

# 서식

## 참사신청서 등

### 제1회 부산 남구 청년 창업 아이디어 경진대회 참가신청서

접수번호	※ 신청자는 기재하지 않음		구분	<input type="checkbox"/> 예비창업자	<input type="checkbox"/> 초기창업자
신청자 (대표자)	성명		소속 (직위)		
	생년월일		주소		
	연락처 (휴대폰)		이메일		
	사업자 등록번호	등록된 사업자가 있는 경우 기재	사업개시일	등록된 사업자가 있는 경우 기재	
팀구성	팀명	팀으로 참가시에만 기재		팀원 수	팀으로 참가시에만 기재
아이디어	분야	<input type="checkbox"/> 문화 <input type="checkbox"/> 관광 <input type="checkbox"/> 해양항만 <input type="checkbox"/> 금융 <input type="checkbox"/> 핀테크 <input type="checkbox"/> 그 외			
	아이디어명				
유사 창업 경진대회 수상이력	대회명		대회명		
	수상 아이디어명		수상 아이디어명		
	주관기관		주관기관		
지식재산권 등 보유현황	권리구분	등록(출원)명칭	등록(출원)번호	등록(출원)인	기타

상기 본인(팀)은 제1회 부산 남구 청년 창업 아이디어 경진대회에 참가신청을 함에 있어, 제출한 아이디어가 신청자 본인의 아이디어이며 신청서 등에 기재한 내용이 사실과 다를 없음을 확인합니다.

2025년      월      일

신청자(대표자)

(서명/인)

### 부산광역시 남구청장 귀하

첨부서류	1. [서식] (팀 참가 시) 팀 구성원 명단 2. [서식] 사업계획서 3. [서식] 참가서약서 4. [서식] 개인정보 수집·이용 및 제공 동의서(대표자 및 팀원) 5. 주민등록초본(대표자 및 팀원) ※ 주민등록번호 뒷자리 미표시 6. 사업자등록 관련 증빙서류 7. 기타 증빙자료
------	--

팀 구성원 명단

팀명					
연번	성명	생년월일	소속(직위)	연락처	사업자등록현황
1					등록된 사업자가 있는 경우, 사업자등록번호 및 사업개시일 기재 / 등록된 사업자가 없는 경우, 공란
2					(예시) 111-00-12345, 2025.6.25.
3					
4					

\* 대표자는 작성하지 않음

# 사업계획서

아이디어명

신청자명  
(팀명)

## 1. 아이디어 착안배경

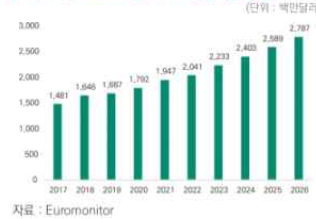
### (1) 시장 현황

- 성장하는 시장: 국내 반려동물 양육 가구는 약 591만 가구로, 전체 가구의 28.6%를 차지하며, 보유 인구는 1,546만 명 수준으로 꾸준히 증가하고 있음
- 펫푸드 시장 규모: 국내 펫푸드 시장은 6조 원 규모이며, 연 8~10%의 높은 성장률을 보임
- 프리미엄 수요 확대: 특히 프리미엄(기능성) 제품에 대한 수요가 가파르게 확대되고 있음
- 주요 성장 요인: 국민 소득 증대로 인한 '삶의 여유', 1인 가구 증가, 그리고 정서적 안정을 위한 '마음의 위안'이 반려동물 산업 성장의 핵심 요인임

반려동물 산업 성장 핵심 요인



국내 펫케어 시장 규모 현황 및 전망



수입브랜드 반려동물 사료시장 점유율



반려동물 산업 성장 요인

국내 펫 케어 시장 규모

수입브랜드 시장 점유율

### (2) 현실의 간극

- 정보 불신: 보호자는 후기, 광고, 커뮤니티에 의존하여 제품을 선택하며, 정보의 객관성 및 재현성이 부족함.
- 데이터 부재: 급여 후 반려동물의 반응(설사, 변 상태, 기호성, 알러지)이 기록·추적되지 않아 개인적인 체감에 머무름.
- 시행착오 비용: 이러한 문제로 인해 보호자들은 제품 선택에 많은 시행착오를 겪고 비용을 지불하게 됨

