

버즈메트릭스 트렌드 레터
2021_02월 호

소유에서 경험으로, 새로운 소비 트렌드

구독 경제

Subscribe




구독 경제 (Subscription Economy)

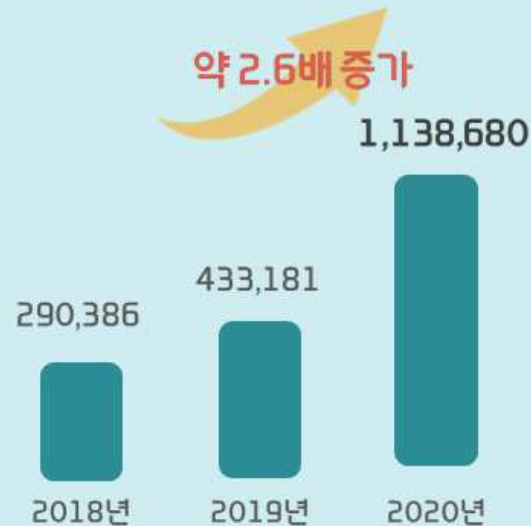
“매달 일정액을 내고 정기적으로 제품이나 서비스를 받는 비즈니스”




정기구독, 정기배송, 구독서비스 등 ‘구독경제’는
어느새 우리 생활에 밀접하게 다가와 있습니다.

비대면 트렌드를 타고 새로운 경제활동의 핵심으로 등장!

 구독경제관련 언급량



• 조사기간 : 2018.01~2020.12
• 분석문서 수 : 1,862,247건 [단위: 건]


 글로벌 구독경제 시장 규모



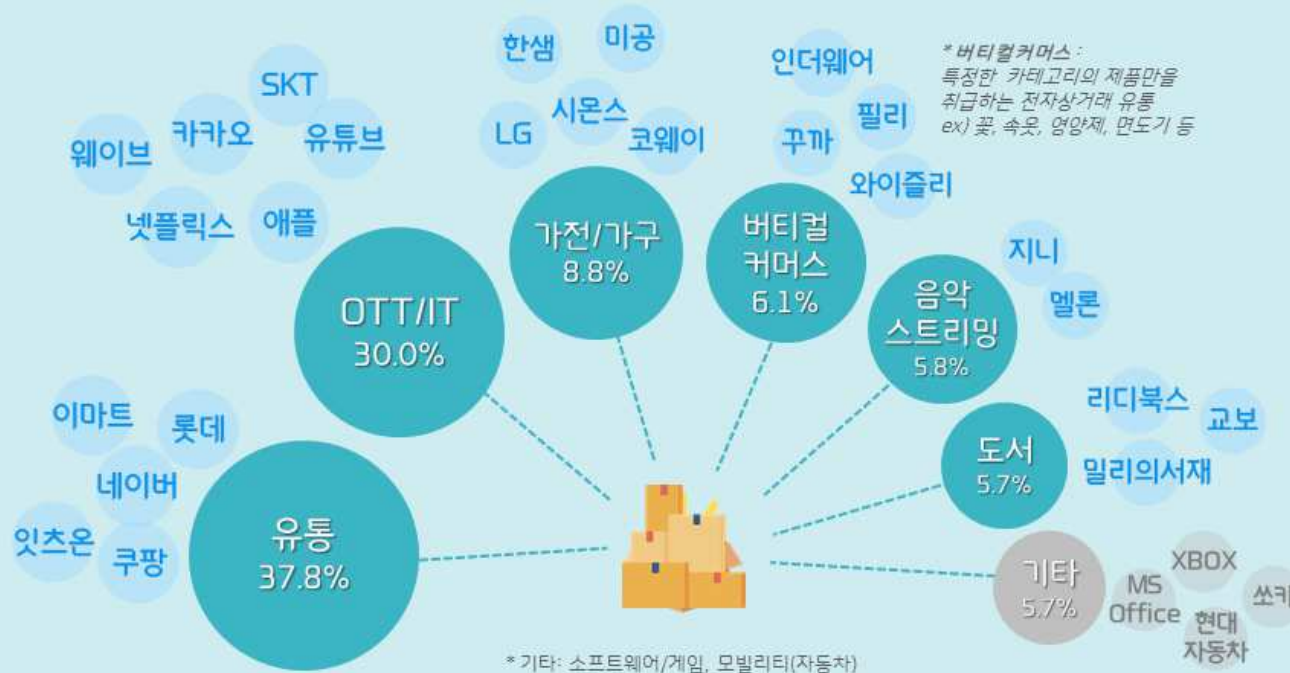
[출처: 크레디트스위스 리포트, 단위: 달러]

간단한 클릭만으로 나에게 맞는 서비스를 이용할 수 있는 '구독'
2020년, 코로나로 인한 비대면 증가와 함께 구독을 이용하는 소비자가
늘어나며 구독경제 시장은 날이 갈수록 커지고 있습니다.

