



2025

리바이브셀 프랜차이즈 창업 제안서

“리바이브셀은 단순한 피부샵이 아닙니다.
‘아름다움’과 ‘문화’가 공존하는,
대한민국 미의 공간으로 다시 태어난
셀프 리프팅 문화의 시작입니다.”





PART 01

사업 개요





REVIVE CELL (리바이브 셀)

브랜드 슬로건

우리 가족의 젊음을 다시 만나는 곳, 리바이브셀

“엄마와 며느리가 함께 아름다워지는 공간”

“아버지와 딸이 함께 기쁨을 되찾는 공간”

“혼자도, 함께도 가능한 셀프 리프팅 문화의 시작”

“물방울처럼 맑게, 리프팅으로 탄력 있게”
- 리바이브셀





운영 형태



무인 셀프리프팅룸 + 뷰티/힐링 복합공간

운영 방식	설명	특징 요약
① 본사 직영형	리바이브셀 본사가 직접 운영	<ul style="list-style-type: none">- 브랜드 이미지 강화- 수익모델 검증- 품질 및 서비스 표준화
② 가맹 창업형	창업주가 본사 시스템 및 장비로 독립 운영	<ul style="list-style-type: none">- 무인·저인력 가능- 시술+판매 수익- 본사 교육/마케팅 지원
③ 샵인샵 제휴형	기존 매장 내 공간에 리바이브셀 룸 설치	<ul style="list-style-type: none">- 초기 비용 절감- 기존 고객 활용- 유연한 공간 확장 가능



핵심 구성

핵심 구성 요소

LDM+HIFU 복합 장비 (ALLVIS)

피부과 시술 장비 물방울/리프팅 솔루션으로
병원 수준의 시술을 셀프로 구현

스마트 운영 시스템

예약/QR 입장, 자동 시술 가이드,
고객 맞춤 피부 분석

프라이빗 뷰티룸 & 커뮤니티 공간

힐링과 소통이 공존하는 인테리어 및 가족과
대화하는 휴식 공간

부가 상품 판매 시스템

화장품, 다이어트 제품, 건강 음료 등
부가 수익 구조





PART 02

기존 에스테틱샵과의 비교





50평 기준 인력 운영 비교 – 에스테틱샵 vs 리바이브셀

항목	기존 에스테틱/마사지샵	리바이브셀 (매니저 = 고객 도우미)
인력 규모	8~12명 (시술사+리셉션)	2~4명 (매니저+관리 도우미)
시술 방식	전문가 수기·기기 시술	고객 셀프 시술 (LDM+HIFU)
인건비 수준	월 약 2,000~2,500만원	월 약 600~1,200만원
운영 효율성	낮음 (교대근무/인력 유지 부담)	높음 (무인 시스템 + 보조 중심 운영)
인력 의존도	매우 높음 (서비스 품질 변동성 큼)	낮음 (표준 장비 가이드 기반)
주요 리스크	시술사 이직, 고객불만	장비 관리, 고객 오용 방지

