



[기업명] (주)배너맨코리아(발트글라스)

[홈페이지] <https://baltglas.com/>

[기업 개요]

- 1. 설립일 : 2021년
- 2. 소재지 : 서울시 강남구 삼성동 44-36번지 6층
- 3. 대표자 : 김두환

[투자상황]

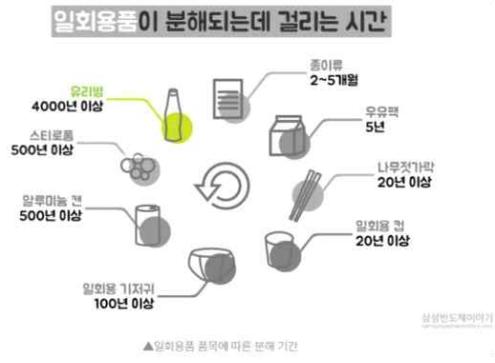
- 정보 없음

[Insight]

- 발트글라스는 캠페인 리더를 뜻하는 배너맨(기수)와 재활용병을 뜻하는 알트글라스를 합한 기업명과 함께, 업사이클 유리컵과 공병 프로젝트를 기틀로 사회공익 캠페인을 유도하는 크리에이터 집단
- 소셜밸류를 더한 제품을 개발하고 새로운 방식의 기부 문화를 정착시키며 소비문화의 혁신을 만들어가고 있음
- (슬로건) '병'을 통해 지구의 '병'을 치유하다

[Problem, 문제 확인]

- 사람들이 매일 무언가를 마신 후 생기는 공병은 지구를 병들게 하며, 버려진 병으로 심각한 환경오염에 시달리고 있음
- 국내에선 해마다 폐유리가 50만톤 가량 발생하는데, 이 중 20만톤 정도가 다른 쓰레기와 함께 매립되고 있음
- 국내 하루 발생 폐유리병 약 1,360톤으로 국내 공병은 사용 후 회수로 재사용이 가능하지만, 수입 공병은 회수해도 재사용 불가



### [Solution, 해결책]

- 수입 제품 공병은 수거 및 재사용율이 낮음에도 디자인이 다양하고 유니크함
- 재활용이 어려운 병들을 자르고 활용하고 업사이클하여 '디자인 컵'으로 새롭게 생산
  - 1) 공정 작업 및 위생처리 작업
  - 2) 지속적인 R&D를 통한 제품 퀄리티 향상



### [Market, 시장 규모]

- 국내에선 해마다 폐유리가 50만톤 가량 발생하는데, 이 중 20만톤 정도가 다른 쓰레기와 함께 매립되고 있음
- 사회적 트렌드인 '업사이클링' 제품 인기로 유니크하고 사회 기부적인 '스토리'를 담고 있는 제품 선호

### [Business Model, 비즈니스 모델]

- 업사이클하여 '디자인 컵'으로 새롭게 생산 후 판매하며, '환경오염 해결'이라는 스토리 전달
- 판매 금액의 일부를 환경 단체에 기부, 투명한 내역 공개
- 발트글라스는 제품 그 자체도 물론이지만 ESG 강조에 힘입어 캠페인 의미나 미적 가치가 커서, 일반 대중은 물론 기업들에게도 크게 어필하고 있으며, 기본적으로 이윤추구 이상으로 캠페인으로서의 의미를 중요하게 생각함
- 공익적 사업과 제품을 연계한 사회적 기업들의 활약과 그들이 내놓는 캠페인들이 조명될 수 밖에 없으며, 위 관계자와 소비자 등 참가주체 모두에게 명분과 이익 모두를 줄 수 있음
- 판매처 : 현대몰, 아이디어스, Objet 입점, 카페 제휴, 발트글라스 카페 등



**[Competency, 핵심기술]**

- 각 기업과의 Collaboration, 카페 및 홈페이지를 통한 판매

**[분석의견]**

- 환경보호라는 주제로 다양한 캠페인과 제품을 판매하고 있으며, 재활용하는 컵에 상품성이 있어 보임.
- 단순 공병을 잘라 만드는 것으로 보이지만, 관련 기술 및 디자인 특허를 취득하는 것이 필요해 보임
- 또한 컵, 화분, 캔들 등으로 분야를 넓혀 나가는데, 판매량 증가를 위한 방법 도출이 필요해 보임

**[출처]**

1. <https://baltglas.com/>
2. <http://asiaupcycleforum.com/UpcycleMarket/?q=YTozOntzOjEYyOiJrZXI3b3JkX3R5cGUiO3M6MzoiYWxsljtzOjc6ImtleXdvcmlzO3M6Njoi7KCc7ZKIIjtzOjQ6InBhZ2UiO2k6MTt9&bmode=view&idx=8722541&t=board>
3. <https://www.etnews.com/20221213000065>