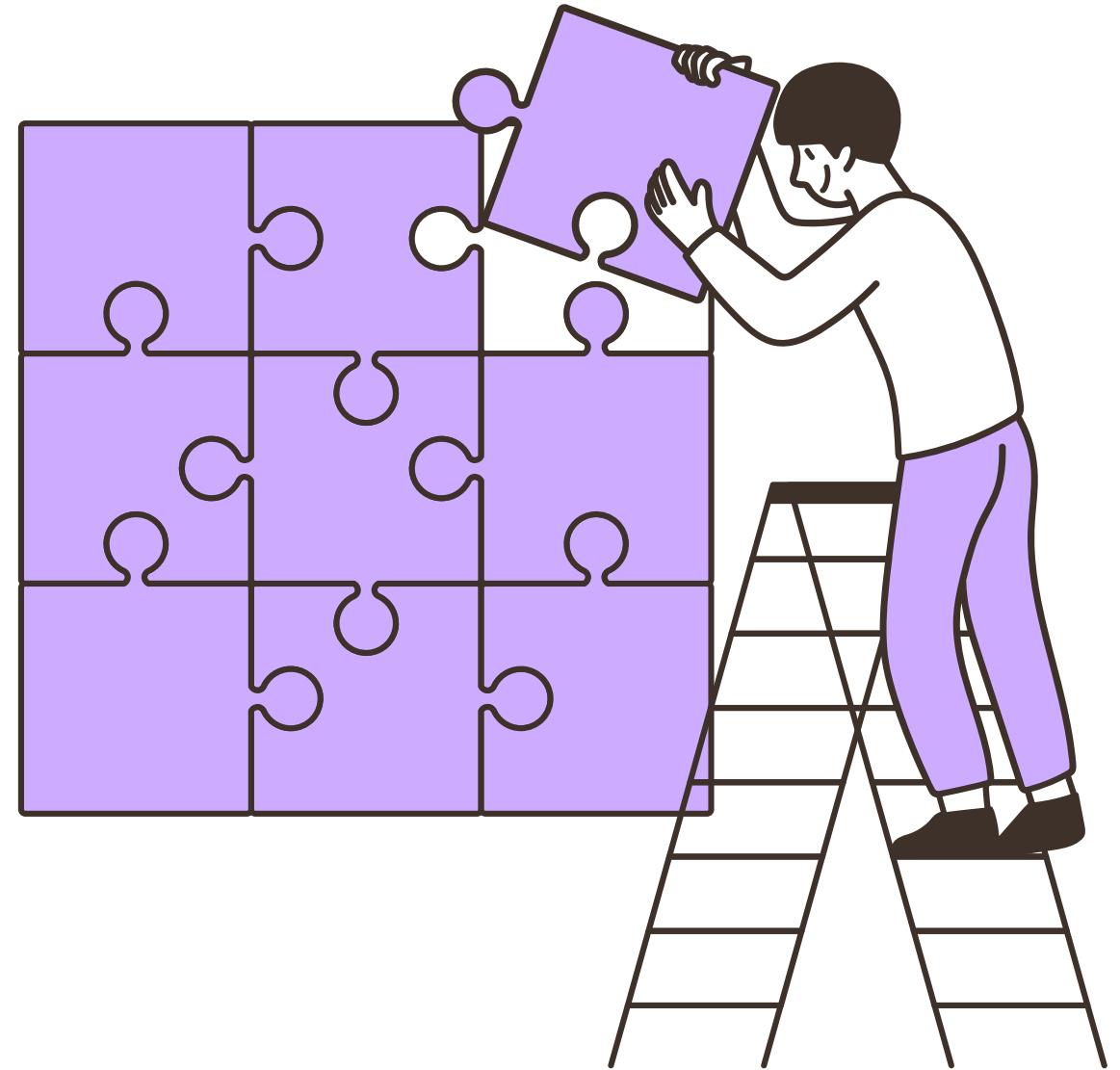


BGF리테일을 위한 ktrend

SNS 기반 트렌드 분석 솔루션

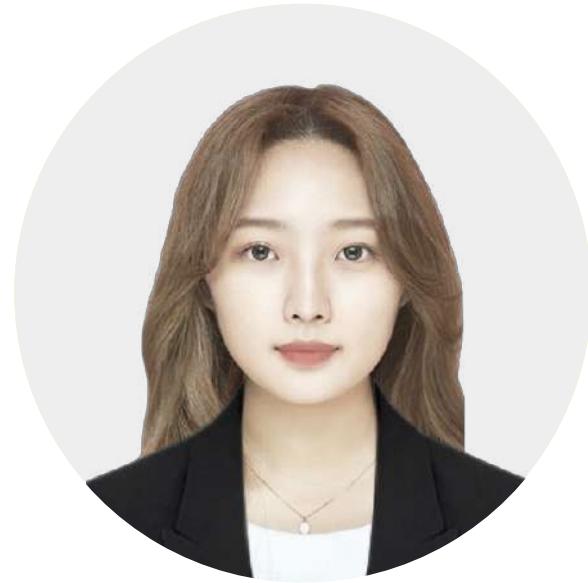
: 트렌드로 퍼즐을 완성하다



DX 6기 24조

서혜원 김기웅 김정연 이재원 이준석 이현승 정수민 최은혁 황성웅

조원 소개



서혜원
프로젝트 총괄
모델링



김기웅
인프라 구성
제안 PT



김정연
인프라 구성
제안 PT



이재원
PPT 제작
모델링



이준석
데이터 분석
제안 전략 기획



이현승
데이터 분석
제안 전략 기획



정수민
UX/UI
모델링



최은혁
PPT제작
모델링

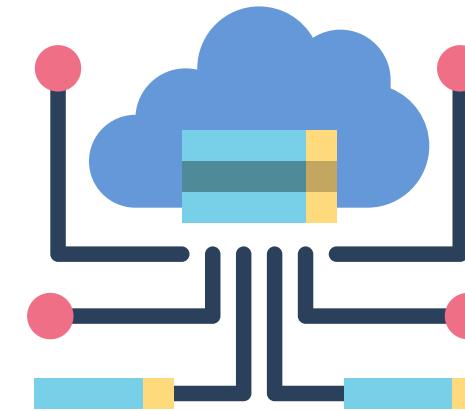


황성웅
데이터 분석
제안 전략 기획

kt 의 기술력을 담은, 트렌드 특화 기업

ktrend

우수한 cloud 서비스



14년간 7천여 기업/공공 고객을
대상으로 안정적 서비스를 제공
다양한 Hybrid/Multi-Cloud 구성 통합 제공

환경경영 선도



UN 글로벌 콤팩트 공식 가입,
UN 지속가능발전목표 이행 등 국제적
파트너십을 통해 지속가능경영 분야를 선도

우수한 빅데이터 분석 기술



AI 기반으로 한 빅데이터
수집-분석-가공-사용의 통합생태계 구축
서울시, 통계청 등 다수기관 검증으로 신뢰도 확보

CONTENTS

01

사업개요

- 제안 배경

02

솔루션 소개

- 솔루션 기능
- 경쟁사 분석
- 프로토타입

03

구현방안

- 서비스 구성
- 서비스 흐름
- 인프라 구성

04

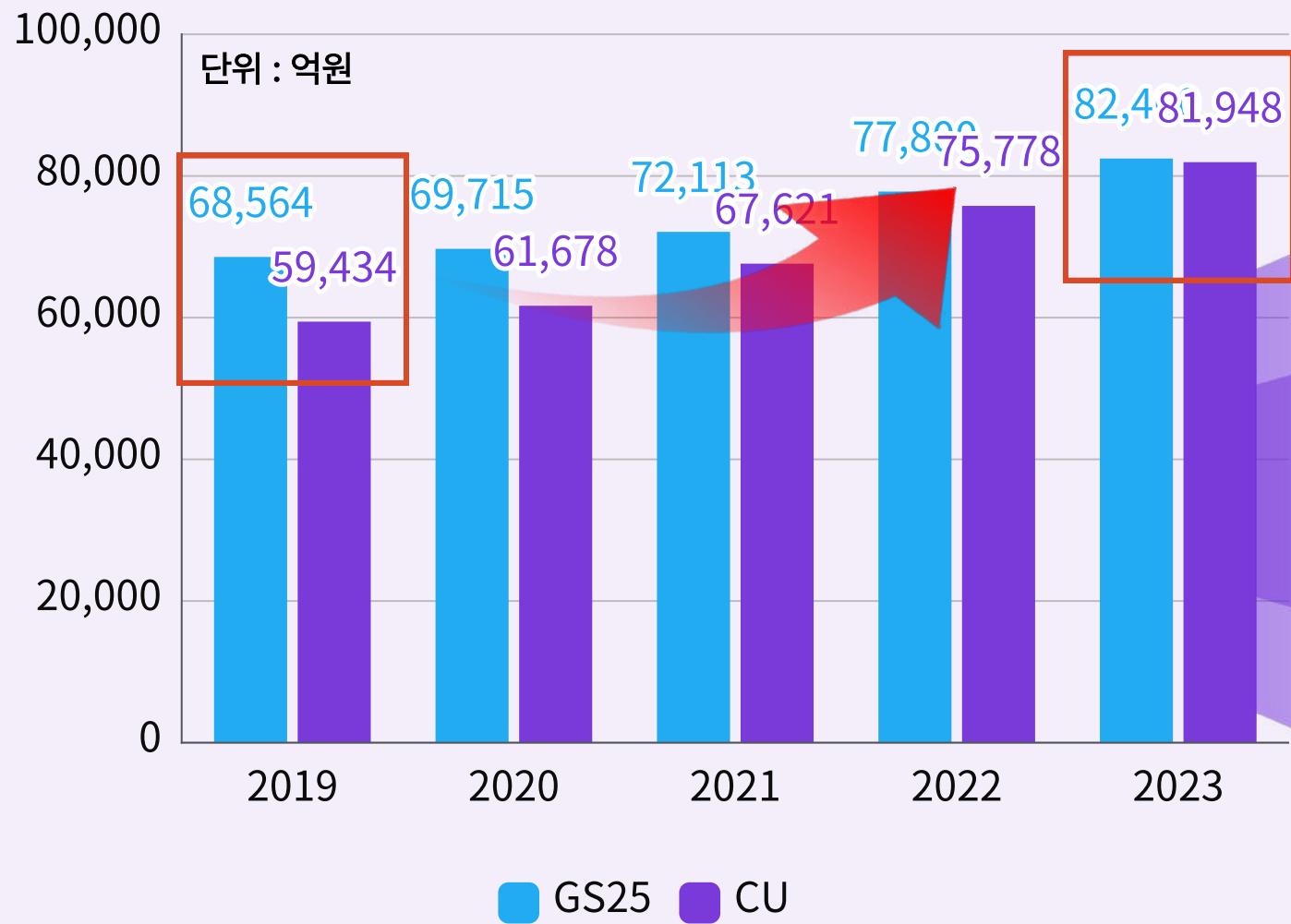
기대효과

- 기대효과
- 향후 계획

01

시작해요

트렌드가 시장을 움직인다 : BGF리테일, 변화에 앞서다



2021년 이전 : GS25가 압도적인 점유율 유지

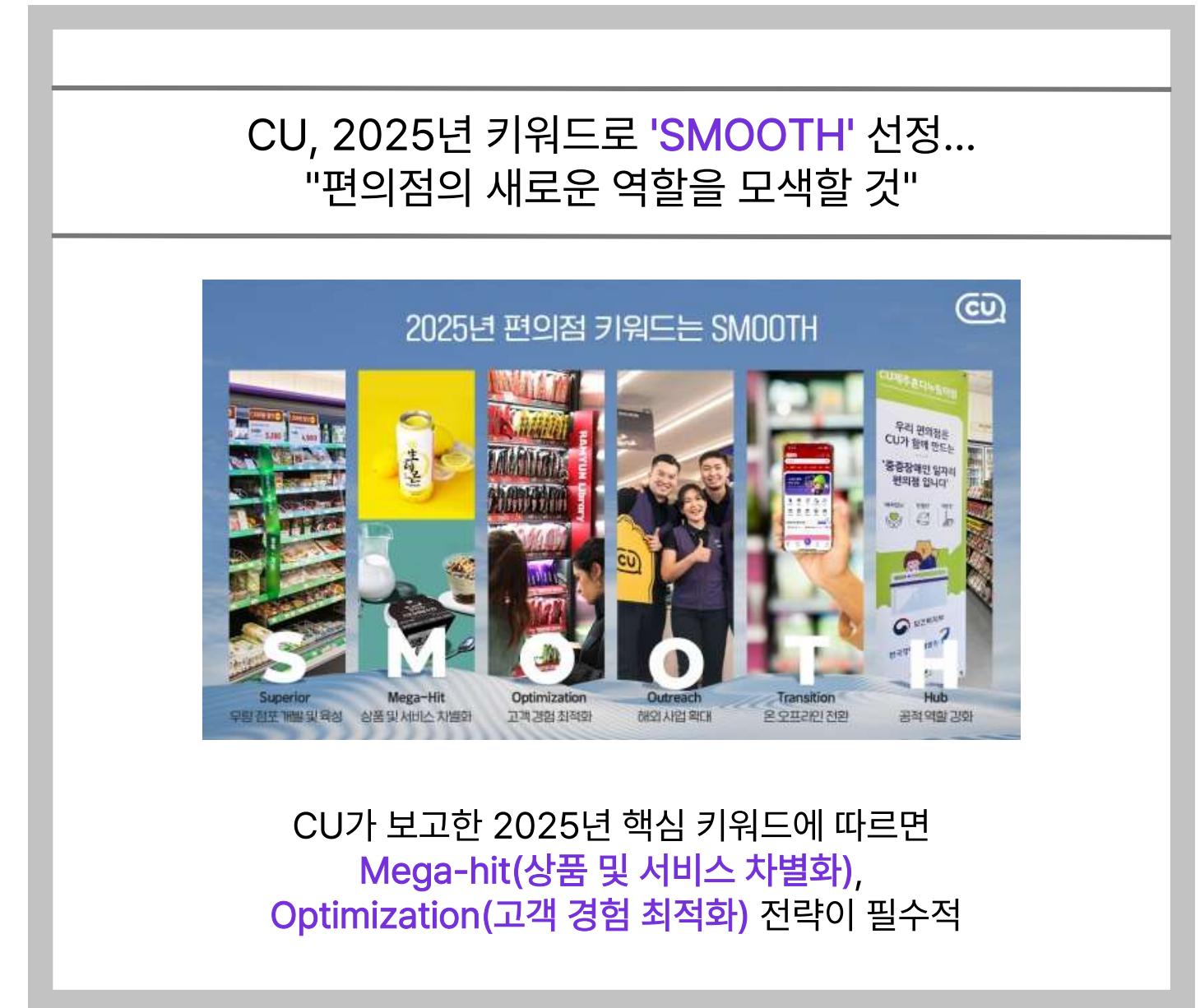
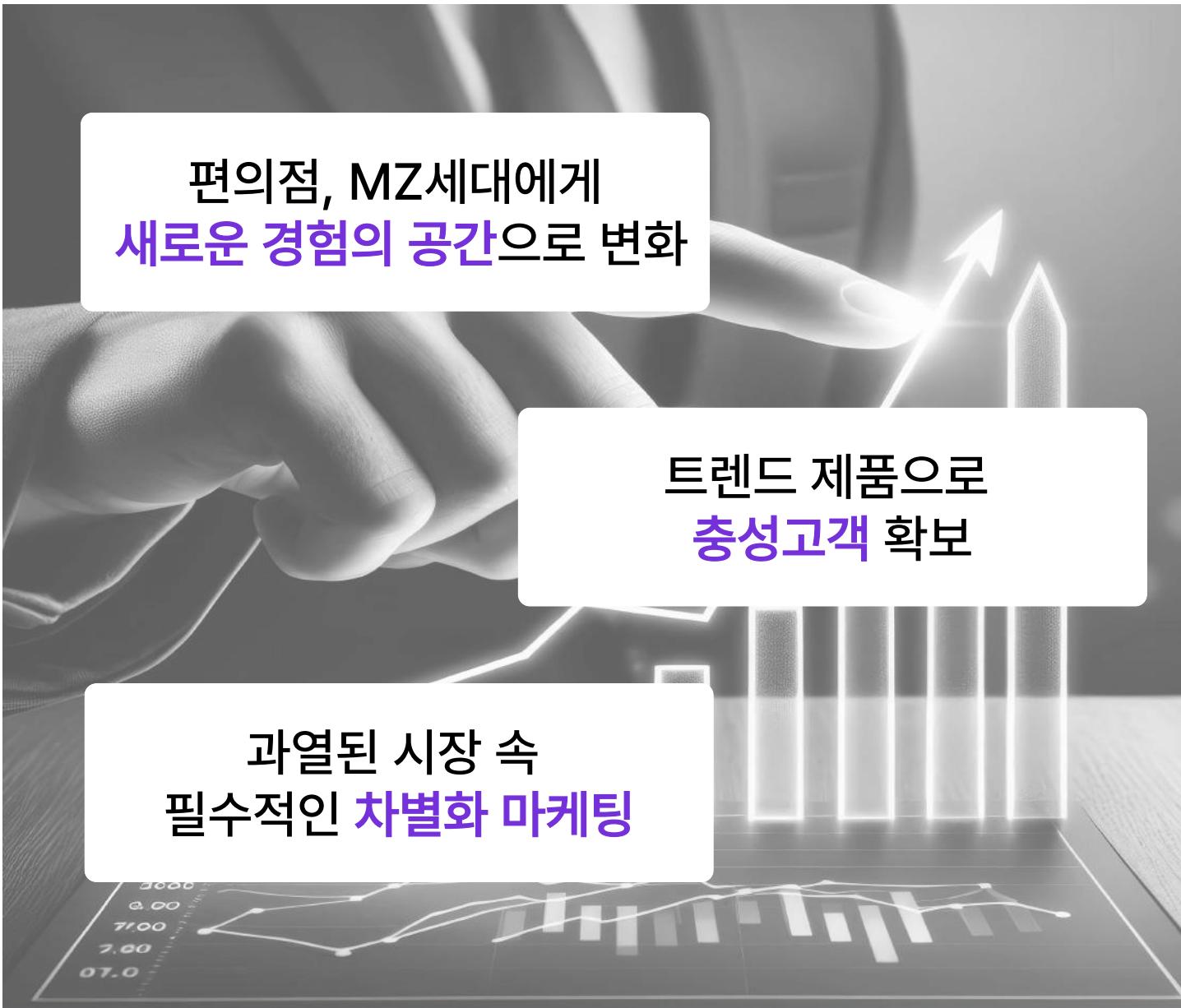
2021년 이후 : 빠르게 성장하며 GS25를 위협할 정도의 경쟁력을 갖춤

