

고객 등급 재분류 및 고객 니즈 기반 상품 추천을 통한 중소 유통업체 매출 증대



A2조 / 1석 2조

김수민 이경용 박치현 김민규 백민지

Contents



- 1 추진 배경
- 2 현상 및 개선기회
- 3 분석 계획 및 결과
- 4 개선안 및 개선방안
- 5 Learned Lesson
- 6 근거자료(세부내용)

1 추진 배경

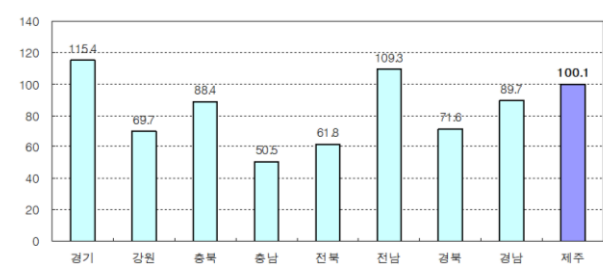
- ✓ 자사의 구매 수량과 구매 금액 전년 대비 각 23%, 20% 감소. 총 매출액 회복을 위한 새로운 방안 필요

자사를 둘러싼 외부 시장 상황

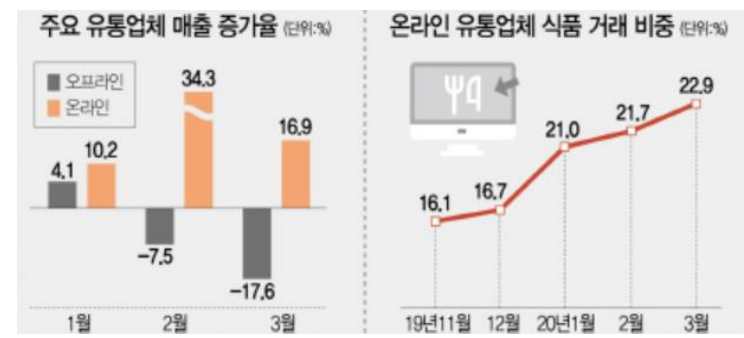
제주도는 전국 대형마트 포화지수 3위
SSM, 편의점 포화

고속성장 중인 국내 e커머스 시장
2022년 189조 예상

[제주도 대형마트 포화지수]



[온·오프 유통업체 매출 증가율]



경쟁사로 인한 매출 감소 우려

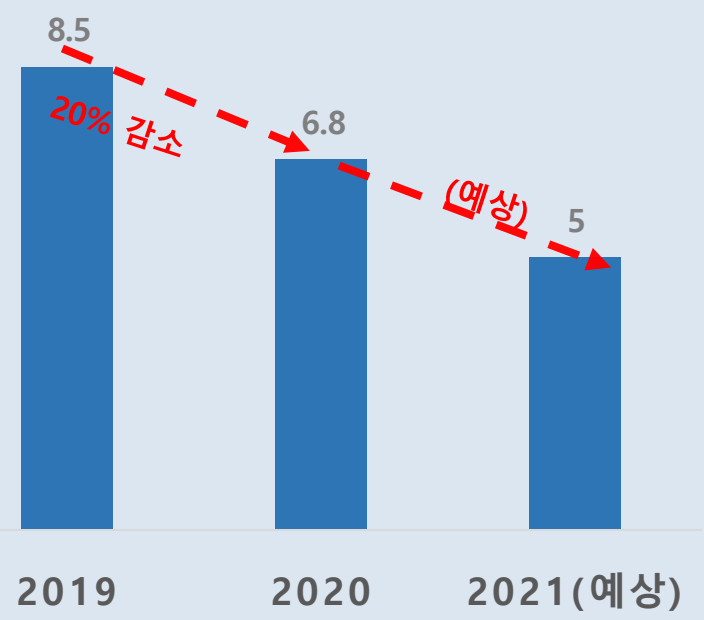
온·오프라인 융합하는 옴니 전략 필요

출처 : 한국은행

출처 : 산업통상자원부

자사 상황

[매출 현황(단위:억)]



