웰쉐어 사회적협동조합 · 웰쉐어로지스

자활사업 계획서 · 아이디어 03

공공 기념품·업사이클 굿즈

바로 해볼 사업

카페에서 버려지는 커피 찌꺼기와 폐원단으로 공공 행사 기념품을 디자인해 만드는 업사이클 굿즈 사업



2026년 11월 · 웰쉐어 사회적협동조합 · 웰쉐어로지스 · 숫자 = 자활 인스타 전수 조사·전국 자활기업 현황·2026 자활사업 안내·공공 통계(붙임) · 설비·운영비는 추정(견적 확인 필요)

목차

I 사업 개요
II 추진 배경과 필요성
III 시장·고객·경쟁 분석
IV 타당성 검토
V 사업 내용
VI 경쟁력 강화 전략
VII 판매·홍보 전략
VIII 운영 계획
IX 추진 일정
X 재무 계획
XI 성과 목표
XII 사회적 가치
XIII 위험 관리
XIV 전망과 기대 효과
붙임 출처



I 사업 개요



항목	내용
사업명	공공 기념품·업사이클 굿즈
사업 유형	바로 해볼 사업 · 시장진입형 사업단 → 자활기업
한 줄 정의	카페에서 버려지는 커피 찌꺼기와 폐원단으로 공공 행사 기념품을 디자인해 만드는 업사이클 굿즈 사업
핵심 고객	지자체·공공기관 행사 담당 · 기업 사회공헌·ESG 담당 · 일반 소비자
참여 인원	참여자 4~6명 + 전문인력 1명
남과 다른 점	상품마다 재료 출처 카드(카페 이름·양)
첫해 사업비	1억 2,532만원 ~ 1억 8,905만원(추정) — 인건비는 자활근로·한시적 인건비, 설비는 자활기금
자립 목표	지원이 끝난 뒤에도 월 매출 1,629만원 — X 자립 계산
3년 뒤 모습	지자체·기업이 행사 때 먼저 찾는 「착한 기념품」 · 해마다 커피박 1톤을 되살림

가장 큰 기대 효과

착한 기념품

커피 찌꺼기·폐원단으로 만든 공공 행사 기념품 — 재료에 이야기가 있다

근거: 공예·굿즈 글 좋아요 가운데값 12

II 추진 배경과 필요성

국내 커피 찌꺼기(커피박)는 한 해 13만~15만 톤이 나오는데 대부분 생활폐기물로 소각·매립됩니다(환경부 추산 보도). 처리에만 해마다 150억 원 넘게 듭니다(한국환경산업협회 추산).

공공기관·지자체는 행사마다 기념품을 사는데, 「버려질 것을 살린 기념품」은 기관이 내세우고 싶은 이야기입니다. 그런데 디자인이 좋은 공공 기념품은 드뭅니다.

자활 현장에는 재료가 이미 있습니다. 카페 사업단 글이 216개 — 매일 커피박이 나오는 곳입니다. 공예·굿즈 글도 94개(44개 계정)로 관심이 큽니다.

공공기관 우선구매 대상이라 기관이 사기 쉽습니다(p.134).

III 시장·고객·경쟁 분석

① 시장 신호 — 숫자가 말하는 것

신호	숫자	이것이 뜻하는 것
커피박 발생량	연 13만~15만 톤 · 대부분 소각·매립	재료는 공짜에 가깝게 넘친다
처리 비용	연 150억 원 이상	치워 주는 것만으로도 카페·지자체에 가치가 있다
자활 공예·굿즈 관심	글 94개 · 44개 계정 · 좋아요 가운데값 12	알릴 길과 만들 사람이 있다
자활 카페 사업단	인스타 글 216개	재료가 나오는 곳이 자활 안에 있다

② 고객 — 누가, 왜, 얼마나 자주 사나

고객	필요	얼마나 자주	닿는 법
지자체·공공기관 행사 담당	이야기가 있는 기념품 · 우선구매 실적	행사 철	견본 3종 + 「재료 출처 카드」
기업 사회공헌·ESG 담당	임직원·고객 기념품	분기	사회적경제 네트워크 · 제안서
일반 소비자	작은 선물	수시	온라인·축제

③ 경쟁 — 누구와 겨루고 어떻게 이기나

경쟁자	그쪽 강점	그쪽 약점	우리 대응
일반 판촉물 업체	값이 싸고 빠르다	이야기·사회적 가치가 없다	재료 출처와 만든 사람 이야기로 겨룬다
업사이클 디자인 브랜드	디자인이 좋다	비싸고 공공 납품·대량 맞춤이 약하다	공공 맞춤·우선구매·적당한 값
다른 사회적경제 기념품	같은 공공 판로	재료 이야기가 약하다	커피박·폐원단 출처를 상품마다

