

2023 성장지원센터 컨설팅 우수사례집



2023

성장지원센터 컨설팅

우수사례집

Contents

한국노인인력개발원	06	
	08	성장지원센터
비즈니스모델 컨설팅	15	배달 사업을 시작하려고 하는데 시행착오를 줄일 수 있을까요? 충주시니어클럽 노랑도시락
	23	신규 카페 오픈 준비, 성공적으로 해내고 싶어요 이천시니어클럽 카페이룸
창업준비	31	매장 이전에 맞춰 상권에 맞는 메뉴 개발을 하고 싶어요 부천시오정노인복지관 늘해랑만두
	39	두 매장을 합친 삼앤삼 창업, 어떻게 해야 할지 도움이 필요해요 계룡시니어클럽 노랑매점
기술 인증	47	노인일자리사업 확장 위해 HACCP 인증이 필요합니다 삼척시니어클럽 척주명과
	55	카페 매출을 올리기 위한 신규 메뉴 개발을 도와주세요 오산시니어클럽 카페 손수



디자인	63	카페를 강렬하게 인식시켜 줄 디자인이 필요해요 광주서구시니어클럽 오!인절미브런치카페
	71	매장을 알릴 간편 디자인이 필요합니다 이천시니어클럽 카페꼬꼬동
상품사업화	79	HACCP인증 이후, 판매를 올릴 홍보 방안이 필요해요 미추홀노인인력개발센터 쿠키하면 쿠키지
	87	단체 주문 상생을 위한 홍보가 필요해요 시흥시니어클럽 시니나떼
판로개척	95	온라인 판로 개척을 위해 전문가 자문을 구하고 싶어요 종로노인종합복지관 장체험관 및 장카페
	103	온라인 홍보와 마케팅 효과를 높이고 싶습니다 고양시니어클럽 행주농가
기타	111	복지관 1층 라운지 카페, 매출 올릴 방안이 필요해요 동구행복한어르신복지관
	119	베이커리카페 창업에 대한 전반적인 도움이 필요해요 협동조합 꿈꾸는 문화놀이터 뜻

한국노인인력개발원

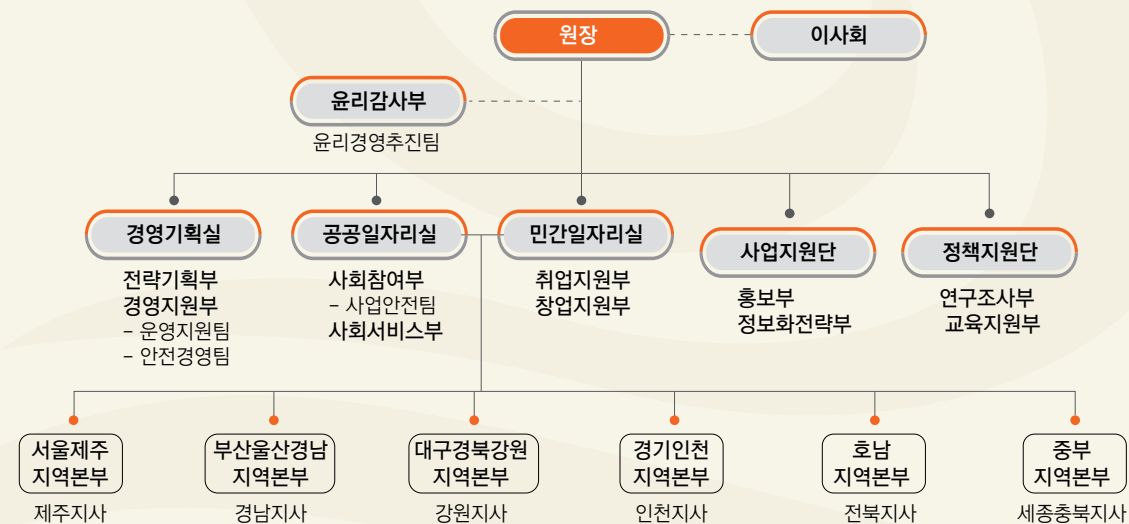
한국노인인력개발원은 정부의 노인일자리 및
사회활동 지원사업을 전담하는 기타공공기관입니다. (노인복지법 제23조)

노년기에 활기차고 건강한 노후 생활을 영위할 수 있도록 다양한 일자리를 개발·보급하고,
쌓아 온 지식과 경험을 활용하여 지역사회에 공헌 하도록 지원하는 것을 목적으로 설립되었습니다.

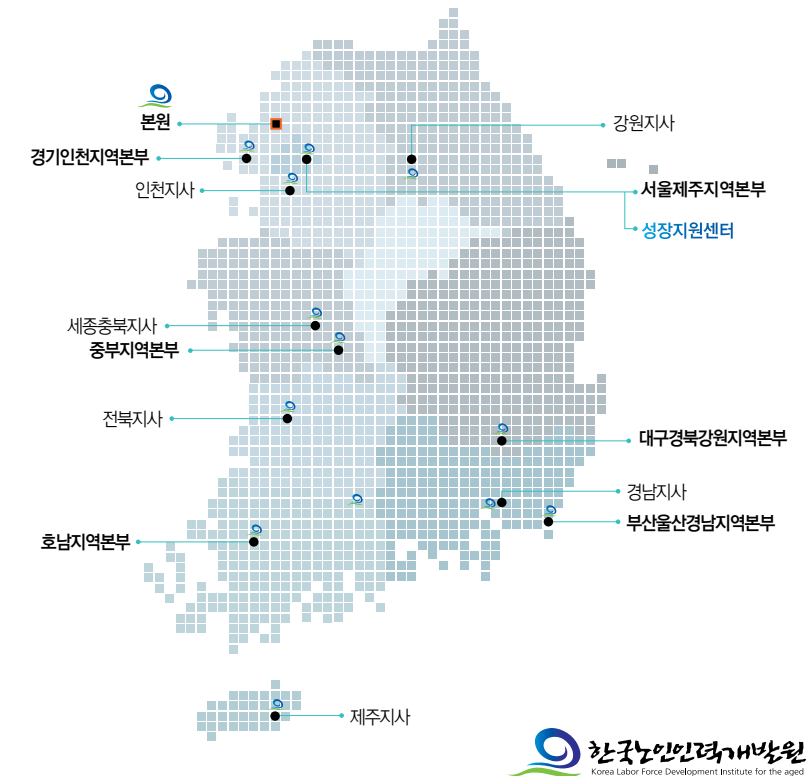
기관개요

- 기 관 명 | 한국노인인력개발원
- 설 립 일 | 2005년 12월
- 설 립 근 거 | 「노인복지법」 제23조의 2
- 본 원 | 경기도 고양시 일산동구 하늘마을로 106
- 임 직 원 수 | 181명('23. 9월 기준)
- 주 요 사 업 장 | 3실 2단 10부 1센터 6지역본부 6지사

조직도

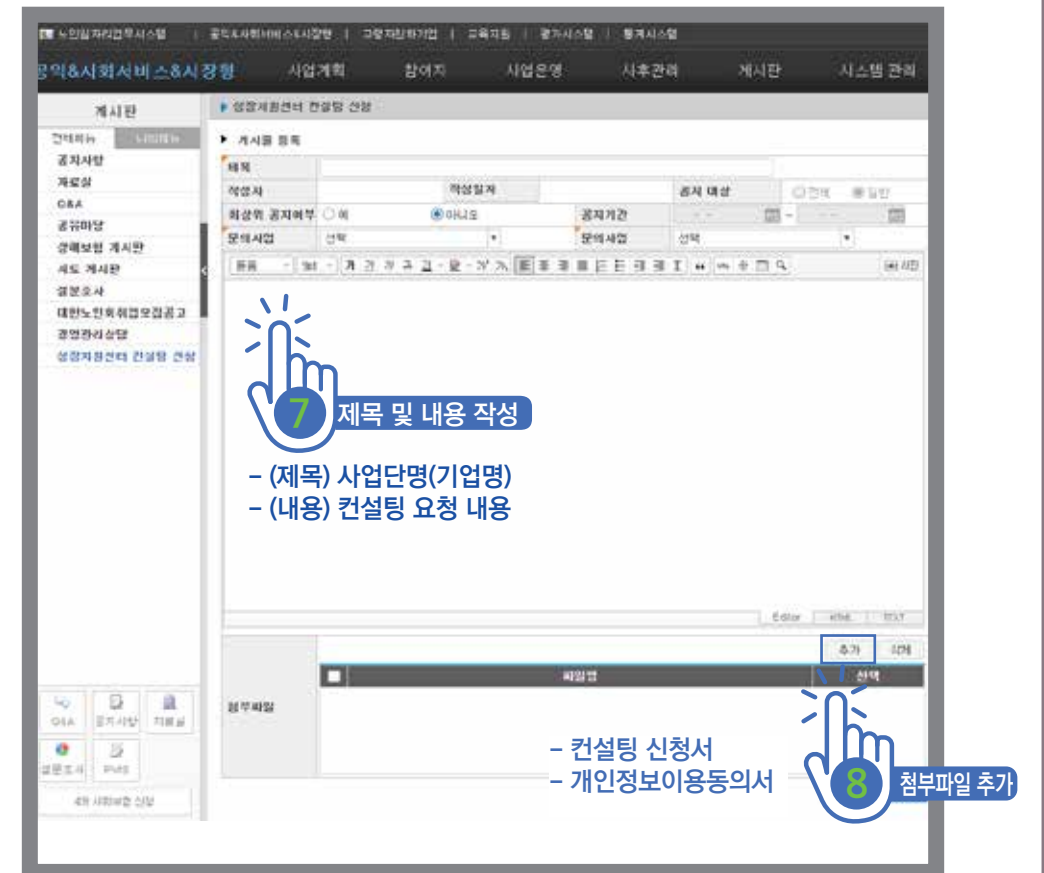


소재지



성장지원센터	서울특별시 중구 세종대로17 와이즈타워 19층 (04512)
본 원	경기도 고양시 일산동구 하늘마을로 106 (10310)
서울제주지역본부	서울특별시 중구 세종대로17 와이즈타워 19층 (04512)
부산울산경남지역본부	부산광역시 연제구 거제대로 295(거제1동46-4) 주성산빌딩 3층 (47512)
대구경북강원지역본부	대구광역시 동구 동대구로 475 대구테크노파크 대구벤처센터 3층 (41256)
경기인천지역본부	경기도 수원시 영통구 에듀타운로 106번길 16(이의동 1348-2) 3층
호남지역본부	광주광역시 북구 제봉로 324(중흥동700-5) SRB빌딩 6층 (61234)
중부지역본부	대전광역시 서구 청사로 152 이안빌딩 7층 (35209)
세종충북지사	충청북도 청주시 흥덕구 오송읍 오송생명8로 223 우리새마을금고빌딩 3층 (28222)
강원지사	강원도 춘천시 경춘로 2360, 3층 (24436)
인천지사	인천광역시 부평구 길주로 641 근영프라자 10층 (21344)
전북지사	전라북도 전주시 덕진구 기린대로 405(한화생명보협) 전주사옥,8층
경남지사	경상남도 창원시 의창구 용동로57번길 24 해금사이언스타운 6층 (51139)
제주지사	제주특별자치도 제주시 남광북1길 (법조타워5층 501호) (63223)

신청프로세스



성장지원센터 컨설팅 분야



비즈니스모델 컨설팅

충주시니어클럽 노랑도시락

이천시니어클럽 카페이룸

창업준비

부천시오정노인복지관 늘해랑만두

계룡시니어클럽 노랑매점

기술인증

삼척시니어클럽 척주명과

오산시니어클럽 카페손수

디자인

광주서구시니어클럽 오!인절미브런치카페

이천시니어클럽 카페꼬꼬동

상품사업화

미추홀노인인력개발센터 쿠키하면 쿠키지

시흥시니어클럽 시니나떼

판로개척

종로노인종합복지관 장체험관 및 장카페

고양시니어클럽 행주농가

기타

동구행복한어르신복지관

협동조합 꿈꾸는 문화놀이터 뜻

충주시니어클럽 노랑도시락

| 시장형사업단 |

01

- 1 이미지 개선
- 2 동기부여
- 3 매출 향상

지원계기

"신규 사업 준비에 대한 어려움,
어떻게 극복해야 할지 모르겠어요"

충주시니어클럽에서는 그동안 시장형사업으로 청춘밥상, 백세보리밥, 백세밥상 등의 외식사업을 성공적으로 운영해 왔습니다.

그러다 코로나19를 겪게 되면서 사회적 환경의 변화에 맞춰 배달을 전문적으로 하는 노랑도시락 사업을 계획하게 되었습니다. 노랑도시락 사업은 2023년에 오픈했는데 배달사업은 처음이다 보니 메뉴 구성, 배달 노하우, 사업 홍보 등 모든 것이 어렵기만 했습니다. 사업 초기의 여러 시행착오를 줄이고 배달사업을 잘 이끌어갈 수 있는 방법을 알고 싶어 현장컨설팅을 의뢰하게 되었습니다.



사업 유형 _ 비즈니스모델 컨설팅

충주시니어클럽 노랑도시락

대표자 | 김익희

설립년도 | 2023년

참여 근무자 수 | 9명

주요제품 | 도시락, 밑반찬

소재지 | 충북 충주시 주봉1길 2

담당자 | 박미영 팀장

지원성과

지원성과

홍보 강화
이미지 개선
동기 부여
매출 향상

- 사회복지시설 및 관공서 등 홍보 방안 도출
- 노인일자리에 대한 긍정적 인식 고취
- 참여자들의 자부심 강화
- 사업 시작 초기 목표보다 매출 확대

컨설팅 후
일 매출 달성액

90~100만 원

컨설팅 전,
일 매출 목표액

30~50만 원

| 컨설팅분야

비즈니스모델 컨설팅

배달 사업을 시작하려고 하는데 시행착오를 줄일 수 있을까요?



배달사업 시작에 대한 어려움, 컨설팅 전문가 를 요청하다

높은 물가와 금리로 가게 소비가 위축된 가운데 충주시니어클럽에서는 새롭게 배달사업을 시작하게 되었다. 그 동안 외식사업도 성공적으로 진행해온 만큼 노랑도시락 사업단 역시 배달사업도 신뢰를 잃지 않기 위해 한 가지 원칙을 세웠다.

“단순히 이윤 창출만을 목표로 삼지 말고, 가성비 좋은 도시락을 충주 시민에게 판매하는 것이 저희 목표였습니다. 노인일자리 사업이기 때문에 오히려 품질에 대한 이 같은 신뢰는 반드시 필요하다고 생각했습니다. 하지만 저희의 바람과는 달리 배달사업은 일반 외식사업과 또 다른 어려움이 많았습니다. 어떤 메뉴가 배달에 적합한지, 배달을 어떻게 해야 하는 것인지, 배달사업을 한다는 것을 어디에 어떻게 알려야 하는 것인지 등등 모든 것이 낯설고 어려웠습니다.”

노랑도시락 사업단 박미영 팀장은 이 같은 사업 초기의 어려움을 고민하던 끝에 한국 노인인력개발원 성장지원센터 컨설팅 지원사업을 알게 되었다. 시장형사업에 대한 애로사항을 현장컨설팅으로 풀어준다는 내용에 ‘이거다!’ 싶어서 바로 신청을 하게 되었다.

컨설팅을 통해 비즈니스모델 점검

노랑도시락 사업단이 컨설팅을 통해 가장 먼저 알고 싶었던 것은 도시락 메뉴를 어떻게 구성할 것인지와 한정된 공간 안에서 어떻게 해야 최대한 효율적으로 운영할 수 있는지였다. 이와 함께 지역사회에서 우리 사업을 어떻게 홍보하면 좋을지에 대해서도 안내받고 싶었다.

“우연히 성장지원센터 컨설팅 사례집을 보았는데, 다양한 기관의 성장 사례를 보고 우리 사업단도 컨설팅을 받으면 조금 더 나은 사업을 할 수 있겠다는 생각이 들었어요. 노랑도시락 사업에서 가장 필요한 것은 비즈니스모델부터 다시 세우는 것이었기 때문에 비즈니스모델 컨설팅을 신청했습니다.”

컨설팅트가 사업단으로 방문해, 박미영 팀장과 면담이 시작되었다. 사업에 대한 소개와 운영방식에 대하여 의견을 나누면서 컨설팅트는 노랑도시락 사업단이 궁금해 하던 부분에 대해 컨설팅을 해주었다.

홍보 방안으로는 충주시니어클럽이 가지고 있는 사회복지시설 인프라와 관공서와의

긍정적인 관계를 활용하여 홍보하는 방안을 안내해주었다. 지역의 사회복지시설에 노랑도시락 사업을 홍보하고, 충주시청의 각 과와 행정복지센터에 본 사업이 어르신들의 복지 증진을 위한 사업임을 적극 알리는 등의 홍보가 적합하다는 내용을 전달받을 수 있었다.



직접 배달로 노인일자리 홍보, 긍정적인 인식 상승

또 마케팅 방안으로는 배달의 민족과 같은 플랫폼을 활용하는 것이 아닌, 어르신들이 직접 배달하고 사업에 참여하는 모습을 마케팅의 주안점으로 삼아 지역주민들에게 노인일자리에 대한 긍정적 인식을 높이는 방법을 추천받았다.

“컨설팅 받은 대로 해보았는데, 처음에는 주변 상가에서 어르신들이 배달을 오는 것에 대해 부담스럽다는 인식을 보였어요. 하지만 점차 노인일자리가 노인을 위한 복지 사업이라는 것을 이해했고 긍정적으로 바뀐 부분이 많아졌죠. 손님 가운데에서는 주변 지인들에게 사업을 홍보하는 분도 있었어요.”

컨설팅에서는 지역 내 단체와 기업, 소상공인을 대상으로 정기적이고 고정적인 거래처 확보를 위해 발로 뛰는 홍보 방안을 제시하기도 했다. 특히 사업장 인근의 소상공인 가게와 병원, 의원과 같은 의료시설, 중소 규모의 마트와 건설업체의 인력을 대상으로 한 배달사업을 진행하도록 안내했다.

“안정적인 수익은 어르신들의 복지와도 깊이 관련되어 있기 때문에 고정 거래처를 확보하기 위해 정말 많은 노력을 했어요. 컨설턴트도 저희 도시락이 신선한 재료를 사용하면서도 어머님들의 노련한 손맛이 들어가 품질이 뛰어나다고 칭찬했었거든요. 이런 장점을 살린 홍보지의 제작과 배포에 열중했어요.”



성공적인 사업 시작, 노랑도시락이 꺾 성장하길

박미영 팀장은 비즈니스모델 컨설팅 진행 후, 사업단 내부에서 ‘할 수 있다!’는 자신감이 붙었다는 것을 느낄 수 있었다.

“처음에는 배달사업을 어떻게 해야 하는지 몰라 우왕좌왕했다면, 컨설팅 후에는 ‘이렇게 하면 되겠구나’하는 구체적인 계획이 생겼어요. 덕분에 노랑도시락 사업을 계획하면서 세웠던 일 매출액은 30~50만 원 정도였는데 현재 일 매출액 80~100만 원으로 증대했어요.” 어느새 충주 관내의 사회복지시설 및 관공서에서는 단체 주문이 필요한 경우, 바로 노랑도시락을 떠올릴 정도가 되었다.

“노랑도시락을 처음 이용하시는 분들은 어르신들이 만들고 배달하는 부분에 대해 어르신들을 너무 고생시키는 거 아니냐고 말씀도 하셨어요. 그런데 어르신들이 음식을 만드는 것에서부터 배달하는 것까지 자부심을 가지는 모습을 직접 보며 달라졌어요. 가격이나 품질에 대한 신뢰는 말할 것도 없고요.”

