

대학내일20대연구소

세대를 통해 시장의 변화를 예측합니다

대학내일20대연구소 비즈니스 소개

2026.3Q

Contents

I . 대학내일20대연구소	01. 대학내일20대연구소 소개	03
II . 주요 연구방법론	01. 소비자 리서치	12
	02. 소셜 빅데이터	15
	03. Z세대 네트워크	16
	04. 트렌드 센싱 및 전문가 워크숍	17
	05. 글로벌 리서치 방법론	18
III . 소비자 데이터 및 연구 발행물	01. 연구 데이터 & 보고서	20
	02. 멤버십 서비스	22
	03. 세대 & 트렌드 도서	23
IV . 리서치·컨설팅 서비스 소개	01. 트렌드 리서치	27
	02. 소비자 리서치	31
	03. 마케팅·브랜드 컨설팅	38
Appendix.		43

I . 대학내일20대연구소

세대를 통해 소비자의 다음을 예측합니다

1. 대학내일20대연구소

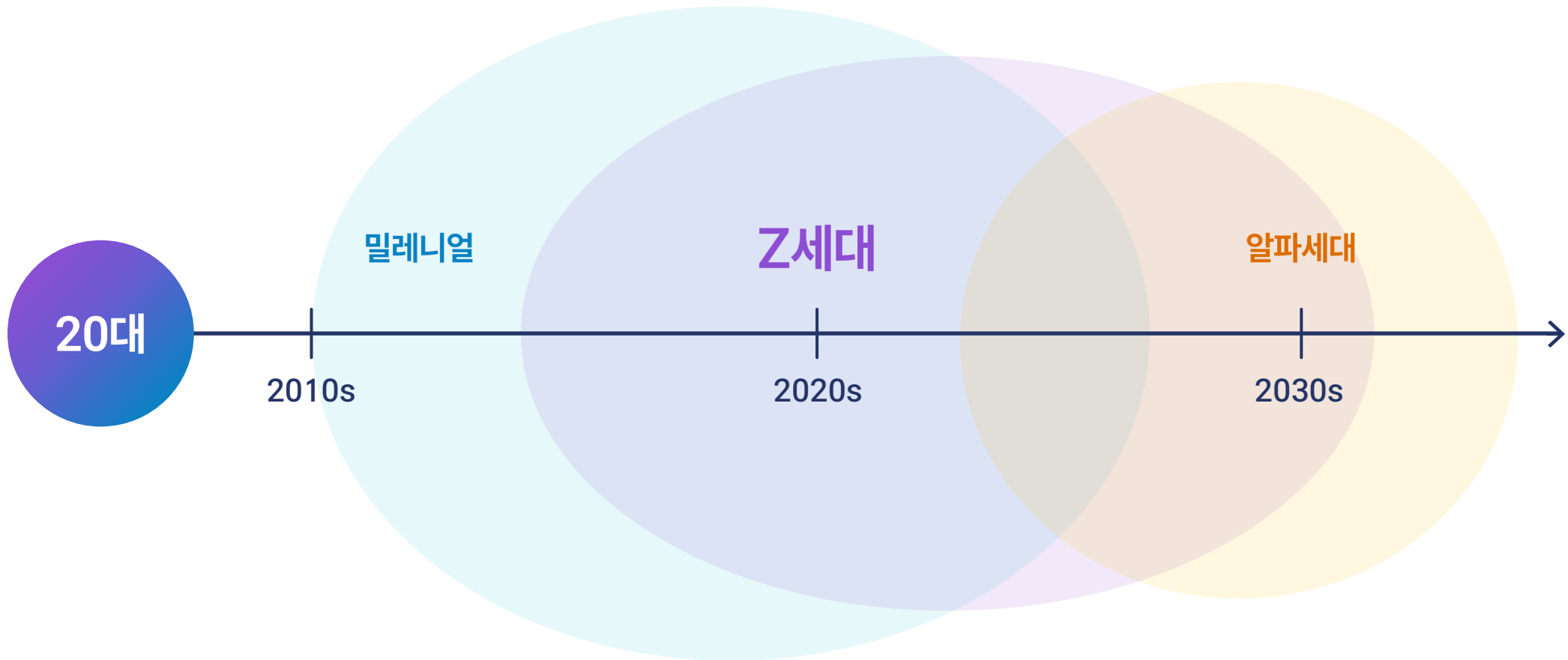
대학내일20대연구소는 마케팅 전문가 그룹 대학내일 소속 연구 기관입니다.



1. 대학내일20대연구소

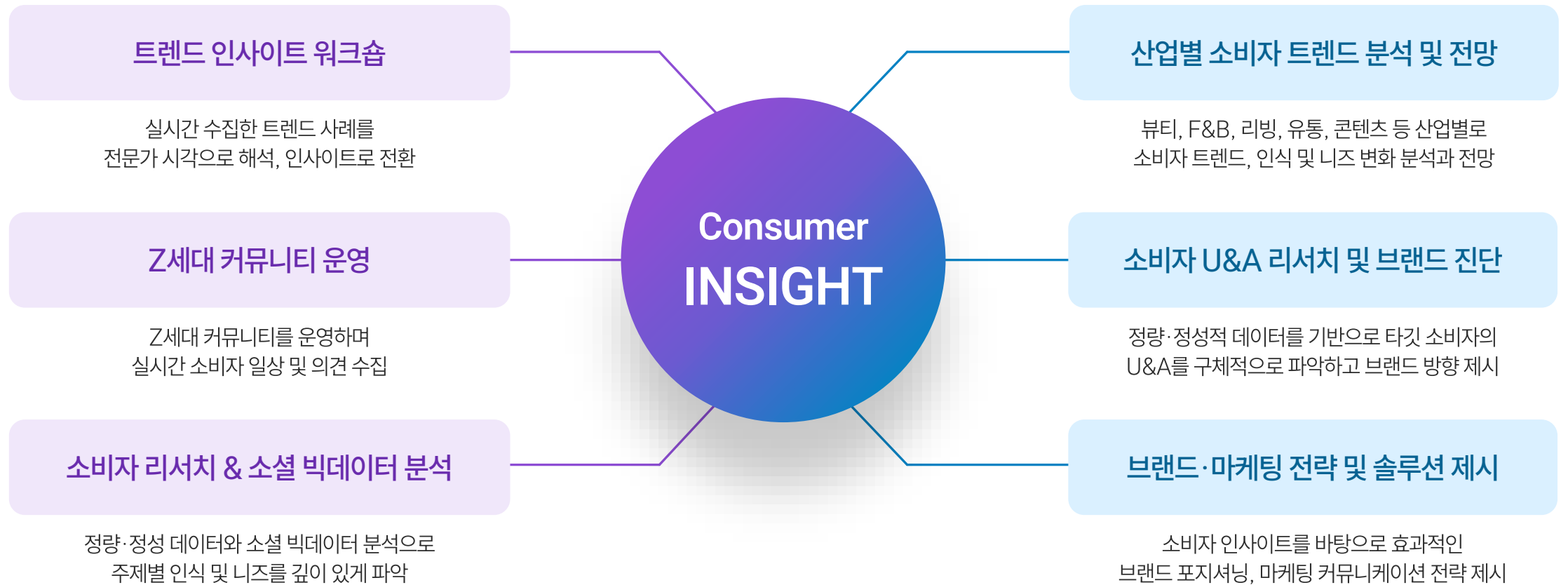
밀레니얼, Z세대, 알파세대에 이르기까지 20대를 중심으로 세대 연구를 확장해왔습니다.

세대 간 연결과 변화를 집중적으로 분석하며 3세대를 아우르는 깊고 정밀한 통찰을 만듭니다.



1. 대학내일20대연구소

소비자로부터 나온 데이터를 바탕으로 인사이트를 도출하고 기업과 사회가 활용할 수 있는 솔루션을 제시합니다.



1. 대학내일20대연구소

우리가 20대에 집중한 이유는 이들이 트렌드와 시대 변화를 가장 먼저 흡수하고 확산시키는 핵심 소비자이기 때문입니다.
세대를 통해 시대를 읽으면 소비자의 다음을 예측할 수 있습니다.

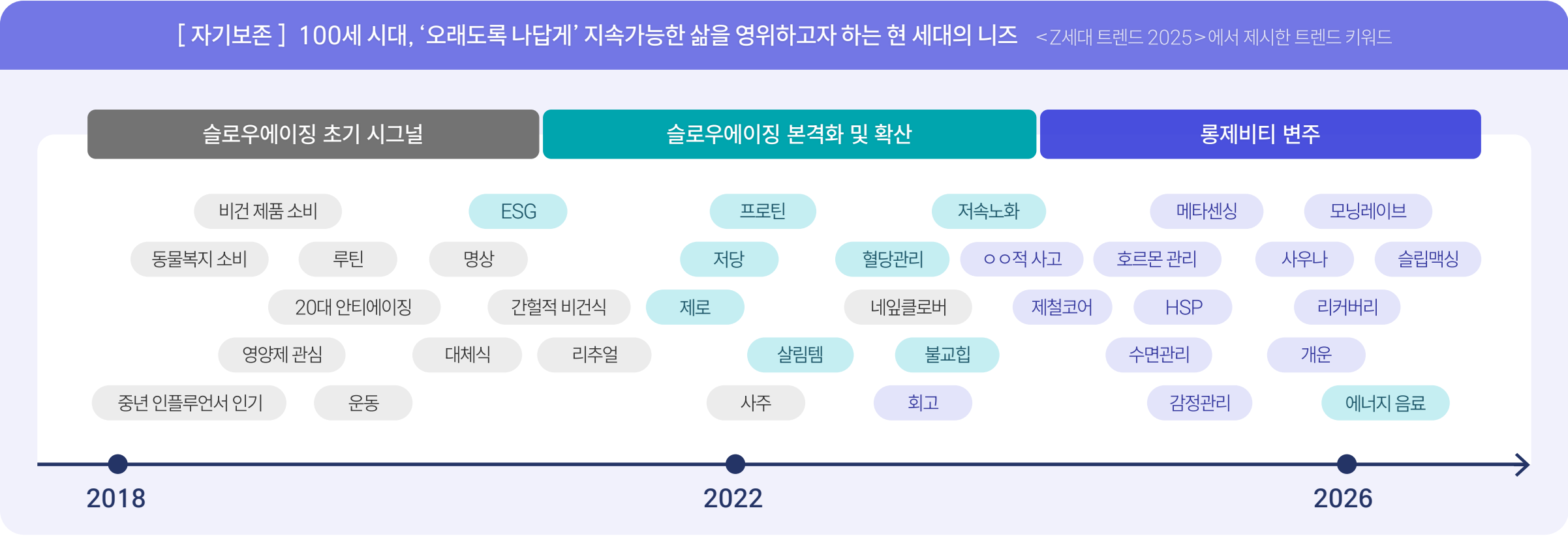


1. 대학내일20대연구소

2010년부터 1년 365일 트렌드와 세대를 다각도로 연구하며 축적한 데이터와 인사이트로 누구보다 앞서 미래 시장 변화를 예측해왔습니다.

