

[붙임] 참가신청서

2025 PNU Hi-Brain 창업동아리 참가신청서

| | | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|---|
| 팀명 | 오픈펫케어랩 | | | 접수번호 | ※ 창업지원부 작성 | |
| 개발기술 | | | | | | |
| 사업화 아이템 | | | | | | |
| 기술 구분 (해당하는 항목 ■ 표시) | <input type="checkbox"/> 기계·재료 <input type="checkbox"/> 화공·섬유 | | <input type="checkbox"/> 전기·전자 <input type="checkbox"/> 환경·에너지 | | <input checked="" type="checkbox"/> 정보·통신 <input type="checkbox"/> 기타() | <input type="checkbox"/> 생명·식품 |
| 창업 현황 (해당하는 항목 ■ 표시) | <input type="checkbox"/> 예비창업자 <input type="checkbox"/> 개인사업자(등록일 : 21 . . .) ■법인사업자(등록일 : 2024.11.01.) | | | | | |
| 참가자 (대표자) | 성명 | 안재현 | | 생년월일 | 1995.03.11 | |
| | 학번 | 202383614 | 과정 | 석사 | 계열 | 공학 |
| | 학과 | 과학기술혁신 | | | 전공 | 창업과정 |
| | 연락처 | 010-7554-1683 | | E-mail | wogus121@naver.com | |
| 팀원 (대표자 제외) | 성명 | 생년월일 | 학번 | 과정 | 학과 | 연락처 |
| | 김민규 | 1993.03.22 | 202583433 | 석사 | 과학기술혁신 | TEL 010-3144-9658 E-mail jhbio0311@gmail.com |
| | 오다현 | 1999.10.27 | 202483494 | 석사 | 과학기술혁신 | TEL 010-5224-5548 E-mail chk9408@pusan.ac.kr |
| | | | | | | TEL E-mail |
| | 아이템 개발 단계 (해당하는 항목 ■ 표시) | <input type="checkbox"/> 기획 <input type="checkbox"/> 시제품 | | <input checked="" type="checkbox"/> 개발 <input type="checkbox"/> 상품화 | | 관련 지식재산권 출원 및 등록 현황 (해당하는 항목 ■ 표시) |
| 위와 같이 부산대학교 산학협력단에서 주관하는 『2025 PNU Hi-Brain 창업동아리』 참가신청서를 제출합니다. | | | | | | |
| 첨부 : 1. 사업계획서 1부 2. 개인정보 수집·이용 동의서(팀 전원) 1부 | | | | | | |
| 2025년 08월 08일 | | | | | | |
| 대표자 : 안재현 | | | | | | |
|  | | | | | | |
| 부산대학교 산학협력단장 귀하 | | | | | | |

2025 Hi-Brain 창업동아리 지원 사업계획서

일반현황

| | | | |
|--------------------|---|-------|-----|
| 창업아이템명 | | | |
| 팀명 | | 팀장 성명 | 안재현 |
| 산출물 (협약기간 내 목표) | 위키기반의 웹, 앱 개발 1건 | | |
| 참가 자격 (공고일 기준) | <input type="checkbox"/> 예비창업팀(1인 이상 4인 이내 구성) <input checked="" type="checkbox"/> 3년 미만 창업자 | | |

팀구성 현황 (팀장 포함)

| 순번 | 직급 | 담당 업무 | 보유역량 (경력 및 학력 등) | 대학교명 (기업명) | 학과 (소속팀) |
|----|----|----------|-----------------------------------|------------|----------|
| 1 | 팀장 | 총괄 | 식품개발 및 연구 팀장 3년 제이에이치바이오팜 대표이사 | 부산대학교 | 과학기술혁신 |
| 2 | 팀원 | UI,UX 설계 | 컴퓨터공학전공 다수 웹 및 어플 개발경험 | 부산대학교 | 과학기술혁신 |
| 3 | 팀원 | 홍보 및 마케팅 | 지재권 권리 경력 홍보 및 마케팅 등 경험 | 부산대학교 | 과학기술혁신 |

아이템 개요(요약)

| | |
|------------------|--|
| 아이템 개요 | |
| 배경 및 필요성 | |
| 현황 및 구체화 방안 | |
| 목표시장 및 사업화 전략 | |
| 이미지 | |

1. 문제인식 (Problem)

