

2024년

10

ENACTUS YONSEI

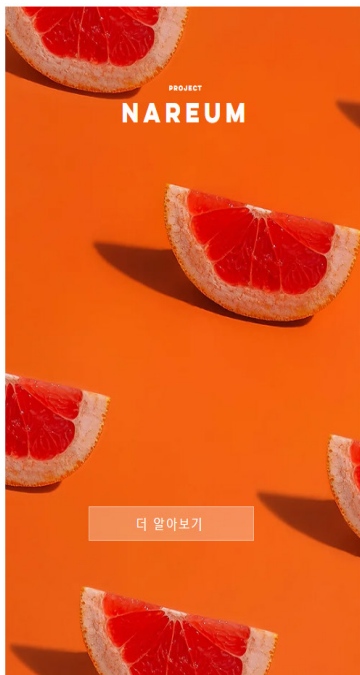
**PROJECT
UPDATE**

Enactus Yonsei

About Enactus Yonsei

인액터스 연세는 기업가 정신의 실천을 통해 사회문제를 해결하는 국제 비영리 조직인 인액터스 소속입니다. 인액터스 연세는 하나의 공동체로서 사회 문제를 바라보고, 이를 비즈니스적 시선으로 해결하기 위해 노력합니다. 동네 빵집 활성화 프로젝트인 동네빵네, 중고서점 사업의 활성화 프로젝트 책잇아웃 등의 성공사례를 바탕으로 2004년 설립된 이후 18개의 프로젝트를 완료하고, 3개의 프로젝트가 현재 진행되고 있습니다.

인액터스 연세는 '행동으로 세상을 바꾼다'라는 공통적인 목표를 가지고 있습니다. 어떠한 사회 문제, 혹은 대상자들에게 있어서 일시적인 도움을 주는 것이 아닌, 지속 가능한 비즈니스 모델을 통해 자립해 나갈 수 있는 환경 자체를 조성하는 것에 초점을 맞춥니다. 흔히 말하듯 물고기를 잡아주는 것보다는 잡는 법을 알려주며, 대상자들이 가지고 있던 역량을 비즈니스적으로 해석하여 생태계를 조성하는 정원사의 역할을 수행합니다.



더 많은 소식이 궁금하다면?

Website | www.enactusyonsei.org Instagram | [@enactus_yonsei](https://www.instagram.com/enactus_yonsei) Facebook | facebook.com/yonseienactus-

UtilRice

UtilRice는 이렇게 활동합니다.

지난 5월 UtilRice(이하 유틸라이스)의 첫 제품이자 100% 쌀로 만든 커피 그라인더 세정제, '유어커피메이트'의 런칭과 함께 유틸라이스는 그 어느 때보다 바쁜 한 학기를 보냈습니다. 쿠팡과 네이버 스마트 스토어에 성공적으로 입점한 이후 현재까지 약 750만원의 매출을 올렸으며 335명의 소비자들에게 국내쌀의 새로운 쓰임새를 알렸습니다. 이는 1인 소비량 기준 약 2년에 달하는 양으로, 유틸라이스는 이에 그치지 않고 목표 소비량 1톤을 위해 열심히 달려나가고 있습니다.

2024 현대해상 씨앗 프로그램 1위 수상과 연세대학교 창업경진대회 S등급 수료와 같은 각종 지원사업과 워크스테이션 부스를 통해 쌓아온 인지도를 힘입어 온라인뿐만 아니라 오프라인에서도 우리를 알리기 위해 노력하고 있습니다. 특히, 오프라인 부스를 제품군 다양화를 위해 미니제품에 대한 수요를 확인하고 디벨롭하는 기회로 활용하여 전포커피축제를 비롯한 신촌동 문화축제, 교내 부스 운영 등 다양한 오프라인 활동들을 기획하고 있습니다.



신촌 '언더커피'부터 시작된 카페들과의 네트워킹은 인플루언서들에게 유틸라이스 브랜드와 제품을 홍보하는 기회가 되었으며 "크레이지 라떼 아티스트"라는 바리스타 대회에 정식 후원사가 되었습니다.

