



# 함께먹개

당신의 반려동물과 건강한 음식을 함께



함께먹개 UX 웹사이트 프로젝트

송다영



# 함께먹개

당신의 반려동물과 건강한 음식을 함께

## ● DISCOVER

시장조사

방향성

타겟설정

설문조사

경쟁사분석

SWOT 분석

PERSONA A

PERSONA SCENARIO

## ● DEFINE

STORY BOARD

STYLE GUIDE

시안

# 시장조사

## 반려동물의 사료의 펫 휴머나이제이션 트렌드가 보급되고 있음

- 반려동물에게 더 좋은 것, 더 건강한 것을 먹이고자 함

삼정KPMG 경제연구원 Issue Monitor 제93호

### 펫코노미 시대, 펫 비즈니스 트렌드

#### (1) 펫푸드 : '반려동물을 위한 음식의 인간화 = 펫 휴머나이제이션' 심화

펫푸드 분야에서의 '펫 휴머나이제이션(Pet Humanization, 인간화)' 현상은 곳곳에서 관찰되고 있다. 펫 휴머나이제이션은 반려동물을 단순한 애완동물 개념이 아닌 사람을 대체하는 개념으로 인식하고 사람과 동일한 인격체로 대우하는 것을 말한다. 펫푸드 시장에서의 고급화 및 휴머나이제이션 현상은 자신의 가족 구성원이 된 반려동물을 위해 아낌없이 지갑을 여는 기조 확산에 따른 것으로 판단된다. 이는 기즈산업에서 VIB(Very Important Baby)가 생겨난 것과 유사하다. 왕자·공주와 같은 대접을 받는 아이를 의미하는 VIB와 마찬가지로 펫 시장에서는 VIP(Very Important Pet)이 늘어나고 있는 것이다.

“ 반려동물을 위해  
고품질의 기능성 건강  
먹거리, 사람이 먹는  
수준의 펫푸드에 아낌없이  
지갑을 여는 VIP(Very  
Important Pet) 층이 증가 ”

더 이상 시장에서 과거 노란색 종이포대에 들어있던 사료는 찾아보기 어렵다. 이에 따라 기업들은 최근 마치 반려동물을 또 하나의 새로운 소비자 그룹으로 분류하여 관련 제품을 출시하는 모습을 보이고 있다.

반려동물에게도 사람처럼 연령대별 필요로 하는 영양분이 존재하는 가운데, 국내 대형 식품 제조기업 CJ제일제당은 이에 맞춰진 특화 사료로 소비자 니즈에 대응하고 있으며 천연 원료를 쓴 기능성 사료 및 영양식품을 추가하며 제품 포트폴리오를 강화하고 있다. 식품 제조기업 와 유제품 제조 기업 역시 자사의 기본 역량을 살려 펫밀크를 제조하는 데 나섰다. 서울우유협동조합은 지난 2017년 1월 국산 원유를 활용하여 국내 최초의 반려동물 전용 우유 '아이펫밀크(I Pet Milk)'를 개발·출시했다. 개와 고양이는 체내에 유당을 분해하는 효소인 락타아제가 없다. 이에 락타아제가 들어 있지 않은 펫밀크는

삼정KPMG 경제연구원 Issue Monitor 제93호

### 펫코노미 시대, 펫 비즈니스 트렌드

개와 고양이를 위한 맞춤형 우유이자 다양한 영양소를 포함하고 있는 영양식품으로 떠오르는 중이다. 서울우유협동조합에 이어 빙그레, 건국우유, 동원F&B 등이 펫밀크를 출시하며 경쟁에 가세했다. 이렇듯 반려동물은 이들을 위한 제품이 개발될 만큼 상당한 영향력을 지닌 고객군으로 부상한 셈이다.

“ 펫 휴머나이제이션  
기조가 확산되면서 100%  
사람이 쓰는 원료로 만든  
제품 보급이 확대 ”

아울러 사람과 반려동물이 먹는 음식의 간극이 좁혀지는 펫 휴머나이제이션 트렌드가 국내에도 퍼지면서 전 원료를 사람이 먹을 수 있는 식재료로 만든 최상위 등급 제품이 빠르게 보급되고 있다. 이 같은 제품은 제조공정에서부터 관리까지 모두 실제 식품 수준으로 제조된다.

사람이 먹는 식재료를 사용해 펫푸드를 제조하는 국내 기업으로는 하림이 대표적이다. 하림그룹 산하의 하림펫푸드는 식재료뿐만 아니라 제조공정까지 일련식품 수준으로 구축하여 적극적으로 나서고 있다. 하림펫푸드의 제품은 일반적인 사료에 육본을 이용하는 것과 달리, 모회사 하림그룹에서 직접 신선 닭을 공급 받음으로써 단백질 함유량(40~50%)을 미국사료관리협회(AAFCO) 기준에 맞췄다. 또한 재료 혼입, 오염 방지를 위한 공기이송시스템을 이용하는 등 시스템 자체를 실제 식품을 제조하는 수준으로 구축했다. 원재료에서 관리, 제조, 판매에 이르는 모든 과정이 휴머나이제이션화 된 셈이다. 하림은 2018년 7월부터 NS몰과 협업하여 반려견에게도 갓 만든 맛있는 음식을 제공하고자 당시 생산·당일출고 서비스를 시작했다. 더군다나 최근에는 강아지용 사료에 이어 2018년 하반기에 닭고기 베이스에 흰 살 생선 대구를 배합한 고양이 사료를 출시할 계획을 밝히는 등 비즈니스를 확장해나가는 모습이다.

홍삼 위주의 건강기능식품을 취급하는 KGC인삼공사는 2015년부터 정관장 6년근 홍삼 성분을 함유한 반려동물 프리미엄 건강식을 출시, 판매해오고 있다. KGC인삼공사는 '지니펫'이라는 펫푸드 브랜드를 론칭했다. 이뿐만 아니라 KGC인삼공사에서 개발하여 출시한 호주산 양고기에 6년근 홍삼을 넣은 제품도 사람을 위한 것이 아닌 반려동물을 위한 제품 중 하나다. 국내 유통 대기업 이마트의 경우, 100% 식품 원료로 제조한 고양이 및 강아지용 펫푸드를 자체브랜드(PB; Private Brands)로 출시하는 데 나서기도 했다.

더 좋은 것, 더 건강한 것을 먹이고자 하는 펫팸족은 앞으로 더욱 늘어날 것이며, 이에 따라 반려동물을 위한 전문적, 고급스러운 제품에 대한 니즈 확대 주제가 반영되어 시장의 성장세가 지속될 것이다.

# 시장조사

아직 반려동물에게 사료가 주식이며,  
반려인이 그들에게 더 나은 식사를 제공하기 위해 노력하고 있음

캐나다에서 최근 새롭게 발표된 연구에 따르면 반려견을 키우는 이들 13%와 고양이를 키우는 이들 약 1/3만이 반려동물 사료를 주식으로 공급하는 것으로 나타났다

. 반면 거의 3분의 2에 달하는 개와, 약 절반가량의 고양이들은 집에서 만들어진 식사를 하고 있었다.

이들 중 2/3의 강아지와 절반 정도의 고양이들은 날 것 채로 음식을 섭취했다.

해당 연구는 호주와 캐나다, 뉴질랜드, 영국 및 미국을 포함한 국가의 3,600명 이상의 애완동물 소유자를 통한 설문조사로 진행됐다.

