

UX 디자인

# 못난이 농산물 활성화 시스템

“몬나니팜”

3조

이가영 이강빈 이수민

# INDEX

01

DISCOVER

Research  
Interview  
Seed idea

02

DEFINE

Persona  
Stakeholder  
map  
Clustering  
Concept brief

03

DEVELOP

Value proposition  
map  
Service blueprint  
Service prototype  
Storyboard of  
service design

04

DELIVER

Business model  
canvas  
Service branding  
Expectancy effect

# Overview

<못난이 농산물?>

: 맛과 영양에 문제가 없지만, 규격에 맞지 않아  
버려지는 농산물



이런 못난이 농산물의 **활성화**를 통해  
**사회적, 환경적 문제를 해결**하는데 기여

## 주제 선정 이유

조원 중 이가영 양이 부모님과 시장에 갔는데 일반 농산물들과 달리 못난이 농산물은 팔리지 못하여 한쪽에 방치되어 있는 모습을 보았다. 그러다가 맛남의 광장이라는 프로그램에서 규격에 맞지 않아 폐기 위기인 농산물을 백종원씨가 여러 가지 방법을 활용하여 판매하는 에피소드가 있다. 그걸 보고 못난이 농산물을 싸게 판매할 수 있는 플랫폼을 만들어서 생산자와 소비자를 바로 연결시켜주면 좋겠다고 생각하여 최종 주제로 선정하였다.



01

## Discover

Research

Interview

Seed idea



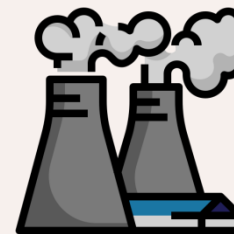
## Research : 문제 발견

“전 세계농작물 중 1/3은 진열대에  
오르기도 전에 ‘못생겨서’ 버려진다.”

- 유엔식량농업기구(FAO) (2017)



못난이 농산물



대부분 수분을 많이 함유해서 쉽게 부패

심각한 악취, 수질오염, 온실가스 배출

→ 환경오염 심화

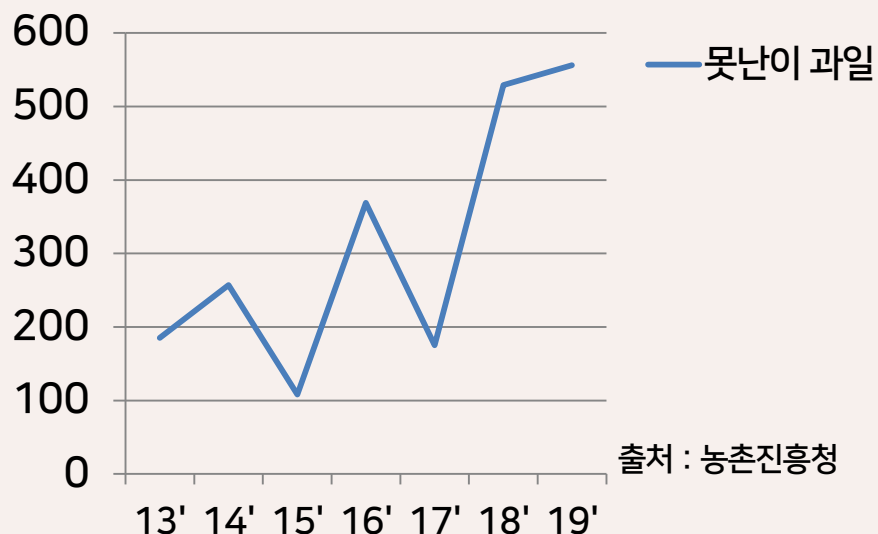
## Research : 뉴스 기사

“과일·채소 ‘못난이’ 판정에 농가소득 연간 최대 5조 날아간다.”



출처 : 서울신문  
(2020.08.24)

## Research : 뉴스 기사



## G마켓 못난이 농산물 판매 신장률

품목	신장률
'못난이' 키워드 들어간 신선식품 전체	25%
못난이 감자	439%
못난이 당근	285%
못난이 배	198%
못난이 고구마	93%

※ 기간: 최근 한달(11월15일~12월15일) 기준 전년 동기 대비  
이베이코리아 제공

- 못난이 과일(사과+배)의 가구당 연간 구매액 :  
108원 (15') → 175원 (17') → 556원 (19')

- G마켓에서 '못난이' 키워드를 포함한 신선식품  
매출은 전년 대비 25% 증가

**못난이 농산물에 대한 사람들의 관심과 수요에 비해서  
판매, 구매방식의 활성화가 부족**

## Research : 식품 트렌드의 변화

### 푸드 리퍼브(Food Refurb)



가치를 잃은 상품



다양한 활용



새로운 식품

상품 가치를 잃어 버려지는 음식에 대한 소비자의 인식이 달라짐  
소비자들은 그것을 전 지구적 낭비이자 환경 문제의 하나로 인식

## Research : 식품 트렌드의 변화

## 국내 사례



로렌츠 : 반려동물 간식 로렌츠 스틱에 300g 이상의  
왕 고구마를 사용 (상품성을 위한 고구마의 무게는  
150g~300g)

지구인 컴퍼니 : 못난이 농산물을 재료로  
가공식품을 만들어 판매

못난이 농산물과 못생긴 과일로 만든 주스를 온라인으로 판매

## Research : 식품 트렌드의 변화

## 국외 사례

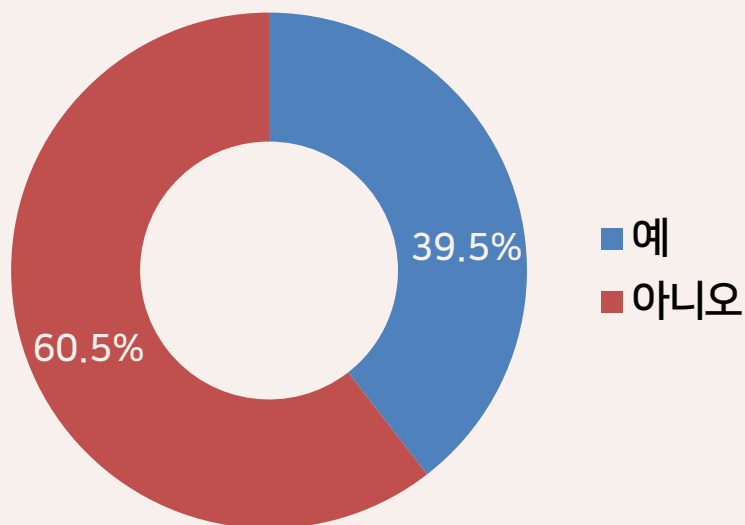


아스다(Asda) : 영국의 대형 유통 업체 중 하나로, 못난이 채소 상품 박스인 'Wonky Veg Box'를 판매  
 인터마르쉐 (Intermarche) 월마트(Wal mart) : 못난이 농산물을 일반 채소 보다 30~50% 저렴하게 판매

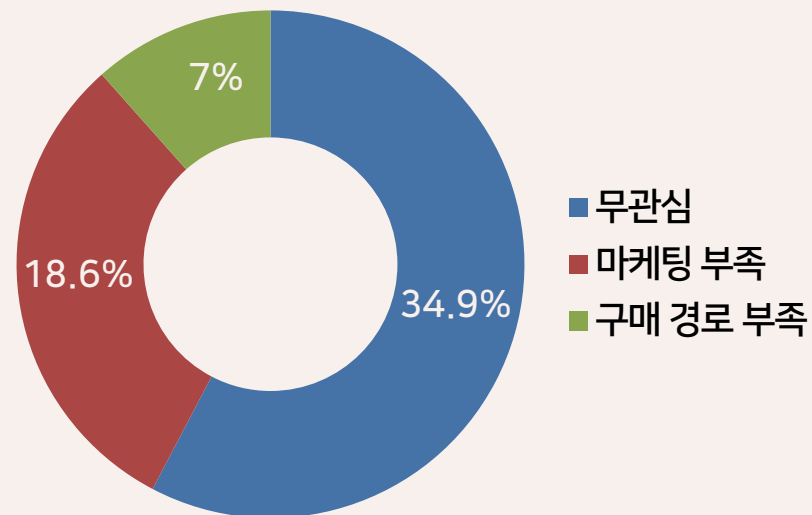
못생긴 채소에 대한 캠페인과 판촉 행사를 시행

## Research : 소비자 설문 조사

Q. 못난이 농산물에 대해 알고 있습니까?



Q. 모른다면 그 이유는 무엇입니까?

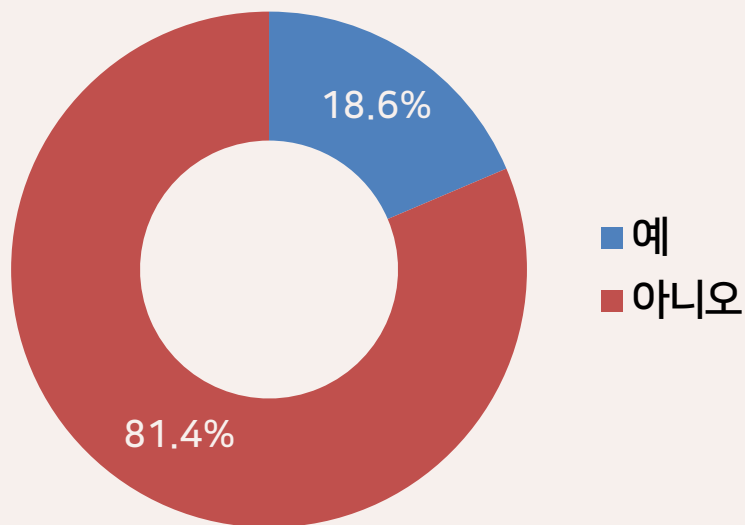


출처: 네이버 폼 설문조사 (43명)

