

# 2023 학생 창업유망팀 300 사업계획서

## 0. 사업 아이템 개요

☐ 팀명: 부동쓰담

☐ 아이템명: 벤토롱 또뚝 도시락 플랫폼

벤토롱 또뚝은 제주 방언으로 '기분 좋게 따뜻하다'는 의미를 가졌습니다. 도시락 문화가 많이 발달된 일본에서는 일본어로 도시락을 벤토라고 하고 있기 때문에 기분 좋게 따뜻한 도시락을 제공할겠다는 의미를 담았습니다.

☐ 아이템 한줄소개: 캐릭터를 활용하여 쉽고 빠르게 만들 수 있는 도시락 틀

☐ 아이템/아이디어 기능:

### 1. 귀여운 캐릭터 도시락을 만들 수 있는 틀

환경에 대한 경각심을 일깨워주도록 멸종위기 동물 캐릭터화하여 도시락에 적용시켰습니다. 일반 도시락이 아닌 캐릭터를 활용한 도시락으로 심심함을 없애고 일상생활에서 도시락을 먹을 때마다 기분 좋은 식사 시간을 가지게 해줄 수 있습니다.

### 2. 다양한 레시피를 확인할 수 있는 Cook book

다양한 종류의 도시락을 만들 수 있는 레시피가 수록되어 링으로 끼워 사용할 수 있는 방식의 Cook book을 같이 제공합니다. 어떤 도시락을 싸가야 할지 고민하는 시간을 덜어주는 기능을 할 수 있습니다. Cook book에 인쇄된 QR코드로 홈페이지에 접속하여 새로 업로드된 레시피를 프린트해 직접 추가하거나 자주 만드는 레시피대로 순서를 바꿀 수 있습니다. 또한 QR코드로 접속한 홈페이지에서 신제품도 개별 구매할 수 있고, 신제품과 새로운 레시피가 제공되는 구독제도 확인할 수 있습니다.

### 3. 쉽고 빠르게 만들 수 있는 도시락 도구

캐릭터 몸체를 표현하기 위해 밥을 찍어내는 도구와, 디테일한 표정이나 귀, 손, 발 등을 묘사하기 위하여 김이나 햄 등의 음식을 찍어낼 수 있는 도구가 한 세트입니다. 틀로 음식을 찍어내기만 하면 쉽고 빠르게 완성도 있는 도시락을 만들 수 있습니다.

### 4. B2B로 확장 가능한 교육용 DIY 키트

어린이집, 유치원, 원데이 클래스 등에서 활용할 수 있는 DIY키트를 만들어 주 소비자층을 개인에서 기업으로 확장이 가능합니다. DIY 키트에 잘려져 있는 재료들이 포함되어있어 어린이들이 쉽게 직접 도시락을 만들 수 있습니다.

☐ **아이템 관련 보유기술(지식재산권 등)**

구분	권리	현재상황	등록
캐릭터 저작권등록	저작권	캐릭터 4종 앞, 옆, 뒷모습 일러스트 준비 중	저작권위원회
상표 등록	상표권	도시락과 관련된 명칭으로 준비 중	특허청
CookBook 저작등록	저작권	출판사와 협의 중	저작권위원회
제품 디자인 등록	디자인권	틀의 형태에 대한 디자인 준비 중	특허청

☐ **창업목표**

**바쁜 현대사회에서 균형 있는 식사를 위해 쉽고 간단하게 심미성 있는 도시락을 제공하고자 합니다.**

1차: 도시락을 직접 싸서 먹고자 하는 직장인들에게 직접 쉽고 빠르게 도시락을 포장하여 건강하고 심미성 있는 도시락을 제공하는 것.

2차: 교육기관에 홍보와 샘플 납품을 동시에 진행하고, 더 나아가 DIY제품을 대량 판매하여 브랜드 확장(B2B 사업).

3차: 도시락뿐만 아니라, 캐릭터를 활용한 제품을 다양하게 제작과 판매하여 캐릭터 브랜드로 확장하는 것.

