**[붙임 1] 팀 소개서 (팀당 1개 제출)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **2021 서울시 지역연계형 청년 창업 지원사업**  **<넥스트 로컬 3기> 팀 소개서** | | | | | | | |
| **팀명(기업명)** | 오올블루(All Blue) | | | | | | |
| **대표자명** | 김혜주 | **핸드폰번호** | 010-8641-9149 | | **이메일** | | hejucc@naver.com |
| **팀 소개** | **희망창업분야** | ■ 상품 | | | | | |
| **아이템 한줄소개** | 버려지는 커피 폐기물을 리사이클링 한 고체세제 | | | | | |
| **설립 시기**  **(창업일자)** | 2021.07.01 | | | | | |
| **지원동기**  **및 목표** | - 커피 1잔 만들면 1잔당 20g의 커피찌꺼기(커피박)가 나오게 되고 커피박은 대부분이 생활용 쓰레기로 분류되어 매립되고 있음  - 매립된 커피박은 메탄가스를 발생시키고 카페인 성분이 토양을 훼손하고 환경부에서 조사한 결과 국내 커피 소비가 늘면서 커피박 폐기물은 **12만 9500톤으로 추산**  - 커피박의 **처리비용 또한 30억원**에 달함  - 해결하기위해 커피박은 리사이클링되려는 노력들이 많이 생겨지만 우리 생활에 아주 밀접하지는 않음  - 생활속에서 사용하는 제품이 있으면 좋겠다고 생각하던 중 리**사이클할 수 있는 고체 세정제** 제품 제작을 결정함 | | | | | |
| **아이템과**  **지역의 연계성**  **(지역 연계형 창업 관심 이유)** | - 커피 원두 폐기물의 수급은 서울 지역에서도 충분히 가능하나 지역과의 대외적인 협업이 가능하다면 브랜드의 정체성과 이미지를 형성하기에 좋을 것이라고 판단  - 그 중에서도 강원도, 제주도를 자주 방문하게 되었고 관광 상품의 한계점을 느꼈음  - 대표적인 예로 강릉의 커피거리를 다녀오면서 커피콩빵, 커피빵밖에 구매할 제품이 없다는 것에 아위움을 느낌  - **지역상품** 하나로 그 지역을 방문하는 소비자의 심리를 적용하여 **지방지역 경제 활성화**에 기여해보고 싶음 | | | | | |
| **희망**  **활동지역** | **1순위** | 강릉 | | | | | |
| **2순위** | 제주 | | | | | |
| **3순위** | 고성 | | | | | |
| **팀원 정보** | | | | | | | |
| **대표** | **성명** | 김혜주 | | **(전/현직)직업** | | 디자이너 | |
| **경력/경험사항** | - (주)에이아이건축사사무소 설계팀 건축디자이너  - 공간향 브랜드 랫어릿 제품 디자인, 조향  - (주)아틸라 화장품, 비누 제품 디자인 및 마케팅 | | | | | |
| **팀 내 역할** | 대표 / 디자이너 / 제조 및 판매 | | | | | |
| **팀원1** | **성명** | 김경렬 | | **(전/현직)직업** | | IT 개발자 | |
| **경력/경험사항** | - ㈜ 투썸플레이스 근무  - ㈜ 파스쿠찌 근무  - noon 유통 사업 대표  - 36.5도 여름 음식점 직원  - IT 교육 수료 및 1인 개발 | | | | | |
| **팀 내 역할** |  | | | | | |
| **팀원2** | **성명** |  | | **(전/현직)직업** | |  | |
| **경력/경험사항** | 3~5줄이내 | | | | | |
| **팀 내 역할** |  | | | | | |

**[붙임 2] 사업계획서 (팀당 1개 제출)**

|  |
| --- |
| **2021 서울시 지역연계형 청년 창업 지원사업**  **<넥스트 로컬 3기> 사업계획서** |