다양한 카테고리의 구독 서비스


 카테고리별 주요 언급 브랜드

[Base= 구독서비스 관련 브랜드 키워드]



유통, 콘텐츠 뿐만 아니라 생활용품까지
소비자는 생활 전반의 다양한 품목을 구독하고 있습니다.

나에게 맞는 구독 서비스는?

 구독의 다양한 형태

무제한이용형(스트리밍)

NETFLIX

#OTT #영화 #드라마

"월정액이 부담되신다면 지인들 세네명 모아서 계정 하나 만들어서 금액 부담하면 저렴하게 즐길 수 있습니다."

정기배송형

kukka
Live everyday with beautiful flowers

#취미 #꽃구독 #인테리어

"저도 꽃 구독 서비스를 이용해 보았어요. 꽃 좋아하시는 분들은 꾸까 구독해서 기분 내시는 것도 좋을 것 같네요"

렌탈형

 **HYUNDAI**

#현대셀렉션 #차량구독


"얼마 전 '차량 구독'이라는 비즈니스모델이 등장한 덕분에 드림카를 한 달 동안 소유해 볼 수 있었습니다. 월 구독료를 내고 차를 쓰는 것인데, 심지어 한 달만 쓰고 반납해도 돼요."


멤버십형


 멤버십


#포인트적립 #혜택제공


"요즘 구독하고 있는 네이버 플러스 멤버십. 이거 혜택이 정말 좋아요. 월 4,900원을 내면 네이버에서 제공하는 여러 혜택을 받을 수 있는 서비스입니다"


 #계정공유가능
#쉬운해지
#다양한콘텐츠


 #기본전환
#인테리어효과


 #다양한차종경험
#한두달만에반납가능

 #쇼핑할때마다적립
#저렴한월정액가격

 #풍요속의빈곤
#불건많은데불계없네

 #시든꽃처리
#생각외로풍성하지않음

 #비싼비용
#100만원내외

 #추가혜택의다양성필요

품목의 특징에 맞게 다양한 형태로 제공되고 있지만,
만족할만한 혜택이나 퀄리티의 부족 등 아쉬움도 있습니다.

그러나, 구독에 대한 피로감도 상당

구독서비스 주요 Pain Point



원하는 제품이나 서비스를 이용할 수 없음

"원하는 디자인, 디테일한 색상을 고를 수가 없고 내 취향에서 어긋날 수도 있죠."
"관심 분야 책이 턱없이 부족해요. 보고 싶은 책이 없으니 이용할 수가 없음!"
"쿠팡 정기배송 잘 이용 하는데 제가 필요한 물건들은 거의 품절 될 때가 많더라고요."



구독하는 제품/서비스의 품질 및 혜택저하

"구독 취소하는 결정적인 이유는 제품의 질입니다. 가격이 저렴하긴 하지만 얼마나 입을 수 있을 것인가 생각해보면 딱히 경제적일 것 같지도 않은 것 같아요"
"어느 날 적립을 1%로 내리겠다는 공지가 뜨더라고요. 이유는 설명하지 않고 죄송하다는 이야기만 해서 화가 나더라고요."




매달 쌓이는 구독 제품에 대한 부담감과 지루함

"책 구독 서비스를 계속 하다 보니 책을 너무 대충 읽게 되는 부작용이 있네요."
"책을 많이 빨리 읽어야 할 것 같은 압박감이 들어요"
"정기배송은 편리하긴 한데 같은 물품이 쌓이는 단점이 있어요"

소비자의 구독을 유지하기 위해서는
제품 및 서비스의 지속적인 확인과 개선이 필요합니다.

구독 서비스를 제공하는 다양한 기업들

 구독 서비스제공 주요 기업

이마트 공돌찬 시몬스 구까
유튜브 미공
LG 술담화 카카오 멜론 리디박스
애플 필리 네이버 넷플릭스
SKT 쿠팡 톤28 인더웨어
밀리의서재 현대차 클래스101
와이즈리 베이컨박스

[Base= 구독서비스 관련 브랜드 키워드]

