



DAILY BAKERY BOX

나만의 취향을 구독하다

한아름 | 서비스 기획 포트폴리오

CONTENTS

- 01 프로젝트 개요
- 02 시장 및 트렌드 분석
- 03 소비자 문제 인식 - Gap
- 04 서비스 구조 및 UX 설계
- 05 인사이트 기반 차별화 전략
- 06 성과 및 향후 확장 방향 - Growth
- 07 결론

프로젝트 개요

시장 배경



국내 베이커리 시장 규모	2020년 4.3조 원 → 2025년 6.1조 원 전망
온라인 판매 비중	9%(2019) → 27%(2024)
소비 트렌드	‘빵 택배’, ‘빵 배달’ 등 베이커리 배송 관련 키워드 검색량 급증

출처 - aT농식품유통공사 「베이커리 산업 실태조사(2023)」, NielsenIQ Retail Insight(2024)

시장 구조



홈카페·디저트 문화 확산으로 베이커리 시장은 빠르게 **오프라인 중심** → **온라인·구독 중심**으로 전환

소비자 측

**개인 취향 맞춤형
경험을 원함**

시장 측

**오프라인 중심
유통 구조 한계**

기획 목표



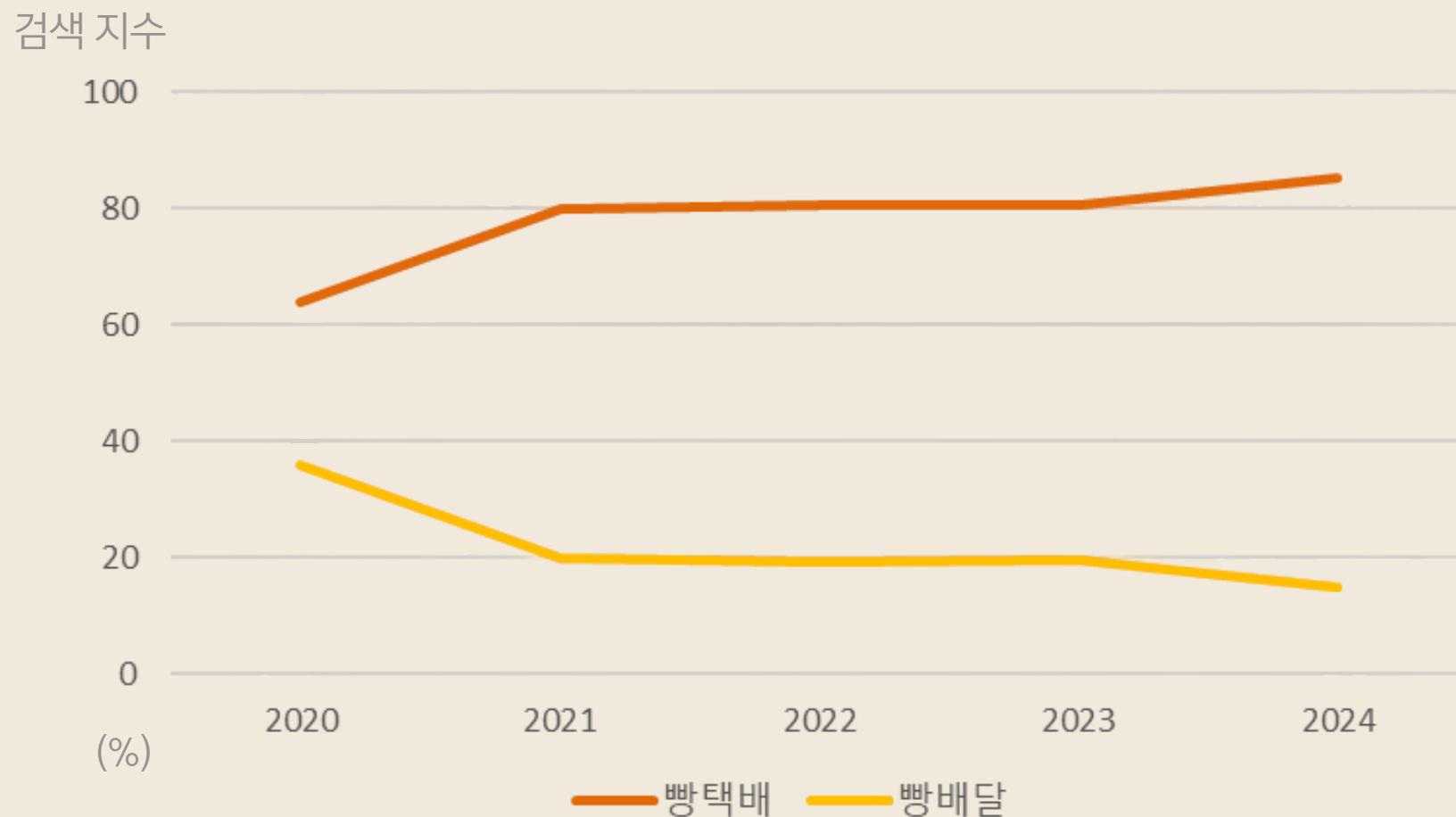
*가설 → 취향 기반 추천 + 정기 배송 스케줄을 결합하면 구독 유지율을 높일 수 있음
데이터를 통해 소비자 취향을 이해하고 구독형 개인화 경험을 제공하는
‘DAILY BAKERY BOX’ 서비스 제안

