

PLANZ COFFEE

IR Presentation

Gangnam-gu Yeoksam-ro
168 TIPSTOWN S6 305

강남구 역삼로 168
TIPSTOWN S6 305



Index IR Presentation

1. Problem/Solution - 3p

Problem - 3p

Solution - 5p

2. Product - 6p

Service Concept - 6p

Quality - 7p

System - 8p

Contents - 9p

Space - 15p

3. Revenue Model - 19p

4. Market - 21p

Why now - 21p

Market Size- 22p

5. Sales - 23p

Sales plan - 23p

Service Cases -24p

competitor - 26p

6. Milestone- 27p

Milestone - 27p

5Y plan- 29p

7. Team- 31p

Problem

커피가 필요하지만 카페가 만들어질 수 없는 라운지 공간



많은 기업들이 직원들을 위해 사내 휴게공간을 마련하고 있으며, 최근 MZ세대의 사회진출로 인해 이러한 트렌드는 더욱 강화되고 있습니다.

Problem 커피가 필요하지만 카페가 만들어질 수 없는 라운지 공간

기업은 휴게공간에서 커피와 음료를 제공하고 싶은 니즈가 있습니다.

음료를 통해 공간을 활성화하고 직원들의 만족도를 더욱 높일 수 있기 때문입니다.

휴게공간 내 커피 니즈

회의용 음료

모닝 커피

동료와의 대화

점심식사 이후 차 한잔

머리를 식힐 커피한잔

행사용 커피

손님 접대용

니즈에 대한 대응

사내카페

커피머신

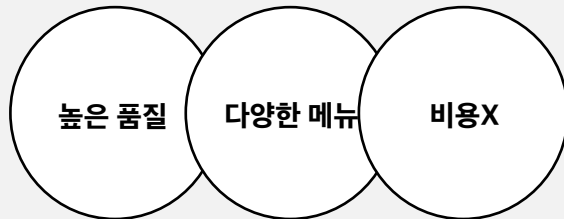
비용 문제로 커피머신을 주로 사용
하지만 메뉴 다양성, 그리고 품질
면에서 카페 커피에 비해 부족하다

Solution

품질 좋은 커피와 다양한 음료를 제공하는 무인 사내 카페테리아

라운지 공간을 활용한 무인 사내카페테리아

높은 품질의 커피와 다양한 음료를 제공해주는 커피스테이션을
통해 사내 휴게공간에서 최상의 카페 서비스를 제공합니다.



Product

다양한 커피와 음료를 제공하는 커피스테이션

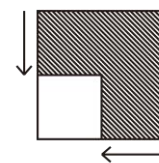


PLANZ COFFEE STATION

케그에 담긴 **신선한 로스터리 커피**와 다양한 라떼, 음료 메뉴를 제공하는 테이크아웃 커피 머신.

메뉴와 이벤트, 레시피공유 등 **다양한 콘텐츠**를 꾸준히 개발하여 소비자들에게 신선한 경험을 제공.

1평 이내의 공간을 차지하며 24시간 가동하여 시간과 공간의 제약 없이 최상의 카페 서비스를 제공



1평의 공간



24시 연중무휴



신선한 맛 유지

Product

최고 품질의 커피를 전달하는 로스터리 플랫폼

플랜즈는 유명 로스터리와 함께하여 최상의 커피들을 제공합니다
대중적인 에스프레소원두 부터 SCAA 의 COE원두까지
다양하고 디테일해지는 취향 충족과 높은 수준의 품질을 위해
엄격한 원두 선정과 품질관리를 진행하고 있습니다

 나무사이로
NAMUSAIRO COFFEE

UNDER
PRESSURE

++++
WERK

BEAN BROTHERS

dukescoffee

합정과 멜버른의 독스커피 - 2019년부터 파트너십을 맺고 있습니다.

Product

신선한 보관 및 빠른 추출이 가능한 케그 시스템

맥주회사에서 생맥주를 유통하는 용기



스테인리스 KEG 용기(생맥주통)

