

# 4060 TREND REPORT 2023

## 온라인 쇼핑 2

4060 온라인 쇼핑 트렌드 조사 결과 보고서

# 4060 TREND REPORT에 대하여

---

신중년 라이프트렌드 No.1 (주)임팩트피플스가 제공하는 프리미엄 콘텐츠입니다.

에이플은 4060 소비트렌드조사를 통해 콘텐츠를 개발하고 높은 프라이드와 도전적인 삶의 욕구를 지닌 신중년의 라이프스타일과 최신정보를 공유합니다.

국내 핵심소비층이자 많은 인구를 차지하는 오팔세대(액티비시니어)의 이야기를 듣고 그들의 트렌드를 모두 모아 인사이트를 제공합니다.

신중년의 트렌드를 빠르게, 한 눈에 -

# Table of Contents



**01**

조사개관



**02**

응답자 프로파일



**03**

조사결과



## 들어가며

다양한 온라인 쇼핑 플랫폼이 이용자를 위한 서비스를 제공하고 있는데요. 유료 멤버십 구독제를 통해 혜택을 제공하며 회원수를 늘리기 위한 경쟁을 하고 있습니다.

쇼핑 플랫폼의 유료 멤버십은 일정 구독료를 지불하면 무료배송, 높은 적립율 등 다양한 혜택을 누릴 수 있어서 사용자들에게는 큰 인기라고 하는데요.

그렇다면, 4060 신중년은 온라인 쇼핑에 대해 어떠한 이용행태를 가지고 있는지 조사했습니다.

그 결과를 '온라인 쇼핑 4060 트렌드'를 통해 분석된 데이터를 확인할 수 있습니다.





# 01 조사개관

## 조사개관 : 설계 및 실행

조사 지역	전국
조사 기간	2022.10.11 ~ 2022.10.24
조사 대상	4060 남녀
수집 정보	온라인 쇼핑 이용 트렌드
참여자 경품	기본 70p(비대상자 5p), 베스트리뷰 작성자 1,000p
기타	소수점 둘째 자리에서 반올림하여 오차가 발생할 수 있음

### - Abstract -

온라인 쇼핑 / 구독  
이용자 인구통계

온라인 쇼핑 / 구독  
이용 행태

온라인 쇼핑 / 구독  
만족도 및 이유

2022년 10월 11일부터 2022년 10월 24일까지 진행된 [4060 온라인 쇼핑의 모든 것, 어디서 쇼핑하세요?]의 조사의 결과이다. 4060 신중년의 온라인 쇼핑 이용 트렌드를 알아보고자 진행되었다. 총 387명이 조사에 참여하여 유효 데이터를 확보하였으며, 이를 토대로 결과를 분석하였다.

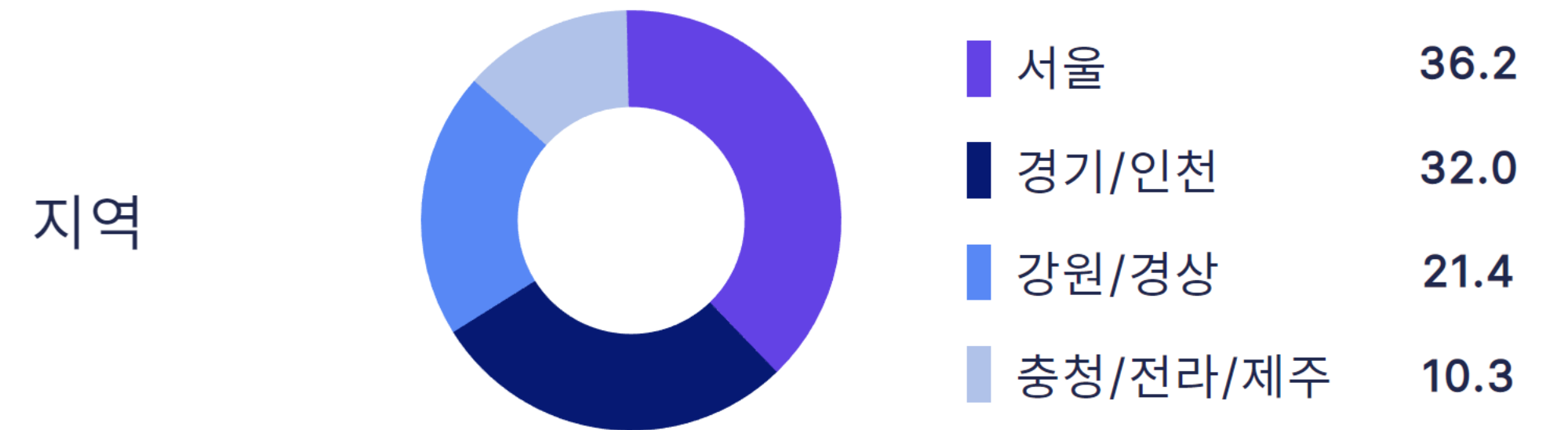
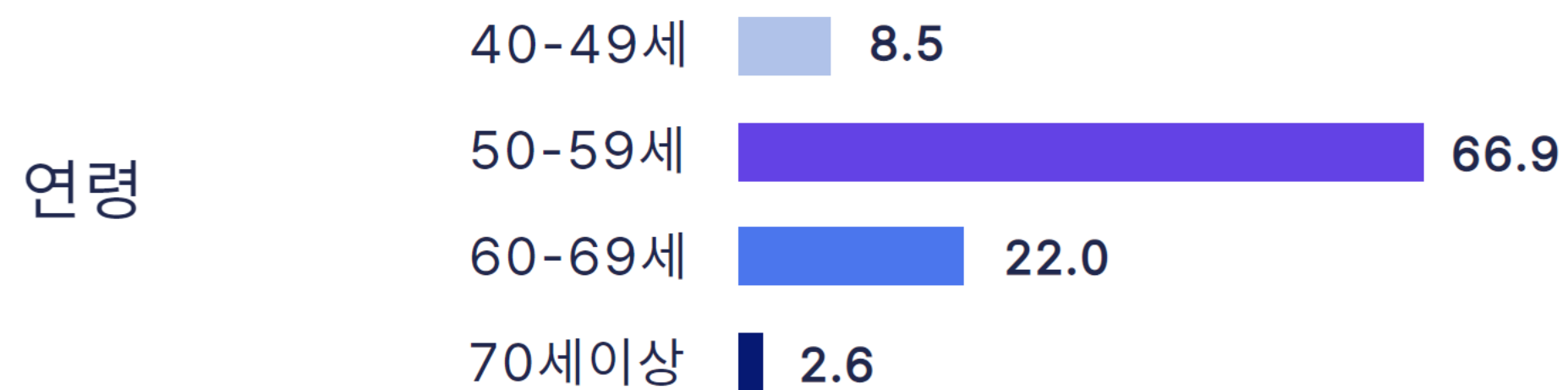
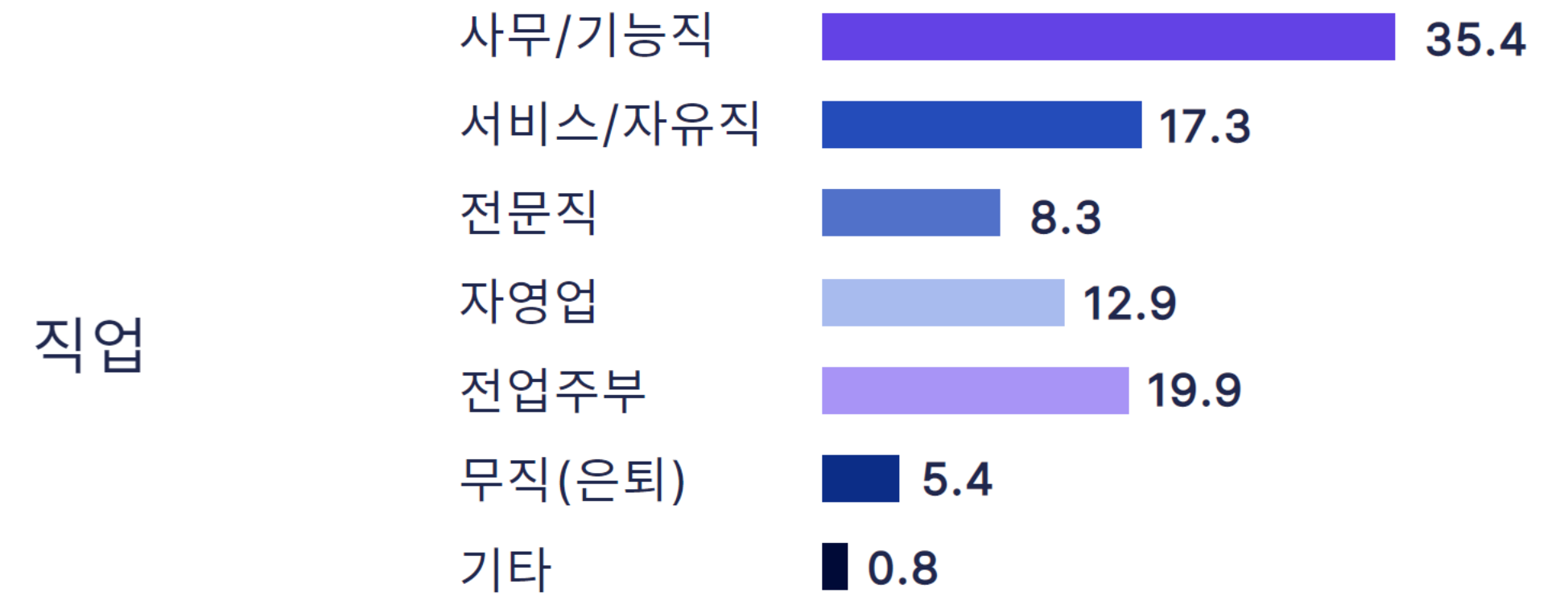


