

Suncream Unmet Needs Analysis

소비자 리뷰 기반의 미충족 니즈(Unmet Needs) 발굴 및 신상품 기획 제안

4052

Total Queue

94.2%

Parsed OK

9.0%

Empty Items

3474

Valid Reviews

81

Valid Goods

Executive Summary: 핵심 패턴 Top 5

1. 자극 최소화

(IRRITATION)

따가움/눈시림 없는 편안함

Repeat: 84% | Unmet: 95%

- 무기자차 수준의 순함
- 눈시림 성분 배제

2. 피지 컨트롤

(OILINESS)

번들거림 없는 산뜻함

Repeat: 84% | Unmet: High

- 다공성 파우더 적용
- 속건조 없는 매트함

3. 밀림 방지 (PILLING)

화장이 잘 먹는 베이스

Repeat: 74% | Unmet: 99%

- 실리콘/필름막 밸런싱
- 흡수 속도 조절

4. 보습력 강화

(DRYNESS)

속당김/각질 없는 촉촉함

Repeat: 71% | Unmet: Mix

- 수분 에센스 함량 증대
- 유수분 밸런스

5. 자연스러운 톤업

(TONEUP)

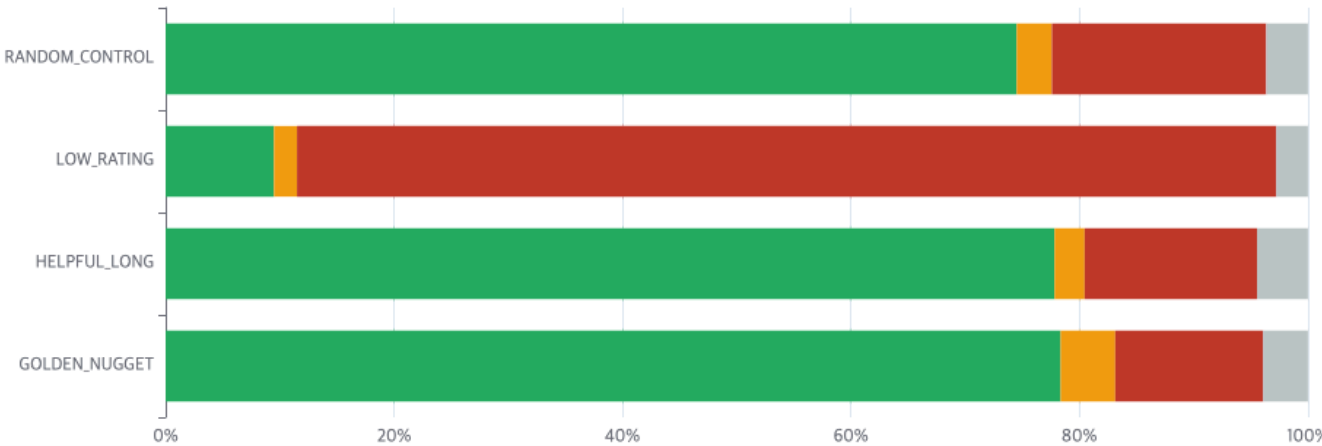
백탁/회끼 없는 맑은 톤

Repeat: 76% | Unmet: Mix

- 균일한 입자 분산
- 핑크 베이스 적용

1. 분석 신뢰도 검증 (Trust & Signal)

