창업사업화 지원사업 사업계획서 (초기단계)

☐ 신청현황

신청 주관기관명			과제번호 (사업신청내역조회)		
사업 분야 (택 1)	☐ 제조		☑ 지식서비스	☐ 융합	
기술 분야 (택 1)	☐ 공예·디자인		☐ 기계·소재	☐ 바이오·의료·생명	
	☐ 에너지·자원		☐ 전기·전자	☑ 정보·통신	
	☐ 화공·섬유				
사업비 구성 계획	정부지원	70백만원	합 계	100백만원	
	자기부담 현금	10백만원			
	자기부담 현물	20백만원			

☐ 일반현황

창업아이템명	온라인 기반의 중고의류 리사이클링 유통 플랫폼		
산출물 (협약기간 내 목표)	모바일 어플리케이션(1개),		
기업명		개업연월일 (회사성립연월일)	
사업자 구분 (모집마감일 기준)		사업장 소재지 (본사(점))	
사업자등록번호		법인등록번호	

기업 구성 현황 (대표자 본인 제외 공동·각자대표 포함)

연번	직위	담당 업무	보유 역량 (경력 및 학력 등)	구성 상태
1	이사			23.11
2	CTO			23.11

☐ 창업아이템 개요(요약)

명 칭	DROP	범 주	어플리케이션

아이템 개요

· **온라인 기반의 중고의류 리사이클링 유통 플랫폼**
→ 버려지는 중고의류를 재사용 할 수 있도록 각 분야의 전문가들을 매칭하고 판매까지 이어질 수 있도록 하는 모바일 플랫폼 서비스
· **핵심기능**
① 시장성을 갖춘 의류 리사이클링 온라인 생태계 조성
② 소비자가 직접 판매하고 소비하는 셀슈머(Sellsumer) 개념의 상생 플랫폼 개발
· **소비자층 :** 자신만의 개성과 가치소비를 중요시하는 MZ세대를 중심으로 "착한소비+세상에 단 하나뿐인 유니크한 옷"을 소비한다는 컨셉

배경 및 필요성

· **서비스 차별성**
① 의류수거함이 아닌 모바일을 통해 헌옷기부 및 리사이클링 서비스 제공
② 대학생 및 로컬 소상공인의 리사이클링 참여. 판매 수익분배 및 창업기회 제공
· **기술적 차별성**
① 소비자-소비자 연결의 C2C 플랫폼 개발 및 판매 수익금 재분배 솔루션
② 위치기반 서비스로 로컬 사용자에게 직관적인 경험을 제공하는 UX, UI 개발

현황 및 구체화 방안

■ **개발/개선 예정 :**
소비자-소비자 연결의 C2C 플랫폼 개발
위치기반 서비스로 로컬 사용자 연결 플랫폼 구현

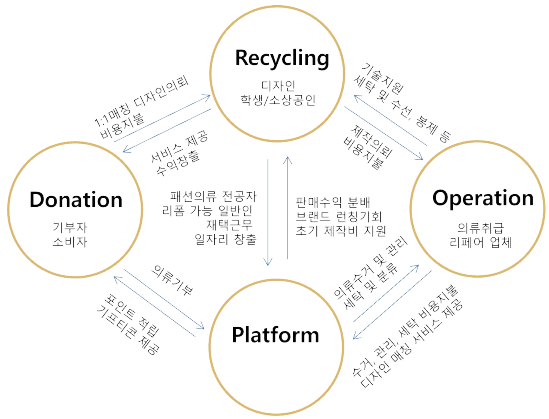
■ **달성목표 :**

계량 KPI 설정	전년도 성과	목표 설정
신규 매출창출	130백만원	1,000백만원
고용실적	2	5
국내·외 투자유치	-	100백만원
특허등록	2건 출원(상표, 기술)	5건 출원
유튜브 채널 구독자	3만명	50만명

목표시장 및 사업화 전략

· 국내 중고거래 중 의류판매 비중은 전체 25% 상당. 이중 약 60%가 MZ세대
① 전체시장(TAM) - 국내 중고거래 시장규모 20조원
② 유효시장(SAM) - 중고 의류거래 시장규모 5조원
③ 수익시장(SOM) - 중고 의류거래 MZ세대 목표시장 3천억원

이미지



비즈니스 도식도

1. 문제인식 (Problem)

1-1. 창업아이템 배경 및 필요성



연간 의류생산량 대비 폐기량 조사보고서
* 자료 : 서울대 생활과학연구소_2019.1.4.



