

"배민과 함께하는 더 나은 일상의 변화" 프로젝트

1 크리에이티브 영상 부문

주제1 '세상 모든 것이 식지 않도록' 배민 [브랜드 미션] 영상 제작

□ 제안배경

- 배민은 '세상 모든 것이 식지 않도록'이라는 브랜드 미션 아래, 음식 배달을 넘어 고객·파트너·라이더가 함께 성장하는 배달 생태계를 만들어가고 있음
- 배민은 사장님을 위해 배민아카데미(사업 노하우 교육)·배민외식업광장(외식업 정보 커뮤니티)을, 라이더를 위해 배민개러지(라이더 교육공간) 등을 운영하며 파트너·라이더의 성장을 지원해왔음
- 그러나 고객에게 배민은 여전히 '음식을 배달해주는 서비스'로만 인식되는 경우가 많으며, 배민이 배달을 매개로 더 많은 사람들의 삶에 밀접하게 연결되어 있다는 사실이 체감되지 않는 상태임

□ 기대방향

- 배민은 브랜드 미션 수립 후 사장님·라이더 등 다양한 사람들과 함께 성장하며 더 나은 배달 생태계를 만들어가고 있음. 배민이 단순한 음식 배달 서비스를 넘어 더 넓은 역할과 가치를 만들어가는 브랜드임을 전달할 수 있는 영상을 기대함
- 본 과제는 '세상 모든 것이 식지 않도록'이라는 브랜드 미션을 바탕으로, 배달을 통해 연결되는 사람들의 노력과 성장, 관계와 가치를 조명하여 '배달 이상의 배민'을 전달하는 브랜드 필름 제작을 목적으로 함

□ 참고자료 *각 참고자료 제목 클릭

- [배민 브랜드 미션 소개](#)
- 파트너 : [배민아카데미](#) / [배민외식업광장](#) / [배민파트너페스타](#)
- 라이더 : [배민라이더페스타 영상](#)

주제2 2030 소비 일상에 변화를 준 배민 [커머스]의 브랜드 필름

□ 제안배경

- 2030세대의 소비 패턴은 빠르게 변화하고 있음. 정해진 예산 안에서 필요한 만큼만 소량으로, 실속 있게 소비하려는 성향이 커지고 있음. 다만, 가격이 저렴하더라도 품질에 대한 기준은 낮추지 않는 특징을 보임.
- 이러한 변화에 발맞춰 배민은 '배민커머스(B마트, 장보기·쇼핑 서비스)'를 통해 음식 배달을 넘어 일상에 필요한 생필품·식재료 등을 전달하며 2030세대의 일상에 실질적인 편의를 더해왔음 (예: 매장과 동일한 특가를 누릴 수 있는 '최저가도전', 합리적인 가격에 품질까지 엄선했던 '배민단독상품'과 PB 브랜드 상품 '배민이지', 신선식품 카테고리에 특화된 '신선보장' 등)

□ 기대방향

- 배민 커머스의 속도(Speed) 경쟁력은 이미 많이 커뮤니케이션되고 또 2030에게 충분히 소구되었다고 보지만, 여기에 더해 가격 합리성(Price)과 품질보장(Quality)까지 갖춘 서비스라는 점이 2030에게 다층적으로 전달되기를 기대함
- 본 과제는 배민 커머스가 2030의 일상에 만들어온 편의성과 그 가치를 전달하는 브랜드 필름을 제작하는 것을 목적으로 함. 속도(1시간 이내 배달)라는 기본 강점 위에, 가격과 품질이라는 메리트가 2030의 일상적 장보기에 자연스럽게 녹아들 수 있는 스토리를 기대함

□ 참고자료 *각 참고자료 제목 클릭

- [배민 커머스 사업소개](#)
- [배민 장보기·쇼핑 광고](#) (장보기도 역시 배민이었어!)
- [배민 장보기·쇼핑 엘리베이터 광고](#) (배민엔 다 있어요!)
- [배민 B마트 광고](#)
- [배민이지\(자체 기획 상품\) 광고](#)

