

렌탈구독서비스와 지속사용의도 분석: 생활환경가전 코웨이 사례

2024. 04

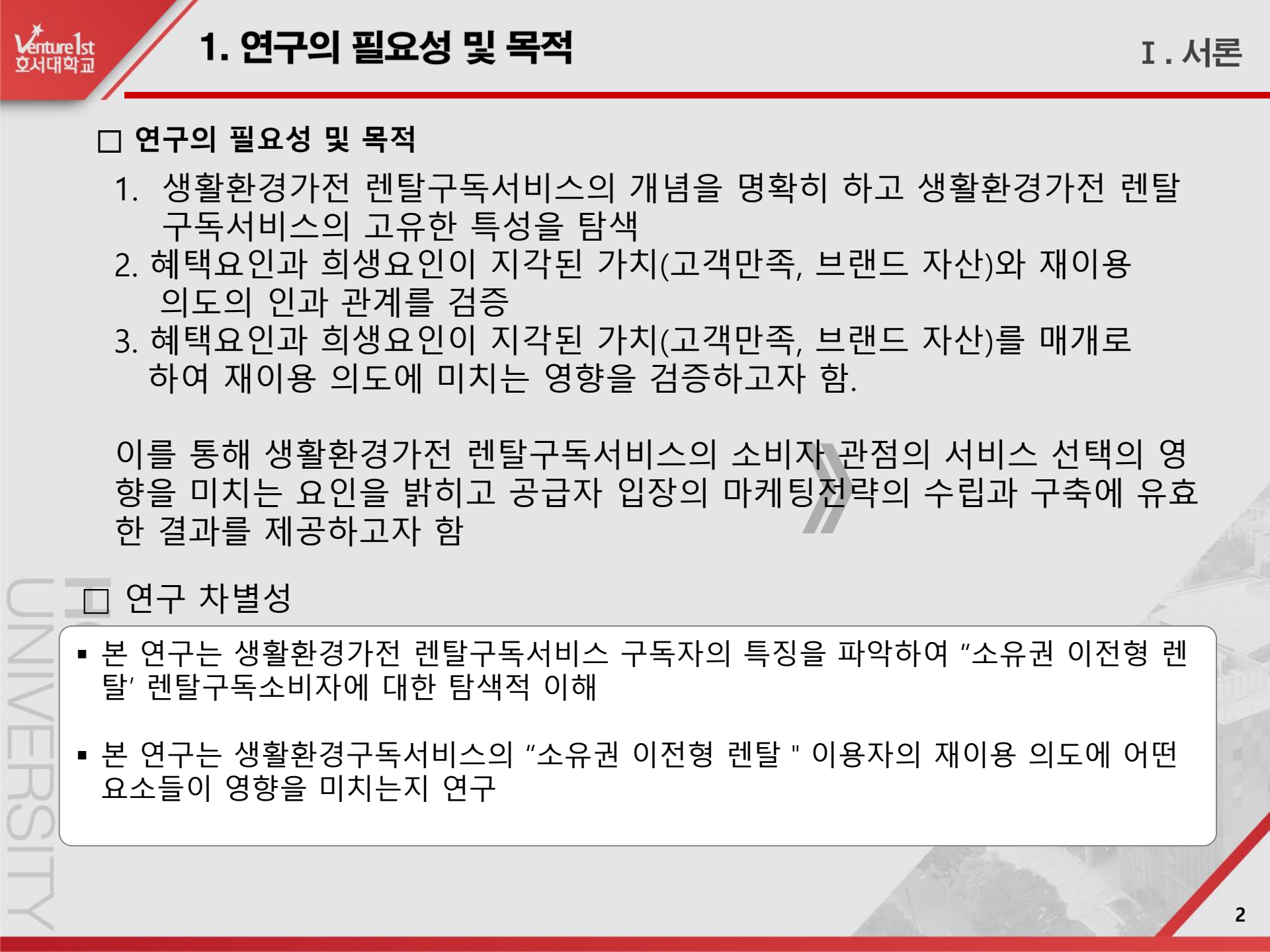
호서대학교

진기방

HOSEO
UNIVERSITY

목차

1. 연구의 필요성 및 목적
2. 이론적 배경
3. 연구 모형 도출 근거
4. 연구 모형
5. 조작적 정의
6. 설문 구성
7. **렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례**



□ 연구의 필요성 및 목적

1. 생활환경가전 렌탈구독서비스의 개념을 명확히 하고 생활환경가전 렌탈 구독서비스의 고유한 특성을 탐색
2. 혜택요인과 희생요인이 지각된 가치(고객만족, 브랜드 자산)와 재이용 의도의 인과 관계를 검증
3. 혜택요인과 희생요인이 지각된 가치(고객만족, 브랜드 자산)를 매개로 하여 재이용 의도에 미치는 영향을 검증하고자 함.

이를 통해 생활환경가전 렌탈구독서비스의 소비자 관점의 서비스 선택의 영향을 미치는 요인을 밝히고 공급자 입장의 마케팅전략의 수립과 구축에 유효한 결과를 제공하고자 함

□ 연구 차별성

- 본 연구는 생활환경가전 렌탈구독서비스 구독자의 특징을 파악하여 "소유권 이전형 렌탈" 렌탈구독소비자에 대한 탐색적 이해
- 본 연구는 생활환경구독서비스의 "소유권 이전형 렌탈" 이용자의 재이용 의도에 어떤 요소들이 영향을 미치는지 연구

