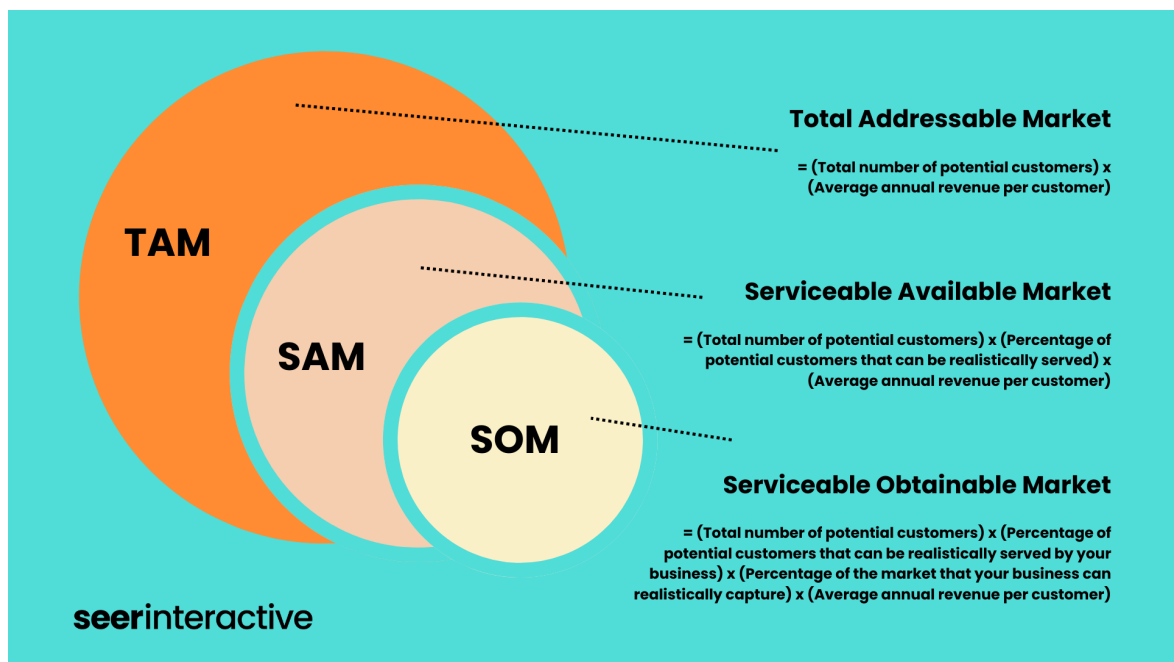


TAM-SAM-SOM 과 Market Segment Map

1. 시장 규모 분석의 세 가지 층위

TAM, SAM, SOM : “시장 크기를 정량적으로 파악하는 계층적 도식”



구분	의미	“SaaS 온라인 비즈니스 컨설팅 시장” 사례의 시장 Breakdown 예시	시장 규모 산정을 위한 주요 데이터 출처
TAM (Total Addressable Market)	전체 시장 규모 – “이론적으로 접근 가능한 전체 수요”	글로벌 SaaS 비즈니스 컨설팅 시장	Statista, IBISWorld, Crunchbase
SAM (Serviceable Available Market)	실제로 서비스 가능한 시장 – “우리 제품/서비스가 현실적으로 도달 가능한 영역”	한국 내 스타트업 컨설팅 SaaS 시장	K-Startup, 중소기업청, AI Hub
SOM (Serviceable Obtainable Market)	단기적으로 점유 가능한 시장 – “현재 리소스로 실현 가능한 목표 범위”	초기 타겟 3개 산업군(교육, 프리랜스, 리테일)	설문·JTBD 인터뷰, 검색 트렌드

2. Segment Map

시장을 단순 수치로 나누는 게 아니라, '행동 단서'와 '구매 맥락' 중심으로 시각화하는 지도

TAM-SAM-SOM 과의 관계 구조

```
graph TD
  A[TAM: 전체 시장] → B[SAM: 서비스 가능한 시장]
  B → C1["세그먼트 A<br>(ex. 초기 창업자)"]
  B → C2["세그먼트 B<br>(ex. 중견기업 전략담당자)"]
  B → C3["세그먼트 C<br>(ex. 프리랜스 컨설턴트)"]
  C1 → D1[SOM-1: 주요 타깃군 ①]
  C2 → D2[SOM-2: 주요 타깃군 ②]
  C3 → D3[SOM-3: 주요 타깃군 ③]
```