

14

비즈니스 모델 구축 계획



공간 최적화형 스마트 다이닝 시스템 (SLH-D) 비즈니스 모델 전략



전략 보고서 요약 및 가치 혁신 선언문

- 보고서의 핵심 결론 및 투자 매력도 요약
- 차별화된 가치 제안 정의



전략적 환경 분석 및 디자인 차별화 기회

- 시장 규모 및 성장 동인 분석
- 신혼부부 고객 세분화 및 핵심 니즈 도출
- 벤치마킹 디자인 콘셉트 분석



경영학 총론 기반의 완벽한 디자인 차별화 전략

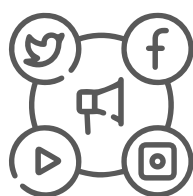
- 차별화 전략 프레임워크 선정: 블루오션 전략
- ERRC 프레임워크를 활용한 가치 곡선 재설계
- '스마트 라이프 허브'로서의 새로운 시장 공간 정의



혁신적인 비즈니스 모델 캔버스 상세 구축

- 핵심 구성 요소 (가치, 고객, 관계)
- 운영 및 생산 인자 추출
- 핵심 파트너십 및 비용/수익 구조

공간 최적화형 스마트 다이닝 시스템 (SLH-D) 비즈니스 모델 전략



실행 계획: 생산 최적화 및 전략적 마케팅 믹스

- 4가지 유형별 모듈 패키지 제안
- 가치 기반 프리미엄 가격 전략
- DTC 강화 및 체험형 플래그십 스토어
- 4대 유형 맞춤형 커뮤니케이션 전략



전문가 평가를 위한 성과 측정 및 재무 평가

- 균형 성과표 기반의 성과 지표 시스템 구축
- 경제적 부가가치 분석을 통한 투자 매력도 평가
- 위험 및 기회 분석 (SWOT)



결론 및 최종 권고

- DFM/DFA 기반 생산 시스템 구축 가속화
- UX/UI 및 IoT 통합 기술 역량 확보
- 체험형 유통 채널 선점



15

**전략 보고서 요약 및
가치 혁신 선언문**

전략 보고서 요약 및 가치 혁신 선언문



1.1. 보고서의 핵심 결론 및 투자 매력도 요약

본 보고서에서 제시하는 '공간 최적화형 스마트 다이닝 시스템(Smart Life Hub - Dining, SLH-D)'은 기존 가구 시장의 경쟁 포화 상태인 레드 오션을 벗어나 '스마트 라이프 허브'라는 새로운 시장 공간을 창출하는 것을 목표로 합니다. 이는 소형 주택에 거주하는 신혼부부가 직면하는 4가지 복합적 요구사항(실용성, 감성, 스마트, 업무/여가)을 동시에 해결하는 가치 혁신(Value Innovation) 전략에 기반합니다. SLH-D의 비즈니스 모델은 디자인 감각(Aesthetics), 공간 효율성(Optimization), 그리고 스마트 기술 융합(IoT Convergence)이라는 세 가지 핵심 차별화 요소를 중심으로 구축됩니다. 이러한 전략적 포지셔닝은 연평균 성장률(CAGR) 8.74%가 예상되는 고성장 스마트 가구 시장 에 선제적으로 진입할 기회를 제공합니다. 가치 기반 프리미엄 가격 전략과 효율적인 모듈 생산 시스템을 통해, 본 프로젝트는 3년 내에 자본 비용을 초과하는 양(+)의 경제적 부가가치(EVA)를 달성함으로써 투자 매력도를 극대화할 것입니다.

1.2. 차별화된 가치 제안 정의

SLH-D의 핵심 가치 제안은 "제한된 공간(Small Footprint)에서도 풍요로운 생활 경험(Rich Experience)을 제공하는 유일한 다기능 스마트 라이프 허브"로 정의됩니다.

이 제안은 단순히 기능이 많은 가구가 아니라, 감각적인 디자인을 통해 고객의 정체성과 삶의 질을 상징하는 중요한 요소로 작용하게 함으로써 차별화됩니다. 기존 가구 시장에서 기능성과 미학은 상충되는 요소였으나, SLH-D는 미니멀하고 모던한 디자인 안에 확장형 기능과 스마트 기술을 완벽하게 통합함으로써 이 상충 관계를 해소하고 새로운 시장 가치를 창출합니다.



