

근래 보기 드문 『쾌속 성장』의 비밀 파헤치기

세라젬, 왕이 될 상인가

2023. 08



Opening

세라젬을 분석하게 된 이유

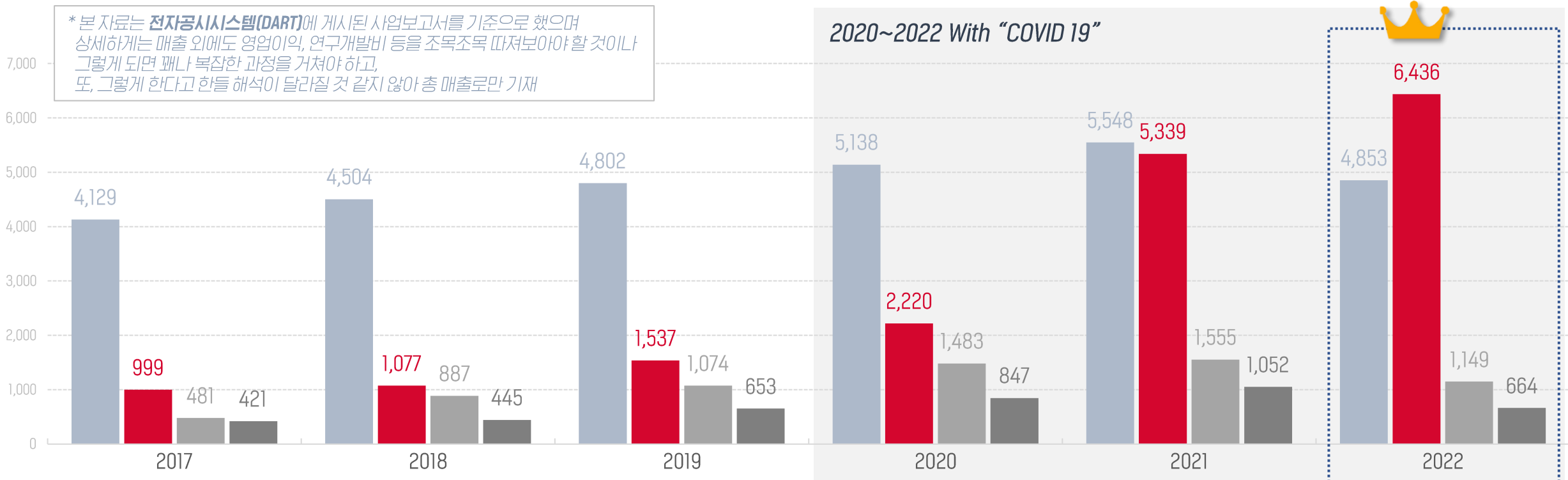
흔히 안마의자로 통칭되는 『전신 마사지기』 시장에서 세라젬 브랜드가 2022년 바디프렌드를 제치고 매출 1위에 등극했다.

안마의자 시장의 선두는 단연 바디프렌드였고(이거 왜 '바디프렌드'가 아닌지 아시는 분..) 심지어 경쟁사와의 격차도 매우 컸는데 2020년 코로나19 시기를 거치며 세라젬에 대한 수요가 급증했다. / (그런데 단 3년 만에 이게 가능한 것인가..)

[안마의자] 브랜드별 연간 매출 추이 (단위:억원, 출처:전자공시시스템)

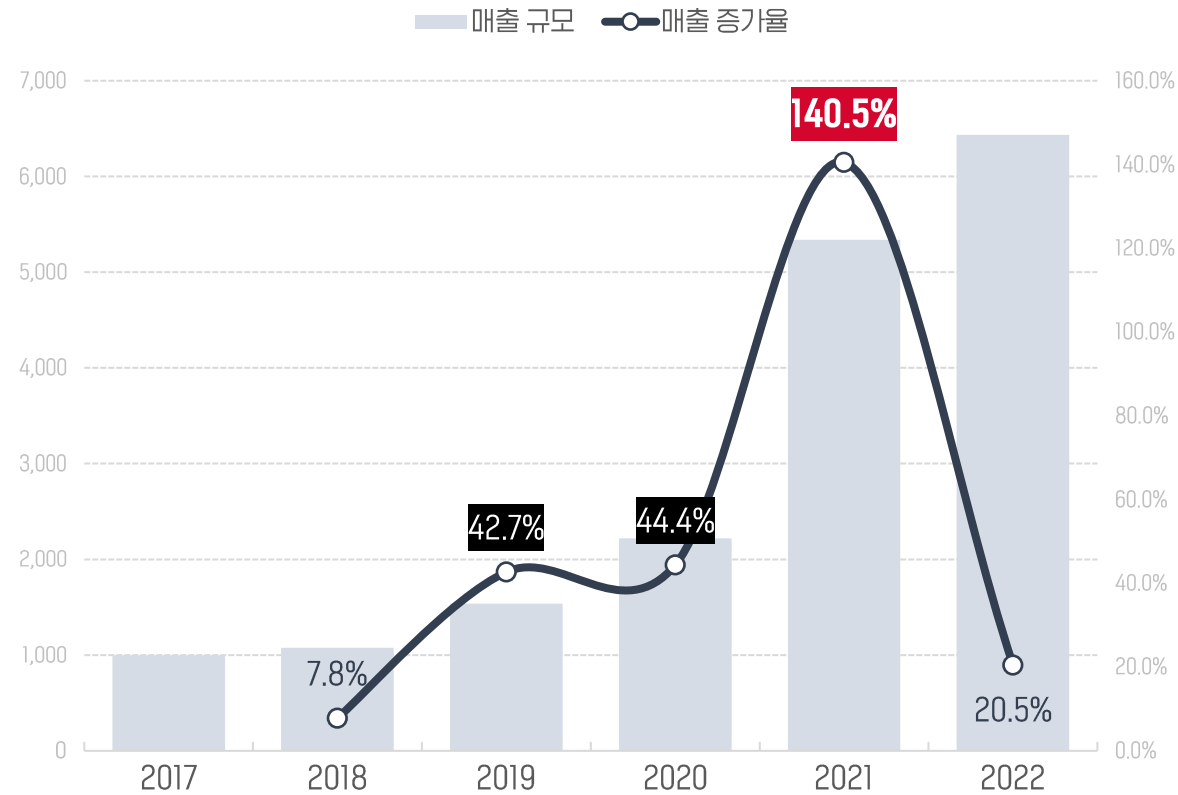
■ 바디프렌드 ■ 세라젬 ■ 코지마(복정제형) ■ 휴테크

* 본 자료는 전자공시시스템(DART)에 게시된 사업보고서를 기준으로 했으며 상세하게는 매출 외에도 영업이익, 연구개발비 등을 조목조목 따져보아야 할 것이나 그렇게 되면 꽤나 복잡한 과정을 거쳐야 하고, 또, 그렇게 한다고 한들 해석이 달라질 것 같지 않아 총 매출로만 기재



2020년 대비 2021년의 세라젯 매출은 **140.5%**가 증가했고
2022년에는 성장률이 둔화되었다고 해도 **20.5%**가 증가했다.

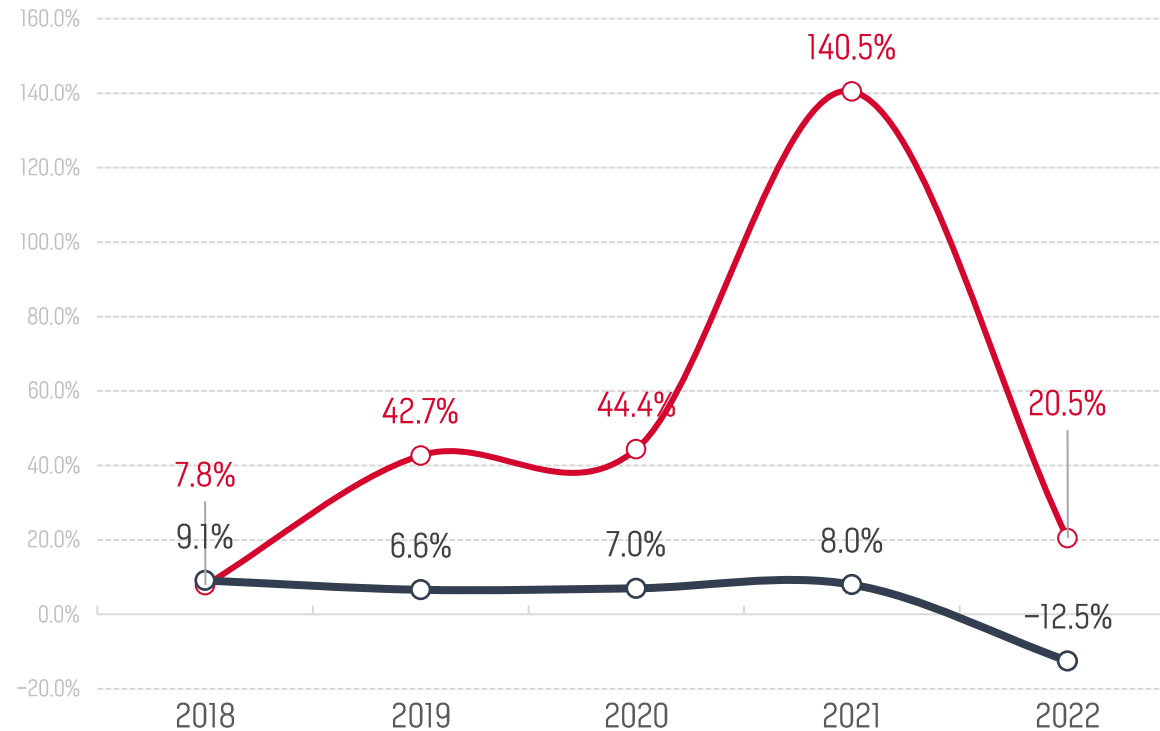
[세라젯] 주요 지표 비교 (단위:억원/%)



업계 1위를 고수하던 바디프랜드의 매출 증가율과 비교하면
그 격차가 얼마나 큰 것인지 단박에 알 수 있다.

[세라젬 Vs. 바디프랜드] 매출 증가율 비교

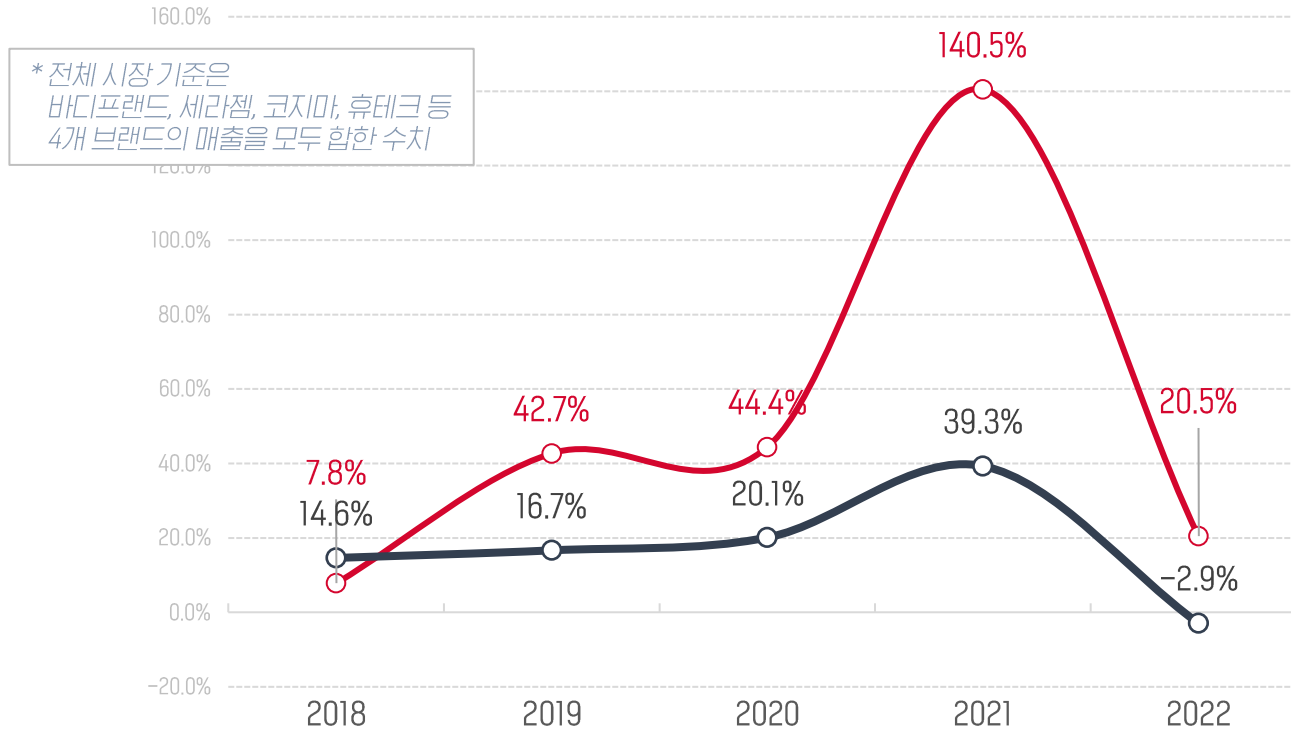
○ 세라젬 매출 증가율 ○ 바디프랜드 매출 증가율



전체 시장의 성장률과 비교해 보더라도 상황은 마찬가지

[세라젬 Vs. 전체 시장] 매출 증가율 비교

○ 세라젬 매출 증가율 ○ 4개 브랜드 총합 매출 증가율



“어떻게 이런 일이 가능했을까?”

세라젬 홈페이지에 소개된 기업 연혁을 기반으로 살펴보면, 2021년에 신제품 출시, 웰카페 100호점, 모델 이정재 같은 빅이슈 존재!

세라젬은 1998년 설립된 기업으로, 2019년 배우 이정재를 모델로 발탁하여 TVCF를 진행해 본격적으로 브랜드를 알리기 시작,
2020년에는 마스터 V4 모델 출시와 코로나19로 인한 건강 수요가 맞물리며 크게 성장한 것으로 추정된다.

연도	월	주요 이슈
2020	9월	- 웰카페 런칭
	7월	- 건강기능식품 '세라메이트' 출시
	5월	- 직영점 10호점 반포점 오픈
	4월	- 마스터 V4 화이트 컬러 출시 - 파우제 안마의자 출시 - 신민아 모델 계약
	3월	- 마스터 V4 출시 - 이정재, 이정은, 김갑수, 이엘 모델 계약
2019	10월	- 직영체험매장 오픈
	3월	- 이정재 모델 계약 / TVCF 런칭
2018	10월	- 마스터 V3 홈쇼핑 런칭

연도	월	주요 이슈
2023	4월	- 마스터 V7 메디테크 출시 - 파우제 M4, 파우제 S2 출시
	3월	- 세라봇S 출시
2022	11월	- V6 미국 런칭
	9월	- 브랜드 슬로건 '좋은 삶의 시작' 발표
	7월	- V4 카멜 브라운 출시
2021	4월	- 파우제 디코어 출시
	10월	- 파우제 M2 출시
	8월	- 마스터 V6 출시
	7월	- 박성웅, 라미란 모델 계약
	2월	- 웰카페 100호점 달성
	1월	- 세라봇 출시 - 이정재 , 장진영, 전해진, 조이현 모델 계약

그래, 뭐..

V4, V6 등 **신제품**이 너무 괜찮은 제품이었다고 치고
월카페의 체험 마케팅이 이례적인 성공을 거뒀다고 치고
모델 **이정재**의 오징어게임이 대히트한 덕분이라고 쳐도

...

안마의자로 통칭되는 『**전신 마사지기**』 시장은
제품 개발 역량이나 브랜드 파워 이외에도
시장 특수성에 따른 여러가지 “허들”이 존재

그래서, 세라젬이 속한 안마의자 시장은
아래와 같이 세가지 관점에서 바라보아야 한다.

Perspective 01



2020년 코로나19로 인해
건강에 대한 관심이나 태도가
변화되었을 것으로 예상
이렇게 변화된 관심이
세라젬에 대한 수요로
이어졌는지 파악 필요

Perspective 02



안마의자는 가격대가 높아
렌탈 시장이 많은 비중 차지
렌탈 제품에 대한 접근성이나
수용도가 높아졌는지 탐색

Perspective 03



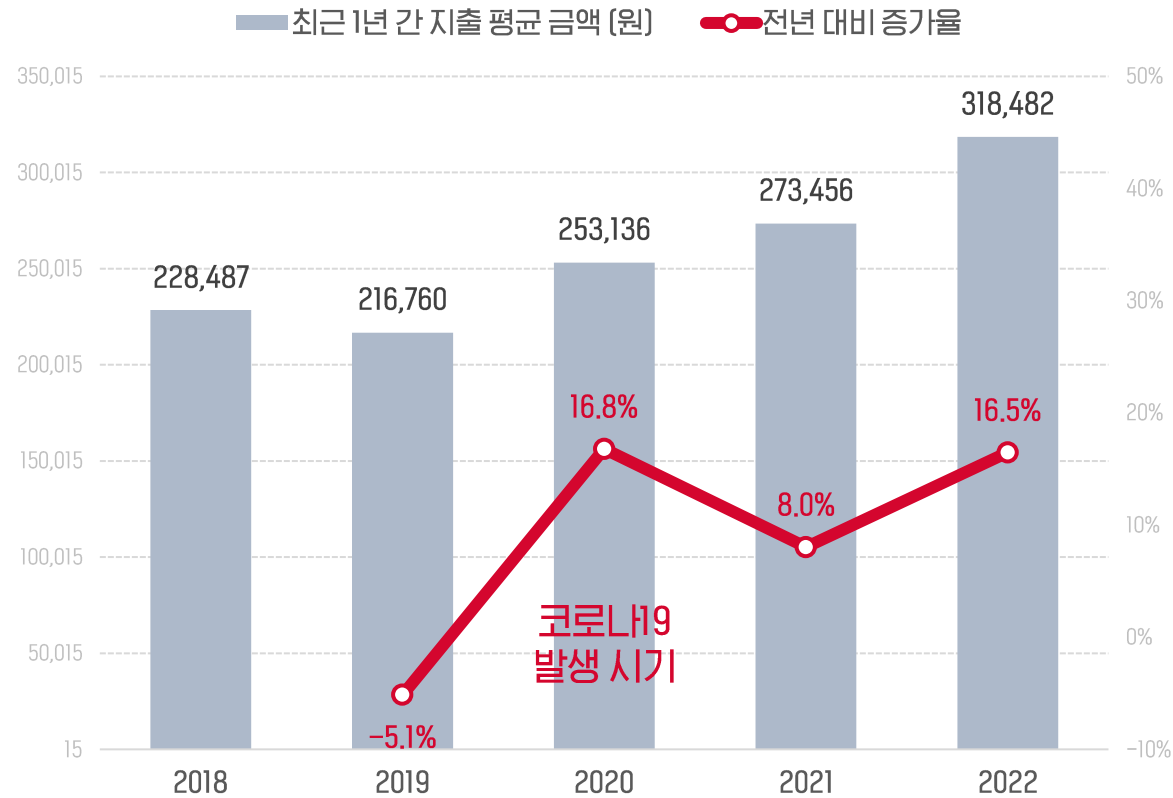
앞서 매출 자료를 토대로
안마의자 브랜드별 성장세를
간략하게 확인해 보았지만
좀 더 자세하게 소비자 수요를
면밀히 살펴볼 필요가 있을 것

Perspective 01. COVID19 Effect

코로나19 전후의 건강 수요 변화 : 본질적 니즈 탐색 관점

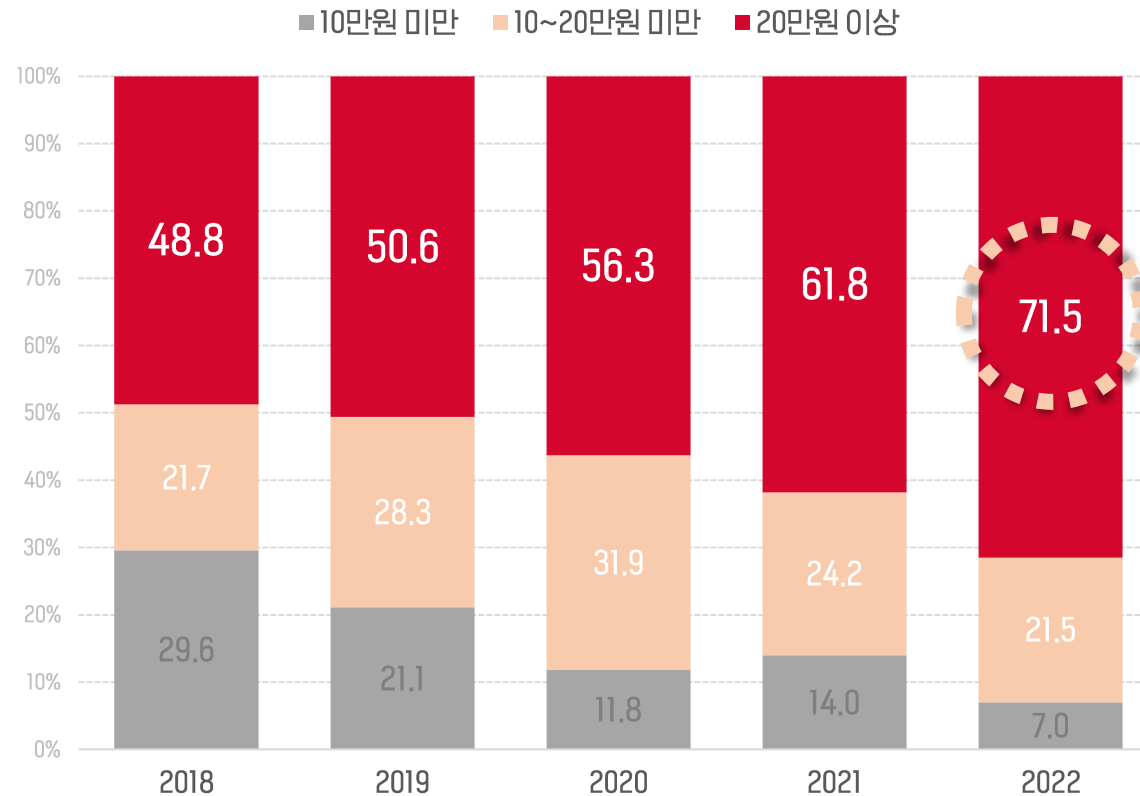
통계청 자료를 보면 코로나를 기점으로 건강기능식품에 대한 지출 규모가 확연히 증가

가공식품소비자태도조사, 건강기능식품 평균 지출액 추이

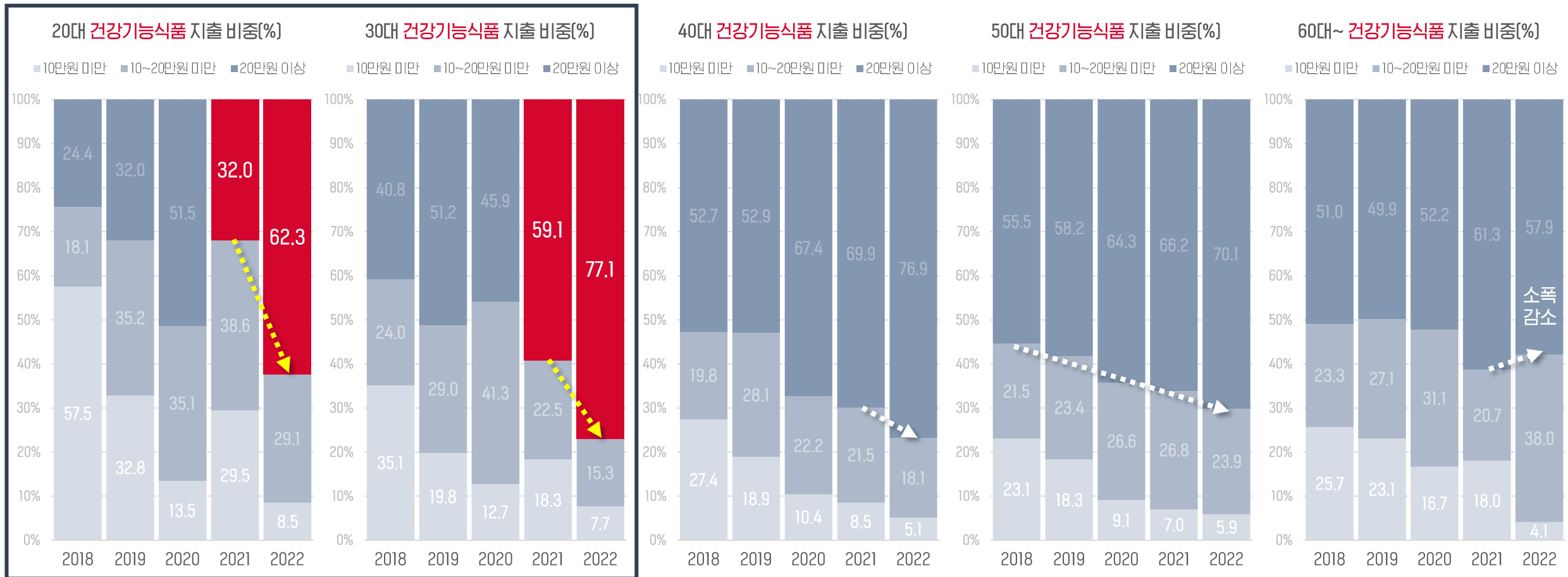


전체 지출 금액 뿐만 아니라 금액대별 비중을 보면
최근 '20만 원 이상' 구간의 비중이 **71.5%**로 압도적

가공식품소비자태도조사, 건강기능식품 지출 금액별 비중(%)



연령별로 보면, 2030대의 지출 규모가 최근 큰 폭으로 증가했고 이는 그만큼 2030대 층에서 가격에 대한 심리적 저항이 감소한, 즉 건강에 대한 관여도가 현저히 증가했다는 의미!



정리하면,

비교적 전 연령대에서 건강에 대한 관심이 고르게 증가했으며
건강 관련 소비에 대한 심리적 가격 허용 폭 역시 빠르게 확장 중
특히 기존의 고연령층 중심의 수요에서 **저연령층으로 확장**되며

기존의 막연한 건강관리 수요에서 벗어나
구체적인 목적이나 효과를 추구하는 방향으로 이동 중일 것

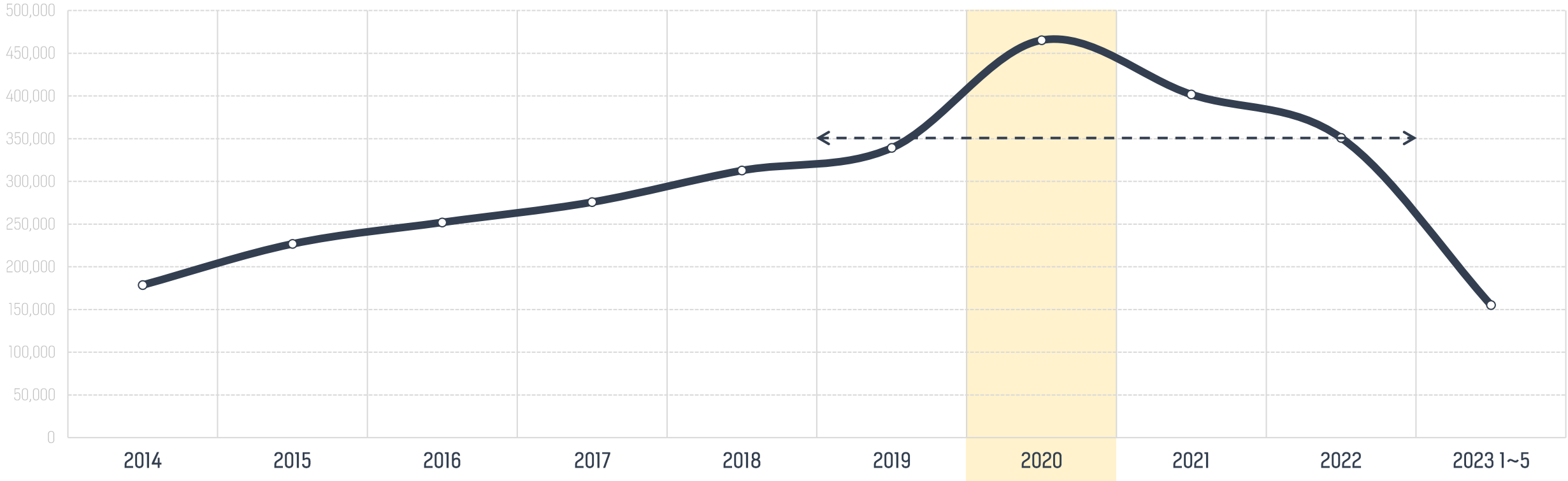
“이제부터는, **빅데이터**를 활용한 분석”

SNS 상에서의 건강에 대한 언급량 추이는 2020년 코로나19를 기점으로 크게 상승

- 이어 2021년과 2022년에도 비교적 언급량이 많았으나, 점진적으로 감소하는 양상
단, 감소했다고 하더라도 2019년과 비교하면 여전히 증가 중
- 2020년 대비 최근의 하락세는, 건강에 대한 관심이 하락했다기 보다, 엔데믹으로 인해 관심의 분야가 다양해졌기 때문일 것

SNS 커뮤니티 상에서의 **건강** 연간 언급량 추이

● 건강



'건강'에 대한 커뮤니티 연관어 연간 순위 비교

순위	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	식품	식품	몸	몸	몸	병원	코로나	병원	병원	하루
2	몸	몸	하루	하루	하루	몸	하루	몸	하루	몸
3	하루	하루	식품	병원	병원	하루	병원	하루	몸	병원
4	제품	제품	병원	관리	회원	회원	몸	마음	마음	마음
5	기능	병원	가족	정보	가족	가족	마음	나이	가족	관리
6	병원	가족	마음	식품	관리	프로그램	가족	가족	정신	정신
7	가족	음식	날씨	가족	프로그램	아침	관리	코로나	관리	운동
8	효과	효과	제품	마음	마음	마음	아침	정신	나이	가족
9	상품	기능	관리	아침	날씨	당뇨	회원	관리	상태	나이
10	음식	관리	음식	교육	아침	총	나이	식품	코로나	식품
11	건강식품	운동	나이	인생	이벤트	학교	식품	아침	운동	아침
12	운동	건강식품	운동	운동	친구	교육	정신	운동	아침	상태
13	관리	마음	효과	당뇨	당뇨	관리	운동	상태	건강관리	정신건강
14	가격	날씨	기능	날씨	총	이벤트	건강관리	건강관리	정신건강	문제
15	판매	나이	정신	나이	학교	온라인	당뇨	정신건강	식품	건강관리
16	날씨	생활	건강관리	회원	교육	운동	상태	결과	결과	결과
17	성분	성분	생활	학교	식품	나이	온라인	날씨	문제	시간
18	담배	건강관리	결과	재료	운동	식품	학교	제품	시간	음식
19	네이버	맛	아침	음식	온라인	날씨	마스크	음식	생각	생각
20	정신	정신	성분	공간	카톡	정신	프로그램	문제	음식	생활
21	안전	상품	건강식품	네이버	인생	건강관리	아이	정보	정보	스트레스
22	어린이	비타민	비타민	정신	건강관리	음식	총	검사	날씨	기능
23	건강관리	아침	상태	상태	나이	클릭	교육	시간	검사	효과
24	생활	질병	다이어트	총	상태	효과	정신건강	기능	생활	다이어트
25	가정	가정	피부	아이	재료	결과	날씨	생활	치료	치료

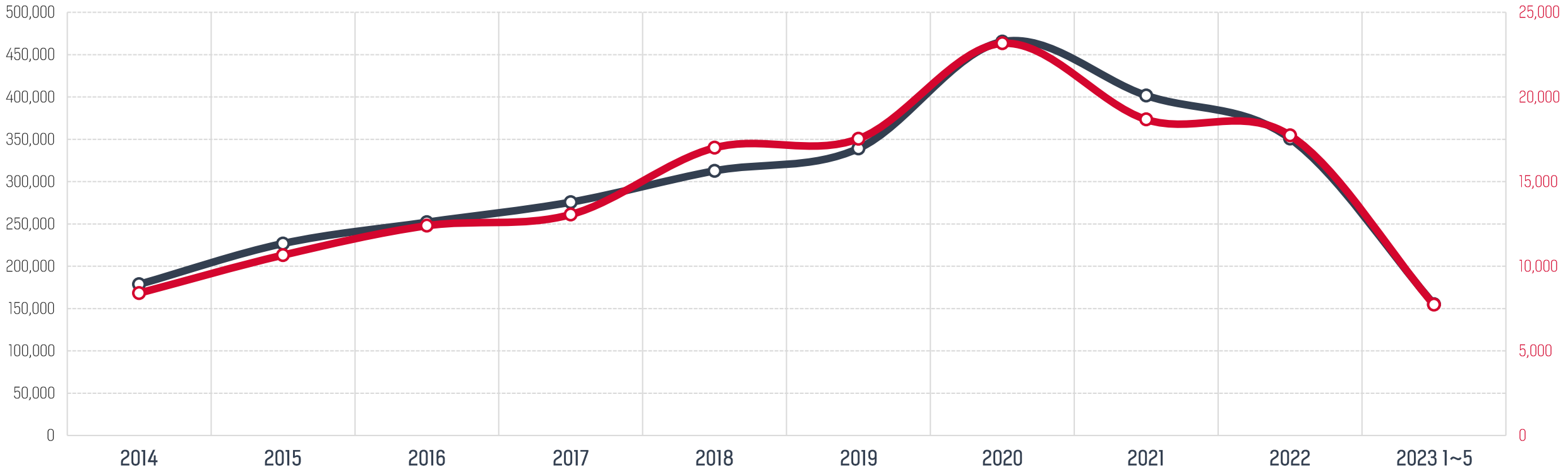
코로나19를 기점으로 “건강관리”에 대한 언급이 급격히 증가

- ✓ 2014~2017년까지는 **건강식품 & 음식** 기반 건강관리 추정
- ✓ 2018~2019년은 건강에 대한 관심이 대체로 감소
→ 특히 2019년은 다양한 정치적, 사회적 이슈 등이 혼재했던 시기로 건강에 대한 관심이 분산되었을 가능성도 존재
- ✓ 2020년 이후 코로나19로 인해 **신체적 건강**은 물론, **정신건강**에 대한 관심도 증가
- ✓ 주로는 **운동**을 통해 관리하려는 경향을 보이며 언급 순위 감소했던 **음식**에 대한 수요나 **건강식품**에 대한 수요도 증가하는 양상

코로나19 이후 언급 순위 급등했던 '건강관리'와 앞서의 '건강'에 대한 언급 추이를 비교해 보면 대체로 유사한 흐름으로 전개

SNS 커뮤니티 상에서의 **건강** & **건강관리** 연간 언급량 추이

● 건강 ● 건강관리



'건강관리'에 대한 커뮤니티 연관어 연간 순위 비교

순위	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	운동	감기	감기	날씨	날씨	날씨	코로나	날씨	날씨	운동
2	감기	운동	운동	운동	감기	아침	날씨	운동	운동	날씨
3	하루	음식	몸	아침	아침	운동	운동	하루	코로나	아침
4	병원	면역력	하루	감기	운동	병원	하루	아침	아침	하루
5	식품	아침	아침	하루	하루	하루	아침	몸	하루	기온
6	몸	하루	비타민	몸	몸	먼지	몸	영양제	몸	몸
7	기능	몸	기온	식품	미세먼지	미세먼지	면역력	코로나	병원	먼지
8	아침	병원	겨울	병원	먼지	감기	영양제	제품	감기	미세먼지
9	질환	메르스	병원	먼지	기온	몸	제품	비타민	영양제	제품
10	생활	생활	질환	질환	병원	질환	감기	병원	기온	감기
11	환절기	환자	면역력	미세먼지	식품	가족	비타민	식품	비타민	영양제
12	효과	비타민	음식	기온	겨울	기온	기온	기온	면역력	병원
13	겨울	식품	먼지	비타민	면역력	면역력	성분	면역력	제품	비타민
14	음식	기온	미세먼지	면역력	음식	식품	여름	감기	나이	식품
15	비타민	환절기	치료	회원	환절기	비	병원	유산균	마음	일교차
16	다이어트	겨울	비	겨울	질환	검사	임산부	나이	낮	전국
17	스트레스	지역	다이어트	환절기	치료	촬영	안전	기능	체력	낮
18	나이	질환	식품	저녁	비타민	나이	질환	성분	식품	회원
19	예방	효과	여름	음식	나이	출연료	유산균	식단	일교차	나이
20	여성	기능	예방	비	성분	당뇨	미세먼지	회원	유산균	최저기온
21	면역력	질병	나이	다이어트	여름	음식	가족	먼지	검사	환절기
22	방법	스트레스	환절기	마음	회원	방송	프리미엄	마음	음식	체력
23	치료	예방	성분	주말	비	tv조선	나이	미세먼지	저녁	중심
24	상태	문제	가족	여름	더위	비타민	체험단	섭취	생활	섭취
25	증상	가족	질병	생활	생활	치료	식품	영양	먼지	최고기온