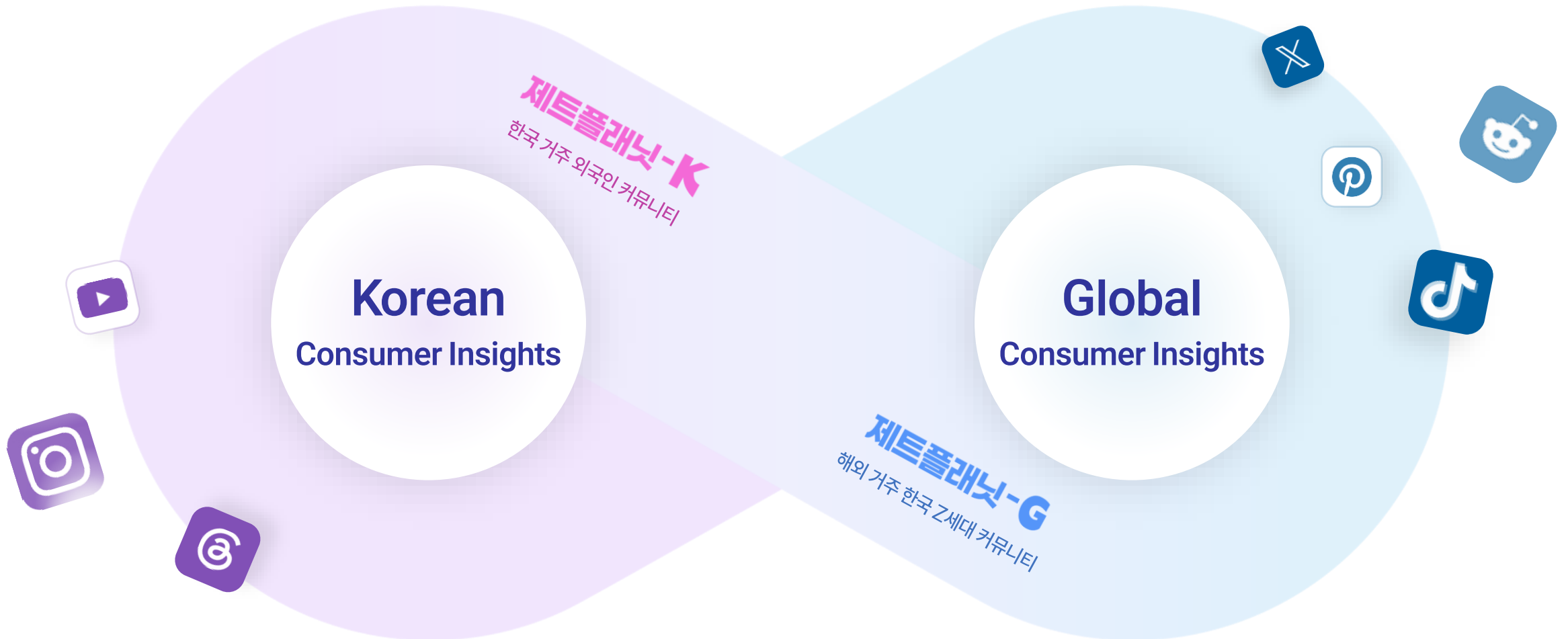
[자기보존] 트렌드 흐름의 예

● micro seed 발견 ● 시장 형성 및 확산 ● 변주



1. 대학내일20대연구소

국내에서 쌓아온 세대에 대한 통찰과 깊이로 전 세계 동세대의 변화를 추적합니다.



II. 주요 연구방법론

다양한 방법론·깊은 타깃 이해로 입체적인 인사이트를 제공합니다

다양한 소비자 데이터의 연결을 통해 변화의 신호를 인사이트로 전환합니다

소비자 리서치

어떻게 생각하고 행동하는가

소비자의 인식, 태도, 행동을
체계적으로 측정하고 구체적으로 파악·분석

소셜 빅데이터

무엇에 반응하고 있는가

온라인 버즈와 담론 흐름을 분석해
소비자 관심사와 인식 변화의 방향을 탐지

Z세대 커뮤니티

어떻게 살아가고 있는가

Z세대의 일상을 지속적으로 관찰하고
직접 의견을 수렴하여 생활 맥락과 가치관을 이해

전문가 워크숍

무엇이 의미 있는 변화인가

마이크로 트렌드 사례, 소비자 반응, 산업 이슈를 함께
검토·논의하고 전문가 관점에서 실행 가능한 인사이트로 전환

01. 소비자 리서치 ①정량조사

타깃 대표성을 확보한 표본을 대상으로 구조화된 조사를 실시해, 소비자의 인식·태도·행동을 수치화한 객관적 자료로 도출하는 조사 방식입니다.

온라인 조사



- 스마트폰·컴퓨터를 통해 설문조사를 실시하는 방식
- 브랜드·제품·콘텐츠·광고 등 다양한 주제에 적용 가능
- 결과를 수치화해 타깃별 인식과 태도 차이를 객관적으로 비교

주요 장점

- ✓ 시간·비용이 효율적임
- ✓ 이미지·영상 등 보조 자료 활용 가능
- ✓ 대규모 표본으로 통계적 신뢰도 확보

이런 상황에 적합해요

- ✓ 빠르게 소비자 반응을 확인하고 싶을 때
- ✓ 정량 데이터 기반의 의사결정 자료가 필요할 때

HUT

Home Usage Test



- 조건에 맞는 응답자가 실제 생활 환경에서 일정 기간 제품을 직접 사용한 뒤, 사용 경험·만족도·개선점을 평가하는 방식
- 온라인 조사로 정량 평가 가능하며, 사후 정성 조사 연결 가능

주요 장점

- ✓ 실제 사용 환경에서의 솔직한 반응 수집
- ✓ 실 사용 기반으로 제품 출시 전 개선점 도출에 효과적

이런 상황에 적합해요

- ✓ 실제 사용 맥락에서의 장단점과 개선점을 파악하고 싶을 때
- ✓ 제품 사용 후 반응과 만족도를 확인하고 싶을 때

미션 서베이

On-line Panel Mission Survey



- 실제 일상 속 모습이나 제품 등을 구체적인 상황 설명 및 생각과 함께 수집하는 방식
- 온라인 패널과 동일한 표본 추출 방식으로 대표성을 유지하면서도, 구체적인 사례·의견 수집 가능

주요 장점

- ✓ 표본 대표성과 구체성 동시 확보
- ✓ 일반 설문으로 얻기 어려운 생생한 맥락 수집
- ✓ 사진·캡처 등 비정형 데이터 수집 가능

이런 상황에 적합해요

- ✓ 특정 상황에서의 실제 행동·선택·반응 등을 확인하고 싶을 때
- ✓ 일반 설문만으로 얻기 어려운 구체적인 사례와 의견이 필요할 때

01. 소비자 리서치 ②정성조사

수치로 확인하기 어려운 감정, 동기, 태도 등을 심층적으로 탐색하여 조사 대상에 대한 깊이 있는 이해와 맥락적 인사이트를 도출하는 조사 방식입니다.

FGD

Focus Group Discussion



- 동질적 특성을 가진 6~8명이 모더레이터 진행 아래 자유롭게 의견을 나누는 방식
- 정량조사로 파악하기 어려운 인식·태도·니즈의 맥락을 심층적으로 탐색

주요 장점

- ✓ 참여자 간 상호작용으로 풍부한 인사이트 도출
- ✓ 짧은 시간 내 다양한 시각 수집 가능
- ✓ 가설 발굴 및 방향 탐색에 효과적

이런 상황에 적합해요

- ✓ 타깃 집단의 인식·태도·니즈를 폭넓게 탐색하고 싶을 때
- ✓ 참여자 간 대화를 통해 공통된 의견과 차이를 확인하고 싶을 때

IDI

In-Depth Interview



- 조사 대상자와 연구원이 1:1 대면 인터뷰 하는 방식
- 가이드라인에 따라 생각과 느낌을 깊이 있게 답변 가능
- 필요에 따라 서면으로 진행 가능

주요 장점

- ✓ 1:1 인터뷰를 통한 심층 의견 수집
- ✓ 전문가·특수 타깃의 구체적인 경험과 인식 파악

이런 상황에 적합해요

- ✓ 전문가·헤비 유저 등 특수 타깃의 깊이 있는 의견이 필요할 때
- ✓ 민감하거나 복잡한 주제에 대해 자세히 알고 싶을 때

Diary Research



- 일정 기간 동안 조사 대상자가 일상생활 및 조사 주제에 관련된 생각·느낌을 일기 형식으로 주기적으로 직접 작성하는 자기보고식 방식

주요 장점

- ✓ 일기 형식 기록을 통해 자연스러운 생활 맥락 파악
- ✓ 실제 경험 기반의 구체적인 사례와 의견 수집 가능
- ✓ 소비자의 솔직한 생각과 행동 확인 가능

이런 상황에 적합해요

- ✓ 소비자의 일상 속 행동과 생각을 자연스럽게 파악하고 싶을 때
- ✓ 조사 대상자가 충분히 생각하고 정리한 의견을 수집하고 싶을 때

01. 소비자 리서치 ②정성조사

수치로 확인하기 어려운 감정, 동기, 태도 등을 심층적으로 탐색하여 조사 대상에 대한 깊이 있는 이해와 맥락적 인사이트를 도출하는 조사 방식입니다.

