

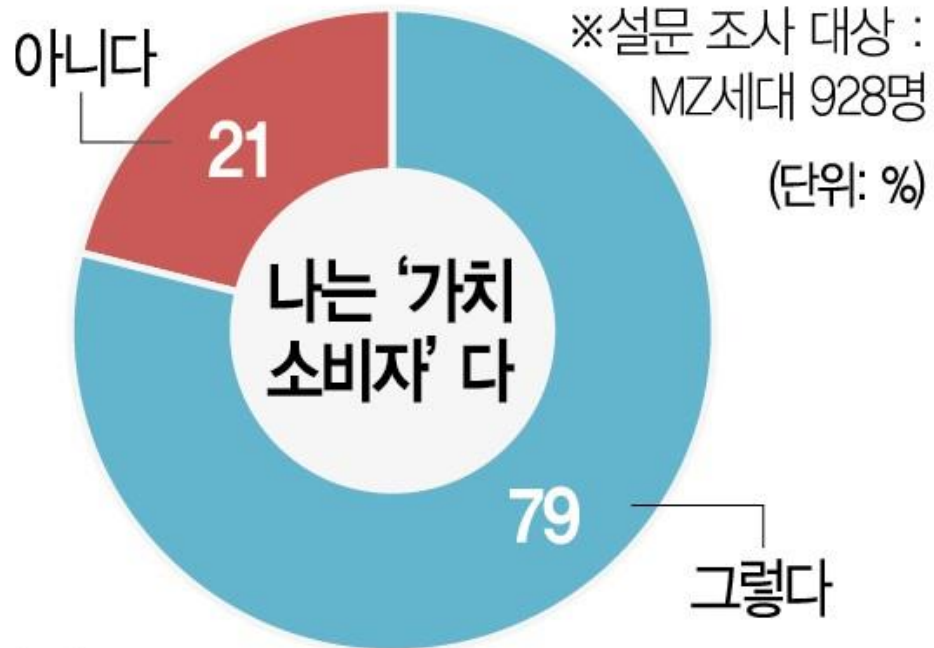
커스터마이징 게임을 이용한 친환경 생활 실천 플랫폼

Greenomy



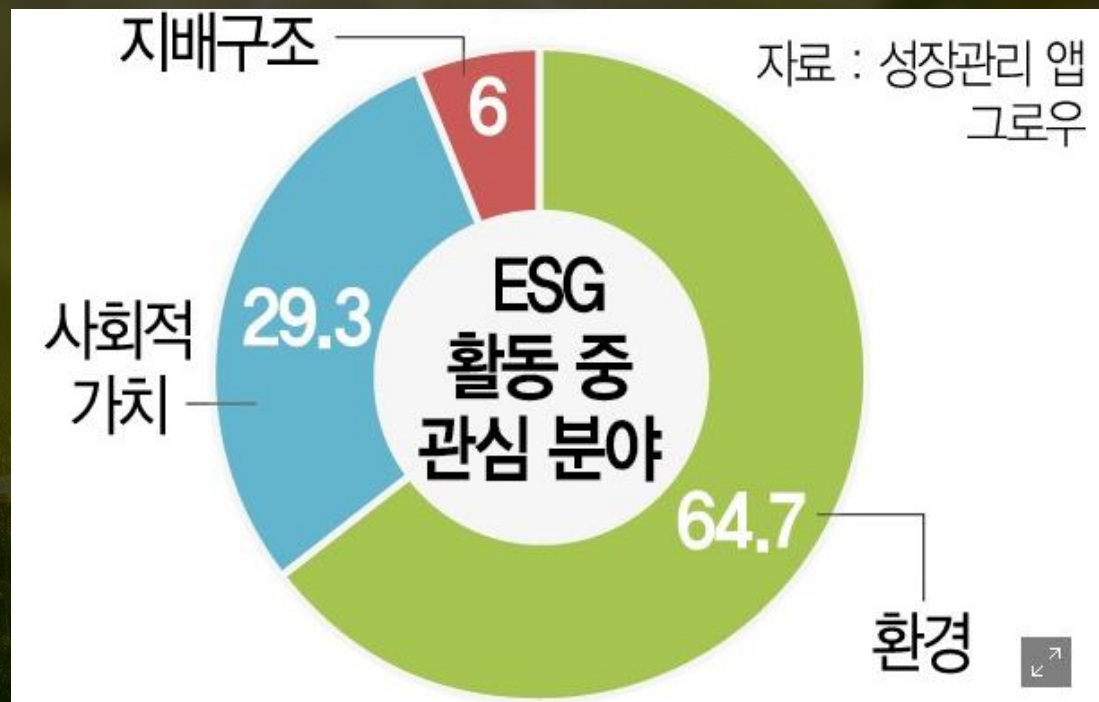
MZ세대는 얼마나 환경에
관심을 가지고 있을까?

