상인 - 축제 바가지 논란 해소 : 중간 브로커 역할을 대체하여 축제 바가지 논란 해소 - 공무원 노동시간 단축으로 업무질 향상 : 적은 인원 편성으로 축제 운영에 어려움을 겪는 공무원의 업무질 향상 및 궁극적 사회적 비용 감소 그 외 타겟층 : 축제 정보를 얻고 합리적 가격의 음식을 제공받고 싶은 소비자 - 지역 축제 및 지역 경제 활성화 : 플랫폼을 통한 축제 홍보를 통해 지역 축제로의 유입을 증진				
배경 및 필요성	1박 2일 영양군편으로 바가지 논란 시작 - 지난 23년 6월 4일에 방영된 1박 2일 경북 영양군편에서 바가지 논란이 시작됨 - 그동안 소비자들의 불만이 쌓이다 이번 기회를 통해 표출된 것으로 보임 - 이러한 바가지요금의 원인을 해결할 수 있는 플랫폼을 제작하고자 함 - 해당 플랫폼을 통해 사회적 비용을 줄이고, 소비자들의 불만을 잠재울 수 있을 것으로 예상				
현황 및 구체화 방안 (실행가능성)	단순 축제정보 제공을 넘어 종합플랫폼으로서 기능 - 축제 관련 전반적인 사항을 관리하는 것으로 자세한 정보를 제공할 수 있으며 동시에 경쟁 서비스에 대한 진입장벽 형성 축제관리에 최적화된 인터페이스 제공 - 정부입찰시스템은 전반적인 외주용역 발주 게시판이기 때문에 축제관리에 최적화해 축제담당자 피로도 감소 서비스 제공자이면서 동시에 타겟층으로서 유저니즈 정확히 파악 - 축제참가가 활발한 MZ세대로서 또래의 니즈를 정확히 파악할 수 있으며 동시에 빠른 피드백 수용 반영이 가능함				
목표시장 및 사업화 전략 (성장전략)	코로나 팬데믹 이후 커지는 축제 규모 - 코로나 팬데믹 이후 2023년 1년에만 약 1100개의 축제 개최 - 총 방문객 수 역시 코로나시기(2020, 2021)을 제외하고 꾸준한 성장을 하고 있음 - B2G-B2B 사업구조에서 B2C 사업구조까지 확장 가능				
	핵심 파트너	핵심 활동	가치 제안	고객 관계	고객
	축제 담당자	축제 자리 예약, 축제 정보 제공	축제 바가지 논란 해소, 공무원 노동시간 단축으로 업무질 향상, 지역 축제 및 지역 경제 활성화	지역 축제 홍보, 공무원 노동 시간 단축, 상인에게 합리적인 자릿세 제공, 다양한 축제 정보 통합	지역 축제 상인, 축제에 관심이 많은 사용자
		핵심 자원		채널	
		개인 맞춤형 축제 추천 알고리즘		모바일 앱 및 웹	
비용			수익		
앱 개발 및 유지비, 마케팅비, 인건비			자리 중개 수수료, 광고비		



1. 문제인식 (Problem)

1-1. 창업아이템 배경 및 필요성

○ 1박 2일 영양군편으로 바가지 논란 시작

- 지난 23년 6월 4일에 방영된 1박 2일 경북 영양군편에서 멤버들은 영양군의 한 전통시장을 방문함. 전통시장에서 옛날과자를 구매하는 모습이 방영 되었고, 그 과정에서 100g 당 약 4,500원이라는 터무니없는 금액을 요구하여 바가지 논란이 나오게 됨
- 이러한 논란은 그동안 소비자들이 실제로 지역축제에 방문하였을 때 직접 겪었던 불만들이 쌓이고 쌓이다 이번 기회를 통해 분출된 것으로 보임

○ 바가지 요금의 원인



- 2023년도 1년에만 약 1100여개의 축제가 개최되며, 이는 하루 평균 약 3개꼴. 이렇게 많은 수의 축제들을 모두 관리하기에는 지자체의 담당자들의 수가 턱없이 부족함
- 지역축제의 "바가지"요금은 상인들의 과도한 욕심도 있겠지만, 중간 과정에서 브로커들이 폭