본 제품의 안정적인 시장 진입을 토대로 B2B, B2G로의 확장을 위해 다양한 전략과 활동들을 진행하고 있으며, 미니 제품 런칭을 통해 다양한 시장 수요에 부응하고자 합니다.

쌀로 만든 친환경 커피 그라인더 세정제가 궁금하다면? 네이버와 쿠팡에 '유어커피메이트'를 검색해보세요. 보다 자세한 유틸라이스의 소식은 인스타그램(@utilrice.official)에 꾸준히 업로드됩니다. 앞으로의 성장이 더 기대되는 유틸라이스의 행보를 응원해주세요!

UtilRice는 이런 프로젝트입니다.

UtilRice는 '쌀 수요 감소와 그에 따른 쌀 소비량 감소'가 자원의 낭비와 식량 안보 차원에서 문제임을 인식하였습니다. 쌀 소비량을 증가시키는 것이 필요하다는 미션 아래 식품이 아닌 제품 솔루션으로의 해결방법을 고안했습니다.

유틸라이스는 다양한 지원사업에서 수상 및 선정되었으며, 100% 쌀로 만든 친환경 커피 그라인더 세정제 '유어커피메이트' 런칭 후 다양한 세일즈 및 마케팅 액션을 활발히 펼치고 있습니다. 또한 소비자 반응에 힘입어 미니 버전 출시를 준비하고 있습니다.

더 많은 소식이 궁금하다면?

이메일 utilrice@naver.com 인스타그램 [@utilrice.official](https://www.instagram.com/utilrice.official)

나름

나름은 이렇게 활동합니다.

나름은 2024년 4월 29일에 론칭한 프로젝트로, 품질은 같으나 외형의 차이로 인해 제 가치를 인정받지 못하는 못난이 농산물의 소비 증대 기여를 목표로 하고 있습니다. 지난 6개월동안 성주 참외, 김천 자두, 영주 복숭아, 제주 감귤, 양구 사과, 고흥 유자 등 6개의 품목을 대상으로 못난이 농산물을 각 농가에서 수급하였습니다. 프로젝트에 대한 신뢰도와, 농가의 상황을 직접적으로 듣기 위해 각 지역을 직접 방문하여 농부분들과 대화를 나누고, 정기적인 납품 계약을 맺었습니다. 수급받은 못난이 농산물의 경우 품질 유지를 위한 2차 선별을 거친 뒤, 젤라또, 파이, 케이크 등을 생산하는 지점들을 대상으로 납품을 진행해 현재까지 370만원의 매출, 그리고 703kg의 못난이 농산물에게 가치를 찾아주었습니다. 택배 시스템 안정화 이후 경기도권으로도 확장을 진행하여, 경기 지역에 위치한 가계와도 거래를 성공했습니다.



이러한 활동내용을 바탕으로 10월 17일에는 유엔식량농업기구(FAO)에서 주관하는 세계식량포럼(WFF)에 Plan B-etter for a Sustainable의 '푸드 리퍼브' 파트에 발표자로 초청되어, 못난이 농산물의 발생과 낭비 현황, 그리고 이를 해결하기 위한 나름만의 액션과 비즈니스에 대한 발표를 진행했습니다. 이런 나름의 활동이 큰 공감을 사게 되어, KBS에서도 청년대표로서 사회적 책임을 다하고 있는 나름 팀에 관한 취재를 진행하기도 하였습니다. 현재 나름은 기존에 진행하던 B2B와 더불어 신촌 박스퀘어에 입점해 직접적으로 못난이 농산물의 가치를 알리고, 소비량을 증대하는 B2C를 준비중에 있습니다. 나름의 소식은 인스타그램(@yonsei_nareum)에 꾸준히 업데이트될 예정이니 많은 관심 부탁드립니다.



나름은 이런 프로젝트입니다.

