

[IT리포트]

# 미국 전자상거래 쇼핑물현황과 비즈모델

- I.
- II.
  - 1.
- III.
  - 1.
  - 2. 美
- IV.
- V.

[www.enterkiner.com](http://www.enterkiner.com)

Tel) 02-3295-1466

IT/Wireless & Mobile Research & Consulting

## I.

미국에서 전자상거래(e-Commerce) 비즈니스가 가장 주목 받던 시기는 1998년~2000년경이었다. 당시는 개인유저를 타겟으로 전자상거래(온라인 판매)를 전개하던 벤처기업이 투자자로부터 거액의 출자를 받아 공격적인 마케팅 활동과 광고비용을 투입하면서 한창 인터넷 사업에 대한 열기가 뜨거웠던 시기였다. 그러나 화려한 겉 모습과는 달리 고액의 출자를 받아 진행된 과도한 광고홍보 활동은 결국 채산성 악화로 이어졌고, 많은 인터넷 비즈니스 사이트의 몰락을 가져왔다.

그러나 이후 미국의 전자상거래 시장은 쇠퇴일로를 벗어나 시장전체의 사이즈로 봤을 때 매출규모는 지속적으로 증가하고 있다. 美 상무성의 발표자료에 따르면, 2004년 7~9월에 걸친 온라인 소매업의 전체 매출규모는 전년 동기 대비 21.2% 증가로 큰 폭의 성장세를 이루고 있다. 그러나 한편으로는 이 매출 규모는 미국 전체 소매시장의 약 1.8%에 불과한 것으로, 아직까지는 전체 시장을 주도하고 있다고는 보기 힘들다.

한편 일본에서는 2004년 9월 현재, 9,665개의 쇼핑몰이 오픈되고 있어 1년 전(7,121개)과 비교해 상당한 증가세를 확인할 수 있다. 이처럼 온라인 쇼핑몰의 성공사례가 신문 기사를 장식하고 있고 이로 인해 관련 사업자의 기대감도 커지고 있긴 하지만, 반면 이전보다 온라인 비즈니스가 어려워졌다고 고백하는 경우도 늘어나고 있다. 매출 증대를 위해 활발한 광고홍보 활동을 기획하기도 하나, 그만큼 투입자금도 늘어나게 됨으로써 결국에는 순이익율이 감소한다는 딜레마를 겪고 있다.

본 보고서에서는 경비부담의 증가로 주춤하고 있는 미국 전자상거래 사이트의 수익구조의 문제점을 진단하고, 향후 기업에게 요구되는 신규 비즈니스 모델을, 타겟 유저층에 따른 중소 온라인 쇼핑몰의 운영법을 통해 살펴보고자 한다.

## II.

인터넷 상권에서는 비용부담이 높은 오프라인 매장보다는 진입 장벽이 낮고, 시장규모의 성장 속도보다는 빠른 속성을 지닌 구조적 특성을 지니고 있다. 직접 상품을 제조하는 점포의 경우는 좀 다르지만, 보통은 제조업체로부터 물건 구입에 대한 의존도가 높다. 이로 인해 향후 그 경쟁은 더욱 치열해 질 것으로 전망되는데, 이러한 전개 양상을 미국 전자상거래 시장을 중심으로 살펴보고자

한다.

## 1.

미국의 대표적인 전자상거래 사이트인 아마존닷컴(www.amazon.com)의 경영 상황을 보면, 2004년 3사분기의 매출액은 전년 동기보다 29%가 증가한 14.6억 달러로, 영업이익은 8,100만 달러(전년대비 57%증가)에 이르고 있다. 아마존닷컴이 인터넷 유저로부터 지지를 받고 있는 이유는 CD나 DVD에서부터 가전 및 생활 용품에 이르기까지 폭 넓은 제품군을 저렴한 가격에 판매하고 있기 때문이다. 그러나 이러한 인기에도 불구하고 전체 매출액에서 차지하는 회사의 이익율은 약 24% 수준에 머무르고 있다.

통신 판매로는 광고홍보 활동이나 상품의 포장 및 발송에 들어가는 비용이 크기 때문에 전체 이익율은 떨어질 수 밖에 없다. 종이 카탈로그와 같은 인쇄업체가 전체의 평균 50%정도를 이익으로 상정하는 것과 비교하면 아마존닷컴의 전체 이익율은 꽤 낮다는 것을 알 수 있다.

