



계절밥상

데이터분석 활용

마케팅 솔루션 제안서

팀 [밥상머리]

장신영 | 윤태현 | 김미선 | 정인영 | 오철민



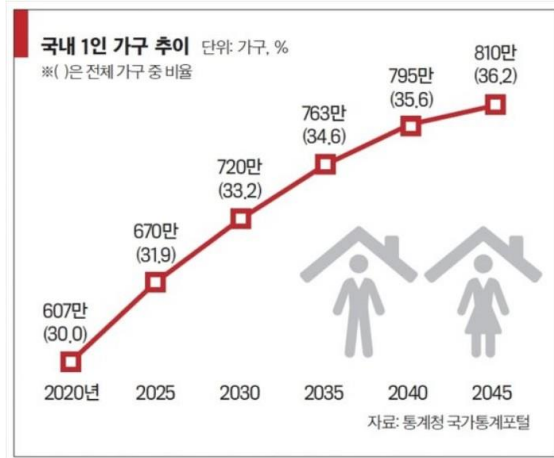
CJ 그룹 계열 [CJ푸드빌] 내의 한식 뷔페 브랜드.

8년 차의 브랜드, 2016년을 기점으로 점차 지점 축소

현재 2개 매장만 운영(여의도 IFC몰점, 코엑스몰점)

국내 한식뷔페 사업 쇠퇴의 요인

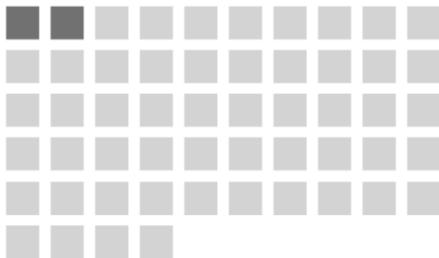
- 과도한 경쟁 + 1인가구 증가 x 코로나의 영향



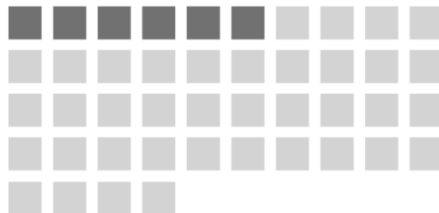
출처 : [중앙일보] - 전체 가구의 30% '나 혼자 산다'

한식뷔페 '빅4' 매장 운영 현황 (2021년 3월 기준)