| **1. 사업 배경** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1-1. 제품•서비스 개발 동기**  **○‘강릉커피축제 변화에 따른 커피산업의 변화’ 발표에서 문제점 인식**   |  | | --- | | 출처 : 강원도민일보, 국민일보 | | **○ 매달 1000kg 이상씩 발생**하는 커피 찌꺼기를 활용한 산업화 방안이 필요하다는 주장과 동시에 전량 생활폐기물로 분류된다는 점에서 사업화 방안이 절실하다고 강조함  **○** 2018년도부터 꾸준히 커피 찌꺼기 사업화 지원 및 연구 개발에 투자하고 있으며 합성목재와 벽돌, 방향제, 친환경 연료 등 재활용 가능성이 무궁무진하다고 판단하고 행정•정책적 지원을 계속하고 있음 |   **1-2 제품•서비스의 목적(필요성)**  **○ 커피 한 잔에 원두 0.2% 사용하고 99.8%는 쓰레기로 배출**   |  |  | | --- | --- | | 출처 : 관세청 | 출처 : 환경부 | | **○** 커피 원재료를 수입에 의존하고 있는 국내 시장은 **계속해서 수입량이 늘어나고 있고 커피 찌꺼기(커피박)량도 높게 조사**됨  **○** 1인당 하루 커피 소비량은 1.4잔 → 원두 폐기물 38g이 배출되고 있음  **○** 코로나-19 이후 건강 및 친환경에 매우 높은 관심을 보임 따라서 **일반적인 벽돌, 목재 뿐만 아니라 순환이 빠른 생필품**의 형태로 제공이 필요함 | |   **○ 친환경 생필품 관련 소비자들의 니즈**   |  |  | | --- | --- | | 출처 : 아이디어로 여는 세상 | ○ 초기에 환경을 보호해야 한다는 사명감으로 시작했다면 현재는 환경문제에 대한 걱정, 가족건강과 안전에 대한 관심, 친환경 소비자로서의 자부심으로 니즈가 변화함  ○ 소비자들의 1순위 니즈로 가족건강과 안전에 대한 문제를 제기했기에 **피부에 직접적으로 흡수되지 않는 고체형 제품 제공**이 목표에 부합함 |   **○ 코로나-19 장기화로 건강 산업과 친환경 제품의 관심도 ↑**   |  | | --- | | 출처 : 환경부, EMBRAIN | | **○** 코로나-19 장기화로 많은 소비자들이 친환경 소비에 관심을 보이고 있고 문제를 해결해 준다고 공약하는 **친환경 제품 소비가 매년 약 10%씩 증가**  **○** 환경부에서 공시한 자료에 의하면 친환경 인증 제품의 표시 인증만으로 평균 매출 증가율이 20.1%로 나타났다고 공시함  **○** 2020년도 트렌드 키워드 **‘착한소비’ 에서 1위를 차지한 것은 친환경적인 소비**, 사회적 약자를 도울 수 있는 소비가 2위로 소비에 의미와 가치를 부여함 |   **○ 커피찌꺼기와 오일을 섞어 셀룰라이트 개선에 도움되는 제품으로 개발 필요** |
| **2. 해결방법** |
| **2. 제품•서비스의 개발 • 사업화 전략**  **○ 창업 아이템 개요**  **(커피 원두 폐기물을 이용하여 만든 리사이클링 세정제)** 사업화 개요 및 목표   |  | | --- | | 1. 식기류 세척에 용의한 커피찌꺼기의 **계면활성제 성분**을 통해 청소용, 식기 세척용 제품 개발  2. 친환경 제품의 인식도를 높이기 위하여 제품 개발 후 **친환경 인증**  3. 생필품 뿐만 아니라 **탈취제, 방향제, 마사지오일** 등 지속적인 비생필품 개발  3. 시제품 개발 이후 KC, KCL 등 안정성 검사로 **사업화 준비 및 특허 출원**  4. 제품 온라인 판매샵, 크라우드 펀딩, 친환경 포럼 참여  (매출목표 : 온라인 판매 3,000만원 이상(크라우드 펀딩 포함) / 오프라인 매출 2,000만원 이상) |   **○ 개발방안 및 구현 방법**    **○ 비즈니스모델(BM)**    **< 사업 추진 일정 >**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **추진내용** | **기간** | **세부내용** | | 지역조사 및 아이템 검증 | 2021. 