코로나19 이전의 건강관리 동인은 미세먼지, 이후는 코로나 영향으로 영양제 수요 급증

- ✓ 2020년 이전의 건강관리 연관어를 보면
 - 날씨 : 미세먼지, 환절기, 감기
 - 목적 : 다이어트, 스트레스 등 막연한 건강관리였으나
- ✓ 2020년 이후를 보면
 - 영양제, 비타민, 유산균 등에 대한 언급량 증가로 본격적인 건강관리에 나서는 양상
- ✓ 최근 2023년은, 상반기까지의 데이터 추출 결과이나 미세먼지, 일교차, 환절기 등 날씨 관련 언급 증가 → 코로나에 대한 관심이 현저히 줄어든 영향
- ✓ 2022년부터 기존 순위 상위에서 보이지 않았던 "체력"에 대한 언급이 증가 → 좀 더 근본적인 건강관리에 치중하는 모습

연간 주요 키워드를 정의해 본 결과

2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
감기 식품 환절기 비타민 다이어트 스트레스 예방 면역력	감기 음식 면역력 비타민 식품 환절기 스트레스 예방	감기 비타민 면역력 음식 미세먼지 다이어트 식품 예방 환절기	감기 식품 미세먼지 비타민 면역력 환절기 음식 다이어트	감기 미세먼지 식품 면역력 음식 환절기 비타민	미세먼지 감기 면역력 식품 음식 비타민	코로나 면역력 영양제 감기 비타민 안전 유산균 미세먼지 식품	영양제 코로나 비타민 식품 면역력 감기 유산균 식단 미세먼지	코로나 감기 영양제 비타민 면역력 체력 식품 유산균 음식	미세먼지 감기 영양제 비타민 식품 일교차 환절기 체력
다이어트 & 스트레스	음식 & 면역력	미세먼지 & 다이어트 & 환절기	미세먼지 & 환절기		미세먼지	코로나 & 면역력 & 안전	영양제 등 건강식품	체력 관리 & 음식	미세먼지 & 일교차 & 환절기
건강관리를 몸매, 정신건강에 집중해 인식	건강 관리의 시작을 일상적 음식 조절에서 찾게 되는 건강의 일상화	미세먼지 이슈가 상위에 랭크 날씨 등 기후 변화로 인한 건강 우려			다양한 사회적 이슈로 인해 건강 등 일상적 관심 저하	코로나 등장으로 면역력 관심 증가	영양제 수요 증가 이동이 자유롭지 못한 상황에서 선물로도 인기	평소 체력 관리를 위한 활동 노력	코로나 지배력 약화됨과 동시에 날씨, 기후에 대한 관심 증대

코로나19 전후로 변화된 건강관리 수요 변화

2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
감기 식품 환절기 비타민 다이어트 스트레스 예방 면역력	감기 음식 면역력 예방	감기 비타민 면역력 예방 환절기	감기 미세먼지	감기 미세먼지	미세먼지	코로나 면역력 영양제 감기 비타민 안전 유산균 미세먼지 식품	영양제 코로나19 이후의 건강 전세계적으로 불어닥친 질병이 생명과 직결되는 상황을 목도하며 이전 대비 건강 관리에 대한 실질적 체감이 확연히 높아진 상황 식단 미세먼지	코로나 영양제 유산균 음식	미세먼지 체력 미세먼지 & 일교차 & 환절기
다이어트 & 스트레스	음식 & 면역력	미세먼지 & 다이어트 & 환절기	미세먼지 & 환절기		미세먼지	코로나 & 면역력 & 안전	영양제 등 건강식품	체력 관리 & 음식	미세먼지 & 일교차 & 환절기
건강관리를 몸매, 정신건강에 집중해 인식	건강 관리의 시작을 일상적 음식 조절에서 찾게 되는 건강의 일상화	미세먼지 이슈가 상위예 랭크 날씨 등 기후 변화로 인한 건강 우려			다양한 사회적 이슈로 인해 건강 등 일상적 관심 저하	코로나 등장으로 면역력 관심 증가	영양제 수요 증가 이동이 자유롭지 못한 상황에서 선물로도 인기	평소 체력 관리를 위한 활동 노력	코로나 지배력 약화됨과 동시에 날씨, 기후에 대한 관심 증대

건강에 대한 관심이 증가한 것 못지 않게
건강관리에 대한 **다양한 노력이 시도되는 중**

막연한 건강 증진이나 다이어트, 스트레스 등을 넘어서
육체적 건강, 정신적 건강을 **진지하게 고민해보기 시작**
따라서 **건강과 관련된 소비에 적극적인 태도를 취할 것**

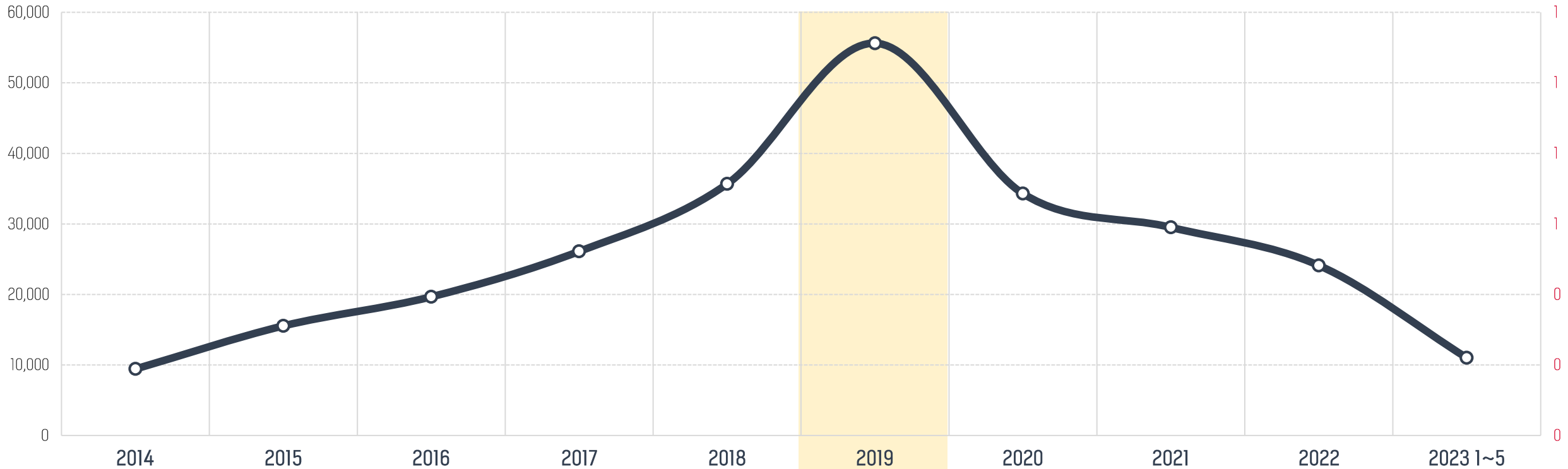
Perspective 02. RENTAL Market

렌탈가전 시장의 변화 : 구입 형태 점검 관점

SNS 커뮤니티 상에서의 렌탈에 대한 언급은 2019년에 정점을 찍고 이후부터 급감

SNS 커뮤니티 상에서의 렌탈 연간 언급량 추이

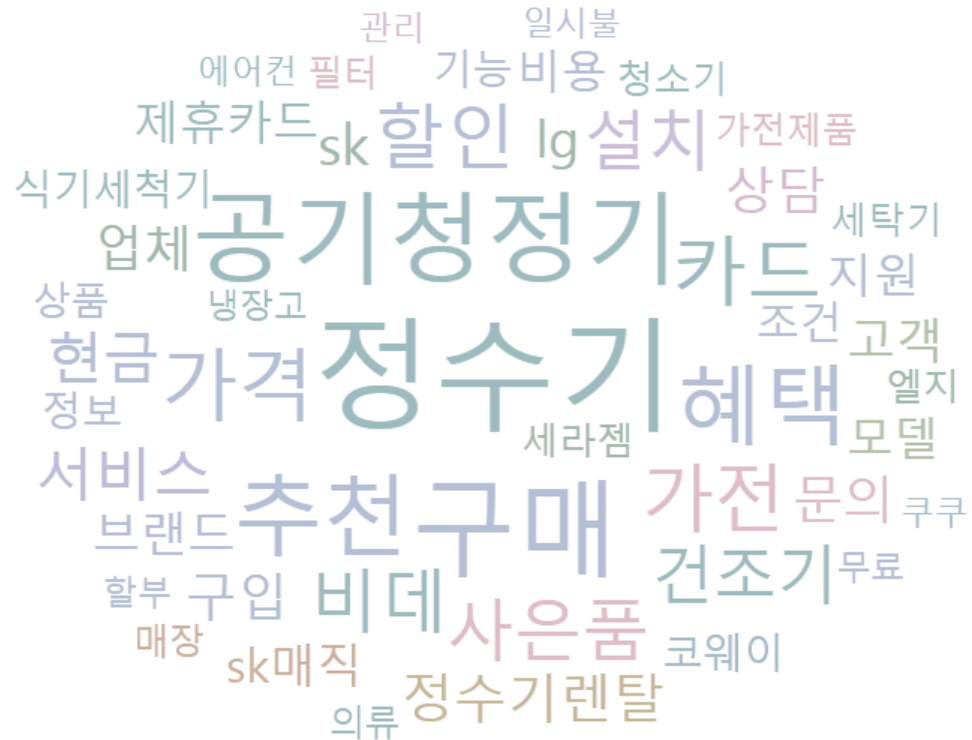
○ 렌탈



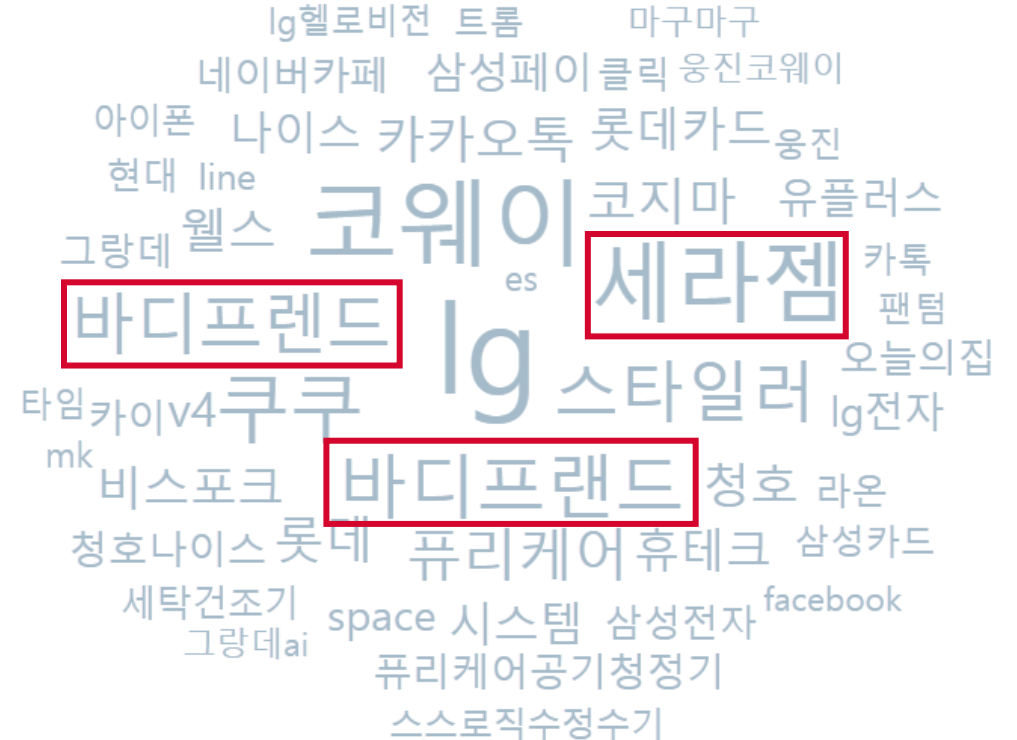
'렌탈'에 대한 최근 1년 기준, 커뮤니티 연관어 정수기, 공기청정기에 대한 언급이 가장 많이 나타나며 주로는 할인혜택, 사은품 등에 대한 내용

- 브랜드 중에서는 LG, 코웨이가가장 많이 언급되나 세라젬, 바디프렌드도 비교적 상위에 랭크
- 또 한가지, 렌탈 시장은 대체로 브랜드 대비 제품 언급량이 압도적, 즉, 코웨이 등 브랜드가 아닌, 정수기 등 제품군으로 언급되고 있는 중
→ 브랜드와 제품을 함께 언급하지 않는 경우는, 브랜드는 크게 상관없고 혜택을 많이 주는 곳을 선택하겠다는 의미로도 해석 가능

렌탈 커뮤니티 연관어 <전체>



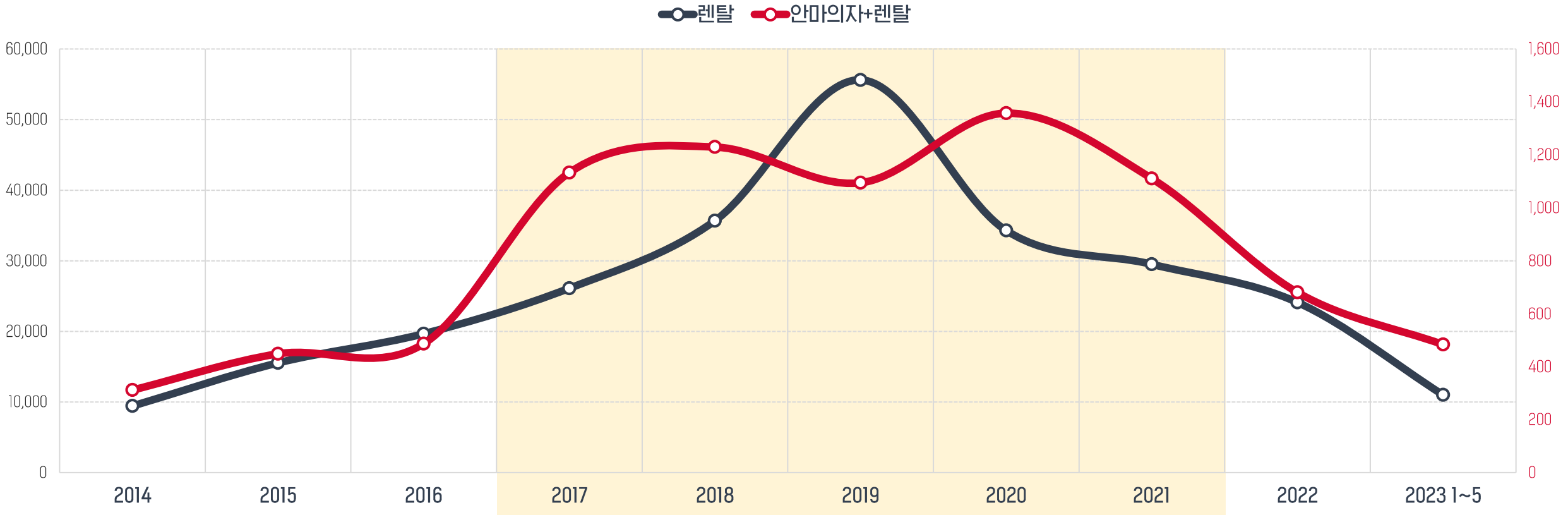
렌탈 커뮤니티 연관어 <브랜드>



<렌탈>과 <안마의자+렌탈> 언급 추이를 비교해 보면 2017~2021년 사이 반비례하는 추세

- 전체 <렌탈> 시장과 <안마의자+렌탈> 언급 추이가 동일하지 않게 흘러간다는 것은
안마의자 렌탈 시장을 전체 렌탈 시장에서 볼 필요가 없다는 의미!

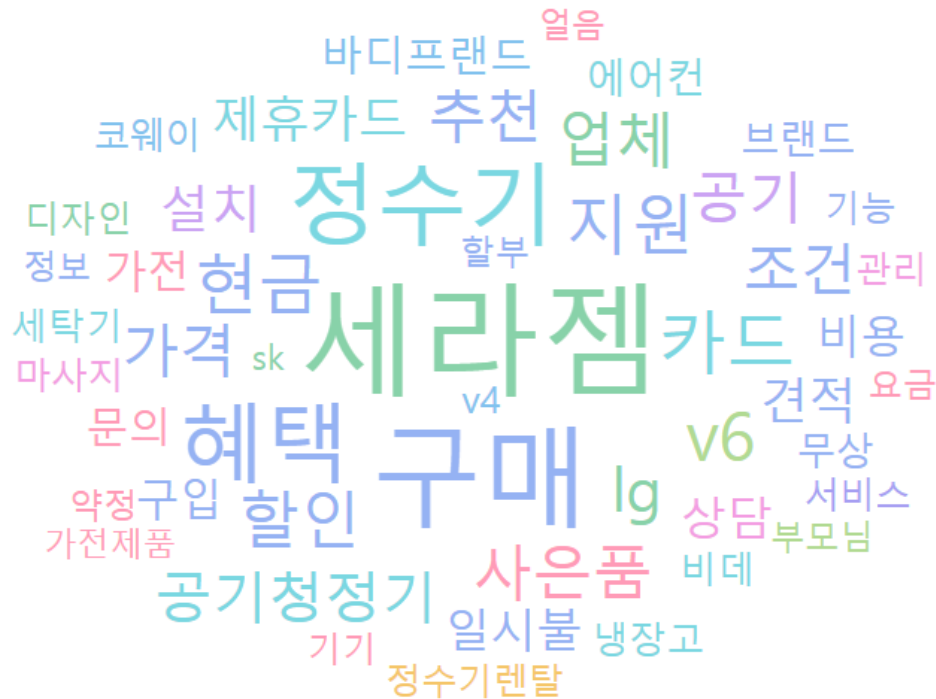
SNS 커뮤니티 상에서의 **렌탈** & **안마의자+렌탈** 연간 언급량 추이



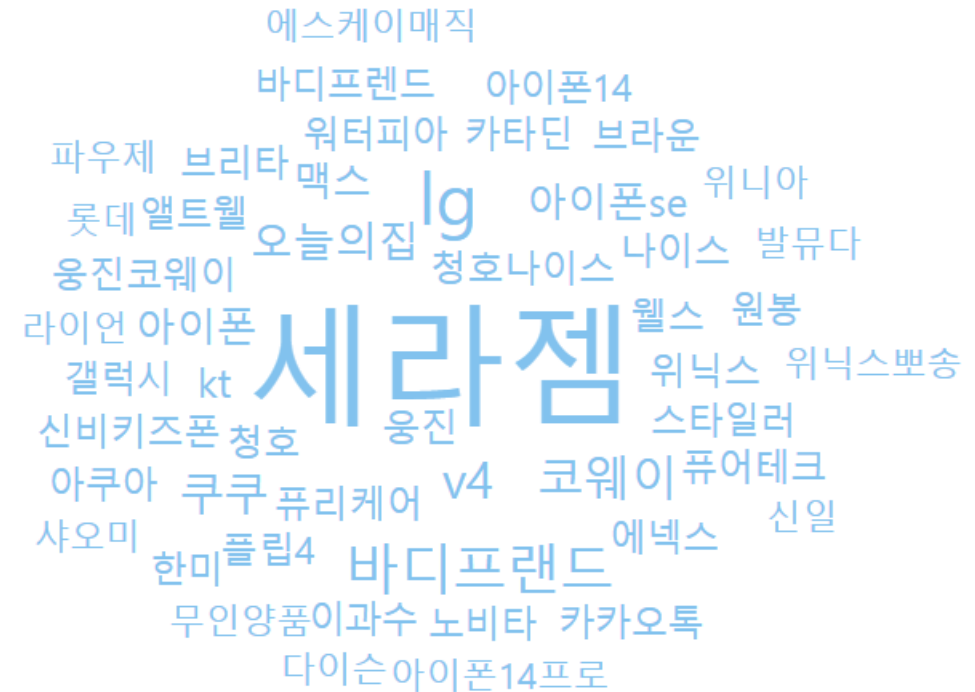
<안마의자+렌탈>에 대한 최근 1년 기준, 커뮤니티 연관어 안마의자 렌탈 관련 언급에서도 세라젬이 가장 많이 언급

- 데이터 추출 구조 : 렌탈 && 안마의자,안마,마사지,바디프랜드,세라젬,코지마,휴테크
- 더욱이 세라젬이라는 기업 브랜드 외 V6, V4 등 제품 브랜드에 대한 언급도 적지 않게 나타나며 바디프랜드에 대한 언급은 세라젬 언급 대비 적은 수준

안마의자+렌탈 커뮤니티 연관어 <전체>



안마의자+렌탈 커뮤니티 연관어 <브랜드>



빅데이터 상에서 렌탈 시장은 심플!

정수기, 공기청정기, 비데 등의 제품에 대해
혜택이 많은 곳에서 구입하고 싶다는 얘기가 다수.

그런데 그 중에 눈에 띄는 것은
세라젬, 바디프랜드 등 안마의자 언급 역시 많다는 것
안마의자 렌탈에 대한 소비자 수요가 커졌음을 의미

“그리고 결가지로 하고 싶은 이야기”

렌탈 시장에 대한 최근 기사를 보면
렌탈 시장의 규모가 커지고 있다고 하는데
기사 내용에도 나왔지만, **렌탈 시장과 구독 시장이 혼재,**
이는 렌탈 시장만의 성장으로 보기 어려운..

국내 렌탈 시장규모 2025년 100조원 전망... 식당창업까지 렌탈로 가능한 시대 진입

소유보다 경험 중시하는 MZ가 주소비층되면서 렌탈 수요 급증
가전제품, 명품, 가구, 자전거 등에 이어 식당창업도 렌탈로 가능
먼슬리키친, 인테리어와 설비, IT운영, 전문인력까지 렌탈 제공

... KT경제경영연구소에 따르면 2006년 3조원에 불과했던 국내 렌탈 시장 규모는 2016년 25조 9000억원으로 확대됐고, 2020년에는 40조원을 넘어섰다. 오는 2025년에는 100조원에 달할 것으로 전망되고 있다.

이는 경제 사정상 목돈 지출에 부담을 느끼는 소비자가 많아지고 있는 데다 소유가 아닌 경험을 중시하는 MZ세대(1980년대 초~2000년대 초 출생)가 주소비층으로 떠오르면서 렌탈 수요가 크게 늘어난 때문으로 분석된다.

13일 관련업계에 따르면 정수기와 안마기기 등의 일부 고급 생활가전과 자동차 등 특정 유형의 제품에 국한됐던 렌탈 사업이 최근 다양한 품목으로 확산하고 있다. 톨렉스 시계와 같은 명품부터 식기세척기, 가구, 자전거, 각종 생활용품까지 이제는 거의 모든 상품이 손쉽게 빌려 사용할 수 있는 시대로 바뀌어가고 있다.

렌탈 사업의 선두주자인 코웨이와 SK매직은 최근 정수기·안마의자와 같은 고가가전을 넘어 매트리스, 교육영상과 연계한 실내사이클 등으로 사업을 확장하고 있다. 또한 렌탈 스타트업 '뽕득' (대표 박노준)은 지난해 살균 소독된 식기를 렌탈하는 '뽕득 키즈' 등으로 330억원 규모의 시리즈B 투자를 유치하며, 사업 확대에 힘을 쏟고 있다. 자전거 버티컬 플랫폼 '라이트브라더스' (대표 김희수)도 이니렌탈과 손잡고 최대 48개월 장기 분할납부가 가능한 자전거 렌탈 사업을 전개하고 있다...

출처 : 더스탁(<http://www.the-stock.kr>) / 2023.04.14

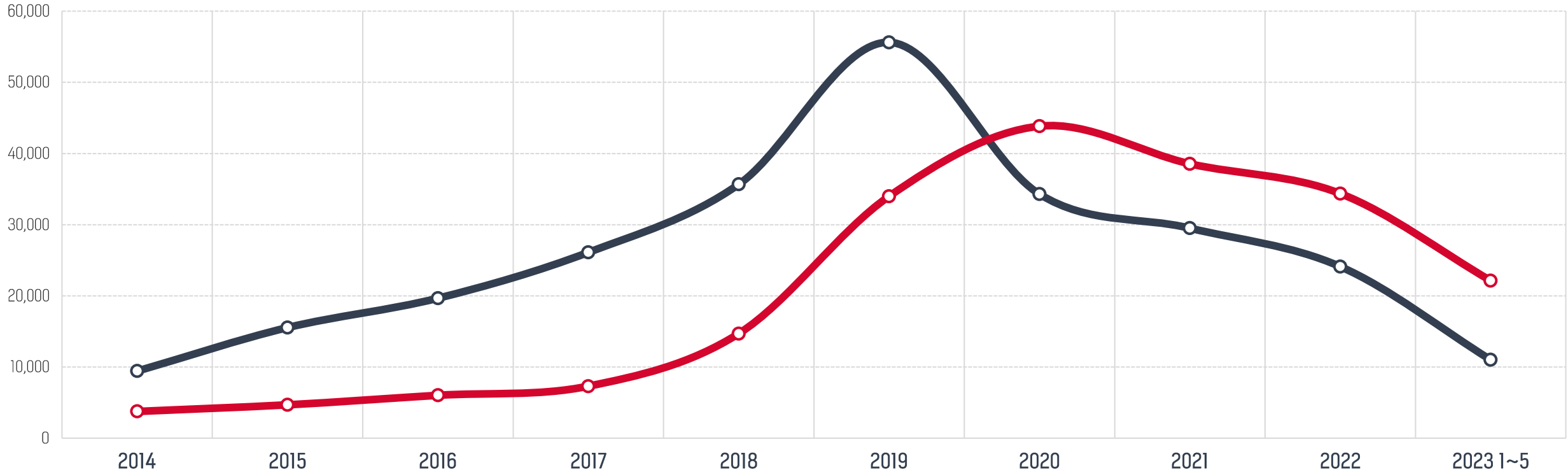
“ 정수기와 안마기기 등의 일부 고급 생활가전과 자동차 등 특정 유형의 제품에 국한됐던 렌탈 사업이 **최근 다양한 품목으로 확산**하고 있다 ”

“ **렌탈 사업의 선두주자**인 코웨이와 SK매직은 최근 정수기·안마의자와 같은 고가가전을 넘어 매트리스, 교육영상과 연계한 실내사이클 등으로 **사업을 확장**하고 있다. ”

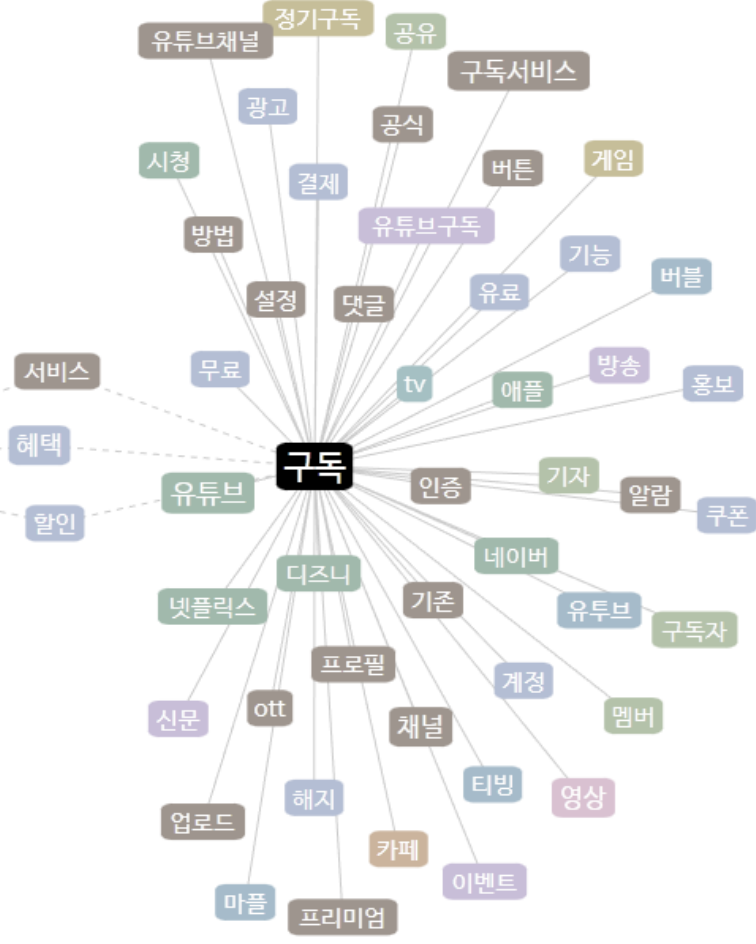
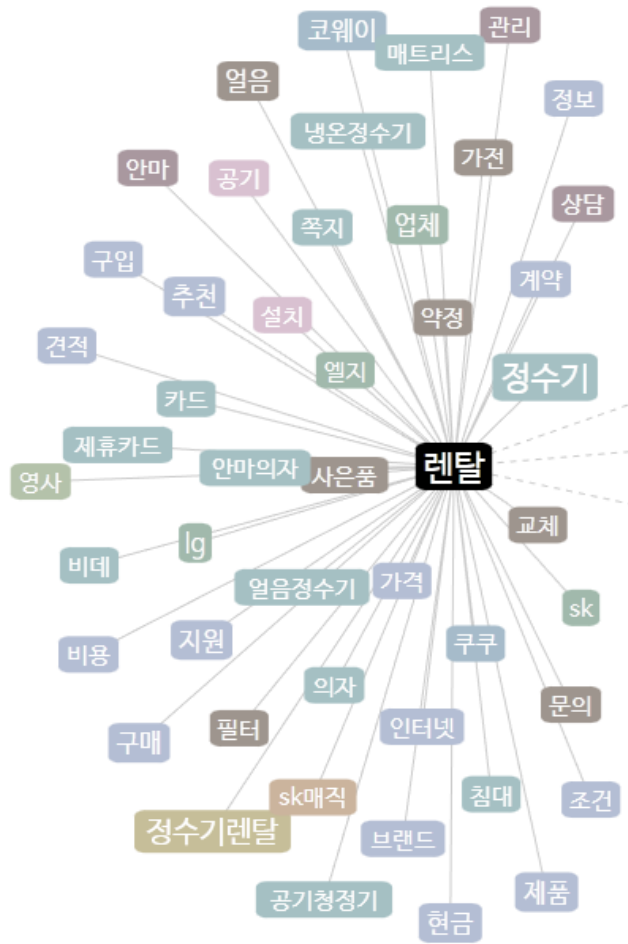
SNS 언급 내용을 보더라도 소비자는 엄연히 렌탈과 구독을 구분해 언급

SNS 커뮤니티 상에서의 **렌탈** & **구독** 연간 언급량 추이

● 렌탈 ● 구독



키워드별 최근 1년 기준, 커뮤니티 연관어 비교 렌탈과 구독의 인식 상 접점은 거의 없다.