WHY?



트렌드를 잘 반영한 PB상품을 개발하여
PB상품의 매출이 전체의 25~30% 차지할 만큼
PB상품의 매출 상승

CU의 2025년 핵심 전략 "SMOOTH"



트렌드를 신속하게 파악하고 이에 기반한 선제적 대응을 통해 시장 선점 효과 극대화 필요

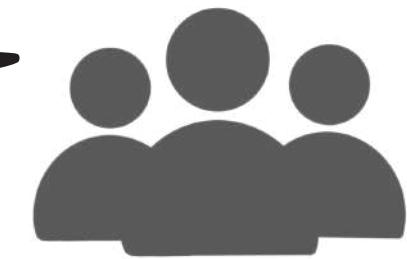
기존 트렌드 분석의 한계와 지역별 맞춤 발주의 필요성



BGF리테일 BM팀

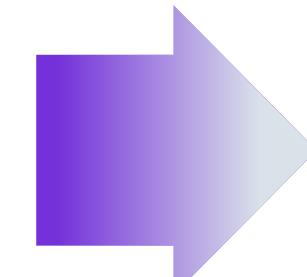
현재 사내에 트렌드를 분석하는 툴이
존재하지만 거의 **무의미**하고
간단한 **알고리즘** 제공하는 정도에 그칩니다

지역, 연령층, 성별이 달라 유행하는 정도가 다른데
동일한 기준으로 발주를 넣으니 **폐기되는 제품**이 많아요



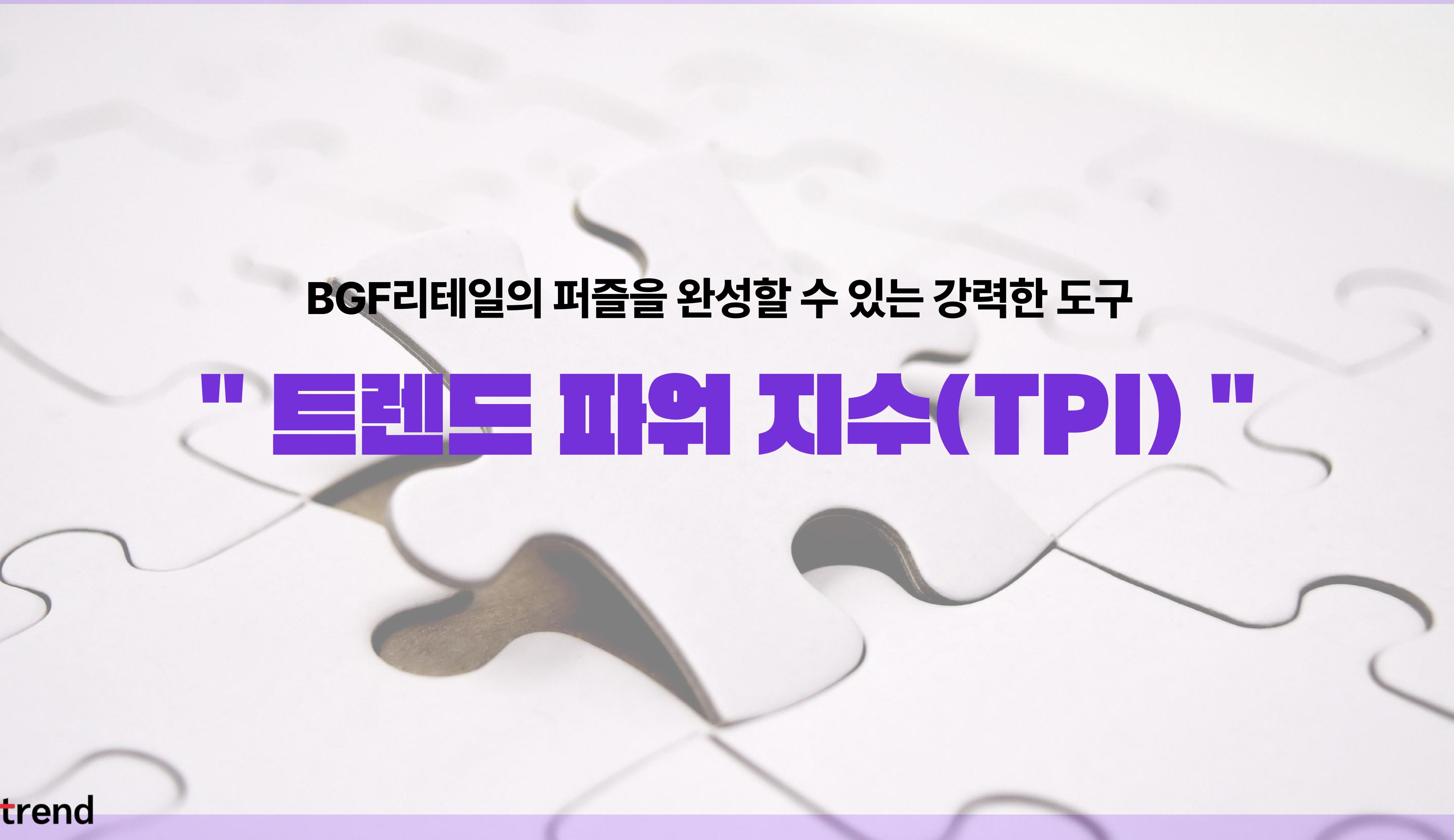
CU 점주

자동화된 분석 도구와 지역별 수요차 고려 필요



02

솔루션 소개

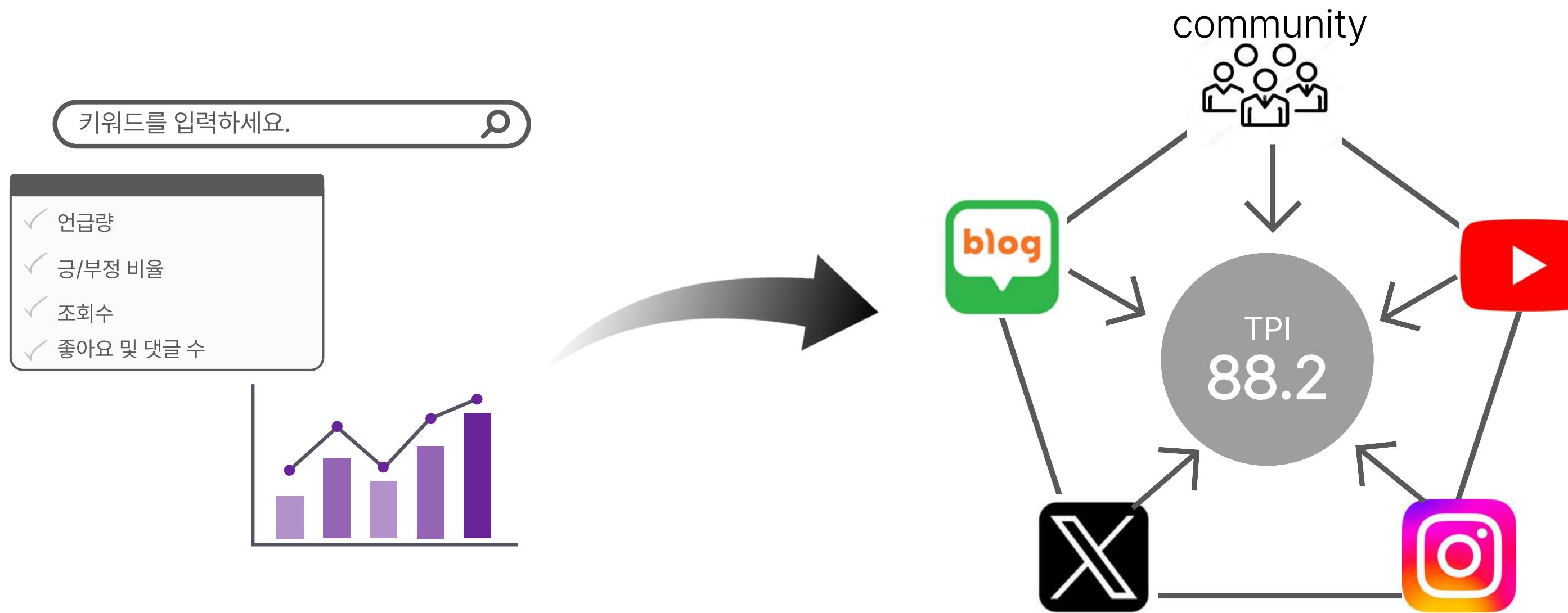


BGF리테일의 퍼즐을 완성할 수 있는 강력한 도구

"트렌드 파워 지수(TPI)"

트렌드 파워 지수(TPI)

언급량, 조회수, 긍/부정 비율, 좋아요 수, 댓글 수를 기반으로
플랫폼 통합 트렌드 파워 지수 제공



트렌드 파워 지수(TPI) 조회 기능

트렌드 파워 지수

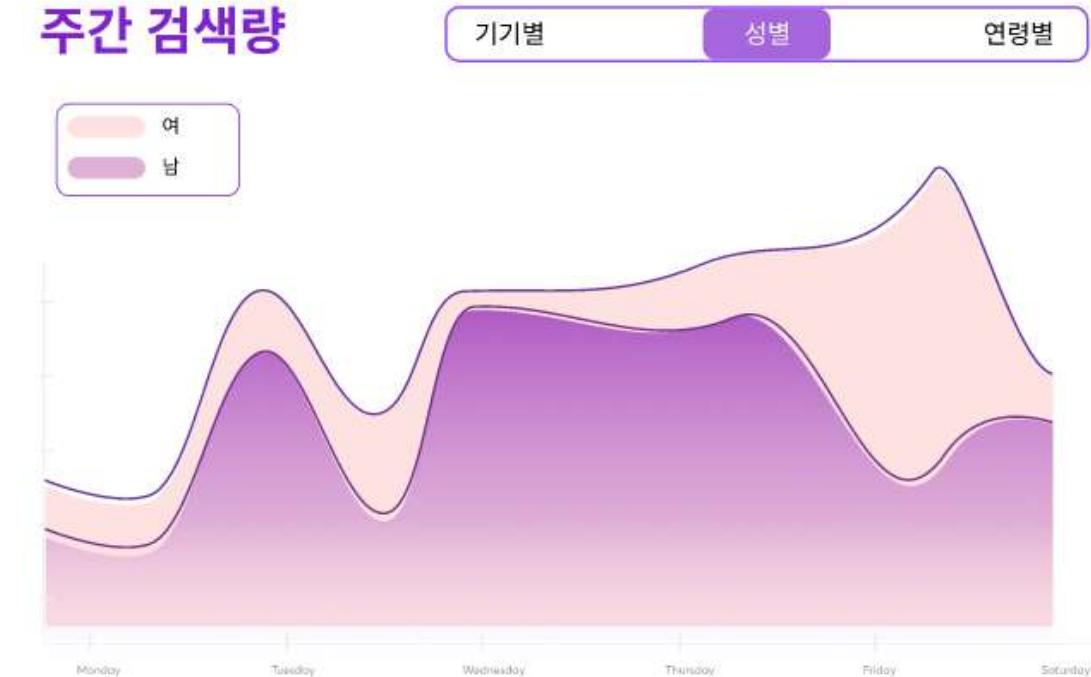
1 / 4 ▶



[통합 TPI]

키워드에 대한
플랫폼, 연령, 성별 통합
트렌드 파워 지수(TPI)를
직관적으로 제시

주간 검색량

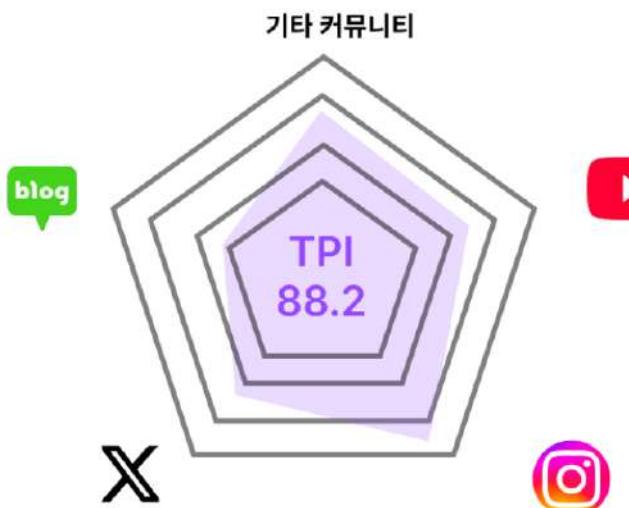


[성별, 연령별 검색량]

키워드에 대한
성별 및 연령별 비중을
시각적으로 제공하여
타겟층을 분석 가능

플랫폼별 TPI

◀ 2 / 4 ▶



[플랫폼별 TPI]

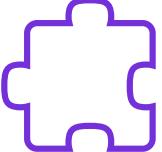
키워드에 대한
플랫폼별 중요도를
스파이더 차트 형식으로
제공하여 한눈에 파악 가능

인기 검색어

1. 오징어게임
2. 밤티라미수
3. 연세우유 생크림빵

[키워드 랭킹]