시장 및 트렌드 분석

① 데이터 기반 트렌드

베이커리 관련 키워드 검색 트렌드 변화

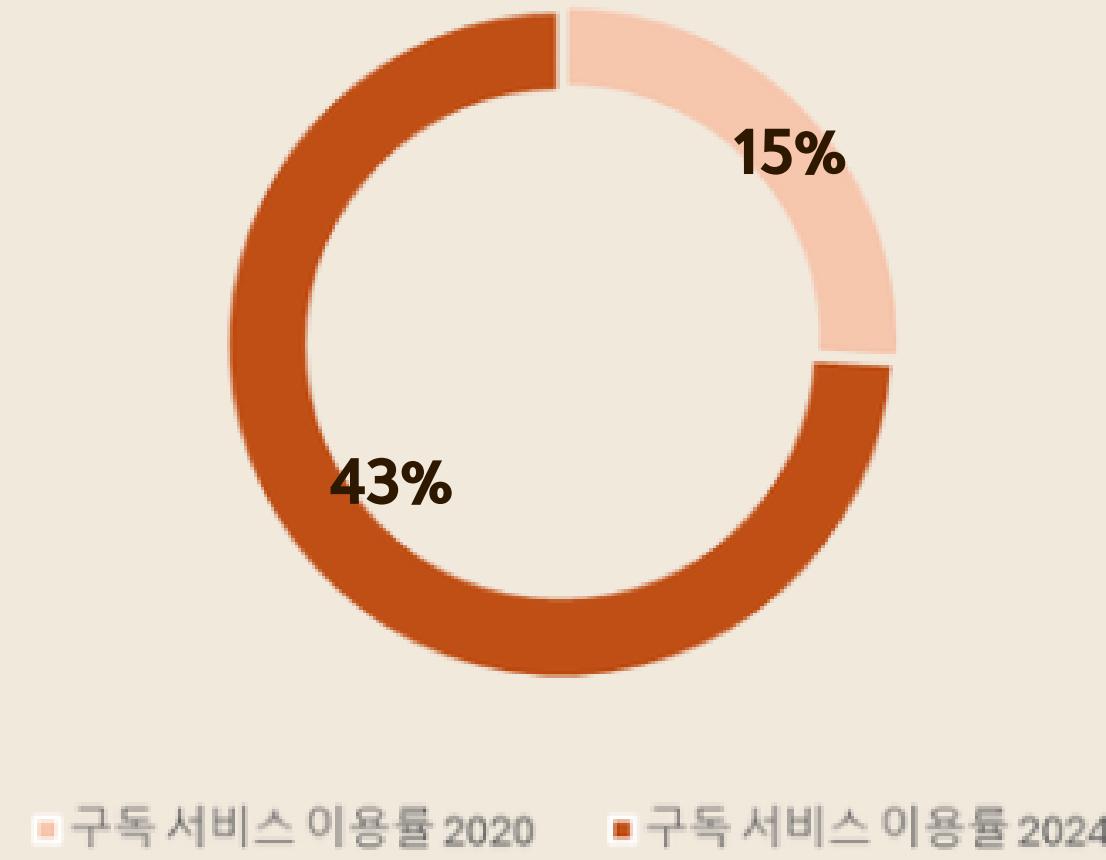
‘빵택배’ 검색량은 2020년 대비 약 22% 증가



출처 - 네이버 데이터랩

식품 구독 서비스 이용률 변화

‘빵택배’ 트렌드 상승과 함께 식품 구독 경험률도 꾸준히 증가



출처 - 오픈서베이 「정기구독 서비스 트렌드 리포트(2023)」
주 - 2020년 수치는 과거 리포트 및 시장조사 추정치로 재구성하였음

✓ 소비는 ‘즉시형 배달’에서 ‘예측 가능한 정기 배송’으로 전환되며, 베이커리 시장의 **구독형 소비**가 본격화 되고 있음

시장 및 트렌드 분석

② 소비 가치 변화 / 인사이트

소비 기준은 경험·개인화·로컬 중심으로 재편되고 있음

소비 기준 변화

과거
맛·가격 중심
오프라인 구매
브랜드 인지도
전 연령대 소비



현재

취향·경험 중심
모바일·구독 중심
감성·스토리 중심
20~30대 주도

트렌드 인사이트

키워드	
Personalization (개인화)	나에게 맞는 추천 선호
Localization (로컬화)	지역 베이커리 선호 증가
Emotional Connection (감성소비)	브랜드 감성·스토리 선호



베이커리 구독 서비스의 핵심 경쟁력 = 개인화된 경험 제공

시장 및 트렌드 분석

③ 경쟁사 기능 비교

구분	컬리(Kurly)	에이블리 디저트	네이버 스마트스토어	DAILY BAKERY BOX
제품 유형	상온·냉동 베이커리/디저트	디저트·케이크·팝업	판매자 중심 지역 베이커리	당일 생산한 신선 베이커리 박스
베이커리 박스형 정기구독	일반 상품 정기배송 중심	주로 단건 판매 + 팝업	일반 상품 정기배송 중심	‘베이커리 박스’ 전용 정기구독(주 1회/격주)
베이커리 박스 기준 개인화 추천	없음	없음	없음	취향 벡터 기반 개인화 추천
구성 방식	고객 개별 상품 선택	팝업 스토어 중심 랜덤	판매자별 단품 기반	취향 기반 자동 추천 구성(3~5종)
배송 방식	냉동·상온 택배	일반 택배·팝업 행사 물류	판매자 각각 배송	허브 입고 → 냉장 공동 포장 → 지정일 정기배송
차별화 포인트	브랜드 다양성	트렌디 감성·팝업	지역/로컬 베이커리	취향 개인화 + 신선 배송 + 안정적 정기구독 경험