# 02 응답자 프로파일

## 응답자 프로필

### 응답자 프로필 현황

(Base: 전체, N=387, 단일응답, 단위:%)





# 03 조사결과

# 조사결과1

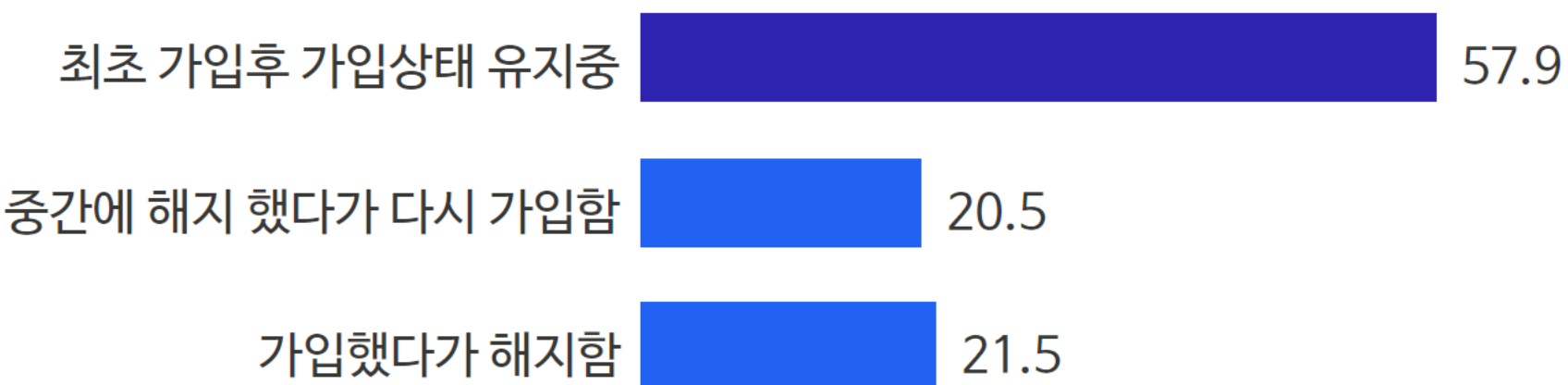
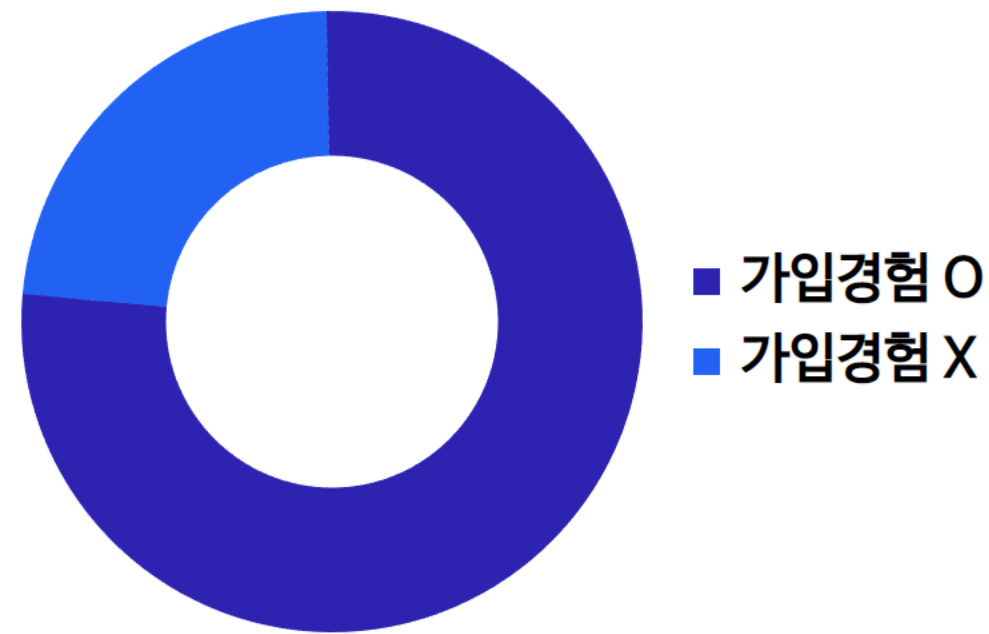
온라인 쇼핑을 하는 4060 신중년 중 76.7%가 유료 멤버십을 가입한 경험이 있는 것으로 나타났다.