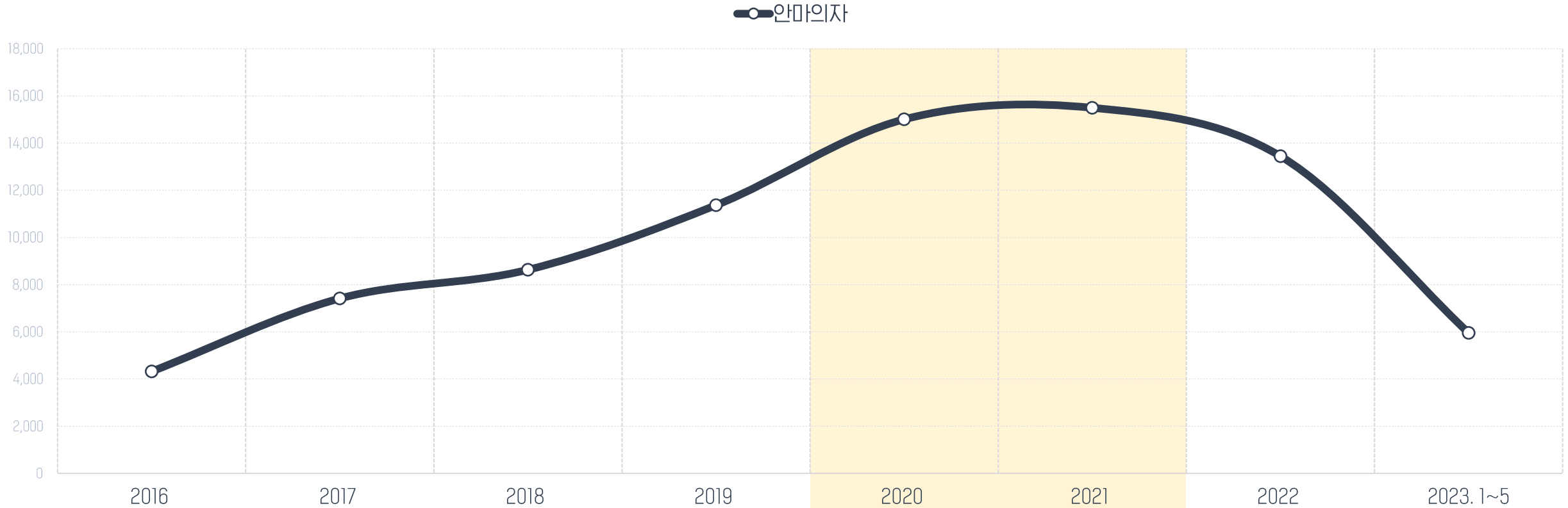
Perspective 03. MASAGE Market

안마의자 시장 : Category Value 평가 관점

안마의자 SNS 커뮤니티 연간 언급량 추이

- 최근 소폭 감소하기는 했으나, 2021년까지 꾸준히 관심 증가

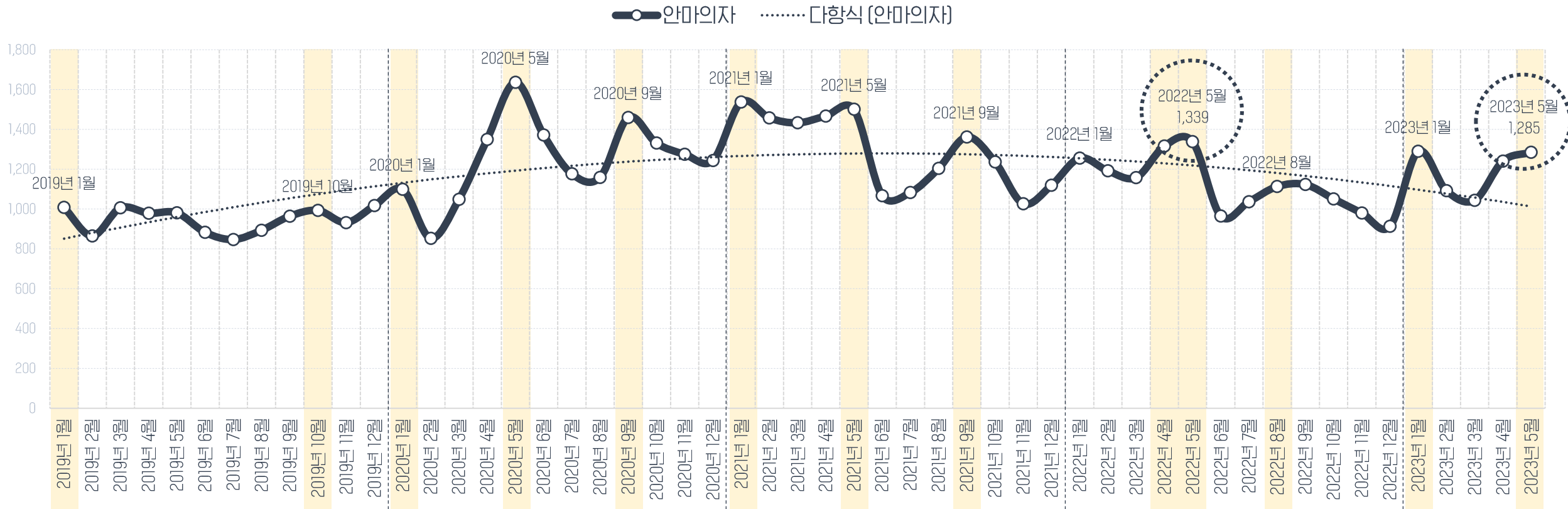
2019.01 ~ 2023.05 안마의자 SNS 커뮤니티 연간 언급량 추이



안마의자 SNS 커뮤니티 월간 언급량 추이

- 언급의 등락은 있으나 대체로 꾸준히 언급되고 있으며, 특히 1월과 5월, 9월 등 **명절** 및 **가정의달** 시즌에 언급량이 증가하는 경향

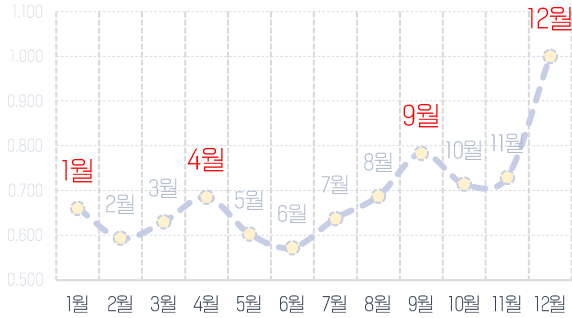
2019.01 ~ 2023.05 안마의자 SNS 커뮤니티 월간 언급량 추이



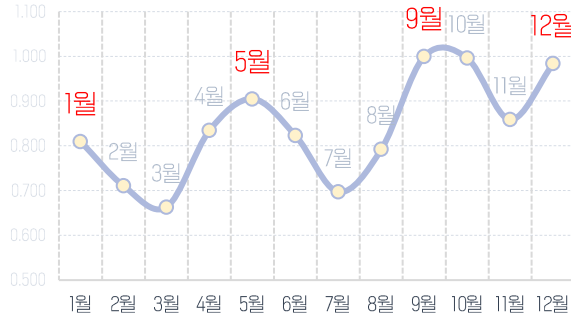
안마의자에 대한 SNS 월간 언급 추이를 연간으로 잘라서 비교

- 대체로 1월, 5월, 9월 급증 포인트는 유사한데 비해 최근 성수기와 비수기가 점점 선명해지고 있는 것이 짚어 볼 부분
→ 성수기에는 확연히 증가하고, 이후 시즌에는 또 확연히 감소

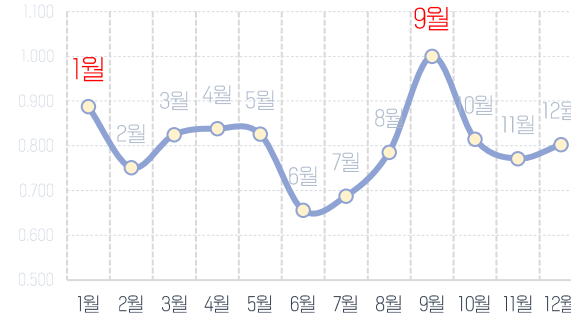
2016 월간 안마의자 언급 추이



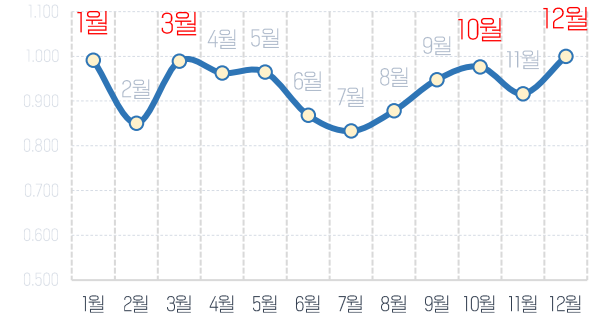
2017 월간 안마의자 언급 추이



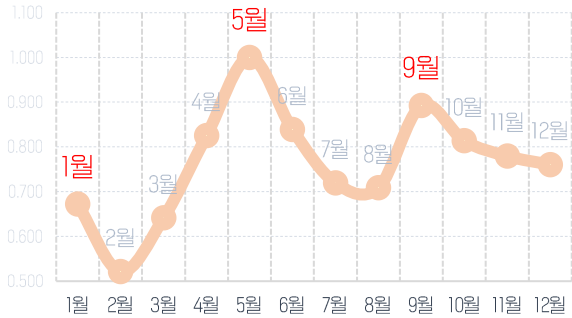
2018 월간 안마의자 언급 추이



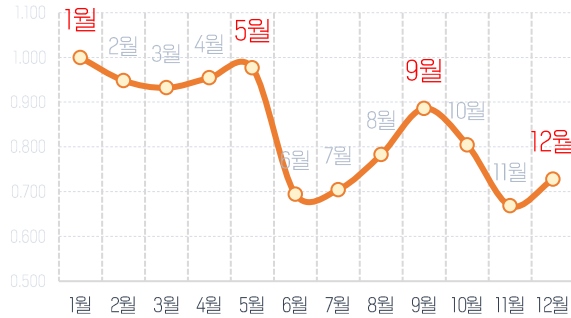
2019 월간 안마의자 언급 추이



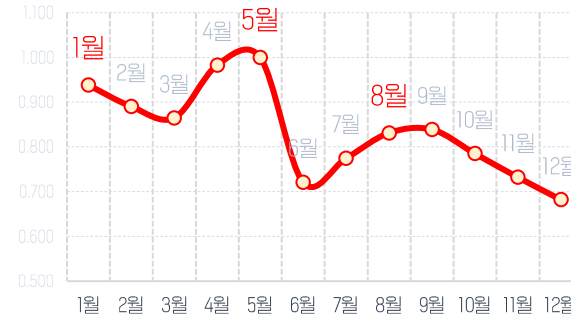
2020 월간 안마의자 언급 추이



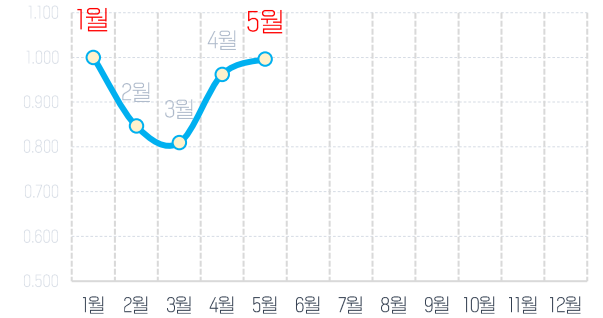
2021 월간 안마의자 언급 추이



2022 월간 안마의자 언급 추이



2023 월간 안마의자 언급 추이



2021.01~2023.05 커뮤니티 기준 안마의자 전체 연관어 워드클라우드

- 마사지, 산후조리원, 후기 키워드 상위 차지
- 세라젬, 바디프랜드, 코지마, 휴테크 등 브랜드 상위 등장

< 전체 연관어 기준 >



최근 산후조리원에서 안마의자를 경험해 봤다는 내용이 SNS에 다수 등장

내용 중 다수는 산후조리원 이용 경험 중 장점의 일부로 안마의자가 “짧게” 거론되는 정도

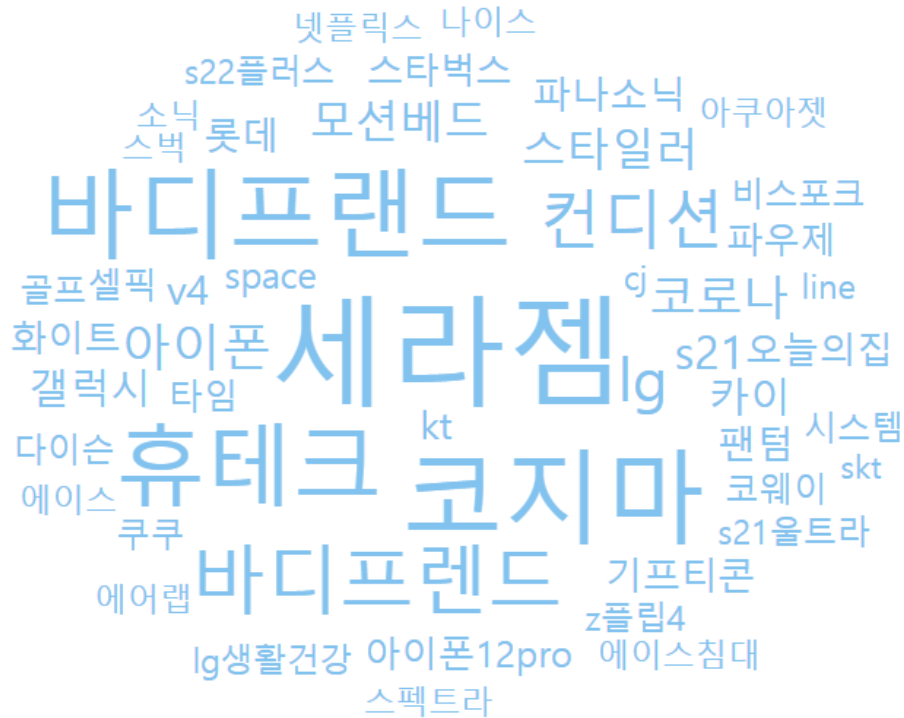
아마도 산후조리원들이 집행한 홍보 활동이 뜻하지 않게 안마의자 홍보로까지 이어진 것으로 판단

이와 별개로, 산후조리원에서의 안마의자 체험이 실제 구매 고려로 이어진 경우도 상당수라는 것은 고무적

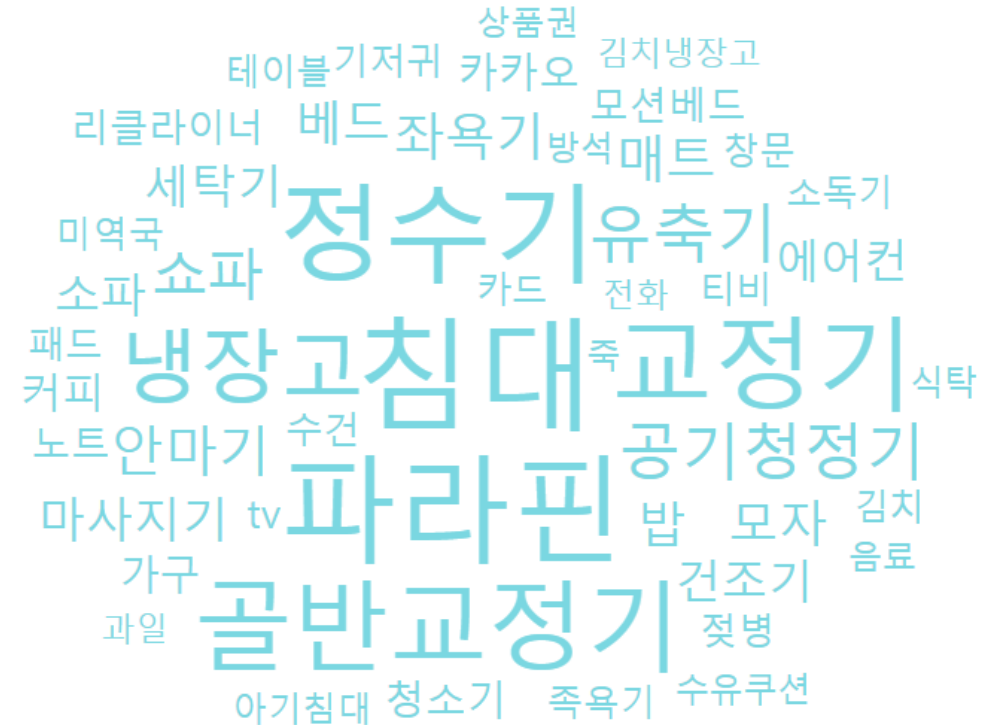
안마의자 브랜드 & 상품 연관어 워드클라우드

- 브랜드 기준, 세라젬 상위 차지
- 상품 기준, '골반 교정'이라는 특정 기능에 대한 언급 상위 차지

< 브랜드 연관어 기준 >



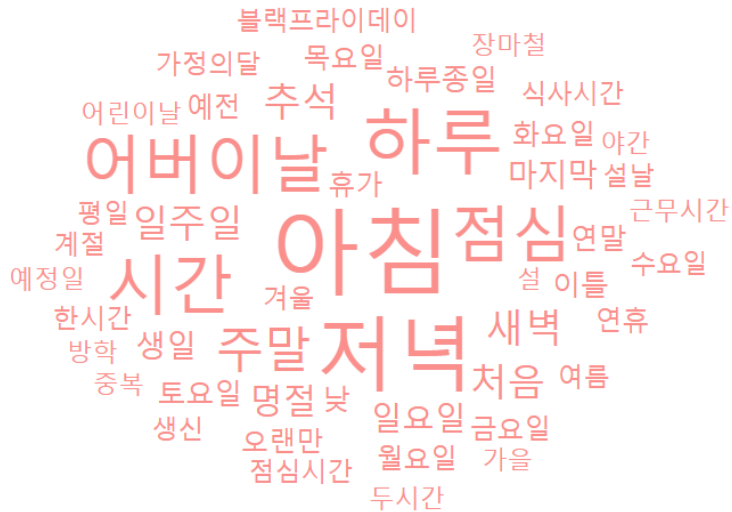
< 상품 연관어 기준 >



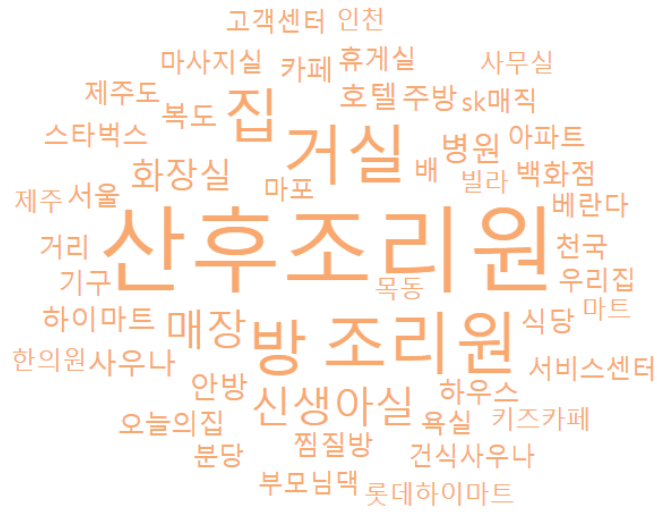
2021.01~2023.05 커뮤니티 기준 안마의자 TPO 연관어 워드클라우드

- 시간[시기] 기준, 어버이날, 아침, 저녁 등 상위인데 특별히 눈에 띄는 점 없음
- 장소 기준, 산후조리원 가장 상위 차지했으나 이는 최근 체험에 따른 영향
- 상황 기준, 역시 출산 관련 언급 다수

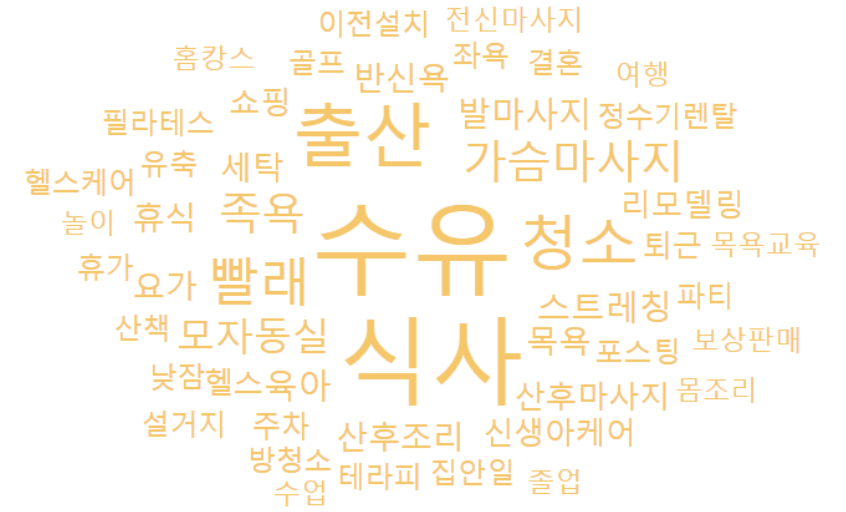
< 시간 연관어 기준 >



< 장소 연관어 기준 >



< 상황 연관어 기준 >



안마의자 커뮤니티 연관어 연간 순위 비교

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	렌탈	렌탈	렌탈	렌탈	마사지	마사지	마사지	후기	마사지
2	제품	제품	마사지	마사지	렌탈	부모님	후기	마사지	후기
3	부모님	가격	정수기	제품	가격	제품	제품	산후조리원	산후조리원
4	정수기	마사지	제품	부모님	제품	선물	부모님	골반	남편
5	공기	선물	공기	어깨	레스트	렌탈	추천	남편	정수기
6	선물	부모님	공기청정기	공기	후기	후기	남편	침대	렌탈
7	전기	혜택	부모님	선물	부모님	추천	렌탈	정수기	골반
8	구매	서비스	혜택	정수기	집	어깨	선물	파라핀	조리원
9	공기청정기	무상	가전	가격	브랜드	소음	산후조리원	조리원	선물
10	상담	신랑	이벤트	공기청정기	신랑	허리	소음	제품	침대
11	가전	골반	후기	기능	선물	다리	집	시설	시설
12	가격	무료	lg	소음	공기	안마기	거실	교정기	파라핀
13	커피	인기	가격	브랜드	소음	남편	가격	산모	방
14	직원	구매	상담	사은품	남편	가격	침대	부모님	수유
15	코웨이	집	무료	바디프렌드	침대	엄마	코지마	간식	산모
16	얼음	바디프렌드	사은품	허리	코지마	거실	골반	선물	부모님
17	전화	허리	선물	집	공기청정기	코지마	파라핀	골반교정기	교정기
18	추천	산후조리원	할인	후기	전신	마사지기	허리	세리젬	아기
19	얼음정수기	안마기	생활	lg	정수기	브랜드	세리젬	수유	식사
20	살균	수유	브랜드	코지마	바디프렌드	정수기	브랜드	방	제품
21	신랑	바디프렌드	신랑	안마기	산후조리원	아빠	어깨	식사	골반교정기
22	할인	남편	서비스	침대	기능	바디프렌드	시설	거실	공간
23	롤루	추천	바디프렌드	혜택	거실	침대	후테크	추천	냉장고
24	원형	어깨	시설	거실	산모	기능	수유	아기	거실
25	건강	자회사	골반	무료	시설	소리	바디프렌드	공간	간식
26	매트리스	교육	침대	다리	골반	공기	산모	렌탈	바디프렌드
27	판매	상품	산모	신랑	추천	종이리	조리원	소음	세리젬
28	팁장	헬스	모델	골반	매장	산후조리원	방	허리	모유
29	영업	휴대폰	체험	설치	수유	공기청정기	교정기	모유	소음
30	서비스	후기	거실	남편	방	근육	다리	가격	체험
31	일시불	규모	바디프렌드	산모	조리원	골반	골반교정기	아침	출산
32	남편	골반교정	어깨	하루	식사	바디프렌드	기능	다리	할인
33	가전제품	신세계	기능	시설	서비스	미니	냉장고	브랜드	캡스
34	마사지	복지	sk	할인	허리	무선	바디프렌드	후테크	허리
35	프리미엄	수유이자	집	가전	간식	효도선물	가전	코지마	공기
36	생활	고령화	식사	서비스	어깨	전동	모델	출산	베드
37	항균	유통	소음	바디프렌드	카페	산모	식사	어깨	집
38	coway	수혜주	허리	식사	바디프렌드	휴대	공간	집	지원
39	집	청년	sk매직	체험	다리	어깨안마기	체험	냉장고	lg
40	안마기	실업	수유	매장	안마기	승모근	소리	캡스	키즈
41	바디프렌드	청년실업	산후조리원	산후조리원	건조기	등마사지	매장	미니	추천

안마의자 커뮤니티 연관어 연간 순위 비교

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	렌탈	렌탈	렌탈	렌탈	마사지	마사지	마사지	후기	마사지
2	제품	제품	마사지	마사지	렌탈	부모님	후기	마사지	후기
3	부모님	가격	정수기	제품	가격	제품	제품	산후조리원	산후조리원
4	정수기	마사지	제품	부모님	제품	선물	부모님	골반	남편
5	공기	선물	공기	어깨	레스트	렌탈	추천	남편	정수기
6	선물	부모님	공기청정기	공기	후기	후기	남편	침대	렌탈
7	전기	혜택	부모님	선물	부모님	추천	렌탈	정수기	골반
8	구매	서비스	혜택	정수기	식	어깨	선물	파리핀	조리원
9	공기청정기	무상	기전	가격	브랜드	소음	산후조리원	조리원	선물
10	상담	신랑	이벤트	공기청정기	신랑	허리	소음	제품	침대
11	가전	골반	후기	기능	선물	다리	침	시설	시설
12	가격	무료	lg	수음	공기	안마기	거실	교정기	파리핀
13	커피	인기	가격	브랜드	소음	남편	가격	산모	밥
14	직원	구매	상담	사은품	남편	가격	침대	부모님	수유
15	쿠팡이	집	무료	바디프렌드	침대	엄마	쿠치마	간식	산모
16	얼음	바디프렌드	사은품	허리	쿠치마	거실	골반	선물	부모님
17	전화	허리	선물	집	공기청정기	쿠치마	파리핀	골반교정기	교정기
18	추천	산후조리원	할인	후기	전신	마사지기	허리	세라젬	아기
19	얼음정수기	안마기	생활	lg	정수기	브랜드	세라젬	수유	식사
20	살균	수유	브랜드	쿠치마	바디프렌드	정수기	브랜드	밥	제품
21	신랑	바디프렌드	신랑	안마기	산후조리원	아빠	어깨	식사	골반교정기
22	할인	남편	서비스	침대	기능	바디프렌드	시설	거실	공간
23	클루	추천	바디프렌드	혜택	거실	침대	휴테크	추천	냉장고
24	원형	어깨	시설	거실	산모	기능	수유	아기	거실
25	건강	자회사	골반	무료	시설	소리	바디프렌드	공기	간식
26	매트리스	교육	침대	다리	골반	공기	산모	렌탈	바디프렌드
27	판매	상품	산모	신랑	추천	종이리	조리원	소음	세라젬
28	팁장	헬스	모델	골반	매장	산후조리원	밥	허리	모유
29	영업	휴대폰	체험	설치	수유	공기청정기	교정기	모유	소음
30	서비스	후기	거실	남편	밥	근육	다리	가격	체험
31	일사불	규모	바디프렌드	산모	조리원	골반	골반교정기	아침	출산
32	남편	골반교정	어깨	하루	식사	바디프렌드	기능	다리	할인
33	가전제품	신세계	기능	시설	서비스	미니	냉장고	브랜드	캡스
34	마사지	복지	sk	할인	허리	문선	바디프렌드	휴테크	허리
35	프리미엄	수유의자	집	가전	간식	호도선물	가전	쿠치마	공기
36	생활	고령화	식사	서비스	어깨	선물	모델	출산	베드
37	할균	유통	소음	바디프렌드	커피	산모	식사	어깨	집
38	coway	수혜주	허리	식사	바디프렌드	휴대	공간	집	지원
39	집	청년	sk대직	체험	다리	어깨안마기	체험	냉장고	lg
40	안마기	실업	수유	매장	안마기	승모근	소리	캡스	키즈
41	바디프렌드	정년실업	산후조리원	산후조리원	건조기	등마사지	매장	미니	추천

여전히 수요가 높기는 하나
부모님 효도선물, 렌탈에 한정하던
시장 수요가 점차 확장되어
언급 순위에서는 과거 대비 하락

선물로서의 수요 대비 개인 구매 수요가 높아지고 있을 조짐 가능

안마의자 커뮤니티 연관어 연간 순위 비교

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	렌탈	렌탈	렌탈	렌탈	마사지	마사지	마사지	후기	마사지
2	제품	제품	마사지	마사지	렌탈	부모님	후기	마사지	후기
3	부모님	가격	정수기	제품	가격	제품	제품	산후조리원	산후조리원
4	정수기	마사지	제품	부모님	제품	선물	부모님	남편	남편
5	공기	선물	공기	어깨	레스트	렌탈	추천	남편	정수기
6	선물	부모님	공기청정기	공기	후기	후기	남편	침대	렌탈
7	전기	혜택	부모님	선물	부모님	추천	렌탈	정수기	골반
8	구매	서비스	혜택	정수기	집	어깨	선물	파리핀	조리원
9	공기청정기	무상	기전	가격	브랜드	소음	산후조리원	조리원	선물
10	상담	신랑	이벤트	공기청정기	신랑	허리	소음	제품	침대
11	가전	골반	후기	기능	선물	다리	집	시설	시설
12	가격	무료	lg	수음	공기	안마기	거실	교정기	파리핀
13	커피	인기	가격	브랜드	수음	남편	가격	산모	밥
14	직원	구매	상담	사은품	남편	가격	침대	부모님	수유
15	쿠팡이	집	무료	바디프렌드	침대	엄마	쿠치마	간식	산모
16	얼음	바디프렌드	사은품	허리	쿠치마	거실	골반	선물	부모님
17	전화	허리	선물	집	공기청정기	쿠치마	파리핀	골반교정기	교정기
18	추천	산후조리원	할인	후기	전신	마사지기	허리	세라젬	아기
19	얼음정수기	안마기	생활	lg	정수기	브랜드	세라젬	수유	식사
20	살균	수유	브랜드	쿠치마	바디프렌드	정수기	브랜드	밥	제품
21	신랑	바디프렌드	신랑	안마기	산후조리원	아빠	어깨	식사	골반교정기
22	할인	남편	서비스	침대	기능	바디프렌드	시설	거실	공간
23	클루	추천	바디프렌드	혜택	거실	침대	휴테크	추천	냉장고
24	원형	어깨	시설	거실	산모	기능	수유	아기	거실
25	건강	자회사	골반	무료	시설	소리	바디프렌드	공간	간식
26	매트리스	교육	침대	다리	골반	공기	산모	렌탈	바디프렌드
27	판매	상품	산모	신랑	추천	조리원	조리원	소음	세라젬
28	팁장	헬스	모델	골반	매장	산후조리원	밥	허리	모유
29	영업	휴대폰	체험	설치	수유	공기청정기	교정기	모유	소음
30	서비스	후기	거실	남편	밥	근육	다리	가격	체험
31	일사불	규모	바디프렌드	산모	조리원	골반	골반교정기	아침	출산
32	남편	골반교정	어깨	하루	식사	바디프렌드	기능	다리	할인
33	가전제품	신세계	기능	시설	서비스	미니	냉장고	브랜드	캡스
34	마사지	복지	sk	할인	허리	무선	바디프렌드	휴테크	허리
35	프리미엄	수유이자	집	가전	간식	호도선물	가전	쿠치마	공기
36	생활	고령화	식사	서비스	어깨	전동	모델	출산	베드
37	할균	유통	수음	바디프렌드	커피	산모	식사	어깨	집
38	coway	수혜주	허리	식사	바디프렌드	휴대	공간	집	지원
39	집	청년	sk대식	체험	다리	어깨안마기	체험	냉장고	lg
40	안마기	실업	수음	매장	안마기	승모근	소리	캡스	키즈
41	바디프렌드	정년실업	산후조리원	산후조리원	건조기	동마사지	매장	미니	추천

최근 산후조리원 등 체험 후기가 다수 증가하며 젊은층으로 시장 확장세

산후조리원 관련 언급은 당장의 직접적인 구매 수요로 판단 어려우나 소비자 체험 증가는 잠재 수요로 이어질 가능성이 존재하기에 눈 여겨 볼 만할 듯

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	렌탈	렌탈	렌탈	렌탈	마사지	마사지	마사지	후기	마사지
2	제품	제품	마사지	마사지	렌탈	부모님	후기	마사지	후기
3	부모님	가격	정수기	제품	가격	제품	제품	산후조리원	산후조리원
4	정수기	마사지	제품	부모님	제품	선물	부모님	골반	남편
5	공기	선물	공기	어깨	레스트	렌탈	추천	남편	정수기
6	선물	부모님	공기청정기	공기	후기	후기	남편	침대	렌탈
7	전기	혜택	부모님	선물	부모님	추천	렌탈	정수기	골반
8	구매	서비스	혜택	정수기	집	어깨	선물	파리핀	조리원
9	공기청정기	무상	기전	가격	브랜드	소음	산후조리원	조리원	선물
10	상담	신랑	이벤트	공기청정기	신랑	허리	소음	제품	침대
11	가전	골반	후기	기능	선물	다리	집	시설	시설
12	가격	무료	lg	수음	공기	안마기	거실	교정기	파리핀
13	커피	인기	가격	브랜드	소음	남편	가격	산모	밥
14	직원	구매	상담	사은품	남편	가격	침대	부모님	수유
15	쿠폰이	집	무료	바디프렌드	침대	엄마	쿠치마	간식	산모
16	얼음	바디프렌드	사은품	허리	쿠치마	거실	골반	선물	부모님
17	전화	허리	선물	집	공기청정기	쿠치마	파리핀	골반교정기	교정기
18	추천	산후조리원	할인	후기	전신	마사지기	허리	세라젠	아기
19	얼음정수기	안마기	생활	lg	정수기	브랜드	세라젠	수유	식사
20	살균	수음	브랜드	쿠치마	바디프렌드	정수기	브랜드	밥	제품
21	신랑	바디프렌드	신랑	안마기	산후조리원	어깨	어깨	식사	골반교정기
22	할인	남편	서비스	침대	기능	바디프렌드	시설	거실	공간
23	클루	추천	바디프렌드	혜택	거실	침대	휴테크	추천	냉장고
24	원형	어깨	시설	거실	산모	기능	수유	아기	거실
25	건강	자회사	골반	무료	시설	소리	바디프렌드	공간	간식
26	매트리스	교육	침대	다리	골반	공기	산모	렌탈	바디프렌드
27	판매	상품	산모	신랑	추천	종이리	조리원	소음	세라젠
28	팀장	헬스	모델	골반	매장	산후조리원	밥	허리	모유
29	영업	휴대폰	체험	설치	수유	공기청정기	교정기	모유	소음
30	서비스	후기	거실	남편	밥	근육	다리	가격	체험
31	일사불	규모	바디프렌드	산모	조리원	골반	골반교정기	아침	출산
32	남편	골반교정	어깨	하루	식사	바디프렌드	기능	다리	할인
33	가전제품	신세계	기능	시설	서비스	미니	냉장고	브랜드	캡스
34	마사지	복지	sk	할인	허리	무선	바디프렌드	휴테크	허리
35	프리미엄	수요의자	집	가전	간식	호도선물	가전	쿠치마	공기
36	생활	고령화	식사	서비스	어깨	전동	모델	출산	베드
37	할균	유통	소음	바디프렌드	커피	산모	식사	어깨	집
38	coway	수혜주	허리	식사	바디프렌드	휴대	공간	집	지원
39	집	청년	sk대직	체험	다리	어깨안마기	체험	냉장고	lg
40	안마기	실업	수유	매장	안마기	승모근	소리	캡스	키즈
41	바디프렌드	정년실업	산후조리원	산후조리원	건조기	등마사지	매장	미니	추천

안마의자 대표 브랜드인 바디프렌드, 최근 소비자 관심은 정체

초기 시장에서는 바디프렌드 위상이 절대적 우위였을 것이나 점차 다양한 브랜드가 등장하며 수요가 분산하는 경향, 인식 상에서는 여전히 대표 브랜드로서의 입지가 강할 것이나 소비자는 대표성 대신 실질적 효능을 따지며 선택

안마의자 커뮤니티 연관어 연간 순위 비교

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	렌탈	렌탈	렌탈	렌탈	마사지	마사지	마사지	후기	마사지
2	제품	제품	마사지	마사지	렌탈	부모님	후기	마사지	후기
3	부모님	가격	정수기	제품	가격	제품	제품	산후조리원	산후조리원
4	정수기	마사지	제품	부모님	제품	선물	부모님	골반	남편
5	공기	선물	공기	어깨	레스트	렌탈	추천	남편	정수기
6	선물	부모님	공기청정기	공기	후기	후기	남편	침대	렌탈
7	전기	혜택	부모님	선물	부모님	추천	렌탈	정수기	골반
8	구매	서비스	혜택	정수기	집	어깨	선물	파리핀	조리원
9	공기청정기	무상	기전	가격	브랜드	소음	산후조리원	조리원	선물
10	상담	신랑	이벤트	공기청정기	신랑	허리	소음	제품	침대
11	가전	골반	후기	기능	선물	다리	집	시설	시설
12	가격	무료	lg	수음	공기	안마기	거실	교정기	파리핀
13	커피	인기	가격	브랜드	소음	남편	가격	산모	밥
14	직원	구매	상담	사은품	남편	가격	침대	부모님	수유
15	쿠팡이	집	무료	바디프렌드	침대	엄마	코지마	간식	산모
16	얼음	바디프렌드	사은품	허리	코지마	거실	골반	선물	부모님
17	전화	허리	선물	집	공기청정기	코지마	파리핀	골반교정기	교정기
18	추천	산후조리원	할인	후기	전신	마사지기	허리	세라젬	아기
19	얼음정수기	안마기	생활	lg	정수기	브랜드	세라젬	수유	식사
20	살균	수유	브랜드	코지마	바디프렌드	정수기	브랜드	밥	제품
21	신랑	바디프렌드	신랑	안마기	산후조리원	아빠	어깨	식사	골반교정기
22	할인	남편	서비스	침대	기능	바디프렌드	시설	거실	공간
23	클루	추천	바디프렌드	혜택	거실	침대	휴테크	추천	냉장고
24	원형	어깨	시설	거실	산모	기능	수유	아기	거실
25	건강	자회사	골반	무료	시설	소리	바디프렌드	공간	간식
26	매트리스	교육	침대	다리	골반	공기	산모	렌탈	바디프렌드
27	판매	상품	산모	신랑	추천	종이리	조리원	소음	세라젬
28	팁장	헬스	모델	골반	매장	산후조리원	밥	허리	모유
29	영업	휴대폰	체험	설치	수유	공기청정기	교정기	모유	소음
30	서비스	후기	거실	남편	밥	근육	다리	가격	체험
31	일사불	규모	바디프렌드	산모	조리원	골반	골반교정기	아침	출산
32	남편	골반교정	어깨	하루	식사	바디프렌드	기능	다리	할인
33	가전제품	신세계	기능	시설	서비스	미니	냉장고	브랜드	캡스
34	마사지	복지	sk	할인	허리	무선	바디프렌드	휴테크	허리
35	프리미엄	수유인자	집	가전	간식	효도선물	가전	코지마	공기
36	생활	고령화	식사	서비스	어깨	전동	모델	출산	베드
37	할균	유통	소음	바디프렌드	커피	산모	식사	어깨	집
38	coway	수혜주	허리	식사	바디프렌드	휴대	공간	집	지원
39	집	청년	sk매직	체험	다리	어깨안마기	체험	냉장고	lg
40	안마기	실업	수유	매장	안마기	승모근	소리	캡스	키즈
41	바디프렌드	정년실업	산후조리원	산후조리원	건조기	등마사지	매장	미니	추천

세라젬, 코지마 등 열위 브랜드가 시장에서 존재감을 드러내기 시작

세라젬 브랜드가 코로나9 이후 갑자기 순위권에 진입 휴테크, 코지마 역시 비교적 상위권에 랭크되어 있으나 세라젬의 위상에는 아직 못 미치는 듯

안마의자 브랜드 기준 연관어 기간별 순위

- 연관어 순위 비교에서 **브랜드만 추출한 결과**
- 2020년부터 세라젬 관심 증가 시작, 2021년과 2022년 바디프렌드 대비 우위를 유지했으나 최근 2023년 상반기에는 다시 바디프렌드에 1위를 내주며 비등

2018.01.01 ~ 2018.12.31

순위	연관어	건수
1	바디프렌드	324
2	la	278
3	코지마	274
4	바디프렌드	216
5	휴테크	161
6	카이	81
7	la전자	79
8	보국전자	68
9	팬텀	59
10	퓨리케어	56
11	컨디션	54
12	카톡	51
13	시스템	43
14	현대	36
15	스타일러	33
16	라운	33
17	다이아몬드	29

2019.01.01 ~ 2019.12.31

순위	연관어	건수
1	코지마	445
2	바디프렌드	402
3	바디프렌드	272
4	휴테크	193
5	스타일러	142
6	la	131
7	카톡	87
8	코웨이	73
9	컨디션	62
10	시스템	48
11	팬텀	44
12	퓨리케어	44
13	트롬	40
14	롯데	35
15	해피룸	34
16	퓨리케어360	34
17	카이	32