16

**Part I: 전략적 환경 분석
및 디자인 차별화 기회**

전략적 환경 분석 및 디자인 차별화 기회



2.1.1. 소형 주거 보편화 및 공간 최적화 수요

한국의 주거 환경은 인구 및 주거 구조 변화에 따라 소형화가 가속화되고 있습니다. 신혼부부 세대는 높은 경제적 부담과 주택 시장 상황으로 인해 소형 아파트나 오피스텔에 거주하는 경우가 많아졌으며, 국내 신혼부부 주거의 평균 면적은 지속적으로 축소는 추세입니다. 이러한 환경적 제약은 다이닝 공간을 주방 및 거실과 통합된 형태로 활용하게 만들며, 이는 필연적으로 공간 최적화형 가구에 대한 시장 수요를 증가시킵니다. 2030 세대의 70% 이상이 소형 주택을 선호한다는 조사 결과는 이러한 수요가 일시적인 현상이 아니라 구조적인 트렌드임을 입증합니다.

주거 공간의 경계가 모호해짐에 따라, 가구는 단일 기능에 머무르지 않고, 한 공간에서 다이닝, 업무, 휴식 등 다기능을 소화할 수 있는 유연성을 요구받고 있습니다. 이 거시적 환경 변화는 SLH-D와 같은 다기능성 및 모듈형 시스템 가구의 도입을 정당화하는 강력한 시장 동인이 됩니다.

2.1.2. 스마트 가구 시장의 고성장성

가구 시장은 변형, 확장, 결합이 가능한 시스템 가구로 집중되고 있으며, 여기에 스마트 기술 융합은 필수적인 요소로 자리 잡았습니다. 글로벌 스마트 가구 시장은 2025년 5.08억 달러 규모에서 2030년까지 11.45억 달러 규모로 연평균 성장률(CAGR) 8.74%를 기록하며 급격히 성장할 것으로 예상됩니다.

SLH-D는 이처럼 고속 성장하는 스마트 가구 시장과 소형 주거 시장의 교차점에 위치합니다. 주거 면적 축소는 1인당 가구 설치 공간의 물리적 제약을 강화하는데, 스마트 가구 시장의 성장은 이 제약된 공간에 기술을 집약시켜야 함을 시사합니다. 따라서 SLH-D에 통합되는 무선 충전 패드, IoT 연동 조명 등의 스마트 기능은 단순히 부가 기능이 아니라, 공간 절약(실용성)과 편의성(기술융합)이라는 두 가지 핵심 고객 니즈를 동시에 해결하는 필수적인 수단이 됩니다.

전략적 환경 분석 및 디자인 차별화 기회

2.2. 신혼부부 고객 세분화 및 핵심 니즈 도출

제공된 자료의 사용자 분석에 따르면, 신혼부부는 4가지 라이프스타일 유형으로 명확히 분류되며, SLH-D는 이 모든 유형의 니즈를 통합적으로 충족

- 실속형 신혼부부: 경제적 효율성과 공간 절약이 최우선이며, 수납 기능 강화와 고효율 가성비를 선호
- 라이프스타일 중시형 신혼부부: 미니멀하고 모던한 디자인, 감각적인 분위기, SNS 공유에 적합한 미학적 가치를 중요시합니다.
- 스마트 생활 지향형 신혼부부: 무선 충전, IoT 연동, 블루투스 스피커 등 최신 기술을 활용하여 집을 '스마트 라이프 허브'로 인식합니다.
- 홈워크/여가 중시형 신혼부부: 재택근무, 홈카페 등 다목적 활동을 집에서 해결하며, 확장형 상판과 인체공학적 구조를 필요로 합니다.

1

2.2.1. '디자인 감각'의 매개 효과 및 타겟 시장 확장

전통적인 가구 시장에서는 '실속형' 고객이 원하는 저렴한 실용성과 '라이프스타일 중시형' 고객이 원하는 미학적 가치 사이에 명확한 상충 관계(Trade-off)가 존재했습니다. 그러나 제시된 디자인 벤치마킹 이미지(따뜻한 톤의 목재, 미니멀한 수납장, 간접 조명) [Image]는 미니멀리즘과 웰빙 트렌드를 충족하며, 모든 유형에게 어필할 수 있는 높은 수준의 감각적 조형미를 제공합니다.

따라서 SLH-D는 감각적인 디자인을 매개로 하여 이질적인 4가지 유형의 고객군을 통합적으로 포섭할 수 있습니다. 실속형에게는 '가격 대비 만족스러운 디자인과 기능'으로, 라이프스타일형에게는 '취향을 반영한 감성적 가구'로 인식되어, 결과적으로 광범위한 타겟 시장을 형성하게 됩니다. 이 디자인 통합 능력은 경쟁 우위를 확보하는 데 결정적인 역할을 합니다.

2

2.3. 벤치마킹 디자인 콘셉트 분석

제시된 이미지는 SLH-D가 추구해야 할 디자인적 목표를 명확히 보여줍니다. 이 이미지는 다이닝 공간이 따뜻한 톤의 목재와 무광택 흰색 수납장으로 구성된 미니멀하고 정돈된 인상을 주며, 웰빙 트렌드에 부합합니다.

