| **프로젝트 기획서** |
| --- |

| **과제명 :** | **여가 생활을 위한 단기 대여 서비스** |
| --- | --- |

**브레인 스토밍**

| **팀명** | 솜브레로 | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **팀원 및 역할** | ▪팀장 : 김한송  ▪팀원 : 박화연, 염혜정, 이안호, 황영규 | | |
| **프로젝트 방향성** | ▪ 시중에 나와있는 전자상거래 서비스 중 실생활에 좀 더 활용가능성 있는 서비스를  개발해보자는 취지 | | |
| **주제** | | **제안자** | **제안 이유** |
| 인생 정기구독 서비스 | | 김한송 | 장보는 것도 노동이라고 생각하고 인터넷에서 찾아보는 것 마저  귀찮아하는 1인 가구를 위한 생필품 및 식품을 업체에서 알아서 보내주는 서비스가 있으면 정말 편리할 것 같다고 생각하여 제안 |
| 지역 데이터에 따른  상품 추천 서비스 | | 이안호 | 특정 지역에서 자주 팔리는 상품 데이터를 수집해 사용자의 요구에 맞춘 상품을 추천해주는 서비스 |
| **물건 대여 서비스** | | **염혜정** | **일회성으로만 사용하는 물건 (ex. 콘서트 갈 때 망원경 등등..) 대여하는 시스템**  **당근마켓처럼 빌려주는 사람이 올리면 대여를 원하는 사람과 거래** |
| 랜덤 박스 | | 박화연 | 개봉 전 까지 내용물을 알 수 없는 상태로 파는 ‘랜덤쇼핑’이 인기가 있음. 친구들끼리 선물을 주거나 교환하는 등 게임처럼 쇼핑을 즐길 수 있어서 인데, 대기업에서도 사전예약의 사은품을 랜덤박스에 넣어주는 행사로 홍보 효과를 톡톡히 보았음.  이런 트렌드에 맞춰 기업들과의 연계를 통해 생필품 랜덤 박스 등을 판매 및 선물 할 수 있는 서비스를 제안 |
| 함께 구매 하면 좋은 상품 서비스 | | 황영규 | 마음에 드는 옷을 골랐을때 함께 맞춰서 착용하기 좋은 의류를  함께 구매하기 서비스로 추천해준다 |
| 선물 데이터 서비스 | | 황영규 | 옷, 신발,꽃,케익,와인,과자상품 등등 소비자들이 선호하는 상품을 알려주고 그 상품에 따른 정보를 제공해 준다  그리고 상황에 따른 선물상품, 나이별 상품을 구분하여 소비자가 선택할 수 있게 해준다 |