보관기간 3개월

1-2주 내로 맛이 변하는 원두머신과 달리, 케그에 보관된
액상커피는 **3개월간 신선한 맛과 향을 유지**합니다

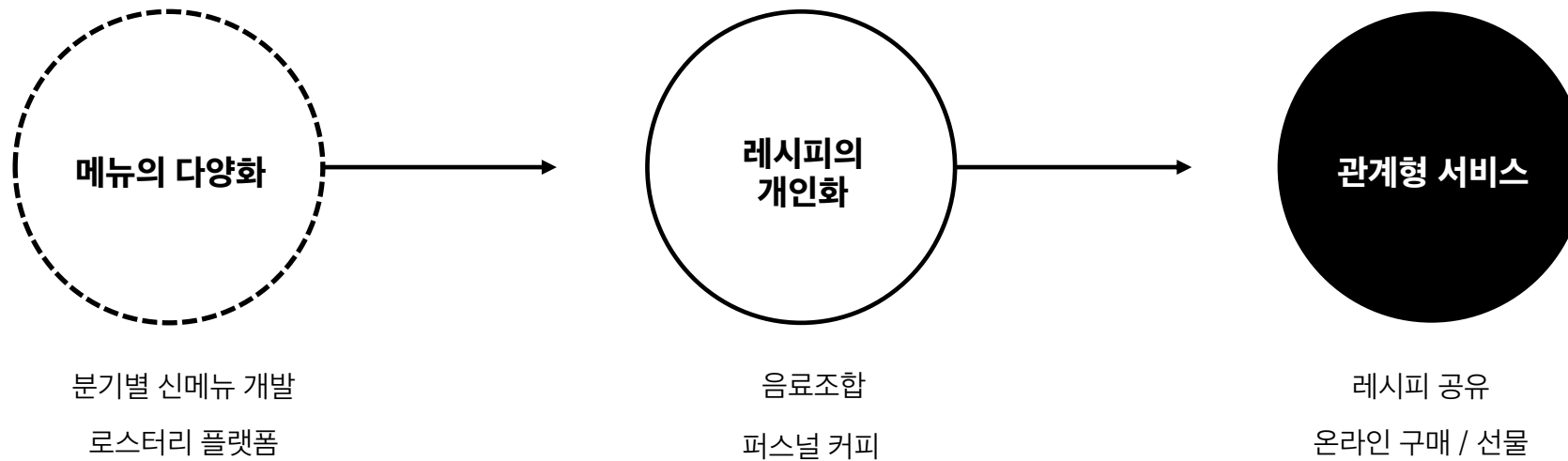
빠른 추출

케그에 담긴 커피는 **분쇄과정이 없어, 20초 안팎의 빠른 추출**이
가능합니다. 일정 시간대에 수요가 몰리는 커피의 특성상,
빠른 추출은 소비자에게 큰 매리트를 제공합니다.



Product

소비자들의 바이럴을 촉진하는 콘텐츠 개발



Product

1단계 - 메뉴의 다양화



브루드커피

적당한 바디와 깔끔한 마무리

1800 원

오리지널 메뉴

카페에서 주문할 수 있는
대중적인 음료를
주문할 수 있습니다



할리데이 모카

울한해 지친 몸과마음을 풀어보아요

2800 원

시즌 음료

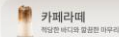
크리스마스, 할로윈, 만우절 등
기념일이나 계절에 맞춘
시즌 음료를 제공합니다

COFFEE



브루드커피

1800 원



카페라떼

2500 원



할리데이 모카

2800 원



독스

2700 원



베르크

2700 원



언더프레서

2700 원

NON-COFFEE



허니밀크티

2400 원



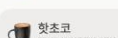
핑크자몽블랙티

2700 원



허니유자

2200 원



핫초코

2400 원



핑크자몽

2400 원



Wake me up!

