웰쉐어 사회적협동조합 · 웰쉐어로지스

자활사업 계획서 · 아이디어 05

다회용기 세척 — 처음부터 자활기업이 주인

바로 해볼 사업

장례식장·축제·구내식당의 다회용기를 수거·세척·재공급하는 사업 — 처음부터 자활기업(연합)이 사업의 주인



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	다회용기 세척 — 처음부터 자활기업이 주인
사업 유형	바로 해볼 사업 · 시장진입형 사업단 → 자활기업
한 줄 정의	장례식장·축제·구내식당의 다회용기를 수거·세척·재공급하는 사업 — 처음부터 자활기업(연합)이 사업의 주인
핵심 고객	지자체(일회용품 줄이기 담당) · 장례식장 · 축제 주최 · 공공기관 구내식당
참여 인원	참여자 6~10명 + 전문인력 1명
남과 다른 점	위생 검사 결과 공개
첫해 사업비	3억 645만원 ~ 5억 4,093만원(추정) — 인건비는 자활근로·한시적 인건비, 설비는 자활기금
자립 목표	지원이 끝난 뒤에도 월 매출 2,361만원 — X 자립 계산
3년 뒤 모습	한 시·군의 장례식장·축제 다회용기를 맡는 자활기업 · 참여자가 주인

가장 큰 기대 효과

자활기업이 주인

수익 사업이 센터에 머물지 않고 참여자 몫으로 — 다회용기 글 76%가 센터 계정

근거: 자활 인스타 전수 조사(10-25)

II 추진 배경과 필요성

일회용품을 줄이려는 정책이 실제 예산으로 움직이고 있습니다. 영산강유역환경청은 2026년 31개 지자체에 국비 33억 원을 들여 다회용기 보급을 늘리고 장례식장 「일회용품 제로」를 추진합니다. 이미 다회용기 611만 개를 써서 폐기물 약 73톤을 줄였습니다.

장례식장이 대표 수요처입니다. 파주시는 장례식장 두 곳에 월 3,600인분 다회용기를 공급하고, 서울시는 장례식장 도입으로 폐기물을 약 80% 줄일 것으로 봅니다.

자활 현장도 이미 하고 있습니다. 다회용기 글 49개 가운데 63%가 최근 1년 글로 빠르게 늘고 있습니다. 그런데 그 글의 76%가 센터 계정입니다 — 수익 사업이 센터에 머물러 참여자의 지분·운영권으로 이어지지 않습니다.

그래서 이 사업은 시작부터 자활기업(여러 센터 연합)이 주인이 되는 구조로 설계합니다.

III 시장·고객·경쟁 분석

① 시장 신호 — 숫자가 말하는 것

신호	숫자	이것이 뜻하는 것
지방환경청 국비	31개 지자체 · 33억 원(2026)	정책이 예산으로 움직인다
다회용기 사용 효과	611만 개 사용 · 폐기물 약 73톤 감축	효과가 숫자로 확인된 사업
장례식장 수요	파주 2곳 월 3,600인분 · 서울 폐기물 약 80% 감축 예상	한 곳만 맡아도 물량이 크다
자활 현장	다회용기 글 49개 · 최근 1년 63% · 76%가 센터 계정	수요는 확인 — 주체가 문제

② 고객 — 누가, 왜, 얼마나 자주 사나

고객	필요	얼마나 자주	닿는 법
지자체(일회용품 줄이기 담당)	다회용기 사업 수행처	연간 계약	지자체 협약 · 국비 사업 공모
장례식장	그릇 공급·회수·세척	매일	지자체 지원 사업과 함께 들어간다
축제 주최	하루 대여	행사 철	축제 담당 제안
공공기관 구내식당	정기 세척	매일	우선구매 안내

③ 경쟁 — 누구와 겨루고 어떻게 이기나

경쟁자	그쪽 강점	그쪽 약점	우리 대응
민간 세척 업체	설비·경험	지역 밀착·사회적 가치가 약하다	지자체 협약·고용 효과로 겨룬다
지자체 직영·센터 사업	예산이 안정적	수익이 센터에 머물러 참여자 몫이 없다	자활기업이 주인 — 위탁받는 구조
일회용품	값이 싸다	규제가 강해진다	줄인 양을 숫자로 보여 준다