MAPI

Mobile Assisted Personal Interview



- 모바일 메신저를 통해 조사 대상자의 일상생활을 실시간으로 관찰하는 방식
- 수면 시간을 제외한 24시간 대화를 통해 인터뷰·자기보고·관찰을 동시에 진행

주요 장점

- ✓ 현장감 있는 실시간 데이터 수집
- ✓ 인터뷰·자기보고·관찰 동시 확인
- ✓ 별도 방문 없이 심층 정보 확보

이런 상황에 적합해요

- ✓ 소비자의 실제 일상과 행동 맥락을 가까이에서 보고 싶을 때
- ✓ 방문 없이 장시간의 생활 흐름과 경험을 관찰하고 싶을 때

MTP

Mission Team Play



- 조사 주제와 관련된 과제를 4~5명으로 구성된 팀에 부여하고 제한 시간 내 해결하도록 하는 방식
- 팀이 과제를 수행하는 과정과 결과물을 기반으로 유효한 인사이트를 도출

주요 장점

- ✓ 생각의 흐름과 의사결정 과정 관찰 가능
- ✓ 팀 단위 논의를 통한 구체적 반응 확인
- ✓ 결과물 기반의 실질적 인사이트 도출

이런 상황에 적합해요

- ✓ 타깃의 생각 흐름과 의사결정 과정을 파악하고 싶을 때
- ✓ 아이디어에 대한 구체적인 반응과 개선 방향을 확인하고 싶을 때

Creative workshop



- 소비자·업계 전문가·브랜드 관계자·연구원 등 프로젝트 이해관계자와 타깃 소비자가 함께 참여하는 워크숍 형식
- 단계별 가이드에 따라 아이디어 제시·확산·수렴을 반복하며 콘셉트 및 액션 플랜을 도출

주요 장점

- ✓ 소비자와 전문가의 시각을 통합 가능
- ✓ 발산·수렴 과정을 통한 실행 가능한 콘셉트 도출
- ✓ 조사와 전략 기획을 동시에 진행 가능

이런 상황에 적합해요

- ✓ 소비자와 전문가의 시각을 함께 반영한 아이디어가 필요할 때
- ✓ 콘셉트 개발·개선 방향·액션플랜까지 도출하고 싶을 때

03. Z세대 네트워크

최신 이슈와 트렌드에 관심이 높은 Z세대가 참여하는 오픈채팅 커뮤니티를 상시 운영하며, 일상 대화와 미션 활동을 통해 마이크로 트렌드와 생생한 반응을 실시간으로 포착합니다.

· ‘제’일 ‘트’렌디한 Z세대 커뮤니티 ·

제트워크

- 대학내일20대연구소가 직접 운영하는 Z세대 오픈채팅형 커뮤니티
- 최신 트렌드와 관심사에 민감한 20대 약 300명이 시즌별로 참여해 일상 경험과 의견을 공유

누적 참여자 6,300명+

20대, 10대, 글로벌 Z세대 참여

시즌당 약 300여 명 활동

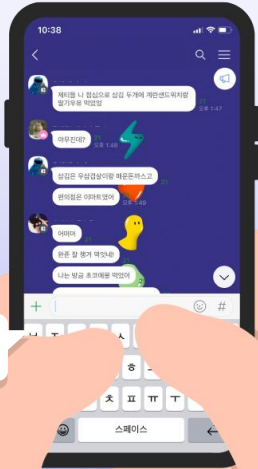
다양한 24개 분야 고관심자

요즘 폭 빠진 콘텐츠나 취미

직접 가본 핫플레이스 후기 공유

뷰티, 푸드, AI 등 관심사 기반 대화

저장해둔 트렌드와 레퍼런스 공유



제트워크 미션·활동 유형

체험 활동	제품, 서비스, 공간 등을 직접 경험하고 후기 공유하기
주제 디깅	특정 주제에 대한 생각과 경험을 나누며 다양한 관점 살펴보기
트렌드 센싱	요즘 뜨는 콘텐츠, 브랜드, 이슈를 함께 이야기하고 발견하기
경험 기록	일상, 소비, 취향과 관련된 경험을 기록하고 돌아보기
관심사 모임	비슷한 관심사를 가진 사람들과 주제별 이야기 깊게 이어가기
현직자 토크	다양한 직무와 산업의 현직자를 만나 함께 아이디어션하기

※ 제트워크는 ‘패널’이 아닌 ‘커뮤니티’이며, 참여자의 성·연령·지역 구성은 인구통계에 비례하지 않습니다.

제트워크 소개서

바로가기 ▶

04. 트렌드 센싱 및 전문가 워크숍

트렌드와 소비자를 깊이 있게 분석하기 위해 정기적으로 워크숍을 진행하며, 이를 통해 트렌드 사례와 소비자 이슈를 센싱하고 종합적인 인사이트를 도출합니다.



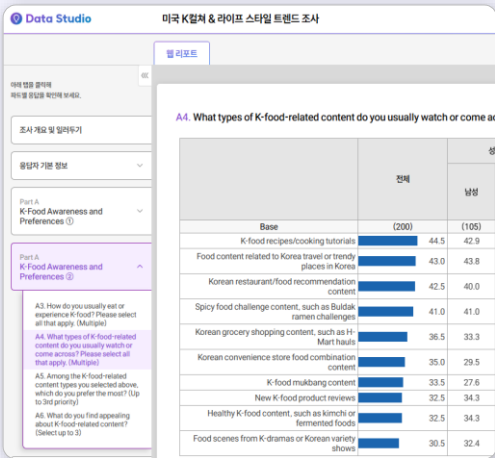
2. 주요 연구방법론

05. 글로벌 리서치 방법론

소비자 리서치부터 트렌드 센싱까지. 검증된 방법론을 글로벌까지 확장하여 현지 밀착 소비자 인사이트를 제공합니다.

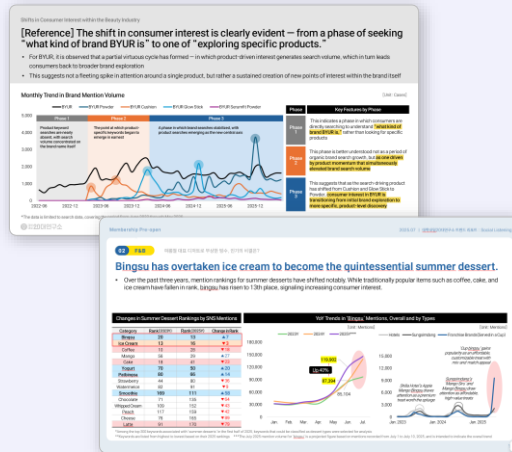
소비자 정량·정성 리서치 글로벌 소비자 리서치

- 글로벌 12개국 패널 보유, 36개국 패널과 연결된 전문 패널사와 협력
- 온라인 패널 서베이, 정성조사 등을 통해 글로벌 소비자의 구체적인 U&A 분석



소셜 빅데이터·검색 데이터 글로벌 소셜·검색 데이터 분석

- 글로벌 소셜 빅데이터·검색 데이터 제공 플랫폼 활용
- 현지 소셜 버즈 및 검색어 분석을 통해 글로벌 소비자 관심사, 담론 및 인식 파악



Z세대 네트워크 글로벌 Z세대 커뮤니티 운영

- 오픈채팅형 글로벌 Z세대 커뮤니티 운영

제트플래닛-G

- 재외 한국인 유학생, Z세대
- 현지에서 실제 체감하는 트렌드 및 일상 파악

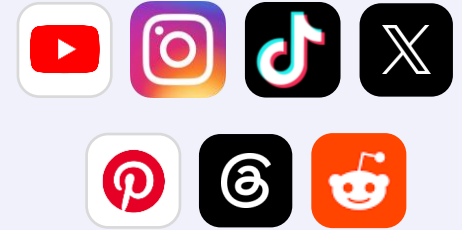
제트플래닛-K

- 국내 거주 외국인 Z세대
- 글로벌 소비자 관점 및 맥락 확보
한국 트렌드의 글로벌 수용성 탐색



트렌드 센싱 및 워크숍 글로벌 트렌드 크롤링·워크숍

- 글로벌 소셜 플랫폼의 현지 알고리즘에 따른 실시간 트렌드 사례 수집과 관찰



현지 알고리즘 기반 실시간 트렌드 수집

트렌드 현상에 대한 현지 반응·확산 관찰

글로벌 소비자·트렌드 인사이트 도출

Ⅲ. 소비자 데이터 및 연구 발행물

17년 간 축적한 인사이트를 다양한 연구 결과물과 서비스로 제공합니다

01. 연구 데이터 & 보고서

자세히 보기 ▶

대학내일20대연구소 홈페이지를 통해 밀레니얼, Z세대, 알파세대의 라이프스타일과 밀접한 주제의 데이터와 보고서를 정기적으로 발행합니다.

소비자 조사-온라인 서베이 정기조사

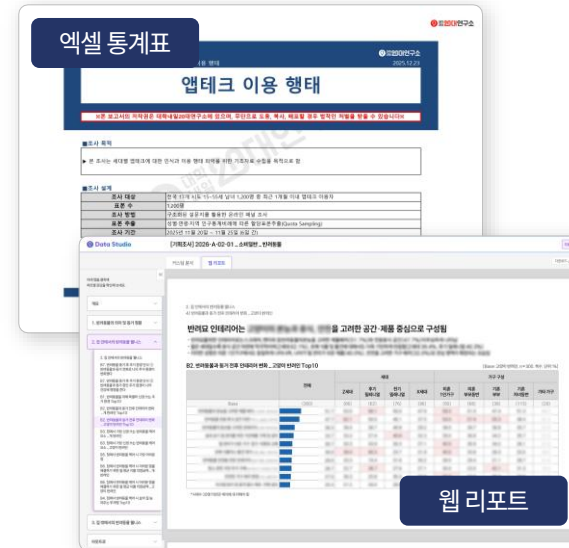
- 매년 동일한 문항으로 소비 행태와 가치관을 조사해 시계열 변화를 추적하는 정량 연구자료
- 온라인 패널 조사 기반의 동일 기준 데이터 축적 및 소비자 인식·행동 변화의 지속적 관찰



주요 조사 분야	
소비지출	금융·재테크
식생활	유통
음주	관계·커뮤니케이션
일·직업·직장	취업
여가	뷰티
미디어·콘텐츠·플랫폼	가치관

소비자 조사-온라인 서베이 기획조사

- 특정 주제나 시즌 이슈에 집중해 기획성·일회성으로 설계하는 정량 연구자료
- 매 조사마다 새로운 문항 구성을 통한 트렌드·시즌 이슈 등 시의성 있는 주제 탐색