2020.01.01 ~ 2020.12.31

순위	연관어	건수
1	코지마	676
2	바디프렌드	572
3	바디프렌드	467
4	휴테크	269
5	코웨이	214
6	세라젬	159
7	코로나	110
8	스타일러	109
9	컨디션	108
10	팬텀	97
11	la	84
12	롤루	75
13	시스템	54
14	파우제	39
15	화이트	33
16	카카오톡	33
17	파나소닉	28

2021.01.01 ~ 2021.12.31

순위	연관어	건수
1	코지마	719
2	세라젬	618
3	휴테크	536
4	바디프렌드	524
5	바디프렌드	443
6	스타일러	162
7	la	122
8	컨디션	117
9	코로나	117
10	카이	97
11	space	90
12	팬텀	62
13	line	62
14	롯데	58
15	오늘의집	56
16	파우제	54
17	파나소닉	48

2022.01.01 ~ 2022.12.31

순위	연관어	건수
1	세라젬	703
2	휴테크	456
3	코지마	434
4	바디프렌드	342
5	컨디션	308
6	바디프렌드	254
7	아이폰	234
8	la	163
9	갤럭시	148
10	코로나	135
11	모션베드	129
12	기프티콘	113
13	아이폰12pro	111
14	스타벅스	94
15	카이	91
16	kt	77
17	화이트	69

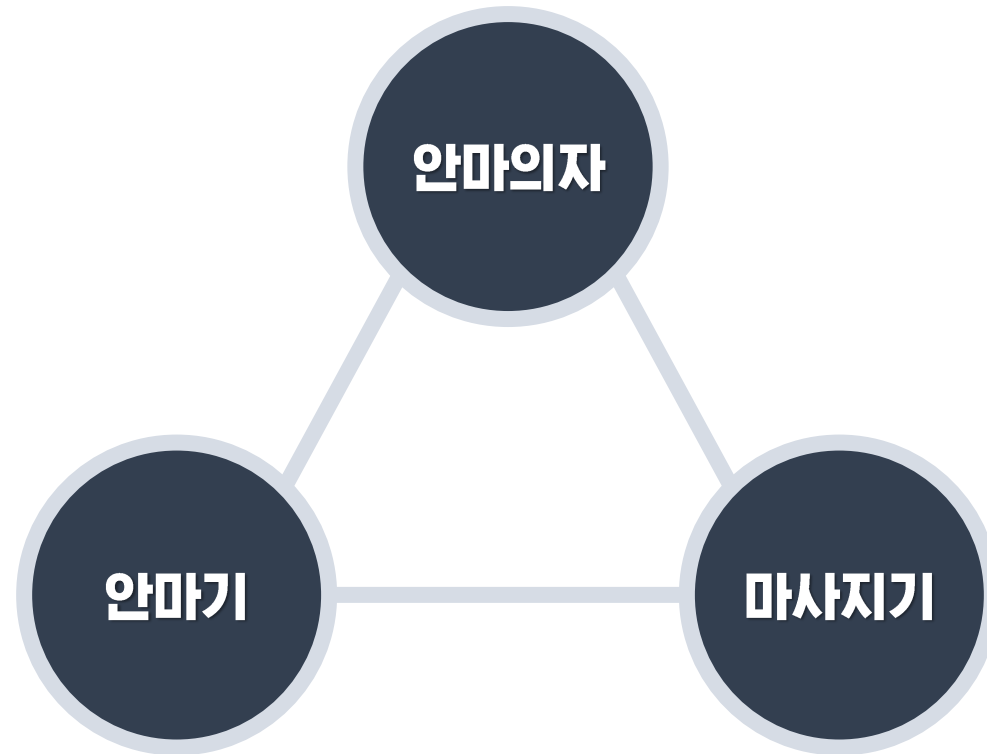
2023.01.01 ~ 2023.05.31

순위	연관어	건수
1	바디프렌드	278
2	세라젬	265
3	la	211
4	컨디션	137
5	코지마	116
6	아이폰	109
7	모션베드	104
8	바디프렌드	88
9	휴테크	50
10	팬텀	47
11	다이슨	37
12	셀픽	34
13	오늘의집	31
14	에어랩	30
15	skt	29
16	아웃백	28
17	코로나	27

*SNS 커뮤니티 언급량

“네이버 **검색 데이터**를 통해 본 안마의자”

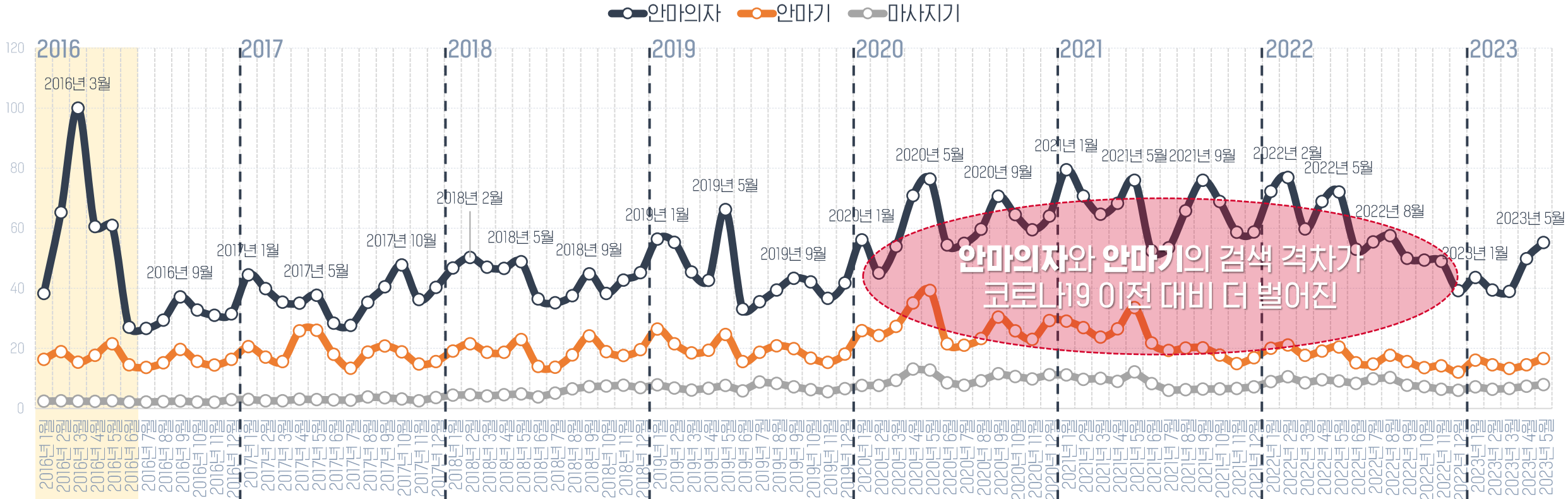
“안마의자와 유사한 관점에서 언급되는
안마기, 마사지 등 키워드 간 비교”



2016-2023.05 안마의자 Vs. 안마기 Vs. 마사지기 월간 검색 추이

- 안마기, 마사지기보다 안마의자에 대한 검색 확연히 우위
- 2021년 상반기까지 대체로 안마의자와 안마기의 검색 추이가 유사했으나 이후 안마기에 대한 관심은 점차 하락
- 코로나19 이전 대비 이후, 안마의자와 안마기의 검색 격차가 더 벌어졌는데 이는 아마도 안마의자에 대한 수요가 한층 커지면서 **두 품목을 더 선명하게 구분** 지었기 때문으로 해석

2016.01 ~ 2023.05 안마의자 Vs. 안마기 Vs. 마사지기 월간 검색 추이

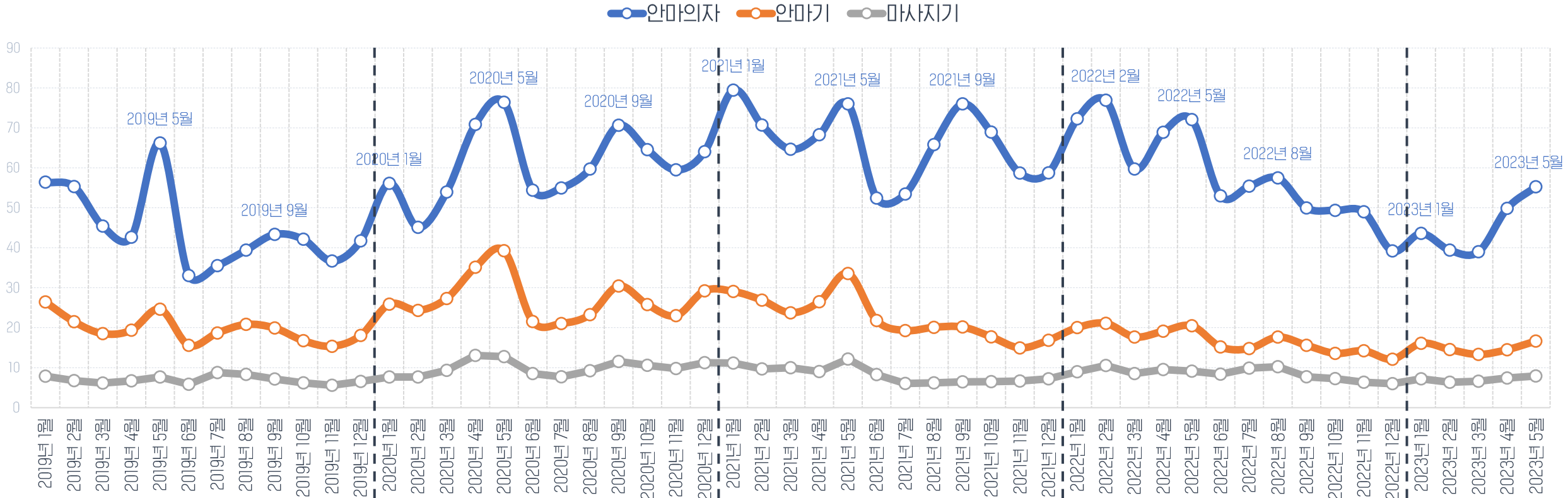


*SNS 커뮤니티 언급량

2019-2023.05 안마의자 Vs. 안마기 Vs. 마사지기 월간 검색 추이

- 2019년 부터로 차트를 좁혀 보면 조금 더 선명

2019.01 ~ 2023.05 안마의자 Vs. 안마기 Vs. 마사지기 월간 검색량 추이



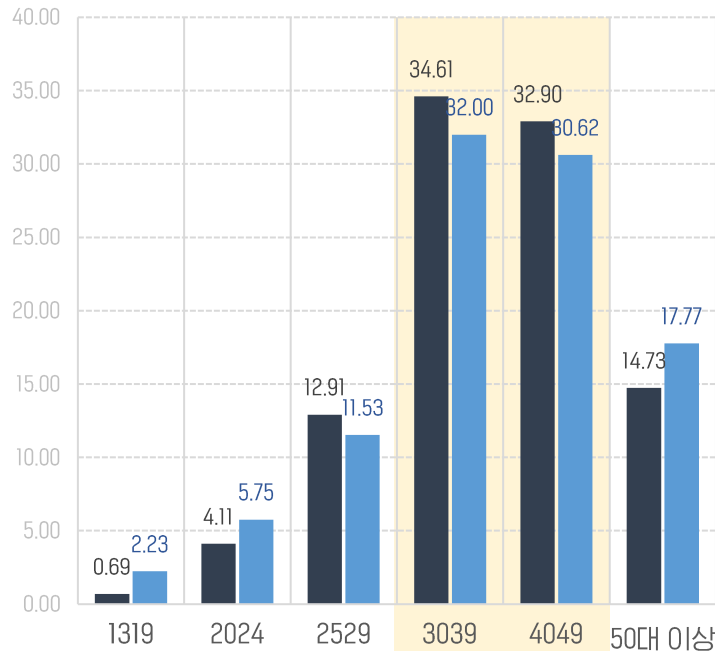
최근 한 달 간 안마의자 Vs. 안마기 Vs. 마사지기 검색 연령대 비교

- 대체로 3040대의 검색 비중이 높으나
마사지기에서는 2529층의 검색 비중이 안마의자, 안마기 대비 높은 편
- 2529 역시 코로나를 거치면서 건강에 대한 관심이 부쩍 증가한 영향
장기적으로 보면 2529 집단이 유효한 잠재고객이 될 수 있을 것

안마의자, 연령별 최근 한 달 검색 비중 (%)

■ PC ■ MO

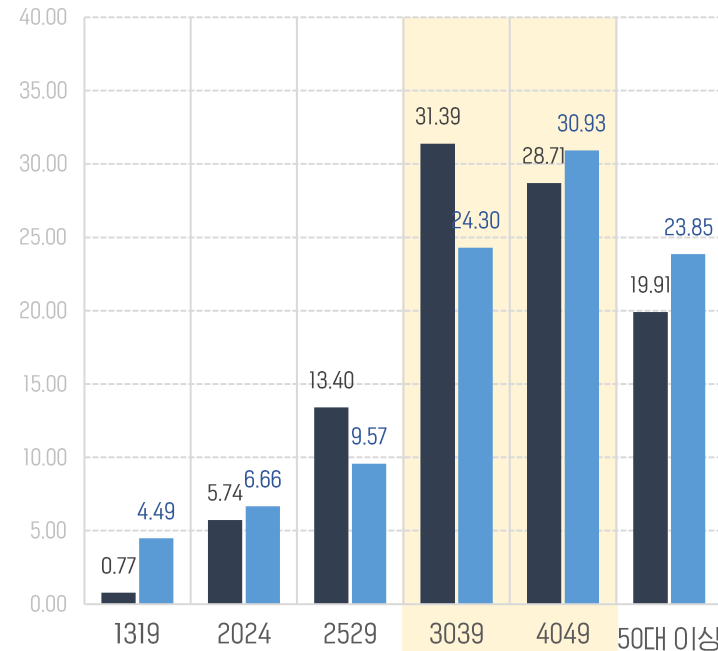
PC	17,500	MO	115,500
----	--------	----	---------



안마기, 연령별 최근 한 달 검색 비중 (%)

■ PC ■ MO

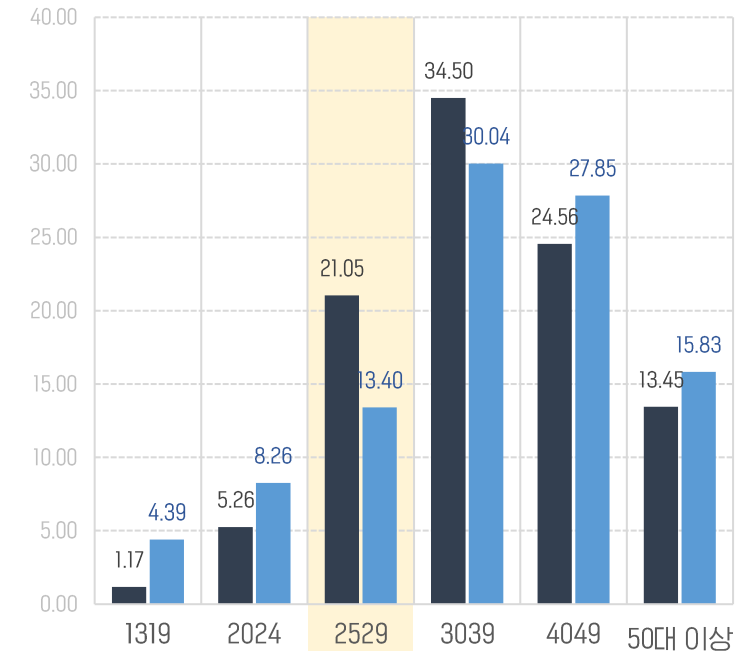
PC	5,490	MO	35,800
----	-------	----	--------



마사지기, 연령별 최근 한 달 검색 비중 (%)

■ PC ■ MO

PC	3,230	MO	16,400
----	-------	----	--------

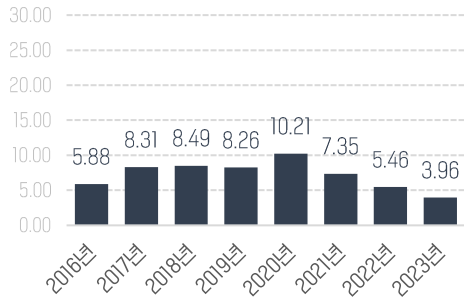


2016-2023 안마의자, 연령별 검색 추이

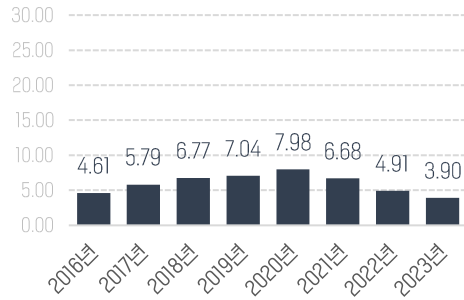
- 전반적으로 코로나가 한창 심했던 2020, 2021년을 기점으로 검색추이 하락
- 다만 코로나 이전인 2019년 대비로는 높게 형성

남자

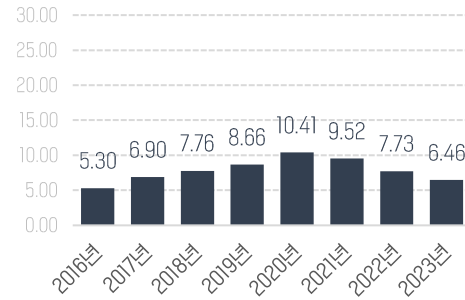
10대 검색 추이



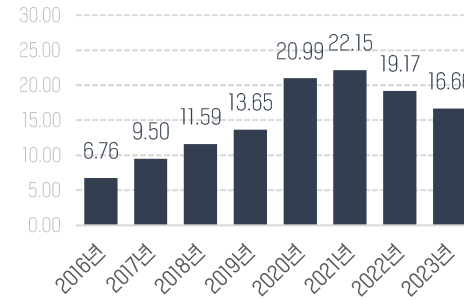
20대 검색 추이



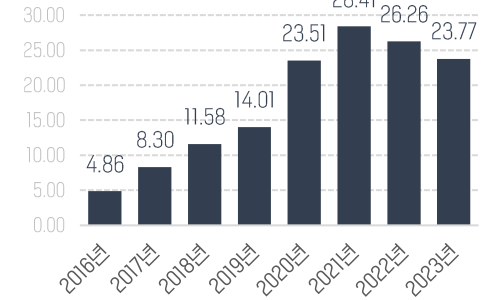
30대 검색 추이



40대 검색 추이

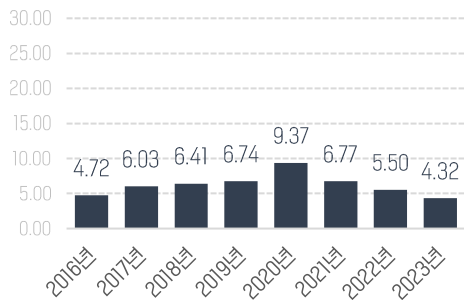


50대 검색 추이

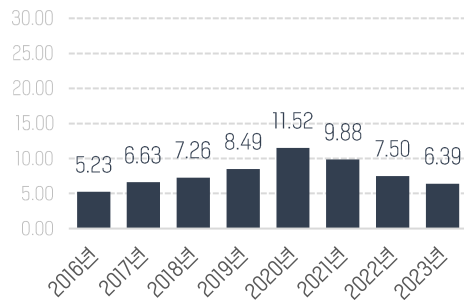


여자

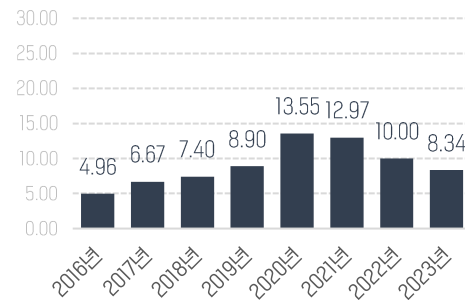
10대 검색 추이



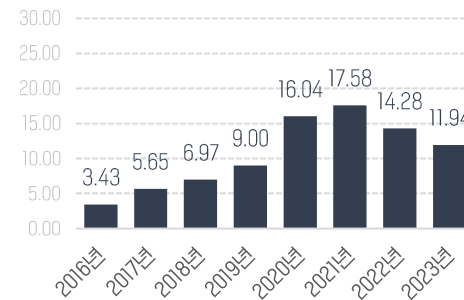
20대 검색 추이



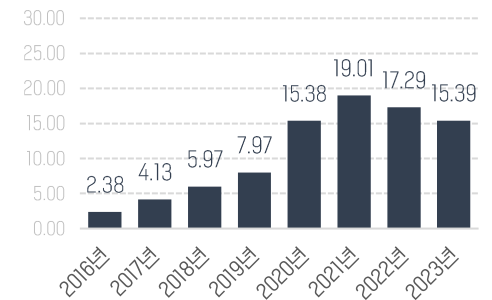
30대 검색 추이



40대 검색 추이



50대 검색 추이

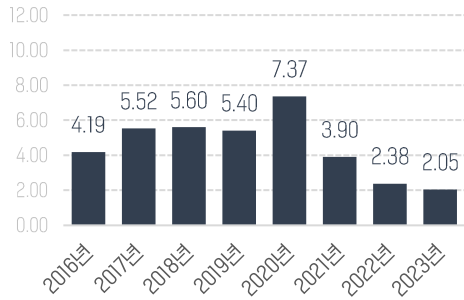


안마기, 연령별 검색 추이

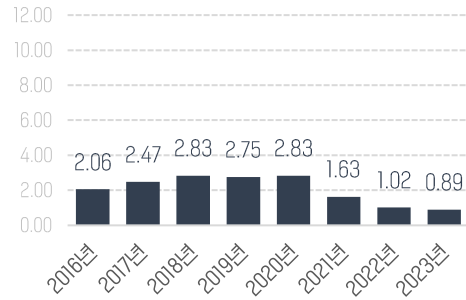
- 코로나 이후 10대의 검색량이 급격히 증가

남자

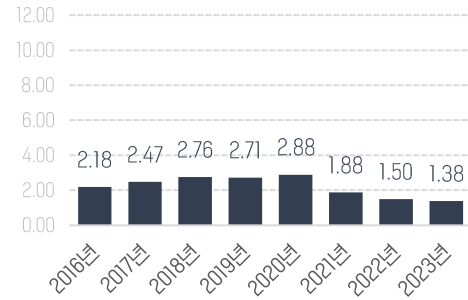
10대 검색 추이



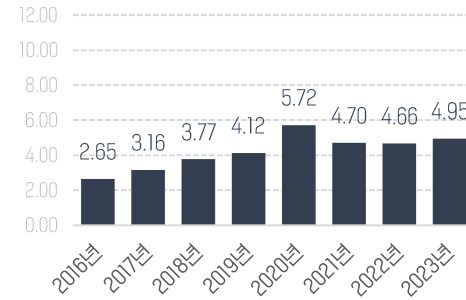
20대 검색 추이



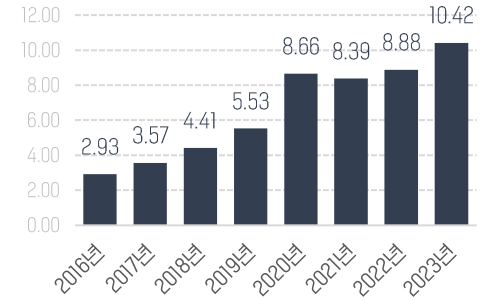
30대 검색 추이



40대 검색 추이

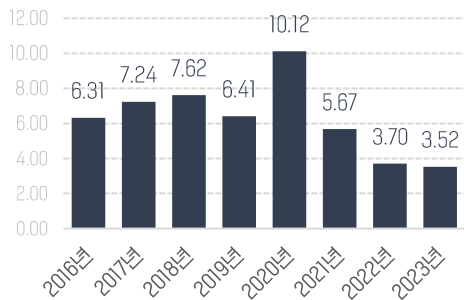


50대 검색 추이

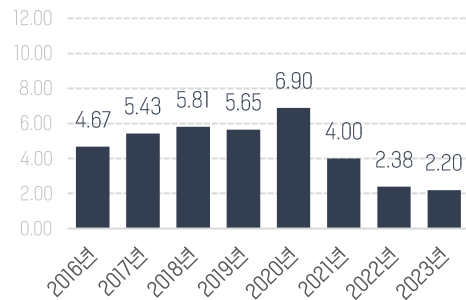


여자

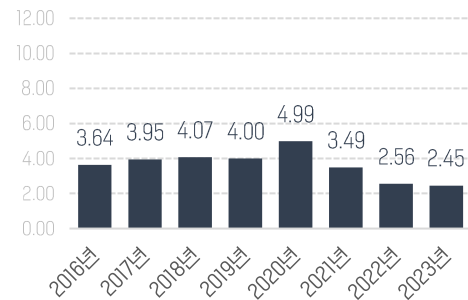
10대 검색 추이



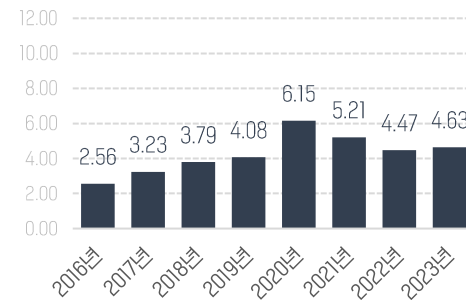
20대 검색 추이



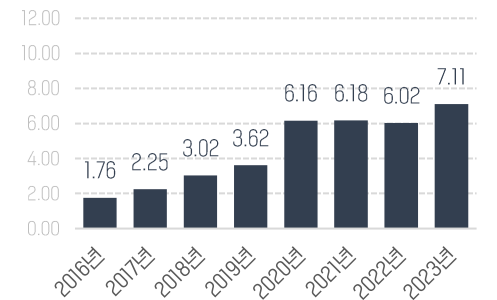
30대 검색 추이



40대 검색 추이



50대 검색 추이

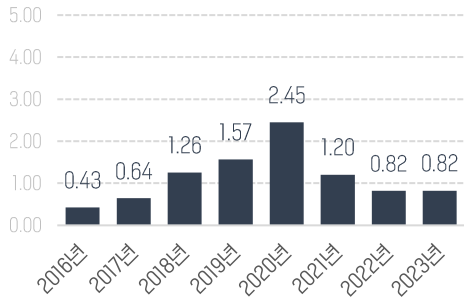


마사지기, 연령별 검색 추이

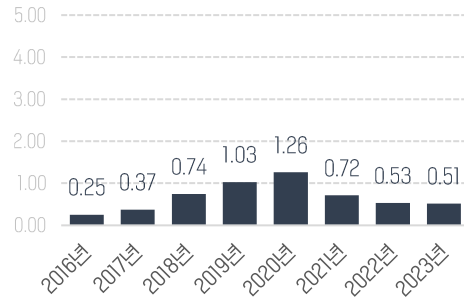
- 비교적 10대 및 20대의 등락이 큰 특징

남자

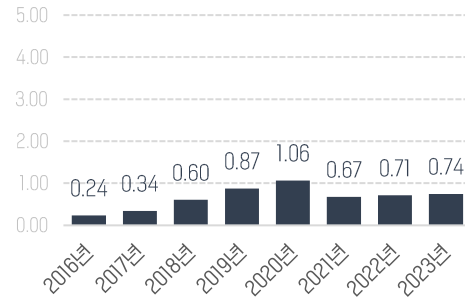
10대 검색 추이



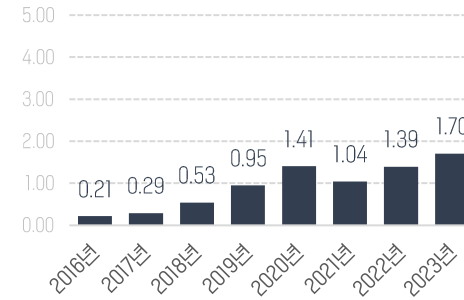
20대 검색 추이



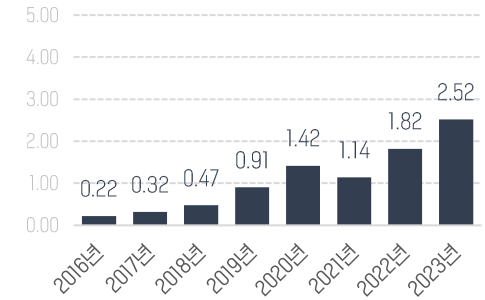
30대 검색 추이



40대 검색 추이

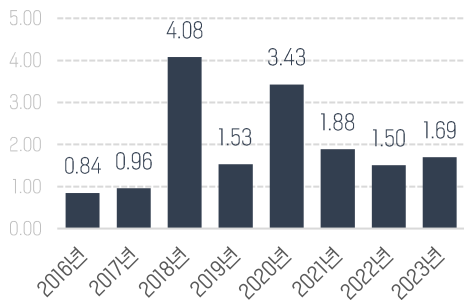


50대 검색 추이

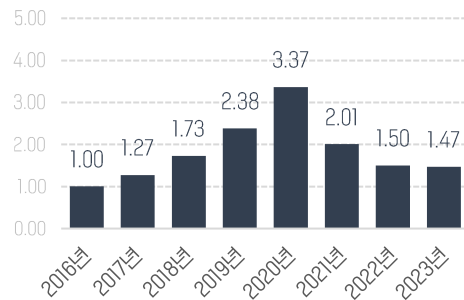


여자

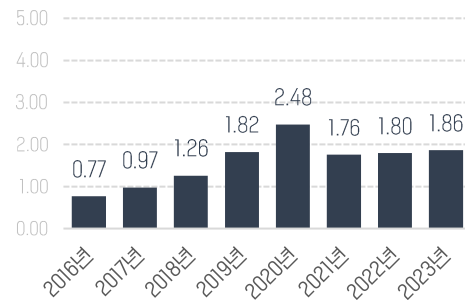
10대 검색 추이



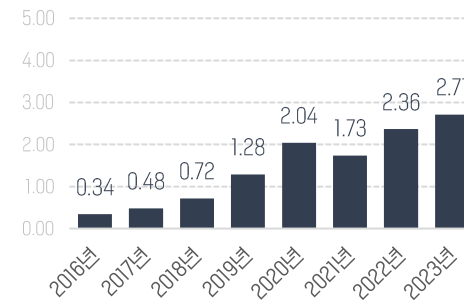
20대 검색 추이



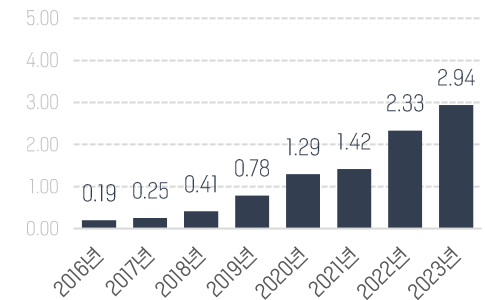
30대 검색 추이



40대 검색 추이



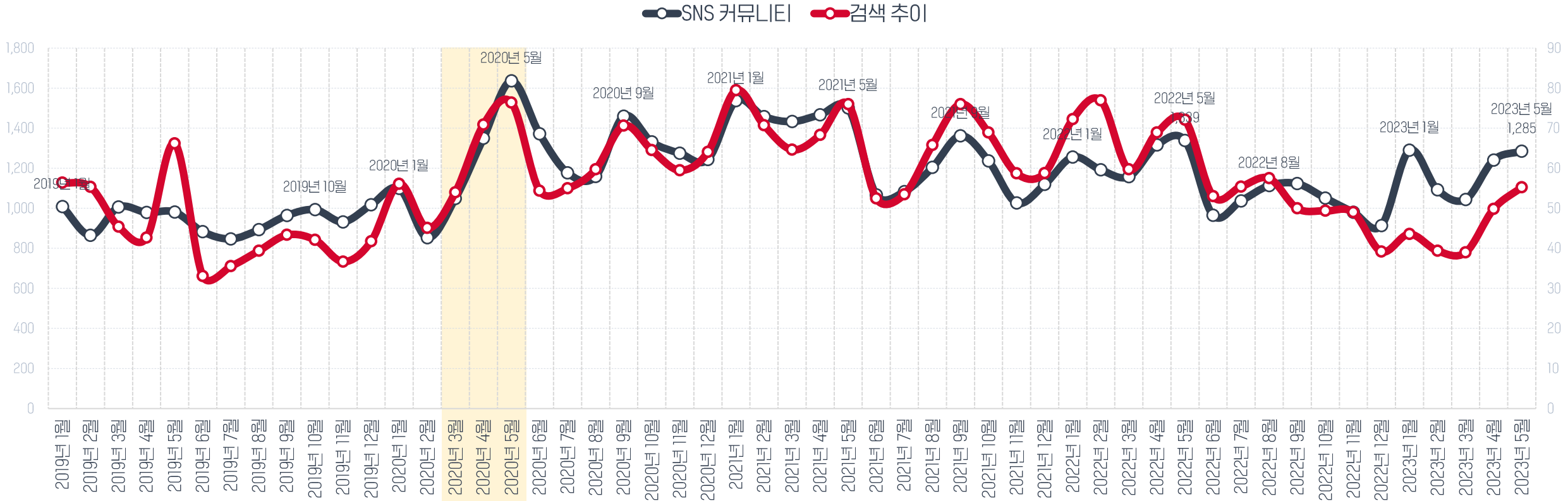
50대 검색 추이



안마의자 월간 커뮤니티 Vs. 검색 추이

- 검색 추이와 SNS 언급 추이가 비교적 유사한 흐름

2019.01 ~ 2023.05 안마의자 SNS 커뮤니티 언급량 Vs. 검색 지수 추이 비교



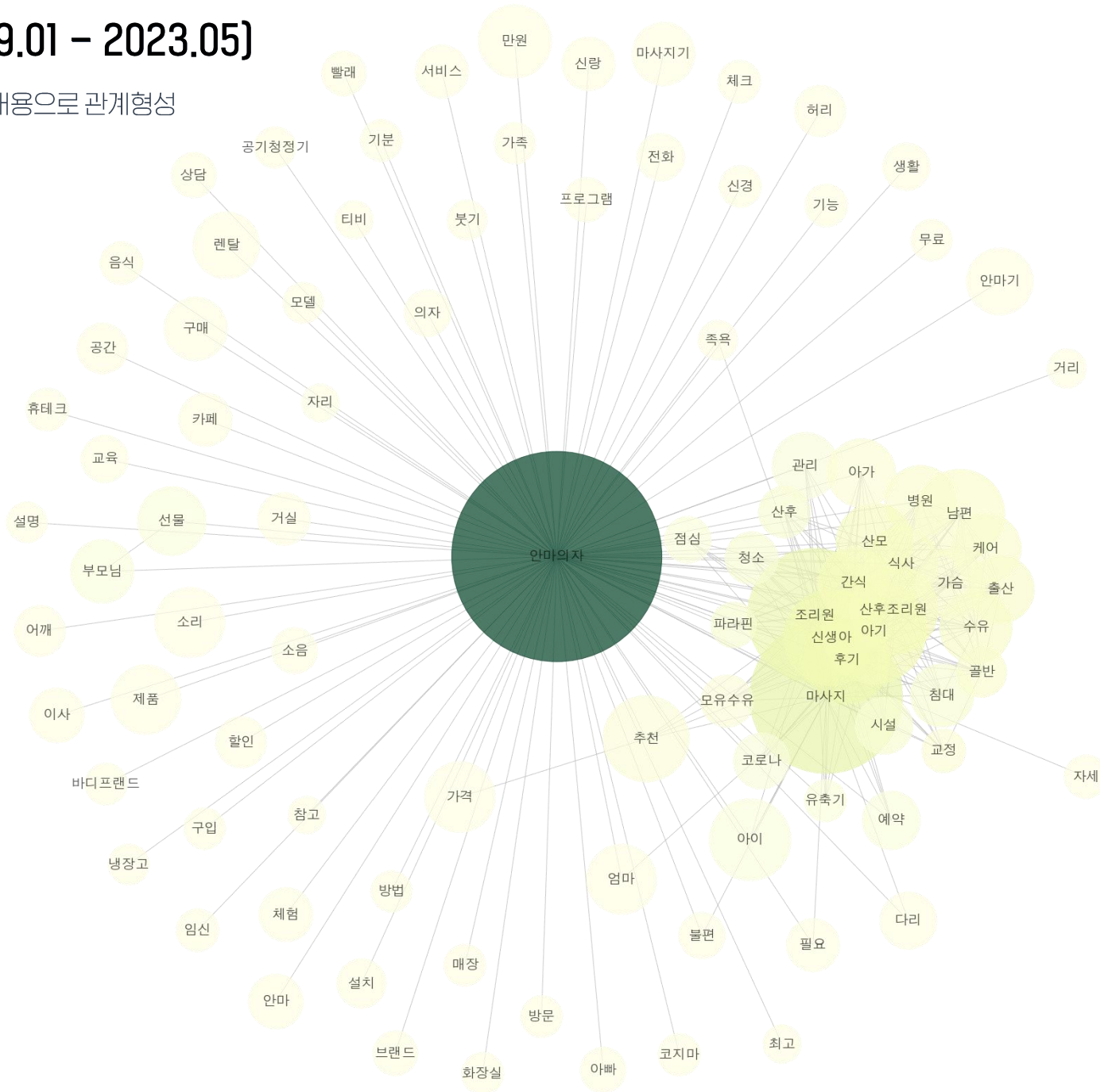
*SNS 커뮤니티 언급량

“SNS 언급 내용을 활용한 심층 통계 분석 결과”