“

사료는 동물 웰빙을 위해 연구 개발

”

연구를 진행한 수의사인 캐나다의 사라 도드 박사는 “가열된 식품을 먹는 개나 고양이 수는 날 것을 먹는 수 보다 더 적었다”라며, “애완동물 사료는 동물의 웰빙에 대한 관심이 증가하면서 발생한 식품이다. 반려동물은 이제 가족의 일부이며, 사람들은 이들에게 더 균형잡힌 식사를 제공하기 위해 더 나은 영양 성분을 함유한 식단을 제공하려고 노력하고 있다”고 밝혔다.

# 시장조사

## 반려동물을 키우고 있는 반려인 증가 (20대가 가장 많은 비중)

좌측 그래프 - 국내 20~59세 남녀 2500명의 설문 데이터

우측 그래프 - 전국 20세 이상의 남/녀, 가구의 금융의사결정자들의 추출 데이터

응답자의 27.2%가 현재 반려동물을 키우고 있고, 전년 대비 소폭 증가한 결과임

- 현재 반려동물을 키우는 비중은 20대에서 상대적으로 높게 나타남

### 반려동물 양육 경험



이미지 출처 : Getty image bank

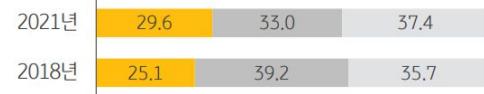
[Base: 전체 응답자, N=2500, 단수응답, %]

\*보라색 음영: 전체 평균 대비 +3%p 이상인 데이터

그림 I-3 | 반려동물 양육 현황 및 향후 양육의향 (단위%)

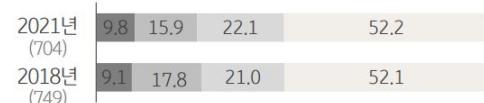
### • 현재 반려동물 양육 현황

■ 양육 중 ■ 현재는 아니나 양육을 경험 ■ 양육 경험 없음



### • 향후 반려동물 양육 희망 여부(현재 비양육 가구만)

■ 1~2년 내 양육 희망 ■ 3~5년 내 ■ 5년 이후 ■ 희망 없음

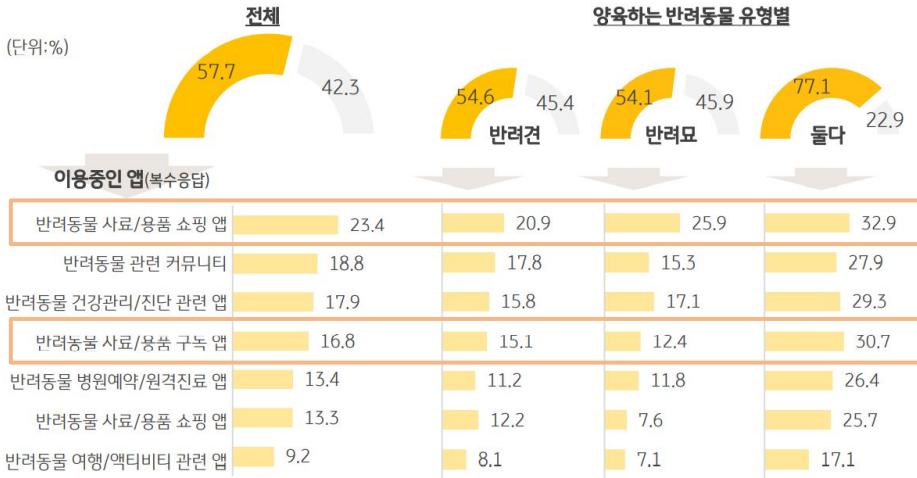


주) 일반가구 2018년 n=1000, 2021년 n=1000

# 시장조사

현재 반려인들이 이용중인 반려동물 관련 앱을 포함한 구매가능한 장소들 중  
사료/용품 관련된 데이터들이 큰 비중을 차지

그림II-22 | 현재 이용 중인 반려동물 관련 앱



주) 전체 n=1000, 반려견만 n=690, 반려묘만 n=170, 둘다 n=140

반려견/반려묘 사료 구매 장소

	(Base)	Gap ('21-'20)													
		1순위	1+2+3순위	-1.4	+1.2	+3.4	+1.2	+1.2	+0.8	+2.8	-1.4	-1.4	+1.0	-0.2	+1.2
인터넷/모바일 쇼핑몰	51.4	34.0	39.0	32.4	23.2	19.2	14.2	12.8	11.6	7.2	2.0	2.6	2.2	2.0	0.4
반려동물 전문 온라인 쇼핑몰	43.6	45.0	36.2	30.2	18.8	12.1	11.4	10.7	7.4	2.7	3.4	2.7			
반려동물 전문 오프라인 매장	55.2	48.6	22.9	11.4	16.2	10.5	18.1	8.6	5.7	4.8	1.9	0.0			
동물병원	62.8	38.0	33.1	20.7	18.2	19.0	8.3	12.4	6.6	1.7	2.5	1.7			
대형 마트의 인터넷 쇼핑몰	46.4	24.8	35.2	27.2	23.2	15.2	14.4	14.4	8.8	1.6	0.8	3.2			
홈쇼핑 및 홈쇼핑의 인터넷 쇼핑몰	46.6	34.9	32.6	26.2	23.5	16.1	10.4	10.7	6.7	3.4	1.7	1.3			
창고형 할인 매장	64.0	50.0	25.4	17.5	5.3	5.3	19.3	9.6	7.0	0.9	4.4	2.6			
대형 슈퍼 체인	49.1	35.1	24.6	20.2	26.3	14.9	15.8	14.9	7.9	2.6	3.5	5.3			
백화점	53.0	40.7	35.6	19.9	18.2	12.7	13.1	11.4	6.4	3.0	2.5	0.4			
드럭스토어	51.0	39.3	32.4	30.3	15.2	16.6	9.7	9.0	7.6	2.1	0.7	2.1			
편의점															

[Base: 현재 반려견/반려묘를 키우는 사람, N=500, 순위점수 %]

\*하늘색 음성: 1+2+3순위 기준 전체 평균 대비 +5% 이상인 데이터 / 베이 분석은 1+2+3순위 응답 기준

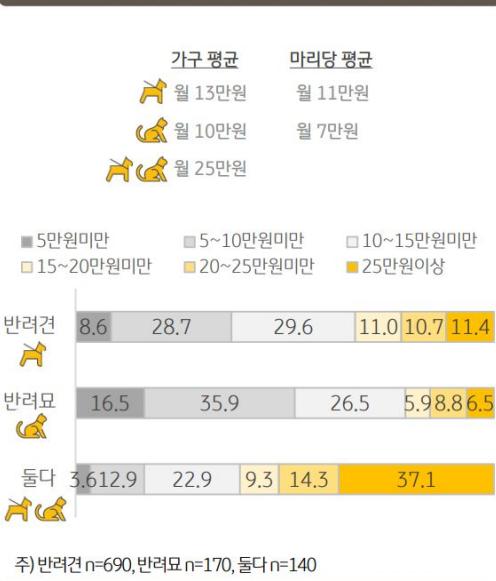
# 시장조사

월 평균 14만원의 양육비가 발생하고, 그 중 사료 지출로 평균 7만원정도의 지출이 되고 있음  
양육비용 중 사료 비용으로 50% 정도의 지출이 되고 있음

그림III-1 | 반려가구의 반려동물 월 양육비 (단위: %)



그림III-2 | 반려동물 유형별 월 양육비(2021년) (단위: %)