요약 정리

인력 수요: 기존 샵 대비 50~70% 인력 절감

인건비: 월 기준 약 1,000만 원 이상 절감 가능

리스크: 인력에 의한 품질 편차가 적고, 교육 부담도 적음

유지/보수: 장비 유지관리 체계만 잘 구축하면 운영 효율 극대화 가능

리바이브셀 vs 기존 피부샵 – 시술 차별화 및 가격 비교

항목	기존 에스테틱/피부샵	리바이브셀 셀프시술 (LDM + HIFU)
시술 방식	수기 마사지 / 일반 초음파 등	고강도 HIFU + 저자극 LDM 물방울 복합 시술
주름 & 리프팅	수기 위주 / 효과 지속성 낮음	HIFU로 깊은 SMAS층 자극 → 탁월한 리프팅 효과
여드름 관리	압출, 팩, 진정 위주	LDM 진동으로 염증 완화 + 피지분비 억제
화이트닝/톤업	미백앰플 도포 / 마사지 중심	LDM 저자극 파장 + 진피 흡수 유도 효과
피부 개선/재생	진정팩 및 재생크림 위주	장비 기반 표피·진피층 동시 자극 → 피부 개선 극대화
시술 주체	피부관리사(전문가 시술)	고객이 직접, 매니저의 도움에 따라 셀프 시술
프라이버시	오픈형 관리실 또는 커튼 분리	개별 룸 완전 독립 구조 (남녀 구분 無)
1회 시술 가격	₩80,000 ~ ₩200,000	₩50,000 ~ ₩80,000 (앱 예약 기준)
회당 시술 시간	약 90~180분 (피부 시술에 따라 다름)	약 30~50분 (입실퇴실 전 과정 자동화)
총 비용 비교	월 4 회 이용 시 **50~100만 원 수준**	월 4 회 이용 시 **20~30만원 수준**



에스테틱샵 vs 리바이브셀 – 주요 고객층 & 수요 비교 예측

구분	기존 에스테틱/마사지샵	리바이브셀 셀프리프팅샵
주요 고객층 연령대	30~50대 여성 중심	20~60대 전 연령층 + 남성 + 가족 단위
고객 방문 목적	미용, 힐링, 릴렉스 (정서적 만족 중심)	피부 리프팅, 여드름/주름/화이트닝 등 기능성 중심
이용 빈도	월 1~2회 (고가 시술, 예약 부담)	주 1~2회 이상 (합리적 가격, 셀프 편의성)
이용 장벽	높은 가격, 예약 불편, 타인의 시선 부담	저비용, 무인 예약, 프라이빗 공간 제공
남성 수요	낮음 (입장 부담, 시술 비적합)	높음 (셀프 케어, 프라이버시 보장)
가족 단위 수요	거의 없음	"가족 힐링 + 피부 관리" 수요 집중
Z세대(10~20대)	낮음 (가격/이용장벽)	높음 (여드름 치료, 피부톤 고민, 앱 친화)
시장 수요 예측	정체 또는 소폭 성장	빠른 성장세, 셀프 뷰티 시장 연 20% 이상 성장 예상



PART 03

룸 구성 & 인테리어

리바이브셀은 피부과급 리프팅&치료 효과를
합리적 가격과 셀프 시스템으로 제공하는
“혁신적 뷰티 플랫폼”입니다.



리바이브셀 1인 셀프 리프팅룸 적정 크기 및 공간 배치

1. 적정 크기 제안

면적: 약 2.5평 (3.3m × 2.5m)

형태: 직사각형 구조 (최적 동선 확보)

목표: 프라이빗한 시술, 빠른 회전율, 고객 만족 극대화

2. 공간 구성 요소

위치	주요 설비
입구	QR리더기 + 디지털 도어락
좌측 벽면	스마트 거울 + 피부 측정기
정면 중앙	리클라이너 체어 (시술용)
우측 벽면	LDM+HIFU 장비 + 화장품 콘솔
천장/조명	간접등 + 링조명
환기/냉방	공기청정기 또는 환기팬





리바이브셀 고객 동선 및 서비스 흐름 계획

"QR 입장 → 피부 측정 → 셀프 시술 → 후기 작성 → 퇴실"