실시간으로
가장 많이 검색되거나
언급되는 키워드의 순위를
제공하여 트렌드 파악 가능



첫 번째 조각 : 발주 최적화 시스템

기존의 스마트 발주 2.0

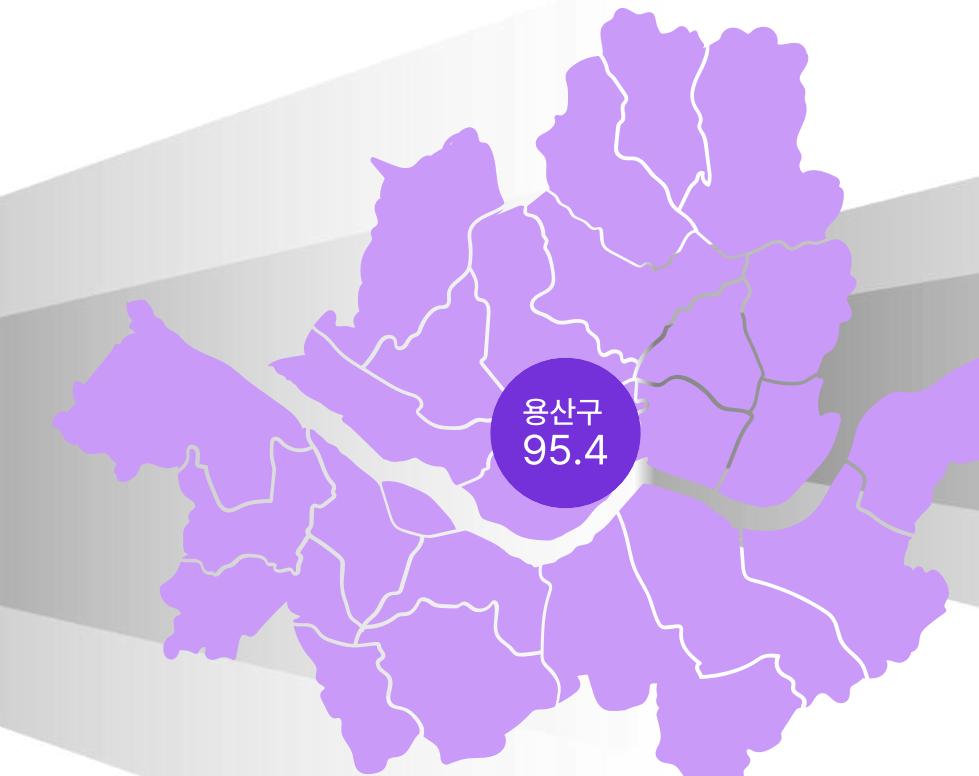
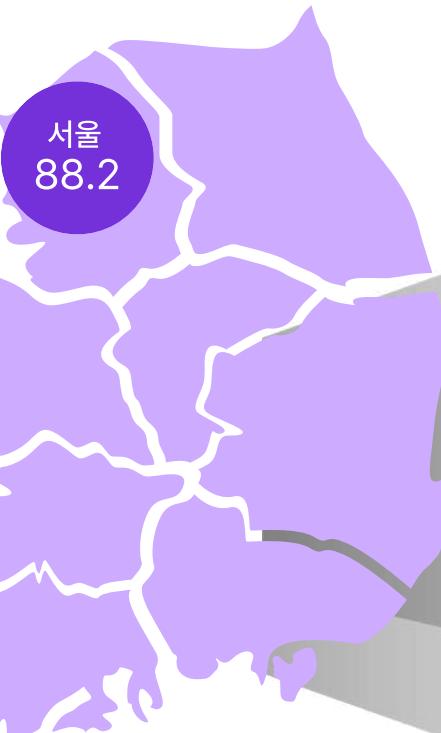
판매실적, 요일, 계절, 행사에 따라
AI로 재고량 산출
그러나 지역 및 트렌드 반영하지 못함



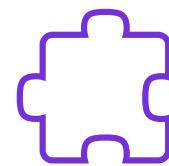
트렌드 파워 지수(TPI)

지역별 수요차를 고려한
여러 플랫폼의
통합 트렌드 파워 지수

최적의 발주 시스템



	재고관리 TPI 가중치	추천 발주량
연세우유 생크림빵	0.6	+10%
맛풀리밤티라미수빵	0.9	+20%
저당크림소금빵	0.2	-15%



두 번째 조각 : 제품 추천 서비스

**키워드 관련 자사 제품을 제시
콜라보, 제품 개발의 용이성 제공**

제품 추천

유라기)티라미수초코찰떡 3,000원

피오레)큐브티라미수N 3,600원

도)오색제육비빔밥 4,900원

연세)우유생크림빵 2,700원

헤이밀스)마라마파두부밥 5,600원

발주 최적화

메인으로

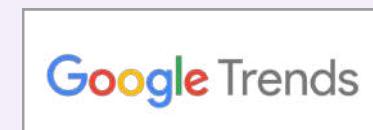
이런 상품도 있어요! *New*

이천)쌀라떼파우더 1,200원

**키워드 관련 타사 제품 분석
시장 포화도 파악 및
신제품 출시 적정성 판단 척도 제공**

ktrend의 솔루션 경쟁력

제품 추천부터 재고 관리까지 든든한 트렌드 파워 지수



여러 SNS 데이터 반영

O

X

X

X

O

종합 지수 제공

O

X

지역/연령/성별 분석

O

X

O

X

X

연관어 제공

O

O

X

O

O

키워드 기반 제품 추천

O

X

종합 지수

다양한 SNS 데이터를
반영한 트렌드 지수

지역/연령/성별 분석

고객 세분화 자료
제공으로 확장성 증가

키워드 기반 제품 추천

키워드 관련 제품 중
콜라보 가능 제품 추천

SNS 기반 트렌드 분석 혁신!