□ 구독경제/가치기반 수용모델 선행연구

1. 구독경제에 대한 선행 연구				
연구자	연구분야	독립변수	종속변수	주요내용
김대환, 박남기 (2016)	OTT 서비스	개인적 이용동기, 사회적 이용동기	이용 만족 → 지속사용 의도	인지된 유용성과 인지된 대중성, 인지된 비용이 OTT 서비스 수용에 영향을 미침
유지훈, 박주연 (2018)	OTT 서비스	콘텐츠 만족, 요금제 만족, 편의 기능 만족	인지된 유용성 인지된 용이성 인지된 유희성 → 지속이용 의도	콘텐츠 만족은 인지된 유용성과 인지된 유희성에 요금제 만족은 인지된 유용성과 인지된 용이성에, 편의성 만족은 인지된 용이성에 영향을 미침
정다희 (2020)	전자책	경제적 효용성, 구독약관, 콘텐츠 이용자의 정보성향, 이용자의 저작권의식	구독 지속 의도 구독 대체성	전자책 구독서비스 이용자를 대상으로 경제적 효용성과 구독 지속 의도와의 정적 상관관계 존재 파악
김현우, 김승인 (2020)	무제한형 서비스	경제적 관점, 문화적 관점	만족도	구독서비스의 사용자 경험만족도는 경제적 만족도가 먼저 충족되어야 문화적 만족도 충족으로 이어짐
이향, 김준한 (2020)	HMR 제품	소비가치 (기능적, 감정적, 사회적, 경제적)	소비자 태도 → 지속사용 의도	소비자의 기능적, 감정적, 사회적 가치는 소비자 태도 및 지속사용 의도에 유의한 영향을 미침
오원교 (2020)	IT플랫폼 기반 구독 서비스	관계혜택, 관계비용	관계성과	신뢰 혜택과 기능적 혜택은 신뢰에, 오락적 혜택은 관계몰입에 영향을 미치나 개인정보보호 우려는 관계 지속 의도에 영향을 미치지 않음
정지복 (2020)	구독경제 기반 온라인 서비스	실용적 동기, 쾌락적 동기, 소비자 혁신성, 인지된 위험	태도 → 이용 의도	실용적 동기, 쾌락적 동기, 소비자 혁신성이 태도와 이용 의도에 유의한 영향을 미치나 인지된 위험은 영향을 미치지 않음
백남길 (2021)	온라인 식품 구독 서비스	플랫폼 최신성, 시스템 안정성, 사용의 용이성	지각가치 → 지속사용 의도	플랫폼 최신성은 기능적 가치에, 시스템 안정성은 기능적 가치와 감정적 가치, 사용 용이성은 몰의 방향으로 유의하며 소비자의 감정적 가치는 구매 지속 의도에 영향을 미침
이동선 외 (2021)	VR 콘텐츠	VR 콘텐츠 특성, 구독서비스 특성	지각된 가치 → 사용 의도	서비스 편의성이 지각된 편의에 이용 용이성이 지각된 희성에 가장 큰 영향을 미치며 지각된 유용성은 지각된 가치에 영향을 미침

자료 : 나우희(2022) 재인용

2. 가치기반수용모델 선행 연구(Value-Based Adoption model; VBN)		
연구자	서비스	주요 연구내용
한준형 외 (2013)	스마트폰	-Benefit: 지각된 품질, 지각된 유용성, 지각된 유희성 -Sacrifice: 기술 노력, 지각된 비용, 보안위험 - 지각된 품질, 지각된 유용성, 지각된 유희성이 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침 - 지각된 비용이 지각된 가치에 부(-)의 영향을 미침
조용근 외 (2016)	부동산중개 앱	-Benefit: 시공간유연성, 부가서비스, 정보활용성, 정보품질 - 지각된 가치는 지각된 혜택에 의해 결정 - 확신은 만족을 높이고 지각된 혜택에 긍정적인 영향을 미침(기대 일치 모형 결합)
이청아 외 (2015)	모바일 지갑	-Benefit: 경제성, 유용성, 가치표현, 인지된 보안, 즐거움 -Sacrifice: 프라이버시 염려, 기술의 복잡성, 체면 민감성 - 유용성, 가치표현, 인지된 보안, 즐거움이 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침 - 기술의 복잡성만 지각된 가치에 부(-)의 영향을 미침
오종철 (2017)	AR 기술	-Benefit: 유용성, 즐거움, 프레즌스(presence) -Sacrifice: 기술성, 지각된 비용 - 즐거움, 프레즌스가 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침 - 기술성, 지각된 비용은 지각된 가치에 부(-)의 영향을 미치며, 기술성은 긍정적 기술준비도 조절 효과 검증
정미라 외 (2017)	오프라인 모바일 결제 시스템	-Benefit: 편리성, 유용성, 즐거움 -Sacrifice: 프라이버시 염려, 경제적 위험 - 편리성, 유용성, 즐거움이 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침 - 프라이버시 염려가 지각된 가치에 부(-)의 영향을 미치며, 즐거움과 프라이버시 염려와 지각된 가치 간에 한중소비가 집단 간 유의한 차이가 있음
김성현 외 (2018)	지능형 개인비서 서비스	-Benefit: 유용성, 유희성, 콘텐츠 풍부성, 보안성, 기술성, 비용이점 - 유용성, 유희성, 기술성, 비용이점이 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침, 개인 혁신성의 조절 효과 검증
최경옥, 이형룡 (2019)	항공권 검색 모바일 앱	-Benefit: 유용성, 용이성, 즐거움 -Sacrifice: 개인 정보 위험, 혁신 저항 - 유용성, 용이성, 즐거움이 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침
정지복 (2020)	온라인 식료품 쇼핑	-Benefit: 유용성, 즐거움 -Sacrifice: 지각된 비용, 지각된 위험 - 유용성, 즐거움이 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침
기은혜, 전현모 (2020)	숙박 앱	-Benefit: 유용성, 즐거움, 상황 기반 제공성 -Sacrifice: 기술성, 지각된 비용, 성가심, 개인보안위험 - 유용성, 상황 기반 제공성이 지각된 가치에 정(+)의 영향 - 지각된 비용만 지각된 가치에 부(-)의 영향을 미침
김주연 (2020)	여행사 모바일 앱	-Benefit: 유용성, 즐거움 -Sacrifice: 기술성, 지각된 위험 - 유용성, 즐거움이 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침 - 기술성만 지각된 가치에 부(-)의 영향을 미침

자료 : 나우희(2022) 재인용

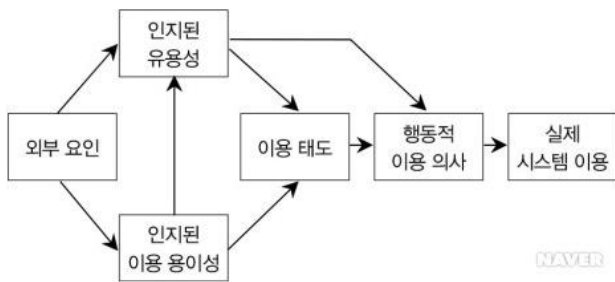
☐ **지각된가치 선행연구**

1. 지각된 가치와 수용 관련한 해외연구 사례			
연구자	제품/서비스	지각된 가치 (Benefit)	지각된 희생 (Sacrifice)
Zeithaml (1988)	음료	내외재적 제품 속성 지각된 품질	지각된 금전적 가격 지각된 비금전적 가격
Dodds et al. (1991)	계산기, 헤드셋	브랜드 상점 정보	제품가격
Sweeney et al. (1997)	전자제품	제품 품질 기술서비스 품질	상대적 가격
자료 : 김용희(2016) 재인용			
2. 지각된 가치와 수용 관련한 국내연구 사례			
연구자	제품/서비스	지각된 가치 (Benefit)	지각된 희생 (Sacrifice)
이청아 (2015)	모바일 지갑	경제성, 유용성, 가치표현, 인지된 보안, 즐거움	프라이버시 염려도, 기술의 복잡성, 체면 민감성
김용희 (2016)	스마트 홈 서비스	촉진조건, 유용성, 즐거움	프라이버시 위험, 혁신저항, 기술적 특성, 지각된 비용
강영모 (2017)	가스안전차단 서비스	제품 품질 · 기술서비스품질	프라이버시 염려, 지각된 비용
김인원 (2017)	영상보안 시스템	정보품질, 시스템 품질, 서비스 품질	프라이버시 염려, 인지된 정보보안, 지각된 비용
유훈 (2018)	Self-Customizati on Service	지각된 유용성, 지각된 즐거움	기술적 특성, 지각된가격, 혁신저항, 불안감
자료 : 유훈(2018) 재인용			