공간 및 기능 통합: 벤치형 좌석과 벽면 수납장의 통합은 공간 최적화 전략의 시각적 구현입니다. 테이블 하단의 심플한 기둥형 구조는 다리 공간을 최적화하고 확장형 모듈이나 높이 조절 시스템을 통합하는 데 용이합니다.

스마트 및 감성 융합: 상단 수납장 하단과 선반에 통합된 간접 조명은 IoT 연동 조명의 시각적 벤치마킹이 됩니다. 이러한 간접 조명은 감각적인 분위기를 조성하고(라이프스타일형 니즈 충족), 스마트 기술이 시각적 간섭 없이 디자인에 녹아드는 미학적 기준을 제시합니다.

인체공학 및 지속 가능성: 부드러운 쿠션 스톨과 벤치형 좌석은 편안함과 인간 중심 디자인(Ergonomics)을 구현합니다. 이는 재택근무 등 장시간 사용(홈워크/여가 중시형 니즈)에 적합한 구조를 갖추어야 한다는 프로젝트 목표를 뒷받침합니다.

3



17

Part II: 경영학 총론 기반의 완벽한 디자인 차별화 전략

경영학 총론 기반의 완벽한 디자인 차별화 전략

3.1. 차별화 전략 프레임워크 선정: 블루오션 전략

고객이 요구하는 '완벽한 디자인 차별화'는 기존 가구 산업 내에서 단순히 더 좋은 제품을 만드는 경쟁(레드 오션)으로는 달성하기 어렵습니다. 따라서 본 프로젝트는 경쟁을 무의미하게 만드는 새로운 시장 공간을 창출하는 블루오션 전략을 핵심 프레임워크로 채택합니다. 블루오션 전략의 핵심인 가치 혁신은 전통적인 전략에서 상충된다고 여겨졌던 '차별화'와 '저비용'을 동시에 추구합니다. SLH-D는 스마트 기능과 미학적 디자인을 통해 차별화를 달성하는 동시에, 모듈화 및 공간 절약 기능을 통해 비용 효율성을 높여 이 전통적인 가치-비용 거래를 깨뜨리는 것을 목표로 합니다.



3.2. ERRC 프레임워크를 활용한 가치 곡선 재설계

경쟁 요소 (Industry Standard)	Eliminate (제거)	Reduce (감소)	Raise (증가)	Create (창출)
거추장스러운 설치 및 해체 과정	복잡하고 긴 현장 설치 시간	불필요하게 높은 내구도의 일반 식탁 자재 및 규격화되지 않은 부품	공간 최적화를 위한 모듈형/확장형 유연성 (가변성)	IoT 기반 환경 제어 기능 (조명, 온도, 습도 연동)
표준화된 디자인과 규격	다이닝 공간과 업무 공간의 물리적, 기능적 경계	복잡한 유지보수 요구 사항 및 소비자 직접 관리 필요성	미니멀리즘을 유지하는 감성적 /시각적 조형미 및 마감 품질	4가지 라이프스타일 유형 맞춤형 통합 UX/UI 인터페이스 (스마트 허브)
비활용 시간대 기능 부재	단순 식사 기능에 한정된 사용 목적	전통적인 오프라인 판매 채널 의존도 및 중간 마진	재택근무 및 여가 활동을 위한 인체공학적 구조 및 높이 조절 기능	무선/유선 통합 전력 관리 시스템 (테이블 상판 내장)

경영학 총론 기반의 완벽한 디자인 차별화 전략

ERRC (제거, 감소, 증가, 창출) 프레임워크 분석

이 분석에서 가장 중요한 전략적 이동은 '창출(Create)' 요소에 있습니다. 기존 가구는 하드웨어(HW)만 제공하고 단순한 목재나 금속을 다루는 반면, SLH-D는 HW에 소프트웨어(SW) 기반의 4가지 유형 맞춤형 통합 UX/UI 인터페이스와 IoT 기반 환경 제어 기능을 통합하여 새로운 가치를 창출합니다. 이 기능적 융합이야말로 완벽한 디자인 차별화의 완성입니다. 이로써 SLH-D의 경쟁자는 전통적인 가구 제조업체가 아닌, 스마트 홈 솔루션 제공업체가 되며, 새로운 시장 공간에서 주도권을 확보하게 됩니다.