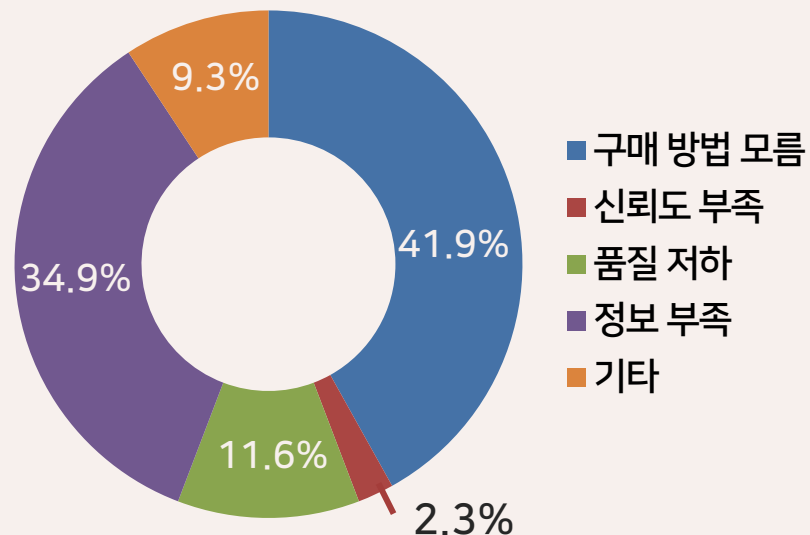
= 못난이 농산물(비규격품 농산물)에 대한 사람들의 **관심 부재**

## Research : 소비자 설문 조사

Q. 못난이 농산물을 구매해 본 적이 있습니까?



Q. 구매한 적이 없다면 그 이유는 무엇입니까?



출처: 네이버 폼 설문조사 (43명)

= 못난이 농산물(비규격품 농산물)의 구매 방법 생소

## Research : 기존 어플 분석 (1)



# aTKAMIS

## 농수산물 가격정보(KAMIS)

### 식량작물 가격정보 제공

### 품목별 도매, 소매 정보 조회

### 일일, 주간 거래 동향 조회

### 제철 농산물, 성수기 정보 조회

### 친환경 정보 제공

### 유통 실태 실시간 확인



## Research : 기존 어플 분석 (2)



# 돌쇠네농산물

## 돌쇠네 농산물

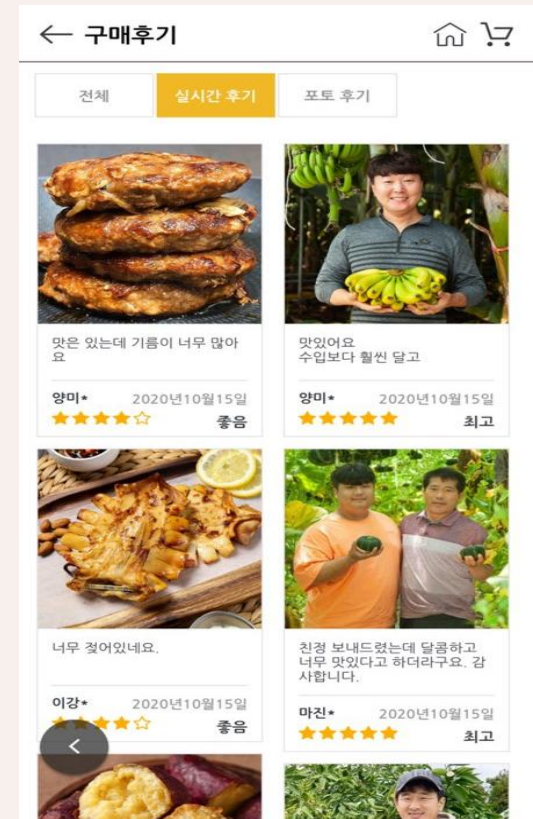
농수산물 직구 오픈 마켓  
합리적인 가격으로 공동구매

카테고리 별 인기상품

특가 할인, 한정수량 상품

실시간 구매후기 조회

마이페이지 기능으로 관리 용이



## Research : 기존 어플 분석 (3)



카테고리 별 분류 기능

농, 축, 수산물 가격 정보 제공

산지 직송으로 신선함 제공

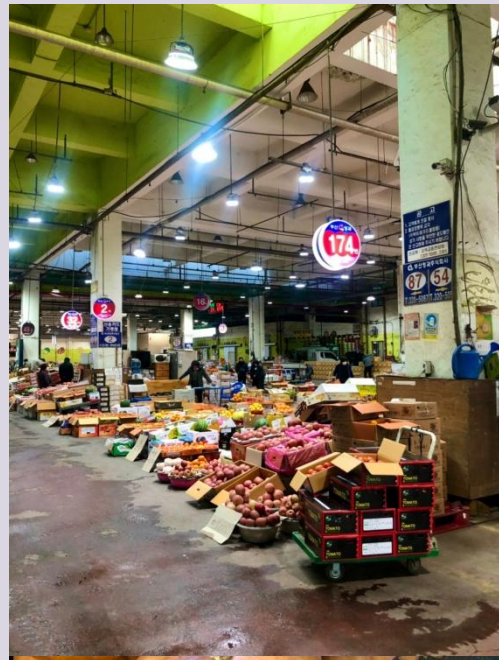
빠르고 간편한 주문 기능

다양한 건강 먹거리 정보

개인 장바구니 담기로 편리성



## Research : 현장 조사



## Interview : 농가운영자와의 인터뷰



Q1. 농가 일을 하시면서 특별히 어렵거나 힘든 점이 있으신가요?

농산물을 한번 수확할 때마다 많은 수확량이 나오는데 그 중 못난이 상품이 차지하는 비율이 전체 **약 30%** 정도 된다. 못난이 상품은 소비자들에게 **비인기 상품**이고 소비자들이 선호하지 않기 때문에 **소량만 출하**시킨다. 그래서 못난이 상품 처리 문제에서 어려움을 겪고 있다.



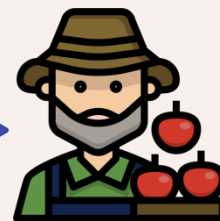
52세 남성  
사과농장 주인

## Interview : 농가운영자와의 인터뷰



Q2. 못난이 상품들을 어떻게 처리하시나요?

못난이 상품은 기존의 A급 상품보다 **싼 값에 직거래**를 하고 있다. 하지만 소비가 적어 창고에서의 저장 기간이 길어져서 출하 시기를 놓치면 **폐기**하고 있다. **인건비** 때문에 수확 자체를 안 하기도 한다. 수확을 안 한 못난이 상품은 밭에 버려지는 것이다.



52세 남성  
사과농장 주인

Q2-1. 못난이 상품을 어떤 방식으로 판매하시나요?

저 같은 경우에는 **전부 직거래로 판매**하고 있다. 일반적으로 도매로 판매하게 되면 과정은 쉽지만, 판매가격은 상대적으로 저렴한데 **포장 비용** 같은 게 다 들어가니 손해다. 도매로 하는 경우에는 못난이 상품을 찾는 소비자가 없어 판매량이 없을 것이라 예상해 판로가 막혀 힘들기도 하다.

## Interview : 농가운영자와의 인터뷰



Q4. 이러한 어려움을 해소하기 위해  
어떤 서비스가 있으면 좋을 것 같나요?

농산물 유통구조 자체가 복잡하고 길다. 개인적으로 생산부터 관리, 유통, 판매까지 처리하려니 힘들고 어렵다.  
못난이 상품에 대한 소비자들의 소비를 촉진할 수 있는 서비스가 있으면 좋겠다.

