

디지털 하나로

이탈 방지를 통한 수익성 개선

세(3)계路

1. 추진 배경

대기업의 시장 진입으로 인한 렌탈 산업의 시장 경쟁 심화

대기업 및 제조업체의 시장 진입

표 2 | 국내 렌탈 시장 참여 기업 현황

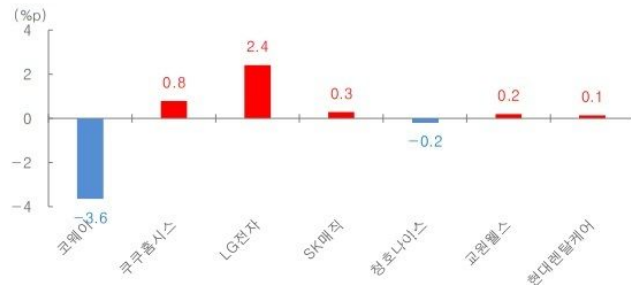
구분	주요기업	영위사업	비고
대기업 계열	롯데렌탈	생활 환경가전부터 유아동용품, 레저, 패션, 프리미엄 가전 등 전 영역을 아우르는 렌탈 플랫폼 "요미" 도입	국내 렌탈 시장의 변화 주도
	롯데백화점	고가 의류, 명품 렌탈 서비스	고가품 렌트 주력
	SK렌탈	정수기, 공기청정기, 오븐레인지 등 가정, 생활가전 제품 렌탈 서비스	계열사와 IoT 기반 결합 상품으로 차별화
	LG전자	정수기, 공기청정기, 의류 청정기 등 생활가전 렌탈 서비스	자사 가전제품과의 시너지
	현대 렌탈 케어	정수기, 공기청정기, 비데 등 소형 가전에서 최근 에어컨, 건조기 등 대형 가전으로 영역 확대	현대백화점 계열사
	GJ 옐로 렌탈	정수기, 공기청정기, 인마의자 등 생활가전 및 TV, 에어컨 등 대형가전 렌탈 서비스	렌탈+UHD 방송 결합상품 판매

(하나금융경영연구소, 2019)

- LG 전자 : 자사 가전제품을 앞세운 점유율 확대
- SK매직 : 계열사와 IoT 기반 결합상품의 차별화
- 롯데렌탈 : 렌탈 플랫폼 '요미'를 통한 렌탈 서비스

경쟁사로 고객 유출 발생

그림 11. 국내 계정수 기준 렌탈 업체별 점유율 변화 (2019년 → 2020년)



자료: 각 사, 대신증권 Research Center

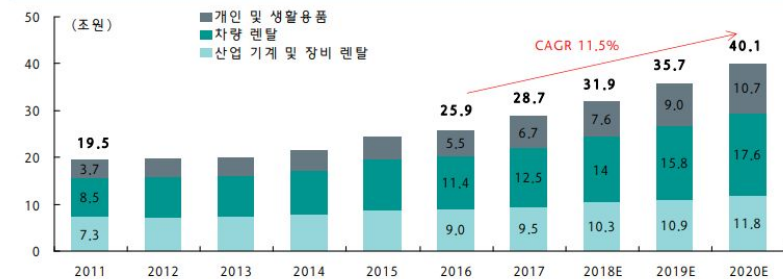
새로운 거대 경쟁사의 등장과 성장으로 인해 과열되고 있는 상황에서 경쟁사로의 고객 유출을 최소화하는 방안 필요

1. 추진 배경

지속적으로 성장하고 있는 렌탈 시장

렌탈 시장의 높은 미래 성장 가능성

그림7 | 국내 렌탈 시장 규모 추이 및 전망



주: 1. 개인 및 생활용품은 웨빙, 친환경/헬스케어, 생활가전(IoT포함), 레저/취미 등 포함 (숙박, 주택 임대는 제외)
 2. 산업 기계 및 장비렌탈은 산업장비, 건설/토목, PC/사무기기, 의료기기, 통신/계측기기
 3. 차량 렌탈은 장기/단기렌탈(카셰어링 포함), 차량리스 포함
 자료: KT경제경영연구소