이중 '최초 가입후 가입상태 유지'가 57.9%로 가장 많았으며, 현재 이용 중인 쇼핑앱 유료 멤버십 1위는 '로켓와우'가 32.7%로 가장 높았다.

이들의 유료 멤버십 최초 가입 계기는 '나에게 유용한 혜택이 많아서', '월 이용료 할인 및 무료 체험기회' 등으로 나타났다.

## 이용 쇼핑앱 유료 멤버십 가입상태

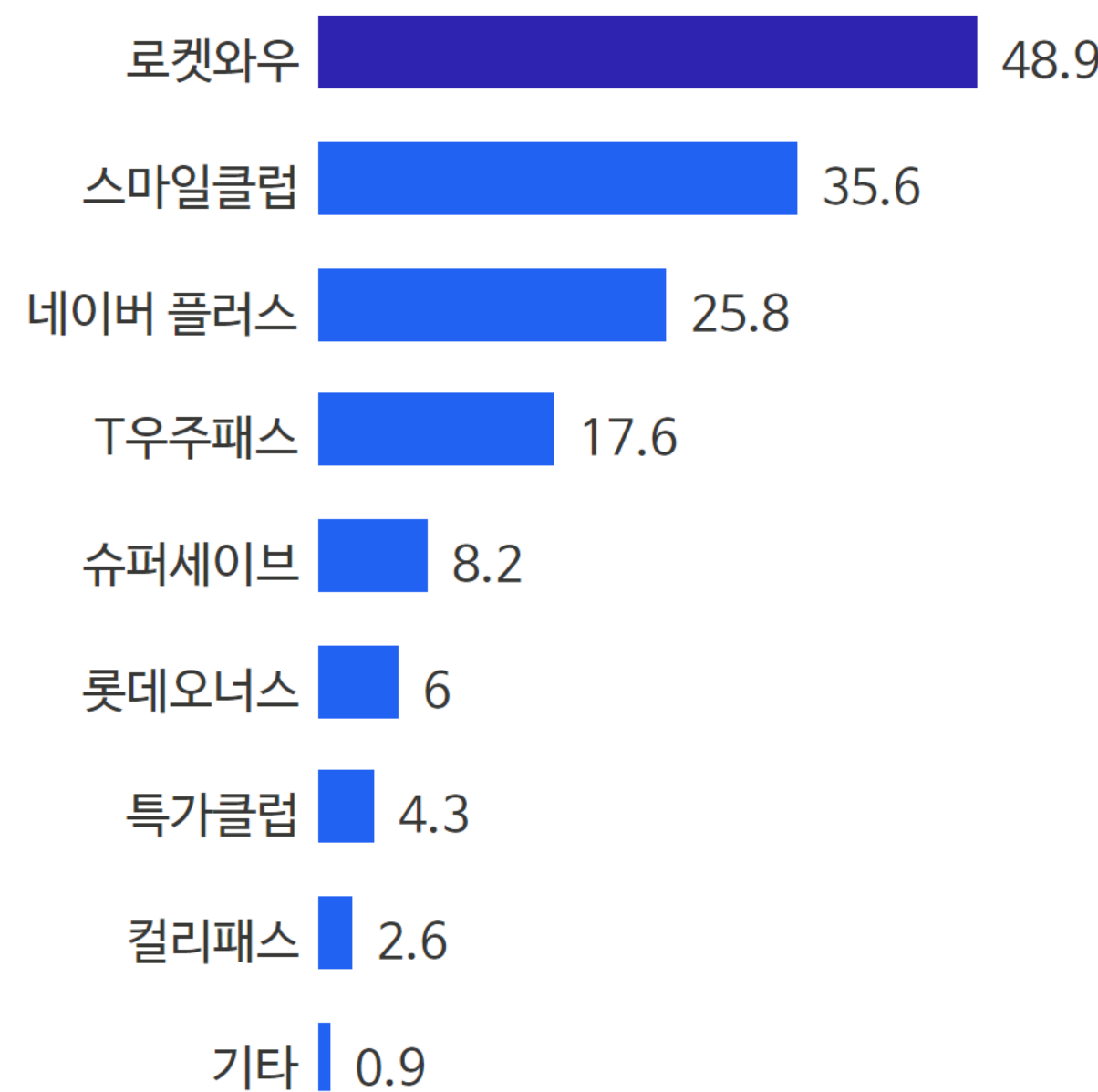
(Base: 전체, N=387, 단일응답, 단위: %)



(Base: 유료멤버십 가입경험有, N=297, 단일응답, 단위: %)