## 1. 문제 인식

### □ 창업 배경 및 개발동기

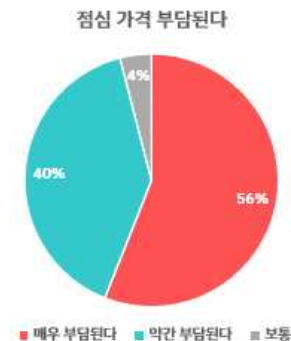
연쇄적인 물가 상승이 발생하면서 소비자들이 실질적으로 체감하는 물가 상승인 런치플레이션(lunch+inflation)상태가 유지되고 있습니다. 런치플레이션은 생활물가를 보여주는 지표가 됩니다. 점심식사 값이 크게 상승하면서 직장인들의 점심 문화가 바뀌고 있습니다. 각자 도시락을 싸오거나 비교적 저렴한 편의점 도시락을 먹는 분위기가 크게 증가하고 있습니다.

2022년에 1004명의 직장인을 대상으로 실시한 설문조사에서 96%가 점심 가격이 부담된다고 응답하였으며, 편의점 도시락의 구매율이 전국 37.3%, 오피스 상권의 구매율이 40%나 상승했습니다. 편의점 도시락을 자주 먹으면 건강이 나빠질 뿐만 아니라 쉽게 질리는 현상이 있습니다. 이런 사회적인 현상으로 인해 최근 SNS에서는 영양가 있고 미적 감각이 돋보이는 도시락을 만드는 것에 대한 열풍이 불고 있습니다.

편리함과 심미성을 포함한 건강한 식사를 제공하기 위해 도시락 틀 아이템을 개발하게 되었습니다.



출처: 2022년 3월 소비자 물가동향  
통계청 자료



출처: 2022년 인쿠르트

### □ 창업아이템의 목적 및 필요성


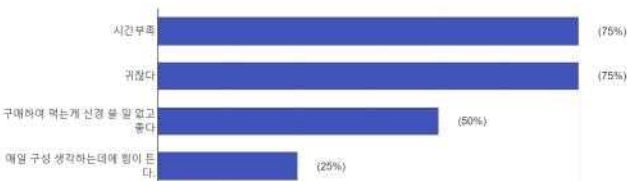
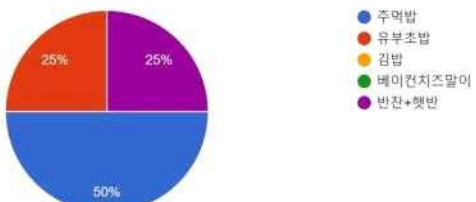
1. 쉽고 빠르게 만들어 먹는 도시락
2. 영양가 있고 미적 감각이 돋보이는 도시락
3. 외식비를 아낄 수 있는 도시락

물가 상승으로 인해 점심값을 경제적으로 절약하기 위해 분식이나 도시락 등으로 점심을 먹는 변화가 생겼고, 실제로 SNS에서는 영양가 있고 미적 감각이 돋보이는 도시락을 만드는 것에 대한 열풍이 불고 있습니다.

“도시락을 싸지 않는 이유는 무엇인가요?”라는 설문 결과, “시간 부족, 귀찮다”라는 의견이 75%로 가장 높게 나왔고, 다음으로 “구매하여 먹는 게 신경 쓸 일 없고

**좋다**”라는 의견이 50%, “매일 구성 생각하는 데 힘이 든다”라는 의견 25%가 나왔습니다. “어떤 형태로 도시락을 만드십니까?”라는 질문에서 도시락을 간단하게 주먹밥, 유부초밥으로 만드는 사람이 50% 이상으로 나왔습니다.

설문조사를 통해서 “시간 부족, 귀찮다”라는 부정적인 인식이 아닌 **“재미있다, 시간이 얼마 안 걸린다.”**라는 긍정적인 인식으로 시간 절감하고, 건강하고 심미성 좋은 도시락을 먹을 수 있도록 할 것입니다.