반려견/반려묘 사료 지출 비용

	전체	반려동물 종류	반려동물 나이			사료 종류		
			반려견	반려묘	2살 이하	3~8살	9살 이상	건식 중간 습식
(Base)	(500)		(298)	(114)	(114)	(236)	(145)	(354) (106) (27)*
3만원 미만	18.2		22.1	14.9	18.4	16.9	20.7	21.5 7.5 14.8
3~5만원 미만	37.2		39.3	36.0	41.2	36.9	34.5	36.7 38.7 40.7
5~10만원 미만	30.0		25.8	42.1	30.7	28.8	31.0	29.1 36.8 25.9
10~20만원 미만	11.0		10.4	5.3	8.8	14.0	8.3	9.9 12.3 7.4
20~30만원 미만	2.2		1.7	1.8	0.9	3.0	1.4	2.0 2.8 3.7
30만원 이상	1.4		0.6	0.0	0.0	0.4	4.2	0.9 1.8 7.4
월 평균(만원)	7.0만원		6.4 만원	6.2 만원	6.0 만원	7.1 만원	7.5 만원	6.6 만원 7.8 만원 8.6 만원

[Base: 현재 반려견/반려묘 사료 구매자, N=500, 단수응답, %]

\*하늘색 음영: 전체 평균 대비 +5%p 이상인 데이터 / \*Small base로 해석 시 유의

# 시장조사

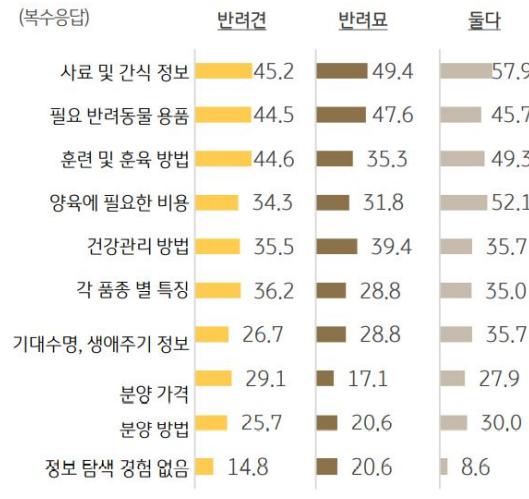
분양 전인 예비 반려인들에게도 사료 및 간식에 대한 정보와 필요 용품에 대한 관심도가 높음

그림III-18 | 분양 전 탐색해 본 정보 (단위:%)



주) n=1000

그림III-19 | 유형별 분양 전 탐색해 본 정보 (단위:%)



주) 반려견만 n=690, 반려묘만 n=170, 둘다 n=140

# 시장조사

반려인의 가구 유형의 1인 가구의 비중은 자녀가 없는 부부가구 바로 다음이 만족도 큼 (메인타겟)

반려가구의 61.5%가 반려동물 양육에 만족하고 있고,  
특히 '반려묘가구'나 '자녀가 없는 부부가구'의 만족도가 높다

반려가구가 반려동물을 기르면서 느끼는 만족도는 7점 만점에 5.69점으로 전반적으로 보통 이상의 수준이었다. 반려동물을 기르면서 평균 이상의 만족도를 나타내는 경우는 반려묘가구(5.92점), 1인가구(5.84점), 자녀가 없는 부부가구(5.84점)이거나, 반려동물을 1~2마리 양육하는 가구(각각 5.70점, 5.71점)였다. 반면 반려견과 반려묘를 둘 다 기르는 가구, 자녀가 있으나 현재 부부만 동거하는 부부가구, 반려동물을 3마리 이상 기르는 가구는 다른 가구에 비해 반려동물을 기르면서 느끼는 만족도가 상대적으로 낮았다.

만족도 평균 점수가 높은 가구는 반려묘를 기르는 가구나 1인가구, 자녀가 없는 부부가구, 반려동물을 1~2마리를 기르는 가구로 나타났다. 이들 가구의 반려동물 양육에 만족하는 정도를 점수 형태로 살펴보면 실질적으로 만족도가 높은 가구를 파악할 수 있다. 7점 리커트 척도로 평가한 점수 중 6점과 7점의 상위 2개 점수 합을 '만족한다'로 정하고 그 비중을 살펴봤다. 그 결과 '만족한다'의 비중이 가장 높은 가구는 자녀가 없는 부부가구로 72.1%였고, 다음으로 반려묘를 기르는 가구로 70.6%였다. 평균 점수에서 상위를 차지한 1인가구는 '만족한다' 비중이 63.0%로 앞의 두 가구에 비해 상대적으로 낮았다.

그림 II-12 | 반려동물 양육 만족도



주) ①매우불만족한다부터 '반반이다'④, '매우만족한다'⑦의 7점 리커트 척도 측정, 불만족한다=①+②, 반반이다=③+④+⑤, 만족한다=⑥+⑦

# PERSONA A



## ABOUT

이름 : 김소녀

나이 : 25살

성별 : 여

전공 : 항공서비스학과

직업 : 대한항공 스태어디스

특이사항 : 반려인 3년차 / SNS를 즐겨함 / 반려동물에 대한 관심도가 높음 / 1인 가구 생활 중

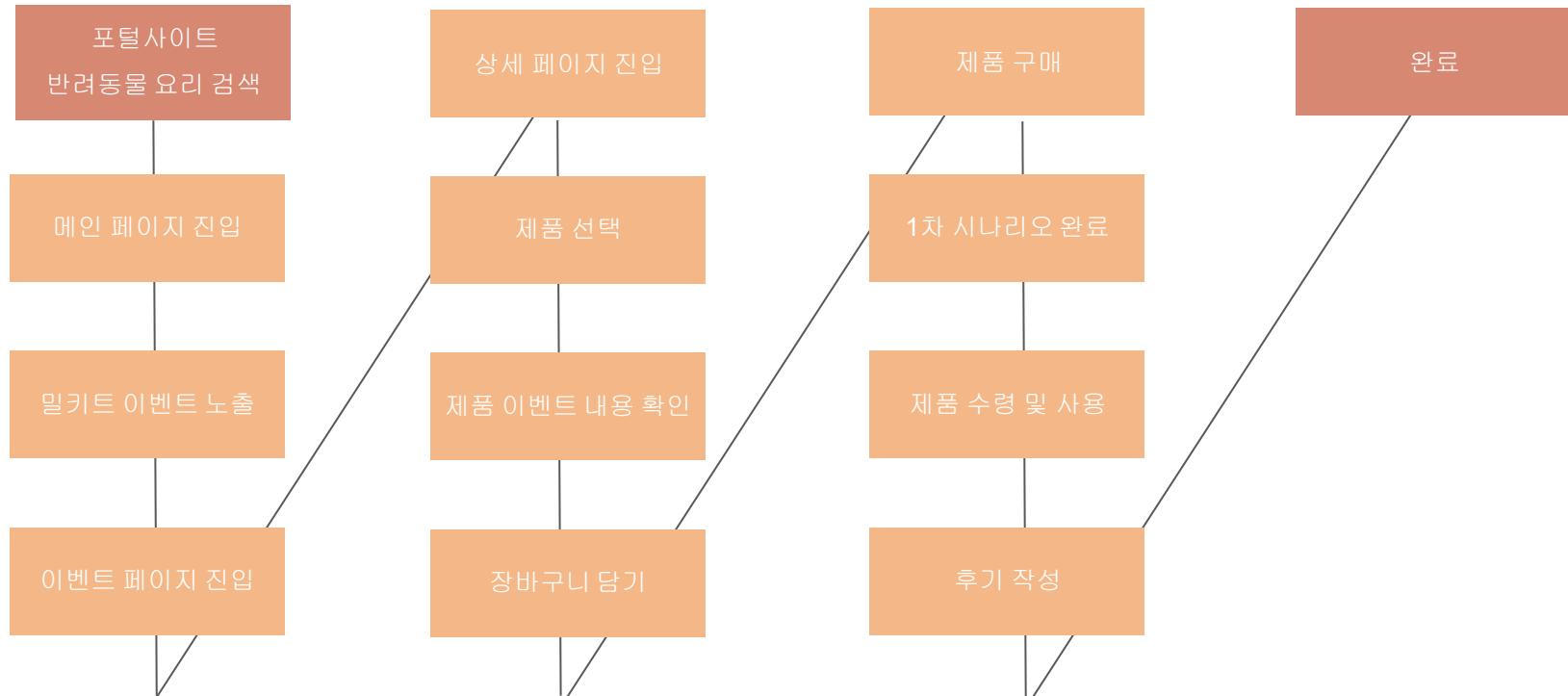
## VOICE

“ 우리 제로에게 항상 사료를 주고 저 혼자 맛있는 밥 먹기가 미안해요.

