

**예비창업패키지 일반·특화 분야 사업계획서**

□ 일반현황

<b>신청 분야(택 1)</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>일반분야</b> <input type="checkbox"/> <b>특화분야</b> (소셜벤처 분야 제외)				
<b>창업아이템명</b>	<b>[CHV. CHannel Vegan]</b> 식품과 ICT를 결합한 개인 영양소 맞춤형 비건 스토어				
<b>신청자 성명</b>	김혜주	<b>생년월일</b>	1991.12.20	<b>성별</b>	여
<b>직업</b>	일반인	<b>사업장 설립 예정지</b>	전라북도 전주시 완산구		
<b>팀 구성 (신청자 제외)</b>					
<b>순번</b>	<b>성명</b>	<b>담당업무</b>	<b>주요경력</b>	<b>비고</b>	
1	권기범	마케팅	상명대학교 경제학전공	채용예정('21.7)	
2	김경렬	기술지원	조선대학교 응용화학소재공학과 졸업	채용예정('21.9)	

□ 창업아이템 개요(요약)

<p>창업아이템 소개</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· CHV(CHannel Vegan) 비건 식품 영양정보를 전달하는 경로라는 의미로 브랜드명을 제작함.</li> <li>· 해외에서 비건 식품의 소비가 꾸준히 증가함에 따라서 공급업체도 늘어남에 비해 국내 비건 식품&amp;업체의 성장률은 저조하게 조사됨.</li> <li>· 식습관 테스트 플랫폼을 개발해 개인 맞춤형 영양성분 표, 샐러드 추천으로 계절에 맞는 자연 건강식품 상품을 비건으로 제공할 예정임.</li> </ul>
<p>창업아이템의 차별성</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 짧은 테스트로 개인 식생활 데이터를 받아 영양소 맞춤형 샐러드를 추천함. 확인된 데이터를 기반으로 샐러드의 종류를 다르게 구성.</li> <li>· 기성 상품은 단일화된 원재료를 사용하고 있지만 자사 상품은 계절성 식품을 사용해 4계절 다른 맛을 보여주며 원재료 단가 우위 전략을 사용할 것임.</li> <li>· 플랫폼 내 개인 영양 분석 자료를 제공하여 과한 영양제 섭취를 줄이고 필요한 영양을 섭취할 수 있게 만들것음.</li> </ul>
<p>국내외 목표시장</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1순위 소분류 26~29세 육류의 섭취가 높아 몸속 염증이 생긴 여성 시장을 주 타겟으로 함. 특히 늦은 저녁 주기적으로 배달음식을 시켜 먹은 뒤 건강상 이유로 음식을 찾는 사람들의 시장을 잡을 것임.</li> <li>· 2순위 대분류 영양제 섭취 빈도가 높은 30대 이상의 남/여 고객층을 잡았음. 영양성분의 분류 및 설명이 미흡하여 그릇된 선택의 경우의 수가 많아졌음. DB 기반 개인 맞춤형 데이터를 제공하면 충성고객을 늘릴 수 있다고 판단됨.</li> <li>· 3순위 해외시장 인구통계 상 1인가구의 비율이 높아지고 있으므로 1인 권장 섭취량 맞춤 상품이 제공되어야 할 것으로 예상됨. 외국 식습관은 빵과 샐러드의 조합을 선호함. 빵 종류 상품과 결합하여 진출할 예정임.</li> </ul>
<p>이미지</p>	<div data-bbox="392 1503 876 1980"> </div> <div data-bbox="914 1503 1398 1980"> </div> <div data-bbox="437 2011 831 2049"> <p>&lt; 구성원별 맞춤 샐러드 &gt;</p> </div> <div data-bbox="956 2011 1382 2049"> <p>&lt; 맞춤형 샐러드 매장구성 &gt;</p> </div>