모바일과 연동된 QR 기반 무인 동선 : 인력 최소화 + 고객 프라이버시 극대화

사전-사후 데이터 수집(피부측정 및 후기) : 고객 재방문 전략 수립 가능

간편한 추가구매 유도 : 시술 외 부가매출 창출 시스템

고객 체험 기반 추천 마케팅 : 후기 작성 및 할인쿠폰으로 충성고객 확보



"물방울처럼 맑게, 리프팅으로 탄력 있게"
- 리바이브셀

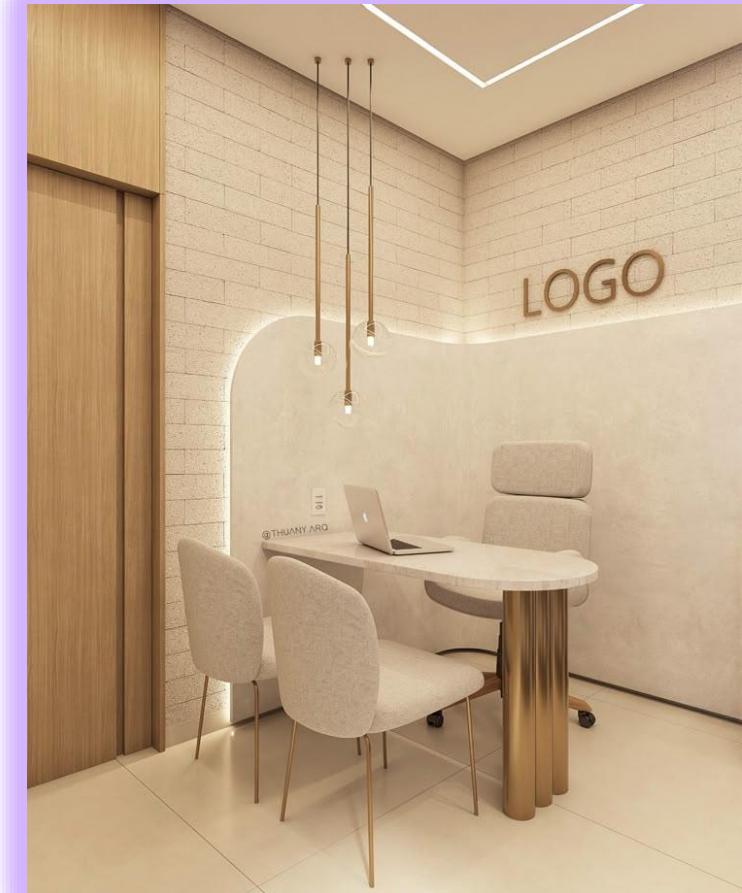
리바이브셀 고객 동선 및 서비스 흐름 계획

1. 입장 (Entrance)

고객은 모바일 앱으로 예약 후 매장 입구에서 QR코드를 스캔하여 자동 입장
무인 리셉션 키오스크 또는 간단한 안내 매니저를 통해 입실 방법 안내
입구에 리바이브셀 브랜드 소개 및 안내판 설치 (첫 인상 강화)

2. 대기 및 사전 준비 (Waiting Area)

입구 바로 옆 소규모 대기존 (쇼파+테이블) 제공
대기 중 스마트거울 연동 **피부 상태 측정** 가능
- 수분, 탄력, 모공 상태 간이 진단
피부 측정 결과에 따라 추천 시술을 화면에 표시 (ex. LDM 추천, HIFU 추천)
간단한 티(tea) 제공 (대기 시간 동안 고객 긴장 완화)



리바이브셀 고객 동선 및 서비스 흐름 계획

3. 룸 입실 (Room Entrance)

QR코드를 다시 스캔하여 **예약된 프라이빗 룸** 자동 개방룸 안에는

- 리클라이너 체어
- 스마트거울 (시술 방법 영상 안내)
- 준비된 타월, 장갑, 소독용품
- 화장품 테이블(추가 사용 가능 제품) 세팅

자동으로 **시술 가이드 영상** 재생 시작 (10초 대기 후 영상 플레이)

4. 셀프 시술 진행 (Self Procedure)

고객은 스마트거울/모바일 앱을 보며 선택한 시술 (HIFU 10분 / LDM 15분) 진행
타임러 및 진행 안내가 실시간 표시

추가 화장품 사용 시 별도 구매 가능 팝업 제공

시술 완료 후 자동으로 **시술 종료 알림** 표시



리바이브셀 고객 동선 및 서비스 흐름 계획

5. 사후 관리 및 마무리 (Post-care)

룸 내부에 준비된 토너, 수분크림, 선크림 등으로 간단한 사후관리 가능

설문조사 팝업 : 만족도 조사 및 후기 유도

룸 퇴실 직전, 앱에서 자동으로 **추가 제품 추천** 및 구매 유도

사용된 장비 및 공간은 시스템상 자동 소독 요청 프로세스 가동 (직원 알림)

