

# 기획서

## 1. 프로젝트 개요

팀	GAGOODA(2조)	프로젝트명	가구다(GAGOODA)
팀원	구도윤, 김도훈, 김현섭, 오성훈, 유한비, 이창국, 양한나, 천하민, 천하영	프로젝트 종류	쇼핑몰 (가정용 가구)
		기간	2023.01.03 ~ 2023.03.07
프로젝트 목표	1. 유저층이 이용하기 쉽도록 심플하면서도 세련된 UI 와 디자인 제공. 2. 효율성, 편의성, 접근성을 극대화 할 수 있도록 한다.		
사용자	폭 넓은 디자인과 1인 가구 혹은 소규모 가족의 라이프스타일에 맞는 가구를 찾고있는 사용자 층.		

## 2. 프로젝트 배경

코로나19로 인해 온라인 서비스(온라인 쇼핑몰, 비대면 수업, 재택근무 등)에 대한 수요가 증가하고, 오프라인에서 온라인으로 전환이 가속화됨에 따라 소비환경도 변하고 있습니다. 통계청<sup>1</sup>에 따르면, 온라인쇼핑 거래액은 18조 1,201억 원으로 전년 동월 대비 7.3% 증가하였고, 온라인쇼핑 중 모바일쇼핑 거래액은 13조 3,477억 원으로 9.6% 증가했습니다.

이러한 환경 속에 사람들이 집에 머무는 시간이 늘어나 가장 편안한 공간인 내 집, 특히 '공간'에 대한 관심도 커지고 있습니다. 한 공간이 하나의 목적으로만 사용되는 것이 아니라, 품 오피스가 회의실이 되고, 혹은 취미 공간이 되는 다기능 공간에 대한 수요가 증가하였습니다.

그 중에서도 '인테리어'에 대한 사람들의 관심이 하루가 다르게 커지고 있습니다. 과거에는 주류를 이끄는 트렌드가 존재했지만, 이제는 개인의 취향 존중을 바탕으로 많은 트렌드가 세분화되어 존재하는 '나노사회'<sup>2</sup>입니다. 단순히 내 집을 아름답게 꾸미는 게 아닌

<sup>1</sup>2022년 11월 온라인 쇼핑 동향(통계청, 2023.01.03)

<sup>2</sup> 전문가의 시선에서 재해석한 2022 트렌드 키워드 (Living Sense, 2022.01.17)

효율과 개성을 중시하는 트렌드에 맞춰, 보다 실용적인 가구 디자인과 효율적인 공간 이용을 추구합니다.

본 프로젝트는 다양한 종류의 가구에 변화를 주어 소비자의 개성에 따른 인테리어 스타일을 만족시켜 줄 수 있도록, 여러 가구를 추천해주며 여러 취향에 맞는 디자인의 가구의 구매를 도와주는 기능을 가진 홈페이지를 소개하고자 합니다. 또 가상 공간에서 사용자가 가구들을 간접적으로 체험해 볼 수 있게하여 질 높은 사용자 경험을 제공하고자 합니다.

### 3. 프로젝트 선정기준

이러한 배경을 감안해 본 프로젝트팀은 시장성, 시의성, 효율성, 편의성, 효과성과 같은 5가지 선정기준을 도출했습니다. 시장성은 매출과 연관되는 지표로 기업의 경쟁력 및 매력도를 나타냅니다. 시의성은 현재 대·내외적인 추세 및 상황을, 효율성은 해당 시스템이 얼마나 효율적으로 업무를 지원하고 있는가를 나타냅니다. 또한 편의성은 온라인 커뮤니케이션 지원 등 사용자를 위한 편의 제공 정도를, 효과성은 기업의 목표 및 성과 달성을 지원 정도를 나타냅니다.