뿐만 아니라 아마존닷컴에서는 1회 25달러 이상의 구입자에 한해 무료배송을 실시하고 있어 여기서 발생하는 배송비용은 그 만큼 회사의 이익율을 감소시키게 된다.

이러한 상황은 비단 아마존닷컴에만 국한된 것은 아니다. 쇼핑몰을 운영하는 모든 온라인 사이트에 공통된 사항으로, 인터넷 버블기와 같이 화려한 배너 광고로 고객을 끌어 모으는 대신 무료배송 등과 같이 고객의 실리를 중시하는 특화된 서비스를 통해 신규 가입을 유도하고 있다. 인터넷 기업의 입장에서는 무료배송 서비스와 같은 자사 부담의 적자 분을 마케팅 비용으로 상정하고 있는 것이다.

예를 들면, 쇼핑몰 내에서 같은 상품을 취급하고 있는 shop이 여러 개일 경우 유저가 간편하고 손쉽게 가격이나 성능비교를 할 수 있도록 함으로써 경쟁력을 높이고 무료배송과 같은 서비스 우위를 제공하는 등 '최적화'를 통한 고객만족도를 높일 수 있을 것이다. 그러나 배송비용의 적자 분을 보충할 수 있을 만한 주문증가가 없다면 채산성이 맞지 않기 때문에 손익분기점이 되는 목표 주문건수의 산정을 명확하게 하는 것도 잊지 말아야 할 것이다.

● 우송료를 고객측 부담으로 하는 경우

- 상품의 판매 가격.....5,000원
- 총이익(판매 가격-구입 가격).....1,250원(총이익율 25%)
- 월 주문 건수.....1,000건

---

월 매출액.....5,000,000원  
 월 총이익 금액.....1,250,000원(1,250원×1,000건)

● 배송료를 쇼핑몰 부담으로 하는 경우

- 상품의 판매 가격.....5,000원
- 총이익(판매 가격-구입 가격).....1,250원(총이익율 25%)
- 배송료 적자금액(1건)..... -500원
- 월 주문 건수.....1,667건

---

월 매출액.....8,335,000원  
 월 총이익 금액.....1,250,250원(750원×1,667건)

위의 사례에서 보면, 본래는 고객 부담인 우송료를 업체에서 부담함으로써 적자 금액(건 당 500원)이 발생하게 되고, 그 경우 기존대로 월간 총이익을 유지하기 위해서는 주문 건수가 1.6배(1,000건→1,667건)로 증가하지 않으면 손익 분기가 맞지 않게 된다. 매출액이 1.6배로 성장했을 경우에는 언뜻 보기에는 매출액이 상당히 증가한 것처럼 보이지만 총이익엔 별 차이가 없게 된다.

이상의 예에서 살펴 본 바와 같이, 인터넷 쇼핑몰의 크고 작음에 상관없이 현재의 전자상거래 업계는 마케팅 비용의 상승과 수주부터 발송, 입금관리 등의 제반업무의 부담이 증가하고 있는 상황이다. 따라서 지금과 같은 상태로 계속해서 기업의 성장목표를 지속해 나간다면, 매출액이 증가함에 따라 영업 이익율은 3~5% 수준으로 떨어지게 되어 본래의 인터넷 비즈니스의 강점이 퇴색할 거라는 우려가 제기되고 있다.

물론 소매업으로서의 안정적인 경영만을 목적으로 한다면, 이익은 많지 않아도

흑자 기반의 '우량 쇼핑몰'로 평가 받을 수도 있을 것이다. 그러나 주식상장을 목표로 투자자들의 관심을 끌기 위해서는 기존의 운영방식 만으로는 주가를 끌어올릴 만한 impact가 부족하다. 따라서 지금까지 축적해 온 전자상거래의 노하우를 응용, 보다 진화시킨 새로운 비즈니스 모델이 필요하게 되는 것이다.