6. 퇴실 및 마무리 (Exit)

고객은 자동 문열림 시스템으로 룸에서 나옴

대기존에서 간단한 다과 제공 가능 (옵션)

다음 예약권 할인 쿠폰 자동 발급 (앱 또는 문자)

매니저/키오스크를 통한 간단한 인사 및 안내

자연스럽게 매장 퇴실





리바이브셀 가맹점 가이드라인



디테일 가이드 (고객 편의성 강화)

스마트 입출입 시스템: QR 기반 무인 입장 필수

스마트 거울 영상 송출: 시술 가이드 자동 실행

사운드 관리: 소음 차단형 벽체 설계 (루버월 등 활용)

소모품 제공: 일회용 장갑, 타월, 슬리퍼 비치

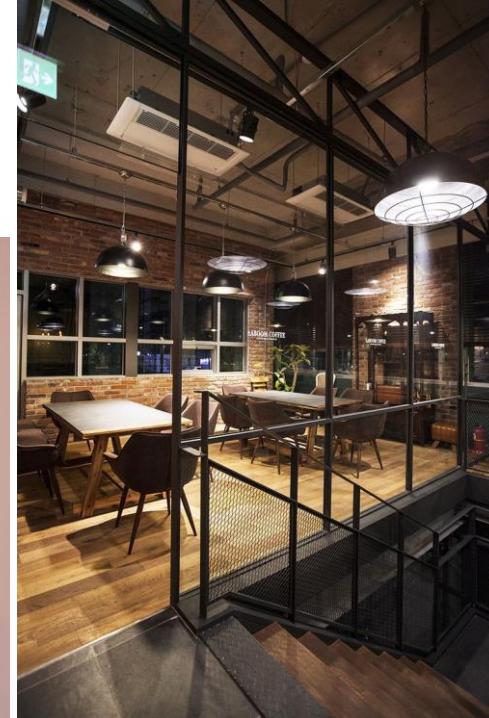
공용 티바존: 대기 고객 대상 건강 허브티 무료 제공

감성 요소 (경험 강화)

프라이빗한 아늑함 강조: ‘나만의 작은 호텔’ 컨셉

공간마다 향기 연출: 아로마 디퓨저 필수 배치

편안한 음악: 대기존/룸 별 은은한 BGM 재생



"리바이브셀은 고급 호텔 같은 프라이빗 공간에서 최첨단 셀프리프팅을 경험하는 브랜드입니다. 가맹점은 통일된 공간 경험을 반드시 제공해야 합니다."



PART 04

창업비용 (1인룸 기준)





리바이브셀 1인 셀프 리프팅룸 구성안

▣ 공간 정보

면적 : 약 2.5평 (3.3m × 2.5m)

형태 : 프라이빗 셀프룸 (직사각형)

용도 : 셀프 LDM+HIFU 시술, 화장품 체험



주요 구성 요소

구역	구성품	비고
입구	QR리더기, 디지털 도어락	앱 예약 기반 입실
좌측	스마트 거울, 피부 측정기	영상 가이드, 수분·탄력 진단
정면	리클라이너 체어	방수 커버 필수, 시술용
우측	LDM+HIFU 장비, 콘솔	화장품, 장갑, 타올 보관
천장	간접등 + 링조명	얼굴 집중 조명
공조	공기청정기 or 환기팬	실내 쾌적 환경 유지



비용 목록

ⓐ 인테리어 포인트 (컨셉)

- 미니호텔 스타일 / 우드톤 & 간접조명
- 프라이버시 : 방음 도어, 커튼 or 슬라이딩 도어
- 바닥재 : 방수 논슬립 타일
- 소품 : 디퓨저, 수건함, 슬리퍼, 티테이블 등



예상 설치 비용 요약 (VAT 별도)

항 목	비 용
LDM+HIFU 장비	8,000,000원
측정기+거울+가구	2,800,000원
인테리어 & 공조	2,000,000원
총합계	13,00,000원 내외



PART 05

수의 구조





리바이브셀 vs 기존 시술비용 비교

리바이브셀은 기존 피부샵 대비 약 80~90% 수준의 시술 비용 절감을 제공합니다.
고객 입장에서는 1회 5~6만 원으로 병원급 시술을 프라이빗하게 경험할 수 있습니다.

