

2019년 충청북도 중소기업 빅데이터 활용지원사업

우수사례 선정평가
제 한 국

젠한국 (도자기식기류, 주방용품 도소매, 통신판매 등 가정용 요업제품, 비전기식 주방용품 및 날붙이 도매업체, 신제품/서비스 발굴)

가. 회사소개 및 비즈니스 이슈

1) 회사소개

- 45년의 기술력을 가지고 9년 연속 로하스, KS, ISO 9001, ISO 14001 인증을 획득한 ZEN한국은 세계최상급의 정제된 친환경 천연원료 배합과 100% 무연 유약의 사용으로 납 성분 검출이 전혀 없는 친환경 도자기이다. 또한 업계 최초로 FDA와 세계에서 가장 엄격한 캘리포니아 Proposition65 regulation을 통과하였다.
- 세계적인 Top 브랜드가 인정한 최고 품질 세계 최대 규모 최첨단 공장에서 생산하여 미국 백악관 공식식기 납품업체인 LENOX, 260여년 전통의 독일 Villeroy&Boch, 미국의 MIKASA, 유럽의 iittala, 일본 Noritake 등 세계 각국에 수출하여 그 품질을 인정받은 도자기이다.
- ZEN한국만의 모던하면서도 독특한 디자인을 창출하였으며, 대용량 도자기 밀폐용기, 도자기 도시락, 웰빙 다이어트 반상(신개념 도자기식판), 내열도자기 냄비, IH티포트 등 혁신적인 제품을 개발하여 기술력을 높이 평가 받고 있다.

<그림 1-1> 젠한국 전경사진



<그림 1-2> 젠한국 홈페이지



2) 비즈니스 이슈

- 1인 가구가 늘어나고 있는 현 시점에서 ‘식기’에 대한 시장 파악
 - 통계청 자료에 의거하여 2018년도 기준으로 평균가구원수는 2.4명으로 나온다. 전체 인구수에 대한 1인가구수의 비중은 29.3%로 나타났다. 2000년대 1인가구 222만 가구에서 현재 1인 가구 수는 584만명으로 통계되어 1인가구가 늘어나고 있는 현황이다. 그 중 연령대는 20대와 30대 나타났으며 젊은 층은 취업난, 주거불안, 개인주의, 자유 갈망, 비혼 희망 등 다양한 이유로 1인 가구를 택하고 있다.
 - 젠한국은 집들이세트, 신혼 도자기세트 등 2인 및 4인 가구에 맞춤 도자기식기세트를 주력으로 판매하고 있었으나 현재 1인 가구가 늘어나고 있는 시점에서 ‘식기’에 대한 매출이 하락하여 다양한 데이터들을 통해서 ‘식기’ 트렌드에 분석을 진행하고 싶다.

〈그림 1-3〉 2018년 통계청 1인가구 비중

1인가구비중 29.3%
1인가구수 584만 8,594가구
'18. KOSIS (통계청, 인구총조사)



