

Green Life

Green Life

Green Life

사업계획서



BUSINESS PLAN

Green LIFE ○○

(주) ○○

전화 000-000-0000
팩스 000-000-0000



CONTENTS

1. 사업의 개요
2. 주요생산제품
3. 제품의 효과
4. 시장동향 및 전망
5. 마케팅전략
6. 부문별 사업계획
7. 수익성·경제성

Green Life

Green Life

Green Life

1. 사업의 개요



Green LIFE OO



- 회사의 일반현황
- 사업추진현황
- 사업내용 및 개발동기
- 기대효과
- 사업분야
- 경영방침 및 비전

1. 사업의 개요



회사의 일반현황

Green LIFE Green LIFE Green LIFE

회사명	○○	대표이사	○○○
설립일	0000년 00월 00일	본사	○○시 ○○구 ○○동 ○○번지
자본금	50,000,000원	주식수	10,000원/ 5,000주
사업자등록번호	123-45-64890	업태	제조, 도매
법인등록번호	123456-1234567	종목	도정기, 무역

성명	직위	주민등록번호	주요경력
○○○	대표이사	123456-1234567	주식회사 ○○ 대표이사
○○○	이사	123456-1234567	○○중앙회 ○○ ○○영업소 운영
○○○	이사	123456-1234567	○○ A/S 기술지원
○○○	감사	123456-1234567	○○ 공장장

1. 사업의 개요



2002년 4월 10일	현미도정기 판매 및 양곡상 운영
2003년 8월 1일	현미도정기 판매 및 개발추진
2004년 1월 3일	○○대학 테크노센터 산학협동기술제휴
2004년 1월 30일	정미기용 미강 수거함 실용신안출원 (NO. 제0000-0000000호)
2004년 1월 30일	정미기용 압력조절판 조절장치 실용신안출원 (NO. 제 0000-0000000 호)
2004년 2월 28일	시제품 완성
2004년 3월 5일	홈쇼핑업체 판매추진 협의 및 제품시연회 완료 (월30,000대 물량 협의)
2004년 4월 13일	정미기용 미강 수거함 실용신안 등록 (NO. 제0000000호)
2004년 4월 13일	정미기용 압력조절판 조절장치 실용신안 등록 (NO. 제 0000000 호)
2004년 5월 10일	○○생활협동조합 제품시연회 개최
2004년 7월 1일	○○대학 창업보육센터 입주
2004년 7월 9일	주식회사 ○○ 설립 (대표이사 ○○○, 자본금 50,000,000원)

1. 사업의 개요



사업내용 및 개발동기

Green LIFE Green LIFE Green LIFE

사업의 주요내용

시장은 꾸준히 현미에 대한 연구와 관심이 높아지고 있으며, 일반소비자 중심의 사회적 인식 증대뿐만 아니라 식이요법을 주치료로 하는 당뇨병 환자 등 만성질환(성인병)자에게 있어서 필수적인 치료제의 성격을 가지기 때문에 가정용 현미도정기의 시장이 안정적으로 형성되어 있다.

따라서 주식회사 OO는 전국민의 주식인 쌀(밥)을 소재로 끊임없는 연구개발 끝에 본 제품을 개발하는 데 성공하였으며, 이는 기존 도정기를 획기적으로 개선한 특허등록제품으로서 최근 건강과 웰빙에 대한 인식증대와 함께 홈쇼핑,할인점을 통한 일반가정에 판매하여 도정기 시장에서의 독점적 지위를 확보할 계획이다.

또한, 지속적인 R&D를 통하여 웰빙관련 가전제품의 출시와 함께 웰빙가전 전문제조기업으로 자리매김할 계획이다.

현미는 영양이 가장 많은 쌀의 배아를 섭취할 수 있어 건강식으로도 많이 애용하고 있으나, 특성상 섭취의 어려움이 있어 좋은점을 알면서도 애용하기 어려운 실정이다. 따라서 본 제품은 현미의 영양을 그대로 섭취하면서 일반 쌀의 취약점인 도정 즉시 산화/부패되는 특성을 보완하여 언제든 필요한 양만큼 즉시 도정을 함으로서 살아있는 쌀(生米)로 가공하여 먹을 수 있기 때문에 특히 밥맛이 아주 좋은 것이 특징이다.

사업 개발동기

건강한 삶과 행복한 생활은 인류가 꿈꿔가는 영원한 이상이다.(웰빙문화의 확산)

하지만 최근 산업의 발달로 편리성과 풍요를 선사한 반면, 수많은 현대병(성인병)이 등장하고 있으며, 이로 인하여 건강에 대한 간절한 욕구로 건강식품이 범람하면서 많은 부작용을 초래하고 있는 것이또한 현실이다.

따라서 본 사업은 영양가치가 풍부하게 있고, 우리 민족의 기초식품이고 또한 주식인 쌀을 기본으로 하고, 특히 쌀에서 영양이 가장 많은 배아를 섭취할 수 있는 이른바 ‘현미’를 가정에서 즉시 도정할 수 있는 웰빙 가전제품을 제조/판매하여 국민식생활 및 식문화 개선에 앞장설 수 있을 것으로 판단하여 본 사업을 추진하게 되었다.

그리하여 우리 고유의 천연식품인 현미를 널리 보급하여 현대병인 비만, 당뇨,혈압, 아토피성 피부염, 변비, 동맥경화, 신경질환, 그리고 암예방과 치료에도 도움을 주고자 한다.

1. 사업의 개요



기대효과 Green LIFE Green LIFE Green LIFE

쌀 수입개방 대처

2006년부터 쌀수입 완전 자유화가 우리 고유의 농업기반과 식탁을 위협하고 있으며, 이에 따라 저가의수입쌀에 대항하기 위하여 그 대안으로 우리의 신도불이 식품인 현미를이용하여 당당히 대응하고, 수출을 통한 외화획득에도 일익을 담당하고자 한다.

쌀소비 촉진 기여

쌀(밥)은 한국인의 전통 주식으로서 오랫동안 우리와 함께하였으며, 우리 농업기반을 지키는 중요한 역할을 하고 있다. 하지만 쌀수입개방과 함께 값싼 저품질의 쌀에 대응하여 더 높은 영양과 맛으로 소비자들에게 충분한 어필이 가능함.

가계 보조

현미는 백미보다 19배나 많은 미량의 영양소(미네랄, 효소, 비타민)가 함유되어 있어 백미의 섭취량보다 30%정도 소식을 할 수 있어 4인가족 기준 630,000원/년을 절약할 수 있으므로 현미의 주식화를 통한 가계경제에도 기여할 수 있다.

식품의 안정성 확보

본 제품은 가정에서 손쉽고 간편하고, 또 청결하게 도정할 수 있는 특허제품으로서 먹기에 좋고, 즉석에서 찜어 먹을 수 있으므로 항상 햅쌀 같은 밥맛을 즐길 수 있다. 또, 일본에서 발표한 바에 따르면 백미가 오히려 농약의 해악이 높은 것으로 판단됨

국민건강증진

5분도에서 7분도 이내로 도정된 쌀을 장기간 식음하게 되면 22가지 필수영양소로 인해 기초체력이 강해지고 당뇨, 고혈압, 동맥경화 등 성인병을 예방하고, 빈혈, 등노화방지에도 뛰어난 효과를 가짐.

식문화 기여

현미는 'Golden Rice'라 하여 남녀노소, 환자 뿐만 아니라 건강과 미용을 동시에 얻을 수 있으며, 어린이들의 두뇌회전 촉진에도 뛰어나며, 다이어트에도 탁월한 효과가 있다. 그리고 미각(밥맛)을 개선할 수 있는 획기적인 제품임.

1. 사업의 개요

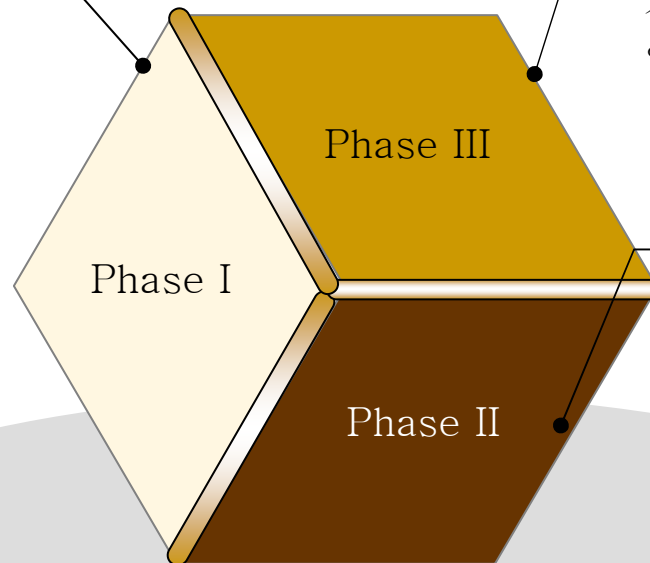


사업분야 Green LIFE Green LIFE Green LIFE

가정용 도정기 제조/판매

청정지역에서 생산된 신선한 벼를 원료로 하여 정미소(R.P.C)에서 벼의 왕겨층만 한번 벗겨낸 현미(1분도)를 밥하기 직전에 2분도에서 백미까지 원하는 분도의 쌀과 미강(쌀눈+쌀겨)을 쉽게 분리해 내는 특허기술제품의 신개념 가정용 현미 도정기를 제조/판매한다.

기존의 백미를 대용할 수 있는 현미는 최근 우리의 주식으로 큰 관심을 받고 있다. 특히, TV, 신문 등의 매스컴에서 현미에 대한 프로그램을 다수 방영하고 있으며, 현미를 이용한 다양한 상품이 출시되고 있다. (현미밥, 현미죽, 현미고추장 등) 또한, 일본에서는 현미를 이용한 건강법이 유행하고 있다.



가정용 웰빙 가전제품 개발/판매

지속적인 R&D를 통하여 건강과, 안전, 환경을 생각한 소비자들의 니즈에 맞는 가정용 웰빙 가전제품을 개발/판매하여 지속적인 수익확보와 국민건강증진에 일익을 담당하고자 한다.

(프랜차이즈화)

현미 및 쌀식품 가공, 공급

건강에 대한 관심 증대와, 웰빙족의 등장과 함께 기존의 백미보다는 잡곡이나 현미 등과 같은 건강식 위주로 변화하고 있는 추세이며, 바쁘고, 편리성을 강조하는 현대인의 욕구에 맞는 즉석 도정한 현미쌀을 인근가정에 온라인/오프라인을 활용하여 청정농산물과 같이 수시 배달/공급체제를 실현하고, 또 현미를 활용한 제품(발아현미기 등)개발을 통하여 꾸준한 시장개척 및 창출을 위한 노력을 경주한다.

