4주차 과제: 시장 흐름, 제품 특성, 목표 소비자 조사

본 과제에서는 시장 흐름, 제품 특성, 목표 소비자 조사를 단계적으로 분석하여 ‘접이식·분리형 컵홀더 캐리어’의 시장 가능성과 타겟팅 전략을 제시한다.

# 1단계: 시장 흐름 파악

캐리어 시장은 내구성 경쟁이 상향 평준화되었으며, 최근에는 디자인과 편의성을 중심으로 경쟁이 전환되고 있다. 특히 여행과 레저 수요가 증가하면서 20~30대 MZ세대는 단순한 수납 기능보다 차별화된 부가기능을 선호하는 흐름이 뚜렷하다.

# 2단계: 제품 특성 파악

아이템은 ‘접이식·분리형 컵홀더가 결합된 캐리어’로, 이동 중 음료를 안전하게 고정해 쏟음을 방지하며, 접이식 구조로 휴대성과 경량성을 확보한다. 또한 표준 사이즈 컵과 텀블러에 호환이 가능해 범용성을 갖추었다. 제품 수명 주기상 도입기와 성장기 사이에 위치하며, 차별화를 통한 빠른 시장 확산 가능성이 존재한다.

# 3단계: 목표 소비자 조사

본 제품의 주요 목표 소비자는 20~30대 대학생, 직장인, 여행객 등으로, 여행·이동 경험의 질을 중시하는 실용적 소비층이다. 구매 동기는 양손 자유 확보와 음료 쏟음 방지이며, 구매 장소는 온라인 쇼핑몰, 백화점, 공항 면세점 등이다. 구매 시기는 휴가철, 개강·방학 시즌, 출장 전후 등이며, 구매 조건으로는 할인 행사, 포인트 적립, 패키지 번들이 유효하다.

## 3단계 소비자 조사 표

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 구분 | 설명 | 세부 확인 사항 |
| 누가 | 누구에게 판매할 것인가 | 전체시장 중 목표 고객 확인 |
| 무엇을 | 무엇을 구매하는가 | 브랜드, 회사, 평균 구매가격 등 요소 |
| 왜 | 왜 구매하는가 | 가격, 브랜드, 품질, 편리성 등 구매욕구 |
| 어디서 | 상품의 유통경로 | 백화점, 인터넷 쇼핑몰 등 |
| 언제 | 언제 구입할 것인가 | 일상용품인지, 특별한 날용품인지 |
| 어떻게 | 구매조건은 무엇인가 | 할인행사, 포인트, 사은품, 1+1 등 |

# 최종 요약

- 시장 흐름: 기능 경쟁에서 편의성·경험 중심 경쟁으로 전환  
- 제품 특성: 접이식·분리형 컵홀더 캐리어, 도입기~성장기 제품  
- 목표 소비자: 여행객/2030세대, 온라인·오프라인에서 시즌성 강한 구매 패턴