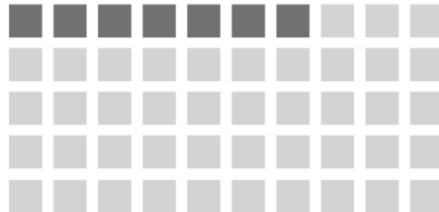
계절밥상 [CJ푸드빌] 54 → 2개



자연별곡 [이랜드이츠] 45 → 6개



풀잎채 [(주)풀잎채] 50 → 7개



올반 [신세계푸드] 15 → 1개



2017 2021

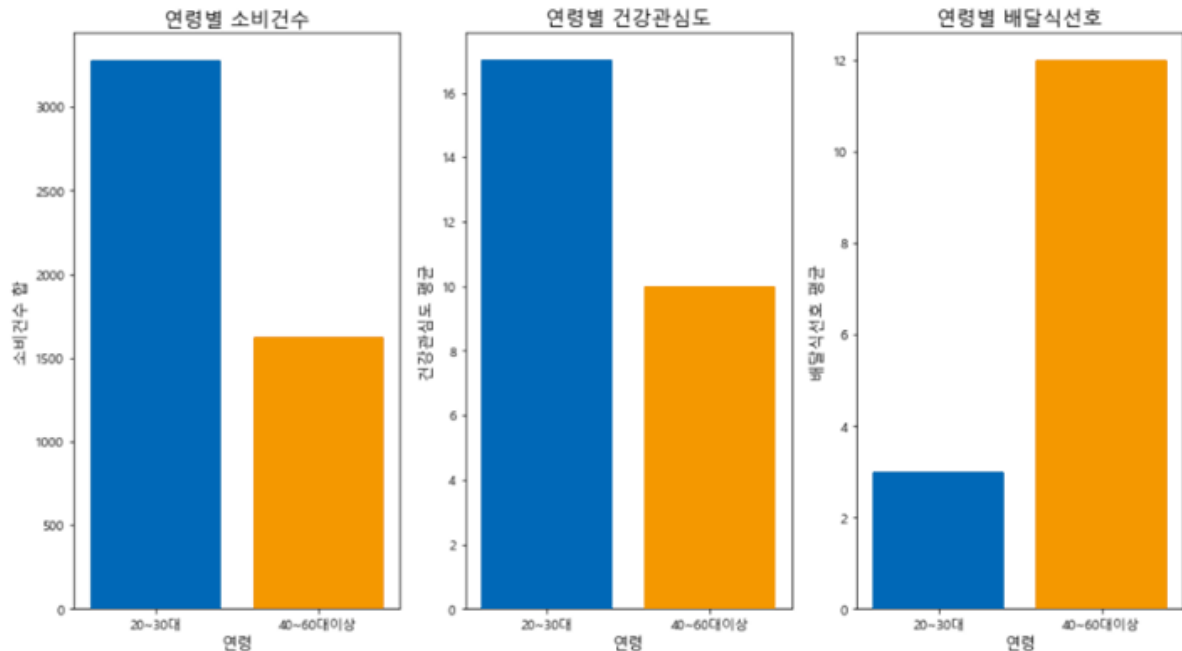
출처 : [조선비즈] 한식뷔페의 굴욕...신세계 올반 1곳 남기고 폐점 '철수 수순'

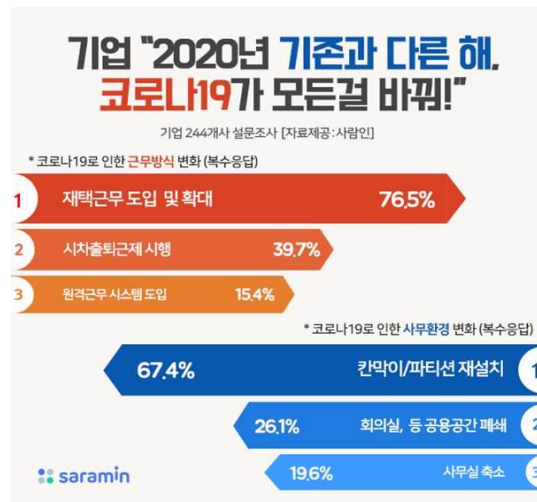


매년 외식 트렌드를 보면 배달문화로 인한 '개인화' 측면이 강조되어 온 상황이다.
최근에는 가치소비와 같은 취향 위주의 트렌드가 보인다.

2021 한국데이터거래소 [소비/상권] 배달음식 선호
성향 및 건강관심도에 따른 외식소비패턴에 의해

- 20~30대의 총 소비 건수 높음
- 20~30대의 건강관심도가 높음
- 20~30대가 배달 음식을 더 선호 하고 있다.
(등급이 낮을수록 높은 선호도)