1-1. 창업아이템 배경 및 필요성

① 반려동물 시장의 급성장

- 국내 반려동물 양육 가구는 2024년 기준 약 591만 가구, 1,546만 명으로 전체 가구의 28.6%를 차지하고 있음. 펫푸드 시장은 약 6조 원 규모로 연평균 10% 이상 성장세를 유지하며, 정부 또한 반려동물 산업 육성과 데이터 기반 헬스케어 정책을 추진하고 있음

② 소비자 불편과 정보 공백

- 보호자들은 펫푸드를 선택할 때 후기, 커뮤니티, 광고와 같은 주관적 경험에 의존하고 있음. “사료를 바꿨더니 변이 안 좋아졌다”, “광고 말고 실제 데이터를 보고 싶다” 와 같은 불만이 많지만, 사료 교체 후 발생하는 반려동물의 변 상태 · 기호성 · 알러지 반응 등은 기록 · 공유 · 축적 체계가 없어 객관적 기준 확보가 어려움

③ 산업 전반의 신뢰도 한계

- 현재 시장에는 후기 기반 쇼핑몰, 브랜드 큐레이션 플랫폼, 커뮤니티가 존재하지만 모두 단편적 정보에 머물러 있음. 소비자가 원하는 것은 실제 반응 데이터 기반의 객관적 선택 기준이나, 이를 제공하는 신뢰성 있는 플랫폼은 부재함
- 이로 인해 보호자는 불안과 부담을 겪고 있으며, 펫푸드 산업 전반의 신뢰도 또한 낮아지는 문제가 지속되고 있음

④ “크로니펫” 의 소비자 중심 접근

- 크로니펫(ChroniPet)은 보호자가 직접 기록한 데이터를 구조화하여 리포트 형태로 제공하는 데이터 기반 펫푸드 플랫폼임. 반복 기록을 통해 데이터의 신뢰성을 높이고, 다수 보호자의 기록을 교차 검증하는 구조를 설계하여 기존 플랫폼 대비 객관성과 투명성을 확보함

⑤ 화해 벤치마킹을 통한 표준화 가능성

- 화장품 성분 비교 플랫폼 화해가 성분 데이터와 수십만 건의 리뷰를 통해 ‘화장품 성분 사전’이라는 표준을 만든 것처럼, 크로니펫은 보호자의 기록을 산업적 데이터로 전환해 펫푸드 선택의 기준을 제시할 잠재력을 보유함
- 동시에 화해가 겪었던 광고 개입과 등급 맹신의 한계를 극복하기 위해, 데이터 분석 근거를 투명하게 공개하고 모든 지표를 절대적 기준이 아닌 참고 지표로 제공하여 상업적 개입을 최소화할 계획임

데이터를 통해 보호자의 불안을 안심으로 바꾸는 플랫폼

1-2. 창업아이템 목표시장(고객) 현황 분석

□ 목표시장 규모와 성장성

- 국내 반려동물 팻푸드 시장은 2024년 기준 약 6조 원 규모이며, 2027년까지 연평균 10% 이상 성장 할 것으로 전망됨. 반려동물 양육 가구 수는 591만 가구, 보유 인구 약 1,546만 명으로 전체 가구의 28.6%에 해당하며 지속적 증가세를 보이고 있음

반려동물 산업 육성 정책을 추진하고 있어 시장 확대와 제도적 지원이 병행되고 있음

□ TAM-SAM-SOM 추정

- TAM (총시장): 6조 원 규모의 국내 반려동물 팻푸드 시장
- SAM (서비스 가능 시장): 온라인 기반 정보·데이터 활용 소비자층 약 2조 원 (팻푸드 구매자의 30~35%를 온라인 채널 중심으로 추정)
- SOM (실제 공략 시장): 초기 타깃인 20~40대 여성 보호자 중심 약 200억 원 규모 (온라인 정보 의존도가 높은 소비자층 10% 내외)

□ 핵심 타깃 고객 페르소나

- 인스타그램, 블로그, 커뮤니티로 제품 정보를 탐색하지만 객관적 기준이 없어 불안감을 느낌
- 팻푸드/간식 구매 경험이 많고 기능성·원료 안전성에 높은 관심을 보유
- 자발적 기록과 공유에 익숙한 디지털 커뮤니티 사용자

□ 고객의 문제와 니즈

“어떤 제품이 우리 아이에게 잘 맞는지 모르겠다”

“사료 바꿨더니 변이 안 좋아졌는데, 어떤 제품 때문인지 알 수 없다”

“광고 말고 실제 데이터나 기록을 보고 제품을 고르고 싶다”