MZ세대, 가치소비 관련 설문조사



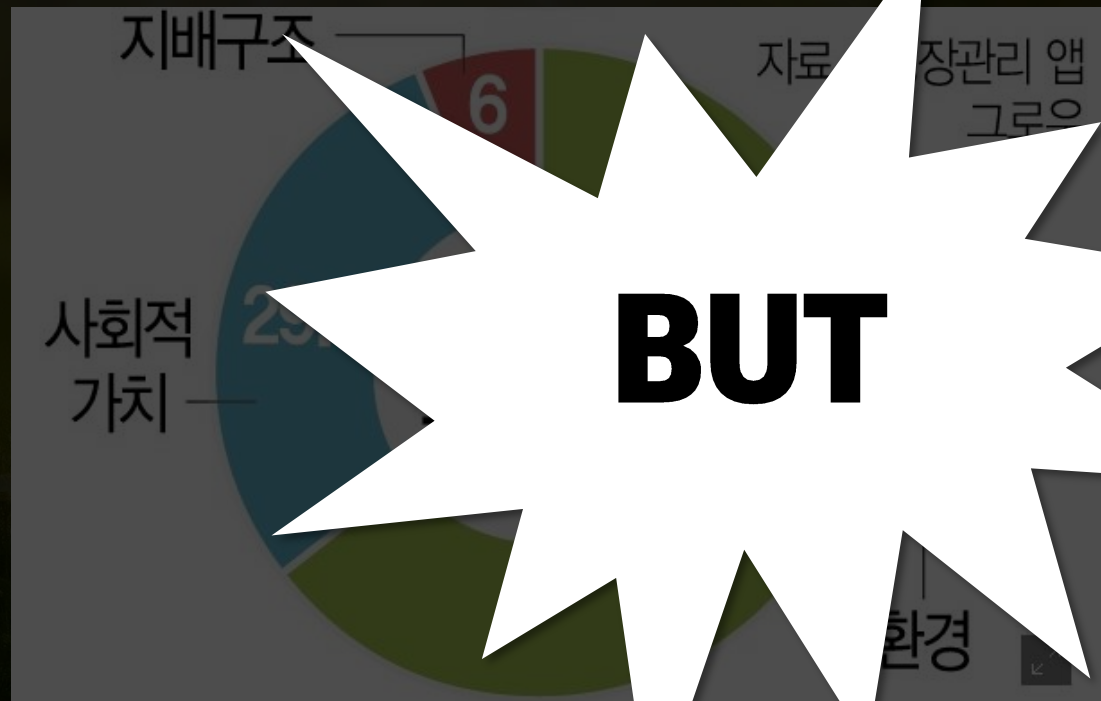
2021.07.29

자신의 가치에
소비를 하는 MZ 세대



2021.07.29

가치소비 중 64.7%를 차지하는 환경 분야



BUT

가치소비 중 64.7%를 차지하는 환경 분야

2021.07.29

관심에 비해 실천율은 낮은 상황



95.5%

환경오염과 쓰레기 문제가
심각한 수준



82.2% | 친환경제품 구매의향

25.5% | 친환경제품 실제구매 (지난 3개월)