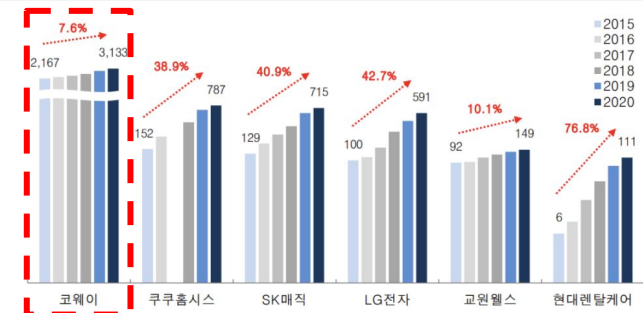
그림4 | 렌탈 서비스 시장 성장 원인



국내 렌탈 시장의 동향

1. 합리적 소비 문화 확산
2. SNS 및 인터넷 발달로 인해 B2C 시장 구조 강화
3. B2C 렌탈 대상 품목 다각화

렌탈업체들 매출 성장률 비교



주1: [코웨이] 화장실, 코웨이엔터 매출 제외, [쿠쿠홈시스] 상장 전 매출은 쿠쿠홈시스의 렌탈 부문 매출, [LG전자] 렌탈 매출액은 리스료 수익으로 계산, [SK매직, 교원웰스] 렌탈 매출만 포함, 주2: 단위는 십억원
 자료: 각 사, 대신증권 Research Center

확장하고 있는 시장과 빠르게 성장하고 있는 경쟁사들의 위협에
 대응하여 시장 1위 기업의 지위를 유지하기 위한 방안 필요

2. 현황

변화하고 있는 렌탈 시장

3세대 렌탈 산업으로의 전환

렌탈 시장의 확장

	1세대	2세대	3세대
아이템	생활가전 자동차	헬스케어 가전제품 유아동용품	취미용품 패션용품 애견용품 올로족을 위한 제품 양방향 렌탈

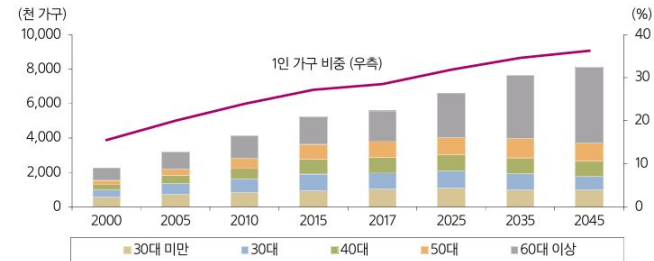
자료: 하나금융경영연구소

3세대 렌탈 : 렌탈 플랫폼 구축을 통한 다양한 제품군 렌탈

⇒ 품목 확장 및 다각화 활성화

인구구조 및 소비자 니즈 변화

1인 가구 비중 추이 및 전망



자료: 통계청

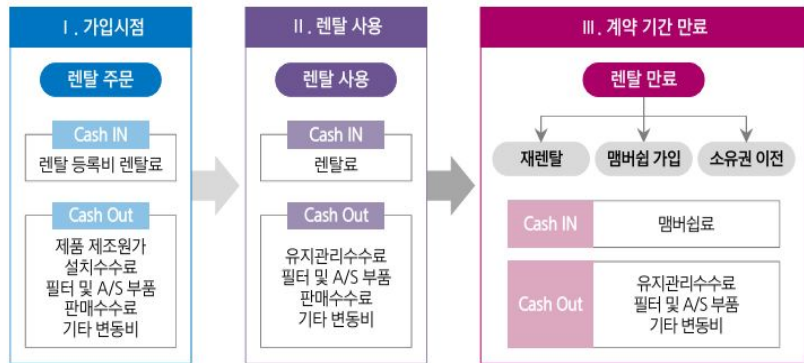
- 1인 가구 및 고령인구 증가
- “소유”에서 “대여”로 공유 경제 발달
- 신제품, 신기술의 빠른 출시로 짧아진 제품 사이클