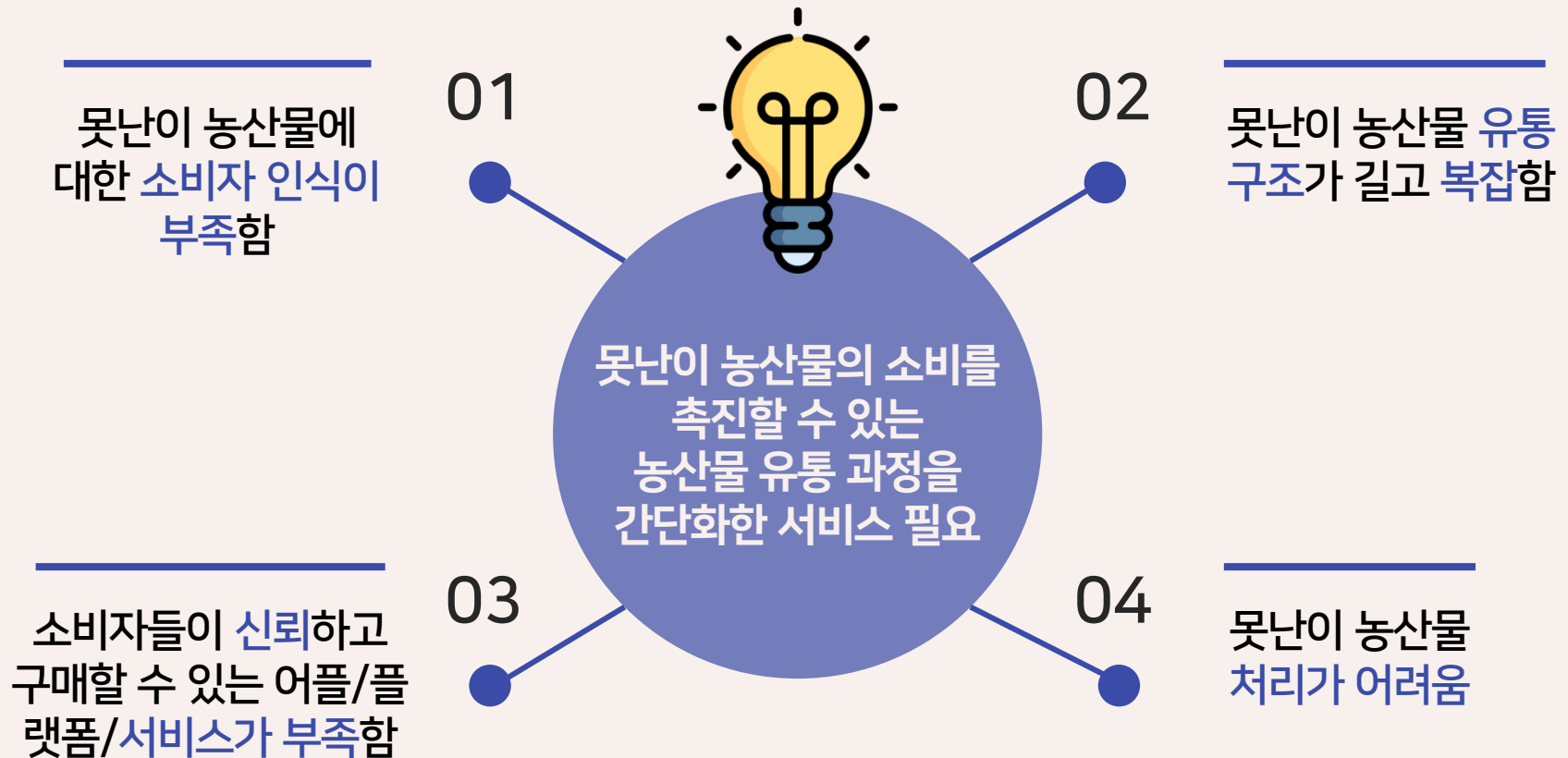


52세 남성  
사과농장 주인

## Seed idea : 도출



## Seed idea : 결론 도출





# 02

## Define

Persona

Stakeholder map

Clustering

Concept Brief



## Persona : 한태웅



"뻗속까지 농촌을 향한 사랑으로  
가득 차 있어요."

Age : 30

Work : 농부 / 15년 차

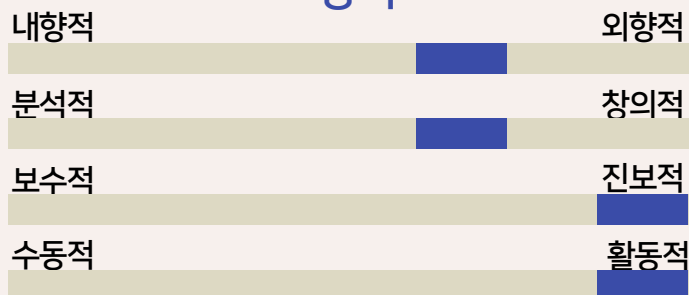
Family : 부모님

Location : 경기도, 안성

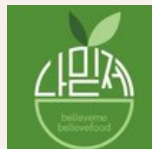
Character : 해맑은 리더형

사용자 정의 유형 : 정직한 판매자  
/넘치는 인심

### 성격



### Brands



## 목표와 니즈

- 못난이 농산물 폐기량 줄이기
- 유통 과정이 간단한 서비스를 이용하여 고생 최소화 하기
- 상품에 대한 소비자들의 의견/후기 받기

## 불만사항

- 열심히 키운 농산물이 규격에 맞지 않다는 이유로 버려지는 게 아까움
- 못난이 농산물을 판매하고 싶지만 활성화된 서비스가 부족함
- 농산물 유통 과정이 복잡하여 혼자서 일하기 쉽지 않음

## 라이프 스타일

한태웅씨는 농사 15년 차로 농사일에는 베테랑이다.

직접 농사를 짓고 때에 맞춰 수확하여 상품을 분류한다. A급 상품은 농산물 시장을 통하여 판매하고 있다. 그러나 흔히 B급 상품이라 하는 못난이 농산물은 처치곤란이다. 창고에 쌓여 폐기 위기인 못난이 농산물을 소비자에게 저렴한 가격에 판매하고 싶어한다.

하지만 소비자들과 직접 소통할 수 있는 수단이 마땅치 않고, 기존 서비스는 활성화되어 있지 않아서 인지도와 신뢰성이 떨어진다. 또한 혼자서 유통, 판매 일을 하다 보니 복잡하고 지친다. 그래서 보다 더 신뢰성 있고 간단하게 판매할 수 있는 서비스를 필요로 한다.

## Persona : 한혜진



"뽕속까지 농촌을 향한 사랑으로 가득 차 있어요."

Age : 43

Work : 주부

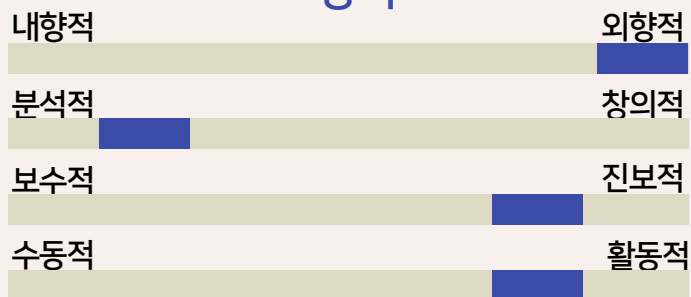
Family : 남편, 자녀

Location : 서울특별시

Character : 엄격한 관리자형

사용자 정의 유형 : 채식주의자/  
완벽주의자

### 성격



### Brands



### 목표와 니즈

- 농산물을 편리하게 구매하기
- 합리적인 소비하기
- 신뢰하고 구매할 수 있는 어플/플랫폼 필요

### 불만사항

- 매번 농산물을 직접 구매해야 하는 일이 번거로움
- 농산물을 매일 먹기 때문에 굳이 좋은 상품을 비싼 가격으로 구매할 필요 없다고 생각함
- 현재 농산물 관련 어플/플랫폼은 신뢰성이 부족하여 선뜻 구매하지 못함