사료 성분들은 좋은 건지 걱정되고..

혼자 살아서 야채/채소들을 사서 요리해주자니 마트에서 파는 양이 너무 많아서 사게되면 버릴 양이 많아서 사료만 주고있어요”

# PERSONA SCENARIO



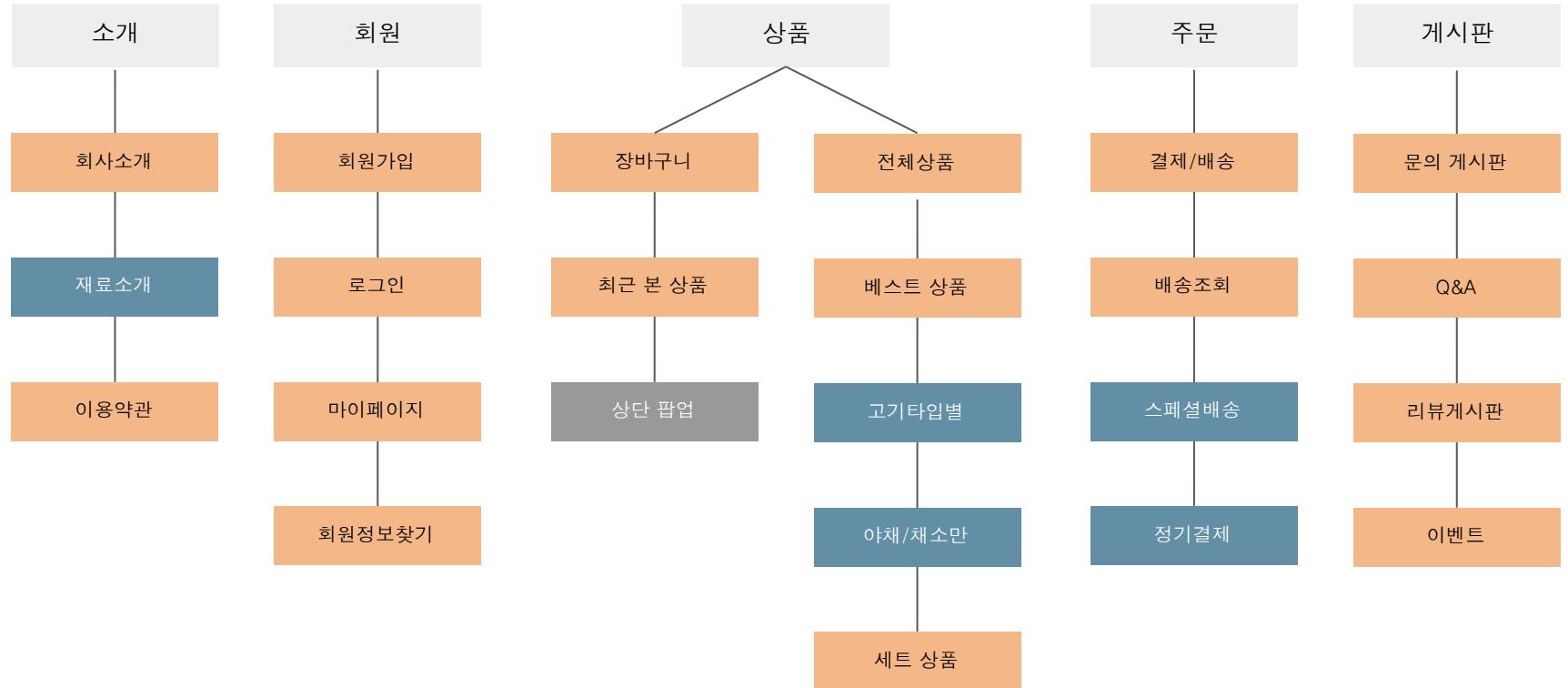
제거

존속

창조

## 밀 키 트

# | 분류표



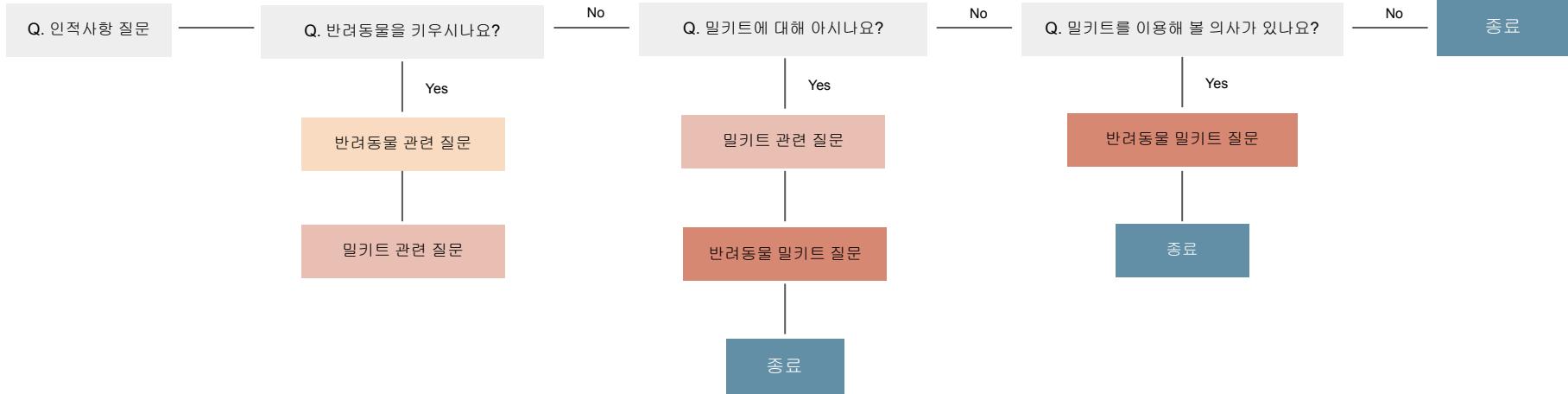
# 다이어그램



# 설문조사 조사목적



# 설문조사 진행방향



# 설문조사 질문내용

## 설문자 인적사항 질문

- 귀하의 연령대는?
- 귀하의 성별은?

## 밀키트 관련 질문

- 귀하는 밀키트에 대해 아시나요?
- 귀하는 밀키트를 어떻게 알게 되었나요?
- 귀하는 밀키트를 이용해 볼 의사가 있나요?
- 귀하는 밀키트로 요리를 해서 먹어본 적이 있나요?

## 반려동물 관련 질문

- 귀하는 반려동물을 키우시나요?
- 귀하는 반려동물을 키우신지 얼마나 되셨나요?
- 귀하는 반려동물의 사료/간식 온라인에서 구매해본 적이 있나요?
- 귀하는 반려동물에게 직접 사료/간식을 만들어 준 적이 있나요?
- 귀하는 반려동물에게 사람의 음식을 나눠주시나요?
- 귀하는 반려동물에게 하루 몇번의 사료를 배급하나요?
- 귀하는 반려동물에게 하루 몇번의 간식을 배급하나요?