□ 기존 솔루션의 한계

| 구분 | 서비스 | 내용 | 한계 |
|--------------|------------|---------------|------------------|
| 후기 기반 쇼핑몰 | 쿠팡, 팻프렌즈 | 리뷰 수 기준 제품 선택 | 기호성, 반응·정량화 불가 |
| 브랜드 큐레이션 플랫폼 | 펫박스 | 제품 추천 기능 존재 | 중립성 부족, 판매 유도 중심 |
| 커뮤니티/SNS | 네이버카페, 강사모 | 빠른 정보 공유 가능 | 정보 신뢰성 낮고, 축적 X |

□ 크로니펫의 대응 전략

| | |
|-------|--|
| 대응 전략 | <ul style="list-style-type: none">- 웨스트 기반 기록 시스템으로 보호자의 자발적 참여를 유도해 신뢰도 높은 데이터를 확보- 집단지성 기반 위키형 데이터베이스를 구축하여 누구나 열람 가능한 중립적 팻푸드 비교 기준 제공- 기록 데이터는 개인 맞춤형 리포트로 활용 가능하며, 장기적으로 브랜드 인증·제품 리포지셔닝·기능성 검증 등 산업적 활용으로 확장 |
| | |

2. 실현가능성 (Solution)

2-1. 창업아이템의 개발방안

□ 개발목표

| 최종목표 : '보호자의 기록'을 통해 '펫푸드 기준'을 만드는 플랫폼 | |
|--|--|
| 세부 목표 | 반려동물 보호자의 자발적인 기록을 유도하고, 이를 통해 펫푸드 반응 데이터를 수집·구조화하는 데이터 기반 커뮤니티 플랫폼 개발 |
| | 기록된 데이터를 바탕으로 개별 리포트 생성, 플랫폼 내 위키형 펫푸드 DB 구축 → 산업 기준으로 활용 가능 |

□ 핵심 기능 및 구현 계획

| 기능 영역 | 구현 방안 |
|----------|---|
| 퀘스트 시스템 | - 보호자의 참여를 유도하는 기록 미션 기능 - 주차별 퀘스트 배포, 급여제품/변 상태/기호성 기록 |
| 위키형 제품DB | - 보호자가 직접 제품을 등록하고 성분·효과 등을 구조화 입력 - 검수 + 사용자 편집 가능한 구조 설계 |
| 리포트 생성 | - 보호자의 기록을 기반으로 PDF 또는 인터랙티브 리포트 자동 생성 - 급여기간, 배변 추이, 제품 반응 요약 |
| 사용자 피드 | - 나의 기록 히스토리, 퀘스트 참여 내역, 반려동물별 변화 추적 기능 |
| 관리자 기능 | - 퀘스트 등록/편집, 위키 콘텐츠 검수, 마일리지 지급 및 통계 관리 백오피스 구축 |

□ 기획·개발 이력 및 현황

- 2024년 11월: 펫푸드 제품 개발 중 소비자 반응 데이터 수집의 한계 인식
- 2025년 5월: 사내 회의 통해 보호자 참여형 플랫폼 기획안 수립
- 2025년 8월: Hi-Brain으로 MVP 개발 및 사용자 PoC 수행 계획 수립하고자 함
- 현재: 프로토타입 UX 구조 설계 및 퀘스트 기획안 1차 버전 확보 중

□ 개발 일정 및 단계별 로드맵

| 단계 | 일정 | 주요 내용 |
|----|----|-------|
| | | |

| | | |
|-----|---------|--|
| 1단계 | 2025.09 | MVP 설계 및 프로토타입 완성 (퀘스트 + 위키 기능 중심) |
| 2단계 | 2025.10 | 사용자 1차 PoC(100명 참여) 수행 및 데이터 수집 |
| 3단계 | 2025.11 | 리포트 자동화 기능 추가 + 관리자 검수 시스템 구축 |
| 4단계 | 2025.12 | 데이터 시각화 리포트 → 자사 제품 개선에 활용+ B2B 퀘스트 기획 착수 |
| 5단계 | 2026.01 | 정식 출시 준비 / 커뮤니티 기능 확장 / 수익화 기능 도입 |

□ 외부 개발 및 협력 계획

- 초기 개발은 스타트업 연계 개발자 또는 외주 전문 개발사 활용 예정
- UI/UX 설계는 사내 주도 후 전문가 자문 예정 (멘토링 활용)
- 데이터 기반 분석 모델은 초기엔 수작업+정형화된 로직으로 설계, 추후 AI 적용 고려

