<서식 1> '소상공인24'에서 입력하는 방식으로서 양식 등이 일부 상이할 수 있음

2024년 강한 소상공인 성장지원 사업신청서

신 청 분 야	□ 라이프스타일	■ 로컬브랜드	□ 백년가게·백년소공인		
협 업 유 형	□ 소상공인+창작자	■ 소상공인+스타트업	□ 소상공인 + 이업종		
참 여 형 태	■ 소상공인 단독 참여	□ 소상공인 + 파트너사			
업 체 명	OOOO	사 업 자 번 호 (법인등록번호)	OOOO		
대 표 자	OOO	대표자 생년월일	OOO	성 별	■ 남 □ 여
휴 대 전 화	OOO	이 메 일	OOO		
업 종	□ 제조업	■ 비제조업 (도소매업)			
개 업 연 월 일	OOO	기 업 구 분	□ 개인사업자 ■ 법인사업자	상시근로자수	2명
지 역	OOO	상세주소	OOO		
홈 페 이 지	OOO				

매출·수출규모 (백만원)	3년간 매출액			3년간 수출액(해당시)		
	'21	'22	'23	'21	'22	'23
			OOO			
투자액(백만원)	'23년 투자액			누적투자액 (창업이후 현재)		

위와 같이 2024년 강한 소상공인 성장지원사업 사업신청서를 제출하며 작성한 내용에 허위 사실이 있을 경우 선정 취소 등의 불이익 처분에 동의합니다.

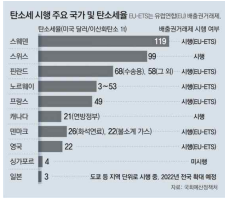
2024년 3월 2일

업체명 : OOO 대표 : OOO (인)

소상공인시장진흥공단 이사장 귀하

사업계획서(라이프스타일)

구분	내용
제품(서비스) 한 줄 소개	지역농산물 활용 건강 스프레드 건강음료 제조
기업 소개	**1. 주요사업 : 경상북도 군위군에 위치한 농업회사법인으로 여러 농가에서 생산된 과채류를 가공한 제품을 온, 오프라인으로 유통하는 일을 하고 있음** **2. 회사연혁 : 2023년 10월 06일 개업** - `21 농업회사 법인 설립 - `22 '예비 사회적기업' 선정 기업(지역 고령층 및 장애인 고용업체) **3. 사업성과 : 2023년 매출 10억 초과달성** - 경상북도 군위군 사과 작목반 온라인 유통 및 판매 - 경상북도 군위군 딸기 영농조합 온라인 유통 및 판매 - 경상북도 군위군 멜론 작목반 온라인 유통 및 판매 - 경상북도 김천시 샤인머스캣 작목반 온라인 유통 및 판매 **4. 차별성 : 친환경 제조공법으로 안전식 식품 제조, 유통**  - 폐기물 제로 : 착즙방식이 아닌 원물을 통으로 갈아서 가공함으로써 가공부산물 폐기율을 줄여 탄소배출량을 감소시키고, 과채류 가공으로 지역 농가의 잉여 농산물의 소비를 늘려 농가 소득에 기여함 - 첨가제 제로 : 무색소, 무설탕, 무방부제 처리를 통해서 더욱 더 믿을 수 있는 제품을 생산 **5. 지원동기 및 목표, 본 사업 참가 취지** - 현재 농수축산물 온라인 브랜드 운영으로 전국 약 30개 특산물에 대한 온라인 유통판매를 진행하여 약 5만명의 직거래 고객을 확보하고 있음 - 기존 오픈마켓 유통판매 사업으로만으로는 성장의 한계를 느낌 - 무설탕 스프레드 등 부가가치 및 활용도가 높은 과채 가공류 제품 브랜딩으로 편의점, 백화점