장바구니
사용



양치, 면도, 세안 시
수돗물 잠그기



세탁시 낮은 온도
설정



페트병
라벨지 제거

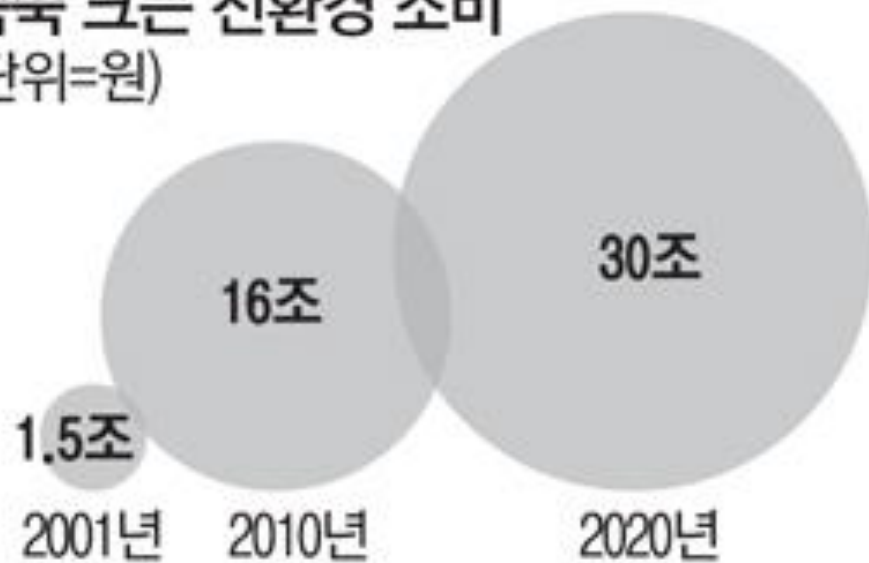


일회용 배달음식
포장용기 사용 줄이기



택배 상자
사용량 줄이기

쑥쑥 크는 친환경 소비
(단위=원)



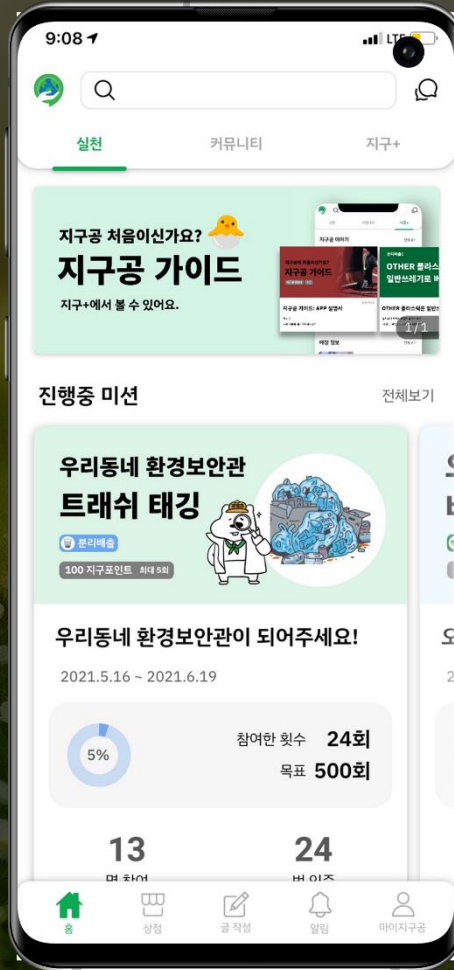
*2001년 · 2010년은 환경부, 2020년은 업계 · 학계 추산.

친환경 시장의 성장
최근 10년간 **2배 정도**의 성장률

MZ 세대가 친환경 생활 실천을 지속적으로
해 나가도록 할 수 있는 방법은 무엇일까?