2-2. 창업아이템 차별화 전략

□ 차별화의 필요성

- 국내 패푸드 시장은 6조 원 규모로 빠르게 성장하고 있으나, 보호자는 여전히 광고, SNS 후기, 감에 의존해 제품을 선택하고 있음
- 리뷰나 추천 서비스는 많지만, 소비자 스스로 데이터를 기록하고 기준을 만드는 구조는 전무

□ 핵심 차별화 전략

① 행동을 데이터로 바꾸는 ‘퀘스트 기반 UX’

- 보호자의 관찰과 기록을 유도하는 참여형 퀘스트 기능 탑재
- 단순 리뷰가 아닌, 급여 반응·변 상태·기호성 등을 직접 기록
- 반복 참여를 통해 신뢰 가능한 정량 데이터 축적 가능
- 기존 플랫폼에는 없는 데이터 수집 중심 UX 설계

② 누구나 참여할 수 있는 ‘오픈 위키형 제품 정보 구조’

- 보호자가 직접 패푸드/간식 정보를 등록하고 함께 정제하는 위키 기반 제품 DB 구축
- 브랜드 중심 큐레이션몰과 달리, 중립적이고 집단지성 기반 정보 생태계 조성
- 리뷰가 아닌 정보의 공개적 축적이라는 점에서 구조적으로 차별화

③ 기록을 요약해주는 ‘개인 맞춤형 리포트 자동화’

- 보호자가 입력한 데이터를 바탕으로 PDF 리포트 또는 시각화 리포트 자동 생성

- 내 반려견의 급여 이력, 반응 추이, 변 상태 변화를 정리해 제품 선택을 위한 객관적 자료로 제공
- 향후 브랜드·수의사·연구기관 대상 기능성 검증, 보고서, 인증모델로 확장 가능

□ 기존 서비스와의 비교

| 구분 | 기존 큐레이션몰 / 리뷰몰 | 오픈 팻케어 랩 |
|---------|-----------------|-------------------|
| 추천 방식 | 설문/판매량/후기 기반 추천 | 보호자 기록 기반 데이터 추천 |
| 정보 구조 | 운영자 중심 큐레이션 | 사용자 집단지성 기반 위키 |
| 사용자 데이터 | 단편적, 일회성 | 반복기록 → 구조화 → 리포트화 |

3. 성장전략 (Scale-up)

3-1. 창업아이템의 비즈니스 모델

□ 플랫폼 기본 구조

- 소비자의 행동(기록)을 유도하는 퀘스트 기반 UX
- 사용자 자발적으로 정보가 축적되는 위키형 팻푸드 데이터베이스
- 기록 데이터를 요약하여 제공하는 개인 맞춤형 리포트 자동화 기능
- 보호자, 브랜드, 수의사, 연구기관 등 다양한 이해관계자 대상의 활용 가능성 보유

□ 핵심 수익 모델 (초기 중심 구조)

| 구분 | 방식 | 대상 | 수익 구조 |
|-----------------|-----------------------------|---------------------|-------------------------|
| B2C 프리미엄 리포트 | 급여 기록 기반 PDF/웹 리포트 제공 | 일반 보호자 | 1건당 3,000~5,000원 |
| B2B 퀘스트 공동운영 | 제품 반응 수집 목적의 퀘스트 기획 운영 | 팻푸드 브랜드, 스타트업 | 퀘스트 1건당 100만 원 내외 수익 |
| 데이터 리포트 판매 | 기호성/기능성 관련 집계 보고서 | 중소 브랜드, 수의사, 연구소 | 1건당 30~100만 원 |
| 위키 인증 등록제 | 자사 제품의 공식 정보 등록 및 인증 서비스 | 팻푸드 제조사 | 제품당 연 10만 원 수준 |

□ 핵심 수익 모델 (초기 중심 구조)

| 모델 | 내용 |
|------------------|--------------------------------|
| 데이터 기반 맞춤 추천 API | 보호자 입력 데이터를 바탕으로 사료 추천 API 상용화 |
| 병원/수의사용 리포트 연동 | 보호자의 급여기록을 병원 진료 전 활용 → 병원과 협력 |

| | |
|----------------|---------------------------------------|
| 산업/정책 보고서 | 대기업, 정책기관 대상 트렌드 리포트 발간 |
| 구독형 서비스 모델 전환 | 월 정액제로 프리미엄 리포트 + 히스토리 백업 제공 |
| AI 기반 건강 패턴 분석 | 반복 데이터로 제품 반응 예측 및 건강 리스크 사전 알림 기능 도입 |