MZ세대의 소비인식 변화
* 자료 : 환경일보_2024.8.30.

○ **(문제인식) 오늘의 트렌드 내일의 쓰레기, 패스트 패션(Fast Fashion) 성장**
- 제조, 유통 일괄형(SPA)[1] 패션 브랜드가 등장하면서 패스트 패션(Fast Fashion)이 주된 의류소비 흐름으로 자리 잡으면서 의류 생산량과 더불어 폐기량도 급격히 증가.
- 한국환경산업기술원에 의하면 2020년 패션 탄소배출량은 연간 120톤, 전 세계 배출량 10%

○ **(시장기회) 환경문제 인식으로 컨셔스 패션[2](Concisous Fashion)의 등장**
- 국제적으로 지속가능한 소비(LOHAS)에 대한 관심증가와 더불어 의류소비에도 변화시작
- 의류소비의 주류인 MZ세대의 68.8%는 기업의 친환경 활동에 대해 긍정적으로 인식할 뿐 아니라 친환경 제품 구매 의사가 71.0%를 기록, 긍정적 인식을 넘어 소비행동의 변화

○ **(해결과제) 의류 재활용에 대한 기술혁신과 사업방식의 변화 필요**
- 연간 의류 폐기량은 약 8만톤, 헌옷으로 수거된 옷 중 30%는 수출, 5%는 재활용되지만, 여러 소재가 섞인 경우가 많아 화학적 분리과정 등에 높은 비용이 발생하여 사업성 부족
- 의류 재활용 사업은 지나친 사회적 기업으로의 경영방식 고집과 정부지원 의존도로 인한 공무원들의 눈치보기, 이로 인한 한시적 사업운영으로 시장 경쟁력을 갖추지 못하고 있음.

○ **(창업동기) 멀티유저 기반의 온라인 의류 리사이클링 플랫폼 사업 런칭**
- 서강대 전자공학과를 전공하고 KBS드라마 제작국에서 조연출로 약 7년 간 활동
- 기능성 양말 제조업체인 로리나에서 2년간 근무하면서 패션유통에 대한 관심 증가
- 방송을 통해 MZ세대들이 점차 "가치"에 소비하는 경향이 높아지고 있으며 "당근마켓"등 온라인 기반 이용자 간 중고거래 시장이 활성화됨에 따라 멀티유저 기반 플랫폼 사업창업

1) SPA란 미국의 청바지 회사 GAP이 최초로 도입한 방식으로 한 회사가 대형 직영점의 형태를 기본으로 하여 의류제작과 유통 전반에 참여, 주문하면 바로 먹을 수 있는 패스트푸드(fastfood)처럼, 유행을 즉각 반영하여 빠르게 제작하고 빠르게 유통함.
2) 컨셔스패션이란 의식있는 의류 및 소비를 뜻하는 신조어. 소재 선정에서 제조공정까지 전 과정에 친환경적이고 윤리적인 과정에서 생산된 의류를 소비하고자 하는 추세

1-2. 창업아이템 목표시장(고객) 현황 분석

▢ **사업의 정의 및 목적**

○ **시장성을 갖춘 의류 리사이클링 온라인 생태계 조성**
- 최근 기업의 ESG(환경·사회·지배구조) 요소가 부각되는 이유는 단순히 기존의 사회적 책임에 대한 새삼스런 논의가 아닌 **기업의 장기적 생존에 중요한 요소로 판단되기 때문**.
- 역설적이게도 정작 기업의 아이템 자체가 "친환경"인 기업들은 변화하는 시장 속에서 경쟁력을 갖추지 못하고 아직도 기부나 정부지원금 등에 의존하는 실정.(지속가능성 부재)
- 더 이상 국가나 기업, 소비자의 사회적 책임 혹은 양심에 의존하는 방식만으로는 시장성이 없다고 판단함. 이에 시장성을 갖춘 <의류 리사이클링 생태계>를 만들고자 함.





