

2024년

12

ENACTUS YONSEI

**PROJECT  
UPDATE**

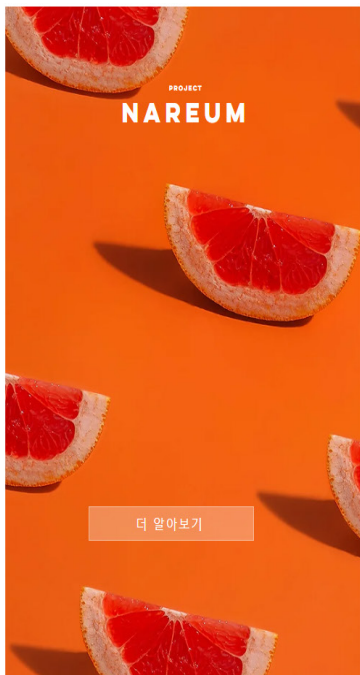
# Enactus Yonsei

---

## 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](http://www.enactusyonsei.org) Instagram | [@enactus\\_yonsei](https://www.instagram.com/enactus_yonsei) Facebook | [facebook.com/yonseienactus-](https://facebook.com/yonseienactus-)

---

## UtilRice는 이렇게 활동합니다.

24년도 하반기 유틸라이스를 묘사하자면 '충실과 성장'으로 설명할 수 있습니다. 유틸라이스의 발자취를 돌아보며 더욱 탄탄한 브랜드로 성장하고자 인스타그램, 판매창 등에 대한 개편을 마쳤으며 이에 따른 브랜딩 보완도 진행하였습니다. 지난 5월 출시한 유어커피메이트 제품은 현재까지 약 950만원에 달하는 매출을 올렸으며, 400명이 넘는 소비자들에게 국내 쌀의 새로운 쓰임새를 알렸습니다. 이는 1인 소비량 기준 약 2년에 달하는 양으로, 유틸라이스는 이에 그치지 않고 목표 소비량 1톤을 위해 열심히 달려나가고 있습니다.

11월 11일 농업인의 날을 맞아 서울경제, 이코리아 등과 같은 언론사와의 인터뷰를 통해 국내 쌀의 고질적인 문제점과 이를 해결하기 위한 유틸라이스의 행보를 알리는 기회를 가졌으며, 연세대학교 워크스테이션 프로그램에서 중간평가 1위를 하는 영광을 경험할 수 있었습니다. 나아가 워크스테이션과 함께 기획 중인 유틸라이스의 홍보 영상도 내년 상반기에 공개될 예정입니다.



신촌 '언더독커피' 부터 시작된 카페들과의 네트워킹을 더욱 발전시키고자 이번 하반기에도 방문판매를 실시하였으며 선별과정을 거친 40곳의 카페에 방문하여 우리 제품의 인지도를 쌓고자 노력하였습니다. 이전 방문판매의 연으로 후원 중인 '크레이지 라떼 아티스트'는 벌써 세 번째 우승 상품을 전달하면서 커피 문화 발전과 프리미엄 커피 경험 향상에 기여할 수 있도록 힘쓰고 있습니다.

또한 내년 상반기, 유틸라이스는 다양한 액션을 기획 중입니다. 현재 제품 제작 단계에 있는 소형 제품, '미니 유어커피메이트' 출시와 두 곳의 B2B 업체와의 테스트를 통해 B2C를 넘어 B2B로의 진입을 목전에 두고 있습니다. 나아가 다양한 소비자들에게 받은 사랑과 유틸라이스 브랜드 가치를 담아 결식아동들에게 쌀을 기부할 예정입니다.

## 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](mailto:utilrice@naver.com) 인스타그램 @utilrice.official

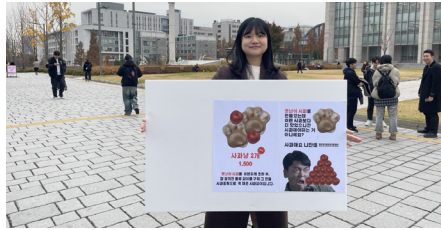
# 나름

## 나름은 이렇게 활동합니다.

나름은 못난이 농산물로 만든 젤라또를 농가에 전달해드렸습니다. '못난이'로 취급되던 과일들이 이제는 새로운 가치를 찾아가고 있음을 알게 된 순간, 그분의 얼굴엔 자부심이 가득했습니다. 이 작은 변화가 농가에는 단순한 경제적 이익을 넘어 그들의 노력과 땀이 헛되지 않았음을 확인하는 순간이었습니다.

지금까지 나름은 20개의 젤라또 가게와 정기적 납품 관계를 구축하여 총 800kg의 못난이 농산물을 소비했습니다. 나름이 제시한 못난이 농산물로 젤라또 가게는 원가를 절감할 수 있었을 뿐만 아니라 새로운 메뉴를 개발함과 동시에 버려졌을 수많은 노력과 정성이 새로운 가치로 다시 태어났습니다.

그중 대표적인 성과로, 나름은 국내 최대 젤라또 가게인 'DoDo'와 협력하여 참외 젤라또와 자두 젤라또를 개발했습니다. 이 젤라또들은 연세대학교 기말고사 간식 행사에서 600명 이상의 학생들에게 선보이며 못난이 농산물의 가치를 알리는 계기가 되었습니다. 한 학생은 "못생긴 과일이 이렇게 멋진 디저트가 되다니, 앞으로는 못난이 농산물의 가치를 더 많이 생각하게 될 것 같아요"라고 소감을 전하며 나름의 메시지를 깊이 체감했습니다.