④ SWOT

강점 S

- 정책·국비와 맞는다
- 고용이 많은 사업(참여자 6~10명)
- 자활 안에 경험이 있다

약점 W

- 설비비가 크다
- 물류(수거 동선)가 어렵다
- 센터와 역할 정리가 필요

기회 O

- 일회용품 규제 강화
- 지방환경청 국비 사업
- 장례식장·축제 확산

위협 T

- 위생 사고
- 지자체 예산이 끊길 때
- 민간 업체 경쟁

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	○	국비·지자체 사업으로 수요가 이미 있다
기술	○	세척·소독 공정은 기준대로 하면 된다 — 위생 관리 전문인력이 책임
자금	△	세척 설비 1억~2억 원 — 자활기금 융자 + 이차보전(최대 5% p.134) · 다른 지역과 설비 공동 이용
인력	○	참여자 6~10명 — 고용 효과가 크다
제도	○	자활기업 인정·우선구매·지자체 협약과 맞는다

V 사업 내용

① 상품·서비스

상품·서비스	고객	특징	파는 방식
장례식장 다회용기 공급·회수	장례식장·지자체	그릇 공급 → 회수 → 세척 → 재공급	월 계약
축제 하루 대여	축제 주최	행사 단위 대여·회수	행사 계약
구내식당 정기 세척	공공기관	매일 수거·세척	월 계약

② 일의 흐름

1. 거래처별 수거(정해진 동선)
2. 애벌 세척·불림
3. 세척기 세척·고온 소독
4. 건조·검사(미생물 정기)
5. 포장·재공급 · 회수율 기록

③ 대표 상품 후보

- 장례식장 다회용기 묶음
- 축제 하루 대여
- 구내식당 정기 세척

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
세척·소독 공정 기준	「깨끗하다」를 믿게 하는 근거	단계별 기준서 · 위생 관리 전문인력이 책임	시범 전
정기 위생 검사	장례식장·기관이 안심하고 계약을 이어 간다	분기마다 미생물 검사 · 결과를 거래처에 공개	1년 차부터
물류 설계	잃어버리는 그릇과 헛걸음이 곧 손실	수거 동선·회수율 관리 표	3개월 안

② 제품 특화 — 다른 데서 못 사는 이유

특화	왜 먹히나
위생 검사 결과 공개	「깨끗하다」를 숫자로 보여 준다
줄인 일회용품 수를 거래처에 매달 알림	기관·장례식장의 실적이 된다 — 계속 쓰는 이유
행사 하루 단위 대여	축제처럼 짧은 수요도 받는다

③ 인기 상품 개발 — 감이 아니라 팔린 숫자로

대표 상품 후보: **장례식장 다회용기 묶음 · 축제 하루 대여 · 구내식당 정기 세척**

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
지자체(일회용품 줄이기)	실적 자료	협약·물량·국비 사업	시범 단계 협약 1건
장례식장·축제 주최	공급·회수	정기 계약	한 시·군 2~3곳 묶음
다른 지역 세척 자활기업	설비 공동 이용	설비비 나눔	2년 차
환경 단체	줄인 양 공개	신뢰·홍보	1년 차

브랜드 방침 — 그릇마다 「줄인 일회용품 ○○개」를 적어, 쓰는 곳이 자랑하고 싶은 이름이 되게 합니다. 「자활기업이 주인」이라는 구조 자체가 다른 지역에 보여 줄 모범이 됩니다.

Ⅶ 판매·홍보 전략

① 판로별 실행

판로	첫 손님 찾는 법	시기	1년 목표
지자체 협약	국비·지자체 다회용기 사업 공모	1~3개월	협약 1건
장례식장 묶음	한 시·군 2~3곳	3개월~	2곳 계약
축제	가을 축제 담당 제안	9~10월	축제 2건
구내식당	우선구매 안내	1년 차	1곳

② 가격 전략

1인분(그릇 한 벌) 단가로 받습니다. 지자체 지원 사업이 있는 곳은 그 단가 기준에, 없는 곳은 일회용품을 사는 비용과 비교해 맞춥니다. 회수율이 높을수록 이익이 커지므로 회수율 약속을 계약에 넣습니다.

