

# 세대, 성별에 따른 쇼핑 플랫폼 이용 선호도 차이

박진희<sup>1</sup> · 박혜민<sup>1</sup> · 이영우<sup>1</sup> · 최훈<sup>1\*</sup> · 이용설<sup>2</sup>

<sup>1</sup>부산가톨릭대학교 · <sup>2</sup>동서대학교

## Differences in preference for shopping platform use by generation and gender

Jin-Hee Park<sup>1</sup> · Hye-Min Park<sup>1</sup> · Lee Young-Woo<sup>1</sup> · Hun Choi<sup>1\*</sup> · Yong-Seol Lee<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Catholic University of Pusan · <sup>2</sup>Dongseo University

E-mail : pjh010129@naver.com / gpals100917@naver.com/ ywlee@cup.ac.kr / chlgn@cup.ac.kr / armdecoy@naver.com

### 요약

4차 산업혁명 이후 스마트폰 사용의 증가로 pc를 이용한 인터넷 쇼핑이 아닌 스마트폰을 이용한 모바일 쇼핑이 증가함에 따라 모바일 쇼핑의 시장 규모가 성장하는 추세이다. 모바일 쇼핑 시장이 급격하게 성장하면서 온라인에서는 소셜커머스와 오픈마켓이 성장하였다.

### ABSTRACT

Due to the increase in the use of smartphones after the 4th industrial revolution, the market size of mobile shopping is growing as mobile shopping using smartphones rather than internet shopping using PCs increases. With the rapid growth of the mobile shopping market, online social commerce and open markets have grown.

### 키워드

쇼핑 플랫폼, 오픈마켓, 아마존

## I. 서론

소셜커머سر란 위메프와 쿠팡 등과 같이 이벤트를 진행함으로써 특정 고객층, 해당 시간에 가격을 매겨 판매하는 온라인 쇼핑을 말한다. 온라인 쇼핑물은 홈쇼핑, 백화점을 시작으로 한 업체이며 입점하기가 까다롭지만 반면, 오픈마켓은 11번가, G마켓 등과 같이 누구든지 판매와 구매가 자유롭게 이루어지는 마켓이다. 맞벌이와 1인 가구 증가하였고, 온라인 결제 편의성 등으로 인한 이유로 온라인 쇼핑 시장의 규모를 확대할 수 있었다.<sup>1)</sup> 그뿐만 아니라 코로나 19와 같은 변화된 사회적 요소로 인해 온라인 쇼핑 플랫폼이 확산되었다.

## II. 글로벌 쇼핑 플랫폼 현황

온라인 쇼핑몰은 국내에서 뿐만 아니라 세계적으로도 증가하고 있다. 먼저 미국에서는 코로나 19의 '사회적 거리 두기'로 인한 소비자들의 온라인 쇼핑이 증가하고 있으며, 특히나 미국은 온라인 식료품 시장이 성장하면서 2016년에 120억 달러였던 규모에서 2023년에는 예상 금액 1,170달러에 이를 것으로 생각한다. 미국의 온라인 쇼핑 증가의 원인은 소비자들의 소비 패턴 변화와 모바일 앱 사용량의 증가라고 볼 수 있다.

\* speaker

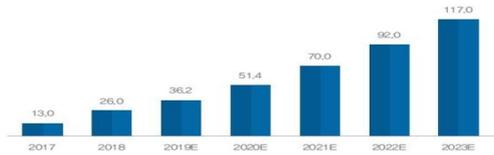


그림 1. 미국 온라인 식품시장(2)

3) 중국은 전 세계적으로 가장 많은 인구를 보유하고 있으며 이 인구들이 이커머스 시장에 참가함에 따라 이커머스 시장 세계 순위에서 1위를 차지하고 있다. 중국은 2021년 온라인 쇼핑 매출이 약 2조 7793억 달러를 차지하였으며 중국 또한 코로나 19로 인한 재택근무, 외출 자제와 동시에 성장을 이루었다.

### III. 오픈마켓

4) 오픈마켓은 인터넷에서 판매자와 구매자 모두에게 열려있어 자유롭게 물건을 사고 팔 수 있는 인터넷 중개물이다. 오픈마켓의 판매는 누구나 입점하여 판매할 수 있는 공간이기 때문에 치열한 경쟁력을 갖고 있다. 오픈마켓은 기존에 존재하던 인터넷 쇼핑몰과 다르게 중간 유통마진을 생략할 수 있어 보다 저렴하고 신속하게 물품 공급이 가능하다. 오픈마켓은 입점 브랜드 사이의 가격 경쟁으로 인해 저렴한 가격으로 다양한 제품을 보고 구매할 수 있는 장점이다. 하지만 쇼핑몰 자체에서 검수하지 않아 판매자가 악의를 품고 가품을 올리거나 욕일기 등 논란이 될만한 물건을 판매할 수 있다는 단점이 있다.