	인스타 해시태그 검색기록
<p>도시락을 싸지 않는 이유는 무엇인가요?</p> 	자체 설문
<p>어떤 형태로 도시락을 만드십니까?</p> 	자체 설문

## □ 보유한 아이디어/아이템의 파급효과

### 사회적 경제적 문화적 영향

사회적: 싱싱한 식재료를 이용하여 건강한 식단과 식이요법 가능

경제적: 비싼 외식비가 들어가지 않아 비용 절감

문화적: SNS에 개인의 도시락 레시피 공유

### 교육적인 면(DIY키트)

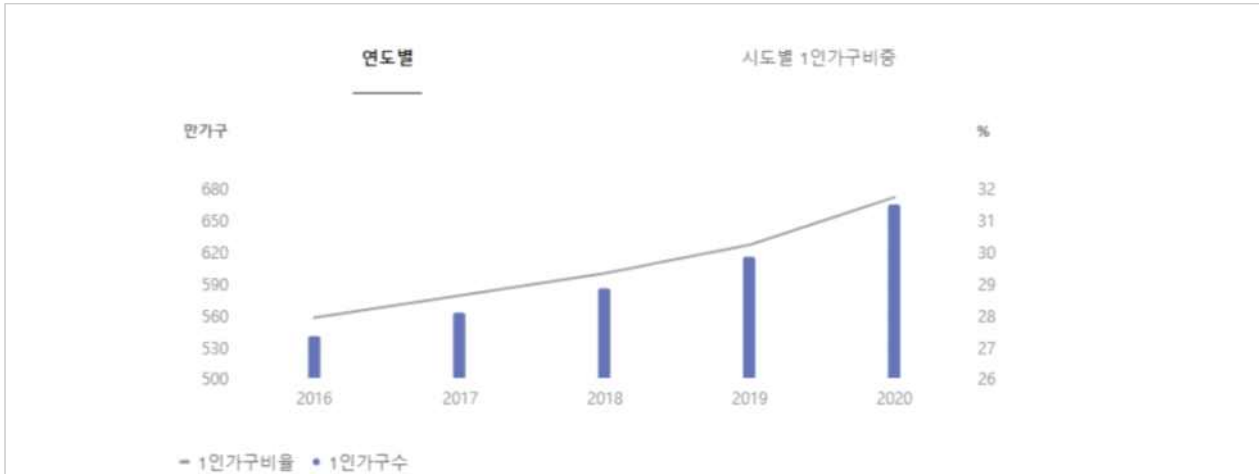
1. DIY키트를 이용하여 직접 만들어 먹어볼 수 있어 재미와 흥미 유발
2. 도시락을 만들면서 경험을 쌓고 부모와 자녀 간 친밀감 형성
3. 다양한 도시락을 만들어 볼 수 있어 상상력 자극

## 2. 실현가능성

### □ 사업화 전략

#### ▶ 주 소비자 층

1인 가구의 문화 경향에 따르면 혼밥, 혼술의 만족도가 높게 나타나고 있고, 이는 1인 식기 잠재 구매고객에 해당하며 리빙 시장과 1인 가구의 증대는 서로 상관성을 가지고 있음을 알게 되었습니다.



출처: KOSIS(통계청, 인구총조사)

리빙 제품 구매 시 생각하는 요건은 무엇인지 설문한 결과, 2030세대의 경우 예쁘고 독특한 디자인 요소를 중점에 두었으며 40대의 경우, 심미성도 중요하지만 활용도와 위생성을 중요하게 생각하였습니다. 연령대별 중요하게 생각하는 우선순위는 차이가 있지만, 공통된 중요 요소는 심미성, 위생성, 편리성의 요소를 구매요건이라고 답변하였습니다. 이러한 내용들로 인해 우리는 주 소비자층을 1인 가구와 주로 SNS를 즐겨 사용하고 있는 **2030세대의 여성 직장인**으로 정 하였습니다.

