

보호자 탑승이 가능한 스마트로닉 전동 유모차의 소비자 선호도 조사에 관한 연구

Su-Min Yoon (sungmo40@naver.com), Hoon Yong Yoon (yhyoon@dau.ac.kr)

Department of Industrial and Management Systems Engineering, Dong-A University, Busan, Korea

ABSTRACT

Objective: 본 연구에서는 새로운 개념의 보호자 탑승이 가능한 스마트로닉 전동 유모차 개발을 위한 소비자들의 유모차에 관한 인식과 기능 별 선호도를 측정하였다. **Background:** 전반적인 소득과 생활수준의 향상으로 인한 라이프스타일의 변화로 소비자들의 다양한 기능을 충족시켜주는 프리미엄 유모차에 대한 수요가 증가하고 있다. 따라서 이런 소비자들의 요구에 부합하는 새로운 개념의 유모차를 개발하기 위한 연구의 필요성이 제기되고 있다. **Method:** 설문은 부산에 거주하고 있는 20~40대 기혼여성 120명을 대상으로 하였고 유모차 사용 경험이 있고 4세 미만의 유아 자녀를 둔 사람을 중심으로 진행하였다. 설문지는 인구통계학적 요인, 유모차 사용 경험, 스마트로닉 전동유모차에 관한 인식 및 선호도, 구매의사에 관한 항목으로 구성되어 있다. **Results:** 기존 유모차 사용 시 경사면에서 밀기 힘든 점이 가장 불편하다고 나타났고 새로운 개념의 전동 유모차의 전체적인 구조 디자인과 프레임 폴딩 방식, 스마트케어 시스템의 세부 기능들을 종합한 선호도는 약 70%가 긍정적인 반응을 보였으며 약 70%가 구매할 의사가 있다고 나타났다. 유모차 구매 시 가장 고려하는 사항으로는 안전성이 4.87(5점 척도)로 가장 높게 나타났다. **Conclusion:** 이러한 설문 결과를 통해 보호자 탑승이 가능하고 스마트케어 시스템 기능을 갖춘 전동 유모차의 개발 필요성을 입증하였다. **Application:** 본 연구결과를 바탕으로 개발 유모차의 설계과정에 적용할 수 있는 가이드라인을 제안하고 제품 마케팅 및 광고 전략에 필요한 기초적인 데이터를 제공할 수 있을 것으로 생각된다.

Keywords: 전동 유모차, 보호자 탑승, 스마트케어 시스템, 설문조사, 선호도 측정

1. Introduction

국내 유아용품 시장은 2013년을 기준으로 27조원의 시장으로 성장했으며 10년 전인 2002년과 비교하면 약 10배 정도 커진 상태이다. 이렇듯 영유아 용품 관련 산업이 급성장하고 있지만 대부분을 수입에 의존하고 있는 실정이다. 특히 유모차의 경우 경기 불황에도 불구하고 유모차 시장의 해외 브랜드 점유율이 지속적으로 높아지고 있다. 관세청에 따르면 한국의 유모차 수입액은 출산율이 계속 줄어드는 상황에서도 2000년 185만 달러(약 21억 원)에서 2010년 3912만 달러(약 440억 원)로 20배 이상 급증했다.

영유아 용품 중 가장 고가인 유모차는 기저귀, 옷에 이어 3번째로 많이 팔리는 유아용품이며 가정 내 보유율이 90% 이상으로 유아가 있는 가정에서는 필수적이라고 할 수 있다. 국내에서 판매 중인 유모차 가격은 20만원에서 500만

원대까지 다양하지만 최근 추세를 살펴보면 200만~500만원대를 오가는 고가의 프리미엄 유모차의 수요가 적지 않은 편이다. 이러한 경향은 현대 사회에 들어와서 소비자들의 소득수준이 높아지고, 생활수준도 높아짐에 따라 라이프스타일의 변화에서 오는 자연스러운 현상이라 볼 수 있다. 이에 다양한 유아용품들이 출시되고 프리미엄 제품들도 앞 다투어 출시되고 있으며, 판매 또한 잘 되고 있는 편이다.