③ 홍보

- 매달 「줄인 일회용품」 숫자를 거래처·지자체와 함께 알림
- 세척 과정 공개 영상
- 위생 검사 결과 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
대표(참여자 연합)	1	계약·지자체 협약
위생 관리 전문인력	1	공정·검사
세척 참여자	4~6	세척·소독·검사
수거·배송	2~3	수거·재공급

③ 품질 관리

- 세척 단계별 기준서·점검표
- 분기 미생물 검사
- 회수율·파손 기록

IX 추진 일정

기간	할 일	책임	확인 기준
0~3개월	지자체 협약 · 장례식장 2~3곳 시범 · 공정 기준서	대표·전문인력	시범 한 달 + 위생 검사 통과
4~6개월	설비 마련(자활기금 융자) · 수거 동선	대표	회수율 95%
7~12개월	축제 대여 · 구내식당 1곳	대표	월 매출 목표 50%
2년 차	자활기업 인정(연합) · 다른 지역과 설비 공동 이용	대표	거래처 8곳
3년 차	한 시·군 전체 장례식장 · 지원 없이도 서는 매출	대표	자립 매출 도달

X 재무 계획



① 시작 예산(설비·시설)

항목	금액	근거
세척·소독·건조 설비	1억원 ~ 2억원	추정 — 견적 확인 필요
수거·배송 차량(중고)	1,500만원 ~ 3,000만원	추정 — 견적 확인 필요

② 1년 운영 예산

항목	금액	근거
참여자 인건비(1년)	1억 1,621만원 ~ 1억 9,369만원	6~10명 × 월 1,614,080원 × 12 — 시장진입형 표준소득액 p.101
전문인력 1명(1년)	3,324만원	월 277만원 한도 × 12 — 한시적 인건비 p.129
수도·전기·세제(1년)	1,800만원 ~ 3,600만원	월 150만원 ~ 300만원 × 12 · 추정
차량 유지(1년)	600만원 ~ 1,200만원	월 50만원 ~ 100만원 × 12 · 추정
임대료(1년)	1,800만원 ~ 3,600만원	월 150만원 ~ 300만원 × 12 · 추정

첫해 사업비 합계 **3억 645만원 ~ 5억 4,093만원** — 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 6명(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	802만원	**1,069만원**	486,000원
3~5년 차 · 50% 지원	484만원	1,286만원	**1,715만원**	78만원
6년 차부터 · 지원 없음	968만원	1,770만원	**2,361만원**	107만원

④ 연차별 매출 목표(목표)

연차	월 매출	연 매출	기준
1년 차	1,180만원	1억 4,166만원	자립 매출의 50%
2년 차	1,771만원	2억 1,249만원	자립 매출의 75%
3년 차	2,361만원	2억 8,332만원	자립 매출의 100%

필요한 월 매출 = 고정비 ÷ (1 − 재료·포장·수수료 비율 25%, 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
하루 세척 개수	기록 시작	기록 대비 3배	세척 일지
거래처	3곳	10곳	계약서
줄인 일회용품	기록	누적 공개	공급 개수 = 줄인 개수
회수율	95%	98%	회수 ÷ 공급
참여자 지분·운영권	구조 확정	참여자 대표 이사회	정관

XII 사회적 가치

가치	어떻게 재나
일자리	참여자 6~10명
자원순환	줄인 일회용품 개수·kg
참여자 주인 구조	참여자 지분·이사 참여

XIII 위험 관리

위험	가능성	영향	대응	미리 볼 신호
위생 사고	낮음	매우 큼	기준서·분기 검사·결과 공개	검사 결과
설비비 부담	높음	큼	자활기금 융자·이차보전 · 설비 공동 이용	월 상환 비율
지자체 예산 끊김	중간	큼	장례식장·구내식당 직접 계약을 함께 키운다	지자체 매출 비중
그릇 분실	중간	중간	회수율 약속 계약 · 수거 동선	회수율

XIV 전망과 기대 효과



3년 뒤 모습

한 시·군의 장례식장·축제 다회용기를 맡는 자활기업 · 참여자가 주인

넓히기

옆 시·군과 설비를 함께 쓰며 넓힌다 · 「자활기업이 주인」 모델을 다른 지역에 전한다

이 사업의 장점

정책·예산 흐름과 같은 방향 — 일회용품 규제가 강해질수록 커진다

가장 큰 기대 효과

자활기업이 주인

수익 사업이 센터에 머물지 않고 참여자 몫으로 — 다회용기 글 76%가 센터 계정

근거: 자활 인스타 전수 조사(10-25)

여러분께 묻습니다

다회용기, 누가 주인이어야 할까요? — 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. 영산강유역환경청 다회용기 보급 사업(2026-02 보도, 31개 지자체·국비 33억 원·다회용기 611만 개·폐기물 약 73톤 감축) · 파주시 장례식장 월 3,600인분 · 서울시 장례식장 폐기물 약 80% 감축 예상