## 1. 문제인식 (Problem)

### 1-1. 창업아이템의 개발동기

- 채식 인구 증가율에 비해 낮은 비건 스토어 특히 비건 소비자를 위한 매장이 부족함
  - 채식주의자 증가율이 매년 **15%** 이상 증가하고 있음. 동물성 식품을 제한하는 비건 채식주의자는 외식의 한계에 부딪혀 식당에 직접 도시락을 들고 오는 방식을 사용하게 되었음.
  - 계절성이 뚜렷한 나라의 이점을 살리지 않은 고정화된 상품은 영양불균형을 초래함. 계절식품의 장점을 살려서 최소 **4계절** 메뉴의 다양성을 줄 필요가 있다고 판단됨.
- 영양불균형으로 과한 영양제 섭취, 서구화된 식습관으로 인한 자가 면역 질환 발생
  - 코로나19바이러스로 인해 건강에 더욱 관심을 갖는 사람들이 늘어나면서 그만큼 흔하게 영양제 과다복용이 많이 일어남. 개인 식생활을 고려한 영양 맞춤형 푸드가 필요하다고 판단됨.
  - 서양인들은 간단한 샐러드&빵을 섭취하는 빈도가 국내보다 높다고 조사됨. 국내 식습관에 맞추어 가공되지 않은 신선식품 섭취를 장려해 줄 아이템이 필요하다고 생각하였음.

### 1-2. 창업아이템의 목적(필요성)

- 개인 식생활 맞춤형 계절 샐러드
  - 오늘의 푸드 영양성분표를 App에서 제공할 것임. 또한 개인 식생활 맞춤형 필요 영양성분 데이터를 제공하여 식습관 맞춤 샐러드를 제조하겠음.
  - 대가족형, 소가족형, 1인 가구형으로 나누어 판매를 계획 중이고 사업 초기 1년 내로 연 매출 1억을 목표로 하고 있음. 목표 매출 달성 시 농수산물 직거래 플랫폼과 협약하여 판로를 확장할 예정임.
- 생애 주기별 맞춤형 영양정보와 현재 식습관 영양성분을 분석해 맞춤 푸드 제공

- 자가 진단을 통해 소비자의 식습관 정보를 제공받아 데이터를 통합하여 개인 맞춤형 영양성분표를 만들 것임. 필요한 영양소의 비율에 맞추어 제조해서 소비자 만족도를 높일 것임.
- 국내 소비자들이 영양불균형으로 인한 질병 발생률을 낮추는 목표를 가지고 있음. 비만 질병률을 20% 이하로 줄일 수 있게 영양 손실이 없는 샐러드로 건강시장을 만들 것임.

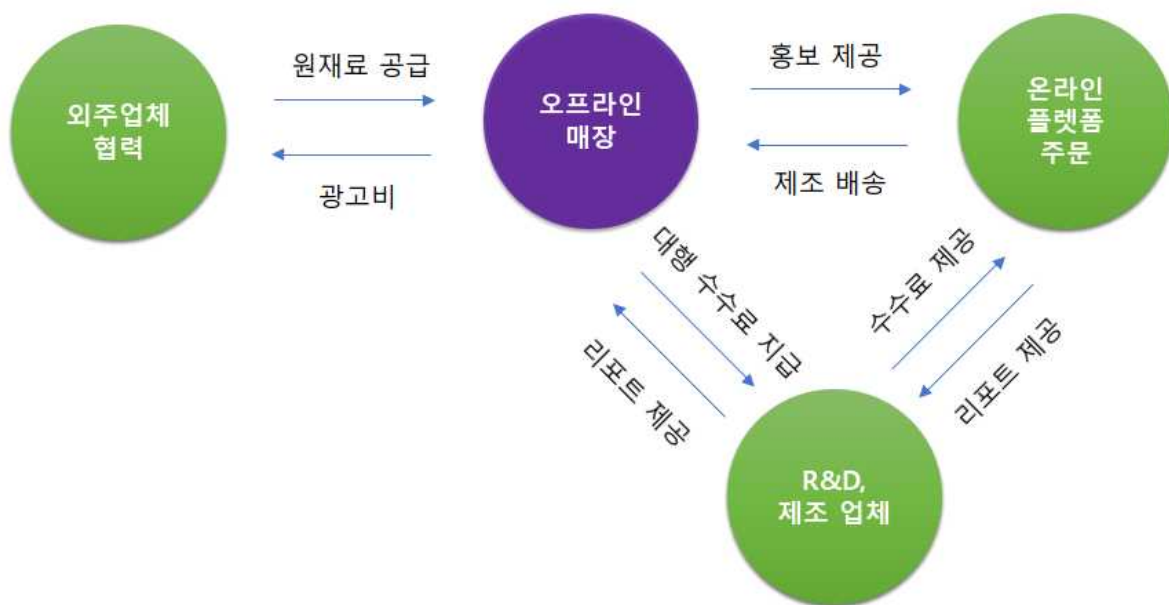
## 2. 실현가능성 (Solution)

