초등 1~3학년 여아 시장

안심·몰입·친구·성장 중 어떤 일을 맡기려는가?

하교 후, 아이의 시간

H1 · 하교와 보호자 퇴근 사이

안전하게 머물며 하루를 보내게 하고 싶다

H2 · 아이가 활동에 쉽게 싫증낼 때

스스로 몰입할 것을 발견하게 하고 싶다

H3 · 또래 관계를 넓히고 싶을 때

아이에게 편하게 어울릴 친구가 생기면 좋겠다

고객별 구매 동기는 미검증 가설 · 인구·산업 통계는 배경 근거

작게 시작한다면 무엇부터 검증할까

문제 근거·결제 주체·기존 대안·검증 비용을 함께 비교했다.

순서·가설	결정 근거	남은 핵심 질문
1 · 스스로 몰입	인접 실제 지출·저비용 운영	아이의 지속 참여가 재결제로 이어지는가
2 · 생각을 표현	인접 국어·논술 지출 확인	결과물 피드백에 추가 가치가 있는가
3 · 하교 후 안심	공공 대안·운영시간 경쟁	추가 돌봄비를 내는가
4 · 함께한 주말	직접 구매 동기 근거 부족	무료 나들이 대신 예약하는가
5 · 편한 친구	친구 목적 비중은 작음	독립 상품으로 결제하는가

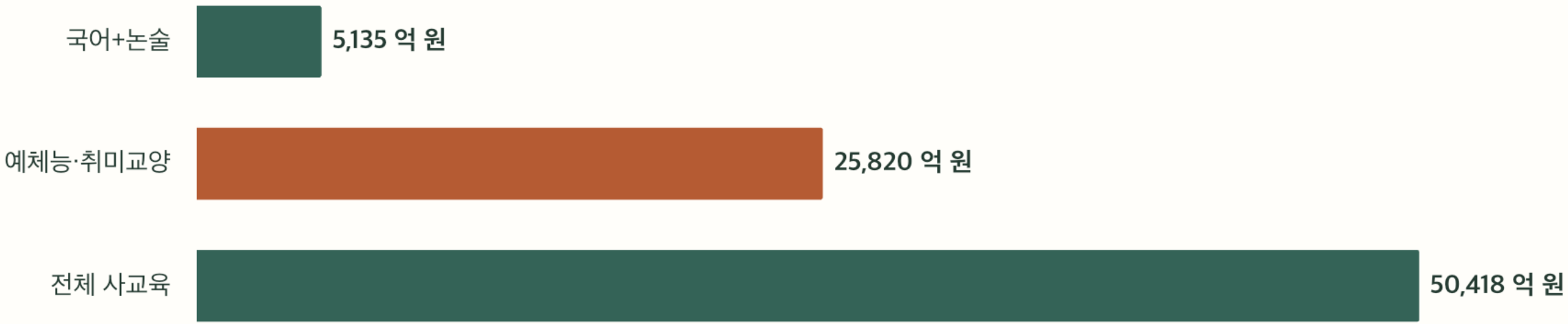
해결하려는 일의 다섯 가설

같은 조사 대상도 상황에 따라 다른 진전을 원할 수 있다.

상황·계기	원하는 변화	현재 대안
하교와 보호자 퇴근 사이	안전하게 머물며 하루를 보내게 하고 싶다	늘봄·학원·가족 돌봄
아이가 활동에 쉽게 싫증낼 때	스스로 몰입할 것을 발견하게 하고 싶다	영상·장난감·여러 체험
또래 관계를 넓히고 싶을 때	아이에게 편하게 어울릴 친구가 생기면 좋겠다	학교·동네 친구·학원
자기 생각을 표현하기 어려울 때	아이의 생각과 성장을 눈에 보이게 하고 싶다	학교 과제·독서·집에서 대화
함께할 주말 시간이 생겼을 때	아이와 기억에 남는 시간을 보내고 싶다	공원·여행·집에서 놀이

초1~3 인접 분야에 실제로 쓰인 돈

전체 사교육비 안에 예체능·국어·논술이 포함된다. 항목을 합산하지 않는다.



국가데이터처·교육부 2025 사교육비 조사 · 초1~3 합산 · 전체의 부분집합

H1 · 하교 후 안심

안전하게 머물며 하루를 보내게 하고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	2025 사교육비 조사에서 초등 예체능 목적 중 보육은 19.1%다. 복수응답을 정규화한 구성비이며 돌봄이 구매 맥락에 포함됨을 보여준다.
반대·한계	초3 연 50만 원 이용권 등 공공 대안이 있다. 이동·운영시간·안전 신뢰를 충족하지 못하면 콘텐츠만으로 대체하기 어렵다.
지불 의사	보호자 또는 기관. 기존 교육 지출은 확인되지만 추가 돌봄비를 낼지는 미확인.