박미영 팀장은 지금처럼 매출액이 꾸준히 향상되어 앞으로도 노랑도시락에 근무하는 어르신들이 자부심과 애정이 꺾 올라가길 바란다. 그런 부분들이 일하는 즐거움과 에너지로 이어진다는 것을 잘 알기 때문이다.

“앞으로도 많은 분들이 노랑도시락을 사랑해 주시길 바라요. 지역에서 도시락을 주문할 때 가장 먼저 생각나는 곳이 노랑도시락이 되길 바라고, 우리 사업단 참여 어르신들이 모두 행복하기를 바랍니다.”



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“비즈니스모델 컨설팅으로 사업 초기에 할 일을 깨달았습니다”

노량도시락 사업을 시작하면서 기관의 담당자로서 어떻게 하면 사업을 잘 되게 할 수 있을지 고민이 컸습니다. 시행착오를 겪는 중에 컨설팅을 통해 충주시니어클럽이 가진 인프라를 활용하는 방법과 지역사회 내에서 노인일자리에 대한 지역주민의 이해도를 높이는 방안을 배울 수 있었습니다.

음식을 잘 만드는 것도 중요하지만 사업의 안정적인 운영을 위해 비즈니스모델을 먼저 만들어야 한다는 것을 알게 된 소중한 시간이었습니다. 전문가의 조언 덕분에 충주 지역 내 다양한 거래처를 확보하기 위해 나아갈 수 있는 힘을 얻었습니다.

앞으로 담당자와 어르신들의 역량이 늘어난다면 지금보다 더 성장하는 노량도시락이 될 수 있을 거라 생각합니다. 또한 추후에 사업 운영에 또 다른 어려움이 발생해도 성장지원센터의 적극적인 도움으로 헤쳐 나아갈 수 있을 거라는 믿음도 생겼습니다.

박미영 팀장



이천시니어클럽 커피이룸

| 시장형사업단 |

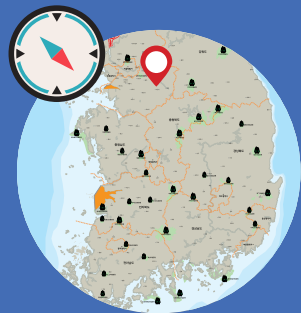
02

- 1 경영 분석
- 2 고객 확대
- 3 서비스 개선
- 4 메뉴 보강

지원계기

"사업에 대한 전반적인 조언과 도움이 필요해요"

이천시니어클럽에서는 지난 2020년 이천시립효양도서관 내에 시니어카페인 카페 오늘을 성공적으로 오픈한 바 있습니다. 카페 오늘을 원활하게 운영하면서 인기를 얻은 덕분에 이천시립도서관에서도 지하 폐업 상가에 대한 무상임대를 제안해왔습니다. 비어있는 매장은 외부업체에서 식당을 운영하다가 코로나19로 폐업해서 이용자가 식사나 음료를 해결하기 어려운 상황이었습니다. 저희는 도서관 이용자의 불편을 해소하고 지속가능한 노인일자리를 만들어 서로 상생할 수 있는 카페로 오픈하고 싶습니다. 이에 사업 초기, 비즈니스모델 컨설팅을 의뢰하게 되었습니다.



사업 유형 _ 비즈니스모델 컨설팅

이천시니어클럽 카페이름

대표자	김남규
설립년도	2023년
참여 근무자 수	12명
주요제품	카페 메뉴 및 분식류
소재지	경기도 이천시 설봉로81번길50 도서관 B1
담당자	임현옥 복지사

지원성과

지원성과

경영 분석 고객 확대 서비스 개선 메뉴 보강

- 새로운 장소에서 시작하는 신사업을 위한 경영 분석
- 상권 한계를 극복하고 손님 확대를 위한 방안 도출
- 바리스타 교육 등 경쟁력을 높이기 위한 서비스 개선
- 정확한 타겟을 위한 메뉴 보강

컨설팅 후
일 매출 달성액

17만 원

컨설팅 전
일 매출 목표액

15만 원

| 컨설팅분야

비즈니스모델 컨설팅

신규 카페 오픈 준비, 성공적으로 해내고 싶어요



도서관 내 시니어카페, 2호 성공에 도전하다

이천시립도서관은 산 중턱에 위치해 있어 도서관 이용자만 출입이 가능한 포켓상권이다. 인근에 매점이나 식당, 카페 등이 전혀 없기 때문에 도서관 이용자들은 도서관 내 상가를 이용할 수밖에 없다.

하지만 코로나19로 인해 이천시립도서관 내에 있던 식당이 폐점하면서 이후 계속 공실 상태였다. 도서관을 이용하는 시민들에게는 불편한 부분이었다.

“이천시니어클럽에서 이미 관내 다른 도서관에 카페를 오픈해서 성공한 사례가 있거든요. 그래서 이천시립도서관에서도 저희 이천시니어클럽에 노인일자리 사업을 하면 어떻겠냐는 조언을 해주었습니다. 도서관에서 적극적인 지원을 약속해준 터라, 저희 역시 노인일자리 사업을 할 수 있는 기회를 놓칠 수 없었죠. 그렇게 해서 이천시립도서관 내에 카페 오픈을 준비하게 되었습니다.”

외부 전문 컨설팅을 통해 새로운 사업에 대한 점검

이천시니어클럽은 개관 3년 만에 관내 시니어 카페를 세 곳이나 오픈하며 활발하게 운영하고 있다. 이처럼 이천시니어클럽의 탄탄한 노하우는 성장지원센터의 비즈니스모델 컨설팅과 더해져 시너지 효과를 발휘할 수 있었다.

“이미 시니어카페를 성공적으로 운영한 경력과 노하우는 충분하기 때문에 판매를 더 촉진할 수 있는 방법, 이용자를 만족시킬 수 있는 서비스 교육 등을 부탁드렸어요. 저희 시니어클럽 내부에서도 이런 교육이나 마케팅을 하고 있지만, 새롭게 카페를 오픈하는 만큼 외부 전문가의 전문적인 컨설팅을 듣고 싶었고요.”

이 같은 이천시니어클럽의 요청에 따라 컨설턴트는 경영에 대한 분석뿐 아니라 손님을 확대할 수 있는 방법, 서비스 경쟁력 개선점 등을 살폈다.

“컨설턴트는 전문가답게 저희 사업을 빠르게 이해하고 장점과 개선점을 파악해서 전달해 주었어요. 예를 들어 기존 시니어카페가 지닌 부정적인 인식을 타파하기 위해 여러 가지

노력을 한 점을 칭찬했고 스타벅스 바리스타 교육 참여 등 인적 자원에 적극적인 투자를 한 점도 높이 샀어요. 대신 어르신들이 도보로 출퇴근하기 어려운 점, 휴관이 월요일이라 매주 주말에 근무해야 하는 점은 추후 불만이 생길 수 있으므로 보상 플랜을 짜두는 게 좋다는 조언 등을 해주신 점이 좋았어요.”

사업 담당자의 열정, 사업 성공으로 이어지도록

이천시니어클럽은 무엇보다 컨설팅을 수용하고 활용하는 열정이 대단하다. 현장컨설팅에서도 적극적으로 면담에 참여해, 컨설턴트와 함께 카페 성공을 위한 방안을 모색했다.



“카페 초기 예산 가운데 저희가 가장 신경 쓴 부분이 양질의 우수한 재료를 사용한다는 점이었어요. 도서관 안에 있지만 고급 원두를 사용해야 고객 재방문을 늘릴 수 있거든요. 저렴한 가격으로 고품질의 서비스를 제공하면 충성고객은 당연히 생긴다는 것이 저희 원칙이에요. 컨설턴트 역시 그런 고객만족도가 꾸준한 매출로 이어질 것이라고 예상 해줬고요.”

이와 함께 이천시니어클럽에서는 인근 중학교와 고등학교 이용자를 대상으로 신메뉴를 개발하는 등 새로운 충성고객 확보에 노력하고 있다.

“저희 이천시니어클럽에서는 어르신 참여자들에게 서비스 교육뿐 아니라 소양 교육, 직무 교육, 안전 교육도 꼼꼼히 해드리고 있어요. 외부업체 강사를 초빙한 교육도 준비하고 있고요. 특히 도서관에 위치한 카페이기 때문에 안전 보건 교육은 필수라고 생각

해요. 앞으로 성과 보상 인센티브 등을 준비해 어르신들이 만족할 만한 공정한 운영을 하는 것이 목표예요.”

도서관과 함께 상생하는, 카페이룸이 되길

2023년 2월에 오픈한 카페이룸은 현재 아메리카노, 라떼 등의 커피 음료 외에도 라면이나 볶음밥, 과자 등 식사와 간식까지 판매하고 있다.

“이곳 카페이룸에는 다른 카페들에는 없는 식사 메뉴를 넣었어요. 인근에 식당이나 매점이 없기 때문에 도서관에서 공부를 하거나 오래 머무는 분들을 위해 이런 메뉴들은 불가피했어요. 여기에 더 추가해서 앞으로 간단한 식사가 되는 메뉴를 더 추가하기 위해 주방 설치를 진행하는 중입니다. 하반기부터는 시니어 바리스타님들이 간단하게 조리할 수 있는 메뉴가 추가될 예정이에요.”

앞으로도 카페이룸은 도서관 이용자의 욕구를 충족하면서도 참여 어르신의 자존감을 고취시키는 활동을 계속 할 것이다. 특히 어르신 누구나 일하고 싶고, 미래를 함께 꿈꾸고 싶은 매장으로 가꾸어 나가는 데 최선을 다하고자 한다.



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“지역사회와 어우러지는 비즈니스 컨설팅에 만족합니다”

카페이름 사업을 시작하면서 부족한 초기 세팅 비용과 카페 사업단의 한정적 메뉴로 고민이 컸습니다. 비즈니스모델 컨설팅을 통해 카페이름이 가진 장점을 캐치할 수 있었고, 덕분에 메뉴 구성과 매장 운영 관리 기틀을 마련할 수 있었습니다.

더불어 도서관 이용객의 불편함을 해소하고 만족도를 높여 지역사회 내에서 인정받으며 화합하는 시니어카페로 가꾸어 나갈 수 있는 방안을 배웠습니다.

앞으로 담당자와 어르신의 역량이 늘어간다면 더욱 완벽한 퀄리티의 커피·음료와 다양한 식사메뉴를 준비해 인정받고 응원받는 매점·카페가 될 수 있리라 기대됩니다.

조은선 대리

부천시오정노인복지관 늘해랑만두

| 시장형사업단 |

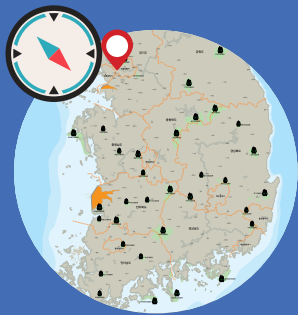
03

- 1 메뉴 점검
- 2 메뉴 개발
- 3 레시피 교육
- 4 차별성 강화

지원계기

"새로운 매장에 맞는 사업 점검,
어떤 메뉴가 매출을 올릴 수 있을까요?"

부천시오정노인복지관에서는 시장형사업으로 늘해랑만두 사업을 출발하고
어르신 참여자분들과 그동안 각종 만두와 만둣국, 국수, 냉면 등을
판매해 왔습니다. 그러다 올해 늘해랑만두가 새로운 매장으로 이전하게
되면서 바뀐 상권에 맞춰, 기존 메뉴 운영에 대해 고민을 하게
되었습니다. 하지만 사업단 인력으로는 상권 분석을 하고 그에 맞는
메뉴를 선정하는 것이 쉽지 않았고, 특히 매출 향상 부분까지 함께
고려해야 하는 부분이므로 전문가의 도움이 더욱 필요한 상황이라
생각하게 되었습니다. 이에 성장지원센터 현장 컨설팅에 전문가 지원을
요청하게 되었습니다.



사업 유형 _ 창업준비

부천시오정노인복지관 늘해랑만두

대표자 | 황성애

설립년도 | 2012년

참여 근무자 수 | 14명

주요제품 | 만두

소재지 | 부천시 오정로 208 1층

담당자 | 전연재 사회복지사

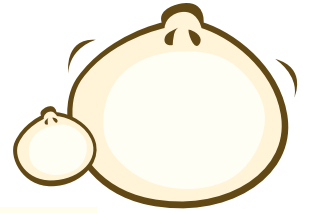
지원성과

지원성과

메뉴 점검
메뉴 개발
레시피 교육
차별성 강화

- 매장 이전에 따른 기존 메뉴 점검
- 참여자 노동 강도에 따른 메뉴 선정
- 메뉴 개발과 참여자 레시피 교육
- '수제'라는 단어를 넣어 차별성 강화



| 컨설팅분야
창업준비매장 이전에 맞춰
상권에 맞는
메뉴 개발을 하고
싶어요

늘해랑 만두의 시작, 즐거운 일자리 만들기

부천시오정노인복지관에서는 시장형사업단을 시작하는 초기, “어떤 사업을 해야 어르신들이 즐겁게 임할 수 있을까?”와 “지역 시장의 소비 활동에 도움을 주는 사업에는 무엇이 있을까?”에 집중했다. 어르신들과 함께 많은 이야기를 나누면서 사업단은 어르신들이 본인의 요리에 대한 즐거움과 손맛에 대한 자부심이 남다르다는 것을 알게 되었다.

“단지 ‘내가 한때는 요리 좀 했지’ 정도의 수준이 아니라 ‘지금도 내 손맛이 좋기 때문에 누군가가 내 요리를 먹고 행복했으면 좋겠다’는 바람과 자부심이 있다는 것을 느꼈습니다. 이런 어르신들의 즐거움을 실현해 드릴 수 있는 일자리를 고민하던 끝에 만두를 생각했습니다. 어르신들의 손맛으로 만두를 직접 빚어 팔아보자고 생각하고 늘해랑만두 사업을 시작하게 되었습니다.”

사업단은 여러 가지 분식 메뉴 중에 만두를 주력 메뉴로 결정하고, ‘해처럼 밝고 건강하다’라는 뜻으로 ‘늘해랑’이란 이름을 붙여 ‘늘해랑만두’를 출발했다.

지금까지 늘해랑만두는 시장형사업으로 취지에 맞게, 지역사회의 재래시장에서 수급한 신선하고 품질 좋은 재료를 사용해 지역주민에게 저렴한 가격으로 건강한 음식을 제공해 왔다. 덕분에 지역주민에게 많은 사랑을 받으면서 안정적인 운영을 해왔다. 하지만 코로나 19로 늘해랑만두에도 한파가 불어 닥쳤다.

“초창기에는 경기도노인일자리 사회활동지원사업으로 보조금을 지원받았기 때문에 늘해랑만두는 품질 높은 수제만두를 저렴하게 제공할 수 있어 시장 경쟁에도 유리한 입장이었습니다. 하지만 코로나19가 발생하고 사회적 거리두기가 장기화되면서 매출이 뚝 떨어지기 시작했습니다. 타격은 날로 심화되는데, 인건비와 각종 세금 등은 고정비로 계속 지출해야 하는 상황이었습니다. 경기도노인일자리사업으로 보조비를 받고 있어도 매장 운영은 점점 어려워졌습니다.”

새로운 매장으로 이전,
전문 컨설팅이 필요하다

늘해랑만두 사업단은 장기적인 경기 불황을 극복하고자 꾸준히 자체적으로 신메뉴 개발을 하고 주기적인 홍보와 이벤트를 진행해 보기도 했다. 하지만 상황은 좀처럼 나아지지 않았다. 그러다 2023년 1월, 10여 년 동안 늘해랑만두를 운영해왔던 원종동 매장을 떠나야 하는 상황에 직면했다.

늘해랑만두 사업단은 새로운 장소에서 다시 매장을 시작하면서 본격적인 컨설팅이 필요함을 느꼈다. 마침 경기도노인일자리사업에 대한 지원으로 시장형사업단을 위한 전문가 컨설팅 지원이 있다는 것을 알게 되었고, 성장지원센터의 현장컨설팅을 의뢰하게 되었다.



“전문가가 방문해서 지금까지 늘해랑만두에서 만들고 있던 주메뉴인 만두를 시식하고 매장의 전반적인 운영 상황에 대한 내용을 경청했어요. 그리고 새 매장을 위해서 만두의 맛을 개선하고 식사 메뉴에 대한 레시피 보강, 판매 가격 조정 등을 함께 이야기 나눴어요. 특히 노인일자리 사업 참여자들의 체력을 감안해 노동 강도까지 고려한 세심한 컨설팅을 진행해 주신 점이 인상적이었어요.”

기존 메뉴 개선과 신메뉴 개발 공유



현장 컨설팅 1주 차에는 개선 사항에 대한 계획을 주로 했다면, 2주 차에는 컨설턴트가 한 주 간 연구해 온 새로운 레시피로 만든 고기 반죽을 참여자들과 함께 만들어보는 시간을 가졌다.

“전문가가 연구해온 레시피대로 참여자들이 배워보는 시간도 좋았지만, 실제 그렇게 진행해 봄으로써 어르신들의 노동 강도를 직접 느끼고 또 들을 수 있는 시간이 함께 진행될 수 있었어요.”

3주 차에는 고기만두에 이어 김치만두도 컨설턴트가 제시하는 수정된 레시피로 만들어 보았고, 참여자들과 함께 떡만둣국, 제육덮밥, 잔치국수, 비빔국수 등을 조리해 보았다. 특히 판매가 부진했던 불닭만두의 판매 증진을 위해 새로운 종류의 닭갈비지짐 만두를 만들어보고, 해장만둣국에는 부재료인 얼갈이에 양념을 추가해 더욱 진한 맛을 낼 수 있게 되었다.

“닭갈비지짐만두는 기존 군만두와 맛이 비슷해 신메뉴로 출시되지는 않았지만 메뉴 개발을 다각도로 할 수 있는 방법을 안내받아 사업을 운영하는 담당자로서 도움이 되었어요. 또 세트 메뉴 등 다양한 메뉴 활용안을 제안해 주셔서 좋았습니다.”

꾸준한 레시피 유지와 홍보 방법도 고민할 터

늘해랑만두 사업단 전연재 복지사는 이번 현장컨설팅을 통해 어떻게 하면 시장형사업의 장점을 더 널리 알릴 수 있는지에 대해서도 앞으로 더 다양하게 고민할 수 있게 되었다.

“어르신들이 직접 손으로 만드는 만두라는 점을 강조해 메뉴에 ‘수제’라는 단어를 추가하기로 했어요. 그리고 ‘수제’라는 단어를 넣어서 현수막도 제작하기로 했고요. 당연하고 간단한 내용이지만 미처 생각하지 못했는데, 이런 작은 부분으로 저희 사업을 차별화시킬 수 있다는 것을 이번 컨설팅으로 깨닫게 되었어요.”

늘해랑만두는 컨설팅이 끝난 뒤에도 참여자를 대상으로 한 서비스 및 레시피 유지 교육에 힘쓰고 있다.

“저희는 노인일자리사업이라는 점에서 우선 어르신들이 안전하고 나은 환경에서 일하는 게 최우선이고요. 또 노후 생활을 활기차게 해드리는 데 노력하고 있어요. 더불어 어르신들이 참여하는 이런 일자리가 지역사회에도 긍정적인 영향을 미친다면 더할 나위 없는 성과이고요.”

전연재 복지사는 매장을 옮기고 새로운 메뉴를 추가한 만큼 앞으로 더 ‘밝고 건강한’ 늘해랑만두 사업을 운영하겠다는 포부를 남겼다.



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“시장형사업단 운영, 전문가의 노하우를 전수 받았습니다”

노인일자리는 정부에서 보조금을 받아 운영을 하기 때문에 일반적인 개인사업자보다는 운영에 대한 어려움이 적다고 생각합니다. 그럼에도 불구하고 시장형사업단은 어쩔 수 없이 매출에 대한 고민이 생길 수밖에 없습니다.