○ **소비자가 직접 판매하고 소비하는 셀슈머(Sellsumer) 개념의 상생 플랫폼 개발**
- 한국인이 가장 많이 다운받은 앱인 중고거래 플랫폼 '당근마켓'의 월간 이용자 수(MAU)는 1600만 명, 이중 가장 많은 거래가 일어난 품목은 의류로 집계 됨.
- 단순히 본인이 입던 옷을 저가에 판매하는 것에서 한걸음 나아가 리사이클링을 통해서 가치를 재생산하고 자원과 재능을 상호 기부하는 방식의 상생 플랫폼을 개발하고자 함.

○ **자신만의 개성과 가치를 소비하는 MZ세대 공략**
- 웹예능 프로그램인 "고등학생 간지대회[3]" 등에서 폐의류를 리폼하여 패션경연을 하는 등 헌옷에 대한 다양한 인식변화로 "헌옷=쓰레기" 에서 "구제옷+뉴트로+빈티지"로 인식변화
- 의류 관련 디자인 및 창업의 욕구를 가진 대학생, 일반인의 참여유도, 창업 및 일자리 창출
- **이미지 메이킹을 원하는 연예인, 기업과의 콜라보레이션으로 "착한 의류 소비문화" 마케팅**

▶ 자신만의 개성과 사회적 가치소비를 중요시하는 MZ세대를 중심으로 "착한소비+세상에 단 하나뿐인 유니크한 옷"을 소비한다는 컨셉

3) 2019년부터 유튜브, 네이버TV에서 방송된 패션 오디션 프로그램으로 시즌1. 누적조회수 3천만뷰, 시청시간 2억분 기록

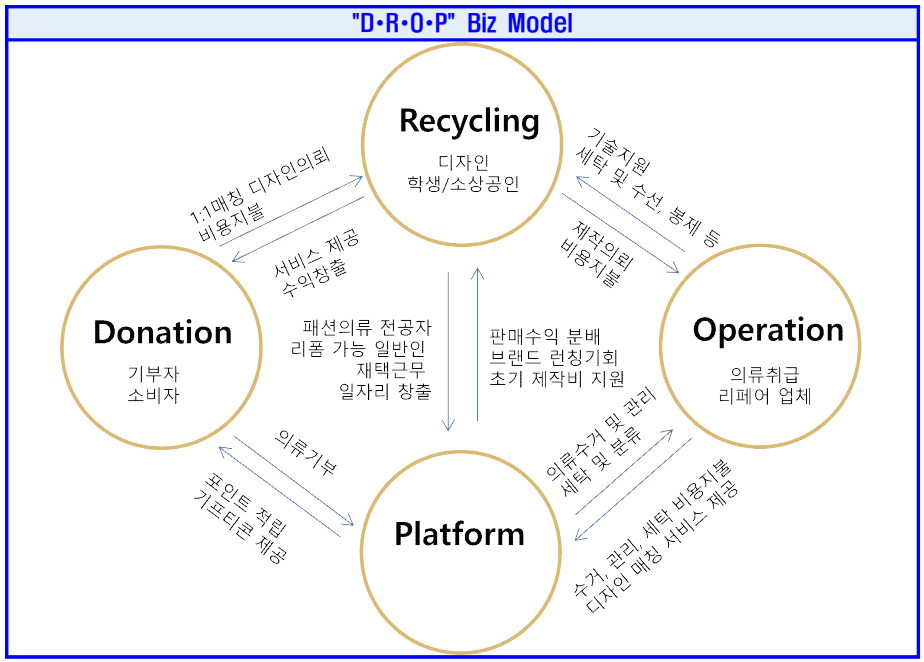
2. 실현가능성 (Solution)

2-1. 창업아이템 현황(준비 정도)