H2 · 스스로 몰입

스스로 몰입할 것을 발견하게 하고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	국가데이터처·교육부의 2025 사교육비 조사에서 초등 예체능 목적 중 취미·교양·재능계발은 64.0%다. 복수응답을 정규화한 구성비로, 구매 동기의 간접 근거다.
반대·한계	목적 응답은 신규 상품 구매 확률이 아니다. 이미 다니는 학원과 경쟁하며 초등 전체 사교육비는 전년보다 7.9% 감소했다.
지불 의사	보호자가 비용을 낸다고 가정한다. 인접 분야 실제 지출은 확인했지만 새 과정의 가격을 받아들일지와 재결제 여부는 아직 모른다.

H3 · 편한 친구

아이에게 편하게 어울릴 친구가 생기면 좋겠다

비교 항목	근거와 한계
지지	방과후 사회·정서 기술 프로그램 메타분석은 사회적 행동과 자기인식 등의 개선을 보고한다. 관계 경험의 가치에 대한 간접 근거다.
반대·한계	초등 예체능 사교육 목적에서 친구 사귀기는 7.1%다. 관계 개선 효과가 친구 모임만의 독립 결제를 뜻하지 않는다.
지불 의사	보호자. 교우관계 단독 상품의 실제 가격·구매 자료 미확인.

H4 · 생각을 표현

아이의 생각과 성장을 눈에 보이게 하고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	국어·논술에 실제 지출이 있고, 방과후 프로그램 연구는 학업·사회적 결과의 개선 가능성을 보여준다.
반대·한계	해외 아동·청소년 프로그램의 결과를 국내 저학년 여아 창작 과정의 효과로 일반화할 수 없다. 성적 향상 약속도 근거가 부족하다.
지불 의사	보호자가 비용을 낸다고 가정한다. 아동 온라인 수업 플랫폼 꾸그의 읽기·표현 수업 판매를 2026년 11월 14일 확인했다. 판매 목록은 거래·유지율 증명이 아니다.

H5 · 함께한 주말

아이와 기억에 남는 시간을 보내고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	이번 조사에서는 직접 지지 근거를 확보하지 못했다. 저학년 여아 가족이 왜 체험 상품을 사는지 측정한 자료가 더 필요하다.
반대·한계	공원·집 놀이 등 무료 대안이 있고 이동·날씨·가족 일정에 영향을 받는다. 교육비를 가족 체험비로 옮겨 해석할 수 없다.
지불 의사	보호자. 직접 지불 의사 근거가 약해 선결제 시험 전에는 매출을 추정하지 않는다.

근거 K5 · K6 | 원문 보기 ↗

시장 지출과 새 상품 결제를 구분한다

같은 시장 범위를 공유하는 가설의 금액을 더하지 않는다.

가설	인접 근거 · 서로 합산 금지	새 상품 지불 의사
하교 후 안심	전체 사교육 5조418억	실제 결제 시험 전
스스로 몰입	예체능·취미 2조5,820억	실제 결제 시험 전
편한 친구	독립 거래액 미확인	실제 결제 시험 전
생각을 표현	국어+논술 5,135억	실제 결제 시험 전
함께한 주말	해당 조건 거래액 미확인	실제 결제 시험 전

출생 코호트 약 48만 명

2026년 초1~3에 주로 대응하는 2017~2019년생 여아의 역사적 출생 수다.



2017~2019년 출생 당시 여아 수. 학년 대응은 통상 입학 기준이며 실제 재학생 수 아님.

관심에서 실제 반복 결제로 확인을 좁힌다

예약이 없거나 재결제가 끊기면 고정비를 늘리기 전에 원인을 확인한다.

① 최근 구매 사건

지난 대안·지출·불편 확인

② 가격을 건 예약

실제 결제·환불 인원 기록

③ 사용과 재결제

지속 참여·운영 이익 확인

작성자 제안 · 유료 수요의 확인 단계 · 각 단계의 분모를 따로 기록

월 지출은 학년에 따라 달라진다

2025년 초등 전체 사교육비 12.2조 원은 참고 시장이다. 여아 저학년 시장과 같지 않다.



2025년 · 남녀 전체학생 1인당 월평균 · 초1~3 전용 신규 서비스 시장 규모 아님.

