

생활가전 렌탈시장 20년, 2016년부터 매년 11.5% 급성장

정수기서 車·의료기기까지... 총 시장규모 40조 눈앞

코웨이, 작년 렌탈 매출 2조 돌파 소비축소 불구 '스마트소비' 늘어 '공유형 렌탈' 새 소비트렌드 부상 VR·AR 디바이스, 드론도 빌려써

“110만원짜리 정수기를 월 2만7000원에 렌탈할 수 있도록 생산원가를 줄이려고만 했다면, 결국 렌탈서비스는 성공하지 못했을 것이다. 2만7000원에 맞게 처음부터 다시 시작했기 때문에 렌탈서비스는 화려하게 꽃을 피울수 있었다.”

윤석규 웅진그룹 회장이 올해 초 펴낸 두 번째 자서전 '사람의 힘'에서 1989년 당시 웅진코웨이(현 코웨이)를 설립한 뒤 정수기 등의 렌탈사업에 처음 뛰어든 때를 회상하면서 쓴 글이다.

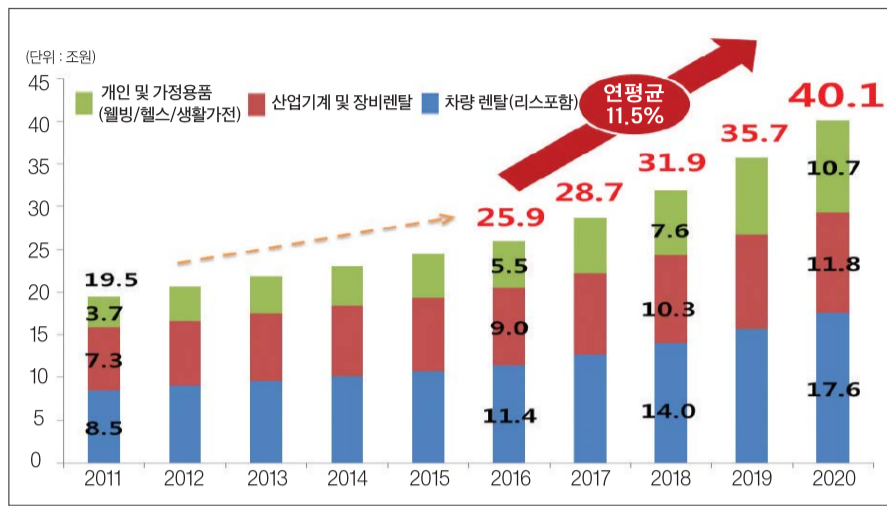
윤 회장은 정수기를 목돈이 아닌 매달 돈을 내고 렌탈을 통해 사용하는 제품으로 만든 주인공이다.

지금은 남의 회사가 됐지만 윤 회장의 품을 떠난 코웨이는 렌탈사업을 시작한 지 올해로 꼭 20주년을 맞는다. 내년이면 코웨이는 설립 30주년이 된다.

2005년 당시 9000억원 수준이었던 코웨이의 렌탈 부문 매출은 지난해 처음으로 2조원을 넘어섰다. 생활가전 방문판매 1위 기업이 정수기, 비데 등을 비롯한 렌탈시장의 급성장 효과를 톡톡히 보고 있는 것이다.

15일 관련업계와 KT경제경영연구소

〈국내 렌탈시장 규모 추이(2011~2020년)〉



/자료=KT경제경영연구소 'ICT로 진화하는 스마트 렌탈 시장의 미래'

에 따르면 국내 렌탈시장 규모는 2020년엔 40조원까지 폭발적으로 성장할 것으로 예상된다. 2011년 19조5000억원에 그쳤던 관련 시장이 10년도 채 안되는 기간에 2배 이상 커지는 셈이다.

KT경제경영연구소는 2013년 당시 2016년 기준 국내 렌탈시장 규모를 약 25조9000억원으로 추산한 바 있다. 하지만 렌탈시장이 급성장할 요인이 곳곳에서 등장하며 이를 상향 조정했고, 결국 2016년부터 2020년까지 연평균 11.5%씩 성장할 것으로 내다보면서 '40조 시장'도 얼마 남지 않았음을 예상했다.

KT경제경영연구소 김재필 연구원은 'ICT로 진화하는 스마트 렌탈 시장의 미

래' 보고서에서 "불안한 미래 때문에 무조건 소비를 줄이는 것이 아니라 개인의 만족을 높이는 '스마트'한 소비로 추세가 바뀌고 있다"면서 "필요한 만큼 빌려쓰는

'공유형 렌탈'이 새로운 소비트렌드로 부상하면서 렌탈 소비가 점차 증가할 것"이라고 내다봤다.

코웨이 등이 '할부'와 같은 개념을 도입해 제품을 고객에게 렌탈하는 기존 방식에 더해 대기업, 중소기업, 사물인터넷(IoT) 벤처기업, 개인까지 가세해 '렌탈·공유플랫폼'을 통해 훨씬 더 다양한 제품을 빌려주고 빌려쓰는 공유경제가 렌탈 시장을 급성장시킬 것이라 설명했다.

이에 따라 렌탈시장은 생활가전뿐만 아니라 헬스케어용품, 차량, 산업장비, 사무기기, 의료기기 등에서 최근엔 IoT기기까지 확산되는 추세다. 2016년 기준 전세계의 IoT 기기는 약 64억개에 달했지만 이 숫자는 2020년엔 208억개로 4년만에 3배 이상 늘어날 것으로 예상되기 때문이다.