업계 우위 유지를 위해 렌탈 시장 변화 및
인구구조에 따른 고객 니즈 변화에 대응 필요성 증가

2. 현황

중도 해약 방지는 렌탈 비즈니스에서 가장 핵심적인 요소

렌탈 사업 비즈니스 구조



자료: 웅진코웨이, 삼성증권

중도 해약에 따른 비용 증가

렌탈자산폐기손실비용: 계약이 중간에 해지될 경우, 제품을 반환받아 폐기하게 될 때 제품의 잔여 렌탈 자산을 손실 처리하는 비용

- 설문조사 : 의무사용기간 단축, 과도한 해지 위약금 ⇒ 중도해지를 고민
- 고객 중도 해약 시, “렌탈자산 폐기 손실비용” 발생
- 렌탈자산폐기손실비용은 판매관리비의 상당 부분을 차지¹⁾
- 해약률이 높아지면, 렌탈자산 폐기 손실비용도 함께 증가하기 때문에 중도 해약은 비용 측면에서 상당한 부담



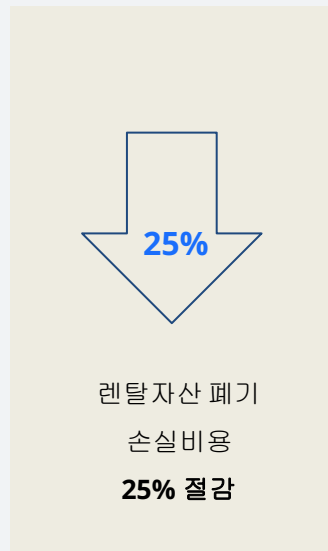
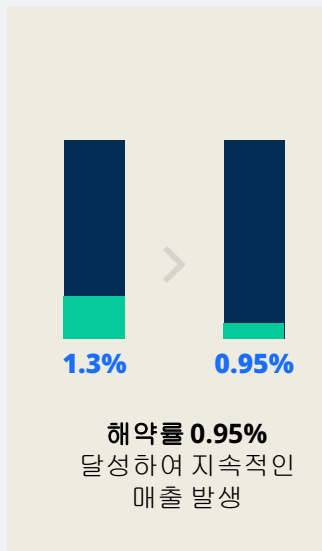
고객 이탈 방지 및 해약을 감소를 통해
렌탈자산 폐기손실 비용을 최소화하여 비용 절감 대책 필요

03

비즈니스 목표

3. 목표

이탈 고객 특성 분석을 통해 이탈 방지 전략 구축



3. 목표 - 기대효과

KPI 달성에 따른 기대효과

$$\text{고객 1인당 기대수익} = \sum_0^5 (p - c) - (CAC)$$

P: 수익

C: 비용

CAC: 고객 획득 비용.

(기본 렌탈계약기간 5년)

중도해약 방지를 통한 매출 안정화

- 렌탈산업의 수익성 → 2년차부터 극대화
- 중도 해지시 렌탈자산 폐기 손실 발생
→ 수익성 악화
- 프로모션 시행시 CAC 비용 증가에 따른 수익성 악화
- 기존 고객 재렌탈시 판매수수료(절감에 따른 수익성 개선).