### (3) 현업 체감(제조-R&D 관점)

- 비효율적인 R&D: 신제품 개발 시 반복 기록 및 정량화된 데이터가 없어, 기능성 검증, 리포지셔닝, 브랜딩 과정이 비효율적임
- 정책의 한계: 성분 중심의 정책 및 표시제는 보호자가 체감하는 제품의 실제 반응과의 괴리를 해소하지 못함
- 산업의 요구: 보호자의 참여형 기록이 산업의 기준이 되면, 소비자는 안심하고 구매할 수 있고 기업은 데이터 기반의 R&D가 가능해짐

보호자 참여형 기록이 산업의 기준이 되면,  
소비자는 안심 구매, 기업은 데이터 기반 R&D가 가능

아이디어  
제안배경

2. 해결하고자 하는 문제

1) 소비자 문제

- 불안정한 정보: 보호자들은 광고나 후기만으로는 우리 아이에게 맞는 제품을 객관적인 데이터로 선택하는 데 어려움을 겪음
- 불확실한 판단: 제품 급여 후 나타나는 반응이 기록, 축적되지 않아 개인적인 체감에 머물고, 이는 부정확한 선택으로 이어짐

2) 산업 문제

- 검증의 어려움: 기업들은 실사용 데이터가 부족하여 신제품의 기능성을 객관적으로 검증하고 개선하는 데 어려움을 겪으며, 이는 비효율적인 R&D로 이어짐
- 느린 혁신: 데이터의 부재로 인해 제품의 리포지셔닝 및 기능성 인증 과정이 느리고 불투명해져 산업 성장을 저해함

3) 플랫폼 문제

- 판매 및 후기 중심: 기존 서비스들은 판매와 일회성 후기에 집중되어 있어, 중립적이고 누적된 데이터를 제공하지 못함
- 신뢰도 부족: 판매물의 후기 편향성으로 인해 데이터의 신뢰도가 낮음

주체	Pain(현재)	Why(원인)	Gain(해결 후)
보호자	후기 편향, 체감 오차, 시행착오 비용	기록·표준 부재, 단발성 후기	맞춤 리포트로 객관적 선택, 시행착오 ↓
브랜드	기능성/기호성 검증 어려움	실사용 정량 데이터 부족	실사용 리포트로 '제품개선·리포지셔닝
수의사/기관	진료·연구 데이터 분절	사용자 관찰 데이터 미축적	연속 데이터로 임상적 참고성 강화
산업/정책	표준 미흡, 신뢰 저하	소비자 경험 데이터 부재	표준 DB로 신뢰·투명성 제고

3. 아이디어 제안

- (1) 퀘스트 기반 UX: '기록'을 가벼운 미션으로 전환 → 반복 데이터 확보.
- (2) 오픈 위키형 제품 DB: 모든 브랜드를 중립적으로 누적·정제 → 표준화의 토대.
- (3) 맞춤 자동 리포트: 기록 → PDF/웹 리포트 → 즉시 의사결정(보호자/브랜드/수의사) 연결

Problem	Root Cause	Solution(핵심 설계)	기대 결과
객관적 선택 어려움	기록 유도·표준 부재	퀘스트 기반 기록(마일리지)	반복 기록률 ↑, 노이즈 ↓
데이터 신뢰 낮음	판매물/후기 편향	오픈 위키형 DB(검수·편집)	중립성·재현성 확보
활용가치 낮음	비정형·흩어진 데이터	자동 리포트(요약·시각화)	즉시 의사결정 도구화
R&D 느림/고비용	사후 수집·비정량	PoC→B2B 퀘스트 공동운영	기능성 검증 속도 ↑, 비용 ↓

보호자의 '기록'을 산업의 '기준'으로 바꾼다.