### III.

#### 1.

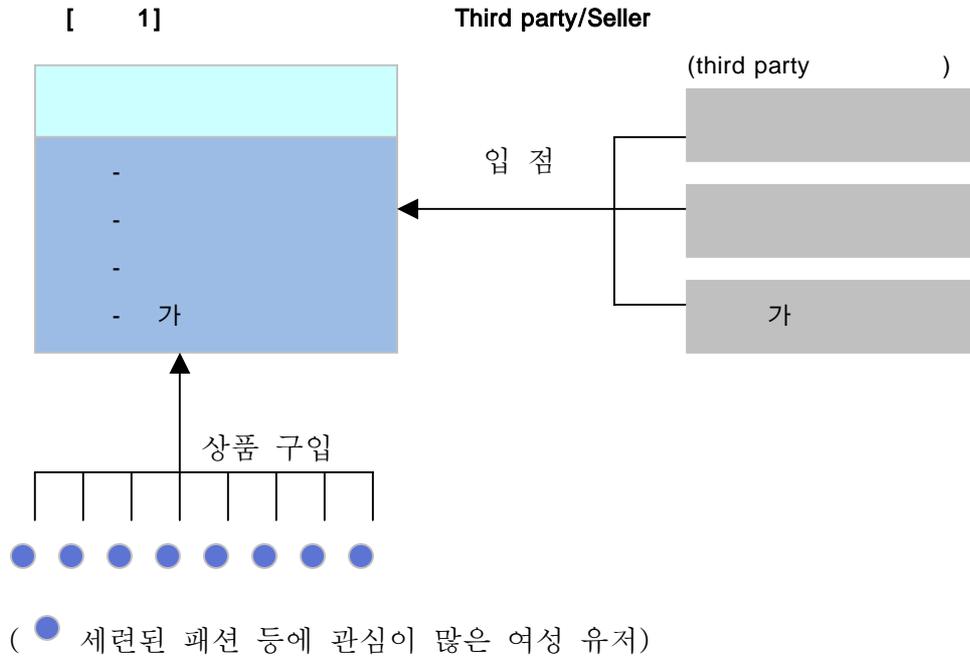
앞서 아마존닷컴의 예에서도 보았듯이, 상품을 판매함으로써 얻게 되는 수익이란 광고비나 우송료 부담분 등 여러 가지 경비를 제하고 나면 실질적으로는 매우 적거나 적자인 경우도 종종 발생한다. 여기서 전자상거래 기업에게 새로운 비즈모델의 발굴이 요구되고 있는 것이다. 그 예로 다른 사업자에게 사이트 내의 판매 공간을 빌려주고 임대료나 매출액에 대한 로열티 등을 수익으로 가져오는 방법 등을 생각해 볼 수 있다.

아마존닷컴에서는 사이트 내에 다른 소매 기업을 입점시켜 얻는 third party seller 방식의 수익이 전체 매출의 약 25%를 차지하고 있다고 한다. 이러한 방식은 고객의 기호에 맞는 다양한 제품군을 갖추면서도 자사가 재고 부담을 직접 가져갈 필요가 없고, 월 임대료 등의 이용료와 매출실적을 연동한 로열티 수입을 통해 상품을 직접 판매하는 것보다 높고 안정적인 수익원을 확보할 수 있어 인터넷 비즈니스의 성공사례로 꼽히고 있다. 입점한 기업 입장에서도 단독으로 사이트를 제작하여 처음부터 광고홍보 활동에 시간을 투입하는 것 대신 이미 신뢰할 만한 대형 사이트를 통해 브랜드 가치를 높일 수 있어 단기간에 높은 매출이 가능하다는 것이 이점이다.

同 비즈니스 모델은 실제 오프라인 상권인 쇼핑센터(SC)에서 이미 오래 전부터 채용되어 온 것으로, 일본의 경우에는 자스코 계열의 이온 그룹이 전국적인 대규모 SC를 전개하고 있다. 그러나 이러한 오프라인 소매업의 판매이익만으로는 자금유통에 한계가 있다. 이에 각 지역 거점의 유력 소매업자를 세입자로서 모집해 영업 보증금 등으로 건설 자금을 확보하고 매월 임대료와 매출액과 연동한 로열티 수입을 통해 SC전체의 경영이 전개되고 있는 것이다.

이러한 개념이 인터넷을 통한 전자상거래 사이트에서도 적용되고 있다. 예를 들면, 화장품 스킨케어로서 성공한 사이트가 同 사의 여성 유저를 타겟으로 주얼리나 관련 장식품, 향수, 고급 가방 등을 취급하는 사업자를 입점시키면 다양한

상품과 2차 수익원의 확보 등 일석이조의 효과를 기대할 수 있다. 일본에서는 인터넷 상권에 있어서의 종합 쇼핑몰은 활성화 되었지만 타겟별 이용자층을 겨냥한 전문화 된 쇼핑몰에 대해서는 아직까지 초기 단계에 불과하다. 따라서 향후 同 분야로의 사업기회가 부상할 전망이다.