이처럼 프리미엄 유아용품의 수요와 시장 성장에 더불어 주5일 근무제 확산으로 가족 나들이 등 유아를 동반하는 외출 시에 유용하게 이용되는 제품 또한 그 사용이 증가되고 있는 추세이다. 이와 같이 유아와 동반한 외출의 기회가 증가하고 육아제품에 대한 부모의 관심이 높아짐으로 인해서 유아 이동 제품에 대한 소구가 높아지고 있다.

유모차에 관한 선행연구를 살펴보면 박정은(2012)은 스토커 유모차 사용자들을 대상으로 FGI를 실시하여 파악된

유모차 사용성에 관한 사용자의 니즈를 바탕으로 설문항목을 도출하여 설문조사를 실시하였으며, 조사된 니즈의 군집 별로 품질기능전개(QFD)를 통해 기술적 상관관계를 분석하였다. 각 군집의 특징을 종합하여 사용자 특성을 7개의 유형으로 분류하였으며 이와 같은 결과를 바탕으로 기업의 시장세분화에 필요한 전략 방향을 제시하였다.

이민경(2011)은 프리미엄 유모차 브랜드 구축을 위해 소비자들의 Needs와 Trend를 분석하였다. 분석 결과 주요 요소는 안전성과 신뢰성, 기능성과 편리성, 환경친화성으로 나타났으며 이를 브랜드 계획에 적용하여 프리미엄 브랜드 전략을 연구하였다. 이를 통해 해외 고급 유모차에 대응할 수 있는 고품질과 차별화된 국내 유모차를 위한 마케팅 전략을 제시하여 국내 브랜드 활성화에 도움을 주고자 하였다.

정득영(2007)은 기존 유모차와 카시트의 단점을 분석하여 개선점을 반영한 새로운 디자인의 제품을 선보였다. 국내 유모차회사 실무자들과의 인터뷰를 통해 기존 제품들의 문제점을 분석하고 개선점을 찾아 기능성과 경제성, 안전성을 갖춘 Baby Cart, 카시트, 유아용 의자의 기능을 할 수 있는 새로운 개념의 Baby Cart 디자인을 제안하였다.

박정은(2012)의 연구에서 사용자의 니즈별 특징으로 분류한 7가지 유형 중 최첨단 추구형에 속하는 사용자들은 유모차 사용 환경의 첨단을 지향하는 IT 및 스마트 제품과의 호환성 및 인터페이스 기능을 중시한다고 나타났다. 하지만 현재 시판중인 유모차를 살펴보면 악세사리 형식의 IT 및 스마트 기기를 사용자가 추가로 구매하여 유모차에 장착하여 사용하고 있는 실정이기 때문에 유모차와 스마트 기기간의 호환과 인터페이스 기능이 탑재된 유모차 개발을 위한 연구가 필요하다고 생각된다.

본 연구에서는 보호자 탑승이 가능한 스마트로닉 전동 유모차 개발을 위한 소비자들의 선호도를 측정하여 분석하고자 한다.

2. Method

2.1 연구방법 및 내용

유모차를 사용하는 보호자의 주요 연령은 평균 출산연령인 31.84세(2013, 통계청) 전후라고 볼 수 있다. 하지만 평균 출산연령이 꾸준히 증가하고 있는 추세이고 맞벌이 가구의 증가로 인해 조부모가 아이를 돌보는 일이 흔해지면서 유모차의 주요 사용연령은 30세 전후부터 60세 까지라고 해도 무방하다. 그렇지만 실질적으로 유모차를 구매하는 데 있어 결정권이 가장 높은, 실수요자인 부모의 주

요 연령은 평균 출산연령인 30세 전후라 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 유모차 구매에 가장 큰 영향을 미치는 20~40대의 부모를 대상으로 하여 새로운 개념의 보호자 탑승이 가능한 스마트로닉 전동 유모차 개발을 위해 유모차에 관한 인식과 선호도를 알아보고자 설문조사를 실시하였다.