1) 의류쓰레기 배출량을 줄이는 "D·R·O·P" 사업전략

- **Donation** : 기존의 의류수거함을 통해 일괄적으로 집하하는 방식에서 개인이 온라인에 직접 기부, 기부 시 "리페어 업체"를 통해 의류의 상태 및 분류에 따른 "포인트" 제공
- **Recycling** : 국내 패션관련 디자인 학생들의 재능기부로 중고의류 리사이클링 실행, 해당 의류 판매 시 판매수익에 대한 "리워드" 제공, 창업 시 초기자금 제공
- **Operation** : 재활용 의류에 대한 취급 인프라 시스템을 갖춘 공장이나 ESG관련사업을 계획 중인 기업과 콜라보레이션 추진. 의류수거, 세탁, 관리, 등 기술 및 유통 협업
- **Platform** : 기존 오프라인 구제매장을 통한 판매가 아닌 온라인 기반의 자사몰 혹은 오픈마켓 구매로 사용자의 편의성 증대, 본인이 의뢰한 제품 재 구매 시 "포인트+할인율" 적용

2) 사업 모델 : 의류 재활용에 대한 온라인 생태계 조성



3) 개발 전략

① 소비자-소비자 연결의 C2C 플랫폼 개발

- 다자간 다이렉트 매칭이 가능한 멀티유저 매칭 플랫폼 개발

- 의류기부 및 구매자 역할의 소비자 사이트와 디자인 및 판매자 역할의 셀러 사이트를 매칭

- 누구나 사용할 수 있도록 편의성과 시인성에 집중한 어플리케이션 UI/UX 디자인 개발

② 초기 플랫폼 활성화를 위한 정부, 학교, 기업 거버넌스 구축

- 폐의류 순환사업 요구를 가진 자자체 및 대학교 패션 디자인학과, 의류수거, 재생산 전문 기업과의 MOU체결을 통한 거버넌스 구축
- 노동기반의 낮은 수익률로 고전하는 기존의 의류수거 공장 및 기업체들과 협업하여 의류수거, 세탁, 가공 등의 공정라인 확보

③ 대학생 및 의류 수선이 가능한 프리랜서, 소상공인을 전문가로 등록

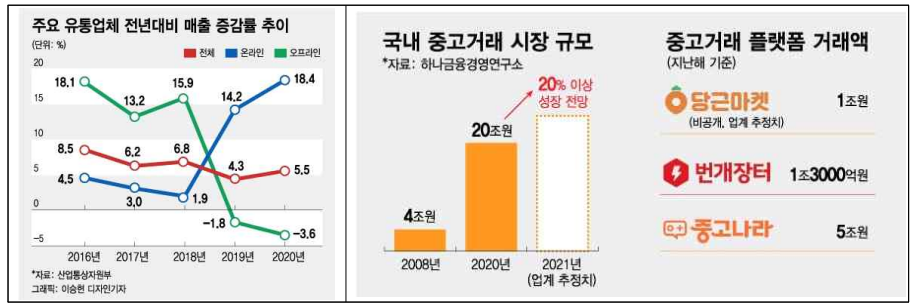
- 패션의류 전공자 및 청년들에게 자기만의 특별한 디자인을 실행할 기회와 창업기회 제공
- 소규모 세탁, 봉제, 재단업체들과 협력하여 판매수익을 분배, 상생의 가치창출(GIG경제)

④ 리터칭 패션 전문 브랜드 개발

- JAJU, 무인양품 같은 독립 브랜드를 구축하고 친환경 리싸이클 제품 판매 브랜드 런칭
- 향후 의류뿐만이 아닌 생활에 쓰이는 다양한 제품으로 업사이클링 제품을 제작하여 다각화

2-2. 창업아이템 실현 및 구체화 방안

1) 창업 시장분석



◦ 중고거래 시장 온라인에서 모바일로 시장이동

- 국내 중고거래 시장 규모는 개인 간 거래라는 특성상 정확한 추산이 어렵지만 10년 전 약 5조 원 안팎에서 2020년 기준 20조 원 규모로 성장한 것으로 추정됨.
- '식사동 구제거리' , '동묘시장' 등 오프라인 장터 위주였던 의류 중고거래는 2003년 '네이버 카페 중고나라'가 등장하면서 급격히 온라인으로 이동.
- 2015년 지역기반 중고거래 서비스 '당근마켓'이 나오고, 2014년 법인화 된 중고나라가 2016년 모바일 앱을 내놓으면서 시장은 모바일 중심으로 재편됨.

