

Retail Spotlight Report

2024년 6월 (발행일 기준)

마켓링크 뉴스레터에 관심을 가져 주셔서 감사합니다!

이제 여름이 성큼 다가왔습니다. 더운 날씨에 시원한 아이스크림 한 입이면 모든 걱정이 사라지는 것 같지 않으신가요? ^^

이번 달에는 아이스크림과 관련된 다양한 데이터 분석 결과를 소개해 드리고자 합니다. 소비자들의 소비 패턴을 분석하여 보다 흥미롭고 유용한 인사이트를 제공할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

유통 데이터 서비스와 관련하여
궁금한 점이 있으시면 언제든지 저희에게 연락주세요!

마켓링크 D&C 사업부



마켓링크 신규 데이터 상품 소개 ----- 3~7

1. 해외 유통 업계 동향 ----- 8

- 1.1 Service ----- 9
- 1.2 Marketing ----- 10
- 1.3 Innovation ----- 11
- 1.4 Social & Sustainable Actions ----- 12

2. 국내 유통 업계 동향 ----- 13

- 2.1 Service ----- 14
- 2.2 Marketing ----- 15
- 2.3 Innovation ----- 16
- 2.4 Social & Sustainable Actions ----- 17

3. 카테고리 데이터 인사이트 ----- 18

- 3.1 알아 두면 쓸모 있는 아이스크림 상식 ----- 19
- 3.2 POS) 무인 아이스크림 판매 SKU 분석 ----- 20
- 3.3 POS) 아이스크림 Basket 분석 히트맵 ----- 21
- 3.4 POS) 아이스크림 유형별 유입 채널 분석 ----- 22

4. 리테일 데이터 인사이트 ----- 23

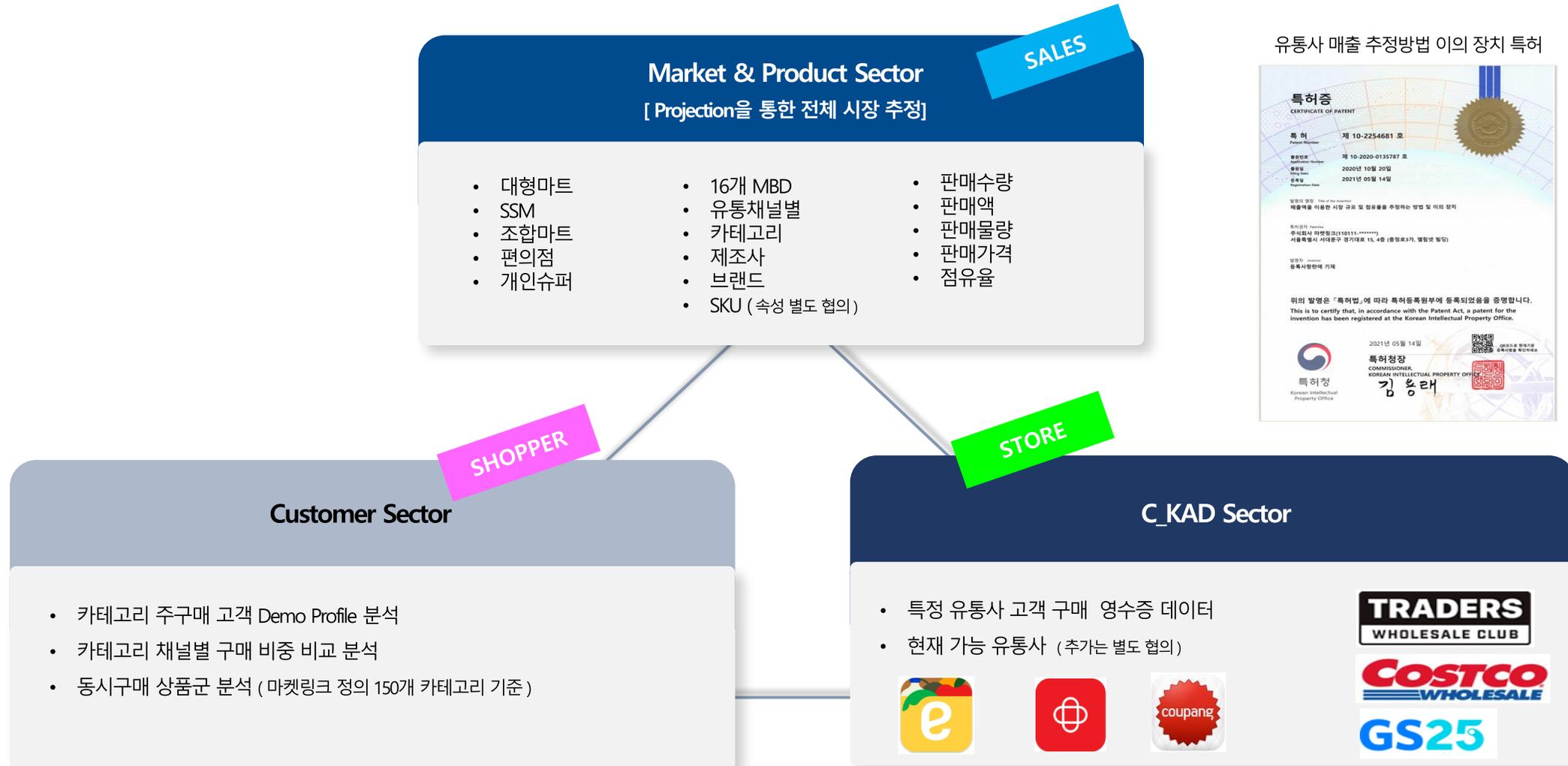
- 4.1 POS) 인기 신상품 분석 ----- 24
- 4.2 스위버) 구매 인증 기반 유통사별 만족도 ----- 25~26
- 4.3 앱마인더) 쇼핑앱 이용 순위 및 이용자 수 ----- 27

유통 POS 데이터 서비스 소개 ----- 28

마케팅 데이터 상품 소개(1)

Triangle Market Analytic

마케팅 TMA (Triangle Market Analytic) 서비스는 상품분석, 고객 구매 행태 분석 및 특정 유통사 개별 실적을 Package 형태로 제공하여 비즈니스의 핵심 지표를 Quick하게 통합 분석을 할 수 있도록 지원합니다



마케팅 데이터 상품 소개(1) : 맥주

SALES

- 채널 중요도: 편의점 46%, 개인슈퍼 30% (금액기준)
- 두 채널 모두 오비맥주와 하이트진로가 제조사 1,2위를 차지

■ 편의점 ■ 개인슈퍼 ■ 대형마트 ■ 체인슈퍼 ■ 조합마트



편의점

상위 제조사 (성장률 %) 상위 SKU (성장률 %)

순위	제조사 (성장률 %)	SKU (성장률 %)
1	오비맥주 (+10%)	카스 후레쉬 맥주 500mL (+6%)
2	하이트진로 (+0%)	테라 500mL (+0%)
3	롯데아사히주류 (+2%)	카스 후레쉬 큐팩 1.6L (-2%)
4	하이네켄코리아 (+9%)	카스 후레쉬 맥주 355mL (+18%)
5	롯데주류 (-26%)	아사히슈퍼드라이 500mL (-2%)

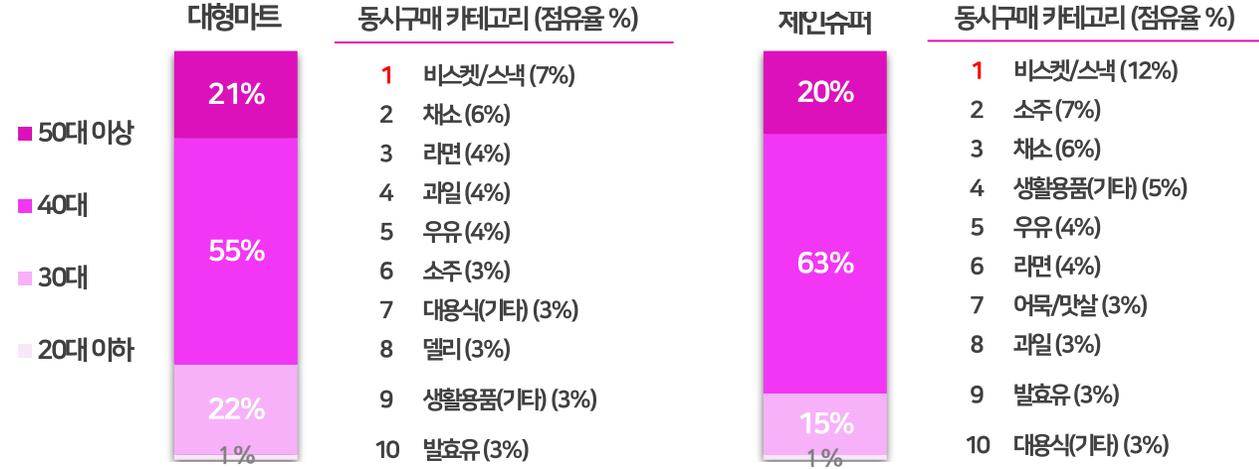
개인슈퍼

상위 제조사 (성장률 %) 상위 SKU (성장률 %)