### 2-1. 창업아이템의 개발·사업화 전략

#### ◦ 비즈니스 모델

- UX&UI 목업 구축 및 플랫폼 개발 외주 업체 총 4개월 소요.
- 신규 소비자, 잠재적 진입자를 위한 대내적 홍보 시스템을 설계할 것임.

#### ◦ 비즈니스 모델 외주업체, R&D, 제조사, 플랫폼 관계 도식화



< 사업 추진일정 >

추진내용	추진기간	세부내용
플랫폼 제작	2021.07.01. ~ 2021.07.20.	시안 제작/ 외주업체 보완, google play 웹&앱 기반으로 제작
DB 제공 협력 제안	2021.07.21. ~ 2021.07.30.	중앙행정기관의 데이터 통합
오프라인 설계	2021.8.01. ~ 2021.8.31.	점포 계약, 제조 설비 구축
제품 정기 구독형 제작	2021.9.01. ~ 2021.9.31.	공동 구매 페이지 제작
클라우드 펀딩	2021.10.01. ~ 2022.1.31.	샐러드 구독제를 체험할 클라우드 펀딩 (3개월)
업무 파트너 협력	2022.02.01. ~ 2022.1.31.	공급업체, 브랜드 업체와의 협력

## 2-2. 창업아이템의 시장분석 및 경쟁력 확보방안

◦ 기성제품과 자사 제품의 비교 분석 및 강점 특화전략

도표 1. 기성제품과 자사제품 비교 표

구분	종류	가격	용량	핵심 포인트	비고
A사	7종 야채	2700원	180g	10가지 종류, 당일 새벽 배송	정기배송제
B사	4종 야채	1900원	200g	비닐 패키지	10팩 대량 배송
자사 제품	10종 이상의 계절성 야채	4500원	450g	영양 맞춤형	단품 특화 전략

- 자사는 국내 하루 권장 야채 섭취량은 500g을 기반으로 신선도 유지가 가능한 양 만큼만 판매해 고객 만족도를 높일 예정입니다.
- A, B 두 판매사 모두 선택형 샐러드를 제공하고 있지만 자사는 App&QR을 통한 개인 맞춤형 영양 데이터를 제공하여 자기만의 특별한 샐러드를 체험할 수 있게 만들 것입니다.

### 3. 성장전략 (Scale-up)

#### 3-1. 자금소요 및 조달계획

- 초기 자금 활용 계획, 연 1억 이상 매출 달성 후 신규 자금 조달 계획
  - 정부 지원금 1억 + 자기 조달 25백만 원 총 1억 25백만 원 초기자금 사용할 예정임.
  - 연 1억 이상 매출 달성 후 정기배송형 클라우드 펀딩, 초기 창업 패키지, 신용보 증기금으로 자금 조달할 것임.
- 대표 자금 소요 계획
  - 플랫폼 제작, 직원 2인 고용 유지 65백만 원 사용 하겠음.
  - 재료비, 기기설비, R&D, IT 교육, 임대료, 마케팅, 비품에 60백만 원 사용할 것임.