아침을 깨우는 비타민 음료

오전 한정

2200 원

이스터에그

아침에만 마실 수 있는 음료
수요일에만 마실 수 있는 음료 등
숨어있다가 깜짝 등장하는 음료가 있습니다



두산 커피

두산 인기 원두로 만든 카페오레

2200 원

기획 음료

로컬을 위해 특별히 기획한
전용 음료가 있습니다

Product



2단계 - 개인화 서비스(TIPS개발중) : 나만의 음료 추천 받기



50+ 개 이상의 다양한 음료 중

플랜즈 AI에게 맘에 드는 음료를 추천 받거나 직접 골라 마실 수 있습니다

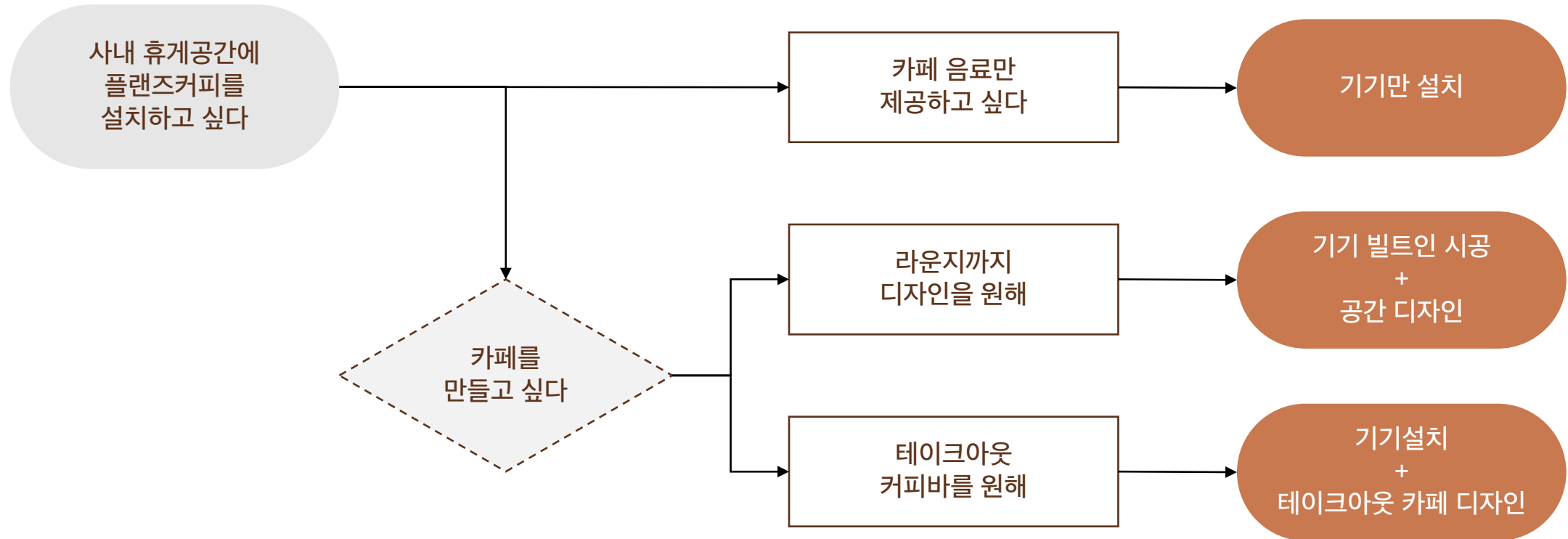
Product 2단계 - 개인화 서비스(TIPS개발중) : 나만의 커피 원두 만들기(AI바리스타)



AI바리스타와 함께 커피원두를 블렌딩 하여
개인의 취향에 딱 맞는 커피를 만들 수 있습니다

Product

장소 맞춤형 최적의 공간 디자인을 제공





THINK MOBILE THINK LIMITED PLANT COFFEE PLANTZ OFFICE

REDESIGNED FOR YOUR
UNMANNED
EXPERIENCE

COFFEE

Brewed Coffee with milk	1.8
Roasted Coffee with milk	2.7

DRINK

Pink Grapefruit and tea	2.8
Honeydew with lemon	2.3
Mint & Lemon water (refresh)	2.2

PLANTZ

PLANT COFFEE PLANT COFFEE PLANT COFFEE PLANT COFFEE PLANT COFFEE PLANT COFFEE PLANT COFFEE PLANT COFFEE PLANT COFFEE PLANT COFFEE