* 비교 기준 – ‘베이커리 박스 단위’ 정기구독 관점에서 주요 기능을 비교함

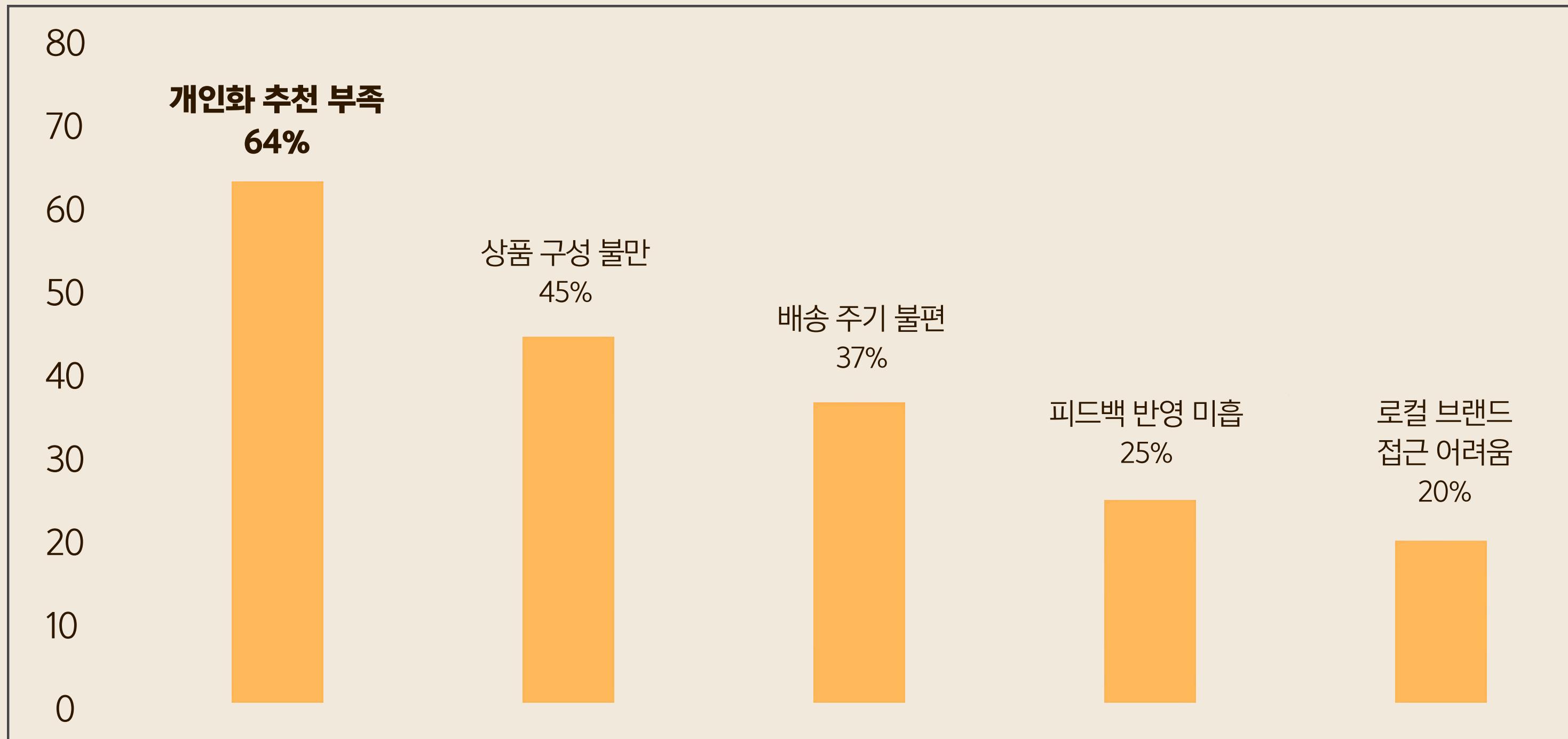
소비자 인식 문제

소비자 기대	실제 인식
내 취향에 맞는 빵을 정기 배송 받길 원함	응답자가 '구독 구성품이 내 취향과 다르다'고 응답(52%)
유연한 배송	배송 관련 불만(37%)
다양한 지역 베이커리 경험	로컬 브랜드의 낮은 온라인 진입률(20%)
후기나 리뷰 반영한 개선	리뷰 피드백 반영도 낮음(25%)