As-Is

시장 조사

분산된 SNS의 데이터를 각각 수집 후 직접 분석

상품 개발

유사 상품 비교 후 콘셉트를 기획

발주 관리

스마트 발주 2.0 시스템 도입

To-Be

시장 조사

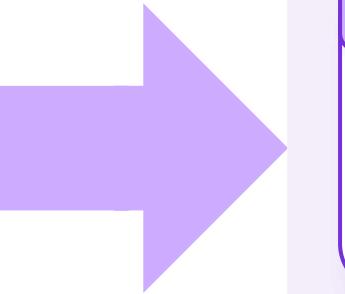
SNS 데이터를 통합한 트렌드 파워 지수(TPI) 제공

상품 개발

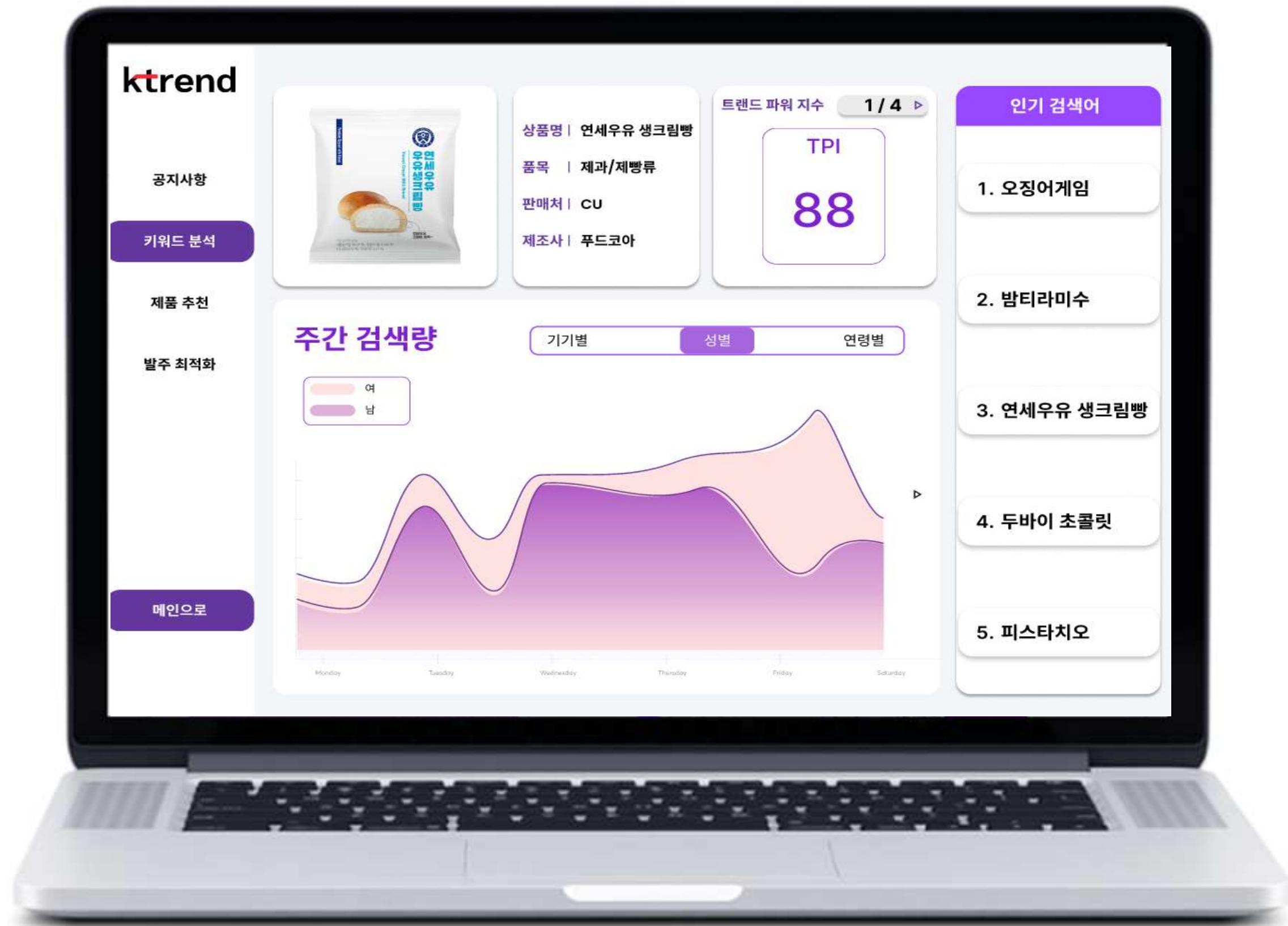
키워드와 연관된 자사 제품 및 콜라보 가능 제품 제시

발주 관리

기존 시스템에 결합하여 지역 특색, 유행 반영



한눈에 보는 프로토타입



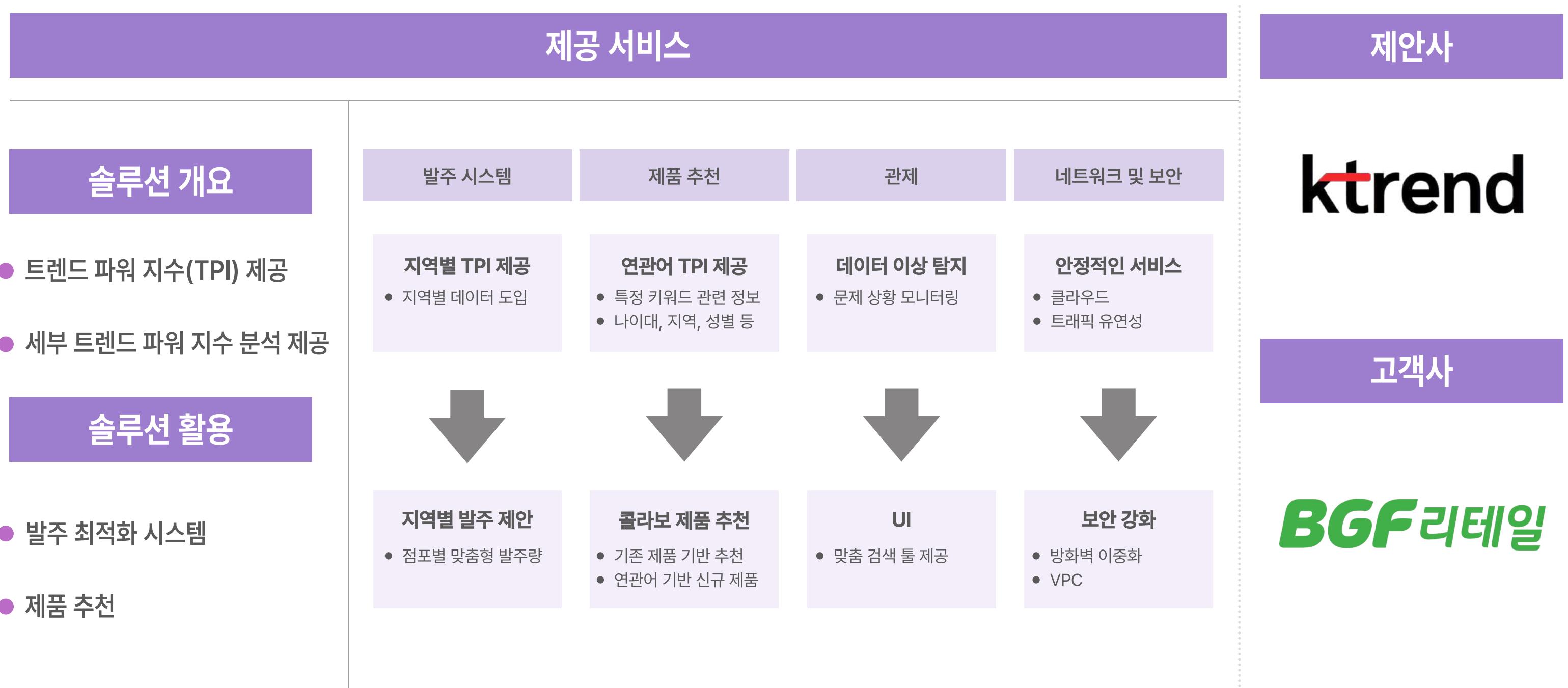
시연영상



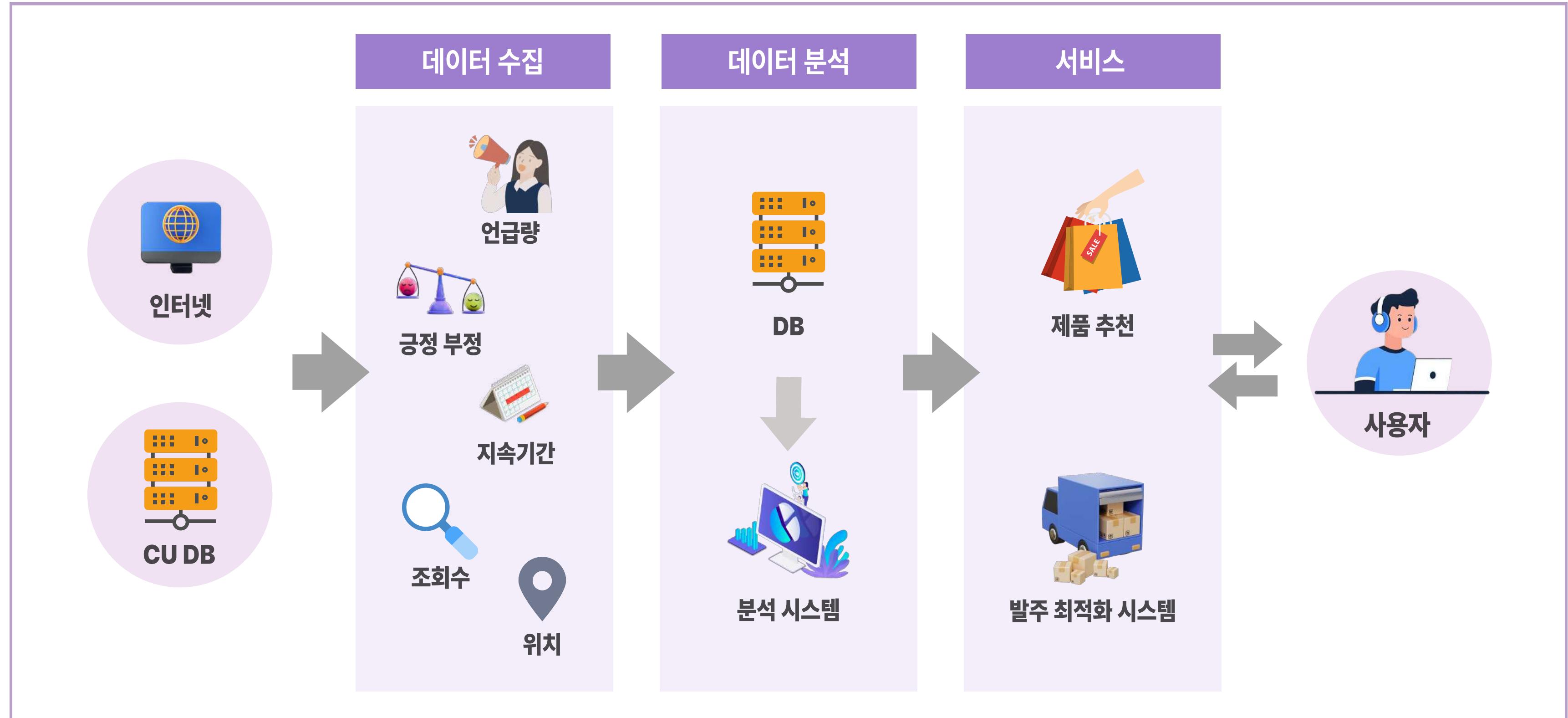
03

구현방안

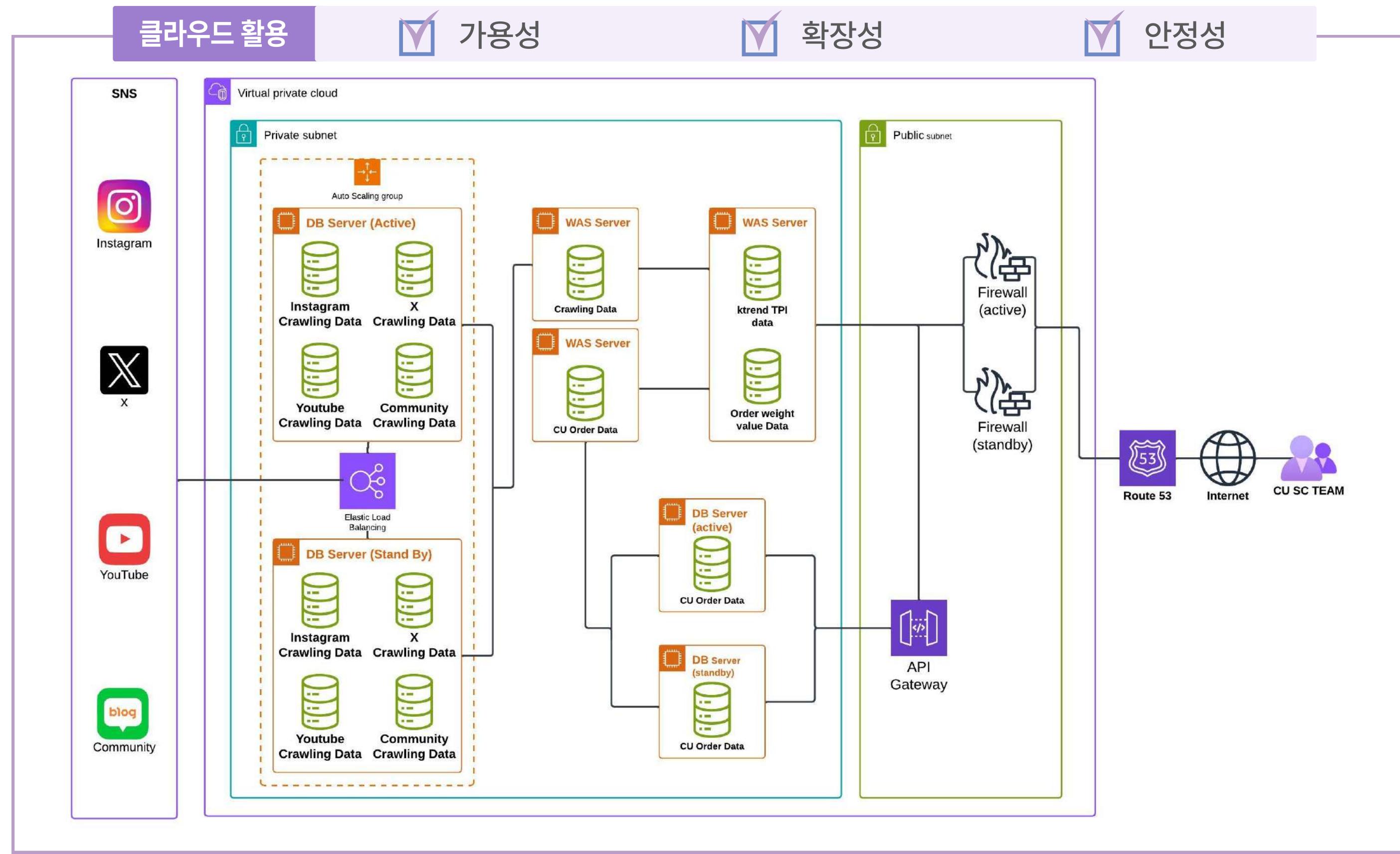
정확한 빌주·제품 추천의 시작, 트렌드 파악 지수(TPI)



정확한 밸주·제품 추천의 시작, 트렌드 파워 지수(TPI)

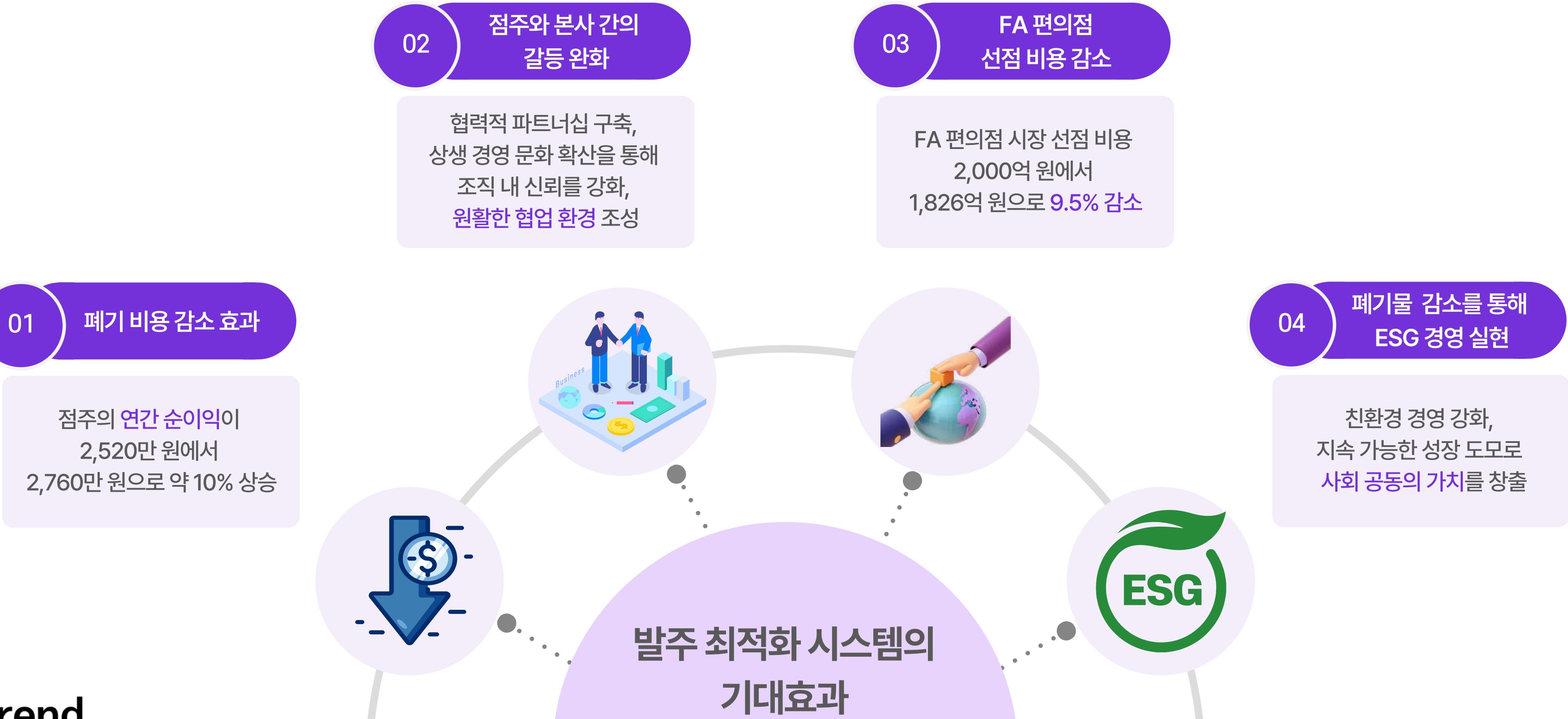


고객사 시스템과의 뛰어난 연동성, 안정적인 서비스 제공



04

기대효과





마침내 완성된 퍼즐

발주 최적화 시스템

본사와 점주 간의 갈등 완화
폐기 처리 비용 및 결품 감소

연간 약 **180억원**의 비용 절감

제품 추천 시스템

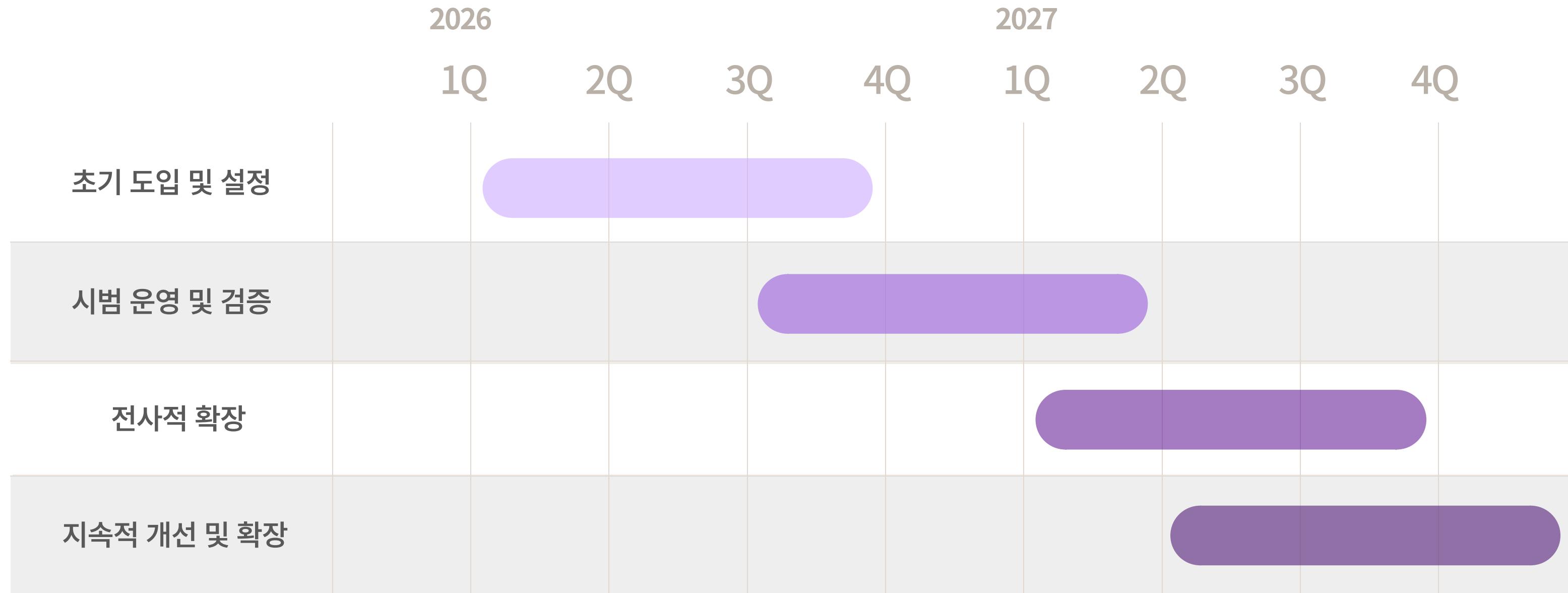
브랜드 평판 지수 상승을 통한 매출 증대
제품 기획 과정에서의 시간, 비용, 인력 감소

연간 약 **168억원**의 영업이익



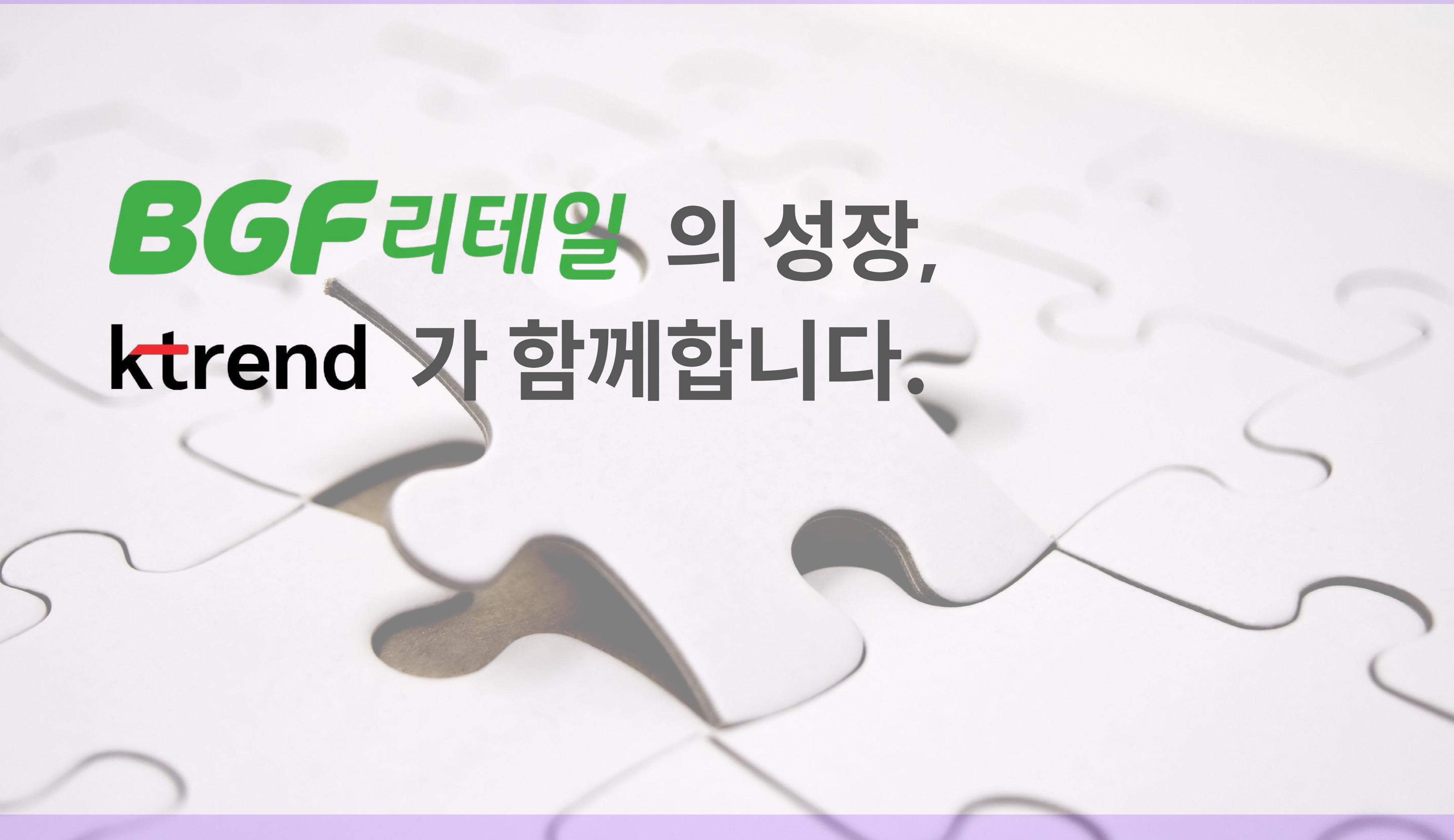
전년 대비 총 **348억원**의 경제적 효과

운영부터 확장까지, 트렌디하게 성장



향후계획

글로벌 트렌드 반영을 통한 해외 진출 가능성 탐색
API 공개를 통한 외부 협력사와의 데이터 공유 및 확장



BGF리테일 의 성장,
ktrend 가 함께합니다.