'스마트 라이프 허브'로서 의 새로운 시장 공간 정의

SLH-D는 다이닝 가구 시장에서 이탈하여 ****소형 주거 환경 맞춤형 스마트 솔루션 시장****으로 재포지셔닝합니다. 이 시장은 현재의 다기능 가구에 만족하지 못하는 비고객(Non-Customer)들을 흡수합니다. 특히, 이 프로젝트는 미적 가치와 스마트 편의성을 동시에 제공함으로써, 기존에는 '가격' 때문에 실용성만 추구했던 '실속형' 고객과 '디자인' 때문에 기능성을 포기했던 '라이프스타일형' 고객을 모두 유치하는 것을 목표로 합니다. 이는 블루오션 전략의 핵심인 새로운 수요 창출을 가능하게 하며, 시장 경계를 재구성하는 결정적인 행동입니다.

18

**Part III: 혁신적인 비즈니스
모델 캔버스 상세 구축 (BMC)**

혁신적인 비즈니스 모델 캔버스 상세 구축

핵심 구성 요소 (가치, 고객, 관계)

핵심 가치 제안 (Value Propositions)				고객 관계 (Customer Relationships)	
공간 절약	디자인 미학	맞춤형 스마트 기능	건강한 사용 경험:	개인화된 모듈 선택 가이드	IoT 플랫폼 기반 지속적 관계
확장형 및 모듈형 설계를 통한 제한된 주거 면적의 효율적 활용.	미니멀, 모던, 감성적인 디자인을 통한 삶의 질 향상.	무선 충전, IoT 연동 조명 및 스피커를 통한 생활 편의성 증대.	친환경 소재 사용 및 재택근무/여가에 최적화된 인체공학적 설계.	온라인 3D 시뮬레이션 및 오프라인 플래그십 스토어를 통한 4가지 유형별 맞춤형 구성 컨설팅 제공.	전용 스마트 앱을 통해 펌웨어 업데이트, 원격 진단, 기능 확장 서비스를 제공하여 제품의 수명 주기 전반에 걸쳐 고객과의 관계를 유지합니다.

고객 세그먼트

소형 주거(아파트, 오피스텔, 공공임대 주택)에 거주하는 신혼부부
세분화된 4가지 라이프스타일 유형: 실속형, 라이프스타일 중시형, 스마트 생활 지향형, 홈워크/여가 중시형

혁신적인 비즈니스 모델 캔버스 상세 구축

운영 및 생산 인자 추출 (핵심 파트 리스트 및 활동)

완벽한 디자인 차별화와 모듈화 전략의 핵심은 생산 단계에서 구현됩니다.
다음은 효율성 및 기술 융합을 위한 구체적인 핵심 인자입니다.

DFM/DFA의 전략적 중요성

'제거(Eliminate)' 대상인 복잡하고 긴 현장 설치 과정을 최소화하기 위해서는 제조 용이성을 고려한 설계(DFM) 및 조립 용이성을 고려한 설계(DFA)가 핵심 생산 활동이 되어야 합니다. 모듈형 표준화 생산 시스템을 구축하는 것은 현장 설치 시간을 대폭 줄이고 (이는 ERRC의 'Reduce' 요소와 연결됨), 물류 및 AS 측면에서 부품 교체를 용이하게 하여 고객 만족도를 극대화합니다. 이는 또한 장기적으로 생산 단위당 비용을 절감하여 블루오션 전략의 '저비용' 측면을 지원합니다.



혁신적인 비즈니스 모델 캔버스 상세 구축

핵심 파트너십 및 비용/수익 구조

SLH-D는 가치 기반 전략을 추구하지만, 모듈화를 통해 비용 효율성을 높여야 합니다. 주요 비용 항목은 IoT 모듈 R&D 및 통합 비용, 친환경 소재 원가 프리미엄, 그리고 DFM 기반 생산 자동화 설비 투자 비용입니다. 모듈형 설계를 통해 재고 비용을 최소화하고, 생산 과정에서 규모의 경제(Economies of Scale)를 달성하는 데 집중해야 합니다.

스마트 기술 공급업체

안정적인 IoT 센서 및 무선 충전 모듈의 공급을 보장하고, 차세대 스마트 기능에 대한 공동 연구개발을 추진하여 기술적 우위를 지속적으로 확보합니다.

물류 및 설치 전문 업체

가구 설치와 스마트 모듈 통합이 필요한 마지막 마일(Last Mile) 서비스를 전문화된 파트너에게 위탁하여 효율적인 고객 경험을 제공합니다.

친환경 소재 인증/공급업체

E0 등급 이상의 친환경 소재와 FSC 인증 목재를 안정적으로 확보하여 '지속 가능성' 목표를 충족합니다.

부가 모듈 판매

확장 상판, 서랍 모듈, 프리미엄 충전 패드 등 다양한 옵션 모듈을 판매하여 고객의 맞춤형 니즈에 대응하고 객단가를 높입니다. 실속형 고객은 기본 모듈만 구매하여 가격 접근성을 유지할 수 있습니다.