최근 조사 주제 예시

- 사회초년생의 이직(취업)에 대한 인식 및 행태
- AI 시대 직장인의 커리어 인식
- 반려동물 웰니스 현황 및 인식 조사
- 세대별 앱테크 이용 행태
- 세대별·성별 근거리 해외여행 트렌드
- 연령·성별 수면 관리 인식 및 행태
- 연령·가구별로 보는 집밥 소비 트렌드
- 구직자가 바라본 국내 주요 그룹사·기업 이미지
- 10대 청소년 소비 지출 행태 및 진로 인식

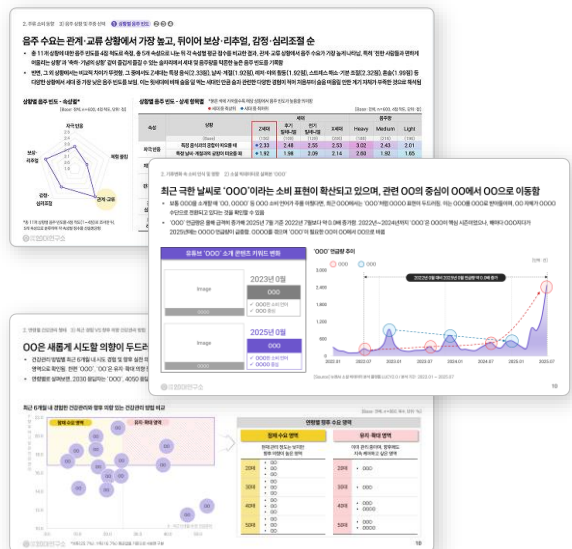
01. 연구 데이터 & 보고서

자세히 보기 ▶

대학내일20대연구소 홈페이지를 통해 밀레니얼, Z세대, 알파세대의 라이프스타일과 밀접한 주제의 데이터와 보고서를 정기적으로 발행합니다.

인사이트 보고서

- 정량·정성조사, 소셜 빅데이터 등을 종합적으로 분석해 특정 주제에 대한 다각적·심층적 인사이트를 도출한 보고서



최근 연구 보고서 예시

연령별 건강관리 행태 탐구 보고서

주류 시장의 구조적 변화와 최신 주류 소비 행태의 이해

기후변화가 쏘아 올린 소비 트렌드 변화

Z세대가 찾는 온·오프라인 콘텐츠 특징

Z세대의 생성형 AI 활용 보고서

소셜 빅데이터로 본 저소비 코어 트렌드

2534 1인가구 라이프 탐구 보고서

2025년 Z세대가 주목하는 여행 트렌드

소셜 빅데이터로 본 자기관리 트렌드 변화

트렌드 리포트

Gen-Z Voice

- 최근 화제가 된 이슈 및 사례에 대한 Z세대의 실제 반응과 의견을 담은 리포트



Social Listening

- 소셜 빅데이터 분석을 통해 산업별 이슈와 트렌드를 간략하게 정리한 리포트



02. 대학내일20대연구소 멤버십 서비스

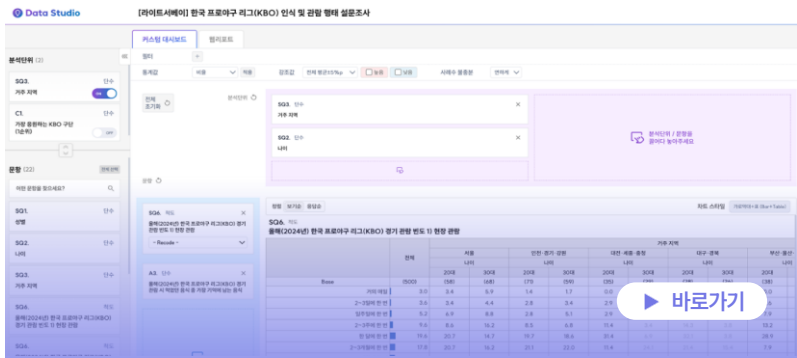
자세히 보기 ▶

산업 분야별 기초 데이터부터 깊이 있는 인사이트가 담긴 보고서까지, 연구 결과물을 자유롭게 활용할 수 있는 구독 서비스입니다.

		멤버십 라이트 필요한 자료를 가볍게 읽는 열람형	멤버십 프리미엄 제한 없이 소장까지 가능한 다운로드형
연간 금액 *vat 포함		220만 원 / 1년	550만 원 / 1년
이용 자료	데이터		
	① 기획조사·정기조사		
	웹 리포트	열람	열람 / 다운로드
	커스텀 분석 기능	사용	사용 / 결과 다운로드
	엑셀 통계표	-	다운로드
	② 베이직·플러스		
	엑셀 통계표	-	다운로드
	보고서		
	① 기획조사 보고서	열람	열람 / 다운로드
	② 인사이트 보고서	열람	열람 / 다운로드
	멤버십 전용 자료		
	① 주제별 제트워크 VOC	열람	열람
	② 멤버십 선공개 트렌드 리포트	열람	열람
	멤버십 전용 혜택		
	멤버십 전용 뉴스레터	0	0
	트렌드 세미나 초청	-	0
	재등록 할인	-	0

[커스텀 분석] 내가 필요한 데이터를 직접 분석할 수 있는 서비스

사용자가 직접 성별, 연령, 경험자 등 원하는 변수를 선택하여
각 문항별로 데이터를 교차 분석할 수 있는 대시보드 제공



[제트워크 VOC] 검색으로는 나오지 않는 Z세대 일상 raw data

대학내일20대연구소가 운영하는 Z세대 오픈채팅 커뮤니티 '제트워크' 참여자들이
소비, 여가, 가치관 등 각 주제에 대해 응답한 VOC Raw 데이터를 제공

제트워크 VOC 주제 (예시)

- 요즘 소비 욕구를 자극한 곳즈
- '감다살'이라 느낀 브랜드
- 잘 먹히는 캠퍼스 마케팅
- 자주 즐기는 혼놀 코스
- 불안을 극복하는 나만의 루틴
- 선물 시 가격만큼 중시하는 기준
- 해보고 싶은 오프라인 모임
- 요즘 뜨거나 핫한 캐릭터
- 가방에 꼭 들고 다니는 아이템
- 나의 요즘 추구미

03. 세대&트렌드 도서 출간

2011년부터 밀레니얼과 Z세대, 알파세대까지 3세대에 걸쳐 세대 특성과 트렌드를 정리한 도서를 출간하고 있습니다.



2026 Z세대 트렌드 이슈

메타센싱 감정을 이해하는 태도, 세상을 감지하는 기술

리퀴드 콘텐츠 유연하고 느슨하게, 흐르는 콘텐츠를 즐기다

적시소비 지금이 아니면 사라질 순간을 소비하다

트렌드가 보이는 변화의 모먼트

마이크로 소비 얇아진 지갑 속 소비 욕망

AI 네이티브 Z세대의 AI 적응기

개인 안식 구역 개인화 시대의 필수 공간

기후 적응 기후 변화가 쏟아 올린 소비 트렌드 변화

Z세대 트렌드

- 2025 《Z세대 트렌드 2026》
- 2024 《Z세대 트렌드 2025》
- 2023 《Z세대 트렌드 2024》
- 2022 《Z세대 트렌드 2023》
- 2021 《밀레니얼-Z세대 트렌드 2022》
- 2020 《밀레니얼-Z세대 트렌드 2021》
- 2019 《밀레니얼-Z세대 트렌드 2020》
- 2018 《트렌드 MZ 2019》

20대 트렌드

- 2017 《2018 20대 트렌드 리포트》
- 2016 《2017 20대 트렌드 리포트》, 《2016 하반기 20대 트렌드 리포트》
- 2015 《2016 상반기 20대 트렌드 리포트》, 《2015 하반기 20대 트렌드 리포트》
- 2014 《2015 20대 트렌드 리포트》
- 2013 《20대가 당신의 브랜드를 외면하는 이유》
- 2012 《20대를 읽어야 트렌드가 보인다》

대학생 트렌드

- 2011 《캠퍼스 트렌드》

03. 세대&트렌드 도서 출간

세대의 변화를 읽는 힘, 17년의 아카이브로 세대와 트렌드의 변화 흐름을 읽고 예측합니다.