SNA (Social Network Analysis)

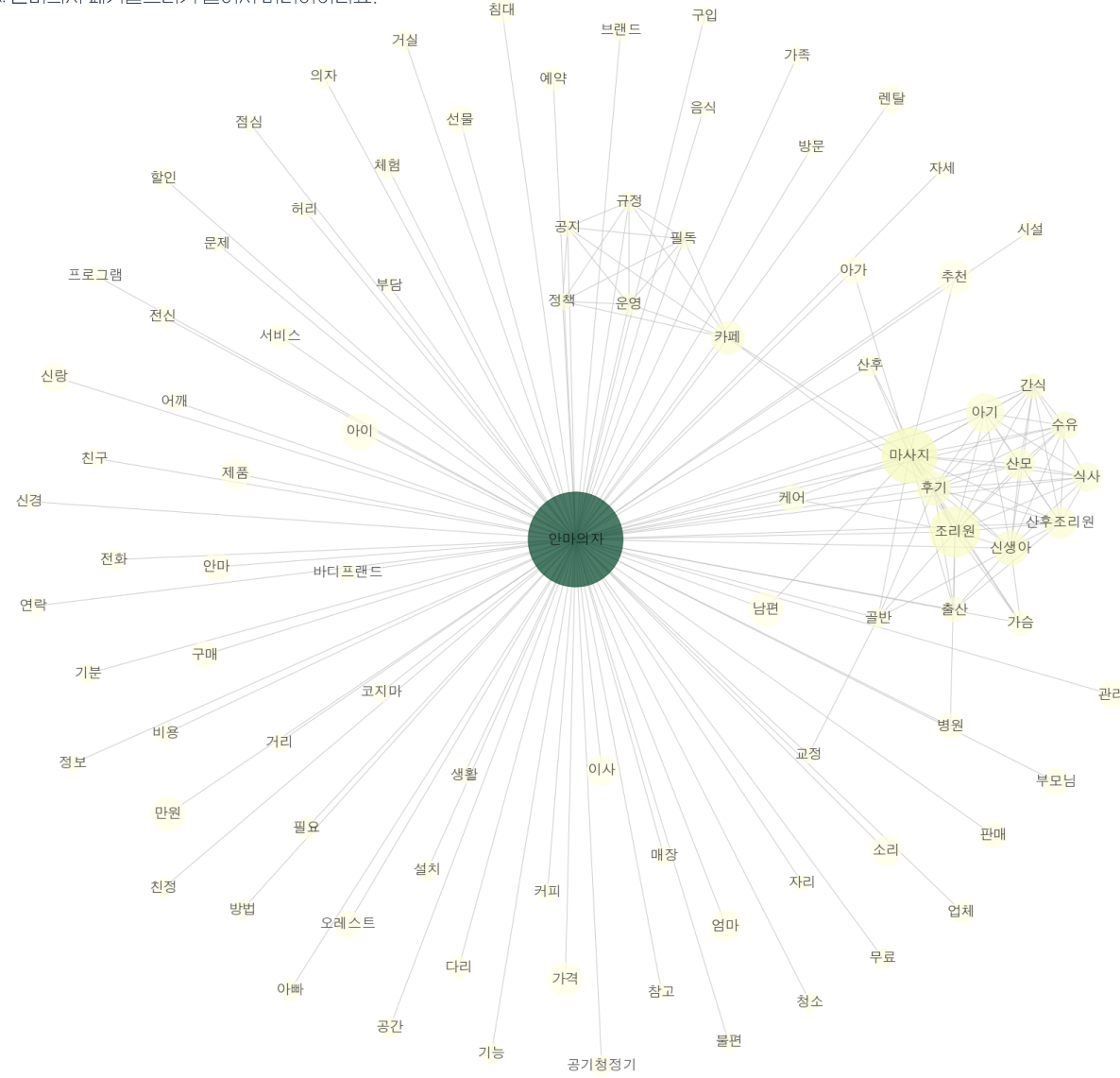
안마의자 SNA 분석 (2019.01 - 2023.05)

- 산후조리원(조리원) 후기와 관련한 내용으로 관계형성



안마의자 연도별 SNA 분석 (2019년)

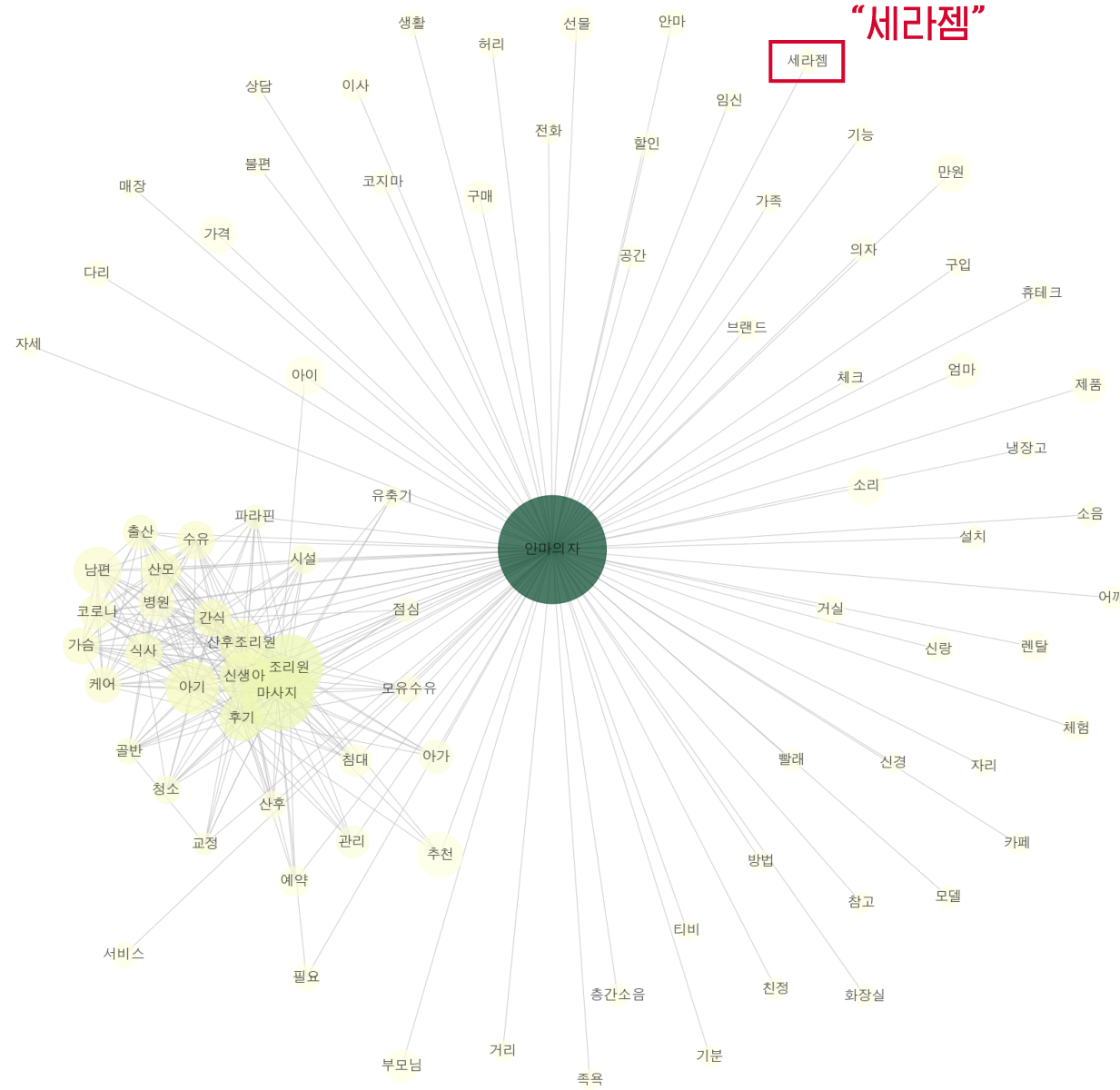
- 산후조리원(조리원)을 중심으로 일부 키워드 군집
- 폐기물 키워드가 높은 키워드 임에도 불구하고 SNA 키워드에서 확인 불가
[다른 키워드들간의 연관이 적기 때문] ex. 안마의자 폐기물스티커 붙여서 버려야하나요?



순위	2019
1	마사지
2	조리원
3	폐기물
4	아기
5	아이
6	추천
7	신생아
8	남편
9	만원
10	후기
11	카페
12	가격
13	산후조리원
14	엄마
15	산모
16	이사
17	소리
18	제품
19	식사
20	신랑
21	안마
22	관리
23	선물
24	렌탈
25	수유
26	아가
27	부모님
28	구매
29	케어
30	병원
31	오레스트
32	판매
33	서비스
34	침대
35	간식
36	가슴
37	출산
38	체험
39	업체
40	시설
41	다리

안마의자 연도별 SNA 분석 (2021년)

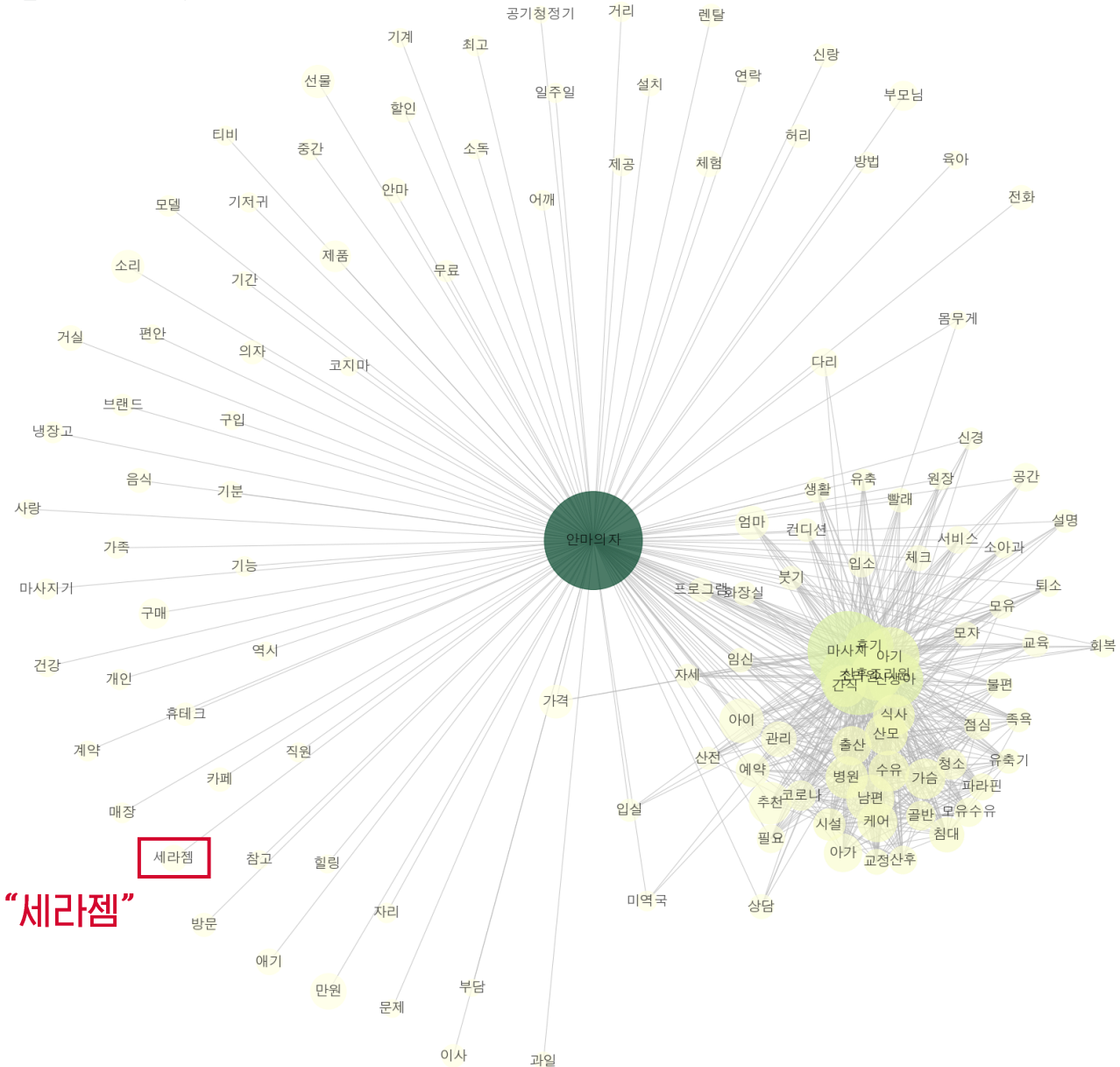
- 조리원 후기 관련 언급이 조금 더 선명하게 군집
- 세라젬 브랜드 처음으로 등장



순위	2021
1	마사지
2	조리원
3	아기
4	신생아
5	남편
6	추천
7	산후조리원
8	후기
9	산모
10	아이
11	만원
12	수유
13	소리
14	간식
15	식사
16	가격
17	가슴
18	병원
19	케어
20	제품
21	냉장고
22	소음
23	제품
24	엄마
25	출산
26	코로나
27	선물
28	아가
29	부모님
30	구매
31	관리
32	침대
33	렌탈
34	예약
35	이사
36	거실
37	시설
38	체험
39	청소
40	안마
41	필요
42	신랑
43	모유수유
44	다리

안마의자 연도별 SNA (2022년)

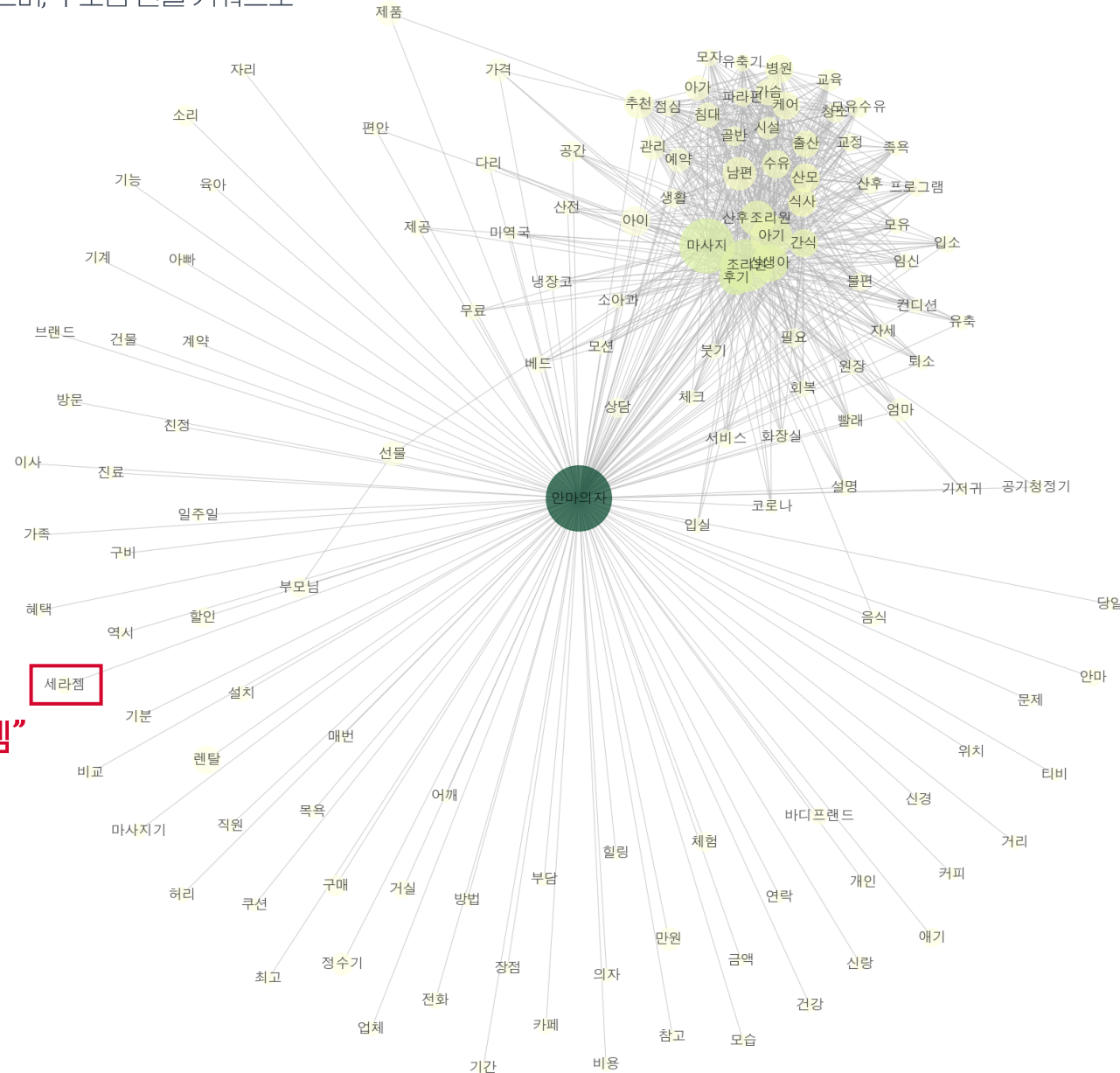
- 산후조리원 관련 언급의 증가로 관계망이 조금 더 복잡해짐.



순위	2022
1	마사지
2	조리원
3	아기
4	신생아
5	산후조리원
6	후기
7	남편
8	아이
9	산모
10	추천
11	병원
12	간식
13	식사
14	수유
15	가슴
16	케어
17	출산
18	아가
19	만원
20	관리
21	침대
22	예약
23	엄마
24	가격
25	선물
26	소리
27	시설
28	제품
29	구매
30	코로나
31	청소
32	부모님
33	골반
34	모유수유
35	산후
36	공간
37	필요
38	다리
39	서비스
40	교육
41	다리

안마의자 연도별 SNA 분석 (2023년)

- 군집된 관계망이 한층 더 복잡해졌으며, 부모님 선물 키워드도 연관되어 나타남



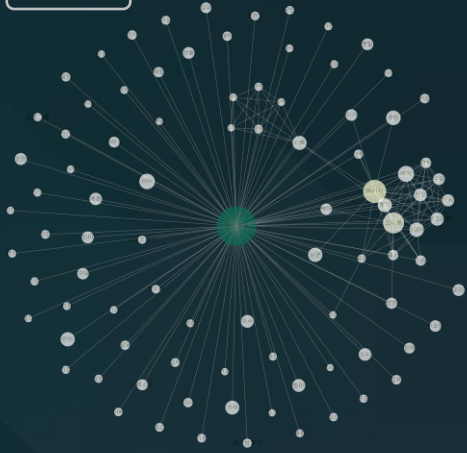
“세라젬”
세라젬

순위	2023
1	마사지
2	조리원
3	아기
4	신생아
5	산후조리원
6	후기
7	남편
8	아이
9	추천
10	산모
11	병원
12	식사
13	렌탈
14	수유
15	간식
16	케어
17	출산
18	가슴
19	제품
20	아가
21	침대
22	선물
23	관리
24	예약
25	엄마
26	만원
27	가격
28	정수기
29	시설
30	교육
31	소리
32	구매
33	공간
34	할인
35	모유수유
36	부모님
37	체험
38	상담
39	청소
40	골반
41	산후

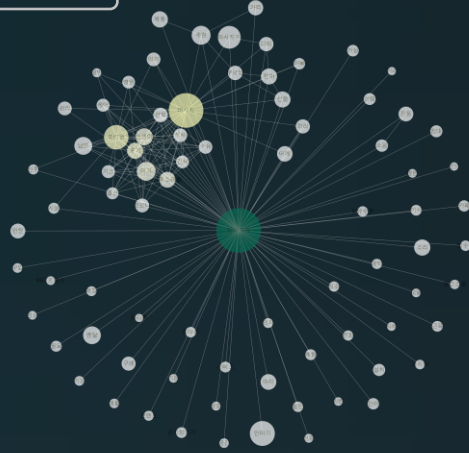
2019-2023 안마의자 연도별 SNA 구조 비교

- 비록 산후조리원 후기 게시글로 결집되어 나타나기는 하나, 매년 키워드 군집 크기가 커지는 경향이 점차 유사한 내용으로 언급되는 양이 많아지고 있음을 예상 가능

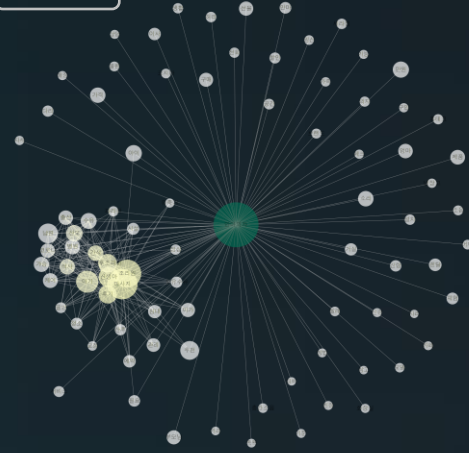
2019



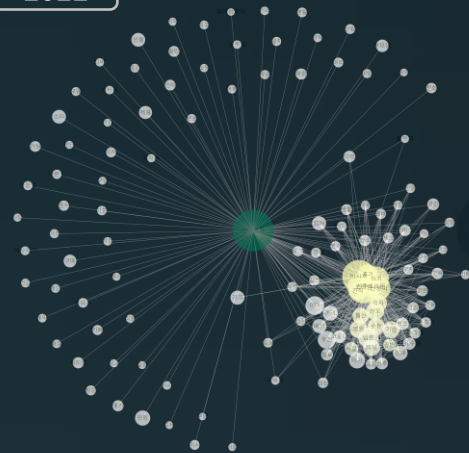
2020



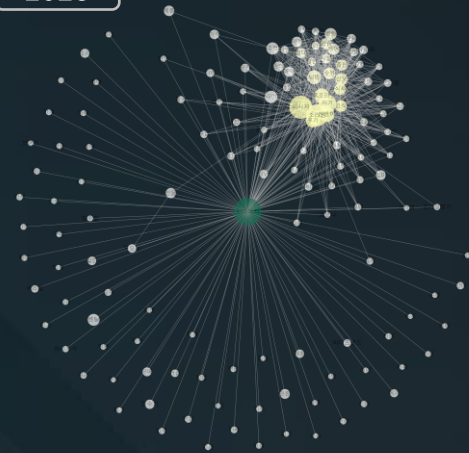
2021



2022



2023

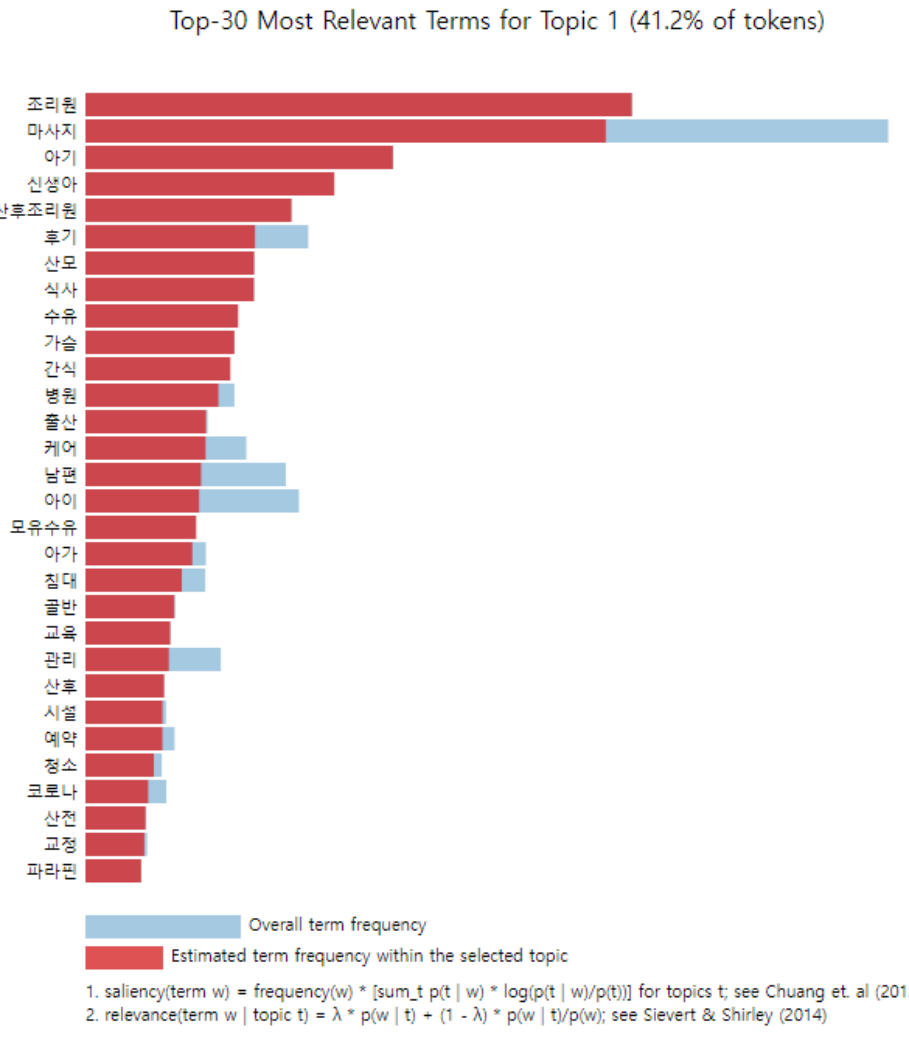


언급 내용의 유사 그룹 확인을 위한
LDA (Latent Dirichlet Allocation)

Selected Topic:

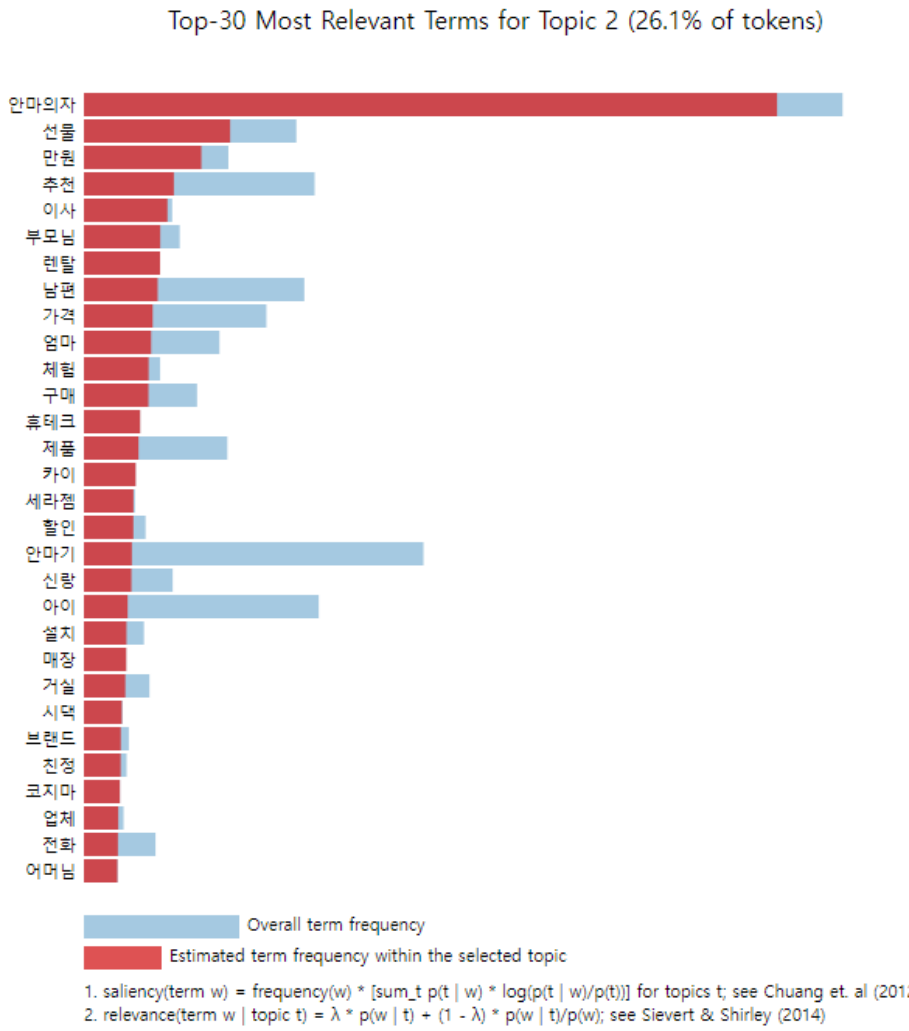
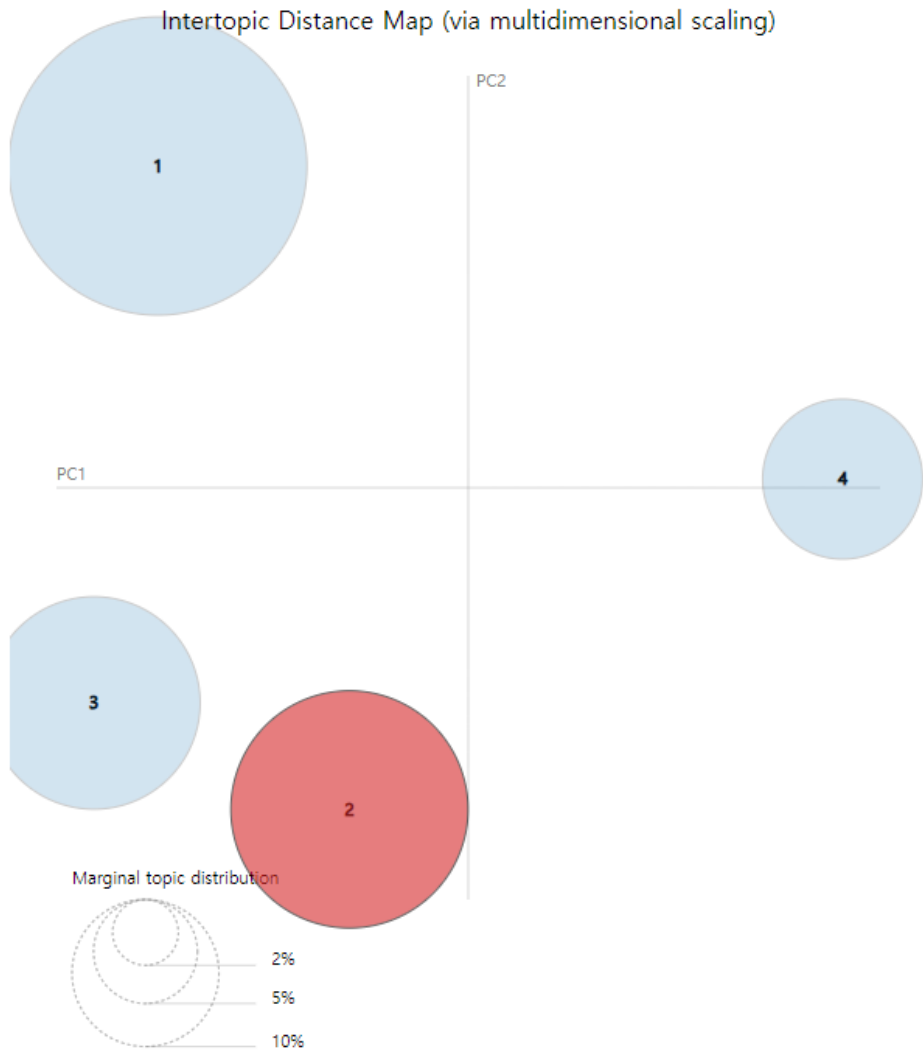
Slide to adjust relevance metric:(2) 0.0 0.2 0.4 0.6 0.8 1.0

고정 사이즈를 지정하여 캡처합니다.



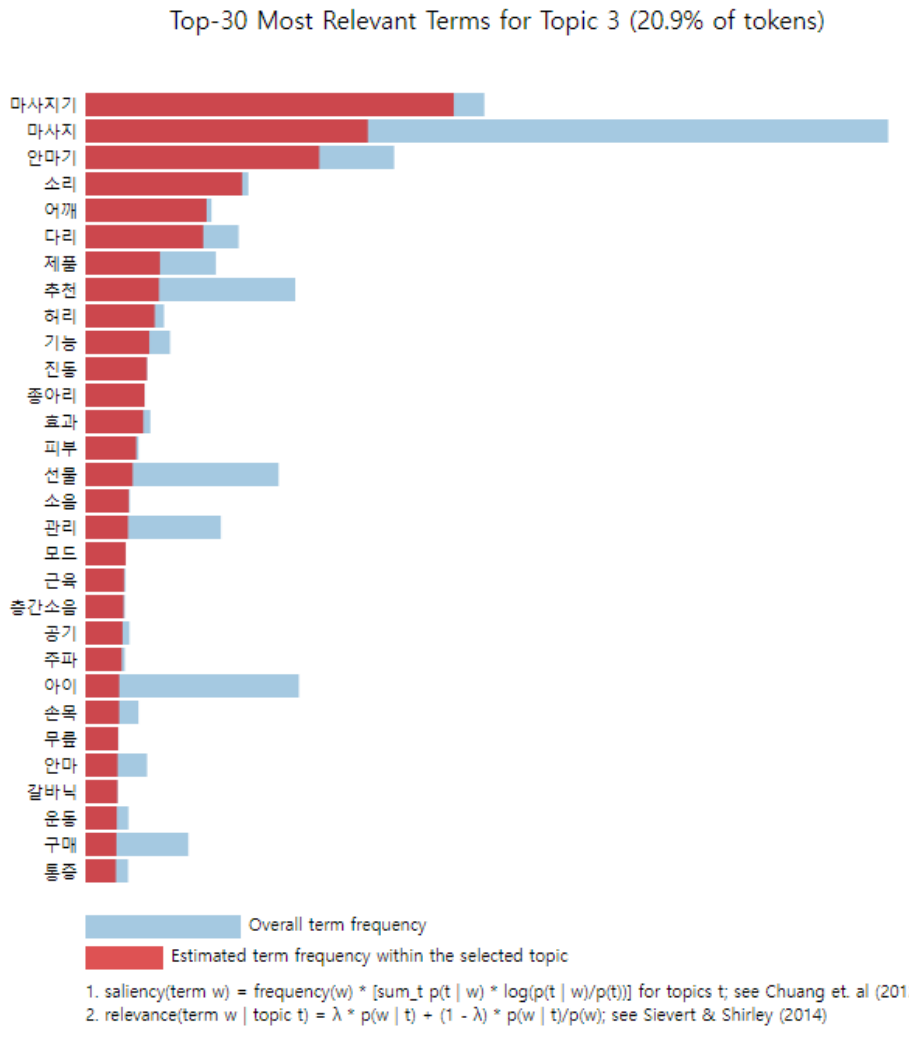
Selected Topic:

Slide to adjust relevance metric:⁽²⁾ $\lambda = 1$



Selected Topic: Previous Topic Next Topic Clear Topic

Slide to adjust relevance metric:⁽²⁾
 $\lambda = 1$ 0.0 0.2 0.4 0.6 0.8 1.0

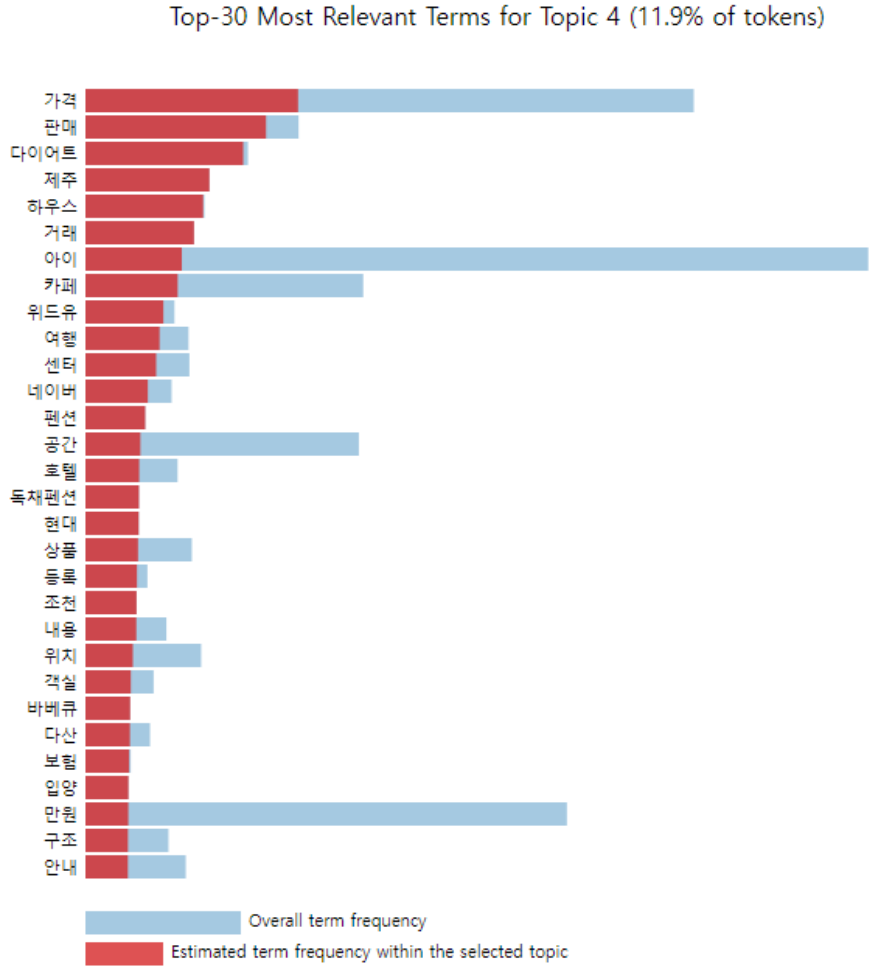


안마의자 LDA 분석 결과 - Seg. 04 : 기타 언급 (11.9%)

- 안마의자인식 및 이용 행태와 다소 무관한 언급이 적지 않게 구성 [ex. 제주 여행 펜션의 안마의자]

Selected Topic:

Slide to adjust relevance metric:⁽²⁾
 λ = 1



1. saliency(term w) = frequency(w) * [sum_t p(t | w) * log(p(t | w)/p(t))] for topics t; see Chuang et. al (2012)
 2. relevance(term w | topic t) = λ * p(w | t) + (1 - λ) * p(w | t)/p(w); see Sievert & Shirley (2014)

안마의자에 대한 관심이 확실히 예전 대비 증가하고 있으며
기존의 바디프랜드 중심에서 다양한 브랜드로 관심 확장 중
구입 목적 역시 기존의 부모님 선물 용도로만 국한하지 않고
직접 사용하기 위한 구입 등 수요 역시 증가하는 경향

...