'나름'은 판로를 잃은 못하는 못난이 농산물이 발생하는 농가로부터 농산물을 공급받고, 직접 활용처를 발굴하여 이를 B2B로 납품하는 프로젝트입니다. '못난이 농산물의 잠재력을 발굴하여 지속가능한 소비문화를 촉진한다'라는 미션 아래 버려지는 농산물들의 가치를 제고하고 소비량을 증대함으로써 생산 및 공급망에서 발생하는 손실을 감소시키고자 하고 있습니다.

납품의 경우 못난이 농산물이 외형으로 인해 본연의 가치가 낮아지지 않는 상품을 생산하는 곳에 이루어지며, 대표적으로 젤라또 전문점이 있습니다. 젤라또의 경우, 과일을 갈아 사용하기 때문에 외형이 기준에 반영되지 않습니다. 현재는 젤라또뿐만 아니라, 애플파이, 케이크 등 대상 다양화를 목표로 프로젝트가 진행되고 있습니다.

더 많은 소식이 궁금하다면?

이메일 yonsei.nareum@gmail.com 인스타그램 [@yonsei.nareum](https://www.instagram.com/yonsei_nareum)

플레저

플레저는 이렇게 활동합니다.

플레저는 ADHD 아동의 정서적 어려움을 해소하기 위한 다양한 체험 프로그램을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 연세대학교 간호학과 김희정 교수님과 지속적인 소통과 고양시일산종합사회복지관이 주최한 'ADHD 인식 확산 특강' 등의 행사에 참여함으로써 현장 경험을 통해 ADHD에 대한 이해도를 높이고자 했습니다. 단순한 데스크 리서치가 아닌 직접적인 당사자 분들과 관련 종사자 분들의 생생한 이야기를 들어보며 다양한 가능성과 방향성을 확인할 수 있었습니다. 신입 딜링을 마친 뒤 10월부터 본격적인 프로그램 기획 및 협업 기관 컨택을 진행해왔습니다. '그림책 제작 프로젝트', '협력 놀이 프로그램' 등 팀원들의 창의적인 아이디어를 통해 기획안을 완성하였고, 그 결과 총 2곳의 기관과 11월부터 협업 프로그램을 진행할 예정입니다.



플레저가 실천하고자 하는 사회적 가치에 대한 이야기가 공감을 얻어 영문 기사를 통해 해외 간호학 교수님들과 관련 학교에 플레저의 이야기를 소개할 수 있는 기회를 얻게 되었습니다. 각 팀원들의 경험과 작문 능력 등이 뛰어난 팀원의 에세이를 합쳐 기사를 완성하였고, 플레저의 다양한 도전을 각국의 전문가 분들께 소개할 수 있는 기사는 11월에 발간될 예정입니다.

플레저의 발걸음에 대한 아카이빙과 홍보에 대한 필요성을 느껴 SNS 개설을 비롯해 다양한 홍보 활동을 계획 중에 있습니다. 많은 도전들이 이루어질 앞으로의 플레저의 활동에도 많은 관심 부탁드립니다.

플레저는 이런 프로젝트입니다.

플레저는 '전체 아동의 8~12%'라는 규모에 비해 지원과 인식이 저조한 ADHD 아동의 어려움에 집중해 이들의 어려움을 해소하고자 하는 팀입니다. 성향으로 인해 주변으로부터 부정적인 피드백을 받고, 이에 따라 위축되는 아이들을 위해 다양한 경험의 프로그램과 긍정적인 피드백을 받을 수 있는 프로그램을 제공함으로써 정서적 어려움 완화에 기여하고자 합니다.

실제로 레오나르도 다빈치, 윈스턴 처칠 등 위인이라고 평가받는 인물들도 ADHD 성향을 가지고 있었다고 추정됩니다. 하지만 이들은 ADHD의 단점이 아닌 창의력, 상상력, 실행력과 같은 ADHD의 장점을 살림으로써 자신의 분야에서 큰 성공을 이루었습니다. 플레저는 자라나는 우리 아이들도 자신에게 맞는 기회가 주어진다면 앞선 인물들처럼 훌륭한 어른으로 성장할 수 있다고 믿고 있습니다.

더 많은 소식이 궁금하다면?