온/오프라인 매출 모두 하락

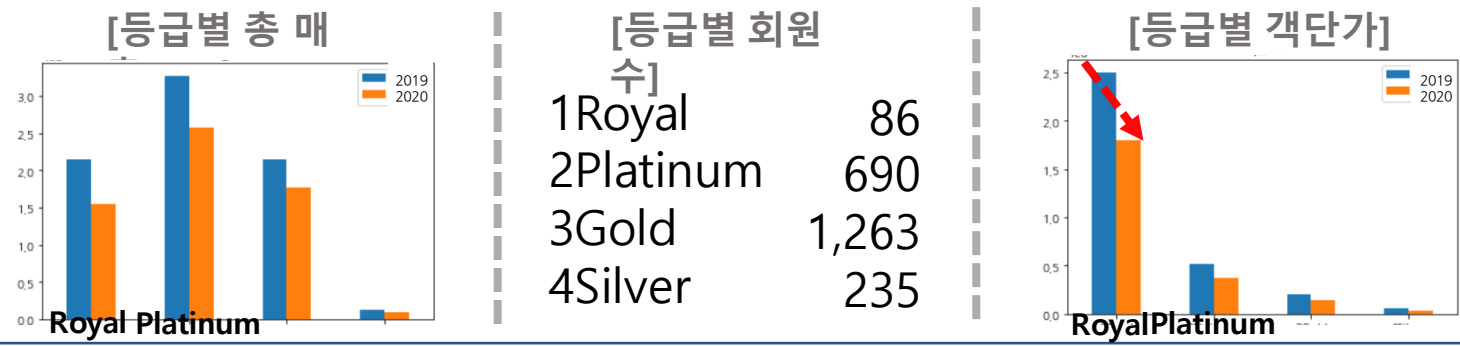
출처 : 자사 영업 시스템

2 현상 및 개선기회

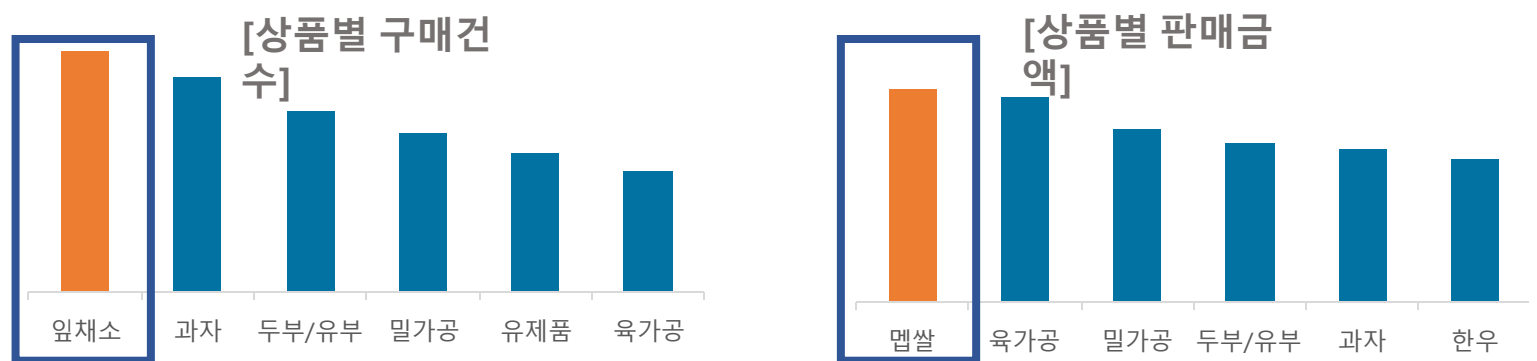
- ✓ 전 등급 객단가 감소로 개선방안 필요
- ✓ 구매건수와 판매금액 높은 상품 위주로 판매 전략 수립 필요

현상

1 예) Royal 등급 객단가 250만원에서 180만원으로 감소



2 구매건수 기준 1위 잎채소(중분류), 판매금액 기준 1위 멤쌀(중분류)



* 멤쌀(중분류): 백미, 현미, 오분도미, 칠분도미

개선 기회

전 등급 객단가가 하락
↓
고객 행동 패턴
파악을 통해 니즈 충족

주요 상품군(잎채소, 과자,
두부·유부, 밀가공, 육가공)을
꼽을 수 있음
↓
연관 상품군을 찾아
소비 촉진

2 현상 및 개선기회

✓ 배송지연 시스템 개선과 추천 시스템을 통한 온라인 시장 유통채널 확대 기회 모색

현상

3 온라인 주문 배송 지연 상황 다수 발생 → 2019년 : 1만 4천건

[온라인 신선식품 거래규모 (단위: 백만원)]

[자사 온라인 매출 규모 (단위: 원)]

	인터넷	전화	모바일	합계
2019	4천 3백만	2천 2백만	2천만	8천 7백만
2020	4천 6백만	2천 5백만	2천 2백만	8천 3백만

약 3% 감소

개선 기회

당일배송 등을 통해
온라인 배송 지연
문제 해결
↓
**온라인 시장에서 매출
증대 기회 확보**

출처 : 산업통상자원부

과제 목표

거래 고객 약 2백명, 객단가 약 6만원 증가로, 총 매출액 30% 성장 달성

가중치			'19년	'20년	'21년
총 매출액 (원)			8억 5천만	6억 8천만	8억 8천만
	거래 고객 수	50%	2천명	2천 3백명	2천 5백명
	객단가	50%	42만	29만	35만

3 분석 계획 및 결과 _ 계획

✓ 자사 판매 데이터 온·오프라인 및 연도별(2019, 2020) 분석

파일명	Raw수	Column수
Jeju_member	6,013	20
Jeju_sales	273,322	21

목적	분석 방법	분석 내용
각 변수의 분포 및 단일 변수 특성 파악	Box Plot	구매 금액 합, 주문 날짜, 공급 날짜 등의 이상치 확인
판매 현황 및 주 영향 요인 파악	Bar chart Pie chart Histogram	등급/년도/매장 별 매출액/판매 건수 파악
		등급별 구매건수/구매액/객단가 파악
현 제도 개선 필요 영향 분석	Bar chart Decision Tree	등급별 탈퇴 현황 분석
		등급별 탈퇴 원인 파악
회원등급 재분류로 맞춤형 전략 도출	RFM + K-means	고객을 RMF기준에 따라 4개 등급으로 재분류
고객 니즈 분석을 통한 추천 시스템 개발	연관분석 Item Based 추천 시스템	상품 간 연관성 파악 아이템 간 유사도 도출
수요 예측 프로세스로 구매력 증대, 원가 절감	Facebook prophet ARIMA	상품별 수요예측

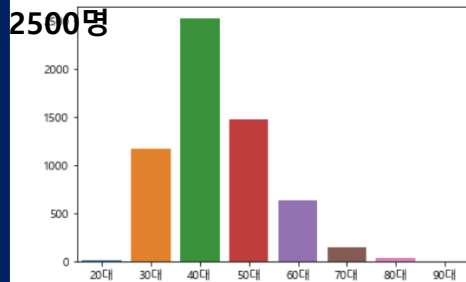
3 분석 계획 및 결과 _ 결과

- ✓ 각 등급별, 연령별 소비 상품 종류, 마트 방문시간대 확인
- 40,50대, 여성 고객 多, 20대 비중 少, 월요일 및 저녁 시간대 구매건수 多

0

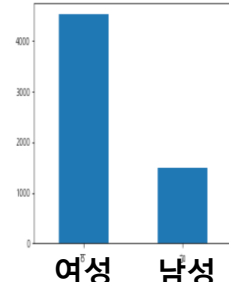
주 고객층

[연령대별 고객 수(명)]



40, 50대가 압도적
20, 30대 비중 낮음

[성별별 고객 수(명)]



여성 > 남성

[등급별 · 연령별 고객 수(명)]

	20대	30대	40대	50대	60대	70대	80대	90대
1Royal	0	7	29	40	22	2	3	0
2Platinum	2	138	404	261	141	30	6	0
3Gold	7	474	1,106	627	238	65	20	1
4Silver	11	550	980	551	215	54	9	0

20대 Royal등급 無
등급별 역시
40, 50대 비중 大

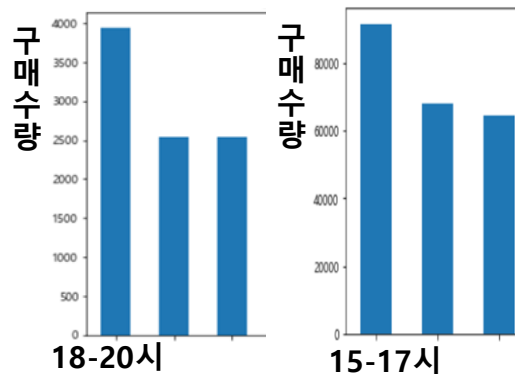
시간 / 상품

[요일별 상품 매출액(원)]