	입점 및 선물시장 공략 등 사업 성장을 위해 참가함  과일 활용 스프레드 제조  낙과, 못난이야채 활용 업사이클링
사업내용 (제품/서비스)	**1. 사업배경** - 과채류 착즙 및 농축액 건기식 제품 등장으로 가공과정에서 상당한 양의 가공부산물(폐기물)이 배출되고 있음. - 유엔세계식량농업기구(FAO)는 매년 전 세계에서 생산하는 9400억 달러(약 1,120조원)의 식품 중 30% 이상이 낭비된다고 추정하고 있으며, 이는 환경오염을 발생시키는 원인 중 하나로 보고 있음 - 한해에 버려지는 농산물은 5조원 규모로써 농림축산부가 전국 산지농협을 대상으로 한 조사결과에 따르면 등급 외 발생 비중은 채소류는 14.6% 과일류는 22.2%를 차지하였으며 2020년 전국 생산량 231만2천 톤 중 약 33만 7천 톤의 채소류가 버려지거나 헐값에 처분됨 **< 최근 5년간 수입과일 물량.금액 추이 및 탄소세 시행 주요 국가 및 탄소세율 >**  출처 : 한국농어민신문  출처 : 국회예산정책처 **2. 해결방안** - 이처럼 소비되지 못하고 폐기되는 농산물 및 가공부산물로 인한 시장의 문제를 파악하고 고부가가치의 가공식품을 연구하여 2023년 토마토에 대해 1차 스프레드식 가공 대체식을 연구 개발하여 시장에 선보이고 있음 **해결 방안 비즈니스 모델** ○ **기존 공정 : 착즙, 농축 과정에서 가공부산물(슬러지 발생)** : 과일세척→압착→액상 회수→착즙+슬러지(폐기)→고온추출→농축액+슬러지(폐기) ○ **자사 공정 : 통째로 가공하여 가공부산물이 발생하지 않음**

	: 과일세척→분쇄→1차 가열→숙성(식힘)→2차 가열→식힘→살균→포장 - 스프레드 제조는 기존 껍질이나 과육 슬러지를 폐기하는 형태가 아닌 과일의 꼭지만을 제거한 전체 부분을 삶거나 살균하여 그대로 갈아서 쥬스로 제형을 만들어 판매하는 방식으로 기존 착즙이나 가열농축의 방식에서 놓쳤던 과일의 영양소를 100% 활용하고 다양한 과육의 텍스쳐를 전달하여 포만감을 제공, 대체식으로 활용이 가능함. - 배 가공부산물을 활용한 친환경 영양성분 추출을 위한 클린공정 설계 및 구축으로 첨가제가 없는 건강한 식품으로 아동 이유식 및 다양한 건강 대체식으로 활용가능 - 당년도 강한소상공인 사업을 통해 최근 성장하고 있는 ZERO 설탕 트렌드에 부합하여 설탕, 인공 감미료 첨가가 아닌 과일 자체의 단맛을 극대화하고 잉여 농산물에 대한 사용량을 증가시키고, 스프레드 제조로 과일 가공 부산물이 없는 혁신제품을 유통시키고자 함
협업의 효과성	**1. 협업의 효과성** - 제조 업체와 협업을 통해 설탕과 천연 감미료가 없는 'ZERO 설탕'의 건강한 스프레드 제공 - 최근 MZ세대를 대상으로 건강과 기쁨을 결합하여 '건강을 즐겁게 관리하자'의 트렌드가 떠오르면서 '무설탕'를 슬로건으로 앞세운 음료와 디저트 시장이 성장하고 있음. - 설탕, 인공 감미료를 첨가하지 않고 과육 자체의 단맛을 살리는 가공 방법으로 제조한 생과일 쥬스 원료 생산을 목표 - 폐기 처분하던 상품성이 낮은 과일 판매로 인해 농가와 스프레드 가공 업체, 당사 모두 제품 개발 및 판매로 인한 수익 구조 개선 - 원물의 텍스처를 살리면서 과육의 단맛을 일정하게 유지하고 기존 대비 합리적인 공급가격으로 카페, 편의점, 공공시설 등 다양한 수요처에 공급하여 판매 확대 목표 
라이프스타일	**1. 천연감미료로 비만, 당뇨, 다이어트 수요를 잡다** ① 2021년 세계 영양 보고서에 따르면, 세계 인구의 절반이 과체중이며 WHO는 비만과의 전쟁을 선포할 정도로 전 세계의 비만문제가 대두되고 있으며, 자사는 건강한 먹거리를 소비하는 문화의 확산 ② 건강에 대한 민감도가 높아지면서 제로 제품에 대한 소비자 니즈가 트렌드화 된 결과 제로콜라와 같은 음료를 시작으로 제로 소주, 제로 과자, 제로 아이스크림 등 다양한