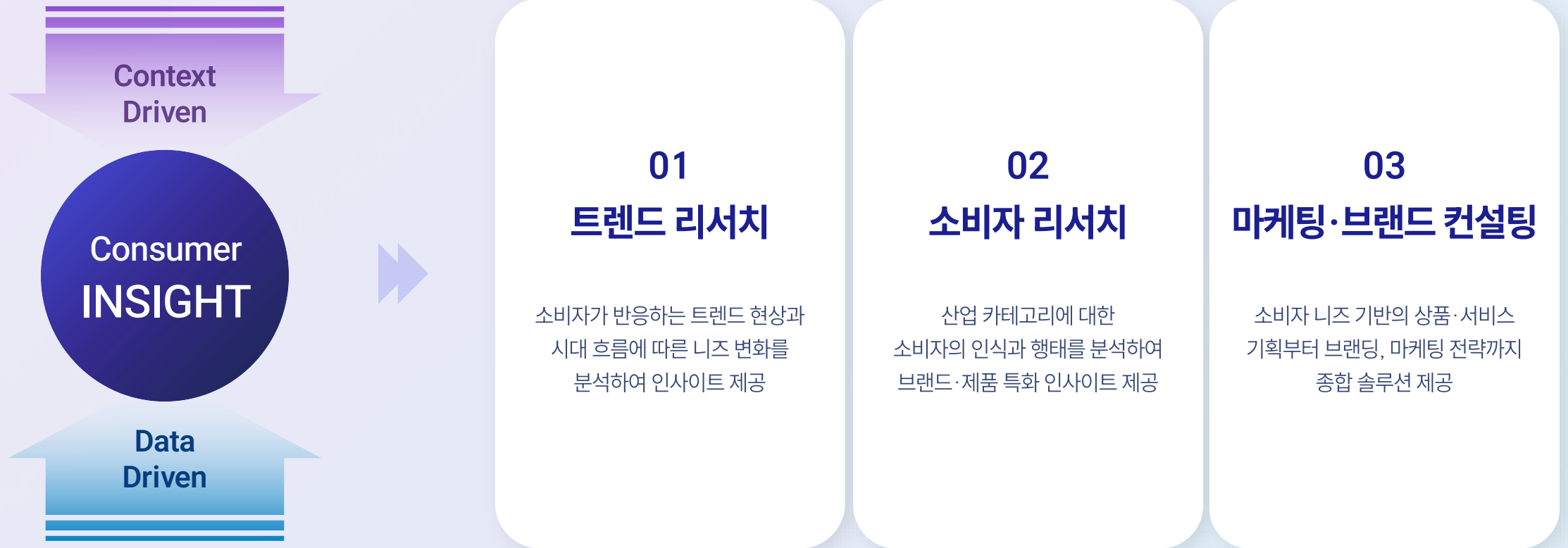
밀레니얼MZ세대Z세대잘파세대												
트렌드 흐름	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	트렌드 변화 흐름 요약
초개인화 시대 아이덴티티 형성 방법	○ Z세대			마이싸이더	다만추세대	인플루언서블 세대		하이퍼 퍼스널리티				사회적 기준과 스테레오 타입에서 '나만의 주체적·주관적 기준' 으로 중심축 이동. 다면적·가변적 개인 정체성을 추구하며, 끊임없이 자아를 갱신하는 과정형 개인 부상
								포트폴리오 세대				
일탈에서 일상으로 자기보존 라이프스타일	소소잼	노멀크러시	무민세대			일상력 챌린저				포지티브 모멘텀	메타센싱	현재의 만족을 극대화하던 방식에서 '일상을 단단하게 관리' 하는 패러다임으로 이동. 삶의 지속 가능성을 위해 자신만의 루틴과 안식구역을 구축하며 삶을 지탱하는 힘을 축적
										자기보존	개인안식구역	
개인의 지향을 중심에 둔 새로운 관계 형성 방법	관태기	나로서기	싫존주의	가취관					트라이브십	인지적 연대		집단에 자신을 맞추는 소속 중심 관계에서 '개인의 지향을 존중' 하는 방향으로 변화. 취향·가치관·문제의식 등을 공유하는 이들과 선택적으로 연결하고, 가볍고 유연하게 연대함
디지털 네이티브 세대의 콘텐츠 소비 방식	댓글라이케이션	팩트광	잡학피디아		판플레이			숏포머블	Raw 콘텐츠		리퀴드콘텐츠	일방향적인 콘텐츠 감상에서 벗어나, 댓글· 반응·놀이를 통해 스스로 콘텐츠를 확장 함. 콘텐츠 소비의 TPO까지 자유자재로 조절 , 콘텐츠가 언제 어디서나 일상 속에 흐르게 함
달라진 소비 욕망 소비 기준의 확장과 세분화		갯꿀러	취소가치	실감세대				디깅 소비		낭만 리부트	적시소비	가격, 품질, 브랜드 등 보편적 소비 기준을 넘어, 취향 디깅, 경험 충족, 낭만 추구, 순간 극대화 등 정서적 가치와 개인적 맥락으로 소비 기준이 확장되며 한층 세분화되고 정교해 짐

IV. 리서치·컨설팅 서비스 소개

함께 할 수 있는 비즈니스를 소개합니다

4. 리서치·컨설팅 서비스 소개

상시 누적해 온 소비자 인사이트를 기반으로 기업과 브랜드의 고민을 정의하고 해결책을 제시합니다.



01. 트렌드 리서치

단순히 트렌드 현상을 센싱하는 것을 넘어 **세대와 트렌드에 대한 이해와 체계적인 조사**를 바탕으로
트렌드의 원인과 배경 & 소비 행태·니즈의 변화 맥락과 의미까지 분석해 인사이트를 제공합니다.

1 트렌드 사례 수집 및 분석

세대와 트렌드에 대한 이해를 바탕으로
유의미한 트렌드를 센싱 및 가설 도출

데스크 리서치
트렌드 사례 수집·센싱

전문가 워크숍
사례 선별·인사이트 분석

트렌드 자체 연구 및 트래킹
17년 간의 트렌드 및 소비자 니즈 변화 흐름 이해

2 트렌드 검증 및 인사이트 도출

다각도로 리서치를 진행하여 트렌드를 검증하고
소비자 기반 인사이트 도출

정량리서치
&서베이

정성 조사
(FGD 등)

소셜
빅데이터
분석

검색
데이터

3 인사이트&시사점 제언

기업·브랜드 니즈에 핀포인트 된
소비자 기반 트렌드 인사이트 제언

브랜드
방향성

마케팅
커뮤니케이션

제품 기획

01. 트렌드 리서치

진행 프로세스 및 특징

필요 상황	▶ 산업별 트렌드 변화 분석을 통해 전략을 수립해야 할 때 ▶ 트렌드 이슈 집중 분석을 통한 심층 인사이트를 확인하고 싶을 때		
주요 내용	- 유의미한 트렌드 사례를 센싱하고 트렌드 이슈와 인사이트 발굴 - 다양한 조사 모듈을 병행하여 트렌드·소비자 인사이트 검증 및 언맷 니즈 발굴 - 현상, 원인 및 배경, 산업, 향후 예측 적용 방안 등 다각도의 접근		
조사 방법	필수	Desk Research & 전문가 워크숍	트렌드 센싱 및 이슈 도출
	optional	정량·정성 조사	검증데이터 및 소비자 언맷니즈 확인
		Z세대 커뮤니티 제트워크 활용	Z세대 행태&인식 및 언맷니즈 확인
		소셜 빅데이터·검색 데이터 분석	소비자 관심도 및 의미 변화
분량	트렌드 이슈 3~5개 도출 트렌드 이슈 1개당 5~8 page		
소요 기간	3~6개월		

*산업 분야, 조사 범위 등 협의에 따라 세부적인 부분은 변경될 수 있음

트렌드 리서치 REFERENCES

MZ세대 뷰티 트렌드 조사	아모레퍼시픽
MZ세대 푸드 트렌드 동향 예측 조사	삼성웰스토리
MZ세대 푸드 트렌드 및 소비 행태 조사	아워홈
한국&미국 메이크업 트렌드 조사	한국콜마
Z세대 SNS 및 숏폼 콘텐츠 트렌드 조사	바이트댄스(틱톡)
MZ세대 푸드 트렌드 조사	CJ제일제당
MZ세대 뷰티·라이프스타일 트렌드 조사	코스맥스
MZ세대 콘텐츠 및 엔터테인먼트 트렌드 조사	CJ ENM
MZ세대 챌린지 트렌드 조사	LG생활건강
20대 여성 트렌드 조사	삼성물산(에버랜드)
조직 내 세대 공존을 위한 세대 이해 리포트	SK이노베이션
MZ세대 라이프스타일 트렌드 조사	LG유플러스
콘텐츠 소비자 트렌드 조사	JTBC
20대 여성 트렌드 조사	삼성물산(에버랜드)
MZ세대 식생활 트렌드 조사	농심
MZ세대 라이프스타일 트렌드 조사	SK텔레콤

트렌드 개념 & 원인·배경 분석



트렌드 리서치 | 소비자 리서치 | 마케팅·브랜드 컨설팅

트렌드 사례&레퍼런스



브랜드 인사이트 및 시사점 제안



02. 소비자 리서치

02. 소비자 리서치

타깃 소비자에 대한 깊이 있는 이해와 트렌드·산업 맥락 분석을 바탕으로,
조사 주제에 가장 적합한 방식으로 기획·설계·해석합니다.

타깃 소비자 이해



1030 소비 심리와 라이프스타일을 깊이
이해한 전문가가 조사 설계부터 결과 해석까지
타깃 관점으로 조사 흐름 설계

트렌드·산업 맥락 반영



빠르게 변화하는 소비 트렌드와
산업 환경의 맥락을 트래킹하여 지금 시점에
유효한 조사 설계와 결과 해석 제공

주제 맞춤형 설계



브랜드, 제품, 콘텐츠, 캠페인 등
조사 주제에 따라 확인해야 할 조사 방식과
핵심 항목, 보기 구성 맞춤 설계

02. 소비자 리서치 ①스탠다드 리서치 (Standard Research)

진행 프로세스 및 특징

필요 상황	▶ 데이터에 기반한 소비자의 심층 분석과 인사이트가 필요할 때 ▶ 조사 목적을 달성하기 위한 여러 조사 단계와 과정이 면밀히 요구될 때 ▶ 시장·소비자·브랜드 현황을 체계적으로 진단하고 전략 방향을 도출해야 할 때
주요 내용	- 소비자 U&A 조사, 기업·브랜드 진단 조사, 광고·서비스 평가 조사 등 - 타겟 및 표본 설계, Z세대 맞춤형 설문/가이드라인 설계, 심층 분석 보고
방법	정량조사(온라인 패널 조사 등), 정성조사(FGD, IDI 등)
기간	약 3 ~ 6개월 소요 (TBD)
과업 범위	설문(가이드라인) 설계, 실사 운영, 결과 분석(Data Processing), 보고서 제공

진행 프로세스

Kick-off

- 조사 목적 및 규모 선정
- 결과 필요 일정 조율

Research

- 조사 설계 및 실사 진행
- 시장 이슈, 제품·서비스 동향 파악
- 조사 주제 관련 Z세대 트렌드 센싱

결과 분석

- 인사이트 도출
- Data Table, 결과 보고서 준비

결과 보고서 제출

*산업 분야, 조사 범위 등 협의에 따라 세부적인 부분은 변경될 수 있음

02. 소비자 리서치 ①스탠다드 리서치 (Standard Research)

스탠다드 리서치 REFERENCES

소셜미디어 컨설팅 조사	한화그룹
브랜드 인덱스 리서치	네이버웹툰
휴먼 IP 팬덤 덕질 및 소비 행태 조사	CJENM
온드미디어 채널 효과성 조사	현대자동차
자사 웹툰·웹소설 경쟁력 조사	카카오엔터테인먼트
자사 브랜드 진단 조사	프로스펙스
채용브랜드 경쟁력 진단 조사	LG에너지솔루션
Z세대 대상 신제품 Home Use Test 조사	CJ제일제당
틱톡으로 본 Z세대 특성과 사회적 기능 조사	틱톡코리아
내부 직원 대상 채용 브랜딩 조사	원익그룹
취준생 타깃 고용 브랜드 측정 조사	SK텔레콤
국토대장정 대학생 인식 조사	동아제약
밀레니얼 쇼핑물 유저 인식 조사	이노션
MZ세대 투자 인식 및 행태 조사	콘텐츠