프리미엄 시스템 가구 판매

핵심 다이닝 모듈(테이블, 벤치) 판매 수익이 주를 이룹니다.

구독 서비스

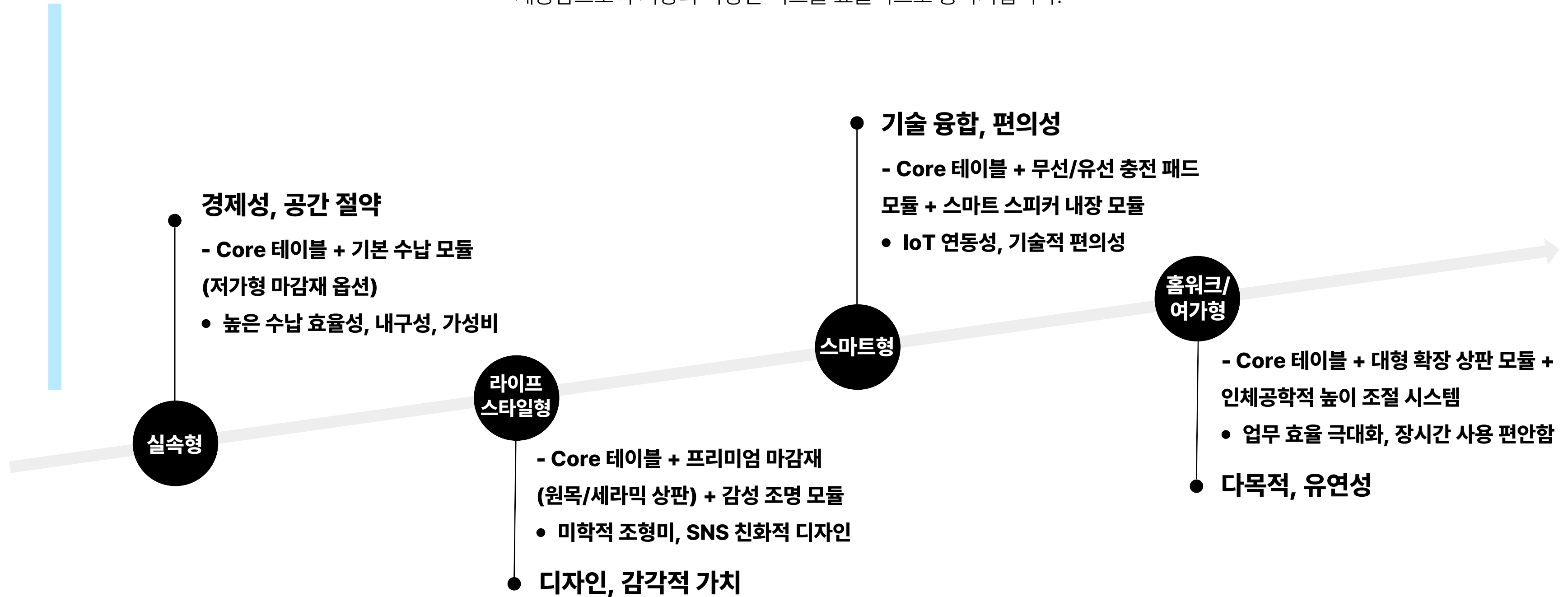
스마트 기능 유지보수, 프리미엄 앱 기능 (예: 환경 연동 자동화), 펌웨어 업데이트 등에 대한 월별 또는 연간 구독료를 부과하여 지속적이고 안정적인 서비스 수익을 확보합니다.

19

**Part IV: 실행 계획: 생산 최적화
및 전략적 마케팅 믹스 (4P)**

4가지 유형별 모듈 패키지 제안

SLH-D의 모듈화 전략은 4대 고객 유형을 위한 맞춤형 패키지를 제공함으로써 시장의 다양한 니즈를 효율적으로 충족시킵니다.



Price (가격): 가치 기반 프리미엄 가격 전략



1

SLH-D는 공간 최적화, 첨단 스마트 기능, 그리고 감각적 디자인이라는 세 가지 핵심 요소를 통합하여 창출된 새로운 가치에 기반하여 프리미엄 가격을 책정합니다. 이 전략은 경쟁사 대비 높은 초기 마진을 확보하고 브랜드 이미지를 고급화하는 데 필수적입니다.