1. 사업의 개요



경영방침 및 비전

1. 수치지경영

- 안정된 재무구조, 목표에 의한 관리
- 금융기관 및 정부기관과의 높은 신용등급 유지

2. 선진경영

- 조직의 효율화 : 구성원 개인의 책임과 직무, 권한의 적절한 조화

3. 인재경영

- 우수인재 우대정책 : 개개인의 공정한 평가제도를 뿌리내리고, 창업시부터 전문인력의 연봉제 적용
- 교육훈련강화 : 구성원의 정예화, 기술습득 및 경영학습에 대한 공정한 교육기회부여

4. 기술경영

- 끊임없는 연구개발을 통해 국내 웰빙전자제품 산업의 선도적역할담당

5. 환경경영

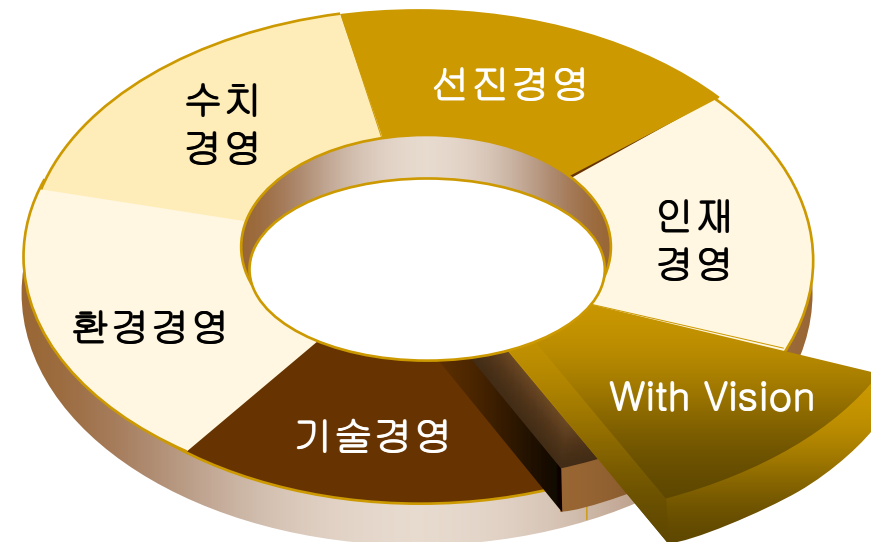
- 환경친화적이고, 안전한 제품을 제조,판매

❖ 지속적인 R&D 및 신제품 연구개발, 출시

❖ 친환경제품, 건강제품의 생산을 통한 고객감동 실현 기업

❖ 제조원가절감을 통한 '가격만족' 실현

❖ 신속하고 정확한 납기 준수



Green Life

Green Life

Green Life

2. 주요생산제품



Green LIFE OO



- 제품내용
- 경쟁제품
- 경쟁력 및 특성
- 특허등록현황
- 제조공정도

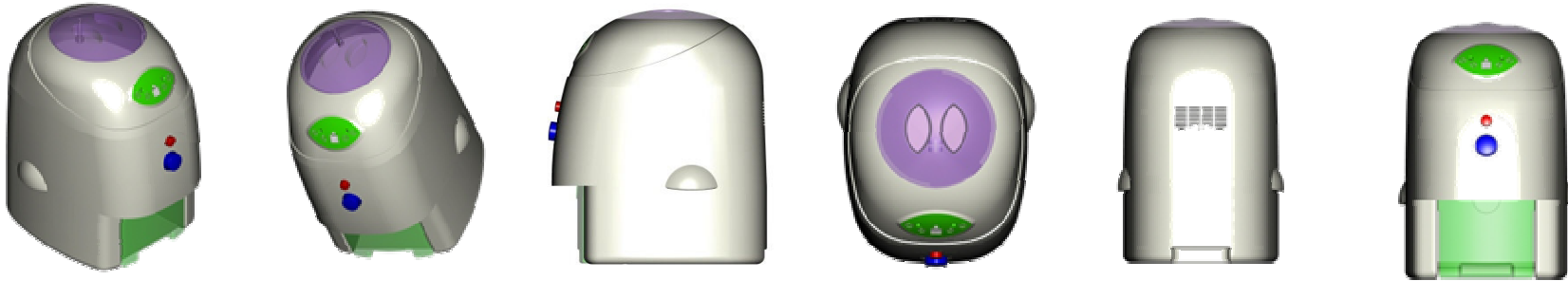
2. 주요생산제품



제품의 내용

Green LIFE Green LIFE Green LIFE

본 제품은 건강에 좋은 현미를 일반가정에서 쉽고, 간편하게 즉석도정이 가능하도록 고안, 설계된 도시 가정용 현미도정기임.



최근 웰빙 열풍과 더불어 건강과 안전, 환경을 우선으로 생각하는 소비자들의 등장으로 현미에 대한 인식이 높아지고 있는 추세임. 하지만 현미의 조리법이 까다롭고 불편하여 가정에서 원하는대로 분도 조절이 가능한 가정용 현미도정기의 수요가 증가하고 있음.

그중 대부분의 현미 도정기 생산업체들은 믹서기방식의 도정방법을 채택하여 이는 칼날회전에 의해 쌀알이 깨어지는 단점과 오랜 시간의 도정시간 등 많은 단점이 있음.

또한, 일부 농촌형 도정기 생산업체에서는 스쿠루 회전공법을 적용하고 있으나, 소음이 심하고 디자인이 조잡하고, 또한 판매가격이 높아 시장에서의 경쟁력을 상실하여 시중에 유통이 어려웠던게 사실이다.

하지만 우리 주식회사 OO는 혁신적인 생산방법과 특허기술을 적용하여 획기적으로 소음을 개선하였으며, 외관이 미려하고, 가격이 저렴하여 시장경쟁력을 확보, 국민건강증진에 앞장설 수 있을 것으로 확신한다.

2. 주요생산제품



구분	밀레 생미기	미엔미 건강방아	생생 현미기	참숯 현미방아
제조원	○○○	○○○	○○○	○○○
가격	197,000~330,000원	340,000원	330,000원	440,000원
모델사진				
도정방식	회전날방식 (믹서기 타입)	회전날방식 (믹서기타입)	스크류방식	스크류방식
용량	600g	600g	600g	5Kg
단점	<ul style="list-style-type: none"> •사용의 불편 •쌀통이 따로 필요함 •청소가 번거로움 •미강수거가 불편 •도정량120g/분 	<ul style="list-style-type: none"> •사용의 불편 •쌀통이 따로 필요함 •청소가 번거로움 •미강수거가 불편 •도정량120g/분 	<ul style="list-style-type: none"> •소음이 심함(95db) •쌀통이 따로 필요함 •청소가 번거로움 •미질이 좋지 않음 •도정량120g/분 	<ul style="list-style-type: none"> •청소가 번거로움 •미질이 좋지 않음 •전력소모가 많음 •도정량160g/분 •가격이 너무 높음

2. 주요생산제품



경쟁력 및 특성

Green LIFE Green LIFE Green LIFE

기계소음

60db(데시벨)이하로 기계소음을 극소화
기존제품의 가장 큰 단점은 TV, 전화기 벨소리 등을 듣지 못할 정도로 기계소음이 컸으나, 본 제품은 모터의 개발과 친환경 방음제를 국내 유일의 특허개발기업과 기술제휴 및 교류를 통하여 개발, 제조되어 기계소음을 극소화 하였음.

제품경량화와 미려한 디자인

기존 철판프레스 제품과 달리 플라스틱 사출제품이기에 무게가 경량화 되어 주부들도 가볍게 들 수 있을 정도이며, 외형디자인과 다양한 색상을 선택할 수 있는 아트형 제품이다.

편리성

10Kg까지 저장이 가능한 쌀통기능을 첨가하여 한번 구매하면, 또 다른 쌀통 필요없이 원하는 시간에, 원하는 분량, 원하는 분도로 즉석에서 쌀을 찜을 수 있도록 하였음.

도정방식의 획일화

본 제품의 도정방식은 기존의 칼날회전에 의해 강제도 깎는 방식을 탈피해 종합미곡처리장에서 채택하고 있는 스크루 회전에 의해 현미 스스로 부딪혀서 도정하는 방식, 즉 스크루 회전공법을 채택하여 미질의 우수성과 미강의질이 아주 부드럽게 하였음.

생산성 극대화와 우수한 가격경쟁력

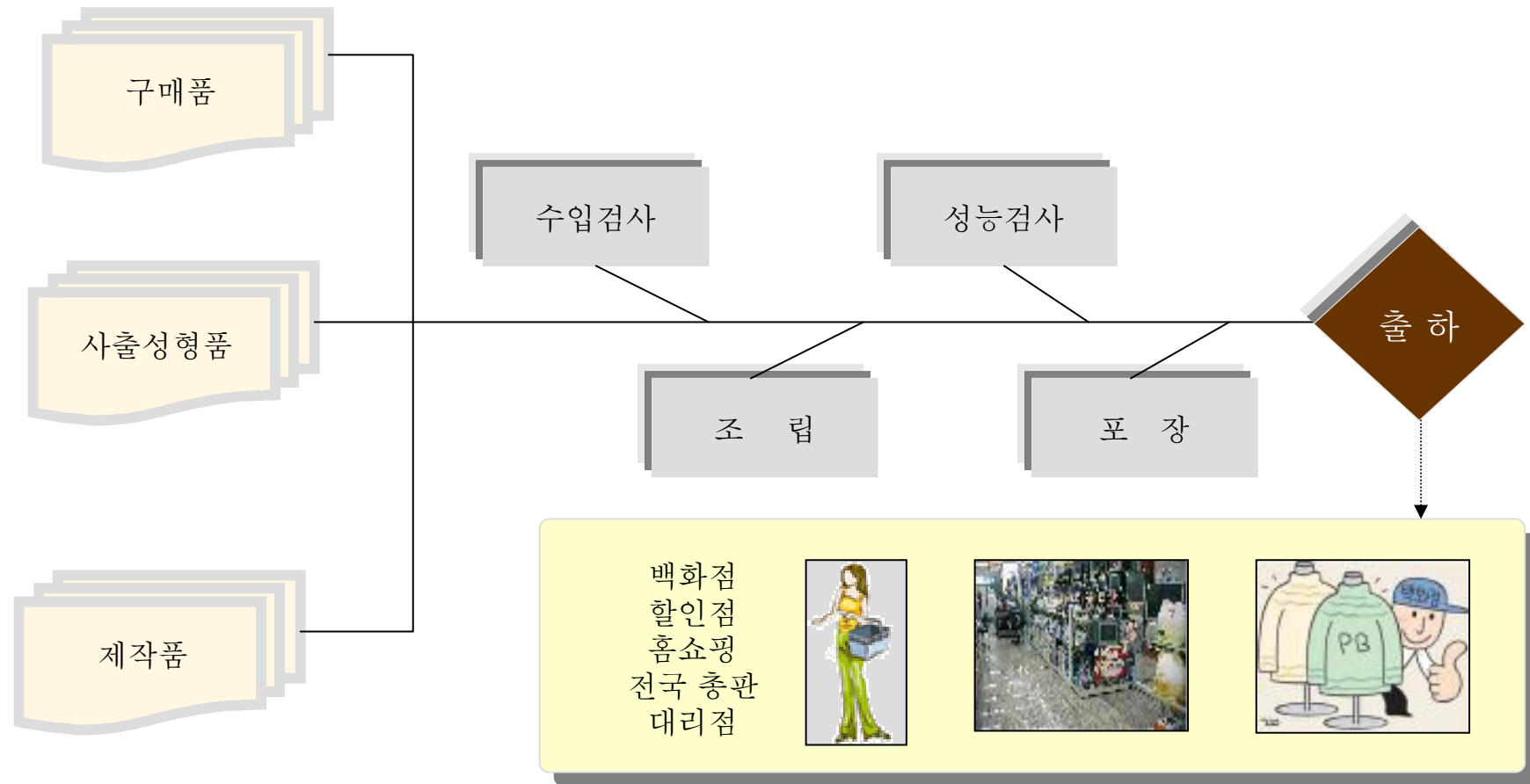
본 제품은 적은 인원으로도 조립생산을 원활하게 할 수 있도록 모든 부품을 금형화해 생산성을 극대화시켰으며, 기존 제품의 50~70% 가격으로 우수한 가격경쟁력을 확보하였음.