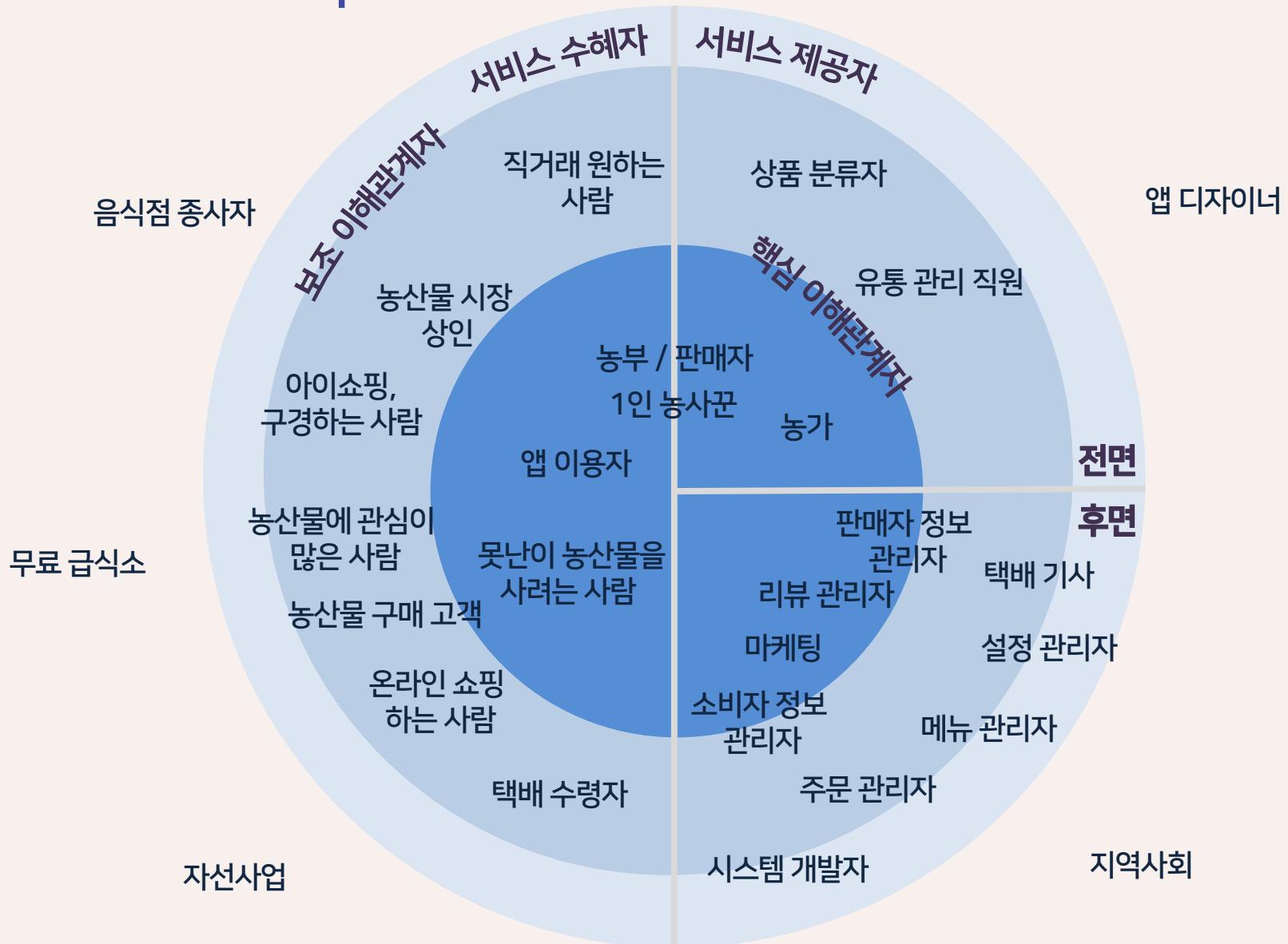
### 라이프 스타일

한혜진 씨는 건강을 중요시하는 평범한 주부다.

건강 관리를 위해 식단을 주로 채식/과일로 구성한다. 자신의 식단 뿐만 아니라 가족들의 식사에 쓰이는 채소를 직접 구매하고 있다. 그러나 매번 채소/과일을 구매하는 일이 만만치 않아 최근 들어서는 채소를 대량으로 구매할 수 있는 어플이나 플랫폼을 검색하고 있다.

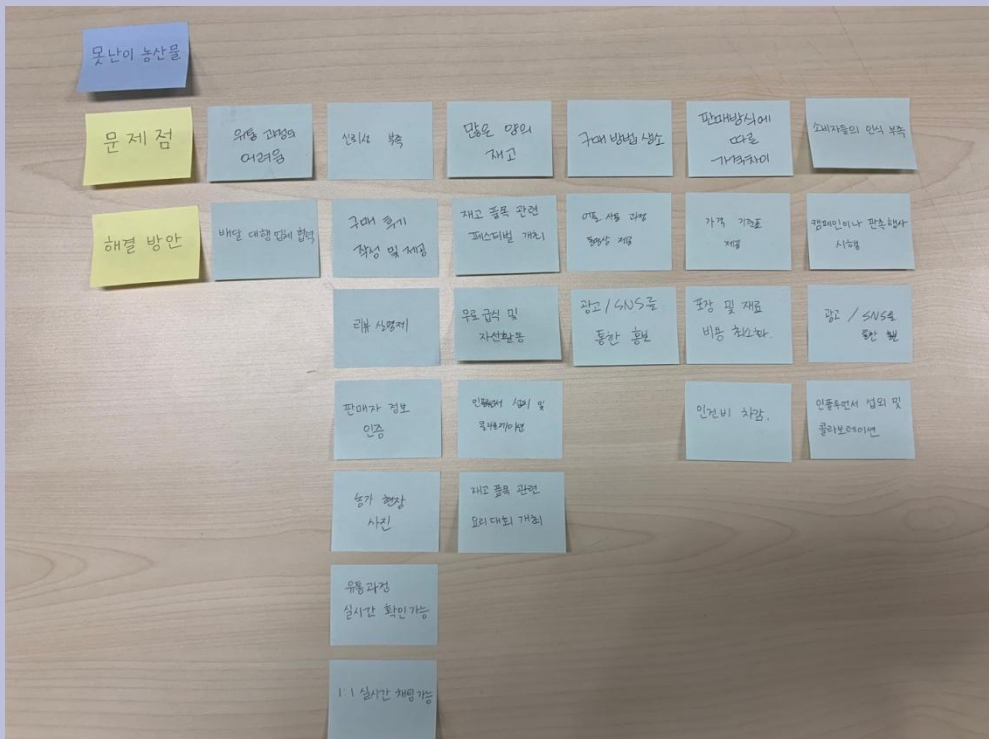
채소/과일을 매일 먹기 때문에 굳이 좋은 상품이 아니더라도 상관없고, 무엇보다 편리한 구매를 원한다. 합리적인 소비를 할 수 있으며, 믿고 구매할 수 있는 어플이나 플랫폼을 찾고 싶어 한다.

## Stakeholder map



# Clustering : 못난이 농산물

## 진행 과정

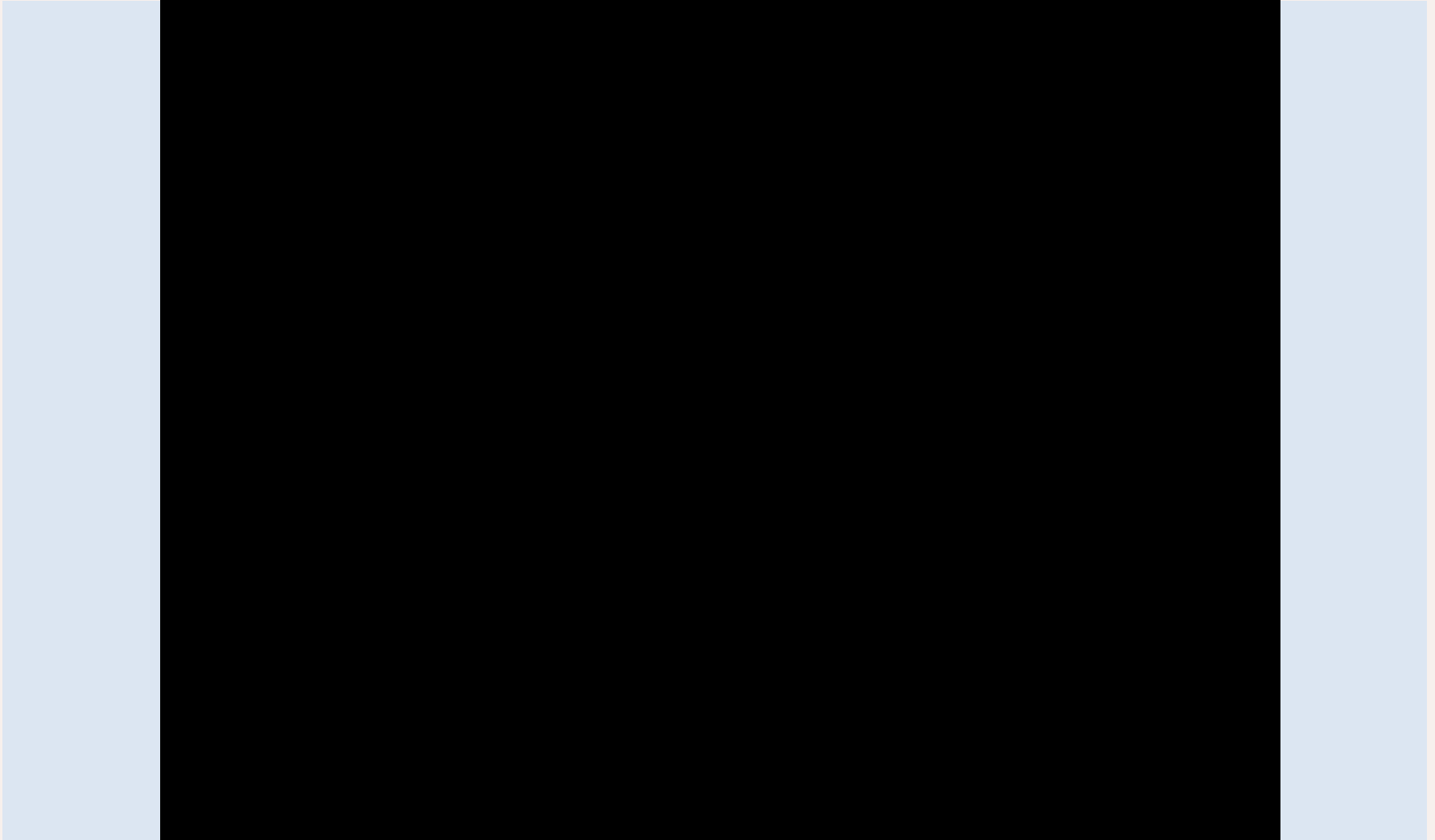


못난이 농산물 판매, 구매를  
활성화 시킬 순 없을까?