게다가 늘해랑만두의 주 메뉴는 만두이기 때문에 계절이나 날씨에 영향을 많이 받아서, 특히 여름에는 매출에 대한 부담이 더 크게 다가오곤 합니다.

이러한 이유로 계절에 상관없이 매출을 향상시키기 위해 식사 메뉴 개발에 대한 노력을 꾸준히 해오고 있었습니다. 신메뉴 개발에만 급급하여 먼저 선행되어야 할 기존 메뉴들의 레시피 유지를 위한 노력은 상대적으로 덜한 게 사실인데 그렇기 때문에 이번 현장컨설팅으로 배운 게 많았습니다.

특히 어르신들의 노동 강도를 생각하여 레시피를 수정한다는 생각을 하지 못했던 점과 어르신들이 직접 만드시는 만두의 특성을 살린 '수제'라는 점을 강조하여 홍보하지 못한 것에 대해 '어르신들의 일자리를 위해 노력할 수 있는 방법'에는 아직도 미처 생각하지 못한 다양한 것들이 더 있을 수도 있겠구나' 하며 생각을 전환하는 시간이 되기도 했습니다.

또한 시장형사업단의 담당자로서 나름대로 시간을 들여 재료비와 기타 정기 지출 비용을 계산하여 판매 가격을 조정하였지만, 전문가가 아니기 때문에 이러한 판매 가격이 적당인가에 대해 의구심도 있었습니다. 이번 컨설팅을 통해 판매 가격을 설정하는 방법에 대한 궁금증도 해결할 수 있어 앞으로 사업단을 운영하는 데 큰 도움이 될 것 같습니다.

전연재 사회복지사

계룡시니어클럽 노랑매점

| 시장형사업단 |

04

- 1 신사업 준비
- 2 메뉴 개발
- 3 레시피 교육
- 4 임대료 절약

지원계기

"다른 두 사업을 하나의 매장에서
어떻게 운영해야 할까요?"



계룡시니어클럽의 시장형사업장인 노랑매점은 트레일러형 카페로 운영하다가 갑자기 영업장을 옮겨야 하는 상황에 직면하게 되었습니다. 트레일러가 아닌 매장을 찾다보니 임대료의 부담이 커서 고민을 하던 중, 다른 시장형사업인 땡길때면에서도 새로운 매장이 필요한 시기라 두 사업이 샵앤샵 개념으로 합치기로 했는데 어떻게 시작해야 할지 앞이 캄캄합니다. 두 사업이 하나의 매장에서 각기 다른 메뉴를 어떻게 운영해야 할까요? 메뉴 준비에서 작업장 레이아웃까지 처음부터 하나하나 도움을 받고 싶습니다.



사업 유형 _ 창업준비

계룡시니어클럽 노랑매점

대표자 | 유인화

설립년도 | 2020년

참여 근무자 수 | 20명

주요제품 | 분식

소재지 | 계룡시 엄사면 번영5길 15-1

담당자 | 행정자 팀장

지원성과

지원성과

- 인테리어에 앞서 작업장 레이아웃 설계
- 메뉴 결정과 레시피 교육으로 안정적인 창업 준비
- 철저한 위생교육으로 오픈주방 매장의 고객 신뢰 상승
- 임대료와 매장 운영비 절감

신사업 준비
메뉴 개발
레시피 교육
임대료 절약



| 컨설팅분야
창업준비두 매장을 합친
삼안삼 창업,
어떻게 해야 할지
도움이 필요해요

트레일러 카페 노랑매점, 분리하고 두 곳으로 운영

계룡시에 노인일자리 전담기관으로 계룡시니어클럽이 개관하기 전, 이전 수행기관에서 시장형사업으로 일반음식점인 '땡길때면'과 트레일러를 이용한 '카페'를 운영하고 있었다. 그러다가 2019년 7월, 계룡시니어클럽이 개관하면서 '땡길때면'이 계룡시니어클럽으로 이관되었다.

다음 해인 2020년, 계룡시니어클럽에서는 시장형사업으로 신규 매장형 카페 '노랑카페(매점)' 개점을 준비하게 되었다. 그러던 중, 3월에 이전 수행기관으로부터 트레일러를 이용한 '카페'도 이관되어 함께 운영하게 되었다.

2021년이 되자 '노랑카페(매점)'는 사업단을 분리하였는데 기존의 매장형 카페는 '노랑카페' 사업단으로 하고, 트레일러를 이용한 카페는 '노랑매점'이라는 이름으로 사업단으로 나누었다.

이처럼 카페를 나누어 운영하다가 노랑매점 사업단이 트레일러를 한 대 더 구입하면서 기존의 트레일러는 지역 내 복지관에서, 신규 구입한 트레일러는 두마면사무소에서 운영을 하게 되었다. 다음 해인 2022년에 사업의 효율적인 운영을 위해 두마면사무소 노랑매점은 '노랑트레일러' 사업단으로 분리했고, '노랑매점' 사업은 기존 영업장소에서 계속 운영을 이어나갔다.

땡길때면과 노랑매점,
한 매장으로 합쳐지다

이처럼 트레일러 카페를 운영해 나가던 중, 노랑매점 사업단에게 올해 예상치 못한 소식이 들려왔다. 기존 영업장소에서 트레일러를 이용한 영업을 더 이상 할 수 없다는 내용이었다. “갑자기 노랑매점을 할 수 없게 되는 상황이 와서, 어르신들은 일자리를 잃게 되는 거잖아요. 그래서 트레일러를 옮겨서 영업할 장소를 계속 찾았는데 상황이 여의치 않았어요. 할 수 없이 트레일러를 포기하고 임대 매장을 알아보기 시작했는데 중심가는 임대료가 비싸고 외곽진 곳은 유동인구가 없어서 카페 매장을 더는 유지하기 힘들겠다는 결론을 내렸어요. 그래서 카페 매장 대신 일반음식점으로 업종을 전환하기로 했습니다.”

노랑매점 사업단이 음식점 사업을 시작하기 위해 영업장을 찾던 중에, 또 다른 시장형사업인 땡길때면 사업 역시 2023년에 임대 만기를 앞두고 있어 두 사업이 같이 임대를 하면 좋겠다는 의견이 나왔다.



“음식점인 땡길때면은 14년째 같은 영업장에서 사업을 하고 있었어요. 그러다 보니 아무래도 시설과 설비 노후화로 매년 수리비가 늘 수밖에 없었고요. 또 주변에 신규 업체가 많아져서 경쟁이 거세진 바람에 입지 메리트도 없어졌어요. 그래서 두 사업을 합치기로 했는데 막상 같은 곳에서 서로 다른 매장을 하자니 고민거리가 많았죠. 땡길때면은 레시피 수정과 메뉴 조정이 필요하고, 노랑매점은 아예 새로운 사업을 하는 셈이라 두 매장을 합쳤을 때 어떻게 해야 효율적일지 고민이 되었어요. 그래서 성장지원센터의 현장컨설팅에 도움을 청하게 되었습니다.”

새로운 출발, 창업 준비를 돕는 컨설팅

노랑매점 사업 담당자인 황정자 복지사는 성장지원센터와 상담을 통해, “업종과 영업 형태가 완전히 다른 방향으로 전환된 것이므로 창업 준비 컨설팅을 받는 게 좋겠다.”는 조언을 들을 수 있었다. 그리고 땡길때면과 노랑매점이 상생해야 하기 때문에 레시피와 메뉴 점검 등을 겸한 기술 인증 컨설팅도 함께 진행하기로 했다.

“트레일러를 이전할 장소를 찾다가 사업 방향이 달라지는 등 시간이 너무 오래 걸리는 바람에 사업 개시일이 점점 늦어지고 있었어요. 더 이상 늦어지면 안 되는 상황에서 현장컨설팅 전문가가 신속하게 개입해서 상황 정리를 도와주었어요. 우선 사업에 맞는 작업장 레이아웃을 정해주고 메뉴 선정과 비품 및 조리도구 배치 등 세세한 것을 다 알려주었고요. 메뉴에 따른 재료 구입이나 조리 과정 등 하나부터 열까지 컨설팅의 도움이 곳곳에 들어갔어요.”

특히 황정자 복지사는 컨설팅을 통해 메뉴를 정하는 과정에서 처음에는 인근 초등학교와 중학교, 도서관을 염두에 두고 학생 대상 간식으로 방향을 잡았다가 면사무소와 주민자치센터, 보훈회관 등 직장인 대상 점심메뉴로 방향을 바꾸면서 많은 시간이 걸렸는데 컨설팅 덕분에 중심을 잃지 않고 상황을 잘 헤쳐 나갈 수 있었다고 말한다.



두 매장이 합쳐진 샵앤샵, 난관 딛고 오픈하다

계룡시니어클럽에서도 두 시장형사업단이 좁은 한 공간에서 영업하는 샵앤샵 형태는 처음 오픈했다. 만약 효율적인 동선을 처음부터 짜지 않았다면 무리한 시도였을 것이다. 백지와 같은 막막한 상황에서 컨설팅은 구세주였다.

“땡길때면은 주메뉴가 밥과 국수이고 노랑매점은 돈가스와 쫄면, 만두 등이예요. 두 사업단의 메뉴가 서로 겹치지 않기 때문에 고객 입장에서는 한 장소에서 두 가지 스타일의 음식을 맛볼 수 있다는 장점이 있어요. 특히 새로운 매장은 오픈주방으로 꾸몄는데, 오픈 전 참여자들 대상으로 철저한 위생 교육을 했기 때문에 찾아온 고객에게 청결하고 안심할 수 있는 음식점이라는 인상을 주고 있다는 게 흡족해요.”

노랑매점은 1인 1트레이에 예쁜 도자기 그릇으로 한상 대접 받는다는 느낌을 주면서도 합리적인 가격이라 고객들에게 만족감을 주고 있다. 또 두 매장이 합쳐짐으로써 다양한 고객을 유치하면서도 임대료와 운영비를 줄이고 홍보는 시너지 효과가 나기 때문에 매출도 안정적으로 나오고 있다.

“지금은 점심시간대만 영업을 하고 있는데, 여러 고객분들이 저녁과 주말에도 영업을 해 달라고 요청해요. 이런 인기와 신뢰가 매출로 잘 이어져서 임대료와 인건비, 재료비 등이 부족함 없이 원활하게 돌아가는 날을 고대하고 있어요.”



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“음식점 창업에 대한 여러 가지 준비, 하나부터 열까지 다 컨설팅으로 배웠습니다”

카페 사업에서 갑자기 일반음식점으로 업종을 변경하고 무엇을 어떻게 팔 것인가 방향을 정하는 데 너무도 고려해야 할 사항이 많았습니다. 처음에 사업을 구상할 때는 희망에 차 있고 잘 될 것 같았는데, 막상 진행하다 보니 고민이 한두 가지가 아니었습니다.

한 사업이 아니라 샵앤샵이니 두 사업 모두 성공해야 하는데, 그럼 어떻게 해야 할까? 매장 안에 세팅은 어떻게 할 것이며 작업 도구는 뭘 사며 어디에 어떻게 배치할까? 창업 준비는 너무도 막막하고 막연했습니다.

지푸라기라도 있으면 잡고 싶었던 순간에, 성장지원센터 컨설팅을 신청하고 얼마나 든든했는지 모릅니다. 컨설팅을 받으면서 막막하던 것이 거둬지고 조금씩 그림이 그려졌습니다.

컨설팅을 바탕으로 우리의 색을 입혔으며 지금 현재까지는 매장 운영이 잘 되고 있습니다. 특히 고객의 만족도가 높아 지금처럼 계속 입소문이 나면 올해 보다 내년의 매출이 더 오를 것으로 기대됩니다. 시장형사업단을 위해 기뻐 언덕을 만들어주셔서 감사했습니다.

황정자 팀장



삼척시니어클럽 척주명과

05

- 1 위생 교육
- 2 HACCP 인증 통과
- 3 고객 신뢰 향상

지원계기

"HACCP 인증을 받으려고 하는데
관련 준비가 너무 어려워요"



삼척시니어클럽에서는 2020년 노인일자리사업과 지역특산물 생산을
연계하는 사업을 하기 위해 삼척청명약과 사업단을 설립하고

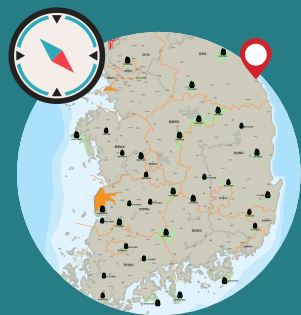
'왕기약과' 라는 제품 브랜드를 개발했습니다.

제품이 지역특산품으로 알려지면서 2022년 '기운내바' 라는 영양강정
브랜드를 추가로 개발하고 제품 다양화에 맞춰 상호도 척주명가로

개명하면서 사업장도 확장하게 되었습니다. 식품 제조 가공업 영업을

위해 HACCP 인증을 받아야 하는데 자체 인력으로는 진행하기 어려워

현장컨설팅을 의뢰하게 되었습니다.



사업 유형 _ 기술인증

삼척시니어클럽 척주명과

대표자 | 김성래

설립년도 | 2020년

참여 근무자 수 | 13명

주요제품 | 한과(왕기약과, 기운내바)

소재지 | 강원도 삼척시 진주로 12-21, A동 241호

담당자 | 이용선 단장

지원성과

지원성과

- HACCP 인증을 위한 프로세스 진행
- HACCP 인증에 필요한 위생 교육 진행
- HACCP 인증 한 번에 적합 판정
- 안전하고 건강한 식품을 제공하는 업체라는
신뢰 확보

위생 교육

HACCP 인증 통과

고객 신뢰 향상



| 컨설팅분야
기술인증

노인일자리사업 확장 위해 HACCP 인증이 필요합니다



HACCP

Hazard Analysis
Critical Control
Points

전통을 간직한 삼척 약과, 노인일자리와 만나다

‘왕기약과’라는 브랜드는 고려 시대 삼척 준경묘·영경묘(사적제524호)에서 지내는 청명제 때 대표 제물로 올리던 전통약과를 새롭게 상품화한 것이다.

약과를 노인일자리 사업과 연계한 것은 여러 공정을 거치고 손이 많이 가기 때문에 어르신들 일거리로 오히려 적격이라는 판단에서였다. 왕기약과라는 이름은 조선왕조 태동지인 삼척에서 빚었기 때문에 왕의 기운을 받는다는 의미를 담고 있다. 몸에 좋은 제품을 만들기 위해 삼척산 콩과 야생화 꿀을 넣고 장뇌삼, 대추고, 유자청, 잣 등을 넣은 것이 특징이다.

이처럼 어르신들이 공을 들여 만든 왕기약과는 시장에 나오자마자 반응이 좋았다. 관내 대규모 숙박업체에 납품 계약을 체결하였고, 우체국 온라인 쇼핑몰에도 입점하였으며 삼척물 등 지역 쇼핑몰을 비롯해 관내 주요 관광지에도 판매망을 구축했다. 왕기약과의 이름이 어느 정도 알려지자 삼척청명약과는 새로운 메뉴에 대한 고민에 나섰다. 단일품목으로는 노인일자리 사업을 충분히 꾸려나갈 수익 창출에 한계가 있기 때문이었다.

그래서 2022년, 삼척청명약과는 성장지원센터 현장컨설팅을 통해 ‘기운내바’라는 영양강정 브랜드를 추가로 개발했다. 젊은 MZ세대를 고객으로 끌어올 수 있는 제품으로 적합하다는 판단에서였다.

어려운 HACCP 인증,
컨설팅을 신청하다



기운내바는 어린이부터 어르신까지 한 끼 식사대용으로 간편하게 영양을 챙길 수 있는 오곡 에너지바이다. 간에 좋다는 귀리·보리·해바라기씨, 심장에 좋은 크랜베리·아몬드·호박씨·조청, 위장에 좋은 쌀, 신장에 좋은 검은콩을 에너지바 재료로 넣었다.

이처럼 새로운 제품을 개발한 뒤, 한국노인인력개발원 공모사업에 도전하여 재도약지원사업비 5천만 원을 지원받아 시설도 더 넓은 곳으로 이전할 수 있었다. 기존 상호가 약과에 맞춰져 있었으므로 상호도 ‘척주명과’로 이름을 바꾸고 한과 전문업체로 거듭날 준비를 시작했다.

하지만 척주명과는 여기서 또 한 번 벽을 만났다. 식품 제조 가공업 영업을 하기 위해서 필수적으로 필요한 HACCP 인증 절차를 진행하는 게 쉽지 않은 탓이었다.



“시장형사업단 인력으로 HACCP 인증을 받기는 현실적으로 어려운 일이었습니다. 기운 내바 제품을 개발할 때도 현장컨설팅의 도움이 컸기에 이번에도 다시 한 번 현장컨설팅을 신청했습니다. 다행히 기술 지원을 해줄 컨설턴트가 서울에서 삼척까지 와줘 HACCP 인증을 위한 준비를 시작할 수 있었습니다.”

HACCP 인증을 위한 꼼꼼한 검사 등 진행

척주명과 이용선 단장은 2023년 2월, 전문 컨설턴트와 HACCP 인증을 위한 면담을 가질 수 있었다. 컨설턴트는 HACCP 인증을 위해 작업장 내부 공사의 현황부터 파악했다. 공사 현장에서 전선이 내려온 구멍에 필요한 마감 등 현장을 꼼꼼히 살펴 이용선 단장에게 전달했다. 또한 HACCP 인증을 거치기 위해 왕기약과와 기운내바 두 제품의 사용 원료를 확인하고 제조 공정도 면밀히 살폈다.

“저희는 원료와 공정에 위해분석을 어떻게 해야 하는지도 몰랐는데 전문가가 와서 그런 부분을 체크해주니까 안심되었죠. 가열온도 같은 부분도 한계기준을 확인해주고 모든 장비에 금속 검출에 대한 부분도 모니터링 방법을 세밀하게 알려주었습니다.”

이와 함께 컨설턴트는 HACCP 인증을 위한 소규모 HACCP기준서 초안을 작성해주었다. 인증에 필요한 서류 등을 체크해서 미흡한 부분은 갖출 수 있도록 안내했고 작업자에 대해서도 올바른 손 세척 방법이나 위생복 착용 방법 등을 교육해주었다. HACCP 평가시 위생교육수료증이 필요하기 때문에 이를 위한 위생교육을 진행해준 것이다.

“HACCP 인증을 받기 위한 준비를 안내 받으면서, 이렇게 복잡한 준비를 해야 하는구나 다시 한 번 놀랐습니다. 꼭 필요한 HACCP기준서를 위한 준비였기에 어렵고 힘들었지만 컨설턴트를 믿고 하나하나 차근차근 준비했습니다.”



HACCP 신청, 단번에 '적합' 판정

척주명과는 여러 차례 컨설팅을 거쳐 HACCP 인증을 위한 진행 상황을 점검받았다. 그리고 드디어 8월 1일, 한국식품안전관리인증원에 모든 서류를 갖춘 정식 HACCP 인증신청서를 제출할 수 있었다. 그동안 미비한 부분을 세심하게 보완하여 심사에 임한 결과 단번에 '적합'이라는 판정이 내려졌다. 컨설팅을 시작하고 6개월 만에 얻어낸 결과였다.

“성장지원센터의 현장 컨설팅 덕분에 HACCP 인증 심사에서 한 번에 적합 판정을 받을 수 있었습니다. 이제 척주명과는 소비자에게 안전하고 건강한 식품을 제공할 수 있는 시설을 갖춘 업체라는 신뢰를 얻게 되었습니다.”

HACCP기준서를 갖춤으로써 척주명과는 기존의 식품 즉석판매업 신고업체에서는 불가능했던 유통 판매 영역으로 대폭 확장할 수 있게 되었다. 이에 앞으로 대형유통업체와 온라인 쇼핑몰 그리고 학교급식 등 수요처를 확충하여 척주명과 사업의 매출을 꾸준히 신장해 나갈 계획이다.