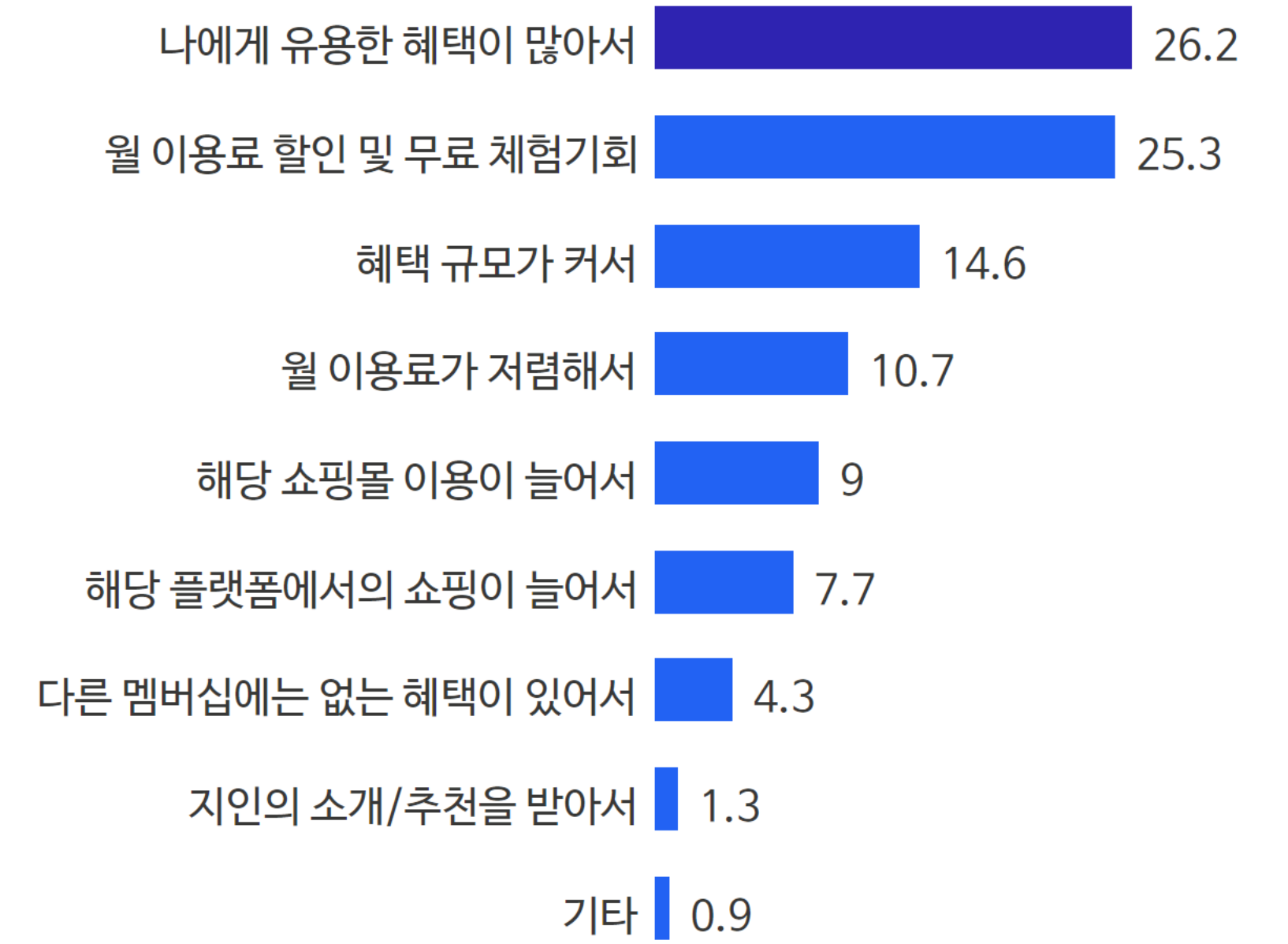
## 현재 이용 중인 쇼핑앱 유료 멤버십

(Base: 유료멤버십 가입자, N=233, 복수응답, 단위: %)



## 유료 멤버십 최초 가입 계기

(Base: 유료멤버십 가입자, N=233, 단일응답, 단위: %)





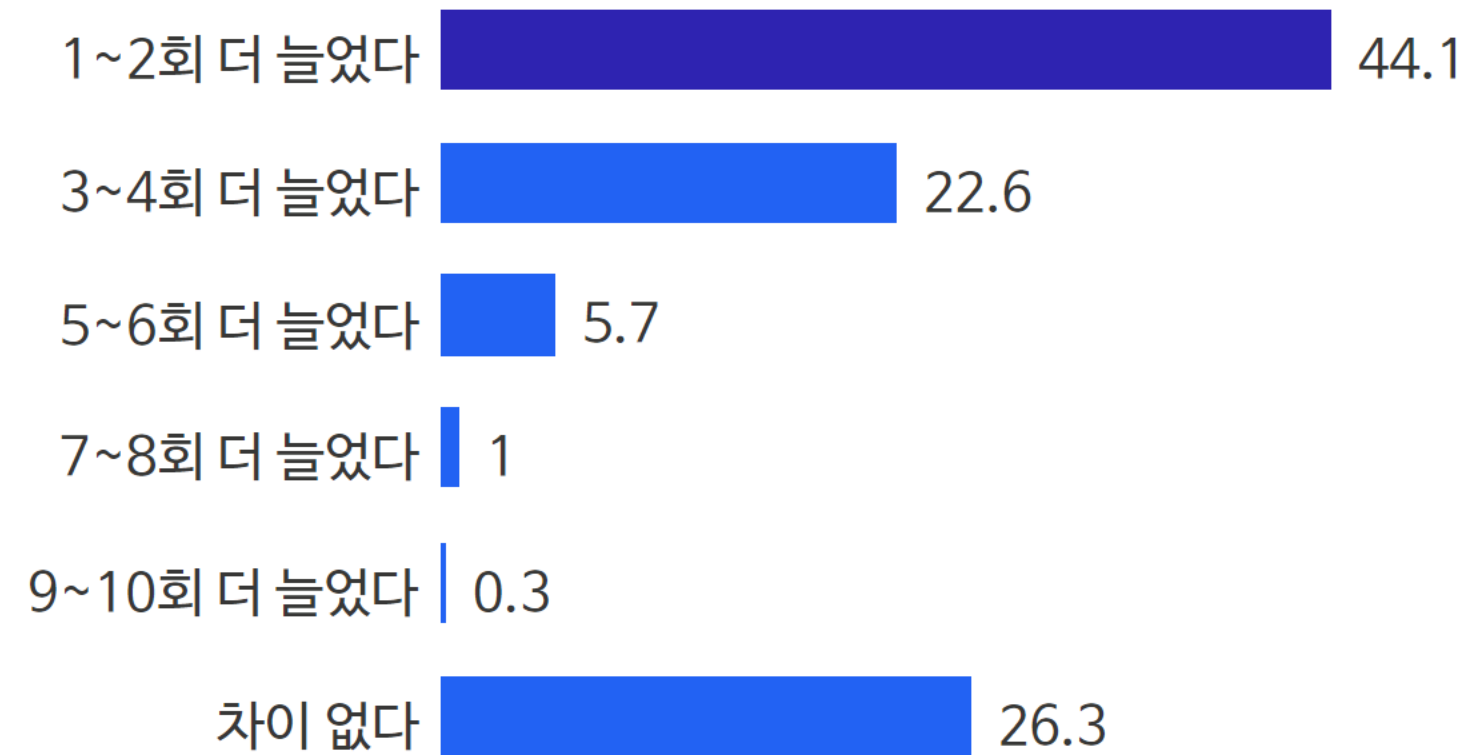
## 조사결과2

유료 멤버십 가입 후에 1~2회 쇼핑빈도가 증가하였다고 응답한 신중년은 44.1%로 가장 많았다.

유료 멤버십 비용에 대해서 68%가 '적절하지 않다'라고 밝혔으며, 적절한 구독료 범위는 2,000~4,000원 미만이 가장 많이 응답되었다.