- 도정정도의 임의조작(분도조절) : 2분도에서 백미까지 도정의 정도를 사용자가 원하는 대로 간편하게 스위치로 조작, 조절할 수 있다.
- 도정소요시간 단축 : 4인가족기준 450g/분
- 디지털 스위치 : 모든 전기 스위치를 디지털화하여 어린이나 노약자 등 누구나 손쉽게 사용할 수 있도록 설계하여 안전하고 편리한 시스템을 구축하였음.

2. 주요생산제품



 제조공정도
Green LIFE Green LIFE Green LIFE




2. 주요생산제품



실용신안등록

정미기용 압력조절판 조절장치 (제0348674호)



실용신안등록증


등록 제 0348674 호 출원 번호 제 2004-0002271 호
 출원 일 2004년 01월 30일
 등록 일 2004년 04월 13일

고안의 명칭 정미기용 압력조절판 조절장치

실용신안권자 등록 사항권에 기재

고안자 조분규(520102-1675027)
 대구 북구 천산1동 1226-8번지

위의 고안은 실용신안법에 의하여 실용신안등록
 원부에 등록되었음을 증명합니다.
 2004년 04월 13일

특 허 정 

이 실용신안권은 기술품 요건만을 심사하여 등록되었으므로 침해자에 대하여 권리를 행사하기 위해서는 기술평가에 의한 등록유지결정을 받아야 합니다.




등록사항

실용신안 등록 제 0348674 호

실용신안권자 주식회사 스페카(180111-0468264)
 부산광역시 중구 중앙동 4가 78-14 성산빌딩 303

심제기(610124-1110131)
 부산광역시 금정구 남산동 967-29 (7/5)




2. 주요생산제품



실용신안등록

정미기용 미강 수거함 (제0348673호)



실용신안등록증

등록 제 0348673 호 출원 번호 제 2004-0002268 호
 출원 인 2004년 01월 30일
 등록 인 2004년 04월 13일

고안의 명칭 정미기용 미강수거함

실용신안권자 등록 사항란에 기재

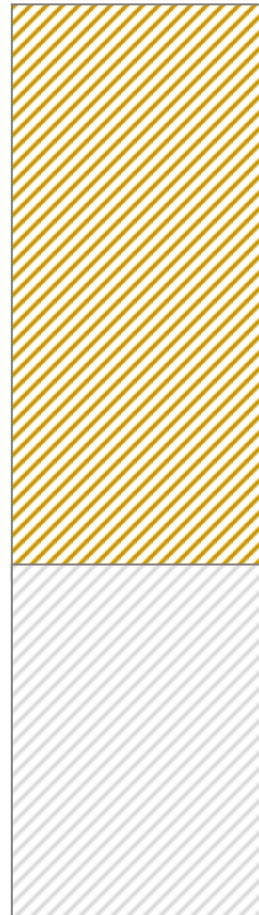
고안자 조분규(520102-1675027)
 대구 북구 침산1동 1226-8번지

위의 고안은 실용신안법에 의하여 실용신안등록
 원부에 등록되었음을 증명합니다.
 2004년 04월 13일

특 허 정



이 실용신안권은 기초적 요건을 충족하여 등록되었으므로 침해자에 대하여 권리를 행사하기 위해서는 기술평가에 의한 등록유지결정을 받아야 합니다.




등록사항

실용신안 등록 제 0348673 호

실용신안권자 주식회사 스펙카(180111-0468264)
 부산광역시 중구 중앙동 4가 78-14 성산빌딩 303

심제기(610124-1110131)
 부산광역시 금정구 남산동 967-29 (7/5)



Green Life

Green Life

Green Life

3. 제품사용 효과



- 현미란 무엇인가?
- 현미의 영양성분
- 현미의 효능
- 미강의 특징과 효능
- 관련기사

3. 제품사용 효과



현미란 무엇인가?

Green LIFE Green LIFE Green LIFE

백미(쌀) 는 도정 되는 순간부터 산화,부패가 시작된다

현미에서 백미로 바뀔 때의 양적인 손실은 10%로서, 이것을 씻으면 13.4%의 손실을 보게 된다. 여기서 각종 영양분의 손실도로 살펴보면 비타민 B1이 75%, 나이아신 70%, 철 60%, 비타민 B2 58.1%, 인 42.9%, 칼슘 33.3%, 단백질 14.6%로서 매우 엄청난 수준의 영양분이 손실되고 있다.

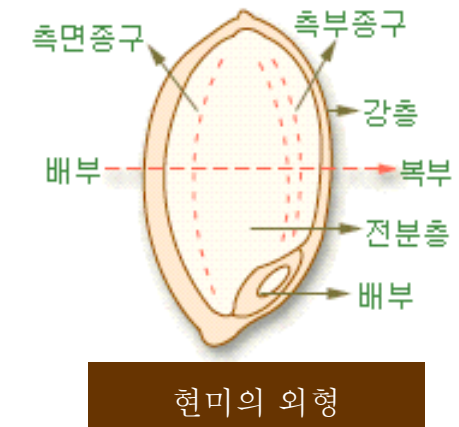


쌀은 벼의 껍질 즉 외피(外皮)를 벗겨서 만든 것으로 현미란 살아 있는쌀(生米)로 벼의 외피 즉 왕겨만 1번 벗긴 쌀이다.

겨층이나 배아(쌀눈),배유가 전부 함유된 쌀로써 맛과 영양소가 산화하지 않는 특징이 있다. (일물 전체식품)

이에 반해 백미는 10번이상 겨층을 제거한 쌀(死米)로서 단백질,지방,탄수화물만 포함하고 있으며 현미의 전체 영양분 중 5%만 차지한다.

정미기술이 발달되지 않은 그 시대의 쌀이 바로 현미다. (현미는아무리오래되어도 조건만맞으면새로운생명을탄생시킨다)



3. 제품사용 효과



현미의 영양성분

Green LIFE Green LIFE Green LIFE

현재 삶의 질에 대한 관심 고조로 인하여 건강식품에 대한 선호도가 크게 증가하고 있으며 특히 당뇨병, 간 질환, 바이러스 감염, 비만, 암 환자 수는 매년 크게 증가하고 있으며 그 시장 규모 또한 비례적으로 증가하고 있다. 특히 영양가가 높고, 당뇨병과 암 등을 예방, 치료에 효능이 있는 현미(현미가공품)와 관련된 시장은 더욱 빠른 속도로 성장하고 있기 때문에 시장에서의 전망이 매우 밝은 편이다.

영양성분 비교

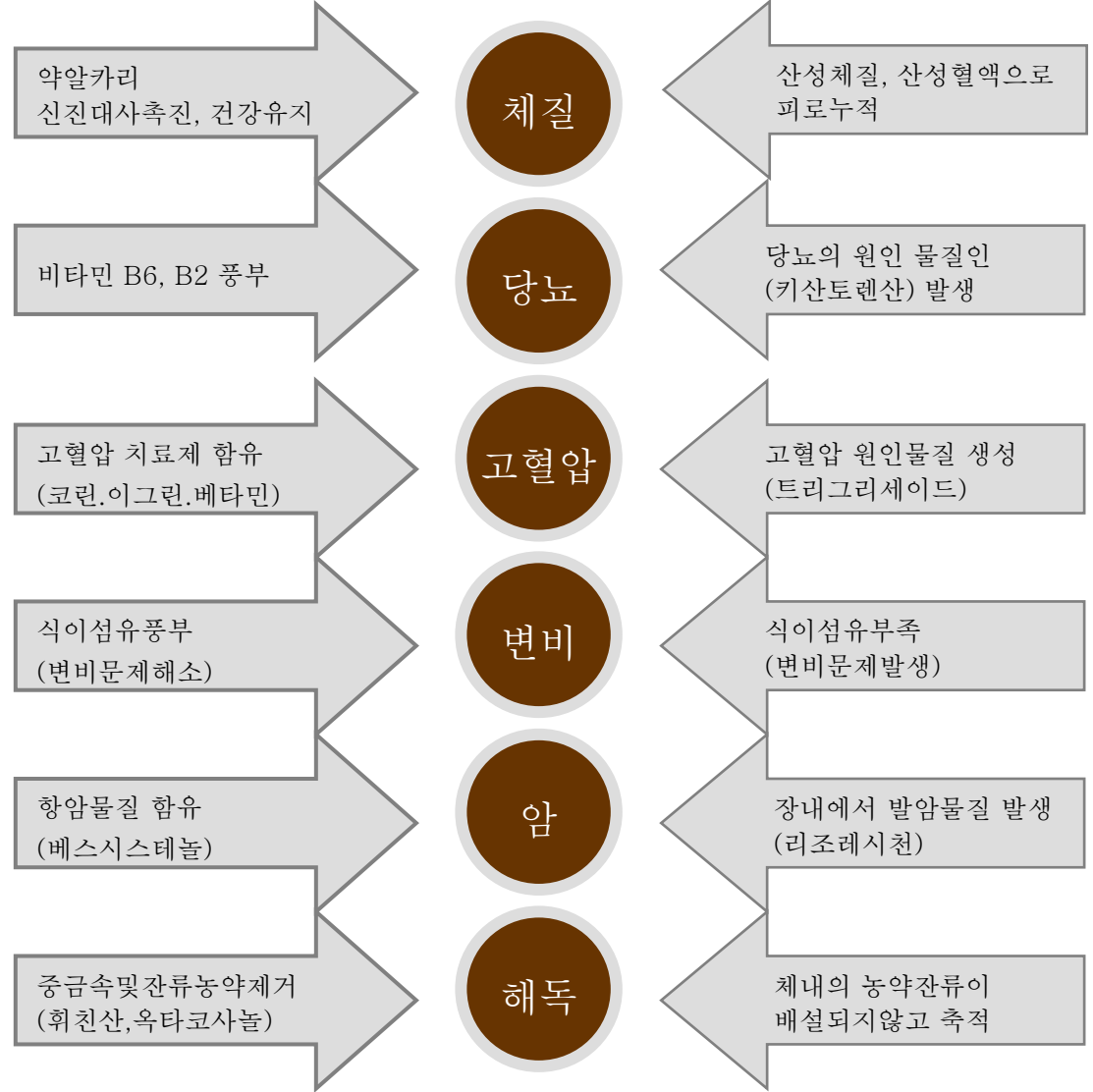
식품명	열량 (kcal)	단백질 (g)	지방 (g)	당질 (g)	섬유 (mg)	회분 (mg)	칼슘 (mg)	비타민			
								B1 (mg)	B2 (mg)	니아신 (mg)	C (mg)
현미	351	7.4	3.0	71.8	1.0	1.3	10.3	0.54	0.06	4.5	0
7분도미	356	6.9	1.7	74.7	0.4	0.8	7.0	0.32	0.04	2.4	0
백미	366	6.8	1.0	79.6	0.4	0.5	5.0	0.15	0.03	1.5	0
밀가루 (중력분)	350	10.4	1.1	74.6	0.2	0.4	12.0	0.20	0.05	1.0	0

3. 제품사용 효과



현미의 효능
Green LIFE Green LIFE Green LIFE

백미와 현미의 영양비교



3. 제품사용 효과



미강의 특징과 효능

미강이란! 미강의 강 자는 한자로 '糠(겨, 강)'이라고 쓰는데 이는 '米(쌀 미)'자와 '康(편안할 강)'자가 결합된 글자로, 쌀겨가 우리의 몸을 튼튼하고, 건강하게 만드는 각종 영양소가 풍부하게 들어 있음을 시사하고 있어서 이 글자를 만든 선인들의 지혜에 놀라움을 금치 못한다.