**아이디어 기획서**

| **팀명** | 솜브레로 |
| --- | --- |
| **팀원 및 역할** | ▪팀장 : 김한송  ▪팀원 : 박화연, 염혜정, 이안호, 황영규 |
| **아이디어 주제** | 일회성 사용 물건 대여 및 거래 서비스 |
| **챌린지포인트** | 판매자가 물품을 올린 후 업체측에서 판매 확정하는 기능을 구축하고  대여자는 업체에 대여신청을 하고 스케줄을 골라 대여 신청 후 결제 기능구현 |
| **제안 배경 및**  **필요성** | ▪ 시장현황  현재 시장에 렌탈 관련된 제품들이 많이 출시돼있긴 하나 대부분 장기렌탈을 목적으로 의무약정기간을 가진 제품들이 많이 나와있음. 또, 자동차, 냉장고, 정수기 등 비교적 높은 가격대의 물건을 대여하는 경우가 다수임.  ▪필요성  여행, 레저 등에 사용되는 꾸준히 사용하지는 않지만 일회성으로 사용되는 물건들을 렌탈로 하여금 짧은 기간동안 이용하길 희망하는 1인가구를 위한 서비스가 필요. |
| **유사 제품 현황**  **및 비교** | **▪ 유사 제품 현황**   |  | **g마켓 렌탈서비스** | **당근마켓** | **알라딘** | | --- | --- | --- | --- | | 서비스 | 중고제품 거래 | | | | 장점 | 고가의 전자제품을 렌탈로 하여금 비교적 저렴한 가격에 빌릴 수 있다 | 소비자가 필요한 물품을 개인대 개인의 거래로 저렴하게 구매할 수 있다 | 중고 판매자가 판매한 책을 업체에서 직접 검수를 해서 양질의 책을 저렴하게 구할 수 있다 | | 단점 | 의무 약정 기간이 있어 소비자 본인이 반드시 필요한 기간  만큼만 쓰는게 불가능하다 | 소비자가 물건이 필요할때 판매자가 없다면 물건을 구할 수 없다 | 중고거래의 범주가 책에 국한되어 있다 | | 차별성 | 기존에 나왔던 타 대여 서비스들은 정수기, 자동차, 매트리스, 안마의자 등 장기, 정기적 구독 시스템이라면 본 서비스는 일회성으로 사용되는 물품들(Ex 캐리어, 망원경, 정장, 카메라 등) 기존의 단가가 비싼 품목이 아닌 구매하기에 애매한 가격대의 물품을 개인대 업체로 대여 할 수 있고 원하는 기간을 사용자가 정하여 대여 할 수 있다. 또한, 판매자가 판매한 물품에 대하여 검수 작업을 업체에서 진행하여 보다 나은 품질의 물품을 대여할 수 있다. | | | |
| **제안 내용** | **▪ 개발 목표**  일회성으로 사용되는 물품들을 보다 효과적으로 사용하기 위해 업체에 판매  업체에서는 이를 재활용하여 대여 희망자에게 대여하는 서비스를 만드는 것  **▪ 개발 내용**   * **공통 및 업체**  1. 회원가입 및 로그인 2. 물품 거래에 따른 재고량 변동  * 물품 매입 시 보유재고 증가 * 물품 대여 시 보유재고 감소 대여재고 증가 * 물품 반납받을 시 보유재고 증가 대여재고 감소  1. 카테고리별 상품구분  * 카테고리에 따라 대여 가능 품목을 보여줄 수 있다.  1. 보증금, 연체료 등 기준 안내  * 물품이 기능 불가할 정도로 파손 시 전액 대여자가 배상 * 연체료는 일주일당 제품 가격 10% 부여  1. 현재 거래 진행현황 2. 물품 거래 시 현재 진행현황이 얼마만큼 됐는지 확인  * ex) 판매등록→ **판매진행**→ 판매확정→ 판매완료  1. 