	가류	과일·채소
금	793,800	651,100
목	523,000	477,600
수	463,600	1,793,000
월	4,174,800	615,400
일	342,100	273,400
토	190,200	878,000
화	972,200	5,269,600

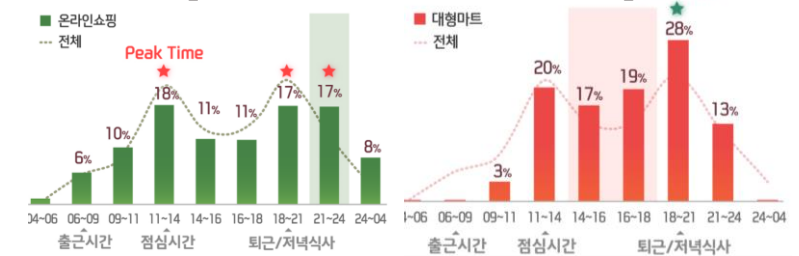
월요일
매출액이
가장 大

[온 · 오프라인 시간별 구매건수]



온라인은
18-20시
오프라인은
15-17시에
구매건수 多

[온 · 오프라인 이용시간대]



온라인 쇼핑, 대형마트
이용시간 Peak Time과 일치
(퇴근/저녁식사 시간)

3 분석 계획 및 결과 _ 결과

✓ 회원 등급 분류 기준 모호 → 새로운 등급 분류 시스템(RFM)

1

고객 등급 관리

고객

고객 등급 관리

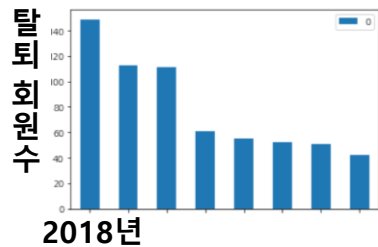
[2020년 등급별 오프라인 소비 평균값을 초과한 하위 등급 인원 수(명)]

	소비 평균값	1Royal	2Platinum	3Gold	4Silver
1Royal	180만원	3	8	1	0
2Platinum	370만원	69	123	3	
3Gold	140만원	77	457	5	
4Silver	37만원	82	615	756	

Platinum등급의 소비 평균값보다
▶ 많이 쓴 Gold고객 수가 2019, 2020년
각 **105, 123**명

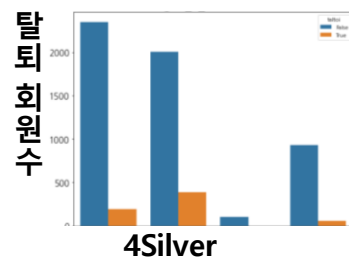
→ 등급 분류가 제대로 안되어 있음

[연도별 탈퇴 고객 수]



2018년도
탈퇴 고객 수 급증

[등급별 탈퇴 고객 수]



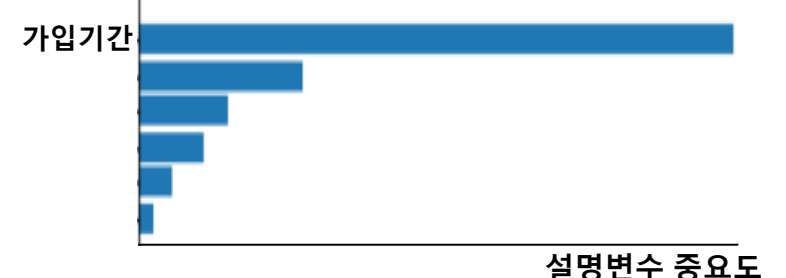
Silver등급
탈퇴 고객 수 多

[가입기간 별 탈퇴 고객의 수]



“가입기간”이 탈퇴의 주요인
→ 가입기간 3개월 미만 고객 중 **34%**가 탈퇴

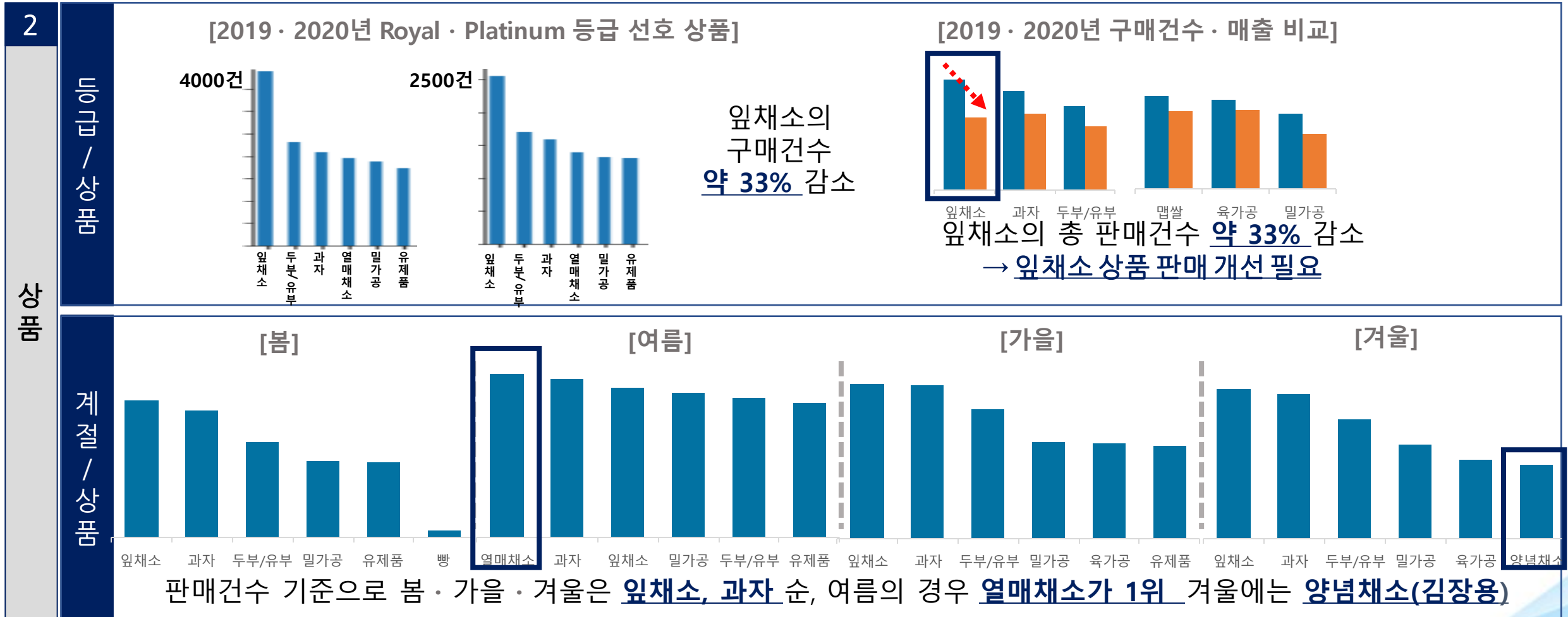
[탈퇴 원인 분석 결과]