이러한 미강은 현미의 껍질 즉 계층(과피, 종피, 호분층)과 쌀눈으로 구성된 가루로 쌀의 영양분의약95%가 미강에 집결되어 있으며, 양질의 단백질과 식이섬유 및 각종 비타민과 미네랄이 함유되어 있다.

- ① 미강의 구성성분은 수분13.5% 지방18.4% 당질38.3% 섬유7.8% 회분8.9% 비타민B12.5mg이다.
- ② 콜레스테롤과 중성지방 감소로 고혈압 동맥경화 치유효과
- ③ 뇌세포 기능 활성화를 통한 집중력과 기억력 상승효과
- ④ 피부미용, 알레르기, 간질환효과
- ⑤ 미강에는 농약, 중금속 제거 성분인“휘친산”이 다량 포함되어 있어 농약 걱정은 하지 않아도 된다.
- ⑥ 중금속과 잔류 농약의 해독작용, 숙변제거와 대장의 연동운동 활성화.

미강의 특징

미강의 풍부한 영양성분이 혈액순환을 좋게 하고, 인간본래의 자연치유력을 활발하게 하고, 혈액을 적절한 약알칼리성으로 보존하게하고, 체내의 노폐물이나 유해중금속을 배출시킨다.

- ① 아침 기상 시 머리가 맑아지고 피곤이 완전히 풀린다.
- ② 피부에 영양공급, 미백효과, 생체유지 능력이 있어 주근깨, 피부노화에 좋다.
- ③ 변비가 없어진다.
- ④ 어깨 빠근, 요통, 알레르기 등에 좋다.
- ⑤ 위장병, 간장병, 신장병, 감기, 고혈압, 저혈압이 호전된다.
- ⑥ 부부생활 원만, 생리불순, 생리통, 각종 피부병, 갱년기 장애, 빈혈, 식욕 증진 등에 효과가 있다.

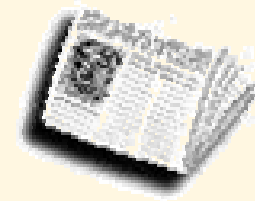
미강의 효능

3. 제품사용 효과



관련기사 Green LIFE Green LIFE Green LIFE

- 현미 '지구력 높이고 [동맥경화 막아줘](#)' (한국일보 2002.2.3)
- 고식이섬유 현미-[치질예방](#)(매경이코노미 2002.3.28)
- 고혈압을 내리는 ‘감마오리자놀(Gaba)’ [대장암 예방](#)하는 IP6 (Joins.com[건강/생활] 2001.12.02)
- 담배를 끊지 못하는 골초들...그나마 해악을 줄이려면 [골초들은 현미를 먹어라](#) (매일경제 2002.08.29)
- 백미는 산성, 현미는 약알카리성 : [체질개선, 아토피성 피부 개선](#)
- [신경성 속쓰림](#)엔 현미죽을(매일경제 2002,7.26)
- [치매](#) 예방에 좋은 음식(국민일보 2002.09.15)
- [뇌졸중](#) 예방에 좋은 음식(한국경제 2002.10.11)
- 일본열도에 부는 黒風-흰쌀보다 현미 (매일경제 2002.05.16)
- [혈당상승억제](#) 식이섬유 풍부(한국경제 2002.2.17)
- 현미식은 [혈액 건강의 원천](#)
- [어린이 신경성 위염](#)-현미식으로 해결(소년한국일보 2002.3.17)
- 현미, [성인당뇨병](#) 위험 감소시켜 (연합뉴스,2002.5.8)
- [암 예방](#) 효과 있어(일간스포츠,2002.8.28)



Green Life

Green Life

Green Life



4. 시장동향 및 전망

- 산업패러다임
- 시장 주요동향
- 시장특성 및 추세
- 관련시장 동향

4. 시장동향 및 전망



사회구조의 변화

- ✓ 소비자 인식의 변화
(품질.기능성 > 안전성 > 가격)
- ✓ 쌀 수요의 차별화(연령, 건강, 레저)
- ✓ 간편 욕구 수요층의 증가
(노령자, 취업주부 증가)



식품 안전성에 대한 관심 고조

- ✓ 무공해 · 유기농 식품 선호
- ✓ 수입쌀(방부제/농약/GMO)에 대한 안전성 의문 제기
- ✓ 건강과 안전 우선주의



쌀 수입 개방

- ✓ 주식문화권 : 세계인구의 50%이상
- ✓ 쌀수입개방에 따른 국내 쌀산업 위협
- 저가의 고품질 쌀 수입 예상



소비자 욕구의 충족

- ✓ 실버산업용 현미쌀 및 가공품
- ✓ 쌀 소비문화 혁신
(포장 / 기능 / 유통의 차별화)
- ✓ 즉석에서 필요한 양 만큼의 원하는 수준까지 분도조정이 가능하도록 개발

믿을수 있는 식품

- ✓ 제품 안전성 확보(식품제조허가)
- 생산공정 차별화(현미, 기능성쌀)
- 환경 친화형 유기농 쌀
- ✓ 체질개선, 건강보강 등 다양한 욕구 충족과 치료, 예방기능

차별화 된 전략 수립

- ✓ 현미, 기능성쌀, 친환경농법 제품
제품의차별화(내수 및 수출지향)
- 기능 및 가격 차별화
- 다양한 수요층 개발
(병원, 학교급식등)

4. 시장동향 및 전망



시장 주요동향

Green LIFE Green LIFE Green LIFE

쌀시장 (양곡)	시장규모	10조원	곡물최대시장(국내곡물시장의 약35% 차지)
	소비량	527만톤/년	소비량 매년 감소추세 / 현미 및 기능성쌀 상승추세
	1인 소비량	87Kg/년	작년대비 1.5%수준 감소
	시장 점유율	농협 70%	점유율 하락추세
	소비형태	공급자주도	소비자가 찾아가는 형태 / 소비자 니즈 무시
	유통구조	일반유통	도소매업체 주도
도정기 판 매	시장규모	시장진입	뚜렷한 선두업체 없음
	시장전망	쌀통개념 확보	도시, 농촌 구분없이 생활가전으로 자리
도정기 렌 탈	시장규모	시장형성	경쟁업체 없음
	시장전망	제2의 정수기	생활필수품으로 자리 메김 (국내 렌탈시장 주력상품으로 활성화 가능)

4. 시장동향 및 전망



시장특성 및 추세

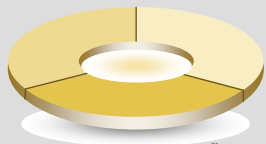
Green LIFE Green LIFE Green LIFE

- 일반미에서 고부가가치 유기농 또는 현미생산으로 전환모색
- 계약재배/예약판매/회원제 시스템 도입
- 산지 Name Value보다 품종, 기능 Value로 가치 이전

- 대형유통업체의 양곡직판 기능 활성화
- 온/오프라인을 통한 신유통 시스템 활성화

- 즉석정미 / 맞춤형 쌀 선호
- 현대인의 간편성, 편리성 추구
- 핵가족으로 인한 소량단위 포장 선호
- 친환경농법쌀(유기농, 자연농법 쌀) 선호
- 건강을 생각한 쌀 선호 : 현미식(건강식)

가정용/웰빙형 도정기 요구
즉석정미, 맞춤형 쌀의 필요성이 언론에 자주 등장



시장특성

- * 백미식 → 현미건강식(백미+미강)
- * 미강(쌀눈+쌀겨)이 건강식품으로 각광
- * 즉석도정 자판기 등장(무인판매기)예상
- * 가정용/식당용 소형 도정기 보급 활성화 예상
- * 즉석도정 전문점의 출현

일본의시장변화

- 백미식 → 현미건강식(백미+미강)
- * 미강(쌀눈+쌀겨)이 건강식품으로 각광
- * 즉석도정(정미) 자판기 등장(무인판매기)
- * 가정용/식당용 소형 도정기 보급 활성화
- * 즉석도정 전문점의 활성화
- * 지대미(포장) 코너 → 즉석정미 코너로 변화
- * 즉석도정/맞춤쌀/소포장(1-10Kg)상품활성화
- * 품종별 구분 판매
- * 무인자판기 등장(즉석도정/맞춤쌀 기능)

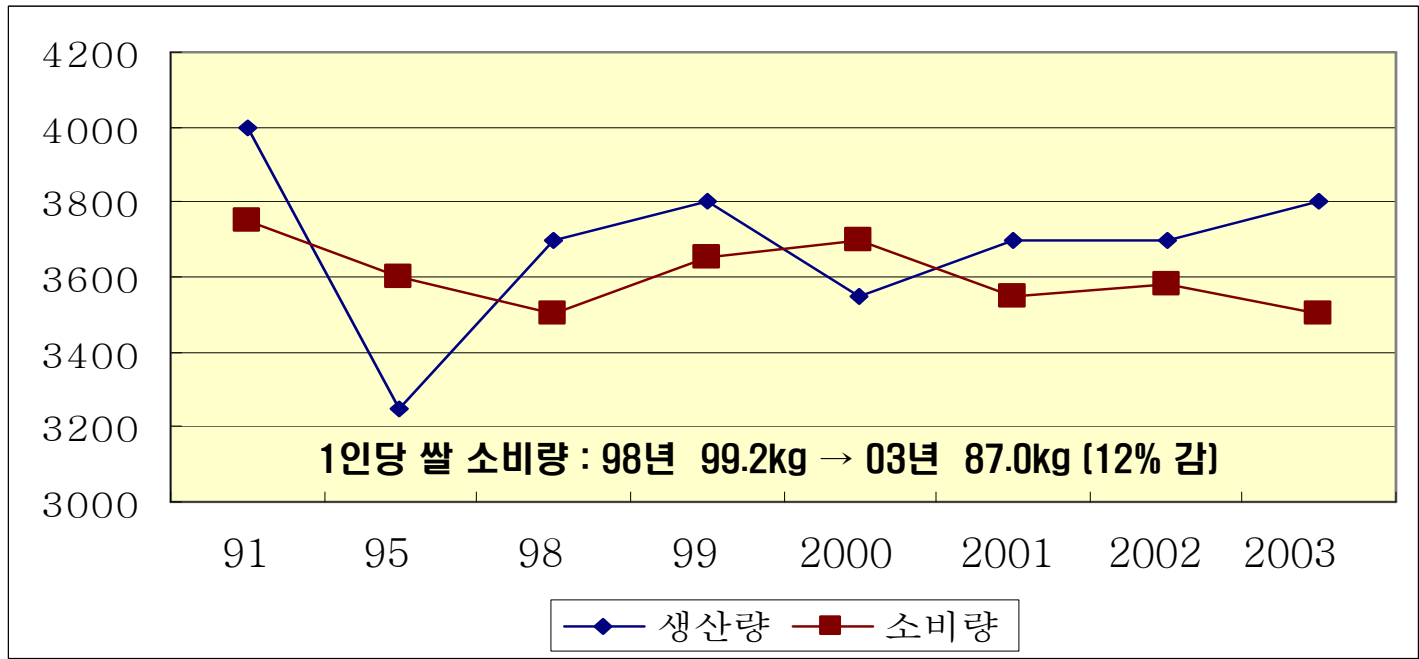
4. 시장동향 및 전망



관련시장 동향
Green LIFE Green LIFE Green LIFE

국내 쌀 생산량과 소비량 추이

- 생산량과 소비량 격차로 인한 쌀 수급의 불균형 심화
- 쌀 수입량의 점진적 증대로 인한 국내 쌀의 가격경쟁력 상실
- 쌀의 브랜드화 (고급화 및 품질경쟁시대 도래)
- 쌀 가공식품 시장의 급신장(생식 및 햇반 ,쌀 국수,쌀 푸레이크 등)