사이트 운영 기업은 본업인 화장품 판매를 통한 수익 외에도 third party seller에게서 거둬들이는 입점료와 매출액과 연동한 로열티를 매달 2차적인 수익원으로 확보할 수 있다.

## 2. 美

미국에서는 대기업 쇼핑몰 사이트로의 집중화가 두드러진 현상이지만, 반면 차별화 된 전략으로 이용자들의 높은 호응을 얻고 있는 중소 규모의 쇼핑몰 또한 늘어나고 있다. 이들이 대기업과의 치열한 경쟁에서 살아남을 수 있는 이유는 대형 업체처럼 종합적인 쇼핑몰을 지향하는 것이 아니라 특화 된 고객층을 겨냥한 전문점으로서의 존재 가치를 높이고 있기 때문이다. 이들은 일본의 경우와 마찬가지로 보편화 된 판매보다는 타겟별 공략 제품을 취급하고 있다.

## 1) Safety Glasses USA

그 대표적인 사례로 'Safety Glasses USA'라는 쇼핑몰을 들 수 있는데, 同 사이트는 공사 현장 등지에서 사용되는 보호 안경, 보호 장갑 등의 안전도구를 판매하고 있다. 그러나 여기서 말하는 안전도구라는 것은 우리가 알고 있는 일반적인 개념의 제품이 아니다. 보다 세련된 sunglasses shop과 같은 분위기를 연출하고 있는데, 이는 단순히 '안전 안경' 이라고 했을 때 구매층이 한정될 수 있는 부분을 공사 현장의 작업자일지라도 업무 중의 패션이나 각자의 개성 및 기호에 대응할 수 있도록 개인화에 주목, 안전용 sunglasses를 판매하고 있는 것이다. 이로 인해 同 사이트는 건설 현장의 작업자 뿐만 아니라 일반 유저 사이에서도 매우 유명하다고 한다.

### [ 2] Safety Glasses USA

The screenshot shows the homepage of Safety Glasses USA Inc. The header includes the company logo and a BizRate.com certification badge. The navigation bar contains links for 'What's New', 'Ordering Info', 'Shipping Info', 'Track Your Order', 'FAQ', and 'Check Out'. A search bar is located on the left side. The main content area is divided into several sections: a 'COOL STUFF' section featuring five different styles of safety glasses with descriptions, a 'Free Shipping' banner, and a 'What sets us apart' section listing benefits like 'Veteran Owned & Operated', 'Best Price Guarantee', and 'Easy Navigation'. A sidebar on the left provides navigation for 'Products' and 'Brand Names'.

## 2) MyKnob.com

Safety Glasses USA에 이어 한층 더 타겟 범위를 좁힌 사이트 사례로는 'MyKnobs.com' 도 독특하다.

同 사이트가 주력으로 취급하는 제품은 door knob인데, 기존의 공급사례와는 달리 도어에 붙어 있는 손잡이를 교환하는 것으로 방의 분위기를 바꿀 수 있는 것을 제안, 보통 홈 센터에서는 찾아볼 수 없는 방대한 종류의 도어 손잡이를 전문적으로 공급함으로써 소비자들의 지지를 얻고 있다.

[ 3] Myknob.com

Our Policies: [RETURNS](#) | [SAMPLES](#) | [SHIPPING](#) | [Visit Our Stores in NY!](#) [Contact Us](#) | TOLL-FREE: 1-866-MyKnobs | [VIEW CART](#)

**MyKnobs.com**

FREQUENT QUESTIONS | CUSTOMER CARE | WISH LIST | VIEW CART

[MONTHLY SPECIAL](#)  
Get Great Savings NOW! [GO](#)

BOOKMARK this page.