설명변수 중요도

3 분석 계획 및 결과 _ 결과

- ✓ Royal · Platinum 등급 선호 상품 파악
- ✓ 계절과 상품 간의 관계 검토



3 분석 계획 및 결과 _ 결과

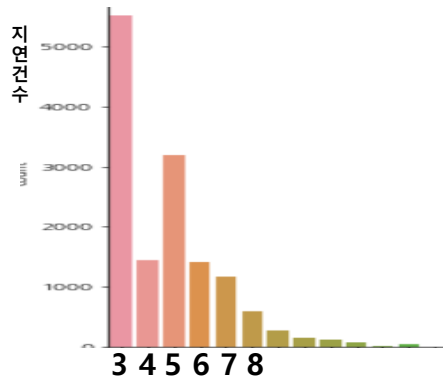
✓ 온라인 주문 시 수령까지 최소 3일 소요, 20대는 온라인 이용건수 無

3

온라인 / 배송

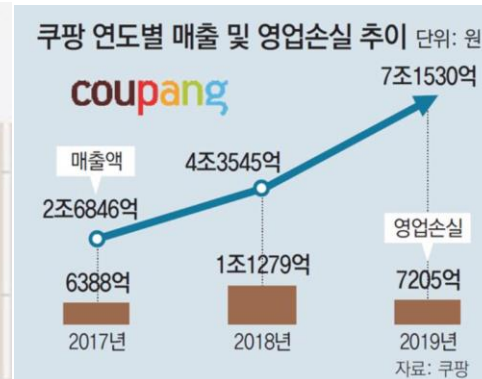
채널

[온라인 배송주문 지연 시간]



2019년 온라인
배송 지연 건수
총 **1만 4천여건**
평균 4.5일
최단 3일(5000여
건)

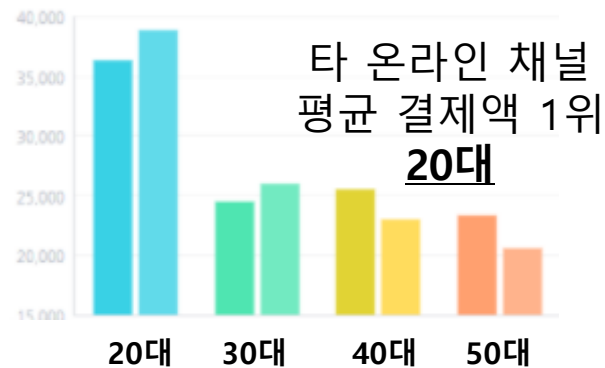
[C사 성공사례]



쿠팡, 새벽 · 당일배송
전국 확대로
20년 매출 64% 증가

출처: 머니투데이

[이마트몰 연령대별 평균 결제액]



타 온라인 채널
평균 결제액 1위
20대

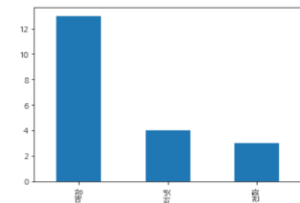
[연령대별 매장 이용 건수]

모바일 서귀포매장 인터넷 전화 제주매장

연령대	모바일	서귀포매장	인터넷	전화	제주매장
20대	0	14	0	0	6
30대	10	635	6	4	1582
40대	30	1425	39	56	3660
50대	5	1060	42	82	2672
60대	2	767	7	15	1809
70대	0	52	6	25	473
80대	0	123	8	6	65

20대 온라인
이용건수 **0건**
온라인 시스템
개선한다면
20대에게도
어필 가능

[20대 가입 패스]



현재 가입패스 **매장**에 치중
이용빈도가 큰 서귀포 매장부터
온라인 채널로 확대 필요

출처 :와이즈앱

4 개선안 및 개선방안

개선기회

온라인 이용이 많은 20, 30대 고객 확보 필요

기존 우수 고객의 이탈 방지를 위한 차별적 서비스 제공 필요

기존 고객의 구매력 증진을 위한 프로모션 제공 필요

기존 회원 등급 분류기준이 모호해 새로운 등급 분류 필요

고객 구매 패턴 분석을 통한 맞춤형 서비스 제공 필요

재고 파악으로 빠른 배송 준비 필요

온라인 사이트 이용 고객을 늘리는 방안 필요

배송 지연에 의한 VOC를 해결하는 개선안 필요

개선안

RFM을 통한 등급 재분류로 등급별 맞춤형 전략 제시

가입 개월 수 3개월 미만 회원 집중 관리로 탈퇴 방지

온라인) 연관제품 추천 서비스를 통한 고객 구매력 증진

오프라인) 주기적 상품 재배치를 통한 구매력 증진

Prophet 알고리즘을 통한 상품 수요 예측 프로세스

온라인 배송 시스템 개선 (신선식품 당일배송 서비스)

4 개선안 및 개선방안

고객 1-1. RFM을 통한 등급 재분류로 등급별 맞춤형 전략 제시

✓ RFM이란?