Competitor Comparison

5월 18일, 인스타 팔로워
5049명의 지구공, 앱 출시



지구공

7월 31일, 런칭 2개월만에
리뷰1개 평점 7개

Competitor Comparison

	Greenomy	Instagram	Facebook	동물의 숲	지구공	친해지구 싶어
	앱	웹, 앱	웹, 앱	콘솔, 앱	앱	앱
친환경 관련	○	X	X	X	○	○
공유 서비스	○	○	○	△	○	○
인적 네트워크 형성	○	○	○	△	○	○
게임 요소 - 꾸미기	○	X	X	○	X	X

친환경 생활
실천의 습관



재미
꾸미기

FUNCTION 1

매일 주어지는 친환경 생활
실천 미션 → 포인트 획득



친환경 생활 실천 유형의 선택
ex) 분리수거

친환경 생활 실천에 대한
자세한 설명 및 후기 작성

FUNCTION 2

친환경 생활 실천 인증사진 업로드
→ 포인트 획득

9:41

취소 나의 실천 올리기 완료

카테고리 선택

제목을 입력해주세요

오늘은 환경을 위해 어떤 실천을 했나요?
자세한 설명이 다른 그리노마친구들의 실천에 도움이 됩니다.

/ 500

인증사진 첨부(필수) 0/3

FUNCTION 3

구매한 캐릭터 및 아이템을 적절히
배치하여 자신만의 공간을 커스터마이징

FUNCTION 3

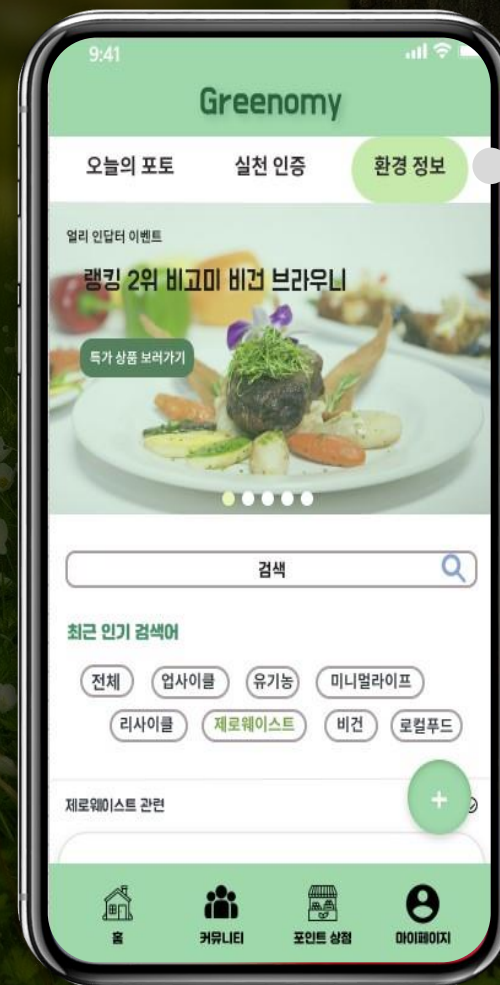
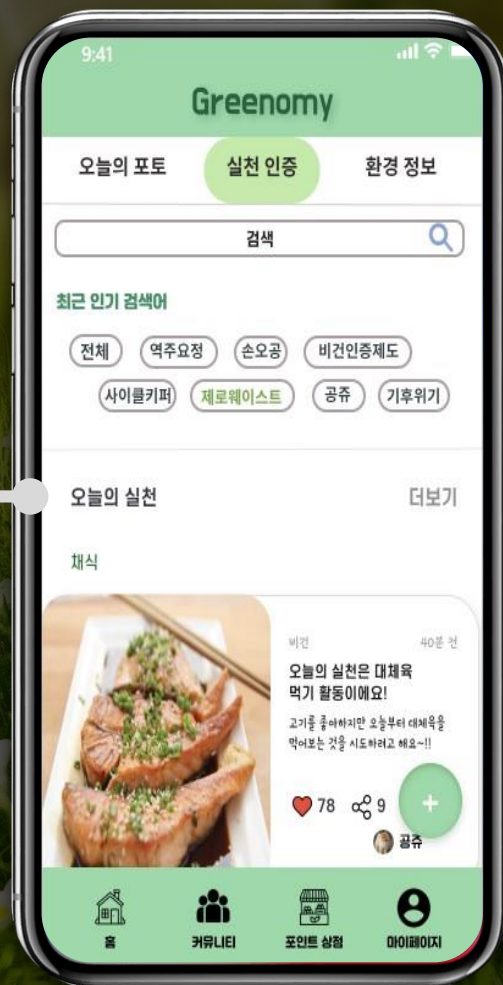
자신이 모은 포인트를 활용하여
캐릭터 및 지구를 꾸밀 **아이템**을 구매