#### < 사업화자금 집행계획 >

비 목	산출근거	금액(원)
시제품/본제품 제작	• 시제품 재료 및 설비 (세척설비, 제조설비, 원재료 등)	10,000,000
	• 오프라인 상점 (임대료 *8개월, 보증금 및 고정비용)	18,000,000
플랫폼 제작	• 외주 제작 (기본 웹&앱 플랫폼)	25,000,000
인력 고용	• 2명 * 2,490,000원 (총 8개월)	39,840,000
마케팅 (업체)	• 크몽 인스타 광고 최적화 (1개월 500,000원) *8개월	4,000,000
	• 네이버 광고 (1개월 400,000원) *8개월	3,200,000
교육 홍보, 여비	• R&D, IT 교육, 단체 포럼, 박람회 참가, 제품 수급 여비	15,000,000
창업 소모품비	• IT 설비와 비품 (컴퓨터, 소프트웨어 이용료 *8개월)	10,000,000
합 계		125,040,000

### 3-2. 시장진입 및 성과창출 전략

#### 3-2-1. 내수시장 확보 방안

- 4P, 타겟 소비층 2~30대 스포츠 동호회 주 활동 여성
  - 온/오프라인 시장에서 활발하게 활동하는 스포츠 동호회 활동하는 2~30대 동호회 인원을 집중 지원함으로써 건강관리에 소비를 아끼지 않는 고객층을 선점할 것임.
- 4C, 온라인 플랫폼 구축 및 오프라인 점포로 브랜드 품질 인식
  - 2~30대 여성의 메인 고객층을 형성하고 있으므로 디자인과 감성 콘텐츠 콘셉트를 잡을 것임. 여성의 유동인구가 높은 상권에 들어가 오프라인 서비스 및 브랜드 홍보에 우위를 점할 것임.

#### 3-2-2. 해외시장 진출 방안

- 해외 비건 식품의 비중이 년 5% 성장, 플랫폼 공유의 성장 방안
  - KOTRA 식품산업 트렌드 분석 결과 영국권 시장 2018년 17%에서 2019년 23%로 비건 식품의 비중이 증가함. '채식 선택권' 요구가 급증하고 있음. 채식주의자의 목소리가 커져감에 있어 채식 식품의 성장이 계속 높아질 것으로 예상함.
  - 외국의 채식 신선식품 매장이 국내보다 활성화되어 있기 때문에 해당 국가의 식품을 반조리하여 오픈마켓에 위치할 것임. 조미료를 사용하는 식문화에 맞춰 제작한다면 성장 가능성이 높다고 판단됨.

#### 4. 팀 구성 (Team)

##### 4-1. 대표자 및 팀원의 보유역량

###### ◦ 대표자 현황 및 역량

- 건축 디자인 전공 / 건물 내외부 건축 설계 및 인테리어 경력 (2년)
- 제품디자인 및 브랜드 기획 / 마케팅 경력 (3년)

###### ◦ 팀원현황 및 역량

순번	성명	주요 담당업무	경력 및 학력 등	채용시기
1	권기범	경영/ 마케팅	경제학 학사	'21.5
2	김경렬	기술지원	SW 유지 보수	'21.5
3	전현지	R&D 분석	화학공학 박사	'21.9

###### ◦ 추가 인력 고용계획

순번	주요 담당업무	요구되는 경력 및 학력 등	채용시기
1	풀스택 개발자 유지 및 보수	IT분야 전공 학사 이상	'22.02
2	R&D	식품 영양학과 석사 이상	'22.06
3			

###### ◦ 업무파트너(협력기업 등) 현황 및 역량

순번	파트너명	주요역량	주요 협력사항	비고
1	농수야	식품 전문 도매	농수산물 지원 및 조달	협력 제안
2	...			