□ 타깃별 수익 구조 요약

| 타깃 | 제공 가치 | 수익 구조 |
|--------|-----------------------------|----------------|
| 보호자 | 내 반려견 데이터 기반 제품 선택 + 건강 추적 | 리포트 판매, 구독 |
| 펫 브랜드 | 실사용자 데이터 기반 제품 검증 + 신제품 테스트 | 퀘스트 운영, 인증 등록 |
| 수의사/기관 | 집계 데이터 기반 연구 및 진료 활용 | 리포트 판매, API 연동 |

□ 비즈니스 모델 차별점

| 비교 항목 | 기존 펫 플랫폼 | 오픈 펫케어 랩 |
|--------|--------------|----------------------------|
| 중심 가치 | 제품 판매 중심 | 소비자 기록 기반 데이터 수집 |
| 수익 방식 | 광고/제휴/판매 수수료 | 리포트, 데이터, 인증 기반 실수익 |
| 데이터 활용 | 마케팅 한정 | 제품 개선, 기능성 검증, 인증 등 확장성 확보 |

3-2. 창업아이템 시장 진입 등 사업화 전략

□ 목표시장 내 세부 고객, 경쟁사 및 대체 서비스 분석

| 분류 | 경쟁/대체 서비스 | 한계점 |
|---------|---------------|---------------------------|
| 큐레이션몰 | 펫츠맘 등 | 설문 기반 추천, 보호자 기록·반응 축적 없음 |
| 리뷰 커뮤니티 | 펫프렌즈, 네이버카페 등 | 후기 기반 단편 정보, 정량성/객관성 부족 |
| 정기배송몰 | 퍼핑 등 | 추천은 제공하나 반려동물 반응 데이터 부재 |

- 목표 고객층은 20~40대의 반려동물 보호자 중, 사료/간식/건강 제품에 관심이 높고, 제품 선택 시 기능성·성분·기호성 등 객관적 기준을 요구하는 소비자층
- 오픈 펫케어 랩은 소비자 자발적 행동 기반 데이터 수집 구조와 공개 위키형 정보 구조를 통해 데이터 기반 기준 플랫폼으로 시장에 진입하고자 함

□ 시장 진입 전략: “퀘스트 기반 모객 → 리포트 경험 → 신뢰도 축적”

- 초기 유입은 행동 유도형 퀘스트 캠페인(위키빌더 100인 챌린지) 중심으로 제품 정보 등록 + 간단한 기록만으로 마일리지 제공 → 진입장벽 제거
- 리포트를 무료 또는 일부 무료 체험형으로 제공 → 사용자 경험 중심의 리텐션 구조 설계
- 자발적 보호자 커뮤니티 유입을 통해, 광고 없이도 신뢰 중심 사용자 기반 형성

□ 홍보 및 마케팅 전략

| 채널 | 전략 |
|-----------|---|
| SNS/커뮤니티 | 반려동물 보호자 중심 오픈톡방, 네이버카페, 인스타그램 협업 콘텐츠 |
| 크리에이터 연계 | 반려동물 인스타툰, 팻 유튜버와 협업 케스트 캠페인 진행 |
| 키워드 마케팅 | “강아지 사료 기호성 테스트”, “사료 바꿨더니 변 이상해졌을 때” 등 리얼 검색 기반 콘텐츠 유도 |
| 대학/지자체 연계 | 반려동물 케어 프로그램, 반려가족 소모임과 협업한 지역 기반 실험 운영 |

□ 시장진입 및 확장을 위한 전략

① 초기 진입 전략 (2025.9~12)

(1) “위키빌더 100인 챌린지” 케스트 운영

- 제품 1건 등록 시 마일리지 지급, 선착순 리워드 제공
- 기록 부담이 없는 진입장벽 낮은 구조 설계

(2) SNS 확산 전략 병행

- 반려동물 커뮤니티, 인스타그램, 카카오 오픈채팅방 중심 확산
- 팟튜버 · 팻 인플루언서와 협업한 챌린지 케스트 운영

② 서비스 유통 및 제공 방식

- 웹 기반 MVP 플랫폼(PC/모바일 웹)**을 통해 회원가입 → 반려동물 프로필 등록 → 케스트 참여
- 리포트 생성 구조 제공
 - 리포트는 웹 기반 시작화 + PDF 다운로드 형태로 제공되며, 향후 프리미엄 기능은 구독형 또는 개별 결제형으로 확장 예정