신청자  
역량

○ 신청자 현황 및 역량

대표자 프로필	
창 업 역 량	<ul style="list-style-type: none"><li>○ (주)제이에이치바이오팜 대표이사(2024~)</li><li>○ 농업회사법인 블루바이오팜 주식회사 사내이사(2021~2024)</li><li>○ 부산대학교 일반대학원 공과대학 과학기술혁신 석사 재학 중(2023~)</li><li>○ 부경대학교 경영학/식품공학 복수학위 학사 졸업(2014~2021)</li><li>○ 주식회사 셀즈업 대표이사(2020~2021)</li><li>○ 부경대학교 창업동아리 NewHang 회장(2018~2020)</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>○ 2024년 창업중심대학 예비트랙 선정 및 우수 수료</li><li>○ 2024년 부산 기술창업 인큐베이팅 지원사업 우수기업 선정</li><li>○ 2024년 부산 사회적경제 지원기금(BEF) 소셜스타트업 지원사업 선정</li><li>○ 2024년 영남대학교 BRIDGE 3.0 사업 융복합 프로그램 선정</li><li>○ 2025년 청년창업사관학교 15기 선정</li><li>○ 2025년 디딤돌 R&amp;D 첫걸음 과제 선정</li></ul>

○ (주)제이에이치바이오팜 보유 역량

- 부산광역시 사료제조업 등록 및 허가 완료
- 공공기술 양도 1건 / 통상실시권 2건 이전 완료
- (주) 영남대학교 기술지주 지분 투자유치 완료
- 2024 과학기술정보통신부 연구소기업 인증

 <p>부산광역시 주식회사 제이에이치바이오팜 사료제조업 인·허가증</p>	 <p>제 2045 호 연구소기업 등록증</p>	 <p>기술이전 확인서 기 업 제 명 : 주식회사 제이에이치바이오팜 대 표 자 명 : 안재현 사업자등록번호 : 206-81-03853 주 소 : 부산광역시 남구 신신로 438 국제신학빌딩 438-4호 (송당동) 기 술 명 : 신규 유산균 막토마실러스 플랜티엄 KCC-36 균주 동 목 번 호 : 제10-2207949호 설 시 기 간 : 2025-01-14 ~ 2028-01-13 (3년간) 본 확인서를 받은 및 위반조 할 경우에는 관련법령에 의거하여 법적제재를 받을 수 있습니다. 2025년 01월 22일 한국농업기술진흥원 원 장</p>
사료제조업 인·허가증	연구소기업 등록증	공공기술 기술이전

○ 사내 역량 및 역할

(1) 김민규 - 퍼포먼스 및 페이드 마케팅 총괄

- 데이터 기반 광고 집행 및 ROAS 최적화, 전환 퍼널 분석
- 채널별 성과관리 A/B 테스트 리타겟팅 캠페인 기획·운영
- 제품별 매출 증대 전략 수립 및 실행

(2) 한희경 - 신제품 기획 및 마케팅 연계 담당

- 시장 조사·트렌드 분석 기반 신제품 컨셉 기획

- 제품 포지셔닝·패키지 콘셉트·마케팅 메시지 설계
- 출시 플랜·유통 전략·프로모션 연계 관리

### (3) 신서현 - 브랜드 및 패키지 디자이너

- 브랜드 아이덴티티·패키지·상세페이지 디자인 총괄
- 시각 가이드라인 수립 및 크리에이티브 제작
- 제품 차별화·프리미엄 이미지를 구현하는 비주얼 개발

### (4) 허다연 - 콘텐츠 기획·디자이너

- SNS·블로그·커뮤니티 중심 오가닉 채널 운영
- 브랜드 스토리텔링·캠페인 콘텐츠 기획·제작
- 소비자 참여형 마케팅·UGC 유도 전략 설계



구분	이름	주요 역할	핵심 역량
대표	안재현	총괄·R&D·사업화	R&D·제조·사업화·네트워크
직원	김민규	퍼포먼스/페이드 마케팅	광고 집행·전환 최적화·성과 분석
직원	한희경	신제품 기획·마케팅 연계	제품 컨셉 · 포지셔닝·출시 전략
직원	신서현	브랜드·패키지 디자인	브랜드 구축·패키지·상세페이지
직원	허다연	콘텐츠 기획·디자이너	스토리텔링·채널 운영·UGC 유도