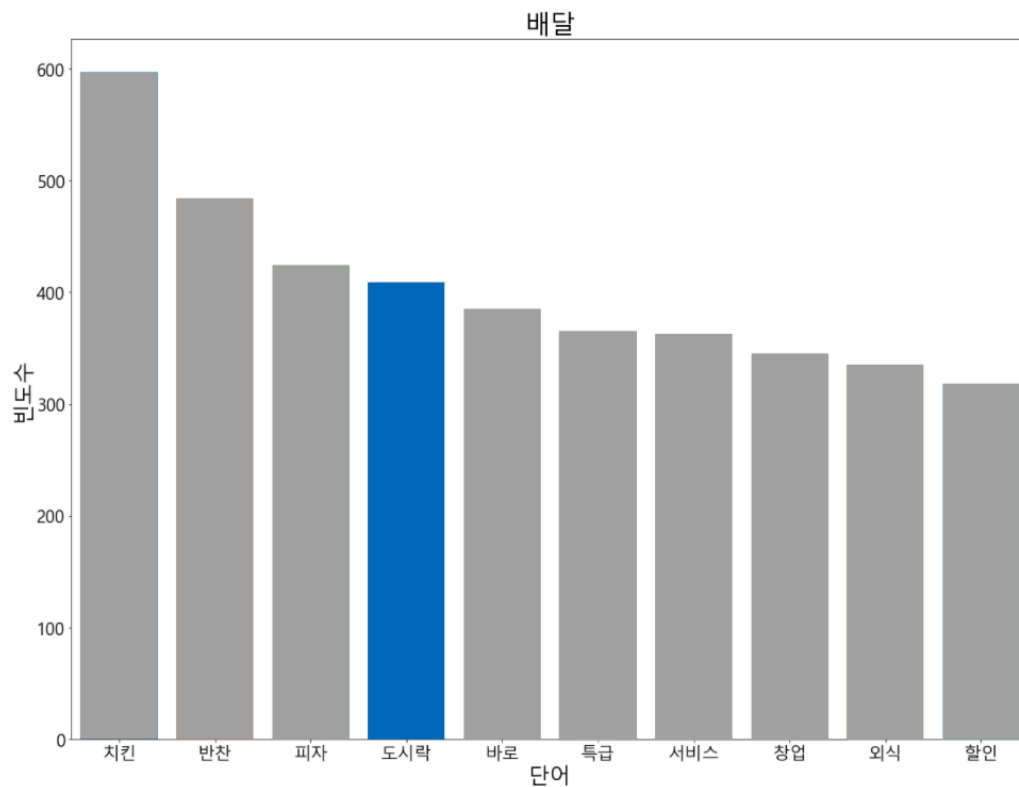




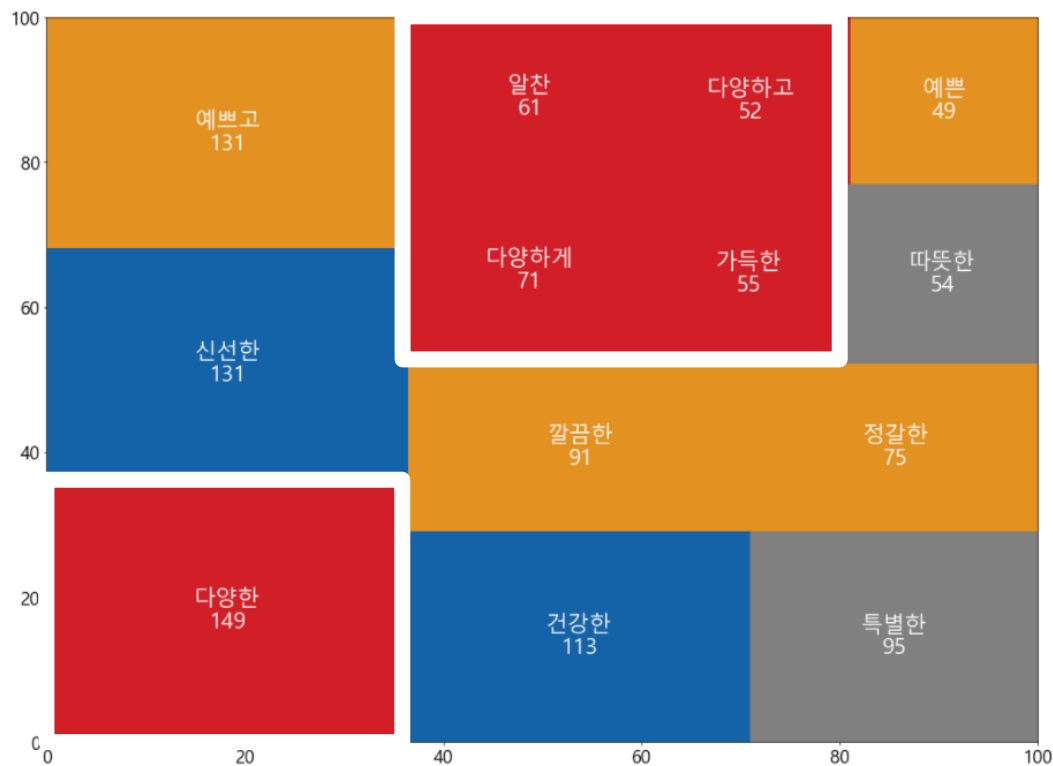
	antecedents	consequents	antecedent support	consequent support	support	confidence	lift	leverage	conviction
0	(다음주)	(재택근무)	0.017321	0.868214	0.017321	1.0	1.151789	0.002283	inf
1	(상태)	(재택근무)	0.015179	0.868214	0.015179	1.0	1.151789	0.002000	inf
2	(생활)	(재택근무)	0.023393	0.868214	0.023393	1.0	1.151789	0.003083	inf
3	(온라인)	(재택근무)	0.019107	0.868214	0.019107	1.0	1.151789	0.002518	inf
4	(주문)	(재택근무)	0.015000	0.868214	0.015000	1.0	1.151789	0.001977	inf
5	(직원)	(재택근무)	0.020893	0.868214	0.020893	1.0	1.151789	0.002753	inf
6	(직장인)	(재택근무)	0.020357	0.868214	0.020357	1.0	1.151789	0.002683	inf
7	(바로, 식사)	(재택근무)	0.019286	0.868214	0.019286	1.0	1.151789	0.002542	inf
8	(음식, 배달)	(재택근무)	0.016071	0.868214	0.016071	1.0	1.151789	0.002118	inf
9	(식사, 생활)	(재택근무)	0.021071	0.868214	0.021071	1.0	1.151789	0.002777	inf
10	(점심시간, 시간)	(재택근무)	0.016607	0.868214	0.016607	1.0	1.151789	0.002189	inf

- '배달' 소비 조사를 통해 20~30대 들의 소비 문화가 두드러지게 나타남
- 20~30대의 1인 가구들의 직장인이 많고 코로나 이후 기업들의 변화를 봤을 때, 기업들이 재택근무 및 원격근무 들의 근무방식 변화가 있음을 확인
- '재택근무'로 네이버 API 블로그 1000개 데이터로 연관도 분석을 진행 했을 때, 향상도 (lift)를 보게 되면 배달, 온라인, 주문 들이 연관도가 있는 것을 확인