여아라는 조건 다음에 나눌 것

취향을 성별로 정하지 않고 학년·돌봄 공백·관심 활동·결제자를 확인한다.

구분	확인할 문제	상품 가설
초1 / 적응	시간·활동 전환 부담	짧고 반복 가능한 놀이
초2 / 탐색	무엇을 좋아하는지	창작·과학·운동 체험
초3 / 지속	흥미·또래·결과물	프로젝트형 소그룹
보호자 / 결제	이동·비용·안심	일정·결과·환불의 명확성

영역 ① 배움과 표현

기존 지출이 있는 영역부터 좁게 들어가되, 차별화는 구매 실험으로 확인한다.

영역	가능한 상품	먼저 검증할 것
읽기·표현	내 이야기 책 만들기	4주 뒤 재구매
예술·만들기	키트 + 소그룹 피드백	재료·배송 후 이익
과학·코딩	게임·실험 프로젝트	완료율·강사 개입량
운동·활동	비경쟁형 놀이 수업	접근성·정원 충원

영역 ② 여가와 생활

교육 밖에는 체험·취향 소비·돌봄의 기회가 있지만, 같은 시장으로 더할 수 없다.

영역	가능한 상품	진입 조건
가족 체험	근거리 주말 탐험	지역 밀도·반복 방문
취향·문구	창작 결과물 굿즈	재고·배송·콘텐츠 권리
또래 커뮤니티	친구와 만드는 동아리	진행자·보호자 신뢰
돌봄·이동	활동 연계 하교 지원	안전·인력·운영 검토

공공 지원은 경쟁이자 별도 판로

초3 연 50만 원 이용권을 민간 학원에서 자유롭게 쓰는 현금으로 보면 안 된다.

경로	누가 판단하나	확인할 근거
보호자 직접 결제	부모 + 아이	가격·이동·재구매
학교 프로그램	학교·교육기관	선정·계약·정산 조건
이용권 적용	학교별 안내	지원 범위·잔액 처리

근거 K3 · K4 | 원문 보기 ↗

작은 실험은 창작 모임부터

추천 순서는 검증 비용과 운영 복잡도에 따른 판단이며 시장 순위가 아니다.

가안	장점	대가·미확인
A 창작 모임 / 우선	작게 유료 검증	진행자 시간·재구매
B 활동 키트	비동기 확장 가능	배송·반품·제작 원가
C 주말 체험	현장 만족 관찰	지역·시설·안전 운영

근거 K8 | 원문 보기 ↗

전국 시장 대신 1만 가구를 놓고 계산

접근 가능한 가구 1만 곳, 월 3만 원, 연 12개월 유지라는 가정이다.



가정 매출 · 전국 TAM·시장점유율·예측 아님 · 비용과 이탈 차감 전.

정원이 차도 남는 돈을 확인한다

4주 과정 10명 × 12만 원 = 120만 원. 진행자 시간까지 비용에 넣는다.

항목	가정	판단
과정 매출	10명 × 12만 원 = 120만 원	목표 가격 미검증
직접비·모집비	총 90만 원	실제 견적 필요
차감 후 잔액	30만 원	순이익 아님
6명 모집 시	매출 72만 원	동일 비용이면 손실

무료 자료로 좁히고 구매 데이터로 마무리

공식 통계는 규모, 패널은 생활 맥락, 직접 판매는 지불의향을 확인한다.

질문	자료·방법	현재 확인 수준
정확한 타깃 인원	학년×성별 학생 수	집계 경로 확인
가구별 활동 차이	한국아동패널	원시 분석 미실시
얼마에 사는가	보호자 유료 예약	미검증
계속 쓰는가	재구매·활동 완료	미검증

근거 K5 · K6 · K7 | 원문 보기 ↗

첫 두 가설의 실제 결제부터 비교한다

인원·가격·판정 기준은 실험 제안이다. 결과나 업계 평균이 아니다.

검증 후보	실행과 판정
스스로 몰입	초1~3 여아를 둔 한 생활권의 20가구에 이야기 만들기 4주 과정을 제안한다. 시험 가격은 가구당 12만 원이다. 6가구 이상 결제, 완주 가구 절반 이상 재결제, 강사비·장소비·재료비 차감 후 흑자를 모두 확인한다.
생각을 표현	몰입 가설을 시험하는 4주 창작 과정에서 강사와 보호자가 아이의 첫·마지막 작품을 함께 살핀다. 이는 표준화된 효과 측정이 아니다. 작품 피드백이 포함된 다음 과정의 실제 재결제로 구매 가치를 판단한다.