□ 기술수용모델/가치기반수용모델

1. 기술수용모델(TAM : Technology Acceptance Model)은 '조직의 업무 성과를 개선하기 위해 도입되는 정보기술에 대한 조직 구성원들의 수용에 영향을 미치는 요인들이 무엇인지 밝히기 위한 이론적 틀로서 개발 (Davis, 1989; Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989)

2. 가치기반수용모델(VAM : Value-Based Adoption model)은 논문(Kim et al. 2007)가 처음 제안한 모델로서 연구자들이 새로운 정보통신기술을 수용하는데 있어서 기존의 기술수용모델(Technology acceptance model; TAM)이 가진 한계점을 제시



〈그림 1〉 기술수용모델

출처 : Davis et al.(1989, p.986)

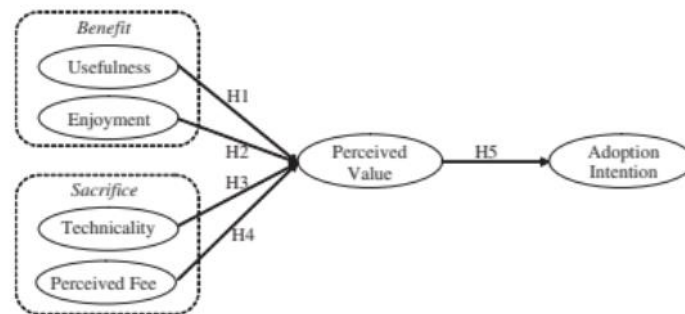
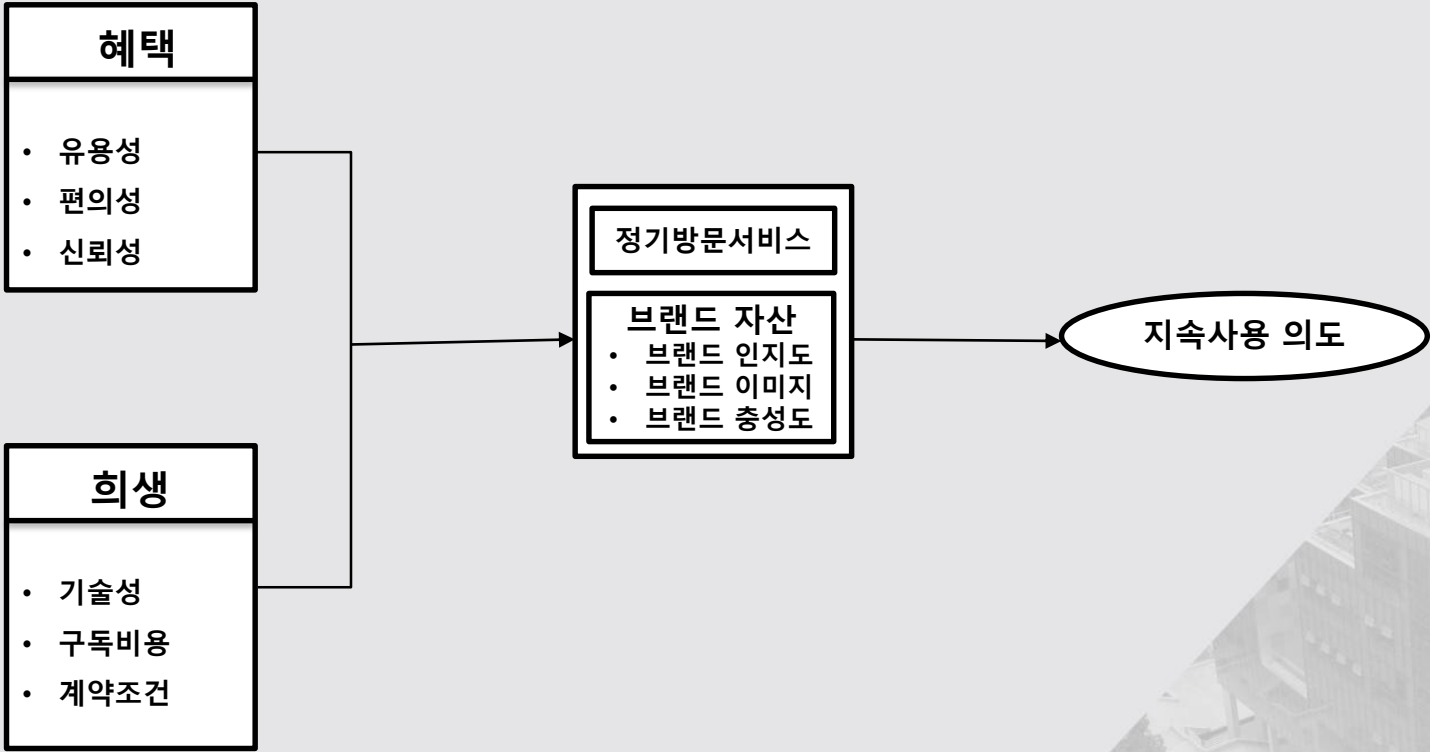