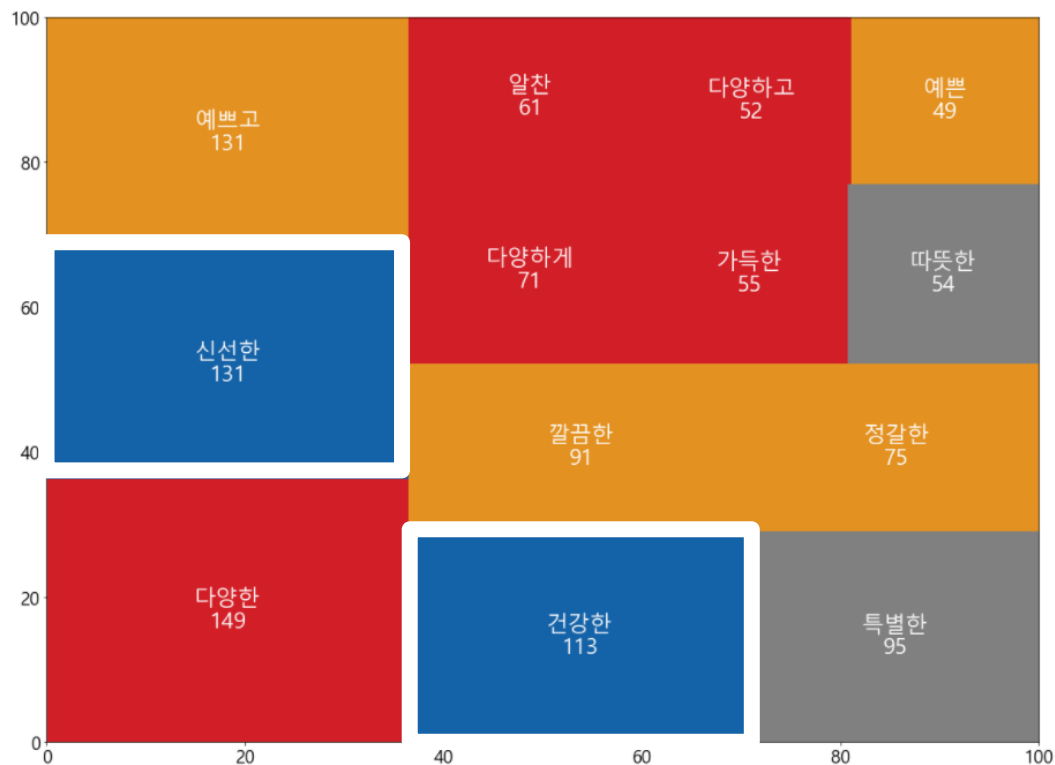
'배달' 키워드로 빈도수 결과 대중적인 것들을 제외하고 '도시락'의 빈도수가 높은 것을 확인



'다양한' + '알찬'
=
뷔페식 도시락

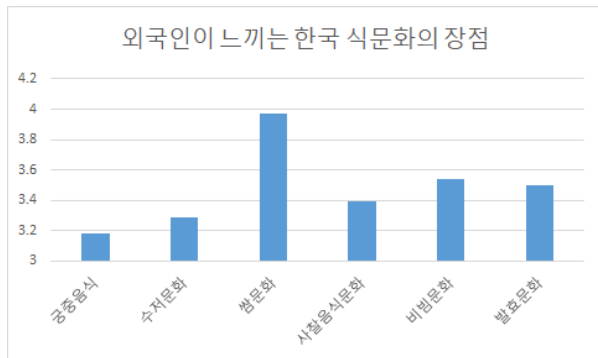


'신선한' + '건강한'
=
채소위주의 식단, 한식



신선한 계절 채소와 고기를 골고루 먹을 수 있는 '한식' 한국 고유의 '쌈'문화

쌈 문화는 채소와 고기를 모두 곁들여 영양의 균형도,
맛도 모두 챙길 수 있는 한국의 고유한 식 문화,
외국인들 역시 다른 기타 한국 식 문화들에 비하여
쌈 문화를 가장 높게 평가함.



커스터마이징 '쌈'전문 도시락 배달 서비스

뷔페식 '쌈' 도시락

+

배달

[취향소비]

(다양한 + 건강함)

[홀로만찬]

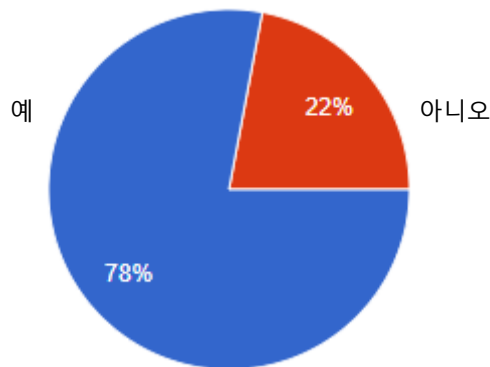
(편리함)



'쌈'에 대한 인식 조사

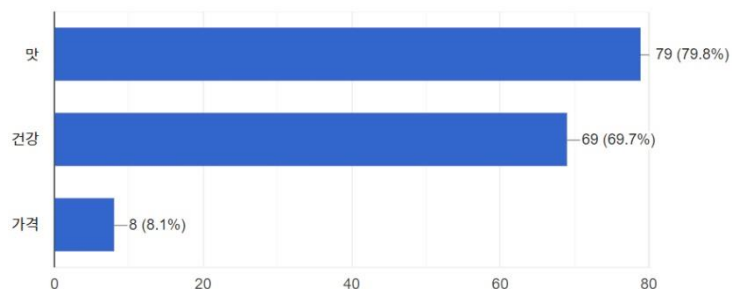
끼니로 '쌈'을 드실 의향이 있나
요?