1. 요구사항 인터뷰 요약

BGF 리테일 BM팀

현재 트렌드 분석 및 발주 최적화는 어떤 시스템으로 관리하고 있나요?

기본적인 판매 데이터 분석 도구와 트렌드 모니터링 시스템을 사용하지만, 실시간 트렌드 반영이 어렵습니다

이러한 한계를 극복하기 위해 어떤 시스템이 필요하다고 생각하시나요?

실시간 외부 데이터 수집·분석 시스템과 빠른 의사결정을 지원하는 자동화된 분석 도구가 필요합니다

현재 시스템은 실시간 트렌드 반영을 위한 외부 데이터 수집과 자동화된 분석 도구 필요

CU 점주

현재 상품 발주 및 재고 관리는 어떻게 진행하고 계신가요?

판매 데이터와 경험에 기반해 발주하지만, 정확한 수요 예측이 어려워 재고 과잉 또는 부족 문제가 있습니다

이러한 문제를 해결하기 위해 어떤 시스템이나 지원이 필요하다고 생각하시나요?

정확한 트렌드 분석과 수요 예측이 가능한 시스템이 있으면 좋겠습니다. 실시간 데이터로 발주를 조정할 수 있는 기능이 필요합니다

재고 관리 문제를 해결하기 위해 실시간 데이터 기반의 트렌드 분석과 유연한 물류 조절 기능이 요구

BGF 리테일 니즈

- 데이터 중심의 상품기획 체계를 통해 소비자 트렌드에 신속히 대응함으로써 트렌디한 브랜드 이미지를 구축해야 함.
- PB 상품 분야에서 1위를 지키고 있는 기업으로서, 단순한 시장 선도가 아닌, 경쟁사와의 차별화를 통해 압도적인 우위를 지속적으로 강화해야 함.
- 수요 예측 실패로 인한 재고 부담과 본사-점주 간 갈등을 해결하기 위해, **개선된 발주 시스템**이 필요함.

CU 점주 니즈

- 트렌드 분석과 수요 예측을 통해 인기 상품을 제때 확보하고 판매 타이밍을 놓치지 않는 시스템 필요함.
- 지역별 판매 데이터 기반의 맞춤형 발주 시스템이 필요하며, 이를 통해 불필요한 재고를 줄여야 함.
- AI 기반 수요 예측과 실시간 데이터 분석으로 과잉 발주와 재고 부족을 최소화해야 함.



본사-점포 시너지를 위한 통합 니즈 분석

- 데이터 기반의 정확한 수요 예측과 **효율적인 발주 최적화**를 통한 경쟁력 강화 필요함.

2. 제안 배경

편의점, 'PB상품'에 꽂힌 이유

이현석 기자 tryon@bizwatch.co.kr

2021.04.30(금) 16:14

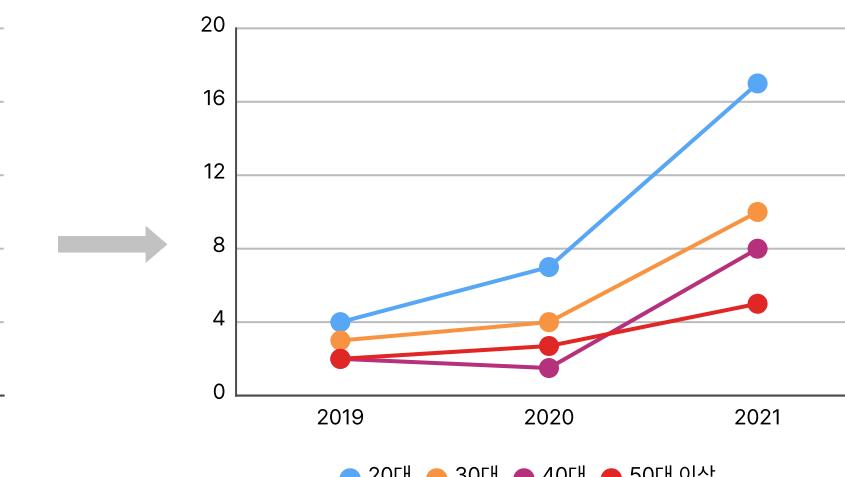
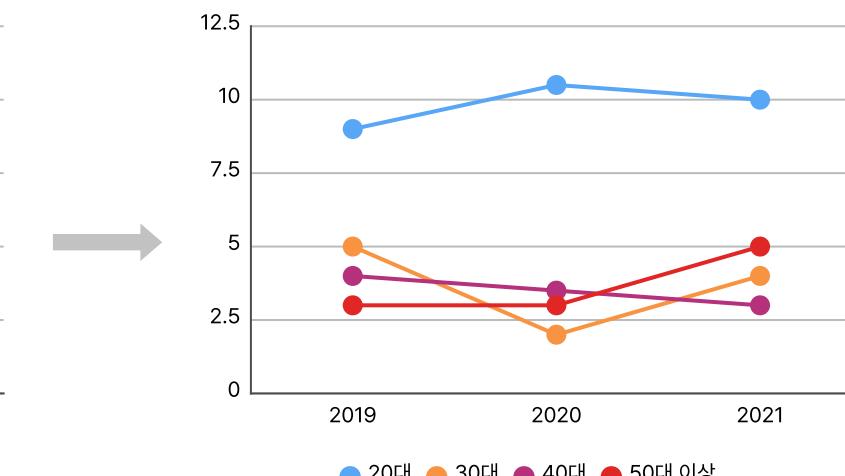
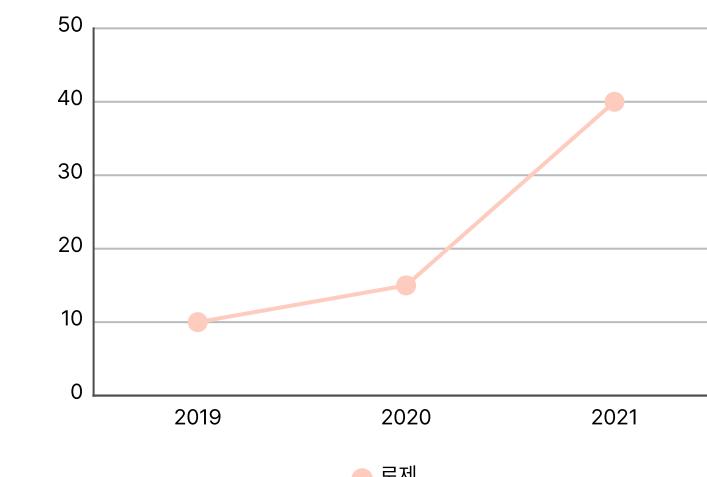
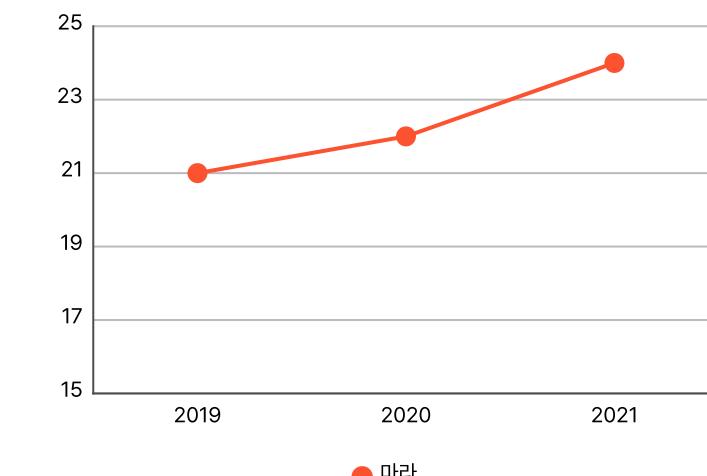
가격 넘어 품질·트렌드로 차별화
효율성 높아… "시장 더 커질 것"

가격을 가장 중시했던 예전과 달리
최근 들어서는 품질·트렌드에서 차별화 경쟁이 활발함
이에 따라 트렌드를 잘 반영한 PB상품의 출시의 중요성 대두됨

1분에 47개씩 팔렸다… 편의점 성공신화 쓴 'CU 크림빵'

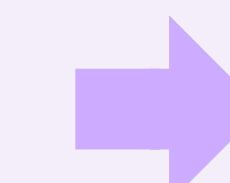
연세우유 크림빵은 크림이 가득한 빵에 대한 소비자 선호도를
정확히 파악해 제품에 반영한 결과,
출시 2년 만에 5,000만 개 이상 판매되는 성과를 거둠
이에 따라 트렌드에 맞춘 제품을 통한 매출 증대를 기대할 수 있음

'마라', '로제' 키워드에 대한 연령별 취식률 추이



오픈서베이 푸드데이터

다른 연령대의 소비 트렌드가 젊은 소비 트렌드를
따라가는 경향이 있다는 것을 보여줌



3. 데이터 분석 과정

사용 데이터

- Opensurvey, 『편의점 트렌드 리포트 2022』,
최근 1년 내 구매 증가한 식료품 품목 Top 10 –응답자 특성별, [Base:편의점에서 식료품 구매자, N=990, 중복응답, %]
- 행정안전부, 『행정동별 주민등록 인구 및 세대현황』

지역별 편의점 수요 분석 방법

1. 편의점 트렌드 리포트를 통해 소비자의 연령과 성별에 따라 편의점 물품에 대한 수요 차이가 있음을 확인
2. 행정동별 주민등록 인구 및 세대현황을 통해 각 지역에서 성별과 연령대에 따른 인구 수를 확인 가능
3. 인구 데이터를 정규화하여 지역별로 연령과 성별의 비중을 확인
4. 3에서 얻은 각 연령과 성별 비중을 가중치로 하여 지역들의 편의점 물품 카테고리별 수요 차이를 확인

3. 데이터 분석 과정

사용 데이터

편의점 트렌드 리포트 2022

	카테고리	비중	증감	남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	주 4회 이상	주 1~3회	주 1회 미만
0	간편식류	32.6	0.1	28.8	36.6	33.8	38.2	32.5	35.0	25.7	39.7	32.3	24.2
1	과자류	27.7	3.9	21.0	34.6	39.4	34.2	31.1	23.0	21.4	32.0	29.6	17.5
2	커피음료류	27.2	-0.3	27.8	26.5	14.1	23.1	32.0	30.7	26.5	30.9	28.0	20.4
3	커피 외 음료류	21.2	-0.7	18.7	23.9	29.6	28.6	21.8	17.1	16.7	24.3	23.3	12.3
4	라면/면류	20.9	2.2	19.8	22.0	25.4	25.1	20.9	20.2	17.1	24.6	23.3	10.4

행정동별 주민등록 인구 및 세대현황

2	행정기관코드	행정기관	총 인구수	연령구간인구수	0~9세	10~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	...	10~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60~69세	70~79세	80~89세	90~99세	100세 이상
0	2700000000	대구광역시	2363629	2363629	142228	212438	268100	282632	344645	418181	...	103130	127260	131690	173617	214102	196231	114083	63905	10606	223
1	2711000000	대구광역시 중구	97711	97711	7924	7082	13466	17116	14314	13839	...	3565	7268	8336	7019	7085	6148	4477	2652	439	16
2	2714000000	대구광역시 동구	342339	342339	20600	25966	35913	44316	48265	57016	...	12477	17259	20554	23544	29100	30296	19275	10672	1694	38
3	2717000000	대구광역시 서구	163135	163135	6856	9441	15852	19081	19693	29342	...	4714	7406	8267	9116	14419	17492	10938	5776	845	21
4	2720000000	대구광역시 남구	136263	136263	5283	8053	16874	16178	17003	22987	...	3888	8779	7388	8505	11595	13024	9106	5473	950	22

3. 데이터 분석 과정

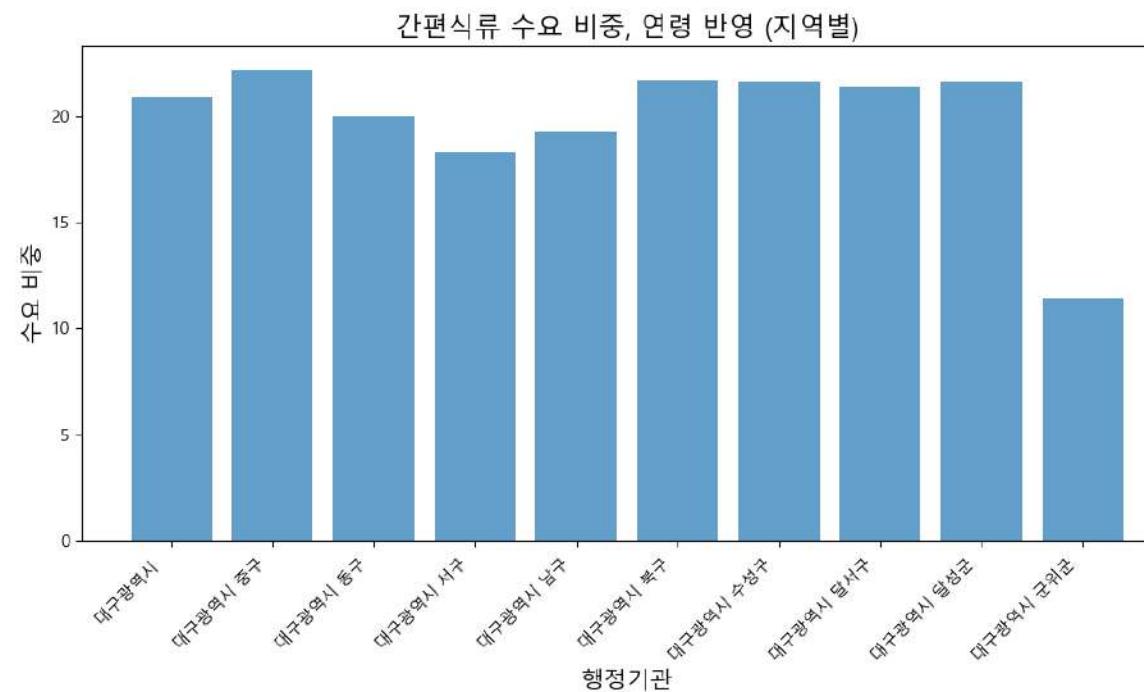
분석 결과

	행정기관	간편식류	과자류	커피음료류	커피 외 음료류	라면/면류	주류: 냉장진열 판매	물 (생수/탄산수)	베이커리/빵 (샌드위치 제외)	아이스크림/빙수류	얼음류	최근 1년 내 구매 증가 품목 없음
0	대구광역시	20.907338	18.279028	16.878752	13.959151	13.599837	11.729109	8.042890	8.501828	7.898825	4.566816	12.510579
1	대구광역시 중구	22.174526	19.416977	18.061488	14.775862	14.342229	13.190421	8.686800	9.241332	8.302530	4.980036	12.391302
2	대구광역시 동구	19.993000	17.408913	16.376990	13.259643	12.961082	11.525290	7.747310	8.098737	7.525838	4.395907	11.858237
3	대구광역시 서구	18.316910	15.866557	15.275872	12.109899	11.867633	10.699328	7.161918	7.316589	6.950239	4.006741	11.122512
4	대구광역시 남구	19.289419	16.736059	15.794312	12.830187	12.495997	11.220508	7.514948	7.848100	7.306326	4.240216	11.341175