	P(수익)		C(비용)			CAC(고객획득비용)			(P-C) - CAC
연수	렌탈료	등록비	유지관리수수료	필터 및 A/S 부품	기타변동비	제품제조원가	설치수수료	판매수수료	합계
1년차	384,000	90,909	30,000	9,493	32,626	152,536	22,408	130,300	97,546
2년차	384,000	0	30,000	23,118	32,948	0	0	0	297,934
3년차	384,000	0	30,000	13,258	33,380	0	0	0	307,362
4년차	384,000	0	30,000	19,353	33,082	0	0	0	301,565
5년차	384,000	0	30,000	13,258	32,995	0	0	0	307,747
합계	1,920,000	90,909	150,000	78,480	165,031	152,536	22,408	130,300	1,312,154

자료: 삼성증권 분석보고서 - 웅진코웨이, 삼성증권

참고: 모델명 CP-07BLO(정수기) 기준

04

분석 계획

4. 분석 계획

프로젝트 방향성

고객 분류

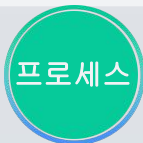
현재 W사의 중점 고객 파악
고객 **Segmentation** 지정

이탈원인 파악

수익성 높은 이탈고객 재탈환
잠재 이탈 고객 예측 및 이탈 사전 예방

이탈 방지

범주화에 따른 이탈률 방지 전략 구축
고객의 니즈, 잠재 이탈 원인 파악



01

02

03

04

05

Target 설정

이탈 고객 기준점 파악
거래 패턴 별 상대적 기준 설정

이탈모형 구축

데이터 활용 이탈율 산출
개별 수준에 따라 고객 범주화

4. 분석 계획 - 핵심변수

데이터 분석 계획

독립변수(X)	설명	속성
Gender	고객 성별	범주형
Sales-Type	렌탈 계약의 판매 유형	범주형
Contract-Type	렌탈 계약의 계약 유형	범주형
Term	계약 기간 (월 단위)	범주형
State	계약 상태	범주형
Datetime	계약 일자	순서형
Amount_Month	계약 고객 월 납입금액	연속형
Overdue_count	계약금 연체 건수	연속형
Credit_Rank	계약 고객 신용등급	연속형

타겟변수(Y)

State (계약상태)

계약 : [계약상태]

해약 : [기간만료]

[해약 진행중]

[해약 완료]

4. 분석 계획 - 상세 분석 계획

데이터 분석 계획

단계	목적	분석방법	주요 내용
데이터 탐색	고객 데이터의 특성 확인	DDA 분석	연속형 변수 기술 통계량 확인
		시각화 (Bar plot 등)	시각화를 통한 변수 간 선형성, 관계성 파악
데이터 전처리	이탈 고객 예측 모델의 정확도 향상을 위한 데이터 정제	결측치 처리	결측치 데이터 삭제
	공통된 특성을 가진 고객들을 분류를 위한 데이터 매핑	연속형 변수에 대한 구간화 및 특정 값으로 매핑	연령, 계약금 연체 건수 등 특정 구간으로 구간화 및 매핑
데이터 분석	이탈 관련 변수 간 관계성 확인 및 이탈의 주요 영향 변수 확인	전처리 데이터에 대한 EDA 및 CDA 분석	데이터 분석을 통한 이탈에 영향을 미치는 주요 변수 추출

05

분석 결과

5. 분석 결과

해약에 영향을 미치는 변수 확인

계약상태(State) 변수와의 연관성 확인

Chi² Test (계약상태 - 판매유형)	
귀무가설	판매 유형에 따라 해약 여부의 비율이 같을 것이다.
대립가설	판매 유형에 따라 해약 여부의 비율이 다를 것이다.
P.value = 3.78e-204 < 0.05 귀무가설 기각	
결론 : 판매 유형이 해약 여부에 영향을 미친다.	

계약상태(State) 변수와
판매유형(Sales_Type)간의
연관성이 있음을 확인

Chi² Test (계약상태 - 계약유형)	
귀무가설	계약 유형에 따라 해약 여부의 비율이 같을 것이다.
대립가설	계약 유형에 따라 해약 여부의 비율이 다를 것이다.
P.value = 0.0 < 0.05 귀무가설 기각	
결론 : 계약 유형이 해약 여부에 영향을 미친다.	