분야에 제로 슈가 제품이 출시 되고 있으며 앞으로도 지속적으로 시장 성장을 예견

2. 라이프 스타일 개선방안

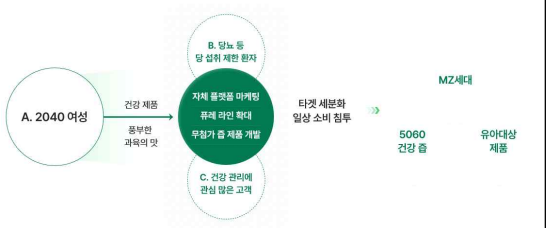
① 시중 판매되는 스프레드의 경우 무설탕 제품이 없어 소비자는 어쩔수 없이 당함류량이 높은 제품을 구매하거나 직접 만들어서 사용해야 하는 불편함 존재

② 카페에서 당 함량이 낮은 제품을 찾는 고객을 위해 무설탕 탄산음료를 사용하는 음료로 대안을 찾지만 기본적으로 스프레드와 청에 설탕이 들어있어 고객의 니즈를 충족하지 못함

③ 자사 제품은 통과일을 분쇄 후 1차 가열→숙성(식힘)→2차 가열→식힘 방식으로 처리과정에서 과육 자체의 단맛을 끌어 올리는 방법으로 첨가물에 대한 거부감과 직접 만들어야 하는 불편함에 대한 문제점을 혁신적으로 개선할 수 있음

3. 2040 여성 타겟에서 당뇨, 다이어터로 고객 확대

- 기확보 2040 여성 타겟으로 브랜드 신뢰도를 쌓고 제품 라인 확대와 신제품을 통해 타겟 세대 확장



주요 성과

1. 사업성과

- '23 농업회사 법인 설립
- 2023년도 매출 10억 초과달성

2. 고객수, 구독자수, 방문자수, 조회수 등

- 자사는 3월 온·오프라인 MVP Test를 통하여 약 5만건의 고객 구매 데이터를 확보하였으며, 통계를 통해 확인한 결과 2040 여성의 비중이 70% 이상 차지하는 수치 확인
- 기혼 여성의 경우 설탕이 첨가 되지 않아 아이의 이유식에 사용할 수 있는 제품, 미혼 여성의 경우 다이어트와 건강 관리가 가능하도록 당함류가 낮으면서 포만감을 줄 수 있는 제품을 구매하는 형태 발견

향후 사업 계획

1. 전체 시장규모 및 목표시장

① 전체시장(TAM) – 글로벌 과채 음료 시장 규모 472억원 달러

- Research And Markets 따르면, 글로벌 과채 음료 시장 규모는 2020년 기준 약 347억 달러에서 연평균 52% 성장률로 2026년 472억원 달러(한화 62조원) 시장 규모 예상

② 유효시장(SAM) - 국내 신선편이 과일·채소 시장규모 1조 5883억원

- 한국농촌경제연구원의 연구에 따르면, 신선편이 과일·채소 시장은 '18년 8089억원에서 '19년 9364억원으로 확대되었으며, '20년은 21.4% 확대된 1조 1369억원 시장규모를 형성