샤워 제품 콘셉트 및 소비자 수용도 조사	아모레퍼시픽
SNS 소셜 채널 운영 전략 수립 리서치	LG그룹
청년층 취업 준비 실태 및 진로 인식 조사	고용노동부
예능 프로그램 경쟁력 진단 조사	MBC
Z세대 트위터 이용 행태 조사	트위터코리아
대외활동 프로그램 KPI Index 개발	KT&G
럭셔리 브랜드 매장 방문 고객 조사	아모레퍼시픽
모바일 서비스 UI·UX 조사	하나은행
신제품 런칭 캠페인 조사	아모레퍼시픽
고객경험매장 수용도 조사	LG유플러스
뷰티 이커머스 콘셉트 도출 기초 조사	시코르
채널 브랜드 인식 조사	CJENM
대외활동 프로그램 만족도 조사	SK, 삼성, 현대차등
그룹사 브랜드 이미지 진단 조사	롯데, LG, 삼성전자등

02. 소비자 리서치 ①스탠다드 리서치 (Standard Research)

조사 목적별 리서치 유형

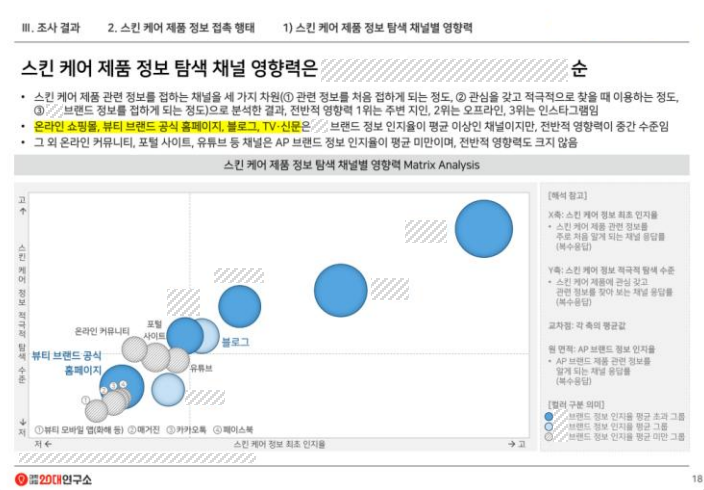
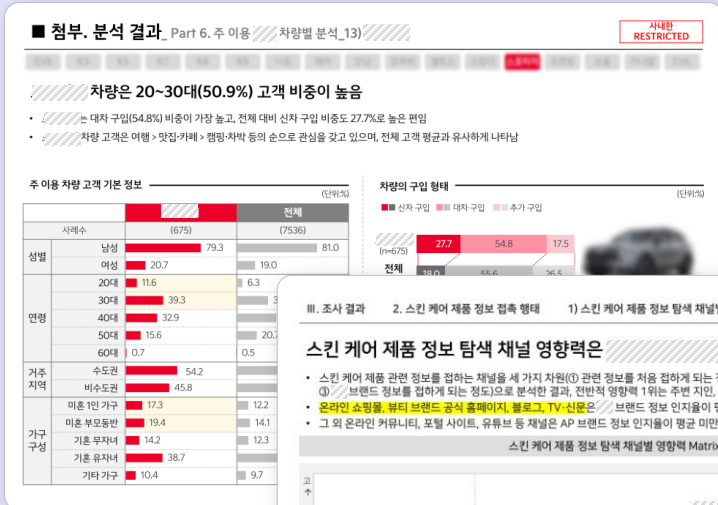
*스탠다드 유형 기준으로 라이트 서베이로는 진행이 어려울 수 있으며, 산업 분야, 조사 범위 등 협의에 따라 세부 내용은 변경될 수 있음

소비자 이용 행태(U&A) 조사	기업·브랜드 진단 조사	광고·마케팅 평가 조사	제품·서비스 평가 조사
▶ 해당 산업·제품군에 대한 소비자의 이용 행태와 인식을 파악하고 싶을 때 타깃 맞춤 소비자 이용 행태 조사 - 제품·서비스 이용 실태, 소비자 인식 및 태도 등을 파악 - 주요 타깃 소비자 특성과 관련 트렌드 확인	▶ 타깃 소비자 관점에서 기업·브랜드의 포지션과 경쟁력을 확인하고 싶을 때 브랜드 진단 지표 개발 - 특정 기업·브랜드의 가치를 측정하고 추적·관리할 수 있는 지표 설계 브랜드 이미지 조사 - 특정 기업·브랜드에 대한 소비자 인식과 이미지를 파악해 브랜드 경쟁력 진단	▶ 광고·마케팅 활동이 타깃 소비자에게 미치는 효과를 측정하고 싶을 때 광고·마케팅 효과 조사 - 광고 노출 후 브랜드 인지도, 선호도, 구매 의향 등 변화를 통해 광고 효과 측정 - 캠페인, 프로모션, 대외활동 등 마케팅 활동 전후 효과 비교 광고·마케팅 시안 평가 조사 - 광고·마케팅 진행 전 콘셉트를 노출 후 선호도를 확인해 적합한 방향 도출	▶ 타깃 소비자의 실제 의견을 제품·서비스 기획과 개선에 반영하고 싶을 때 컨셉 수용도 조사 - 신규 상품·서비스·브랜드·광고 기획 단계에서 보완 및 개선 포인트 도출 제품 테스트 조사 - 제품·서비스 개선 및 강화 영역 파악 - 실제 사용 환경 속 인사이트 확보 앱 사용성 테스트 조사 (UT/UX) - 실제 앱 사용 환경에서 접근성 및 보완·개선 포인트 도출

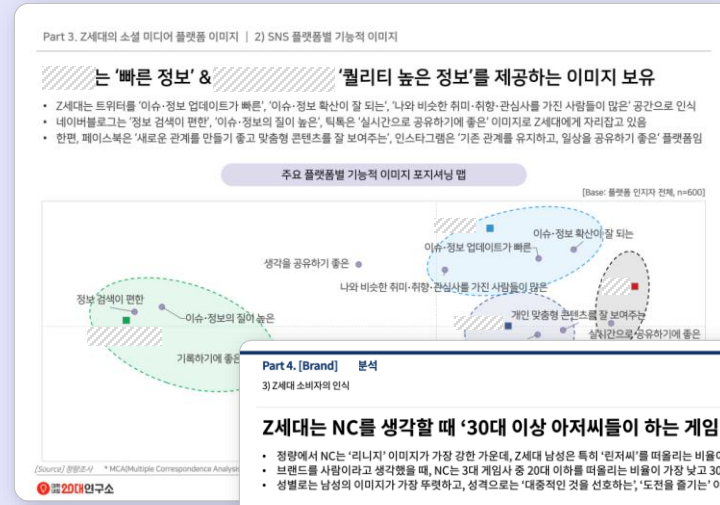
뷰티, 식품, 전자, 미디어, 콘텐츠, 플랫폼, 채용 등 다양한 산업 분야에 대해 타깃 맞춤형 조사 설계와 결과 해석을 제공

02. 소비자 리서치 ①스탠다드 리서치 (Standard Research) – 보고서 Output

소비자 이용 행태(U&A) 조사



기업·브랜드 진단 조사



02. 소비자 리서치 ①스탠다드 리서치 (Standard Research) – 보고서 Output

광고·마케팅 평가 조사

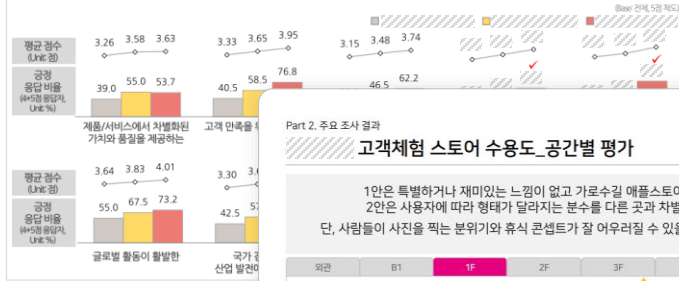
제품·콘텐츠·서비스 평가 조사

2. 롯데 U-프렌즈 경험별 롯데그룹 이미지 평가

※ 주요 결과상세

- 롯데그룹의 기능적 이미지는 전반적으로 롯데 U-프렌즈 경험자 > 인지자 > 미인지자 순으로 긍정적인 것으로 나타남
- 특히 채용 과정이 공정한, 사회적 책임을 잘 수행하는 이미지와 경우 미인지자와 경험자의 차이가 두드러짐
- 반면 제품/서비스에서 차별화된 가치와 품질을 제공하는, CEO/경영진의 경영 능력이 우수한, 투명하고 정직하게 경영하는 이미지에 대한 동의율은 U-프렌즈 경험자가 인지자보다 낮음

1) 기능적 이미지



Part 2. 주요 조사 결과

고객체험 스토어 수용도_공간별 평가

1안은 특별하거나 재미있는 느낌이 없고 가로수길 애플스토어가 연상되는 디자인으로 평가한 반면 2안은 사용자에 따라 형태가 달라지는 분수를 다른 곳과 차별되는 포토존으로 인지해 선호도 높음

