

# [ 푸드 커뮤니티 커머스 플랫폼 ]



KH정보교육원 (디지털컨버전스) 공공데이터  
활용 JAVA개발자 양성과정 파이널 프로젝트



## [ 목차 페이지 ]

01

### 팀 소개

1조 "고랭" 조원 소개

02

### 프로젝트 소개

<고랭> 주요 기능 소개

03

### 기획 의도

<고랭> 기획 배경 및 근거 제시

04

### 시장 분석

식품 관련 온라인 쇼핑 시장 분석

05

### 유사 프로그램 분석

기성 푸드 콘텐츠 커머스 및 커뮤니티  
플랫폼 분석

06

### 결론

결론 도출



# [ 1. 팀 소개 ]

성명	역할
김동현	조장
오동건	형상 관리(gitHub)
함유철	DB 관리(PostgreSQL)
이강산	일정, 이슈 관리(trello)



## [ 2. 프로젝트 소개 ]

"고랭"은 "고수의 냉장고"를  
줄인 말로,  
레시피 관련 커뮤니티 서비스  
와 식품 관련 커머스 서비스를  
제공하는  
푸드 커뮤니티 커머스 플랫폼  
입니다.



### 1. 냉장고 정리 기능

공공데이터 식품영양정보 OPEN API를 통해 사용자로부터 식품명과 소비기한을 입력받아 DB화한 후 소비기한 임박 시 알림 및 가상의 냉장고 속 식재료들로 만들 수 있는 요리 추천



### 2. 레시피 중심의 커뮤니티 기능

냉장고 정리 기능을 토대로 만든 요리, 요리팁, 조리도구나 식재료에 대한 정보 등을 공유하는 기능



### 3. 푸드 커머스 기능

푸드 관련 상품에 한하여 판매자와 소비자 중개하는 기능. 냉장고 정리 기능과 레시피 중심의 커뮤니티 기능을 통해 커머스 기능 활성화 계획

## [ 2.1. 커뮤니티 커머스란? ]

### 콘텐츠 커머스

- 웹 예능 등의 영상이나 게시글 등의 콘텐츠에 상품 소개나 구매처 연결 등의 쇼핑 요소를 결합해 수익을 내는 상거래 방식.
- 방송 판매(라이브 커머스)와 달리, 콘텐츠에 더 주력해 '물건을 사야 한다'는 강박감 없이 콘텐츠를 소비하고 쇼핑까지 이어지게 만들.

### 커뮤니티 커머스

- 콘텐츠 커머스 일종. 경험을 공유하고 소통하며 동시에 원하는 상품을 구매하는 커머스 형태.
- 무신사, 올리브영, 지그재그, 당근, 오늘의집 등이 대표적인 커뮤니티 커머스 플랫폼