2) 경쟁시장 분석

경쟁사 분석				
구분	당근마켓	쿠팡	번개장터	중고나라
로고	당근마켓	coupang	번개장터	중고나라
슬로건	'당신 근처의 마켓 동네기반 이용자 간 중고거래 플랫폼	"로켓 배송", "당일 배송", "새벽 배송" 쿠팡맨 서비스	전국을 우리동네처럼, 택배거래를 직거래처럼	우리나라, 그리고 중고나라 국내 최대 중고거래 플랫폼
이용자	순이용자(MAU)1325만	순이용자(MAU)2000만	순이용자(MAU)284만	순이용자(MAU)74만
장점	위치기반 지역 커뮤니티 플랫폼 복잡한 절차 없이 동네 사람을 직접 만나 물건을 확인하고 거래할 수 있는 직관적 사용법(수수료 0)	반품제품을 '상' '중' '하' 등급으로 중고판매 전국 180여 개의 물류센터와 1만 명이 넘는 배송직원 10년 간 빅데이터 수집	직거래에서 발생가능한 거래사고 방지를 위한 "번개페이"' 시스템, '우수 전문상점 인증제' 도입 등으로 신뢰확보 실시간 앱내 택배사 연결, 예약, 결제 서비스	2003년 네이버카페로 시작. 두터운 수요층 안전결제 시스템 도입 A.I 기반의 중고거래 모니터링 및 전담부서인 '중고나라 클린센터' 설치
단점	C2C 직거래가 대부분 로컬업체 광고수익 의존_이용자 트래픽 중심 비즈니스 모델로 단순한 수익구조	중고거래 전문사업은 신규런칭 예정으로 후발주자 쿠팡맨 등 근로자 처우에 대한 부정적 인식	직거래 거의 없음 대부분 택배거래로 운영되며, 사용자 연령층이 낮아 타사에 비해 수익성이 낮음	기존 블로그 기반의 UX,UI로 앱 기반에서도 이용자 불편호소 빈번한 거래사고 발생 업자들의 판매글 도배로 신뢰감 하락

○ **모바일 기반의 이커머스 공룡기업의 참여로 시장의 변화 예고**

- 현재 사용자 수 기준으로 보면 당근마켓이 1위, 그 뒤를 '번개장터'와 중고나라, '헬로마켓' '옥션중고장터' 등이 잇고 있으며 공룡 유통사 "쿠팡"도 중고거래 시장의 진출예정
- 현재 2,300만 명에 육박하는 사용자 규모와 거대한 자체 물류 인프라를 보유한 이커머스 공룡 쿠팡이 중고거래 시장에 뛰어들면서 시장의 판도가 바뀔 것으로 전망.

3) 경쟁력 확보방안

C2C 기반 중고의류 거래 플랫폼+리사이클링을 통한 착한소비 전략으로 시장 차별화

○ **환경과 사회문제를 동시에 해결할 수 있는 상생 네트워크 구축**

- 환경적 측면 : 섬유 쓰레기로 인한 환경오염을 스마트한 의류 폐기 유도로 가치창출
- 사회적 측면 : 패션 전공자나 골목상권과 연계하여 상생경제 도모, 일자리 창출

3. 성장전략 (Scale-up)

3-1. 창업아이템 비즈니스 모델 및 사업화 추진성과

가. 사업화 추진성과 목표

구분	최종 산출물	수량	완료 일정
단기(협약 기간 내)	"DROP"모바일 앱 개발	1	'24.09.01.
중·장기 최종 산출물	ML/DL기반의 초개인화 플랫폼으로 성장	1	'26.06.15.

* 달성 세부목표

최종목표	세부목표
모바일 앱 개발	소비자 의뢰 및 사진 업로드 기능
	Inference 속도(latency) 및 처리량(throughput) 구현
	앱 2종 출시(android, ios)
PG 연결	결제 시스템 연동
	안전결제 기능 구현