단계	수행 내용	기간	방법	추진 일정
1단계	디자인	2개월	자체 디자인	현재 진행 중/ ~8월
2단계	금형 및 샘플 제작	3~4개월	공장 컨택	9월까지 진행 예정
3단계	패키지	1개월	자체 디자인	현재 진행 중/ ~8월
4단계	홍보 및 샘플 납품	12개월	sns 인플루언서, 블로그 체험단	- 홍보: 9개월 - 샘플 납품: 3개월
5단계	판매	24개월	택배업체와 협업	2024년 하반기 예정

※ 2단계 금형: QDM(Quick Delivery Mold)와 알루미늄 코어를 이용하여 시제품을 소량 생산할 예정입니다.

## □ 비즈니스 모델

핵심파트너 (Key Partners)	핵심활동 (Key Activities)	가치제안 (Value Propositions)	고객관계 (customer Relationships)	고객군 (Customer Segments)
<div>- 2030 여성 직장인</div> <div>- 체험활동, 간식 시간이 있는 어린이 집, 유치원과 같은 교육 시설</div>	DM발송, 방문, 샘플 납품, 피드백	<div>1. 빠르게 만들어 시간을 절감</div> <div>2. 직접 만들어 건강한 식사와 비용 절감 제공</div> <div>3. 캐릭터를 이용해 재미와 심미성 있는 귀여운 도시락 제공</div>	<div>1. 온라인 소통</div> <div>- 쿡북 속 OR링크를 통해 여러 매체를 활용하여 빠른 소식과 정보를 알려드릴 것입니다.</div> <div>- 고객과 빠른 질의응답이 가능하도록 온라인 소통을 활성화할 것입니다.</div> <div>2. 방문</div> <div>- 교육처(어린이집, 유치원), 원데이 클래스 등 오프라인 납품처를 방문하여 사용자 피드백을 수용합니다.</div>	<div>- 건강을 중요시하는 요즘, 바쁜 현대 생활에서 빠르고 건강한 식사를 원하는 직장인</div> <div>- 어린이들에게 즐겁고 건강한 식사를 제공해주고자 하는 교육시설</div>
	핵심자원 (Key Resources)		채널(Channels)	
	<div>1. 식음료 제공업체와 협업</div> <div>2. 쿡북을 활용하여 첫 고객에게 샘플 전송</div>		네이버 스토어, 지인을 통한 입소문, sns 홍보, 인플루언서 활동, 블로그 체험단 홍보	
비용 구조(Cost Structure)			수익원(Revenue Streams)	
<div>패키지 한 개당 들어가는 비용 기준</div> <div>틀을 만드는 금형 비용(200~500만원)</div> <div>금형 사출 비용(5000만원)</div> <div>패키지 비용(15만원)</div> <div>쿡북 인쇄비용(2만원)</div> <div>소개서 인쇄비용(2000원)</div> <div>샘플비용(12000원)</div> <div>광고 홍보비용(300만원)</div> <div>인건비(초기비용 없음. 자체인력)</div> <div>세금(1000원. 판매 비용의 10%)</div>			<div>쿡북, 캐릭터 틀, 제휴 업체에게 납품 판매 비용,</div> <div>교육 키트 수익, 구독제 비용</div>	

## □ 시장성 및 아이템 경쟁력

### [국내·외 캐릭터 시장 분석]

#### ▶ 해외

##### 1. 미국

WTO와 FTA를 기반으로 캐릭터 지적재산권을 강화하고 저작권 유효기간으로써 캐릭터 라이선싱 사업의 확장 및 로열티 증대를 모색하고 있습니다.

아마존에서는 고양이, 곰, 토끼와 같이 한정된 동물의 틀을 판매하고 있었습니다.

##### 2. 일본

다양한 캐릭터를 활용한 50억 개의 도시락이 집에서 만들어지며 70%가 성인용으로 제작되었습니다. 더 저렴하고, 더 건강한 식단이라는 인식이 있어 사무실에서 점심식사로 도시락을 먹습니다.