2.2 연구 대상 및 기간

설문은 부산에 거주하고 있는 20~40대 기혼여성 120명을 대상으로 실시하였고 유모차 사용 경험이 있고 4세 미만의 유아 자녀를 둔 사람을 중심으로 진행하였다. 분석은 응답내용이 불성실한 2개를 제외한 118부를 사용하였다. 설문지는 인구통계학적 요인, 유모차 사용 경험, 스마트로닉 전동유모차에 관한 인식 및 선호도, 구매의사에 관한 항목으로 구성되어 있으며 설문대상이 되는 제품과 목적에 관한 충분한 설명을 한 뒤 설문조사를 시행하였다. 조사기간은 2014년 8월 8일부터 8월 22일 까지 총 2주 동안 실시하였다.

3. Results

3.1 인구 통계학적 요인

조사 대상자의 연령은 31-35세가 46.6%, 36-40세가 33.1%로 30대가 전체의 약 80%를 차지했으며 41세 이상이 11.0%, 26-30세가 9.3%로 나타났다. 총 자녀 수는 2명이 44.9%, 1명이 43.2%로 거의 대부분이 1명과 2명의 자녀가 있음을 알 수 있다. 월 평균 소득은 400만원 이상이 48.3%로 가장 많았고 300-400만원(33.1%), 200-300만원(14.4%), 200만원 미만(4.2%)의 순으로 나타났다. 유모차를 주로 사용하는 사람은 본인이 78.0%로 가장 많았고 배우자가 8.5%, 부모(자녀의 조부모)가 13.6%였다.

Table 1. 인구 통계학적 요인

	26-30세	31-35세	36-40세	41세
1. 연령	9.3%	46.6%	33.1%	11.0%
2. 자녀 수	없음	1명	2명	3명이상
	1.7%	43.2%	44.9%	10.1%
3. 월평균 소득	200만원 이하	200-300만원	300-400만원	400만원 이상
	4.2%	14.4%	33.1%	48.3%
4. 주사용	본인	배우자	부모(자녀의 조부모)	
	78.0%	8.5%	13.6%	

3.2 일반 유모차 사용 경험 관련 요인

사용자들이 생각하는 유모차 사용 시 가장 불편한 점은 경사면에서 밀기 힘들이가 35.6%로 가장 많았고 휴대가 불편한 점이 26.3%로 두 번째로 많았다. 그 다음으로는 실시간으로 유아 상태 확인이 어려움이 18.6%, 핸들 조작이 13.6%, 프레임 폴딩 방식이 5.9%로 나타났다. 유모차 시트와 관련한 가장 불편한 점으로는 시트커버 분리가 46.6%로 절반 가까이 차지했고 시트의 높낮이 조절(19.5%), 양대면 전환 기능 유무(17.8%), 시트의 탈부착 여부(14.4%), 기타(1.7%)의 순으로 나타났다. 유모차를 주로 사용하는 장소는 공원(40.7%)이 가장 많았고 마트(30.5%), 백화점(18.6%), 유원지(6.8%), 기타(3.4%)의 순으로 나타났다.

Table 2. 일반 유모차 사용 경험 관련 요인

1. 유모차 사용 시 가장 불편한 점				
핸들 조작	경사면 밀기힘듦	유아 상태확인	프레임 폴딩	휴대가 불편
13.6%	35.6%	18.6%	5.9%	26.3%
2. 유모차 시트 관련 가장 불편한 점				
탈부착 여부	높낮이 조절	양대면 전환	시트커버 분리	기타
14.4%	19.5%	17.8%	46.6%	1.7%
3. 유모차를 주로 사용하는 장소				
마트	백화점	공원	유원지	기타
30.5%	48.6%	40.7%	6.8%	3.4%

3.3 본 연구의 유모차에 관한 선호도

유모차의 전체적인 구조 디자인에 관한 선호도는 매우 좋음(16.9%)과 좋음(43.2%)이 약 60%로 과반수 이상 나타났고 보통이 36.4%로 나타났다. 프레임 폴딩 구조에 관한 선호도는 매우 좋음(17.8%)과 좋음(62.7%)이 80%이상으로 매우 높게 나타났다. 스마트케어 시스템에 관한 선호도는 매우 좋음(25.4%)과 좋음(46.6%)이 약 72%로 나타났다. 편리성은 매우 좋음(13.6%)과 좋음(63.6%)이 약 60%로 나타났고 종합 선호도는 매우 좋음(9.3%)과 좋음(57.6%)이 약 67%로 나타났다. 이처럼 유모차의 각 기능들과 전체적인 구조 및 디자인의 선호도가 높게 나타난 것을 알 수 있다.