쌀생산량
91년 4,000만섬
↓
03년 3,800만섬

쌀소비량
91년 3,700만섬
↓
03년 3,500만섬

4. 시장동향 및 전망



■ 관련시장 동향 Green LIFE Green LIFE Green LIFE

기능성 쌀시장 동향

그러나 2003년 기능성 쌀제품에 한해서 부가세 면제조치로 일부 활성화 기반 마련, 식약청 기준에 의한 식품 분류로 제조 유통관련 규제는 강화됨. 7월 30일 이후 건보관련 법 제정 발효로 인한 시장 재편 가능성 고조

차별화된 기술력 및 제품력 부족으로 Leading Company 및 Product 부재

R&D 및 마케팅 능력을 보유한 쌀 전문기업 부재 -육종 방식에 의한 기능성 쌀 개발 능력 부재

식품군과 곡물 제품군의 개념 혼선으로 인한 정부규제장벽

2003년 기준하여 전체 쌀시장 규모(10조) 대비 1%가량.

매년 80%이상 성장하여 향후 5년 이내 전체쌀시장의 20% 점유 전망

(한국농촌경제연구원)

4. 시장동향 및 전망



Green LIFE Green LIFE Green LIFE 관련시장 동향

성인병 관련 동향

성인병이란? 잘못된 생활습관으로 인한 생활습관병으로, 처음의 증세는 몸에 큰 영향을 주지 않지만 점차 진행되어 다른 병과 합병이 되면 여러 가지 난치병을 발생시킨다. 성인병에는 고혈압, 당뇨, 비만, 동맥경화, 간장병, 심장병, 고지혈증 등이 있으며 심해지면 중풍, 암, 그 외 여러 가지 난치병을 일으키게 된다.
또한, 40대 이후의 중년기의 성인에게 많이 나타나고 사망률이 높은 질병을 성인병이라 하며 고혈압, 당뇨, 동맥경화, 비만, 고지혈증 등이 선행이 된 후에 중풍, 각종 암, 악성종양, 심장병, 간장병 등으로 진행되게 된다.

이러한 성인병은 10~20년 전에 비하여 한국의 평균수명은 늘어났고, 그 당시에 비하면 평균 10세 이상 연장되었다. 그러나 영양상태가 향상되고 항생제의 발달로 결핵·폐렴과 같은 무서운 감염증에 의한 사망률은 격감되고 있는 반면, 문화병이라고 할 수 있는 성인병이 늘어가고 있는 추세이다.

그리고 서양 각국에서는 이미 동물성 지방과 설탕의 지나친 섭취가 극단적인 비만·동맥경화, 그리고 특히 허혈성 심장병의 증가를 일으켜, 큰 사회문제가 되고 있는 실정이다.

또한, 한국에서도 최근 점점 식생활이 변화하여 서양형에 접근하고 있으며, 결국 그런 현상은 성인병의 증가를 가져오게 되어 2003년도에는 전 인구의 약20%가량이 성인병으로 추정되고 있다.

따라서 성인병 치료를 위하여 식생활이나 일상생활의 잘못된 점을 고쳐나가고 성인병으로부터 자신을 방어하는 일이 가장 중요하다.

“ 성인병 환자의 최우선 치료과제는 식이요법을 이용한 방법이며, 그중에서 현미의 주식화는 필수 요소임.

4. 시장동향 및 전망



관련시장 동향

당뇨병 환자 추세

최근에 국내 당뇨병환자가 급격하게 증가되고 있다. 이는 1970년대까지만 해도 당뇨병환자가 별로 많지 않았으나, 1980년대에 와서 갑자기 증가되기 시작하여 2003년에는 전 인구의 약5% 수준으로 추정하여 전국적으로 적어도 200만명 이상의 당뇨병환자가 있는 것으로 추정되어진다.

특히, 여자가 약3.4%로 2.3%수준인 남자보다 당뇨병 유병률이 높아 선진국형과 같은 추세를 나타내는 것으로 밝혀졌다.

이러한 당뇨병환자의 증가 추세는 과거에 비하여 식생활이 풍요로워지고 활동량은 적어졌으며, 의학의 발달과 마스크에 의한 홍보로 조기 발견이 많이 되고 있고, 당뇨병의 치료법이 개선되어 환자의 수명이 연장되고 있으며, 그들의 자손도 많아짐에 따라서 당뇨병에 걸릴 수 있는 소질을 갖는 인구가 증가됐다는 것 등을 들 수 있다.

미국 당뇨병 환자수가 미국 역사상 최고치를 기록했다. 미국 질병검역예방소(Center for Disease Control and Prevention)가 발표한 통계에 따르면, 2002년도 약1천만명의 미국 인구가 당뇨병 환자인데, 게다가 자신이 당뇨병 환자임을 모르는 별도의 추가 인구 6백만 명을 합하면, 총1천5백7십만명으로 집계되었다고 한다. 이같은 비율은 1958년도 160만명 환자 인구의 6배를 넘어선 수치이다. 당뇨병 환자의 급증은 미국의 경우만이 아니라, 전 세계적으로 1억2천5백만의 인구가 당뇨병을 앓고 있으며, 2025년엔 환자 수가 2배로 될 추세라고 <세계보건기 구>(WHO : World Health Organization)가 밝혔다. 1980년부터 1994년 동 안의 인종별 당뇨병 증가 추이를 보면, 흑인의 경우가 동 기 간 중 33%가 증가 했으며, 반면에 백인은 11%만 증가한 것으로 나타났다고 한다.

Green Life

Green Life

Green Life



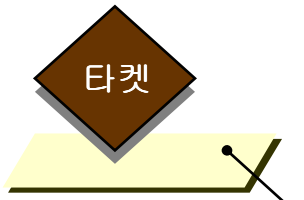
5. 마케팅전략

- 타켓시장과 점유율
- 마케팅전략
- 단계별 진입방법

5. 마케팅전략



타켓시장과 점유율



전국민의 20%가 성인병 환자임을 감안할 때, 연간 100만대 규모로 예상되며, 현재 시장 규모는 기존 출시된 제품들의 조잡함과 높은 가격으로 인해 크게 형성되지는 못하고 있음. 과거 녹즙기 시장의 활성화기와 시장조건이 비슷한 상황임을 감안하면 탁월한 성능의 제품이 출시되면, 시장규모가 커질 것으로 예상되며 현재 녹즙기 시장규모를 증가할 것으로 예상한다.

따라서 대당 가격을 약 30만원으로 계산하면, 연간 900억원 이상의 시장규모가 2년내에 형성될 수 있을 것으로 전망함.



*참고 : 연간 녹즙기 판매는 약 50만대 수준

구 분	1차년도	2차년도	3차년도	비 고
총시장규모	1,000만대	1,000만대	1,000만대	절대수치
활성시장규모	15만대	25만대	60만대	예상수치
당사 판매대수	6만대	12만대	36만대	
당사 시장점유율	30%	50%	60%	

5. 마케팅전략



米味 는 고객의 건강과 안전한 식생활 개선에 앞장서겠습니다.

단기전략

가정용 도정기 제조업체로서 독창적인 기능과 가격경쟁력을 바탕으로 한 시장런칭 및 도정기 전문제조업체로서 포지셔닝

중장기전략

디자인과 기능의 혁신을 통한 다양한 상품개발 및 신규제품 개발을 통하여 시장개척 및 웰빙가전 전문제조업체로서 포지셔닝

웰빙을 통하여 고객의 삶의 질을 제고하는 것을 미션으로 하는 웰빙가전 전문제조기업으로 핵심기술과 콘텐츠를 확보

1. 홈쇼핑을 통한 판매 : ○○홈쇼핑, ○○쇼핑 시연회 완료
2. 건강식품제조업체(판매조직) 전략적 제휴 (○○(주)상담완료, 전국대리점 104개점 입점 예정)
3. 생활협동조합 한살림 시연회 완료 (전국회원 150만명 추산, 유기농산물애용자 등)
4. 할인점 판매와 가전 대리점 입점 예상
5. 본사전국 총판 및 대리점 판매

가격

소비자 판매가를 298,000원으로 책정, 타사제품에 비해 충분한 가격경쟁력을 확보하였으며, 부품생산의 과학화로 판매/유통 마진폭을 효율적으로 설계, 가격 유동성 측면에서도 탄력을 가질 수 있으며, 타사제품에 비교해 우위를 점할 수 있다.