순위	제조사 (성장률 %)	SKU (성장률 %)
1	오비맥주 (+7%)	카스 후레쉬 맥주 355mL*6 (+13%)
2	하이트진로 (+5%)	카스 후레쉬 큐팩 1.6L (+4%)
3	롯데주류 (-21%)	카스 후레쉬 맥주 500mL (+11%)
4	롯데아사히주류 (-1%)	카스 프레시 CAN 370mL*8 (+8%)
5	하이네켄코리아 (+12%)	카스 프레시 CAN 500mL*4 (+7%)

SHOPPER

- 체인슈퍼 40대 소비자 비중 63%, 동시 구매 카테고리 2위는 소주



STORE

- 이마트내 아사히/클라우드 각각 1/2위, 맥주가 담긴 장바구니 사이즈 81천원



마케팅 데이터 상품 소개(1) : 아이스크림

SALES

- 채널 중요도: 편의점 49%, 개인슈퍼 37% (금액기준)
- 롯데월드푸드를 빙그레가 제조사 1,2위를 차지

■ 편의점 ■ 개인슈퍼 ■ 대형마트 ■ 체인슈퍼 ■ 조합마트



편의점

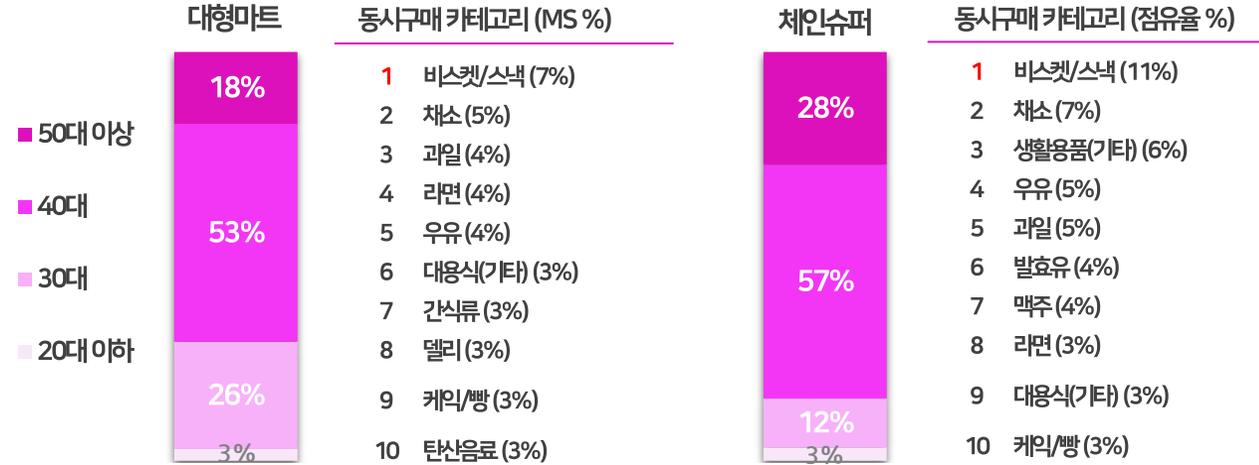
상위 제조사 (성장률 %)	상위 SKU (성장률 %)
1 롯데월드푸드 (+26%)	월드콘 바닐라 170mL (+39%)
2 빙그레 (+17%)	메로나 75mL (+29%)
3 하태제과 (+63%)	떡붕어싸만코 150mL (+12%)
4 한국하겐다즈 (-11%)	부라보 바닐라 150mL (+57%)
5 리라스윗 (+16%)	더블비안코(편의점용) 210mL (+30%)

개인슈퍼

상위 제조사 (성장률 %)	상위 SKU (성장률 %)
1 롯데월드푸드 (+35%)	떡붕어싸만코 150mL (+36%)
2 빙그레 (+32%)	월드콘 바닐라 170mL (+43%)
3 하태제과 (+46%)	투게더 바닐라 골드 900mL (+7%)
4 풀무원식품 (+75%)	메로나 75mL (+58%)
5 서주 (+41%)	부라보 바닐라 150mL (+59%)

SHOPPER

- 대형마트, 체인슈퍼 40대 소비자 비중 각각 53%, 57%



STORE

- 이마트내 아이스크림이 담긴 장바구니 사이즈 73천원, 평균 구매금액 8천원선

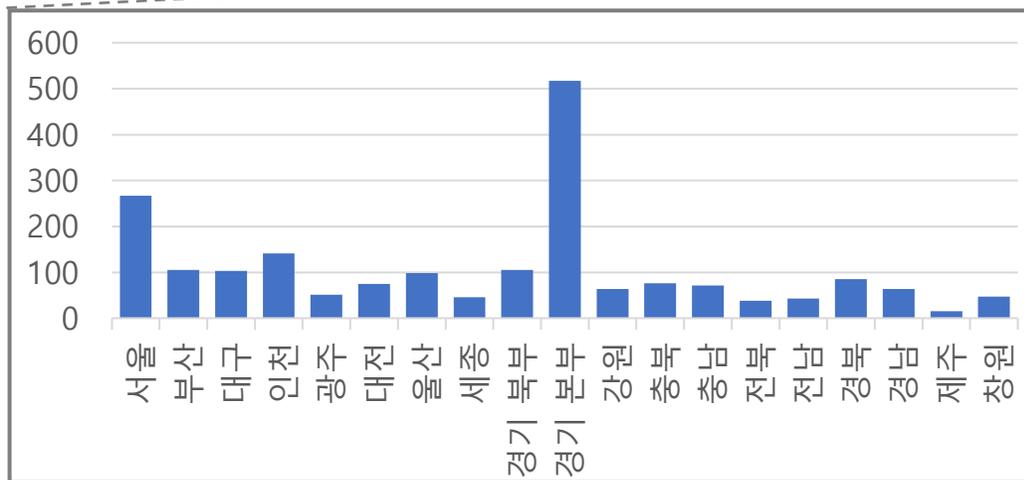


마켓링크 데이터 상품 소개(2)

- 코로나19 이후 무인 점포는 성장 중에 있으며, 소매업의 새로운 트렌드로 자리잡고 있습니다.
- 마켓링크는 무인 아이스크림 점포에서 판매되는 상품 판매 데이터 서비스를 런칭하였습니다.

전국 무인 점포 내 아이스크림 매장 비중

■ 밀키트 ■ 사진관 ■ 스터디카페 ■ 세탁소 ■ 아이스크림



출처: 소방청

마켓링크 유료 데이터 판매 범위

■ 점포 데이터

· 무인 아이스크림 보유 샘플 : 약 800여개(광역 시도, 시/군/구 합계)

■ 상품 정보

· 상품명 / 제조사 / 브랜드 / 제품 속성(바/컵/콘 등)

■ 메트릭 정보

· 판매 가격, 매출, 수량

■ 데이터 제공 기간

· 2022년 이후, 주간 단위 (일별 데이터는 별도 협의 필요)

■ 데이터 제공 포맷 (엑셀)

매장 코드	매장 명	날짜	분류명	상품 코드	상품 명	수량	총매출	할인	실매출	현금	카드
0002	AAA	2024-04-24	바류600원 이벤트	340198	돼지바	1,800	54	1,746	0	1,746	
0002	AAA	2024-04-26	바류600원 이벤트	340198	돼지바	1,200	0	1,200	0	1,200	
0002	AAA	2024-04-27	바류600원 이벤트	340198	돼지바	2	1,200	0	1,200	0	1,200
0002	AAA	2024-04-28	바류600원 이벤트	340198	돼지바	7	4,200	109	4,091	1,200	2,891
0002	AAA	2024-04-29	바류600원 이벤트	340198	돼지바	5	3,000	221	2,779	600	2,179