Table 3 본 연구의 유모차에 관한 선호도

1. 전체적인 구조 디자인				
매우좋음	좋음	보통	나쁨	매우나쁨
16.9%	43.2%	36.4%	2.5%	0.8%
2. 프레임 폴딩 구조				
매우좋음	좋음	보통	나쁨	매우나쁨
17.8%	62.7%	16.9%	2.5%	0.0%
3. 스마트케어 시스템				
매우좋음	좋음	보통	나쁨	매우나쁨
25.4%	46.6%	26.3%	1.7%	0.0%
4. 편리성				
매우좋음	좋음	보통	나쁨	매우나쁨
13.6%	63.6%	22.0%	0.8%	0.0%
5. 종합 선호도				
매우좋음	좋음	보통	나쁨	매우나쁨
9.3%	57.6%	33.1%	0.0%	0.0%

3.4 구매 의사

구매 의사는 67.8%가 있다고 하였고 32.2%는 없다고 하여 응답자의 약 70%가 구매할 의사가 있음을 알 수 있다. 구매하는데 가장 큰 영향을 준 기능으로는 스마트케어 시스템(33.9%)과 전동주행(32.2%) 기능이 가장 많았으며 보호자 탑승(13.6%), 프레임 폴딩 방식(12.7%), 기타(4.2%)의 순으로 나타났다. 추가로 필요한 유모차 관련 제품은 장바구니가 45.8%로 가장 높게 나타났고 아기가방(25.4%)이 그 다음으로 높게 나타났다. 이는 사용자들이 유모차를 사용할 때에 수납공간을 가장 필요로 한다는 것을 알 수 있다. 나머지는 레인커버(22.9%), 컵홀더(4.2%), 기타(1.7%) 순으로 나타났다.

Table 4. 구매 의사

1. 구매 의사				
있음		없음		
67.8%		32.2%		
2. 구매하는데 가장 큰 영향을 준 기능				
보호자 탑승	전동주행	스마트케어 시스템	프레임 폴딩	기타
13.6%	32.2%	33.9%	12.7%	4.2%
3. 추가로 필요한 유모차 관련 제품				
장바구니	아기가방	레인커버	컵홀더	기타
45.8%	25.4%	22.9%	4.2%	1.7%

3.5 유모차 구매 시 고려사항

유모차 구매 시 고려하는 사항을 5점 척도로 평가한 결과를 살펴보면 안전성이 4.87로 가장 높게 나타났고 이동성이 4.46, 내구성이 4.44, 편의성이 4.35, 가격이 4.24이고 디자인이 3.66으로 가장 낮게 나타났다.

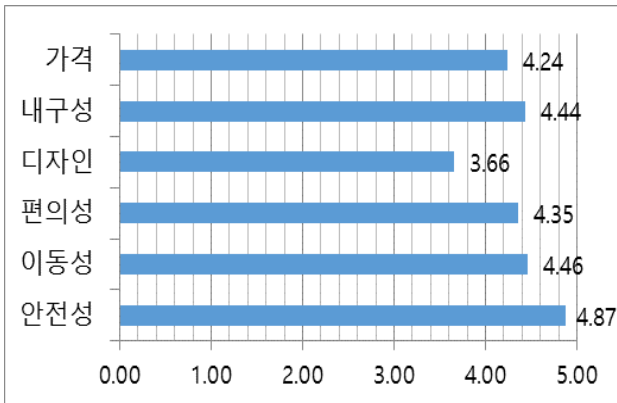


Figure 1. 유모차 구매 시 고려하는 사항(5점 척도)

이러한 결과에 나타난 것처럼 유모차는 유아를 직접 태우고 이동하는 수단이기 때문에 사용자들은 안전성을 무엇보다도 가장 중요시 한다는 것을 알 수 있다.

4. Conclusion

본 연구에서는 소득수준의 향상에 따른 라이프 스타일의 변화와 프리미엄 유아용품시장의 급성장으로 인한 소비자들의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 유모차를 개발하기 위해 소비자들의 선호도를 측정하여 분석하였다.