LLM 분석 결과의 신뢰도 검증: 리뷰 별점(Bucket)과 감정(Met/Unmet)의 상관관계



요약

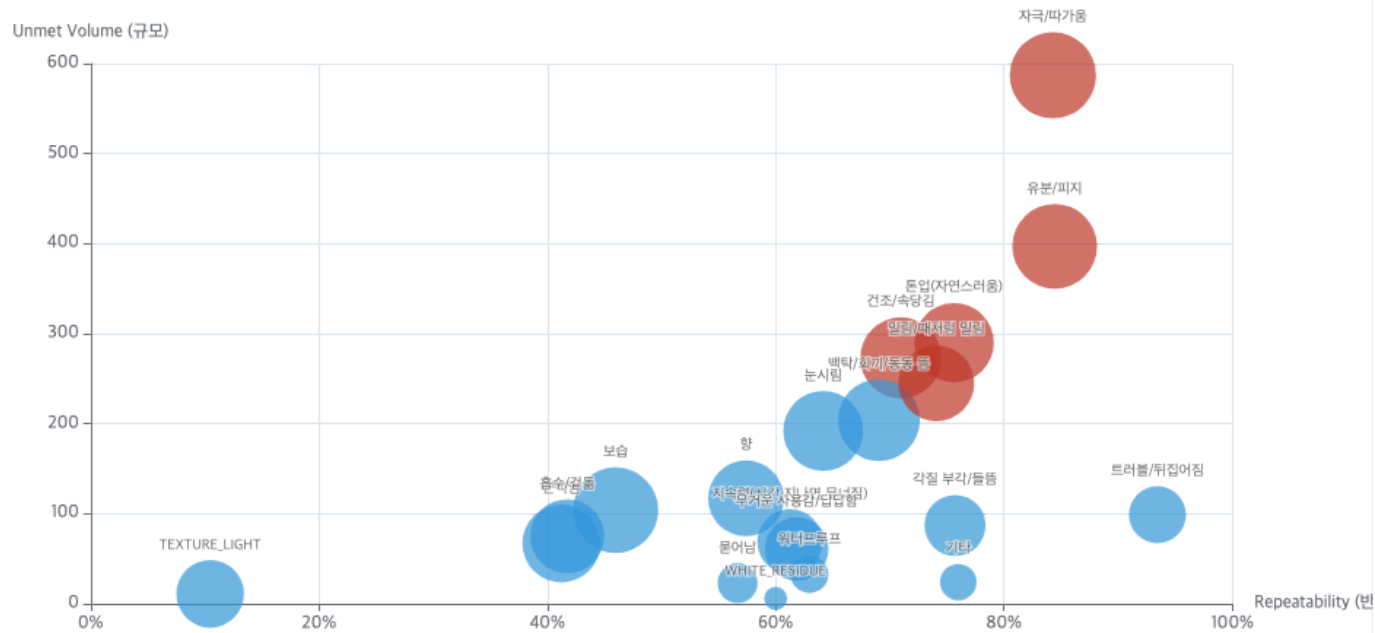
핵심 관찰: LOW_RATING(1~3점) 그룹의 Unmet(미충족) 비율은 90% 이상이며, GOLDEN_NUGGET(4점)에서도 Unmet+Mixed 비율이 40% 이상 관찰됩니다.

해석: 리뷰 평점과 AI 추출 감정(Sentiments) 간의 정합성이 높습니다. 특히 4점 리뷰 내의 '아쉬운 점'은 제품 업그레이드의 핵심 단서입니다.

※ 확인 필요: Mixed(복합 감정) 및 Unknown 비율이 일부 존재하여, 뉘앙스 차이가 있을 수 있습니다.

2. 반복×규모 패턴 지도 (Opportunity Map)

시장 기회 탐색: 문제의 반복성(Repeatability)과 규모(Volume) 매트릭스



요약

핵심 관찰: IRRITATION(자극), OILINESS(유분), PILLING(밀립)은 80개 이상의 제품에서 반복적으로 언급되며(Repeat Rate > 80%), 절대적인 불만 볼륨도 가장 큼니다.

