한국무역협회
해외지부가 제공하는
시장 정보

KITA Market Report

KITA
Overseas Network
Tokyo, New York, Washington, Beijing, Shanghai, Chengdu, Brussels, Ho Chi Min, New Delhi, Jakarta

뉴욕지부 송유범 과장, yubeumsong@kita.net 2019년 3월 6일

美 밀레니얼 세대의 일용소비재 쇼핑 트렌드

'구독 서비스' 기반 온라인 쇼핑몰에 주목

1. 개요

❑ 미국 내 온라인 상점을 이용하는 소비자들이 점진적으로 증가하고 있음

○ 주요 소비계층인 밀레니얼 세대가 물품구입시 주로 온라인을 사용하는 것으로 나타나 온라인 시장의 중요성이 더욱 부각되는 추세임

– 시장조사기관 Nielsen에 따르면 미국 밀레니얼 세대의 약 61%가 인터넷 쇼핑을 통해 일용소비재를 구매하고 있는 것으로 나타남

– 밀레니얼 세대의 61%가 일용소비재를 온라인으로 구매하였는데, 이는 X세대(55%), 베이비 붐 세대(44%), 위대한 세대(39%)[1]보다 다소 높은 수치임

○ 밀레니얼 세대의 일용소비재 인터넷 쇼핑의 40%는 휴대폰을 통해 이루어짐

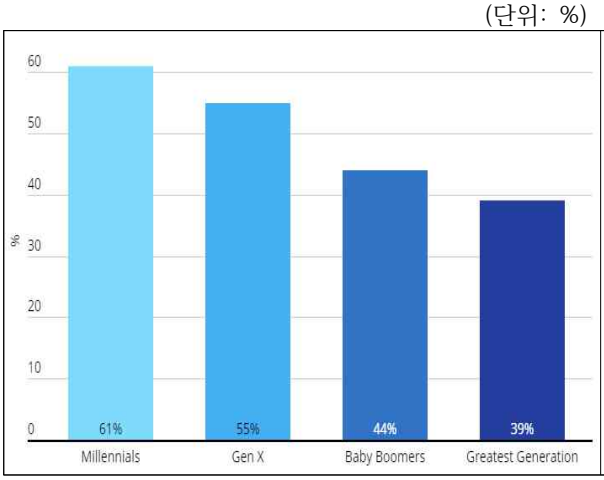
– 밀레니얼 세대의 일용소비재 온라인 쇼핑건의 49%는 컴퓨터나 노트북, 40%는 휴대폰으로 결제됨

– X세대(30%), 베이비 붐 세대(12%), 위대한 세대(6%)의 일용소비재 온라인 쇼핑 시 휴대폰 결제율은 각각 30%, 12%, 6%로 밀레니얼 세대에 비해 확연히 낮은 반면 컴퓨터 및 노트북 결제율 각각 56%, 72%, 81%로 비교적 높은 수치를 기록함

1) X세대는 1965~1976년 사이에 출생한 세대, 베이비 붐 세대는 1946~1965년 사이에 출생한 세대, 위대한 세대는 1914~1930년 사이에 출생한 세대를 뜻함

<세대별 일용소비재 온라인 쇼핑 비율>

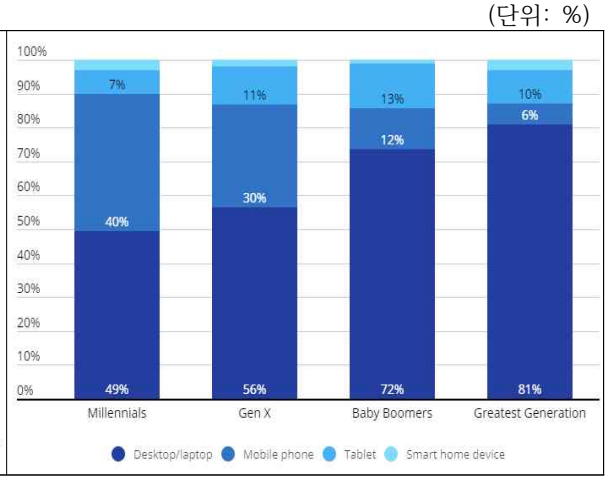
(단위: %)



자료: Nielsen

<세대별 온라인 쇼핑 시 사용하는 전자 기기>

(단위: %)



자료: Nielsen

❑ 구독 서비스를 제공하는 온라인 쇼핑몰이 미국 밀레니얼 세대 안에서 각광받고 있음

○ 구독 서비스를 통해 최신 상품 및 소비 트렌드에 대한 정보를 지속적으로 제공 받으며 최신 쇼핑 트렌드를 파악하려는 밀레니얼 세대가 많은 것으로 조사됨

2. 시사점

❑ 미국 소비자 전 세대에서 온라인 쇼핑은 점차 늘어날 전망

○ '16년 70%였던 일용소비재 오프라인 쇼핑율이 '18년 60%로 떨어졌으며 쇼핑의 디지털화가 진행됨에 따라 온라인 쇼핑율이 지속적으로 증가할 것으로 예상

❑ 밀레니얼 세대 내 일용소비재 모바일 온라인 쇼핑 시장이 확대될 전망

○ 최신 소비 트렌드에 민감한 밀레니얼 세대의 쇼핑 특성을 고려한 구독 서비스 기반 온라인 쇼핑몰이 늘어날 것으로 예측됨

○ 웹 서핑 및 소셜 미디어를 통해 많은 정보를 얻는 밀레니얼 세대를 공략하기 위한 창의적이고 효율적인 마케팅 전략 수립이 필요함