

대한상의 브리프

서울벤처대학원대학교
구독경제전략연구센터장 전호겸



제148호 2021년 5월 31일



2023년이 되면 기업이 제공하는 서비스의 75%가 구독의 형태일 것이라 예측되고 있습니다. 이번 호에서는 전 세계적으로 급성장하고 있는 구독경제에 대해 살펴보겠습니다.

[외부 필진 칼럼은 대한상의 견해와 다를 수 있습니다.]

이미 다가온 메가 트렌드, 구독경제를 구독하라!

미국의 전기차 업체인 테슬라(Tesla)가 FSD(Full Self-Driving) 서비스 출시를 앞두고 있다. 고객이 자율주행 소프트웨어를 구독하는 형태의 서비스인 FSD의 매출 비중은 6% 정도로 예상되지만 테슬라의 전체 이익에서 차지하는 비율은 25%에 달할 것이라는 전망이다.

식품과 생활용품, 콘텐츠의 영역을 넘어 자동차, 항공 부문까지 영역을 확장하고 있는 구독경제(Subscription Economy)의 개념과 동향을 알아보고 기업의 대응전략을 제안한다.

구독경제의 개념

구독경제는 소비자가 일정한 금액을 지불하고 정기적으로 제품이나 서비스를 이용하는 비즈니스 모델이다. 소비자는 매장을 방문해 물건을 구매하고 소유하는 것이 아니라 구독을 통해 사용한 만큼 지불할 수

있고, 기업은 구독료의 형태로 안정적인 매출을 창출할 수 있다.

구독경제는 무제한이용형, 정기배송형, 렌탈형의 세 가지 모델이 있다.

무제한이용형 모델은 월정액을 내고 보고 싶은 영화를 무제한으로 보는 넷플릭스(Netflix)가 대표적이다. 매월 일정 금액을 내고 사용하고 있는 이동통신도 이 모델에 속한다.

정기배송형 모델은 금액을 지불하고 제품을 정기적으로 배송받는 모델이다. 매일 또는 매주 우유나 밀키트와 같은 신선식품, 신문, 생필품 등을 배송받는 것이 이 모델에 속한다.

렌탈형 모델은 일정한 기간 제품을 빌려서 사용하는 것이다. 주로 정수기, 공기청정기, 전자제품에 렌탈형 구독서비스가 적용된다.



[넷플릭스의 멤버십]



※ 자료 : 넷플릭스(Netflix) 홈페이지



[쿠팡의 정기배송]



※ 자료 : 쿠팡(Coupang) 홈페이지

대한상의 브리프

대한상공회의소가 회원님께 드리는 최신 경제정보

구독경제 시장 동향

인공지능(AI) 등 기술의 발전과 소비 트렌드 변화로 최근 10년간 구독경제가 급격히 성장했고, 코로나19로 전세계 경제가 심각한 충격을 받는 상황에서도 이러한 추세가 지속되고 있다.

구독경제 기업 매출 동향

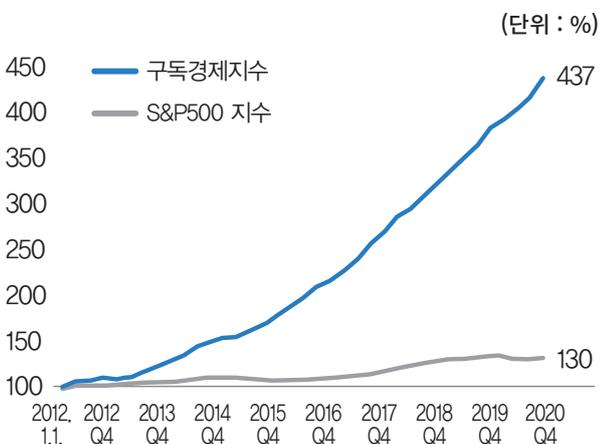
미국 구독경제 솔루션 기업 주오라(Zuora)에 의하면 구독경제 기업의 매출은 2012년부터 2019년 상반기까지 연평균 18.2% 증가했다. 이는 S&P500 기업의 연평균 매출 증가율보다 5배 가량 높은 수준이다.