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“험난하고 고된 HACCP 인증 취득, 이제 명품을 만들도록 노력하겠습니다”

‘척주명과’라는 상호는 삼척시의 옛 지명인 ‘척주(陟州)’와 맛있고 이름난 과자라는 뜻을 지닌 ‘명과(名菓)’를 써서 탄생한 것입니다. 상호에서부터 제품명에 이르기까지 모두 좋은 재료를 엄선하여 건강한 명품을 만들어내겠다는 의지를 가득 담았습니다.

하지만 의욕을 앞세워 시작했던 식품 제조가공업은 시설에서부터 HACCP 인증을 취득하기까지 너무나 멀고도 험한 과정이었습니다. 그래도 다행히 현장 컨설팅 덕분에 이 모든 어려움을 극복할 수 있었습니다.

앞으로 척주명과에서 만드는 제품을 모두가 즐겨 찾는 지역 명품으로 등극시키고 저희 사업에 참여하는 어르신들께도 일하는 즐거움과 높은 수익으로 행복한 노후를 보장하는 데 기여할 수 있도록 노력하겠습니다. 큰 도움 주신 성장지원 센터에 다시 한 번 깊이 감사드립니다.

이용선 단장

명품한과
제조판매



척주명과

오산시니어클럽 카페 손수

| 시장형사업단 |

06

- 1 신메뉴 개발
- 2 레시피 교육
- 3 매출 상승
- 4 마케팅 확대

지원계기

"카페 매출을 올릴 신메뉴, 어떻게 개발해야 할까요?"

오산시니어클럽의 시장형사업장인 카페 손수에서는 자체적으로 명물빵이라는 메뉴를 개발하여 판매 중이었습니다. 하지만 유동인구가 거의 없는 지역에 카페가 위치해 있다 보니 카페 매출을 올리기가 쉽지 않았습니다. 명물빵의 호응을 지켜보면서 카페 손수 사업단은 카페 매출을 올리려면 새로운 메뉴가 더 필요하다는 결론을 내렸습니다. 이런 부분에 도움을 줄 전문가의 지원이 필요하다는 생각을 하던 중, 다행히 성장지원센터에서 다양한 컨설팅을 지원 받을 수 있다는 것을 알게 되었습니다. 신메뉴 개발을 도와줄 전문가를 부탁드립니다.



사업 유형 _ 기술인증

오산시니어클럽 카페 손수

대표자	전일광
설립년도	2022년
참여 근무자 수	14명
주요제품	커피, 음료, 명물빵, 호두정과
소재지	경기도 오산시 경기대로 636번길 13
담당자	김선희 사회복지사

지원성과

지원성과

신메뉴 개발
레시피 교육
매출 상승
마케팅 확대

- 매출 향상을 위한 신메뉴 개발
- 전문가의 레시피 교육
- 호두정과 인기로 매출 상승
- 답례품 세트 등 마케팅 확대



| 컨설팅분야
기술인증

카페 매출을 올리기 위한 신규 메뉴 개발을 도와주세요



유동인구 적은 지역, 매출 올리기 방안 돌입

오산시니어클럽에서는 2022년 1월 1일, 노인일자리 및 사회활동지원사업 운영을 위해 18개 사업단을 시작했다. 그 가운데 한 사업인 카페 손수는 오산시니어클럽을 설립하면서 건물 내에 카페를 운영하는 데 필요한 시설과 기자재를 지원 받아 오픈할 수 있었다.

2022년 3월 2일에 개점한 이후, 카페 손수는 자체적으로 명물빵이라는 메뉴를 개발하여 판매하면서 손님들로부터 좋은 반응을 얻고 있었다. 명물빵은 오산시 대표 캐릭터 까산이와 수달이를 형상화한 빵으로, 빵틀을 제작하고 레시피까지 자체적으로 만든 카페 손수의 대표 메뉴이자 인기 메뉴로 자리 잡았다. 하지만 문제는 유동인구가 적은 곳에 오산시니어클럽이 위치해있어, 카페를 이용하는 손님이 많지 않다는 점이다. 주로 사무실 직원들이 이용하다 보니 매출이 쉽게 오르지 않았다.

이에 카페 손수 사업단에서는 매출을 올리기 위한 방법을 고민하기 시작했고, 그 중에 가장 적합한 방법으로 나온 것이 '신메뉴 개발'이었다.

“오산시니어클럽 시장형사업은 카페 손수 외에도 6군데가 더 있어요. 모두 실버카페이고 베이커리를 사이드 메뉴로 판매하고 있는데 냉동제품을 구입해서 판매하는 식으로 운영 중이에요. 그래서 저희는 카페 손수에서 베이커리를 만들어 6군데 실버카페에 신선한 베이커리를 납품하면 매출을 올릴 수 있겠다고 생각했습니다.”

어르신들이 쉽게 만들고 오래 보관도 가능한 메뉴

카페 손수 사업단의 김선희 복지사는 현장컨설팅을 통해, 예상치 못한 소식을 듣게 되었다. 카페 손수가 보유하고 있는 즉석식품제조가공업 영업신고증으로는 다른 실버카페에 베이커리를 판매할 수 없다는 것이다.

“다른 카페에 판매하려는 부분은 안 되지만, 기존 메뉴를 보강하고 신메뉴를 개발할 수 있도록 도와주기로 하고 컨설턴트가 방문했어요. 먼저 저희 카페의 제과제빵 장비와 도구를 파악하고 카페에서 일하는 어르신들이 쉽게 만들면서도 보관에 어려움이 없는 제품을 선정하자고 했죠.”

김선희 복지사는 컨설턴트와 첫날 면담을 통해 새로 개발한 메뉴에 대해 카페 손수 사업단이 원하는 내용을 전달하면서 서로 메뉴 협의를 해나갔다.



“처음에 저희는 다른 시니어카페에 팔 수 있는 메뉴를 고민했기 때문에 이미 6곳 실버 카페에 사이드 메뉴로 판매 중인 소금빵, 마들렌, 휘낭시에 등을 저희 신메뉴로 하면 어떨까 하고 생각했어요. 그런데 다른 곳에 판매할 수 없다고 하니, 오로지 저희 카페 손수에서 판매할 수 있는 메뉴로 집중하게 되었죠. 컨설턴트는 어르신들에게 친숙하면서도 만드는 과정이 쉽고 장기간 보관이 되는 호두정과를 추천했어요. 또 카페에서 누구나 취향에 맞게 골라먹을 수 있는 한입쿠키까지 제조법을 전수해주기로 했죠.”

그렇게 해서 카페 손수는 신메뉴 개발이라는 기술인증 컨설팅을 시작하게 되었다. 신메뉴 개발 컨설팅은 호두정과와 한입 쿠키 제조 과정을 어르신들에게 전수하는 시간으로 이뤄졌고, 이 과정에서 만든 호두정과를 참여 어르신과 오산시니어클럽 직원들이 고급스럽고 새로운 맛이라는 평을 해주었다.



기존 명물빵의 변화, 추가 개발도 의논

카페 손수는 신메뉴 개발 컨설팅에 이어, 이후 명물빵 레시피 개선에 대한 컨설팅을 추가로 받았다. 처음 개발한 명물빵은 귀여운 캐릭터 모양과 맛으로 호응을 얻고 있지만 반죽의 특성상 시간이 지나면 붕어빵처럼 납작해지는 문제점이 있었다. 그리고 밀가루 반죽과 앙금이 2종류뿐이라 색상이나 앙금의 다양화에 대한 의견도 있었다.

그래서 두 번째 컨설팅에서는 기존 명물빵의 모양 개선과 함께 더 다양한 색과 맛을 낼 수 있는 방법을 지원받기로 했다.

“우선 가장 먼저 기존 명물빵에서 납작해지는 문제를 개선했어요. 그리고 흑임자와 홍국쌀 등을 이용하여 색상의 다양화를 시도하고, 치즈와 흑임자를 앙금으로 사용하여 다양한 맛이 나도록 했고요. 컨설턴트가 알려주신 쌀가루반죽은 글루텐 프리 반죽이라서 건강을 생각하는 트렌드를 반영하는 면이 있어 향후 매출에 좋은 영향을 미칠



것으로 생각해요. 아직은 카페 손수에 적용 전이지만 호두정과가 매뉴얼화 되고 참여자의 숙련도도 어느 정도 향상되면 꼭 적용할 예정입니다.”



호두정과 메뉴로 매출과 급여까지 상승

이번 컨설팅을 통해 카페 손수는 최근 바빠졌다. 많은 곳에서 호두정과 제품에 관심을 주고 있기 때문이다.

“9월에는 오산시청에서 하는 직거래 장터와 경기도 노인일자리지원센터에서 하는 추석맞이 판매 행사에 참여하여 좋은 호응과 결과를 받았습니다. 두 곳 모두 처음 참여하는 행사라 판매량 예측을 제대로 하지 못해서 판매실적을 더 높일 수 있는 기회를 놓쳐 안타까워요.”

카페 손수의 매출도 달라졌다. 4월에서 7월까지 메뉴별 매출 점유율을 분석한 결과, 호두정과 점유율이 55%나 되었다. 카페 매출의 절반 이상을 호두정과가 차지하고 있는 셈이다.

“경기도 노인일자리 생산품으로 호두정과를 만든 것은 카페 손수가 처음이라고 들었어요. 그리고 무엇보다 참여자 어르신들의 만족도가 높습니다. 정성으로 만든 제품이 좋은 평가를 받는 것도 기쁘고, 주변에 선물했을 때도 받는 분들이 만족해해서 너무 좋다고 하십니다. 또 호두정과 때문에 일하는 시간이 늘고 급여도 높아져서 카페 손수의 전체적인 분위기가 활기차졌다고 말씀하시고요.”

카페 손수에서는 앞으로 호두정과 선물세트를 온라인으로 판매하는 것까지 고려하고 있다.

“기존 선물세트의 다양화를 통해 가정의 달, 명절에만 주로 판매되는 상품이 아닌 평소에도 판매되는 상품으로 만들려고 해요. 그 첫 단계가 답례품 세트를 만드는 것입니다. 쌀로 만든 한입 쿠키도 함께 구성품으로 세트화 할 계획입니다.”



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“매출 확보의 어려움, 신메뉴 개발로 풀었습니다”

노인일자리 담당자는 대부분 사회복지사입니다. 시장형사업단을 담당하고 있지만, 사회복지사들은 카페에 대한 경험이나 베이커리에 대한 경험이 전혀 없는 경우가 대다수입니다. 그러니 전문가도 아니고 경험도 없는 담당자가 나서서 새로운 기술로 새로운 메뉴를 만들어낸다는 것은 너무도 많은 노력과 시간이 필요합니다.

그래서 전문가가 함께하는 컨설팅은 시간과 노력을 절약하게 하고, 대신 그 시간과 노력을 어르신들의 일자리 발전과 만족도 향상에 노력할 수 있다고 생각합니다.

카페 손수에게 이번 성장지원센터 현장컨설팅은 보배와 같았습니다. 만약 컨설팅을 통한 전문가의 손길이 없었다면 호두정과라는 제품은 탄생하지 못했을 것입니다. 카페 손수가 가지고 있는 자원과 주변 환경을 잘 파악하고 저희에게 맞는 제품과 기술을 알려주신 덕분에 저희 역시 잘 배우고 익혀 좋은 결과를 낼 수 있었습니다.

김선희 사회복지사

광주서구시니어클럽 오!인절미브런치카페

| 시장형사업단 |

07

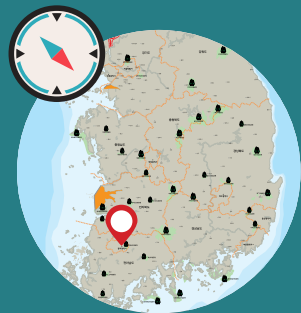
- 1 홍보용 쇼핑백 제작
- 2 브랜드 홍보 효과
- 3 제품 포장 가능

지원계기

"신규 브런치 카페 오픈, 어떻게 사람들에게 알려야 할까요?"

광주서구시니어클럽에서는 오!인절미브런치카페라는 신규 사업을 오픈하고 어떻게 하면 신사업을 많은 분들에게 알릴 수 있을까 고민하게 되었습니다. 그러던 중, 오!인절미브런치카페를 강렬하게 인식시켜줄 디자인이 있으면 좋겠다는 생각을 하게 되었고 자체적으로 진행도 해보았습니다.

하지만 담당자가 디자인 전문가가 아니다보니 이를 상품화하는 데는 어려움이 컸습니다. 성장지원센터 현장컨설팅에서 디자인 컨셉 설정 및 상품화를 위한 도움을 주실 수 있을까요?



사업 유형 _ 디자인

광주서구시니어클럽 오!인절미브런치카페

대표자 | 추왕석

설립년도 | 2023년

참여 근무자 수 | 25명

주요제품 | 오색인절미, 각종 음료 및 디저트

소재지 | 광주광역시 서구 경열로 14번길 1, 운아회관 1층

담당자 | 이소라 주임

지원성과

지원성과

- 신규 사업을 홍보할 만한 디자인 상품화
- 쇼핑백 디자인을 통한 홍보 효과 상승
- 쇼핑백 인쇄 및 제작

홍보용 쇼핑백 제작

브랜드 홍보 효과

제품 포장 가능



| 컨설팅분야
디자인

카페를 강력하게 인식시켜줄 디자인이 필요해요



레트로 시대에 맞춘 맛, 오색인절미가 주메뉴인 카페

광주서구시니어클럽은 2006년 설립해, 그동안 지역사회의 어르신과 새로운 공동체 문화와 노인 문화를 형성해오면서 노인일자리 창출에 노력해왔다. 그 가운데 하나인 오!인절미브런치카페는 올해 새롭게 시작된 신규 시장형사업으로 청바지클럽에서 사업을 운영하고 있다. “청춘은 바로 지금부터”라는 의미를 담고 있는 청바지클럽은 어르신들의 노인 일자리 창출을 위해 광주 서구와 광주서구시니어클럽에서 근로 능력을 갖춘 은퇴자들을 대상으로 제공하고 있는 노인 일자리 사업단이다.

오!인절미브런치카페는 광주서구청 맞은편에 위치해 있는데, 이곳은 근처에 학원과 병원, 오래된 맛집이 즐비하고 다양한 연령대가 오가는 상권이다. 청바지클럽은 이러한 상권에 맞춰 남녀노소 누구나 좋아할 만한 오색인절미를 제조해서 판매하고 있다.

오색인절미는 대중들에게 가장 익숙한 맛인 단호박 인절미를 시작으로 딸기맛, 바나나맛, 계피맛, 메론맛, 흑임자맛 등등 다양한 맛을 만들어내고 있다. 처음에는 소비자들이 생소한 맛의 인절미라 어색하기도 했지만 지금은 남녀노소 누구나 즐기며 찾아주고 있다.

“요즘은 MZ세대에게도 레트로한 분위기나 맛이 인기이기 때문에 전통의 맛을 즐기면서도 새로운 감각을 가미하면 나이를 불문하고 모두가 좋아할 거라고 생각했습니다. 오!인절미브런치카페에서는 오색인절미를 메인으로 하고, 그 외에도 다양한 카페 음료와 디저트를 판매하고 있습니다.”



홍보와 매출을 향상시켜줄 디자인 개발의 필요성

오!인절미브런치카페는 다양한 연령층을 보유한 카페이지만, 평일 오전 8시부터 오후 5시까지만 운영하는 신규매장이기 때문에 사업단은 매출에 대한 불안감과 홍보에 대한 어려움을 계속 느끼고 있었다. 특히 사업단의 담당자인 이소라 주임은 매출과 홍보를 극대화해줄 방법을 고민하다가 디자인에 대한 고민에 빠지게 되었다.

“오!인절미브런치카페를 오픈한 게 올해 3월인데, 몇 개월 간 운영해보니 저희 카페를 이미지화할 만한 디자인이 없다는 생각이 들었습니다. 디자인 컨셉이 정해지면 홍보나 상품사업화가 더 잘 될 수 있겠다는 생각이 들어서, 담당자인 제가 오렌지 컬러를 포인트로 컨셉을 잡아보기도 하고 여러 가지 궁리를 해보았지만 전문 분야가 아니기 때문에 더 이상 진척이 잘 되지 않았습니다.”

이소라 주임은 디자인 문제를 풀어줄 전문가의 도움이 절실하다고 느꼈다. 그래서 성장지원센터에 현장컨설팅을 요청하게 되었다.

브랜드 이미지를 위한 디자인 개발



컨설팅 시작 초기에는 컨설턴트와 우선 메일을 주고받으며 원하는 디자인에 대한 내용을 정리했다. 컨설턴트는 오!인절미브런치카페 사업계획서를 전달받아 내용을 꼼꼼히 살피면서 여러 차례 이소라 주임과 소통을 한 후, 상품사업화를 위한 준비에 돌입했다.

“컨설턴트와 면담을 거치면서 포장용기보다는 쇼핑백을 제작하는 게 좋겠다는 결론을 냈어요. 디저트를 사 가시는 분들이 포장을 해갔을 때, 멀리서 봐도 ‘오!인절미브런치카페에서 뭔가를 샀구나’하고 느끼실 수 있도록요.”

컨설턴트는 사업단의 요청에 따라 시안을 만들어서 보냈고, 여러 시안 가운데 다시 회의를 거쳐 최종 디자인을 결정할 수 있었다. 오렌지색으로 강렬하게 브랜드를 인식할 수 있는 쇼핑백 디자인이었다.



매장 홍보 효과를 올려주는 쇼핑백의 역할

“쇼핑백은 누가 봐도 오!인절미브런치카페 제품을 구매했다는 것을 바로 알 수 있는 디자인이에요. 흔할 것 같지만 브랜드를 바로 인식할 수 있게 해줘서 대만족입니다. 이렇게 차별화된 로고와 디자인으로 완성시켜주셔서 감사드려요. 한눈에 보기에 쉽고 예쁜 디자인이라 평상시에도 가방 대신 들고 다닐 정도입니다.”

이소라 주임은 오!인절미브런치카페에서 일하는 참여자 어르신들도 쇼핑백을 들고 다니면 자부심이 생긴다고 말할 정도로 모두에게 인기를 끌고 있다고 덧붙였다.

“앞으로도 오!인절미브런치카페를 많은 분들이 사랑해 주셨으면 해요. 저희도 계속 건강하고 맛있는 디저트를 제공하면서, 이곳이 어르신들의 일터일 뿐만 아니라 사랑방으로서도 역할을 해낼 수 있도록 최선을 다하겠습니다.”



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“쇼핑백 디자인으로 홍보 효과 상승! 다른 현장컨설팅도 도전하고 싶어요”

시장형사업단 담당자로서 신규 사업을 운영하면서 여러 가지로 막막함이 많았습니다. 특히 디자인에 대한 부분은 전문가의 손길 없이 진행하는 것이 어려웠습니다.

하지만 컨설팅을 통해 저희 오!인절미브런치카페만을 위한 차별화된 디자인을 제공받을 수 있게 되었고, 덕분에 매장 홍보 효과는 물론 참여자 어르신들의 긍정적인 분위기 상승이라는 부가 효과도 누리게 되었습니다. 기관 담당자들도 쇼핑백 디자인에 만족하여 애용할 정도입니다.

이번 컨설팅은 쇼핑백을 제작물로 받은 것도 성과지만, 전문가 도움 없이 하기 힘들었던 디자인을 전문가와 직접 소통하며 우리에게 맞는 최적의 쇼핑백을 제작하는 데까지 과정 역시 큰 배움이었습니다.