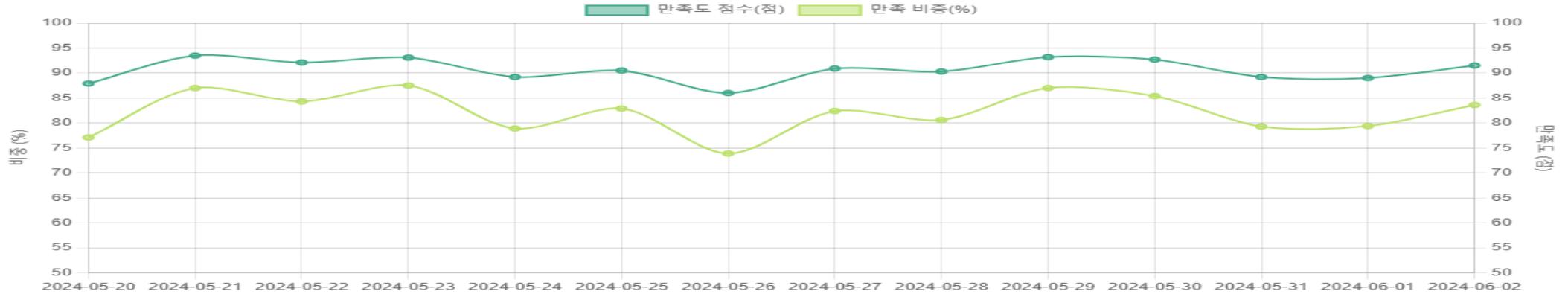
예시

마켓링크 데이터 상품 소개(3)

스위버* 홈페이지(sweiver.co.kr)를 통해 전통적인 유통사들의 만족도를 시계열 형태로 제공하고, F&B 브랜드들의 구매 인증 기반의 만족도 평가 데이터를 추가하였습니다.

스위버(sweiver) : (주)에이데이터에서 운영 중이며, 가짜가 선점한 Reviews란 용어를 진실되게 바꾸어야 한다는 신념으로 거꾸로 뒤집어 표기한 브랜드명

유통사 만족도
시계열 자료
(예. 이마트)



F&B
브랜드
만족도

햄버거	맥도날드 버거킹 롯데리아 맘스터치 KFC 프랭크버거 노브랜드버거 서브웨이
커피	스타벅스 투썸플레이스 이디야커피 할리스 커피빈 파스쿠찌 폴바셋 탐엔탐스 엔제리너스 메가MGC커피 컴포즈커피 백다방 더벤티
피자	도미노피자 파파존스 피자헛 미스터피자 피자스쿨 피자마루 피나치공 오구살피자 반올림피자 파지알볼로 청년피자 백보이피자 7번가피자 노모어피자
치킨	교촌치킨 bhc bbq 처갓집양념치킨 굽네치킨 페리카나 네네치킨 호식이두라미치킨 60계 푸라담 자담치킨 지코바양념치킨 멕시코 노랑통닭 도래오래

• 데이터 구매 문의 : 김상우 (Sangwoo.Kim@marketlink.co.kr)



해외 유통 업계 동향

우버는 음식배달 서비스 강화를 위해 코스트코와의 협업 지역을 확대했으며, 레고랜드 윈저 리조트는 유럽에서 최초로 테마파크에 계산대 없는 매장을 오픈. Shopee는 배송 지연 시 바우처를 제공하는 프로그램으로 정시 배송을 강조함

Uber, 음식배달 서비스 강화 위해 Costco와의 협력 범위 확대 발표



- ▶ 차량공유 업체 Uber가 식료품 배달업체 Instacart와의 경쟁을 위해 Costco와 파트너십 확대를 발표. 이를 통해 코스트코 회원이 음식배달 Uber Eats 주문 시 멤버십 할인을 받을 수 있음
- ▶ 양사는 '21년 최초로 협력한 이후, 이번 발표를 통해 미국, 캐나다, 멕시코, 일본으로 서비스 지역을 확대
- ▶ 음식배달 외에도 간병인이 운전기사와 쉽게 소통할 수 있도록 3자 채팅 서비스를 지원하는 Uber Caregiver 서비스도 시작함

※ 참고 기사 : [RetailDive](#)

레고랜드, 유럽 내 테마파크 최초로 계산대 없는 매장 오픈



- ▶ Legoland Windsor Resort가 Zippin 및 Aramark과 협업하여 유럽의 테마파크에서는 최초로 계산대 없는 매장을 오픈
- ▶ 테마파크 내의 듀플로 커피 매장에 적용된 기술은 고객이 상품을 가지고 나갈 때 자동으로 요금이 청구되는 Zippin의 솔루션에 기반함
- ▶ Zippin은 방문객이 많은 매장에서 자사 기술이 유용하며, 일부 소매업체는 기술 적용 후 수익이 78% 증가했다고 강조

※ 참고 기사 : [Rith](#)

Shopee, 정시 배송 보장 서비스 출시 ...배달 지연 시 바우처 제공



- ▶ 전자상거래 플랫폼 Shopee Malaysia가 신속한 배송 보장을 위해 정시 배달 보증 'On-Time Guarantee' 프로그램을 출시
- ▶ 해당 프로그램을 통해 고객은 예상 기한 내에 주문한 상품을 받지 못할 경우 1달러 상당 바우처를 받을 수 있음
- ▶ Shopee는 이번 프로그램을 통해 고객 만족도를 높이고 지역주민과 구매자의 신뢰를 얻을 수 있을 것이라고 강조

※ 참고 기사 : [RetailAsia](#)

미용상품 업체 Kiss Products가 제품 라인 홍보를 위해 이색적인 내용의 홍보 영상을 제작한 가운데, Target은 여름 시즌을 겨냥한 저가 상품을 대폭 확대. 로블록스는 Z세대를 겨냥한 몰입형 비디오 광고 사업 확대를 발표함

Kiss Products, 제품 사용 편의성과 빠른 이용 강조 이색 영상 광고 공개



- ▶ 미용제품 회사 Kiss Products가 속눈썹 및 네일 제품 라인 홍보를 위해 'impress express'로 명명된 신규 홍보 영상을 제작
- ▶ 해당 영상은 엘리베이터가 30층을 이동하는 동안 원하는 제품을 시험해볼 수 있을 정도로 빠른 제품 사용과 편리함을 강조
- ▶ 새로운 홍보 영상은 다양한 소셜 채널을 통해 9월까지 제공되며, 뷰티 업계에서는 독특하고 창의적인 마케팅이 더욱 강조되는 상황임

※ 참고 기사 : [MarketingDive](#)

Target, 여름 시즌 맞아 저가형 시즌 품목 대폭 확장



- ▶ 美 대규모 식품 및 잡화 유통업체 회사인 Target은 여름 시즌을 맞아 1달러~15달러의 저가 여름 품목 1,000여 개를 추가한다고 발표
- ▶ 또한 웹사이트와 모바일 앱을 통해 가상 매장 'Swim & Sand'를 추가하여 패션 인플루언서들이 착용한 수영복을 확인할 수 있게 함
- ▶ 해당 캠페인은 Target의 지난 1분기 매출이 전년 동기 대비 32% 감소하는 등 실적 부진을 극복하기 위해 저예산 소비자를 포섭하려는 전략

※ 참고 기사 : [RetailDive](#)

로블록스, Z세대 겨냥 몰입형 광고 효과측정 위해 전문업체 제휴



- ▶ 메타버스 플랫폼 로블록스가 마케팅 사업 확장을 위해 ISA 및 Kantar와 협업하여 모든 광고주가 몰입형 비디오 광고를 이용할 수 있도록 할 계획을 발표
- ▶ ISA와 Kantar는 브랜드 광고 효과 연구를 위해 협력하며, 몰입형 3D와 같은 새로운 환경에서의 광고 효과 측정 솔루션을 제공하게 됨
- ▶ 로블록스는 이용자의 절반 이상을 차지하는 Z세대가 전통적 방식의 광고보다 몰입형 비디오 광고를 더 선호한다는 특징을 고려하여 이번 협업을 추진

※ 참고 기사 : [MarketingDive](#)

리복이 메타버스에서 이용 가능한 디지털 맞춤형 신발 제작 서비스를 출시하였으며, 월마트도 가상환경 기반의 몰입형 쇼핑몰을 공개. 獨 슈투트가르트 공항은 주류 등의 판매를 위해 AI 기반 자동 연령 확인 솔루션을 시범운영함