### IV. 아마존

아마존은 기업과 기업 사이에서 전자상거래가 이루어지는 B2B를 활용하여 1994년부터 지금까지 꾸준한 성장세를 이룬 기업이다. 온라인 서점을 통해 온라인으로 책을 배송하는 사업을 시작으로 현재는 아마존에서 오픈마켓을 진행하고 있으며, 거의 모든 제품을 제공하고 있다. 5) 아마존의 매출 중 가장 많은 비율을 차지하는 분야는 온라인 쇼핑 매출로 약 16,300억 달러 즉, 51%를 차지하고 있다. 아마존은 공격적이고 효율적인 제품 유통망을 구축하는 것이 목표이다. 경쟁 기업과 비교했을 때 고객이 비교적 짧은 배송기간 안에 더 다양하고 많은 제품을 공급받을 수 있게 하는 전략이다. 아마존은 미국 전역 도시와 교외에 최대 1500개의 물류 창고를 추가로 건설할 계획이며 자체 배송 시스템을 약 20% 상승시켜 85%까지 비중을 늘려 확대할 계획이다. 온라인 플랫폼과 오프라인 매장을 결합한 옴니채널 마케팅을 활용한 아마존은. 온

라인 소비자의 제품을 구매하고 사용한 경험을 바탕으로 오프라인 매장에서도 소비 욕구를 끌어내는 방식으로 아마존 북스 등을 론칭하였으며 오프라인 구매 경험을 온라인에 결합하는 방식으로는 아마존 프레시 등을 론칭하였다.

### V. 세대, 성별에 따라 선호하는 쇼핑 플랫폼

성별별, 연령대별 선호하는 온라인 쇼핑몰을 조사해 본 결과 10대 여성을 제외한 모든 연령대의 1 순위는 쿠팡으로 나타났다. 10대와 20대는 무신사, 룩핀, 스타일 쉐어, 지그재그, 에이블리 올리브영, 브랜드 등 패션, 뷰티 쇼핑몰을 주로 이용하고 있으며 주어진 상황에 최적의 만족을 얻는 세대로서 번개장터, 당근마켓 등 중고 거래 사이트가 그 뒤를 이었다. 모바일 보다 TV를 선호하는 30대와 40대, 50대는 TV에서 진행되는 홈쇼핑을 이용하는 것으로 30대 여성과 40대, 50대, 60대가 홈앤쇼핑, 롯데 홈쇼핑 등 홈쇼핑 앱이 10위 내 포함되어 있다. 30대부터 확연하게 종합 쇼핑몰의 이용도가 올라간다.

10대		20대		30대		
남	여	남	여	남	여	
1위	쿠팡	지그재그	쿠팡	쿠팡	쿠팡	
2위	134,406	197,377	999,877	1,055,174	1,340,071	2,315,321
3위	96,546	162,222	365,156	582,878	111만가	1,472,185
4위	86,992	148,762	281,737	539,865	484,939	1,388,412
5위	76,912	81,107	217,110	421,241	424,271	1,118,383
6위	43,566	80,878	209,981	416,574	308,882	988,078
7위	40,708	72,954	196,574	377,746	327,612	737,299
8위	32,118	69,370	167,844	312,985	271,394	688,176
9위	31,117	55,303	141,834	243,450	143,168	588,050
10위	22,720	48,001	96,960	184,912	130,362	515,355

40대		50대		60대 이상		
남	여	남	여	남	여	
1위	1,367,603	2,322,646	749,206	1,130,600	183,648	283,532
2위	932,095	1,197,431	493,991	530,982	167,432	173,715
3위	465,403	1,051,649	188,826	488,620	45,392	130,992
4위	386,530	1,034,936	164,371	420,810	43,128	85,453
5위	386,060	875,108	161,360	377,157	40,715	75,592
6위	308,144	829,218	146,676	348,916	40,308	75,062
7위	278,274	825,674	130,629	332,070	35,548	71,767
8위	214,345	792,086	99,721	262,722	25,396	70,599
9위	187,349	697,314	97,736	256,078	24,207	64,652
10위	149,599	665,148	97,452	217,918	21,831	56,015

그림 2. 6)세대, 성별에 따른 쇼핑 플랫폼

### VI. 결론

온라인 쇼핑 도입 초기에는 인터넷 속도, 온라인 결제 등으로 인하여 온라인 쇼핑 확산에 악영향을 미쳤지만, 현재는 초고속 인터넷의 확산 등과 같이 기술적인 요인들이 완화되었다. 맞벌이와 1인 가구 증가와 온라인 결제 편의성, 코로나 19와 같은 변화된 사회적 요소 등으로 인해 온라인 쇼핑 플랫폼이 확산 되었고 온라인 쇼핑은 세계적으로도 확대되고 있으며 온라인 성장과 함께 빠르게 성장한 소셜커머스는 온라인을 통한 소비자가 가장 많은 소매업태인 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 각 세

대, 성별에 따라 선호하는 쇼핑 플랫폼도 다르다는 점을 알 수 있다.

### References

- 1) Mobile Shopping Spread and Distribution Industry Change. [Internet]. Available : file:///C:/Users/USER/Downloads/%EC%82%B0%EC%97%85%EA%B2%BD%EC%A0%9C+6%EC%9B%94+%EB%82%B4%EC%A7%80+%ED%8F%AC%EC%BB%A4%EC%8A%A4%20(3).pdf
- 2) take a look at an American supermarket. [Internet]. Available :https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE\_NO=3&MENU\_ID=180&CONTENTS\_NO=1&bbsGbn=243&bbsSn=243&pNttSn=191601
- 3) Online Start-up Information] China Becomes the World's No. 1 E-Commerce Market..."If you dream of global e-commerce, go for the Chinese market". [Internet]. Available : http://www.recruittimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=89847
- 4) an open market. [Internet]. Available :https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/a155c0fefc85416a8ff6ed8b8b9b68f5, an open market. [Internet]. Available : https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2064459&cid=42107&categoryId=42107
- 5) Amazon Revenue and Cash Flow Analysis. [Internet]. Available :https://blog.naver.com/hyunho369/222321905531,
- 6) 2019 Korea Shopping App User Analysis. [Internet]. Available :https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=26957985&memberNo=10774350