웰쉐어 사회적협동조합 · 웰쉐어로지스

자활사업 계획서 · 아이디어 04

자활생산품 온라인 판매 ·라이브커머스 사업단

바로 해볼 사업

지역 자활생산품을 한 온라인 가게에 모아 팔고, 촬영·상세 페이지·라이브 방송·배송 접수를 대신 해 주는 온라인 판매 대행 사업단



2026년 11월 · 웰쉐어 사회적협동조합 · 웰쉐어로지스 · 숫자 = 자활 인스타 전수 조사·전국 자활기업 현황·2026 자활사업 안내·공공 통계(붙임) · 설비·운영비는 추정(견적 확인 필요)

목차

I 사업 개요
II 추진 배경과 필요성
III 시장·고객·경쟁 분석
IV 타당성 검토
V 사업 내용
VI 경쟁력 강화 전략
VII 판매·홍보 전략
VIII 운영 계획
IX 추진 일정
X 재무 계획
XI 성과 목표
XII 사회적 가치
XIII 위험 관리
XIV 전망과 기대 효과
붙임 출처



I 사업 개요



항목	내용
사업명	자활생산품 온라인 판매·라이브커머스 사업단
사업 유형	바로 해볼 사업 · 시장진입형 사업단 → 자활기업
한 줄 정의	지역 자활생산품을 한 온라인 가게에 모아 팔고, 촬영·상세 페이지·라이브 방송·배송 접수를 대신 해 주는 온라인 판매 대행 사업단
핵심 고객	자활기업·사업단(입점) · 일반 소비자 · 공공기관 복지몰
참여 인원	참여자 3~5명 + 전문인력 1명
남과 다른 점	만든 사람 얼굴과 이야기가 붙은 상품 페이지
첫해 사업비	1억 495만원 ~ 1억 7,108만원(추정) — 인건비는 자활근로·한시적 인건비, 설비는 자활기금
자립 목표	지원이 끝난 뒤에도 월 매출 3,087만원 — X 자립 계산
3년 뒤 모습	광역 자활 상품이 다 모이는 온라인 창구 · 입점 30곳

가장 큰 기대 효과

보는 사람을 사는 사람으로

자활 글 74%가 댓글 0개 — 만든 것을 파는 길을 연다

근거: 자활 인스타 전수 조사(10-25)

II 추진 배경과 필요성

자활 생산품은 보기에는 좋은데 사는 길이 없습니다. 자활 인스타 글의 74%가 댓글 0개이고 센터 글은 댓글이 평균 0.3개 — 보고 지나갑니다.

사업단마다 온라인 가게를 따로 열기엔 촬영·글쓰기·고객 응대를 할 사람이 없습니다. 한 곳이 모아서 대신 해 주면 모두가 팔 수 있습니다.

라이브커머스 시장은 2024년 약 3.5조 원으로 한 해 15% 컸고, 방송 한 번 평균 거래액이 577만 원입니다(라방바 데이터랩). 만든 사람이 직접 나와 설명하는 방송은 자활 상품의 강점과 맞습니다.

자활 온라인 판매 글은 47개인데 최근 1년 비율이 79% — 가장 빠르게 늘고 있지만 전국 자활기업 가운데 온라인 판매업은 14곳 이하입니다.

III 시장·고객·경쟁 분석

① 시장 신호 — 숫자가 말하는 것

신호	숫자	이것이 뜻하는 것
라이브커머스 시장	약 3.5조 원(2024) · 한 해 15% 성장	라이브 판매가 자리 잡았다
방송 1회 평균 거래액	577만 원(2024)	한 번 방송으로도 의미 있는 매출
자활 온라인 판매 글	47개 · 최근 1년 79%	현장이 막 시작하는 분야
자활 글 댓글	74%가 댓글 0개 · 센터 글 평균 0.3개	보는 사람은 있는데 살 길이 없다

② 고객 — 누가, 왜, 얼마나 자주 사나

고객	필요	얼마나 자주	닿는 법
자활기업·사업단(입점)	온라인 판매를 대신 해 줄 곳	상시	광역자활센터 설명회 · 첫 3곳 무료 입점
일반 소비자	의미 있는 선물·지역 상품	명절·기념일	라이브 방송·인스타
공공기관 복지몰	직원 복지 상품	명절	복지몰 입점 신청