매입예정 물품 안내  * 업체에서 판매 예정자에게 매입 예정인 물품들을 고지하는 화면 * **판매자**   ① 판매 희망자가 본인이 가지고 있는 일회성 물건을 등록   * 판매자가 본인이 판매할 물건의 카테고리를 선택 후 사진과 판매희망 가격 및 상세 정보(구매연도, 사용기간 등)를 홈페이지에 올릴 수 있다.   ② 판매자가 판매 창에 판매 상품을 올리면 업체에서 보유수량을 확인하고 및 제품 상태 확인 후 매입 여부 결정.   * 판매자의 등록 물품이 업체의 보유수량을 초과하거나 물품의 상태가 좋지 않다는 판단 하에 매입을 하지 않을 수 있다. * 업체에서 매입 확정을 짓게되면 업체의 물품 재고 증가   ③ 업체에서 매입한 물품들을 토대로 카테고리별 물품 등록   * 업체에서 보유한 물건들을 일반 전자상거래 사이트처럼 카테고리별로 등록하고 대여 희망자들은 올린 물품들을 보고 대여신청을 한다 * **대여자**   ④ 대여 희망자가 홈페이지에 올라온 물품 선택 후 대여 스케줄 작성   * 대여 희망자가 대여 물품을 선택 후 언제부터 언제까지 빌릴 것인지 선택 대여기간은 주,달 별 가능   ⑤ 대여 스케줄 작성 후 대여료 결제   * 달력에서 스케줄 확정 후 결제창을 통하여 결제를 한다. * 결제까지 완료되면 업체의 보유 재고 감소됨.   ⑥ 반납   * 대여자는 대여 기간을 확인하고 기간 내에 반납을 한다. * 반납 창에서 대여 기간 및 기간 초과 시 연체료 확인 가능 * 반납이 확정이 되면 업체에서는 확인 후 재고에 반영   ⑦ 대여 후기 작성   * 물품마다 대여 후기를 작성하는 게시판 구현 (댓글, 별점, 사진 등)   ⑧ 대여기록 및 최근 본 상품 구현   * 대여자가 대여했던 품목 전체를 볼 수 있고 최근 본인이 봤던 상품의 목록을 볼 수 있다. |
| **수행 방법** | **▪데이터 확보방안**  크롤링을 통한 현재 시중에 나와있는 물품들의 형상정보 및 가격 수집  Oracle을 이용한 각 상품의 정보 저장 및 보유현황 관리  **▪추진 전략( 일정, 수행 방법 등 )**   | 추진전략 | 일정 | 추진내용 | | --- | --- | --- | | **계획수립** | 23.02.27.~23.03.20. | 프로젝트 서비스 내용 구상 및 계획서 작성 | | **요구사항분석** | 23.03.14.~23.03.22. | 요구사항정의서,  DB요구사항 분석서 작성 | | **설계** | 23.03.22~23.03.26 | UI/UX 모델링 설계  데이터베이스 테이블 설계  사용가능 api 수집 | | **구현** | 23.03.27~23.04.03. | 웹서비스, 데이터베이스 구현  전자상거래 주요기능(판매,대여 등)구현 | | **테스트** | 23.04.04.~23.04.05. | 실제 소비자와 판매자 역할을 나누어 통합 테스트 실행 | |
| **기대효과 *및* 활용방안** | **▪기대효과**  ▪ 일회성으로 사용할 물건을 구매하는 것보다 저렴한 가격으로 대여할 수 있어 지속적인 물가 상승 시대에 소비자의 경제적 부담 감소  ▪ 불필요한 소비를 줄이고 서로 간의 물품 공유를 통해 환경 및 순환 경제에 기여  **▪활용방안**  ▪ 여건 상 다양한 물건을 구매하기 어려운 1인 가구를 타겟으로 고객 유치  ▪ 추후 휴양지나 캠핑장 등 특정 지역에서 수요가 많은 상품 데이터를 수집해 해당 지역의 추천 상품을 대여해주는 서비스로 확장할 수 있음 |
|  |  |