Reebok, 이용자 맞춤형 디지털 운동화 제작 프로그램 런칭



- ▶ 리복(Reebok)이 AI 기술 업체 Futureverse와 제휴해 고객이 직접 맞춤형 디지털 신발 아이템을 만들 수 있는 'Reebok Impact' 기능을 출시한다고 발표
- ▶ 이용자가 자신의 인스타그램 사진을 공유하면 AI는 맞춤형 디지털 신발 4컬레를 제작해줌. 해당 디지털 신발은 로블록스나 포트나이트 등의 메타버스 플랫폼에서 이용 가능
- ▶ 양사는 가상세계에서의 디지털 신발 제작뿐 아니라 향후 이를 실제 상품으로 출시하는 작업에 대해서도 협력할 계획이라고 언급

※ 참고 기사 : [Retail Dive](#)

Walmart, 가상 쇼핑 플랫폼 '월마트 렐름(Walmart Realm)' 출시



- ▶ 월마트가 가상환경 기반 몰입형 쇼핑 플랫폼인 '월마트 렐름(Walmart Realm)'을 출시함
- ▶ 가상 스토어는 서양(Western), 금속, 바다의 세 개 테마로 구성되어 있으며, 이 환경 내에서 소비자는 매장을 둘러보고 가정용품, 패션 및 미용 제품 구매가 가능
- ▶ 상품 구매 뿐 아니라 경품 이벤트에 참여할 수 있는 게임 요소도 포함되어 있어 소비자에게 다양한 디지털 경험을 선사할 것으로 기대되고 있음

※ 참고 기사 : [Retail Dive](#)

독일 슈투트가르트 공항, AI 기반 연령 확인 솔루션 시범 운영



- ▶ 독일 슈투트가르트 공항이 24시간 운영 매장에서 미국 POS 단말기 업체 Diebold Nixdorf와 협업하여 자동 연령 확인 솔루션을 시범 운영함
- ▶ 고객이 주류 등 연령 제한 품목을 스캔하면 카메라와 AI 알고리즘으로 구매자 얼굴을 분석해 상품 구매 적정 연령인지 확인할 수 있음
- ▶ 셀프 계산대에서 연령 제한 품목을 구매할 경우 직원이 직접 신원을 확인해야 하므로 효율성이 떨어지지만 해당 기술을 이용하면 매장을 보다 효율적으로 운영할 수 있을 것으로 기대됨

※ 참고 기사 : [Retail Dive](#)

의류업계에서도 친환경 행보가 확대되는 가운데, EU가 미판매 의류 상품의 폐기를 제한하는 규정을 발표하였으며, 의류 렌탈업체 Nuuly도 폐기된 재고상품으로 제작한 신규 컬렉션을 공개함

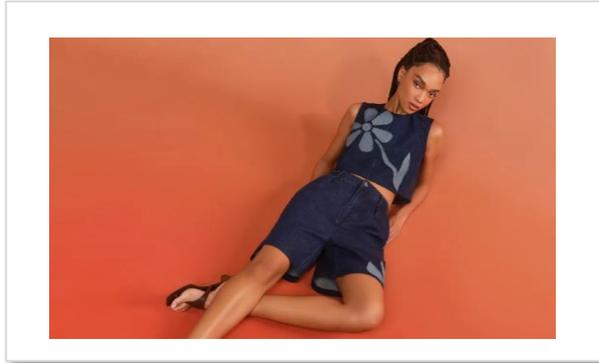
EU, 미판매 의류- 신발 폐기 금지 법안 채택



- ▶ 유럽연합(EU)은 판매되지 않은 의류 및 신발 제품의 폐기를 금지하는 새로운 규정을 발표
- ▶ 이는 지난 4월 유럽의회(EC)가 에코디자인(Ecodesign) 법안을 승인한 이후의 주요 행보이며, 지속 가능 환경을 위해 제품 라이프사이클 전반에 걸쳐 순환적이고, 에너지 효율을 높일 수 있는 방안을 추구하는 것
- ▶ 해당 규정에 따르면 미판매 제품의 폐기시 사유를 보고해야 하는데, 중견기업에는 6년간 적용이 유예되고 중소기업에게는 적용이 면제됨

※ 참고 기사 : [ESG Today](#)

여성의류 렌탈업체 Nuuly, 폐기 의류 활용 업사이클링 제품 발표



- ▶ 구독형 여성의류 렌탈 업체 Nuuly가 폐기된 1,300개의 데님 의류를 업사이클링한 '10피스 라인' 컬렉션을 공개
- ▶ 신규 제품은 업사이클링 디자인 업체 Zero Waste Daniel과 협업해 제작되었으며, 구독자는 월 98달러에 6개 의류를 이용할 수 있음
- ▶ 보도자료에 따르면 Nuuly는 친환경 이니셔티브인 'Re-Nuuly'를 추진해왔으며, 이를 통해 폐기 의류 5,800개 제품 이상을 활용했다고 밝힘

※ 참고 기사 : [Retail Dive](#)

주류업체 Diageo, 기네스 양조장 탈탄소화 위한 1억 유로 투자 계획 공개



- ▶ 글로벌 주류 업체 Diageo가 주력 상품인 기네스(Guinness)를 제조하는 세인트 제임스 게이트 양조장의 탈탄소화를 위한 1억 유로 이상의 투자 계획을 발표
- ▶ 이에 따르면 2030년까지 100% 재생 에너지 활용과 순제로 탄소 배출 달성, 공급업체와의 에너지 절감 추진 등이 추진됨
- ▶ 또한, 양조 작업 시의 화석 연료 사용을 단계적으로 줄여 현장에서 발생하는 탄소 배출량 90% 이상, 물 사용량을 30% 줄일 예정

※ 참고 기사 : [ESG Today](#)



국내 유통 업계 동향

배달의 민족이 배송비 할인을 제공하는 첫 구독형 서비스를 선보였으며, 패션 쇼핑몰 지그재그는 역대 최대 주문량을 달성한 퀵 배송 서비스를 확대한다는 방침. GS25는 제로 음료의 인기로 인해 기능성 음료 판매를 강화한다는 방침

배달의 민족, 첫 멤버십 구독 서비스 '배민클럽' 한시 운영 발표



- '배달의 민족' 운영사 우아한 형제들이 첫 구독 서비스 '배민클럽'을 수도권을 비롯한 일부 지역에서 운영한다고 발표
- 해당 서비스는 배민클럽 표시가 있는 상점을 대상으로 알뜰배달의 경우 배달비 무료, 한집배달의 경우 배달비 할인을 자동으로 받을 수 있음
- 배민클럽은 배달비 혜택 외에도 B마트, 배민스토어 등 커머스 혜택과 타사 혜택 제휴 등의 기능을 제공하며, 한시적으로 운영될 예정임

※ 참고 기사 : 뉴시스

지그재그, 당일·새벽 퀵 배송 서비스 주문량 역대 최대치 달성



- 카카오스타일의 온라인 패션 쇼핑몰 지그재그는 지난 4월 당일이나 새벽에 상품을 배달하는 퀵 배송 서비스 주문량이 최대치를 기록했다고 발표
- 지난 4월 주문 건수는 2023년 11월 대비 40%, 주문 고객 수는 47% 증가했으며, 이는 퀵 배송에 대한 고객들의 수요가 꾸준히 증가했음을 의미
- 이 외에도 카카오스타일은 안정적인 물류 시스템과 2030 여성 고객 주문 데이터를 활용하여 패션 분야의 독보적인 배송 서비스를 구축할 것임을 언급

※ 참고 기사 : 한국경제신문

GS25, 제로 음료 인기 편승해 기능성 음료 제품군 확대 언급



- GS리테일은 올해 1월~4월의 탄산음료 상품 매출 중 제로 음료 구성비가 52.8%를 기록하며 과반을 넘겼다고 발표
- 탄산음료 매출 중 제로 음료 구성비는 2022년 32.0%, 2023년 41.3%로 매년 증가하다가 올해 들어 처음으로 절반을 넘긴 것임
- 동사는 제로 음료와 같은 건강 증진 관련 소비 트렌드가 세계적인 추세이기에 앞으로 다양한 기능성 음료에도 이러한 트렌드를 적용할 계획

※ 참고 기사 : 한국경제신문

빨라진 무더위로 가구업계가 냉감 소재를 적용한 신상품 출시 경쟁을 벌이고 있으며, 롯데마트는 AI가 선별한 신선 수박 판매 행사를 진행. 이마트24는 빗썸과 협력해 비트코인 쿠폰이 동봉된 도시락을 판매하는 이색 마케팅을 추진