2

가격 구조는 모듈별로 세분화됩니다. Core 모듈은 시장의 고급 다이닝 가구와 유사하게 포지셔닝하고, 옵션 모듈은 고객의 니즈와 예산에 따라 유연하게 추가할 수 있도록 가격을 책정합니다. 특히, 구독 서비스 모델을 통해 지속적인 소프트웨어 가치 제공에 대한 정기적 수익원을 추가하여, 하드웨어 판매에만 의존하는 전통적인 모델의 한계를 극복합니다.



품목별 구성, 생산 인자 및 전략적 비용 배분



품목별 리스트 (단위: 모듈)	핵심 기능 및 특징 (디자인/기능)	주요 생산 인자 (비용/단가 결정 요인)	전략적 비용 배분 비중 (총 제조원가 기준)
1. 테이블 (표준 상판 + 기동형 하부)	미니멀 디자인, 공간 최적화, 확장 모듈 호환 기반	E0/FSC 친환경 목재, 금속 프레임, DFM/DFA 표준화 생산 비용	40% (재료비 비중 높음)
2. 벤치/수납 일체형 모듈 (좌석 2인용)	공간 절약형 통합 수납, 미니멀 조형미, 내구성	고강도 목재/필름 마감, 모듈 연결 하드웨어	25% (인건비/하드웨어 비중 높음)
3. 스마트 제어 모듈	무선 충전 패드, IoT 통합 제어, 블루투스 스피커	IoT 센서 및 PCB, 무선 전력 전송 모듈, SW R&D 및 펌웨어 비용	20% (기술 R&D 및 전자 부품 비중 높음)
4. 확장/가변 모듈	인체공학적 높이 조절 시스템, 추가 확장 상판 (재택/여가 특화)	고정밀 전동 리프트 장치(옵션), 특수 슬라이딩 레일 하드웨어	10% (하드웨어 프리미엄 비중 높음)
5. 프리미엄 마감재 업그레이드	세라믹 상판, 고가 원목 마감, 특수 패브릭 쿠션	희소 마감재 원가, 특수 가공 비용	5% (고객 가치에 따른 마진 극대화)

2~3년 후 물가 상승률 반영 예상 가격 및 분석

품목별 리스트	현재 예상 소비자 판매가	3년 후 예상 소비자 판매가	핵심 가치 대비 가격 분석
테이블 (Core 모듈)	₩1,500,000	₩1,590,000	경쟁사 대비 **공간 유연성(확장성)**을 내재한 가격으로, 실속형 고객이 체감하는 가성비 만족도가 높음.
벤치/수납 일체형 (Core 모듈)	₩1,000,000	₩1,060,000	높은 수납 효율성 및 미니멀 디자인으로 별도 가구 구매 비용을 절감하는 효과를 통해 가격 정당화.
스마트 제어 모듈 (옵션)	₩350,000	₩370,000	IoT 연동, 무선 충전 등 기술 융합 가치에 대한 프리미엄 가격으로, 고마진을 통한 수익성 극대화.
확장/가변 모듈 (옵션)	₩500,000	₩530,000	재택/여가 특화된 인체공학적 유연성을 제공하여 홈워크/여가형 고객에게 높은 효용가치 제공.
SW 구독 서비스 (연간)	₩60,000	₩64,000	지속적인 가치(앱 기능, 펌웨어) 제공을 통해 고객과의 장기적 관계를 구축하며 안정적인 반복 수익 확보.

Place (유통): DTC 강화 및 체험형 플래그십 스토어

유통 채널 전략은 고객 데이터 확보와 최상의 제품 체험 제공에 중점을 둡니다

DTC (Direct-to-Consumer)

온라인 판매를 강화하여 중간 유통 마진을 최소화하고 가격 경쟁력을 확보하며 고객 데이터를 직접 수집합니다. 온라인에서는 3D 시뮬레이션 기능을 통해 신혼부부의 소형 주택 평면도에 SLH-D를 가상으로 배치해보고 4가지 유형별 맞춤 패키지를 추천받을 수 있도록 지원합니다.

체험형 플래그십 스토어

오프라인 채널은 '스마트 라이프 허브'의 실제 가치를 체험하는 공간으로 운영됩니다. 고객은 이 공간에서 SLH-D를 이용하여 재택근무, 홈카페, 가족 식사 등 다양한 일상 활동을 직접 경험하며 제품의 다기능성과 스마트 연동성을 확인할 수 있습니다. 이는 특히 라이프스타일 중시형 고객의 구매 결정에 큰 영향을 미칩니다.



Promotion (촉진): 4대 유형 맞춤형 커뮤니케이션 전략

마케팅 믹스는 4가지 신혼부부 유형의 라이프스타일과 선호하는 미디어를 반영하여 맞춤형으로 진행되어야 합니다.

