HCI

**최적의 경험의 사례**

일본의 레시피공유 플랫폼 ‘쿡패드’

가로선

# 자리표시자 이미지

## 

## 

## 20131143 최현

## 

## 레시피 공유에서 시작하다

쿡 패드는 요리를 좋아하는 사람들이 레시피를 공유하는 스타트업 플랫폼으로 시작하였습니다. 초창기에는 레시피 공유플랫폼만을 목표로 하였으나 요리에 대한 관심이 점차 늘어남에 따라 타인의 레시피에 대한 평가, 레시피의 분류(화제의 레시피, 제철 키워드 검색 등등)가 추가되어 요리에 조금이라도 관심을 가지는 사람을 끌어들이게 되었습니다.

현재는 600만명이 넘는 일본 국내 이용자의 월 6000만 이상의 조회수, 전 세계 4000만 이상의 조회수와 500만개가 넘는 고유레시피를 보유하는 요리관련 서비스의 왕좌를 지키고 있습니다.

### 현재의 쿡패드

스마트폰 시대의 시작으로 인해 쿡패드 또한 웹사이트 기반에서 앱 위주로 넘어갔습니다. 쿡 패드 앱의 가장 큰 성공요인은 [요리기록]기능이라고 생각됩니다.

이 요리기록 기능은 스마트폰으로 찍은 요리사진을 자동으로 추출하고, 자동으로 매일의 요리 기록을 작성해줌으로써, 유저는 요리 기록을 확인하는 것 만으로 개인의 식단관리는 물론, 가족의 영양관리를 간편하게 계획할 수 있게되어 [편리하고 계속 이용하고 싶다]는 기분을 갖게 됩니다.

**UX**

쿡패드에서는 인기순으로 검색결과를 보여주지 않습니다. 사용자가 보다 많은 레시피를 경험하고 스스로 개인의 취향에 맞는 요리법을 찾을 수 있도록 인기순이 아닌, 요리방법, 식재료, 추천인, 상황 등 다양한 분류를 통해 레시피를 찾을 수 있도록 유도하고 있습니다.

또한 누군가의 레시피가 단지 하나의 레시피로 끝나는 것이 아니라 해당 레시피를 이용해 실제로 요리한 사람의 의견과 사진, 해당 레시피를 이용해 개발한 새로운 레시피를 연결할 수 있도록 만들어 자연스럽게 새로운 레시피의 공유와 발전을 촉진하게 하였습니다.

이 UX의 장점은 2010년 당시 회원수 7천만 명을 자랑하는 일본 최대의 쇼핑몰 [라쿠텐]이 [라쿠텐 레시피]로 쿡패드에 도전하였다 깨진 것으로 증명되었습니다.

라쿠텐 측은 레시피를 등록하면 현금처럼 사용가능한 포인트를 지급하였는데, 처음에는 쿡패드가 현금성 포인트를 지급하는 라쿠텐에 밀려 사라질 것이라 예측되었으나, 결과를 보면 사람들은 현금성 포인트보다 자신의 레시피를 다른 사람들이 따라하고, 의견을 주고, 추가로 발전시키는 쿡패드의 경험에 만족한 것으로 볼 수 있습니다.