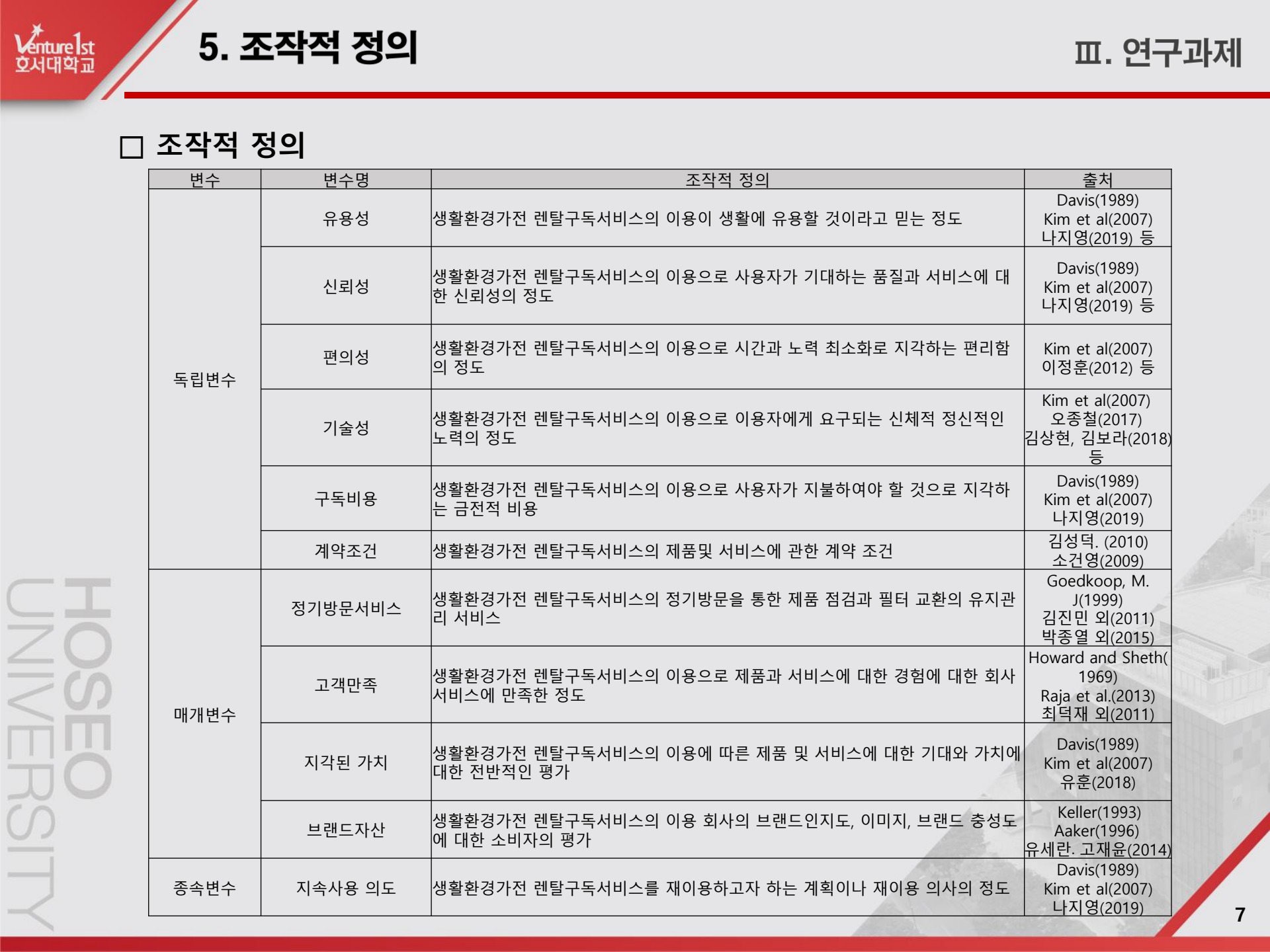
Fig. 1. Value based adoption model of technology.