●	실속형	작은 공간, 최대 효율 합리적인 스마트 가성비	가격 비교 플랫폼 광고, 공공임대 주택 관련 커뮤니티, 실제 공간 활용 비포/애프터 영상
●	라이프스타일형	우리의 취향을 완성하는 오브제 SNS가 주목하는 다이닝 디자인	인테리어 전문 매거진, 인기 인플루언서 협업(감성적 사용 썸), 웨딩/혼수 박람회.
●	스마트형	미래의 집, SLH-D에서 시작 연결되는 모든 것의 중심	IT/테크 리뷰 채널, IoT 기기 제조사와의 공동 프로모션.
●	홈워크/여가형	식탁에서 오피스까지 유연한 라이프의 완성	재택근무 커뮤니티, 생산성 앱 제휴, 인체공학적 기능 및 건강 효과 강조 광고.

20

**Part V: 전문가 평가를 위한
성과 측정 및 재무 평가
(High-Level Evaluation)**

균형 성과표 (BSC) 기반의 성과 지표 시스템 구축

Balanced Scorecard (BSC) 기반 핵심 성과 지표 (KPI)

전문가 집단의 평가를 위해서는 전략적 목표 달성 여부를 정량적으로 측정할 수 있는 최고 수준의 지표 시스템이 필요합니다. 이를 위해 균형 성과표(BSC)와 경제적 부가가치(EVA)를 통합하여 활용합니다

BSC 관점	전략적 목표	핵심 지표 (KPI)	핵심 목표
재무	자본 효율성 및 투자 가치 극대화	경제적 부가가치 (EVA)	양(+의) EVA 달성
재무	수익원 다각화	구독 모델 채택률 (%)	3년 내 20% 달성
고객	4대 신혼부부 유형별 고객 충성도 확보	유형별 순 추천 고객 지수 (NPS)	라이프스타일/스마트 유형 NPS > 50
고객	고객 획득 비용 효율화	오프라인 체험 고객 전환율 (%)	(세부 목표 설정 필요)
내부 프로세스	디자인 혁신 상품화 및 운영 효율성	신규 모듈 개발 주기 (월)	경쟁사 대비 30% 단축
내부 프로세스	생산 효율성 극대화	모듈 생산 자동화율 (%) 및 불량률 (%)	자동화율 95% 이상 및 불량률 1% 미만
학습 및 성장	스마트 기술 역량 확보	직원 1인당 스마트 기술 교육 이수 시간 (시간)	연간 80시간 이상
학습 및 성장	조직 문화 혁신	내부 혁신 프로젝트 성공률 (%)	(세부 목표 설정 필요)

경제적 부가가치 (EVA) 분석을 통한 투자 매력도 평가

경제적 부가가치 (EVA)

경제적 부가가치(EVA)는 기업이 자본 비용을 초과하여 창출하는 실제적인 초과 수익을 측정합니다. SLH-D의 비즈니스 모델은 고도화된 디자인 차별화와 모듈형 생산 효율화를 통해 높은 세후 순영업이익(NOPAT)을 달성하는 것을 목표로 합니다.

SLH-D는 가구 산업 평균을 상회하는 기술 융합과 디자인 우위를 통해 강력한 가격 결정력을 확보하여 높은 NOPAT을 창출해야 합니다. 이를 통해 가구 제조 산업의 평균 자본 비용(WACC)을 능가하는 지속적인 양(+)의 EVA를 창출함으로써, SLH-D 프로젝트가 단순한 비용 센터가 아닌, 강력하고 지속 가능한 가치 창출 센터임을 증명해야 합니다.

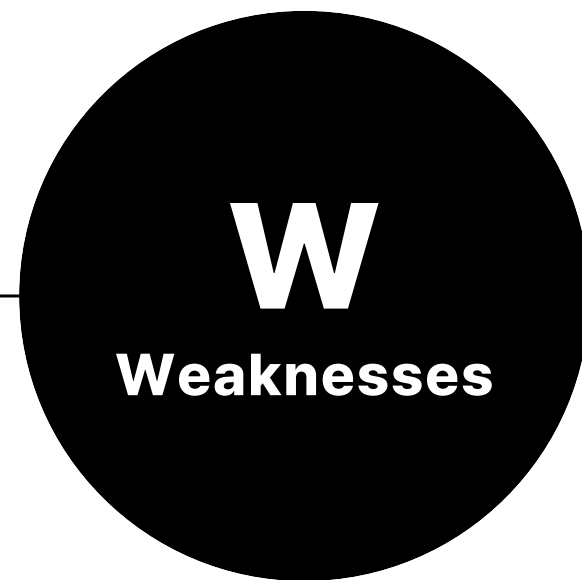


|| 위험 및 기회 분석 (SWOT)