A/S

모터와 스위치의 디지털화로 과부하의 요인을 없애고, 최고의 안전성을 확보하고, 철저한 품질관리를 통하여 무결점 제품 출하 (A/S는 제품교환을 원칙으로 함)

영업

- 홈쇼핑 매체를 활용한 판매
- 건강식품 제조업체의 판매조직 활용
- 할인점, 가전대리점 판매
- 본사 총판 및 대리점 판매
- 인터넷 쇼핑몰 판매

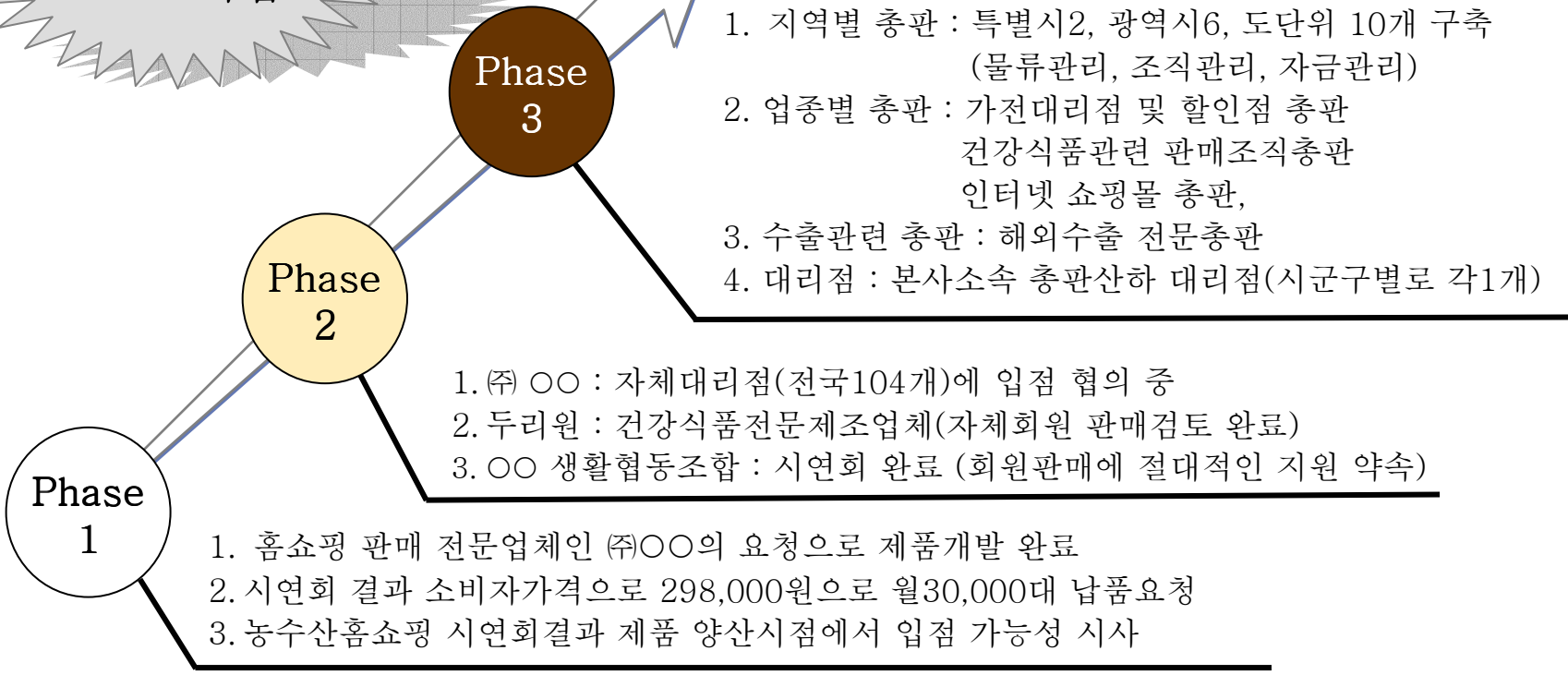
5. 마케팅전략




단계별 진입방법
 Green LIFE Green LIFE Green LIFE


**웰빙가전
NO.1 기업**

- 전국민의 20% 정도가 성인병(비만, 당뇨, 협압, 암) 환자의 최우선 과제인 식이요법에서의 필수적 과제인 현미식사의 편리성
- 홈쇼핑 딜러의 요청으로 제품개발 착수
- 웰빙열풍으로 건강에 대한 관심증대



Green Life

Green Life

Green Life



6. 부문별 사업계획

- 시설투자계획
- 자금 및 상환계획
- 생산 및 판매계획
- 조직 및 인원계획
- 재료비 계획
- 주요경영지표

6. 부문별 사업계획



시설투자계획 Green LIFE Green LIFE Green LIFE

공장계획

단위:천원

구 분	면 적	금 액	비 고
공장 임차보증금	300평	45,000	월4,500

차량/집기 계획

단위:천원

설비명	내 용	규 격	수 량	단 가	금 액
차량운반구	트럭	1.5톤	1	15,000	15,000
	지게차			10,000	10,000
	승용차	업무용	1	15,000	15,000
집기비품	전화	2회선	2	500	1,000
	팩스	2회선(인터넷 포함)	2	500	1,000
	집기 및 응접셋	책상, 응접셋 등	1	4,000	4,000
	사무OA	컴퓨터, 프린터	4	1,000	4,000
계					50,000

6. 부문별 사업계획



생산설비계획

단위:천원

설비명	규격	수량	단가	금액	비고
금형	금형개발	2벌	200,000	400,000	
C/B	450*810*12	4	10,000	40,000	
C/P SET	15HP	2SET	7,000	7,000	Air Dryer&Tank
작업대 1	900*1,800	10	600	3,000	
작업대 2	1,200*2,400	2	150	150	
Air pipe line	25Φ*50m	2	5,000	10,000	
전기배선	220V, 60Hz 3상	2식	5,000	10,000	배전판 2EA
조명기구	250W*450Φ	20	100	2,000	
Air공구	드라이버	20	300	6,000	일본산
기타공구	고무망치 외	3SET	500	1,500	
검사장비	법정검사장비	1SET	10,000	10,000	
기타 부속설비			20,000	20,000	
계				509,650	

6. 부문별 사업계획



감가상각계획

단위:천원

구 분	금 액	내용연수	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도	비 고
유 형 자 산								
토 지	-	-	-	-	-	-	-	
건 물	45,000	-	-	-	-	-	-	임 차
기계장치	509,650	8	159,520	109,591	75,289	51,723	35,534	정률법
차량운반구	40,000	5	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	정액법
집기비품	10,000	5	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	정액법
무 형 자 산								
창업비 등	4,000	5	800	800	800	800	800	정액법
합 계	608,650		170,320	120,391	86,089	62,523	46,334	
제조 원가			159,520	109,591	75,289	51,723	35,534	
판매관리비			10,800	10,800	10,800	10,800	10,800	

6. 부문별 사업계획



소요자금계획

단위:천원

구 분		소요자금	자기자금	타인자금	기타자금	비 고
시 설 자 금	공장건물	45,000	30,000	15,000		
	생산설비	509,650	0	509,650		
	소 계	554,650	30,000	524,650		
	차량운반구	40,000	20,000	20,000		
	집기비품	10,000	0	10,000		
	창업비	4,000	0	4,000		
	소 계	54,000	20,000	34,000		
시설자금		608,650	50,000	558,650		
운 전 자 금	당기제조비용 (a)	6,250,008	-	-		
	판매비와관리비 (b)	1,011,787	-	-		
	자금지출 없는 비용 (c)	205,189				
	- 퇴직충당금	34,869	-	-		
- 감가상각비	170,320					
1회전운전자금=(a+ b-c)/3개월		1,764,152	0	1,764,152		
총 소요자금 합계			50,000	2,322,802		

6. 부문별 사업계획



자금 및 상환계획
Green LIFE Green LIFE Green LIFE

차입금 상환계획

단위:천원

금융비용 (시설+ 운전)	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
	165,389	134,517	72,771	37,709	31,424
상환후잔액 (시설+ 운전)	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
	2,322,802	1,440,726	558,650	446,920	335,190

시설자금	차입금	558,650
	금 리	7.50%
운전자금	차입금	1,764,152
	금 리	7.00%

구 분	운 전 자 금			비 고
	자금상환	상환후잔액	금융비용	
1차년도		1,764,152	123,491	*1년거치 2년균등 분할상환 *금리 : 7%수준
2차년도	882,076	882,076	92,618	
3차년도	882,076	-	30,873	
4차년도				
5차년도				
합계			246,981	

구 분	시 설 자 금			비 고
	자금상환	상환후잔액	금융비용	
1차년도	-	558,650	41,899	*3년거치 5년균등 분할상환 *금리 : 7.5%수준
2차년도	-	558,650	41,899	
3차년도	-	558,650	41,899	
4차년도	111,730	446,920	37,709	
5차년도	111,730	335,190	31,424	
6차년도	111,730	223,460	24,092	
7차년도	111,730	111,730	16,236	
8차년도	111,730	-	8,118	
9차년도			-	
10차년도			-	
합계	558,650		243,275	

6. 부문별 사업계획



생산 및 판매계획

* 생산 및 판매계획은 동일한 것으로 가정

단위:천원

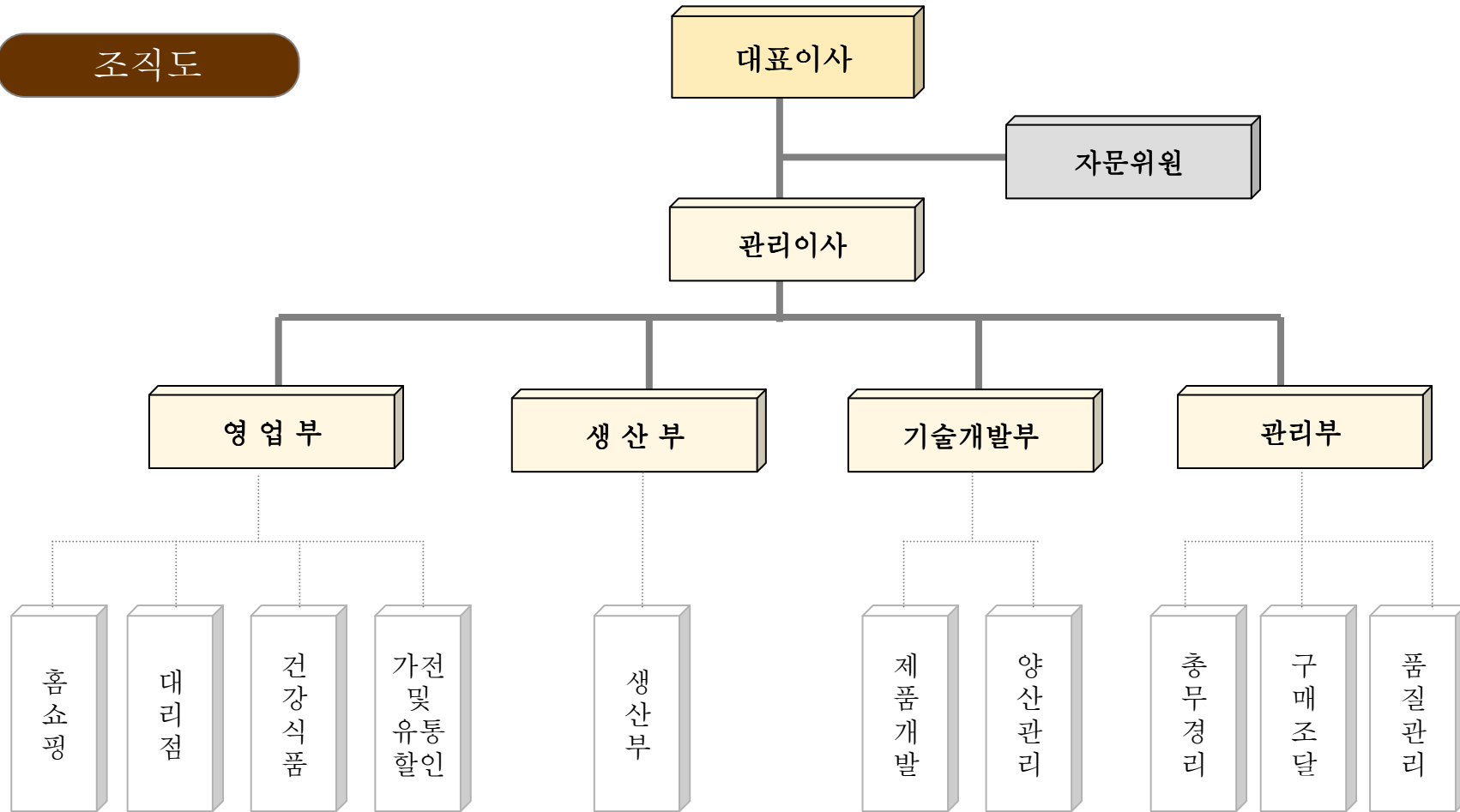
제품명		생산계획			판매계획		
		수량	단가	금액	수량	단가	금액
1차년도	도정기	60,000	120	7,200,000	60,000	120	7,200,000
	합 계	60,000		7,200,000	60,000		7,200,000
2차년도	도정기	240,000	120	28,800,000	240,000	120	28,800,000
	합 계	240,000		28,800,000	240,000		28,800,000
3차년도	도정기	240,000	120	28,800,000	240,000	120	28,800,000
	합 계	240,000		28,800,000	240,000		28,800,000
4차년도	도정기	360,000	120	43,200,000	360,000	120	43,200,000
	합 계	360,000		43,200,000	360,000		43,200,000
5차년도	도정기	480,000	120	57,600,000	480,000	120	57,600,000
	합 계	480,000		57,600,000	480,000		57,600,000