- ①. 시장성 : 코로나19의 여파로 자택에서의 체류가 증가한 것과 더불어, 1인 가구의 증가 추세<sup>3</sup>, 소비자들의 구매력 증가<sup>4</sup>는 자연스럽게 가구 소비로 이어질 것입니다. 또한 IKEA와 같은 오프라인 쇼룸 중심의 가구 회사들의 매출이 코로나 이전보다 현저히 떨어지고 있는 데에 반해, 온라인 쇼핑몰에 집중한 한샘 mall이나 현대리바트의 매출은 증가<sup>5</sup>하고 있다는 점에서 가구 온라인 쇼핑몰은 높은 시장성을 가질 것입니다. 따라서 증가하는 온라인 사용자들의 수요에 따라 매력적인 쇼핑몰 환경구축을 바탕으로 한 경쟁적인 온라인 쇼핑몰이 요구되어집니다.
- ②. 시의성 : 코로나19 이후 재택근무를 선택하는 기업이 증가하였고, 양성판정으로 인한 자가격리와 외출 심리 축소가 작용하여 집에서 머무는 시간이 늘어났습니다. 주거 공간에 머무는 시간이 많아진 만큼 인테리어 욕구와 수요가 생겨남에 따라 2020년, 2021년 가정용품 중 가구 및 조명 구매에 지출한 금액이 10% 이상 증가<sup>6</sup>했습니다. 주택의 꾸준한 증가와 가구당 거주인원 수의 감소에 따라 가구별 가정용품 구매에 대한 수요는 꾸준히 늘어날 것으로 보입니다. 위와 같은 이유로 1인 혹은 소규모 가족의 다양한 라이프 스타일에 맞는 가구 수요를 충족할 쇼핑몰이 필요하다고 여겨집니다.
- ③. 효율성 : 소규모 가구들을 한곳에 모아 경제적이고 효율적으로 정보를 얻고, 가구들을 분류화하여 보다 더 빠르게 물품을 검색할 수 있는 기능이 필요합니다.

<sup>3</sup>[2022 통계로 보는 1인가구](#) (통계청, 2022.12.07)

<sup>4</sup> [대한민국 - 구매력평가 기준 일인당 국내 총생산](#) (TRADING ECONOMIC)

<sup>5</sup> [가구업계 다 웃는데...이케아만 코로나에 발목잡힌 이유](#) (중앙일보, 2021.09.12)

<sup>6</sup> [2021년 4/4분기 및 연간\(지출\) 가계동향조사 결과 보도자료](#)(통계청, 2022.02.24)

- ④. 편의성 : 다양한 사용환경(스마트폰, TV, 노트북 등)과 사용자 질의 응답 방식 등을 고려하여 사용자 경험의 쾌적화가 필요합니다.
- ⑤. 효과성 : 자신만의 공간을 만족스럽게 꾸밈으로써 재택근무의 업무 효율성 증대, 편안한 가구에서 즐기는 휴식의 질을 향상시키고 싶어하는 인구가 증가하는 추세입니다. 따라서 많은 가구를 직접 발품 팔지 않고 한눈에 볼 수 있는 편리함과 주천 서비스를 통해 선택의 고민을 낮추게 해주는 쇼핑몰이 필요합니다.

## 4. 사용기관 및 현행시스템평가

본 기획서는 신세계의 홈퍼니싱 브랜드인 까사미아 홈페이지를 대상으로 앞서 논의한 시장성, 시의성, 효율성, 편의성, 효과성과 같은 5가지의 평가 기준을 바탕으로 해당 쇼핑몰의 온라인 시스템에 대한 평가를 한 후, 사용자 경험을 더 극대화한 온라인 가구 쇼핑몰 GAGOODA를 선보이고자 합니다.