현 문제점 파악

못난이 농산물 관련  
문제점들의 해결방안 도출

## Clustering : 못난이 농산물



## Concept Brief : 판매자 정보 인증

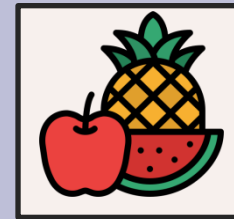
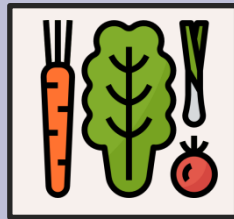
### 판매자 정보 인증 서비스



<판매자 프로필>

-농가사진  
-전화번호 등

소비자는 판매자 프로필을 보고 자신이  
구매하고 싶은 판매자를 선택할 수 있음



+ 앱을 통해 자신이 구매하고자 하는 못난이 **상품 정보나 실제 사진**을 볼 수 있음



# 03

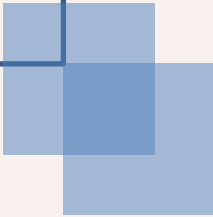
## Develop

Value proposition  
map

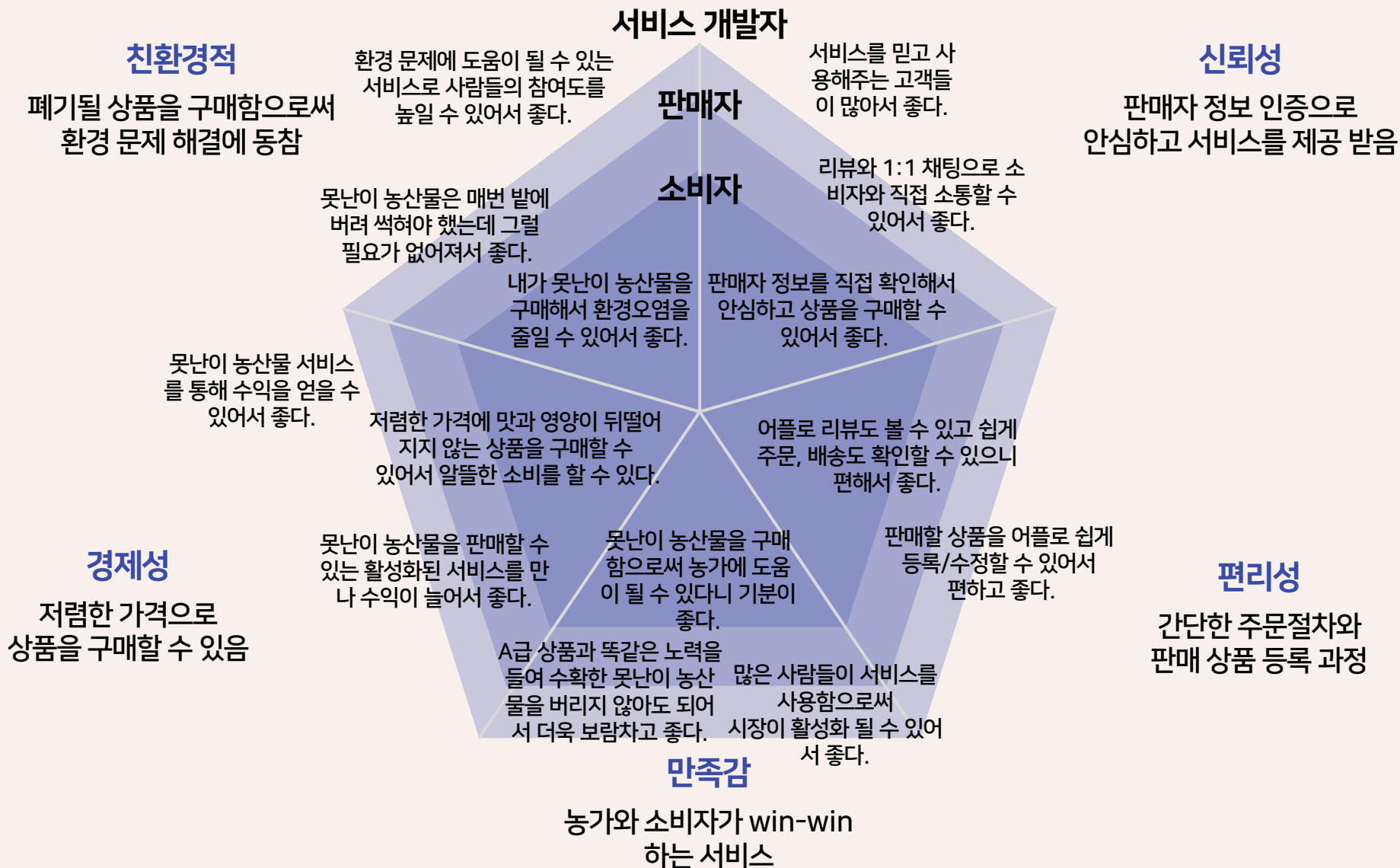
Service blueprint

Service prototype

Storyboard of  
service design



## Value proposition map



## Service blueprint

## BLUEPRINT FOR APP SERVICE

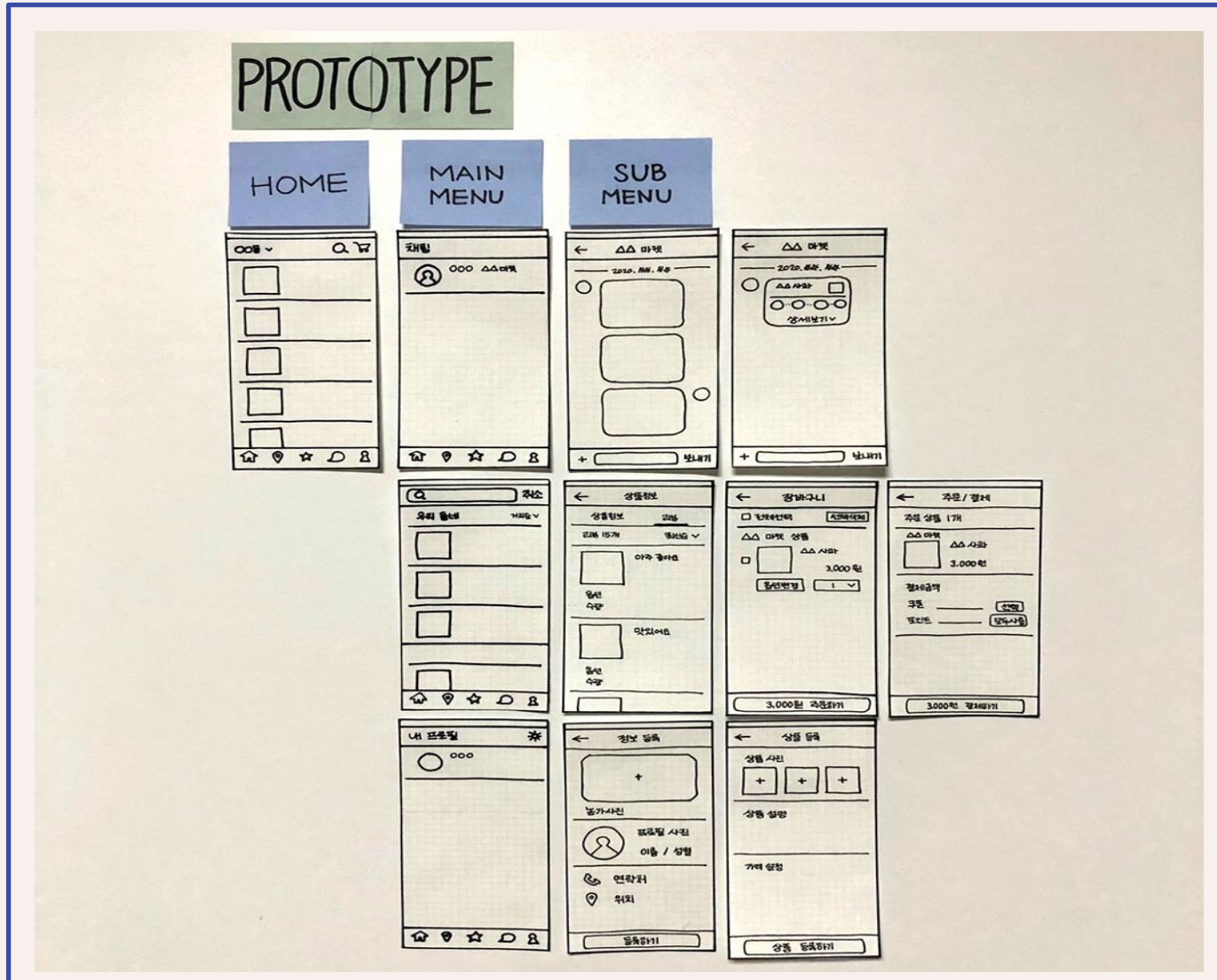
	판매자		소비자		
PHYSICAL EVIDENCE	몬나니팜 어플	상품등록	검색	장바구니	구매
CUSTOMER ACTIONS	농산물 어플 검색	상품 등록 기능을 발견	구매할 농산물 검색	상품 상세 설명 보기	장바구니로 이동
	어플 다운로드	상품 정보, 사진 등 입력	랭킹, 지역별 카테고리 선택	옵션 선택	쿠폰, 포인트 사용
	판매자 정보 입력	등록 완료	농가 선택	장바구니 담기	결제
ONSTAGE EMPLOYEE ACTIONS	소비자들의 관심을 유도하기 위한 자세한 설명	자세한 상품 설명 및 실제 사진 올리기	지역별 랭킹, 추천 농가 정보 제공하기	상품을 임시로 담을 수 있는 장바구니 기능 제공	쿠폰, 포인트 선택 여부 알림 제공
BACKSTAGE EMPLOYEE ACTIONS	어플 유지 및 관리		랭킹 업데이트 및 관리	장바구니 관리	쿠폰, 포인트 관리
	판매자 정보 관리	상품 정보 관리	검색창 관리		결제 수단 관리
SUPPORT PROCESS	어플 디자인 및 개발	상품 데이터 업데이트	빅데이터를 이용한 추천 시스템 구축		전자 결제 시스템 구축