**SAVE TIME & MONEY!**  
Product, Shipping, Coupons

**SAVE TIME**  
We have over **120,000** knobs, handles and pulls to choose from!

**SHIPPING**  
Only \$4.50 per Manufacturer, any size order!  
... Get the Full Details!

**MONEY-SAVING COUPONS**  
This stuff is so good, you've got to read it to believe it!  
... Get the Full Details!

**WAYS TO SHOP:**

**SEARCH!**  
Find the right hardware for your design needs with our MyKnobs.com search.  
... SEARCH NOW!

**STYLES, some examples:**  
- Cup Pulls  
- Subzero Handles

**FINISH, some examples:**  
- Antique Copper  
- Crystal  
- Antique Pewter

SEARCH:  
> Search Hardware  
> Search Home  
> Search Bath  
> Search Switchplates

BROWSE:  
> Decorative Hardware  
> Bathroom Decor  
> Home Accents  
> What's on Sale!  
savings on great stuff

SHOP BY:  
Manufacturer

SEARCH:  
  
[RUN YOUR SEARCH](#) [GO](#)

OUR NEWSLETTER  
GIFT CERTIFICATES  
TESTIMONIALS  
AFFILIATE PROGRAMS

**YOUR SHOPPING CART**

My best experience  
just wish that everyone else who sells online tries to do as good. I can't say enough good things about MyKnobs. THANKS  
... MORE TESTIMONIALS

**LIVE HELP**  
Unavailable

**BIG SALE!**

**MyKnobs.com Exclusives**

**Super Switchplate Sale**

Imagine it.  
Dream it.  
ADD TO WISH LIST   
Make it real.  
Make Your Wish List

**OVER 120,000 CABINET KNOBS, HANDLES & PULLS at low prices!**

**Decorative Hardware:** [Amerock](#) | [Anne at Home](#) | [AquaBrass](#) | [Arthur Harris](#) | [Art in Stone](#) | [Artisan Knobs](#) | [Becker Beschlaege](#) | [Bellissimo Designs](#) | [Bellissimo Designs](#) | [Belwith Keeler](#) | [Bosetti-Marella](#) | [Byron Bells](#) | [Cal Crystal](#) | [Carpe Diem](#) | [Century Hardware](#) | [Classic Brass](#) | [Colani](#) | [Colonial Bronze](#) | [Creative Wall Plates](#) | [Custom Doorbell](#) | [DIGS](#) | [Du Verre Hardware](#) | [Earth To Peter](#) | [Emenee Hardware](#) | [Expressions Bath Accessories](#) | [Exxel Hardware](#) | [EYH Hardware](#) | [Fennel Hardware](#) | [Fusion](#) | [Get A Grip](#) | [Hawk Hill](#) | [HouseArt](#) | [Italbrass](#) | [Jazzy Hardware](#) | [Lb Brass](#) | [Liberty Hardware](#) | [LW Designs](#) | [Meqna Glass](#) | [Metro Metal Works](#) | [Michael Healy Designs](#) | [MNG Hardware](#) | [MNG Core](#) | [Modern Objects](#) | [Mrs. H's Handles](#) | [Notting Hill Hardware](#) | [Novelty Hardware](#) | [Omnia Decorative Hardware](#) | [Out to Lunch](#) | [Pamar Hardware](#) | [Providence Artworks](#) | [Pullware](#) | [R.K International](#) | [Santa Barbara Ceramics](#) | [Schaub Select](#) | [Siro Designs](#) | [SMEDBO](#) | [Soko](#) | [Sugatsune](#) | [Super Savers](#) | [Top Knobs](#) | [Vicenza](#) | [Vicki Lane](#) | [Waterwood](#) | [Wild Western Hardware](#) | ... more

이상에서 살펴 본 바와 같이 상권과 점포 공간에 제한을 받지 않는 인터넷 쇼핑몰에서는 오프라인 점포에서는 모두 포괄하긴 힘든 보다 전문적이고 다양한 종류의 상품군과 상세한 설명이 가능하다. 그 분야에 깊은 관심을 가진 이용자층을 획득할 수 있어, 니치 마켓으로의 시장공략 가능성이 높다. 따라서 시장의

파이는 크진 않지만, Myknob의 경우에서처럼 전문점의 이미지를 다른 점포에 앞서 각인 시킴으로써 가격 경쟁에서도 보다 안정적인 수익 확보가 가능했다.

### 3) TV TV Authority

일본에서도 가전제품의 분야에서는 여러 인터넷 쇼핑몰이 난립하고 있지만 미국의 경우 TV 판매만큼은 특화 된 ‘TV Authority’라는 사이트가 인기를 끌고 있다. 이름에서도 알 수 있듯이 同 사이트는 최근 ‘텔레비전 제품에 관한 권위자’가 되어 가고 있다.