② 아이디어영상 부문

주제1 아이들을 위한 신규 [사회공헌] 프로그램 제안

□ 제안배경

- 배민은 2020년부터 방학 중 학교급식을 받지 못하는 아이들의 식사 공백을 해소하기 위해 '배민방학도시락' 캠페인을 운영해왔으며, 이를 통해 급식 사각지대에 놓인 아이들에게 18만 개의 도시락을 지원해 왔음
- 다만 방학 중 급식 공백은 방학 중 도시락 지원만으로는 완전히 해소되기 어려운 문제이며, 지역·계절·상황에 따라 여전히 다양한 형태의 사각지대가 존재함 (예: 방학이 아닌 주말·공휴일의 공백, 도시락 배송이 닿기 어려운 지역, 단순 식사 제공을 넘어선 정서적 지원의 필요성 등)
- 이에 배민은 기존 '배민방학도시락'의 문제의식을 이어가는 동시에, '배민이 아이들을 위해 새롭게 할 수 있는 일은 무엇일까?'라는 관점에서 사회공헌의 새로운 방향을 모색하고자 함

□ 기대방향

- 본 과제는 '배민방학도시락'의 취지와 히스토리를 참고하여, 아동·청소년을 위해 배민이 사회적으로 기여할 수 있는 새로운 캠페인을 제안하고 이를 영상으로 제안하는 것을 목적으로 함. 기존의 식사 사각지대 문제를 확장·발전시키는 방향 혹은 배민의 커머스 역량을 활용해 '아이'와 '배민'을 새롭게 연결하는 방식의 접근도 가능함
- 아이들의 식사 문제는 하나의 캠페인만으로 해결하기 어려운 지속적인 사회적 과제인 만큼, 본 주제(아이디어 영상 1)에서는 기존의 접근방식을 넘어 새로운 관점에서 문제를 바라보고 해결할 수 있는 아이디어를 기대함

□ 참고자료 *각 참고자료 제목 클릭

- [배민방학도시락 공식 홈페이지](#)
- [2025 배민방학도시락 프로젝트 - 처음 맛난 날](#)
- [2026 배민응원도시락 프로젝트 - 달려온 너에게 맛있는 응원을](#)
- [어르신안부를묻는우유배달 \(우유배달로 독거 어르신 안부를 살피는 돌봄활동\)](#)
- [쉬운 배달앱 사용법 \(발달장애인·어르신을 위한 쉬운 배달앱 가이드 지원\)](#)
- [모두의 민트트랙 \(장애인 이동 편의를 위한 경사로 설치 지원\)](#)

주제2

2030의 라이프스타일/니즈를 반영한 신규 [서비스] 제안

□ 제안배경

- 배민은 1인가구의 불편함을 해결하기 위해 '배민한그릇'을 출시하는 등, 특정 세대와 라이프스타일에서 나타나는 새로운 니즈와 불편함을 발견하고 이를 서비스로 구체화해 온 경험을 갖고 있음. (예: 혼자 먹기 애매한 양을 위한 배민한그릇, 선물·나눔 문화 확산을 위한 배민선물하기, 특정 시간대·상황별 주문 니즈를 파악한 배민타임세일 등)
- 다만, 2030세대는 라이프스타일과 소비 방식이 계속 세분화되고 있어, 아직 배민 앱 안에서 충분히 다뤄지지 않은 니즈나 불편함이 존재할 수 있음
- 이에 이번 과제는 2030세대의 변화하는 일상 속에서 아직 충족되지 않은 니즈와 불편함을 새롭게 발견하고, 이를 배민만의 방식으로 풀어낼 수 있는 서비스 아이디어 제안을 목적으로 함.

□ 기대방향

- 본 과제의 제안은 크게 두 가지 방향으로 가능함. 하나는 배민 앱 내에 아직 존재하지 않는 완전히 새로운 서비스를 기획하는 것이고, 다른 하나는 기존 서비스를 2030세대에게 더 잘 맞게 확장·개선한 기능을 제안하는 것임. 두 방향 모두 출품 가능하며, 반드시 완전히 새로운 서비스일 필요는 없음.
- '배민한그릇'처럼 세대의 니즈에서 새로운 서비스가 시작될 수 있는 만큼, 본 과제에서는 2030세대의 일상 속 새로운 니즈와 불편함을 발견하고, 이를 배민에서 고객들이 실제로 이용할 수 있는 서비스 또는 기능으로 구체화할 수 있는 아이디어를 기대함.

□ 참고자료 *각 참고자료 제목 클릭

- [배민 배달/픽업 서비스 소개](#)
- [배민 커머스 서비스 소개](#)
- [배민 '한그릇' 관련 영상-"배민한그릇, 고객들은 어떻게 써먹고 있을까"](#)
- [배민 '타임세일' 오픈기사](#)
- [배민 '픽업' 마감할인 판매 기사](#)
- [배민 '함께주문' 더치페이 기능 오픈 기사](#)
- [배민 '환경의 날' 다회용기 사용 프로모션 기사](#)
- [배민 학교급식포 조회 기능 오픈 기사](#)