③ 인력 및 네트워크 확보 전략

- 플랫폼 개발은 외주 개발사와 협업, 내부에서 기획 주도
- 홍보 · 커뮤니티 운영은 초기 대표 · 팀원 공동 수행 → MVP 후 전담 인력 1명 채용 예정
- 향후 수의사/연구자/스타트업/지자체와 협업 가능한 네트워크 구축 중

□ 협약기간 내 달성 목표 (2025.09 ~ 12)

| 항목 | 목표 | 근거 |
|------------|----------|------------------------------|
| 회원 가입자 수 | 300명 | 퀘스트 기반 100인 캠페인 중심 모집 |
| 퀘스트 참여자 수 | 100명 | 선착순 마일리지 + SNS 확산 유도 |
| 제품 DB 등록 수 | 300건 이상 | 1인당 평균 3건 기준 |
| 리포트 생성 수 | 200건 이상 | 1인당 2건 리포트 발행 가정 |
| 매출 | 약 100만 원 | 리포트 200건 × 평균 5,000원 (보수 추정) |
| 고용 | 1명 이상 | 마케팅/커뮤니티 운영 담당 1인 채용 |

□ 장기적 사업 확장 및 지속 전략

- 리텐션 기반 구독 전환: 보호자 기록이 누적될수록 리포트 품질이 상승 → 월 3,000~5,000원 구독 전환 구조 설계
- B2B 협업 다각화: 팻푸드 브랜드 대상 케스트 공동 운영 및 제품 반응 보고서 유료 제공
- 산업/학술 데이터 확장: 수의사, 병원, 연구소와 연계하여 제품 인증, 가능성 분석에 활용 가능한 기준 데이터 플랫폼화 추진
- 투자 및 정부과제 연계: 가능성 기반 팻푸드/헬스케어 연계 과제 및 TIPS 진입 목표

퀘스트 기반 초기 유입 → 리포트 제공 → 데이터 축적 → B2B 및 학술 확장

3-3. 사업 전체 로드맵

3-3-1. 사업 전체 로드맵

< 사업 추진 일정(전체 사업단계) >

| 순번 | 추진 내용 | 추진 기간 | 세부 내용 |
|----|----------------------------|------------|--|
| 1 | 서비스 설계 및 UX/UI 기획 | 2025.09 | <ul style="list-style-type: none"> - 퀘스트 기능, 위키형 제품DB, 리포트 자동화 핵심 기능 설계 - UX 시나리오 작성 및 화면 설계 |
| 2 | MVP 개발 (웹 버전) | 2025.09~10 | <ul style="list-style-type: none"> - 핵심 기능 구현 (회원가입 · 프로필 · 퀘스트 참여 · 위키 등록 · 리포트 생성) - 관리자 페이지(검수 · 마일리지 · 통계) 개발 |
| 3 | PoC 테스트 (위키빌더 100인 캠페인) | 2025.10~11 | <ul style="list-style-type: none"> - 선착순 마일리지 지급 이벤트로 초기 DB 300건 구축 - 리포트 생성 체험형 이벤트 진행 - 사용자 행동 데이터 및 피드백 수집 |
| 4 | 기능 개선 및 B2B 시범 적용 | 2025.11~12 | <ul style="list-style-type: none"> - PoC 결과 기반 기능 개선 - 팻푸드 브랜드 1~2곳 대상 케스트 공동 운영 - 리포트 포맷 표준화 |
| 5 | 정식 출시 준비 | 2026.01 이후 | <ul style="list-style-type: none"> - 모바일 앱 버전 개발 검토 - 구독형 서비스 및 B2B 데이터 서비스 상용화 - 병원 · 연구기관 협업 착수 |

□ 장기 확장 로드맵 (2025~2027)

| 연도 | 전략 목표 | 주요 활동 |
|------|-------------------|--|
| 2025 | 시장 진입 및 브랜드 신뢰 구축 | <ul style="list-style-type: none"> - 사용자 1,000명, B2B 협업 브랜드 5곳 확보 - 기능성 검증 리포트 서비스 론칭 |
| 2026 | 데이터 플랫폼 확장 | <ul style="list-style-type: none"> - 국내 주요 팻푸드 제조사 · 병원과 데이터 연계 - 산업 표준 DB 구축 및 인증 제도 도입 |
| 2027 | 글로벌 확장 준비 | <ul style="list-style-type: none"> - 해외 반려동물 시장 진출 준비 - 다국어 지원, 해외 브랜드 협력 |