**R&D·기획·디자인·마케팅 전 과정을  
사내에서 소화하는 풀스택 반려동물 헬스케어 팀**

## 창업 아이디어

### ○ 서비스 해결방식

#### 1. 핵심 구조:

- 기록 - 보호자가 '퀘스트' 형태로 급여 제품·반응·변 상태·기호성 등을 기록
- 데이터화 - 입력 내용을 정형화·검수하여 오픈 위키형 제품 DB로 축적
- 활용 - 맞춤형 자동 리포트로 보호자·브랜드·수의사 모두가 의사결정에 활용

#### 2. 솔루션 효과

- 보호자: 광고·후기 편향 없이 '데이터로' 제품 선택
- 브랜드: 실사용 데이터 기반 기능성 검증 · 리포지셔닝·신제품 기획
- 수의사/기관: 지속적·정량적 데이터로 진료·연구 근거 확보

**데이터 선순환 구조:**  
기록 → 데이터 → 리포트 → R&D/마케팅 → 재기록 → 데이터 고도화

○ 아이디어 특징

1. 퀘스트 기반 기록 UX

- '기록'을 게임처럼 → 반복 참여·데이터 지속성 확보
- 미션 완료 시 마일리지·리워드 제공 → 초기 진입 장벽 제거

2. 오픈 위키형 제품 DB

- 보호자가 직접 등록·편집하는 제품 정보
- 브랜드 편향 없는 중립성과 집단지성 기반

3. B2B 퀘스트 공동 운영

- 브랜드·연구기관과 공동 기획하여 제품별 반응 데이터 확보
- 기능성 인증, 마케팅 자료, 신제품 개발 근거로 활용 가능

○ 아이디어의 차별점

항목	기존 플랫폼	오픈펫케어랩
추천 방식	판매량·후기 기반	보호자 기록 데이터 기반
데이터 구조	단편적·폐쇄형	지속 기록·개방형 위키
중립성	브랜드 큐레이션 편향	모든 브랜드 정보 개방
활용 범위	소비자 구매 참고	R&D·인증·제품 개선·정책
유저 참여	후기 작성(단발)	퀘스트(반복 참여)

1. 리뷰·커뮤니티와 차이:

- 기존: 주관적 후기·일회성 기록 → 데이터 표준화·누적 불가
- 당사: 정형화된 입력항목·반복 기록·검수 과정을 통해 표준 DB 구축

2. 큐레이션몰과 차이:

- 기존: 설문·브랜드 추천 중심, 판매 유도
- 당사: 판매와 무관한 중립 DB 제공, 브랜드·사용자·기관 모두 활용 가능

3. 반려동물 건강앱과 차이:

- 기존: 건강 수치·일정 관리 중심, 제품 반응 데이터 취약
- 당사: 제품 급여 반응·기호성·변 상태 등 '소비자 체감 데이터' 중심

○ 비즈니스 모델

데이터가 반려동물 산업의 표준이 되는, 브랜드 편향 없는 펫푸드·건강 플랫폼

구분	핵심 내용
주요 파트너	수의사·병원, 펫푸드사, 연구기관, 기술사, 마케팅사
주요 활동	플랫폼 개발·운영, 데이터 표준화, 리포트 생성, B2B 분석
가치 제안	객관적 데이터, 기능성 검증, 정책·연구 활용, 산업 표준
고객 관계	퀘스트·리워드, 개인화 리포트, 커뮤니티 기반 신뢰
고객 세그먼트	보호자, 펫푸드사, 의사·병원, 연구기관·정부
주요 자원	특허 유산권·R&D, DB, 알고리즘, 전문 인력
채널	앱·웹, SNS, 파트너 네트워크, 온라인 커뮤니티