Recency
최근 구매시점



Frequency
구매빈도



Monetary
구매금액

Boxplot 기반
1~5 Scoring
+
K-Means
Clustering

✓ RFM을 통한 고객 재분류

개선 前			개선 後		
등급	고객수(명)	객단가(원)	등급	고객수(명)	객단가(원)
1Royal	89	190만	돌하르방	83(-6)	230만(+40만)
2Platinum	713	40만	한라봉	310(-403)	66만(+26만)
3Gold	1,318	16만	천혜향	707(-611)	33만(+17만)
4Silver	241	4만	굴	1,261(+1,020)	5만(+1만)

✓ 예시 : Customer_id(C541748)



서귀포시 거주 (55세)
돌하르방 등급 J씨

서귀포 매장

마지막 구매날짜로부터
지금까지 경과일

0일(당일 방문)

구매빈도

2020년 구매 횟수?

289번





구매금액

2020년 총 구매금액?

25,144,440원

4 개선안 및 개선방안

고객 1-1. RFM을 통한 등급 재분류로 등급별 맞춤형 전략 제시

새로운 등급 분류	고객 유형	고객 행동	마케팅 방안	예상 고객 수(명)	새로운 객단가(원)	예상 매출액(원)
 돌하르방	핵심 우량 고객군	구매건수 기준 1위 상품 : <u>잎채소</u> 한우같은 <u>프리미엄 상품 소비 多</u>	잎채소를 포함한 <u>신선식품 새벽배송을 무료로 제공</u> 하는 VVIP 특별 혜택 <u>프리미엄 상품 구매 시</u> 적립금 2배	108명	230만원	2.4억
 한라봉	신규 우량 고객군	초기 구매 이후 몇 차례 재구매 <u>육가공, 과자</u> 소비 多 16시에 방문 가장 多	과자구매 多 : 신상 과자 입점시 알림서비스 16시 타임세일 혜택	403명	66만원	2.6억
 천혜향	이탈위험 고객군	<u>연간 1회</u> 방문, 2-3개 상품 구매	<u>휴면 고객 전용 혜택</u> : 1년 미방문 고객에게 50% 할인쿠폰 지급 고객 재활성 프로모션 제공	919명	32만원	3억
 굴	저수익 고객군	1회 구매 후 <u>재구매 하지 않는 고객 多</u>	<u>상품/서비스 불만족 피드백</u> 파악 후 개선 재구매 무료배송 혹은 쿠폰 제공	1,640명	4만원	0.8억

총 8.8억

객단가·고객수 증가 → 총 매출 30% 증가

4

1-2. 가입 개월 수 3개월 미만 회원 집중 관리로 탈퇴 방지

행복 드림 유통

그래도 탈퇴하시겠습니까?

효과

고객 신뢰도·만족도 증가, 고객 의견 반영으로 품질 개선
→ 지속적인 마트 이용 유도

4 개선안 및 개선방안

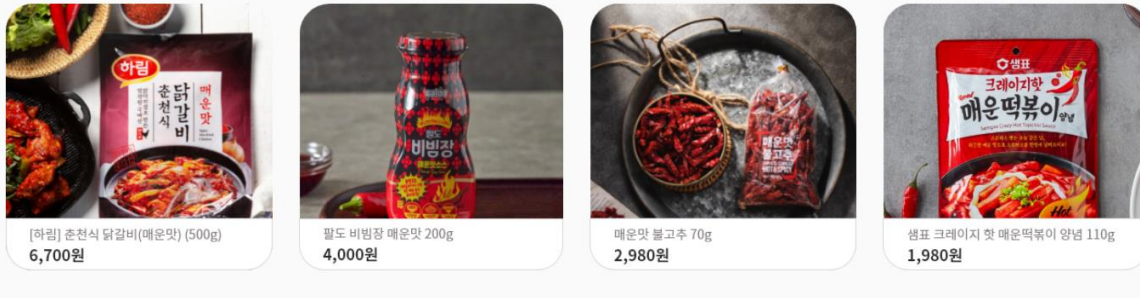
상품 2-1. 온라인 - 상품 추천 시스템(Item Based 추천시스템 개발)

✓ 행복 드림 유통 온라인 사이트를 통해 고객 맞춤형 상품을 추천

→ 추천 시스템에 할인 서비스 연계, 아이템 기반 고객 선호도에 따른 화면배치로 구매력 증진

[고객 니즈에 따른 상품 선호 반영한 화면배치로 구매 유도]

매운 맛을 좋아하는 밍씨님을 위한 추천!