계약상태(State) 변수와
계약유형(Contract_Type)간의
연관성이 있음을 확인

5. 분석 결과

(1) 해약에 많은 영향을 미치는 '멤버십3유형'의 개선을 통한 수익성 제고

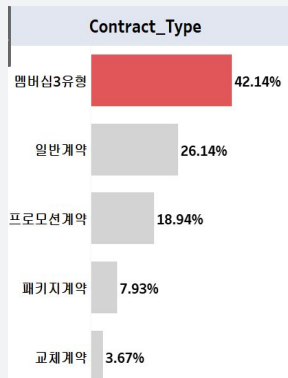
'멤버십 3유형'의 높은 해약을 개선 필요

판매유형 중
멤버십 고객의 높은 해약을

계약상태 판매유형	정상	해약	합계	해약률
렌탈	46097	386	46483	0.83%
멤버십	4523	295	4818	6.12%
합계	50620	681	51301	1.32%

멤버십 해약을 > 렌탈 해약을
(약 7배)

멤버십 해약을 개선 필요



전체 해약 고객(681명) 중
'멤버십 3유형'(287명, 42.14%),
해약을 1위

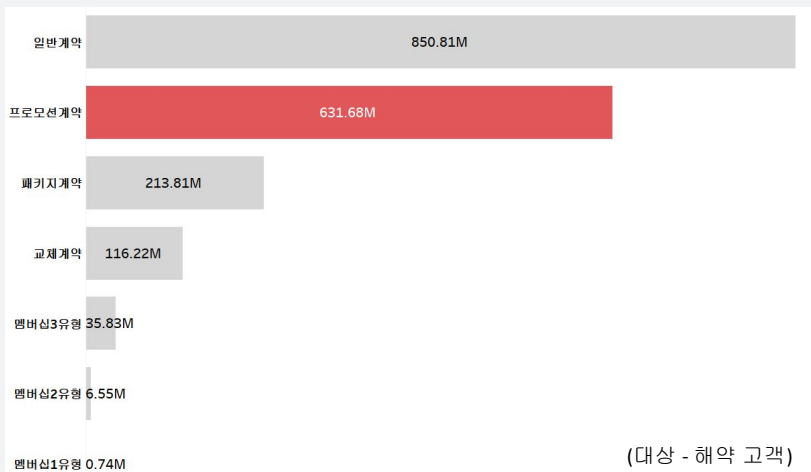


'멤버십 3유형'
멤버십 해약을 중 97.3% (287건)