## 반려동물 밀키트 관련 질문

- 이미지) 반려동물에게 음식을 만들어 줄 의사가 있나요?
- 구매에 가장 영향을 끼치는 요소는 무엇인가요?
- 구매 후 일주일에 몇 번 만들어 줄 의사가 있나요?
- 밀키트 1개의 가격대는 어느정도가 합리적이라고 생각하십니까?

# 설문조사 결과

반려동물의 간식과 사료를 인터넷에서 대부분 구입하는 것을 확인할 수 있음

- 온라인으로 간식/사료 판매에 문제가 되지 않을 것으로 판단

밀키트라는 것을 알게 된 경로는 SNS와 인터넷 검색이 많음

- 메인 타겟에 'SNS에 활동적인'에 적합한 데이터

반려동물의 건강을 위해 음식을 해 줄 의사가 있음이 확인됨

- 음식을 만들어 줄 의사를 가진 사람들의 응답으로 확인됨

밀키트를 접해 보지 않은 사람들도 밀키트를 구입해 볼 의사가 있음이 확인됨

- 그들이 접할 수 있도록 SNS에 적극 홍보를 해야 할 것

주로 일주일에 한번에서 세번까지 만들 의사가 있으며, 가격대가 만원대로 희망

- 합리적인 가격대를 위해 재료들의 원가 절감을 해야하고, 이벤트 진행으로 체감 가격대를 낮춰야 할 것으로 보임

# | 사용성 테스트

목적 : 사용자의 사이트 편의성/사용성 조사

- 조사 형태 : 행동 지시 및 관찰
- 조사 대상 : 20~40대 남,녀
- 조사 방식 : 미션 해결
- 조사 참여 방법 : 개인별 미션 수행



- 필요 장비 : PC
- 준비물 : 가상의 시나리오 내용
- 테스트 내용 방식 : 미션 수행형
- 테스트 문항 수 : 2문항
- 예상 소요 시간 : 20분

## ■ 사용성 테스트

시나리오 1 : 신상품의 20,000원 이하 강아지 사료를 찾아 장바구니에 넣어주세요 .

시나리오2 : 별점 5점만점에 4점이상인 포토후기를 찾아주세요 .

비교 사이트 A : 강아지 대통령

- <https://dogpre.com/>

비교 사이트 B : 댕냥이네

- <http://ddnn.co.kr/index.html>

## | 키워드 도출

“직관적” “깔끔함” “다양성” “편리함”

# ■ 심화 인터뷰 정리

직관적인 디자인 필요

- 메뉴의 정확성, 상품의 카테고리 세분화

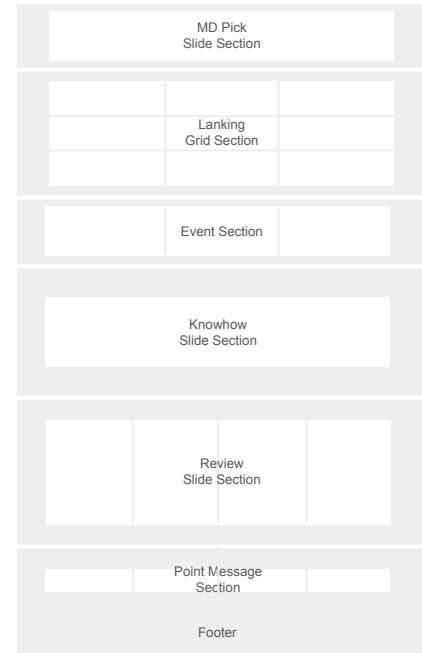
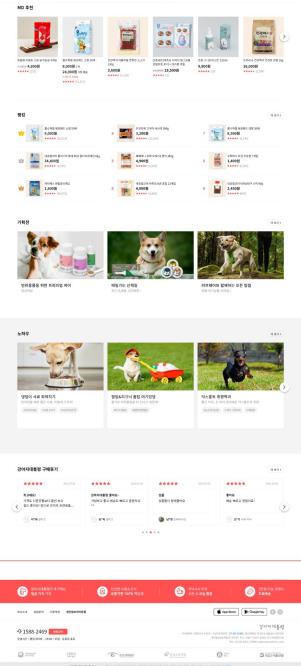
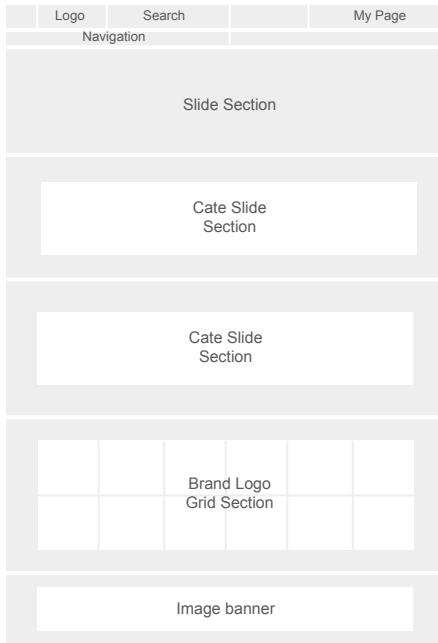
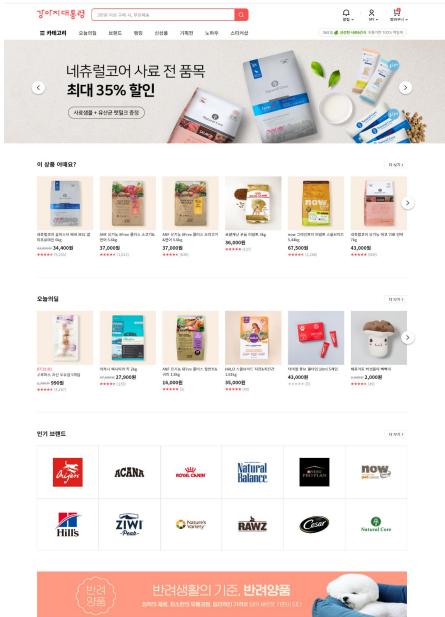
깔끔한 UI

- 다양한 상품의 이미지가 노출되어 편리함을 느끼지만, 그로인해 복잡스럽다는 느낌을 최소화하여야 함  
( 상품 그리드를 이용하여 노출시 이미지 사이즈 및 폰트 사이즈의 일관성을 주고, 카테고리 별로 10개 이내의 아이템을 노출시키거나 카테고리 별로 슬라이드를 이용해 이미지를 볼 수 있게 정돈 )

신상품 목록 나열을 하여도 그 안에서 카테고리로 원하는 상품을 볼 수 있게 분류해야함.