가구업계, 빠른 무더위로 인해 여름용 신제품 경쟁 심화



- ▶ 무더위가 예년보다 일찍 찾아옴에 따라 가구업계에서는 여름용 신제품 출시를 앞당기면서 냉감 제품 시장 경쟁을 위한 움직임이 치열해 지고 있음
- ▶ 에이스침대는 피부 표면 온도를 낮출 수 있는 냉감 원사를 사용한 쿨링 바디필로우를 출시하여 냉감성 슬립케어 라인업을 확장
- ▶ 신세계까사도 예년보다 약 한달 이른 지난 4월 냉감 기능 패드, 베개 패드, 등으로 구성된 기능성 냉감 침구인 '쿨란' 시리즈를 출시했으며, 소노시즌도 관련 품목을 확대해 출시함

※ 참고 기사 : 서울경제

롯데마트·슈퍼, AI가 선별한 신선 수박 판매 캠페인 진행



- ▶ 롯데마트·슈퍼가 신선 식품 품질 개선 프로젝트의 일환으로 전 점에서 AI가 선별한 신선 수박을 판매하는 '신선을 새롭게 수박 캠페인'을 진행
- ▶ 해당 프로젝트는 상품의 전 유통 과정을 개선하여 경쟁력을 올리기 위한 것으로 AI가 선별한 수박 판매는 상품 구매 단계를 개선한 것임
- ▶ 동사는 캠페인 활성화와 수박 시즌을 알리기 위해 대형 포스터와 지하철 옥외 광고를 통해 AI가 선별한 수박의 대대적 홍보를 진행

※ 참고 기사 : 지디넷코리아

이마트24, 가상화폐 제공 도시락 판매... 출시 10일만에 3만개 수량 완판

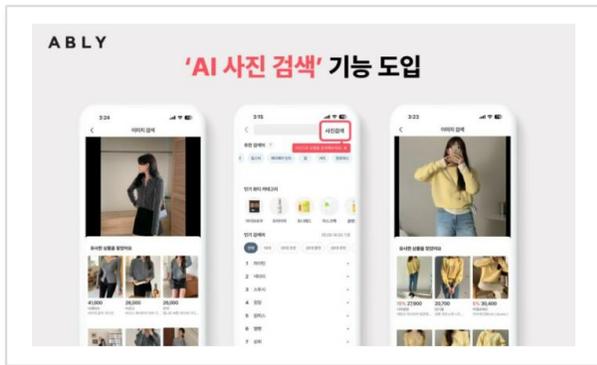


- ▶ 이마트24가 가상자산 거래소인 빗썸과 협업하여 최대 3만원 상당, SMS 수신동의 시 1만원 상당 비트코인을 받을 수 있는 쿠폰이 동봉된 '비트코인 도시락'을 판매
- ▶ 해당 도시락은 5월 8일 출시 후 5월 말까지 판매 예정이었으나, 출시 10일만인 5월 18일 준비 수량 3만개가 완판되며 상품판매가 조기 종료됨
- ▶ 이번 협업과 관련해 빗썸은 판매 수량만큼 비트코인 도시락을 취약계층에 기부할 예정이며, 이마트24는 이색적인 협업 마케팅을 지속한다는 방침

※ 참고 기사 : 중소기업신문, 조선비즈

에이블리가 사진으로 원하는 상품을 찾을 수 있는 'AI 사진 검색' 기능을 도입하였으며, 현대백화점은 공원을 대상으로 상품 배달 로봇 '노랑이'를 시범 운영. 교촌에프엔비는 매장 운영 효율화를 위해 성능이 강화된 '치킨 조리 로봇'을 도입함

에이블리, 'AI 사진 검색' 기능 도입 정식 도입
...베타 서비스 대비 이용 유저 135% 증가



- ▶ 스타일커머스 플랫폼 에이블리가 '인공지능(AI) 사진 검색' 기능을 도입
- ▶ 이용자는 텍스트 대신 사진으로 원하는 상품을 찾을 수 있으며, 사진을 등록하면 인공지능이 사진과 동일하거나 비슷한 상품을 제안함
- ▶ 동사에 따르면 정식 운영이 시작된 5월 첫 주의 이용자는 베타 서비스 기간인 전월 동기 대비 135% 증가하였으며, 검색을 통해 찾은 상품을 클릭한 횟수 또한 3.5배 이상 증가함

※ 참고 기사 : [TENANT NEWS](#)

현대프리미엄아울렛 대전점,
생태공원에서 배달 로봇 시범 운영



- ▶ 현대백화점이 6월 말까지 매주 주말 현대프리미엄아울렛 대전점에서 딜리버리 로봇 '노랑이'를 운영한다고 발표
- ▶ 야외 생태공원 '옐로우 스프링스' 입구 풋말에 부착된 QR코드를 스캔해 원하는 디저트 상품을 결제하면 '노랑이'가 해당 매장에서 상품을 픽업하여 자동문 등을 통과해 가져다 주는 방식
- ▶ '노랑이'를 통해 주문할 수 있는 브랜드는 베이커리 브랜드 '베즐리', 덴마크 착즙주스 브랜드 '조앤더주스' 등

※ 참고 기사 : [TENANT NEWS](#)

교촌치킨, 매장 운영 효율화 위해
전문업체 협력해 조리 전문 로봇 도입



- ▶ 교촌에프엔비가 가맹점 운용 효율화를 위해 로봇 제조사 뉴로메카와 MOU를 체결하고 치킨 튀김 과정을 수행하는 치킨 조리 로봇 성능을 개발해 도입한다고 발표
- ▶ 로봇을 통해 균일한 맛과 품질, 근로자 작업의 효율성과 안전성을 높일 수 있으며, 로봇은 가맹점의 내부 동선과 조리 상황 등에 맞추어 매장 맞춤형으로 조정이 가능함
- ▶ 동사는 실사용 후기를 토대로 기능을 개선하고 있으며, 점주들의 이용편의성을 높이는데 주력함

※ 참고 기사 : [TENANT NEWS](#)

지자체와 민간기업의 ESG 협업이 확대되는 추세. 신세계프라퍼티가 경기도와 ESG 활성화 업무협약을 체결했으며, 효성티앤씨는 제주도와 협력해 폐플라스틱 재활용 티셔츠를 출시함

신세계프라퍼티, 경기도와 ESG 활성화 위한 업무협약 체결



- ▶ 스타필드를 운영하는 신세계프라퍼티가 경기도와 ESG 협력 업무협약(MOU)을 체결
- ▶ 이는 행정기관과 지역 대표 기업이 협력해 지역 사회의 지속가능한 발전을 도모하고, 환경과 사회, 각종 제반 장치 등 ESG와 관련해 전방위적 협력을 실천하기 위한 것임
- ▶ 동사는 기후 위기 대응 분야에서는 신재생에너지 사용을 확대해, 옥상 등 스타필드 유휴공간에 태양광 발전설비를 설치 검토하고, 경기도와 기후 위기 대응을 위한 캠페인을 실시할 예정임

※ 참고 기사 : [TENANT NEWS](#)

효성티앤씨, 제주개발공사와 협력해 폐플라스틱 재활용 티셔츠 출시



- ▶ 효성티앤씨는 제주개발공사, 에프앤에프의 아웃도어 브랜드 디스커버리 익스페디션과 협업한 '제주 리사이클 에디션' 티셔츠 4종을 출시
- ▶ 해당 상품은 제주 지역에서 수거된 폐플라스틱으로 만든 친환경 티셔츠로, 총 2톤의 폐플라스틱이 재활용됨
- ▶ 효성티앤씨는 페트병 등 폐플라스틱 등이 바다로 유입돼 오염되는 것을 막는 것은 물론, 자원순환 시스템과 재활용에 대한 인식 제고를 통한 친환경 시장의 저변 확대를 기대하고 있음

※ 참고 기사 : [한국정경신문](#)

오비맥주, '저탄소 ECO 한끼 맥주박 쿠킹클래스' 프로그램 진행



- ▶ 오비맥주가 저탄소 식생활 실천을 문화를 위한 '저탄소 ECO 한끼 맥주박 쿠킹클래스'를 오픈
- ▶ 이는 맥주 제조 과정에서 자연스럽게 발생하는 맥주박을 업사이클링한 '리너지 가루'로 피자, 김치전 등 음식을 만드는 프로그램
- ▶ 동사는 제조 과정에서 버려지는 부산물을 재가공해 탄소 절감 효과가 뛰어난 맥주박 업사이클링의 의미와 현황을 전파하고 지속가능한 식단의 중요성과 탄소저감 실천문화를 확산시킨다는 계획

※ 참고 기사 : [한국정경신문](#)



카테고리 데이터 인사이트

3.1 알아 두면 쓸모 있는 아이스크림 상식!