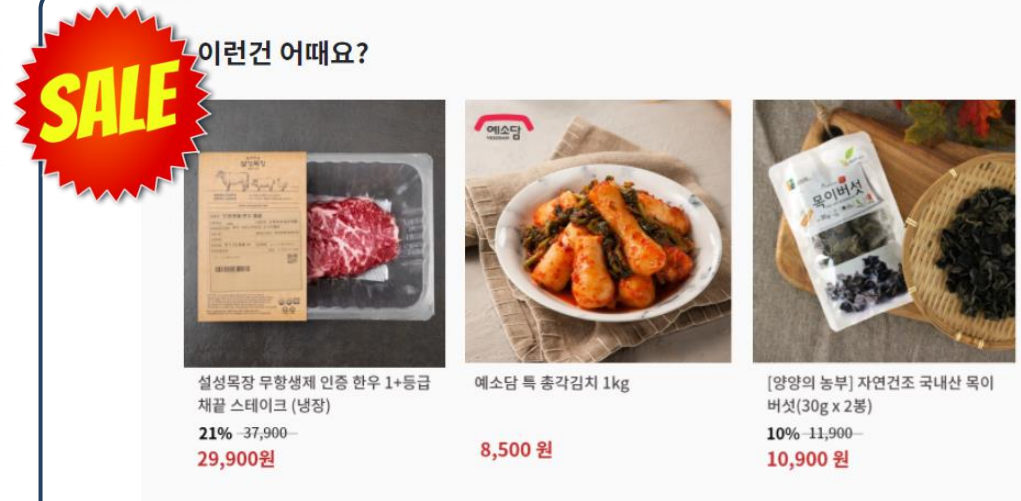


나이

등급

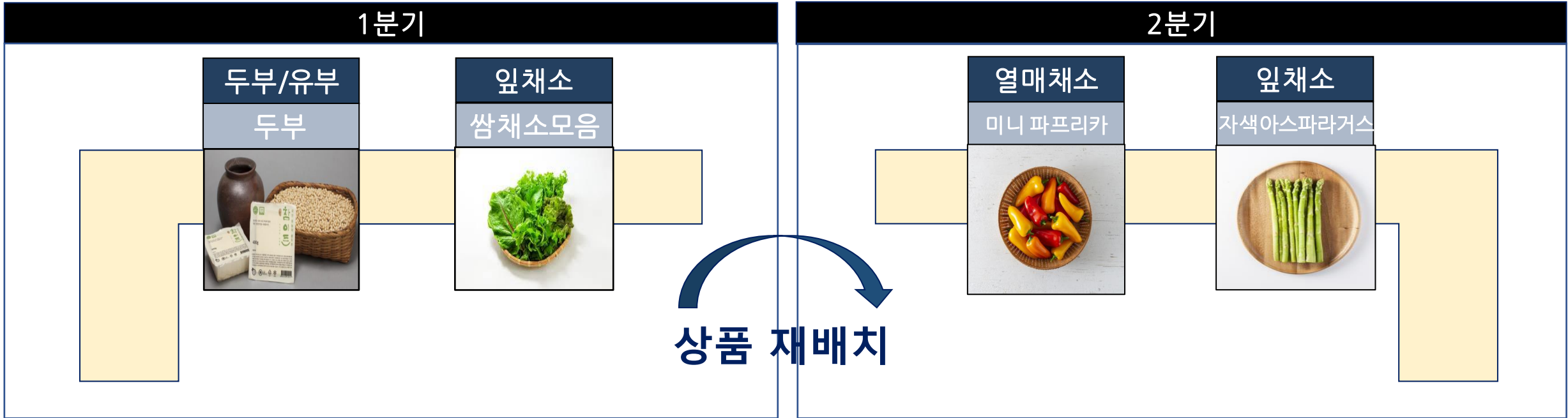
과거 구매 이력

[상품의 연관 제품들에 대한 추가 할인으로 구매 유도]



4 개선안 및 개선방안

상품 2-2. 오프라인 - 연관규칙(장바구니 분석)을 통한 상품 진열



antecedents	consequents	antecedent support	consequent support	confidence
(열매채소)	(앞채소)	0.170965	0.266255	0.473601
(두부/유부)	(앞채소)	0.25397	0.266255	0.343934

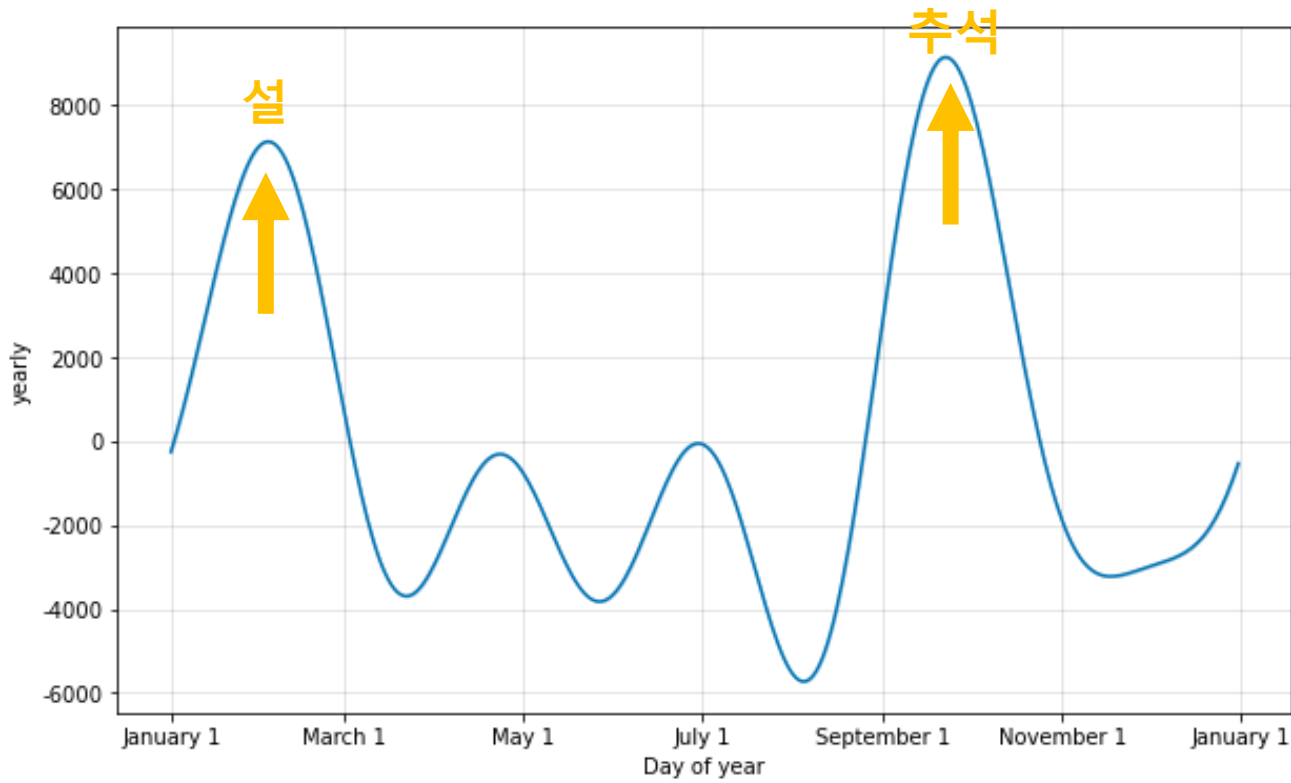
분기별 연관분석을 통해
같은 소분류에 있는 상품들을 가까운 진열대에 배치
→ 추가 상품 구매 유도로 매출 증대