소비자 기대와 실제 경험 사이의 간극이 지속적으로 발생

소비자 인식 문제



✓ 구독 서비스는 편리하지만 **상품 구성·개인화·배송까지 다양한 영역에서 한계가 드러남**

서비스 구조 및 UX 설계



1. 취향 데이터 수집

- ‘단맛·식감·알러지·선호 빵’ 등으로 **취향 벡터 생성**
- 설문 및 이용 기록을 활용해 **취향 벡터 지속적 업데이트**

2. 개인화 추천 시스템

- 취향 요소를 조합하여 ‘**나와 맞는 빵 조합**’을 만드는 알고리즘
- ‘내 취향과 다른 구성’ 문제(52%) 해결

3. 유연한 구독 운영 구조

- 배송 주기 선택(1주/2주)
- 구성 교체 가능, **지역 브랜드 확장으로 다양성 확보**

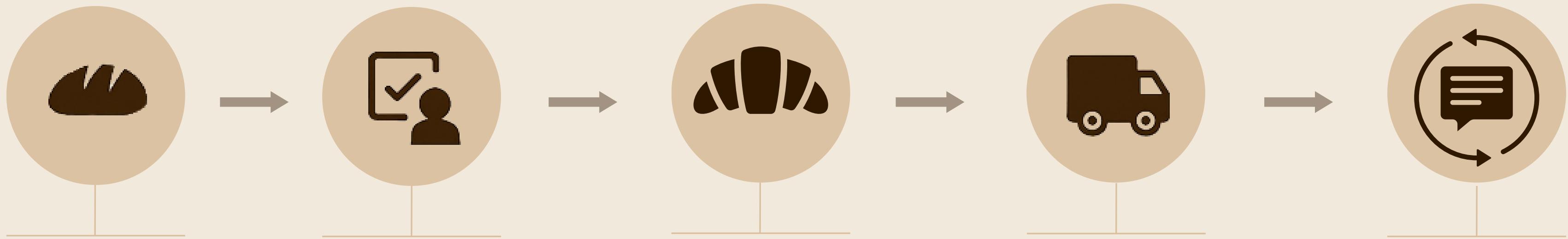
4. 리뷰 피드백 반영 시스템

- 리뷰에 담긴 선호 요소를 자동 반영해 **다음 구독 구성에 즉시 적용**

이 구조는 사용자 여정에서 다음과 같이 구현됨

서비스 구조 및 UX 설계

DAILY BAKERY BOX – 핵심 UX Flow(5단계)