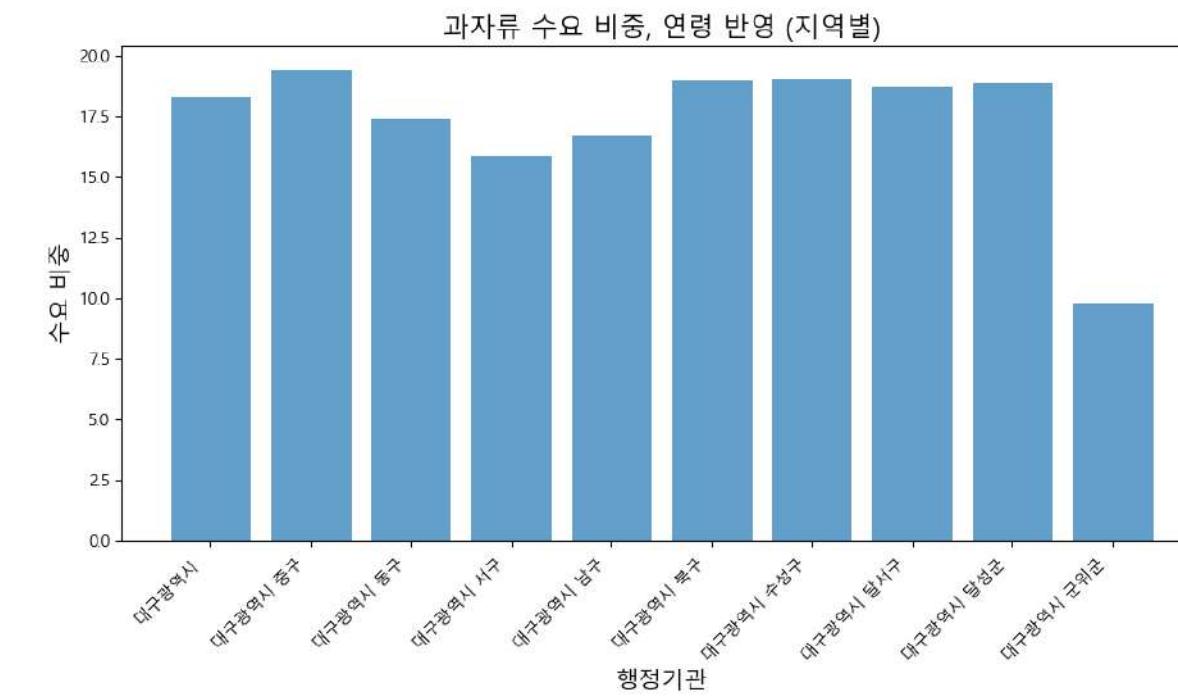
	행정기관	간편식류	과자류	커피음료류	커피 외 음료류	라면/면류	주류: 냉장진열 판매	물 (생수/탄산수)	베이커리/빵 (샌드위치 제외)	아이스크림/빙수류	얼음류	최근 1년 내 구매 증가 품목 없음
0	대구광역시	32.773305	27.927813	27.137783	21.348870	20.920676	19.792291	13.856579	13.163907	12.097930	6.731953	18.617107
1	대구광역시 중구	32.864963	28.087628	27.122506	21.409975	20.946528	19.845171	13.864804	13.243814	12.157860	6.771907	18.575978
2	대구광역시 동구	32.785020	27.948240	27.135830	21.356680	20.923980	19.799050	13.857630	13.174120	12.105590	6.737060	18.611850
3	대구광역시 서구	32.732776	27.857148	27.144537	21.321851	20.909244	19.768909	13.852941	13.128574	12.071430	6.714287	18.635293
4	대구광역시 남구	32.878796	28.111747	27.120201	21.419197	20.950430	19.853152	13.866046	13.255874	12.166905	6.777937	18.569771

3. 데이터 분석 과정

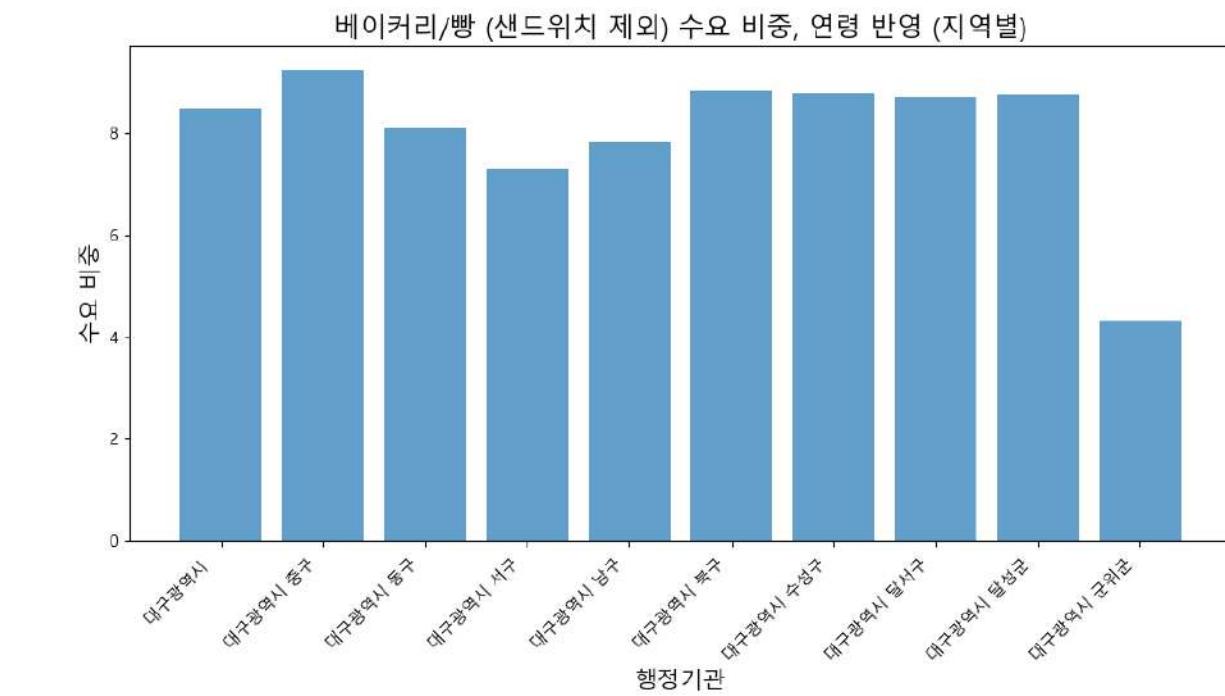
시각화 결과 예시 1



간편식류



과자류



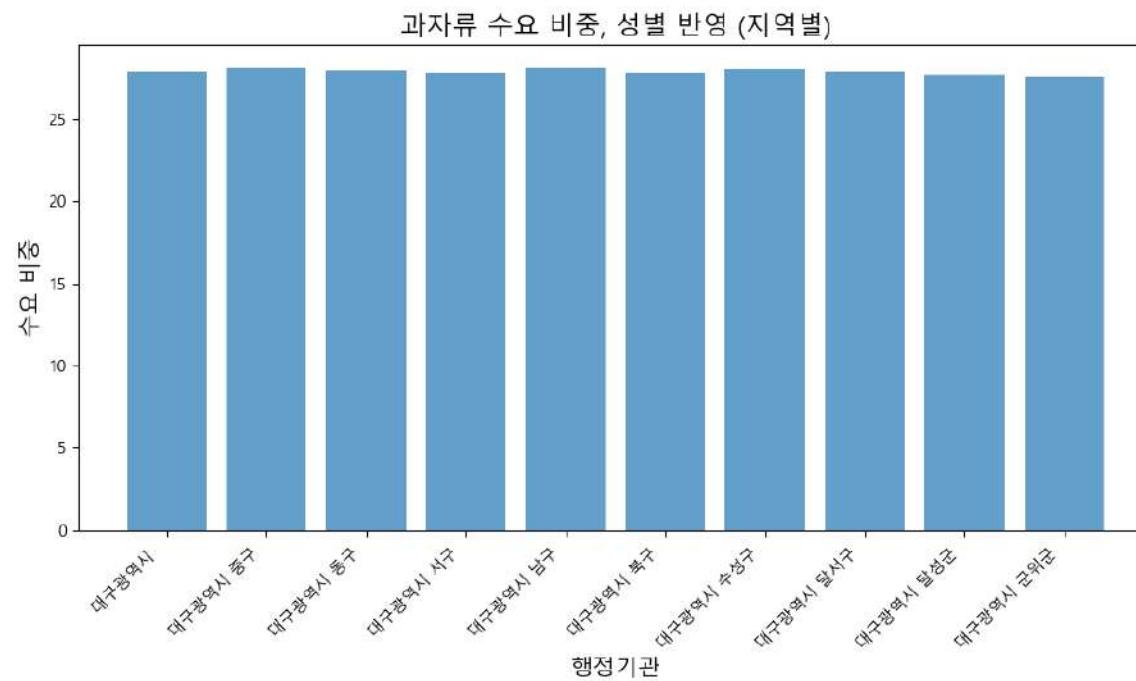
베이커리/빵(샌드위치 제외)

연령 가중치를 반영한 간편식류, 과자류, 베이커리/빵 카테고리의 대구 지역별 수요 차이를 분석한 결과,
최근에 대구에 편입된 군위군의 경우 낮은 수요를 보이는 것을 확인할 수 있음

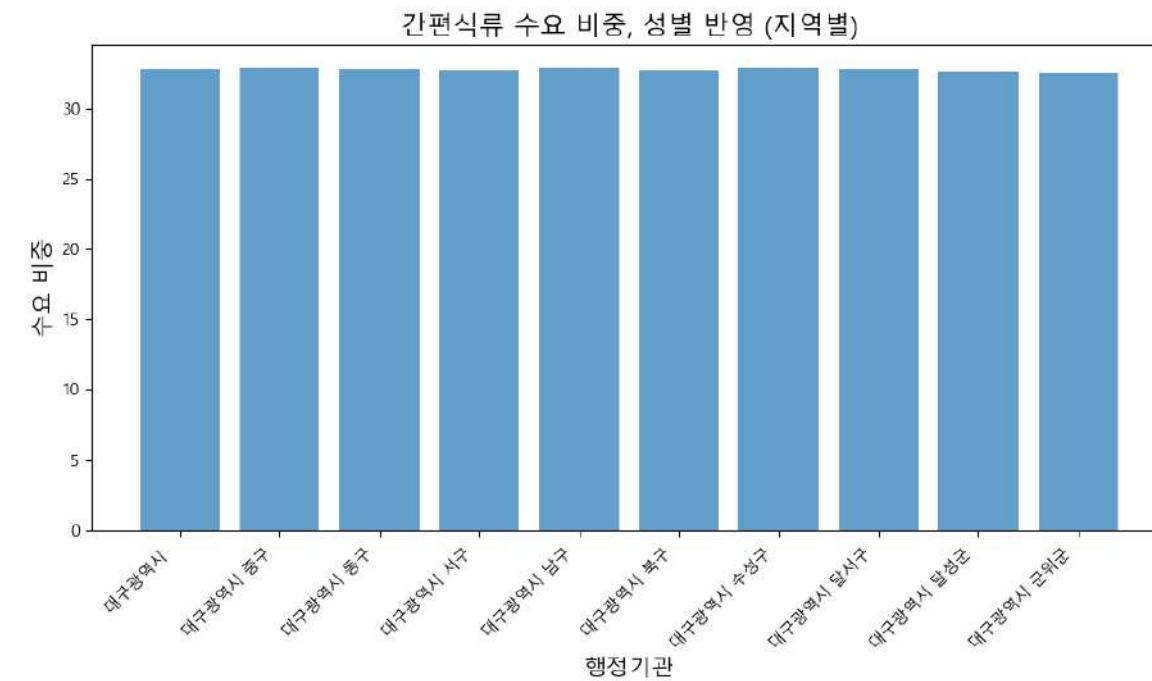
지역 간 연령대별 인구 비중의 차이로 편의점 물품 카테고리에 따른 수요 차이가 발생함

3. 데이터 분석 과정

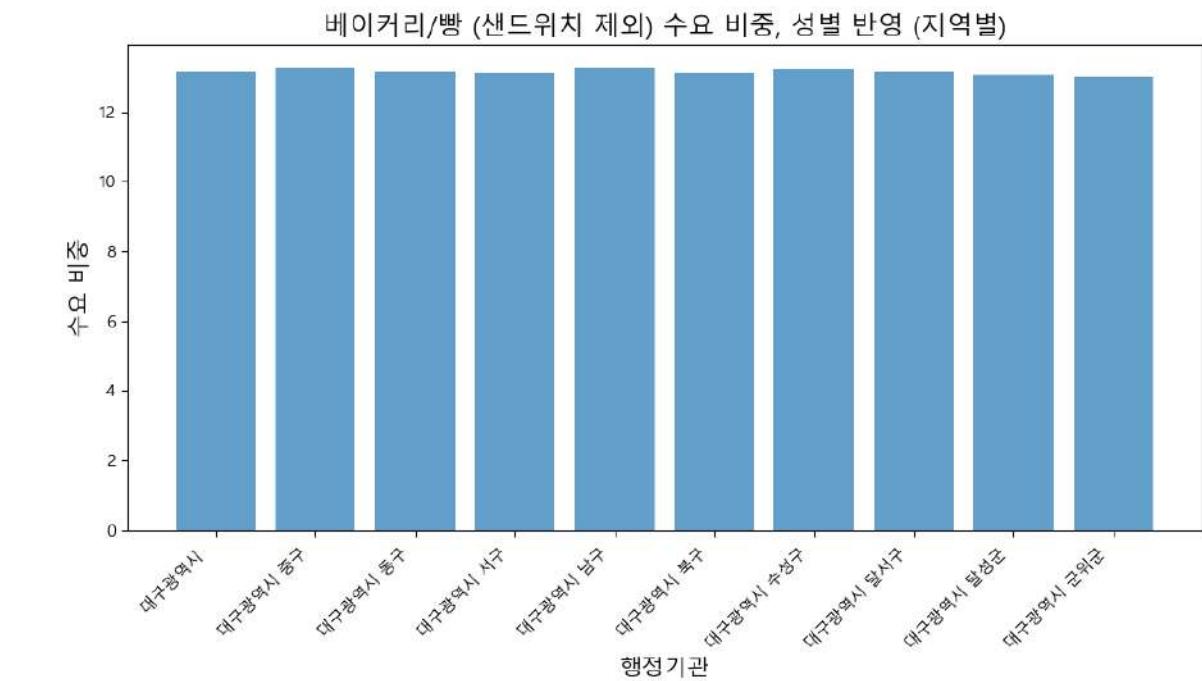
시각화 결과 예시 2



간편식류



과자류



베이커리/빵(샌드위치 제외)

성별 가중치를 반영한 간편식류, 과자류, 베이커리/빵 카테고리의 대구 지역별 수요 차이를 분석한 결과,
모든 지역이 거의 균등하게 분포함을 확인할 수 있음

지역 간 성별 인구 비중에는 차이가 적어 **성별에 따른 수요 차이는 크게 나타나지 않음**

3. 데이터 분석 과정

Isolation Forest(TPI 산출 과정)

```
# 결측치 0으로 채우기
df.fillna(0, inplace=True)

# TPI 산출을 위한 컬럼 선택
features = ['조회수', '커뮤니티', '인스타그램', '블로그', 'X(트위터)', '긍정', '부정', '중립']
X = df[features]

# 데이터 스케일링
scaler = StandardScaler()
X_scaled = scaler.fit_transform(X)

# Isolation Forest 모델 초기화 및 학습
clf = IsolationForest(random_state=42, contamination=0.2)
clf.fit(X_scaled)

# TPI 계산
df['TPI'] = -clf.decision_function(X_scaled)
df['TPI'] = df['TPI'] - df['TPI'].min()
df['TPI'] = df['TPI'] * 100
```