## [ 3. 기획 의도 ]

### 가구별 식비 지출 중 집밥 수요 증대 전망

- 푸드 관련 커머스 서비스를 통해 증가하는 집밥 관련 수요를 충족



### 레시피 위주의 푸드 콘텐츠 트렌드에 대한 대응

- 푸드 콘텐츠 트렌드에 대응하여 레시피 중심의 커뮤니티 서비스 제공



### 집밥에 대한 애로사항 해결

- 냉장고 정리 기능을 통해 재료 관리, 소비기한 관리를 도움



Goal



푸드 커머스 시장에서의  
경쟁력 확보

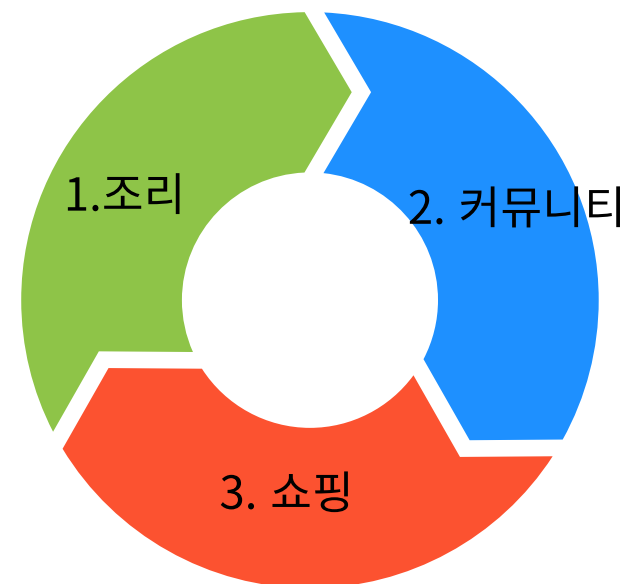
## [ 3. 기획 의도 ]

3Step 순환 구조를 통해 지속 가능한 서비스 구축

1Step. 소비기한 임박한 식재료로 조리

2Step. 조리 후 레시피 게시

3Step. 레시피를 본 타 사용자가 고랭에서  
관련 식재료 구매

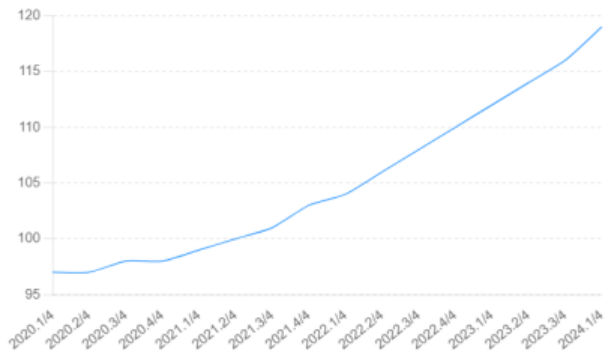




## [ 3.1.집밥 수요 증대 전망 ]

품목별 소비자물가지수 (품목성질별: 2020=100)

■ 소비자물가지수 X ■ 분기

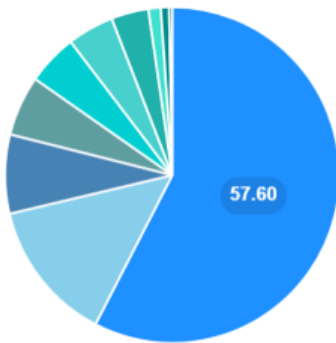


### 외식 물가 상승

외식 물가 2020년 대비 21%p 상승했으나 월평균 실질 임금은 소폭 상승에 그침에 따라 외식 물가에 대한 부담 급증

인플레이션으로 인한 소비 감소 예상 영역

■ 외식(배달포함), ■ 패션/뷰티, ■ 여행, ■ 식품/생필품, ■ 주유, ■ 여가/취미생활, ■ 인테리어/가전/IT기기, ■ 게임/구독 서비스, ■ 대중교통, ■ 의료



### 경기 불황으로 인한 외식 비용 축소

전국 성인남녀 대상으로 한 설문조사 결과 인플레이션 시 과반 이상이 외식비를 최우선적으로 감축. 따라서 경제 불황이 지속되는 현 상황에서 외식비 감소 예측 가능

팬데믹 이후 소비자 변화 (단위: %)



[자료 | 딜로이트 글로벌, 참고 | 코로나19 이전과 비교]