1) 앱 진입

- 스플래시 & 온보딩 1·2·3
- 회원가입 / 로그인 진행

2) 취향 데이터 수집

- 기본 정보 입력
- 선호·기피·식습관 등 설문
- 맞춤 추천을 위한 데이터 확보

3) 개인화 추천·큐레이션

- 취향 기반 추천 제공
- 브랜드/메뉴 큐레이션
- 구성 교체 가능

4) 구독 설정·결제 및 배송

- 구독 주기·주소 입력
- 결제 진행
- 배송 일정 안내 & 실시간 확인
- 배송 완료 알림

5) 리뷰&피드백 반영

- 만족도 평가
- 리뷰 작성 → 포인트·혜택
- 피드백 즉시 반영
→ 다음 추천에 적용

서비스 구조 및 UX 설계

로고 화면



온보딩 1



온보딩 2



온보딩 3



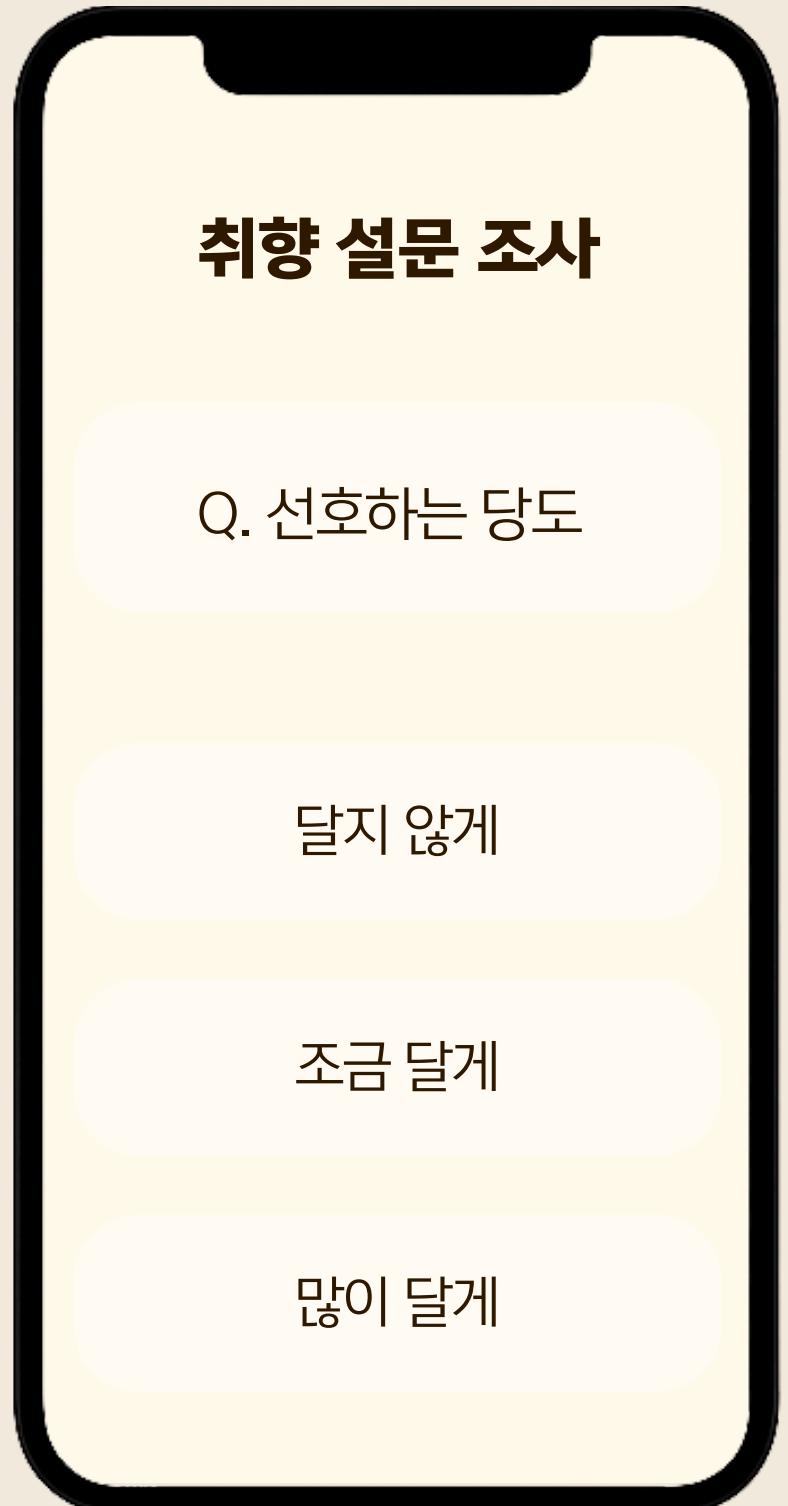
- 앱 진입 시 브랜드를 가장 먼저 인지시키는 **스플래시 화면**

- 서비스 핵심 가치인 '**신선 베이커리 정기 배송**' 소개

- **개인 취향 기반 추천**을 위한 **최소 정보 수집** 단계

- **구독 시작을 유도**하는 혜택 제시 단계

서비스 구조 및 UX 설계



1. 취향 기반 데이터 수집

- 당도·식감·선호 유형 등을 반영해 사용자 맞춤 추천 위한 **취향 벡터 생성**

2. 개인 맞춤 베이커리 박스 구성

- 수집된 취향 데이터를 바탕으로 사용자에게 가장 잘 맞는 **맞춤 베이커리 박스** 자동 구성

3. 사용할수록 더 정교해지는 추천

- 리뷰와 평가가 반영되어 다음 베이커리 박스는 이전보다 **더 취향에 맞는 구성으로 업데이트**

서비스 구조 및 UX 설계



추천 알고리즘

(개념 설계 단계)

1. 취향 데이터 입력(Input)

- 취향 설문

- 당도(1~5)
- 식감(부드러움/쫄깃함 등)
- 선호 유형(페이스트리/크림빵/식사빵 등)
- 알러지/기피 재료

- 행동 데이터

- 구성 교체/추가
- 클릭·조회 기록

- 리뷰 데이터

- 만족도 평점
- 키워드(“너무 달아요”, “버터향 좋아요” 등)

2. 추천 점수 계산(Processing)

- 벡터 생성

- 취향 요소(당도·식감·유형)를 수치화해 User Vector 생성
- 메뉴 속성(당도·식감·유형)을 수치화해 Menu Vector 생성

- 유사도 계산

$$\begin{aligned} \text{추천 점수} = & (\text{당도 유사도} \times w1) + \\ & (\text{식감 유사도} \times w2) + \\ & (\text{선호 유형 매칭} \times w3) + \\ & (\text{리뷰 반영 점수} \times w4) \end{aligned}$$

→ 속성이 일치할수록 점수 증가

→ 점수가 높을수록 사용자 취향과 더 가까운 메뉴

3. 추천 구성 출력(Output)

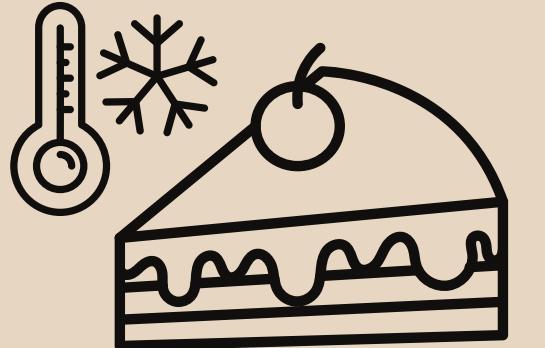
- 추천 구성 생성

- 1) 점수 높은 메뉴 순으로 후보 리스트 생성
- 2) 페이스트리/식사빵 등 카테고리 밸런스 조정
- 3) 알러지·기피 재료 제외
- 4) 이전 회차 구성과의 중복 최소화(일부 교체)