3-2. 창업아이템 시장 진입 등 사업화 전략

1) 목표 시장

TAM/SAM/SOM 분석



① **TAM – 국내 중고거래 시장규모 (20조원)**

- 2023년 중고거래 시장규모는 20조원 추정(자동차 제외)
- 2008년 시장규모 4조원에 비해 5배 이상 성장

② **SAM – 중고 의류거래 시장규모 (5조원)**

- 전체 시장규모 20조원 X 25%
- 2023년 한국리서치 조사기준 중고거래 중 의류판매 비중 25.4% 반영

③ **SOM – 중고 의류거래 MZ세대 목표시장 (3천억원)**

- 유효시장 규모 X 60% X 10%(목표 점유율)
- 2020년 3월 굿리치 조사에 따르면, 중고거래 플랫폼 이용자의 60%가량은 MZ세대

2) 시장진입 전략

○ MZ세대를 타겟으로 가치와 경험소비 촉구

- 2020년 3월 굿리치 조사에 따르면, 중고거래 플랫폼 이용자의 60%가량은 MZ세대
- 합리적 소비 촉구 : 신제품 대비 저렴한 가격구성으로 가성비 즉, 가격대비 만족도 제공
- 소유보다 경험추구 : 경험을 추구하는 MZ세대의 특성, 세상에 하나 뿐인 '레어템' 제공

○ 프리사이클링을 주제로 무브먼트 전개

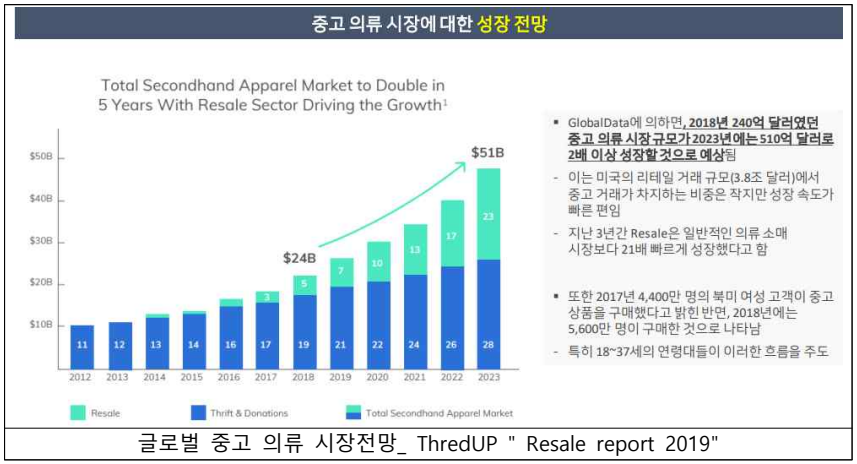
- 커뮤니티 플랫폼 : 중고물품을 통해 온정을 나누고 환경문제에 대한 착한소비를 인증함
- 친환경 운동 : 리사이클, 업사이클링을 넘어 소비를 하기 전부터 폐기물을 최소화하하는 친환경적 소비태도인 프리사이클링을 주제로 다양한 사회적 의류소비 문화운동을 전개

3) 매출계획

구분	매출액(단위:원)			
예상매출	구 분	1차년도(2024년)	2차년도(2025년)	3차년도(2026년)
	매 출 액	900,000,000	2,700,000,000	4,500,000,000
	매출원가	270,000,000	810,000,000	1,350,000,000
	매출총이익	630,000,000	1,890,000,000	3,150,000,000
	판매및관리비	360,000,000	1,080,000,000	1,800,000,000
	영업이익	270,000,000	810,000,000	1,350,000,000
산출근거	1. 연간 중고의류 판매대행 수수료 : 6억원 - 월간 중고의류 판매 안전결제 수수료(5%) : 객단가 평균 50,000원X5%X2만명=5천만원 - 판매금의 10%는 리워드로 디자이너에게 제공, 기부자에게는 기부 포인트(5%)제공 2. 연간 인앱 광고수수료 : 3억원 - 인앱광고 객단가 : 50,000원X500명=2,500만원 - 의류 오픈마켓 및 친환경 에코 비즈니스 소품, 악세사리, 운동화 등 다각화 --- * 매출원가는 총 매출액의 30% 설정(재료원가, 제조 공정비) * 판매관리비는 총 매출액 40% 설정 (3인 인건비, 임대비, 오픈마켓, 광고 지급수수료 외) * 영업이익 매출액의 30% 기준으로 산정함. * 월간 활성이용자 수(MAU) : 2022년 2만명, 2023년 6만명(300%), 2023년 10만명(500%)			

3-3. 사업 추진 일정 및 자금 운용 계획

3-3-1. 사업 전체 로드맵



글로벌 중고 의류 시장전망_ ThredUP " Resale report 2019"