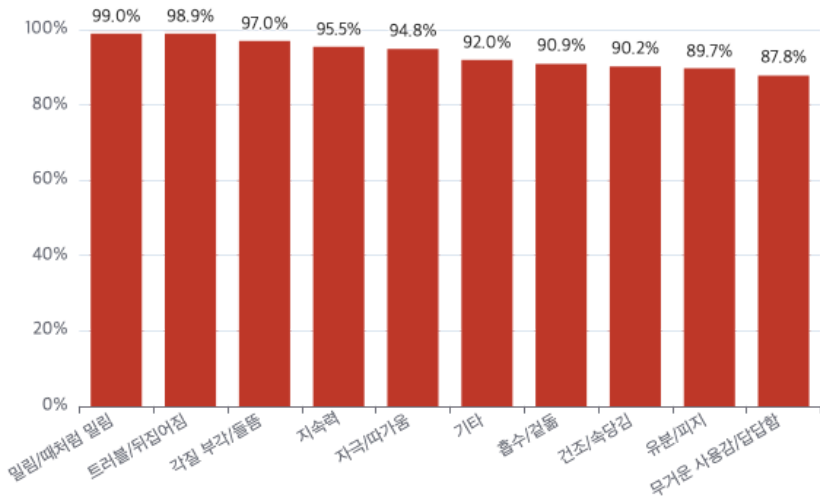
해석: 특정 제품의 결함이 아니라, 선크림 카테고리가 가진 구조적인 난제(Trade-off)임을 시사합니다. 이를 해결하면 시장 파급력이 큼니다.

※ 확인 필요: Goods Count 20개 미만의 긴 꼬리(Long-tail) 속성은 산점도에서 제외하거나 별도 해석이 필요합니다.

3. 시장의 실패 요인 (Market Pain)

명확한 실패 요인: 저평가 리뷰에서 압도적으로 나타나는 불만

Top 10 Unmet Rate



Aspect	Unmet	n	Rate
밀림/때처럼 밀림 (PILLING)	194	196	99.0%
트러블/뒤집어짐 (TROUBLE)	94	95	98.9%
각질 부각/들뜸 (FLAKING)	65	67	97.0%
지속력(시간 지나면 무너짐) (LONGEVITY)	42	44	95.5%
자극/따가움 (IRRITATION)	531	560	94.8%
기타 (OTHER)	23	25	92.0%
흡수/겉돌 (ABSORPTION)	60	66	90.9%
건조/속당김 (DRYNESS)	165	183	90.2%
유분/피지 (OILINESS)	253	282	89.7%
무거운 사용감/답답함 (TEXTURE_HEAVY)	36	41	87.8%

요약

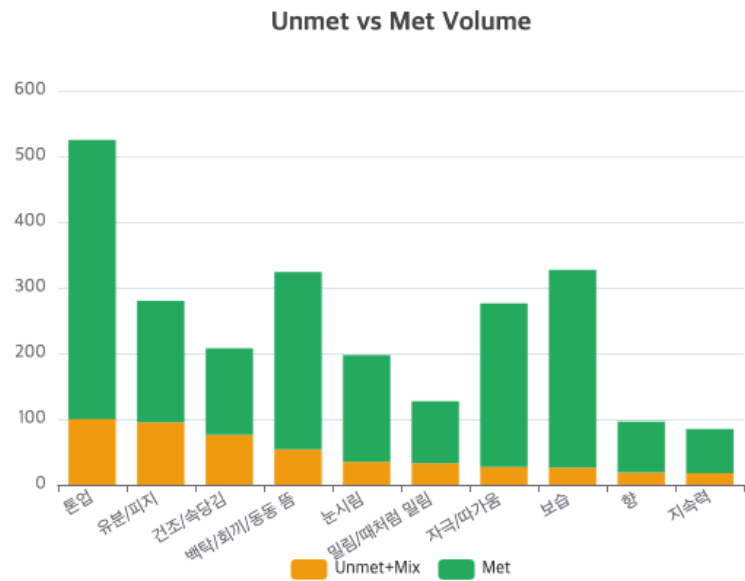
핵심 관찰: PILLING(밀림)은 99%의 압도적인 불만율을 보이며, IRRITATION(자극) 역시 95% 이상이 부정적 경험입니다.

해석: 이 두 가지 요인은 발생 즉시 제품 사용 중단 및 최하점 평가로 직결되는 'Showstopper'입니다.