연구 주제

렌탈구독서비스 이용자의 지각된 가치(혜택과 희생 요인)가 지속사용 의도에 미치는 영향에 관한 실증 연구

- 생활환경가전 제품의 정기방문서비스와 브랜드 자산을 매개효과로





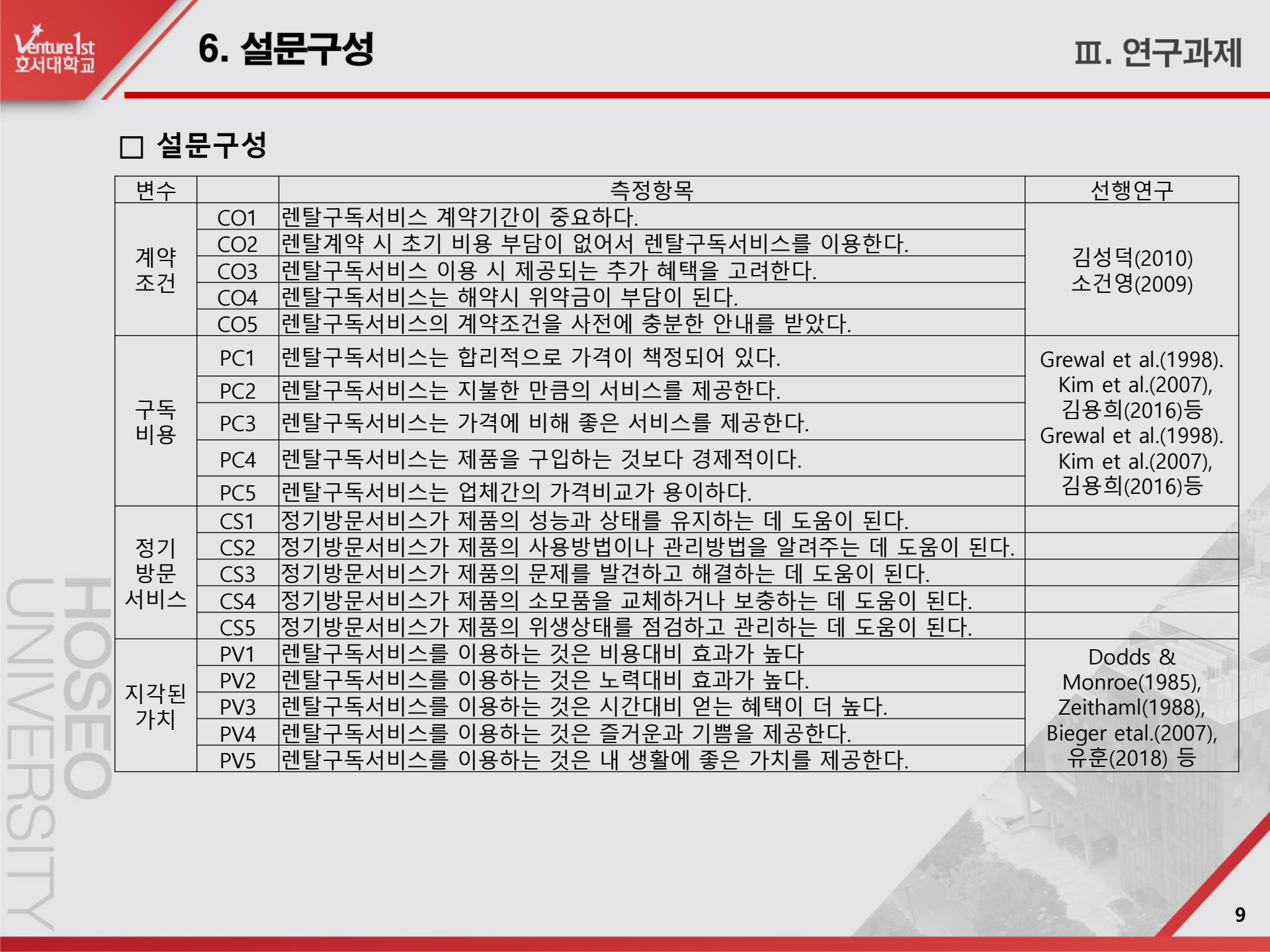
□ 조작적 정의

변수	변수명	조작적 정의	출처
독립변수	유용성	생활환경가전 렌탈구독서비스의 이용이 생활에 유용할 것이라고 믿는 정도	Davis(1989) Kim et al(2007) 나지영(2019) 등
	신뢰성	생활환경가전 렌탈구독서비스의 이용으로 사용자가 기대하는 품질과 서비스에 대한 신뢰성의 정도	Davis(1989) Kim et al(2007) 나지영(2019) 등
	편의성	생활환경가전 렌탈구독서비스의 이용으로 시간과 노력 최소화로 지각하는 편리함의 정도	Kim et al(2007) 이정훈(2012) 등
	기술성	생활환경가전 렌탈구독서비스의 이용으로 이용자에게 요구되는 신체적 정신적인 노력의 정도	Kim et al(2007) 오종철(2017) 김상현, 김보라(2018) 등
	구독비용	생활환경가전 렌탈구독서비스의 이용으로 사용자가 지불하여야 할 것으로 지각하는 금전적 비용	Davis(1989) Kim et al(2007) 나지영(2019)
	계약조건	생활환경가전 렌탈구독서비스의 제품및 서비스에 관한 계약 조건	김성덕. (2010) 소건영(2009)
매개변수	정기방문서비스	생활환경가전 렌탈구독서비스의 정기방문을 통한 제품 점검과 필터 교환의 유지관리 서비스	Goedkoop, M. J(1999) 김진민 외(2011) 박종열 외(2015)
	고객만족	생활환경가전 렌탈구독서비스의 이용으로 제품과 서비스에 대한 경험에 대한 회사 서비스에 만족한 정도	Howard and Sheth(1969) Raja et al.(2013) 최덕재 외(2011)
	지각된 가치	생활환경가전 렌탈구독서비스의 이용에 따른 제품 및 서비스에 대한 기대와 가치에 대한 전반적인 평가	Davis(1989) Kim et al(2007) 유훈(2018)
	브랜드자산	생활환경가전 렌탈구독서비스의 이용 회사의 브랜드인지도, 이미지, 브랜드 충성도에 대한 소비자의 평가	Keller(1993) Aaker(1996) 유세란, 고재윤(2014)
종속변수	지속사용 의도	생활환경가전 렌탈구독서비스를 재이용하고자 하는 계획이나 재이용 의사의 정도	Davis(1989) Kim et al(2007) 나지영(2019)