나. 빅데이터 분석 및 시사점

○ 분석 개요

분석 대상 기간 : 2016년 1월 ~ 2019년 11월

정보 출처 : 뉴스, 네이버 블로그, 네이버 트렌드, 카페, 지식검색, 통계청 등

분석 솔루션 : CoreitBigDate, Desk Research

○ 분석 요건

1) 식기에 대한 트렌드 분석

- SNS 데이터 수집
- ‘젠한국’ 키워드를 사용한 포스팅 수집

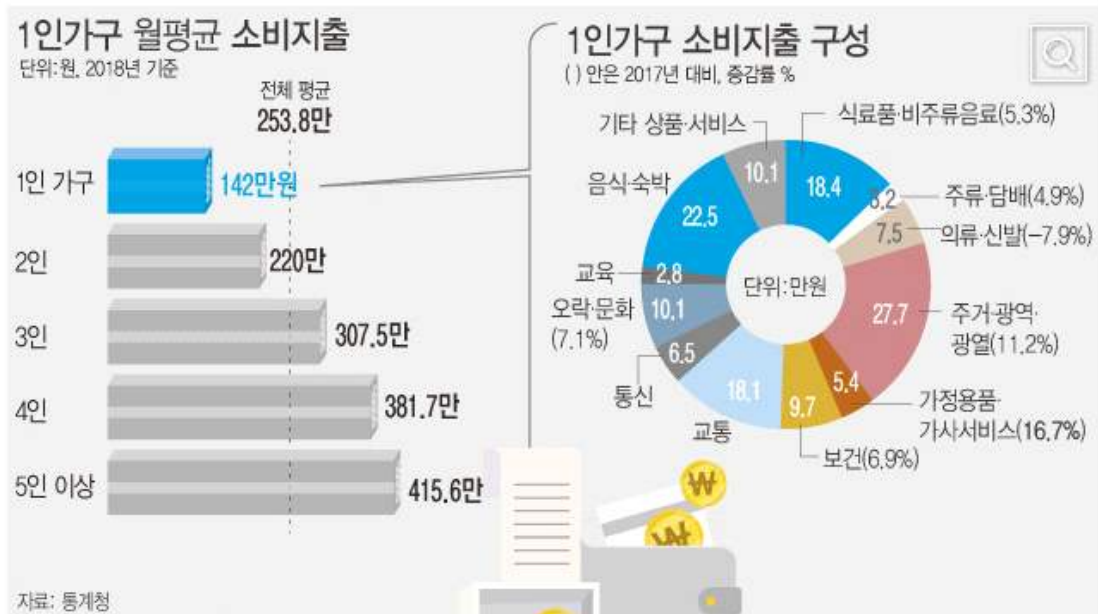
2) 젠한국 연관어 분석을 통한 세부 이슈 도출

1) 식기에 대한 트렌드 분석

- 통계청이 발표한 ‘2018년 가계동향조사(지출부문)’에 따르면, 집안 살림에 돈을 투자하는 1인 가구는 늘었고, 1인 가구의 월평균 소비지출은 142만원으로 전년 대비 3.4% 증가했다.
- 구체적으로 살펴보면, 가정용품·가사서비스에 돈을 쓰는 1인 가구는 전년과 비교했을 때 16.7% 늘었다. 가구를 사거나 주택 내부를 장식하기 위한 제품 및 주방용품 구입, 취사·냉난방·세탁·청소 등 서비스에 대한 지출이 늘어난

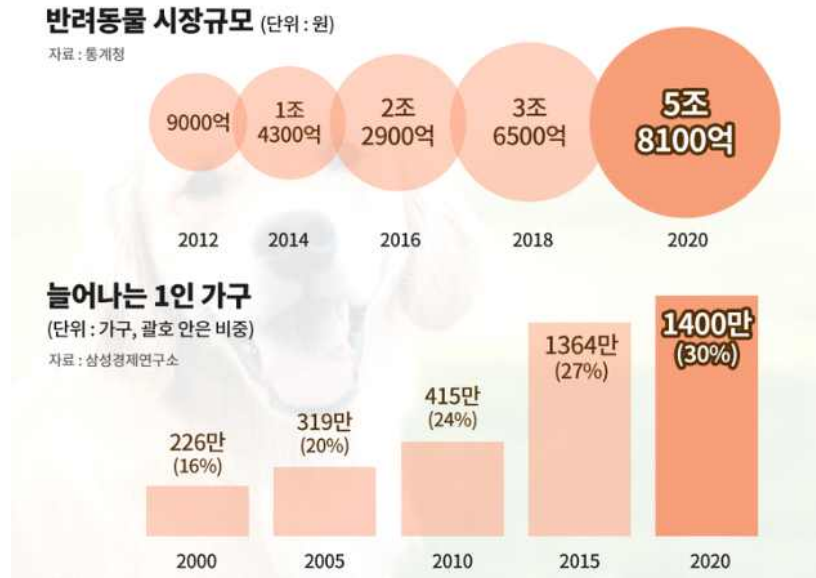
것이다. 지출 비중으로만 보면 1인 가구는 주거·수도·광열(19.5%), 음식·숙박(15.8%), 식료품·비주류음료(12.9%), 교통(12.7%) 순으로 지출 비중이 높았다.