③ 목표시장(SOM) - 과채 음료시장의 5% 446억원

- 2022년 음료시장은 8조 1100억원 규모로 예측되며, 과채음료 점유율을 계산하면, 약

8921억원으로 전망됨. 자사는 목표시장을 국내 과채음료 시장 8921억원의 5%로 설정

2. 시장진입 전략

- 자사는 약 11,156명의 고객을 보유한 온라인 유통채널과 온라인 유통판매 기술을 바탕으로 생산되는 제품의 100%를 온라인 유통하여 자체 브랜드의 인지도 상승을 단기 목표로 함
- 25%, 50%, 75%, 100% 등 당도에 따른 제품 라인업을 설정하여 취향에 맞는 당도를 조절하여 가장 보편적인 제품을 제공함
- 과일스프레드 수요가 높은 유아 이유식에 대해 당도 조절로 아이들 섭식율 제고
- 토마토를 중심으로 사과, 배, 블루베리, 포도, 레몬 등으로 '無첨가제, 과일 단맛을 100% 끌어올린 스프레드'로 제품군 확장
- 고객 검증이 완료된 제품은 기존 온라인 외 프랜차이즈 음료매장 → 편의점으로 제품 공급 확대
- 일반 증류주 보다 칵테일 문화를 선호하는 MZ세대를 타겟으로 주류와 혼합이 가능한 레시피 마케팅을 통해 편의점 진입 목표

3. 목표매출

순번	목표시장(고객)	제품(서비스)	진출 시기	판매 금액
1	온라인(B2C)	토마토 스프레드	24년 상반기	1,134백만원
2	오프라인(B2B)	토마토, 딸기 스프레드	24년 하반기	540백만원
3	편의점(B2C)	토마토, 딸기, 사과 스프레드	25년 상반기	800백만원
4	카페(B2B)	토마토, 딸기, 사과 스프레드	25년 하반기	1,050백만원
5	해외판매(B2C)	토마토, 딸기, 사과 스프레드	26년 상반기	2,000백만원

4. 기타 달성 목표

지표명	지표 세부내용	정량 목표치	정량 목표 산출근거
고용효과	신규 고용인원수	2명	2인 이상 고용
신제품	신제품 3종 개발	3종	딸기, 사과, 귤 스프레드 출시
업무협약	농장 MOU 체결	10곳	MOU 계약서
IP	지적재산권 출원	2건	상표권 및 기술특허출원
투자유치	Seed	2억	AC 시드투자 유치

성장가능성

1. 정부 지원 필요성

- 제품 홍보를 위한 마케팅비 및 스프레드 가공 및 시제품 개발비용 충당
- 현재 농업회사법인 2년차 기업으로 사업화를 위한 비즈니스모델 컨설팅 필요
- 편의점 입점 등을 위해서는 HACCP 공정 시설 확보 필요
- 소진공 자금조달을 위해 다양한 자문 및 컨설팅 요구

2. 기대되는 효과

- 국내 농산물의 우수성을 포인트로 우수한 제품을 개발하여 매출증대
- 지역 농가들과 소통, 계약재배 한 농산물 활용으로 농가소득 기여함
- 현재 예비사회적기업으로 지역 고령층 및 장애인 인력의 일자리 제공
- 한국 내 관광객을 통해 입소문, 해외판매까지 기대함

비 목	산출근거	금액(원)
홍보	홍보영상 제작비(600만원) 마케팅 운영비(400만원)	10,000,000
기타	장비 구매비(500만원) 시설환경개선비(500만원)	10,000,000
브랜드	패키지 디자인 및 제작비	10,000,000
전문가활용비	신규인력 인건비(200만원X4개월)	8,000,000
사업활동비	원료 가공비	12,000,000
재료구입비	시제품 개발 재료비 400만원 첨가 부산물 구입비 300만원	7,000,000
출장비	교통비(10만원X3인X10회)	3,000,000
합 계		60,000,000