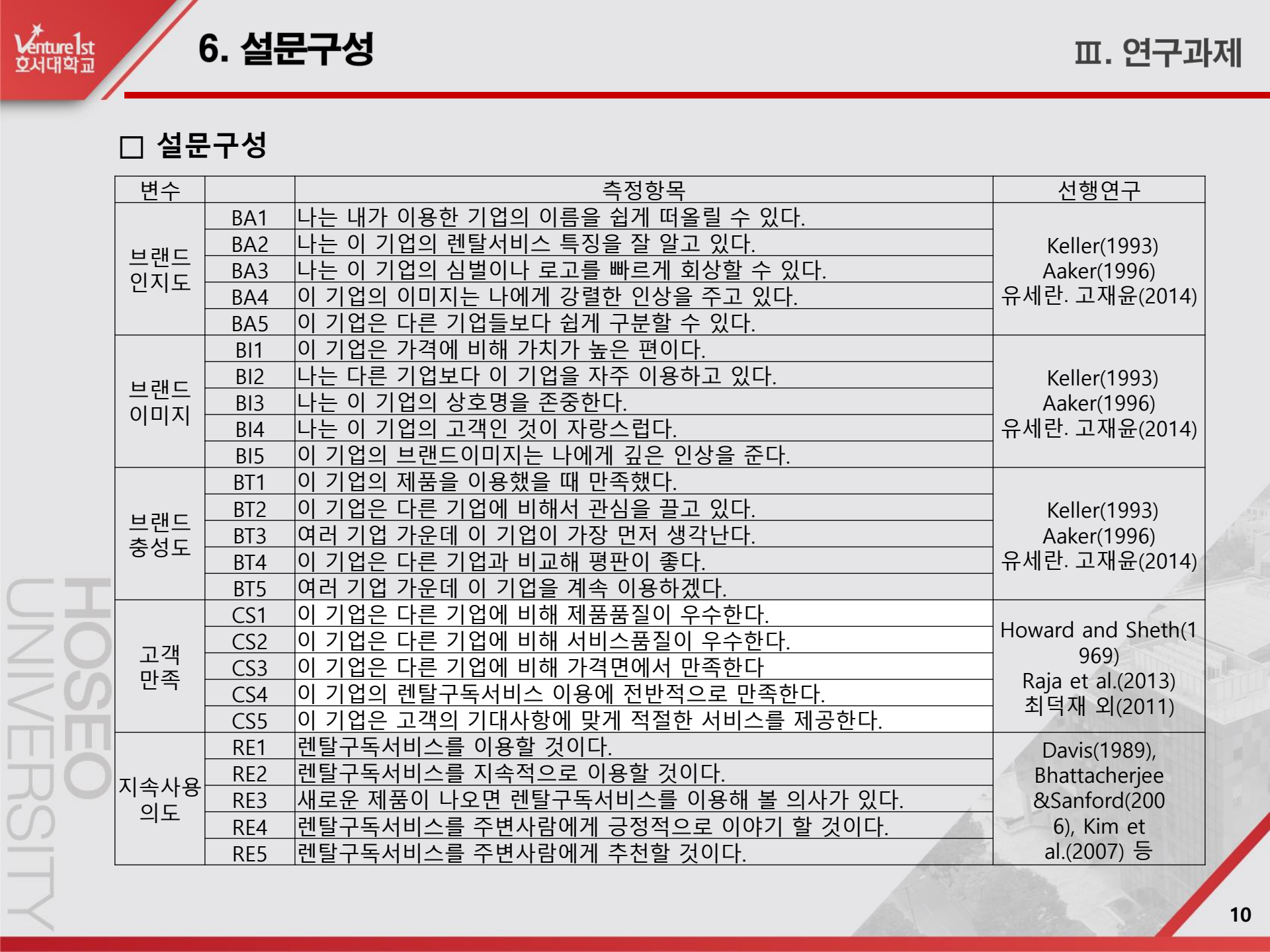
□ 설문구성

요인	변수	측정항목	선행연구
유용성	US1	렌탈구독서비스는 일상 생활에 유용할 것이다.	Davis(1989), 나지영(2019) 등
	US2	렌탈구독서비스는 삶의 질을 높여 줄 것이다.	
	US3	렌탈구독서비스는 시간을 많이 절약해 줄 것이다.	
	US4	렌탈구독서비스는 제품관리에 대한 부담을 덜어준다.	
	US5	렌탈구독서비스는 제품 구매에 대한 부담을 줄여준다.	
신뢰성	RE1	렌탈구독서비스는 일관된 서비스를 제공할 것이다.	Parasuraman(1988), Zeithaml et al.(2000), Wolfinbarger & Gilly(2003)등
	RE2	렌탈구독서비스는 약속된 서비스를 정확하게 제공할 것이다.	
	RE3	렌탈구독서비스는 원하는 서비스를 신속하게 제공할 것이다.	
	RE4	렌탈구독서비스는 전문적인 서비스를 제공할 것이다.	
	RE5	렌탈구독서비스는 믿을 수 있는 서비스를 제공할 것이다.	
편의성	CO1	렌탈구독서비스는 정기적인 관리로 사용이 편리하다.	Anderson & Shugan(1991), 이정훈(2012) 등
	CO2	렌탈구독서비스는 유지관리를 정기적으로 제공해 준다.	
	CO3	렌탈구독서비스는 정기적인 관리로 위생적으로 사용할 수 있다.	
	CO4	렌탈구독서비스는 제품 문제 발생시 회사가 적극적으로 해결해 준다.	
	CO5	렌탈구독서비스는 제품설치를 편리하게 해준다.	
기술성	TE1	렌탈구독서비스는 정기방문으로 제품 사용방법을 쉽게 배울 것이다.	Kim et al.(2007), 오종철(2017), 김상현,박현선, 김보라(2018)등
	TE2	렌탈구독서비스는 정기방문으로 제품 기능을 이해하기 쉽게 알려준다.	
	TE3	렌탈구독서비스는 소모품을 정기적으로 교체해 준다.	
	TE4	렌탈구독서비스는 정기적으로 제품점검을 해 준다.	
	TE5	렌탈구독서비스는 전문가가 방문하여 기술적인문제를 해결해 준다.	



□ 설문구성

변수		측정항목	선행연구
계약 조건	CO1	렌탈구독서비스 계약기간이 중요하다.	김성덕(2010) 소건영(2009)
	CO2	렌탈계약 시 초기 비용 부담이 없어서 렌탈구독서비스를 이용한다.	
	CO3	렌탈구독서비스 이용 시 제공되는 추가 혜택을 고려한다.	
	CO4	렌탈구독서비스는 해약시 위약금이 부담이 된다.	
	CO5	렌탈구독서비스의 계약조건을 사전에 충분한 안내를 받았다.	
구독 비용	PC1	렌탈구독서비스는 합리적으로 가격이 책정되어 있다.	Grewal et al.(1998). Kim et al.(2007), 김용희(2016)등 Grewal et al.(1998). Kim et al.(2007), 김용희(2016)등
	PC2	렌탈구독서비스는 지불한 만큼의 서비스를 제공한다.	
	PC3	렌탈구독서비스는 가격에 비해 좋은 서비스를 제공한다.	
	PC4	렌탈구독서비스는 제품을 구입하는 것보다 경제적이다.	
	PC5	렌탈구독서비스는 업체간의 가격비교가 용이하다.	
정기 방문 서비스	CS1	정기방문서비스가 제품의 성능과 상태를 유지하는 데 도움이 된다.	
	CS2	정기방문서비스가 제품의 사용방법이나 관리방법을 알려주는 데 도움이 된다.	
	CS3	정기방문서비스가 제품의 문제를 발견하고 해결하는 데 도움이 된다.	
	CS4	정기방문서비스가 제품의 소모품을 교체하거나 보충하는 데 도움이 된다.	
	CS5	정기방문서비스가 제품의 위생상태를 점검하고 관리하는 데 도움이 된다.	
지각된 가치	PV1	렌탈구독서비스를 이용하는 것은 비용대비 효과가 높다	Dodds & Monroe(1985), Zeithaml(1988), Bieger et al.(2007), 유훈(2018) 등
	PV2	렌탈구독서비스를 이용하는 것은 노력대비 효과가 높다.	
	PV3	렌탈구독서비스를 이용하는 것은 시간대비 얻는 혜택이 더 높다.	
	PV4	렌탈구독서비스를 이용하는 것은 즐거운과 기쁨을 제공한다.	
	PV5	렌탈구독서비스를 이용하는 것은 내 생활에 좋은 가치를 제공한다.	



□ 설문구성

변수		측정항목	선행연구
브랜드 인지도	BA1	나는 내가 이용한 기업의 이름을 쉽게 떠올릴 수 있다.	Keller(1993) Aaker(1996) 유세란, 고재윤(2014)
	BA2	나는 이 기업의 렌탈서비스 특징을 잘 알고 있다.	
	BA3	나는 이 기업의 심벌이나 로고를 빠르게 회상할 수 있다.	
	BA4	이 기업의 이미지는 나에게 강렬한 인상을 주고 있다.	
	BA5	이 기업은 다른 기업들보다 쉽게 구분할 수 있다.	
브랜드 이미지	BI1	이 기업은 가격에 비해 가치가 높은 편이다.	Keller(1993) Aaker(1996) 유세란, 고재윤(2014)
	BI2	나는 다른 기업보다 이 기업을 자주 이용하고 있다.	
	BI3	나는 이 기업의 상호명을 존중한다.	
	BI4	나는 이 기업의 고객인 것이 자랑스럽다.	
	BI5	이 기업의 브랜드이미지는 나에게 깊은 인상을 준다.	
브랜드 충성도	BT1	이 기업의 제품을 이용했을 때 만족했다.	Keller(1993) Aaker(1996) 유세란, 고재윤(2014)
	BT2	이 기업은 다른 기업에 비해서 관심을 끌고 있다.	
	BT3	여러 기업 가운데 이 기업이 가장 먼저 생각한다.	
	BT4	이 기업은 다른 기업과 비교해 평판이 좋다.	
	BT5	여러 기업 가운데 이 기업을 계속 이용하겠다.	
고객 만족	CS1	이 기업은 다른 기업에 비해 제품품질이 우수한다.	Howard and Sheth(1969) Raja et al.(2013) 최덕재 외(2011)
	CS2	이 기업은 다른 기업에 비해 서비스품질이 우수한다.	
	CS3	이 기업은 다른 기업에 비해 가격면에서 만족한다.	
	CS4	이 기업의 렌탈구독서비스 이용에 전반적으로 만족한다.	
	CS5	이 기업은 고객의 기대사항에 맞게 적절한 서비스를 제공한다.	
지속사용 의도	RE1	렌탈구독서비스를 이용할 것이다.	Davis(1989), Bhattacharjee &Sanford(2006), Kim et al.(2007) 등
	RE2	렌탈구독서비스를 지속적으로 이용할 것이다.	
	RE3	새로운 제품이 나오면 렌탈구독서비스를 이용해 볼 의사가 있다.	
	RE4	렌탈구독서비스를 주변사람에게 긍정적으로 이야기 할 것이다.	
	RE5	렌탈구독서비스를 주변사람에게 추천할 것이다.	