컨설팅 진행과정을 통해 쇼핑백뿐만 아니라, 우리 브랜드를 더 객관적으로 보고 판단하는 시간을 가질 수 있었습니다. 기회가 된다면 다른 분야의 현장 컨설팅도 받아서 오!인절미브런치카페를 더 잘 운영하고 싶습니다.

이소라 주임

이천시니어클럽 카페꼬꼬동

| 시장형사업단 |

08

- 1 간판 디자인
- 2 간판 제작
- 3 분위기 전환
- 4 관리 편리

지원계기

"바쁜 일과 예산 때문에 뒤로 밀린 간판 설치, 어떻게 해야 할까요?"

이천시니어클럽의 카페꼬꼬동은 오픈한지 1년 반 정도나 지났지만 아직도 매장 간판이 없습니다. 건물이 110년이 넘는 구옥이다 보니 외벽이나 전기선 문제 때문에 걱정도 되고, 예산도 쪼개기 쉽지 않아 계속 미루다가 시간만 흘렀습니다.

하지만 찾아오는 손님들로부터 카페 찾기가 어려웠다는 의견이 많고, 담당자가 보기에다 멀리서 카페꼬꼬동을 알아보기가 힘들어서 이번에 간판 설치에 도전하고자 합니다. 오래된 건물도 훼손하지 않으면서 매장과 어울리는 간판을 설치하고 싶은데 전문가 도움이 필요합니다.



사업 유형 _ 디자인

이천시니어클럽 카페꼬꼬동

대표자	김남규
설립년도	2021년
참여 근무자 수	13명
주요제품	치킨 및 점심메뉴, 커피 및 음료
소재지	경기도 이천시 영창로163번길 34
담당자	김미정 복지사

지원성과

지원성과

간판 디자인 간판 제작 분위기 전환 관리 편리

- 카페꼬꼬동의 개성 살린 간판 디자인 완료
- 가로형 간판과 돌출형 간판 각각 제작 완료
- 무거웠던 외관 분위기가 밝은 분위기로 전환
- 특별히 관리가 필요 없는 간판이라 탈착 후 AS 용이



| 컨설팅분야
디자인

매장을 알릴 간판 디자인이 필요합니다



역사가 오래 된 구옥, 눈에 띄는 간판이 필요

이천시니어클럽은 2019년 12월에 사단법인 성민원이 수탁 받아 운영하고 있는 곳으로 다양한 카페 사업으로 어르신들에게 여러 일자리를 창출해내고 있는 기관이다.

그중에서도 카페꼬꼬동은 SK하이닉스의 지역사회 공헌활동으로 치킨로봇을 지원받은 ICT협업 노인일자리사업으로서 전국의 롤모델이 되고 있다. ICT를 활용한 로봇이 치킨을 튀기고, 참여자 어르신은 커피 및 음료를 제조하는 샵인샵 형태로 운영하고 있는 것이 특징이다.

카페꼬꼬동 매장 또한 남다르다. 약 110년 세월을 거쳐 온 이천경찰서 무도관 건물을 이천시로부터 무상 지원 받아서 현대적인 감성을 접목시킨 덕분에 주변으로부터 “레트로 한 감성이 돋보인다.”는 평을 받고 있다.

하지만 이천시에서 보존 가치가 있는 고옥인 만큼 불리한 조건도 있었다. 카페꼬꼬동은 매장을 운영한지 1년 6개월이 지났지만 아직 간판이 없다. 건물의 외관을 해치지 않아야 해서이기도 하지만, 그동안 넉넉하지 않은 예산 때문에도 간판 설치를 미루고 있었다.

카페꼬꼬동 사업단은 첫 방문 고객이 카페꼬꼬동을 찾아오는 데 어려움이 많은 점을 해소하고 싶었다.

사업에 힘을 보태주는 디자인 현장컨설팅

카페꼬꼬동 사업단은 성장지원센터에 도움을 요청하고 현장컨설팅을 지원받게 되었다. 지난해에 디자인 분야 컨설팅으로 전단지를 제작한 바 있었기 때문에 이번에도 컨설팅 과정은 원활하게 진행되었다.

“2022년에 디자인 컨설팅이 큰 도움이 되었어요. 시장형사업을 꾸려나가는 데 마케팅 비용을 따로 두는 건 어려운 일이에요. 하지만 사업을 알려야 어르신들에게 더 많은 일자리와 복지를 제공해 드릴 수 있는 매출이 확보되기 때문에 담당자들은 늘 고민이 많아요. 시장형사업에 필요한 모든 분야들이 담당자에게는 낯선 분야인데 디자인 역시 마찬가지입니다. 그런데 지난해에 컨설팅을 통해 전단지가 제작되니 매장을 알리는 데도 힘이 되고,

뭔가 전문적인 매장 같은 느낌도 더해졌어요 그래서 이번 간판에 대한 기대도 컸습니다.” 사업단 담당자인 김미정 복지사는 컨설턴트와의 면담에서 카페꼬꼬동의 건물이 고옥이기 때문에 공사를 진행하는 데 있어 건물 외벽 상태 및 전기선 연결 등 조심스러운 부분을 전했다. 컨설턴트는 이 같은 부분을 감안해 안정성을 고려해 되도록 가벼운 재질을 사용하되, 건물과 어우러지도록 심미성과 명시성을 중점에 둔 간판 디자인에 들어가겠다는 디자인 제작 사항을 공유했다.

안전성과 아이디어를 더해 카페꼬꼬동을 위한 간판으로

“전문가가 현장을 꼼꼼히 살피고 저희 건물의 목적에 맞게 가로형 간판은 무게를 줄일 수 있는 트러스 구조물로 하되 조명 입체 문자를 넣으면 좋겠다고 말씀해주셨어요. 또 정육면체 돌출 간판을 넣으면 오가는 사람들이 양쪽에서 볼 수 있기 때문에 찾기가 쉽다고 설명해주셨고요. 측면 돌출 간판은 창문 프레임에 고정하며 안정성 있게 설치할 수 있다고 해서 저희도 안심하고 의뢰하게 되었습니다.”

카페꼬꼬동에 간판이 설치된 후, 김미정 복지사는 “이제 멀리서도 쉽게 카페꼬꼬동이 보인다”는 말을 가장 많이 들을 수 있었다. 또 내부적으로는 지역주민의 주의를 집중시켜 지역 마케팅에도 효과가 있을 것으로 보고 있다.

“지금까지 간판이 없었기 때문에 건물만 봐서는 뭐하는 곳인지 식별이 잘 안 되었어요. 간판이 설치된 후부터는 오히려 카페꼬꼬동 건물과 간판, 사업이 마치 하나인 것처럼 잘 어우러진다는 말씀을 해주세요. 덕분에 디자인이 얼마나 매장 분위기를 달라지게 할 수 있는지 깨달았습니다.”

샵인샵 매장으로 탄탄히 자리 잡을 것

카페꼬꼬동은 치킨을 파는 카페이지만, 카페 자체로서도 충분히 매력적인 곳이다. 특히 고즈넉하고 편안한 분위기와 바삭하고 맛있는 치킨 맛으로 인기를 끌고 있다. 특히 지역 주민들은 치킨샐러드, 치킨랩 등 다양한 사이드 메뉴와 음료 메뉴를 매장에서 포장하기도 한다.

“지금까지 참여자 어르신들이 성실하고 꾸준히 참여해 주신 덕분에 카페꼬꼬동이 지역주민뿐 아니라 다른 곳에서 오신 손님들도 친절하고 맛있는 곳이라고 평해주고 있습니다. 앞으로도 저희 사업단은 지역사회에 탄탄하게 자리 잡기 위해서 위생적이고 단정한 매장 유지와 음식 맛 유지를 위해 노력하겠습니다.”

김미정 복지사는 기존 레시피 유지는 물론, 앞으로 신메뉴도 개발하여 카페꼬꼬동을 찾는 손님들이 지속적으로 방문하도록 여러 가지 방법을 시도하려고 한다. 사업 담당자로서 새로운 시도를 할 때마다 벽을 만나곤 하는데 그때마다 성장지원센터의 도움이 큰 힘이 된다는 말도 덧붙였다.



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“어렵게만 느껴지던 간판 설치, 매장을 밝혀주고 있습니다”

카페꼬꼬동은 경기도 공모사업으로 선정되어 ICT시니어카페로 오픈했지만 110년 된 건물을 활용하다 보니, 오픈할 때부터 간판이 없었습니다. 건물이 지니고 있는 특별성이 있기 때문에, 간판을 만들려고 해도 여러 가지 걱정도 많았습니다.

이번 컨설팅을 받기 전부터 자체적으로 여기저기 견적을 받아 보았지만, 시간이 무심하게 흘러 간판 없이 1년 6개월 동안 운영을 하고 있었습니다. 이런 가운데 성장지원센터의 컨설팅은 담당자의 마지막 선택이었고 희망이었습니다. 성장지원센터의 도움이 없었다면 카페꼬꼬동은 지금까지도 간판이 없었을 것이라 생각합니다.

저는 지금도 카페꼬꼬동 앞을 지나갈 때마다 간판을 쳐다봅니다. 다른 분들은 평범한 간판처럼 보이겠지만 담당자의 눈엔 얼마나 소중한지 뽀듯한지 모릅니다. 사업 담당자로서 여러 가지 신경 쓸 일이 많기도 하고, 예산도 늘 빠듯하기 때문에 간판은 늘 당장 급한 다른 일들에 밀리기 일쑤였습니다. 어려운 과제처럼 여겨지던 간판을 설치하고 나니 참여자 어르신들도 만족해합니다. 저 역시 마찬가지고요. 간판이 켜질 때마다 담당자의 마음 또한 밝아집니다. 더불어 카페꼬꼬동의 앞날 또한 밝은 날만 있기를 소망해 봅니다.

김미정 사회복지사

미추홀노인인력개발센터 쿠키하면 쿠키지

| 시장형사업단 |

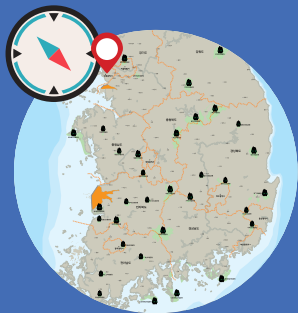
09

- 1 사진 촬영
- 2 리플릿 제작
- 3 홍보 효과 상승
- 4 제품 이미지 향상

지원계기

"제품 홍보를 위한 리플릿 제작을 도와줄 수 있을까요?"

쿠키하면 쿠키지 사업단은 HACCP인증 이후, 매출을 늘릴 수 있는 방안을 계속 고민했습니다. 제품을 대량 판매할 수 있는 방안을 고민하다가 플리마켓 등에서 활용할 수 있는 리플릿이 있으면 좋겠다는 생각을 했는데 홍보물을 위한 사진 촬영과 디자인 등이 문제였습니다. 해당 작업을 할 수 있는 전문 인력이 없기 때문에 자체적으로 진행하기에는 어렵다는 결론을 내렸습니다. 쿠키하면 쿠키지 제품의 호감도를 올리고, 판매로 이어질 수 있게 하는 리플릿 제작을 할 수 있는 전문가가 필요한데 마침 성장지원센터에서 맞춤형 컨설팅을 지원해준다는 안내를 보게 되었습니다. 상품사업화를 위한 제품 촬영과 제품을 알릴 수 있는 홍보물 제작에 도움을 주실 수 있을까요?



사업 유형 _ 상품사업화

미추홀노인인력개발센터 쿠키하면 쿠키지

대표자	김태화
설립년도	2017년
참여 근무자 수	14명
주요제품	쿠키
소재지	인천광역시 미추홀구 독정리로 87 미추홀구청 본관3층사 지하
담당자	이지영 주임

지원성과

지원성과

사진 촬영
리플릿 제작
홍보 효과 상승
제품 이미지 향상

- 쿠키하면 쿠키지 제품을 매력적으로 알릴 사진 촬영
- 제품의 가격 및 특징을 보여주는 리플릿 제작
- 리플릿을 통한 홍보 효과 상승
- 고객들에게 보다 나은 이미지 전달



| 컨설팅분야
상품사업화

HACCP인증 이후, 판매를 올릴 홍보 방안이 필요해요



식품제조 판매 사업의 확장, 홍보와 마케팅이 필요

미추홀노인인력개발센터는 노인 일자리 사업평가에서 4년 연속 대상을 차지할 정도로 높은 평가를 받고 있는 기관으로 2022년 47개 사업단, 4,728개 일자리를 창출하여 전국 단일기관 중 가장 많은 노인 일자리 사업을 추진한 곳이기도 하다. 쿠키하면 쿠키지는 미추홀 노인인력개발센터에서 운영하고 있는 시장형사업 가운데 유일한 식품제조판매사업단이다. 쿠키하면 쿠키지는 2017년 8월, 미추홀구의 지원으로 영산마을 1층 단독 사업장을 무상 임대받아 제조판매 사업을 시작했다. 그동안 온라인과 오프라인 판매, 카페 고정 납품을 꾸준히 하며 성실하게 영업을 이어왔지만 2019년 HACCP인증이 의무화되면서 거래처 납품 판매가 더는 불가능해졌다.

쿠키하면 쿠키지에서는 HACCP인증이 시급해졌다. 하지만 HACCP시설을 갖추기 위해 현재의 작업장은 적합하지 않았기 때문에 다른 작업장이 필요했다. 어르신들의 일자리를 확보하기 위해 쿠키하면 쿠키지 사업단은 도움을 얻을 수 있는 기관을 찾아다녔고, 다행히 미추홀구의 지원을 받아 구청 지하 1층 작업장을 무료로 임대 받을 수 있게 되었다.

안정적인 생산지가 확보되고, 염원하던 HACCP시설 인증도 받았지만 HACCP을 유지하기 위해 정기적으로 진행되어야 하는 각종 검사와 평가 및 교육비 등 지속적으로 지출되는 운영비의 부담이 컸다. 쿠키하면 쿠키지는 이전보다 판매량을 늘리기 위한 방안을 찾아야 했다.

상품사업화를 위한 사진 컨셉 촬영



“식품은 대량주문이 꾸준히 들어와야 유지가 되는 사업이에요. 주문을 늘리기 위해서는 주변에 저희 사업을 잘 알리는 게 관건이기 때문에 홍보와 마케팅이 절실히 필요했어요. 하지만 시장형사업은 언제나 홍보와 마케팅이 어려운 숙제 같은 부분이에요. 많은 시간과 노력이 필요하기도 하고 사업을 담당하는 사회복지사에게 막연한 분야이기도 하기 때문 입니다.”

그래서 쿠키하면 쿠키지 사업단은 성장지원센터에서 지원하는 현장컨설팅의 문을 두드리게 되었다. 상품사업화에 도움을 주기로 한 컨설턴트는 먼저 쿠키하면 쿠키지가 원하는 홍보물의 컨셉을 세세히 물어 요구사항을 파악했다. 그리고 컨셉에 대한 대화를 나눈 후 샘플이미지를 사업단 담당자에게 보내주었다.



“저는 이런 홍보물을 어떻게 진행해야 하는지 프로세스도 모르고 있었어요. 컨설턴트는 그런 부분을 잘 이해하면서 대략의 프로세스를 알려주고 난 뒤, 샘플이미지에서 마음에 드는 컨셉을 정하라고 안내해주었어요. 촬영을 하다가 부족한 소품은 근처에서 빠르게 구입하면서 진행했는데, 그런 과정을 통해 배우는 게 많았어요. 저희 자체적으로 했다면 신속하게 대응하지 못할 것도 전문가와 함께 하니까 상황 대처가 빨라졌어요.”

정사각형 리플릿 제작으로 고급스러운 이미지 전달

쿠키하면 쿠키지 사업단은 촬영 현장에 가져간 제품 가운데 온도에 취약한 마카롱부터 촬영을 시작했다. 맛있게 보이는 각도와 컨셉에 맞는 분위기를 통해서 촬영이 순조롭게 이루어졌다.

“무엇보다 저희 사업단의 의견을 많이 반영해서 사진 촬영해주는 부분이 가장 흡족했어요. 오랜 시간을 걸쳐 촬영을 하고 나서 결과물을 기다리는 사이, 갑자기 행사가 생겨서 급하게 제품 사진이 필요했어요. 죄송한 마음으로 컨설턴트에게 급하게 사진을 부탁드렸는데 친절하게 촬영본을 건네주셔서 행사에 잘 사용할 수 있었어요. 또 리플릿도 기존과는 다른 느낌으로 제작을 의뢰했는데 의견 드린 부분과 컨셉을 잘 반영해서 디자인을 해줘 만족스러운 결과물을 받을 수 있었습니다.”

담당자는 이번 컨설팅을 통해 기존에 오래된 제품 사진을 트렌드에 맞게 새로 찍을 수 있어 무척 흡족하다고 덧붙였다. 새로 촬영한 사진을 기존의 리플릿에도 반영해 최근에 제작한 느낌을 낼 수 있었다.



“기존 포장박스에 쏙 들어가게끔 정사각형으로 리플릿을 제작하여 고급스럽고 실용적인 느낌이 나서 내부에서 만족도가 아주 높아요. 리플릿의 디자인이 귀엽고 고급스러워 쿠키하면 쿠키지 제품의 이미지도 높아졌다고 생각합니다.”

어르신들이 만든 맛있는 쿠키로 인정받을 것

미추홀노인인력개발센터에서는 쿠키하면 쿠키지가 이번 상품사업화 컨설팅으로 트렌디한 이미지를 가미하게 된 것이 앞으로 매출에도 영향을 미치기를 기대하고 있다.

“안 그러신 분들도 많지만 아직까지도 어르신들이 만든 제품은 비위생적일 거라는 편견을 지닌 분들도 있어요. 노인일자리 사업단에서는 그런 고정관념을 없애는 것이 목표예요. 쿠키하면 쿠키지의 제품이 깨끗한 환경에서 안전한 먹거리로 생산이 되며 맛 또한 좋은 제품이란 것을 아직 경험해보지 못한 많은 분들에게 알려드리고 싶어요.”

또한 사업단은 쿠키하면 쿠키지가 식약처에서 엄격하게 평가 받은 HACCP인증 사업임을 더 많은 고객이 알기를 바란다. 노인생산물이라는 편견을 허물고 싶은 마음에서이다.

“쿠키하면 쿠키지 제품을 드셔보지 않은 분들은 있어도 한번만 드셔본 분들은 없도록 제품 하나하나에 정성을 다해서 만들고 있다는 자부심이 큼니다. 담당자뿐만 아니고 참여자 어르신들도 마찬가지로 이런 자부심을 가지고 계세요. 저희는 쿠키하면 쿠키지의 제품으로 노인생산물도 안전하고 위생적이고 품질까지 좋다는 이미지를 전달해드리고 싶어요.”

쿠키하면 쿠키지 사업단은 앞으로 지금보다 더 많은 곳에 납품하고 판매를 해서 제품이 더 많은 많은 고객에게 인정받기를 바란다. 어르신들이 정성으로 만든 쿠키하면 쿠키지가 다른 무엇보다 맛있는 쿠키로 사람들 기억 속에 자리 잡았으면 하는 목표도 꼭 이루고 싶다.





담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“사진 촬영과 홍보물 제작, 역시 전문가의 솜씨는 다릅니다”

쿠키하면 쿠키지 사업을 운영하면서 여러 가지가 여전히 어렵지만 그 중에서도 홍보와 마케팅은 풀기 어려운 숙제 같은 부분이었습니다. 특히 홍보물 하나를 만들려고 해도 이미지부터 문제였습니다. 쿠키 촬영을 전문가가 아닌 저희가 찍어서 브로슈어나 리플릿을 만들면 제품의 격을 오히려 떨어뜨릴 것 같았습니다. 거기다 편집까지 해야 하는데 엄두가 나지 않았습니다.