5 ~ 2021. 7 | ● 현장 문제 인식  ● 소비자 반응 조사  ● 네트워크 구축 | | 제품 생산 및 테스트 | 2021. 7 ~ | ● 시제품 생산 반응조사 | | 크라우드 펀딩 | 2021. 8 ~ 2021. 9 | ● 1차 제품 판매 테스트  ● 소비자 반응(가격, 기능)도 파악 | | 제품 보완 및 수정 | 2021. 9 ~ 2021. 10 | ● 고객 평, 테스트로 문제점 파악 및 수정  ● 개선된 제품 개발 | | 2차 온라인 판매 런칭 | 2021. 10 ~ 2021. 11 | ● 세부 디자인 개선  ● 카카오 메이커스, 아이디어스 제품 런칭 | | 2차 제품 보완 및  특허출원 | 2021. 11 ~ 2021. 12 | ● 디자인, 포장제 보완  ● 제품 상표권 확보 | | 사업자 등록 및 고용 | 2021. 12 ~ | ● 사업자등록  ● 제조 2인, R&D 1인 이상 고용 창출 |   **○ 경쟁사와 자사의 차별점**    UGLY SOAP, 프로쉬 사가 1인 가구에게 제공하지 못한 복합 제품 출시  **포장 쓰레기 절감, 폐기물 쓰레기 절감** |
| **3. 지역과 연계하여 비즈니스를 실행할 구체적인 계획을 작성** |
| **3. 지역연계형 비즈니스 계획 수립 및 활동방향**  **○ 초기 시장 진입 지역 협업 목표사항**    **○ 조사 활동 방안**   |  | | --- | | 출처 : 커뮤니티비지니스 | | **○** 사업 선정 후 해당 지역 **주민의제 조사**를 시작으로 **수급자원 조사**와 지원체계 확립  **○** 조사된 **자료 자원을 이용해 DB구축** 추후 확장시 사용  **○** 온라인 접근성을 높이면서 소비자의 접근성 향상을 위해 소형 무인 스토어 운영 |   **○ 온•오프라인•지역 연계 활동 구분**   |  |  | | --- | --- | | **구 분** | **내 용** | | 온라인 | - 크라우드 펀딩 및 온라인 스토어를 통해 고객 선호도조사, 제품 인식 | | 오프라인 | - 런칭 후 안정적 매출을 발생시킬 수 있는 판매처 확보 | | 지역 연계형 | - 폐기물 쓰레기를 처리해주고 자사 제품 DP 협의 |   **○ 홍보 마케팅 전략**   |  |  | | --- | --- | | **구 분** | **내 용** | | Blog | - 40대 자녀가 있는 소비자층을 대상으로 전문성 있는 자료로 홍보 (아이들의 피부 트러블 등) | | Instagram | - 20대 젊은 층은 시각 디자인에 높은 가치를 두고 있기에 디자인 요소를 부각시킨 제품 노출  - 지속적 게시물로 신규 고객 유입 | | Youtube | - 청소 유튜버의 PPL 영상 진행, 친환경 상품의 장점을 영상에 노출 | |
| **4. 사업을 통해 활동할 지역에 예상되는 긍정적인 변화를 구체적으로 작성** |
| **4-1. 제품•서비스를 통해 지역에 나타나는 변화**  **○ 초기 시장 진입 지역 협업 목표사항**   |  | | --- | | 출처 : 유한켐빌리\_환경성과.pdf | | **○** 공정 발생된 폐기물의 98%를 재이용해서 폐기물 발생량을 최소화하려고 노력 자사는 커피 업체의 원자재 폐기물량의 99%를 (손실률 0.8%) 재사용  **○** **친환경 제품 선도 지역**의 이미지 확산 및 친환경 기업 평판 강화  **○** 지역 특화 디자인 제품 출시와 **블루이코노미 시스템**을 적용해 앞서가는 리사이클링 시스템 제안 |   **○ 고객과 자사의 변화**   |  | | --- | | 출처 : 환경부, 통계청, 매일경제 | | **○** 이전에는 소비의 패턴이 가성비 중심이였지만 점층적으로 **가치 중심적 소비** 패턴을 바꿈  **○** 코로나-19로 **소비 트렌드가 친환경, 착한소비**로 변화하면서 중심의 소비율이 증가함  **○** 소비자들의 기대효과 1순위가 안정성으로 한 번 검증된 리사이클링 제품의 선호도가 높아질 것으로 예상 |   **4-2. 