포토리뷰를 잘 활용하여 고객에게 접근하여 판매유도 (SNS포토후기등)

# 사이트 디자인 분석



## 사이트 디자인 분석

# 강이지대통령



Main color : #F2505D

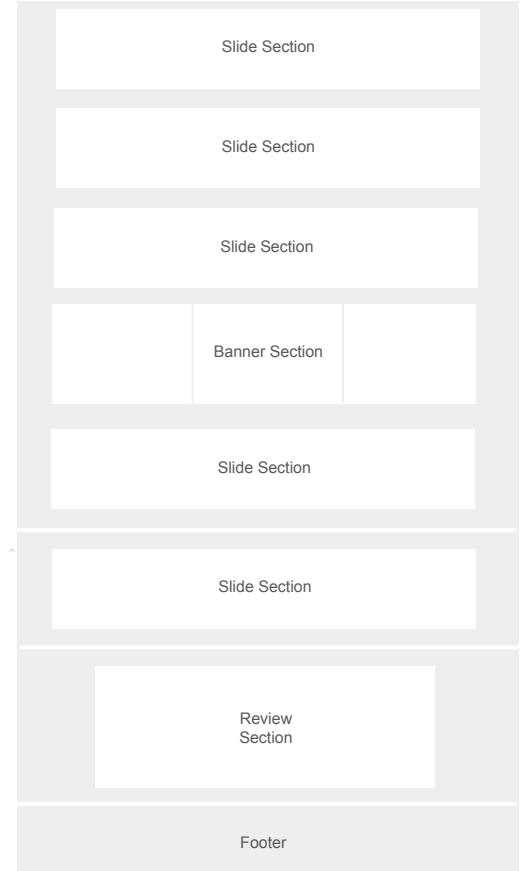
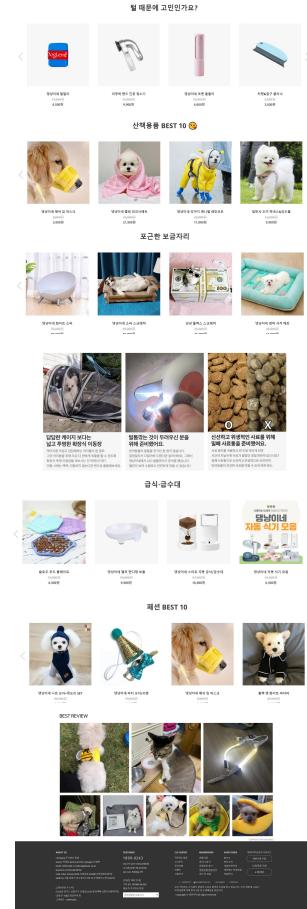
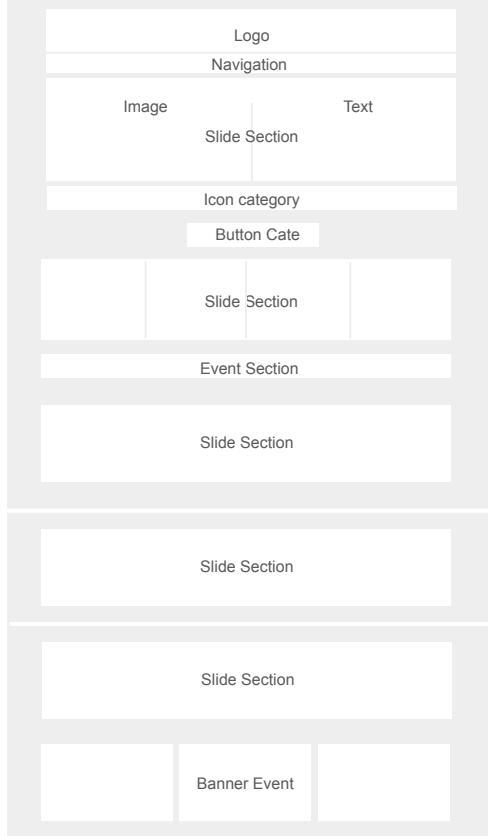
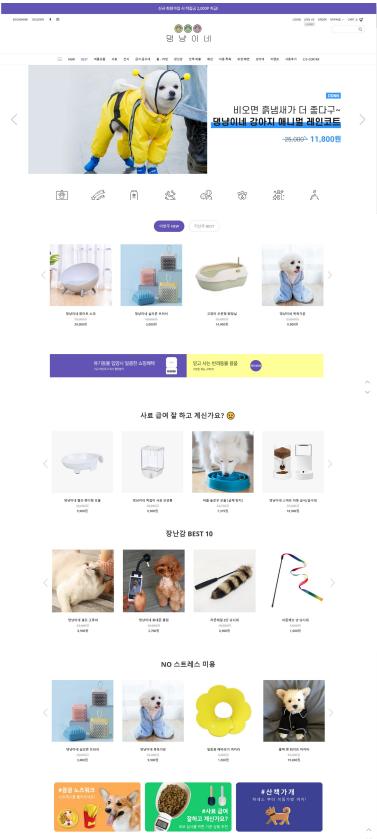
로고는 이미지 없이 텍스트로 제작

로고 및 메인 색상은 한 가지 색상으로 통일하였고, 명도가 밝은 색상으로 발랄함 강조  
글씨체는 직선보다는 곡선이 들어간 서체로 친근함을 보여줌

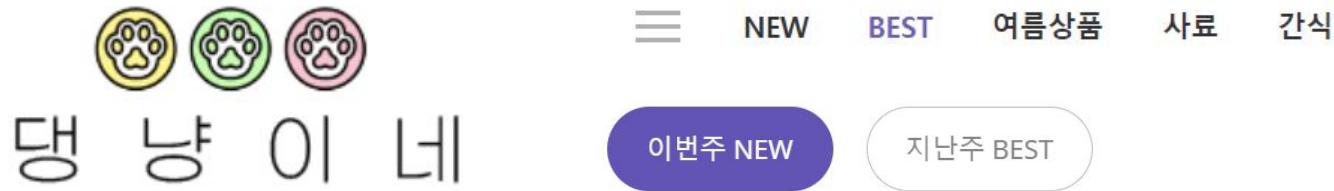
로그인

회원가입

# | 사이트 디자인 분석



# | 사이트 디자인 분석



Main color : #675ABF

로고는 강아지 혹은 고양이의 발바닥 이미지를 사용하고, 텍스트를 사용하여 제작  
메인 색상은 한 가지 색상으로 통일하였고, 채도가 낮은 보라색을 사용하여 안정감을 줌  
글씨체는 직선보다는 곡선이 들어간 서체로 친근함을 보여줌

# SWOT 분석

국내 원재료로 재료의 신뢰성 확보

젊은 경영진으로 새로운 아이디어와 마케팅 다양화 가능

전국 농업지와 협업으로 합리적인 원가로 매입 가능

일반 사료, 간식과의 차별성 확보

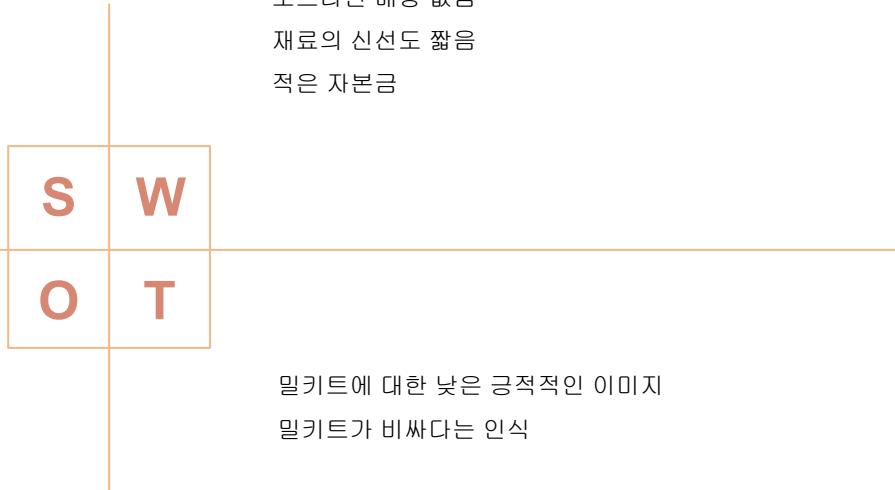
재료별로 밀키트 구성을 담을 수 있는 다양성

브랜드 인지도 낮음

오프라인 매장 없음

재료의 신선도 짧음

적은 자본금



# | SWOT 분석

**SW**

경영진의 아이디어와 마케팅으로 인지도 상승 가능  
일반 사료, 간식과의 차별성으로 마케팅 가능  
합리적인 원가로 신선한 재료를 구입하여 원가 절감  
국내산 신선한 재료임을 강조하여 브랜드 인지도 상승 기대 가능