## Service blueprint

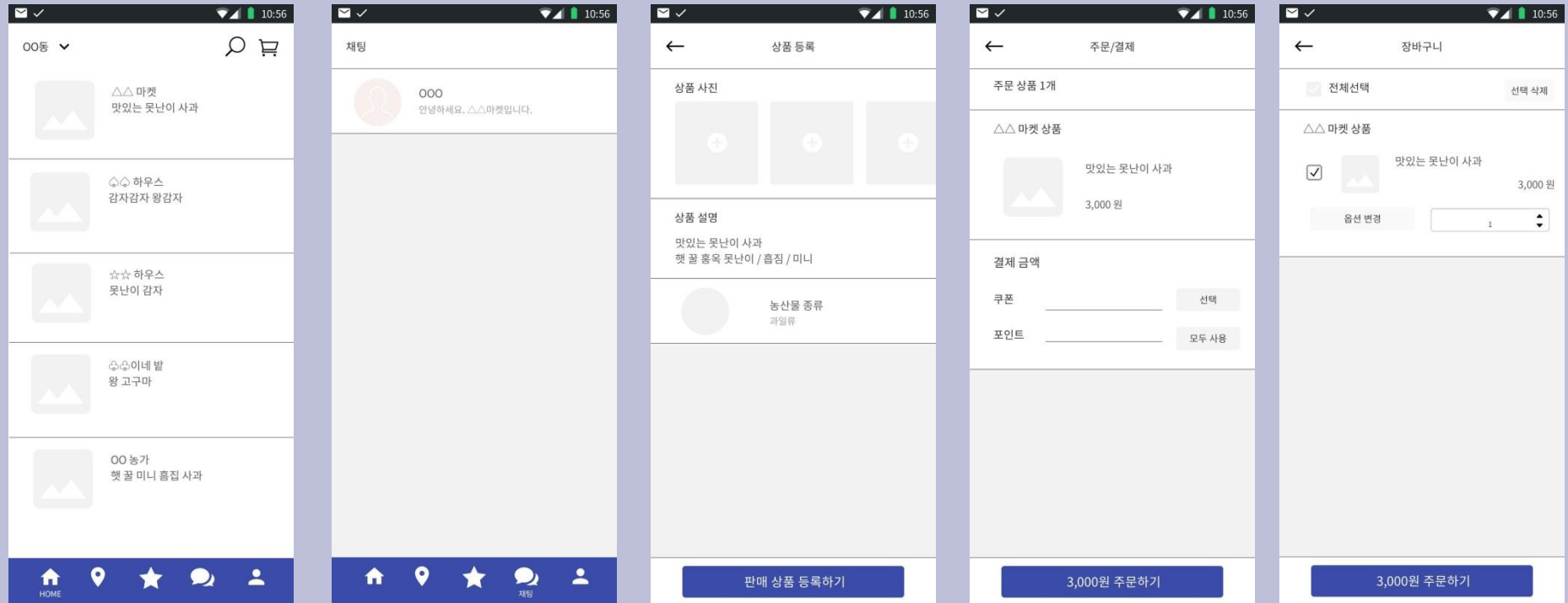
## BLUEPRINT FOR APP SERVICE

	소비자			판매자	기타
PHYSICAL EVIDENCE	채팅	배송	리뷰	후기 관리	서비스 관리자
CUSTOMER ACTIONS	구매 정보 확인 문자 받음	배송 출고 알림 받음	상품을 받음	소비자 정보 확인하기	못난이 상품 페스티벌 공지
	1:1 채팅 기능 제공받음	배송 현황 확인하기	상품 상태 확인하기	소비자 후기 열람하기	페스티벌 포스터 제공
	문의사항 채팅 하기	상품 위탁 장소 선택하기	상품에 대한 리뷰 작성하기	소비자 동향 파악하기	페스티벌 참여 신청서 제공
ONSTAGE EMPLOYEE ACTIONS	1:1 채팅창 및 구매 확인 문자 제공	배송 출고 알림 및 현황 제공	소비자 리뷰 작성 페이지 제공	소비자들이 작성한 구매 후기 제공	못난이 상품 관련 페스티벌 홍보
BACKSTAGE EMPLOYEE ACTIONS	채팅창 관리	배송 과정 업데이트	리뷰를 점수별로 구분 관리	리뷰 관리	페스티벌 개최 장소 섭외
	구매 문자 관리	위탁 장소 선택 페이지 제공			못난이 상품 관련 활동 조사
SUPPORT PROCESS	채팅 시스템 구축	배송 업체 연결	리뷰 실명제 시스템 구축		SNS 홍보 페이지 제작