③ 경쟁 — 누구와 겨루고 어떻게 이기나

경쟁자	그쪽 강점	그쪽 약점	우리 대응
사업단이 직접 연 스토어	제 상품을 잘 안다	촬영·운영할 사람이 없어 방치된다	모아서 대신 운영한다
공공·사회적경제 온라인몰	입점 공간	촬영·방송까지 대신 해 주지 않는다	촬영·상세 페이지·방송까지 맡는다
일반 판매 대행사	전문성	수수료가 높고 자활을 모른다	적은 수수료 · 자활 이야기를 아는 사람이 만든다

④ SWOT

강점 S

- 상품이 이미 있다(입점할 사업단)
- 만든 사람 이야기
- 청년 참여자에게 맞는 일

약점 W

- 입점마다 가격·재고가 제각각
- 방송 경험이 없다
- 초기 손님이 적다

기회 O

- 라이브커머스 성장
- 명절 선물 수요
- 공공기관 복지몰

위협 T

- 오픈마켓 수수료·규칙 변화
- 가격 경쟁
- 배송 사고

IV 타당성 검토



다섯 가지 기준으로 「할 수 있는가」를 따졌습니다. △는 시범·일정 안에서 확인하고 보완할 항목입니다.

검토 항목	판정	이유와 확인 방법
수요	○	입점할 사업단이 있고 소비자 시장은 성장 중 — 묶음 상품 3가지로 시험
기술	○	촬영·편집·방송은 배울 수 있는 기술 · 청년 참여자에게 맞다
자금	○	장비 3백만~8백만 원으로 시작
인력	○	청년 참여자 3~5명 + 온라인 마케팅 전문인력 1명
제도	○	청년자활사업단 구조와 맞는다

V 사업 내용

① 상품·서비스

상품·서비스	고객	특징	파는 방식
판매 대행(입점)	자활기업·사업단	촬영·상세 페이지·고객 응대 · 수수료	입점 계약
지역 자활 묶음 선물 세트	소비자·기관	여러 센터 상품을 한 상자에	명절·라이브
월 2회 라이브 방송	소비자	만든 사람이 직접 나온다	방송 판매

② 일의 흐름

1. 입점 계약·상품 받기
2. 촬영·상세 페이지
3. 스토어 등록·라이브 기획
4. 주문·배송 접수(택배 자활기업)
5. 판매 데이터 → 입점처에 매달 보고

③ 대표 상품 후보

- 지역 자활 명절 선물 세트
- 자활 간식 묶음(아이디어 01과)
- 월 정기 구독 상자

VI 경쟁력 강화 전략



지원금은 시작을 돕지만 사업을 지켜 주지는 않습니다. 이 장은 지원이 끝나도 손님이 계속 찾는 이유 네 가지를 — 왜 필요한지와 언제·어떻게 할지까지 — 정합니다.

① 기술력 키우기

무엇	왜	어떻게	언제
촬영·편집	사진 한 장이 매출을 가른다	전문인력 교육 → 배운 사람이 다음 사람을 가르친다	3개월 안 상품 30개 촬영
라이브 진행	말로 파는 기술 — 연습하면 는다	대본·시연·질문 받기 연습 · 월 2회 방송	6개월 안 방송 6회
판매 데이터 읽기	무엇이 언제 팔리는지 알아야 다음 상품을 고른다	매주 판매 표 한 장 · 입점처에 공유	1년 차부터

② 제품 특화 — 다른 데서 못 사는 이유

특화	왜 먹히나
만든 사람 얼굴과 이야기가 붙은 상품 페이지	일반 상품과 다른 이유를 보여 준다
여러 센터 상품을 섞은 묶음	한 사업단으로는 못 만드는 선물 세트
공공기관 복지몰·명절 맞춤	단체 판로

③ 인기 상품 개발 — 감이 아니라 팔린 숫자로

대표 상품 후보: **지역 자활 명절 선물 세트 · 자활 간식 묶음(아이디어 01과) · 월 정기 구독 상자**

1. **시제품** — 후보 3개를 작게 만들어 시식·시연 — 무엇을 왜 골랐는지 적는다
2. **반응 재기** — 한 달 동안 판매량·재주문·댓글을 상품마다 따로 센다
3. **고르기** — 가장 잘 나간 1개를 대표 상품으로 — 포장·이름·이야기를 몰아 준다
4. **고치기** — 대표 상품은 매달 한 군데씩 고친다(맛·크기·포장·값) — 고친 뒤 다시 잰다
5. **넓히기** — 분기마다 새 상품 1개 시험 · 석 달 안 팔린 상품은 접는다

④ 협업과 브랜드 파워

누구와	우리가 주는 것	받는 것	첫걸음
입점 자활기업·사업단	판매 대행	상품·수수료	첫 3곳 무료 입점
지역 크리에이터	협업 방송	새 손님	6개월 차 협업 방송 1회
공공기관 복지몰	입점	단체 판로	1년 차 신청
택배 자활기업	물량	배송	시범부터

브랜드 방침 — 「자활 장터」 같은 한 가게 이름 — 상품은 달라도 사진 톤·포장·말투를 하나로 맞춥니다. 방송 진행자가 얼굴이 되고, 만든 사람이 손님과 직접 이야기하는 가게로 기억되게 합니다.