개발 유모차는 보호자 탑승이 가능하고 스마트케어 시스템을 갖춘 전동 유모차로써 소비자들의 인구통계학적 특성, 일반 유모차 사용 경험, 스마트로닉 전동 유모차에 관한 인식과 구조 및 기능별 선호도, 구매 의사에 관한 설문조사를 실시하였다.

조사 결과 연령은 30-40세가 80% 이상으로 가장 많았고 자녀 수는 1명(43.2%)과 2명(44.9%)이 거의 대부분을 차지했다. 월 평균 소득은 300만원 이상이 80% 이상이고 유모차를 주로 사용하는 사람은 본인이 78%로 가장 많았다.

일반 유모차 사용 시 가장 불편한 점은 경사면에서 밀기 힘든 점이 35.6%, 휴대가 불편한 점이 26.3%, 유아의 실시간 상태 확인이 어려운 점이 18.6%로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 볼 때 사용자들은 경사면에서도 힘들이지 않고 밀 수 있고 휴대가 용이하며 실

시간으로 유아의 상태 확인이 가능한 유모차를 원하는 것을 알 수 있다.

스마트로닉 전동 유모차의 선호도에서 매우 좋음이나 좋음이라고 응답한 사람은 전체적인 구조 디자인이 60%, 프레임 폴딩 구조가 80%, 스마트케어 시스템이 72%, 편리성이 60%으로 종합 선호도는 67%로 나타났다. 반면에 나쁘거나 매우 나쁘다고 응답한 사람은 모든 항목에서 3% 미만으로 아주 적었다. 따라서 소비자들은 본 연구에서의 유모차에 대한 선호도가 높고 긍정적인 반응을 보이고 있다고 할 수 있다.

구매 의사는 67.8%가 있다고 응답하여 유모차의 종합 선호도와 비슷한 결과를 보였다. 구매에 가장 큰 영향을 준 기능으로는 스마트케어 시스템(33.9%)과 전동 주행(32.2%)이 가장 높았다. 이는 앞서 나온 사용자들이 일반 유모차를 사용하면서 느꼈던 불편함을 해소시켜줄 수 있는 기능이라 생각된다. 추가로 필요한 유모차 관련 제품은 장바구니(45.8%)와 아기가방(25.4%)이 가장 필요하다고 나타났으며 이는 유모차를 사용할 때 수납 기능이 가장 필요한 것으로 보인다.

유모차 구매 시 고려하는 사항은 5점 척도로 평가했을 때 안전성(4.87)이 가장 높고 디자인(3.66)이 가장 낮게 나타났다. 이는 유모차가 유아를 직접 태우고 이동하는 수단이기 때문에 안전성을 최우선으로 생각하는 것을 알 수 있다.

본 연구는 부산 지역의 유모차 사용자 120명을 대상으로 실시한 설문조사이므로 전체 유모차 사용자들의 의견이 반영되지 못한 한계점을 가지고 있다. 하지만 기존에 없는 새로운 기능에 대한 소비자들의 선호도를 측정하였고 이러한 결과를 바탕으로 개발 유모차의 설계과정에 적용할 수 있는 가이드라인을 제안하고 제품 마케팅 및 광고 전략에 필요한 기초적인 데이터를 제공할 수 있을 것으로 생각된다.

References

- Choi Baek-Goo, Kim Yo-Sep, Lee Jung-Min, Yun-Hae Kwon, Kwon Ki-Yoon and In Seok-II, "A study on the design of the ergonomic design baby carrier", Fall Conference of Ergonomics Society of Korea, Vol.2008 No.10(pp.336-337), 2008
- Chung Deuk-young, "A study on the design research of new concept baby cart", Master's Degree Thesis, Hongik University, 2007
- Lee Min-kyoung, "A Study on the Design Strategy to Establish Premium Stroller Brand", Master's Degree Thesis, Ewha Womans University, 2012
- Park Jung-Eun, "A study of market segmentation strategy pursuant to needs type of baby carriage user", Master's Degree Thesis, Hanyang University, 2012