시술 종류	기존 피부샵 비용	리바이브셀 비용	시술 시간	비용 차이
HIFU (고강도 초음파)	300샷 기준 약 800,000원	약 60,000원	약 10분	740,000원 절감
LDM (물방울 리프팅)	1회 약 250,000원	약 50,000원	약 15분	200,000원 절감

 리바이브셀 1인룸 10개 기준 월간 시술 매출 시뮬레이션

 1인룸 10개로 약 78,000,000 만 원의 시술 매출 예상

추가적으로 화장품 · 다이어트 제품 · 영양제 판매 등 부가매출이 더해질 수 있습니다

항목	수치
1회 시술비용	60,000원 (HIFU or LDM 기준)
룸 수	10개
1일 1룸당 시술 횟수	3회
영업일	월 26일 기준
총 시술 횟수	$10룸 \times 5회/일 \times 26일 = 1300회$
총 매출	$1300회 \times 60,000원 = 78,000,000원$ (월 매출)



리바이브셀 운영시 부가 수익구조

리바이브셀을 운영하면서 부가적인 수익을 가져가실 수 있습니다.



01

화장품 판매



02

다이어트 제품 판매
각종 비타민 영양제 판매
피부관련 제품판



03

장비 판매
LDM+HIFU 장비판매 마진

리바이브셀 운영 수익 구조 요약

항목	금액(원)	비고
시술 매출	78,000,000	5회 시술×26일×6만원
화장품 판매	5,200,000	일 평균 20만원
영양제 판매	2,080,000	일 평균 8만원
장비 판매 수익	4,000,000	월 2~3대 기준
총 매출 합계	89,280,000	



- ✓ 운영 조건 : 1인 셀프룸 10개 운영
- 1일 회전율: 5회 / 월 26일 기준
- 1회 시술가: 60,000원



리바이브셀 월 수익성과 손익 분석

이익 추정 (마진 기준) 비용 구조 (월 운영비) 최종 순이익

₩ 월 순이익: **42,904,000원**

항목	금액(원)
인건비(매니저1 + 직원2 + 알바2)	10,700,000
임대료 + 공과금	5,200,000
소모품 + 마케팅	2,500,000
총 비용 합계	18,400,000

항목	마진율	이익(원)
시술	70%	54,600,000
화장품	40%	2,080,000
영양제	30%	624,000
장비판매	고정	4,000,000
총 이익 합계	-	61,304,000

❖ 리바이브셀은 무인 시스템 기반으로 고정비를 최소화하면서도 병원급 시술을 제공하여 고수익 창출이 가능한 창업 모델입니다.



PART 06

마케팅 전략





SNS 중심 콘텐츠 마케팅

리바이브셀은 셀프리프팅이라는 차별화된 서비스, 무인·저인력 운영 시스템, 가족 중심 힐링 공간이라는 독보적 콘셉트를 갖고 있어, 이를 기반으로 한 창업자 맞춤 마케팅 전략을 아래와 같이 제안드립니다.

1. 핵심 타겟층 설정 및 포지셔닝

고객군	니즈	전략 키워드
2030 직장인 여성	합리적 가격, 셀프관리	"병원 안 가고도 6만원에 리프팅!"
3040 주부	노화관리, 가족동반	"엄마와 며느리의 힐링 공간"
50대 이상	간편한 노화관리	"셀프지만 고급스럽게, 리바이브셀"
커플·부부	감성적 체험	"함께 젊어지는 커플룸 체험"



지역 기반 체험 중심 마케팅

오프라인 체험 프로모션

1. 가족 DAY 무료체험 이벤트

“시어머니와 며느리 체험 DAY”
“부자(父子) 리프팅 체험 DAY”