리를 취하기 위해 상인들에게 기존의 자리값에 8~9배까지 높여받고, 상인들은 해당 금액을 메꾸기 위해 소비자들에게 돌아가는 음식의 가격을 높이게 되며 피해는 소비자들에게까지 전가됨

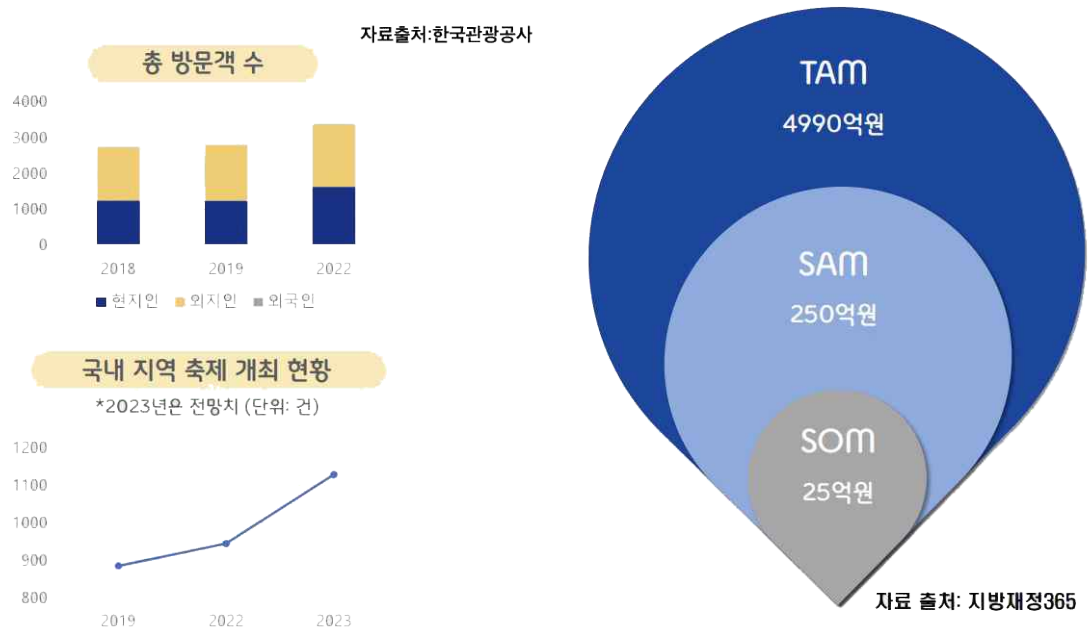
○ 개발 예상 효과

- 이러한 문제를 해결하기 위해 중간과정인 브로커를 대신할 수 있는 플랫폼 개발을 통해 상인과 지자체간의 직접적인 계약을 성사시킬 수 있도록 도와줌으로 브로커들이 책정 하던 터무니없는 자릿세를 합리적인 가격으로 낮출 수 있고, 이러한 과정을 통해 소비자에게 전가되던 음식값 역시 합리적인 가격으로 책정할 수 있을 것으로 예상
- 또한 해당 플랫폼 개발은 지자체의 부족한 관리 인력을 체계화된 시스템으로 상인들을 관리함으로 담당자의 부담을 줄여줄 수 있을 것으로 예상
- 이러한 이점들을 통해 사회적 비용을 낮춤으로 현재 중요시되고 있는 EGS경영을 도모할 수 있음.

○ 발견한 문제점 및 해결방안

- 축제 주체와 주관이 다른 경우가 대부분인데 이러한 경우 주관 측에서 상인들에게 입찰을 구체적으로 어떤 방식으로 진행되는지 파악하기 어려움이 있음
→ 지자체 담당자와의 면담을 통해 계약 방식에 대한 구조를 파악, 최적화된 방식으로 개발하고자 함
- 또한 실제로 이용하실 대부분의 상인들의 연령대가 높은 편으로 예상하고 있음. 상인들이 해당 서비스를 쉽게 이용하실 수 있을까에 대한 걱정이 존재함.
→ 이 경우, 해당 앱의 UI를 간결하고 단순하게 제작하여 사용하기 쉽게 만들 것이고, 첫 사용 시 참고할 수 있는 사용법에 대한 강의를 첨부할 예정.