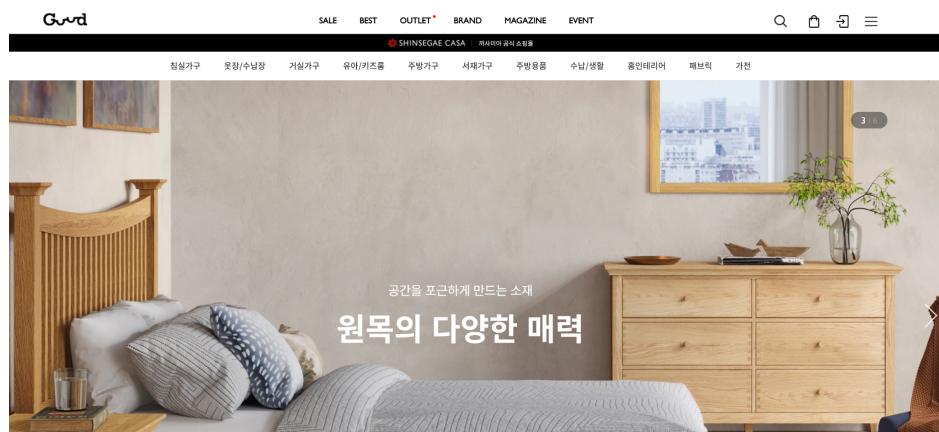


그림 1. 까사미아 쇼핑몰 메인페이지



그림 2. 주간 최다 검색어

그림 1에서 보여주는 것처럼 까사미아 쇼핑몰은 직관적인 디자인과 깔끔한 분류로 사용자들의 사이트 사용 경험을 쾌적화했습니다. 또한 그림 2에서는 한 주 동안 다른 사용자들이 검색해온 키워드를 선별하고 이를 제시함으로써 사용자들은 최근 가구 트렌드를 확인할 수 있고, 사용자의 구매 관심 범위를 넓힐 수 있습니다.

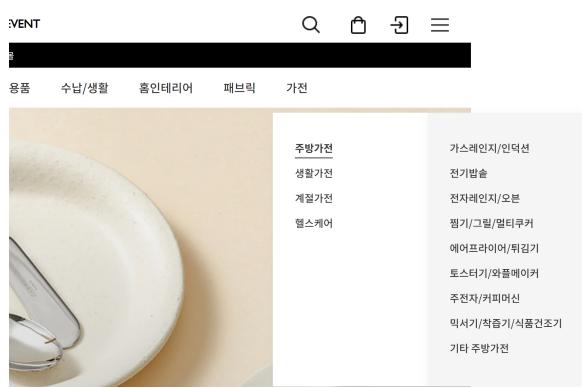


그림 3. 까사미아 메뉴화면 깨짐

그러나, 사용자의 사용 정보, 예를 들면, 최근 본 품목이나, 찜 목록과 같은 정보의 접근성이 낮다는 점과 화면 크기에 따라 메뉴 일부분이 안 보이는 등 다양한 사용환경을 고려하지 못했습니다. 또한 사용자 맞춤 추천기능이 없어, 사용자들의 관심을 얻는데에 효과적이지 못합니다. 따라서 GAGOODA는 까사미아의 강점들에서 더 나아가 사용자들의 접근 용이성과 인터페이스 질을 높여, 사용자들의 편의성과 쇼핑몰의 효과성을 높이는 것이 목표입니다.



그림 3. 5개 평가기준에 의거한 현행 쇼핑몰 평가

## 5. 집안을 편안하게, 집안을 아름답게 '**GAGOODA**'

### 1) 참고사이트

코로나 확산으로 인한 재택근무 및 집안 생활이 늘어나면서 가구의 수요가 늘고 있습니다. 그중 통계청 발표에 따르면 2021년 1인 가구는 전체 가구의 33.4%인 716만 6천 가구이고, 전체 가구 중 1인 가구가 차지하는 비율은 2005년의 20%에 비해 꾸준히 증가하는 추세입니다. 그리고 이는 2030년 35.6%, 2050년 39.6%에 이를 것으로 예측되고 있습니다. 이러한 정보를 바탕으로 1인 가구를 주요 타겟으로 한 가정용 가구를 판매하고자 합니다.

- a. [오늘의 집](#): 상위 카테고리로 들어갔을 때는 하위 카테고리로 세세하게 나누어져 있어서 원하는 상품을 찾기 용이하게 만들어 놓았습니다.

- b. **로데코**: 웹 디자인이 세련되고 유니크하며, 인테리어에 포인트를 줄 수 있는 개성 있는 가구들이 많습니다. 상품에 마우스를 올렸을 때 상품 정보가 보여지는 방식이 미적인 사이트입니다.
- c. **집꾸미기**: 판매는 물론 전문가가 아닌 유저들이 인테리어를 할 때 참고할 수 있게끔 집들이, 공간사진이라는 페이지로 인테리어의 어려움을 덜게 해주는 쇼핑몰입니다.
- d. **BoConcept**: 생활 공간별 인테리어 예시를 보여줌과 동시에 그 예시에 사용된 가구들을 한곳에 모아 볼 수 있도록 한 것이, 마치 가구 오프라인 쇼룸을 인터넷에서 직접 경험하는 느낌입니다. 또한, 미니멀하면서도 럭셔리한 디자인의 홈페이지 레이아웃이 인상적입니다.
- e. **hayneedle**: 핀포인트가 있는 공간 이미지를 통해 가구 조합을 꾸며보고, 마음에 드는 물품을 구매할 수 있도록 기능을 구현한 쇼핑몰입니다.
- f. **동서가구**: 오늘 본 상품, 찜 리스트, 장바구니와 같은 사용자 기록을 다른 품목과 함께 볼 수 있도록 구성하여 사용자 편의성을 높였습니다.
- g. **볼닷컴(bol.com)**: 다양한 사용환경을 고려하고, 쿠키를 이용하여 로그인하지 않아도 찜과 장바구니 기능을 사용하게 해주는 특징을 가지고 있습니다.
- h. **일룸(iloom.com)**: 상품 정렬 기능을 다양하게 제공합니다. 가구 중에 **with pet** 표시가 있어, 반려동물 배려 가구 표시가 인상적이고, 가구 배치 시뮬레이터로 공간 제안 서비스가 있습니다.
- i. **베이직** : 리스트 창에서 가구의 실제 크기를 확인 할 수 있고, 구매 창이나 장바구니 등이 상세페이지 스크롤이 따라 내려와서 바로 선택하는 기능이 있습니다.