**(1) 제안 배경 - 외부 환경 분석 (PEST / STEEP)**

| **정책적 배경** | **▪기술의 발전으로 다양한 물건의 양과 종류가 증가하면서 그에 따라 버려지는 쓰레기 역시 기하급수적으로 증가**     * 2021년 전국 폐기물 발생 및 처리현황’ 통계를 보면 총 발생 폐기물은 1억 9738만톤에 달하며 그 중 생활쓰레기 비율은 43%에 달함   → 일회성으로 사용할 물건들을 소비 대신 **대여를 통해 사용할 수 있다면** 생활쓰레기를 줄이는 데 기여할 수 있고 이는 전세계적 트렌드인 제로웨이스트 운동과 일맥상통하며 개인의 불필요한 소비를 줄이고 자원의 재활용을 통해 수입을 얻을 수 있는 서비스의 개발은 앞으로의 환경에도, 순환경제에도 도움이 될 것임  **출처 : 그린포스트코리아(**[**http://www.greenpostkorea.co.kr**](http://www.greenpostkorea.co.kr)**)**  **출처 : 한국뉴스투데이(**[**http://www.koreanewstoday.co.kr**](http://www.koreanewstoday.co.kr)**)**  **출처 : 한국폐기물협회** |
| --- | --- |
| **경제적 배경** | **▪무분별한 소비지향적 문화와 일시적으로 물건을 소유하고자 하는 문화에서 구매자들의 합리적인 가격과 필요를 바탕으로 하는 대여중심의 문화로 바꾸고자 함**  **무분별한 소비지향적문화로 일어난 충동구매**로 소비자들이 합리적인 소비를 하지 못하고 있음, 이에 따라 무조건적인 구매를 하기보다 소비자(사용자)들이 필요한 때 필요한 만큼 물건을 대여하여 사용함으로 무조건적인 소비문화에서 대여와 공유를 통해 물건을 구매하는데 있어 재고 하게 함 |
| **사회적 배경** | **▪중고거래 사기피해액 및 피해건수 증가**    물건을 사용했다가 다시 팔기위한 중고거래 플랫폼이 많이 있지만 개인과 개인간의 거래에서 발생하는 여러 문제( **중고거래 사기 및 장물거래 등** ) 가 증가하고 갈수록 피해액수도 커지고 있음 이런 불안감과 불편함을 개인과 업체간의 거래로 서로 신뢰할 수 있는 환경을 만들고자 함  출처 : 뉴스핌(<https://www.newspim.com/news/view/20230224000657>)  피해 사례 : <https://www.asiae.co.kr/article/2020122316150320881> |
| **트렌드 배경** | **▪지속가능한 생활 방식과 함께 합리적인 소비를 추구하는 MZ세대들의 제한적인 예산은 중고 거래를 한층 매력적인 선택지로 만들고 있음**    국내 대표 중고거래 플랫폼 '당근마켓'은 지난해 신규 유니콘 기업(기업 가치 1조원 이상의 스타트업) 명단에 이름을 올렸다. 일각에서는 설립 7년 만에 유니콘 기업에 오른 것은 이례적이라는 평가가 나온다. 중고거래 시장은 계속해서 성장할 전망이다.  → 중고거래는 최근 몇 년간 '가치 소비'를 지향하는 MZ세대를 주축으로 활발해지면서 삶의 자연스러운 소비 패턴으로 자리잡고 있다 "중고거래 시장의 규모가 확장되는 만큼 국내를 비롯한 해외 여러 중고거래 플랫폼들의 성장과 발전에도 긍정적인 영향을 끼칠 수 있을 것으로 기대가 되는 중 단순한 중고거래가 아닌 대여라는 서비스로 차별화된 서비스를 제공하여 소비자들의 마음을 열 수 있다. |
| **기술적 배경** | ▪인터넷 및 모바일 기술의 발달로 새로운 상품은 물론 중고 제품의 거래가 대중적으로 이뤄지고 있다. 많은 국내외 유통 업체들이 소비자들의 경제적 여건에 맞게 동일 제품을 새 상품과 중고 상품으로 구분하여 판매 하는 등 소비자의 선택권을 넓혀 주고 있다. 특히 중고 거래하는 앱 기반의 중고거래 시장이 가파른 성장세에 있는데, 파이낸셜 뉴스에 따르면 2008년 4조원에서 2020년도에는 20조원에 이르렀다.  출처:( <https://www.fnnews.com/news/202103161738503692> )  ▪또한 온라인 또는 모바일 중고거래 시장의 형태와 거래 방식은 간편하고 이용 편의성이 있기 때문에 소비자 본인이 원하는 제품과 서비스를 쉽게 찾을 수 있다는 이점이 있다. |
| **제도적 배경** | ▪제도적 배경이랑 사회적 배경이랑 겹치는곳이 있어 선생님에게 문의 후 기입OR 삭제 |

**(2) 제안 배경 - 내부 환경 분석 (3C)**

| **제안자 능력** | ▪ crawling을 이용한 현재 운영중인 전자상거래 사이트들의 가격정보 수집  ▪ 실제 결제기능 구현을 위한 카카오페이API 활용 |
| --- | --- |
| **경쟁제품/기술/특허 분석** | **▪ 경쟁제품**   * 싹쓰리(<https://ssak3.app/>)   **▪ 현황**   * 중고 주방기구들을 업체에서 매입하고 매입한것을 렌탈하는 서비스 * 카페, 주점, 피자집, 치킨집 등 음식을 판매하는곳을 위주로 패키지로 렌탈 * 렌탈 뿐만 아니라 중고물품 판매도 진행 |
| **고객 분석** | ▪ 처음 접하는 여가생활을 즐겨보고 싶은데 장비 구매에 부담을 느끼는 1인가구  ▪ 자주 쓰는 물건이 아닌 일회성으로 사용할 물건을 사기 부담스러워하는 소비자  ▪중고물품을 개인대 개인으로 직접 만나 거래하는것을 부담스러워하는 중고판매 희망자 |