	비용 구조	개발·운영, 인건비, 마케팅비, R&D
	수익원	구독, 데이터 판매, 공동연구, 제휴·광고
핵심내용	반려동물 식품·건강 데이터를 표준화해, 소비자·브랜드·기관 모두가 신뢰할 수 있는 산업 기준을 만든다.	
	<p><b>1. 문제</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고·후기에 의존하는 정보 불신</li> <li>- 표준화된 데이터 부재</li> <li>- 브랜드 편향 문제</li> </ul> <p><b>2. 해결</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 퀘스트형 기록 → 데이터 표준화</li> <li>- 오픈 위키형 DB → 산업 전방위 활용</li> <li>- 자동 리포트 → 의사결정 지원</li> </ul> <p><b>3. 가치</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자: 객관적·신뢰 가능한 선택</li> <li>- 브랜드: 실사용 데이터로 기능성 검증</li> <li>- 기관: 정책·연구 활용 빅데이터</li> </ul> <p><b>4. 비즈니스 모델</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수익원: 구독, B2B 데이터·리포트, 공동연구, 제휴·광고</li> <li>- 채널: 모바일/웹, SNS, 파트너 네트워크</li> <li>- 자원: DB, 알고리즘, 전문 인력</li> </ul> <p><b>5. 차별화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드 편향 없는 객관성</li> <li>- 반복 참여 유도 UX</li> <li>- 데이터→R&amp;D→제품화로 이어지는 One-Stop 구조</li> </ul>	
우수성 및 차별성	<p><b>1) 기술·서비스 우수성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 데이터 표준화: 사용자 기록 데이터를 정형화하여 산업 전반에서 활용 가능</li> <li>- 브랜드 편향 제거: 특정 기업 광고·후기에 의존하지 않는 공정한 구조</li> <li>- 실시간 자동 리포트: 개별 소비자·브랜드·기관 맞춤 데이터 제공</li> <li>- 확장성: 반려견 중심에서 반려묘·다종 반려동물로 확대 가능</li> </ul> <p><b>2) 시장·산업 차별성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 경쟁 플랫폼 대부분 브랜드 중심 또는 커머스 중심 → 우리 플랫폼은 데이터·표준 중심</li> <li>- 반복 기록·참여형 UX 설계로 데이터 품질과 양을 동시에 확보</li> <li>- 산업·연구·정책까지 연결되는 3차 시장 활용 구조 구축</li> </ul> <p><b>3) 비즈니스 모델 차별성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- One-Stop 구조: 데이터 수집 → 표준화 → R&amp;D → 제품화까지 연결</li> <li>- 다중 수익원: 구독, 데이터 판매, 공동연구, 제휴·광고</li> </ul>	

- B2B·B2G 동시 타겟: 소비자 중심 플랫폼이면서도 기업·기관 수요 대응 가능

4) 인적 역량 차별성

- 펫푸드 R&D, 디자인, 마케팅 전 분야 전문 인력 구성
- 정부 R&D 과제 수행 경험 보유, 데이터·제품 개발 동시 진행 가능
- 스타트업 민첩성과 산업 전문성을 동시에 확보

구분	기존 경쟁사	오픈펫케어랩
핵심 가치	제품 판매·후기 중심	데이터 표준·산업 활용
정보 제공 방식	브랜드·광고 중심	브랜드 편향 없는 객관 데이터
참여 구조	일회성 후기 작성	반복 퀘스트·리워드 기반 기록
활용 범위	소비자 정보 제한	소비자·기업·기관 전방위 활용
수익 구조	커머스 수수료 중심	구독+B2B/B2G 데이터 판매+제휴
확장성	특정 품목 중심	전 반려동물 건강·영양 전반 확장

시장  
경쟁력

1) 시장규모 및 성장성 (TAM / SAM / SOM)

(1) TAM(총 시장규모)

- 글로벌 펫푸드 시장은 2024년 약 1,266억 달러 규모로, 연평균 약 5.5% 성장 중
- 2032년에는 약 1,936억 달러 규모로 확대 예상
- 성장 요인: 반려동물 고령화, 프리미엄 제품 선호, 기능성 제품 수요 증가

(2) SAM(목표 시장규모)

- 국내 펫푸드 시장은 2024년 약 900백만 달러(한화 약 1조 2천억 원) 규모, 연평균 7.7% 성장
- 특히 유기농·내추럴 펫푸드 세그먼트는 2024년 약 8300만 달러 규모, 연평균 11.36% 성장

(3) SOM(실현 가능 시장)

