

사업계획서

-제품명: CLEEVE-



담당자:한세원

목 차

I. 기업개요 및 현황

1. 개요 및 연혁

II. 사업아이템

1. 사업 아이템 기획배경
2. 사업아이템 기술개발 요약

III. 사업화 전략

1. 사업화 추진계획
2. 수익모델 및 영업이익
3. 기대효과

(붙임1)

[국내/외 매출 발생 현황]

구분	발생기간	단위	금액	주요 매출처 및 내용
국내	2020.01 ~ 2020.12	KRW	24,145,000	제품디자인 외주작업

[개발대상 기술(제품, 서비스 등) 지식재산권 보유 현황]

순번	구분	일자	진행현황	출원 및 등록번호	지식재산권(특허)명
1	제품	2020.05.07	등록완료	제30-1058185호	디자인등록증

[지원사업 참여 이력]

순번	지원 기간	사업명	주관기관	수혜내용
1	2020.03 ~2020. 12	창업성공패키지	중소기업진흥공단	사업화 지원금 100,000,000 수혜

I. 기업개요 및 현황

1. 개요 및 연혁

기업명	JABEZ(야베스)		
아이템 요약	CLEEVE : 간편하게 자신만의 스타일로 환경을 지키자		
대표자명	한세원	사업자등록번호	508-10-64962
대표자 휴대전화	010-4537-8120	대표자 이메일	ghghttp@gmail.com
기업 주소	울산 남구 달동 125-6 202호		
설립일	2019.04.12	직원수	1명

II. 사업아이템

1. 사업아이템 기획 배경

[컵슬리브] :

- ① 우리 모두가 익히 알고 있으며, 매일매일 사용하는 제품
- ② 정의: ' 차갑거나 뜨거운 음료를 마실 때, 컵에 끼우는 홀더'
('한번쓰고 버리는' 혹은 '위생 ' 이라는 키워드가 존재하지 않음)
- ③ 컵 슬리브는 카페에서 제공하는 일회용 컵 혹은 빨대와 같이 사용자의 위생과 관련성이 높은 제품은 아님
- ④ 하지만, 대부분의 사람들은 첨부된 사진처럼 컵 슬리브를 일회용으로 사용하여 버렸고, 버리고 있으며, 앞으로도 버릴 것임



II. 사업아이템

1. 사업아이템 기획 배경

[컵 슬리브가 한번 쓰고 버려지는 이유] :

① 사용자의 친환경적 의식 및 행동의 부족

② 컵 슬리브 자체가 일회용으로 사용되게끔 설계 및 제작이 됨(낮은 내구성 및 내수성으로 인해, 쉽게 찢어지고 젖음)

즉, 제품을 사용하는 소비자의 일방향적인 잘못이 아닌 제품 자체를 일회용으로 사용되게끔 제작된 점이 근본적인 원인

II. 사업아이템

1. 사업아이템 기획 배경

[다회용 컵 슬리브] :

- ① 앞서 소개한 일회용 컵 슬리브의 문제점들을 해결하기 위해 시장에 출시된 친환경의 메시지를 담은 제품
- ② 소재의 변화를 통해, 종이가 가진 한계성(낮은 내구성 및 내구성)을 극복
- ③ 일회용 컵 슬리브의 문제점을 해결한 다회용 컵 슬리브를 직접 휴대하고 사용하는 소비자가 많지 않음

즉, 일회용 컵 슬리브의 근본적인 문제점을 해결하였음에도 불구하고 다회용 컵 슬리브는 여전히 소비자의 관심 밖의 영역임

II. 사업아이템

1. 사업아이템 기획 배경

[디자인적 차별화] :