7. 렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례

□ 장수기업 코웨이

1. 1989년 설립된 코웨이(Coway)는 정수기, 공기청정기, 비데, 매트리스 등 생활환경 분야에서 업계 1위를 오랜 기간 지켜오고 있는 국내 대표 브랜드
2. 렌탈 비즈니스를 업계 최초로 도입하여 제조업 중심으로 운영되고 있던 국내 생활환경 가전 시장을 서비스업 중심 재편
3. 서비스 전문가 '코디'를 통한 사전 서비스(before . service)의 제공은 코웨이가 고객만족도, 시장점유율, 브랜드 신뢰도 등을 동시에 달성하여 경쟁우위 확보 및 성공적인 재무적 성과를 이끌어 내는데 성공
4. 미국, 태국, 중국 등 4개국에 법인을 설립, 말레이시아 법인의 경우 현지 정수기 점유율에서 1위를 차지하는 등 가시적인 성과
5. 캄보디아 우물파기, 착한 정수기 캠페인, 나눔 정수기 보급사업, 등 기존 사업과 관련성이 높은 사회공헌 활동들을 전개하여, 기업의 사회적 책임을 충실히 이행

(안철휘, 안현철 2018)

7. 렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례

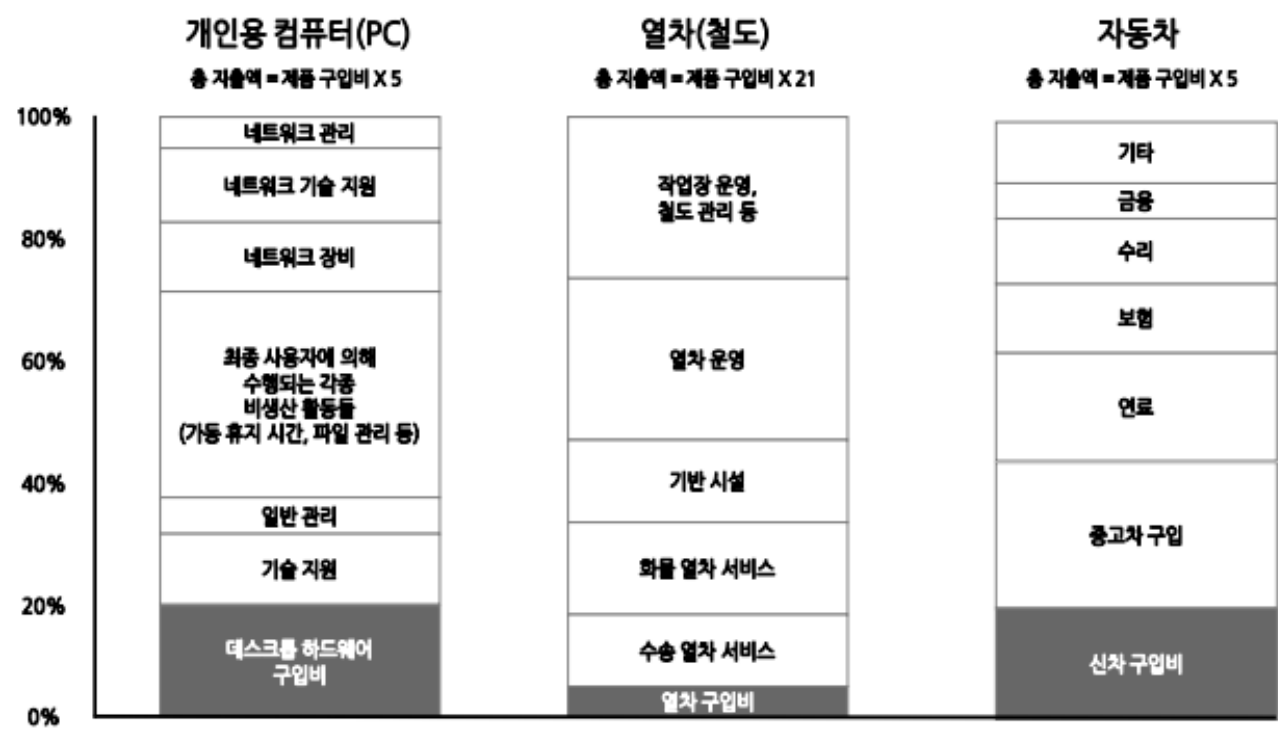
□ 장수기업 코웨이

1. 본 사례는 제조업의 서비스화를 통해 안정적인 수익원 확보를 가능케 만든 코웨이의 '렌탈 비즈니스 모델'
2. 생태계가 지속될 수 있도록 지원하고 있는 코디 시스템, 기업문화, 연구개발 등의 활동들을 정리
3. 사물인터넷 기술 기반의 스마트-커넥티드 제품을 준비하고 있는 코웨이의 loCare 사례는 4차 산업혁명의 시대를 맞이하여
4. 빅데이터를 중심으로 한 제품과 서비스의 영역 파괴를 고민하고 있는 기업들에게 의미 있는 참고 사례임
5. 본 연구는 코웨이에서 제조업의 서비스화가 어떻게 성공적으로 정착되었는지, 그리고 이것이 기업의 경쟁력 제고에 어떻게 기여하였는지를 제시함
6. 오늘날 성장 정체와 수익률 악화로 신음하고 있는 국내 제조 기업들에게 유의미한 시사점을 제공하고자 함

(안철휘, 안현철 2018)

□ 이론적 배경

제조업의 주요 수익이 전체 지출액은 개인용 컴퓨터나 자동차의 경우 제품 구입액의 5배, 열차(철도)의 경우는 21배에 이르고 있음. (Wise and Baumgartner, 1999).



[그림 1] PC, 철도 및 자동차의 총 지출액 구성 현황

출처: Wise and Baumgartner, 1999.