3-3-2. 자금 조달계획

① 자금 조달 필요성

- 본 사업은 시장 진입과 확장, 데이터 기반 펫푸드 플랫폼의 초기 생태계 구축을 위해 단기간 집중 투자가 필요함. 특히 MVP 개발 · PoC(Proof of Concept) 검증 · B2B 시범 운영까지 완료해야 이후 확장(Series A 투자, 정부 과제 확대 진입)이 가능 따라서 안정적인 초기 자본과 Hi-Brain 지원금을 결합하여, 서비스 상용화 직전 단계까지 실행 가능하도록 자금 계획을 수립

② 자금 조달 계획

| 구분 | 금액(만원) | 비율(%) | 세부 내용 |
|--------------|--------|-------|--------------------------|
| 대표자 자본 | 1,000 | 25% | 대표 개인 투자금, MVP 개발 초기투입 |
| 회사 자본 | 1,000 | 25% | 기존 사업 유보금, 운영비 일부 충당 |
| Hi-Brain 지원금 | 1,500 | 37.5% | MVP 개발 · 마케팅 · PoC 실행비 |
| 기타 | 500 | 12.5% | 외부 네트워크 협력금, 소규모 파트너십 지원 |
| 합계 | 4,000 | 100% | |

③ 사업비 소요 계획

| 비목 | 산출근거 | 지원금(원) |
|-------|---|------------|
| 자재비 | 퀘스트 참여자 경품(마일리지 쿠폰 · 반려동물 용품) : 50,000원 × 20개 | 1,000,000 |
| 외주용역비 | MVP 웹 · 백엔드 개발(기능 5종) : 1,600,000원 × 2개월 | 3,200,000 |
| 외주용역비 | UI/UX 디자인 : 1,000,000원 × 2회 | 2,000,000 |
| 외주용역비 | 마케팅 콘텐츠(영상 · 이미지) 제작 : 400,000원 × 5회 | 2,000,000 |
| 일반운영비 | 광고비(네이버 · 인스타 · 커뮤니티) : 300,000원 × 5회 | 1,500,000 |
| 일반운영비 | 서버 · 호스팅 · 클라우드 사용료 : 150,000원 × 6개월 | 900,000 |
| 전담멘토비 | 전담 멘토링 지원 : 2,000,000원 × 1회 | 2,000,000 |
| 합계 | | 15,000,000 |

④ 추가 자본 조달 계획 (Seed ~ Series A)

| 시기 | 조달 형태 | 목표 금액(만원) | 활용 계획 |
|-----------|------------------|-----------|------------------------------------|
| 2025년 상반기 | Seed 투자 유치 | 1,000 | - 모바일 앱 개발, 구독형 서비스 전환, 마케팅 확대 |
| 2025년 하반기 | TIPS 및 정부 R&D 과제 | 5,000 | - 데이터 분석 고도화, AI 기반 추천 엔진 구축 |
| 2026년 상반기 | Series A 투자 | 30,000 | - 국내 1만 명 사용자 확보, B2B 글로벌 진출 기반 마련 |

⑤ 장기적 성과 창출 전략과 자금 흐름

- 2024.09~12: Hi-Brain 지원금 + 자사 자본 → MVP 개발 · PoC 완료, 초기 사용자 300명 확보
- 2025~2026: Seed 투자 + 정부과제 → 기능 확장, 산업 표준 데이터 플랫폼 구축
- 2027 이후: Series A → 해외 진출, 글로벌 데이터 연계 플랫폼으로 스케일업

4. 팀구성 (Team)

4-1 팀장 및 팀원의 보유역량

◦ 대표자 현황 및 역량

| 대표자 프로필 | |
|--|--|
| ◦ (주)제이에이치바이오팜 대표이사(2024~) | |
| ◦ 농업회사법인 블루바이오팜 주식회사 사내이사(2021~2024) | |
| ◦ 부산대학교 일반대학원 공과대학 과학기술혁신 석사 재학 중(2023~) | |
| ◦ 부경대학교 경영학/식품공학 복수학위 학사 졸업(2014~2021) | |
| ◦ 주식회사 셀즈업 대표이사(2020~2021) | |
| ◦ 부경대학교 창업동아리 NewHang 회장(2018~2020) | |
| 창업 역량 | ◦ 2024년 창업중심대학 예비트랙 선정 및 우수 수료 ◦ 2024년 부산 기술창업 인큐베이팅 지원사업 우수기업 선정 ◦ 2024년 부산 사회적경제 지원기금(BEF) 소셜스타트업 지원사업 선정 ◦ 2024년 영남대학교 BRIDGE 3.0 사업 융복합 프로그램 선정 ◦ 2025년 청년창업사관학교 15기 선정 ◦ 2025년 디딤돌 R&D 첫결과 과제 선정 |