- ① 제품이 담고 있는 메시지가 훌륭하더라도, 제품이 사용자에게 제공하는 심미성이 부족하다면 구매를 일으키기 힘들
- ② 기존 시장에 판매되는 다회용 컵 슬리브들은 소재의 변화만 추구하였고, 수 십년동안 동일한 디자인과 형상의 컵 슬리브에 어떠한 변화도 주지 못함
- ③ 소비자들이 업사이클링 브랜드 '프라이탁(Freitag)'의 제품을 구매하는 결정적인 'Selling Point'는, '**친환경 제품**'을 사용하는 나의 모습보다는 '**친환경임과 동시에 매력적이고 이쁜 제품**'을 사용하는 나의 모습을 보기 위함

즉, 사업아이템(CLEEVE)은

- ① 한번 쓰고 버리는 일회용이 아닌, 다회용 컵 슬리브
- ② 수십년 동안 고착화된 컵 슬리브의 형상과 디자인을 파괴하고, 새로운 형상과 디자인을 제시
- ③ 로우 웨이스트(Low Waste)의 가치를 줌과 동시에 '카페베네'의 브랜드 정체성을 담은 매력적이고 이쁜 제품

II. 사업아이템

2. 사업아이템 기술개발 요약



-제품 형상 :

- ① 컵슬리브의 '원'의 형상이 아닌 '직사각형'의 모습을 띄고 있음
- ② 양쪽 날개를 접고 펼 수 있으며 양쪽 날개를 접을 시, 신용카드와 유사한 형상과 규격을 보유하며, 날개를 폈을 시, 컵에 끼울 수 있음

(예시 자료)

II. 사업아이템

2. 사업아이템 기술개발 요약



-제품 전개도 :

- ① 제품이 전달하고자 하는 시각 메시지 투영
- ② '카페베네'의 브랜드 이미지에 적합한 일러스트 작업

(예시 자료)

II. 사업아이템

2. 사업아이템 기술개발 요약

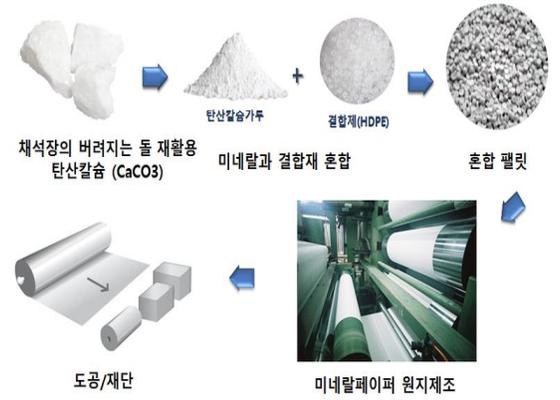


미네랄페이퍼 환경인증

- C2C (Cradle to Cradle): 국제 친환경 제품 인증
- RoHS: 전기전자제품 유해물질 사용제한 지침
- REACH: EU 신화학물질관리제도
- FDA: 미국 FDA 식품 포장재 안전기준 충족. (ST,SP 제품)





채석장의 버려지는 돌 재활용
탄산칼슘 (CaCO3)

탄산칼슘가루 + 결합제(HDPE)

미네랄과 결합제 혼합

혼합 펠릿

도공/재단

미네랄페이퍼 원지제조

자원취득 단계	제조 단계
<ul style="list-style-type: none"> - 숲 보호(Tree-Free) - 채석장, 광산에서 버려지는 돌 재활용 (탄소중립) 	<ul style="list-style-type: none"> - 물 사용하지 않음: 수질보호 - 에너지 사용 저감 - 온실가스발생량 저감(저탄소제품)
재활용 및 폐기 단계	사용 단계
<ul style="list-style-type: none"> - 가치 저하 없는 재활용 - 광분해(흙에서 흙으로) 	<ul style="list-style-type: none"> - 무표백 - 유해화학물질 안전 - 중금속 안전

-제품 외피(미네랄페이퍼)

- ① 벌목을 통한 나무로 생산된 종이가 아닌, 채석장에 버려지는 '돌'을 재활용 하여 생산
- ② 방수성, 내구성 등의 물성특성과 가공 및 인쇄적성이 우수