④ SWOT

강점 S

- 재료를 자활 안에서 얻는다
- 우선구매 대상
- 환경 이야기가 분명하다

약점 W

- 디자인 역량이 부족하다
- 커피박 가공 기술이 필요하다
- 수거 규정이 까다롭다

기회 O

- 기관·기업의 ESG 구매
- 지역 대학 디자인과 협업
- 지자체 자원순환 정책

위협 T

- 값싼 판촉물
- 디자인이 촌스러우면 안 팔린다
- 커피박 수거·운반 규정

IV 타당성 검토



다섯 가지 기준으로 「할 수 있는가」를 따졌습니다. △는 시범·일정 안에서 확인하고 보완할 항목입니다.

검토 항목	판정	이유와 확인 방법
수요	○	공공 행사 기념품은 늘 있는 구매 · 우선구매 근거
기술	△	커피박 가공(건조·성형)은 배워야 한다 — 시범 석 달 동안 방법과 내구성을 기록
자금	○	설비 3백만~8백만 원으로 작게 시작
인력	○	참여자 4~6명 + 디자인 전문인력 1명
제도	△	커피박은 생활폐기물이라 아무나 수거·운반할 수 없다 — 자활 카페 사업단 자체 발생분부터, 넓힐 땐 허가 업체와 협력

V 사업 내용

① 상품·서비스

상품·서비스	고객	특징	파는 방식
커피박 미니 화분	기관 행사	커피박 성형 · 「재료 출처 카드」 동봉	행사 단위
폐원단 파우치	기관·기업	행사 로고 인쇄 · 소량 맞춤	주문 생산
행사 맞춤 키링	기관 행사	이름·날짜 · 작고 싸다	행사 단위

② 일의 흐름

1. 재료 모으기(카페 사업단 커피박·폐원단)
2. 건조·세척·가공
3. 디자인대로 만들기
4. 포장 + 재료 출처 카드
5. 납품·반응 기록

③ 대표 상품 후보

- 커피박 미니 화분
- 폐원단 파우치
- 행사 맞춤 키링

VI 경쟁력 강화 전략



지원금은 시작을 돕지만 사업을 지켜 주지는 않습니다. 이 장은 지원이 끝나도 손님이 계속 찾는 이유 네 가지를 — 왜 필요한지와 언제·어떻게 할지까지 — 정합니다.

① 기술력 키우기

무엇	왜	어떻게	언제
디자인 역량	촌스러우면 안 팔린다 — 디자인이 곧 값이다	디자인 전문인력 + 지역 대학 디자인과와 해마다 공동 과제	1년 차 대표 디자인 3종
재료 가공 기술	냄새·곰팡이·깨짐이 생기면 반품된다	건조 온도·배합 비율을 시험하고 기록 — 가공법 표준서	시범 석 달 안
디자인 등록 (특허청)	잘 팔리는 디자인을 남이 베끼지 못하게	대표 디자인 디자인 등록 출원	2년 차

② 제품 특화 — 다른 데서 못 사는 이유

특화	왜 먹히나
상품마다 재료 출처 카드(카페 이름·양)	기관이 「우리가 줄인 쓰레기」를 말할 수 있다
행사 이름·로고 소량 맞춤	판촉물 업체는 최소 수량이 크다 — 작은 행사도 받는다
우선구매 대상	기관이 사기 쉽고 실적이 된다

③ 인기 상품 개발 — 감이 아니라 팔린 숫자로

대표 상품 후보: **커피박 미니 화분 · 폐원단 파우치 · 행사 맞춤 키링**

1. **시제품** — 후보 3개를 작게 만들어 시식·시연 — 무엇을 왜 골랐는지 적는다
2. **반응 재기** — 한 달 동안 판매량·재주문·댓글을 상품마다 따로 센다
3. **고르기** — 가장 잘 나간 1개를 대표 상품으로 — 포장·이름·이야기를 몰아 준다
4. **고치기** — 대표 상품은 매달 한 군데씩 고친다(맛·크기·포장·값) — 고친 뒤 다시 잰다
5. **넓히기** — 분기마다 새 상품 1개 시험 · 석 달 안 팔린 상품은 접는다

④ 협업과 브랜드 파워

누구와	우리가 주는 것	받는 것	첫걸음
카페 자활사업단	커피박 수거(치워 줌)	재료	시범 단계 카페 사업단 1곳
지역 대학 디자인과	실제 판매 과제	새 디자인	1년 차 공동 과제 1건
지역 작가·캐릭터	한정판 협업	화제·팬	2년 차 한정판 1회
기업 사회공헌팀	임직원 기념품	대량 주문	1년 차 제안 3곳

브랜드 방침 — 「다시 쓰는 기념품」 같은 한 이름 아래 상품마다 재료 출처 카드를 붙입니다. 이야기가 곧 브랜드입니다. 작가 협업 한정판은 화제를 만들고 대표 디자인은 등록해 지킵니다.