## 2) 벤치마킹 예시화면

그림 4에서 볼 수 있듯이, 상품 상세페이지에서는 상품 관련 해시태그를 제공하여, 각 해쉬태그를 클릭하면 관련된 물품들이 제시되어 비슷한 가구 간 비교를 할 수 있습니다. 좌측 상단 위 카테고리 경로를 보여주어 상품의 분류를 알 수 있고, 각 카테고리를 클릭할 때마다 대분류, 중분류, 소분류의 품목 리스트로 이동할 수 있습니다.



그림 4. 까사미아 예시화면

### 3) 가구 쇼핑몰 GAGOODA

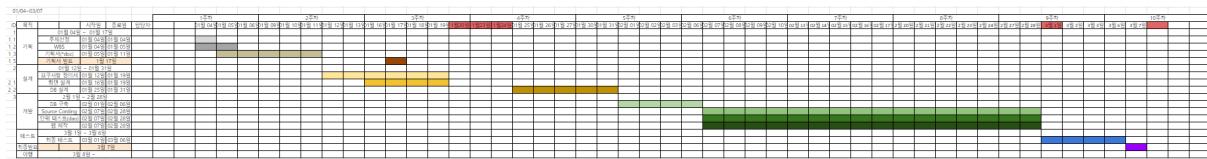
본 프로젝트는 소비자들의 관심 변화에 맞추어, 1인 및 소규모 가족을 위한 가구를 팔고, 가상 공간에서 물품을 체험할 수 있는 쇼핑몰을 개발하고자 합니다.

**GAGOODA** 쇼핑몰은 로그인, 찜하기, 장바구니, 결제, 회원가입, 최근 본 목록 등의 사용자 기능들과 방대한 품목들을 보다 쉽게 찾도록 도와주는 검색 기능, 분류화, 사용자 맞춤 추천 인공지능, 정렬 등이 핵심 기능입니다.

코로나19로 인한 격리와 줄어든 외출 횟수로 인해 소비자들은 자택에서 질 높은 쇼핑 경험을 할 수 있는 사이트를 요구하고 있습니다. 따라서 본 프로젝트는 다양한 기능들과 가상 체험 등을 제공함으로써 시장성, 시의성, 효율성, 편의성, 효과성을 극대화할 수 있는 쇼핑몰 사이트를 제작하는 것이 최종 목표입니다.

## 6. 개발일정(WBS)

01/04~03/07				
ID	목적		시작일	종료일
1	기획	01월 04일 ~ 01월 17일		
1_1		주제선정	01월 04일	01월 04일
1_2		WBS	01월 04일	01월 05일
1_3		기획서(*doc)	01월 05일	01월 11일
1_5		기획서 발표	1월 17일	
2	설계	01월 12일 ~ 01월 31일		
2_1		요구사항 정의서	01월 12일	01월 19일
2_2		화면 설계	01월 16일	01월 19일
	개발	DB 설계	01월 25일	01월 31일
3		2월 1일 ~ 2월 28일		
		DB 구축	02월 01일	02월 06일
		Source Coding	02월 07일	02월 28일
		단위 테스트(dao)	02월 07일	02월 28일
	테스트	웹 제작	02월 07일	02월 28일
		3월 1일 ~ 3월 6일		
		최종 테스트	03월 01일	03월 06일
	최종발표			3월 7일
	이행	3월 8일 ~		



GAGOODA 팀 WBS