✓ 진입장벽이 낮음

중소기업이나 스타트업도 쉽게 도전할 수 있는 영역

✓ 좋은 콘텐츠로 소비자이목 집중 가능

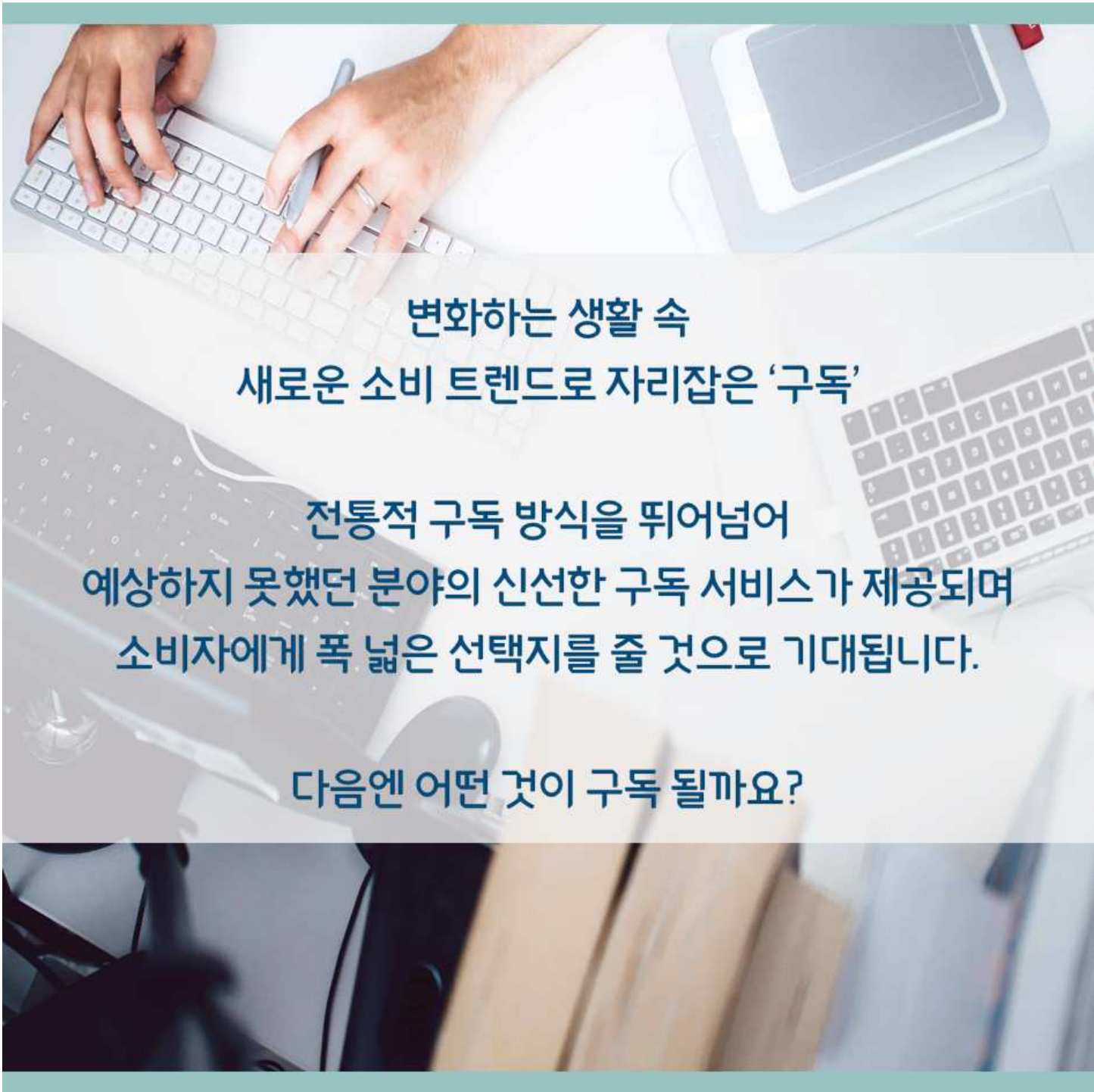
“술담화라는 전통주 구독이 있더라구요. 완전 세상 신기방기.”
“반려견자연식 맞춤 구독서비스 플라잉 퍼피. 강아지 정보와 특이사항 적으면 강아지별 하루 칼로리가 나와요 완전 신기함!”

✓ 중소기업에 대한 정부의 판로 지원

최근, 중소/벤처기업의 구독경제 도전을 정부가 지원함
중소기업이 부담을 느끼는 판로 확보를 지원해줌

“기획재정부와 중소벤처기업부는 올해 중소기업이 온라인 중심 유통 트렌드 변화에 대응할 수 있도록 구독경제 지원 방침을 밝혔다.”(아주경제.21.02.17)

최근, 구독 시장은 계열사 서비스를 제공하는 대기업 위주이지만,
매력적인 콘텐츠를 확보한다면, 업종이나 규모의 제한 없이
다양한 서비스를 제공할 수 있어, 앞으로 어떤 구독이 등장할지 기대됩니다.



변화하는 생활 속
새로운 소비 트렌드로 자리잡은 '구독'

전통적 구독 방식을 뛰어넘어
예상하지 못했던 분야의 신선한 구독 서비스가 제공되며
소비자에게 폭 넓은 선택지를 줄 것으로 기대됩니다.

다음엔 어떤 것이 구독 될까요?

Produced by Y.S.KIM

Making the Invisible Visible

(Buzzmetrix Trend letter 과월호는 홈페이지(buzzmetrix.co.kr)를 방문해 주세요)