PLANTZ

커피와
마실거리

BREWED COFFEE
WITH MILK

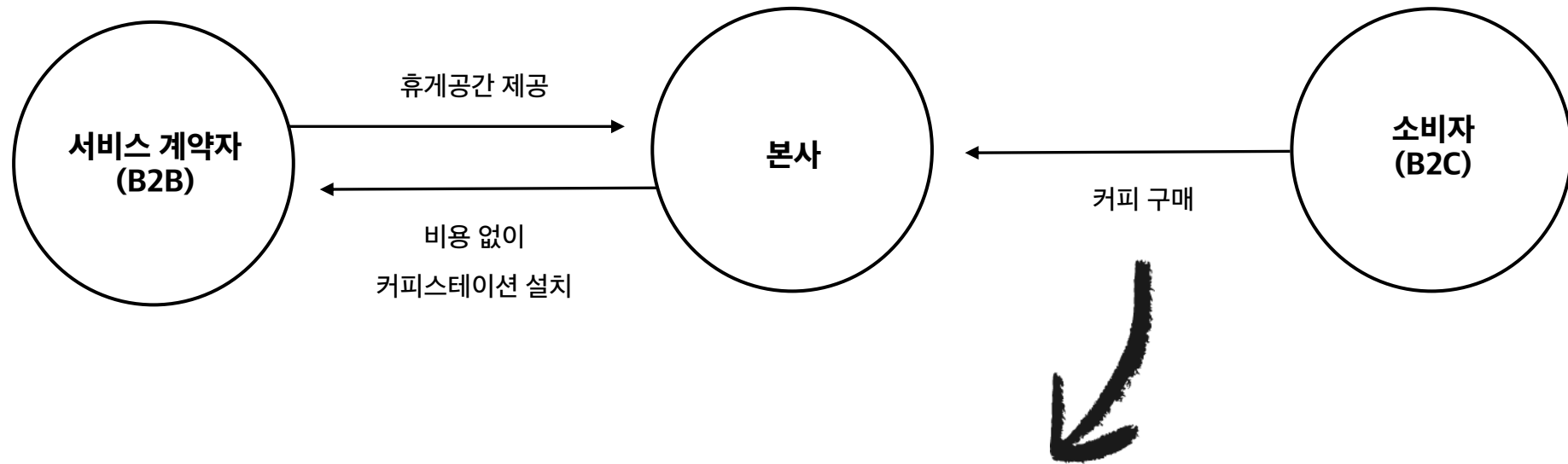
COFFEE.STATION

PLANZ



Revenue Model

B2B계약, B2C판매 수익 창출



당사의 경쟁력 = 팔리는 커피 만들기

→ 커피는 경쟁이 높아 품질, 가격, 디자인, 콘텐츠 등 많은 요소를 충족시켜야 한다.

Revenue Model

효율적인 무인 시스템을 통해 비용을 최적화

		일반 카페		플랜즈 무인카페
월 매출	₩	10,000,000	₩	10,000,000
재료원가	₩	2,800,000	₩	3,800,000
임대료	₩	2,000,000	₩	-
관리비	₩	350,000	₩	-
인건비	₩	3,500,000	₩	850,000
감가상각비	₩	833,333	₩	250,000
순이익	₩	516,667	₩	5,100,000

1. 판가를 낮게 제공하는 대신 임대료를 내지 않는다

2. 무인 운영으로 인해 인건비가 절감된다

3. 인테리어에 투자하지 않기 때문에 투자비(감가상각)가 낮다

순이익률이 높은 무인카페 수익모델

Cases

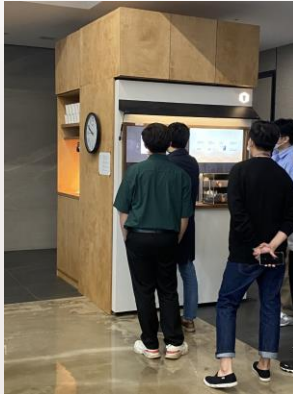
주요 서비스 및 지표

- 매출 : 매출 → 장소별 소비자 경쟁력을 대표
- 순이익률 : 당기순이익 / 매출 → 장소별 서비스 운영의 효율성을 대표
- 1인당 매출 : 매출 / 직원 수 → 소비자 만족도를 대표 *경쟁여부에 따라 상이하므로 장소별 비교는 불가
- 회수기간 : 장소별 투자비용(커피스테이션+디자인 비용) / 월 당기순이익 → ROI를 대표



대기업 Case 분당두산타워(두산그룹 본사)

- 직원 2000명 *40~50% 재택근무
- 사내카페 2개
- 일 판매량 250잔
- 매출 600만 / 월
- 순이익률/회수기간 = 47% / 5개월
- 1인당 매출 ₩7,000 / 월 *재택근무 인원 미포함



중소기업 Case FST 동탄 본사

- 직원 260명
- 사내카페 없음
- 일 판매량 180잔
- 매출 530만 / 월
- 순이익률/회수기간 = 42% / 6개월
- 1인당 소비량 ₩20,270 / 월



중소기업 Case FST 오산 지사

- 직원 140명
- 사내카페 없음
- 일 판매량 100잔
- 매출 350만 / 월
- 순이익률/회수기간 = 43% / 8.2개월
- 1인당 소비량 ₩25,000 / 월

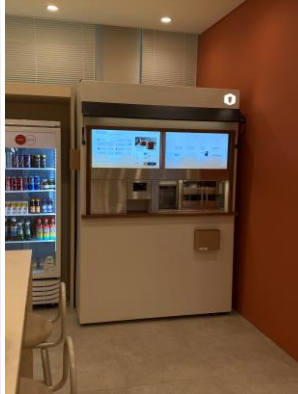
Cases

주요 서비스 사례 및 지표



공공기관 Case 한국벤처투자

- 직원 180명 *재택비율 60%
- 사내카페 → 플랜즈로 변경
- 일 판매량 50잔
- 매출 260만(150만+운영지원금 110만) / 월
- 순이익률/회수기간 = 45% / 8.5개월
- 1인당 소비량 : ₩18,843 / 월 (보조금 제외 계산)