또 대량주문을 끌어낼 수 있는 홍보물은 완성도가 중요하다는 생각이 들었습니다. 그래서 고민이 가득하던 차에 성장지원센터의 현장컨설팅을 받게 되었습니다. 전문가의 도움을 받아 제품을 촬영하고 완성본을 확인하니 쿠키하면 쿠키지의 이미지와 너무나 잘 맞게 나와서 만족스러웠습니다. 그리고 촬영 사진으로 제작된 리플릿 역시 쿠키하면 쿠키지의 이미지를 한층 더 높여주었습니다.

기관에서 다른 직원분들도 리플릿 색상과 디자인, 편집, 사이즈 모두 만족스러워했습니다. 귀여우면서도 고급스러운 결과물을 얻어 담당자인 저도 너무 기쁩니다. 이렇게 제작된 리플릿은 선물세트에 넣기도 좋고 행사 때 가지고 나가 진열하고 홍보하기에도 딱 맞췄습니다. 컨설팅을 진행하는 동안 컨설턴트분들이 저희 사업을 위해 신경 써주고 친절하게 작업을 진행해 주어서 다시 한번 감사드립니다. 어려울 땐 전문가에게 맡기라는 말이 괜히 있는 말이 아니라는 것을 새삼 느끼는 기회였습니다.

이지영 주임



시흥시니어클럽 시|니|나|때

| 시장형사업단 |

10

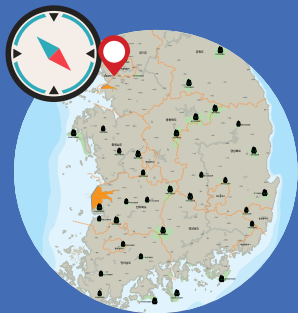
- 1 사진 촬영
- 2 리플릿 제작
- 3 홍보 효과 상승
- 4 홍보용 콘텐츠 확보

지원계기

"세트 메뉴를 알릴 수 있는
홍보물을 만들고 싶어요"

시니나떼 사업단은 유동인구가 적은 입지에서 사업을 하다 보니 1년이 넘도록 매출이 오르지 않아 고민이 큼니다. 그래서 단체 주문을 늘릴 수 있는 세트 메뉴를 만들었는데, 어떻게 이 세트 메뉴를 홍보해야 할지 모르겠습니다.

현재 매출로는 따로 홍보비용을 뺄 수 없는 상황인데, 홍보는 필요하고... 그러던 중 현장컨설팅이라는 지원사업이 있다는 것을 알게 되었습니다. 저희 세트 제품을 알릴 홍보물 제작 지원이 가능할까요?



사업 유형 _ 상품사업화

시흥시니어클럽 시니나떼

대표자	이순남
설립년도	2021년
참여 근무자 수	12명
주요제품	커피, 더치커피, 샌드위치 등
소재지	경기도 시흥시 인선길 39, 시흥장현 LH17단지 103호
담당자	이정아 사회복지사

지원성과

지원성과

사진 촬영
리플릿 제작
홍보 효과 상승
홍보용 콘텐츠 확보

- 단체 주문을 상승시킬 세트 메뉴 사진 촬영
- 촬영 사진이 적용된 리플릿 제작
- 리플릿을 통한 주문 및 매출 상승
- 다용도로 활용이 가능한 사진과 디자인 파일 확보

컨설팅 후 매출
(2023년 6~8월 기준)

50% 상승

컨설팅 전 매출
(2022년 6~8월 기준)



| 컨설팅분야
상품사업화

단체 주문 상승을 위한 홍보가 필요해요



신노년 세대에게 적합한 카페 사업을 시작하다

시흥시니어클럽은 2004년부터 신노년 사회를 대비하기 위해 노인의 능력과 적성에 적합한 일자리를 창출하면서 어르신들이 주체적인 삶을 살도록 지원하고 있다. 그동안 재봉·농작물 생산·음식 조리 및 매장 운영·유통업 등 다양한 사업을 어르신 참여자들과 함께 진행해왔다.

“저희 기관에서는 베이비붐 세대인 신노년 세대가 늘어나고 있고, 일을 원하는 비율 역시 갈수록 높아질 거라는 전망에 주목하고 있어요. 특히 기존 노년 세대에 비해 신노년 세대는 상대적으로 교육 및 건강 수준이 높고 양질의 일자리를 경험했을 가능성이 높아요. 신노년 세대를 만나 이야기를 나눠보면 기존의 단순노무 일자리에서 벗어나 다양한 욕구와 역량을 발휘할 수 있는 일자리를 희망하시는 걸 느끼거든요. 그래서 기관에서도 그런 요청과 수요를 반영해 드리고 자 고민과 노력을 많이 하고 있습니다.”

그래서 시흥시니어클럽에서는 카페 사업에 많은 관심을 가지게 되었다. 2018년을 기준으로 우리나라 성인의 1인당 연간 커피 소비량은 약 350잔으로 전 세계 평균 130잔보다 2.6배 정도 많은 것으로 나타났다.

바리스타 자격증 역시 노인이 쉽게 취득할 수 있을 뿐만 아니라 기본 레시피만 준수하면 손쉽게 각종 음료를 제조할 수 있다는 점이 장점이었다. 또 노인이 운영하는 시니어 커피 전문점은 이용객들에게 친근한 이미지를 심어줄 수 있다는 점에서 노인일자리사업으로 운영하기에 적합하다는 판단이 섰다.

유동인구 적은 입지, 매장 알릴 홍보 필요

시흥시니어클럽은 시장형사업으로 카페를 시작하기로 하고 시니나떼 사업단을 꾸렸다. 2022년에 시작한 시니나떼는 시흥시, 한국토지주택공사와의 협약을 통해 시흥장현내 아파트 내에 있는 상가동에 전용면적 약 28평의 공간을 임대하여 운영하고 있다.

매장 인근에 체육센터와 경찰서 및 행정복지센터 등 관공서들이 위치해 있어 시니나떼 사업단은 개소 후 높은 매출을 기대할 수 있을 것으로 예상했다. 하지만 매장이 입점되어 있는 상가동의 점포 가운데 대다수가 아직 입점하지 않았으며, 마트와 병원 등이 밀집되어 있는 중심상권과는 떨어진 외곽이라는 지리적 특성으로 인해 매장 인근을 지나다니는 유동인구 수가 현저히 적었다.



“매장을 오픈한 후에 카페를 홍보하려고 인스타그램이나 네이버플레이스 같은 SNS를 이용해서 신메뉴 출시 등 여러 가지 소식을 홍보했지만 큰 효과가 없었어요. 사실 개소 한지 1년이 갓 넘은 신생사업단은 상권에 자리를 잡는 과정 동안 매출이 저조할 수밖에 없어요. 보조금으로 지원받는 예산과 수익금은 임대료 및 공과금, 참여어르신들의 인건비와 사회보험료, 재료 구입 등 고정 지출로 모두 나가는 상황이에요. 그러다보니 홍보비용을 따로 책정할 수 없는 게 현실입니다.”

시니나떼 사업단은 매장 내부 매출만 기대하지 말고, 외부에서 단체주문 등을 할 수 있게 해야 매출을 상승시킬 수 있다는 생각을 했다. 그래서 고민 끝에 다과세트를 만들었다.

“다과세트를 만들었는데 외부로 홍보할 수 있는 매개체가 없다보니 홍보 효과가 미미한 상황이었어요. 그런데 마침 성장지원센터에서 진행하는 컨설팅사업을 알게 되었어요. 상품사업화 분야에서 제품 촬영 및 리플릿 제작을 지원해준다는 내용을 알게 되어 바로 신청했어요.”

전문가의 도움 받은 사진 촬영 및 리플릿 제작

담당자인 이정아 복지사는 2023년 2월 성장지원센터 컨설팅 신청 배너를 통해서 사업 신청을 하고 3개월 뒤, 성장지원센터로부터 컨설팅 지원에 대한 안내를 받았다. 그리고 얼마 후, 전문 디자인업체가 연결돼 컨설팅이 본격적으로 진행되었다.

“저희 기관을 담당하는 디자이너로부터 제품 촬영 일정과 컨셉을 제공받았어요. 실제 촬영을 진행할 때에도 사진기사가 매장으로 방문해서 편안하게 촬영했구요. 현장에서 사전에 논의한 제품들을 다양한 구도와 배경으로 촬영할 뿐만 아니라 매장에서 사용하고 있는 식기 외에도 따로 식기와 장식품 등을 가지고 와서 제품이 더 화사하게 나올 수 있었어요.”

이후 이정아 복지사는 촬영 사진 원본과 편집본을 따로 받을 수 있었고, 사진이 적용된 리플릿 시안도 제공받았다.

“리플릿 디자인 때도 저희 요청사항에 따라 수정을 잘 반영해주셔서 원활하게 작업을 마무리할 수 있었어요. 제작물만 주는 게 아니라 디자인 파일까지 전달해주기 때문에 저희가 다용도로 쓸 수 있다는 점도 너무 좋았고요.”



주문도 늘고 매출도 늘어 앞으로 운영도 더욱 기대

시니나떼 사업단은 제작된 리플릿 및 디자인 파일을 유관기관 등에 다과세트 판매홍보용으로 배포했다. 그러자 유관기관, 인근도서관, 교회 등에서도 다과 관련한 단체주문들이 들어오기 시작했다.

그 결과 작년과 비교하여 동일기간 내(6~8월)에 총 수익금이 약 50%나 상승한 결과를 얻을 수 있었다. 또 매출 뿐 아니라, 인근 관공서에 시니어카페를 알릴 수 있게 되어 청소년을 대상으로 한 바리스타 직업체험 프로그램도 진행할 수 있었다. 시니나떼 사업단은 세대 간 교류의 장을 가졌다는 점에서 좋은 기회였다고 여기고 있다. 이어 10월에는 지역 축제에서 음료 및 다과를 판매하는 기회를 얻었다.

“시니나떼 사업단의 담당자로서 첫 번째 목표는 매출을 상승시키는 것이고, 장기적인 최종 목표는 일회용품 사용 줄이기에 동참하여 환경오염을 줄일 수 있는 친환경적인 시니어 카페로 나아가는 거예요. 우리 사회에서 대두되고 있는 문제점이 환경오염인데 조금이라도 동참하기 위해 다회용기를 사용해야 하거든요. 카페라는 사업단의 특성상 테이크아웃 용품을 사용할 수밖에 없는데 시니나떼 매장에서는 테이크아웃용품을 최대한 생분해 제품들로 대체하여 사용하는 것으로 조금이나마 환경에 덜 해를 입히려고 노력하고 있어요. 또 플라스틱보다는 이중종이컵을 사용할 수 있도록 노력하고 있고요. 더 나아가 추후에는 다회용기 사용으로 대체할 수 있도록 점차 실행하는 것이 최종목표예요.”



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“단체 주문 50% 이상 상승, 홍보 효과를 톡톡히 보고 있어요”

참여 어르신들이 매장에서 맛있는 다과를 정성과 자부심으로 만들어 판매하시는데, 매장 손님이 별로 많지 않을 때는 애타게 문밖을 바라보고 계실 때가 있어요. 그런 모습을 볼 때 사업단의 담당자로서 어떻게 해야 더 많은 사람들에게 판매할 수 있는지 고민이 컸어요.

그러던 중 이번 현장컨설팅에서 제품 촬영과 리플릿 제작을 지원받게 되어, 음료 및 디저트 등을 맛있게 찍은 사진도 받게 되고 그 사진들을 활용하여 홍보용 리플릿까지 지원받게 되었어요. 든든한 홍보물이 생겨 더욱더 다양한 방법으로 홍보를 펼칠 수 있게 되었고 덕분에 단체주문량도 작년 동일기간보다 약 50% 상승했습니다. 저희 사업단에서는 현장컨설팅 지원이 큰 효과를 발휘한 것으로 평가하고 있어요.

앞으로도 다양한 분야에서 도움을 받을 수 있었으면 좋겠다는 생각을 합니다. 더불어 이런 사업을 통해 사업단도 성장하지만 담당자로서의 역량도 함께 성장할 수 있어 더욱 좋았습니다.

이정아 사회복지사



종로노인종합복지관 장체험관 및 장카페

| 시장형사업단 |

11

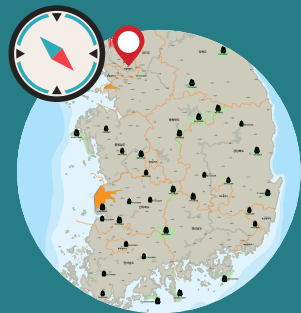
- 1 온라인 판매채널 확보
- 2 판매 매출 상승
- 3 방문자 수 증가
- 4 광고비용 절감

지원계기

"오프라인 방문 고객 증가를 위해
온라인 홍보를 하고 싶습니다"



장체험관 및 장카페는 전통장문화에 노하우가 많은 어르신들이 좋은
품질의 제품을 제조하고 판매하고 있음에도 불구하고 복지관 5층이라는
입지 때문에 매출을 늘리기가 쉽지 않습니다. 그동안 자체적으로 온라인
홍보와 판로 개척에 힘써왔지만 역부족이라는 생각이 듭니다.
온라인에서 어떻게 홍보를 해야 하는지 효과적인 방법을 다양하게
알려주셨으면 합니다. 이번 기회로 저희 담당자들의 홍보 및 온라인 운영
능력도 키울 수 있는 계기가 되었으면 합니다.



사업 유형 _ 기술인증

종로노인종합복지관 장체험관 및 장카페

대표자 | 정영순

설립년도 | 2017년

참여 근무자 수 | 15명

주요제품 | 장류, 수제청

소재지 | 서울시 종로구 율곡로19길 17-8 5층

담당자 | 장현경 사회복지사

지원성과

지원성과

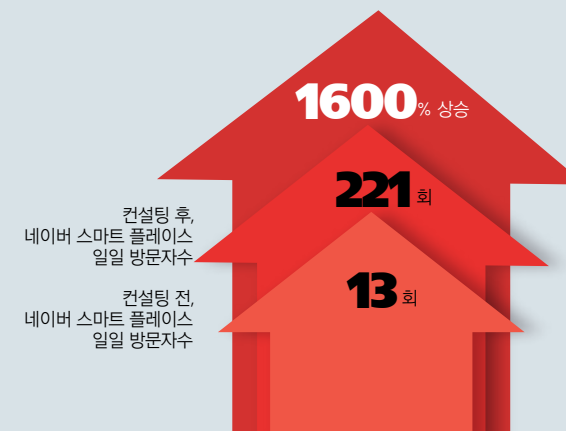
- 온라인 판매채널 확보 및 운영 역량 확보
- 온라인 스토어 방문자 수 증가
- 온라인 판매 매출 상승
- 온라인 광고비용 절감(약 160만 원)
- 키워드 광고 및 라이브 커머스 운영 역량 확보

온라인 판매채널 확보

판매 매출 상승

방문자 수 증가

광고비용 절감



| 컨설팅분야
판로개척

온라인 판로 개척을 위해 전문가 자문을 구하고 싶어요



자발적 의지 가득한 전통장 체험 카페

종로노인종합복지관에서는 전통장에 대한 어르신들의 이해와 경험을 다양한 세대에 전승하고 전통 장문화를 확산하고자 2013년 장문화 전수 전문봉사단인 '종로&장금이'를 발족했다. 봉사단 활동 3년 차에 접어들자, “보다 많은 사람들에게 우리 전통장을 전문적으로 알리고 싶고 직접 담근 수제장을 판매하는 등 활동 영역을 키워나가고 싶다”는 의견이 나왔다.

담당 사회복지사는 주민참여예산사업 공모 등을 통해 봉사단 어르신들의 주체적인 전통장 알리기 활동을 지원했다. 그러던 중, 2017년 복지관을 증축하면서 5층에 전통장 전수를 위한 전용 공간을 확보할 수 있게 되었다. 이어 시장형일자리 시범사업 공모를 통해 '장체험관 및 장카페' 시장형 일자리로 사업을 본격 전환했다.

“장체험관 및 장카페 사업은 연륜과 경험이 풍부한 어르신들이 애정을 가지고 자발적인 의지로 발전해 온 사업이라는 점에서 특별합니다. 전통장문화 전수자로서 화려한 인생 이모작을 펼치고 있는 참여 어르신들은 식재료 선정부터 숙성 및 병입까지 옛 전통 방식 그대로를 살려 최고의 품질과 맛을 보장하는 전통장을 만들고 있습니다. 또 남녀노소 누구나 건강하게 먹을 수 있는 수제청을 개발하는 등 상품 다양화와 판로 개척에 열심히 임하고 있습니다.”

더불어 장체험관 및 장카페 사업단은 다양한 세대들이 전통장을 더욱 친숙하게 접할 수 있도록 장 담그는 법과 장을 활용한 요리 레시피를 함께 가르쳐 주는 체험(요리) 프로그램도 함께 진행하고 있다.

판로를 넓히려고 시작한 온라인 판매의 어려움

장체험관 및 장 카페 사업을 운영한지 7년 차이지만 담당자인 장현경 사회복지사는 계속 같은 고민에 빠져 있다. 매장 위치가 복지관 5층이다 보니, 고객을 모으기가 쉽지 않다는 점이다.

“지금까지는 매장에서 수제 전통장과 청류 그리고 청을 활용한 음료를 판매하고 있었는데 고객 접근성이 낮은 곳에 위치하고 있다 보니 판매의 한계를 느껴서 차츰 온라인 마케팅을 시도했습니다. 와디즈 크라우드 펀딩, 스마트스토어 입점 등 온라인으로 판로를 개척하는 시도를 했지만, 실제 판매까지 이루어지기에는 부족했습니다. 또한 전통장에 관심이

있는 성별연령층이 한정적이라는 부분 때문에 브랜드 홍보에 대한 어려움도 많았습니다. 이런 문제는 비전문가인 저희 자체의 힘으로 해결하기 어렵다는 결론을 내리고 도움을 구할 곳을 찾고 있던 중이었습니다.”

장현경 사회복지사는 한국노인인력개발원 노인일자리업무시스템에서 성장지원센터 컨설팅 관련 공지를 보고, 전문가 컨설팅을 요청하기로 했다. 몇 해 전 복지관에서 운영 중인 다른 시장형 일자리 사업단에서 컨설팅을 받은 경험도 있었기 때문에 더욱 믿음을 가지고 신청하게 되었다.

“당시 전문가의 자문이 사업 운영에 실제적인 도움을 주어서 그 기억을 떠올렸습니다. 현재 장체험관 및 장카페 사업단이 겪고 있는 문제도 전문적인 조언을 주실 것 같아서 판로개척 분야로 컨설팅을 신청하게 되었습니다.

전문가 도움으로 라이브 방송까지 순항

장체험관 및 장카페는 판로개척 전문 컨설턴트와 함께 세 달 간 총 4회에 걸쳐 컨설팅을 진행했다. 컨설팅 첫 회에는 진행하고 있던 오프라인 판로에 대한 점검과 문제점을 진단했고, 이를 바탕으로 향후 컨설팅 목표와 실행 계획을 수립했다.

두 번째 면담에는 오프라인 접근성 향상을 위해 네이버 스마트플레이스 채널과 온라인 마켓 쿠팡 입점을 진행했다. 특히 컨설턴트는 장체험관 및 장카페에서 가장 먼저 할 일이 브랜드 홍보이기 때문에 효과적인 홍보 방법인 쿠팡 라이브 커머스 방송을 제안했다. 이후 세 번째 면담에서 장체험관 및 장카페 사업단과 컨설턴트는 쿠팡 라이브 커머스를 위한 준비 과정을 함께하며 향후 과정에 대해 논의했다.