→ 취향 기반 3~5종 자동 추천 구성

인사이트 기반 차별화 전략

① 기존 베이커리/디저트 시장의 구조적 한계



냉동 디저트 중심 구조

신선 제품보다 냉동 디저트가
온라인 배송의 주류가 된
시장 구조



베이커리 배송 난이도

당일 생산·파손 위험·일반 택배 불가
소형 베이커리는 정기 배송 운영이
사실상 어려움



시장 공백

신선 베이커리 수요는 있지만
공급 인프라 부족으로 충족되지 못함

인사이트 기반 차별화 전략

② 신선 베이커리 배송의 미충족 니즈



**냉동 디저트는 배송 시장이
이미 안정적 구축**

보관·유통이 쉬워
온라인 판매·배송이
안정적으로 운영됨



**신선 베이커리는
배송 난이도로
선택지가 거의 없음**

당일 제조·상온 보관 특성상
일반 택배로는 효율적 운영 불가



신선 베이커리 정기 수요는 증가

하지만 이를 제공하는 서비스는
온라인에 거의 없음



취향 기반 추천 시스템도 부재

베이커리 구독 서비스 기준
소비자는 자신에게 맞는
조합을 찾기 어려움

인사이트 기반 차별화 전략

③ DAILY BAKERY BOX의 차별화 전략



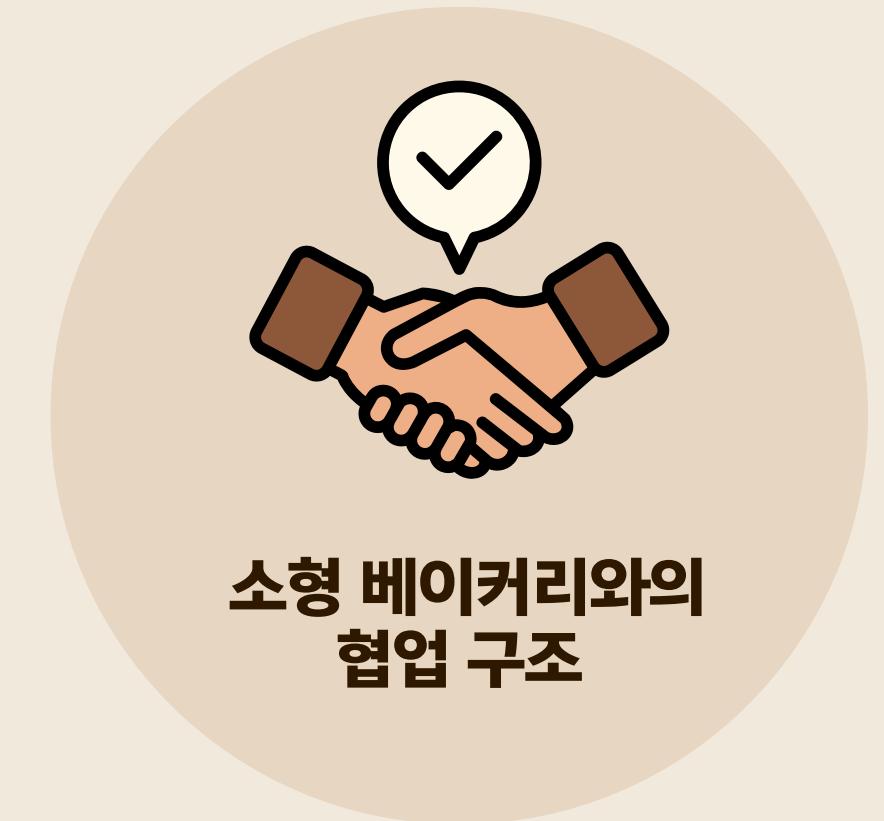
정해진 배송 스케줄 기반
신선 베이커리 제공



취향 데이터 기반
개인 맞춤 구성



리뷰 기반 지속 개선
(Feedback Loop)



소형 베이커리와의
협업 구조

무작위 배송이 아닌
일괄 생산·포장·지정 날짜 발송으로
신선도 유지한 안정적 배송 구현

당도·식감·선호 빵 유형을 반영해
사용자별 최적 조합 추천

구독자가 남긴 평가를
다음 베이커리 박스에 즉시 반영
사용할수록 더 정교한 개인화 경험 제공

입점·생산·포장·정기배송을 지원해
브랜드 확장과 안정적 공급망 구축



이 차별화 전략은 운영 프로세스를 통해 안정적으로 실행

인사이트 기반 차별화 전략



배송 운영 프로세스

① 생산 준비 단계

D-3 주문 마감 & 수요 예측

- 주간 주문량 마감
- 메뉴별 생산 수량 자동 산출
- 제휴 베이커리에 생산 계획 전달

D-2 생산 계획 확정

- 베이커리별 생산 가능량 확인
- 패키지·박스·아이스팩 등 자재 준비

D-1 허브 입고 & 품질 검수

- 당일/전날 생산분 허브로 입고
- 파손·오제조·수량 검수
- 고객별 구성(패킹 리스트) 생성

② 출고·배송 단계

D-DAY 포장 & 냉장 출고

- 취향 기반 구성대로 개별 포장
- 냉장 패키징 후 택배사 인계
- 출고 알림 발송

D+1 배송 완료 & 후기 요청

- 배송 완료 데이터 수집
- 문제 발생 시 CS 자동 분류
- 리뷰·평점 요청 메시지 발송

✓ 정해진 스케줄 기반 운영으로 신선도·배송 안정성 확보

성과 및 향후 확장 방향



비즈니스 모델 구조



① 수익 구조(Revenue Streams)

- 월 정기 구독료(기본/프리미엄)
- 추가 단품 구매(주문 편집 시)
- 제휴 베이커리·브랜드 협업 프로모션 수익



② 비용 구조(Cost Structure)

- 베이커리 원가(매입가)
- 포장·패키지 비용
- 냉장 배송비
- CS/포인트 등 변동비



③ 사업 구조 (Business Logic)