- 초기 타겟: 국내 기능성 간식·유산균 시장 (약 1,000만~4,500만 달러 규모)
- 3년 내 세분 시장 내 점유율 5% 이상 달성 목표

2) 경쟁 환경 분석

- 국내외 플랫폼 다수 존재하나, 대부분 커머스·브랜드 중심
- 데이터 표준화와 객관적 검증 중심의 플랫폼은 전무
- 브랜드 편향 제거 + 산업·연구·정책 활용까지 가능한 모델은 희소성 높음

3) 진입 장벽

- 기술 장벽: 데이터 표준화 알고리즘, 자동 리포트 생성 기술
- 데이터 장벽: 초기 대규모 사용자 기록 확보로 네트워크 효과 창출
- 네트워크 장벽: 수의사·브랜드·기관과의 파트너십 선점

4) 확장 전략

- 1단계: 반려견 중심 건강·영양 데이터 표준화
- 2단계: 반려묘·다종 반려동물로 카테고리 확장

	- 3단계: 해외 데이터 교류 및 글로벌 진출			
	구분	시장 현황	연평균 성장률(CAGR)	차별화 포인트
	글로벌 펫푸드	1,266억 달러	5.5%	글로벌 확장 여지
	한국 펫푸드	900백만 달러	7.7%	프리미엄/기능성 특화
	유기농 펫푸드	83백만 달러	11.36%	고성장 틈새 시장
	경쟁 지형	커머스 중심	—	데이터 기반 플랫폼 부재
	진입 장벽	낮음	—	기술·데이터·네트워크 3중 장벽
	급성장하는 펫푸드·헬스케어 시장에서, 데이터·표준화로 차별화된 독점 포지션 확보			
	<p><b>1) 지역 커뮤니티 활성화</b></p> <p><b>(1) 남구 반려동물 놀이터와의 시너지</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 반려동물 놀이터(동명대학교 캠퍼스 내, 약 1,642m<sup>2</sup> 규모)는 이미 지역 반려인들의 커뮤니티 중심으로 자리잡고 있음</li> <li>- 플랫폼을 통해 놀이터 방문 데이터를 연계·시각화, 커뮤니티 이벤트·퀘스트와 연계해 지역 이용률 증가 유도</li> </ul> <p><b>(2) 반려문화 중심지로서의 남구 인지도 강화</b></p>			
	<p><b>2) 교육·연구 협력 강화</b></p> <p><b>(1) 동명대학교 반려동물 관련 학과 기반 인력 육성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동명대 반려동물 관련 학과(반려동물 건강, 미용, 산업 디자인 등)가 운영 중임</li> <li>- 플랫폼 데이터를 기반으로 실습·연구 협력 가능 (예: 행동 분석, 기호성 연구 등)</li> </ul> <p><b>(2) 미래 인재 양성 + 지역 대학과의 공동 프로그램 기반 마련</b></p>			

기대효과

3) 사회적 가치 확산

(1) 반려동물 의식 개선

- 플랫폼을 통한 기록·리포트 제공으로 반려인의 건강 관리 책임감 제고
- 유의미한 데이터를 통한 지속 가능한 반려문화 정착 유도

(2) 정책연계 가능성

- 남구 또는 부산시 차원의 반려동물 복지 정책 수립 시, 플랫폼 데이터 기반 근거로 활용 가능

4) 산업적 확장성

(1) 남구가 반려산업 허브로 진화

- 플랫폼 + 대학 + 놀이터 인프라 -> 반려산업 중심지 브랜드 형성

(2) 관광·체험 요소 결합 가능성

- 놀이터 기반 반려 체험 행사, 리포트 리뷰드 캠페인 등 체험 관광 연계 강화

기대효과 영역	구체 기대효과
커뮤니티	놀이터 연계 퀘스트 운영 → 방문률 ↑, 참여 밀도 향상
교육·연구	동명대 학과 협업 → 실습·연구 고도화, 인재 양성
사회적 가치	책임 있는 반려문화 확산 → 지역 복지 이미지 강화
정책적 연계	플랫폼 데이터 기반 정책 설계 및 반려인 지원 모델 확보
산업·관광	반려산업 허브 형성 → 지역 경제 활성화 및 체험 관광 연계