Isolation Forest

Isolation Forest 모델 사용 이유:

이상치 탐지 모델로 설계되었지만,
데이터 포인트의 "특이성"을 평가하는 데 유용
데이터 포인트가 "트렌디한 정도"를
평가하기 위해 사용

TPI 계산 공식:

`clf.decision_function(X_scaled)`:
이상치일수록 음수에 가깝기 때문에 부호를 반전

`df['TPI'] = df['TPI'] - df['TPI'].min()`:
모든 값을 0 이상으로 변환해
음수 제거 및 해석 용이성 확보

`df['TPI'] = df['TPI'] * 100`: 지수(인덱스)형태로
스케일을 0~100 범위로 확장

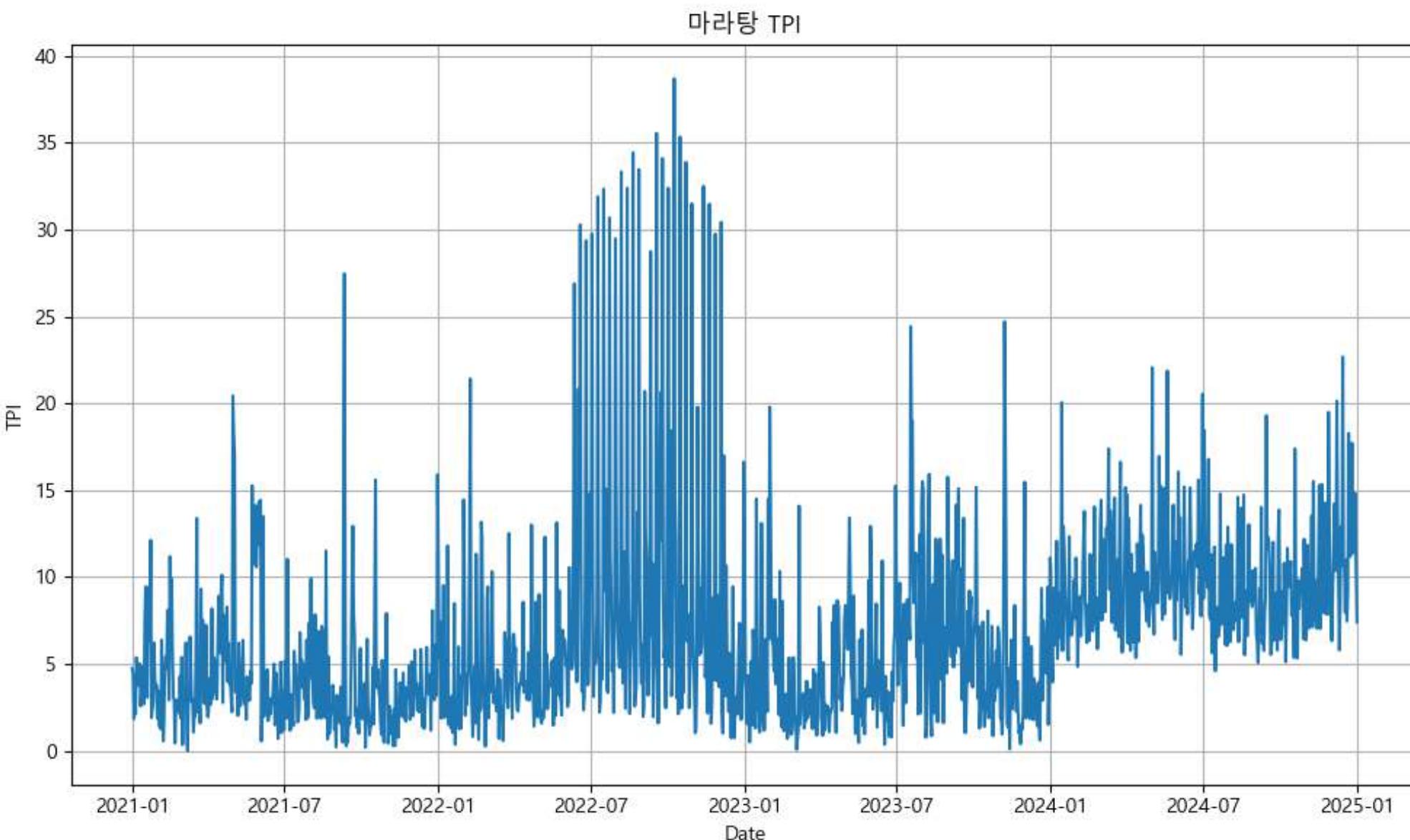
3. 데이터 분석 과정

썸트렌드 엑셀 데이터 → 데이터프레임(통합)

통합 데이터 프레임

TPI

변수명	데이터 타입	shape
날짜	datetime	8766 rows 13 columns
긍정	int64	
부정	int64	
중립	int64	
동영상수	int64	
조회수	int64	
플랫폼	object	
커뮤니티	int64	
인스타그램	int64	
블로그	int64	
뉴스	int64	
X(트위터)	int64	
키워드	object	



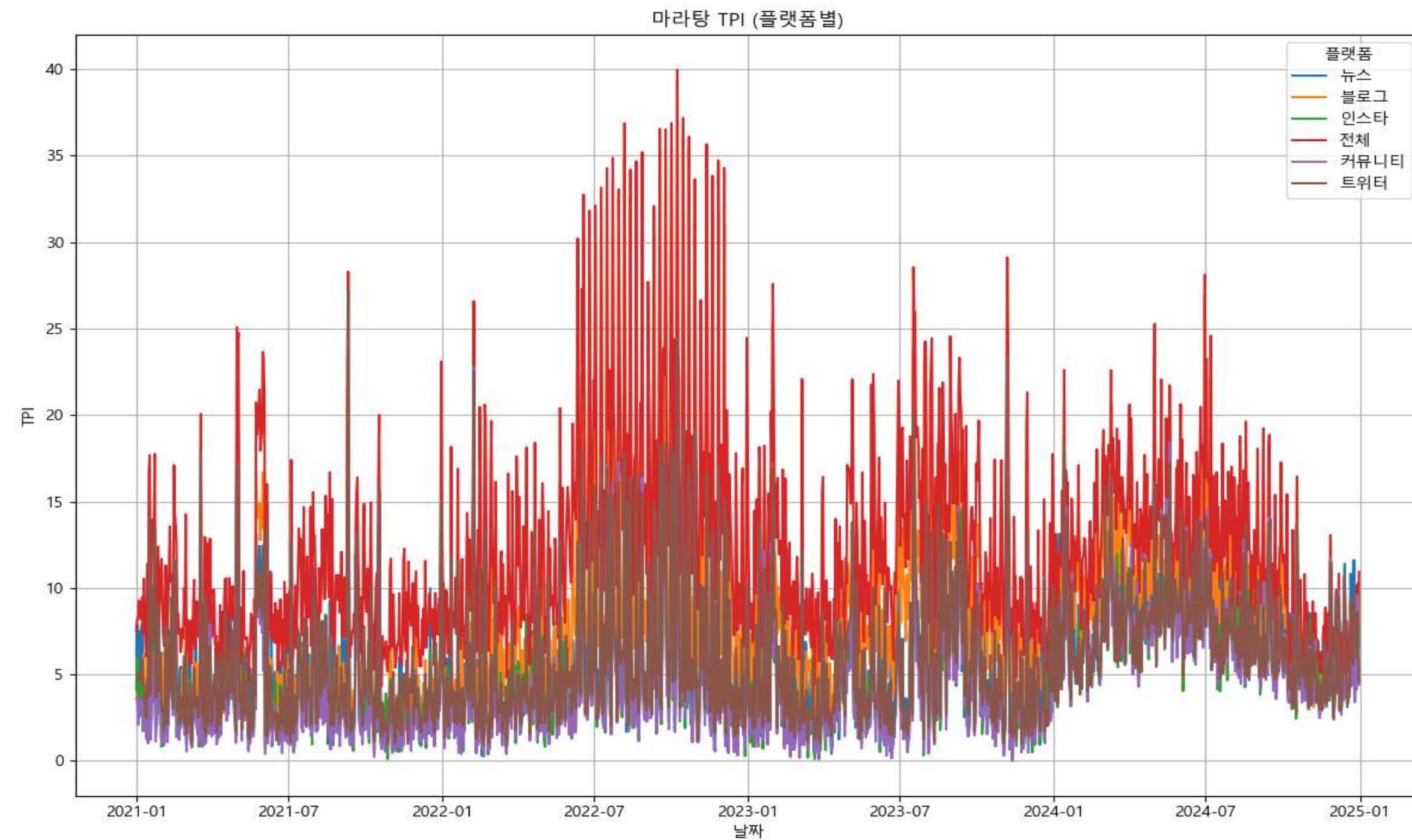
3. 데이터 분석 과정

썸트렌드 엑셀 데이터 → 데이터프레임(플랫폼별)

플랫폼별 데이터 프레임

플랫폼별 TPI

변수명	데이터 타입	shape
날짜	datetime	8766 rows 13 columns
긍정	int64	
부정	int64	
중립	int64	
동영상수	int64	
조회수	int64	
플랫폼	object	
커뮤니티	int64	
인스타그램	int64	
블로그	int64	
뉴스	int64	
X(트위터)	int64	
키워드	object	



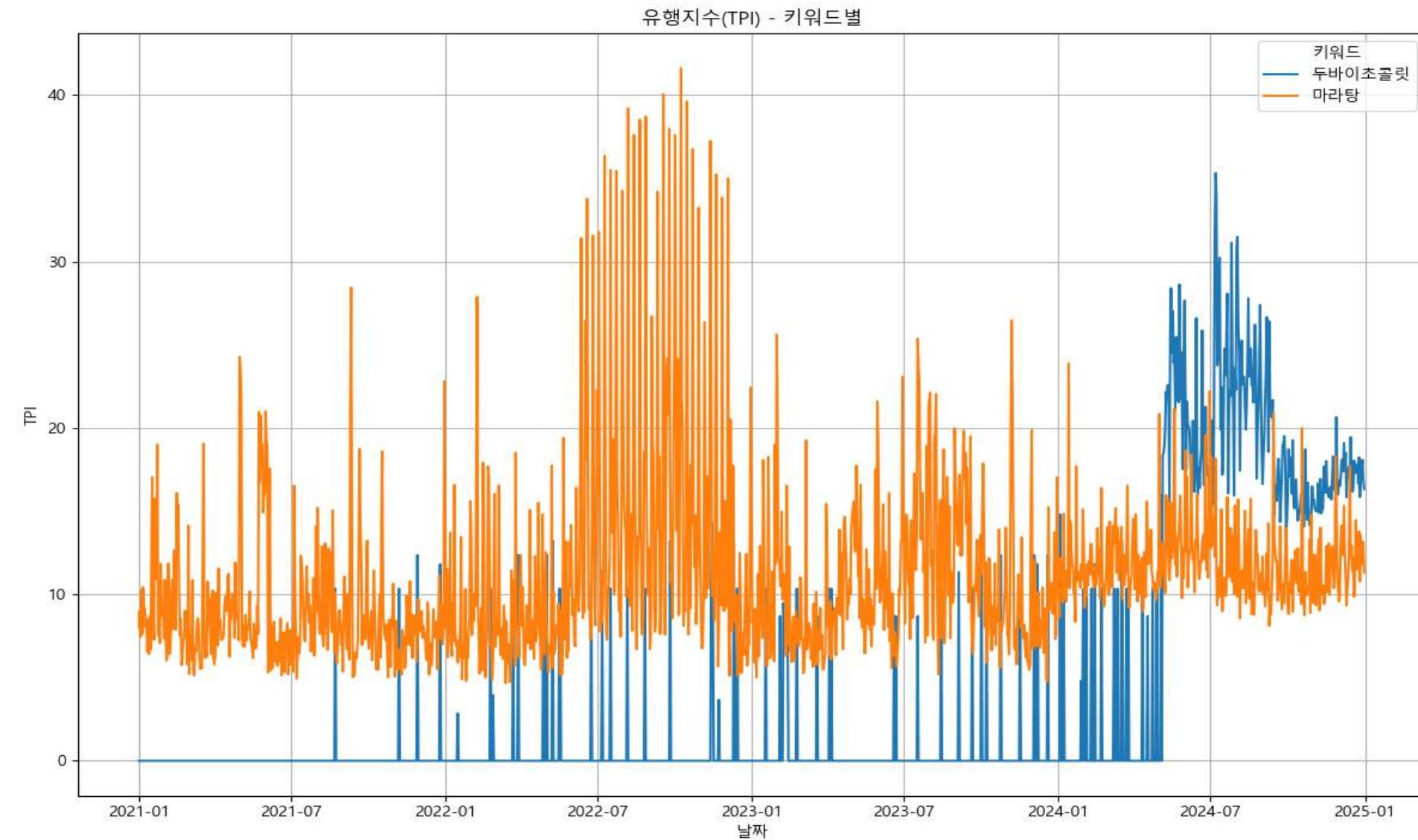
3. 데이터 분석 과정

썸트렌드 엑셀데이터 통합 TPI 그래프(마라탕, 두바이초콜릿)

키워드별 데이터 프레임

변수명	데이터 타입	shape
날짜	datetime	2922 rows 13 columns
긍정	int64	
부정	int64	
중립	int64	
동영상수	int64	
조회수	int64	
커뮤니티	int64	
인스타그램	int64	
블로그	int64	
뉴스	int64	
X(트위터)	int64	
키워드	object	
TPI	int64	