“라이브 커머스를 준비하며 가장 중요한 부분은 물품 선정 및 단가 조정, 크리에이터(쇼호스트) 오퍼였습니다. 우리 상품에 대한 소비자의 관심과 구매율을 높이기 위해 가장 먼저 노출시킬 물품과 그에 맞는 단가를 선정하고, 우리 제품을 라이브 중 구매할 경우, 즉시 할인을 적용하는 프로모션 혜택을 제공하는 등 라이브 커머스 전반에 대해 컨설턴트가 함께해 주었기 때문에 순조롭게 진행할 수 있었고 다양한 마케팅 방법을 배울 수 있었습니다.”

라이브 방송을 진행하는 과정에서 여러 가지 결정을 내릴 사항이 많았지만, 컨설턴트의 상세한 자문이 있어 첫 시도였음에도 불구하고 장체험관 및 장카페 사업단은 방송을 순조롭게 진행할 수 있었다.



주문도 늘고 매출도 늘어 앞으로 운영도 더욱 기대



장체험관 및 장카페는 컨설팅에 따라 직접 검색 및 상위 노출이 될 수 있도록 네이버 스마트플레이스를 구축하고, 매장의 장점을 부각시킬 수 있는 사진과 소개 글을 작성하여 일일 플레이스 최대 방문 수 증감률 약 1,600%라는 홍보 효과를 얻었다. 현재는 지속적인 성장 폭을 보이며 주 평균 38명을 유지하고 있다. 또한 여러 방법으로 진행되었던 전통장수제청 체험프로그램 ‘장며드는요리클래스’는 네이버 스마트플레이스 예약 시스템으로 일원화해서 효율적인 예약 관리도 가능해졌다.

“온라인 판로개척을 위해 쿠팡 입점과 함께 5월 한 달 간 총 3회의 라이브 커머스를 진행했습니다. 덕분에 누적 시청자 수 6,941명(2023년 9월 25일 기준), 누적 판매량 15건의 성과를 낼 수 있었고요. 기존 진행하고 있던 온라인 판로(스마트스토어) 외에 쿠팡이라는 새로운 판로를 확보했다는 것도 큰 성과라고 생각합니다.”

장현경 사회복지사는 다른 무엇보다 근무하는 어르신들의 만족도가 높아진 점을 큰 성과로 꼽았다. 어르신들이 직접 만든 상품들이 온라인을 통해 소개되고 판매까지 이루어졌다는 점에 신기해하고 뿌듯해하고 있다.

“앞으로도 쿠팡 라이브 커머스 등 다양한 마케팅에 도전할 예정입니다. 자체적으로 라이브 방송을 진행하여 고객에게 믿고 먹을 수 있는 브랜드이자 상품으로서 자리매김하고자 합니다. 또한 제품 패키지의 디자인과 내구성을 보완하여 내년 설 전체 상품 리뉴얼을 하려고 합니다. 앞으로도 컨설팅을 통해 쌓은 역량을 잘 풀어내어 더 신나는 성과를 만들어 보겠습니다.”





담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“온라인 판로개척에 대한 고민, 이제 첫 걸음을 뒀습니다”

장체험관 및 장카페 담당자로서 참여 어르신들의 정성과 노력, 상품의 우수성을 더 많은 소비자들에게 알리기 위해 온·오프라인으로 여러 노력을 했습니다. 하지만 전통장에 관심이 있는 대상층이 한정적이기 때문에 브랜드 홍보에 어려움이 많아 늘 ‘어떻게 해야 새로운 판로를 개척할 수 있을까’ 고민이 많았습니다. 그래서 시장형사업을 운영한지 7년차인 우리 사업단에 전문가의 실제적인 자문과 아이디어가 절실하다는 생각을 했습니다.

그러한 시점에 성장지원센터 판로개척 컨설팅을 만나 현재 운영에서 개선할 점이 무엇인지 파악하는 데 큰 도움을 얻었습니다. 그리고 그토록 원하던 신규 판로개척까지 많은 성과를 이룰 수 있었습니다. 우리 사업단의 제품을 소비자에게 알리기 위한 고민 해결의 첫 발걸음을 뒀 수 있는 좋은 경험이었습니다.

앞으로 장체험관 및 장카페를 참여 어르신들의 이야기와 경험을 담은 특별한 일자리로, 어르신들이 자부심을 가지고 함께 이끌어 나아갈 수 있는 자리로 성장시키고 싶습니다. 우리 상품의 우수성에 대해 널리 알릴 수 있도록 끊임없이 노력하겠습니다.

장현경 사회복지사



고양시니어클럽 행주농가

| 시장형사업단 |

12

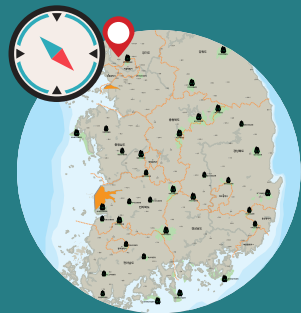
- 1 온라인 판매채널 확보
- 2 리뷰 교육 및 확보
- 3 광고비 절감
- 4 홍보 효과 극대화

지원계기

"우수한 품질의 참기름과 들기름,
온라인 매출을 올릴 방법이 없을까요?"

고양시니어클럽에서는 주문생산 당일생산, 당일납품을 제원칙으로
시중의 다른 제품보다는 신선한 참기름과 들기름 등을 만드는 행주농가
사업을 운영하고 있습니다.

저희 행주농가는 HACCP 인증까지 받아 우수한 품질의 상품을 만들고
있지만 온라인 쪽 판매가 늘지 않아, 홍보나 마케팅 방안이 필요한
상황입니다. 내부 인력으로 홍보 및 마케팅을 전문적으로 할 수 없어
판로개척 컨설팅을 받고자 요청드립니다.



사업 유형 _ 판로개척

고양시니어클럽 행주농가

대표자	신우철
설립년도	2010년
참여 근무자 수	10명
주요제품	참·들기름, 생들기름, 볶음참깨
소재지	경기도 고양시 일산서구 대화로 142-20
담당자	이재옥 사회복지사

지원성과

지원성과

- 쿠팡 마켓 플레이스 왕 입점
- 쿠팡 내 맞춤형 상품 등록 최적화 진행
- 체험단 모집 및 리뷰 확보
- 광고비 절감 및 홍보 효과 극대화
- 키워드 광고 집행을 위한 알고리즘 교육

온라인 판매채널 확보

리뷰 교육 및 확보

광고비 절감

홍보 효과 극대화



| 컨설팅분야
판로개척

온라인 홍보와 마케팅 효과를 높이고 싶습니다



HACCP 인증 받은 우수 제품 알리기



고양시니어클럽에서 운영하는 행주농가는 2020년 노인일자리 시장형 참기름 제조사업 단 최초로 HACCP 인증을 받은 사업으로, 고객이 믿고 먹을 수 있는 안전한 참·들기름을 생산하고 있다. 식품을 더 위생적으로 제조하고 관리할 수 있는 환경을 갖추면서 행주농가는 그동안 지역 내 오프라인 매장에 주로 납품하고 있었다.

현재 고양시와 파주시의 농협 로컬푸드 18개소에서 판매를 하고 있고, 하나로마트를 비롯해 옥선, 11번가, G마켓, 경기 착착착,마켓경기 등에서 온라인 판매도 하고 있다. 또한 지역사회 내 사회복지시설 3곳에 참기름 자판기를 설치하여 무인 판매도 병행하고 있다. 하지만 온라인 판매는 홍보 부족 등의 이유로 매출이 좀처럼 늘지 않고 있었다. 온라인 판매량이 별로 늘지 않은 상태에서 오프라인 판매에 의지하는 것은 매출 상승에 역부족이었다. 이에 행주농가 사업단에서는 온라인 매출 상승을 위한 홍보 및 마케팅 방안을 마련하려고 머리를 모았다.

“행주농가 사업단에서 자체적으로 생산품 마케팅과 홍보를 위해 30초 광고영상을 제작해서 딜라이브(경기케이블)에서 광고를 운영해 보기도 했습니다. 또 온라인 쇼핑몰 네이버스토어와 쿠팡에 직접 온라인쇼핑을 하고는 있지만 판매가 잘 안되는 상황입니다. 온라인 홍보나 마케팅을 적극적으로 해보고 싶어도 저희가 관련 전문가가 아니다보니 어려운 점이 많았습니다. 이전에 인증 관련하여 현장컨설팅을 받은 적이 있기 때문에 이번에도 온라인 홍보와 마케팅 분야에 실질적인 도움을 받고 싶었습니다.”

매출을 올리기 위한 온라인 홍보 강화

현장컨설팅이 시작되고 컨설턴트가 방문했다. 행주농가 사업 담당자인 이재욱 팀장은 판로개척 컨설턴트와 만나 온라인 홍보 및 마케팅, 바이럴 마케팅 방법, SNS를 활용한 마케팅, 상품 홍보 및 구매자 관리 등 온라인 쇼핑몰 운영에 관한 전반적인 필요사항을 전했다. 컨설팅은 총 5회로 진행하였으며, 1회에서는 사업단에서 개설한 기존의 온라인 쇼핑몰을 검토하면서 전반적으로 부족한 부분과 수정해야 하는 부분을 살폈다.

“컨설턴트는 네이버 스마트스토어 운영 현황을 살펴며, 네이버 쇼핑 검색 광고 키워드는 경쟁이 치열한 상태이므로 계속 유지하는 것보다 다른 방법을 찾는 게 좋겠다는 의견을 주었습니다. 또 안정적이고 지속적인 마케팅이 가능한 판로개척 계획을 수립하자는

제안을 주셨는데 네이버 스마트플레이스 구축과 쿠팡 마켓플레이스 입점이었습니다.” 이어 2회차 때는 쿠팡 마켓 플레이스 입점 현황을 확인하고 CPC 기반의 키워드 광고에 대해 안내해주었다. CPC는 인터넷 검색사이트에 특정 키워드를 검색한 사람들을 대상으로 광고주의 사이트가 노출되도록 하는 키워드 광고의 일종으로, 행주농가 상품을 효과적으로 홍보할 수 있는 마케팅 방법이었다.

이날 컨설턴트와 이재욱 팀장은 행주농가의 대표 상품을 선정하고 가격 전략도 수립했다. 전략 품목으로는 국내산 참기름, 국내산 들기름 250ml 상품 외 5ml 스틱 형태의 참기름, 들기름으로 선정했다. 그리고 마켓 플레이스 평균 수수료 10% 전후를 고려해서 상품 판매가격은 평균 10% 정도로 상향 조정했다. 이어 상품 선정에 따른 상세 페이지도 수정하기로 했다.

라이브 방송에서 구매 후기 관리까지

행주농가 사업단은 컨설팅을 통해 라이브 방송에 대한 설명과 진행 방법에 대해서도 안내 받았다. 컨설턴트는 라이브방송 신청 및 크리에이터 선정 등 행주농가 상품을 효과적으로 알릴 수 있는 라이브방송에 대해 중점적으로 안내해주었다. 이후 행주농가 사업단은 라이브방송을 진행한 후 컨설팅을 통해 결과를 분석할 수 있었고, 또 아마존 온라인 쇼핑몰 입점에 대해서도 협의를 해나갔다.

“7월부터 9월까지 총 15회 라이브방송을 통해 행주농가 상품의 홍보를 진행했습니다. 이를 통해 총 방문자수는 약 6,000명이며, 매출은 167,050원이었습니다. 매출이 많지는 않지만 라이브방송에 대해 알 수 있는 계기였고 무엇보다 약 6,000명의 일반 고객분들에게 노인일자리생산품을 알릴 수 있었던 것이 더 큰 수확이었습니다.”



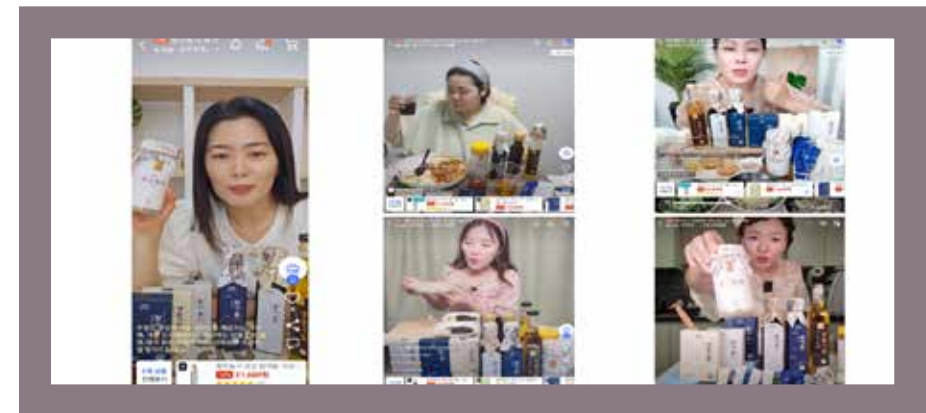
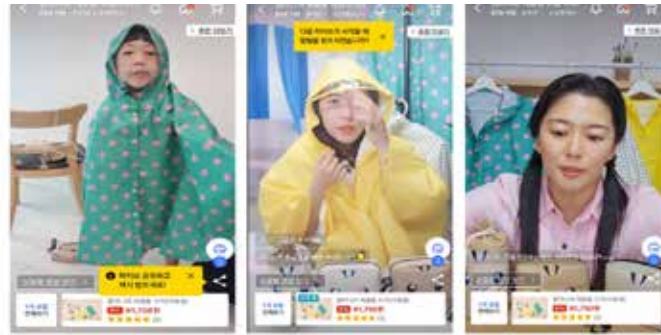
행주농가 사업단은 컨설턴트에게 온라인 홍보를 지속적으로 이어나가기 위해서는 리뷰가 중요하다는 점을 안내받기도 했다. 구매 후기를 통해 새로운 고객을 유입해야 한다는 내용이었다.

“저희가 기존에 쇼핑몰을 운영하면서 놓친 부분이 리뷰 관리였습니다. 컨설턴트는 온라인에서 구매하는 소비자들은 리뷰를 보고 구매를 결정하기 때문에 친절하고 꼼꼼한 리뷰가 매출에 중요한 역할을 한다는 것을 일깨워주었습니다.”

홍보와 마케팅 역량 강화로 앞으로 매출 상승도 기대

행주농가 사업단은 이번 컨설팅을 통해 CPC 키워드 광고 운영 방법, 엑셀 피벗 기능을 활용한 광고 성과 분석 및 효율적 키워드 선정 방법, 체험단 활용을 통한 소비자의 외부 유입 방안 수립 등을 교육 받았다. 그리고 추후 아마존 진입을 위해 마켓 플레이스 입점 방법, 계정 개설, 물류 시스템 활용 방안 FBA시스템 이용 등 아마존 운영 역량 강화 교육도 받을 수 있었다.

“저희 행주농가 상품을 홍보하고 마케팅하는 방법을 단기적인 것뿐 아니라 장기적인 것까지 교육받으면서, 앞으로 사업단을 운영하는 담당자로서 어떤 부분을 집중해야 하는지 배울 수 있었습니다. 이러한 홍보 및 마케팅 교육을 받는 시간을 내거나 비용을 마련하는 것도 쉬운 일이 아닌데 저희 사무실까지 방문해서 행주농가를 위해 맞춤형 교육을 해주셔서 큰 도움이 되었습니다. 앞으로 저희 사업단은 온라인 쇼핑몰 운영 활성을 위해 노력하는 것은 물론 크리에이터를 통한 라이브 방송에서 어르신들이 직접 홍보하는 라이브 방송 홍보에도 도전할 계획입니다.”



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“홍보와 마케팅 분야, 어려운 숙제를 함께 푼 느낌입니다”

사회복지사로서 시장형사업단을 꾸려나가다 보면 전공과는 다르게 모르는 분야를 다뤄야 하는 경우가 많습니다. 특히 사회복지 분야로 생산품을 만들어 수익을 내야 하는 노인일자리 시장형사업은 항상 새로운 도전을 해야 하는 업무입니다. 담당자에게는 전문 분야가 아니다 보니 한 걸음 나갈 때마다 새롭게 부딪치는 어려운 숙제를 풀어야 하는 때가 많습니다.

이런 막막한 상황을 극복하게 해준 것이 성장지원센터의 컨설팅 지원사업이었습니다. 앞으로도 현장에서 노인일자리 시장형사업을 담당하는 사회복지사를 위해 다양한 분야의 컨설팅 전문가를 연계해서 어려움을 해소해준다면, 현장에서는 사업단 참여 어르신들과 생산품 질 향상을 위해 더 많이 신경 쓰며 생산에 충실할 수 있을 것 같습니다.

이재욱 사회복지사

라운지.2호점 동구행복한 어르신복지관

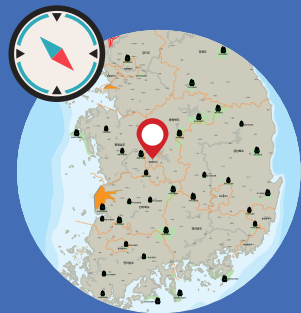
13

- 1 가격 정책 수립
- 2 홍보 방안 구축
- 3 고객 주문 관리
- 4 다양한 지역사회 사업

지원계기

"외부 고객이 오기 힘든 입지,
어떻게 매출을 올려야 할까요?"

대전 동구행복한어르신복지관에서는 1층 시설 중 일부를 개보수하여 라운지 커뮤니티센터를 오픈했습니다. 지금까지 라운지 카페 일자리 참여자에게 가는 인건비 일부를 타 기관 등에서 지원받아 운영하고 있었는데 2024년부터 지원이 절반 이하로 줄기 때문에 자체 매출을 늘려야 하는 상황입니다. 복지관 1층이라 외부 고객 유입이 힘든데, 홍보로 매출 상승이 가능할까요? 마케팅 방안 등 카페 운영 개선에 대한 컨설팅이 필요합니다



사업 유형 _ 기타(라운지)

라운지 커뮤니티센터 동구행복한어르신복지관

대표자 | 김명희

설립년도 | 2021년

참여 근무자 수 | 10명

주요제품 | 커피 등 카페 음료 및 디저트

소재지 | 대전광역시 동구 동부로 23

담당자 | 윤소현 과장

지원성과

지원성과

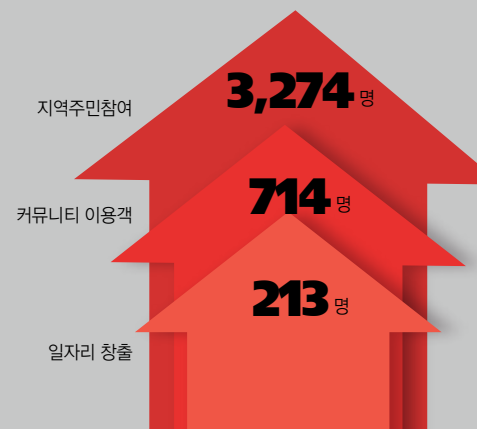
- 고객의 연령에 따른 가격정책 이원화
- 가격인상에 따른 요일메뉴 도입
- 네이버 스마트플레이스 정보 개선
- 고객 주문 관리 방안
- 지역사회 커뮤니티 사업 다양화

가격 정책 수립

고객 주문 관리

홍보 방안 구축

다양한 지역사회 사업



| 컨설팅분야
기타

복지관 1층 라운지 카페, 매출 올릴 방안이 필요해요



지역 내 소통 공간이 된 라운지 커뮤니티센터 대전점

라운지 커뮤니티센터 대전점을 운영하고 있는 동구행복한어르신복지관은 지역의 만 60세 이상 신중년 및 어르신들에게 통합적인 원스톱 서비스를 제공함으로써 건강하고 보람된 노후를 보낼 수 있도록 돕고 있다.

특히 이곳 복지관이 위치한 동구 판암동은 대전 지역에서 기초생활수급 독거노인들이 가장 많이 거주하는 임대아파트가 있는 곳이고, 동구는 문화적 인프라가 다른 구에 비해 취약하다는 지역적 특징이 있다.