또한, 캐릭터를 통해 애니메이션, 만화, 게임은 물론이고 의류, 식품, 문구, 출판, 철도, 항공, 레저, 금융 등 다양한 관련 산업으로 연계하여 영역을 넓히고 있습니다.

리락쿠마와 산리오 주식회사의 캐릭터가 주로 판매되고 있습니다.



#### ▶ 국내

##### 3. 한국

IT트렌드나 각종 기술과 결합해 부가가치를 높이고 있습니다. 이러한 IT와 캐릭터 산업의 융·복합 현상은 새로운 IT 트렌드에 맞춘 콘텐츠일수록 구매가 쉽고 수용자 접근성이 높아 수익성도 일반 캐릭터 상품보다 높기 때문입니다. 또한 좁은 내수시장을 넘어 해외시장을 공략하기 위해서는 IT와 결합한 뉴미디어 콘텐츠로 차별화할 필요성이 있습니다.

### [도시락 시장]

소비자들의 소비 욕구에 부합하는 도시락 제품의 성장에서 구매하기 쉽고 저렴한 가격에 다양한 메뉴를 제공하는 편의점 도시락의 등장을 기점으로 도시락 프랜차이즈 전문점, 프리미엄 도시락 전문점, 호텔 레스토랑의 도시락 상품 개발 등 도시락 시장이 성장과 발전을 이루어가고 있습니다.

제품의 상품성을 개별화되는 소비자들의 소비 욕구에 따라 등장하는 맞춤 도시락이 등장하는 등 사회구조의 변화와 산업기술의 발달로 인해 도시락 시장은 지속적으로 성장과 발전을 거듭할 것으로 예측되었습니다.

## **[아이템 경쟁력]**

### **1. 온라인 소통 가능, 다양한 레시피가 수록된 Cook book 제공**

판매만 하는 도시락 틀 제품과 달리, 다른 지속적인 신제품과 레시피 업데이트를 통해 쿡북의 QR코드로 홈페이지에 자주 접속하게끔 하여 소비자와 피드백 및 온라인 소통이 가능합니다.

### **2. 색다른 캐릭터**

알리 익스프레스나 아마존에서는 고양이, 곰, 토끼와 같이 한정된 동물의 틀을 판매하고 있습니다. 이러한 시제품과 달리, 환경에 대한 경각심을 일깨워주도록 멸종 위기 동물을 캐릭터화하여 판매하고 있어 색다른 캐릭터를 접할 수 있습니다.

### **3. 교육사업으로 확장 가능**

도시락 틀을 판매하는 것에 그치지 않고, 어린이집, 유치원 등의 교육 업체에 체험 활동이 가능한 도시락 DIY키트 제품으로 만들어 교육사업으로의 확장이 가능합니다.



### 3. 성장 전략

#### ☐ 자금조달 계획

##### [사업화 단계별 소요 자금]

단계	내용
과거	학교에서 지원하는 창업지원금 및 프로토타입과 2023년 산학협력력 공유, 협업 플랫폼 ICC연계 창업캠프에서 지원받음.
현재	창업300 및 청년사관학교 사업의 지원을 위해 사업계획서를 제출함. 초기 특허의 경우, 대학생에게 무료로 지원되는 대학생특허지원사업을 활용하고 프로토타입의 경우, 학교에서 제공하는 3D프린터를 활용하고 있음. 본 사업에 선정되면 가금형을 활용한 제품 제작할 것임.
미래	어린이집 도시락을 위탁받아 직접 수익화를 통해 자금을 마련할 예정임. 다양한 식품지원사업 등을 서치하여 기존 창업단계에서 사업단계로 이루어질 수 있도록 창업자금을 통해 업그레이드, 초기창업자의 엔젤투자도 고려하고 있음.