FUNCTION 4

커뮤니티 기능

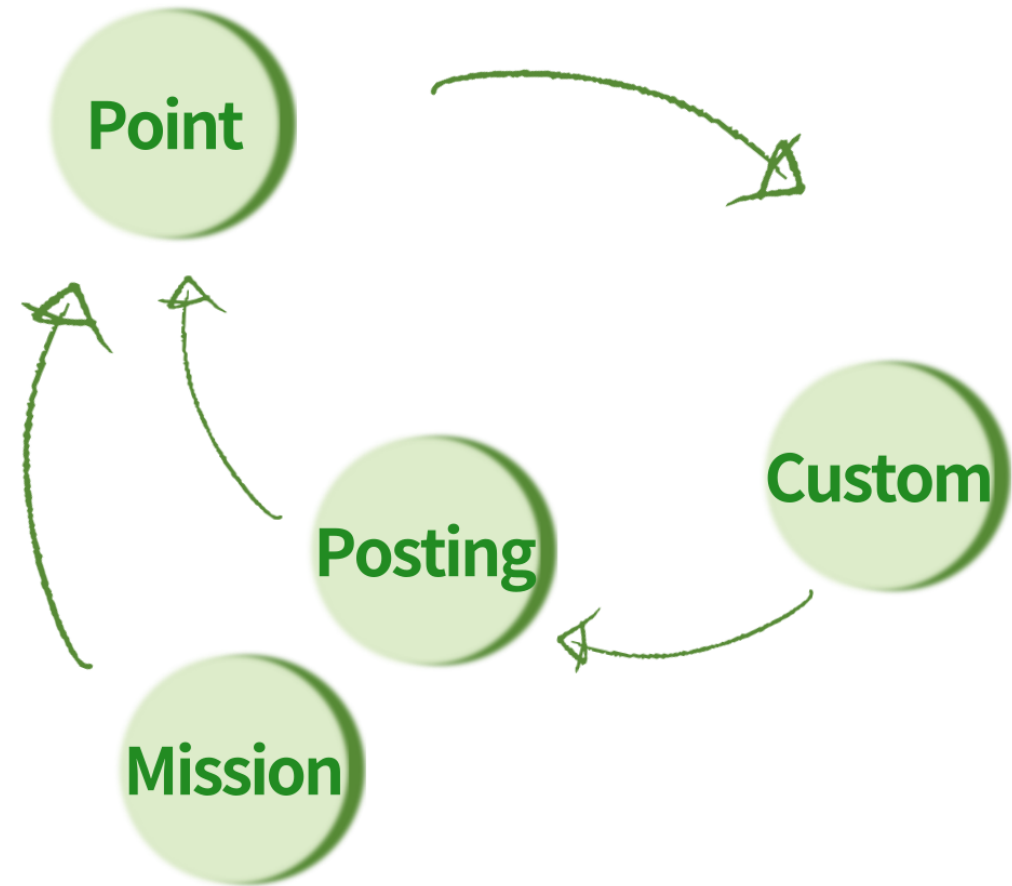
각자의 친환경 생활 실천 인증
사진과 커스터마이징한 캐릭터
및 공간을 공유