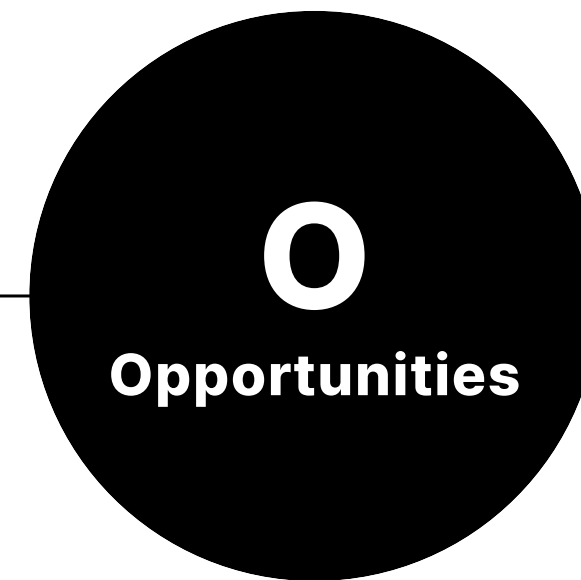
독창적인 디자인 차별화
4가지고객 유형을 포괄하는 모듈화
스마트 기술의 선점

가치 기반 프리미엄 가격 전략 및
블루오션 포지셔닝을 위한
핵심 경쟁 우위



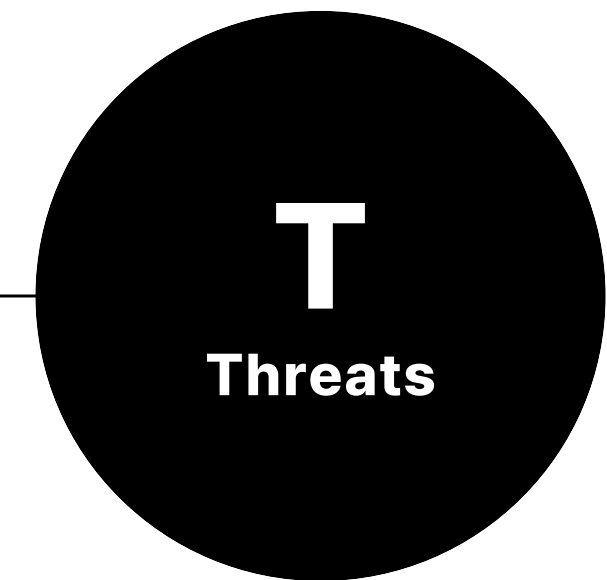
IoT 및 전자 부품의 초기 R&D 및
통합 비용, 복잡한 스마트
AS 요구 사항

DFM/DFA를 통한 생산 비용
최적화와 외부 파트너십(AS 전문 업체)
을 통한 전문화된 서비스 제공으로 대응.



소형 주거 환경의 보편화
스마트 가구 시장의 고성장성

공격적인 유통 및 마케팅 전략을 통해
빠르게 시장 점유율을 확보하고
선도자 우위를 선점.



IKEA 등 글로벌 대기업의 스마트
가구 시장 진입 , 급변하는 기술 트렌드
소비자 데이터 보호 및 보안 문제

핵심 지적 자산(UX/UI 통합 기술)에
대한 특허 확보 및 SW 업데이트를
통한 지속적인 가치 제공으로 대응.



21

결론 및 최종 권고

|| 결론 및 최종 권고

DFM/DFA 기반 생산 시스템구축 가속화

모듈형 제품의 낮은 설치 비용과 신속한 AS 처리는 고객 경험을 결정짓는 핵심 요소입니다. 표준화된 파트리스트와 자동화된 생산 설비에 대한 투자를 최우선으로 진행하여 원가 구조를 최적화해야 합니다.

UX/UI 및 IoT 통합 기술 역량 확보

SLH-D의 가장 큰 차별화 요소는 하드웨어와 소프트웨어의 완벽한 통합입니다. 4가지 고객 유형별 맞춤형 경험을 제공하는 직관적인 UX/UI 개발 인력 확보 및 관련 기술 특허 출원에 집중해야 합니다.

체험형 유통 채널 선점

온라인 DTC 강화와 병행하여, 핵심 지역에 '스마트 라이프 허브' 플래그십 스토어를 신속히 개설하여 고객이 제품의 혁신적 가치를 직접 체감할 수 있는 접점을 확보해야 합니다. 이는 고객 NPS를 높이고 EVA 목표를 달성하는 데 직접적으로 기여할 것입니다.

최종적으로, 전략 투자 위원회는 SLH-D 프로젝트의 성공적인 실행을 위해 다음 세 가지 핵심 권고 사항에 대한 즉각적인 투자를 권고합니다.