▲ 롯데 공식블로그



▲ 식품음료신문



▲ 김남기, "12시에 만나요~ '부라보콘'" [이모작뉴스](#)

1. 아이스크림의 절반은 공기

출처) [키즈 현대](#)

2. 아이스크림콘은 아이스크림을 담아 먹을 접시가 없어서 발명

출처) 곽은영, "아이스크림 할인점 시대" [창업&프랜차이즈신문](#)

3. 우리나라 최초의 대량생산 아이스크림은 1962년 7월 출시된 삼강하드

출처) [롯데 공식블로그](#)

4. 아이스크림은 유통기한이 없음 (제조일로부터 1년 이내 섭취 권장)

출처) 문봉민, "모양이 변형되거나 성에 낀 아이스크림 구입 주의해야" [한국식품의약신문](#)

5. 우리나라 최초의 콘 아이스크림은 부라보콘

출처) [해태아이스](#)

3.2 POS) 무인 아이스크림 판매 SKU 분석

판매량 기준 상품 Top5

순위	상품명	제조사
1	메로나 	빙그레
2	월드콘 	롯데월드푸드
3	빠빠코(초코맛) 	롯데월드푸드
4	비비빅 	빙그레
5	옥동자 	롯데월드푸드

매출액 기준 상품 Top5

순위	상품명	제조사
1	월드콘 	롯데월드푸드
2	떡붕어싸만코 	빙그레
3	투게더 	빙그레
4	빠빠코(초코맛) 	롯데월드푸드
5	메로나 	롯데월드푸드

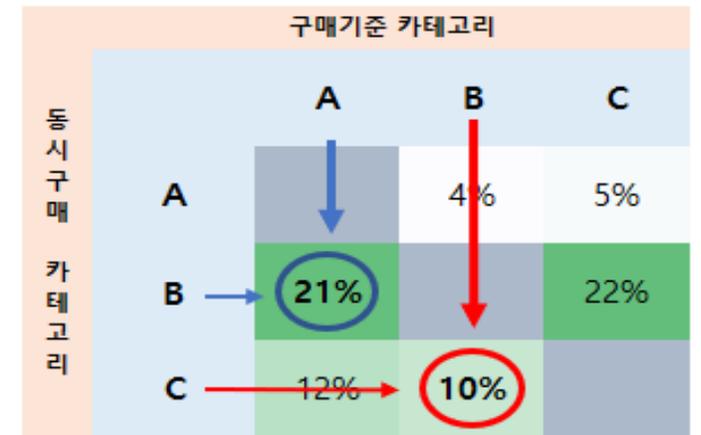
- 분석기간 : 2024년 4월24일~5월22일
- 데이터 구매 문의 : 강원민 (wmkang@marketlink.co.kr)

3.3 POS) 아이스크림 Basket 분석 히트맵

카테고리	아이스크림	스낵	탄산음료	맥주	라면	쿠키/파이	젤리/카라멜	국산담배	우유	소주	수입담배
아이스크림		5%	3%	3%	2%	5%	4%	1%	3%	3%	1%
스낵	12%		11%	20%	9%	25%	15%	2%	9%	12%	2%
탄산음료	6%	11%		6%	10%	9%	6%	3%	4%	8%	3%
맥주	5%	14%	5%		5%	7%	4%	2%	3%	26%	2%
라면	5%	10%	12%	8%		8%	5%	2%	9%	9%	2%
쿠키/파이	5%	11%	4%	5%	3%		8%	1%	5%	3%	1%
젤리/카라멜	5%	7%	3%	3%	2%	8%		1%	3%	2%	1%
국산담배	5%	5%	7%	8%	5%	5%	3%		6%	13%	8%
우유	4%	7%	3%	3%	6%	8%	5%	2%		3%	2%
소주	4%	7%	5%	20%	5%	4%	3%	3%	2%		3%
수입담배	4%	4%	6%	6%	4%	4%	2%	5%	4%	9%	

동시
구매
순위

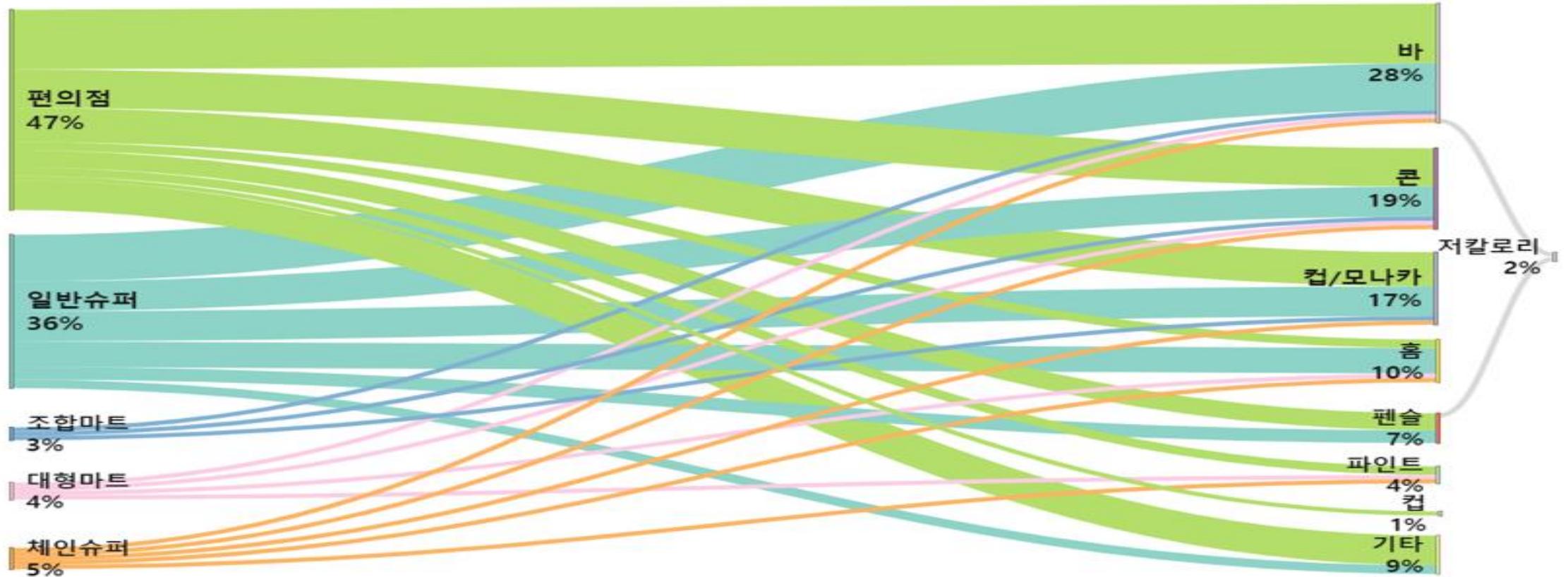
- 이마트 24 '아이스크림' 동시구매 카테고리별 HeatMap
 - 가로로 나열된 카테고리 : 구매기준 카테고리
 - 세로로 나열된 카테고리 : 동시구매 카테고리
 - 기간 : 24년 04월
 - ex) A 구매시 B 구매 비율 약 **21%**
B 구매시 C 구매 비율 약 **10%**
따라서 A 구매를 통해 B 구매 유도 가능



• 4월 이마트24 데이터 기준
 • 데이터 구매 문의 : 강원민 (wmkang@marketlink.co.kr)

3.4 POS) 아이스크림 유형별 유입 채널 분석

매출의 약 50% 를 편의점 채널에서 차지하고 있으며, '바' 형태의 속성을 가진 제품이 가장 많은 비중을 보임
 아이스크림에서도 저칼로리 제품들의 비중이 점점 높게 나타나는 추세



선 굵기와 매출 비중이 비례함
 ex) 편의점에서 바 형태의 제품 비중이 가장 높으며, 컵 형태의 제품 비중이 낮음

- 마켓링크 4월 TMA 일반,프리미엄 아이스크림 매출액 기준
- 데이터 구매 문의 : 강원민 (wmkang@marketlink.co.kr)