※ 확인 필요: LOW_RATING 그룹(표본 n=560) 내에서의 비율이므로, 전체 사용자 대비 발생 빈도는 다를 수 있습니다.

4. 기회 요인 (Golden Nugget)

조건부 만족: 고평가 리뷰 속에 숨겨진 '아쉬운 한 끝' (개선 시 충성도↑)



Aspect	Unmet+Mix	Met	n
톤업(자연스러움) (TONEUP)	100	425	529
유분/피지 (OILINESS)	95	185	313
건조/속당김 (DRYNESS)	76	132	232
백탁/회끼/동동 뜸 (WHITECAST)	54	270	336
눈시림 (EYE_STING)	35	162	198
밀림/때처럼 밀림 (PILLING)	33	94	127
자극/따가움 (IRRITATION)	27	249	279
보습 (MOISTURE)	26	301	332
향 (SCENT)	19	77	112
지속력(시간 지나면 무너짐) (LONGEVITY)	18	67	89

요약

핵심 관찰: TONEUP(톤업)과 DRYNESS(건조)는 4점대 리뷰에서도 30% 이상의 미충족(또는 복합) 반응이 나타납니다.

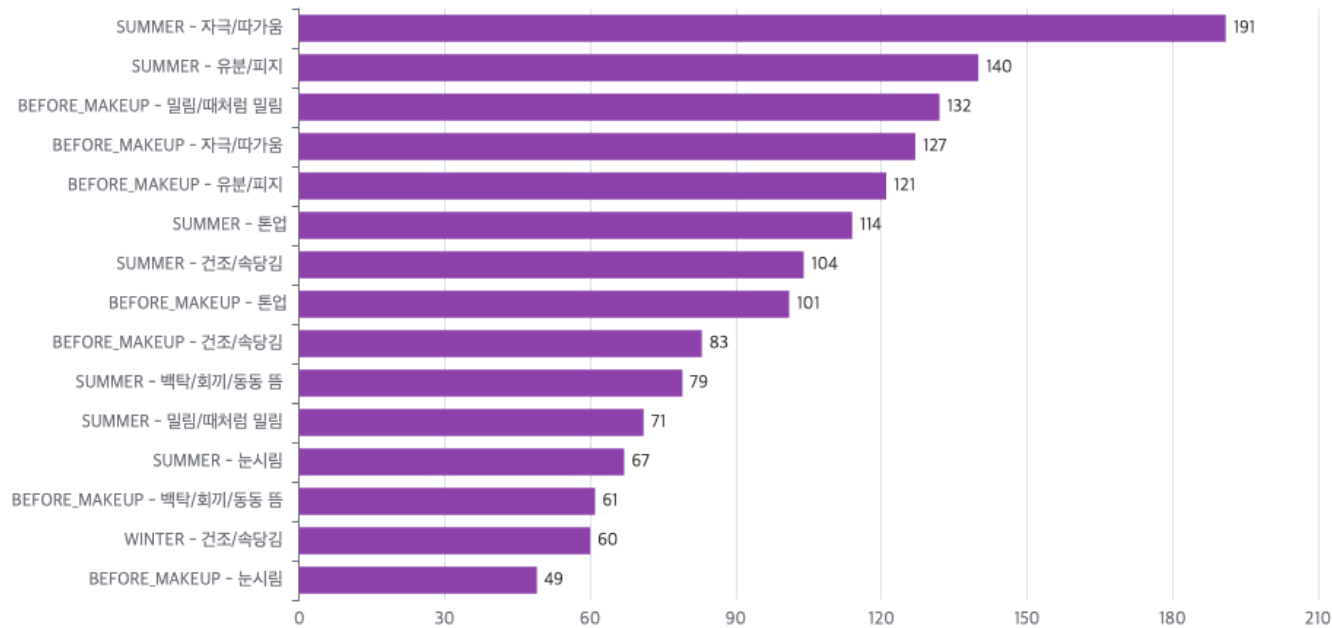
해석: 전반적으로 만족하지만 '오후의 건조함'이나 '약간의 백탁'이 아쉬움을 남기고 있습니다. 개선 시 충성도(Lock-in)를 높일 수 있습니다.