◦ 팀원역량

| 순번 | 직위 | 담당 업무 | 보유역량(경력 및 학력 등) | 구성 상태 |
|----|----|-----------|--------------------------------|-------|
| 1 | 팀원 | S/W 개발 총괄 | 컴퓨터 공학 전공 / 과학기술석사 재학중 | 완료 |
| 2 | 팀원 | 홍보 및 마케팅 | 지식재산권 권리업무 종사(2년) / 과학기술석사 재학중 | 완료 |

◦ (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

4-2. 외부 네트워크 현황 및 세부 활용 계획

| 순번 | 파트너명 | 보유역량 | 협업방안 |
|----|----------------|-----------------------------|----------------------|
| 1 | 멀티평선 | 시제품 개발 및 개선 | 시제품 개발 및 개선 |
| 2 | 부경대학교 산학협력단 | 부경대학교 보육센터 및 기술사업화 고도화경험 | 초기 사업 자문 및 연구기획 등 |
| 3 | 영남대학교 산학협력단 | 보육센터 및 기자재 | 연구기획 및 용역지원 |
| 4 | (주)마이월 | R&D 기획 및 엑셀러레이팅 | R&D 기획 및 엑셀러레이팅 |
| 5 | 아이커뮤니케이션 | 퍼포먼스 마케팅 집행업체 | 퍼포먼스 마케팅 집행업체 |
| 6 | 지피에이마케팅 | 퍼포먼스 마케팅 집행업체 | 퍼포먼스 마케팅 집행업체 |

개인정보 수집·이용 동의서

가. 개인정보의 수집·이용에 관한 사항

- 개인정보의 수집·이용 목적
 - 본 프로그램 운영을 위한 공지/조사/선정/지원/운영
- 수집·이용할 개인정보의 항목
 - 개인식별정보(연락처, 주소, 생년월일, 성별, 이메일, 소속, 학번), 사진촬영 및 이용(결과 보고, 사업홍보용 등), 초상권 등 참가신청 및 프로그램 운영 중 취득한 정보
- 개인정보의 보유·이용기간
 - 운영종료 후 5년
- 동의를 거부할 권리 및 동의를 거부할 경우의 불이익
 - 위 개인정보의 수집·이용에 거부할 권리가 있음을 알려드립니다.
단, 수집항목은 사업 진행을 위한 최소한의 필수정보로서 개인정보 수집·이용에 동의하지 않으실 경우 참가 및 제반활동이 불가능합니다.

나. 개인정보 제3자 제공에 관한 사항

- 제공받는 자
 - 부산대학교, 부산대학교 산학협력단, 창업지원단, '2025년 PNU Hi-Brain 창업동아리' 운영사, 한국연구재단, 교육부, 부산광역시
- 제공받는자의 목적
 - '2025년 PNU Hi-Brain 창업동아리' 진행 및 운영, 참가자 관리, 평가, 교내외행사 운영 시 자료제공
- 제공하는 개인정보 항목
 - 개인식별정보(연락처, 주소, 생년월일, 성별, 이메일, 소속, 학번), 촬영본
- 개인정보를 제공받는자의 개인정보 이용기간 및 보유기간
 - 운영종료 후 5년
- 동의를 거부할 권리 및 동의를 거부할 경우의 불이익
 - 위 제3자에 대한 개인정보의 제공에 관한 동의를 거부할 수 있으나 본 프로그램 및 창업경진대회 참가를 위해 필수적이므로, 위 사항에 동의하셔야만 참가 및 활동이 가능합니다.

본인은 본 동의서의 개인정보 수집·이용·제공에 관한 내용 전반을 이해했으며, 위의 목적으로 본인의 개인정보를 수집·이용 및 제 3자에게 제공하는 것에 동의합니다.

2025년 08월 08일

| 구분 | 성명 | 생년월일 | 서명 |
|----|-----|------------|----|
| 팀장 | 안재현 | 1995.03.11 | |
| 팀원 | 김민규 | 1993.03.22 | |
| 팀원 | 오다현 | 1999.10.27 | |

부산대학교 산학협력단장 귀하