1-2. 창업아이템 목표시장(고객) 현황 분석


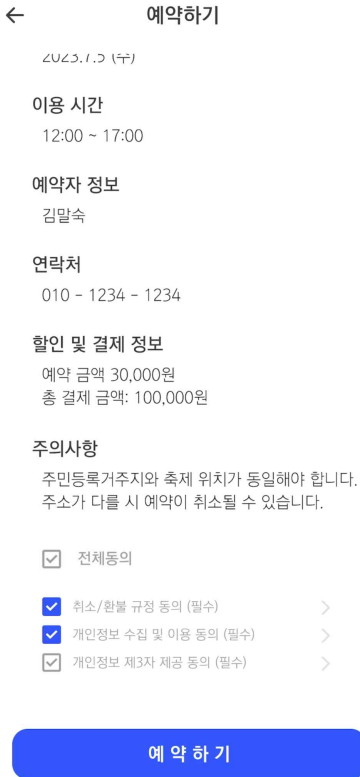



○ 코로나 팬데믹 이후 커지는 축제 규모

- 코로나 팬데믹 이후 2023년 1년에만 약 1100개의 축제 개최
- 총 방문객 수 역시 코로나시기(2020, 2021)을 제외하고 꾸준한 성장을 하고 있음
- B2G·B2B 사업구조에서 B2C 사업구조까지 확장 가능

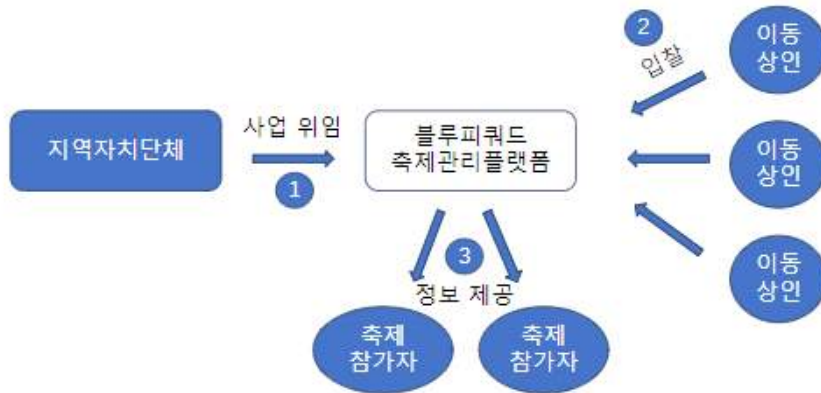
2. 실현가능성 (Solution)

2-1. 창업아이템 현황(준비정도)

 <p>← 예약하기</p> <p>[신촌]물총축제</p> <p>예약하실 버스 번호 14번 버스</p> <p>예약 날짜 2023.7.5 (수)</p> <p>이용 시간 12:00 ~ 17:00</p> <p>예약자 정보 김말숙</p> <p>연락처 010 - 1234 - 1234</p> <p>하이라이트 결제 정보</p>	 <p>← 예약하기</p> <p>이용 시간 12:00 ~ 17:00</p> <p>예약자 정보 김말숙</p> <p>연락처 010 - 1234 - 1234</p> <p>할인 및 결제 정보 예약 금액 30,000원 총 결제 금액: 100,000원</p> <p>주의사항 주민등록거주지와 축제 위치가 동일해야 합니다. 주소가 다를 시 예약이 취소될 수 있습니다.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 전체동의</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 취소/환불 규정 동의 (필수) ></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 개인정보 수집 및 이용 동의 (필수) ></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 개인정보 제3자 제공 동의 (필수) ></p> <p>예약하기</p>	 <p>페스패스 FESTIVAL PASS</p> <p>전체 서울 경기 인천 강원도</p> <p>[신촌] 신촌물총축제 86/130 예약하기</p> <p>[여의도] 여의도봄꽃축제 234/300 예약하기</p> <p>[송파구] 한성백제문화제 20/60 예약하기</p> <p>[대학로] 서울국악축제 87/120 예약하기</p> <p>[중랑구] 서울장미축제 183/260 예약하기</p> <p>홈 검색 내 정보</p>
예약화면 1	예약화면 2	축제 조회 화면