제품•서비스의 정성 • 정량적 분석**  **○ 제품•서비스의 정량적 분석**  < 정량적 자금 집행 계획 >   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **비 목** | **산출 근거** | **금액(원)** | | 지역 조사 | - 방문 조사를 위한 활동비(여비, 기록지 등) | -1,000,000원 | | 제품 제조 | - 오프라인 점포 (임대료 \*12개월, 보증금)  - 시제품 제작 및 설비 (제조설비, 부재료 등) | -22,000,000원 | | 크라우드 펀딩 | - 1차 제품 출시 (소비 성향 파악을 위한 출시) | +10,000,000원 | | 온라인 POP UP런칭 | - 카카오 메이커스, 아이디어스 런칭 | +5,000,000원 | | 홍보 | - SNS 인플루언서 마케팅 (50만원 \*3회) | -1,500,000원 | | 온라인 판매 | - 공급업체 확보 후 생산 판매 (월 300 \*12개월) | +36,000,000원 | | 공급업체 | - 수수료 지급 | -8,000,000원 | | 오프라인 판매 | - 자사 제품 판매 (월 200만원 \*12개월) | +24,000,000원 | | 자사 제조  업체 설립 | - 고정비용 (임대료, 설비 등) | -30,000,000 | | 직원고용 | - 품질관리 1인, R&D 1인(1년계획 기준 \*6개월 \*2,490,000) | -29,880,000원 | | 기대 수익 | - 기타 순매출 기대수익 | +40,000,000 | | 지 출 | | -84,380,000원 | | 매 출 | | +115,000,000원 | | **합 계** | | **+30,620,000원** |   **○ 제품•서비스의 정성적 분석**   |  | | --- | | **○ “**NO 플라스틱” 사업에서 확장된 **“RE 폐기물”** 쓰레기도 다시 사용할 수 있다는 환경 친화적 기업 인식  **○ 인체에 무해하면서 환경에 기여**할 수 있다는 제품 인식 확산  **○** 사회 트렌드를 통해 이익을 얻고, 나아가 다시 성장하고 문제 해결을 위해 투자 | |

**[붙임 3] 개인정보 수집·이용 및 마케팅 활용 동의서 \*개인별로 작성하여 대표가 하나의 파일로 제출**

|  |
| --- |
| **개인정보 수집·이용 동의(필수)** |
| 서울시와 언더독스 주식회사(이하 “운영사무국”)는 2021 서울시 지역연계형 청년 창업 지원사업 <넥스트 로컬 3기> (이하 “넥스트 로컬”) 참가자의 개인정보 보호를 위하여 개인정보 보호 지침을 마련하고 이를 준수하고 있습니다. 넥스트 로컬 참가자의 정보는 아래 수집목적에 따라 사용되고, 원하시는 경우 이메일이나 문자, 카카오톡 등을 통한 운영사무국의 넥스트 로컬 사업정보 또는 기타 서비스의 제공 등에 활용될 수 있습니다.  수신 동의 이후에라도 의사에 따라 동의를 철회할 수 있습니다. 수신 동의 철회 시, 운영사무국(nextlocal2021@gmail.com, 02-6384-3210)으로 연락주시기 바랍니다.  본인은 넥스트 로컬 사업에 참가하기 위하여 다음과 같이 운영사무국이 본인의 개인정보를 수집∙이용하는 것에 동의합니다.  1. 개인정보 수집항목  참가자 개인정보 (성함, 주소, 생년월일, 성별, 이메일주소, 핸드폰 번호), 넥스트 로컬 참여 시 본인이 촬영된 사진 및 영상  2. 