#### ☐ 시장진입 및 성과창출 전략

구분	도시락 틀	DIY 키트
판매 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sns등을 활용하여 홍보, 지인을 통한 입소문, 블로그 체험단 홍보 등을 이용</li> <li>- 우리 제품에 대한 노출도를 올린 후, 제품과 함께 제공되는 Cookbook을 이용하여 지속적인 관심과 홈페이지 접속을 유도하여 제품 판매율 유지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유치원, 어린이집 등에 체험활동용 DIY키트 샘플 제공</li> <li>- 쿡북을 교육기관에 배포해서 피드백을 받음</li> <li>- 맘카페의 후기를 참고하여 고객 니즈 파악 및 반영</li> </ul>
유통 채널	네이버 스토어, 지인을 통한 입소문, SNS 홍보, 인플루언서 활동, 블로그 체험단 홍보	맘카페, 전국 어린이집 SNS DM, 기존 어린이집의 식음료를 제공하는 업체와 협업
가격 전략	편의점 도시락: 평균 5,000원, 밀키트 도시락: 평균 15,000원, 자사 제품: 12,000원에 판매	체험 활동용 키트: 20개당 24만원 → 20만원

## 4. 팀 구성

### □ 창업자의 역량

[캐릭터 디자인에 필요한 전문성 보유]

#### 1) 다양한 업체에서 캐릭터 제품 제작 경험 보유

레드프린팅: 엽서, 마우스패드, 마스킹 테이프, 컵 코스터(패브릭, 규조토), 모다82: 스티커  
오프린트미: 메모지, 볼펜, 명함, 엽서, 아크릴 키링, 손거울, 스티커, 봉투  
이룸테이프: 마스킹 테이프



규조토 코스터



문구류



마스킹테이프, 볼펜

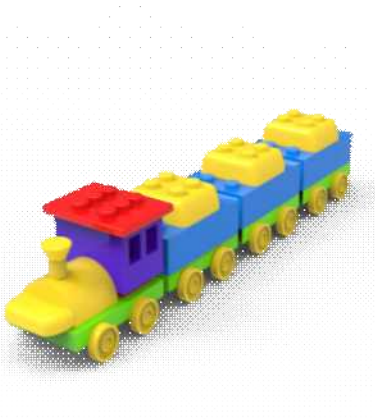
#### 2) 디자인 능력 구현 가능

3D모델링 후 직접 3D프린터로 출력이 가능하여 제품 목업을 만들 수 있기 때문에 실제 제품 공장에 맡길 경우, 제품 제작의 오류 및 시간을 줄일 수 있습니다.

제품과 패키지에 필요한 색 조합과 배치 능력을 갖추고 있어 2030대 여성고객층의 취향에 맞는 스타일을 파악하여 디자인할 수 있습니다.



백다방 피규어



기차 레고



스펀지밥 거치대

블렌더, 라이노, 키샷 프로그램과 교내에 배치된 3D프린트기를 사용하였습니다.

#### 3) 향후 해외 진출을 위한 외국어 능력 구사 가능

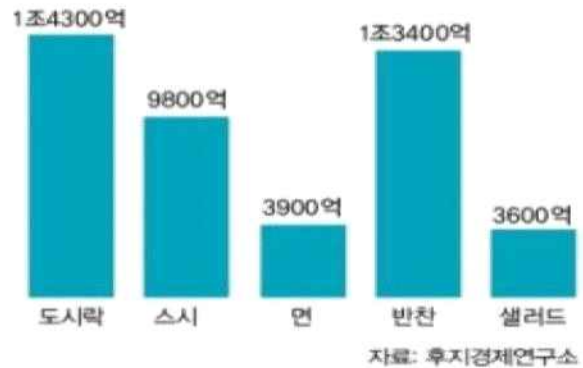
팀원 중 한 명은 일본에서 어학연수를 다녀온 경험이 있고 JLPT N2의 자격증을 보유하고 있어 캐릭터 도시락이 만들어진 일본으로의 수출 전략에 필요한 일본어 구사가 가능합니다.