또한, 젤라떼리아 아라또와 협력하여 못난이 과일로 만든 젤라또 무료 나눔 행사와 사과 필링을 활용한 사과빵 판매 이벤트도 진행했습니다. 약 300명의 학생들이 참여한 이번 행사에서 못난이 농산물의 가치와 활용 가능성을 알릴 수 있었습니다.

나름의 활동은 국내를 넘어 세계적으로도 인정받았습니다. 지난 10월, 세계식량포럼 기간 동안 유엔식량농업기구(FAO)가 주최하는 WFF Satellite Event에 초청되어, 지속가능발전목표(SDGs)를 실현하기 위한 혁신적인 사례를 발표했습니다. 해당 발표에는 농식품 분야에서 나름이 그동안 해왔던 행동과 노력들이 전세계 라이브로 송출되었습니다. 나름의 사례는 KBS 뉴스에도 보도되어 더 많은 이들에게 못난이 농산물의 가치를 재발견하는 '나름'의 비전을 알릴 수 있었습니다. 나름의 발자취는 인스타그램을 통해 확인할 수 있습니다. 앞으로도 나름이 걸어갈 길을 기대해주세요!

## 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 대량 다양화를 목표로 프로젝트가 진행되고 있습니다.

## 더 많은 소식이 궁금하다면?

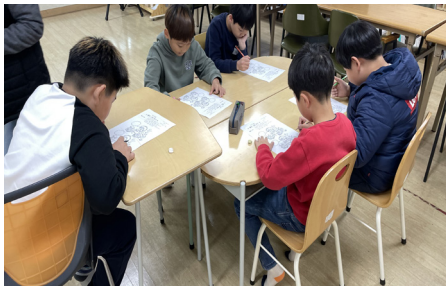
이메일 [yonsei.nareum@gmail.com](mailto:yonsei.nareum@gmail.com) 인스타그램 @yonsei.nareum



# NP

## NP는 이렇게 활동합니다.

NP는 11월 한 달간 은평구 내에 위치한 두 곳의 아동기관과 ADHD 아동을 위한 협업 프로그램을 진행했습니다. 만들기 활동을 통한 집중력 향상, 컵 쌓기 등의 협동 놀이를 통한 협동심 향상 등을 주제로 다양한 활동을 진행하면서 아동들의 정서적 어려움 완화에 기여했습니다. 한 활동이 마무리 될 때마다 "10점 만점에 천 만점!"을 외치는 귀여운 아이들의 모습을 보면서 팀원들도 큰 뿌듯함을 느낄 수 있었습니다.



더불어 NP는 지난 여정을 마무리 짓고 비즈니스로 세상에 변화를 만들기 위한 새로운 도약을 시작했습니다. 변화가 필요한 문제를 빠르게 발굴하고, 이에 적합한 솔루션을 찾기 위해 그 어느 때보다 열정적인 시간을 보냈습니다. 효과적인 문제 발굴과 초기 운영을 위해 아산나눔재단에서 운영하는 ActionThon에 참여해 다양한 창업 아이디어를 공유하고, 멘토 및 창업자 분들과의 네트워킹 시간을 가졌습니다.



해당 대회를 토대로 다시금 창업가 정신을 상기할 수 있었으며, 이를 토대로 동네 사진관의 경제적 어려움, 외국인 유학생이 겪는 소통의 어려움, 현수막 폐기 문제, 은퇴 운동선수의 어려움, CD 폐기 문제 등 우리 주위에 해결이 필요한 다양한 문제들을 떠올렸습니다. NP는 이러한 문제들의 실태를 조사하기 위해 tft 체제를 이루어 신촌 인근 동네 사진관 방문 및 인터뷰, 외국인 유학생 인터뷰, 현수막 폰케이스 제작 업체 방문 및 현수막 확보 문의, 은퇴 운동선수 인터뷰 및 협업 가능한 동아리 탐색, 국내 CD 업사이클링 업체 탐색 및 일본 BOOKOFF(중고서적 업체)사와의 미팅 등 짧은 시간 안에 여러 가능성을 탐색해보기 위해 열정을 불태웠습니다.

대상군의 페인포인트가 확실한 문제인가, 우리가 면대면으로 닿을 수 있는 사람(사물)인가, 비즈니스적으로 실현 가능한가, 우리의 에셋 내에서 해결 가능한 문제인가와 같은 네 가지 기준으로 최종 주제를 선정하기 위해 노력했으며, 이러한 과정을 통해 최종적으로 '은퇴 운동선수' 문제에 집중해 프로젝트를 진행하기로 결정했습니다. 각자가 관심을 가졌던 사회문제에 대해 탐색해볼 수 있었던 시간은 '비즈니스로 사회문제를 해결'하고자 하는 NP의 팀원 모두에게 큰 동기부여의 시간으로 작용했습니다.

12월 중순부터는 '은퇴 운동선수와 생활 체육인을 매칭함으로써 은퇴 운동선수가 겪는 경제적, 심리적, 사회적 어려움을 해결한다'는 비전 아래 첫 MVP를 준비하고 있습니다. 1월부터 본격적으로 펼쳐질 NP와 은퇴 운동선수의 이야기도 많은 기대 바랍니다!

## 더 많은 소식이 궁금하다면?