- 충주시 축제 담당 주무관 인터뷰를 통한 요구사항 도출 완료
- 기획 완료 및 Figma를 통한 디자인 50% 완료
- 프론트엔드 및 백엔드 웹/앱 시스템 설계 30% 완료

2-2. 비즈니스 모델



1. 축제를 열려는 지역자치단체로부터 사업을 수주하고 담당자가 축제 관련 정보(자리, 업종, 행사일 등)를 입력하도록 한다.
2. 이동 상인이 해당 정보를 통해 축제에 입찰할 수 있도록 한다. 경매 방식으로 진행해 제일 높은 입찰가를 제시한 사람이 최종적으로 결제하는 구조이며, 이 모든 과정은 담당자가 모니터링 및 제어 가능하다.
3. 축제가 열리기 전에 축제 상인들의 위치나 판매 음식과 같은 정보를 사전에 제공해주어 지역 축제 활성화를 돕는다.

수익은 1의 용역비에서 1%수준의 수수료를 부과해 얻고, 추후 고도화될 경우 3번에서 축제 광고를 추가할 수 있다.

2-3. 창업 아이템 실현 및 구체화 방안

2-3-1. 단계별 계획

[Step1. Customer Attract]

- 축제 담당자 인터뷰 및 요구사항 도출
- 요구사항 기반 프로그램 개발 및 무료 제공
- 피드백 반영 및 개발 고도화

1단계에선 Agile 방식으로 MVP – 피드백을 연속으로 수행하여 빠르게 완성도를 끌어올릴 예정
예상기간: 현재~2024년 상반기

[Step2. Profit Generation]

- 유치 축제 10건 이상이 되면 대단위 버전변경 중지
- 수수료율 적용하여 수익 창출
- 추가인원 채용 및 프로그램 UI/UX 고도화

2 단계 : 정식 버전을 출시하여 수익창출을 시작하고 추가적인 인원 채용으로 정보제공 플랫폼으로 도약

예상기간: 2024 하반기~2025년

[Step3. User Retention]

- 지역 축제 프로모션 수주 및 관련 콘텐츠 제작
- 광고 개제로 추가 수입 창출
- 유저 체류시간을 늘려 수익성 다각화 노력

3단계 : B2B 플랫폼을 넘어 낙후지역 상생을 도모하고 종합 축제 플랫폼으로 발전 모색
 예상기간: 2026년 이후

2-3-2. 차별화 방안

경쟁 서비스			
서비스 이름	대한민국 구석구석	나라장터	블루피워드
서비스 내용	국내 여행 정보 제공	행사 용역 입찰/관리	축제 관리 및 정보 제공 플랫폼
타겟	일반 여행자	축제 담당자	여행자 및 축제 담당자
편리성	낮음	중간	높음
행사 활성화	중간	낮음	높음

- 단순 축제정보 제공을 넘어 종합플랫폼으로서 기능
 - 축제 관련 전반적인 사항을 관리하는 것으로 자세한 정보를 제공할 수 있으며 동시에 경쟁 서비스에 대한 진입장벽 형성
- 축제관리에 최적화된 인터페이스 제공
 - 정부입찰시스템은 전반적인 외주용역 발주 게시판이기 때문에 축제관리에 최적화해 축제담당자 피로도 감소
- 서비스 제공자이면서 동시에 타겟층으로서 유저니즈 정확히 파악
 - 축제참가가 활발한 MZ세대로서 또래의 니즈를 정확히 파악할 수 있으며 동시에 빠른 피드백 수용 반영이 가능함

3. 성장전략 (Scale-up)