안방극장 전문점은 많지만, 사실 하이비전 TV를 메인으로 하여 TV만을 공급하는 쇼핑몰은 드물다. 同 쇼핑몰에서는 TV를 판매할 뿐만 아니라 대리점 직원을 통한 상품 설명에 만족하지 못하는 high level 고객을 위해 기종 선정에서부터 음향 효과를 최적으로 하는 가정 내 설치 방법까지, 전문적인 advice와 support를 제공하는 것이 타사와 비교되는 가장 큰 특징이다.

각 제품의 소개 페이지에는 상품마다 메이커 팸플렛에 준하는 자세한 정보를 망라하여 그 상품에 관련된 추천 부속품까지 게재하고 있다. 여기에 이용 고객들의 review 의견을 게재할 수 있도록 하여 제품을 구매하는데 보다 실질적인 도움이 되고 있다.

또한 同 사이트에서는 제품 설치도 중요한 수익원이 되고 있는데, 디지털 TV를 각 가정에 설치해 주는 전문 서비스인 ‘National Installation Services’를 최근 개시했다. 이 서비스에는 전문가가 사전에 설치 장소를 조사하여 필요한 부속품을 추천해 준다. 설치 요금은 100~495달러로 저렴하진 않지만, 구입자가 스스로 설치하는 것보다는 외양이나 음질 성능 면에서 월등하다는 평가를 받고 있다.

#### [ 4] Professional Installation

Click To Compare :: Sort Products By: **BRAND** or PRICE



**National Installation Services 3001**  
**Optimal Site Survey for Digital Broadcast Systems and Home Theater Systems**  
 TVAuthority makes it easy for you to arrange a consultation from a fully bonded and insured installer. An experienced installer will visit your home or business before actually installing your equipment to ensure a hassle-free installation for your home theater system. This is the perfect opportunity to have your installation questions and concerns addressed by an experienced professional.  
[National Installation Services 3001 Professional Installation details](#)

[Buy Now!](#) ::

[View Details](#) ::

★ **FREE SHIPPING** ★

[Email Friend](#)

[Chat Now!](#) ::

View Details를 통해 상기 제품에 대한 자세한 정보를 얻을 수 있음은 물론 보다 궁금한 사항은 Chat Now! 를 통해 바로바로 질문을 할 수도 있다.



또한 한층 더 타사와의 차별화된 강점으로 '5 star program' 을 들 수 있는데, 이는 제품을 30일간 무료로 테스트 할 수 있는 일종의 품질 보증 제도이다. 이러한 시스템은 아직까지

동종 업계에서도 흔치 않은 경우라 권위 있는 관련 전문지인 Dealerscope에서도 同 사의 독특한 마케팅 전략을 취재를 한 바 있다.

[ 5] Dealerscope <sup>1</sup>



同 사는 당초 단순한 디스플레이 판매업체로 시작했지만, 차별화 된 전략으로

<sup>1</sup> July 2004, [www.dealerscope.com](http://www.dealerscope.com)

TV 매니아들을 위한 커뮤니티를 형성하고 이를 기반으로 하이비전 TV를 핵심으로 하는 현재의 비즈니스 모델로 발전하는데 성공하였다. 새로운 기술 제품을 요구하고 있는 앞선 소비자를 위해 실시간으로 정확한 정보를 제공할 수 있는 것이 타사보다 우위에 있는 강점이라 하겠다.

#### IV.

국가를 막론하고 온라인 쇼핑물을 이용하는 유저층은 일반적으로 몇 개의 카테고리화가 가능하다. 목표로 하고 있는 이용자층에 따라 마케팅 활동방안이 크게 달라질 수 있지만, 현재의 인터넷 이용인구는 수천만 규모로 증가하고 있고 불특정 다수에 오픈되어 있는 사이트를 어떻게 이끌어 갈 것인가가 쇼핑물 운영자에게는 심각한 고민거리가 될 수밖에 없다. 여기서 사이트 초반부터 타겟층을 명확히 하지 않으면 불필요한 마케팅 비용의 증가와 시간소모로 목표달성에 실패할 확률이 높다.