공유오피스 Case 파이브스팟 (패스트파이브) 반포점

- 이용자 40명 *총 80인 모집 중, ½모인상태
- 일 판매량 70잔
- 매출 140만 / 월
- 순이익률/회수기간 = 13% / 32개월
- 1인당 소비량 ₩34,000 / 월
- *인원이 절반만 모집된 상태여서 매출과 이익률이 낮음



대학교 Case 경희대학교 정경대학

- 이용자 산정 불가(다양한 학과에서 이용하는 휴게실)
- 사내카페 없음
- 일 판매량 80잔
- 매출 300만 / 월 *학기중 기준, 방학운영X
- 순이익률/회수기간 = 31% / 16개월
- 1인당 소비량 확인 불가

Why now

늘어난 수요에 비해 기술력 있는 서비스 공급 회사의 부족



Robot Cafe =

100,000,000

무인 수요의 확대

코로나, 최저임금 인상 등으로 인해
음식점, 매점, 주유소, 카페 등
자동화 무인 매장 수요가 급상승

다양한 사내 복지 수요 증가

MZ세대의 사회진출 등의 이유로
사내 복지에 대한 수요가 증가하며
다양한 서비스들이 등장

선점효과가 있는 시장

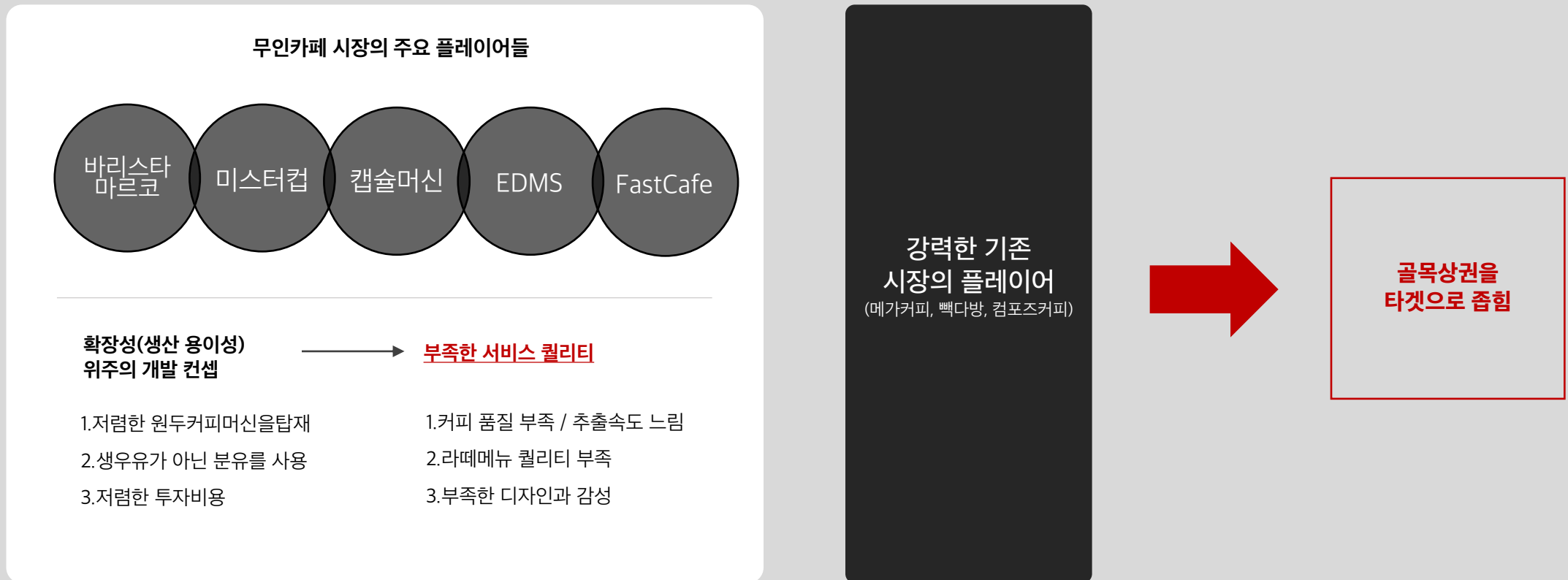
구성원들의 복지와 관련된 서비스는
일정 이상 만족도를 달성하면 폐지되거나
다른 서비스로 교체되기 어려움