○ MZ세대를 중심으로 리세일 시장의 급격한 성장

- GlobalData에 의하면, 2018년 240억 달러였던 중고 의류 시장 규모가 2023년에는 510억 달러로 2배 이상 성장할 것으로 예상됨.
- 미국의 리테일 거래 규모(3.8조 달러)에서 중고거래가 차지하는 비중은 작지만 성장속도가 빠른 편임. 특히 지난 3년간 Resale은 일반적인 의류 소매시장보다 21배 빠르게 성장.
- 특히 18~37세의 연령대들이 이러한 흐름을 주도했음을 주목

2) 시장 진출 전략

Segmentation	Targeting	Positioning
글로벌 리세일 온라인 마켓에 제품, 브랜드 입점.	K문화에 관심 있고 역직구 등 구매 경험이 있는 동남아시아 MZ세대	중저가 리터칭 패션 전문 브랜드로 포지셔닝

< 사업 추진일정 >

추진내용	추진기간	세부내용
1. 기획 및 설계	2024.09.~2024.11.	사업기획 및 기본계획 설계
2. 사업 파트너 협의체 구성	2024.10.~2024.12.	대학 및 기업, 지자체 파트너십
3. 시스템 아키텍처 설계 및 서버구축	2024.12.~2025.03.	서버 및 아키텍쳐 기본설계 수립
4. 앱개발, UI/UX 및 대시보드 설계	2025.02.~2025.03	서비스 앱 개발
5. 디자이너 Pool 구성	2025.04.~2025.05.	학생 및 소상공인 모집
6. 앱 시제품 개발	2025.05.~2025.06.	앱 시제품 출시
7. 앱 성능 및 서비스 점검	2025.06.~2025.07.	성능점검 및 보완
8. 필드테스트 및 만족도 조사	2025.07.~2025.08.	서비스 시장 테스트

3-2-2. 협약기간('24.4.~'25.1.예정) 내 목표 및 달성 방안

계량 목표	매출 10억 달성	• 2023년 창업 1년차 매출 1.3억 달성(2023.7~12) • 현재 유튜브 자체 채널 구독자 5.1만명(1개월에 1만명 이상 증가 추세), 유튜브를 통해 플랫폼으로 유입, 구도자 증가속도를 고려할 시 6개월 안에 110억 매출 달성 가능 • 독립 플랫폼 출시로 시장선도
	고용창출 5인	• 현재 2인 고용완료 • 연구전담 인력 3인으로 추가하여 기업부설연구소 설립 • 벤처기업등록 및 일자리 안정을 위한 청년채움공채 등 도입
	투자유치 1억	• AC 대상 IR 실행, Seed 3억 투자유치 및 팁스 티켓 협상 • 기보벤처캠프, 신보네스트 외 다수의 배치 프로그램 참가 • 도전K스타트업 외 다수의 창업경진대회 참가
비계량 목표	특허등록	• 특허 2건 출원 중 1건 이상 등록
	유뷰트 채널 구독자	• 유튜브 구독자 50만명 이상 달성

< 사업 추진 일정(협약기간 내) >

추진내용	추진기간	세부내용
기획/설계/스토리보드	2024.4.1. ~ 2024.4.30.	개선사항 파악, 개발기능정의
시스템 분석/설계	2024.5.10. ~ 2024.5.30.	외주 개발업체 계약체결
사용자, 관리자 프로그램	2024.6.1. ~ 2024.6.20.	백엔드 개발
프로그램 커스터마이징	2024.7.15. ~ 2024.7.30.	커스텀 기능 연동
앱 시제품 출시	2024.8.15. ~ 2024.8.30.	2종 시제품 출시
사용자 테스트	2024.9.1. ~ 2024.9.30.	테스트베드
앱 마켓등록 및 영업개시	2024.10.1. ~ 2024.12.30.	영업 실시

3-3-3. 사업비 집행계획

- 신청과제의 사업화의 필요한 자금은 프로그램 개발을 위한 개발자 영입에 따른 단기인건비 및 앱 외주개발비가 약 1억이 소요될 것으로 예상함. 또한 시제품 출시 후 초기 이용자 확보를 위한 학원 B2B영업을 위한 영업 전담인력 2인을 확보하기 위한 인건비 및 영업비용으로 1억원이 소요될 것으로 추정함.
- 이 중 1억원을 해당 과제 지원금으로 개발에 소화하고, 시드 투자 1억 유치를 통해서 사업화 자금의 동력을 마련할 계획임. 2024년 내 제품출시와 더불어 소수의 외주 개발사업을 진행하여 단기 매출 10억 달성으로 TIPS 프로그램에 진출하고자 함.