단, 사람들이 사진을 찍는 분위기와 휴식 콘셉트가 잘 어울릴 수 있을지 우려하는 의견이 있어 분위기 연출에 유의



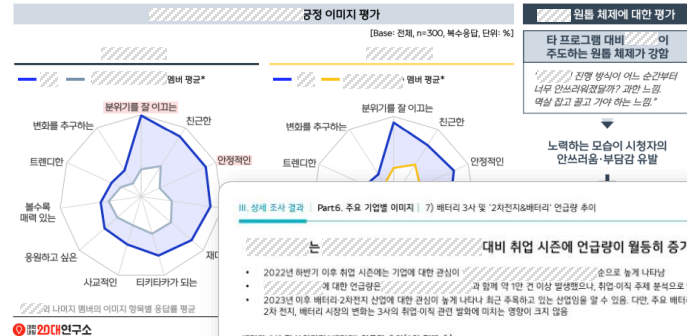
19

IV. 세부 진단

3. 프로그램 멤버 2) 멤버 케미 평가

이 끌고 가는 이미지가 강하며 나머지 멤버의 매력을 잘 인지하지 못함

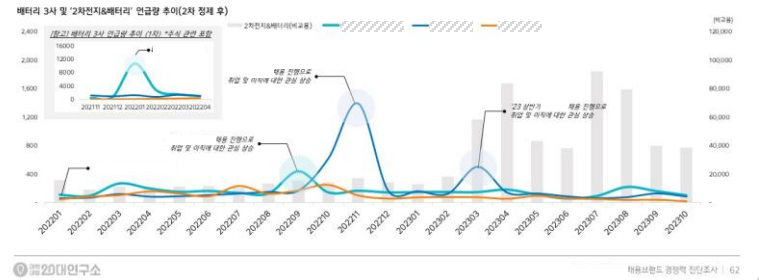
- 멤버별 긍정적인 이미지 동의율에서 1번과 나머지 멤버 간 차이가 매우 크며, 특히 '분위기를 잘 이끄는'과 '안정적인' 이미지에서 차이가 큼
- 주요 경쟁 프로그램인 '타 프로그램'과 비교 시 그 차이가 더욱 두드러짐
- 의 원팀 체제가 더 강함을 유추할 수 있음
- 시청자들은 1번의 고군분투가 안타깝기도 하나 필요한 과정이라 생각함. 시청자들이 멤버 전체가 매력적이며 본인의 몫을 한다는 인식을 하게 하는 것이 시급함



III. 상세 조사 결과 Part 6. 주요 기업별 이미지 7) 배터리 3사 및 '2차전지&배터리' 언급량 추이

는 대비 취업 시즌에 언급량이 월등히 증가하고 있어, 채용 시점에 집중한 홍보 전략을 보여줌

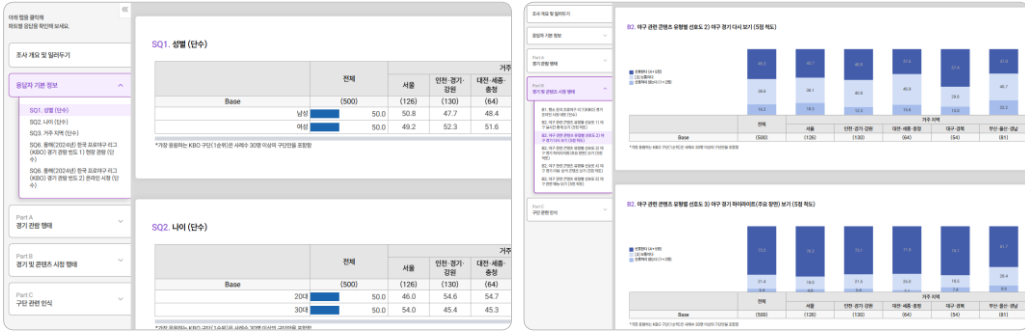
- 2022년 하반기 이후 취업 시즌에는 기업에 대한 관심이 높게 나타나고 있어, 취업 시즌에 집중하여 홍보 전략을 보여줌
- 2023년 이후 배터리 3사 언급량에 대한 관심이 높게 나타나 최근 주목받고 있는 산업임을 알 수 있음. 다만, 주요 배터리의 3사에 대한 언급 및 채용 관련 소셜 미디어 발화 내용을 재분석한 결과 2차 전지, 배터리의 시장의 변화는 3사의 취업 여력 관련 발화에 미치는 영향이 크지 않음



태원브랜딩 전략적 진단조사 | 62

02. 소비자 리서치 ②라이트 서베이 (Lite Survey)

진행 프로세스 및 특징

필요 상황	▶ 간단한 설문을 통해 빠르게 데이터를 확보하여 의사 결정이 필요할 때 ▶ 비교적 저렴한 비용으로 설문 설계부터 분석까지 의뢰하고 싶을 때
주요 내용	- 20문항 이내의 간단한 커스터마이징 설문 진행 - 온라인 웹리포트 방식의 신속한 결과물 전달
방법/기간	온라인 패널 조사 (Online panel survey) / 약 1 ~ 2주 소요
과업 범위	설문 설계, 실사 운영, 결과 분석(Data Processing) + 보고서 제공(Optional)
예시 사례	 *라이트 서베이는 설문 결과를 확인할 수 있는 웹링크만 제공되며, 다운로드 불가함

라이트 서베이 REFERENCES

Z세대 서비스 인식 조사	구글코리아
1849 소비자 브랜드 인식 조사	비플레인
취업 준비 프로그램 인식 설문조사	에이블스쿨
뷰티 정보 탐색 및 제품 구매 행태 설문조사	바이오힐보
2030 여가 행태 및 제품 인식 조사	마이프로틴
커피 음용 행태 및 인식 설문조사	네스프레소
청년 직장 관련 인식 및 행태 조사	고용노동부
건강기능식품 인지 및 구매 경로 조사	지노마스터
Z세대 치킨 브랜드·메뉴 이미지 및 인식 조사	BBQ
Z세대 탄산음료 음용 행태 조사	한국코카콜라
Z세대 남성 소비자 브랜드 인식 조사	로레알코리아
20대 여성 트렌드 조사	삼성물산(에버랜드)
조직 내 세대 공존을 위한 세대 이해 리포트	SK이노베이션

라이트 서베이 소개서

바로가기 ▶

*산업 분야, 조사 범위 등 협의에 따라 세부적인 부분은 변경될 수 있음

03. 마케팅·브랜드 컨설팅

소비자 인사이트부터 구체적인 전략방향과 액션플랜까지
기업과 브랜드의 고민을 정의하고 해결책을 제시하는 **종합 솔루션**을 도출합니다.

소비자 인사이트에 기반한 마케팅·브랜드 전략 제시



타깃 소비자에 대한 전문성

시대 변화·트렌드 감각

체계적인 소비자 조사

Consumer
INSIGHT

+

대학내일ES 전문 조직과 협업을 통해
액션플랜까지 아우르는 **종합 솔루션** 제공

대학내일

종합마케팅 에이전시

51percent

마케팅 솔루션 에이전시

'conceptual'

브랜드 컨설팅 에이전시

the
positive

독립광고대행사



마케팅 솔루션 에이전시

WE÷BETTER

미디어에이전시

NHR

HR 통합 솔루션

03. 마케팅·브랜드 컨설팅

브랜드 컨설팅 유형

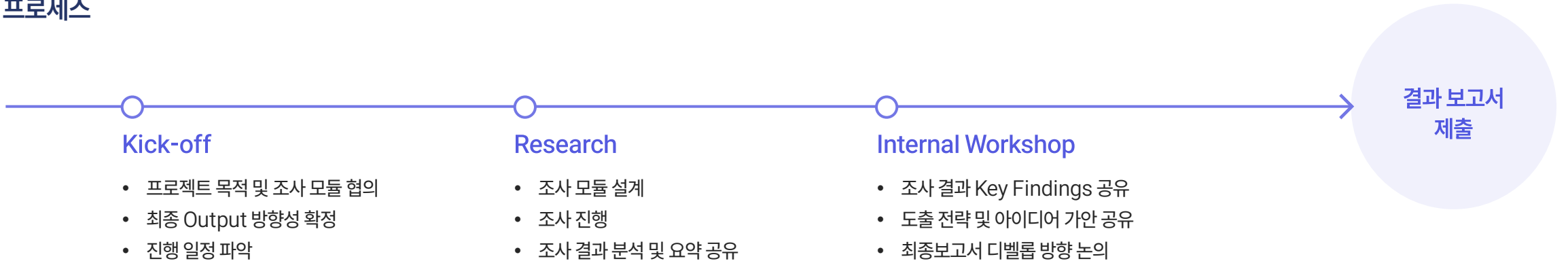
*산업 분야, 조사 범위 등 협의에 따라 세부적인 부분은 변경될 수 있음

조사 진행	결론 Output		
데스크리서치	유형 A	유형 B	유형 C
정량조사	소비자·기업·브랜드 종합 인사이트	구체적 전략 방향 및 솔루션	실행 가능한 액션플랜 아이디어
정성조사	▶ 타깃 소비자에 대한 전반적 이해, 자사 브랜드에 대한 구체적인 진단 등이 필요할 때 - 타깃 소비자 정의(+세대 인사이트) - 주요 문제점 및 해결 과제 진단	▶ 브랜드·제품·서비스의 구체적인 방향성, 전략 수립이 필요할 때 - 해결을 위한 전략 방향 (단기~중장기) - 상품·서비스 콘셉트 - 브랜드 콘셉트·스토리 - 커뮤니케이션 콘셉트·슬로건	▶ 방향성 및 전략은 세워져 있으나, 실행 단계에서 pain point 해결, 타깃 맞춤 아이디어가 필요할 때 - 액션플랜 수립 가이드 제시 - 시기별·목적별 전체 플랜 아웃라인 - 개별 아이디어 설명 및 예시
소셜 빅데이터 분석	[예시]	[예시]	[예시]
결과 분석	- 타깃 소비자 유입 및 확장 - 기업·브랜드 페인 포인트 진단	- 신제품·서비스 방향 설정 - 기존 브랜드 리포지셔닝 - 기업 커뮤니케이션 전략 방향	- 신제품·서비스 런칭 전략 및 액션플랜 - 오프라인 매장 유입 전략 및 액션플랜 - 콘텐츠 운영 전략 및 제작 가이드
라이프스타일 트렌드 분석			
산업 분야·시장 트렌드 분석			
소비자 U&A 분석			
자사 및 경쟁사 분석			

시대와 소비자에 대한 깊은 이해를 바탕으로 현실 적용 가능한 수준의 구체적인 인사이트 및 솔루션 제시

03. 마케팅·브랜드 컨설팅

진행 프로세스



제품·서비스 기획 REFERENCES

차세대 홈 스크린 디바이스 기획	LG전자
웨어러블 디바이스 및 모바일 액세서리 기획	삼성전자
NC 사옥 공용 공간 콘셉트 기획	HSAd
Youth 타겟 신규 서비스 기획	KT
밀레니얼 직원을 위한 사내 프로그램 기획	CJ푸드빌
대외활동 프로그램 리뉴얼 방향 수립 및 기획	현대자동차
MZ세대 성향 테스트 설계	현대자동차
임직원 대상 업무 성향 테스트 설계	현대자동차