## Service prototype : low-fidelity prototyping



## Service prototype : high-fidelity prototyping



홈 화면

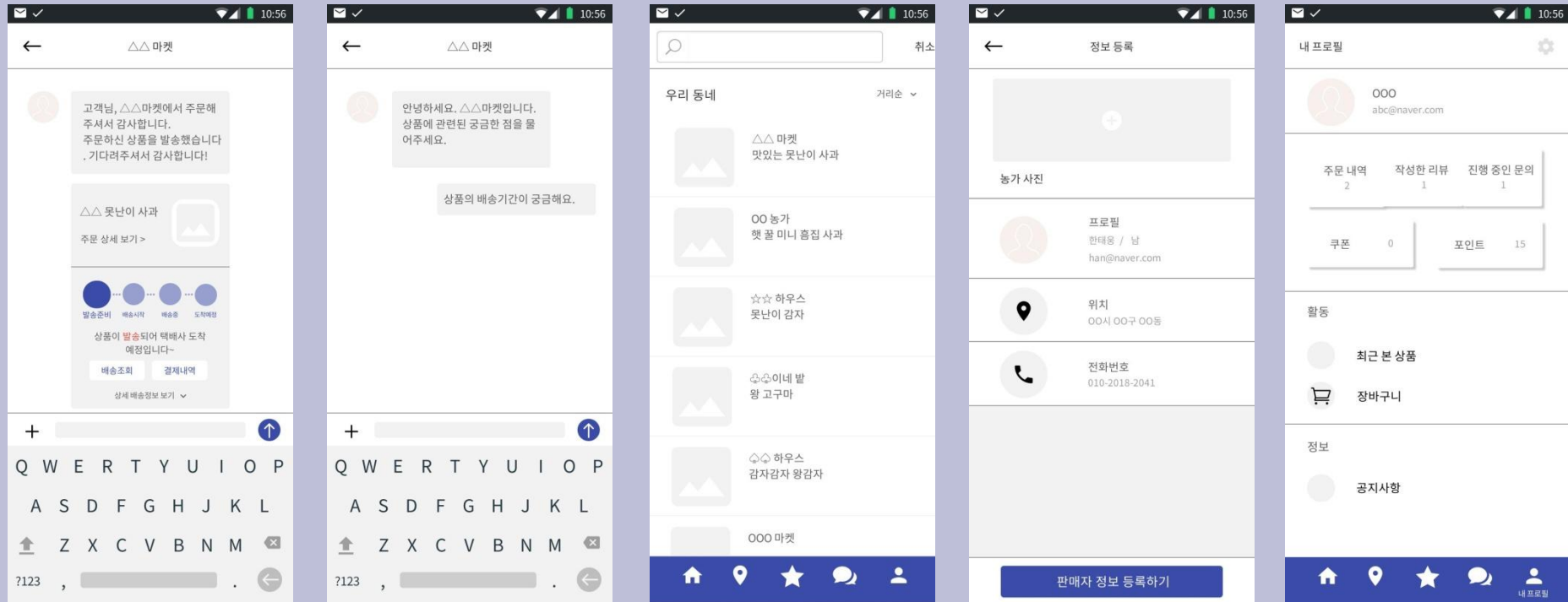
채팅 목록 화면

상품 등록 화면

주문/결제 화면

장바구니 화면

## Service prototype : high-fidelity prototyping



배송 알림 화면

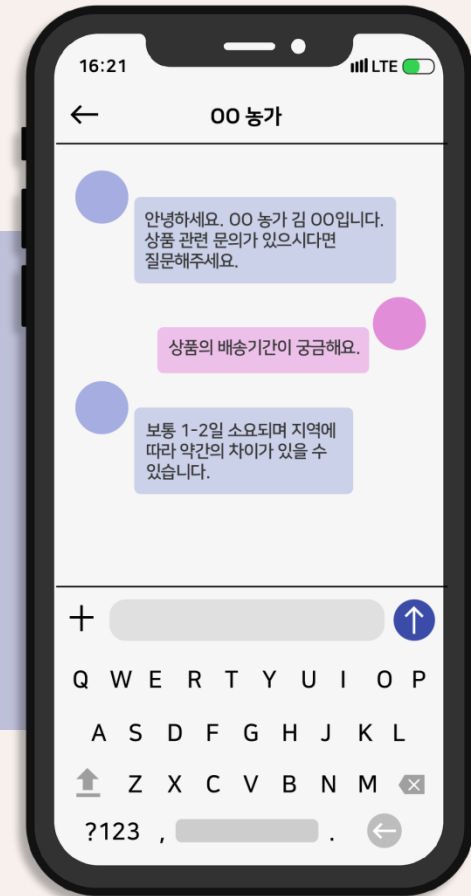
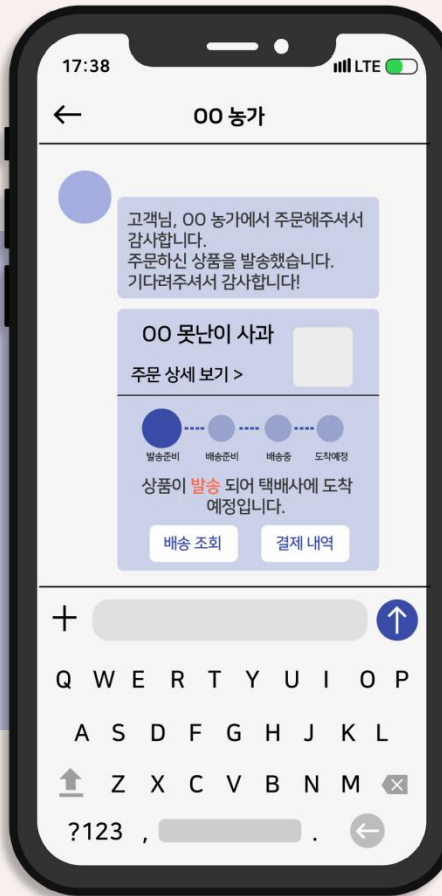
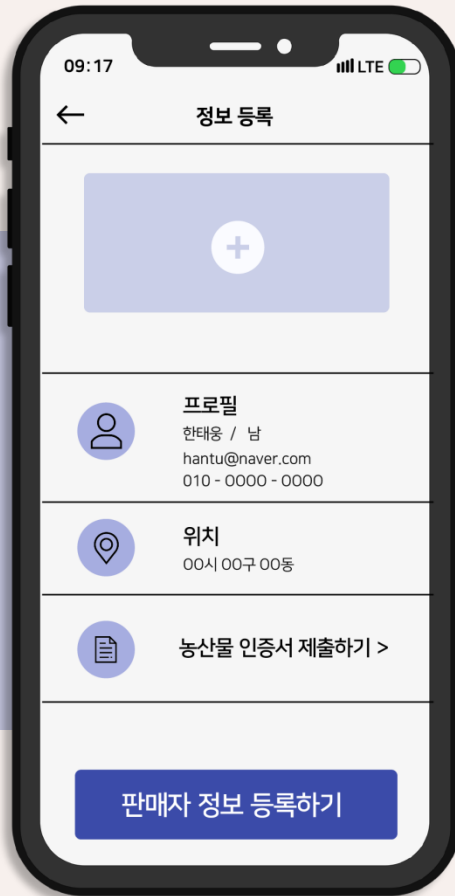
1:1 채팅 화면

검색 화면

판매자 정보  
등록 화면

프로필 화면

## Service prototype : high-fidelity prototyping



## Storyboard of service design

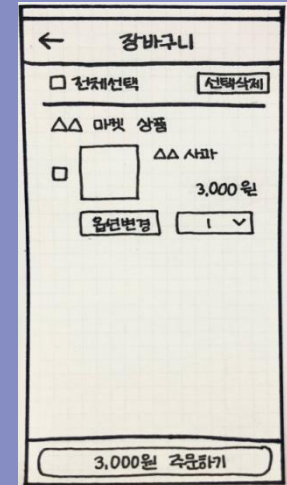
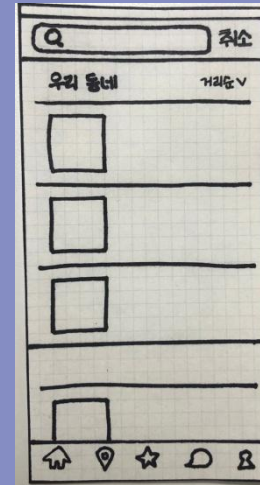
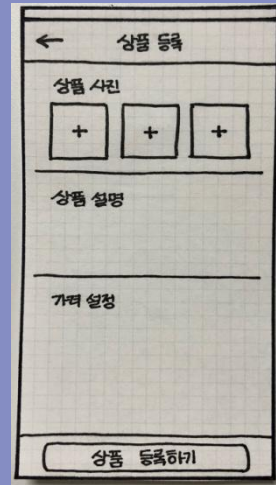
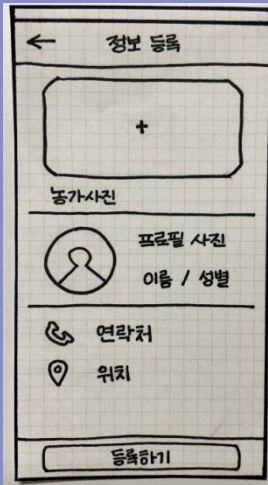
Phase 1. 판매자 등록

Phase 2. 상품 등록

Phase 3. 상품 검색

Phase 4. 장바구니

Photo



Action

판매자 정보를 인증할 수 있는 입력창을 제공한다.

실제 판매 상품의 사진을 등록할 수 있는 페이지를 제공한다.

소비자가 원하는 상품의 판매자 정보를 제공한다.

상품 선택 후 장바구니 여부를 묻는다.

Story

한태웅씨는 정보 인증을 통해 소비자들의 신뢰성을 높일 수 있어 만족한다.

농산물 실제 사진을 보여줄 수 있어서 소비자들의 더 많은 구매를 기대한다.

한혜진씨는 얼마나 다양한 상품이 있을지 기대하며 기다린다.

한혜진씨는 장바구니를 이용한 편리한 구매로 기분이 좋아진다.

## Storyboard of service design

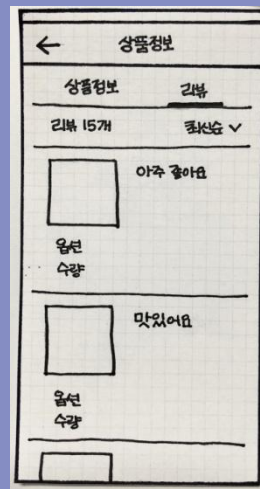
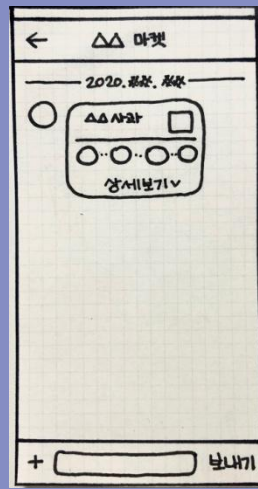
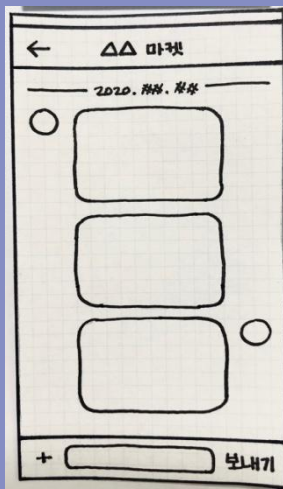
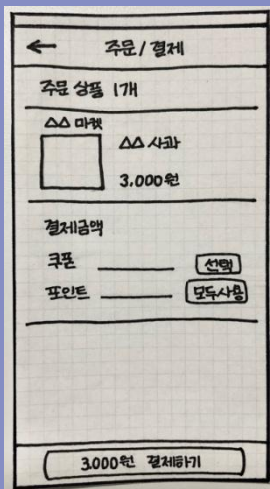
Phase 5. 상품 구매

Phase 6. 1대1 채팅

Phase 7. 상품 배송

Phase 8. 후기 관리

Photo



Action

소비자들에게 쿠폰이나 적립금 사용 여부를 제안한다.