응답 : 127명



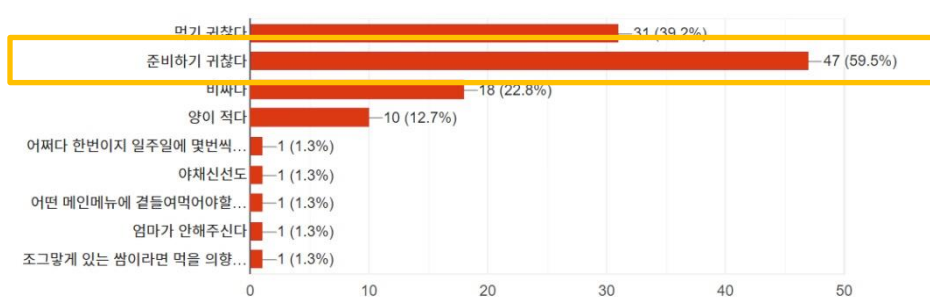
예라면 이유는 무엇인가요(중복 가능)

응답 : 99명



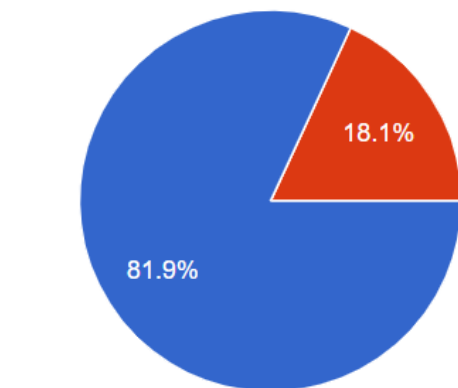
아니오 라면 이유는 무엇인가요(중복 가능)

응답 : 79명



쌈 채소와 다양한 음식을 취향껏 골라 담은
'내 마음대로 담은 도시락 배달' 서비스를 기획하고 있습니다.
만약 서비스가 출시 된다면 사용 의향이 있으신가요?

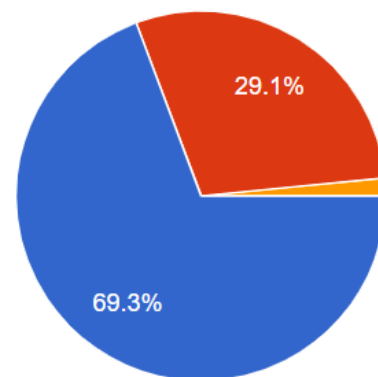
응답 : 127명



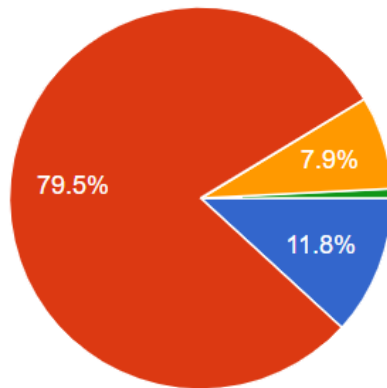
● 예
● 아니오

위 서비스 이용 시 적정 가격을 선택해 주세요.