아마존닷컴과 같은 대기업 쇼핑물에서는 북미의 상권에서만 연간 22억 달러에 이르는 매출이 발생하지만 매출액을 더욱 늘려가기 위해서는 이른바 일반 대중 소비자층에 대한 적극적인 판촉활동이 필수적이다. 이들의 전형적인 특징은 ‘저렴한 가격’이 절대적인 구입조건이 된다는 것이다. 주위 사람들이 모두 가지고 있고 가격도 적절해야만 비로서 구입을 결심하게 되는 계층이다. 따라서 가격이 싸면 브랜드에는 별로 신경을 쓰지 않는다. 그러나 기업주의 입장에서는 이러한 마케팅 활동을 위한 비용 부담은 점차 커질 수 밖에 없다.

따라서 전문화 전략을 전개하고 있는 중소 규모의 인터넷 쇼핑물 사이트들은 전체의 절반 가까이를 차지하고 있는 일반 대중 소비자층이 아닌, 상위 약 5%에 해당하는 특화 된 계층을 공략해야 할 것이다. 이들의 특징은 최신제품이나 신시장에 민감하며 자신이 관심 있는 상품이면 가격에 상관없이 구입하는 성향을 지닌다. 따라서 경기 변동에 큰 구애를 받지 않는 반면 일반적인 여타 고객과 차별화 되지 않을 경우 쉽게 떠나는 경향이 있다.

바로 이러한 이유 때문에 대형 쇼핑물과는 다른 판매 전략이 필요하게 되는 것이다. 아이템의 선정에서부터 가격 설정, 판촉 프로모션 방법까지 섬세한 사전 조사가 요구된다.

## V.

이상에서 살펴 본 바와 같이 고도의 전문점화를 통한 신규 시장으로의 비즈니스 기회는 아직도 많다고 할 수 있다. 이는 단순히 물건을 판매하는 쇼핑몰의 개념에서 한 걸음 더 나아가 커뮤니티와 지속적인 정보제공이라는 점에서 인터넷이라는 편재성과 개인화의 특성을 가장 잘 반영할 수 있다고 할 것이다. 국내에서도 이러한 경향이 나타나고는 있지만 아직은 대형 쇼핑몰에 눌러 대세가 되지는 못하고 있다.

시장을 좁혀간다는 것은 기존의 비즈니스로부터 파생했지만 이를 통해 새로운 기회를 만들어 갈 수도 있다. 최근 High level을 겨냥한 신종 직업도 출현하고 있는데, 예를 들어 안방극장 전문점에서는 AV기기 판매가 메인이지만, 5%의 특정 계층을 목표로 판매를 하고 있다면 5.1 채널과 같은 각 스피커를 실내의 멋지게 설치하고 싶은 needs에 접하게 된다. 여기에서 탄생한 직업이 바로 'installer' 라는 전문직이다. 자택을 신축했거나 개조한 경우 본격적인 홈씨어터 설치를 꿈꾸는 고객군을 위해 씨어터 룸의 소리와 음향 효과, 방음 대책 등을 포함하는 설계도면을 그려 건축 업자에게 시공의 준비나 설치 관련 지시를 할 수 있는 job이다.

이 뿐만 아니라 미국에서는 프로들을 위한 스포츠 슱에서 '스포츠 주얼리'가 새로운 유망 상품으로 떠오르고 있다. 골프나 테니스 등의 프로 선수들은 시합 중에도 화려함을 연출하기 위해 액세서리를 몸에 지니는 경우가 많다. 이를 위해 햇볕에 그을린 피부와 스포츠 웨어에 어울리는 자신만의 스포츠 주얼리를 order-made 하는 케이스가 증가하고 있다고 한다. 최근에는 이러한 경기 모습을 텔레비전 영상으로 본 아마추어 선수들 간에도 애호가가가 생겨나 관련 스포츠 주얼리 전문점이 등장하고 있다.

본 보고서를 마무리하며 이에 대한 구체적인 미국 사례를 몇 가지 소개하고자 한다.

[ 6] Ace Magnetics.com

The screenshot shows the Ace Magnetics.com website. The header includes the logo and navigation links like Home, Magnetic Bracelets, Copper Bracelet, Titanium, Necklaces, Jewelry, Therapy, and Rings. A phone number 800-599-9098 is prominently displayed. The main content area features a grid of product images with titles such as 'Magnetic Bracelet Styles', 'Copper Bracelet Styles', and 'Titanium Bracelet Styles'. A sidebar on the left contains a 'Categories' list and an 'Information' section. A 'Featured Products' section at the bottom shows three different bracelet designs.