<그림 1-4> 2018년 통계청 가계동향조사(지출부문)



- 올해 코엑스에서 열린 ‘2019 서울리빙디자인페어’에서 1인가구 라이프스타일에 맞춘 다양한 상품이 전시되었다. ‘젠(ZEN)한국’은 1인용 식기세트와 티포트 세트를 선보여, 밥그릇과 국그릇 등 1인용 식기세트와 찻잔, 잔받침, 주전자 각 1개씩 구성된 ‘엘리제 티포윈 세트’는 1인 가구를 타겟으로 한 상품을 구성하여 전시하였다.
- 또한 1인 가구 증가와 함께 폭발적인 성장세를 이어가는 반려동물 용품 업체들이 다수 참여해 다양한 용품을 선보여 1인가구가 늘어남에 따라 반려동물도 함께 증가하는 추세를 살펴 볼 수 있다. 이는 반려동물의 시장성장세가 높아짐에 따라 반려동물에 대한 식기 또한 급성장하는 것을 알 수 있다. 네이버쇼핑에서 알 수 있듯이, ‘반려동물 식기’상품은 총 77,502건, ‘반려동물 도자기 식기’의 상품의 경우 1,459건으로 식기의 비중이 높은 것으로 나타난다.

<그림 1-5> 1인가구와 반려동물 통계



시사점

- 해당 데이터를 기반으로, 식기 트렌드를 살펴보았으며, 1인가구에 대한 식기와 반려동물에 대한 식기의 시장에 성장하고 있음을 나타내 이에 대한 신제품 상품을 만들어 볼 것을 추천하였다.

2) 젠한국 연관어 분석을 통한 세부 이슈 도출

- 젠한국 Tag Cloud 분석으로 젠 한국의 검색어 중 많이 언급된 단어를 크게 표현하였다. ‘젠 한국도자기세트’, ‘황금나비상’, ‘도자기부문1위’와 더불어 ‘집들이’, ‘홈인테리어’, ‘신혼’, ‘선물’의 검색어가 크게 노출된 것을 확인할 수 있다. 이는 젠 한국에 대한 이미지가 2인 또는 4인 가구에 맞춤 식기세트 판매하는 것으로 나오는 것을 확인할 수 있다.

〈그림 1-3〉 젠한국 Tag Cloud 분석



- SNS에서 ‘젠한국’을 언급하거나 브랜드 이미지에 대해 키워드를 확인 하였다. ‘젠한국머그잔’, ‘젠한국도자기세트’, ‘젠한국더로즈홈세트’ 등 제품이 상위권에 노출된 것을 확인 하였고, ‘집들이’, ‘선물’, ‘홈인테리어’, ‘신혼’ 으로 키워드 도출되었다. 또한, ‘황금나비상’, ‘친환경경영’, ‘굿디자인’ 등 브랜드 이미지에 대한 인식이 높은 것을 보여줬다. 하지만, 상위 키워드에서는 ‘1인식기’, ‘반려동물’ 등 관련 검색어는 도출되지 않았음을 확인할 수 있다.

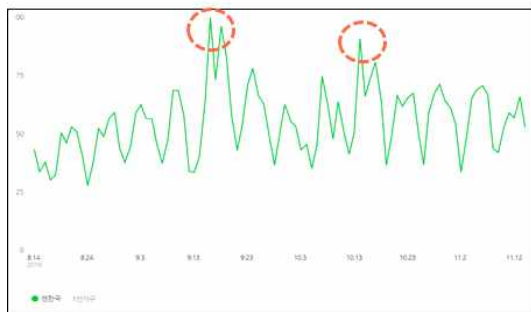
〈그림 1-7〉 젠한국 키워드 분석

순위	전체 Keyword 중 상위 20위	카운트
1	한국전도자기	15315
2	한국도자기전매장	15313
3	전한국머그잔	14310
4	전한국도자기세트	14307
5	전한국더로즈홈세트	13985
6	활금나비상	13579
7	집들이	13214
8	선물	13106
9	세계최대도자기전시판매장	12911
10	홈인테리어	12853
11	애니팡	12746
12	한국도자기	12639
13	친환경경영	12346
14	토탈리빙	11938
15	신혼	11830
16	쇼핑몰	11623
17	굿디자인	11430
18	쇼핑몰	11193
19	도자기식판	11106
20	웹빙다이어트반상	11093