※ 확인 필요: Met(만족) 비율이 더 높은 영역이므로, 개선 시 기존 만족 요소를 해치지 않는 균형이 중요합니다.

5. 상황별 니즈 (Context Analysis)

상황별 미충족 니즈: 언제, 어떤 상황에서 문제가 발생하는가

Top Context Pairs (n>=20)



요약

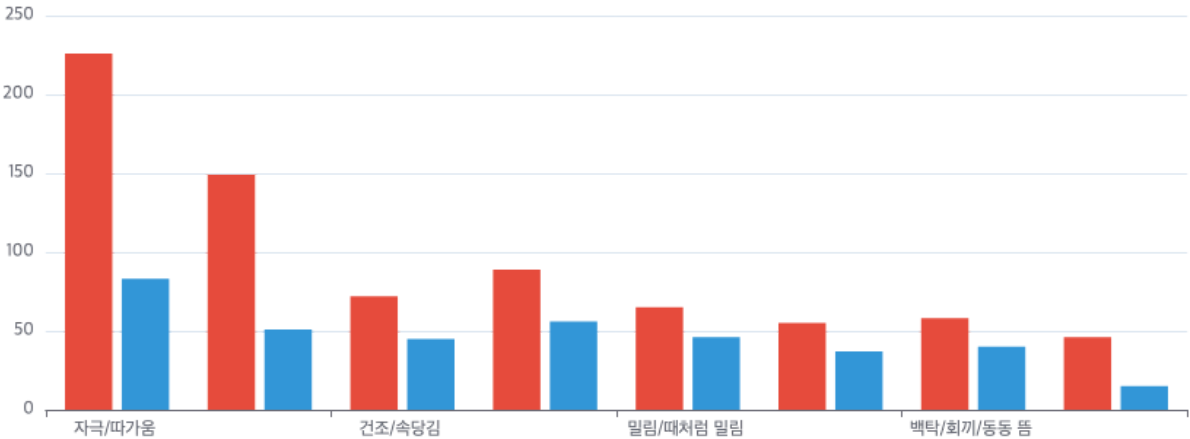
핵심 관찰: BEFORE_MAKEUP(화장 전) 상황에서 PILLING(밀림) 발생 빈도가 가장 높으며, SUMMER(여름)에는 OILINESS(유분) 불만이 급증합니다.

해석: 사용 상황(Context)에 따라 '나쁜 경험'의 정의가 달라집니다. 메이크업 병행 사용자에게는 밀림 방지가 최우선(PO)입니다.

※ 확인 필요: 문맥 태그(Context Tag)는 키워드 매칭을 기반으로 실제 의도와 일부 차이가 있을 수 있습니다.

6. 계절성 분석 (Seasonality)

계절별 니즈 변화: 여름 vs 겨울 주요 불만 차이



요약

핵심 관찰: SUMMER 시즌에는 피지/자극 관련 미충족이 70% 이상을 차지하나, WINTER 시즌에는 건조함 불만 비중이 2배 이상 증가합니다.

해석: 계절적 환경 요인이 니즈의 우선순위를 바꿉니다. 시즌별 주력 제품(라인업)이나 마케팅 메시지 차별화가 유효합니다.

※ 확인 필요: 작성일 기준 계절 분류이므로, 실제 구매/사용 시점과는 약 1개월의 시차(Lag)가 있을 수 있습니다.