산후조리원에 대한 언급이 많은 비중을 차지하는데
개인의 자발적 후기인지 바이럴 마케팅인지 일일이 확인 어려우나
어쨌든, 안마의자 시장 성장에 긍정적인 영향을 미치는 건 사실.

가장 힘든 상황속에서의 안마의자 이용 경험과 체감이
실질적 구매로 이어지고 있는 것으로 판단

이러한 상황 하에서 세라젼에 대한 관심 역시 꾸준히 증가 중

PERSPECTIVE summary

Perspective 01

건강 관심 변화
“구체적 실천 의지 탑재”

코로나19로 인해
건강에 대해 다시금 각성
나이를 불문하고
건강을 위해서라면
돈을 아끼지 않기도..
대신 정말 효과가 좋은지에
대해서는 꼼꼼히 따질 듯!

Perspective 02

렌탈 제품 트렌드
“필요하다면 기꺼이 렌탈”

렌탈하면 정수기, 공기청정기였으나
집에 있는 시간이 증가하면서
렌탈과 구독 등 빌려 쓰는 행동에 대한
부담이 현저히 완화되고 익숙해진 듯
이러한 배경 하에서
비싼 안마의자 역시 렌탈에 적극적

Perspective 03

안마의자 수요 변화
“비싸지만 갖고 싶어!”

건강에 대한 관심 증가,
건강 관련 지출 비용 증가,
안마의자 체험 장소의 증가,
다양한 브랜드 진입 등의
요소가 복합적으로 작용하며
안마의자에 대한 수요 견인 중
부모님 선물 뿐 아니라
내돈내산, 나를 위한 선물도!

Our Status Diagnosis 01

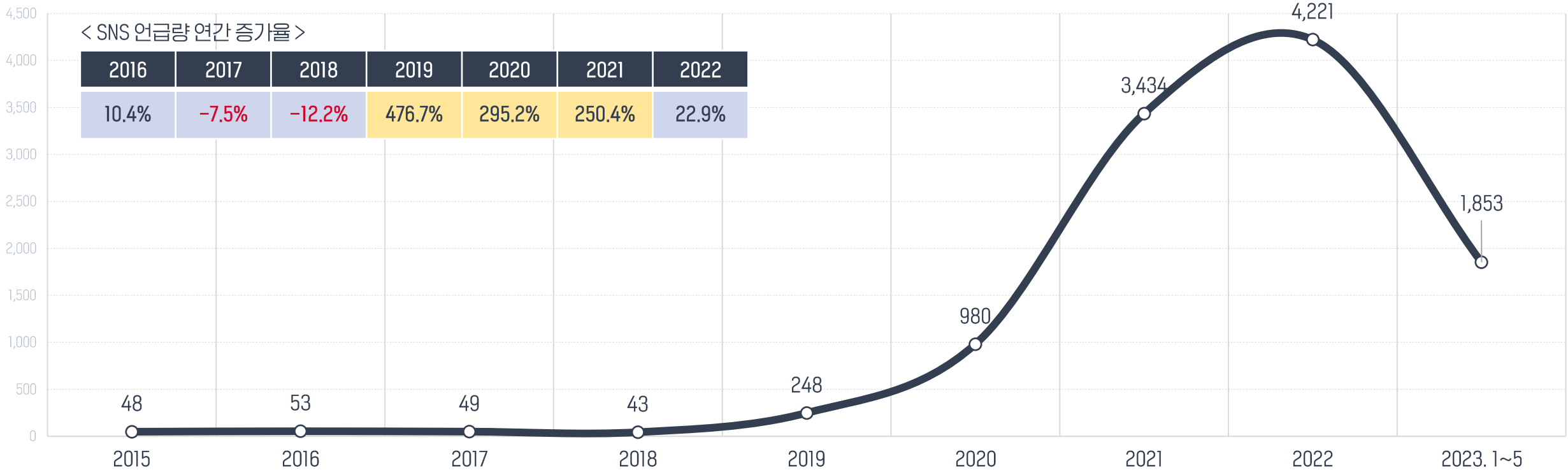
정량적 가공 지표를 통한, 세라젬 위상 진단

2015-2023.05 세라젬 SNS 언급량 추이

- 2020년을 기점으로 크게 증가한 뒤 2022년까지 증가 중, 2023년 역시 5개월 언급 분량이라는 것을 감안한다면 여전히 높게 유지 중으로 판단
- 2019년 언급량은 476.7% 증가했으며, 이후로도 2021년까지 연간 200% 이상씩 증가

SNS 커뮤니티 상에서의 연간 언급량 추이

● 세라젬



2021-2023.05 세라젬 SNS 연관어

- V6 등 제품 모델에 대한 관심 형성 → 브랜드가 아닌 제품으로 기억한다는 건 “너무” 긍정적인 현상
- 허리, 척추, 의료기기 등 기능성에 대한 명확한 이해와 기대 형성 → 역시 매우 긍정적



‘카페’ ‘체험’ 등의 키워드가 있는데 이는 최근 소비자 사이에서 힐링 카페로 통하는 웰카페와 관련된 것으로

제품 구매를 목표로 하지 않은 고객들의 방문도 늘면서 소비자 인식 저변을 넓히는데 크게 기여하고 있으며

산후조리원 못지 않게 구매 접점에서의 관여도 증가 역할을 톡톡히 하고 있어 구매로 직결되는 중요한 통로로 자리매김

세라젼 연간 SNS 커뮤니티 연관어 순위 비교

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 1~5
1	기업	클럽	밸런스	v3	v3	의자	의자	의자	안마
2	기기	밸런스	클럽	클럽	클럽	안마	안마	안마	의자
3	한국	v3	다이어트	밸런스	밸런스	안마의자	안마의자	안마의자	안마의자
4	경제	제품	피부	척추	이정재	마사지	v6	v6	마사지
5	v3	척추	피부관리	건강	척추	척추	마사지	카페	카페
6	온열	화장품	건강	기기	체험	체험	체험	마사지	v6
7	대표	기기	소통	열기	기기	v4	허리	체험	체험
8	의료기기	특허	척추	시스템	허리	허리	척추	음료	시설
9	글로벌	허리	v3	의료기기	팬사인회	하루	구매	척추	기기
10	제품	온열	마사지	통증	마사지	운동	렌탈	운동	안마기
11	건강	의자	일상	온열	의료기기	가전	카페	기기	헬스
12	척추	검증	운동	마스터	광주	통증	파우제	하루	무료
13	마사지기	자택	팔로우	고객	통증	선물	광고	허리	허리
14	중국	골반	인스타그램	운동	온열	인테리어	기기	구매	운동
15	마스터	의학	천안	다이어트	하루	가격	가전	집	음료
16	마케팅	기반	허리	개발	마스터	파우제	할인	안마기	부모님
17	사장	식약청	이벤트	마사지	다이어트	휴식	혜택	렌탈	건강
18	온열치료	척추질환	기기	기획	운동	기능	마스터	무료	마스터
19	노력	자연분만	의료기기	행사	가족	기기	온열	엄마	구매
20	시장	살림	의자	지구	건강	v3	부모님	시설	할인
21	고객	대체의학	식품	중국	집	아침	이벤트	마스터	혜택
22	승인	물리치료	다이어트식품	피부	고객	출시	가격	밥	하루
23	체험	관리	행신역	허리	목동	제품	조건	헬스	어르신
24	브랜드	질환	화정역	나비	피부관리	광고	v4	콘서트	의료기기
25	개발	수술	다이어트그램	필라테스	피부	설명	집	부모님	규모
26	삼성	가정	온열	대전	무료	브랜드	신제품	기구	선물
27	전사	설치	행사	체험	행사	집	의료기기	다리	척추
28	의자	통증	원장	헬스	모델	온열치료	엄마	선물	렌탈
29	기사	육아	대회	여성	광고	저녁	음료	헬스장	쿠폰
30	치매	직원	다이어트운동	피부관리	구매	암웨이	다리	의료기기	서비스
31	노후	매트리스	화정동	요가	어깨	판매	선물	쿠폰	기구

- ✓ V3, V6, 파우제 등 모델명 언급 순위 상위
2019년 이후 체험 관련 언급 꾸준히 상위
- ✓ 척추, 허리 등 기능성 적절히 포지셔닝
- ✓ 부모님, 선물 등의 수요는 2020년 이후 등장
렌탈 수요도 2020년 이후 등장, 하락세

최근 몇 년 간의 직접 체험이 누적됨에 따라
구매 수요도 점차 증가하고 있을 것으로 판단

또한 애매한 대중성보다는
허리, 척추 등 기능이 차별적으로 각인되며
기존 안마의자 시장에서 두각을 나타내는 중

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 1~5
1	기업	클럽	밸런스	v3	v3	의자	의자	의자	안마
2	기기	밸런스	클럽	클럽	클럽	안마	안마	안마	의자
3	한국	v3	다이어트	밸런스	밸런스	안마의자	안마의자	안마의자	안마의자
4	경제	제품	피부	척추	이정재	마사지	v6	v6	마사지
5	v3	척추	피부관리	건강	척추	척추	마사지	카페	카페
6	온열	화장품	건강	기기	체험	체험	체험	마사지	v6
7	대표	기기	소통	열기	기기	v4	허리	체험	체험
8	의료기기	특허	척추	시스템	허리	허리	척추	음료	시설
9	글로벌	허리	v3	의료기기	팬사인회	하루	구매	척추	기기
10	제품	온열	마사지	통증	마사지	운동	렌탈	운동	안마기
11	건강	의자	일상	온열	의료기기	가전	카페	기기	헬스
12	척추	검증	운동	마스터	광주	통증	파우체	하루	무료
13	마사지기	자택	팔로우	고객	통증	선물	광고	허리	허리
14	중국	골반	인스타그램	운동	온열	인테리어	기기	구매	운동
15	마스터	의학	천안	다이어트	하루	가격	가전	집	음료
16	마케팅	기반	허리	개발	마스터	파우체	할인	안마기	부모님
17	사장	식약청	이벤트	마사지	다이어트	휴식	혜택	렌탈	건강
18	온열치료	척추질환	기기	기획	운동	기능	마스터	무료	마스터
19	노력	자연분만	의료기기	행사	가족	기기	온열	엄마	구매
20	시장	살림	의자	지구	건강	v3	부모님	시설	할인
21	고객	대체의학	식품	중국	집	아침	이벤트	마스터	혜택
22	승인	물리치료	다이어트식품	피부	고객	출시	가격	밥	하루
23	체험	관리	행신역	허리	목동	제품	조건	헬스	어르신
24	브랜드	질환	화정역	나비	피부관리	광고	v4	콘서트	의료기기
25	개발	수술	다이어트그램	필라테스	피부	설명	집	부모님	규모
26	삼성	가정	온열	대전	무료	브랜드	신제품	기구	선물
27	전사	설치	행사	체험	행사	집	의료기기	다리	척추
28	의자	통증	원장	헬스	모델	온열치료	엄마	선물	렌탈
29	기사	육아	대회	여성	광고	저녁	음료	헬스장	쿠폰
30	치매	직원	다이어트운동	피부관리	구매	암웨이	다리	의료기기	서비스
31	노후	매트리스	화정동	요가	어깨	판매	선물	쿠폰	기구

다년간 꾸준히 상위권에서 언급중인
“척추”, “허리” 키워드

해당 기능으로 장기간 커뮤니케이션 한 결과가
적절히 누적되어 꾸준히 반영되고 있으며

경쟁사와의 선명한 차별점으로 작용해
소비자 선택 기준으로 자리매김 중

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 1~5
1	기업	클럽	밸런스	v3	v3	의자	의자	의자	안마
2	기기	밸런스	클럽	클럽	클럽	안마	안마	안마	의자
3	한국	v3	다이어트	밸런스	밸런스	안마의자	안마의자	안마의자	안마의자
4	경제	제품	피부	척추	이정재	마사지	v6	v6	마사지
5	v3	척추	피부관리	건강	척추	척추	마사지	카페	카페
6	온열	화장품	건강	기기	체험	체험	체험	마사지	v6
7	대표	기기	소통	열기	기기	v4	허리	체험	체험
8	의료기기	특허	척추	시스템	허리	허리	척추	음료	시설
9	글로벌	허리	v3	의료기기	팬사인회	하루	구매	척추	기기
10	제품	온열	마사지	통증	마사지	운동	렌탈	운동	안마기
11	건강	의자	일상	온열	의료기기	가전	카페	기기	헬스
12	척추	검증	운동	마스터	광주	통증	파우체	하루	무료
13	마사지기	자택	팔로우	고객	통증	선물	광고	허리	허리
14	중국	골반	인스타그램	운동	온열	인테리어	기기	구매	운동
15	마스터	의학	천안	다이어트	하루	가격	가전	집	음료
16	마케팅	기반	허리	개발	마스터	파우체	할인	안마기	부모님
17	시장	식약청	이벤트	마사지	다이어트	휴식	혜택	렌탈	건강
18	온열치료	척추질환	기기	기획	운동	기능	마스터	무료	마스터
19	노력	자연분만	의료기기	행사	가족	기기	온열	엄마	구매
20	시장	살림	의자	지구	건강	v3	부모님	시설	할인
21	고객	대체의학	식품	중국	집	아침	이벤트	마스터	혜택
22	승인	물리치료	다이어트식품	피부	고객	출시	가격	밥	하루
23	체험	관리	행신역	허리	목동	제품	조건	헬스	어르신
24	브랜드	질환	화정역	나비	피부관리	광고	v4	콘서트	의료기기
25	개발	수술	다이어트그램	필라테스	피부	설명	집	부모님	규모
26	삼성	가정	온열	대전	무료	브랜드	신제품	기구	선물
27	전사	설치	행사	체험	행사	집	의료기기	다리	척추
28	의자	통증	원장	헬스	모델	온열치료	엄마	선물	렌탈
29	기사	육아	대회	여성	광고	저녁	음료	헬스장	쿠폰
30	치매	직원	다이어트운동	피부관리	구매	암웨이	다리	의료기기	서비스
31	노후	매트리스	화정동	요가	어깨	판매	선물	쿠폰	기구

척추와 허리 등 차별점이 적절하게 유지되고 있는 가운데
V3 → V4 → V6로 소비자 언급
착실히 이동 중이며
이에 더해 2020년과 2021년
파우체에 대한 언급이 한시적으로 순위 증가

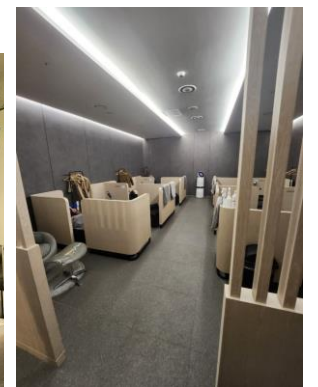
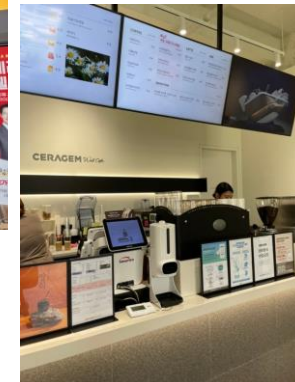
순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 1~5
1	기업	클럽	밸런스	v3	v3	인자	인자	인자	안마
2	기기	밸런스	클럽	클럽	클럽	안마	안마	안마	인자
3	한국	v3	다이어트	밸런스	밸런스	안마의자	안마의자	안마의자	안마의자
4	경제	제품	피부	척추	이정재	마사지	v6	v6	마사지
5	v3	척추	피부관리	건강	척추	척추	마사지	카페	카페
6	온열	화장품	건강	기기	체험	체험	체험	마사지	v6
7	대표	기기	소통	열기	기기	v4	허리	체험	체험
8	의료기기	특허	척추	시스템	허리	허리	척추	음료	시설
9	글로벌	허리	v3	의료기기	팬사인회	하루	구매	척추	기기
10	제품	온열	마사지	통증	마사지	운동	렌탈	운동	안마기
11	건강	인자	일상	온열	의료기기	가전	카페	기기	헬스
12	척추	검증	운동	마스터	광주	통증	파우체	하루	무료
13	마사지기	자택	팔로우	고객	통증	선물	광고	허리	허리
14	중국	골반	인스타그램	운동	온열	인테리어	기기	구매	운동
15	마스터	의학	천안	다이어트	하루	가격	가전	집	음료
16	마케팅	기반	허리	개발	마스터	파우체	할인	안마기	부모님
17	사장	식약청	이벤트	마사지	다이어트	휴식	혜택	렌탈	건강
18	온열치료	척추질환	기기	기획	운동	기능	마스터	무료	마스터
19	노력	자연분만	의료기기	행사	가족	기기	온열	엄마	구매
20	시장	살림	인자	지구	건강	v3	부모님	시설	할인
21	고객	대체의학	식품	중국	집	아침	이벤트	마스터	혜택
22	승인	물리치료	다이어트식품	피부	고객	출시	가격	밥	하루
23	체험	관리	행신역	허리	목동	제품	조건	헬스	어르신
24	브랜드	질환	화정역	나비	피부관리	광고	v4	콘서트	의료기기
25	개발	수술	다이어트그램	필라테스	피부	설명	집	부모님	규모
26	삼성	가정	온열	대전	무료	브랜드	신제품	기구	선물
27	전사	설치	행사	체험	행사	집	의료기기	다리	척추
28	인자	통증	원장	헬스	모델	온열치료	엄마	선물	렌탈
29	기사	육아	대회	여성	광고	저녁	음료	헬스장	쿠폰
30	치매	직원	다이어트운동	피부관리	구매	암웨이	다리	의료기기	서비스
31	노후	매트리스	화정동	요가	어깨	판매	선물	쿠폰	기구

2020년을 기점으로
 기존의 온열치료기에서 안마의자로 회사 전환
 안마의자로서의 회사는 구매 수요가 증가하며
 바디프랜드, 누하스, 코지마 등
 경쟁사와 빈번히 비교 언급되기 때문
 그렇다고 의료기기로서의 포지션이
 약화되었다고는 볼 수 없음

소비자 입장에서 보면 의료기기 대비 안마의자가
 더 좋다는 게 아니라 비교 대상이 애매하기 때문
 또한 2020년 들어 “인테리어” 측면에서의
 고려 의견이 나타났다는 것이 특이점

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 1~5
1	기업	클럽	밸런스	v3	v3	일자	일자	일자	안마
2	기기	밸런스	클럽	클럽	클럽	안마	안마	안마	일자
3	한국	v3	다이어트	밸런스	밸런스	안마일자	안마일자	안마일자	안마일자
4	경제	제품	피부	척추	이정재	마사지	v6	v6	마사지
5	v3	척추	피부관리	건강	척추	척추	마사지	카페	카페
6	온열	화장품	건강	기기	체험	체험	체험	마사지	v6
7	대표	기기	소통	열기	기기	v4	허리	체험	체험
8	의료기기	특허	척추	시스템	허리	허리	척추	음료	시설
9	글로벌	허리	v3	의료기기	팬사인회	하루	구매	척추	기기
10	제품	온열	마사지	통증	마사지	운동	렌탈	운동	안마기
11	건강	일자	일상	온열	의료기기	가전	카페	기기	헬스
12	척추	검증	운동	마스터	광주	통증	파우체	하루	무료
13	마사지기	자택	팔로우	고객	통증	선물	광고	허리	허리
14	중국	골반	인스타그램	운동	온열	인테리어	기기	구매	운동
15	마스터	의학	천안	다이어트	하루	가격	가전	집	음료
16	마케팅	기반	허리	개발	마스터	파우체	할인	안마기	부모님
17	사장	식약청	이벤트	마사지	다이어트	휴식	혜택	렌탈	건강
18	온열치료	척추질환	기기	기획	운동	기능	마스터	무료	마스터
19	노력	자연분만	의료기기	행사	가족	기기	온열	엄마	구매
20	시장	살림	일자	지구	건강	v3	부모님	시설	할인
21	고객	대체의학	식품	중국	집	아침	이벤트	마스터	혜택
22	승인	물리치료	다이어트식품	피부	고객	출시	가격	밥	하루
23	체험	관리	행신역	허리	목동	제품	조건	헬스	어르신
24	브랜드	질환	화정역	나비	피부관리	광고	v4	콘서트	의료기기
25	개발	수술	다이어트그램	필라테스	피부	설명	집	부모님	규모
26	삼성	가정	온열	대전	무료	브랜드	신제품	기구	선물
27	전사	설치	행사	체험	행사	집	의료기기	다리	척추
28	일자	통증	원장	헬스	모델	온열치료	엄마	선물	렌탈
29	기사	육아	대회	여성	광고	저녁	음료	헬스장	쿠폰
30	치매	직원	다이어트운동	피부관리	구매	암웨이	다리	의료기기	서비스
31	노후	매트리스	화정동	요가	어깨	판매	선물	쿠폰	기구

2021년부터 “카페” 키워드가 상위권에 진입
 웰카페를 통한 체험 확산이
 세라젬에 대한 관심 증가에 크게 기여



연관어 순위 기반 주요 포인트 설명

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 1~5
1	기업	클럽	밸런스	v3	v3	의자	의자	의자	안마
2	기기	밸런스	클럽	클럽	클럽	안마	안마	안마	의자
3	한국	v3	다이어트	밸런스	밸런스	안마의자	안마의자	안마의자	안마의자
4	경제	제품	피부	척추	이정재	마사지	v6	v6	마사지
5	v3	척추	피부관리	건강	척추	척추	마사지	카페	카페
6	온열	화장품	건강	기기	체험	체험	체험	마사지	v6
7	대표	기기	소통	열기	기기	v4	허리	체험	체험
8	의료기기	특허	척추	시스템	허리	허리	척추	음료	시설
9	글로벌	허리	v3	의료기기	팬사인회	하루	구매	척추	기기
10	제품	온열	마사지	통증	마사지	운동	렌탈	운동	안마기
11	건강	의자	일상	온열	의료기기	가전	카페	기기	헬스
12	척추	검증	운동	마스터	광주	통증	파우체	하루	무료
13	마사지	자택	팔로우	고객	통증	선물	광고	허리	허리
14	중국	골반	인스타그램	운동	온열	인테리어	기기	구매	운동
15	마스터	의학	천안	다이어트	하루	가격	가전	집	음료
16	마케팅	기반	허리	개발	마스터	파우체	할인	안마기	부모님
17	시장	식약청	이벤트	마사지	다이어트	휴식	혜택	렌탈	건강
18	온열치료	척추질환	기기	기획	운동	기능	마스터	무료	마스터
19	노력	자연분만	의료기기	행사	가족	기기	온열	엄마	구매
20	시장	살림	의자	지구	건강	v3	부모님	시설	할인
21	고객	대체의학	식품	중국	집	아침	이벤트	마스터	혜택
22	승인	물리치료	다이어트식품	피부	고객	출시	가격	밥	하루
23	체험	관리	행신역	허리	목동	제품	조건	헬스	어르신
24	브랜드	질환	화정역	나비	피부관리	광고	v4	콘서트	의료기기
25	개발	수술	다이어트그램	필라테스	피부	설명	집	부모님	규모
26	삼성	가정	온열	대전	무료	브랜드	신제품	기구	선물
27	전사	설치	행사	체험	행사	집	의료기기	다리	척추
28	의자	통증	원장	헬스	모델	온열치료	엄마	선물	렌탈
29	기사	육아	대회	여성	광고	저녁	음료	헬스장	쿠폰
30	치매	직원	다이어트운동	피부관리	구매	암웨이	다리	의료기기	서비스
31	노후	매트리스	화정동	요가	어깨	판매	선물	쿠폰	기구

부모님 선물 관련 언급
최근 높은 순위로 형성

순위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 1~5
1	기업	클럽	밸런스	v3	v3	의자	의자	의자	안마
2	기기	밸런스	클럽	클럽	클럽	안마	안마	안마	의자
3	한국	v3	다이어트	밸런스	밸런스	안마의자	안마의자	안마의자	안마의자
4	①	제품	피부	척추	이정재	마사지	v6	v6	마사지
5	v3	척추	피부관리	건강	척추	척추	마사지	카페	카페
6	온열	외상	건강	기기	체	체험	체험	마사지	v6
7	특정	고연령층	중심으로	소비	열기	기기	v4	허리	체험
8	시스템	허리	의료기기	팬시인화	②	척추	음료	시설	기기
9	통증	마사지	통증	마사지	우동	레탄	우동	우동	우동
10	건강	의자	일상	온열	의료기기	가전	카페	기기	헬스
11	척추	검증	운동	마스터	광주	온열	온열	온열	온열
12	마사지	자택	팔로우	고객	통증	온열	온열	온열	온열
13	중국	골반	인스타그램	운동	온열	온열	온열	온열	온열
14	마스터	의학	천안	다이어트	하루	온열	온열	온열	온열
15	마케팅	기반	허리	개발	마스터	온열	온열	온열	온열
16	사장	식약청	이벤트	마사지	다이어트	온열	온열	온열	온열
17	온열치료	척추질환	기기	기획	운동	기능	마스터	무료	마스터
18	노력	자연분만	의료기기	행사	가족	기기	온열	엄마	구매
19	시장	살림	의자	지구	건강	v3	부모님	시설	할인
20	고객	대체의학	식품	중국	집	아침	이벤트	마스터	혜택
21	승인	물리치료	다이어트식품	피부	고객	출시	가격	밥	하루
22	체험	관리	행신역	허리	목동	제품	조건	헬스	어르신
23	브랜드	질환	화정역	나비	피부관리	광고	v4	콘서트	의료기기
24	개발	수술	다이어트그램	필라테스	피부	설명	집	부모님	규모
25	삼성	가정	온열	대전	무료	브랜드	신제품	기구	선물
26	전사	설치	행사	체험	행사	집	의료기기	다리	척추
27	의자	통증	원장	헬스	모델	온열치료	엄마	선물	렌탈
28	기사	육아	대회	여성	광고	저녁	음료	헬스장	쿠폰
29	치매	직원	다이어트운동	피부관리	구매	암웨이	다리	의료기기	서비스
30	노후	매트리스	화정동	요가	어깨	판매	선물	쿠폰	기구

특정 고연령층
중심으로 소비

오프라인 고객 경험
극대화
본격적 대중화

① 온열치료기로 포지셔닝되어
일부 특정 고연령층을 중심으로 소비

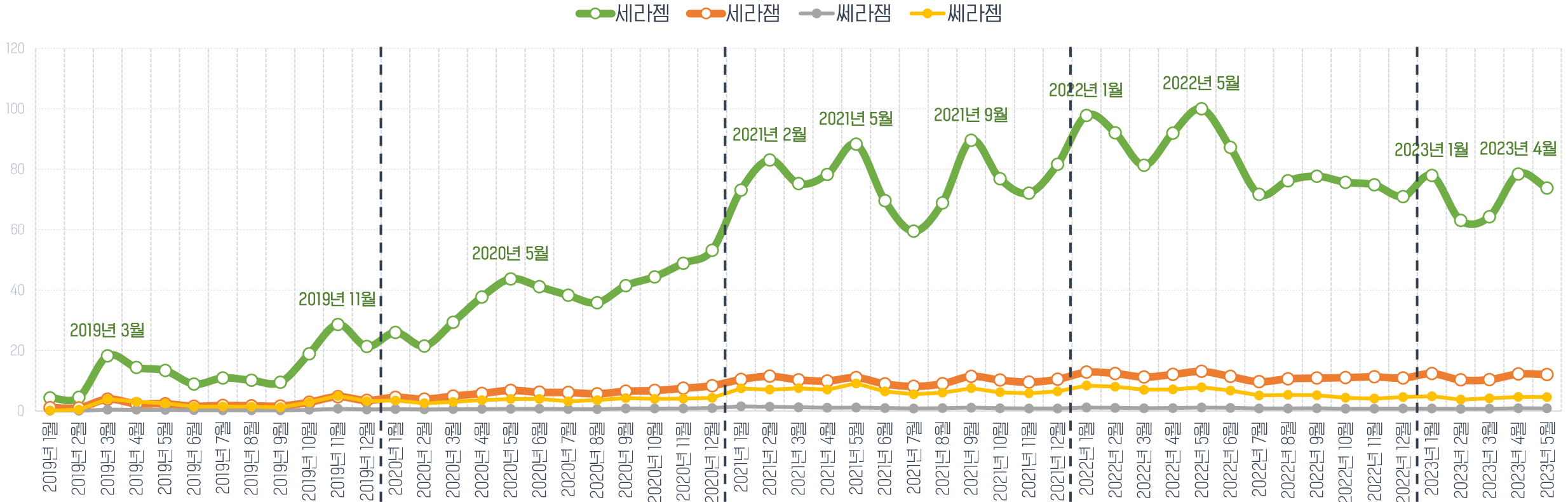
② 적극적인 커뮤니케이션 활동과
웰카페 등 체험 공간 확대로 고객 점점 강화
본격적인 대중화 시동

“네이버 **검색 데이터**를 통해 본 세라젬”

2019-2023.05 세라젬 월간 검색 추이

- 세라젬, 세라젬, 세라젬, 세라젬 등 다양하게 검색되고 있으나, 정식명칭으로 주로 인지
다만, 브랜드명이 어려워 초기 대중화의 속도가 그만큼 빠르지 않았을수도.
- 2022년 상반기까지의 높은 관심 대비 저조한 편이나 최근까지도 비교적 관심 유지 중

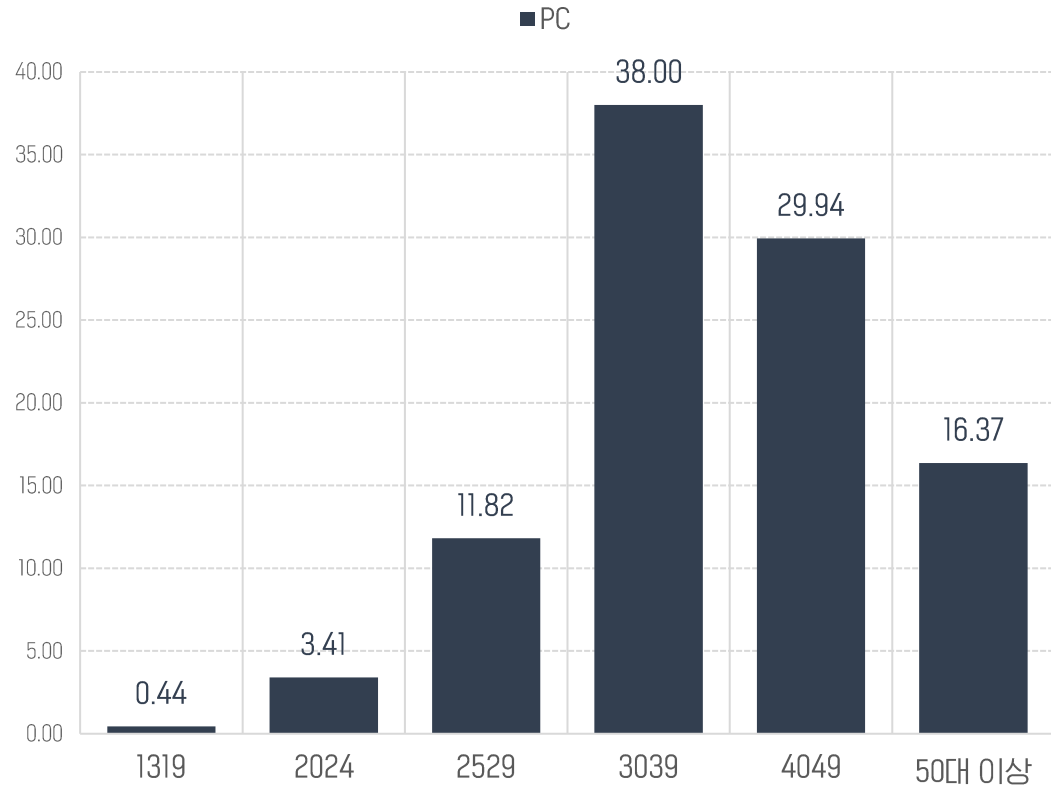
세라젬 월간 검색량 추이



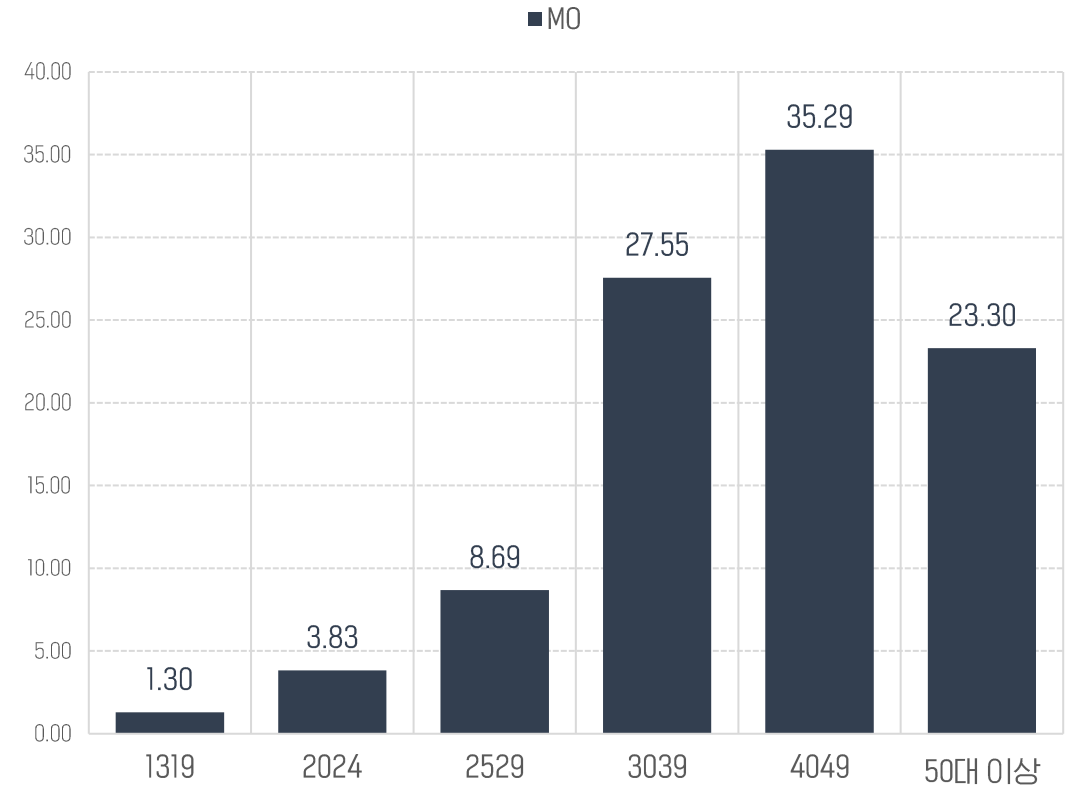
세라젼, 연령별 최근 한 달 간의 검색 비중

- 30대의 수요가 압도적으로 높으며, 모바일 대비 PC 검색 비중이 높음 그만큼 고가격, 고기능성 상품이기 때문에 본격적으로 알아보는 것
- 2529층에서의 검색 비중 10% 수준으로 낮지 않은 편
- 40대는 PC 대비 모바일로 검색하는 비중이 높게 나타남