### 팬데믹 이후 소비자 변화

COVID-19 사태으로 인한 팬데믹 이후로 재택 근무 등 집에서 생활하는 시간이 증가함에 따라 집밥의 비중 증대



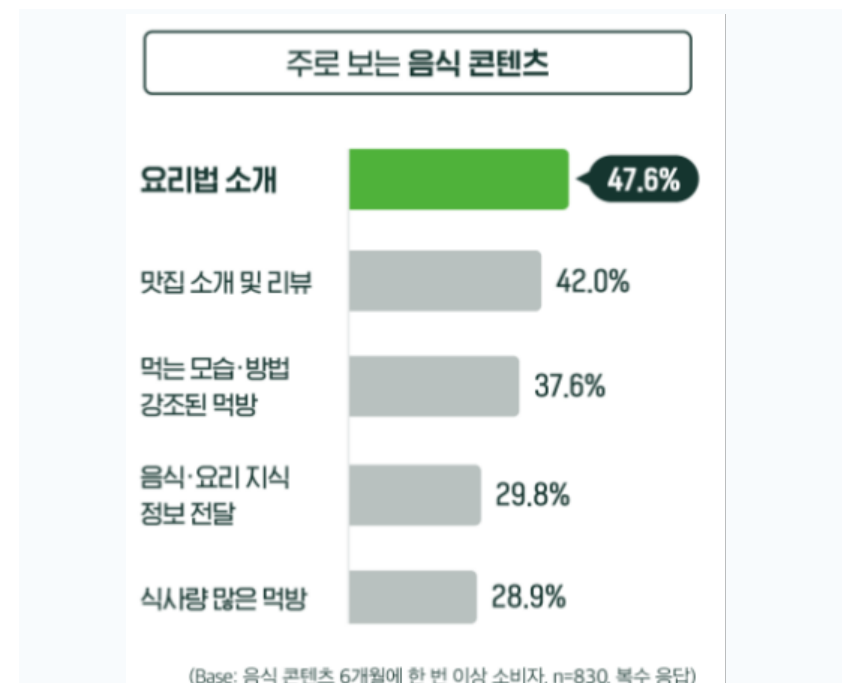
## [ 3.2. 레시피 위주 플랫폼 접근 증대 전망 ]

### 01 놀이로써의 식사의 의미 확장

- CJ 제일제당 트렌드인사이트팀의 2020년 빅데이터 분석 결과 식문화 트렌드로 식사의 개념 확대 및 콘텐츠화 경향 지목.
- SNS 요리 챌린지, 유행하는 요리 조리 후 SNS에 후기 공유하는 등의 방식으로 요리를 자신만의 콘텐츠로 활용.

### 02 레시피 위주의 콘텐츠 소비 경향

- 대학내일 20대 연구소에서 청년 남녀 대상으로 실시한 설문조사 결과 주로 보는 콘텐츠 중 약 48% 요리법 소개 관련 콘텐츠.
- 음식 콘텐츠 소비한 사람 중 약 1/3 정도가 해당 음식 직접 조리.

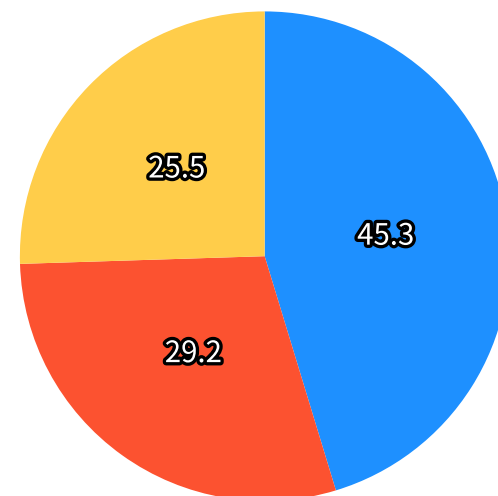


## [ 3.3.집밥의 애로사항 해결 방안 ]

### 집밥의 애로사항 분석

- 남녀 청년 371명을 대상으로 실시한 설문조사 결과 조절 가능한 변인인 재료와 조리법에 대한 애로사항이 과반수 이상을 차지
- 따라서 재료 손실과 조리법에 대한 사용자의 부담을 줄여줄 수 있는 기능을 제공할 시 사용자가 보다 집밥을 애용하도록 유인할 수 있을 것이라 예측 가능

- 조리 시간이 많이 소요됨
- 재료 손실이 많음
- 조리법을 잘 모름



참고: 식생활 라이프 스타일에 따른 청년 1인 가구의 식습관 및 식행동 비교, 김도경 외 1인, 대한임상건강증진학회, Korean Journal of Health Promotion 제 23 권 제 3 호, 117 -129p, 2023