4 개선안 및 개선방안

상품 2-3. Prophet 알고리즘을 통한 상품 수요 예측 프로세스

예시 : 한과/유과

명절에 한과/유과의 수요 급증



효과

1. 구매력 증대로 원가절감
2. 효율적인 재고관리로 처리비용 감소
3. 온라인 시장에서 배송 지연 방지

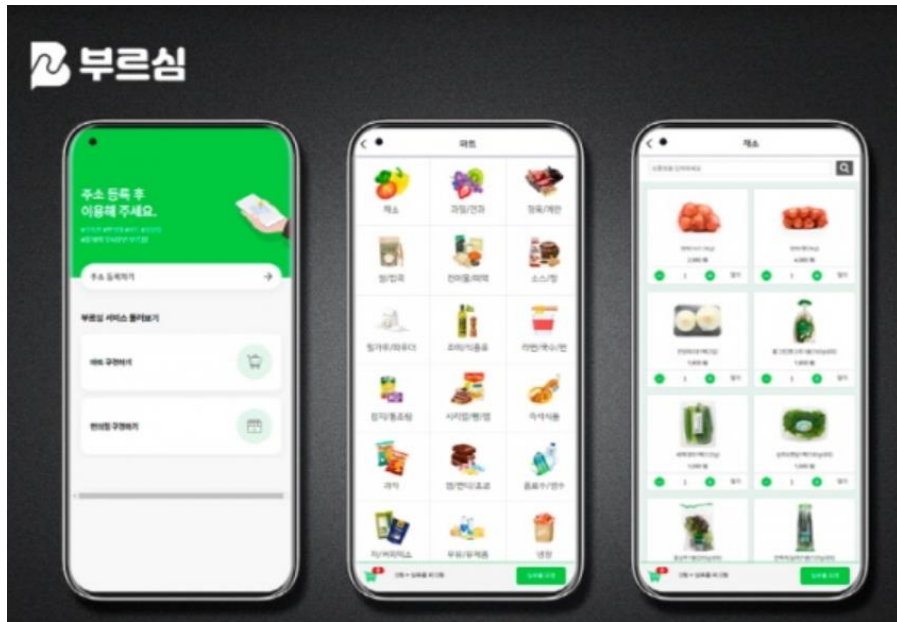
차후 활용방안

1. 계절성 반영률이 큰 품목들에 우선 적용
2. 매출액에 큰 비중을 차지하는 주요 품목들로 확장

4 개선안 및 개선방안

채널 3. 제주지역 신선식품 당일배송 서비스

제주 마트 신선식품 당일배송서비스 “부르심”과 협업



효과

신선식품을 포함한 마트 상품을 주문

상품 · 서비스 불만족 사항 파악 및 개선

제주 마트 신선식품 당일배송 '장보기 심부름' 서비스

제주 안에서
근거리에 있는
동네 마트의 신선식품과
함께 마트 상품들을 주문하고
당일배송을 받을 수 있어 화제를 모으고 있어요.

효과

가입기간 3개월 이하 탈퇴희망 회원에게
쿠폰 · 무료배송 · SMS 서비스 제공함으로써
고객자격 유지 유도

이경용

이론과 실전은 다르다는 것을 몸소 깨우쳤습니다. 하지만 교수님들 및 조원들과 함께 아이디어를 공유하고 방안을 도출하는 과정이 정말 흥미로웠습니다.

김수민

데이터를 직접 분석하고 계획을 수립하고 이를 직접 실현해 나가는 과정 속에서 많이 배울 수 있었다. 데이터 속에 있는 유의미한 내용들을 발견해내어 주어진 문제의 원인을 파악하고 이에 대한 개선안을 도출할 수 있어서 좋았다.

김민규

양질의 데이터를 제공받아 분석을 수행할 수 있어서 유익했다. 기대만큼 성능이 잘 나오지 않아 어려움을 겪기도 했지만, 조원들이 각자의 역량을 잘 발휘하여 좋은 결과를 냈다고 생각한다.

박치현

실제 데이터를 정제하고 유의미한 정보를 찾아내는 방법을 배울 수 있었습니다. 조원들간에 의견 공유와 역할 분담이 잘 이루어져서 짧은 시간내에 좋은 결과를 낼 수 있었습니다.



백민지

이론을 배울 때만해도 어떻게 적용할 수 있을까 걱정이 많았는데 팀원들과 협력해서 결국은 해낸 게 신기했습니다. 역할 분담이 잘 돼서 즐겁게 작업할 수 있었습니다!

Q & A

감사합니다

✓ 전처리 및 모델링

Item Based 추천시스템 개발

- 웹 연동 추천 시스템 개발을 목표

- 데이터셋 구축 단계

1. 거래 id(purchase_id)당 구입 품목 분류
2. 거래 id(purchase_id)당 구입한 세부 아이템을 카운트

'C450535_20190520_201': array(['양념고추장(300g)', '김자반볶음(40g)', '당근(1kg)', '아로니아가루(100g)', '땅콩사탕(70g)', '호박죽(280g)', '윗다리/불고기용500g-제주', '닭발(500g/국내산)', '베타쌈배추(150g)', '로메인(150g)', '쥬논이콩 분말청국장(270g)', '깍두기김치(1kg)', '쌈케일(150g)', '매운감자라면(110g/1봉)', '얼갈이(500g)', '팔죽(230g)', '★콩나물(300g)', '채심(300g)', '꿀을바른바삭한쌀스낵(80g)', '곰취(100g)'],

	한우 샤브 샤브 (300g/ 국내 산)	플레 인롤 케이 크 (90g/ 조각 롤)	김치만 두 (500g)	찰보리 호떡 (190g/4 개)		새우볶 음밥 (300g)	삼겹 살 (600g/ 우리 보리 살림 돼지)	purchase_id
0	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	C595553_20180529_201
1	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	C548461_20180409_201
2	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	C577929_20180314_201
3	0.0	0.0	0.0	0.0	...	0.0	0.0	C595553_20180514_201
4	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	C595553_20190604_201
5	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	C548461_20180427_201
6	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	C139616_20180620_201
7	0.0	0.0	1.0	0.0		0.0	0.0	C595553_20190812_100
8	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	C548461_20180413_201
9	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	C595553_20181113_201

10 rows × 1078 columns

총 상품의 수(column)은 1078개
총 거래 id(row)는 3019개

데이터 셋 transpose 후 코사인 유사도 측정

	한우 샤브 샤브 (300g/ 국내 산)	플레 인롤 케이 크 (90g/ 조각 롤)	김치만 두 (500g)	찰보리 호떡 (190g/4 개)
한우샤브샤브(300g/국내산)	1.0	0.0	0.00000	0.00000
플레인롤케이크(90g/조각롤)	0.0	1.0	0.00000	0.00000
김치만두(500g)	0.0	0.0	1.00000	0.00000
찰보리호떡(190g/4개)	0.0	0.0	0.00000	1.00000
현미쌀탕수미(300g)	0.0	0.0	0.00000	0.00000
월동무(0.9~1.2kg)	0.0	0.0	0.04222	0.05698

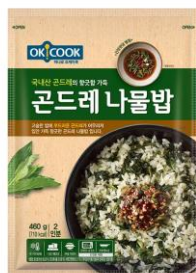
✓ 전처리 및 모델링

Item Based 추천시스템 개발

아이템 별 유사도 도출

```
1 item_sim_df["곤드레나물밥(624g)"].sort_values
```

닭고기볶음밥(300g)	0.242563
채소볶음밥(300g)	0.231034
소불고기볶음밥(300g)	0.164399
새우볶음밥(300g)	0.158114
연잎밥(210g)	0.152944
전복죽(220g)	0.143444



유사!