[PC] 세라젼, 연령별 최근 한 달 간 검색 비중 [%]



[모바일] 세라젼, 연령별 최근 한 달 간 검색 비중 [%]

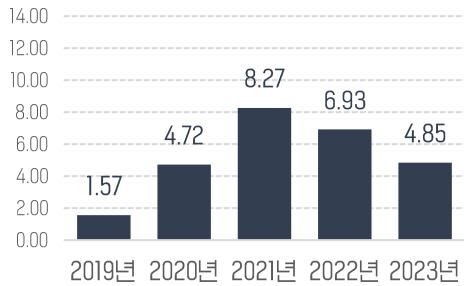


세라젬, 연령별 연간 평균 검색 추이

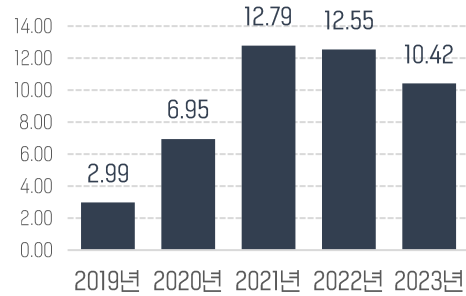
- 10대를 제외하면 비교적 다양한 연령층에서 고른 관심 형성 전반적으로 검색 증가 이후 낙폭이 크지 않음

남자

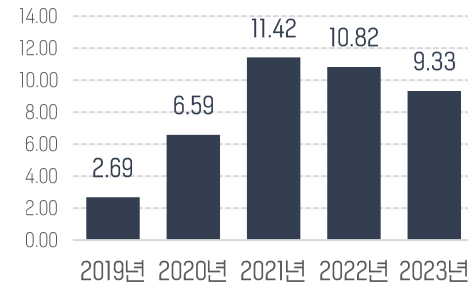
세라젬, 10대 검색 추이



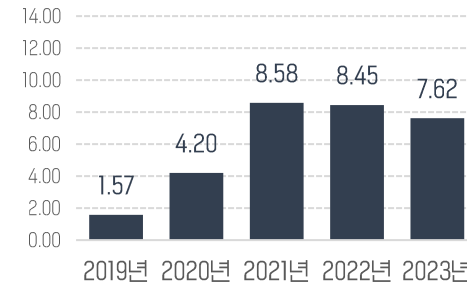
세라젬, 20대 검색 추이



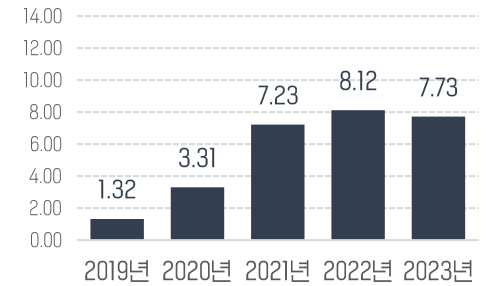
세라젬, 30대 검색 추이



세라젬, 40대 검색 추이

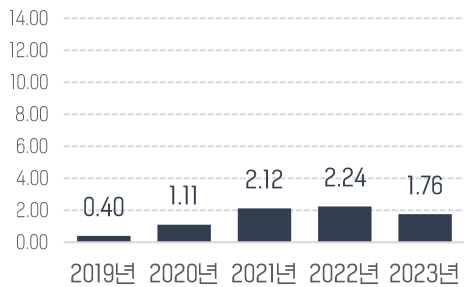


세라젬, 50대 검색 추이

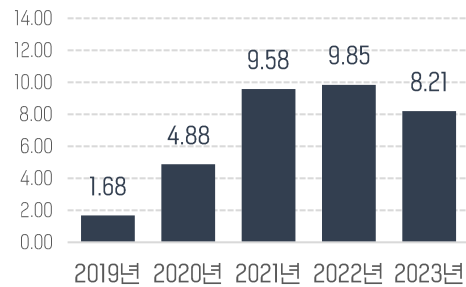


여자

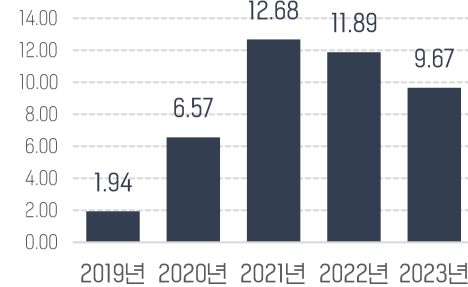
세라젬, 10대 검색 추이



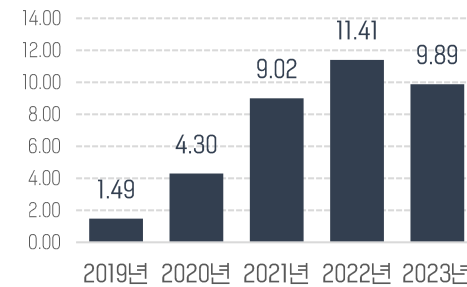
세라젬, 20대 검색 추이



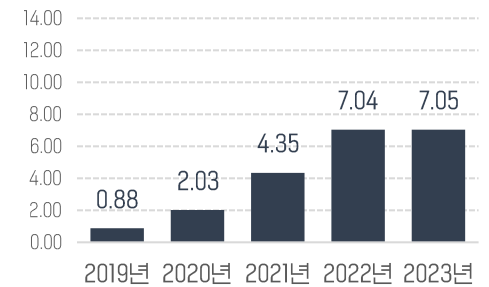
세라젬, 30대 검색 추이



세라젬, 40대 검색 추이



세라젬, 50대 검색 추이



세라젼, 연관 검색어 특징

- 세라젼 키워드의 연관 검색어를 살펴 본 결과, 우선 검색어 수가 26개로 현저히 적고 대구안마의자, 대구세라젼 등 유의미하지 않은 키워드 종류가 더러 눈에 띈
- 세라젼과 가장 연관성 높은 키워드는 '안마의자'로, <세라젼 Vs. 안마의자> 경쟁 관계로 인식되고 있음을 파악 가능하며 입주가전, 신혼가전, 혼수가전 등의 키워드와 연관성이 높은 것도 유의미한 특징

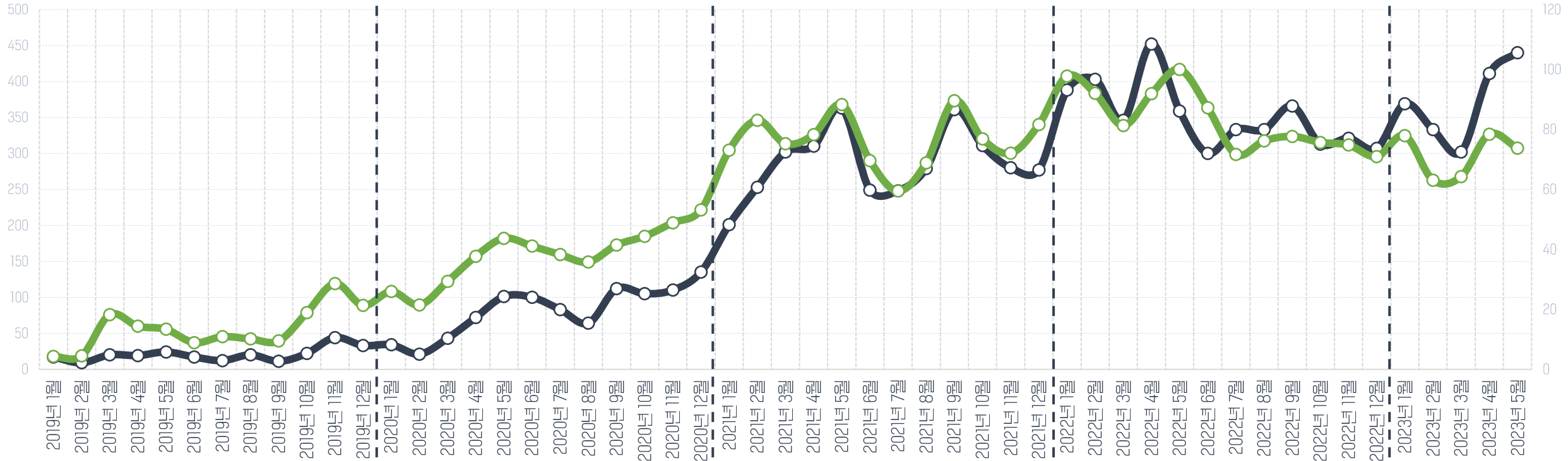
No.	연관키워드	월간검색수 (PC)	월간검색수 (모바일)	월평균클릭수 (PC)	월평균클릭수 (모바일)	월평균클릭률 (PC)	월평균클릭률 (모바일)	경쟁정도	월평균노출 광고수
01	세라젼	20,600	93,900	18.6	703	0.1%	0.82%	높음	15
02	안마의자	15,500	75,700	106.4	974.8	0.75%	1.41%	중간	10
03	대구안마의자	280	280	0.2	1.5	0.08%	0.59%	높음	15
04	세라젼안마의자	1,800	16,800	7.6	297.3	0.47%	2.01%	중간	10
05	입주가전	240	510	2	18.3	0.86%	3.75%	높음	15
06	대구세라젼	70	260	0	0	0%	0%	높음	3
07	세라젼의료기	180	2,070	1.6	47	0.97%	2.41%	높음	14
08	족욕카페	440	5,770	2.8	76.5	0.71%	1.48%	중간	7
09	대구휴대폰성지	920	3,200	17.9	166.5	2.16%	5.86%	중간	10
10	세라젼렌탈	690	5,610	12.8	254	2.01%	4.85%	중간	12
11	세라젼가격	150	1,980	1.2	82	0.84%	4.33%	높음	14
12	대구갤럭시S23	< 10	10	0.4	0	5.41%	0%	높음	5
13	국산족욕기	< 10	30	0.1	3	1.59%	8.83%	중간	11
14	신혼가전	1,370	2,840	7.3	52.8	0.59%	1.97%	중간	13
15	혼수가전	660	1,440	4.3	23.5	0.7%	1.73%	높음	15
16	세라젼안마침대	60	610	0.3	14.8	0.46%	2.52%	중간	7
17	삼성가전	2,670	7,540	6.4	86	0.26%	1.24%	중간	13
18	안마기	5,050	23,500	33.8	283.8	0.72%	1.29%	중간	10
19	세라젼의료기가격	< 10	80	0	7.5	0%	9.87%	중간	11
20	세라젼의료기기	120	370	0.3	14.8	0.25%	4.29%	중간	11
21	접이식침대	5,110	24,300	66.9	717.8	1.41%	3.12%	중간	10
22	세라젼광주	< 10	50	0	0	0%	0%	중간	1
23	세라젼V4	930	4,880	3.9	59.8	0.46%	1.33%	중간	10
24	대구바디프랜드	20	140	0	0	0%	0%	높음	3
25	대구제스파	10	50	0	0	0%	0%	중간	1
26	방방안마의자	70	150	0.4	0.7	0.69%	0.52%	중간	7

2019-2023.05 세라젬 월간 추이 비교

- SNS 언급과 검색 추이가 비교적 유사한 흐름으로 전개

세라젬 월간 추이 비교

● 세라젬 SNS 언급량 추이 ● 세라젬 월간 검색 추이



“세라젬, 경쟁 브랜드와의 위상 점검”

바디프랜드 / 코지마 / 클럭 / 휴플러스 / 메디큐브

브랜드별 연관어 비교 분석

- '클럭' 브랜드의 경우 SNS 상에서는 안마기와 다른 의미로 주로 회자되어 판별 불가능

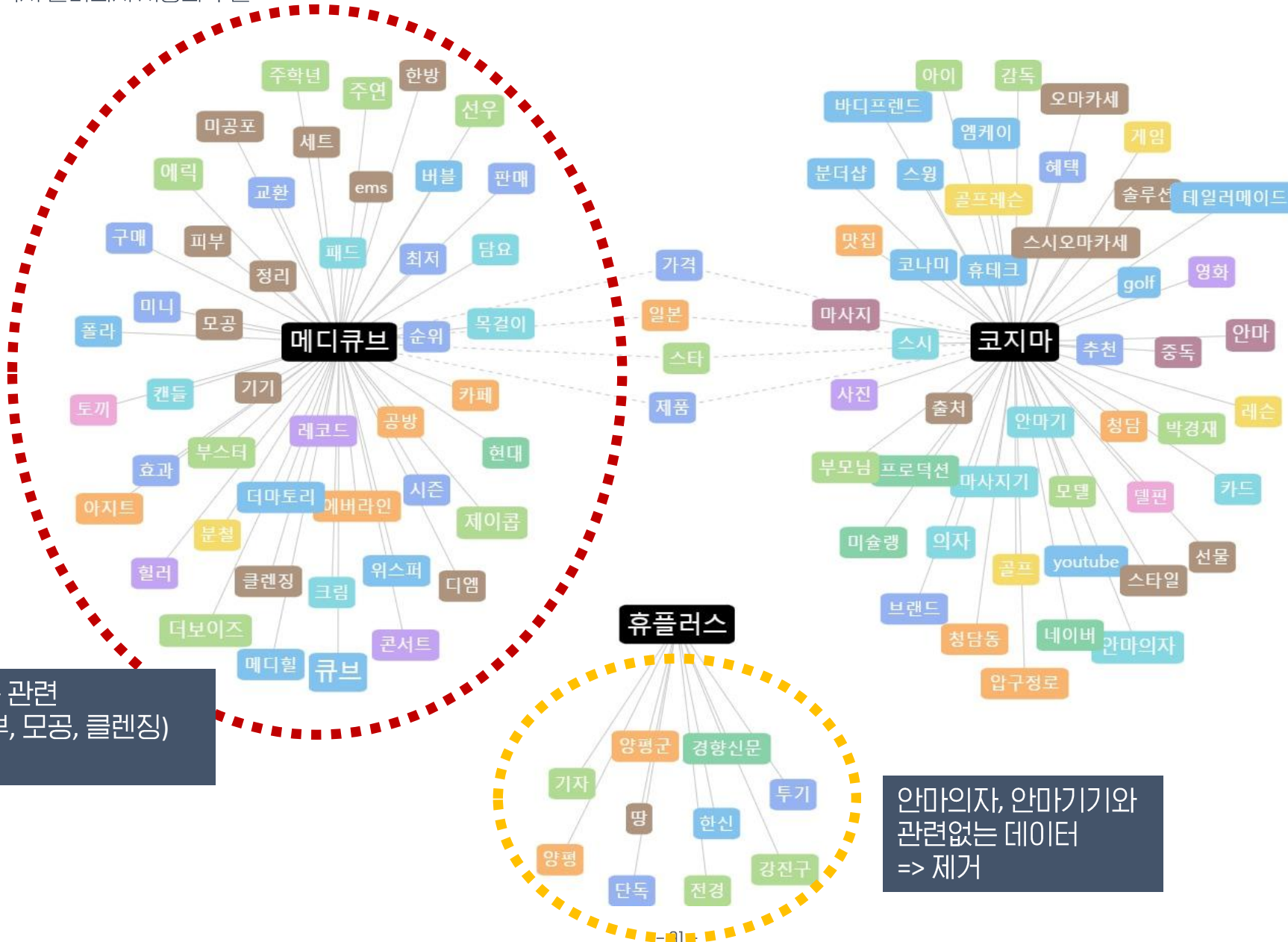


클럭(clock)
CPU의 속도를 나타내는 단위로
안마기에 대한 정보와
노트북 성능에 대한 정보 혼재
=> 제거 필요

안마의자, 안마에 대한 키워드는
세라젬, 바디프렌드에만 존재

브랜드별 연관어 비교 분석

- 휴플러스, 메니큐브 역시 안마의자 시장과 무관



피부관리, 화장품 관련
키워드 산재 (피부, 모공, 클렌징)
=> 제거

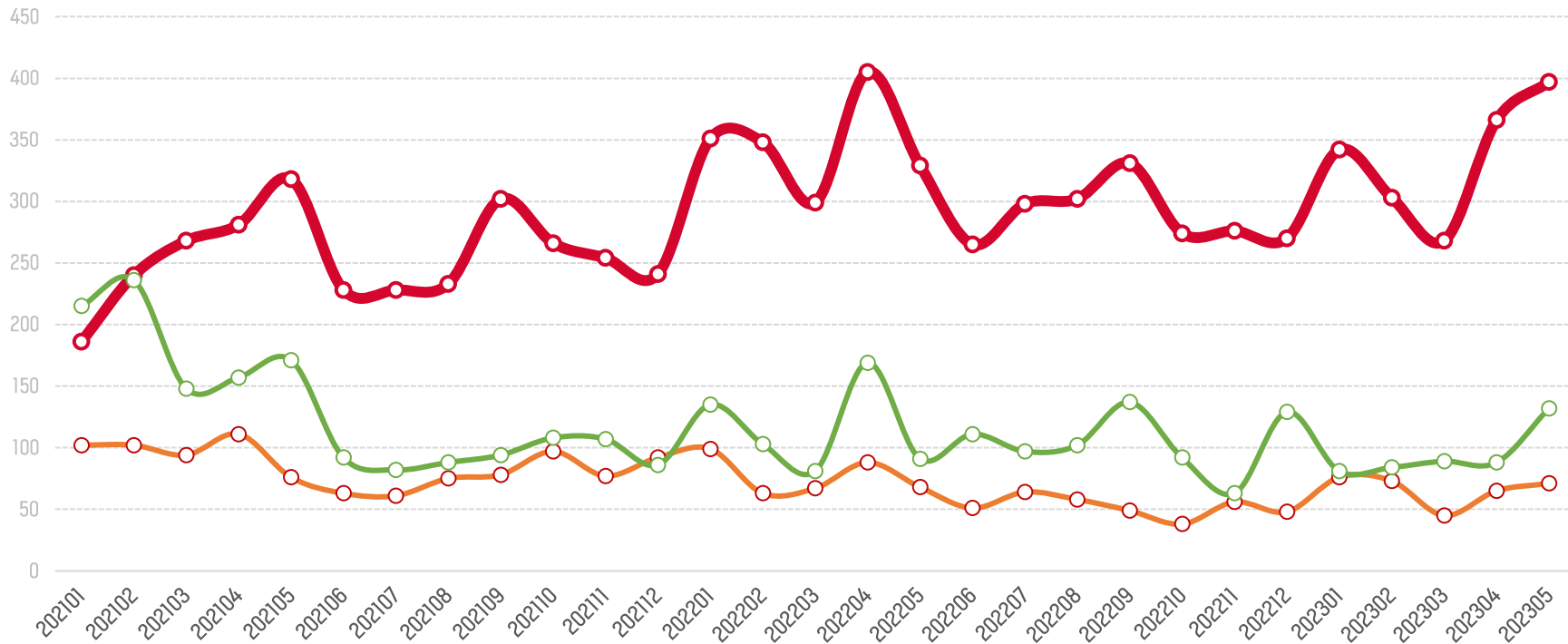
안마의자, 안마기기
관련없는 데이터
=> 제거

브랜드별 언급량 비교 분석

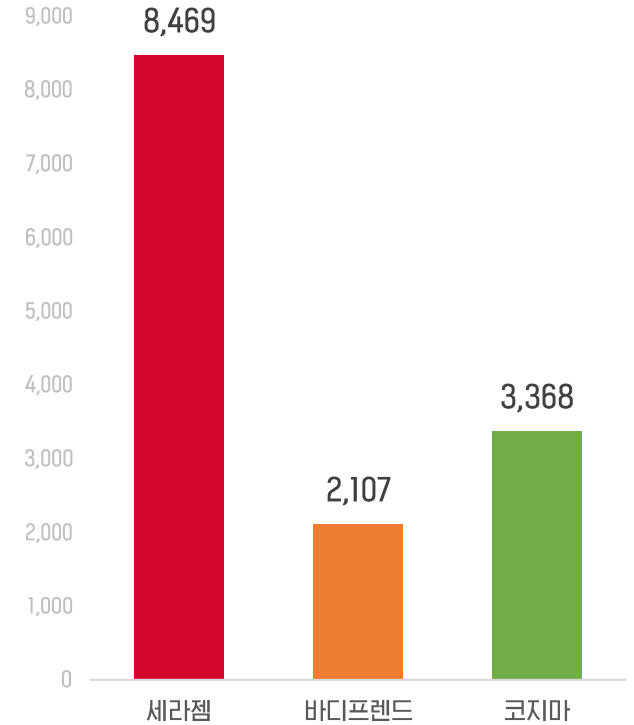
- SNS 상에서 바디프렌드, 코지마 등 경쟁 브랜드 대비 언급량 압도적

2021-2023.05 업체별 월별 추이 분석(커뮤니티 채널)

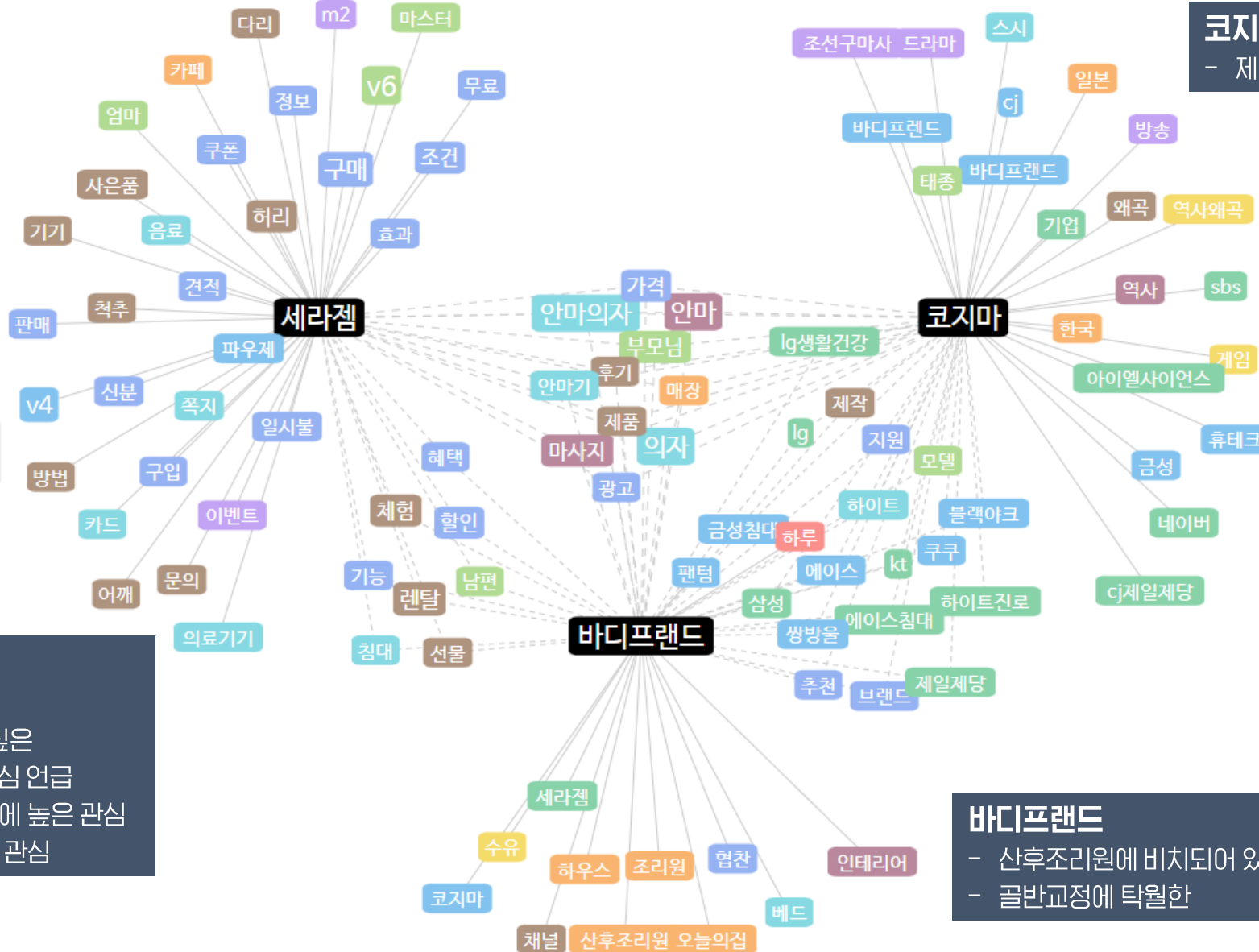
● 세라젬 ● 바디프렌드 ● 코지마



2021-2023.05
업체별 SNS 총 언급량



세라젬 / 바디프랜드 / 코지마 연관어 비교 분석



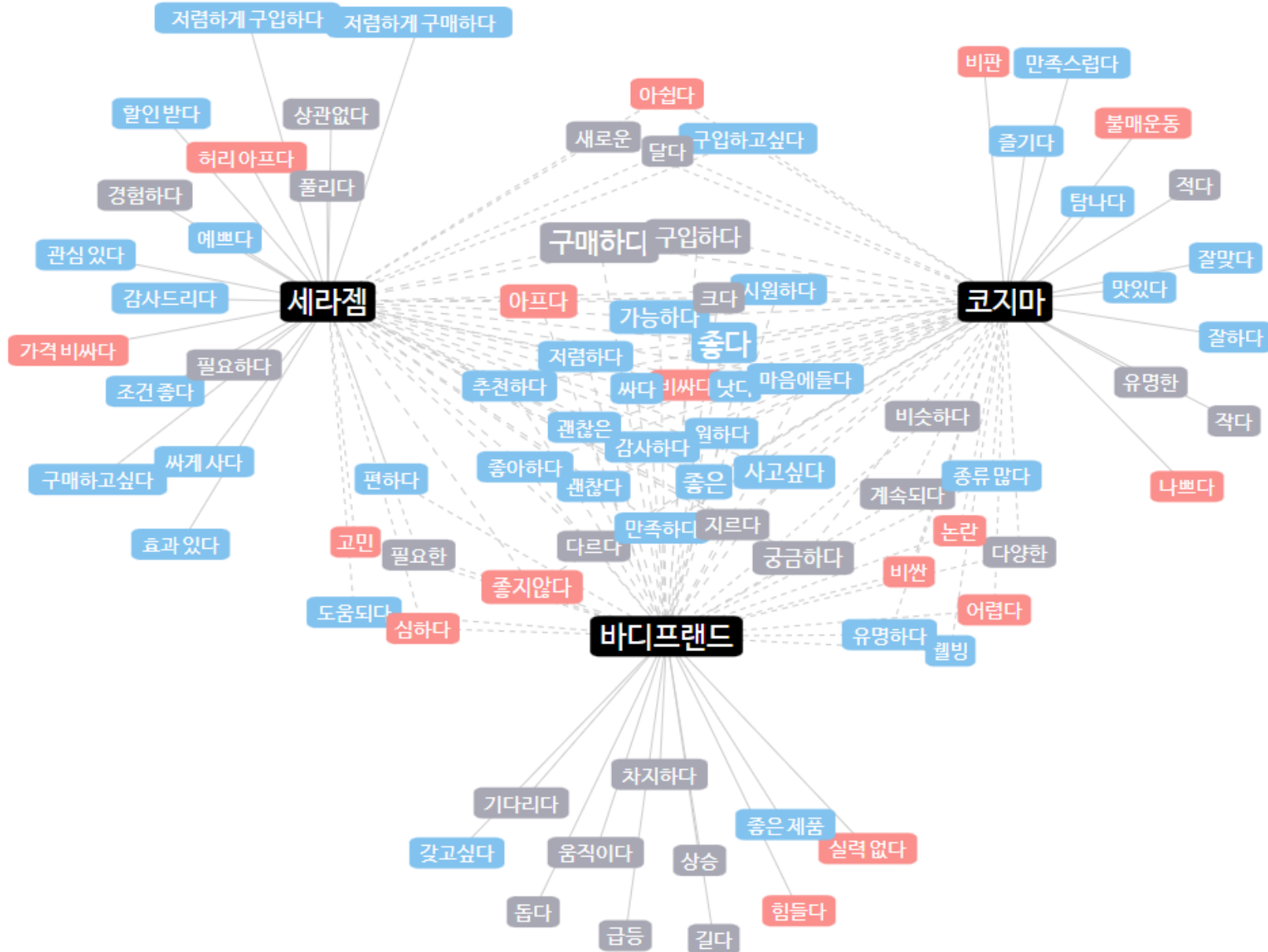
코지마
- 제품과 무관한 언급 다수

세라젬
- 허리디스크에 좋은
- 어버이날 선물하고 싶은
- V4, V6, m2 등 제품 중심 언급
- 구입 혜택, 견적 정보에 높은 관심
- 체험 카페, 활용 쿠폰 관심

바디프랜드
- 산후조리원에 비치되어 있는
- 골반교정에 탁월한

세라젬 / 바디프랜드 / 코지마 감성어 비교 분석

- 최근의 인기를 반영하듯 세라젬에 대한 감성어 상대적으로 풍부하게 형성



Our Status Diagnosis 02

언급 내용 상세 분석을 통한, 세라젬 위상 진단

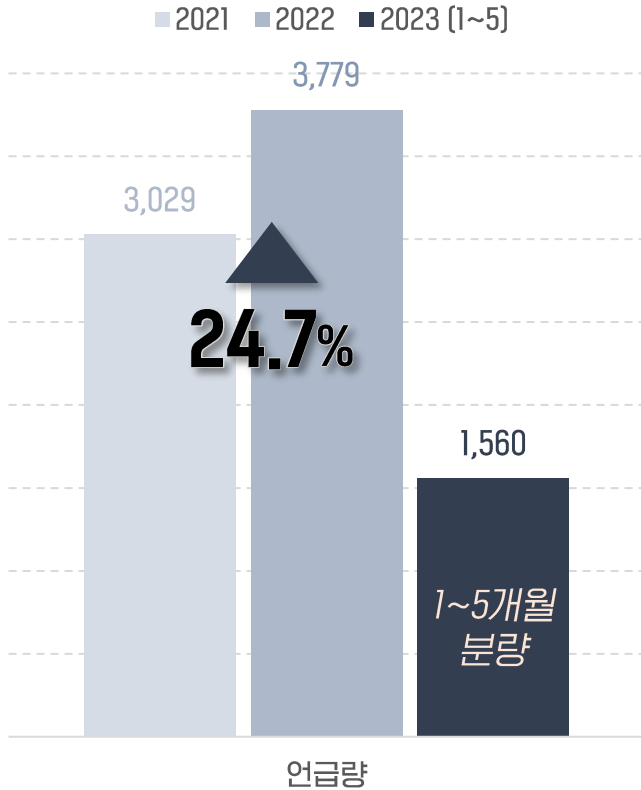
“지금부터는, 『세라젬』 언급 내용, 즉 **원문 심층 분석 결과**”

- 데이터 추출 기간 : **2021.01 ~ 2023.06**
- 데이터 추출 채널 : **SNS 커뮤니티**
- 데이터 분석 규모 : **총 8,368건**

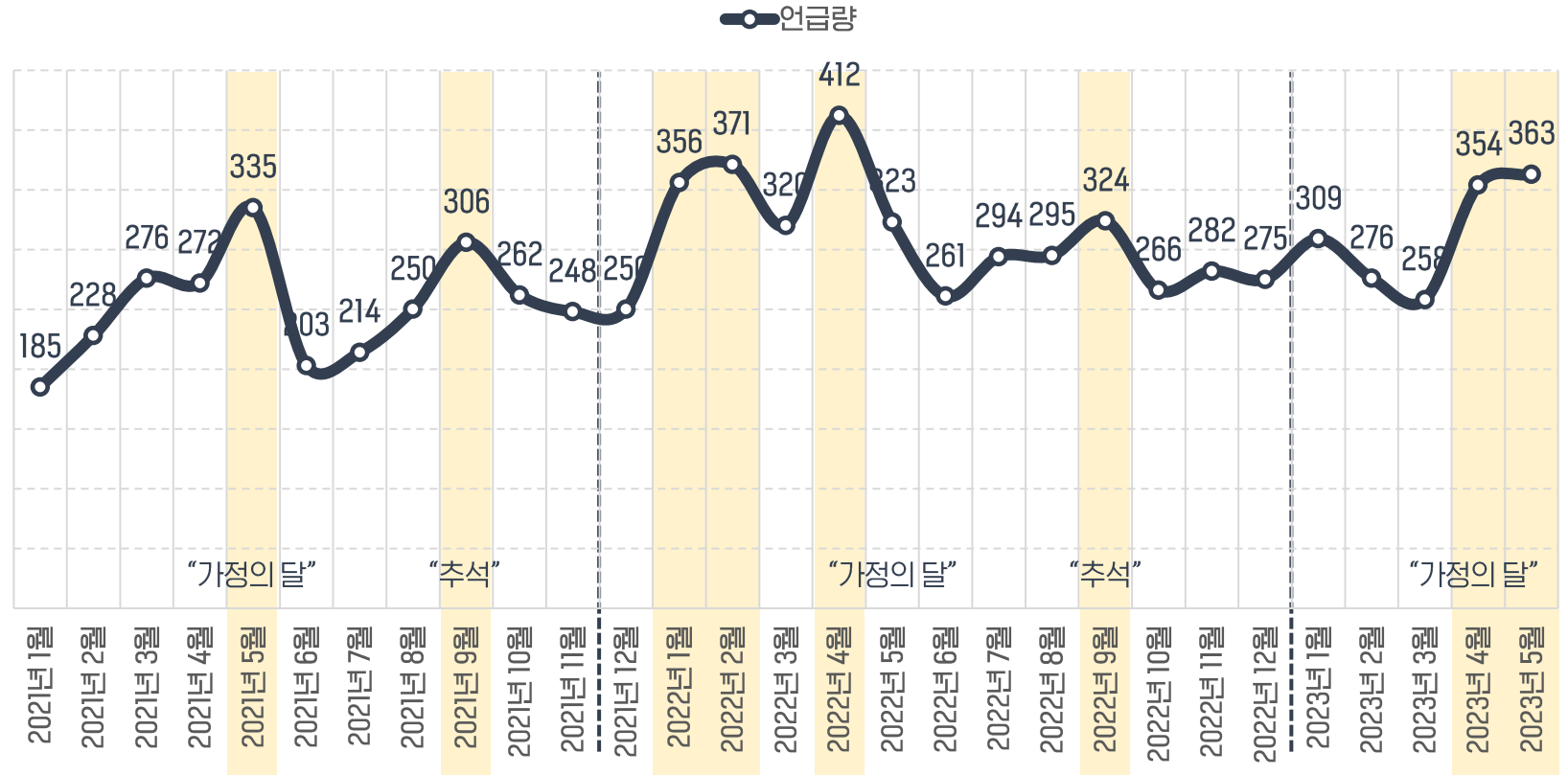
세라젯 SNS 커뮤니티 언급량 2021년 대비 2022년 24.7% 증가