그런데 최근 신축 아파트가 들어서는 등의 이유로 골드세대가 유입되면서 복지관을 찾아 오는 노년층이 원하는 바도 기존과 달라졌다. 노후에도 스스로 경제활동이나 취미를 즐기면서 건강한 삶을 즐기겠다는 요구들이 생겨났다.

인천공항공사 라운지 커뮤니티센터 조성사업의 지원을 받게 된 복지관은 기존 경로식당과 조리실을 개보수해 카페와 스튜디오로 재탄생시켰다. 그리고 라운지 커뮤니티센터의 느낌을 더하기 위해 로비는 갤러리 공간으로 꾸며 지역예술가 작품을 전시하는 등 문화 예술 활동을 더 활발히 펼쳐나갔다.

매출 상승 시급, 카페 운영 점검 필요

2021년 2월, 라운지 커뮤니티센터 대전점이 오픈하고 그동안 각종 인문학 강연, 플리마켓, 원데이 클래스 등이 이 공간에서 이뤄졌다. 특히 대전점은 라운지 카페를 처음 준비할 때부터 건물 구조에 꼭 필요한 벽체를 제외한 모든 벽을 철거하고 그 자리를 폴딩도어로 대체했다. 그래서 복지관과 라운지 커뮤니티센터 행사 때에는 모든 폴딩도어를 열어 공간 개방감을 최대한 넓히고 있다. 어르신뿐 아니라 어린이, 청소년, 여성, 장애인 등 누구나 자유롭게 드나들고 어울릴 수 있도록 하기 위해서였다.

또한 라운지 카페가 단순한 카페를 넘어 문화공간으로서도 잘 활용될 수 있도록 카페 내부에 일반 테이블 외에도 계단식 좌석과 빔프로젝터, 스크린을 구비해서 강연이나 교육, 공연을 할 때에는 문화공간으로 변신시키고 있다.

하지만 이 같은 지역 내 커뮤니티 공간으로서 역할을 톡톡히 하고 있는 라운지 카페에 고민이 생겼다. 신중년 세대가 일하고 있는 라운지 카페의 인건비 지원은 2024년부터 절반 이하로 감소한다. 라운지 카페에서는 인건비 마련을 위한 매출 상승 방안이 필요했다.

하지만 라운지 카페는 복지관 1층을 활용하고 있기 때문에 복지관을 자주 드나드는 직원과 지역주민 외에, 새로운 외부 손님을 받아들이는 데는 한계가 있다.

이런 부분의 어려움을 해결하기 위해, 동구행복한어르신복지관은 매출 상승을 어떻게 해야 할지 라운지 카페에 대한 전반적인 운영 점검을 위해 현장컨설팅을 받게 되었다

판로 개척을 위한 마케팅, 새로운 대안을 만나다

현장 컨설팅에서는 먼저 라운지 카페 사업장에 대한 기초 진단부터 시작했다. 매출과 비용, 순이익 등 정량적 평가지표를 점검하고 사업타당성을 분석해서 앞으로의 사업 운영에 필요한 개선사항을 찾기 위해서였다.

우선 매출 상승을 위해서는 가격 조정이 불가피했다. 컨설턴트는 방문고객의 연령대를 고려해 저가 정책을 펼치고 있지만 수익성 제고를 위해서는 가격 조정이 불가피하기 때문에 이원화하는 방안을 제안했다. 가격이 이원화될 경우, 프론트 업무가 복잡해 지므로 키오스크 활용이 필요하다는 점도 설명했다. 또한 가격 인상으로 고객 이탈이 되지 않도록 고객 관리를 하는 법도 안내했다.

이와 함께 상권 분석 등을 통해 마케팅 개선 방향을 제시했다. 예를 들어, 젊은 고객층을 확보하기 위해 샐러드 같은 메뉴를 추가하는 것 등이었다.

“컨설팅을 통해 지금처럼 고객을 기다리는 영업 방식보다 적극적으로 고객을 끌어들이 수 있는 마케팅 활동을 펼칠 필요가 있다는 점을 알게 되었어요. 당시 저희 라운지 카페의 광고 예산은 월 20만 원 정도였는데 컨설턴트는 이 예산을 어떻게 효율적으로 집행해야 할지 제안해주었죠.”

현장 컨설팅에서 컨설턴트와 담당자는 앞으로 판로를 새롭게 개척할 수 있는 여러 방안에 초점을 맞추어 이야기를 나누었다. 먼저 컨설턴트는 네이버 스마트플레이스를 더 적극적으로 활용할 것을 안내했다. 공간과 메뉴의 장점을 느낄 수 있도록 대표 이미지를 변경하고 카페에 들렀다가 함께 돌아볼 수 있는 판암근린공원에 대한 소개도 구체적으로 할 것을 제안했다.



“전문가에게 컨설팅을 받아보니 지금까지 저희 안에서 생각하지 못한 새로운 시각의 좋은 아이디어들이 많이 나왔어요. 앞으로 라운지 카페를 운영하면서 필요할 때마다 꺼내어 쓸 수 있는 아이디어라 두고두고 활용하려고 합니다.”

홍보와 마케팅 역량 강화로 앞으로 매출 상승도 기대

동구행복한어르신복지관은 컨설팅을 통해 라운지 카페가 당장 개선할 부분과 순차적으로 바뀌어갈 수 있는 부분 등을 알 수 있었다.

“저희가 가장 원하는 것은 자생할 수 있는 안정적인 카페 운영이에요. 어르신과 중장년 일 자리를 계속 창출하려면 안정적인 수익 구조가 우선이죠. 저희는 사업 특성상 계속 새로운 참여자에게 일자리를 만들어 드려야 하기 때문에 이를 위한 인건비와 운영비 마련이 시급한 상황이에요. 재정 자립을 위한 방안 마련에 목말라 있던 터라, 이번 현장 컨설팅은 큰 힘이 되었습니다.”

김명희 관장은 이번 현장 컨설팅에서 안내해준 개선사항과 제안을 참고로 기존의 문제들을 꾸준히 개선하고자 한다. 특히 지역주민들이 라운지 카페를 많이 찾아올 수 있도록 계절 별 메뉴와 특색 있는 디저트 개발도 계속 추진하고자 한다.

“이번 컨설팅에서 아이디어를 제공받은 덕분에 인근 유치원과 연계하여 라운지 갤러리에서 어린이 작가 데뷔 전시를 하고, 어린이들에게 인형극 공연도 제공할 수 있었습니다. 앞으로 라운지 커뮤니티센터는 지역의 도움을 받으며 계속 성장해나갈 것이고, 지역사회에 보탬이 되는 공간으로 자리 잡아나가고자 합니다.”



담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“어르신들 인건비를 위한 매출 상승 방안, 전문가의 조언이 큰 힘이 됐습니다”

라운지 카페는 지역 내 유관 업체와의 상생을 추구하기 위해 판암동에 있는 판암장애인보호작업장에서 로스팅한 양질의 원두로 커피를 제공하고 있어요. 카페 재료 원가와 인건비, 카페 운영비를 고려해서 처음에는 아메리카노 3,000원을 기준으로 가격을 책정했지만 복지관 내 회원분들의 의견과 운영자문위원 회의를 통한 논의를 거쳐 아메리카노 1,500원으로 조정하게 되었어요.

이 가격은 노인일자리와 중장년지원센터, 인천사회복지공동모금회의 인건비 지원이 있었기 때문에 가능했는데 2024년부터 지원이 절반 이하로 줄어들기 때문에 매출을 올릴 방안이 시급했어요.

다행히 성장지원센터에서 전문가를 파견해줘 현장컨설팅을 진행하면서 여러 가지 개선사항을 들을 수 있었어요. 덕분에 지역사회와 연계한 사업도 더 활발하게 추진하게 되었고 메뉴 개발 등을 통한 매출 상승도 기대할 수 있게 되었습니다. 앞으로도 지역 사회에 보탬이 되는 공간으로 성장하겠습니다.

김명희 관장



라운지.4호점 협동조합 꿈꾸는 문화놀이터 뜻

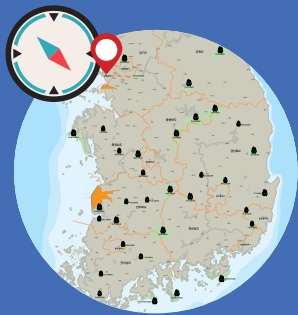
14

- 1 카페 컨셉 도출
- 2 온라인 마케팅 방안 구축
- 3 원활한 고객 관리

지원계기

"이제 막 시작하는 카페,
고객 유입을 어떻게 하는 게 좋을까요?"

영종도 구읍벙터 근처에 인천공항공사 라운지 커뮤니티센터 영종도점을
오픈하려고 합니다. 영종도의 주요 관광명소라는 입지 조건 때문에
관광객의 방문객이 많은 지역인데 이런 곳에서 신중년 세대를 위한
라운지 커뮤니티센터의 컨셉은 어떻게 잡아야 할까요?
초기에 '음식점+카페' 라는 컨셉을 잡았지만 저희가 타겟 고객에 맞게
컨셉을 잘 잡은 건지부터 걱정입니다. 이곳을 찾는 관광객뿐만 아니라
영종도 주민 및 외부 지역에도 영종도점을 홍보하고 싶습니다.



사업 유형 _ 기타(라운지)

라운지 커뮤니티센터 협동조합 꿈꾸는 문화놀이터 뜻

대표자 | 정운호

설립년도 | 2023년

참여 근무자 수 | 5명

주요제품 | 커피 등 카페 음료 및 디저트

소재지 | 인천광역시 중구 영종진광장로 52 3층

담당자 | 심혜지 팀장

지원성과

지원성과

- '치아바타 전문 베이커리 카페' 컨셉 도출
- 네이버 '영종도 카페' 검색 시 노출 가능
- '개인정보보호법'을 준수 온오프라인 고객 관리방법 제시
- 오션뷰 + 1,500원 아메리카노 및 외부 게시

카페 컨셉 도출

온라인 마케팅 방안 구축

원활한 고객 관리



| 컨설팅분야
기타

베이커리카페 창업에 대한 전반적인 도움이 필요해요



입지에 맞는 카페 컨셉과 메뉴 정하기

라운지 커뮤니티센터는 신중년 세대에게 건강한 사회 참여 기회를 주고 지역 내 커뮤니티를 강화하기 위하여 인천공항공사에서 지원하는 공간이다. 영종도점은 인천 지역에서 문화예술 사업을 하는 청년들이 모여 설립된 협동조합 꿈꾸는 문화놀이터 뜻(이하 문화놀이터 뜻)에서 운영을 맡았다.

그간 문화놀이터 뜻은 문화예술을 활용한 기획사업, 교육사업, 거점사업, 관광로컬사업 등을 운영해왔지만 카페 창업은 처음이었다. 특히 라운지 커뮤니티센터는 신중년 세대가 일하는 곳이어야 한다는 점, 지역 주민을 위한 커뮤니티 기능이 함께 갖춰져야 한다는 점 등 조건이 뚜렷한 공간이다.

이러한 공간에 대한 문화놀이터 뜻의 고민은 깊었다. 처음에는 음식을 판매하는 카페로 컨셉을 잡았지만, 해당 입지에 그 컨셉이 맞는지도 의문스러웠다. 영종도점이 들어설 구읍 뱃터는 영종도로 들어서면 바로 만날 수 있는 작은 항구로 영종도의 주요 관광명소 중 한 곳이다. 항구이니 바다를 볼 수 있는 것은 물론이고 월미도로 오가는 배를 탈 수도 있다. 이런 특성 덕분에 관광객의 방문도 많은 곳이다. 이러한 곳에 카페와 커뮤니티 및 교육을 통합한 공간을 새로 만드는 일은 녹록지 않았다.

“상업적인 공간인 카페까지 같이 오픈하는 일이기 때문에 더욱 어려웠어요. 주변 상권과 어우러지는 카페 컨셉 정하기부터 어떻게 마케팅을 할 것인가까지 생각하면서 카페 오픈 준비를 해야 하는 거니까요. 이런 부분은 조합원으로 그 동안 해오던 일과 너무 결이 달라서 어디에 도움을 청해야 하나 난감했어요. 그런데 현장으로 컨설턴트를 파견해주신다는 이야기를 듣고 너무 반가웠죠.”

신규고객 유입과 고객관리를 위한 교육

담당자인 심혜지 팀장은 컨설팅 전에 컨설턴트와 사전 통화를 하면서 현장의 어려움을 전달했다. 이후 컨설턴트가 방문하여 진행한 첫 회의에서 정윤희 센터장, 기우진 부센터장, 심혜지 팀장, 류호선 점장 등은 카페 컨셉 변경과 함께 창업 초기에 고객을 사로잡을 수 있는 메뉴 선정부터 협의해나갔다.

“저희가 생각했던 음식점과 카페를 결합하는 컨셉보다는 최근 트렌드에 따라 베이커리카페로 하는 게 좋겠다는 제안을 해주셨어요. 어떤 빵을 팔 것이냐에 대한 부분도 창업 초



기에는 한 종류만 전문적으로 판매하는 게 좋겠다고 정해주셨고요. 인터넷으로 검색 되는 빵 가운데 상위 5가지 빵 종류를 찾아서 보여주셨는데 그중에서 치아바타를 하는 게 좋겠다고 협의를 했어요. 사업이 안정되면 다양한 빵으로 늘리되 우선은 신중년분들을 고려해 복잡하지 않게 시작하자는 의견이었죠.”

문화놀이터 뜻은 컨설팅을 통해 영종도점의 컨셉을 치아바타 전문 베이커리카페로 명확히 하기로 하고, 마케팅 방안에 대해서도 협의해나갔다. 지역 특성상 영종도 내에는 공항 관련 종사자가 많다는 것을 감안해 공항 관련 종사자에게는 15% 할인 적용 등을 내세우기로 했다.

이어지는 두 번째 면담에서는 온라인에서의 홍보-마케팅 방법과 신규 고객의 재방문을 높이는 등 고객 관리 방안에 대한 안내를 받았다. 개인정보보호법을 위반하지 않고 안전하게 고객 정보를 수집하고 관리하는 방법 등을 교육 받고 우량고객을 집중 관리하는 방법도 배워나갔다.

“컨설팅을 받으면서 가장 좋았던 점은 온라인 마케팅 정보 교육, 배달 플랫폼 활용하기, 원가 계산과 수익성 평가 등 실무에 필요한 중장기 계획 활용 방안에 대해 짚어준 점이에요. 또 네이버 알고리즘을 높일 수 있는 네이버 쿠폰 기능, 스마트 플레이스 영상 콘텐츠 만들기, 네이버 주문하기 등 저희가 몰랐던 여러 가지 마케팅 방법을 알려 주어서 좋았어요.”

어려웠던 마케팅 방법, 구체적인 정보를 얻다

이번 컨설팅을 통해 영종도점은 라운지 커뮤니티센터 오픈에서 느꼈던 부담감을 덜 수 있었다. 특히 마케팅에 대한 다양한 정보는 라운지 카페와 라운지 커뮤니티센터를 어떻게 운영해야 하는지 막막해하던 부분을 어느 정도 뚫어주었다.

“카페 홍보에 필요한 마케팅 방법을 구체적으로 제시해주셔서 저희에 맞게 바로 대입할 수 있는 점이 좋았어요. 인터넷에서 그런 정보를 얻을 수 있겠지만, 저희 라운지 커뮤니티센터와 딱 맞는 정보는 아니잖아요. 그런데 현장 컨설팅은 저희 라운지 커뮤니티센터에 맞춤형 컨설팅을 해주기 때문에 훨씬 적합한 안을 얻을 수 있었죠.”

컨설팅 면담에 참여한 류호선 점장은 상권 조사를 통한 카페 컨셉 점검과 메뉴 구성, 시즌음료 구성에 대한 컨설팅이 실제 매장 운영에 큰 도움이 되었다고 말한다. 또 추후 레시피, 반죽법의 노하우 등을 교육 받을 수 있어서 더 든든하다는 말을 덧붙였다.

“사실 처음에는 저희에게 어떤 부분이 부족하고 어떤 부분이 더 필요한가를 파악하기조차 쉽지 않았어요. 그런 상황 속에서 컨설턴트님들이 찾아와 함께 창업을 준비한다는 마인드로 먼저 저희에게 필요한 부분을 고민해주고 다음 면담 때 그런 부분을 미리 준비해 주어서 더 만족스러웠어요.”

홍보와 마케팅 역량 강화로 앞으로 매출 상승도 기대

현장 컨설팅과 함께 꼼꼼히 준비를 마친 영종도점은 올해 11월에 힘찬 출발을 했다. 신중년이 일하는 라운지 카페는 바다가 보이는 오션뷰, 다양한 베이커리 등 디저트를 즐기면서 커피와 음료를 마실 수 있다는 점 등 인근의 타 카페와 비교해도 결코 뒤지지 않을 만큼 트렌디하게 꾸몄다.

또 신중년 프로그램을 이용하는 참여자들을 위한 커뮤니티홀, 소규모룸 등도 조성했다. 지역 주민들이 커뮤니티 공간으로 쓰기에 적합한 공간이 만들어졌다.

정운호 센터장은 앞으로 라운지 커뮤니티센터 영종도점이 지역주민과 신중년 세대에게 편안한 커뮤니티 공간이자 일터가 되길 바란다.

“라운지 커뮤니티센터는 신중년 일자리 창출과 지역주민 소통 강화라는 목표가 있는 사업이에요. 신중년들에게 일자리를 마련해드리면서 이왕이면 직무 역량을 강화하는 교육도 진행하고 싶어요. 그분들이 혹시 다른 곳에 가서 일을 하셔도 환영받을 수 있도록요. 또 세대 간 네트워크를 강화할 수 있는 다양한 활동과 행사를 진행할 거예요. 지역을 위한 축제 기획 등 여러 가지 구상을 하고 있습니다. 많은 분들이 라운지 커뮤니티센터에서 자신이 꿈꾸던 것과 이루고자 하는 뜻을 조금이라도 성취하시기를 바랍니다.”





담당자가 말하는
'컨설팅 효과'

“난생 처음 도전하는 창업, 어려운 고비의 순간에 큰 도움이었습니다”

라운지 커뮤니티센터 오픈 준비를 맡은 담당자로서 오픈을 위한 공간 기획과 프로그램 기획, 행정서류 준비와 작성까지 대부분의 업무를 진행했습니다. 카페와 커뮤니티를 위한 공간을 오픈하는 것은 처음이었기 때문에 공간 구성부터 메뉴 정하기까지 저희 조합원끼리 의논해서 결정하기는 어렵고 힘들었어요.

특히 인테리어 설계부터 공사까지 진행하는 동안, 받아야 할 여러 가지 허가 사항들이 쏟아지자 정말 눈앞이 캄캄할 정도로 힘이 들었어요. 현장에서 다양한 변수들이 일어났고 저희는 그 문제들을 해결해 나가야 하니까 무조건 부딪쳐 나갈 수밖에 없었는데 이런 가운데 현장 컨설팅 지원을 받게 되어 너무나 다행이었습니다.

문화예술 기획을 주로 하던 저희가 상업적인 공간을 만들고 수익을 창출할 수 있는 방안까지 계획을 짜야 하는데, 이런 버거운 상황에서 현장 컨설팅은 구세주 같았습니다. 덕분에 컨셉을 명확하게 바꾸고 메뉴도 결정하고 마케팅과 홍보 방안까지 세울 수 있었어요. 창업에 힘들어하던 저희를 구해주셔서 감사합니다.

심혜지 팀장



컨설팅 우수사례집

2023
성장지원센터 컨설팅 우수사례집

발 행 일 | 2023년 11월 발행
발 행 처 | 한국노인인력개발원
관련문의 | 한국노인인력개발원 성장지원센터(Tel 02-6925-2196)
홈페이지 | kordi.or.kr

편집·디자인 | 애드센스_ 031 500 4525