## 일본 먹거리 시장 현황 단위: 억



출처: 데이터브레인

## 일본 조리품 소매업 시장 식품별 비중 단위: 억









출처: 후지경제연구소

\* 일본이 도시락 시장이 큰 시장임을 증명하는 자료

## □ 팀 구성원 소개 및 역량

팀원명	업무	기술력
최수빈(대표)	영업	유통채널 영업, 제품 수주&발주, 서류 작업, 제품 검수
이서연	기획	캐릭터 디자인, 2D작업, 업체 발품&발주, 일본어
김혜연	실무	캐릭터 디자인, 3D작업, 목업 제작(3D프린터)

이름	이력사항			
최수빈	<p>팀원 '최수빈'은 과거 호텔 서빙 및 치킨집, 베이커리 가게에서 근무했으며, 현재 편의점 아르바이트를 하면서 여러 업무에 대한 지식을 쌓았습니다. 다양한 연령대의 고객에 대한 니즈를 비교적 쉽게 파악할 수 있습니다.</p>			
	호텔 서빙	치킨집	베이커리 가게	편의점
				
이서연	<p>팀원 '이서연'은 일본에서의 어학 연수 경험이 있어 현재 대만, 홍콩, 말레이시아 등의 다국적 친구들과 소통하고 있고, 열린 마음가짐을 갖고 다양한 나라의 사람들과 원활한 소통이 가능합니다.</p>			
	<p>Japan Language School 卒業証書</p> 			

이름	이력사항	
김혜연	<p>팀원 '김혜연'은 카페 아르바이트를 통하여 고객층과 원활한 의사소통이 가능하고, 디저트 제조 및 음료 제조를 통하여 메인 도시락들 주변의 음식 장식을 구현할 수 있습니다.</p>	 

## □ 팀구성원 간 시너지 발생효과

2년간 다양한 프로젝트를 진행하여 팀워크를 보유하고 있습니다.

- 한가람 문구에서 지원하는 지원금을 받아 멸종위기동물을 보호와 홍보하는 브랜드를 만들어 멸종위기 동물인 새앙토끼, 랫서판다, 눈표범, 황제펭귄, 피그미 하마를 캐릭터화하여 다양한 친환경 문구들을 제작해 전시했습니다.  
(친환경 문구: 재생지를 활용한 엽서, 재사용이 가능한 리무버블 스티커 등)
- 교내에서 개최된 PBL기반 캡스톤 경진 대회에서 위의 작품들을 소개하는 영상을 함께 촬영, 편집, 녹음하였고, 장려상을 수상했습니다.
- 교내에서 개최된 창업아이템 경진대회(2023학년도 DU LINC 창업아이템 경진대회)에 참여하여 우수상을 수상한 경력으로 2023년 산학연협력 공유협업 플랫폼 ICC 연계 창업캠프에 참가할 자격이 주어져 각자 자신 있는 분야를 함께 작업하여 대회에서 은상을 수상한 경력이 있습니다.



교내 PBL기반  
캡스톤디자인 경진대회  
장려상 수상 (2022)



교내 LINC 창업 아이템  
경진대회 최우수상  
수상 (2023)



산학연협력 공유,협업  
플랫폼 ICC 연계 창업캠프  
은상 수상 (2023)

**다양한 능력을 보유하고 있습니다.**

- 문구 제품을 판매해본 경험이 있어 제작 업체별 특징과 제작 기간 등에 대해 공유가 가능하고, 판매 업체 별 차이와 장단점에 대해 공유가 가능합니다.
- 웹디자인 기능사를 소지하고 있어 부동쓰담의 웹사이트를 제작하여 홍보를 할 수 있으며, 도시락 틀에 관한 상세 페이지를 디자인할 수 있습니다.
- 공통 자격증: ACP(Adobe Certified Professional) 일러스트, 포토샵, 인디자인 개별  
자격증: GTQ자격증, MAT경영능력시험(Module A 비즈니스 커뮤니케이션), JLPT  
N2, 컬러리스트 산업기사 필기, 웹디자인 기능사, 컴퓨터활용능력 2급