리테일 데이터 인사이트

4.1 POS) 인기 신상품 분석

아이스크림



- 상품명 : 딸기퐁당빙수240ML
- 제조사 : (주)빙그레
- 브랜드 : 딸기퐁당빙수



- 상품명 : 따옴바 수박75ml
- 제조사 : (주)빙그레
- 브랜드 : 따옴바



- 상품명 : 스크류바 0칼로리 75ml
- 제조사 : 롯데유포드(주)
- 브랜드 : 스크류바

비스킷스낵



- 상품명 : 크라운 코코스낵 213g
- 제조사 : (주)크라운제과
- 브랜드 : 크라운제과



- 상품명 : 맛동산 프레첼맛 300G
- 제조사 : 해태에이치티비(주)
- 브랜드 : 맛동산



- 상품명 : 구워만든 곡물그대로 21 츠러스 144g
- 제조사 : (주)개미식품
- 브랜드 : 곡물그대로21

양신빵



- 상품명 : 포켓몬뮤츠의최종보스밀크롤80g
- 제조사 : (주)에스피씨삼립
- 브랜드 : 포켓몬



- 상품명 : 포켓몬피카피카바나나마들렌75g
- 제조사 : (주)에스피씨삼립
- 브랜드 : 포켓몬



- 상품명 : 끼리치즈브레드90g
- 제조사 : (주)에스피씨삼립
- 브랜드 : 끼리

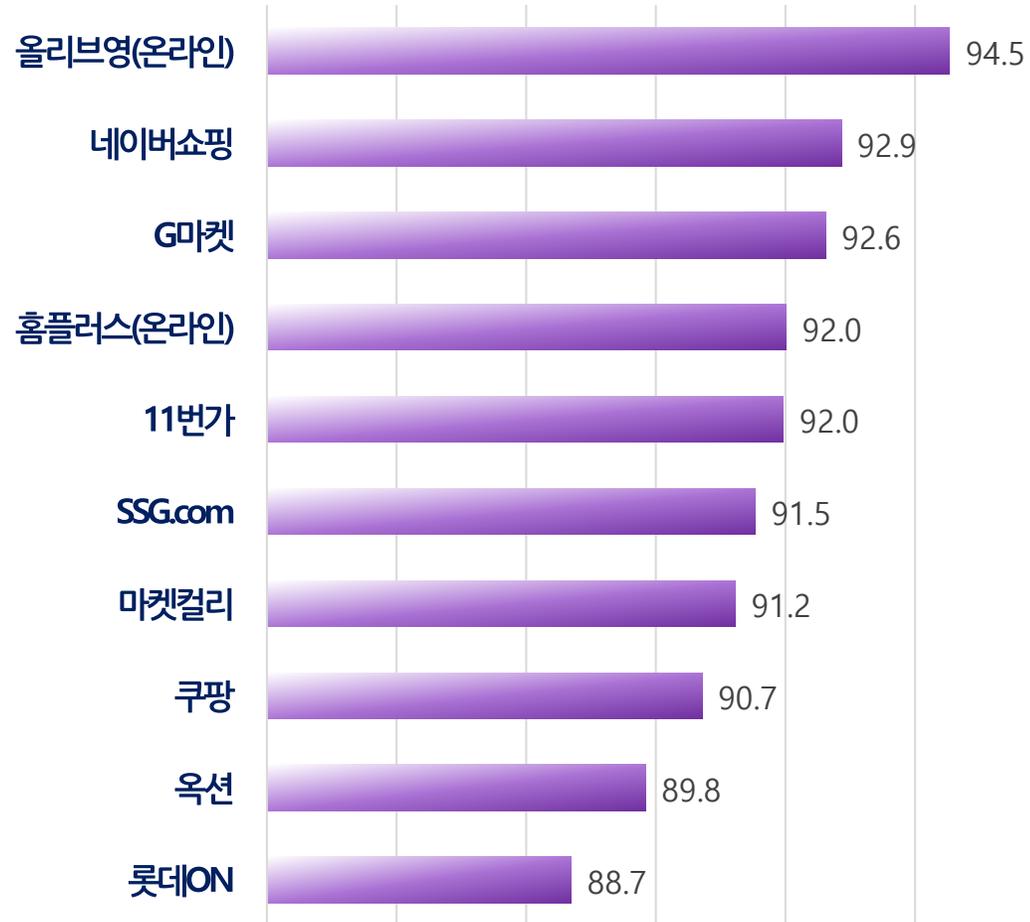
• 전체 채널(대형마트, 체인슈퍼, 개인슈퍼, 편의점, 조합마트) 신규 바코드 기준. 24년 4월 매출 상위 제품 (*PB 제품 제외)

• 데이터 구매 문의 : 강원민 (wmkang@marketlink.co.kr)