**ST**

마케팅으로 밀키트에 대한 긍정적 이미지 상승 가능  
원가 절감으로 밀키트의 가격 개선하여 인식 개선

**WO**

SNS홍보를 활용하여 브랜드 인지도 상승 가능  
SNS홍보를 활용으로 판매 촉진하여 재료 신선도에 따라 선입선출

**WT**

SNS홍보를 통해 고객 유치 확보

# NAVIGATION

## 신상품

- 인기상품
- 사료
- 간식
- 밀키트

## 사료

- 인기사료
- 건식사료
- 습식사료

## 간식

- 인기간식
- 덴탈&껌
- 캔&파우치
- 동결건조

## 밀키트

- 인기밀키트
- only 채소
- only 고기
- 종합밀키트

## 이벤트

- 전체보기
- 진행 중 이벤트

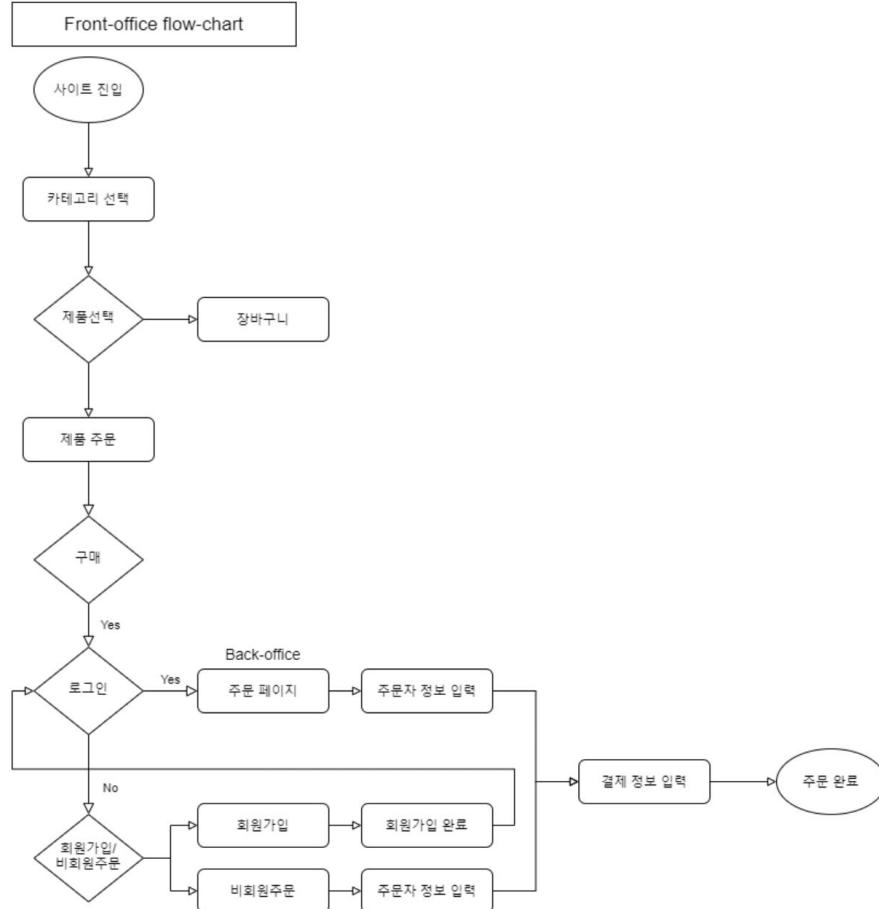
## 리뷰/문의

- 리뷰 남기기
- 자주하는 문의
- 1:1 문의

# KEY FUNCTION

## FRONT-OFFICE FLOW-CHART

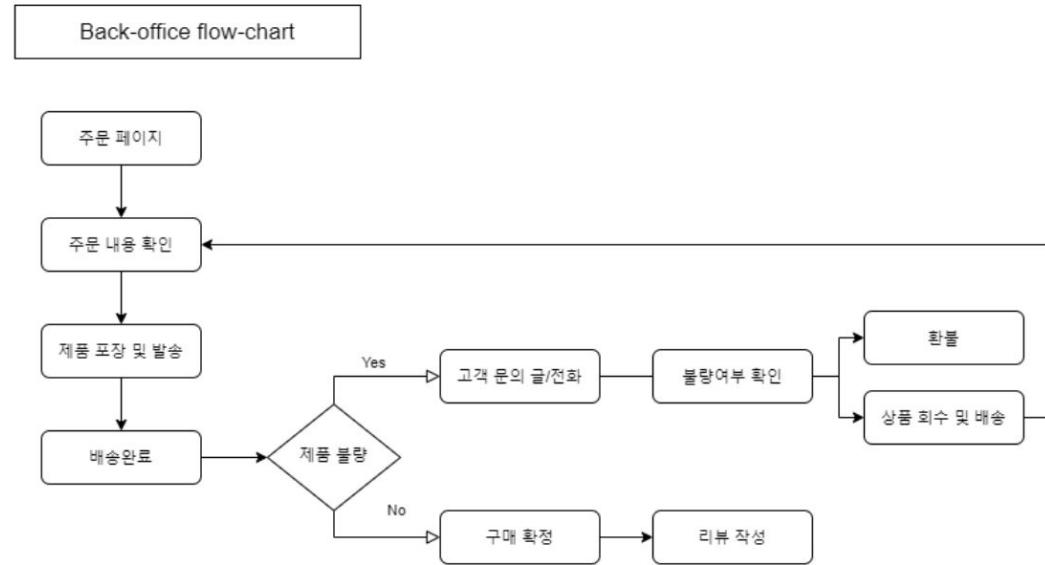
- 밀키트 주문하기



# KEY FUNCTION

## BACK-OFFICE FLOW-CHART

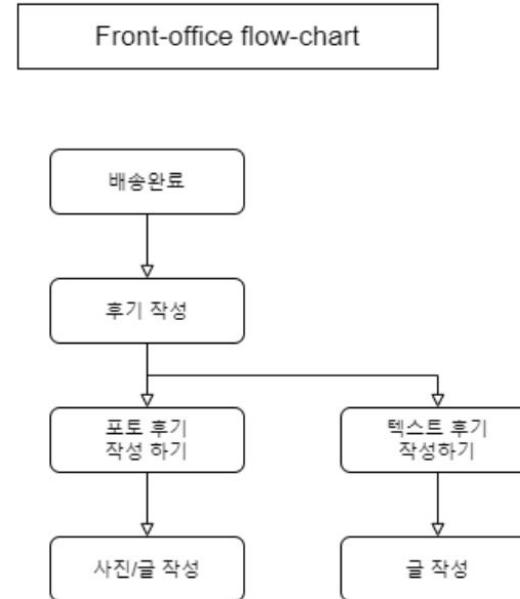
- 밀키트 주문하기



# KEY FUNCTION

## FRONT-OFFICE FLOW-CHART

- 리뷰 작성하기

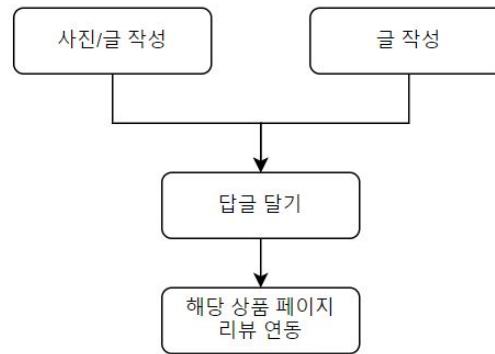


# KEY FUNCTION

BACK-OFFICE  
FLOW-CHART

- 리뷰 작성하기

Back-office flow-chart



# STORY BOARD

FULL PAGE

LOGO

LOGIN

MY PAGE

CART

신상품

사료

간식

메인 페이지

밀키트

- 인기밀키트
- only 채소
- only 고기
- 종합밀키트

카테고리 선택

이벤트

리뷰/문의

# STORY BOARD

FULL PAGE

LOGO

밀키트 > 종합밀키트>밀키트13

LOGIN MY PAGE CART

신상품

사료

간식

밀키트

이벤트

리뷰/문의

image

이름 : 밀키트13

상품설명 : **Lorem Ipsum** is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

가격 : 35,000원

수량 : — 1 +

장바구니 담기

구매하기

- 리뷰 (135)