7. 실행 계획 (Action Plan)

실행 전략: 우선순위(ICE) 및 제품 개발 스펙(Spec Matrix)

7.1 Priority (ICE Score)

Needs	Name	Impact	Confidence	Ease	Score	Note
자극/따가움	자극 최소화	9	8	6	72	최우선 해결 과제
유분/피지	피지 컨트롤	8	8	7	56	지성 타겟 핵심
건조/속당김	보습력 강화	7	7	8	49	겨울철/건성 소구
밀림/때처럼 밀림	밀림 방지	8	9	5	45	메이크업 병행 중요
톤업	톤업 개선	7	8	6	42	자연스러움/지속력

7.2 Product Spec Matrix

Requirement	Aspect	Context	KPI	Test Method
논코메도제닉 수준 자극	자극/따가움 (IRRITATION)	ALL	따가움 언급 0건	민감성 패널 48시간
메이크업 밀착력	밀림/때처럼 밀림 (PILLING)	BEFORE_MAKEUP	파데 밀림 없음	쿠션/파데 병용 테스트
6시간 피지 컨트롤	유분/피지 (OILINESS)	SUMMER	유분기 변화 < 20%	피지 측정기 지속 관찰
속당김 없는 보습	건조/속당김 (DRYNESS)	WINTER	수분도 유지 > 80%	건조 환경 챔버 테스트
다크닝 없는 톤업	톤업(자연스러움) (TONEUP)	ALL	색차값(Delta E) < 2	4시간 후 톤 유지력

요약

핵심 관찰: Top 5 과제는 상호 연관되어 있습니다(예: 유분 제어 vs 속건조 방지).

해석: 단일 속성 개선보다는 Trade-off 관계를 고려한 균형 잡힌 처방 설계가 핵심 경쟁력입니다.

※ 확인 필요: 제품 컨셉(유기/무기/혼합)에 따라 우선순위 가중치는 조정될 수 있습니다.

8. 고객의 소리 (Voice of Customer)

고객의 소리(Voice of Customer): 정량적 분석을 뒷받침하는 실제 리뷰

자극/따가움 (IRRITATION)

- "바르자마자 따가워요"
- "눈이 너무 시려워서 눈물을 흘림"
- "피부가 뒤집어졌어요"

유분/피지 (OILINESS)

- "개기름이 잘잘 흘러요"
- "시간 지나면 번들거림 심함"
- "지성 피부엔 비추"

밀림/때처럼 밀림 (PILLING)

- "때처럼 밀려나와요"
- "화장이 다 뜹니다"
- "기초 밀리고 난리남"

건조/속당김 (DRYNESS)

- "속당김이 느껴져요"
- "시간 지나면 바삭 마르는 느낌"
- "각질이 부각됨"

톤업(자연스러움) (TONEUP)

- "너무 하얗게 동동 떠요"
- "화색빛이 돌아요"
- "자연스럽지 않고 두꺼움"

요약

핵심 관찰: 정량 데이터 뒤에는 구체적이고 생생한 고객의 고통(Voice)이 존재합니다.

해석: 고객이 사용하는 단어(따가움, 개기름, 때처럼 등)는 마케팅 소구점 및 상세페이지 카피의 원천입니다.

※ 확인 필요: 고객 리뷰 원문을 발췌하였으며, 개인정보는 제외되었습니다.

부록: 분석 용어 정의 (Glossary)

LLM 추출 속성(Aспект)에 대한 상세 정의 및 예시 표현

FLAKING

각질 부각/들뜸

"각질이 부각돼요", "하얗게 일어나요" (건조함 관련)

LONGEVITY

지속력

"시간 지나면 무너짐", "다크닝", "무너짐"

TEXTURE_HEAVY

무거운 사용감

"답답해요", "두꺼워요", "피부가 숨을 못 쉬는 듯"

ABSORPTION

흡수/겉돌

"겉돌아요", "흡수 안 돼요", "하얗게 땀"

WHITECAST

백탁/회끼

"동동 떠요", "가부키 화장", "토시오"

PILLING

밀림

"때처럼 밀려요", "지우개 가루", "화장 땀"

Generated by Deepmind Advanced Agentic Coding Environment

Note: This report is generated automatically based on LLM analysis.