경쟁력있는 서비스의 부재

타겟 시장에서 유일한 경쟁사인
로봇카페는 단가가 지나치게 높아
시장 확장에 어려움을 겪고 있음

Competitor 무인카페시장 : 대부분의 플레이어들은 프랜차이즈 사업을 진행

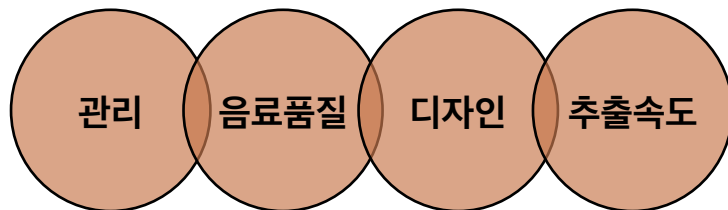
많은 플레이어들이 무인카페시장에 진출하고 있으나 음료의 품질보다 확장의 용이성을 중점에 두고 제품을 개발하여, 도달할 수 있는 시장과 매출에 한계가 있습니다.



Competitor 법인시장의 유일한 플레이어 Beat와는 제조단가에서 큰 우위

커피에 대해 까다로운 법인 시장에서 경쟁력하고 있는 플레이어는 로봇바리스타 BEAT입니다. 플랜즈는 저렴한 제조비용으로 더욱 높은 비교우위를 가지고 있습니다.

만족스런 서비스를 위한 조건



조건을 만족하는 서비스

**PLANZ
COFFEE**
플랜즈커피

b:eat corp.
비트 코퍼레이션

실질 경쟁자간 비용 비교 테이블

항목	사내카페	Beat	플랜즈커피
판매가	₩ 2,000	₩ 2,000	₩ 1,800
투자비용 (기기+설비+인테리어)	₩ 60,000,000	₩ 55,000,000	₩ 15,000,000
최소 판매량(BEP 2Y기준)	3500잔	2800잔	700잔
최소 인원수	500명	400명	80명

무인 사내 카페테리아 시장의 유일한 경쟁사인 로봇카페 Beat
→ 제조단가 **3배** 차이 → 확장 속도와 크기에 있어 큰 차이

Competitor 기술 및 노하우 측면에서 높은 진입장벽 → 신규 플레이어의 진입이 어려움

기존 인프라 활용이 어려워,
많은 기술과 노하우를 직접 확보하여야 함

신규 플레이어 진입 시, 최소 2-3년의 시간 소요

서비스 개발 파트와 관련 인프라 현황

파트	기존 인프라	현황
개발/생산	자판기 제조사	다양한 메뉴와 높은 품질의 커피 기기 : 기존 인프라로 생산 불가
음료	음료제조사	장비 및 위생관리 측면에서 최적화된 음료의 제조/관리방법 개발 필요
기기운영	용역/AS/ 물류대행	신규 기기 - 기존 A/S 인프라 활용 불가
B2B영업	영업 전문인력	법인영업 : 인력풀이 적음

주요 회사 현황

회 사	EDMS	b:eat corp.	PLANZ
업 력	6년	5년	5년
PMF 달성기간	4년	4년	4년
소요자금 (예상)	10억 이상	100억 이상	15억

Market

무인 사내 카페테리아 시장 선점 이후 프랜차이즈, 온라인 유통시장으로 확장



TAM : 커피시장

→ 국내 커피시장 7조원 추산

SAM : 무인 사내 카페테리아(SOM) + 프랜차이즈 + 온라인 커피 유통시장

→ 1)사내 카페테리아 = SOM 3400억원

2)프랜차이즈 = 현재 약 300~500억원/ 높은 성장성(코로나 이후 70% 성장) / 1000억원 이상으로 성장할 것으로 예상(저가형 커피시장의 약 8~10% 수준) / 플랜즈 점유율 50% 예상

3)온라인 커피 유통시장 = 현재 1000억원 가량의 온라인 커피 유통시장(B2C 원두, 원액, 캡슐시장의 합) 홈카페의 성장과 함께, 3배 이상 성장 가능할 것으로 보임.

SOM : 무인 사내 카페테리아 시장

→ 80인 이상 기업 비율 30% * 사무직/관리자/전문가 인구 800만명 * 휴게공간 보유비율(예상) 90%

* 현재 플랜즈 1인당 평균 월 매출 13000*12 = 3400억원

Market

SOM시장 선점 이후 프랜차이즈, 온라인 유통시장으로 확장

SOM : 무인 사내 카페테리아 시장

내근직 80인 이상 기업

 
16,000개 240만명

대기업, 공유오피스, 거점오피스, 공공기관,
중견기업, 스타트업, 공단 등

휴게공간 보유

90% 이상

실제 기반 추정

1인당 소비금액

13,000₩ / 연

현재 플랜즈 주요 설치장소
1인당 평균 월 매출

= 3400억원

Sales plan

기기 자체 생산/직영 운영을 통한 빠른 영업 달성

확장을 위한 요소

각 요소별 특성

결론

B2B 영업

가맹 : 미개척 시장이기에 위탁 영업의 기반이 없어, 속도를 늘리기 어려움
렌탈 또는 기기 판매 : 서비스 도입비용이 늘어나, 초기 영업이 더욱 어려움