- 구독 기반 반복 매출로 안정적 수익 확보
- 개인화 추천을 통한 재구독·업셀 증가
- 구독자 증가로 운영 단가가 낮아질수록 마진 개선

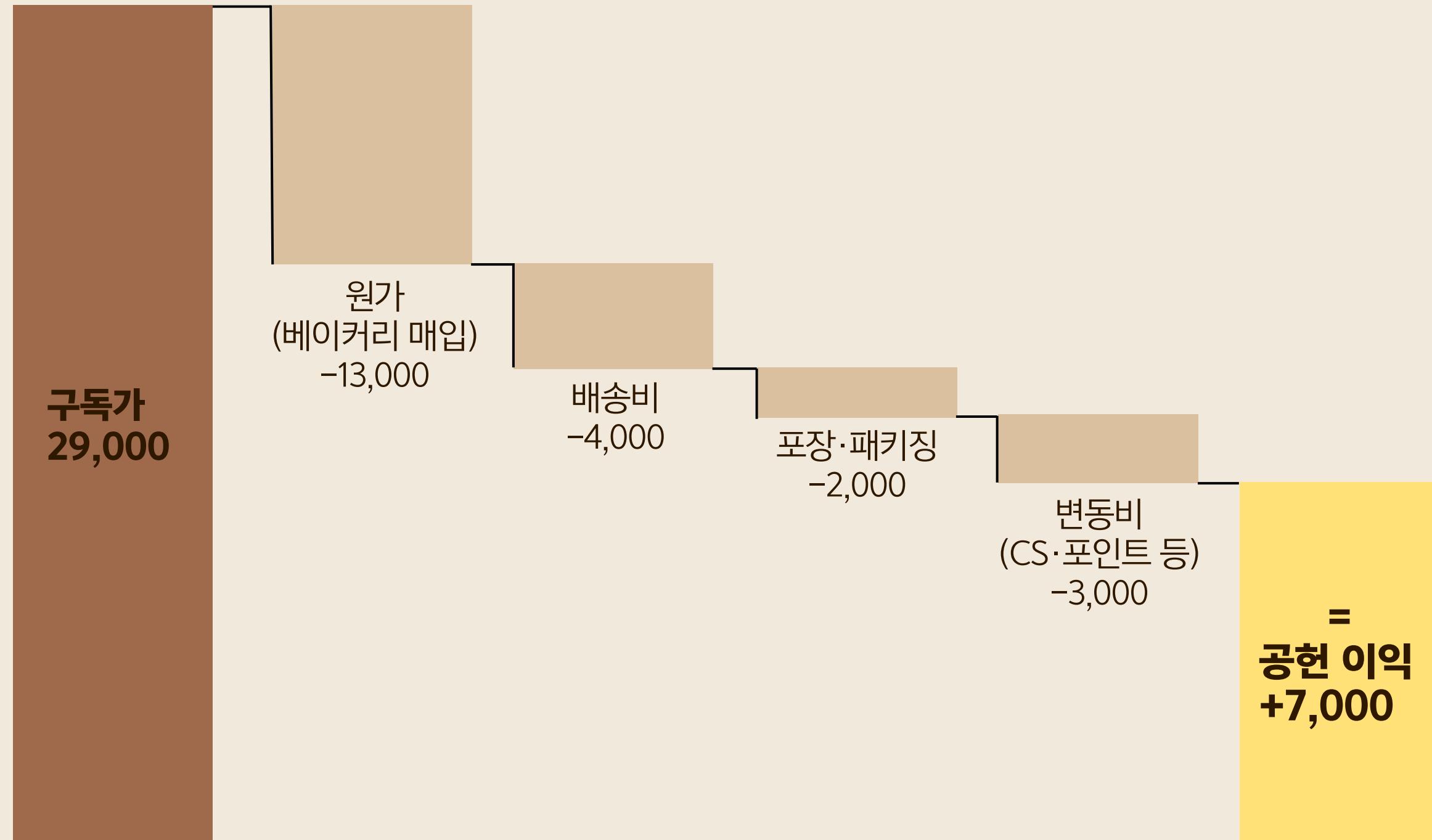


DAILY BAKERY BOX는 **구독 기반 반복 매출과 개인화 추천을 결합한 지속 가능한 비즈니스 모델**

성과 및 향후 확장 방향



구독 1박스 기준 실제 남는 금액(공현이익)을 산출한 예시



손익 요약

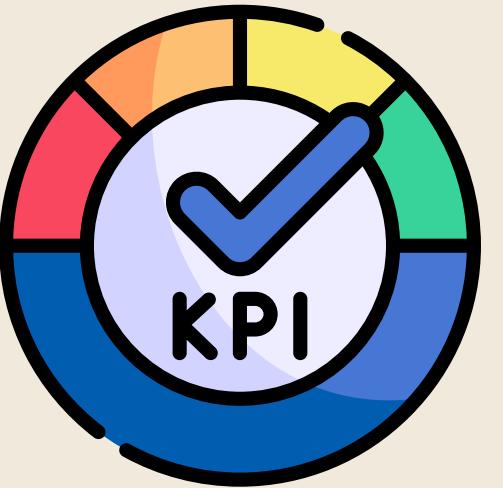
- 공현이익 +7,000원 (1박스 기준)
(예시 기준이며 상황에 따라 달라짐)
- 구독자 증가 → 고정비 분산 → **마진 개선**
- 운영 효율화 → **이익 확대 가능**