**(3) 필요성**

| **필요성** | 중고 거래 사이트나 특정 물건에 대한 대여 서비스는 곳곳에 흩어져 존재함. 이는 당장 급하게 대여를 원할 때 소비자가 직접 찾아다녀야 한다는 불편함이 있음.  수요가 많은 여러가지 상품들을 모아서 단기 대여를 함으로써 편리성을 제공함. |
| --- | --- |
| **차별성** | **▪ 렌탈 기간의 차이**   * 현재 대여 서비스 관련 시장에서는 주로 가전(정수기,침대,안마의자), 자동차 등의 물건들을 ‘장기’ 렌탈하는 서비스 위주이기 때문에 단기 렌탈 상품이 있더라도 의무 약정 기간이 존재하며 이용 가격이 높음   **▪ 업체와 개인과의 거래**  - 중고 거래 사이트에서 이루어지는 신상 불명한 개인 간의 거래에 비하면 업체와 개인 간의 거래는 높은 신뢰성을 가짐. 또한 특정 지역 한정 거래에 그치는 당근마켓과 달리 택배 서비스를 활용하여 넓은 거래 범위를 보장함 |
| **현재까지**  **준비사항** | ▪ 주요기능 구현 계획 수립  ▪ 결제 api 검색  ▪ 현재 시장에 나와있는 유사제품 정보 수집  ▪ 서비스 구상 및 기획 |
| **기대효과** | ▪대여자들은 비교적 짧은 기간 동안 본인이 사용하고자 물품을 쉽게 대여할 수 있음  ▪한 번 쓰려고 샀던 물건이 집안에 방치되거나 버리는 경우가 줄어듦  ▪중고판매자는 중고물품 판매 시 구매자를 찾아야하는 번거로움이 있지만 업체에 판매하여 개인거래보다 좀 더 높은 금액으로 쉽고 간편하게 판매할 수 있다. |
| **활용방안** | ▪지자체와 협력하여 여행 관광지마다 필요한 물건에 대한 렌탈 서비스 가능  ▪정책적으로 안쓰는 가전들이나 물건들을 한대 모아 업체에서 매입하고 재활용 가능 |

**(4) 개발 내용**

| **개발 목표** | ▪ 일회성으로 사용되는 물품들을 보다 효과적으로 사용하기 위해 업체에 판매  업체에서는 이를 재활용하여 대여 희망자에게 대여하는 서비스를 만드는 것 |
| --- | --- |
| **개발 내용** | ▪ 판매하고자 하는 중고물건 등록  - 업체에서는 중고물품 판매자들에게 매입 희망목록을 제시한다.  - 사이트이용자들이 본인이 판매하길 희망하는 물건을 사이트에 판매의뢰를 올릴 수 있다.  - 업체에서 제품 상태 확인 후 판매확정을 지어야 업체에게 물품 판매 완료  ▪ 대여자가 물품 선택 후 렌탈 신청  - 대여자는 물품 선택 후 렌탈 희망 기간을 기입하고 렌탈 신청을 한다.  - 렌탈 신청 후 결제페이지에서 결제가 가능해야한다.  - 렌탈서비스 종료 후 후기를 남길 수 있다.  ▪ 대여자는 물품 사용 종료후 업체에 물건 반납  - 대여품 사용 종료 후 업체에 택배를 배송하고 업체에서는 반납수락을 하면 사용자에게 걸려있는 보증금을 돌려 받을 수 있다. |

**(5) 달성 목표 및 달성 전략**

| **달성 목표** | ▪ 중고물품 렌탈서비스를 구축하고 실제로 결제까지 되는 웹사이트 구현  ▪ 전자상거래의 주요기능인 물건을 올리곡 판매하는 단계 구현 |
| --- | --- |
| **달성 전략** | ▪ 실제 결제페이지 구현을 위해 카카오 API 이용  ▪ Crawling을 이용하여 시중에 나와있는 중고물품 정보 및 가격 수집  ▪ oracle을 이용한 각종 상품 데이터 저장 및 물품 대여현황 작성 |