제품 생산

유인카페에 비해 투자비용이 낮음 (생산 및 유통 시설 모두 포함)

유통관리 시스템 구축

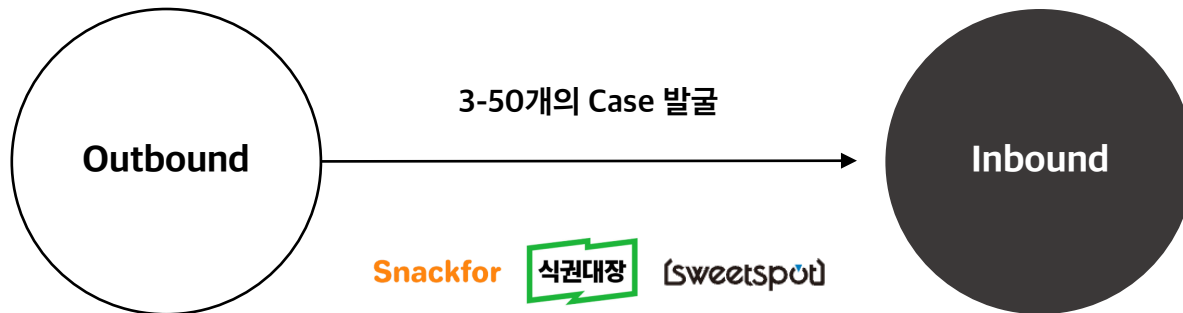
소매창고 개설 및 운영비용 다소 저렴(우유 대리점과 유사)

직영 생산/운영을 통해
무료로 서비스를 도입시켜야
가장 빠르게 성장
+ 수익률도 높음

Sales plan

내부 바이럴이 빠른 법인영업 모델 → 초기에 비용을 들여 빠르게 진출하는 것이 중요

플랜즈와 유사한 세일즈 타겟을 지닌 서비스들의 사례
초기 성공 케이스를 만든 이후 인바운드성 영업의 비율이 크게 증가하며
영업의 속도가 확대됨



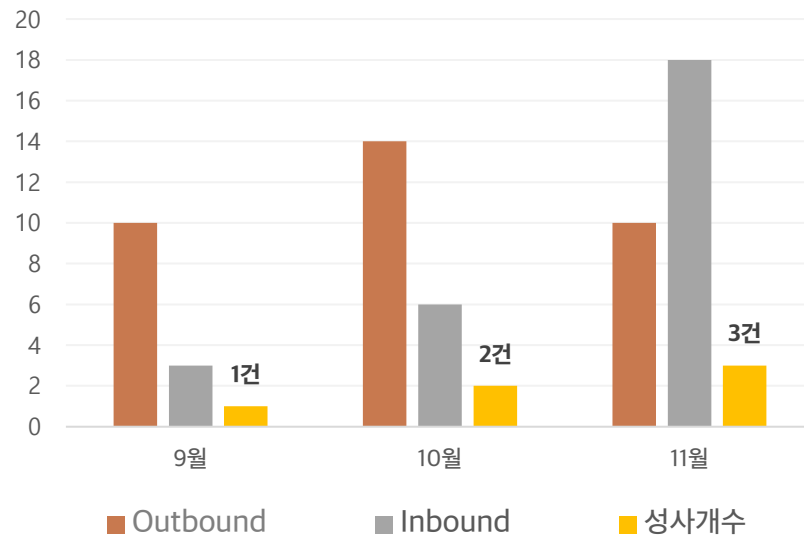
예) 식권대장의 고객사 증가 추이



Sales plan

내부 바이럴이 빠른 법인영업 모델 → 초기에 비용을 들여 빠르게 진출하는 것이 중요

컨택 및 성사건수 현황



입점 확정 장소 목록



협업 단계(성사시 1~2월)

- | | |
|------------|-----------|
| - ASML 코리아 | - 아세아그룹 |
| - 제일기획 | - 백산 |
| - 로젠 | - 아이마켓코리아 |
| - 골프존 | - 태영건설 |
| - 쿠팡 | - 탑엔지니어링 |
| - 아프리카티비 | - 하이브랩 |
| - KCP | - 푸디스트 |
| - 하나생명 | - KG 케미칼 |
| - 로젠 | - 포레스타 |