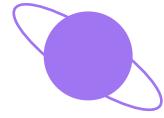
2. SNS 후기 인증 이벤트

인스타그램 후기 → 화장품 또는 무료시술권 제공

3. 지역 연계 홍보

찜질방, 골프장, 헬스장, 카페 등과 쿠폰 교환
제휴지역 맘카페 대상 '공동구매형 체험권' 운영





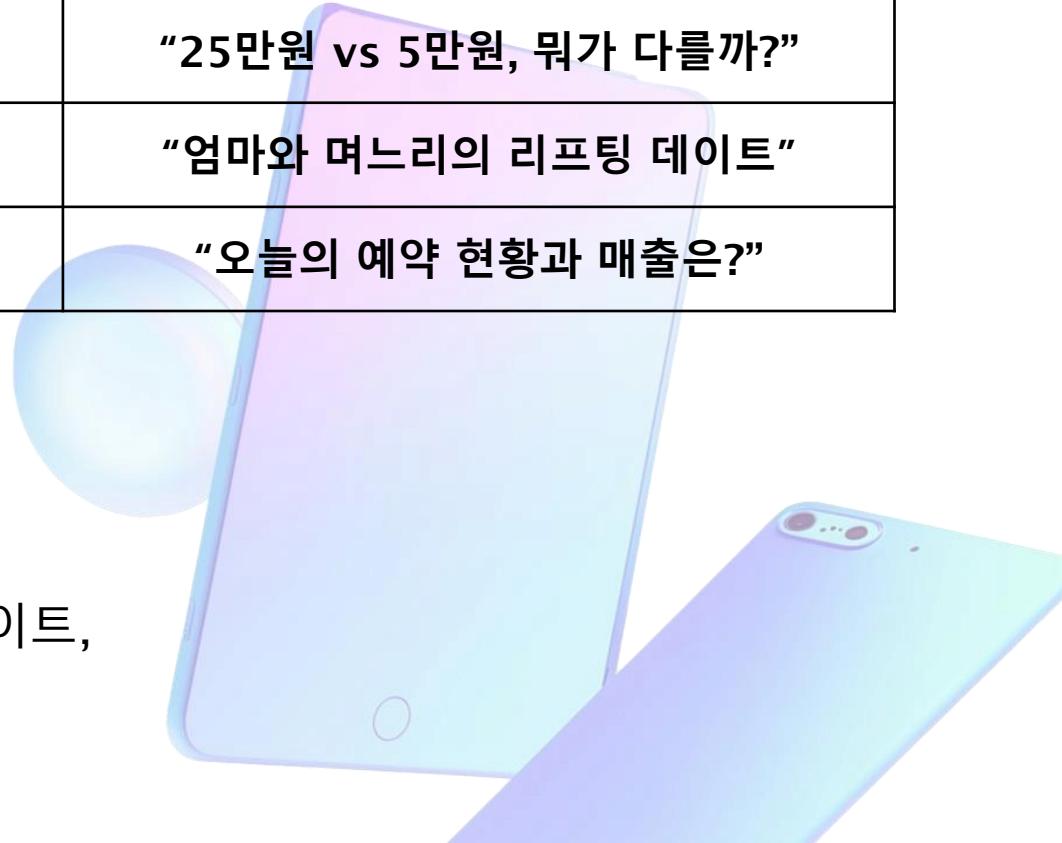
SNS · 디지털 홍보 전략

SNS 콘텐츠 유형 제안

콘텐츠	설명	예시
리얼 후기영상	실제 고객 체험 리뷰	“시어머니와 다녀온 리바이브셀 후기”
비교영상	피부샵 vs 리바이브셀	“25만원 vs 5만원, 뭐가 다를까?”
감성 콘텐츠	가족 중심 리프팅	“엄마와 며느리의 리프팅 데이트”
실시간 브이로그	창업점 운영 브이로그	“오늘의 예약 현황과 매출은?”

해시태그 예시

#리바이브셀, #셀프리프팅, #가족뷰티, #시어머니와뷰티데이트,
#피부샵대신리바이브셀, #물방울리프팅, #셀프물방울시술





PART 07

창업 체크리스트



입지 조사 및 경쟁 분석

리바이브셀(Revive Cell)은 셀프리프팅 시술 + 프라이빗 힐링 공간이라는 독특한 콘셉트를 가진 브랜드이므로, 창업자가 입지를 선정할 때는 일반 에스테틱 샵과는 다른 기준이 필요합니다.