## [ 3.4. 소결론 ]

- 「 1. 푸드 관련 커머스, 레시피 관련 커뮤니티 서비스 제공하여  
집밥 관련 수요 증대, MZ 세대의 레시피 위주의 식문화 트렌드 겨냥
- 2. 냉장고 정리 기능 통한 집밥 애로사항 해소함으로써  
푸드 커뮤니티 커머스 플랫폼으로서의 경쟁력 구비

」

## [ 4. 시장 분석 ]

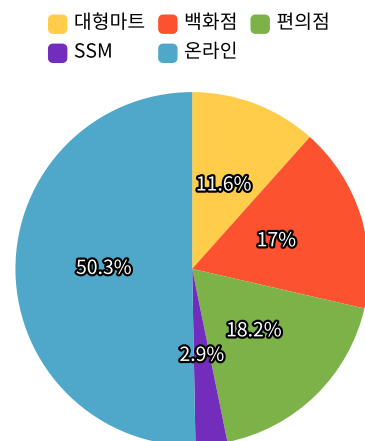


- 식품 부문 온라인 쇼핑몰 시장의 지속적인 성장
- 콘텐츠 커머스 시장의 급격한 확대

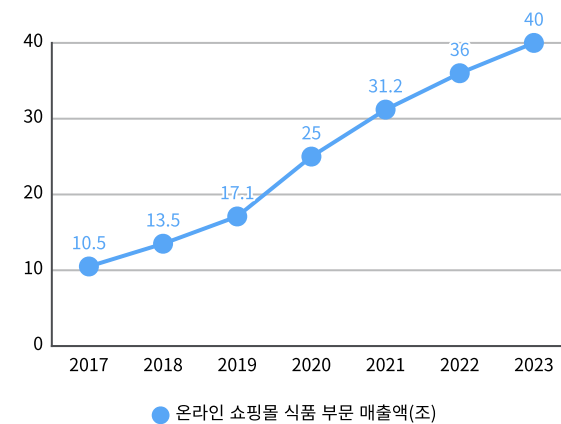


푸드 콘텐츠 커머스 시장의 안정적인 환경과 잠재적 가치 확인

## [ 4.1. 식품 부문 온라인 시장 확대 ]



'23년 6월 업태별 매출 구성비



온라인쇼핑몰 식품 관련 매출액(2017~ 2023)

### 유통 시장의 패러다임의 변화 : 식품 부문 온라인 유통 시장의 급성장

- 2023년 이후 온라인 유통 시장의 규모가 오프라인 유통 시장의 규모 역전
- 식품 관련 온라인 쇼핑몰 시장의 규모가 40조 돌파
- 로켓프레시 실시 이후 쿠팡의 6천억 흑자, 컬리의 매출액 2조 달성 등은 식품 관련 온라인 유통 시장 확대의 수혜를 증명

## [ 4.2. 콘텐츠 커머스 시장의 확대 ]

### 1. 콘텐츠 커머스 시장의 전지구적 성장

- 2026년 3868조원까지 급성장 예측

### 2. 국내 콘텐츠 커머스 기업들의 유망성

- 무신사, 올리브영, 지그재그, 당근, 오늘의집 등  
현재 전도유망한 기업들의 플랫폼 형태임

### 3. 기존 기업들의 진입 시도 현상

- 컬리의 경우, 커뮤니티 기능을 수행하는 "컬리로그" 신설  
커뮤니티 커머스 플랫폼으로의 전환 시도



## [ 5. 유사 프로그램 분석 ]

### 1. 분석 항목

- 특징
- 장점
- 단점

### 2. 분석 대상

- 만개의 레시피
- 오키친
- 메뉴판닷컴
- 레시피뱅크(블루레시피)
- 우리의 식탁



## [5.1.만개의 레시피]



항목	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 레시피 관련 플랫폼 중 최대 규모</li> <li>- 냉장고의 식재료들로 최적의 레시피를 추천해주는 "냉장고 파먹기" 기능 존재</li> <li>- "만개스토어"라는 자체 커머스 서비스 운영중이나 레시피 내 재료 목록에서 구매 버튼 클릭 시 쿠팡으로 이동</li> </ul>
장점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 레시피 게시글 내 유튜브 동영상 첨부 가능</li> <li>- 직접 등록 외에도 블로그 가져오기 기능 구현</li> <li>- SNS를 통해 공유 가능</li> </ul>
단점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다소 오래되고 난잡한 UI</li> </ul>