서비스 운영 대수가 늘어나면서 인바운드 컨택 및 성사율이 높아지고 있음

Milestone

향후 5년간 계획 - 수익률이 높은 SOM시장을 빠르게 점유

2021 : PMF 검증

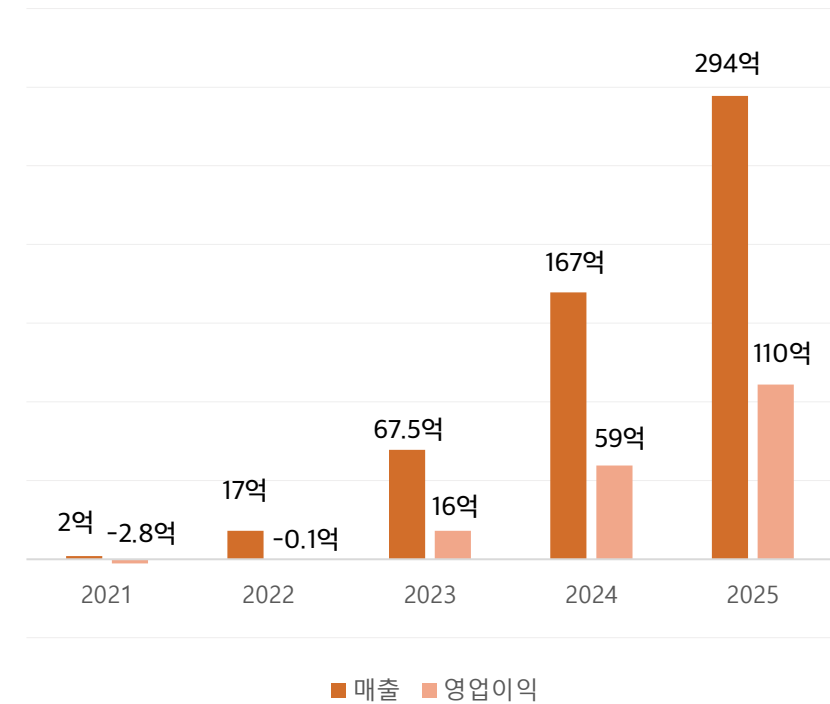
- 대기업 / 중소기업 / 공공기관 / 공유오피스 등 다양한 장소에서 사업모델 검증
- 투자유치 후 공장 설립하여 자체 생산설비 마련

2022 : 서비스 진입 - 목표 : 60대 / 60,000 MAU

- 2021년 말 ~ 2022년 초 Pre-A 10억 이상 투자 목표
- 영업조직 확대를 통한 초기 시장 진입 및 바이럴 확보
- 개인화 / 공유 서비스를 통한 서비스 차별화 성공 목표

2023~2026 : 서비스 확장 - 목표 : 1000대

- 2022년 말 ~ 2023년 초 → Series A 투자유치 50억 이상 목표
- 지리적 확장 : 광역시 중심 업무 지역(CBD) 및 주요 공단지역을 중심으로 전국 서비스망 확대
- 대량생산 시스템 확보 높은 순이익을 통한 자체 생산비율 확대



Team 다양한 부서로 구성된 조직 - 고객경험 극대화 및 독점적인 시장 포지션 구축

엔지니어와 전문인력으로 구성

플랜즈커피는 창업팀과 멤버들 모두 HW, SW엔지니어의 비율이 높습니다. 이를 기반으로 수준 높은 기기와 콘텐츠를 개발해내고 있습니다

다양한 부서의 내재화

HW, SW, CS, 마케팅 등 많은 파트를 내부 인력으로 구성하여, 초기 고정비용이 높은 편입니다.

하지만 이를 통해 서비스 품질을 극대화하여 높은 수익률과 높은 진입장벽을 만들어내며, 시장에서 유니크한 포지션을 구축하고 있습니다.

Co-Founders & Members

최준혁	대표이사	경영, 재무, 영업
김지환	CTO	SW개발, 개발 총괄
김유신	CMO	마케팅, 디자인
김형섭	HW팀장	HW개발 및 생산 총괄
김주영	HW	제조 총괄 / 전자 개발
김성흠	HW	기기 제조
김태양	HW	기구개발
최다빈	SW	프론트 개발
황대웅	SW	프론트 개발
차상진	경영지원	회계, 총무
김재우	영업	법인영업
이양원	운영	물류, 기기관리
임종범	CS	고객관리
엄태원	위생	품질관리