Ⅶ 판매·홍보 전략

① 판로별 실행

판로	첫 손님 찾는 법	시기	1년 목표
입점 모집	광역센터 설명회 · 첫 3곳 무료	1~3개월	입점 10곳
라이브 방송	월 2회 · 만든 사람 출연	3개월~	방송 24회/년
명절 선물	묶음 세트 · 기관 단체 주문	명절	세트 판매
공공기관 복지몰	입점	1년 차	입점 1곳

② 가격 전략

입점처에는 판매액의 일정 비율을 수수료로 받습니다(일반 대행사보다 낮게). 묶음 선물은 낱개 합보다 조금 싸게 해 묶음을 사게 합니다. 수수료율은 시범 석 달의 운영 시간을 재서 정합니다.

③ 홍보

- 방송 예고를 인스타 ttong627·입점 센터 계정이 함께 알림
- 방송 다시 보기를 짧게 잘라 릴스로
- 만든 사람 인터뷰 카드

Ⅷ 운영 계획

① 추진 주체와 역할

주체	맡는 일	어떻게
웰쉐어 사회적협동조합	기획·자료 조사·홍보	자활 인스타 전수 조사 · 통통 자활 이야기 채널로 알림 · 계획서·성과 정리
웰쉐어로지스	물류·배송 협력	납품·배송 동선 설계 · 배송이 필요한 사업(반찬·온라인·다회용기 등)의 물류 자문
참여 지역자활센터	참여자·생산	사업단 운영 · 참여자 교육·사례 관리
광역자활센터	연결·교육	센터 사이 연결 · 공동 브랜드 · 보수교육(p.136)

② 사업단 조직

역할	인원	하는 일
사업단장	1	입점·정산
온라인 마케팅 전문인력	1	교육·방송 기획
촬영·편집 참여자	2~3	촬영·상세 페이지
고객 응대·주문	1	문의·배송 접수

③ 품질 관리

- 상품마다 사진·설명 점검표
- 주문 후 이틀 안 출고
- 문의는 하루 안 답

IX 추진 일정

기간	할 일	책임	확인 기준
0~3개월	입점 3곳 · 묶음 상품 3가지 · 첫 라이브	전문인력	라이브 1회 주문 기록
4~6개월	입점 10곳 · 라이브 월 2회	사업단장	월 거래액 목표 30%
7~12개월	명절 세트 · 복지몰 신청 · 크리에이터 협업	사업단장	월 매출 목표 50%
2년 차	자활기업 인정 · 정기 구독 상자	대표	구독 시작
3년 차	광역 단위 판매 창구 · 청년 참여자 취업·창업 연계	대표	자립 매출 도달

X 재무 계획



① 시작 예산(설비·시설)

항목	금액	근거
촬영 장비(카메라·조명·마이크)	300만원 ~ 800만원	추정 — 견적 확인 필요
소형 촬영 공간 정비	100만원 ~ 300만원	추정 — 견적 확인 필요

② 1년 운영 예산

항목	금액	근거
참여자 인건비(1년)	5,811만원 ~ 9,684만원	3~5명 × 월 1,614,080원 × 12 — 시장진입형 표준소득액 p.101
전문인력 1명(1년)	3,324만원	월 277만원 한도 × 12 — 한시적 인건비 p.129
오픈마켓 수수료·광고 없음(수수료만)(1년)	360만원 ~ 1,200만원	월 30만원 ~ 100만원 × 12 · 추정
포장·택배 대행(1년)	600만원 ~ 1,800만원	월 50만원 ~ 150만원 × 12 · 추정

첫해 사업비 합계 **1억 495만원 ~ 1억 7,108만원** — 인건비는 자활근로·한시적 인건비, 설비는 자활기금으로 조달(아래 재원 조달 계획).