**(6) 개발 일정**

| **추진내용** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **프로젝트 주제 선정** |  |  |  |  |  |  |
| **프로젝트 기획서 작성** |  |  |  |  |  |  |
| **기획발표** |  |  |  |  |  |  |
| **요구사항정의서,**  **DB요구사항 분석서 작성** |  |  |  |  |  |  |
| **UX/UI 구현** |  |  |  |  |  |  |
| **서비스 구현 및 테스트** |  |  |  |  |  |  |

**(7) 참여 인원**

| **이름** | **역할 및 능력** |
| --- | --- |
| 김한송 | ▪ 프로젝트 총괄  ▪ 결제api 적용담당 |
| 박화연 | ▪ 사이트 디자인 총괄  ▪ 주소지api 적용 담당 |
| 염혜정 | ▪ DB설계 총괄 |
| 이안호 | ▪ DB설계 |
| 황영규 | ▪ 사이트 디자인 |

**(8) 시장 분석**

| **국내시장 규모 및 현황** | ▪ 국내 렌탈 시장 규모는 2006년 3조 원에서 2016년 25조 9000억 원으로 10배 가까이 성장했으며, 2020년에 들어서는 40조 원을 넘어섰으며 2025년에는 100조 원을 전망하고 있음  ▪ 렌탈 서비스의 필요도를 조사 결과 렌탈 서비스의 향후 이용 희망률은 85.8%로 집계됐으며, 특히 이용 희망률은 연령대와 성별 관계없이 높았음  출처 : [데일리팝(http://www.dailypop.kr)](https://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=45745) 및 KT경제경영연구소 |
| --- | --- |

**(9) SWOT 분석**

| ▪소비자가 원하는 날짜에 비교적 저렴한 가격대에 단기로 물건을 대여 할 수 있음 | **S** | **W** | ▪제품 대여자의 물품 파손시 대처와 보증금 제도 미비  ▪ 판매자가 판매하려는 물건이 시장에서 시세를 확인 할 수 없는경우 데이터 확보 불가 |
| --- | --- | --- | --- |
| ▪판매자는 자신이 판매한 물건의 대여 횟수가 많아지면 일정 금액을 돌려받을 수 있기 때문에 다른 중고거래 판매 사이트보다 더 이용할 것으로 보임 | **O** | **T** | ▪소비자 입장에서는 오프라인 거래가 가능한 중고 거래 사이트를 이용하면 택배를 기다리는 시간과 택배비를 절약할 수 있어 우리 서비스의 경쟁률 하락 |

**(10) STP 전략**

| **고객 분류** | ▪중고 물품 거래를 불편해하는 판매 희망자  ▪구매에 부담을 느끼는 소비자 |
| --- | --- |
| **목표 고객** | ▪ 처음 접하는 여가생활을 즐겨보고 싶은데 장비 구매에 부담을 느끼는 1인 가구  ▪ 자주 쓰는 물건이 아닌 일회성으로 사용할 물건을 사기 부담스러워하는 소비자  ▪중고물품 판매 의사는 있지만 개인 간의 거래를 부담스러워하는 중고 판매 희망자 |
| **시장에서 제품의 위치** | ▪ 개인 간의 중고 물품 거래 사이트에 비하면 신뢰성이 높으며 장기 렌탈 서비스 위주인 타 제품보다 가격이 저렴 |

**(11) 4P 전략**

| **제품** | ▪ 중고 물품 매입  ▪ 단기 렌탈 서비스 |
| --- | --- |
| **가격** | ▪ 새 상품이 아닌 중고 물품을 매입하기 때문에 시중 가격의 최소 70% 가격으로 구매할 수 있다. → 경쟁력 확보 |
| **판매 방법** | ▪ 중고 물품 매입: 택배 수거  ▪ 렌탈 서비스: 대여 및 반납 모두 택배 이용  → 비대면 거래를 희망하는 포스트 코로나 시대에 적절함 |
| **홍보 방법** | ▪ 캠핑, 여행 등 특정 상품과 결합하여 홍보  ▪ 1인 가구가 많은 대학생 커뮤니티에 홍보 |