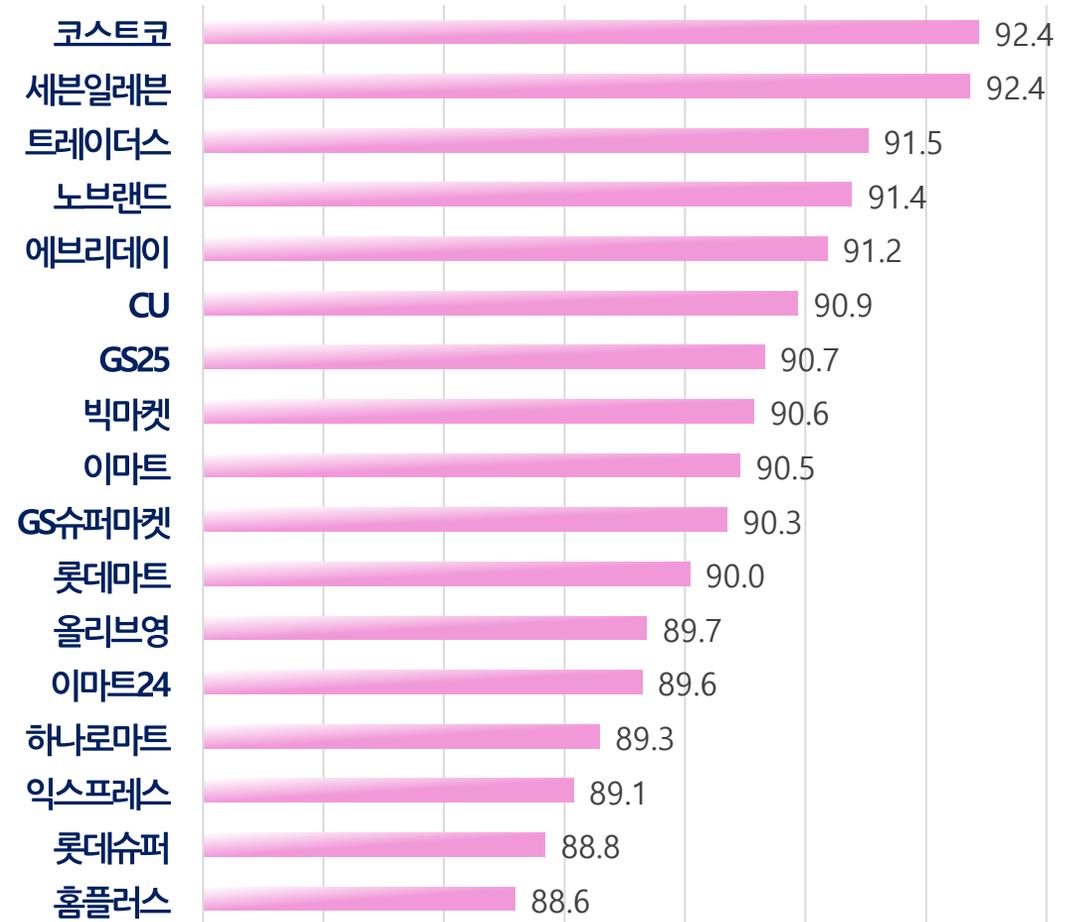
이미지 출처 : 각 브랜드 홈페이지 및 온라인 쇼핑몰

4.2 스위버) 구매 인증 기반 유통사별 만족도

온라인 유통 채널 만족도



오프라인 유통 채널 만족도



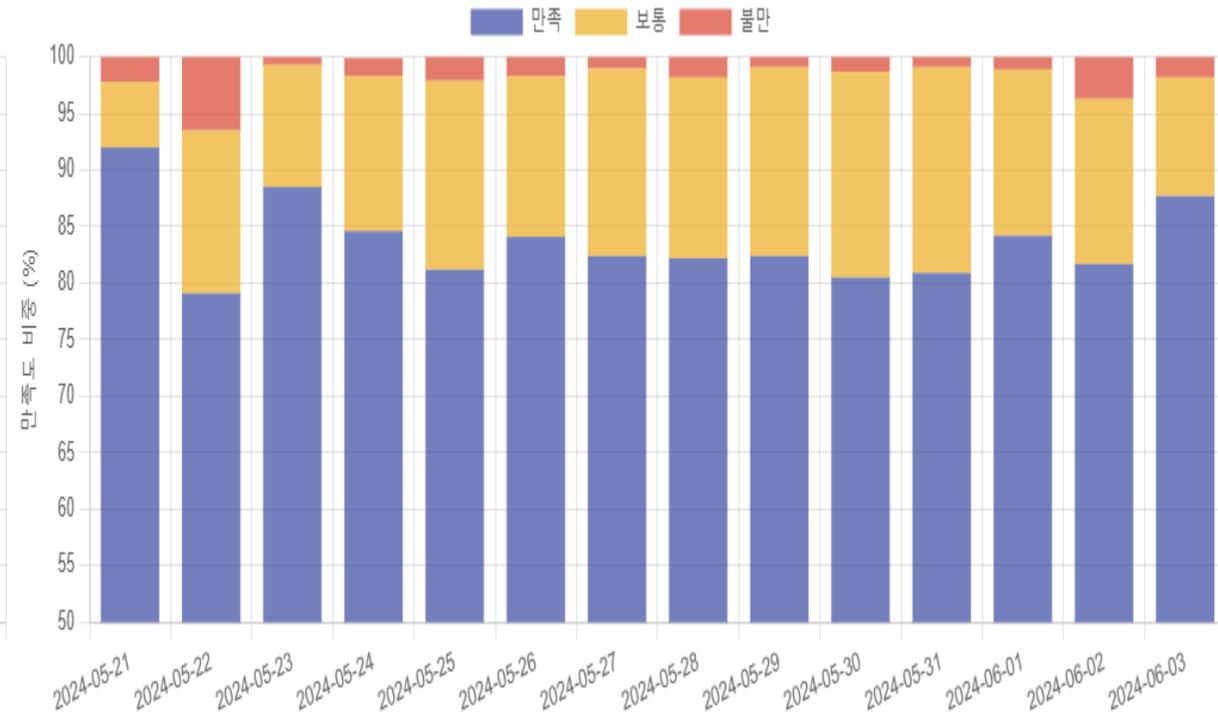
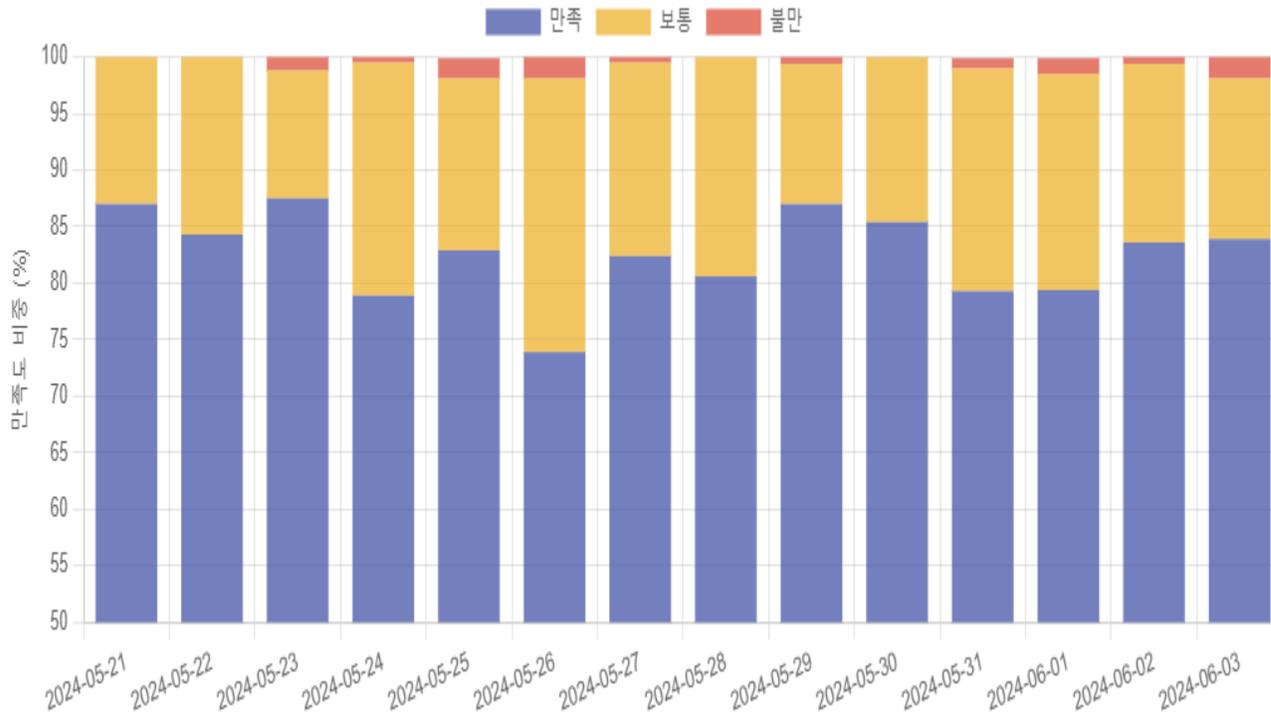
* 분석기간 : 2024년 5월1일 ~ 5월 31일

* 스위버 홈페이지(sweiver.co.kr)를 통해 구매 인증 기반의 유통 채널 및 상품 평가 요약 데이터를 오픈하였으며, 국내 최초로 상품을 구매한 주요 유통채널의 만족도 평가 데이터를 공개 중

4.2 스위버) 구매 인증 기반 유통사별 만족도

emart 만족도 트렌드

coupanng 만족도 트렌드



스위버 홈페이지(sweiver.co.kr)를 통해 구매 인증 기반의 유통 채널 및 상품 평가 요약 데이터를 오픈하였으며, 국내 최초로 상품을 구매한 주요 유통채널의 만족도 평가 데이터를 공개 중

4.3 앱마인더) 쇼핑앱 이용 순위 및 이용자 수

- 전반적으로 큰 변화는 없으나 '티몬' 앱의 이용순위와 이용자 수가 증가함
- 'AliExpress'와 'Temu' 앱의 순위와 이용자 수가 소폭 감소함

		24년 1월	24년 2월	24년 3월	24년 4월	24년 5월
 쿠팡	순위(변동)	10	10 (-)	10 (-)	10 (-)	11 (▼1)
	이용자 수	21,989,871명	22,130,983명	22,515,043명	22,620,675명	22,364,726명
 11번가	순위(변동)	26	25 (▲1)	24 (▲1)	24 (-)	24 (-)
	이용자 수	12,421,624명	12,387,841명	12,854,786명	13,289,099명	13,338,747명
 G마켓	순위(변동)	36	38 (▼2)	41 (▼3)	41 (-)	36 (▲5)
	이용자 수	9,605,022명	9,184,717명	8,494,795명	8,556,242명	9,644,389명
 티몬	순위(변동)	48	48 (-)	44 (▲4)	42 (▲2)	46 (▼4)
	이용자 수	7,846,172명	7,773,786명	8,115,340명	8,434,781명	8,332,389명
 AliExpress	순위(변동)	87	77 (▲10)	53 (▲24)	52 (▲1)	59 (▼7)
	이용자 수	5,086,056명	5,472,238명	7,268,803명	7,300,532명	6,973,882명
 옥션	순위(변동)	75	76 (▼1)	93 (▼17)	91 (▲2)	74 (▲17)
	이용자 수	5,588,125명	5,472,539명	4,901,333명	4,943,857명	5,809,621명
 Temu	순위(변동)	128	127 (▲1)	95 (▲32)	95 (-)	109 (▼14)
	이용자 수	3,249,635명	3,328,594명	4,859,069명	4,840,110명	4,250,884명

- 24년 1월 ~ 24년 5월 앱마인더(www.appminder.co.kr) 기준 사용량 순위, 이용자 수
- 데이터 구매 문의 : 박태진 (tjpark@marketlink.co.kr)

마케팅 데이터 상품 소개(1)

Triangle Market Analytic

마케팅 TMA (Triangle Market Analytic) 서비스는 상품분석, 고객 구매 행태 분석 및 특정 유통사 개별 실적을 Package 형태로 제공하여 비즈니스의 핵심 지표를 Quick하게 통합 분석을 할 수 있도록 지원합니다