추천

유사도 기반 추천 상품을 웹으로 구현 예정

노란콩쌀쿠키(100g)	1.000000
흑미쌀쿠키(100g)	0.612372
호두쿠키(100g)	0.272166
단호박쿠키(100g)	0.246183
두부(3kg)	0.235702
청양고추(200g)	0.235702
Name: 노란콩쌀쿠키(100g), dtype: float64	

한우육포(50g)	1.000000
돈육포(70g)	0.288675
딸기머핀(75g*2개)	0.250000
건목이버섯(20g)	0.250000
마스코바도(3kg)	0.235702
유기농설탕(3kg)	0.196116
Name: 한우육포(50g), dtype: float64	

✓ 연관규칙(장바구니 분석)

1분기 장바구니 분석

	support	itemsets
14	0.299	(일채소)
2	0.280	(두부/유부)
1	0.241	(과자)
4	0.185	(밀가공)
12	0.169	(유제품)
13	0.168	(육가공)
10	0.163	(양념채소)
5	0.149	(밀반찬)
7	0.145	(빵)
8	0.128	(부리채소)
0	0.128	(가루)

2분기 장바구니 분석

	support	itemsets
20	0.266	(일채소)
4	0.254	(두부/유부)
2	0.231	(과자)
18	0.196	(유제품)
7	0.191	(밀가공)
17	0.178	(유정란)
16	0.171	(열매채소)
19	0.158	(육가공)
10	0.149	(빵)
1	0.136	(과일채소)
8	0.132	(밀반찬)
14	0.121	(양념채소)
11	0.110	(부리채소)

3분기 장바구니 분석

	support	itemsets
4	0.256	(두부/유부)
16	0.242	(열매채소)
18	0.210	(유제품)
2	0.205	(과자)
7	0.204	(밀가공)
20	0.198	(일채소)
17	0.170	(유정란)
19	0.163	(육가공)
10	0.141	(빵)
8	0.138	(밀반찬)
14	0.125	(양념채소)
13	0.107	(식사대용)

4분기 장바구니 분석

	support	itemsets
3	0.256	(두부/유부)
20	0.249	(일채소)
1	0.199	(과자)
19	0.168	(육가공)
17	0.155	(유정란)
7	0.154	(밀가공)
18	0.150	(유제품)
10	0.148	(빵)
14	0.138	(양념채소)
8	0.137	(밀반찬)
11	0.127	(부리채소)
0	0.111	(가루)
16	0.101	(열매채소)

antecedents	consequents	antecedent support	consequent support	support	confidence	lift	leverage	conviction
0 (두부/유부)	(일채소)	0.280086	0.299264	0.117595	0.419851	1.402946	0.033775	1.207856
1 (일채소)	(두부/유부)	0.299264	0.280086	0.117595	0.392946	1.402946	0.033775	1.185914

antecedents	consequents	antecedent support	consequent support	support	confidence	lift	leverage	conviction
9 (부리채소)	(일채소)	0.110357	0.266255	0.052803	0.478475	1.797055	0.023420	1.406922
3 (열매채소)	(일채소)	0.170965	0.266255	0.080969	0.473601	1.778749	0.035449	1.393894
8 (양념채소)	(일채소)	0.121080	0.266255	0.053957	0.445628	1.673689	0.021719	1.322560
10 (과일채소)	(일채소)	0.136487	0.266255	0.052599	0.385380	1.447411	0.016259	1.193820
0 (두부/유부)	(일채소)	0.253970	0.266255	0.087349	0.343934	1.291746	0.019728	1.118401

antecedents	consequents	antecedent support	consequent support	support	confidence	lift	leverage	conviction
0 (일채소)	(열매채소)	0.197882	0.242057	0.088714	0.448318	1.852114	0.040815	1.373876
8 (양념채소)	(열매채소)	0.124781	0.242057	0.051074	0.409311	1.690968	0.020870	1.283151
1 (열매채소)	(일채소)	0.242057	0.197882	0.088714	0.366500	1.852114	0.040815	1.266169
4 (일채소)	(두부/유부)	0.197882	0.256097	0.067655	0.341896	1.335026	0.016978	1.130373
3 (열매채소)	(두부/유부)	0.242057	0.256097	0.081755	0.337750	1.318837	0.019765	1.123297
6 (유정란)	(열매채소)	0.170408	0.242057	0.056339	0.330611	1.365836	0.015090	1.132290

antecedents	consequents	antecedent support	consequent support	support	confidence	lift	leverage	conviction
3 (부리채소)	(일채소)	0.126911	0.240881	0.053714	0.423241	1.701944	0.022154	1.302657
2 (양념채소)	(일채소)	0.138209	0.240881	0.055676	0.402839	1.619904	0.021306	1.258152
1 (일채소)	(두부/유부)	0.240881	0.256393	0.084630	0.340316	1.327320	0.020870	1.127216
0 (두부/유부)	(일채소)	0.256393	0.240881	0.084630	0.330079	1.327320	0.020870	1.121504

+ 근거자료(세부내용)

✓ 연관규칙(장바구니 분석)을 통한 상품 진열

1분기

두부/유부

두부



조미유부



잎채소

쌈채소모음



솔부추



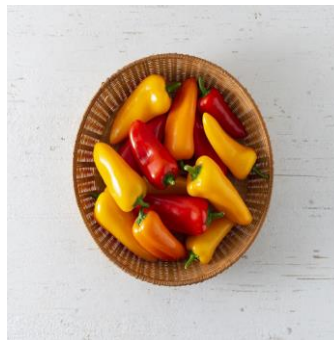
2분기

열매채소

미니단호박



미니파프리카



잎채소

양아리콩나물



자색아스파라거스