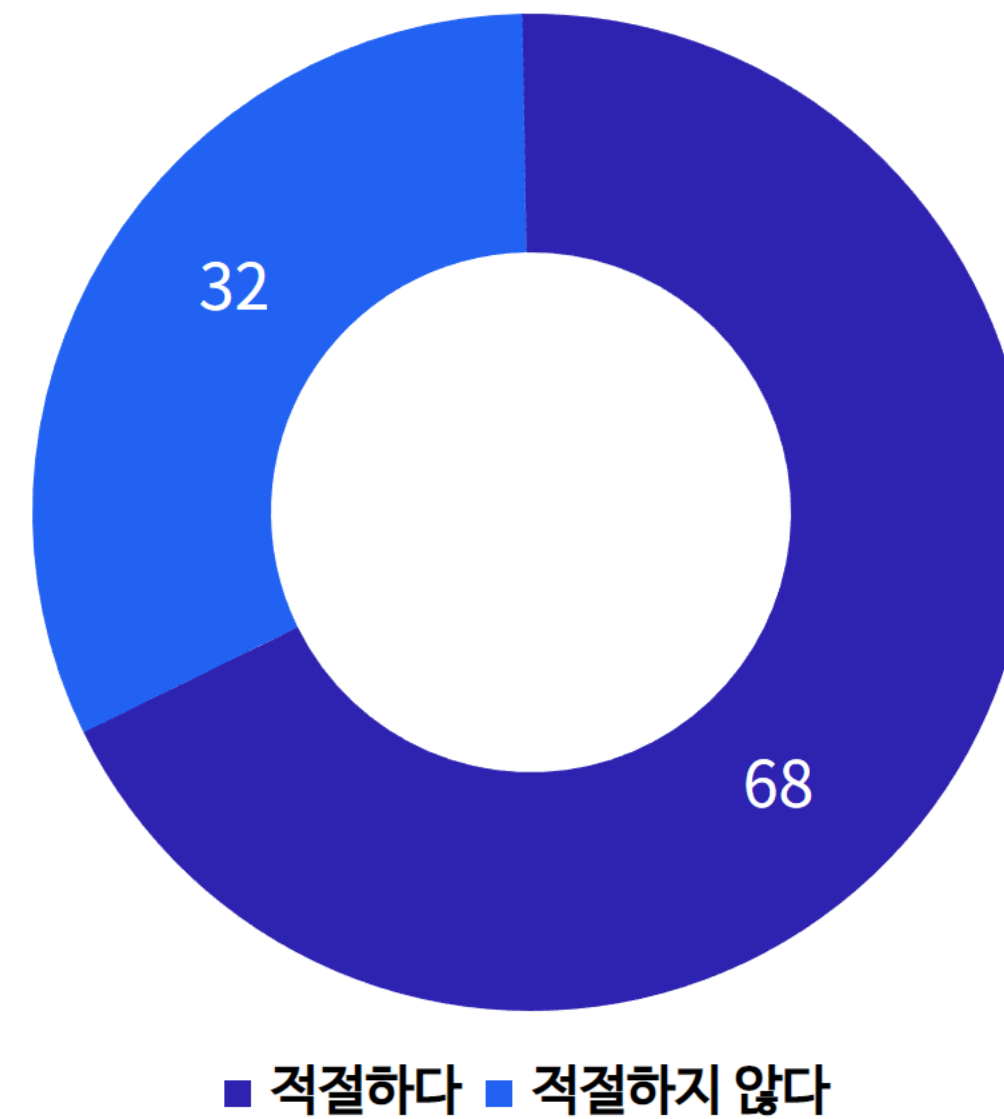
### 유료 멤버십 가입후, 쇼핑빈도 증가 수

(Base: 멤버십 가입 경험자, N=297, 단일응답, 단위: %)



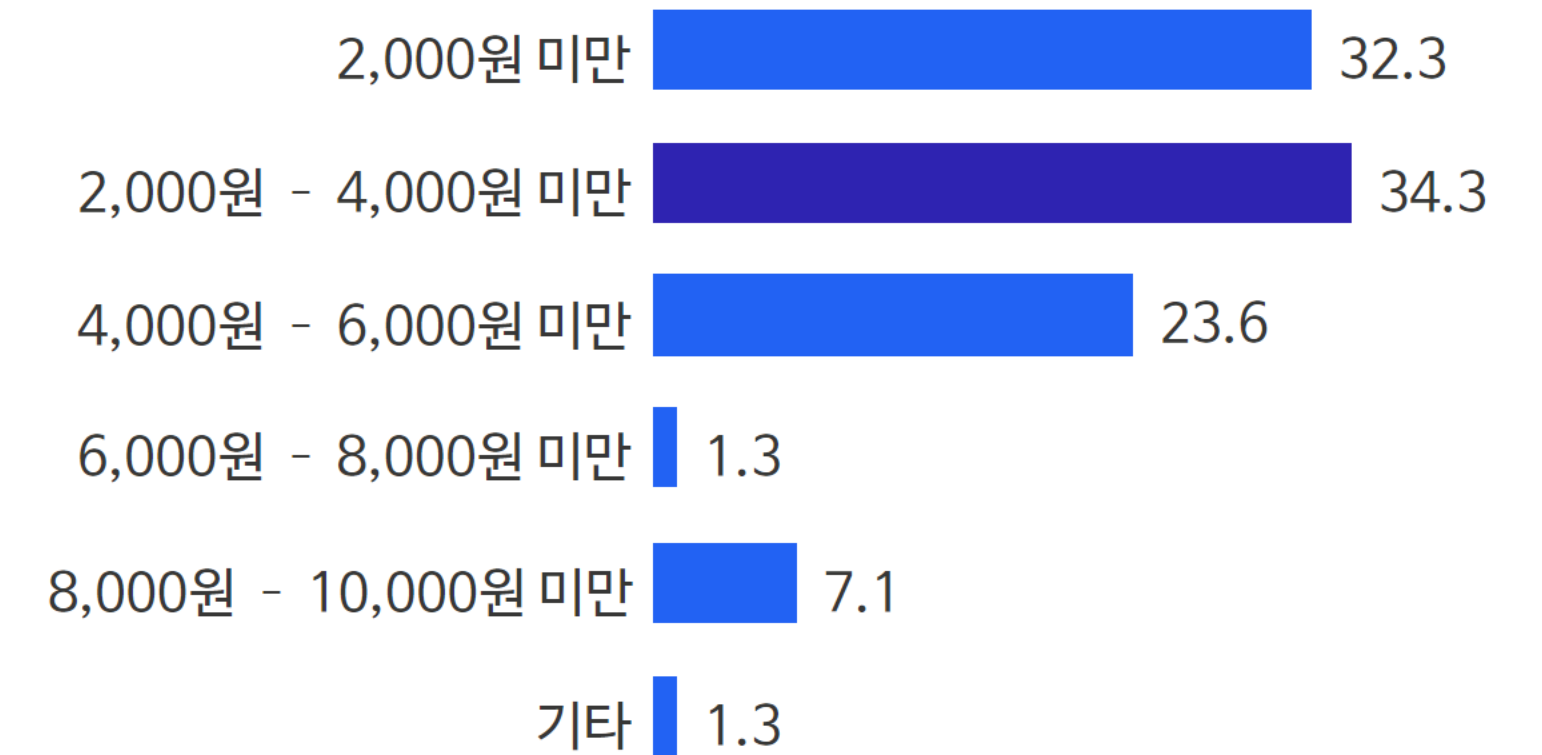
### 유료 멤버십에 지불되는 비용 적절성 의견

(Base: 멤버십 가입 경험자, N=297, 단일응답, 단위: %)



### 유료 멤버십의 적정 구독료 범위

(Base: 멤버십 가입 경험자, N=297, 단일응답, 단위: %)