개인정보 이용목적  본 사업 운영 (지원 자격 검토, 부문별 합격자 발표, 과정 운영) 및 관련 소식 안내, 넥스트 로컬 관련 통계 및 분석, 투자 기회 연계 등 정보 제공  3. 개인정보 보유기간  넥스트 로컬 3기 사업종료(2022. 1월말) 후 5년까지 (※사업종료기간은 변경될 수 있음)  위와 같은 개인정보의 수집∙이용하는 데에 동의하십니까?  *넥스트 로컬 사업운영을 위하여 필요한 최소한의 개인정보이므로 동의해 주셔야 넥스트 로컬 사업에 참여하실 수 있습니다. 또한, 위 동의를 철회할 경우, 철회 이후 프로그램의 참여∙진행 과정에 불이익이 발생할 수 있습니다.*  ■ 동의합니다. □ 동의하지 않습니다. |
| **넥스트 로컬 사업 관련 개인정보 수집∙이용 동의 (필수)** |
| 1. 개인정보 수집항목  기업 정보 (회사명, 소속, 직책, 사업 아이템, 소속회사 설립연도, 매출, 고용현황)  2. 개인정보 이용목적  본 넥스트 로컬 사업 운영(지원 자격 검토, 부문별 합격자 발표, 과정 운영) 및 관련 소식 안내, 넥스트 로컬 사업관련 통계 및 분석, 투자 기회 연계 등 정보 제공, 운영사무국 콘텐츠 제작 및 출판, 기타 기업 홍보 및 마케팅 등  3. 개인정보 보유기간  넥스트 로컬 3기 사업종료(2022. 1월말) 후 5년까지 (※사업종료기간은 변경될 수 있음)  위 개인정보의 수집∙이용에 동의하십니까?  *넥스트 로컬 사업운영을 위하여 필요한 최소한의 개인정보이므로 동의해 주셔야 넥스트 로컬 사업에 참여하실 수 있습니다. 또한, 위 동의를 철회할 경우, 철회 이후 프로그램의 참여∙진행 과정에 불이익이 발생할 수 있습니다.*  ■ 동의합니다. □ 동의하지 않습니다. |
| **개인정보의 제3자 제공 안내 (필수)** |
| 1. 개인정보를 제공받는 자  서울시 지역상생경제과 및 11개 활동지역 지차체 담당자(강릉, 영월, 공주, 목포, 나주, 강진, 경주, 문경, 의성, 고성, 제주), 한국전력공사, 신한은행, 신한카드, 넥스트 로컬 사업운영을 위해 선정한 코치진 및 지역파트너, 강사  2. 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 이용 목적  넥스트 로컬 사업결과 자료 제출, 투자 기회 연계 정보 제공 등  3. 제공하는 개인정보 항목  참가자 개인 정보(성함, 주소, 생년월일, 성별, 이메일주소, 핸드폰 번호), 기업 정보 (회사명, 소속, 직책, 사업 아이템, 소속회사 설립연도, 매출, 고용현황) , 본 사업참여 사진 및 영상  4. 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용기간  본 넥스트 로컬 3기 사업종료(2022. 1월) 후 5년까지 (※사업종료기간은 변경될 수 있음)  위 개인정보의 제3자 제공에 동의하십니까?  *넥스트 로컬 사업운영을 위하여 필요한 최소한의 개인정보이므로 동의해 주셔야 넥스트 로컬 사업에 참여하실 수 있습니다. 또한, 위 동의를 철회할 경우, 철회 이후 프로그램의 참여∙진행 과정에 불이익이 발생할 수 있습니다.*  ■ 동의합니다. □ 동의하지 않습니다. |
| **언더독스 교육 관련 마케팅 수신 동의 (선택)** |
| 마케팅 수신에 동의하시면, 언더독스의 넥스트 로컬 안내 정보, 사회적기업가 육성사업 지원 정보, 창업지원기관 목록, 투자 기회 연계 정보 등의 회사 홍보, 마케팅 정보를 이메일, 문자, 카카오톡으로 받으실 수 있습니다.  마케팅 수신에 동의하십니까?  ■ 동의합니다. □ 동의하지 않습니다. |
| 본인은 개인정보 수집·이용 및 마케팅 활용 동의서를 고지 받았으며, 이를 충분히 이해하였습니다.  2021년 4월 25일  팀 명 : 오올블루 (All blue) (인)  성 명 : 김혜주 (인) |