재원 조달 계획

항목	재원	근거
참여자 인건비	사업단 단계: 자활근로 사업비(시장진입형) → 자활기업 인정 뒤: 한시적 인건비(수급 참여자 2년까지 100% · 5년까지 50%)	p.101 · p.128
전문인력 인건비	한시적 인건비 — 월 277만 원 한도 · 최대 5년	p.129
설비·시설	자활기금 사업자금 융자(1억 원 이내 · 연 3.0% 이내) · 이차보전(최대 5%) · 인정 3년 뒤 기계설비 지원(최대 5천만 원)	p.132 · p.134
점포	자활기금 전세점포 임대(3억 원까지 · 5년 단위)	p.134
운영비·재료비	사업 매출 — 자립 계산의 대상	—

③ 자립 계산 — 지원이 줄어도 서는가

인건비 지원은 시간이 지나면 줄어듭니다(수급 참여자 2년까지 100% · 5년까지 50% p.128). 그래서 단계마다 「매달 얼마를 팔아야 우리 돈으로 버티는지」를 미리 계산해 목표로 삼습니다. 참여자 3명(최소 인원)·전문인력 1명 기준이며, 전문인력 인건비는 보수적으로 늘 우리 부담으로 셉니다.

단계	우리가 내는 참여자 인건비(월)	고정비 합(월)	필요한 월 매출	하루 매출(22일)
1~2년 차 · 참여자 인건비 100% 지원	0원	442만원	**1,473만원**	67만원
3~5년 차 · 50% 지원	242만원	684만원	**2,280만원**	104만원
6년 차부터 · 지원 없음	484만원	926만원	**3,087만원**	140만원

④ 연차별 매출 목표(목표)

연차	월 매출	연 매출	기준
1년 차	1,544만원	1억 8,522만원	자립 매출의 50%
2년 차	2,315만원	2억 7,783만원	자립 매출의 75%
3년 차	3,087만원	3억 7,044만원	자립 매출의 100%

필요한 월 매출 = 고정비 ÷ (1 − 재료·포장·수수료 비율 70%, 추정) · 재료비는 매출에 따라 움직이는 돈으로 따로 셈 · 이 숫자가 XI 성과 목표의 「자립 매출」입니다.

XI 성과 목표

지표	1년 목표	3년 목표	재는 법
입점 사업단	10곳	30곳	입점 계약
월 거래액	목표 설정	자립 매출의 3배 이상	스토어 정산
라이브 1회 주문	기록	기록 대비 2배	방송 통계
청년 취업·창업	—	3명	연계 기록

XII 사회적 가치

가치	어떻게 재나
청년 일자리	참여자 3~5명
다른 자활기업 매출	입점처 판매액 합계
디지털 역량	촬영·방송 기술을 배운 인원

XIII 위험 관리

위험	가능성	영향	대응	미리 볼 신호
입점처 가격·재고 제각각	높음	중간	묶음 상품부터 · 재고 표 공유	품절 건수
방송 손님이 적음	중간	중간	크리에이터 협업 · 명절 집중	방송당 시청·주문
배송 사고	중간	중간	포장 기준 · 택배 자활기업과 책임 약속	사고 건수
플랫폼 규칙 변화	중간	중간	판로를 두 곳 이상으로	정책 공지

XIV 전망과 기대 효과



3년 뒤 모습

광역 자활 상품이 다 모이는 온라인 창구 · 입점 30곳

넓히기

다른 광역 입점 · 정기 구독 상자

이 사업의 장점

이 사업이 잘되면 다른 자활기업 매출이 함께 오른다 — 자활 전체의 판로

가장 큰 기대 효과

보는 사람을 사는 사람으로

자활 글 74%가 댓글 0개 — 만든 것을 파는 길을 연다

근거: 자활 인스타 전수 조사(10-25)

여러분께 묻습니다

온라인에서 제일 잘 팔릴 우리 센터 상품은? — 인스타 ttong627 댓글로 알려 주세요.

붙임 출처

1. 자활 인스타그램 전수 조사(웰쉐어, 2026-10-25) — 해시태그 16개 → 게시물 4,430개 · 복지 자활 글 1,547개 · 계정 320곳 방문
2. 전국 자활기업 현황 977곳(한국자활복지개발원 공공데이터, 2026-10-24 집계)
3. 보건복지부 「2026년 자활사업 안내」 — 시장진입형 급여 p.101 · 자활기업 인정 p.119~124 · 지원 p.124~135 · 자활기금 p.222~226
4. 라방바 데이터랩 — 국내 라이브커머스 2024년 약 3.5조 원(전년 대비 약 15%↑) · 방송 평균 거래액 577만 원