6. 부문별 사업계획



조직 및 인원계획
Green LIFE Green LIFE Green LIFE

조직도



6. 부문별 사업계획



사업연도별 인원계획

단위:명

구 분		1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
관 리 직	대표이사	1	1	1	1	1
	임원	1	2	2	2	3
	부장	-	1	1	1	1
	과장	1	3	3	3	3
	대리	-	2	2	3	3
	사무직원	4	10	10	10	14
	소계	7	19	19	20	25
생 산 직	과장	-	1	1	1	1
	대리	-	3	3	3	3
	기능공(남)	5	10	10	18	20
	기능공(여)	10	32	32	40	50
	숙련공	1	2	2	2	2
	소계	16	48	48	64	76
합계		23	67	67	84	101

6. 부문별 사업계획



1인당 연간 인건비

단위:천원

구 분		기본급	1인당 연간 인건비				
			급 여	상여금	수 당	퇴직금	합 계
관 리 직	대표이사	5,000	60,000	10,000	7,200	6,433	83,633
	임 원	2,500	30,000	5,000	3,600	3,217	41,817
	부 장	2,000	24,000	4,000	2,880	2,573	33,453
	과 장	1,500	18,000	3,000	2,160	1,930	25,090
	대 리	1,200	14,400	2,400	1,728	1,544	20,072
	사무직원	1,000	12,000	2,000	1,440	1,287	16,727
생 산 직	과 장	1,500	18,000	3,000	2,160	1,930	25,090
	대 리	1,200	14,400	2,400	1,728	1,544	20,072
	기능공(남)	1,000	12,000	2,000	1,440	1,287	16,727
	기능공(여)	800	9,600	1,600	1,152	1,029	13,381
	숙련공	1,100	13,200	2,200	1,584	1,415	18,399

6. 부문별 사업계획



연도별 인건비 명세

단위:천원

구분	1차년도		2차년도		3차년도		4차년도		5차년도		
	인원	금액	인원	금액	인원	금액	인원	금액	인원	금액	
관리직	대표이사	1	83,633	1	83,633	1	83,633	1	83,633	1	83,633
	임원	1	41,817	2	83,633	2	83,633	2	83,633	3	125,450
	부장	0	-	1	33,453	1	33,453	1	33,453	1	33,453
	과장	1	25,090	3	75,270	3	75,270	3	75,270	3	75,270
	대리	0	-	2	40,144	2	40,144	3	60,216	3	60,216
	사무직원	4	66,907	10	167,267	10	167,267	10	167,267	14	234,173
	소계	7	217,447	19	483,401	19	483,401	20	503,473	25	612,196
생산직	과장	0	-	1	25,090	1	25,090	1	25,090	1	25,090
	대리	0	-	3	60,216	3	60,216	3	60,216	3	60,216
	기능공(남)	5	83,633	10	167,267	10	167,267	18	301,080	20	334,533
	기능공(여)	10	133,813	32	428,203	32	428,203	40	535,253	50	669,067
	숙련공	1	18,399	2	36,799	2	36,799	2	36,799	2	36,799
	소계	16	235,846	48	717,574	48	717,574	64	958,438	76	1,125,705
합계	23	453,293	67	1,200,975	67	1,200,975	84	1,461,911	101	1,737,901	

6. 부문별 사업계획



연도별 재료비 명세

단위:천원

구 분	1차년도			2차년도			3차년도			4차년도			5차년도		
	수량	단가	금 액	수량	단가	금 액	수량	단가	금 액	수량	단가	금 액	수량	단가	금 액
사출품	60,000	8.0	480,000	240,000	8.0	1,920,000	240,000	8.0	1,920,000	360,000	8.0	2,880,000	480,000	8.0	3,840,000
모 터	60,000	25.0	1,500,000	240,000	25.0	6,000,000	240,000	25.0	6,000,000	360,000	25.0	9,000,000	480,000	25.0	12,000,000
스위치	60,000	6.0	360,000	240,000	6.0	1,440,000	240,000	6.0	1,440,000	360,000	6.0	2,160,000	480,000	6.0	2,880,000
후레임	60,000	5.0	300,000	240,000	5.0	1,200,000	240,000	5.0	1,200,000	360,000	5.0	1,800,000	480,000	5.0	2,400,000
샤우드	60,000	7.0	420,000	240,000	7.0	1,680,000	240,000	7.0	1,680,000	360,000	7.0	2,520,000	480,000	7.0	3,360,000
육각망	60,000	2.5	150,000	240,000	2.5	600,000	240,000	2.5	600,000	360,000	2.5	900,000	480,000	2.5	1,200,000
벨트및폴리	60,000	4.0	240,000	240,000	4.0	960,000	240,000	4.0	960,000	360,000	4.0	1,440,000	480,000	4.0	1,920,000
포장용기	60,000	3.0	180,000	240,000	3.0	720,000	240,000	3.0	720,000	360,000	3.0	1,080,000	480,000	3.0	1,440,000
사용설명서	60,000	1.5	90,000	240,000	1.5	360,000	240,000	1.5	360,000	360,000	1.5	540,000	480,000	1.5	720,000
프레스물	60,000	3.0	180,000	240,000	3.0	720,000	240,000	3.0	720,000	360,000	3.0	1,080,000	480,000	3.0	1,440,000
기 타	60,000	3.0	180,000	240,000	3.0	720,000	240,000	3.0	720,000	360,000	3.0	1,080,000	480,000	3.0	1,440,000
합 계	60,000		4,080,000	240,000		16,320,000	240,000		16,320,000	360,000		24,480,000	480,000		32,640,000

6. 부문별 사업계획




주요경영지표
 Green LIFE Green LIFE Green LIFE

단위:천원

항 목	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
자 산	3,231,476	15,637,046	16,443,043	23,159,771	28,030,242
부 채	2,818,261	10,274,199	6,339,904	11,424,609	11,838,613
자 본	413,216	5,362,847	10,103,139	11,735,162	16,191,630
매 출 액	7,200,000	28,800,000	28,800,000	43,200,000	57,600,000
매 출 원 가	5,730,135	20,524,811	21,850,908	31,730,182	42,328,166
판매 관리비	1,011,787	3,290,873	3,301,235	4,671,198	6,146,910
영 업 이 익	458,078	4,984,316	3,647,857	6,798,620	9,124,925
경 상 이 익	497,888	5,670,599	4,395,886	7,992,111	10,735,101
당기 순이익	363,216	3,999,631	3,103,508	5,631,654	7,559,976

Green Life

Green Life

Green Life

7. 수익성 · 경제성



Green LIFE OO



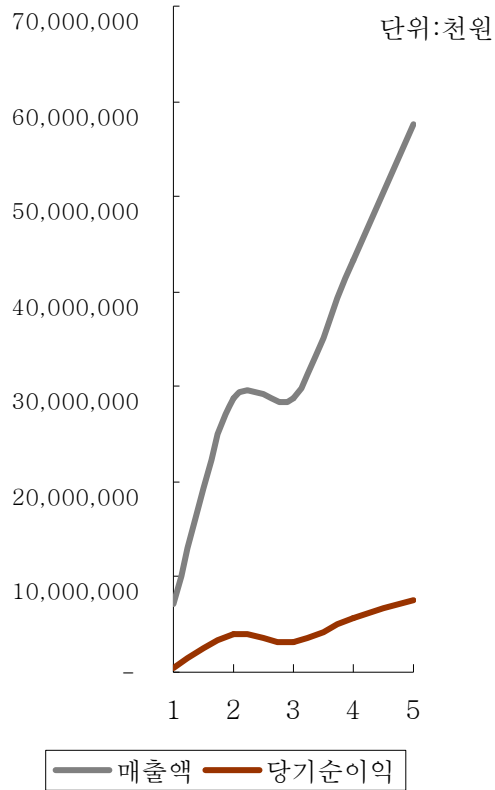
- 연도별 수익전망
- 손익분기점
- 투자의사결정
- 투자 포인트

7. 수익성 · 경제성



연도별 수익전망

Green LIFE Green LIFE Green LIFE



구분	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
매출액	7,200,000	28,800,000	28,800,000	43,200,000	57,600,000
총원가	6,702,112	23,129,401	24,404,114	35,207,889	46,864,899
세전순이익	497,888	5,670,599	4,395,886	7,992,111	10,735,101
법인세등	134,673	1,670,968	1,292,378	2,360,457	3,175,125
당기순이익	363,216	3,999,631	3,103,508	5,631,654	7,559,976
매출대비 순이익	5.04%	13.89%	10.78%	13.04%	13.12%

7. 수익성 · 경제성



“1차년도 다소 위험한 상태를 보이나, 2차년도부터
경영의 안정화로 접어들면서 안전 상태를 나타냄”

단위:천원

구 분	기호	산 식	1차년도	2차년도
매출액	SA		7,200,000	28,800,000
변동비	V		5,675,091	22,082,874
고정비	F		1,762,894	3,218,493
한계이익	M	SA- V	1,524,909	6,717,126
변동비율	U	V/SA	78.8%	76.7%
한계이익율	m	1- U	21.2%	23.3%
BEP매출액	SB	F/m	8,323,664	13,799,441
BEP율		SB/SA	115.6%	47.9%

7. 수익성 · 경제성



단위:천원

년 도	현금유입	10%		15%	
		할인율	현재가액	할인율	현재가액
1차년도	533,536	0.9090	484,984	0.8695	463,909
2차년도	4,120,022	0.8264	3,404,786	0.7561	3,115,149
3차년도	3,189,597	0.7513	2,396,344	0.6575	2,097,160
4차년도	5,694,177	0.6830	3,889,123	0.5717	3,255,361
5차년도	7,606,310	0.6209	4,722,758	0.4971	3,781,097
합 계	21,143,641		14,897,995		12,712,675

본 사업의 사업성을 향후 5년 정도 보아 년 평균 약 10% 정도의 할인율과 15% 정도의 할인율로 하였을 경우 총 투자액에 대해 1차년도 이후의 NPV 수치의 경우 10% 할인율의 경우 $NPV < 0$ 이고, 15% 할인율로 할 경우에도 $NPV < 0$ 이며, 안정상태를 형성하고 있다. 따라서 본사업은 투자가치가 있다고 판단함.