image

**Lorem Ipsum** is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

image

**Lorem Ipsum** is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

# STORY BOARD

FULL PAGE

LOGO

LOGOUT

MY PAGE

CART

image

이름 : 밀키트13

상품설명 : **Lorem Ipsum** is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

Lore Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

가격 : 35,000원

수량 : — 1 +

## 주문자 정보

주문인 : 흥길동

주문 주소 : 서울시 강남대로 441

[주소찾기](#)

상세 주소 : 5층

휴대폰 번호 : 010-1234-5678

배송메시지 : 문 앞에 놔주세요.

## 결제 정보

신용카드

무통장 입금

계좌이체

A 은행

B 은행

C 은행

D 은행

E 은행

F 은행

주문 완료

결제하기

# STORY BOARD

## FULL PAGE

LOGO

My page > 구매내역 > 리뷰쓰기

image

주문해주신 상품은 어떠셨나요?

리뷰를 작성해주시면 다른 반려인들에게 큰 도움이 됩니다!

- 일반 리뷰를 남겨주시면 500point를 적립해드립니다.
- 포토 리뷰를 남겨주시면 700point를 적립해드립니다.

[일반리뷰 페이지 가기](#)

리뷰 쓰기



“이미지 첨부”

**Lorem Ipsum** is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged.

리뷰작성 완료

리뷰 남기기

# STYLE GUIDE

## Logo



# 함께먹개

밀키트를 함께 반려동물과 먹자는 뜻이 담긴 로고 네임

강아지를 형상화한 심볼

색상은 텍스트 메인 컬러인 #01263D / 사용 함

## Buttons

구매하기

구매하기

장바구니

장바구니

hover 전

hover 후

## Icons Font Awesome



fa fa-camera



fa fa-search



fa fa-pencil-square-o



fa fa-paw



fa fa-user-circle-o



fa fa-cart-arrow-down

# STYLE GUIDE

#01263D

## Font style

### Nunito

Extra-light 200

Almost before we knew it, we had left the ground.

Extra-light 200 italic

*Almost before we knew it, we had left the ground.*

Light 300

Almost before we knew it, we had left the ground.

Light 300 italic

*Almost before we knew it, we had left the ground.*

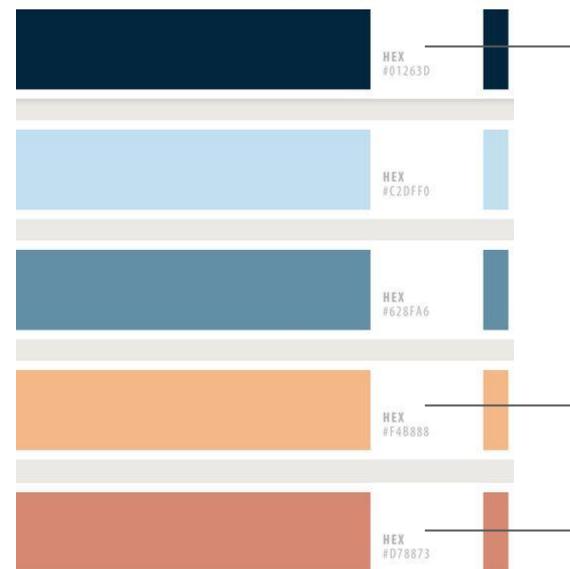
Regular 400

Almost before we knew it, we had left the ground.

### Gowun Dodum

Regular 400

가나다라마바사아자차카타파하



텍스트 주색

배경 색

포인트 색

배경색 #f4b888 포인트색 #d78873,#628fa6 텍스트 주색 #01263D



### 함께먹개

[LOGIN](#)[MY PAGE](#)[CART](#)

> 메인 페이지

신상품

사료

간식

밀키트

이벤트

리뷰/문의



당신의 순간에 우리가 "함께" 하겠습니다.

국내산 재료로 선별된 신선한 재료들로 고객님들의 곁에 머물러있는 반려동물들과 음식을 만들어 먹을 수 있는 '함께먹개' 입니다.

국내 농업진과의 협업으로 보다 저렴하고 신선한 재료들을 엄선하여 기쁨을 드리겠습니다.

- 함께먹개 임원진 일동

# 시안

## MAIN PAGE DETAIL MENU

함께먹개

LOGIN MY PAGE CART

밀키트 > 종합 밀키트

신상품

종합 밀키트 신상품

베이컨 아채말이  
신상품 16,500원

소고기 아채 밀푀유  
신상품 23,800원

밀키트

이벤트

리뷰/문의

신상품

간식

밀키트

이벤트

리뷰/문의

종합 밀키트 전체메뉴



밀키트 > 종합 밀키트

신상품

베이컨 아채말이  
신상품 16,500원

소고기 아채 밀푀유  
신상품 23,800원

종합 밀키트 전체메뉴



함께먹개

LOGIN MY PAGE CART

밀키트 > 종합 밀키트

신상품

베이컨 아채말이  
신상품 16,500원

소고기 아채 밀푀유  
신상품 23,800원

종합 밀키트 전체메뉴

신상품

간식

밀키트

이벤트

리뷰/문의

신상품

베이컨 아채말이  
신상품 16,500원

소고기 아채 밀푀유  
신상품 23,800원

아메리칸 스테이크  
할인중 13,390원

훈제오리 숙주볶음  
할인중 14,500원

샐러드 불고기찜  
할인중 9,950원



## MAIN PAGE

SUBPAGE

 함께먹개

LOGIN  MY PAGE CART 

밀키트 > 종합 밀키트 > 베이컨 야채말이

신상품

사료

간식

밀키트

이벤트

리뷰/문의

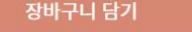


상품명 : 베이컨 야채말이

상품설명 : 한입에 쑥 들어가는 베이컨 야채말이입니다. 야채를 싫어하는 아이들도 알록달록 예쁜 색감으로 거부감 없이 먹을 수 있는 베이컨 야채말이를 만나보세요.

가격 : 16,500원

수량 - 1 +

 장바구니 담기

 구매하기

- 리뷰(135)

 얘기가 좋아해요!

junay\* / 믹스견 - 3살

처음에는 냄새만 맡더니 깨끗하게 다먹었네요!!! 다음에는 다른요리 해볼라구요! 나중엔 고기만 사서...

 밀키트 성공했어요!

toystor\* / 토이푸들 - 8살

제가 요리하니까 자기 밥인줄 모르다가 밥주니까 너무 잘먹어서 뿌듯한 하루였습니다! 같이 밥먹는 기...