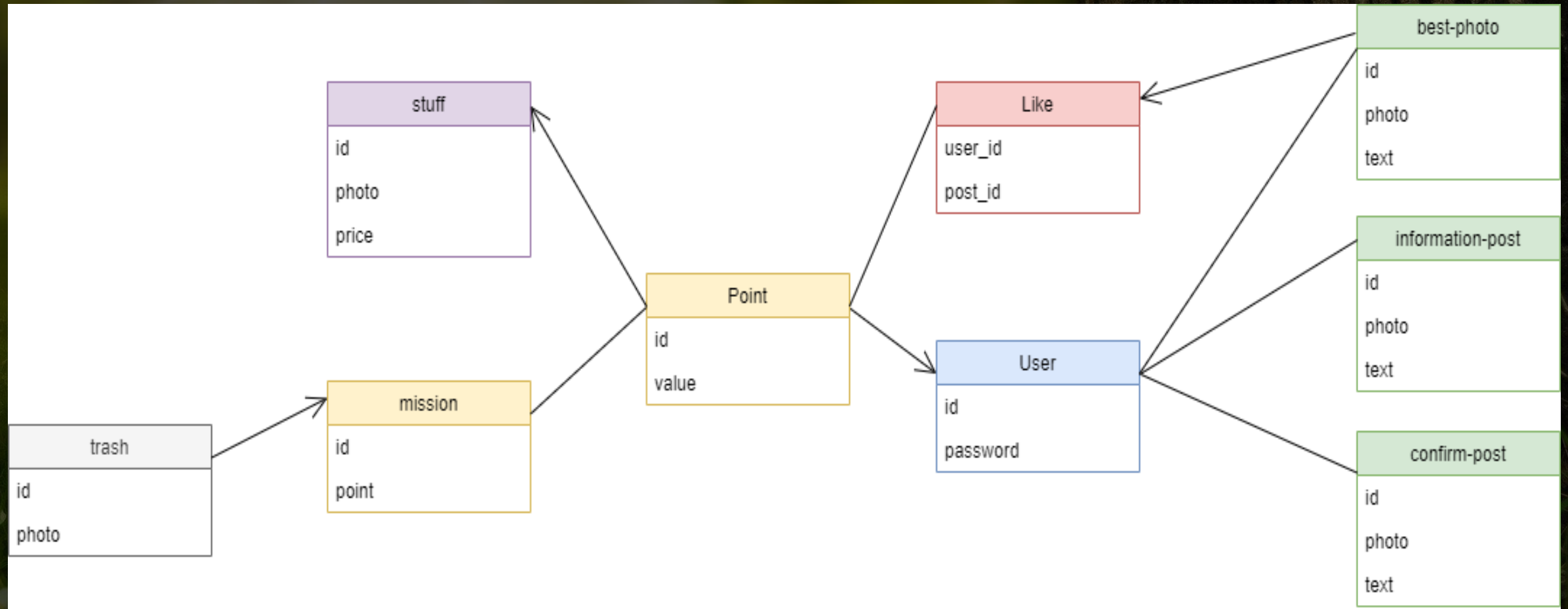
친환경 관련 정보 및 실천
방법 공유

기능 생명주기

Designs that are produced indiscriminately without regulations are managed in advance to safely protect the brand assets of the company.



Tech Stack

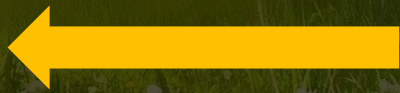
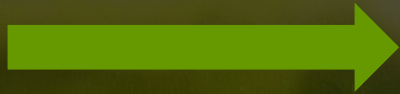


Bussiness Model



친환경 브랜드

- 광고 수수료
- 데이터 판매 비용

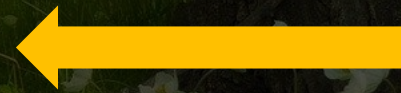
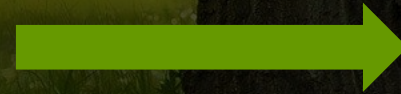


데이터 판매



Greenomy

친환경 제품 정보 제공



빅데이터 제공



User

(게임 이용자 + 환경 정보 이용자)