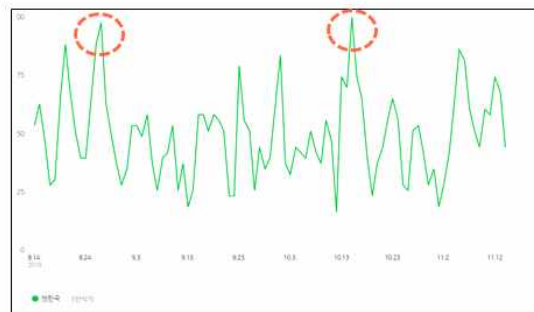
- 네이버 트렌드분석은 '젠한국' 주제어로 설정, 하위주제어로 '1인가구', '1인식기', '반려동물'로 검색하여 검색량에 따라 백분위 그래프로 나타났다. 최근 3개월간의 '1인가구'를 검색했을 때 중위권에 올라가있으며, '1인식기'는 방송 및 언론의 노출되었을 때 급상승한 것을 알 수 있다. '반려동물'의 경우 즉 상위권에 머물러 있어 이에 대한 대비책이 필요할 것으로 보인다. '젠한국'과 '1인 가구'와 관련 연관검색어 도출이 필요하며, '반려동물'에 검색량이 높은 것을 뚜렷하게 살펴볼 수 있다.

〈그림 1-8〉 네이버 트렌드 분석

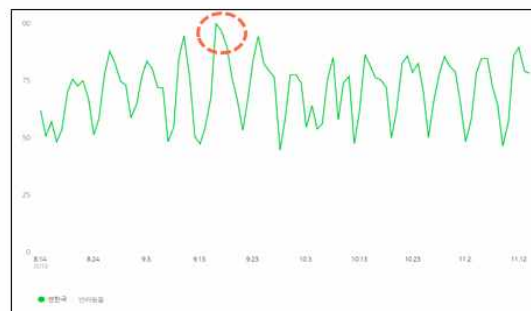
'1인가구' 검색 량 네이버 트렌드 백분위 그래프



'1인식기' 검색 량 네이버 트렌드 백분위 그래프



'반려동물' 검색 량 네이버 트렌드 백분위 그래프



시사점

- 차후, 키워드 광고, 바이럴 마케팅을 진행할 때, 1인가구에게 맞는 바이럴 될 수 있도록 마케팅 역량과 예산에 초점을 맞추도록 하였고, 젠한국 검색량의 추이를 네이버 트렌드를 통해서 살펴 본 결과, 앞서 살펴보았던 반려동물에 대한 검색량이 많은 것으로 분석되어 이에 대한 식기 판매를 추천하였다.

다. 빅데이터 분석 결과 활용

○ 젠한국의 신제품 개발에 활용

- 젠한국은 1인가구가 늘어나고 있는 현 시점에서 시장변동에 대한 파악을 확인하고자 빅데이터를 분석을 요구하였고 이에 대비한 타겟층을 분석 하였다. 제공받은 데이터를 기반으로 1인가구의 급상승과 더불어 반려동물에 대한 시장도 상승하고 있어 확실한 소비시장으로 진출할 수 있을 것으로 예상된다.
- 또한 온라인 홍보 플랫폼인 인스타그램, 페이스북은 활동이 미미한 것으로 보아 시장으로 진출 시 SNS 홍보 및 초성검색을 통한 홍보가 적극적으로 필요한 것으로 보인다. SNS 홍보시 식기와 함께 요리 레시피를 포스팅하는 것을 추천드렸으며, 신제품 홍보 시 초성검색을 통한 키워드를 만들어 젠한국만의 키워드를 만들어 갈 것을 추천드렸다.