Ⅶ 판매·홍보 전략

① 판로별 실행

판로	첫 손님 찾는 법	시기	1년 목표
지자체 행사 기념품	견본 3종 + 재료 출처 카드 · 행사 담당	1~3개월	행사 1건 납품
기업 사회공헌	ESG 담당 제안서	6개월~	기업 2곳
자활 박람회·축제	부스	9~10월	판매·주문 받기
온라인	아이디어 04 스토어	6개월~	상시 판매

② 가격 전략

판촉물 업체보다 조금 비싸게, 업사이클 브랜드보다 싸게 둡니다. 맞춤 인쇄와 소량 주문은 따로 받습니다. 재료비가 낮아 디자인·손질 시간이 원가의 대부분이므로 시범 때 시간을 재서 값을 정합니다.

③ 홍보

- 만드는 과정 짧은 영상(아이디어 10 영상 사업단)
- 「줄인 커피박 ○kg」 숫자를 기관과 함께 알림
- 작가 협업 한정판 공개

Ⅷ 운영 계획

① 추진 주체와 역할

주체	맡는 일	어떻게
웰쉐어 사회적협동조합	기획·자료 조사·홍보	자활 인스타 전수 조사 · 통통 자활 이야기 채널로 알림 · 계획서·성과 정리
웰쉐어로지스	물류·배송 협력	납품·배송 동선 설계 · 배송이 필요한 사업(반찬·온라인·다회용기 등)의 물류 자문
참여 지역자활센터	참여자·생산	사업단 운영 · 참여자 교육·사례 관리
광역자활센터	연결·교육	센터 사이 연결 · 공동 브랜드 · 보수교육(p.136)

② 사업단 조직

역할	인원	하는 일
사업단장	1	주문·납품
디자인 전문인력	1	디자인·품질
제작 참여자	3~5	가공·제작·포장

③ 품질 관리

- 가공법 표준서대로 건조·성형
- 출고 전 냄새·깨짐 검사
- 반품 원인 기록

IX 추진 일정

기간	할 일	책임	확인 기준
0~3개월	디자인 3종 · 가공법 시험 · 지자체 행사 1건 납품	디자인 전문인력	납품 + 반품 0
4~6개월	대학 공동 과제 · 기업 제안 3곳	사업단장	기업 1곳 계약
7~12개월	행사 맞춤 주문 체계 · 온라인 입점	사업단장	월 매출 목표 50%
2년 차	자활기업 인정 · 디자인 등록 · 작가 한정판	대표	등록 출원 1건
3년 차	기관 정기 거래 · 재료 수거처 넓히기(허가 업체 협력)	대표	자립 매출 도달

X 재무 계획



① 시작 예산(설비·시설)

항목	금액	근거
공예 도구·건조대	300만원 ~ 800만원	추정 — 견적 확인 필요
디자인 시제품 3종	200만원 ~ 400만원	추정 — 견적 확인 필요

② 1년 운영 예산

항목	금액	근거
참여자 인건비(1년)	7,748만원 ~ 1억 1,621만원	4~6명 × 월 1,614,080원 × 12 — 시장진입형 표준소득액 p.101
전문인력 1명(1년)	3,324만원	월 277만원 한도 × 12 — 한시적 인건비 p.129
재료비(커피박·폐원단 수거·부자재)(1년)	600만원 ~ 1,800만원	월 50만원 ~ 150만원 × 12 · 추정
포장·택배(1년)	360만원 ~ 960만원	월 30만원 ~ 80만원 × 12 · 추정

첫해 사업비 합계 **1억 2,532만원 ~ 1억 8,905만원** — 인건비는 자활근로·한시적 인건비, 설비는 자활기금으로 조달(아래 재원 조달 계획).