Ace Magnetics.com은 메인화면의 사진에서 보는 바와 같이 아놀드 파머氏를 시작으로 유명 골퍼가 착용하고 있는 제품과 동일한 모양의 팔찌와 목걸이 등을 판매하고 있는 인터넷 쇼핑몰이다. 주얼리 뿐만 아니라 운동에 필요한 Therapy도 같이 판매하고 있다. 품질보증 기간은 60일이다.

[ 2] Ace Magnetics.com Therapy

The image displays two product listings for Japanese Magnetic Wraps. The left listing is for a 'Japanese Magnetic Knee Wrap' and the right is for a 'Japanese Magnetic Elbow Wrap'. Each listing features a photograph of the wrap being used on a person's knee or elbow, a small image of the product packaging, and a table with the following information:

availability	price	comparable value
✓ In Stock	\$54.50	\$85.00

Below the table for each product, there is a button that says 'CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY'.

### Magnetic Elbow Wrap



CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY

availability	price	comparable value
✓ In Stock	<b>\$19.95</b>	\$29.95

### Magnetic Neck Wrap



CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY

availability	price	comparable value
✓ In Stock	<b>\$24.95</b>	\$39.95

### Magnetic Wrist Wrap



CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY

availability	price	comparable value
✓ In Stock	<b>\$18.95</b>	\$29.95

### Magnetic Ankle Wrap



CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY

availability	price	comparable value
✓ In Stock	<b>\$19.95</b>	\$29.95

### Mag Belt Crocodile



CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY

availability	price	comparable value
✓ In Stock	<b>\$39.95</b>	\$69.95

### Mag Belt Black



CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY

availability	price	comparable value
✓ In Stock	<b>\$34.95</b>	\$59.95

<p style="text-align: center;"><b>Magnetic Comfort Insole</b></p>  <p style="text-align: center;">CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">availability ✓ In Stock</td> <td style="width: 33%;">price <b>\$22.50</b></td> <td style="width: 33%;">comparable value \$29.95</td> </tr> </table>	availability ✓ In Stock	price <b>\$22.50</b>	comparable value \$29.95	<p style="text-align: center;"><b>Mag/Bandages</b></p>  <p style="text-align: center;">CLICK FOR DESCRIPTION OR TO BUY</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">availability ✓ In Stock</td> <td style="width: 33%;">price <b>\$14.95</b></td> <td style="width: 33%;">comparable value \$19.95</td> </tr> </table>	availability ✓ In Stock	price <b>\$14.95</b>	comparable value \$19.95
availability ✓ In Stock	price <b>\$22.50</b>	comparable value \$29.95					
availability ✓ In Stock	price <b>\$14.95</b>	comparable value \$19.95					

또 하나의 사례로 The Jewelry Box를 들 수 있는데, 同 쇼핑몰은 프로 농구 팀이나 메이저 리그의 라이선스를 얻은 스포츠 주얼리를 전문적으로 판매하는 사이트이다.

[ 3] The Jewelry Box

 <p><b>School Rings:</b> Attn Students: View our collection of school rings.</p>	 <p><b>Calling all military personel:</b> Commemorate your experience with tradition you can wear.</p>
 <p><b>NFL and MLB Rings:</b> All rings are officially licensed.</p>	 <p><b>Super Bowl XXXVIII:</b> Officially Licensed NE Patriots Rings.</p>

 <p><b>Military Jewelry:</b> Large selection of Marine Corps Jewelry.</p>	 <p><b>Looking for a chain?</b> We've got all shapes and sizes.</p>
--	---

이처럼 참신하고 매력적인 아이템을 만나기 위해서는 기존의 유행이나 다른 쇼핑몰의 동향을 따르는 것이 아니라 자신만의 강점을 살릴 수 있는 전문 영역을 개발하는 것이 중요하다. 미국의 사례에서도 알 수 있듯이, 성공하고 있는 중소 쇼핑몰의 사이트 구조는 심플한 방향으로 회귀하고 있다. 기술의 진보를 통해 새로운 광고 기업이 종종 등장하고는 있지만 그러한 톨을 채용한다고 해서 만족할 만한 결과가 보장되지는 않을 것이다. 중요한 것은 항상 새로운 발상을 통한 소비자 중심의 서비스 특화만이 대형 쇼핑몰과의 경쟁 속에서도 살아남을 수 있는

[www.enterkiner.com](http://www.enterkiner.com)

IT/Wireless & Mobile Research & Consulting