- 가정의 달과 추석, 설/구정 등 명절 시즌에 언급량 증가 경향

SNS 커뮤니티 언급량 추이 (단위:건)



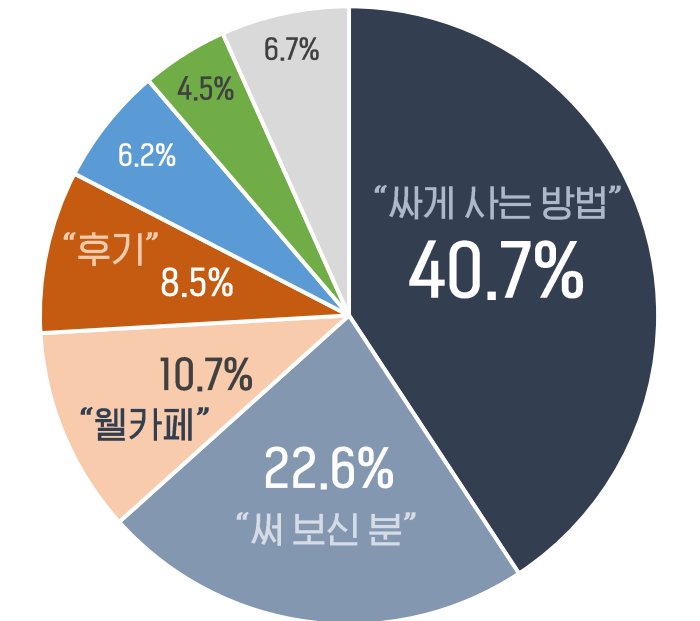
2021.01 ~ 2023.05 SNS 커뮤니티 월간 언급량 추이 (단위:건)



전체 언급 내용을 그룹화 해 보면 40.7%가 할인 혜택 등 “싸게 사는 방법”에 대한 문의

- 그 외 기존 사용자의 만족도 등 후기를 듣고 싶다는 내용이 22.6%로 2위를 차지하였고 웰카페에 대한 언급이 10.7%로 3위, 사용해 본 후기를 공유한 내용이 8.5%로 4위 차지
- 4.5% 형성된 산후조리원 후기 내용은, 산후조리원에 비치된 세라젬을 이용해 봤다는 단순 언급으로 원문 자체에서 인식이나 태도를 엿볼 수 있는 내용은 아니었으나, 구매 동기가 되고 있는 점을 감안하여 규모 확인 정도로 활용

세라젬 SNS 커뮤니티 언급 내용 구조 (base=8,368건)



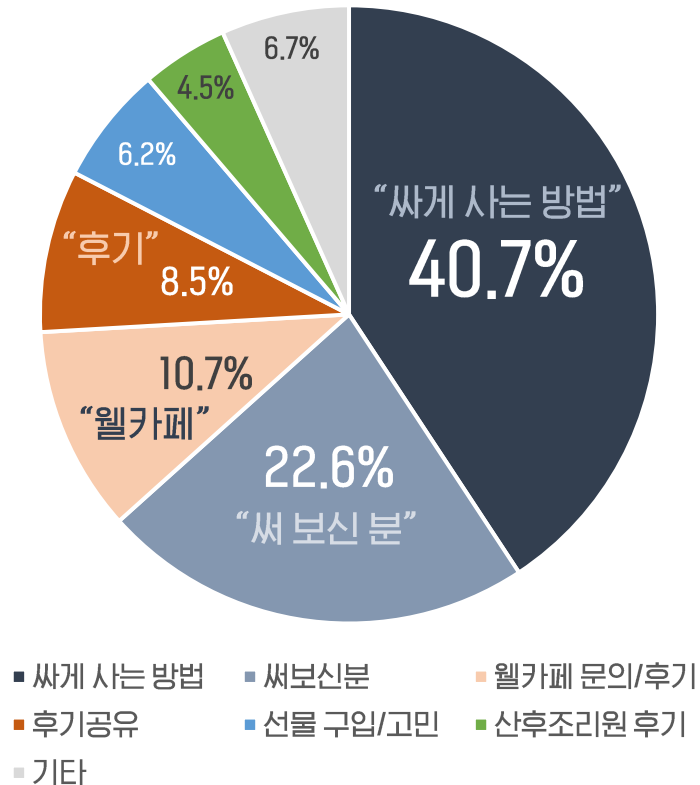
- 싸게 사는 방법
- 써보신분
- 웰카페 문의/후기
- 후기공유
- 선물 구입/고민
- 산후조리원 후기
- 기타

구분 항목	비중	구분 내용
싸게 사는 방법	40.7%	할인 정보, 구매 팁 문의 및 일시불/렌탈 중 어떤 방법이 나은지 문의 등
써보신분	22.6%	기존 이용 경험이 있는 불특정 다수를 향한 만족도 문의
웰카페 문의/후기	10.7%	웰카페 이용 경험, 위치, 쿠폰 사용 관련 문의 등
후기공유	8.5%	기존 이용 고객들이 남긴 후기
선물 구입/고민	6.2%	부모님 선물, 명절 선물, 출산 선물로 구입했다는 내용이나 괜찮은지 묻는 내용
산후조리원 후기	4.5%	산후조리원 이용 후기 중 세라젬 이용 경험이 포함
기타	6.7%	프로모션 공유, 중고 거래 문의, 결합할인 동반자 요청, 광고/모델 언급 등

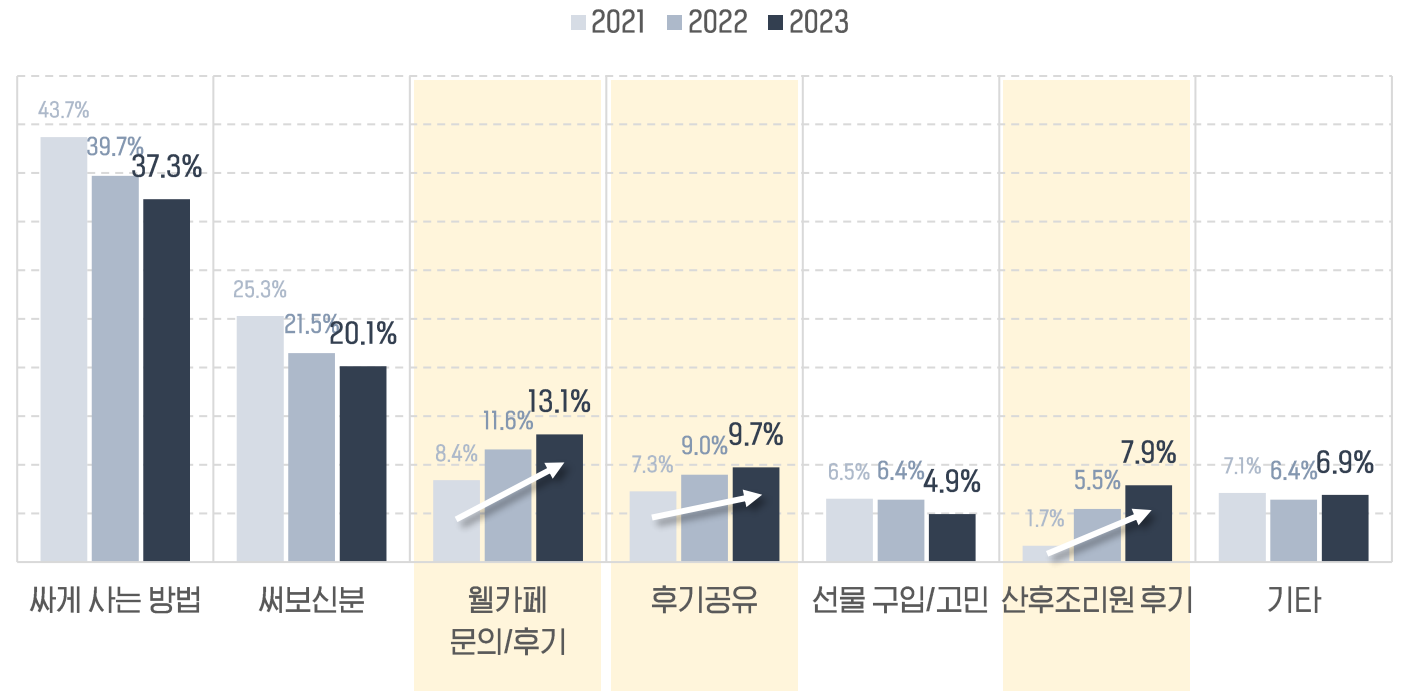
각 항목별 연간 추이를 보면 월카페 관련 언급, 후기 공유, 산후조리원 후기 등 이용 경험/체험에 대한 언급 비중이 증가

- “싸게 사는 방법”, “써보신분” 등 항목은 언급 비중이 줄었으나, 전체 언급량이 증가 영향으로 실제 언급량은 증가

세라젬 SNS 커뮤니티 언급 내용 구조 (base=8,368건)



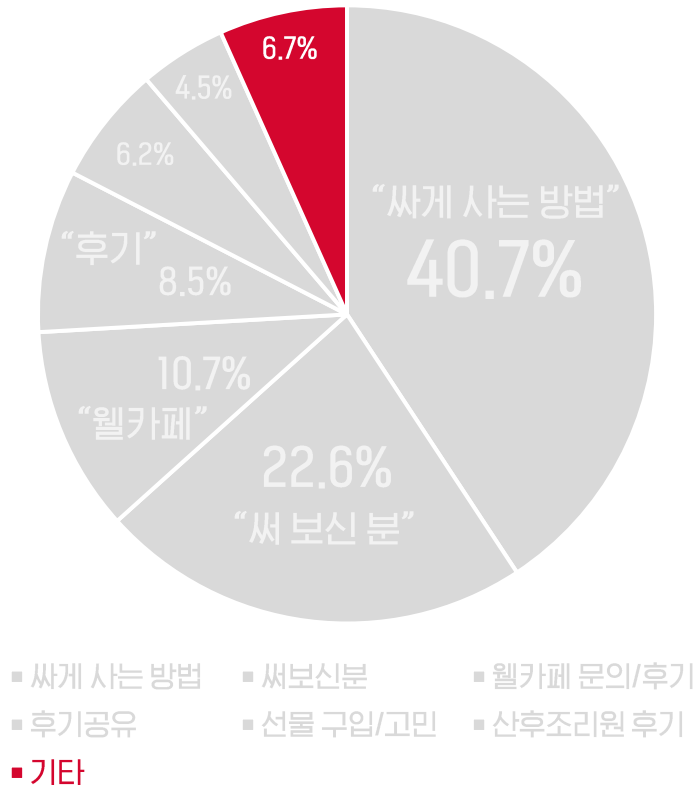
세라젬 커뮤니티 언급 구조 비중 연간 비교



[기타] 카테고리 세부 항목 중고/리퍼 제품 문의, 함께 결합할인 이용할 사람 모집 글

- 기존 이용자들이 중고로 판매 가능한지 묻거나 잠재 구매 고객들이 중고나 리퍼 제품으로 구입할 수 있는지를 묻는 내용들이 다수 형성
→ 의료기기로 분류되어 당사자 간 거래가 제한되는 제품 특징에 따른 소비자 반응
→ 리퍼 제품의 경우 세라젬에서 자체적으로 판매하는 이벤트성에 한정
- 그 외 V시리즈와 파우제 제품을 함께 구입 시 할인해주는 세라젬 이벤트 소식을 듣고 함께 구입할 사람이 없는지 찾는 내용 형성

세라젬 SNS 커뮤니티 언급 내용 구조 (base=8,368건)



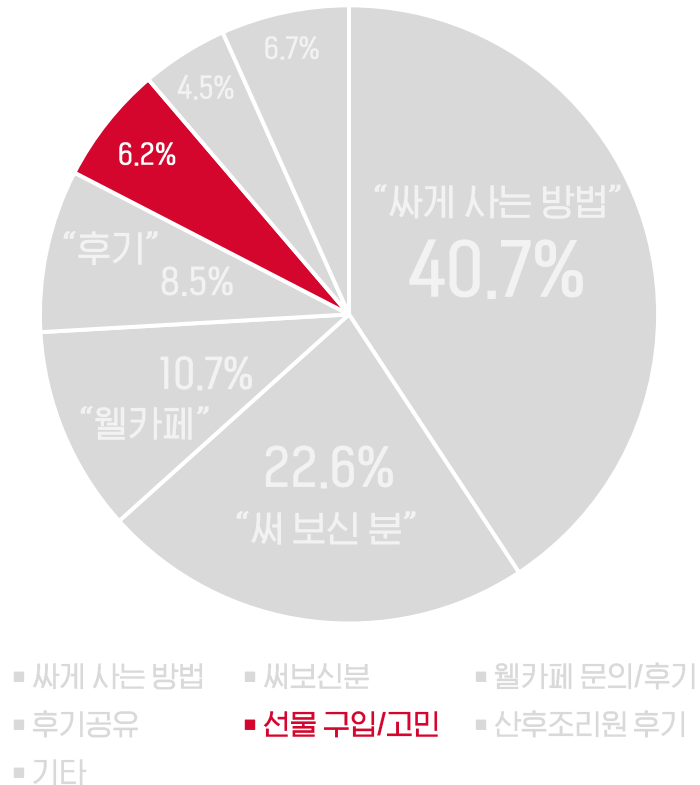
구분 항목	비중	구분 내용
프로모션 공유	24.4%	프로모션, 이벤트 정보를 단순히 공유하는 게시물
중고 거래 문의	22.3%	사용하던 제품을 중고로 처분하고 싶다거나, 중고 제품을 구입하고 싶다는 언급 내용
결합할인 동반자 요청	17.2%	V6 등과 파우제 등을 함께 구입하면 할인해주는 결합 혜택을 타인과 이용하려고 찾는..
광고/모델 언급	10.6%	TVCF, 광고 음악, 광고 모델 등에 대한 언급
매장 위치 문의	9.4%	구입 or 체험 목적으로 매장 위치를 묻는 질문
리퍼 구매 관심/후기	7.4%	세라젬에서 판매하는 리퍼 제품을 구입해도 괜찮은지 묻거나 구입 후기 공유
사고싶다	5.1%	단순히 제품을 사고싶다는 언급 다수
운반 방법/이사	3.6%	집을 이사하거나 부모님댁에 있는 제품을 옮기려고 할 때 이동 할 수 있는 방법 문의

- ✓ 의료기기 특성 상 소비자 간 중고 거래가 제한되는 요소는, 중고거래가 활성화된 최근 트렌드에 입각해 보면 구매를 망설이는 이유로 작용 가능, **리퍼 판매/보상 판매를 추진**해 볼 수 있을 듯하며
- ✓ 불특정 다수와의 결합할인 수요를 수용해 **공동구매, 친구추천 등 프로모션 형태로 대응**하는 것도 시장 확장 측면에서 어느 정도 유용할 듯 (단, 기존 정가 구매 고객들과 중첩되는지 확인 필요)

[선물 구입/고민] 카테고리 세부 항목 부모님, 출산 선물, 나를 위한 선물 등 대상 다양화

- 아직은 대체로 부모님 선물용으로 주로 거론되고 있으나, 과거 대비 대상이 다양해지고 있다는 것이 긍정적
- 특히 단순히 필요해 구입한다는 내용 외, “나를 위한 선물”의 의미에는, 비싼 가격에 대한 합리성 뿐만 아니라 그만큼 애정이 높은 제품이라는 것을 암시하기도.

세라젬 SNS 커뮤니티 언급 내용 구조 (base=8,368건)



구분 항목	비중	구분 내용
선물 구입 결정	28.0%	부모님 등 선물로 세라젬을 구입했거나 구입 결정했다는 언급 내용
선물 고민	72.0%	부모님 등 선물로 세라젬을 구입해도 괜찮을지 고민 중이라는 언급 내용

“시댁 세라젬v3헤드리려는데 괜찮나요”

“어르신 팔손 선물 세라젬 vs 바디프렌드 둘다써보신분 추천좀”

“세라젬 결합혜택으로 양가 추석 선물 준비해 볼까..”

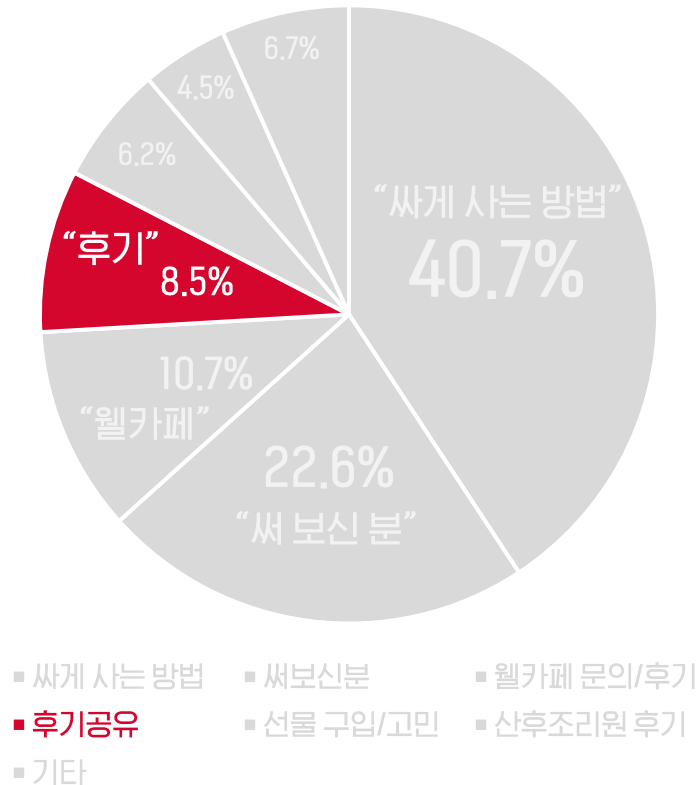
“엄마가 예비시댁에 결혼선물을 보내고 싶어하시는데”

“엄마가 추석선물로 세라젬 안마의자 사달래요 ㅋㅋ”

[기존 User 후기] 카테고리 세부 항목 대체로 긍정적인 평가이나, 일부 소음 등 불만족 존재

- 불만족 내용은 후기 내용(711건) 중 4.2%에 불과하며, 전체 언급량(8,368건)을 기준으로 보면 0.4% 수준으로 적은 편이나 내용 중, “세라젬을 이용하고 오히려 더 몸에 문제가 생겼다” 같은 다소 심각한 수준의 내용도 존재해 관리가 필요할 듯
- 현재는 제품에 대한 관심이 높아지고 있는 시점이라 사용 후기 대비 “사고 싶다”는 언급 내용들이 많아, 불만 역시 미미하게 수집되나, 향후 이용률이 증가했을 때는 적지 않은 영향을 미칠 수 있음에 주의 필요

세라젬 SNS 커뮤니티 언급 내용 구조 (base=8,368건)



구분 항목	비중	구분 내용
사용기	72.9%	현재 사용 중인데 만족한다는 내용 대부분
구입 결정 공유	20.1%	방금 계약하고 왔다는 내용 대부분
불만족	4.2%	이용 중인데 마음에 들지 않는다는 내용
흔수	1.5%	흔수로 구입했다는 내용
세라케어	1.3%	세라케어에 대한 이용 경험 및 후기

“3대나 샀는데 as진짜 엉망이에요. 기계 문제 생기니 렌탈 기간인데도 본인부담으로 고치라네요.”

“세라젬 구입했는데.. 한달쯤후부터 소음이 나요.”

“V6 구매해서 설치했는데, 서브매트 펼 때 바퀴 들어가는 소리가 거슬리네요.”

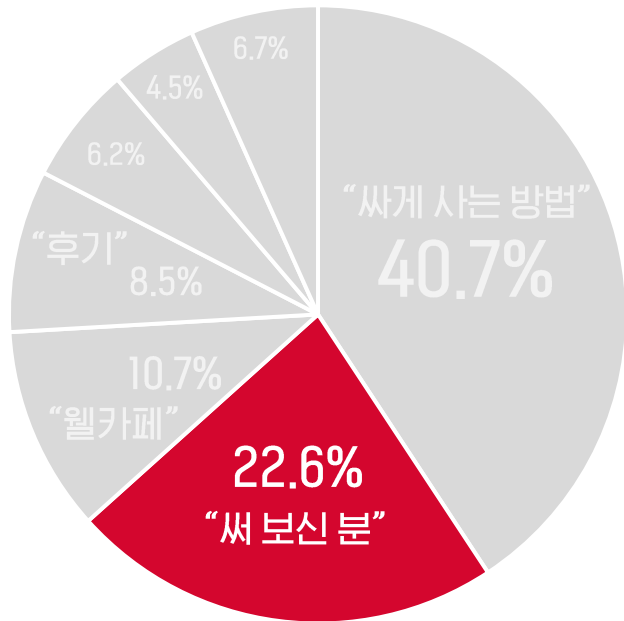
“세라젬을 하고 전에도 몇 번 아팠다가 한의원 가서 침 맞았고요 그 뒤로 안 하다가 오늘 했는데 세라젬에서 일어나질 못해서 옆으로 굴러 떨어지면서 일어났고ㅠ거의 기어서 침대에 누웠어요”

“어제 세라젬에 3시간정도 누워서 몸도지지고 안마 받았는데 오늘 몸살 났어요ㅜㅜ”

[써보신분] 카테고리 세부 항목 어떤 제품을 구입할지 고민하는 내용 32.0%

- 제품 선택 고민에 대한 내용은 경쟁사와 세라젯을 비교하는 내용도 있으나, **세라젯 브랜드 안에서 고르는 고민도 적지 않게 차지**
- 또한, 세라젯에서 특징점으로 내세우는 허리디스크 등 질병에도 정말 효과가 있는지 질문하는 비중도 16.5% 차지
- 그 외 색상 고민이나 소음 문의 등으로 구성

세라젯 SNS 커뮤니티 언급 내용 구조 (base=8,368건)

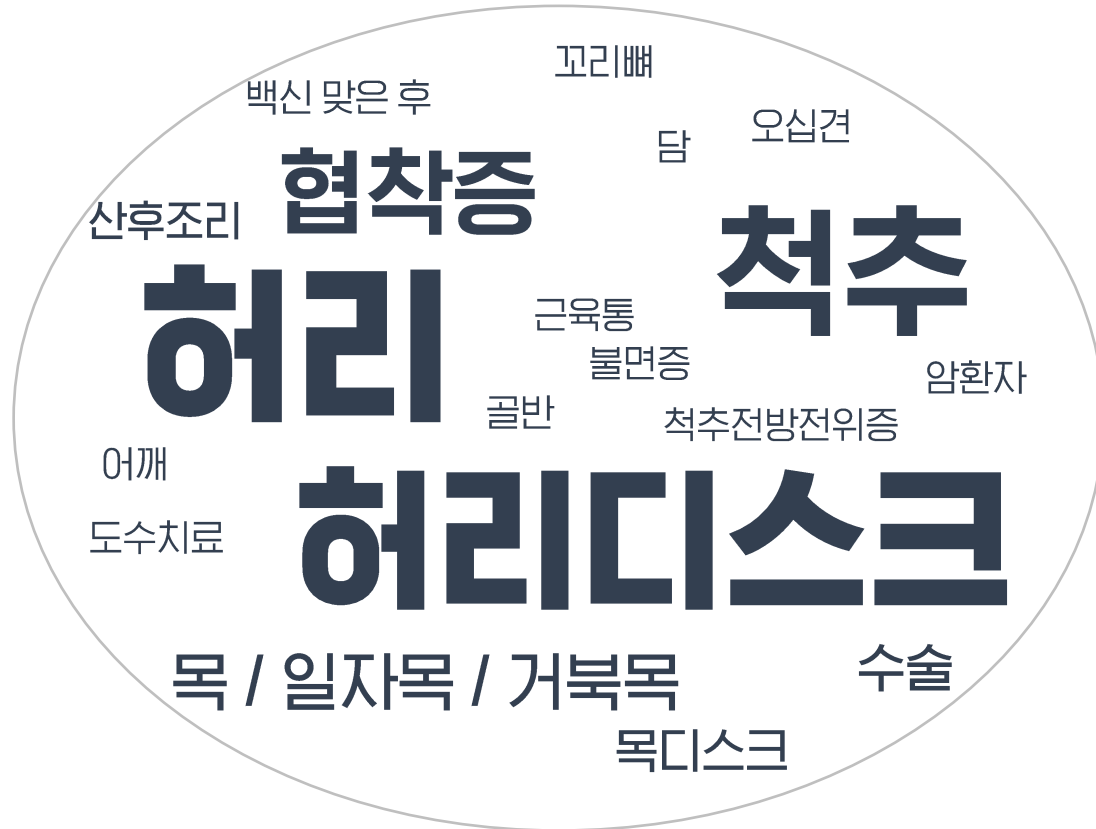


- 써게 사는 방법
- 써보신분
- 월카페 문의/후기
- 후기공유
- 선물 구입/고민
- 산후조리원 후기
- 기타

구분 항목	비중	구분 내용
제품 선택 고민	32.0%	자사 제품 중 어떤 것을 선택할지, 자사와 타사 제품 중 고민 등
만족도 문의	29.8%	기존 이용자들에게 만족하는지, 사도 되는지 문의
질병 효과	16.5%	허리디스크, 협착증 등에 실제로 좋은지, 환자가 써도 되는지 등
구입 고민	5.9%	구입을 할지 말지에 대한 단순 고민
색상 고민	3.2%	어떤 색상을 구매해야 하는지에 대한 고민
충간소음/소음 문의	2.5%	충간소음이 있는지, 일반 소음이 있는지 등
기능/성능 문의	2.5%	작동 방법 등 문의
기타	7.6%	사은품 선택 고민, 출산 후 사용해도 되는지, A/S 문의, 공간/사이즈/위치 문의 등

[써 보신 분-질병 효과] 상세 내용 주로 허리디스크 & 척추 관련 내용으로 구성

- 그외 목, 등의 부위나 암환자 사용 문의, 산후조리 용도로서 활용 문의, 심지어 백신 맞은 후 사용 가능 문의 등 다양하게 구성



“허리 디스크 수술한 허리아픈 엄마 선물 하려는데요
안마의자랑 세라젬 중에 뭐가 나올까요?”

“세라젬 v6 산후조리용으로 괜찮으려나요?”

“디스크땀에 고생한지 십년도 넘은거 같은데 ㅠㅠ
운동 좀 하면 안아프다가 한번 아프면 며칠가고 그러네요
세라젬 사다가 매일 하면 효과 있을까요?”

“세라젬, 허리상태에 따라 써야한다는데..”

“허리에는 좋다고 한것 같긴한데.. 목디스크도 좀 도움이 되려나요?”

“목이랑 어깨쪽 만성 통증이라 하나 사볼려고하는데”

“실제 사용하시고 허리 더 안좋아졌다는글 이 꽤 있더라구요”

“목디스크가 있어서 견인기능 추가된 v6로 할까하다가도 v4랑 가격차이가 많이나서”

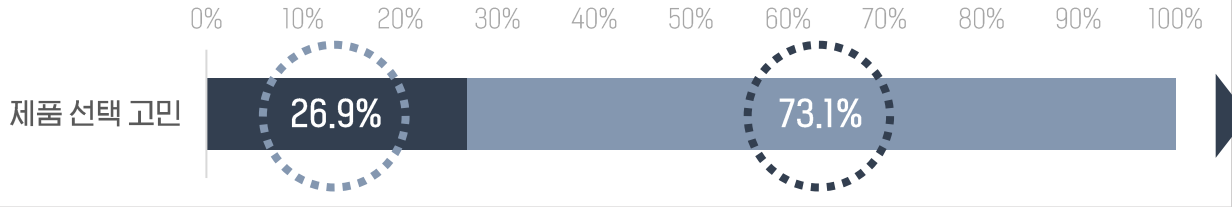
[써 보신 분-제품 선택 고민] 상세 내용

고민 내용 중 자사 제품 간 고민이 26.9% 차지

- 자사 제품에 대한 고민 중 절반 이상이 “세라젬” 등 기업명으로 언급하고 있는 것이 특징이며, 제품 중에서는 V4와 V6 사이에서 주로 고민
- 제품 선택 고민 중, 다른 상품과 세라젬을 고민하는 비중은 73.1%이며 대체로 바디프랜드 제품과 구입 고민 중

“제품 선택 고민” 언급 내용 구조 (base=605)

■ 세라젬, 자사 제품 중 고민 ■ 다른 상품과 고민



브랜드명	비중
세라젬	58.3%
V4, V6	19.0%
V6	4.9%
파우제	4.3%
V4	3.7%
세라봇	3.1%
V4, 파우제	2.5%
V6, V7	1.8%
V4, V6, V7	1.2%
발마사지기	0.6%
V6, 파우제	0.6%
총합계	100.0%

경쟁사 언급 브랜드 / 제품	자사 언급 브랜드 / 제품										총합계
	세라젬	V6	V4, V6	파우제	V4	V7	세라봇	V4, 파우제	V6, 파우제	~	
바디프랜드	28.3%	26.5%		18.2%	26.3%	20.0%		100.0%	33.3%		120
안마의자	24.9%	26.5%		9.1%	21.1%						101
누하스	4.0%			45.5%					66.7%		26
코지마	5.8%	8.8%			5.3%						24
바디프랜드, 코지마	4.6%	5.9%	33.3%								20
누기베스트	2.0%	11.8%			5.3%	70.0%					19
클럭	4.6%										16
바디프랜드, 휴테크	2.9%	2.9%			5.3%						12
리클라이너 의자	2.3%			9.1%	5.3%						11
코지마, 휴테크	2.0%	2.9%			5.3%	10.0%					10
바디프랜드, 휴테크, 코지마	2.6%				5.3%						10
휴테크	2.0%	2.9%									8
미건라이프	1.4%				5.3%						6
오섬	1.2%		33.3%	4.5%							6
안마기	1.7%										6
바디프랜드, 누하스	1.2%										4
건식반식욕기	0.9%										3
브람스	0.3%			9.1%							3
파나소닉	0.3%	2.9%									2
휴테크, 오섬	0.6%										2
자동차	0.6%										2
에브리봇							66.7%				2
3H지압침대	0.3%	2.9%									2
명품백	0.6%										2
식기세척기					10.5%						2
바디프랜드, 휴테크, 코지마, 오섬	0.3%										1
~											
총합계	346	34	3	22	19	10	3	1	3		442

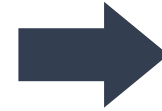
세라젬 Vs 바디프렌드 28.3%



기업 브랜드 Vs. 기업 브랜드

브랜드 간 경쟁 구도로 소비자 인식, 평범한 상황 양 쪽을 동일한 카테고리 인식 (안마의자, 안마기)

세라젬 Vs 안마의자 24.9%

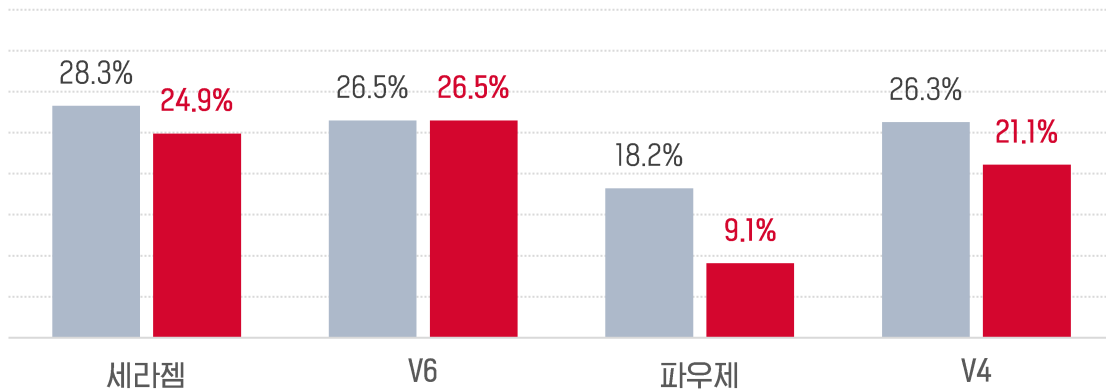


기업 브랜드 Vs. 카테고리

자사 브랜드와의 경쟁 범위를 카테고리로 인식, 세라젬은 기존 안마의자와 다르다는 인식 기반.
대표 상품인 V 시리즈가 누워서 받는 찜질 형태로, 의자 Vs. **침대**, 안마 Vs. **찜질**로 구분해 경쟁하는 상황

언급 제품별 “바디프렌드”, “안마의자”와 경쟁하는 비중

■ Vs. 바디프렌드 ■ Vs. 안마의자



“ 세라젬이라는 기업 브랜드는 물론 V6, 파우제, V4 등 제품 브랜드 역시 바디프렌드 등 기업 브랜드와의 경쟁 못지않게 안마의자라는 카테고리와 치열히 경쟁하는 중 ”

아.. 그게.. 뭐였..지?

척추온열침대?

안마의자?

온열치료기?

척추온열기기?

안마기?

안마침대? 의료기기?

온열안마기?

온열안마기?





“소비자가 자사의 브랜드와 카테고리를 비교한다는 것은 세라젬이 기존 카테고리 대비 **차별적**이라는 긍정의 메시지

하지만, 반대로 보면

딱히 세라젬 제품을 부를만한 『**이름**』(카테고리 명)이 없다는 것”

“특허 기술이 적용된 **척추 온열 치료기**”
“누워서 즐기는 **척추 온열 의료기기**”

- 세라젼 제품 소개에서 발췌 -

“세라젼은 분명히 출시 당시부터 제품에 이름을 붙여 주었지만
소비자들에게 세라젼을 설명할만한 카테고리명으로 선택되지 못한”



세라젼이 기존의 안마의자 시장과 다른 결로 소구 되었던 것처럼
소비자 요구에 부합하는 새로운 명칭을 부여해 선도하게 만들어야

이상의 내용을 요약하면,

- ✓ 2020년부터 이어진 코로나19를 기점으로 세라젬 브랜드의 상승세 관측
- ✓ 전체 안마의자 시장과 비교하더라도, 안마의자 수요에 비례하지 않고 혼자만 잘 나가는 형국
- ✓ 더욱이 세라젬 구입 고려층의 언급 내용을 보면, 바디프랜드 등 경쟁사와 비교하는 경우도 있지만 세라젬 자체를 살 것인가 말 것인가를 두고 고민하는 층이 훨씬 많은 것으로 집계
- ✓ 기존에 안마의자, 안마기 등 제품 구입을 고려하는 층 외에 시장에 신규 잠재 소비층이 유입되었을 것으로 추정 이들에게 세라젬은 안마의자 브랜드 중 하나가 아니라, 고기능성 의료 대체 기기였을 것
- ✓ 따라서 최근 세라젬의 성공은, 기존의 <안마의자=바디프랜드>로 공고히 형성된 시장을 비집고 들어가 만들어진 것이 아니라 새로운 건강 수요를 유입해 창출된 시장일 수 있다는 관점으로 현 시장을 이해해야 함
- ✓ 세라젬에 대한 관심이 증가한 원인으로서는, ① 산후조리원에서의 체험 ② 웰라이프가 만들어 낸 새로운 힐링 카페의 성공 ③ 대형 모델 활용 광고 등 기업 차원에서의 전략이 유효하게 작용한 결과가 가장 클 것이며, 그 외 사회적 환경적 변수로서 ④ 코로나19로 인해 사회 전반적으로 높아진 건강에 대한 관심 ⑤ 건강에 대한 실천 노력이 한층 구체화되었으며 ⑥ 이러한 건강 수요가 2030 등 저연령층으로 폭넓게 확산된 결과로 이해 가능
- ✓ 선물 시장에서는 기존의 부모님 중심에서 출산 선물, 아내/남편 선물, 나를 위한 선물 등으로 폭넓게 변화
- ✓ 세라젬 브랜드에 대한 관심이 증가하며, “안마의자/안마기 중 세라젬”이 아닌, “세라젬 Vs. 안마의자” 구도가 형성되어가고 있는 중으로 소비자가 부를 수 있는 새로운 카테고리명을 만들어주는 작업이 필요 → 안마의자와 다른 카테고리명 부여를 통해 파우제와 시장을 구분해 대응
- ✓ V 시리즈, 파우제, 세라붓, 다리 마사지기 등 제품별로 대응 가능한 시장을 구체화하는 포트폴리오 전략 수립과 중고/리퍼 시장, 제품 결합 할인 등 정가 제품 구입 외 소비자 스스로 창출중인 수요를 수용해 새로운 판매 전략을 구상하는 노력이 필요

End Of Document

Contact Us

Website URL <http://bigdata.emforce.co.kr>

T 02. 6177. 1871 eMAIL khbak@emforce.co.kr