키워드별 TPI



4. UX/UI : 기본검색

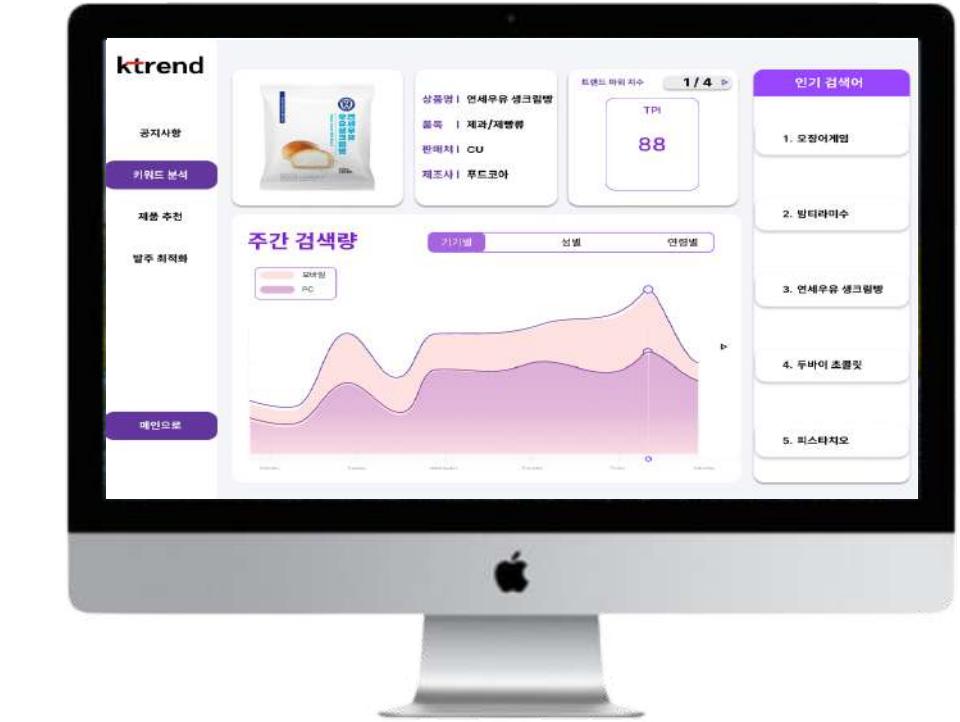
메인 페이지



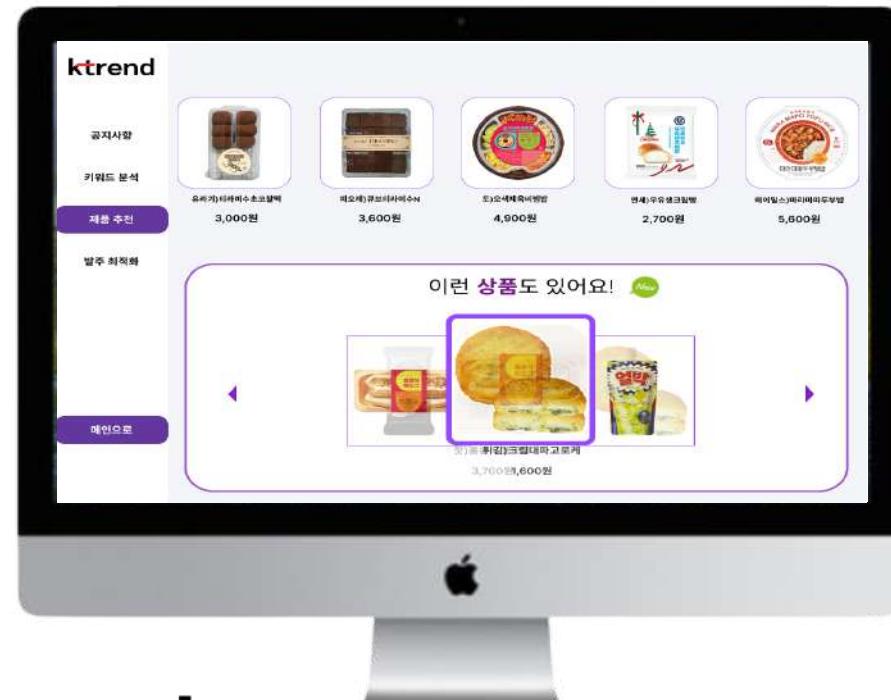
검색 : 연세우유빵



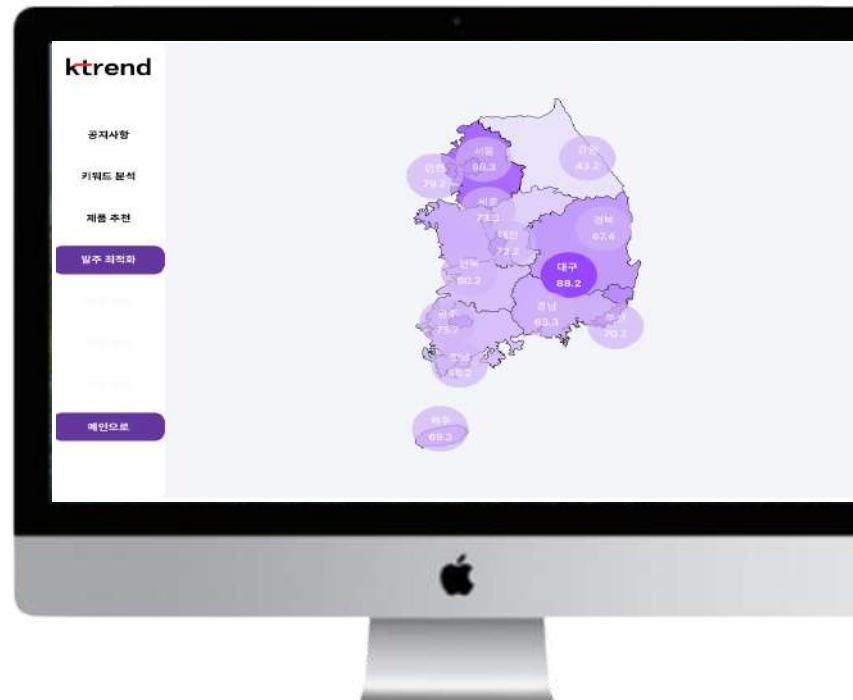
키워드 분석 : 연세우유빵



관련 제품 추천



지역별 발주 최적화



메인 페이지



4. UX/UI : 정밀분석 1

트렌드 파워 지수(TPI)

트렌드 파워 지수 **1 / 4**

상품명 | 연세우유 생크림빵
품목 | 제과/제빵류
판매처 | CU
제조사 | 푸드코아

TPI
88

플랫폼별 TPI

플랫폼별 TPI **2 / 4**

상품명 | 연세우유 생크림빵
품목 | 제과/제빵류
판매처 | CU
제조사 | 푸드코아

TPI 88.2

기타 커뮤니티

blog YouTube X Instagram

실시간 검색량

실시간 검색량 **3 / 4**

상품명 | 연세우유 생크림빵
품목 | 제과/제빵류
판매처 | CU
제조사 | 푸드코아

A line graph showing search volume fluctuations over time.

유사 상품

유사 상품 **4 / 4**

상품명 | 연세우유 생크림빵
품목 | 제과/제빵류
판매처 | CU
제조사 | 푸드코아

연세우유 초코생크림빵

4. UX/UI : 정밀분석 2

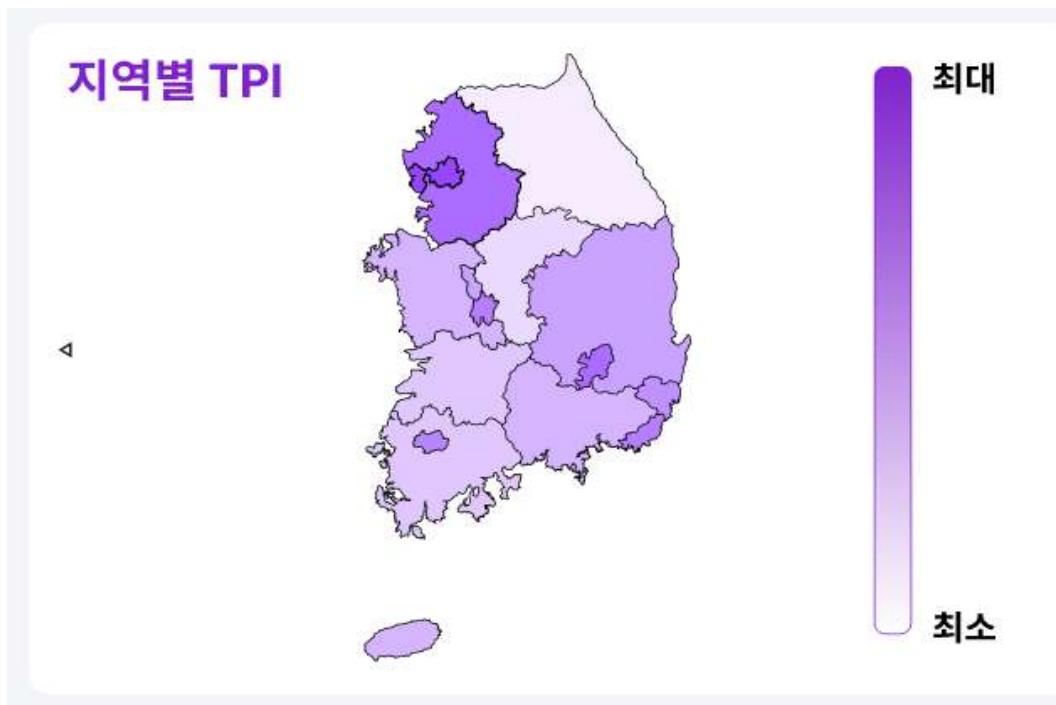
주간 검색량 : 기기별



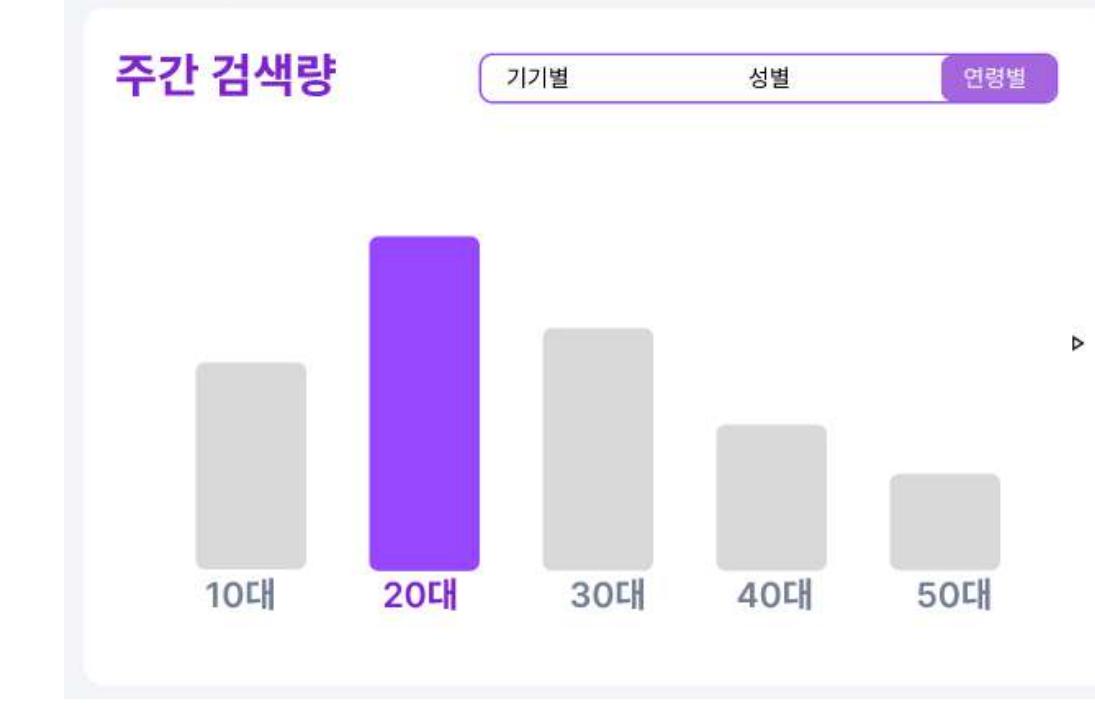
주간 검색량 : 성별



지역별 트렌드 파워 지수(TPI)



주간 검색량 : 연령별



4. UX/UI : 정밀분석 3

인기 검색어 탑5 트렌드 파워 지수(TPI) : 주간/월간 변동률



5. 로드맵



초기 도입 및 설정

- 알고리즘 초기 개발 및 데이터 수집 체계 구축
- 판매 데이터, 트렌드 데이터 통합
- KPI(핵심 성과 지표) 설정

시범 운영 및 검증

- TPI 기반 제품 추천 및 발주 최적화 파일럿 테스트
- 상권 유형별 효과 비교 분석
- 피드백 기반 알고리즘 고도화 및 UX/UI 개선

전사적 확장

- 전국 매장으로 TPI 시스템 확장 적용
- 지역 맞춤형 트렌드 반영
- 유통 및 물류 데이터와 연계하여 효율 극대화

지속적 개선 및 확장

- 트렌드 예측 모델 지속 개선
- 글로벌 트렌드 반영을 통한 해외 진출 가능성 탐색
- API 공개를 통한 외부 협력사와의 데이터 공유 및 확장

출처

아이콘

- 미리캔버스 자체 아이콘
- <https://lucid.app/>

사진

- <https://www.youtube.com/?hl=ko&gl=KR&app=desktop>
- <https://blog.naver.com/PostView.naver?blogId=is589&logNo=220503268728>
- https://www.fntimes.com/html/view.php?ud=202411250844094351b5b890e35c_18
- <https://www.ranktracker.com/ko/blog/17-ways-to-use-google-trends-to-improve-your-e-commerce-branding-approach/>
- <https://webcatalog.io/ko/apps/naver-datalab>
- <https://pandarank.net/>
- <https://m.some.co.kr/service/pricing>
- <https://wiki.yowu.dev/ko/tips/Naver-Blog-SEO-tips>
- <https://www.trustedreviews.com/explainer/what-is-x-4354435>
- <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9D%B8%EC%8A%A4%ED%83%80%EA%B7%B8%EB%9E%A8>
- <https://www.youtube.com/?hl=ko&gl=KR&app=desktop>
- <https://pocketcu.co.kr/>

출처

자료

- 2023-2024 BGF리테일 지속가능경영보고서(국문).pdf, 2024. 06. 28
<https://iii.ad/ff7310>
- 트렌드, 과잉의 시대, 2024.03.05
<https://august.stibee.com/p/173>
- Z세대 100명에게 물었습니다 " 트렌드의 시작과 끝, 어떻게 알아차려요?", 2022. 11. 22
<https://august.stibee.com/p/173>
- "이게 왜 트렌드?" 마이크로 트렌드 시대에 대비하는 법, 2024. 03. 05
<https://august.stibee.com/p/173>
- 팬더믹 전후 3년간, 소비트렌드, 2022. 08. 02
<https://cvs.or.kr/card2209/>
- 새로운 트렌드 리더, 잘파(Zalpha)세대에 주목할 때, 2023. 10. 21
<https://iii.ad/0eab65>

출처

기사

- 결품 줄이고 매출 높이고… "CU, 스마트 발주 2.0 시스템 도입", 2023. 06. 14
<https://www.casenews.co.kr/news/articleView.html?idxno=13592>
- 편의점 1위, '크림빵' 한 개에 달렸다, 2024. 11. 11
<https://m.finance.daum.net/quotes/A001130/news/stock/20241111155403062>
- CU, 2025년 편의점 키워드는 S.M.O.O.T.H!, 2024. 12. 05
<https://www.hankyung.com/article/202412055227P?>
- 편의점, 'PB상품'에 꽂힌 이유, 2021. 04. 30
<https://news.bizwatch.co.kr/article/consumer/2021/04/30/0025>
- 정보의 바닷속에서 지친 이들을 위한 '디토 소비', 2024. 07. 17
<https://iii.ad/d5a8e2>
- '흑백요리사' 인기에 노젓는 CU...관련매출 이틀새 48%↑, 2024. 10. 04
<https://zdnet.co.kr/view/?no=20241004145627>
- 아이돌 레시피와 초대형 상품...편의점 음식의 한계 어디까지?[Z탐사대], 2024. 10. 24
<https://www.etoday.co.kr/news/view/2369898>

출처

기사

- MZ세대에 의한, MZ세대를 위한 편의점 '콘텐츠 마케팅', 2021. 02. 20
<https://www.hankyung.com/article/202102201261i>
- CU가 경쟁력을 갖게된 독특한 마케팅 전략은 무엇일까??, 2023. 04. 21
<https://mail.y.so/mediaatelier.official/posts/8do77mkyogq?>
- 점주 "예측 비용 전가" vs 본부 "배송 지연 개선", 2024. 05. 28
<https://news.nate.com/view/20240528n29210>
- SNS와 솟츠, 편의점 인기 상품 생애주기 축소의 이유, 2024. 12. 16
<https://iii.ad/3ea067>
- CU, 결품 줄이고 매출 높이는 '스마트 발주 2.0 시스템' 도입, 2023. 06. 11
https://news.stockplus.com/m?news_id=12291500
- 행정동별 연령별 인구현황
<https://jumin.mois.go.kr/ageStatMonth.do>

출처

데이터

- 썸트렌드 데이터 활용
<https://some.co.kr/>
- 긍(부)정 추이
<https://iii.ad/b340e9>
- 유튜브 컨텐츠, 감성 추이
<https://some.co.kr/analysis/youtube>
- 언급량
<https://iii.ad/87430a>
- Opensurvey, 『편의점 트렌드 리포트 2022』
최근 1년 내 구매 증가한 식료품품목 Top 10 –응답자 특성별,
[Base:편의점에서 식료품 구매자, N=990, 중복응답, %]
- 행정안전부, 『행정동별 주민등록 인구 및 세대현황』
<https://jumin.mois.go.kr/ageStatMonth.do>