3-1. 창업아이템 사업화 추진전략

○ 비즈니스 모델 캔버스

핵심 파트너	핵심 활동	가치 제안	고객 관계	고객
축제 담당자, 원격 줄서기 키오 스크 제작 회사	축제 자리 예약, 축제 정보 제공, 비대면 포장 주문, 원격 줄서기 서비스	축제 바가지 논란 해소, 공무원 노동시간 단축으로 업무질 향상, 지역 축제 및 지역 경제 활성화, 사용자에게 향상된 축제 경험 제공	지역 축제 홍보, 공무원 노동 시간 단축, 상인에게 합리적인 자릿세 제공, 다양한 축제 정보 통합 및 스마트오더 서비스 제공	지역 축제 상인, 축제에 관심이 많은 사용자
	핵심 자원		채널	
	개인 맞춤형 축제 추천 알고리즘		모바일 앱 및 웹	
비용			수익	
앱 개발 및 유지비, 마케팅비, 인건비			자리 중개 수수료, 광고비	

* 파란 글씨는 사업 확장 후 추가된 비즈니스 모델 캔버스이다.

- 1단계 초도 진입 시장은 자리 예약 시장으로 정의함

(진입방식) 경기도 안산시 소재의 지역 축제 담당자 및 공무원 등의 전문 인력 네트워크를 통해 진입, 경기도 안산시 위치한 한양대학교 ERICA 총학생회와의 협업을 통해 진입

(고객확보 방안) 지역 상인 커뮤니티, 소셜미디어를 활용한 바이럴 마케팅 진행

지역 축제에 직접 참여하여 상인들 대상으로 홍보 자료 제공, 각 지역 축제 담당 시청 공무원에게 직접 컨택하여 협상 진행, 학교별 교내 행사를 담당하는 학생지원팀과 총학생회와의 컨택

- 2단계 진입시장으로 포장 결제, 픽업, 원격 줄서기 등 스마트오더 시장을 목표 시장으로 정의함
- 고객맞춤형 축제 홍보 및 축제의 세부적인 정보 전달 서비스 제공

(진입방식) 핵심기능 기반 MVP 제공으로 회원 확보 후 확보한 사용데이터 분석을 통해 추천 알고리즘 개발 예정

(고객확보 방식) 지역 축제 담당자와의 지속적 협력을 통해 축제 및 어플리케이션 홍보물 공동 제작 및 배포. 지역 커뮤니티, 소셜미디어를 활용한 바이럴 마케팅 진행.

외국인 사용자를 위한 다국어 패치 적용

- 지역별로 대학교, 지자체와 제휴하며 서비스 범위 확장. 경기도 안산시를 우선 지역으로 선정한 후 수도권, 비수도권 순서로 확장 예정.
- 대한민국 구석구석, 에브리타임과의 제휴를 통해 유저와 콘텐츠 확보

3-2. 생존율 제고를 위한 노력

- 예비창업패키지 졸업자 대상 멘토링 참여
- 주관기관 예비창업자 멘토링 참여를 통한 기술개발 가능성 제고
- 분야별 세미나, 간담회 참여로 기술개발 및 사업화 DB 공유
- 협약 종료 후 국내외 AC 등과의 네트워킹 확대를 통해 투자유치 도모

3-3. 사업 추진 일정 및 자금운용 계획

3-2-1. 사업 전체 로드맵

지역 축제 내의 브로커 역할을 대신 하는 중개 플랫폼 MVP를 상용화시켜 기존 축제의 바가지 금액

문제를 없애고 이용객들에게 축제에 대한 보다 자세한 정보를 제공해주는 축제 플랫폼 상용화가 목표

- 상인 버전과 축제 이용객들 버전 MVP의 개발
- 지속적인 MVP 업데이트를 위한 기술 개발

< 사업 추진 일정(전체 사업단계) >

순번	추진 내용	추진 기간	세부 내용
1	플랫폼 개발	2023.08~2023.09	시제품 설계 및 프로토타입 제작
2	mvp 개발	2023..09~ 2023.12	mvp제작
3	2023 ERICA 창업경진대회 참가	2023.09~2023.10	대회 참가를 통한 경쟁력 확보
4	플랫폼 출시	2024.01	앱 출시
5	플래폼 홍보 및 프로모션 진행	2024..01	콘텐츠 마케팅,sns 마케팅,앱 내 프로모션 진행,자체 채널 제작
6	서비스 확대 및 앱 고도화	2024.02~2024.04	앱 기술 고도화 및 수정보완
7	예비 창업 패키지 지원	2024.03~2024.10	지원금을 통한 자금 확보
8	엑셀러레이터 및 Seed 투자사 확보	2024.04	투자 유치를 위한 검토