## [ 5.2.오키친 ]



항목	내용
특징	- 오뚜기에서 운영 중인 레시피 콘텐츠 플랫폼
장점	- 최근 본 레시피 확인 가능 - 오뚜기의 색을 활용하여 통일성 있는 UI/UX 제공
단점	- 로그인 기능이 없어 커뮤니티 기능 부재 - 실제 사용자의 후기가 아닌 오뚜기에서 추천하는 메뉴들로 구성

## [ 5.3.메뉴판닷컴 ]



항목	내용
특징	- 레시피 및 요리 학원, 맛집 소개 및 재료 손질 방법을 주로 다루는 플랫폼
장점	- 요일별 식단을 통한 칼로리 조절 기능 구현 - 게시글 내에서 재료 손질 및 식재료 효능을 알리는 동영상 첨부 가능
단점	- 다소 오래되고 난잡한 UI 로 인해 사용자 경험에 악영향 - 맛집에 대한 정보에 치중



## [ 5.4.레시피뱅크 ]

항목	내용
특징	- 프로 요리사들을 위한 프리미엄 레시피를 거래하는 레시피 거래 플랫폼
장점	- 레시피에 난이도를 표시 - 지역 특산물을 활용한 별도의 카테고리 존재 - 깔끔하고 통일성 있는 UI
단점	- 사용자가 한정적일 수 밖에 없기에 낮은 이용률을 보임

## [ 5.5.우리의 식탁 ]



항목	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 레시피 관련 콘텐츠와 식품 관련 커머스 서비스를 제공하는 푸드 콘텐츠 커머스 플랫폼</li> <li>- 플랫폼의 메인UI가 "스토어" 카테고리의 메인UI라는 것에 비추어 커머스 부분을 강조하고 있음을 알 수 있음.</li> </ul>
장점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주 고객층인 50대 이상의 여성을 겨냥한 고품스러운 UI</li> <li>- 재료 확인, 책갈피, 공유 기능 제공</li> </ul>
단점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 레시피를 게시하는 주체가 회원이 아니라 우리의 식탁이기 때문에 커뮤니티 서비스가 부재</li> </ul>

## [ 5.6. 소결론 ]

1. 대부분의 레시피 콘텐츠 플랫폼에서 푸드 커머스 서비스 제공.  
따라서 양질의 커뮤니티 서비스를 제공하는 편이 차별성 확보에 용이.
2. 고랭이 지향하는 푸드 커뮤니티 커머스 플랫폼은 "만개의 레시피"가 유일.  
해당 플랫폼은 냉장고 파먹기 기능을 통해 타 콘텐츠 플랫폼과의 차별성 확보.
3. 냉장고 파먹기 기능을 확대하여 추가적으로 식재료 소비기한, 식품영양성분DB를 활용한 식재료 영양정보 제공하며 나아가 통일성있고 현대적인 UI/UX를 구축하여 푸드 커뮤니티 커머스 플랫폼으로서의 경쟁력 확보 가능

## [ 6. 결론 ]

“

한국을 대표하는  
푸드 커뮤니티  
커머스 플랫폼으로  
거듭날 것



1. 콘텐츠 커머스 시장과  
식품 관련 온라인 유통 시장의 성장세 활용



2. 나의 냉장고 기능을 통한 차별성 확보



3. 커머스와 커뮤니티를 통한 순환구조 형성