<순현재가법>







부표

추정재무제표

1. 대차대조표
2. 손익계산서
3. 제조원가명세서



추정 대차대조표

과 목		1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도	
자 산	유동자산	1. 당좌자산	2,052,000	8,208,000	8,208,000	12,398,400	16,416,000
		1) 현금 및 현금등가물	144,000	576,000	576,000	907,200	1,152,000
		2) 금융상품	108,000	432,000	432,000	691,200	864,000
		3) 매출채권	1,800,000	7,200,000	7,200,000	10,800,000	14,400,000
		2. 재고자산	642,273	2,521,438	1,957,450	3,838,290	4,157,207
	1) 재공품	21,600	86,400	86,400	129,600	172,800	
	2) 제품(상품)	498,273	1,741,438	1,748,650	2,607,090	3,454,007	
	3) 원재료	122,400	693,600	122,400	1,101,600	530,400	
	계	2,694,273	10,729,438	10,165,450	16,236,690	20,573,207	
	고정자산	1. 투자자산	20,000	1,769,598	1,834,903	1,955,711	1,964,986
		1) 장기금융상품	0	1,749,598	1,814,903	1,935,711	1,944,986
		2) 일차보충금	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
		2. 유형자산	390,130	1,695,610	3,001,090	2,806,570	2,612,050
		1) 토 지	0	500,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
		2) 건 물	0	1,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
(감가상각누계액)		0	-25,000	-50,000	-75,000	-100,000	
4) 기계장치		509,650	509,650	509,650	509,650	509,650	
(감가상각누계액)		-159,520	-319,040	-478,560	-638,080	-797,600	
5) 기타 유형자산		50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	
(감가상각누계액)		-10,000	-20,000	-30,000	-40,000	-50,000	
3. 무형자산		3,200	2,400	1,600	800	0	
1) 특허권 및 영업비 등		4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	
(감가상각누계액)		-800	-1,600	-2,400	-3,200	-4,000	
4. 이연자산		123,873	1,440,000	1,440,000	2,160,000	2,880,000	
1) 연구개발비 등	123,873	1,440,000	1,440,000	2,160,000	2,880,000		
계	537,203	4,907,608	6,277,593	6,923,081	7,457,036		
자산총계		3,231,476	15,637,046	16,443,043	23,159,771	28,030,242	
부채 / 타인자본	유동부채	1. 매입채무	1,200,000	4,800,000	4,800,000	7,200,000	9,600,000
		2. 기타 유동부채	629,390	4,835,484	901,189	3,680,228	1,787,562
	계	1,829,390	9,635,484	5,701,189	10,880,228	11,387,562	
	고정부채	1. 장기차입금	558,650	558,650	558,650	446,920	335,190
		2. 기타 고정부채	430,221	80,065	80,065	97,461	115,860
계	988,871	638,715	638,715	544,381	451,050		
부채총계		2,818,261	10,274,199	6,339,904	11,424,609	11,838,613	
자본 / 자기자본	자본	1. 자본금	50,000	1,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
		2. 자본잉여금	0	0	0	0	0
		3. 이익잉여금	363,216	4,362,847	7,103,139	8,735,162	13,191,630
		1) 차기이월이익잉여금	363,216	4,362,847	7,103,139	8,735,162	13,191,630
		(당기순이익)					
	당기 :	363,216	3,999,631	3,103,508	5,631,654	7,559,976	
	전기 :	0	363,216	3,999,631	3,103,508	5,631,654	
	계	413,216	5,362,847	10,103,139	11,735,162	16,191,630	
	자본총계		413,216	5,362,847	10,103,139	11,735,162	16,191,630
	부채와 자본총계		3,231,476	15,637,046	16,443,043	23,159,771	28,030,242

추정 손익계산서

과 목		1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
1. 매출액		7,200,000	28,800,000	28,800,000	43,200,000	57,600,000
2. 매출원가		5,730,135	20,524,811	21,850,908	31,730,182	42,328,166
제품 매출 원가	1) 기초제품 재고액	0	498,273	1,741,438	1,748,650	2,607,090
	2) 당기제품 제조원가	6,228,408	21,767,977	21,858,120	32,588,622	43,175,082
	3) 기말제품 재고액	498,273	1,741,438	1,748,650	2,607,090	3,454,007
	소 계	5,730,135	20,524,811	21,850,908	31,730,182	42,328,166
3. 매출총이익		1,469,865	8,275,189	6,949,092	11,469,818	15,271,834
4. 판매비와 관리비		1,011,787	3,290,873	3,301,235	4,671,198	6,146,910
판매 비 와 관 리 비	1) 임원 급여	90,000	144,000	144,000	144,000	174,000
	2) 직원 급여	48,000	148,800	148,800	163,200	211,200
	3) 상 여 금	26,000	57,800	57,800	60,200	73,200
	4) 수 당	18,720	41,616	41,616	43,344	52,704
	5) 퇴직 급여	16,727	37,185	37,185	38,729	47,092
	6) 복리후생비	17,950	38,646	38,646	40,453	50,238
	7) 여비교통비	26,400	29,040	31,944	35,138	38,652
	8) 접 대 비	54,000	59,400	65,340	71,874	79,061
	9) 광고선전비	360,000	1,440,000	1,440,000	2,160,000	2,880,000
	10) 소모품비	64,800	259,200	259,200	388,800	518,400
	11) 지급임차료	4,000	0	0	0	0
	12) 세금과공과	13,800	15,180	16,698	18,368	20,205
	13) 보험료	17,950	38,646	38,646	40,453	50,238
	14) 감가상각비	10,800	10,800	10,800	10,800	10,800
	15) 전력, 통신비	48,240	192,960	192,960	289,440	385,920
	16) 차량유지비	50,400	201,600	201,600	302,400	403,200
	17) 기타(교육비 등)	144,000	576,000	576,000	864,000	1,152,000
5. 영업이익		458,078	4,984,316	3,647,857	6,798,620	9,124,925
6. 영업외 수익		216,000	864,000	864,000	1,296,000	1,728,000
7. 영업외 비용		176,189	177,717	115,971	102,509	117,824
영업외 비 용	1) 이차비용	165,389	134,517	72,771	37,709	31,424
	2) 기타비용	10,800	43,200	43,200	64,800	86,400
8. 경상이익		497,888	5,670,599	4,395,886	7,992,111	10,735,101
9. 특별이익		1,440	5,760	5,760	8,640	11,520
10. 특별손실		1,440	5,760	5,760	8,640	11,520
11. 법인세차감전 이익		497,888	5,670,599	4,395,886	7,992,111	10,735,101
12. 법인세 등		134,673	1,670,968	1,292,378	2,360,457	3,175,125
13. 당기순이익		363,216	3,999,631	3,103,508	5,631,654	7,559,976



추정 제조원가명세서

과 목		1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도
재료비	기초 원재료 채고액	0	122,400	693,600	122,400	1,101,600
	당기 원재료 매입액	3,957,600	15,504,000	15,504,000	23,256,000	31,008,000
	기말 원재료 채고액	122,400	693,600	122,400	1,101,600	530,400
	계	4,080,000	16,320,000	16,320,000	24,480,000	32,640,000
리무노	임 금	169,200	514,800	514,800	687,600	807,600
	수 당	20,304	61,776	61,776	82,512	96,912
	상 여 금	28,200	85,800	85,800	114,600	134,600
	퇴직충당금	18,142	55,198	55,198	73,726	86,593
	계	235,846	717,574	717,574	958,438	1,125,705
경비	외주가공비	216,000	864,000	864,000	1,296,000	1,728,000
	전력, 통신비	52,560	210,240	210,240	346,896	420,480
	수도광열비	37,440	149,760	149,760	247,104	299,520
	보험료	21,226	64,582	64,582	86,259	101,313
	감가상각비	159,520	109,591	75,289	51,723	35,534
	수선비	15,290	16,818	18,500	20,350	22,385
	소모품비, 포장비	302,400	1,209,600	1,209,600	1,814,400	2,419,200
	세금과공과	3,300	3,630	3,993	4,392	4,832
	복리후생비	21,226	64,582	64,582	86,259	101,313
	지급 임차료	540,000	0	0	0	0
	여비교통비	54,000	57,600	115,200	172,800	230,400
	대손상각비	36,000	144,000	144,000	216,000	288,000
	운반,차량유지비	345,600	1,382,400	1,382,400	2,073,600	2,764,800
	기타 제조경비	129,600	518,400	518,400	777,600	1,036,800
	계	1,934,162	4,795,203	4,820,546	7,193,384	9,452,578
당기 총 제조 비용		6,250,008	21,832,777	21,858,120	32,631,822	43,218,282
기초제공품 채고액		0	21,600	86,400	86,400	129,600
합 계		6,250,008	21,854,377	21,944,520	32,718,222	43,347,882
기말제공품 채고액		21,600	86,400	86,400	129,600	172,800
당기제품 제조원가		6,228,408	21,767,977	21,858,120	32,588,622	43,175,082

고정비
 변동비
 고정비 + 변동비

비용분해

구 분	비 용 분 해				금 액	
	고정비		변동비			
	1차년도	2차년도	1차년도	2차년도	1차년도	2차년도
1. 재료비	-	-	4,080,000	16,320,000	4,080,000	16,320,000
2. 노무비	94,338	287,030	141,508	430,544	235,846	717,574
3. 제조경비	1,004,091	1,126,082	930,070	3,669,121	1,934,162	4,795,203
외주가공비	-	-	216,000	864,000	216,000	864,000
전력, 통신비	26,280	105,120	26,280	105,120	52,560	210,240
수도광열비	18,720	74,880	18,720	74,880	37,440	149,760
보험료	10,613	32,291	10,613	32,291	21,226	64,582
감가상각비	159,520	109,591	-	-	159,520	109,591
수선비	7,645	8,409	7,645	8,409	15,290	16,818
소모품비, 포장비	60,480	241,920	241,920	967,680	302,400	1,209,600
세금과공과	2,970	3,267	330	363	3,300	3,630
복리후생비	19,104	58,123	2,123	6,458	21,226	64,582
지급 임차료	540,000	-	-	-	540,000	-
여비교통비	48,600	51,840	5,400	5,760	54,000	57,600
대손상각비	10,800	43,200	25,200	100,800	36,000	144,000
운반,차량유지비	34,560	138,240	311,040	1,244,160	345,600	1,382,400
기타 제조경비	64,800	259,200	64,800	259,200	129,600	518,400
4. 당기총제조원가	1,098,430	1,413,111	5,151,578	20,419,666	6,250,008	21,832,777
5. 판매관리비	505,894	1,645,436	505,894	1,645,436	1,011,787	3,290,873
6. 영업외비용	158,570	159,945	17,619	17,772	176,189	177,717
합 계	1,762,894	3,218,493	5,675,091	22,082,874	13,687,992	25,301,366