응답 : 127명



● 7,000 ~ 10,000원
● 10,000 ~ 15,000원
● 15,000 ~ 20,000원
● 20,000원 이상

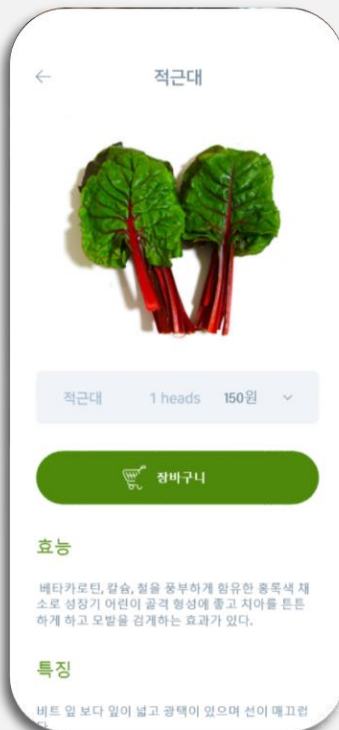


● 0번
● 1~2회
● 3~4회
● 5회 이상

응답 : 127명

쌈 도시락을 가정에서 먹는다면,
일주일에 얼마나 드실 의향이 있으신가요?

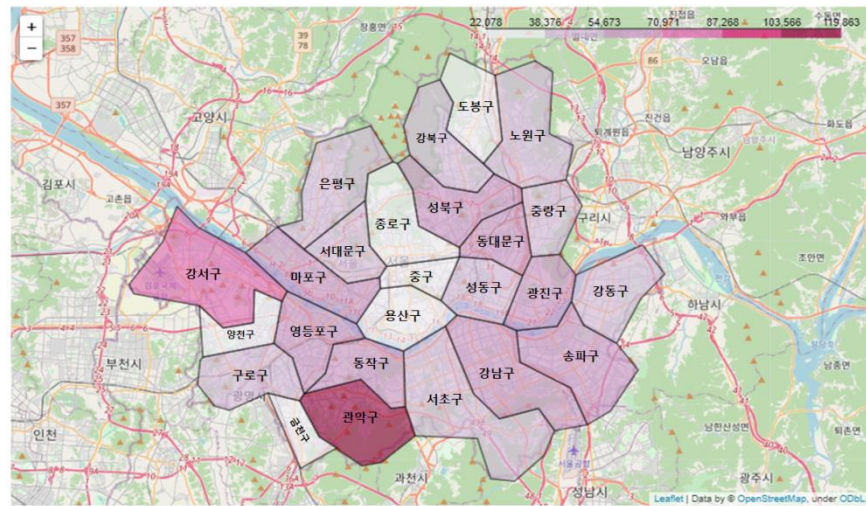
취향소비에 따라 가격 구간을 나눈 맞춤 서비스



2019 1인 가구 비율



2019 1인 가구 비율



- 현재 남은 계절밥상 두 곳의 위치는 여의도 IFC몰 지점, 강남 코엑스몰 지점은 상권 분석을 토대로 형성되었다고 확인되어 두 곳의 거점을 유지, 안정화 우선
- 또한, 1인 가구 비율이 높은 강서구, 관악구 등도 배치하면 좋을 것이라 생각

요약

- 코로나 및 1인 가구의 증가로 인한 변화된 외식 문화를 반영하여 사용자가 직접 비율을 정하는 뷔페식 배달 도시락 서비스 제안
- 다양성 : 뷔페
- 홀로만찬 : 배달
- 취향소비 : 뷔페식 쌈 도시락
- 지역의 1인 가구 비율을 확인하고 위치에 배달 서비스 제안

개선 방안

- 플랫폼을 네이버, 인스타 그램으로만 진행하여 다른 플랫폼에 대해 비교 부분을 넣으면 좋음
(다음 : 데이터를 빠르게 크롤링할 경우 차단 우려)
(유튜브 : 댓글 같은 경우 해당 스트리머에 대한 이야기가 많아 찾고자 하는 데이터 부족)
- 앱 제작 할 경우의 비용적인 측면을 생각하지 못하여 추후 앱 제작 비용 산출 고려
(서비스 활용 방안만 생각했고 기업에서 진행했을 경우 앱의 비용적 측면을 고려하지 않음)
- 설문조사 진행 시 성별, 나이 등을 고려하지 않아 신빙성이 부족