3. 성장가능성

- 개발 완료후 과일, 채소, 헬스케어시장등 해외 수요처(사용자) 확보
- 2024년 본 과제 산출물 개발을 안정적으로 완료하여 공인인증 시험성적서 확보 및 국내/해외 수요처기준 성능 확보
- 2025년 자금마련을 통해 자체 HACCP 제조시설 확보로 편의점 입점
- 2026년 1~2분기 국제 식품인증 NSF 인증을 완료하여 정식 해외판매
- 해외 식탁문화 차이점을 분석하여 식품시장 중심의 타겟 마케팅
- 국내/해외 MOU 유통업체 대상 시범서비스를 통한 상용화 서비스 확대

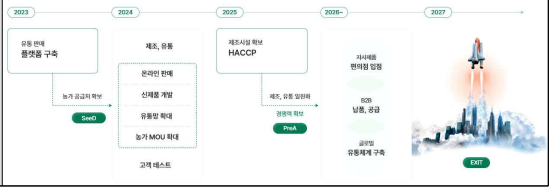
① 유통사 등 자사의 제휴사 기반 홍보

② SNS를 통한 해외 현지 행사 개최

③ 온라인 기반 헬스케어 및 과일, 채소 소비자 및 국내외물품 소비자 연계 마케팅

⑤ 각종 농산물 관련 업계 현지 홍보기사 게재

- 2027년 글로벌 식품회사로 성장하여 연매출 1,000억 이상 달성 EXIT 목표



<서식 3> '소상공인24'에서 입력하는 방식으로서 양식 등이 일부 상이할 수 있음

개인정보 수집 · 이용 및 제공 동의서

2024년 강한 소상공인 성장지원사업을 위하여 개인정보 보호법에 따라 본인의 동의를 얻어야 합니다. 아래의 개인정보 수집·이용 및 제공에 대한 내용을 자세히 읽어 보신 후 동의여부를 결정하여 주시기 바랍니다.

1. 개인정보의 수집·이용에 관한 사항

■ **개인정보의 수집·이용 목적**
- 2024년 강한 소상공인 성장지원사업 관련한 사업운영·사후관리 등
- 중소기업을 위한 데이터기반 행정활성화 및 공동활용 기본 마련

■ **수집하려는 개인정보의 항목**
- 성명, 생년월일, 성별, 연락처, 이메일, 업체명, 주소, 사업자번호(법인등록번호), 업종, 사업자개업연월일(설립일)
- 기타 선정·지원과 관련된 개인정보

■ **개인정보의 보유 및 이용 기간**
- **수집일로부터 5년**

■ **동의를 거부할 권리 및 동의를 거부할 경우의 불이익**
- 위 개인정보의 수집·이용에 동의를 거부할 권리가 있습니다. 그러나 동의를 거부할 경우 2024년 강한 소상공인 성장지원사업을 참여하실 수 없습니다.

☞ 위와 같이 개인정보를 **수집·이용**하는데 동의하십니까?	☐ **동의함** ☐ **동의하지 않음**

2. 개인정보의 제공에 관한 사항	
■ **개인정보를 제공받는 자** - 국회, 중소벤처기업부 ■ **개인정보를 제공받는 자의 개인정보 이용 목적** - 2024년 강한 소상공인 성장지원사업 관련한 사업운영·사후관리 등 - 중소기업을 위한 데이터기반 행정활성화 및 공동활용 기본 마련 ■ **제공하는 개인정보 항목** - 성명, 생년월일, 성별, 연락처, 이메일, 업체명, 주소, 사업자번호(법인등록번호), 업종, 사업자 개업연월일(설립일) - 기타 선정·지원과 관련된 개인정보 ■ **개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용 기간** - **수집일로부터 5년** ■ **동의를 거부할 권리 및 동의를 거부할 경우의 불이익** - 위 개인정보의 제공에 동의를 거부할 권리가 있습니다. 그러나 동의를 거부할 경우 2024년 강한소상공인 성장지원사업 사업제한 및 중소벤처기업부, 산하 공공기관의 정보 미제공에 따른 일부 서비스 제공에 제한될 수 있습니다.	
☞ 위와 같이 개인정보를 **제공**하는데 동의하십니까?	☐ **동의함** ☐ **동의하지 않음**

년 월 일

성명: (서명)

소상공인시장진흥공단 이사장 귀하