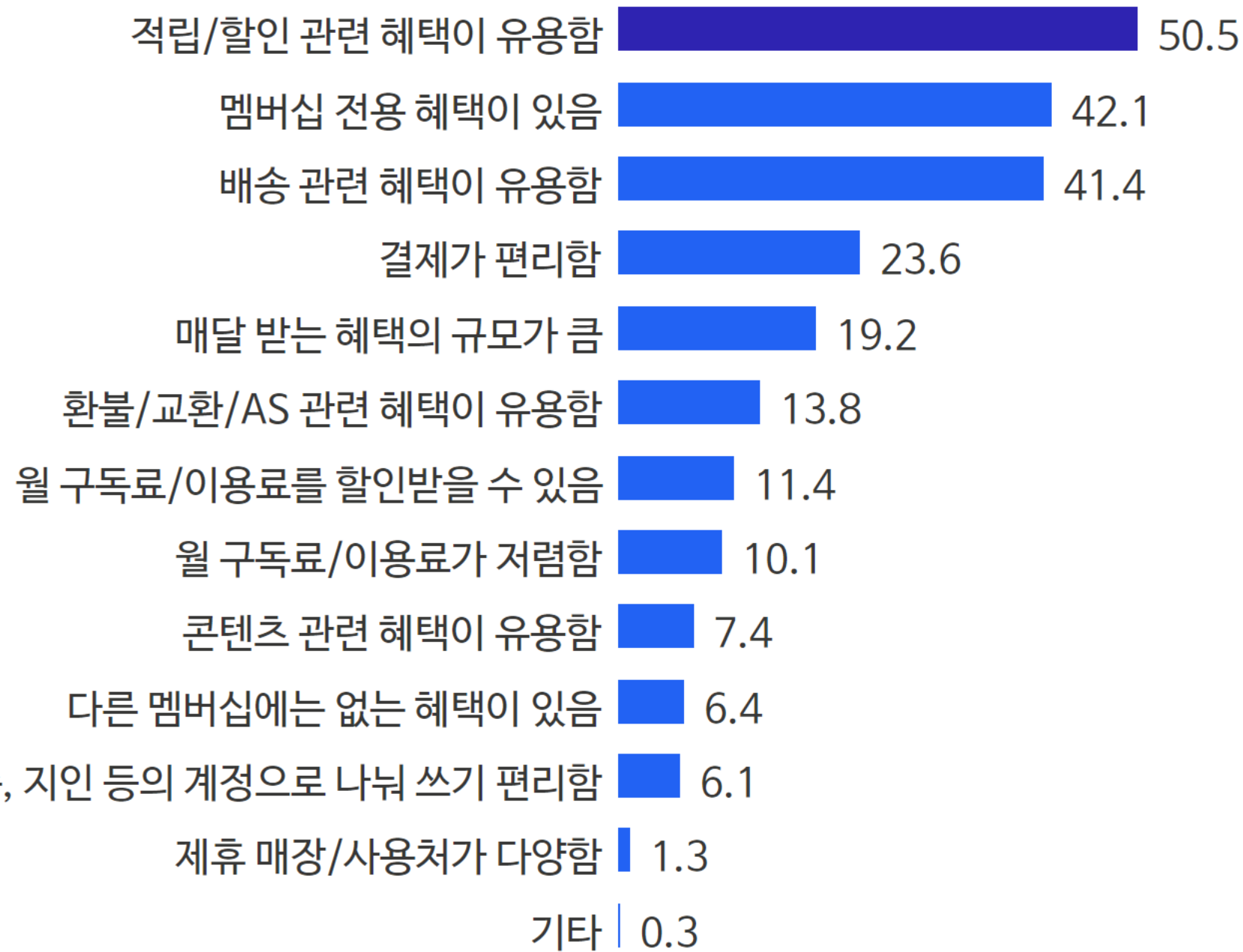
### 조사결과3

유료 멤버십 이용에 만족하는 이유 1위는 '적립/할인 관련 혜택이 유용함'으로 나타났으며, 불만족하는 이유 1위는 '월 구독료가 계속 오른다'로 나타났다.

4060 신중년의 유료 멤버십 전반적인 만족도는 전체의 51.9%가 만족하는 것으로 나타났다.

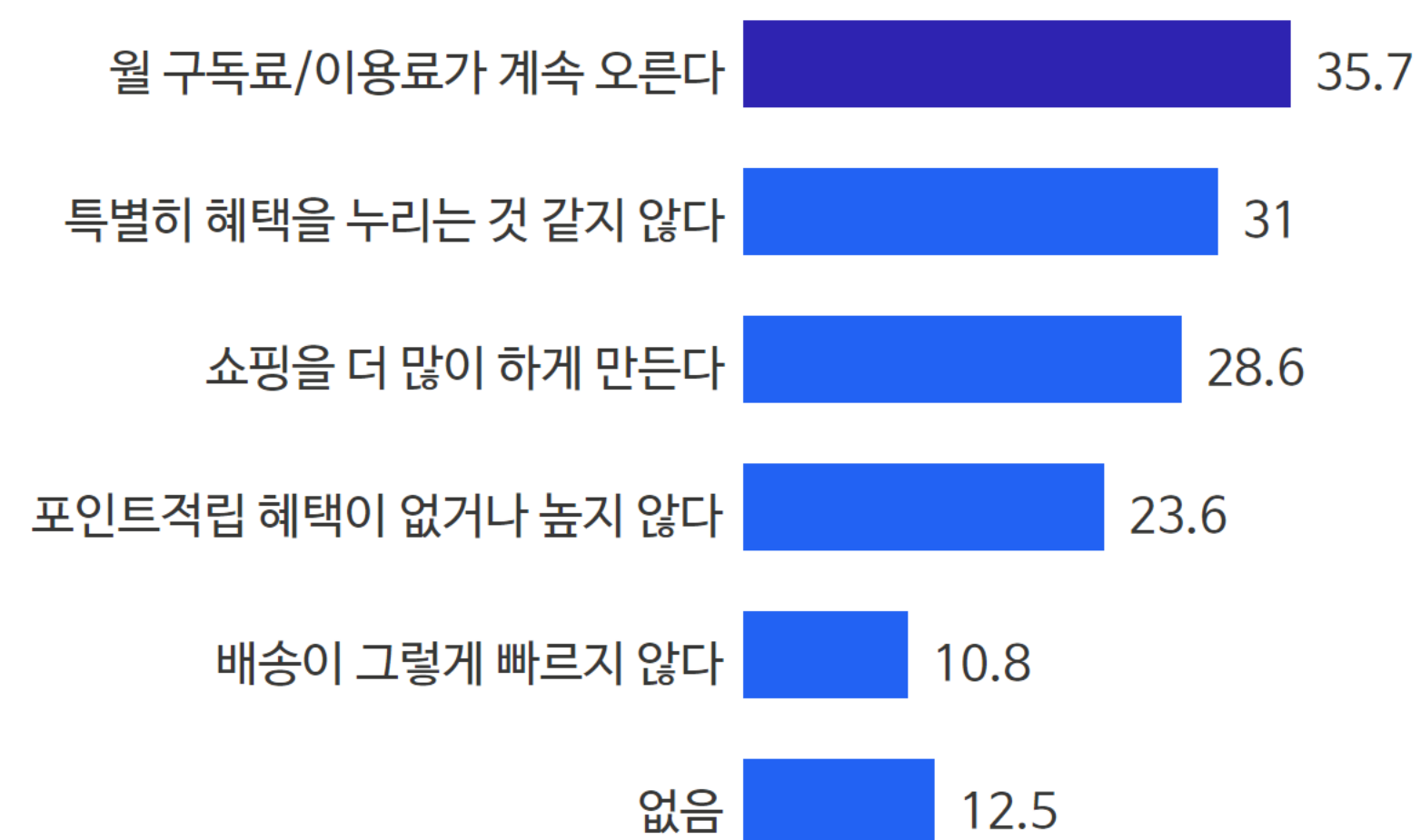
#### 유료 멤버십 이용에 '만족'하는 것

(Base: 멤버십 가입 경험자, N=297, 복수응답, 단위: %)