7. 렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례

□ 이론적 배경

정수기 사업은 1990년 라이프 스프링(Life Spring) 정수기를 수입·판매한 것을 계기로 시작하게 되었으며, 이듬해인 1991년 첫 자체생산 제품인 코웨이 정수기를 판매하기 시작 함



7. 렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례

□ 서비스업으로 진화

1. IMF 외환위기가 터진 1997년, 코웨이는 당시 설립 8년 만에 처음으로 11억 원의 영업적자를 내며, 적자기업이 됨
2. 소비심리가 크게 위축돼 당시 대당 100만 원을 호가하던 정수기를 사겠다는 소비자는 거의 없었음
3. 이러한 상황에서 “정수기가 비싸서 사람들이 잘 사지 않으니, 저렴한 비용으로 빌려주자”는 단순한 아이디어로 시작된 것이 바로 정수기 렌탈 비즈니스 모델임
4. 코웨이가 국내 업계 최초로 정수기 렌탈 사업을 시작했지만 사람들이 전망하는 성공 가능성은 그리 높지 않았음
5. 코웨이가 야심차게 도입한 정수기 렌탈 비즈니스는 사업 개시 1년 만에 10만 명의 렌탈 회원을 확보하는데 성공 함
6. 1997년 996억 원에 불과했던 매출액이 2000년에는 2,773억 원으로 급격하게 성장 함

(안철휘, 안현철 2018)

7. 렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례

□ 서비스업으로 진화

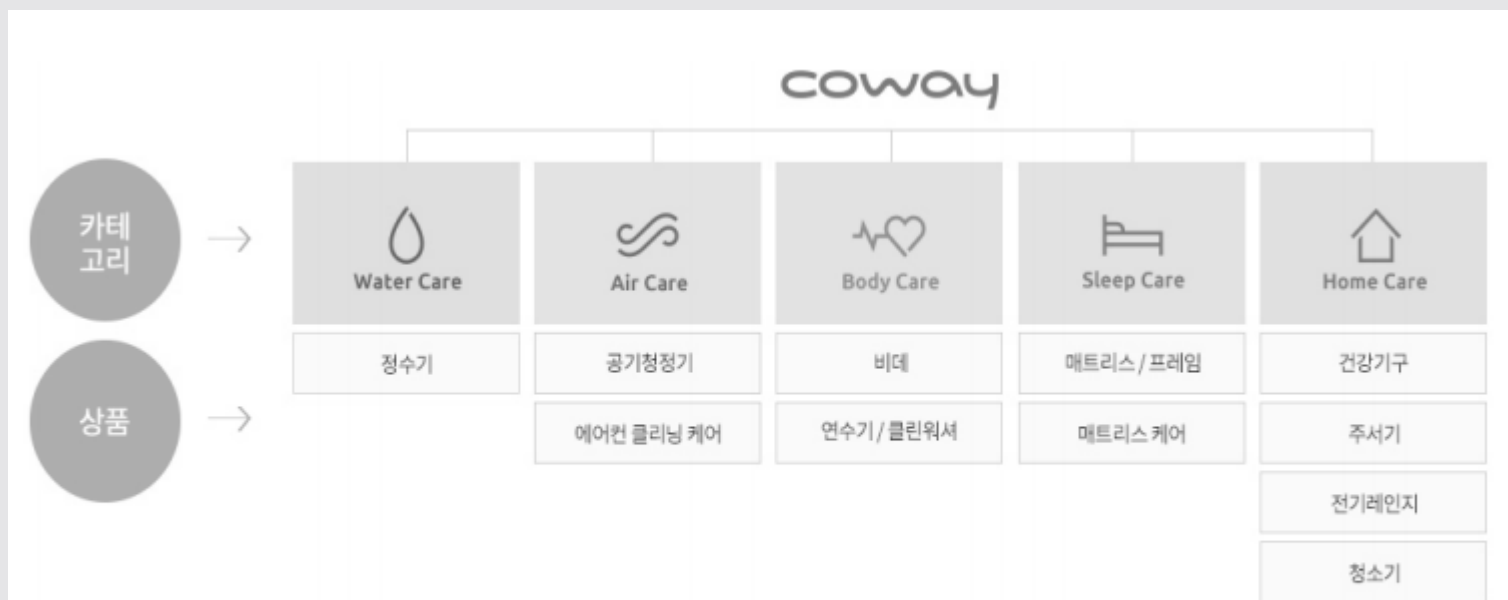
1. 종합해 보면, 단순히 제품을 대여해 주는 차원을 넘어, 제품과 서비스의 완전한 결합, 즉, 우수한 품질의 고급 생활환경가전 제품과 전문 서비스 요원의 정기적인 방문 관리 서비스가 융합된 렌탈 비즈니스 모델이 코웨이의 렌탈 비즈니스 모델임
2. 일반적으로 렌탈 상품의 대상은 '고가(예: 집, 자동차 등)'이거나, '자주 사용하지 않는 상품(예: 스키장비, 한복 등)'인 경우가 많았음
3. 코웨이는 상품의 가격이나 이용빈도에 초점을 맞추지 않고, 지속적인 유지관리가 중요한 생활환경가전에 렌탈 비즈니스 모델을 도입함
4. 지속적 유지관리 서비스가 융합된 생활환경 가전'이라고 하는 기존에 없었던 새로운 렌탈 상품의 영역을 제시했다는 점에서 특히 더 주목할 필요가 있음

(안철휘, 안현철 2018)

7. 렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례

□ 제품 다각화

2001년 5월 화장실·욕실 전문 브랜드인 '룰루(LooLoo)'를 론칭, 2011년 10월에는 국내 최초로 침대 매트리스를 합리적인 가격으로 렌탈, 관리해주는 고객 중심 '매트리스 맞춤 케어 렌탈 서비스'를 출시



[그림 5] 코웨이의 취급 제품군 현황

출처: Coway 기업 사이트.

7. 렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례

□ 4차 산업혁명 시대에 대한 대응: IoCare

고객 개개인의 생활습관 데이터를 모아서 수집, 분석하여, 고객이 24시간 안심하며 생활할 수 있는 맞춤형 관리 서비스를 제공



7. 렌탈구독서비스 장수 기업 코웨이 사례

□ 결론

1. 윤석금 당시 회장의 강력한 리더십렌탈 서비스의 성공적인 안착을 위해 공격적인 가격 책정과 그에 따른 제품 정비, 코디 시스템 도입 등 효과적인 리스크 관리 활동을 전개
2. 정수기, 공기청정기, 비데 등 생활가전제품과 코디에 의해 제공되는 유지관리 관리 서비스 간 궁합이 잘 맞았기 때문에, 코웨이의 서비스화가 고객들에게 큰 가치를 제공
3. 밝고 자유로운 기업문화 하에서 직급과 상관없이 누구나 새로운 아이디어를 낼 수 있도록 장려하고 있으며, 이를 통해 성장과 발전을 이룰 수 있는 기회를 제공
4. 정수기, 공기청정기, 비데 등 생활가전제품은 지속적인 유지관리가 제품 성능에 지대한 영향을 미치는 특성을 코디 시스템을 통해 효과적으로 대응
5. 제품가격과 대고객 서비스를 하나의 번들(bundle)로 만들고, 여기에 소비자들의 가격부담이 덜하도록 할부 방식의 렌탈 서비스를 도입함으로써 안정적이면서 높은 수익창출에 성공

(안철휘, 안현철 2018)