디지털 플랫폼 사용이 익숙한

20세 ~ 28세의
MZ 세대

제로웨이스트나
비건에 관심

11세 ~ 19세의
MZ 세대

기후 위기와
친환경 실천에 관심

29세 ~ 35세의
MZ 세대

미니멀라이프에 관심

11세 ~ 19세의
MZ 세대를 자녀로 둔
부모 세대

Market Expansion



틱톡 등 앱을
이용한 마케팅

Market Expansion



틱톡 등 앱을
이용한 마케팅



TIKTOK

Market Expansion



틱톡 등 앱을
이용한 마케팅



환경 커뮤니티를
이용한 마케팅

Market Expansion



이동안 마케팅

Market Expansion



틱톡 등 앱을
이용한 마케팅



환경 커뮤니티를
이용한 마케팅



메타버스를
이용한 마케팅

Market Expansion



Expectation Effect & Future Plan



지속적인 친환경 실천을 통한
친환경 생활의 습관화

2021

- 9월 ~ 12월 친환경 SNS 개설
- 친환경 인증 사진의 정확한 판별을 위한 AI 개발 및 도입
- 친환경 브랜드와 연계

2022 상반기

- 1월 ~ 7월 환경 커뮤니티를 활용한 캠페인 개최
- 3월 ~ 9월 예비창업패키지 도전

폐기물 처리를 위한
정부의 예산 삭감 가능성

2022 하반기

- 8월 ~ 9월 앱 개발 및 상용화
- 5월 ~ 9월 도전 K-startup 2022 환경리그 도전

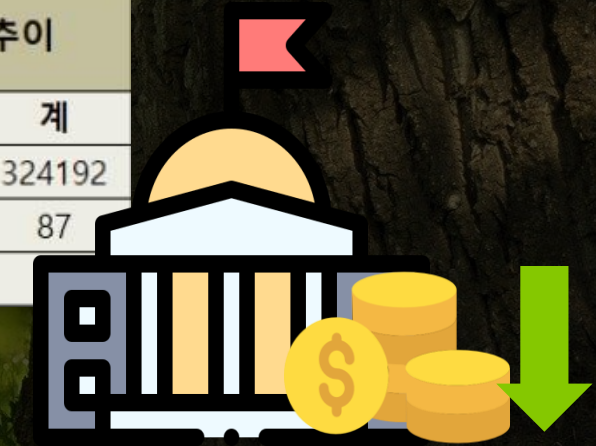
2023

- 서비스 가입자수 10만명 이상
- 폐기물 감소에 따른 처리비용 관련 정부 예산의 삭감

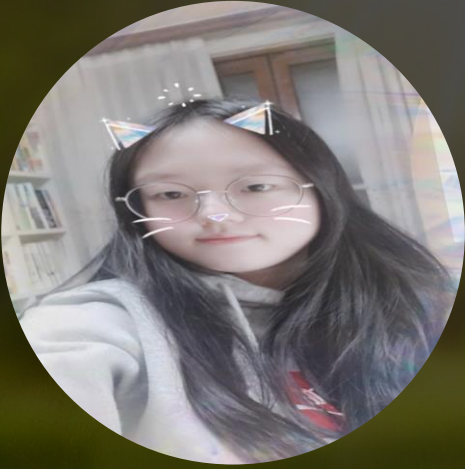
연도별 폐기물 발생량 및 처리비용 추이

구분	2016년	2017년	2018년	계
발생량	84551	128158	111483	324192
처리비용	23.8	25	38.2	87

출처 : 한국철도공사 / 단위 : 톤, 억 원



Team



강효정

Organizer

- 전남대 소프트웨어공학과 재학



김하영

Developer

- 전남대 산업공학과 재학
- Streamin-platform 웹 프론트엔드 개발
- Instagram 프로젝트 풀스택 개발
- Battleship 게임 프로젝트 엔진 개발



노호준

Developer

- 전남대 컴퓨터정보통신공학과 재학
- Lifemouse OpenCV 프로젝트 개발
- 택시 공유어플 '같이탈래' 개발
- Python Flask 백엔드 개발



이상을

Designer

- 전남대 문화인류고고학과 재학
- 유엔환경계획 34기 우수지부원 수상
- 사)우리들의 미래 Climate Scouts 6기
- 인튜비 어플리케이션 디자인
- 인튜비SNS 마케팅 1년 6개월

감사합니다.

Greenomy