< 사업화자금 집행계획 >

비 목	산출근거	금액(원)
인건비	• 고급기술자 1명 (인건비350만원X1X10개월X50%) • 중급기술자 1명 (인건비250만원X1X10개월X60%) • 초급기술자 1명 (인건비200만원X1X10개월X60%)	44,500,000
재료비	• 스토리지비 (20만원X10개월)	2,000,000
임차료	• 서버임대비용(25만원X10개월)	2,500,000
기자재 구입비	• App 개발관련 기자재 구입비	6,000,000
외주용역비	• 앱 시제품 개발비 : 20,000,000	20,000,000
기술서적구입비	• 관련 기술서적 및 샘플자료 구입비	2,000,000
지급수수료	• 국내 업사이클링 관련 전시회 참가비(100만원x4회)	4,000,000
출장비	• 교통비(10만원X2인X10회) • 숙박비(10만원X2인X10회)	4,000,000
홍보물제작비	• 제품 카탈로그 제작비(300만원) • 제품 홍보영상 제작비(400만원) • SNS 홍보 채널 운영비(50만원X4개월)	9,000,000
시험비	• 성능 시험 및 인증비	3,000,000
지재권취득비	• 특허 및 상표권 출원비용	3,000,000
합 계		**100,000,000**

4. 조직구성 (Team)

4-1. 기업구성 및 보유 역량

4-1-1. 대표자 및 기업 현황

○ **대표자 현황 및 역량**

학력	기 간	학 교 명	전 공	학위
경력	근 무 기 간	근 무 처		담 당 업 무
		근무처명	주요실적	
기타 실적	-			

< 재직 인력 고용현황 >

현재 재직 인원(대표자 제외)	2 명	추가 고용계획(협약기간 내)	3 명
순번	직위	담당 업무	보유역량(경력 및 학력 등)
1	이사		
2	CTO		

4-1-2. 협약 기간 내 인력 고용 및 활용 계획

< 추가 고용 및 활용 계획 >

순번	주요 담당업무	요구되는 경력 및 학력 등	채용시기
1	S/W 개발	IT분야 전공 학사 이상	'24. 5.
2	AI 개발자	코딩, LLM 생성형 알고리즘 개발 경력	'24. 5.
3	영업 인력	영업전문가	'24. 5.

4-1-3. 외부 협력 현황 및 활용 방안

순번	파트너명	보유역량	협업방안	협력 시기
1				~ 23.04
2				~ 23.01
3				~ 23.04

4-2. 중장기 ESG 경영 도입계획

순서	구분	내용
1	환경	① 에너지 사용 절감 : 사내 CRM 도입 및 고객과의 종이나 문서가 아닌 SaaS 기반의 서비스를 통해 에너지 소비를 줄이는 방안을 도입함. ② 업무과정에서 발생 가능한 폐기물 배출을 최소화하기 위해 이면지 사용, 개인 텀블러 이용, 대중교통 이용 등을 원칙으로 함
2	사회	① 청년실업문제 개선 : 현재 인력 및 신규채용 인력을 30대 청년고용을 늘려 청년실업 문제륿 해결하고, 자사 서비스를 통해 사회적 지출 비용을 혁신적으로 줄이고자 함 ② 수익공유(법인전환) 영업이익 및 투자유치 활동을 통해 1년 이내 법인으로 전환을 실시하여 직원에 대한 성과보상금 제도 및 정관 내 주식매수선택권 조항을 넣어 스톡옵션을 제공할 것
3	지배구조	① 직원참여 제도: 형평성있고 합리적인 기업경영을 위해 직원의 참여제도를 신설하여 소수의 의견을 반영하고 처우를 개선하는 등의 노력 실시