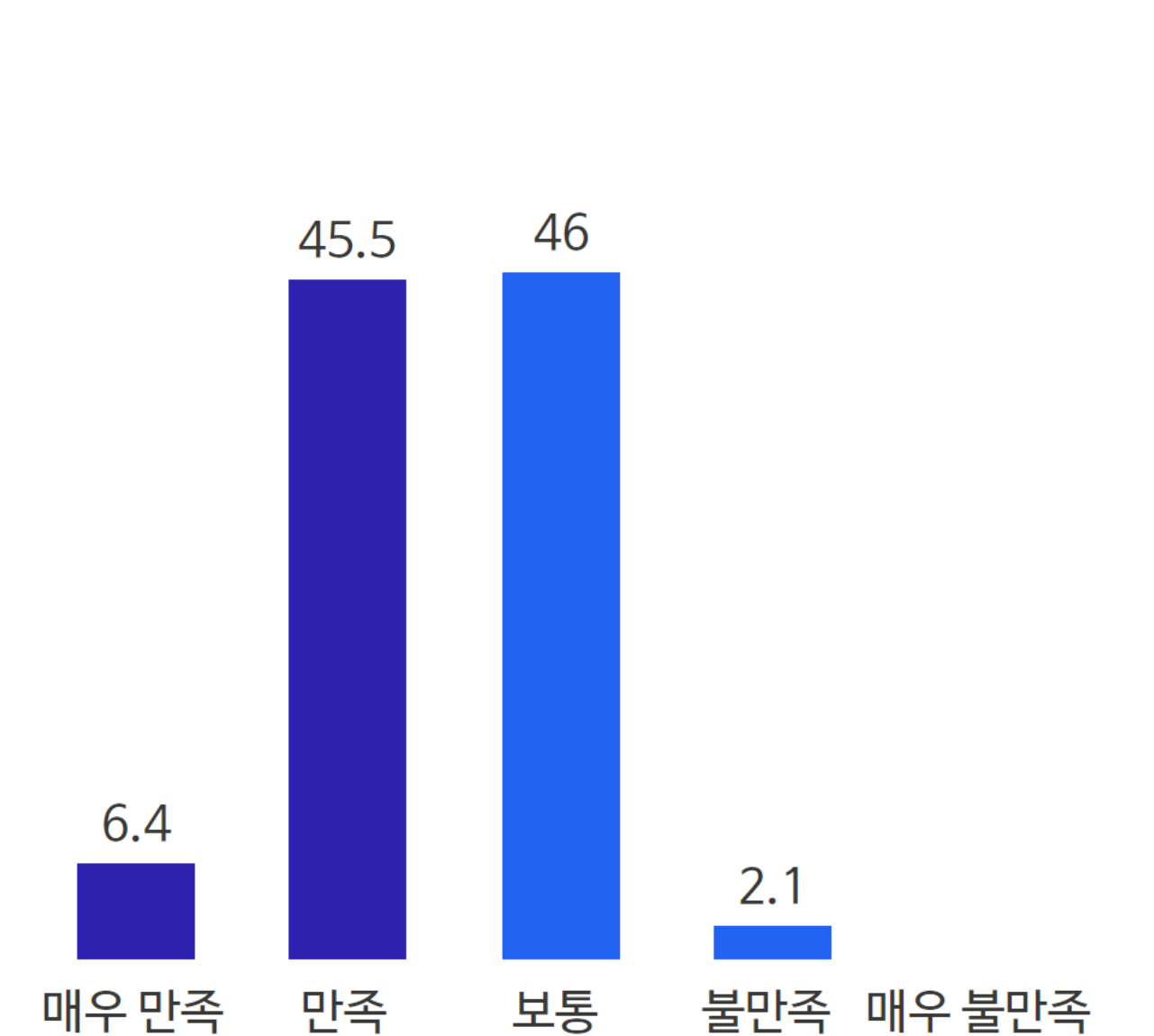
#### 유료 멤버십 이용에 '불만족'하는 것

(Base: 멤버십 가입 경험자, N=297, 복수응답, 단위: %)



#### 유료 멤버십 전반적인 만족도

(Base: 멤버십 가입 경험자, N=297, 단일응답, 단위: %)