II. 사업아이템

2. 사업아이템 기술개발 요약

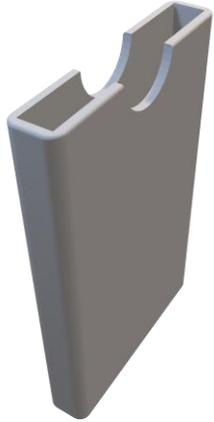


-제품 내피(솔리톤 펠트지)

- ①미네랄페이퍼 안쪽에 점착
- ②결로현상에 의한 수분 흡수 및 단열성 확보
- ③가공의 용이성

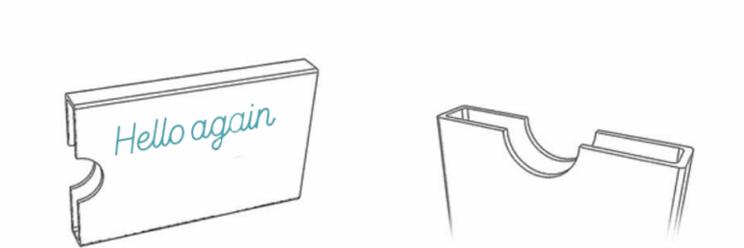
II. 사업아이템

2. 사업아이템 기술개발 요약



-제품 케이스 :

- ① 본 제품(다회용 컵 슬리브)를 케이스에 삽입하여 휴대성 증진
- ② '카페베네'의 브랜드 이미지에 맞는 디자인 작업 가능
- ③ 제품 양산시, ABS 혹은 페플라스틱을 재활용한 소재 활용 예정



(케이스 예시)

III. 사업화 전략

1. 사업화 계획

CAFFE BENE

[Hello Green 캠페인] :

- ① '코로나19'로 인한 일회용 컵 슬리브의 사용 증가
- ② 매장에 비치된 일회용 컵 슬리브를 부분적 제공(사용자 요청시)
- ③ '카페베네'의 본 제품(다회용 컵 슬리브)을 구매한 소비자에게 보상 (Reward) 제공 (텀블러와 동일한 금액 할인 등의 리워드 기획)
- ④ 성수동 카페 거리 '카페베네' 매대판매를 통한 시범화 판매 기획

III. 사업화 전략

2. 수익모델

[수익모델] :

- '카페베네' 오프라인 매장 내 매대 판매를 통한 판매 수익

[제품 판매에 따른 영업이익] :

- 2021년 제품 목표 판매량: 20,000EA

- 제품단가: 13,000(원)

- 영업수익: 13,000(원) x 20,000EA = 260,000,000(원)

- 영업비용(매출원가, 판매 및 관리비) = 80,000,000(원)

- 당기순이익: 180,000,000(원)

- 영업이익률: 69%

- 수익배분 및 로열티: 협의

III. 사업화 전략

3. 기대효과

- '카페베네'에서 본 제품을 출시 시, 다음의 기대효과를 전망 :

① 브랜드 노출:

a. 컵 슬리브의 경우, 걸어다니는 '옥외광고판'

b. '카페베네'의 본 제품을 소비자가 휴대하고 사용함에 따른 브랜드 노출 및 광고 효과를 거둘 수 있음

② 친환경 기업 이미지

a. 본 제품을 통해 '카페베네'의 친환경적 기업 이미지 확보 가능

b. '카페베네'의 친환경적 행보를 통해, 기존 고객에게는 충성심을 확보할 수 있으며, 신규 고객에게는 부드럽게 접근 및 노출이 가능

③ 새로운 도약

a. 저가형 커피를 제공하는 프렌차이저를 제외하고, 대부분의 대형 커피 프렌차이저들의 가격, 맛, 품질 등이 상향 평준화 (카페 시장은 큰 변동이 없이, 고착화된 상태)

b. 'Hello again' 이라는 새로운 슬로건에 부합하는, '카페베네'의 트렌디한 디자인의 친환경 굿즈를 바탕으로 재도약의 발판을 삼음과 동시에 사회 및 소비자들에게 긍정적인 메시지를 전달