특히 전문가들은 VR(가상현실)·AR(증강현실) 관련 각종 디바이스를 비롯해 드론, 스마트워치 등 IoT 기기를 렌탈하

는 수요가 빠르게 증가하면서 관련 시장도 급성장할 것으로 내다보고 있다.

일본의 DMM닷컴의 경우 VOD, CD, DVD, 의류, 아기용품 등을 렌탈하다 최근엔 드론, VR기기, 스마트워치 등으로 취급 품목을 늘리고 있다. 일본 NTT도코모는 지자체와 손잡고 GPS 및 통신기능이 탑재된 스마트자전거 렌탈 사업도 이미 시작했다.

시민들 사이에서 갈수록 활용도가 높아지고 있는 서울시의 '따릉이'도 공유형 렌탈의 하나로 꼽힌다.

물론 생활가전 등 전통적인 렌탈도 꾸준히 성장할 것으로 보인다.

2005년 당시 9034억원이었던 코웨이의 렌탈 매출은 1조2540억원(2010년)→1조5939억원(2013년)→1조8307억원(2015년)→2조11억원(2017년)으로 지속적인 성장세를 이어가고 있다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

〈제로페이 참여 협약기관 현황〉

(2018.7.25자 기준)

구분	참여기관 및 단체
정부 및 지자체	중소벤처기업부, 서울시, 부산시, 인천시, 전라남도, 경상남도
민간기업	네이버, 카카오페이, 페이코, 한국스마트카드, 비씨카드
은행	NH농협은행, 경남은행, 부산은행, 신한은행, 신한, 기업은행, 우리은행, 우정사업본부, 케이뱅크, 국민은행, KEB하나은행
판매자 단체	서울상인연합회, 소상공인연합회, 전국가맹점주협의회, 한국중소상인자영업자총연합회, 한국편의점산업협회, 한국프랜차이즈산업협회
소비자 단체	금융소비자연맹

/자료=KDB미래전략연구소

“신용카드보다 혜택 많아야 선택 제로페이, 별도 소득공제 부여를”

모바일 직불서비스 도입과 전망

제로페이 등 은행계좌를 기반으로 한 모바일 직불서비스는 정책적 뒷받침과 함께 이해관계자의 합의가 활성화의 성과를 좌우할 것으로 전망됐다.

KDB미래전략연구소 노용관 연구원은 15일 '은행계좌 기반 모바일 직불서비스 도입과 전망' 보고서를 통해 "QR코드를 활용한 모바일 직불서비스의 원활한 도입을 위해선 선택권을 보유한 소비자의 행동 변화를 얼마나 효과적으로 유도할 수 있는 지 여부가 가장 중요하다"며 "효과적인 정책적 뒷받침과 함께 관련 주체들의 적극적 참여 등이 원활한 도입을 위한 관건"이라고 밝혔다.

QR코드를 활용한 은행계좌 기반 모바일 직불서비스는 소비자 계좌에서 직접 판매자 계좌로 대금이 이체되는 방식이다. 기존 모바일 지급결제 서비스가 신용카드 방식에 기반을 둔 가맹점 수수료나 밴(VAN)사 사용료 등에 대한 부담이 생기는 것과 달리 비용이 들지 않는다.

이미 한국은행을 중심으로 고객의 은

행예금계좌를 기반으로 하는 모바일 직불서비스를 도입키로 했으며, 관련 기술 표준 개발과 플랫폼 구축 등이 추진 중이다.

정부 및 지방자치단체 역시 소상공인 수수료 부담 경감을 위한 '제로페이(가칭)'를 연내 도입하겠다고 밝혔으며, 관련 기관 및 단체들과 업무협약을 체결하는 등 서비스 도입을 진행하고 있다.

또 제로페이의 원활한 확산을 위해 사용금액에 대해 신용카드 등 기존 결제수단에 비해 높은 소득공제(공제율 40%) 혜택을 부여할 예정이다. 현행 세법상 신용카드 사용금액에 대해서는 15%, 체크카드 및 현금영수증 사용금액에 대해서는 30%의 소득공제율을 적용 중이다.

노 연구원은 "소비자 입장에서는 기존 신용카드에 비해 더 큰 편익을 얻을 수 있는 경우에만 QR코드 활용 모바일 직불서비스를 선택하게 될 것"이라며 "소득공제율 상향을 통한 소득공제 혜택 확대, 전통시장 사용금액에 부여하는 것과 같은 별도의 소득공제 한도 부여 등 세제상 지원을 고려해야 한다"고 분석했다.

/인성미 기자 smnhn@

당신의 봄

엄마가 RC가 되고부터,
아침밥상에 봄이 왔어요

우리 집 아침 풍경이 달라졌어요
따뜻한 찜개가 보글보글 끓고
아반 굿노래를 불러요

아침 일곱시, 모두가 바쁘는데
모두가 즐거워요
웃음꽃이 피어요
아침 밥상 위에 봄이 온 것 같아요

삼성화재 RC와 함께
인생의 봄을 만드세요!

삼성화재 RC 모집

삼성화재 RC란? 리스크 컨설턴트(Risk Consultant), 고객의 자산과 위험을 관리하는 전문금융인입니다.

서울 강북권 070-7111-3202 | 서울 강남권, 강원권 070-7111-3206
 서울 강서권, 인천권 070-7111-3201 | 경기권 070-7111-3207
 충북, 충남권 070-7111-3208 | 전북, 전남, 제주권 070-7111-3204
 부산, 경남권 070-7111-3203 | 대구, 경북, 울산권 070-7111-3205

당신에게 좋은보험 삼성화재 SAMSUNG