이 기간 동안 구독경제 기업들의 신규 가입자 순증가율은 연평균 15.4%를 기록했다.

주오라는 지난해 상반기 코로나19 팬데믹 상황에서도 구독경제 기업들의 매출은 10% 이상 늘어났다고 밝혔다. 사회적 거리두기로 비대면 서비스에 대한 수요가 증가하면서 매장에 가는 대신 제품과 서비스를 정기적으로 구독하려는 소비자가 늘어난 것이다.



[구독경제지수, S&P500 지수 추이]



※ 자료 : 주오라(Zuora) 홈페이지

글로벌 기업 동향

MAGA로 통칭되는 글로벌 시가총액 1~4위 기업 마이크로소프트(Microsoft), 애플(Apple), 구글(Google), 아마존(Amazon)도 구독경제 기업으로 빠르게 진화하고 있다.



[MAGA의 구독서비스]

기업명	구독서비스
Microsoft	MS Office, Azure 등
Apple	Apple TV+, Apple Arcade 등
Google	Youtube 등
amazon	Amazon Prime, AWS 등

마이크로소프트는 Word, Excel 등이 포함된 업무용 소프트웨어 MS Office를 구독 서비스로 제공하고 있다. 애플은 충성도 높은 하드웨어를 기반으로 다양한 소프트웨어를 구독할 수 있도록 하고 있고, 구글은 ‘구독과 좋아요’로 대표되는 유튜브(Youtube)를 운영하고 있다. 아마존은 프라임 멤버십으로 구독 회원들에게 빠른 배송과 특별 할인 서비스를 제공한다.

구독경제의 특징과 도입 전략

구독경제의 특징 : 왜 위기의 대안인가?

고객이 록인(LOCK-IN) 되어 있다. 구독 서비스는 제품과 서비스에 대해 기업이 선불을 받은 것이기 때문에 위기가 오더라도 기업이 대응할 시간을 벌 수 있다. 위기 상황에서 구독 서비스가 기업의 현금 흐름에 도움이 되는 것이다.

대한상의 브리프

대한상공회의소가 회원님께 드리는 최신 경제정보

구독경제는 목돈을 요구하지 않는다. 소비자는 정기적으로 비용을 지불하기 때문에 제품과 서비스를 비교적 부담없이 이용할 수 있다.

구독경제 기업은 고객을 파악해 사업을 예측할 수 있다. 고객의 데이터를 수집해 적합한 제품과 서비스를 맞춤으로 제공할 수 있기 때문에 위기가 닥치더라도 구독경제 기업은 또다른 성장의 기회로 삼을 수 있다.

구독경제 도입 전략

제품과 서비스의 적합성 검토(검토 단계)

유망한 비즈니스 모델이지만 사업 특성에 따라 효과가 전혀 없을 수도 있다. 경쟁력 있는 구독 제품과 서비스가 있는지부터 검토해야 한다.

숏폼(short form) 동영상 플랫폼 퀴비(Quibi)는 출시 6개월 만에 사업을 철수했다. 짧은 영상들을 무료로 볼 수 있는 유튜브가 있어 퀴비의 서비스를 유료로 구독할 소비자가 많지 않았다.

제품과 서비스가 기존 방식에 비해 구독할 경우 편의성, 지불 비용 등의 측면에서 매력적이지 않다면 소비자들의 선택을 받지 못할 것이다.

비즈니스 모델 분석(도입 단계)

적합한 제품과 서비스가 있다면 기업은 타겟 소비자층의 특성 분석 등을 통해 시장에서 통할 수 있는 수익 모델을 만들어야 한다.