3-3-2. 예산 집행계획

< 예산 집행계획 >

비 목	산출근거	예산(원)
재료비	• 서버 운용 비용(AWS 서버 1년치)	3,600,000
시설 투자 (개발 장치비)	• 노트북(1,200,000*5)	6,000,000
개발 및 디자인 SW 비용	• 개발 및 디자인 SW 비용(인텔리, 어도비, 워크스페이스) (1년치)	21,450,000
인건비/운영비	• 서버개발자(330만*3개월), 데이터분석(200만*3개월), PM(200*3개월), 프론트(200만*3개월)	21,390,000
홍보/마케팅비	• 인플루언서 마케팅(120만), 이벤트(150만), 콘텐츠 마케팅(180만), sns/메신저(180만)	6,300,000
시제품 재적비	• mvp 출시	4,000,000
합 계		62,740,000

3-3-3. 기타 자금 필요성 및 조달계획

- 2023 ERICA 창업경진대회(구 해동창업경진대회) 프로그램 참여
 - 입상 및 상금을 통한 자금 확보
- 엑셀러레이팅 프로그램 참여 및 벤처투자사 Seed 투자
 - K-Global 엑셀러레이터 육성 프로그램 참여를 통한 글로벌 역량 강화 및 투자유치
 - 엑셀러레이터 및 벤처투자사와의 투자 유치를 위한 검토
- 정부지원사업 활용 및 기술보증 대출
 - 예비창업 패키지, 초기창업패키지, 창업도약 패키지를 통한 데스밸리 극복
 - 창업중심대학 생애최초 청년창업 지원사업을 통한 자금 확보
 - 창업 1년후 기술보증 대출을 통한 사업비 조달
- 교내 창업 지원 사업 활용
 - 한양대학교 ERICA 창업교육센터 한양창업벤처클럽을 통한 사업화 지원금 확보

- 소프트웨어중심대학 사업단 sw 마에스트로를 통한 특허출원 및 벤처창업지원 확보

4. 팀 구성 (Team)

4-1. 팀 현황 및 보유역량

4-1-1. 팀 현황 및 담당 업무

순번	직위	이름	담당 업무	구성 상태
1	공동대표	임민지	운영 총괄	완료
2	공동대표	손민우	S/W 개발 총괄	완료
3	팀원	최미주	기획 및 디자인	완료
4	팀원	손주희	프론트엔드 개발	완료
5	팀원	전상언	백엔드 개발	완료

4-1-2. 팀 보유역량

○ 임민지(공동대표)

- 한양대학교 에리카캠퍼스 ICT융합학부 3학년 재학
- 한양대학교 에리카캠퍼스 창업동아리 '블루피쿼드' 팀장
- 한양대학교 에리카캠퍼스 ICT융합학부 학생회 재무부장(2021)
- Unity, React, Siemens NX 프로그램 활용 개발 가능
- LG Almers 2기 수료(2023, LG)
- 제 1회 pre-Startupthon SWIM 최우수상(2022, 창업교육센터)
- 제 회 창업아이디어톤 우수상(2023, 소프트웨어중심사업단)
- 제 2회 pre-Startupthon 최우수상(2023, 창업교육센터)