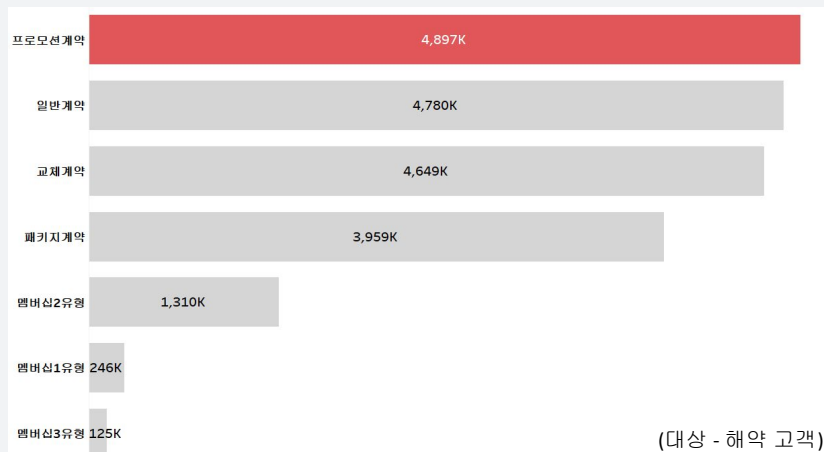
5. 분석 결과

(2) '프로모션 계약'의 기대 수익 충족률 향상을 통한 수익성 개선 필요

계약 유형별
해약 시 기대 수익 손실액



해약 건당 기대 수익 손실액
프로모션 계약 1위



W사, 프로모션 계약 유형 개선을 통해
기대 수익 손실 **최소화**를 통한 **수익성 향상** 필요

06

개선안

6. 개선안

구독 서비스 출시

부담없는 “구독 서비스” 출시

긴 의무 사용 기간, 과도한 위약금 등
기존에 존재했던 렌탈 서비스의 Pain Point

개인 맞춤형 구독 서비스를 통해 부담없이
더 자유롭게, 더 간편하게
제품을 사용해볼 수 있는 기회 제공

구독 서비스 전환 사례

LG전자, 렌탈 부문 1조원 달성할까... 신의 한 수는 '구독 경제'

(출처 : 핀포인트뉴스, 2023.11.23)

- 렌탈에서 가전 구독으로 사업 방향
변경
- 가전 구독 서비스 통해
연평균 성장률 30% 달성 및
연 매출 1조원 돌파 전망

3세대로 변화하고 있는 시장에 대응
더 빠른 주기로 더 다양한 제품을 접하고
싶어하는 소비자의 니즈 반영

6. 개선안

개선안 1 - 멤버십 3유형 개편안

멤버십 이탈 방지를 위한 구독 서비스 혜택

기존
멤버십



구독 서비스
혜택



- 고객이 원하는 제품을 부담없이 사용해볼 수 있는
새로운 렌탈 경험을 제공하여 기존 멤버십 이탈을 억제
- 구독 서비스를 통한 체험 제품에 대한 신규렌탈 계약 유도
- 기존 고객 활용을 통한 판매수수료 최소화

목표

기존 멤버의 신규 렌탈 계약 유도 및 고객 이탈 방지

대상

멤버십3유형 고객 (약 3000명)

핵심 성과 지표 KPI

이탈율 11%(297명) → 이탈율 5%(150명)
재렌탈 전환 3%(90명)

시행 기간

2년 (멤버십 계약기간 1년)

기대효과

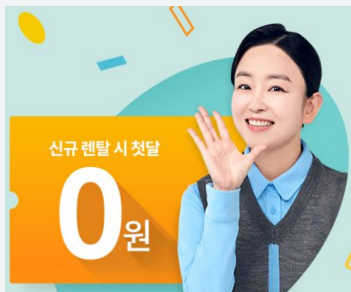
이탈률 감소 (연간 804,000원/명)
재렌탈시 (연간 804,000원/명 -> 1,352,154원/명)

수익률 68%개선

6. 개선안

개선안 2 - 프로모션 계약의 혜택 개편

- 신규 고객 할인 프로모션



첫 달에만 적용

- 카드 할인 프로모션

coway × Hyundai Card

코웨이-현대카드 M edition3

기간 내 코웨이닷컴에서 대상 카드로 상품 렌탈 및 렌탈료 자동이체 시
전월 이용 금액에 따라 10개월간 청구 할인 적용(최대 40만원)

10개월만 적용

W사,
현재 프로모션 계약의 혜택이
계약 초기에 집중되어 있음



초반 혜택이 종료에 가까워지면

계약을 해지할 가능성이 높아짐



초기에 집중된 혜택이 아닌

보다 장기적인 혜택을 제공함으로써

프로모션 계약을 계속해서 유지

프로모션 혜택으로 구독 서비스 추가

본 렌탈	프로모션 혜택
기존과 동일한 렌탈 방식	구독 서비스 렌탈 계약 기간 전체 동안 제공

- 새로운 제품 구독과 체험
- > 소비자 경험 확대 및 추가 계약 유도
- 기업에 남아있는 악성 재고를 활용
- > 렌탈자산 손실폐기 비용 절감



고객 해약 감소 및 판매관리비용 절감으로
안정적인 수익 모델 구축 및 수익성 개선

세(3)계路

THANK YOU