구매정보 확인 문자를 발송하고 판매자와 1대1 채팅기능을 제공한다.

상품 출고 알림과 배송 현황 정보를 제공한다.

소비자들의 구매 후기 작성 및 정보를 제공한다.

Story

한혜진씨는 유용하고 편리한 결제 절차로 인해 기분이 좋아진다.

구매내역을 확인할 수 있고 언제든지 판매자에게 상품에 대한 문의를 할 수 있어 좋다.

한혜진씨는 상품의 도착 날짜와 시간을 확인한다.

소비자들의 구매 후기를 확인하고 소비자 동향을 파악한다.

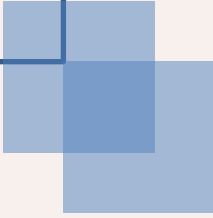


04

## Deliver

Business model  
canvas

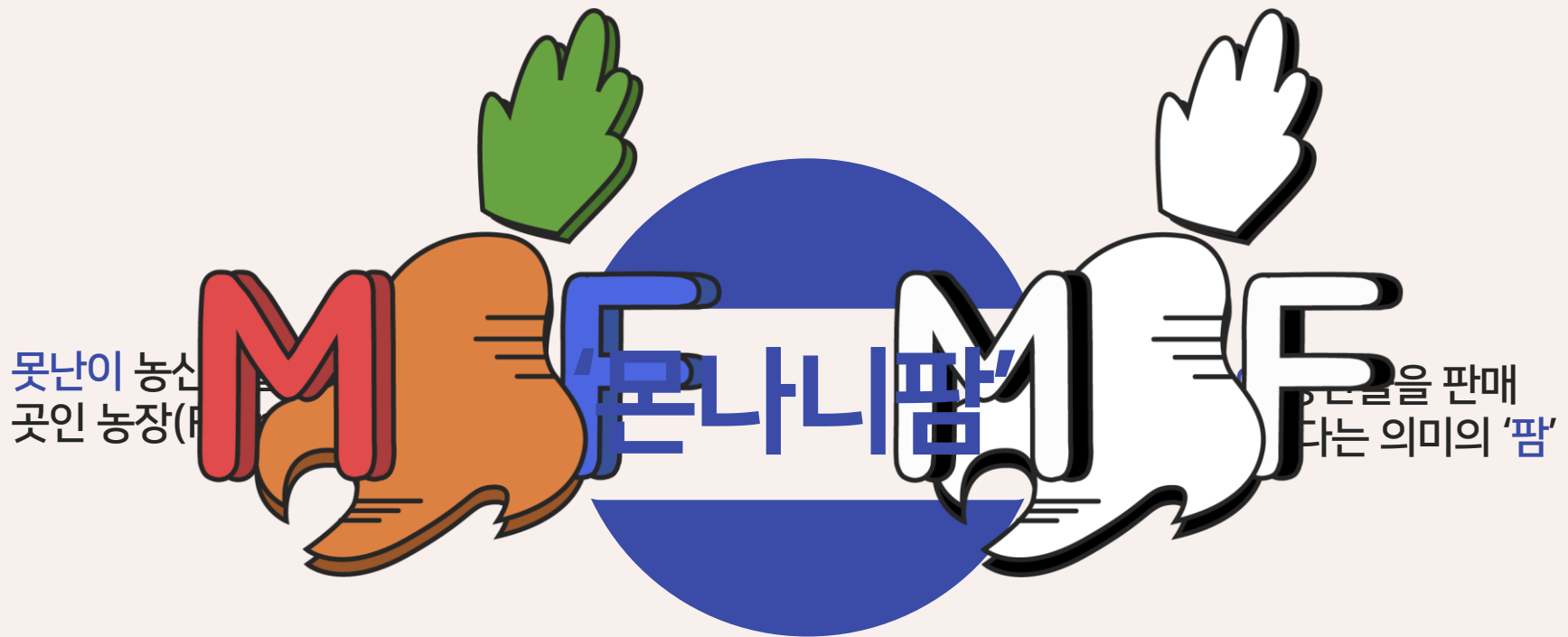
Service branding



## Business model canvas

핵심 파트너십	고객 관계	고객 세그먼트	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 농가</li> <li>- 배송 업체</li> <li>- 서비스 개발자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 채팅창</li> <li>- 검색창(랭킹, 지역별)</li> <li>- 추천(농가, 판매자)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 클라이언트 농산물 판매자 농산물을 구매하는 소비자</li> <li>- 일반인 과채류 소비 지출이 큰 사람 농산물 구매 절차가 복잡해서 싫은 사람 온라인 쇼핑이 편한 사람</li> </ul>	
핵심 활동	가치 제안	수익원	비용 구조
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 앱 구축 및 관리</li> <li>- 판매자 관리 (정보 인증, 승인, 등록)</li> <li>- 고객 관리(홍보)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convenience (간단한 절차)</li> <li>- Reliability (판매자 정보 인증)</li> <li>- Satisfaction (가치 소비)</li> <li>- Economical (저렴한 가격)</li> <li>- Eco-friendly (못난이 농산물 소비)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 리뷰 열람시 포인트 차감 (500포인트 차감)</li> <li>- 앱 내 광고 게시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고정 비용 앱 구축 비용 앱 유지 비용 운영진 급여 홍보 비용(SNS, 블로그)</li> <li>- 변동 비용 세금 카드 결제 수수료</li> </ul>
핵심 자원			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 앱 홍보</li> <li>- 앱 관리자</li> <li>- 농산물 관련 축제 홍보</li> </ul>			

## Service branding



Color version

B&W version

# Expectancy effect

함께하는 100년농협

## 제5회 농식품 파란 창입 아이디어 공모전

농식품 파란 창입 아이디어 공모전은 농식품 분야의 청년창업 활성화를 위한 다양한 창업 아이디어를 발굴·제공하여 성공적인 창업 및 사업화 지원과 함께 청년 일자리 창출에 기여하고자 합니다. 농식품 분야 창업에 관심이 있는 분들의 많은 참여를 바랍니다.

**당신의 상상이 현실이 되는  
농토피아(農+topia)!**

**참모자격**  
농식품 분야 창업에 관심 있는 만 39세 이하 청년(1981.1.1 이후 출생자)

**참모주제**  
① ICT 융합영농 창업 ② 농촌융복합산업 창업 ③ 귀농 귀촌 창업

**접수방법**  
농협디지털농업지원센터 홈페이지(nhparan.nonghyup.com) 서식 다운로드  
이메일 접수 nhparan@daum.net

**접수기간**  
2020. 10. 26(월) ~ 11. 30(월) 18:00까지

**시상내역**  
총상금 2,400만원

부문	표창	수상자	상금
대상	농협축산식품부장관상	1명(1등)	1,000만원
최우수상	농협중앙회회장상	1명(1등)	500만원
우수상	농협중앙회회장상	2명(1등)	300만원
창입상	농협디지털농업지원센터장상	3명(1등)	100만원

농협중앙회 | 농협디지털농업지원센터 | 농협축산식품부

2020 사회적경제혁신성장사업

## 다붓다붓 아이디어 공모전

2020.11.2 - 2020.12.11

[다붓-하다] 매우 가깝게 붙어 있다

**참모주제**

- 아이디어 부문 : 지역사회 문제를 해결하는 사회적경제기업 창업 아이디어
- 홍보영상 부문 : 사회적 혁신(사회기업 관련 사업)가치를 전달할 수 있는 5분 이내 영상 (자세한 내용은 상세페이지 참조)

**참모자격**

- 지역경제 발전에 관심 있는 대한민국 국민 누구나 참여 가능 (개인 or 3인 이내 팀으로 참가)

**참모일정**

- 신청 접수 : 2020년 11월 2일 ~ 2020년 12월 11일
- 결과 발표 : 2020년 12월 23일 (공식 SNS)

**접수방법**

- 공식블로그에서 참가신청서 다운로드
- 아이디어 부문 : A4 10장 이내, 양면(1~2쪽) 필수
- 홍보영상 부문 : 5분 이내 영상 업로드 URL 제출
- 이메일 접수 : cb\_event@naver.com

**시상내역**

구분	시상 규모
대상 (총 1명, 부문별 각 1명)	상장 및 상금 100만원
최우수상 (총 2명, 부문별 각 1명)	상장 및 상금 50만원
우수상 (총 4명, 부문별 각 2명)	상장 및 상금 25만원

**문의사항**

- Tel : 02) 2138-6472
- E-mail : cb\_event@naver.com

사회적경제 혁신성장사업 | 산업통상자원부 | KIST