재원 조달 계획

항목	재원	근거
참여자 인건비	사업단 단계: 자활근로 사업비(시장진입형) → 자활기업 인정 뒤: 한시적 인건비(수급 참여자 2년까지 100% · 5년까지 50%)	p.101 · p.128
전문인력 인건비	한시적 인건비 — 월 277만 원 한도 · 최대 5년	p.129
설비·시설	자활기금 사업자금 융자(1억 원 이내 · 연 3.0% 이내) · 이차보전(최대 5%) · 인정 3년 뒤 기계설비 지원(최대 5천만 원)	p.132 · p.134
점포	자활기금 전세점포 임대(3억 원까지 · 5년 단위)	p.134
운영비·재료비	사업 매출 — 자립 계산의 대상	—

③ 자립 계산 — 지원이 줄어도 서는가

인건비 지원은 시간이 지나면 줄어듭니다(수급 참여자 2년까지 100% · 5년까지 50% p.128). 그래서 단계마다 「매달 얼마를 팔아야 우리 돈으로 버티는지」를 미리 계산해 목표로 삼습니다. 참여자 4명(최소 인원)·전문인력 1명 기준이며, 전문인력 인건비는 보수적으로 늘 우리 부담으로 셉니다.

단계	우리가 내는 참여자 인건비(월)	고정비 합(월)	필요한 월 매출	하루 매출(22일)
1~2년 차 · 참여자 인건비 100% 지원	0원	332만원	**553만원**	251,000원
3~5년 차 · 50% 지원	323만원	655만원	**1,091만원**	496,000원
6년 차부터 · 지원 없음	646만원	978만원	**1,629만원**	74만원

④ 연차별 매출 목표(목표)

연차	월 매출	연 매출	기준
1년 차	814만원	9,774만원	자립 매출의 50%
2년 차	1,222만원	1억 4,661만원	자립 매출의 75%
3년 차	1,629만원	1억 9,548만원	자립 매출의 100%

필요한 월 매출 = 고정비 ÷ (1 − 재료·포장·수수료 비율 40%, 추정) · 재료비는 매출에 따라 움직이는 돈으로 따로 셈 · 이 숫자가 XI 성과 목표의 「자립 매출」입니다.

XI 성과 목표

지표	1년 목표	3년 목표	재는 법
기관·기업 거래처	3곳	12곳	계약·주문서
되살린 재료	기록 시작	연 1톤	수거 장부(kg)
재주문율	40%	60%	다시 주문한 거래처 비율
대표 디자인 등록	—	2건	출원서

XII 사회적 가치

가치	어떻게 재나
일자리	참여자 4~6명
자원순환	되살린 커피박·원단 kg
공공 구매 연결	우선구매 실적 금액

XIII 위험 관리

위험	가능성	영향	대응	미리 볼 신호
커피박 수거 규정	높음	큼	자활 카페 자체 발생분부터 · 넓힐 땐 허가 업체 협력	수거처 수
디자인이 안 팔림	중간	큼	대학·작가 협업 · 3종만 잘 만들기	견본 반응
품질(냄새·깨짐)	중간	중간	가공법 표준서 · 출고 검사	반품률
행사 철에 몰림	높음	중간	기업·온라인으로 비수기 채우기	월별 매출 차이

XIV 전망과 기대 효과



3년 뒤 모습

지자체·기업이 행사 때 먼저 찾는 「착한 기념품」 · 해마다 커피박 1톤을 되살림

넓히기

다른 재료(폐현수막·폐목재)로 같은 방식 · 다른 지역 카페 사업단과 재료 연결

이 사업의 장점

재료비가 거의 들지 않고, 버려질 것을 살린다는 이야기가 값이 된다

가장 큰 기대 효과

착한 기념품

커피 찌꺼기·폐원단으로 만든 공공 행사 기념품 — 재료에 이야기가 있다

근거: 공예·굿즈 글 좋아요 가운데값 12

여러분께 묻습니다

받고 싶은 「착한 기념품」은 무엇인가요? — 인스타 ttong627 댓글로 알려 주세요.

붙임 출처

1. 자활 인스타그램 전수 조사(웰쉐어, 2026-10-25) — 해시태그 16개 → 게시물 4,430개 · 복지 자활 글 1,547개 · 계정 320곳 방문
2. 전국 자활기업 현황 977곳(한국자활복지개발원 공공데이터, 2026-10-24 집계)
3. 보건복지부 「2026년 자활사업 안내」 — 시장진입형 급여 p.101 · 자활기업 인정 p.119~124 · 지원 p.124~135 · 자활기금 p.222~226
4. 환경부 추산(2019 보도) 커피박 연 13만 톤 · 2020 보도 15만 톤 · 한국환경산업협회 처리 비용 연 150억 원 이상 추산