○ 손민우 - 공동대표

- 한양대학교 에리카 소프트웨어학부 학사 졸업
- 국군지휘통신사령부 SW개발병 웹개발 담당(2019.06~2020.12)
 - 전국 통신소 MW(마이크로웨이브) 수신 실시간 관제/통계분석 콘솔 시스템(AGC) 백엔드 개발
 - 전산창고 머신러닝 기반 관리시스템(WMS) 백엔드 개발
 - 교육훈련현황 통계분석 시각화체계 풀스택 개발
 - 예하부대 네트워크 속도측정프로그램 개발
 - 내부서버 취약점분석 스크립트 작성/관리
- Lablup 개발부 인턴(2021.12~2022.02)
 - Python 기반 컨테이너 관리 시스템 백엔드 담당
 - Typescript 기반 컨테이너 관리 콘솔 프론트엔드 담당
- ERICA Software-up Contest(Algorithm contest) 최우수상(2018, 소프트웨어교육센터)
- 안드로이드 악성 앱 탐지율 향상을 위한 특성 분석 및 기계학습 모델에 관한 연구 (정보보호 학회지)(2019)

- 군장병 공개소프트웨어 집체교육 개발대회 해군참모총장상 (2019)
- 한양대학교 전공창업경진대회 대상 (2019)
- ERICA Sid-Audition SID상 (2020, 창업교육센터)
- 제 1회 pre-Startupthon SWIM 최우수상(2022, 창업교육센터)
- 제 15회 TOPCIT정기평가 한양대학교 총장상 (2021)
- 제 17회 TOPCIT정기평가 정보통신기술협회장상 (2022)
- 제 18회 TOPCIT정기평가 정보통신기획평가원장상(2022)
- BoB 7기 보안컨설팅트랙 수료(2018)
- 정보처리산업기사(2019)
- 정보보안산업기사(2020)
- 정보처리기사(2021)
- SW마에스트로 13기(2022)
- 파생상품권유자문인력(2023)

○ **최미주 - 기획 및 디자인**

- 한양대학교 ERICA 문화콘텐츠학과 3학년 재학
- 제4회 창업메이커톤 최우수상 수상(2022, 소프트웨어중심사업단)
- 제5회 창업아이디어톤 우수상 수상(2023, 소프트웨어중심사업단)
- 제2회 pre스타트업톤 최우수상 수상(2023, 창업교육센터)
- 피그마, 어도비 툴 사용 가능

○ **손주희 - 프론트엔드 개발자**

- 한양대학교 에리카캠퍼스 ICT융합학부 3학년 재학
- 제 1회 pre-Startupthon SWIM 최우수상(2022, 창업교육센터)
- 제 5회 창업아이디어톤 우수상(2023, 소프트웨어중심사업단)
- 제 2회 pre-Startupthon 최우수상(2023, 창업교육센터)
- React, Unity 툴 사용 가능

○ **전상언 - 백엔드 개발자**

- 한양대학교 에리카캠퍼스 컴퓨터학부 3학년 재학
- 한양대학교 에리카 인공지능사이버보안 연구실 학부연구생(2023~)
- 한국생산기술연구원 연구인턴(2023~)
- 제 5회 창업아이디어톤 우수상(2023, 소프트웨어중심사업단)
- Spring 가능

4-2. 중장기 사회적 가치 도입계획

축제패스는 축제에서 지역 상인들과 지자체를 연결하는 중개 역할 뿐만 아니라 소비자들에게 음식값, 위치, 주차, 공연 등 축제에 대한 다양한 정보를 제공한다. 축제 바가지 요금이 사회적 문제로 대두되고 있는 현재 축제 패스의 중개는 중간 수수료를 줄여 상인에게는 싼 가격의 자릿값을, 소비자는 합리적 가격의 음식을 제공받고 흠어져있는 축제 정보를 한 눈에 확인할 수 있다.

또한 소비자들에게 다양한 축제 정보를 제공하므로서 지역 사회로의 관광을 촉진시켜 지역 사회 경제 발전을 도울 수 있다.

플랫폼 내 자체 쓰레기 줄이기 캠페인 활동을 통해 축제 시에 발생하는 고질적 문제인 쓰레기 배출 문제를 줄여 환경 보호에 앞장서나갈 수 있다.

입찰에 드는 세금을 절약해 사회적 비용 절감