성과 및 향후 확장 방향



핵심 KPI & 리스크 대응 전략

서비스 성과를 판단하고 문제 발생 시 빠르게 대응하기 위한 핵심 지표와 전략



① 핵심 KPI

- 월 유지율 ($M1 \rightarrow M2 \rightarrow M3$)
- 3회차 도달률 (구독 정착 핵심 지표)
- 추천 구성 교체율 (추천 정확도 지표)
- 배송 클레임률
- 리뷰 평점(5점 만점)



② 리스크 대응 전략

- 추천 정확도 저하 → 가중치 조정·취향 업데이트
- 초기 이탈 증가 → 웰컴 구성 강화·첫 회차 혜택
- 배송 문제 증가 → 포장 개선·배송사 SLA 점검
- 리뷰 평점 하락 → 메뉴 개선·품질 모니터링 강화

성과 및 향후 확장 방향



사용자 경험 개선

정해진 배송 스케줄로 신뢰도 ↑
취향 기반 구성으로 만족도 ↑



재구매·구독 유지율 상승

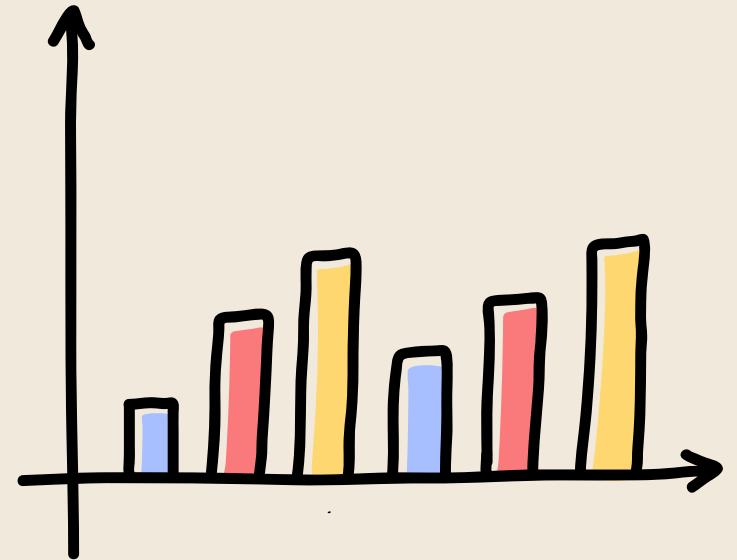
개인화 추천 + 리뷰 반영
사용할수록 맞춤화 고도화



파트너 베이커리 성과

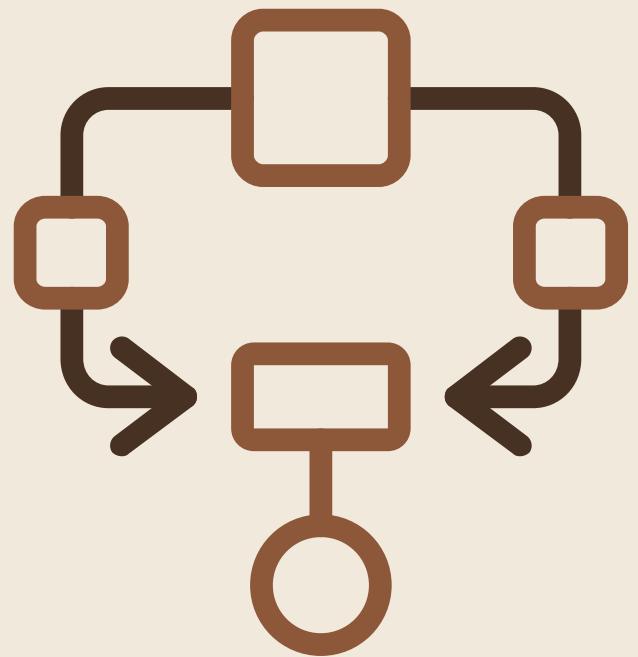
일괄 생산·포장으로 비용 절감
안정적 판매량 확보

성과 및 향후 확장 방향



취향 데이터 축적

사용자의 빵 유형·당도·식감 선호 데이터를
구독 과정에서 자연스럽게 수집



정교한 추천 알고리즘 고도화

선호도·리뷰 반응·재구독 패턴을 기반으로
개인화 추천 정확도 지속 향상



베이커리 운영 인사이트 제공

메뉴별 수요 예측, 신상품 개발 데이터 등
파트너 베이커리에 실제 가치 제공

성과 및 향후 확장 방향



서비스 확장 방향



전국 단위 신선 배송 인프라 확장



지역 → 권역 → 전국 단계별 확장
지방 베이커리 협력 확대·공동 물류 구축



베이커리 공동 개발 상품 (Co-Branding)



구독 전용 시그니처 라인업 출시
공동 개발로 파트너 베이커리 경쟁력 강화



개인화 기반 프리미엄 구독 모델 확장



취향 데이터를 바탕으로
저당·비건·프리미엄 등
다양한 구독 라인으로 확장

결론

핵심 가치

취향 데이터 기반으로 가장 신선한 베이커리를 정해진 날짜에 전달하는 개인화 구독 서비스

WHY?

신선 베이커리를 안정적으로 정기 배송하는 구조가 아직 시장에 없기 때문

요약

- 신선 베이커리 정기구독은 개인화·안정적 배송이 결합된 모델 부재
- DAILY BAKERY BOX는 취향 추천·정해진 배송 스케줄로 이를 해결
- 소비자·베이커리·데이터 측면에서 지속 가능한 가치 확인