극장에서 하루 영화 한 편을 볼 수 있는 구독 서비스를 제공한 미국 무비패스(MoviePass)는 약 300만 명의 고객 모집에는 성공했으나 3년 만에 파산했다. 너무 저렴한 구독료를 책정했기 때문에 적자가 쌓여 사업을 접게 된 것이다.

고객 이탈 방지(도입 후 관리 단계)

도입 후에는 고객의 특성에 기반한 제품과 서비스를 지속적으로 제공해 기존 구독자의 이탈을 막고 새로운 고객의 유입을 이끌어내야 한다.

정기적으로 새로운 콘텐츠를 발굴하고 고객의 취향을 고려한 맞춤형 콘텐츠를 추천해야 한다. 아울러 소프트웨어 기능을 업데이트하는 등 핵심 기술의 변화에도 적극적으로 대응해야 한다.

시사점

위기가자 기회인 구독경제

미국의 컨설팅 기업 가트너(Gartner)는 2023년에는 기업이 제공하는 서비스의 75% 정도가 구독의 형태가 될 것이라고 예측했다. 이러한 변화는 기업에게 새로운 기회가 될 수도 있고 생존을 위협하는 위기를 초래할 수도 있다.

비대면이 일상화되고 있는 지금의 상황을 보면 구독경제의 확산세가 당분간 지속될 가능성이 높아 보인다. 기업들은 변화의 방향을 모니터링하는 한편, 적절한 대응 전략을 수립하고 실행함으로써 새로운 성장의 기회로 삼아야 한다.

정부는 시장 활성화와 지원정책 마련

정부는 기업들이 구독경제의 확산을 새로운 성장의 기회로 활용할 수 있도록 필요한 인프라와 지원 방안을 고민해야 한다.

구독경제 사업 범위가 확대될 수 있도록 규제를 완화하는 한편, 소비자 보호를 위한 제도 마련이 필요하다. 아울러 자금과 인력, 인프라 등 기업지원 정책도 다양하게 검토해야 한다. 🇰🇷

국내·외 경제지표

2021년 5월 31일 기준

1. 국내·외 경제성장률

(단위 : %)

	2019	2020 ^(E)	IMF		OECD	
			2021 ^(P)	2022 ^(P)	2021 ^(P)	2022 ^(P)
한국	2.0	-1.1	3.6	2.8	3.3	3.1
세계	2.8	-3.5	5.5	4.2	4.2	4.0
미국	2.2	-3.4	6.4	2.5	6.5	4.0
중국	6.1	2.3	8.1	5.6	7.8	4.9
일본	0.3	-5.1	3.1	2.4	2.7	1.8
EU	-7.3	-6.8	4.2	3.6	3.9	3.8

* E -잠정치(Estimate) / P -예상치(Projections)

2. 환율·유가¹⁾

(단위 : 원(환율), 달러(유가))

	2018	2019	2020	'20.12월	'21. 1월	2월	3월	4월
원/달러	1,100	1,166	1,180	1,095	1,097	1,112	1,131	1,119
원/엔(100엔)	996	1,070	1,105	1,055	1,059	1,055	1,041	1,026
원/위안	166.4	168.6	170.9	167.6	169.6	172.3	173.8	171.4
원/유로	1,299	1,305	1,346	1,332	1,336	1,345	1,347	1,338
유가(Dubai)	69.7	63.5	42.3	49.8	54.8	60.9	64.4	62.9

3. 산업지표

(단위 : %(전년동기대비))

	2018	2019	2020	'20.12월	'21. 1월	2월	3월	4월
산업생산	1.6	0.6	-0.8	-0.3	1.5	0.4	0.6	-
소매판매	4.3	2.4	-0.2	-2.0	0.0	8.4	-7.8	-
설비투자	-3.6	-6.2	6.0	5.3	19.6	7.0	10.9	-
수출	5.4	-10.4	-5.4	12.4	11.4	9.2	16.5	41.1
수입	11.9	-6.0	-7.2	2.2	3.6	14.1	18.8	33.9

1) 환율은 월 평균 기준, 유가는 기말 기준