다음은 리바이브셀 가맹 창업 시 입지 선정 시 반드시 고려해야 할 조건들입니다.

항목	세부 조건	창업주 고려 포인트
① 유동인구	중 ~ 상	상가 밀집지역, 대형 아파트단지 주변, 주차 가능 여부 확인
② 조용하고 안정된 분위기	필요	소음 적은 건물, 주거 혼합지역 추천 (편안한 시술 환경 조성)
③ 접근성	매우 중요	도보, 버스, 자차 접근 모두 용이 / 엘리베이터 필수
④ 경쟁 환경	적절한 수요/공급 밸런스	피부과, 에스테틱 밀집지역이나 과포화 지역은 피해야
⑤ 제휴 가능성	연계 공간 인접성	찜질방, 헬스장, 카페, 네일샵, 숙박업소 등과 제휴 용이한 입지





입지 조사 및 경쟁 분석

1. 권장 입지 유형

유형	예시	특징
❖ 단독 운영형	상가건물 2층 이상 / 20~50평	대형 셀프룸 구성 가능, 브랜드화 유리
❖ 샵인샵 제휴형	찜질방, 마사지샵, 숙박업소 내부	초기 투자비 ↓, 유입 고객 수익 공유 가능
❖ 소형 복합형	카페, 네일샵, 눈썹샵 등 1~3룸	최소 창업비용 / 프리미엄 룸 위주 운영

2. 창업주가 직접 체크해야 할 항목

전용면적 15~50평 확보 가능 여부
 룸별 설비(배선, 환기, 방음) 시공 가능 구조인지
 여성 고객 혼자 방문해도 안전한 입지인지
 인근 피부샵·에스테틱 가격대 및 서비스 비교
 주차 가능 여부 (가족 방문 대비)
 같은 건물 내 미용 업종 중복 여부
 공유오피스 or 무인시스템 운영에 최적화된 구조인지



위생 · 인허가 기준 준수



리바이브셀 셀프리프팅샵 인허가 기준 요약

1. 업종 등록 및 사업자 신고

업종 분류 : '피부미용업'으로 분류됩니다.

사업자 등록 : 관할 세무서에 사업자 등록을 해야 합니다.

위생업 신고 : 관할 보건소에 '피부미용업'으로 위생업 신고를 해야 합니다.

2. 시설 기준

면적 : 최소 6.6m^2 (약 2평) 이상의 영업장을 확보해야 합니다.

설비 : 손 씻는 시설, 환기 시설, 소독 시설 등을 갖추어야 합니다.

청결 유지 : 영업장은 항상 청결을 유지해야 하며, 위생적인 환경을 제공해야 합니다.

3. 인력 기준

피부미용사 자격증 : 피부미용사 자격증을 소지 및 소지한 관리사를 고용해야 합니다.

교육 이수 : 종사자는 관련 교육을 이수해야 하며, 정기적인 위생교육을 받아야 합니다.

4. 기타 고려 사항

의료기기 사용 제한: 의료기기로 분류되는 장비는 의료기관에서만 사용할 수 있습니다.
따라서, 비의료기기인 미용기기만 사용해야 합니다.

광고 제한: 의료행위로 오인될 수 있는 광고는 금지되어 있으므로, 광고 시 주의해야 합니다.

위 기준은 일반적인 피부미용업에 해당하는 사항이며, 실제 적용 시 지역 보건소나 관련 기관의 지침에 따라 달라질 수 있습니다.
따라서, 창업 전에 관할 보건소나 관련 기관에 문의하여 정확한 인허가 요건을 확인하는 것이 중요합니다.



2025

Thanks for your attention



"어느 날 갑자기 젊어진 당신, 비밀은 리바이브셀."

"남자도 이제 피부로 말하는 시대 - 셀프 리프팅으로 자신감 업!"