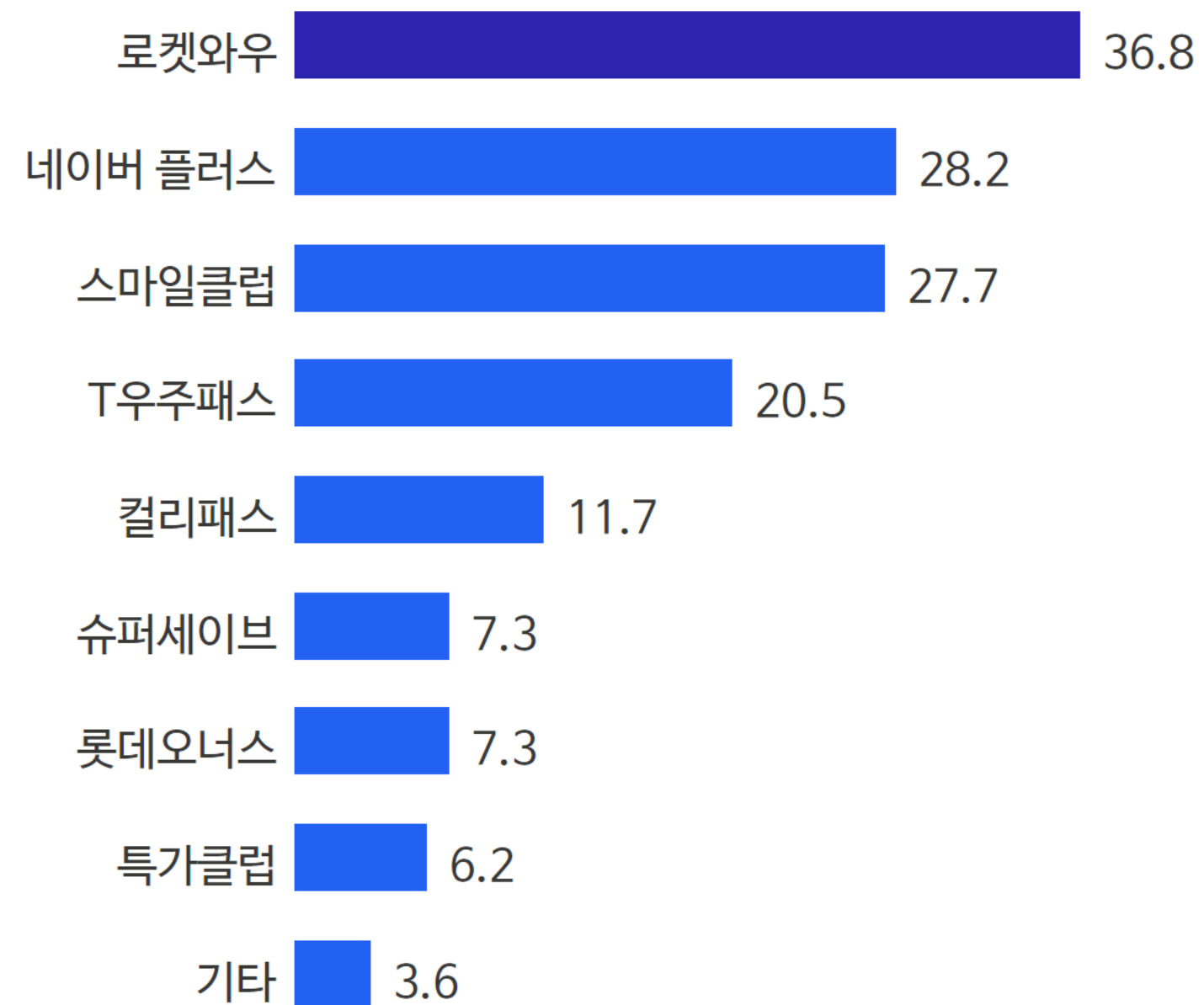


## 조사결과 4

향후 이용희망 및 신규가입희망 유료 멤버십 1위는 '로켓와우(36.8%)'로 나타났으며 이어서 '네이버 플러스(28.2%)', '스마일클럽(27.7%)' 순으로 나타났다. 그 이유로는 '해당 쇼핑앱을 자주 이용함', '적립/할인 관련 혜택이 많음'이 높은 응답률을 보였다.

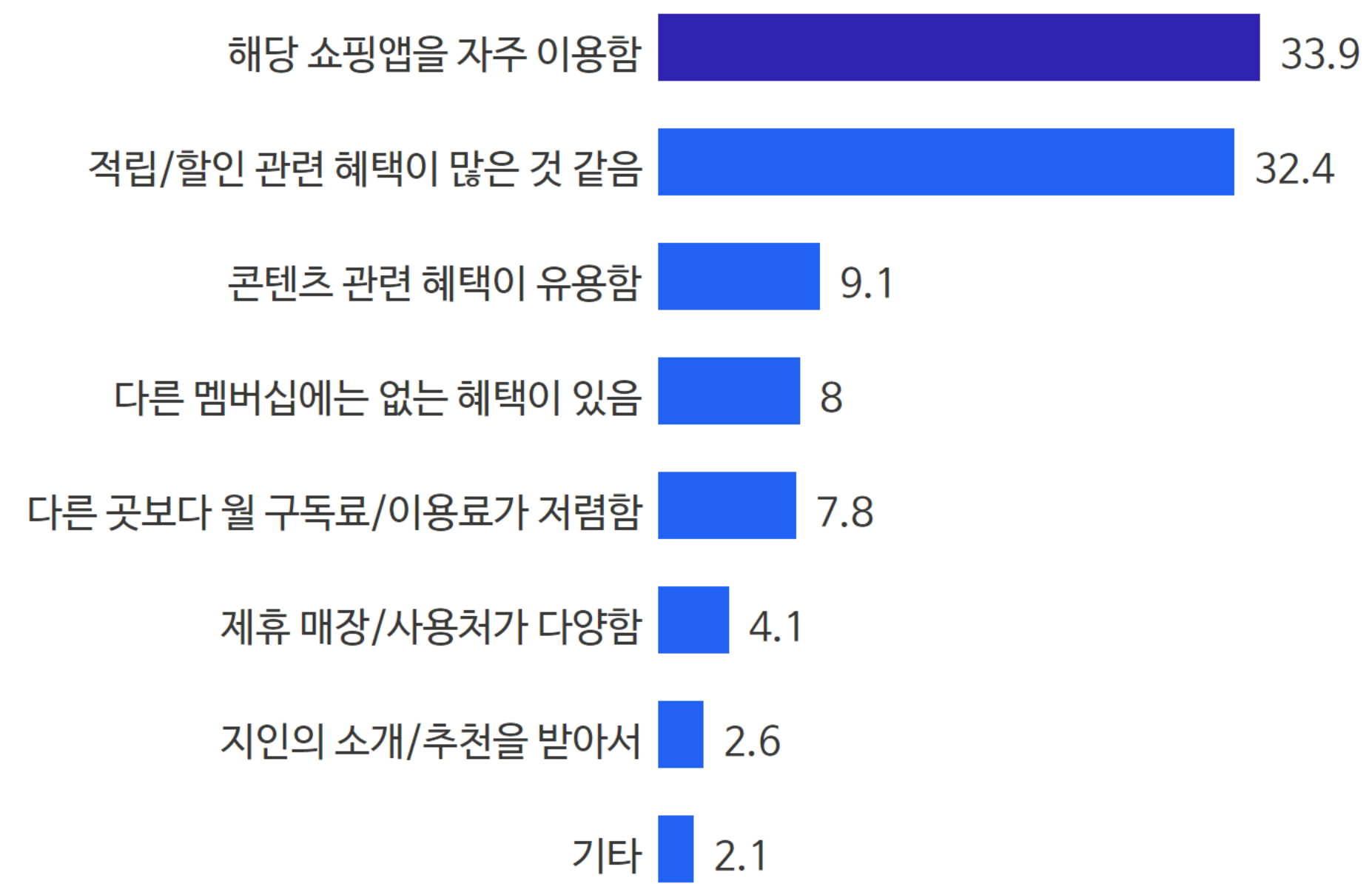
### 향후 이용희망 및 신규가입희망 유료 멤버십

(Base: 전체, N=387, 복수응답, 단위: %)



### 그 이유는?

(Base: 전체, N=387, 복수응답, 단위: %)





# 4060 TREND REPORT

**발행처** (주)임팩트피플스  
서울시 중구 퇴계로 205, 1층  
[www.impactpeoples.co.kr](http://www.impactpeoples.co.kr)

**집필진** (주)임팩트피플스 | UX리서치팀

4060 트렌드 리포트의 저작권은 (주)임팩트피플스에 있습니다.  
본 리포트의 전체 또는 일부 내용에 대한 상업적 이용은 금지되어 있으며  
인용 시에는 반드시 '(주)임팩트피플스 4060 트렌드 리포트'를 밝혀주시기 바랍니다.  
본 리포트의 내용에 삽입되어있는 데이터에 대한 문의는 아래로 연락주시기 바랍니다.

## (주)임팩트피플스 4060 트렌드 리포트 문의

이메일 [impact0217@impactpeoples.co.kr](mailto:impact0217@impactpeoples.co.kr)  
제휴문의 [www.iful.co.kr](http://www.iful.co.kr)

*Thank you*

4060만을 위한 트렌드 리포트

발행 | (주)임팩트피플스