브랜딩·마케팅 전략 REFERENCES

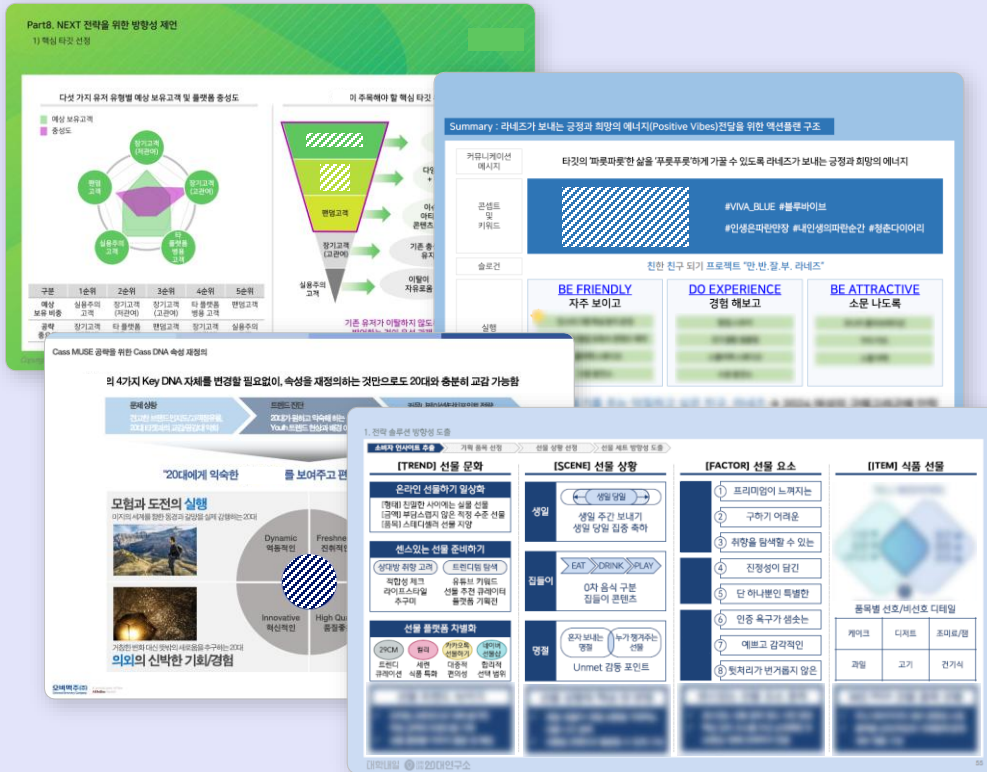
선물 비즈니스 진단 및 중장기 전략	CJ제일제당
웹툰 소비자 타겟 브랜드 진단 및 전략	카카오엔터
모바일 부문 마케팅 커뮤니케이션 전략	LG전자
모바일 브랜드 팬덤 형성 전략	삼성전자
뷰티 브랜드 팬덤 형성 전략	아모레퍼시픽
여대생 소비자 타겟 마케팅 전략	에뛰드하우스
20대 트렌드 기반 마케팅 전략	오비맥주
채용 브랜드 진단 및 전략	한솔그룹
채용 브랜드 진단 및 전략	한국타이어

마케팅 액션플랜 REFERENCES

브랜드 인식 개선 마케팅 액션플랜 수립	LG전자
갤럭시 신제품 런칭 전략 및 액션플랜 수립	삼성전자
20대 타겟 프로모션 효과 제고 방안 수립	삼성전자
해외 뷰티 브랜드 런칭 전략 및 액션플랜 수립	코티코리아
커뮤니케이션 전략 및 액션플랜 수립	이니스프리
디지털 뷰티 콘텐츠 제작 실행 가이드 설계	아모레퍼시픽
영 타겟 트렌드 기반 마케팅 액션플랜 수립	SPC

03. 마케팅·브랜드 컨설팅 - 보고서 Output

마케팅·브랜딩 전략 도출



액션플랜 아이디어



Appendix.

온라인 채널 | 트렌드 강연 | 트렌드 컨퍼런스 | 조사 인프라 | 조직도·연혁

01. 공식 온라인 채널

👁 월 평균 페이지 뷰·조회 수 👤 구독자 수

공식 홈페이지

세대 연구 데이터와 트렌드를 집약한
인사이트 허브

👁 10만

20대연구소 보고서 데이터 칼럼 뉴스 데이터 스튜디오

연구소 소개 문의하기 로그인

세대를 통해 시장의 변화를 예측합니다

데이터 기반의 정확한 인사이트를 만나보세요

🔍 **통합 검색** AI 검색 🔍 연구 주제 및 키워드로 검색해 보세요

18개 주제, 3,000+ 콘텐츠 + 상세 검색

연구자료 라이브러리

✓ 전체 멤버십 전용 소비습관 및 행동 금융·테크 뷰티 식생활 유통 음주 관계·커뮤니케이션 +

FREE 기획조사 보고서
사회초년생의 이직(취업)에 대한 인식
및 행동 2026 (취업 준비생)

FREE 기획조사 데이터
[데이터] 사회초년생의 이직(취업)
대한 인식 및 행동 2026 (자연자...)

FREE (2026년 5월호)

▶ **바로가기**

공식 인스타그램

세대별 주요 데이터와 Z세대 이슈를
한눈에 볼 수 있는 트렌드 피드

👤 7.9천



20slab

대학내일20대연구소

게시물 323 팔로워 7965 팔로우 1

💡 세대를 통해 시대를 읽는 전문 연구 기관
📊 16년간 누적해온 데이터를 기반으로 소비자의 다음을 예측합니다

🔗 litt.ly/20slab @20slab

👤 yoom_pics님, _m_oon__님 외 40명이 팔로우합니다

최신 연구자료

모집공고

콘텐츠

제트워크

트렌드북

메타생성

데이터 분석, 이제 클릭 몇 번이면 가능하다고?

같이 아닌 데이터로 소비자 인사이트를 확인하세요

2026년 4월 데이터 인사이트 모음

▶ **바로가기**

트줍레터 (대학내일ES 뉴스레터)

Z세대가 어려운 사람들을 위한
친절한 트렌드 안내서

👤 2.5만

2026.05.29

출근하면 시부터 커는
직장인 주목!

트줍레터 Vol.51

2026.03.30

요즘 세대는
정말 술을 안 마실까?

트줍레터 Vol.47

2026.05.15

4만 명을
성수에 모은 비결

트줍레터 Vol.50

2025.11.14

Z세대가 반응하는
콘텐츠의 공통점

트줍레터 Vol.39

02. 트렌드 강연

강연 유형

① Z세대 트렌드 강연	
올해의 Z세대 트렌드 라이프스타일 트렌드와 세대 특징을 풍부한 최신 사례를 통해 이해	
② 조직 내 세대 이해 강연	
조직 문화&세대 이해 세대별 시대적 배경과 그에 따라 형성된 가치관 특성 소개 조직 문화 및 세대 이해	

*일정 및 비용: 별도의 커스터마이징이 없을 경우, 1시간 강연 기준 100만원

트렌드 강연 REFERENCES

Z세대 트렌드	<Z세대 푸드 유행 공식> 배민 아카데미 강연	우아한 형제들
	<Z세대 특성 이해 및 트렌드> 강연	조계종
	<Z세대 트렌드 및 편의점 소비> 강연	GS리테일
	<Z세대 트렌드 및 굿즈 소비> 강연	국립중앙박물관
	<Z세대 메이크업 트렌드> 세미나	한국콜마
	<Z세대 트렌드 및 마케팅 인사이트> 강연	KT&G
	<YouTube Delivery-Gen Z Industry> Z세대 전문가 패널	구글코리아
	<Z세대 SNS 이용 행태> 마케팅 세미나	트위터코리아
	<MZ세대 트렌드> KITA 최고경영자 세미나	KMA
	<MZ세대 소비&라이프스타일 트렌드 2022> 강연	MKYU
	<Z세대가 만드는 2022 마이크로 트렌드> 세미나	폴인
	<MZ세대&Z세대 트렌드> 북러닝 콘텐츠	멀티캠퍼스
조직 내 세대 이해	<MZ세대&Z세대 트렌드> 마이크로 러닝 콘텐츠	휴넷
	<진짜 MZ세대 마주보기> 강연	퍼시스
	<Z세대 특성 이해하기> 임원 대상 강연	LG인화원
	<MZ세대와 일하는 법> 강연	SK케미칼
	<MZ세대 특성 및 함께 일하는 법> HR 컨퍼런스	SK그룹
	리더 대상 <세대 특성 이해> 강의 콘텐츠 개발	SK이노베이션
	<밀레니얼 트렌드 및 조직문화> 강연	현대자동차

02. 트렌드 강연

지식·비즈니스 미디어 플랫폼 제휴



EBS business review

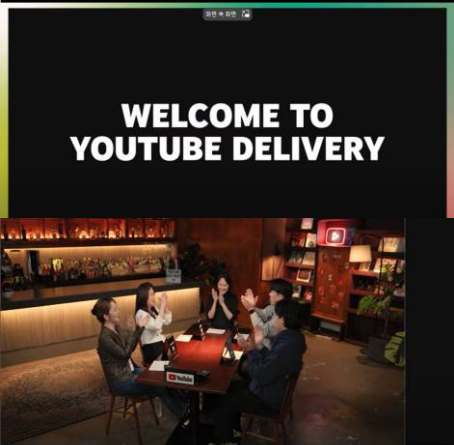
트렌드의 중심에는 ' '가 있다?

호영성

#미래/인사이트#트렌드#Z세대
호영성의 Z세대를 알면 트렌드가 보인다

EBS 비즈니스리뷰 ▶ 바로가기

- 미래 비즈니스의 주축이 될 Z세대의 특징과 트렌드를 분석
- Z세대가 즐겨 찾는 콘텐츠·브랜딩, 관계를 맺는 방법 등 주요 특징을 총 4부에 걸쳐 방영



WELCOME TO YOUTUBE DELIVERY

GEN Z INDUSTRY TALK

유튜브 딜리버리 ▶ 바로가기

- 마케터가 주목해야 할 Z세대 트렌드 토크에 Z세대 전문가 패널로 참여
- Z세대의 세대적 특성부터 이들의 콘텐츠 소비 방식까지 소개



LongBlack Table

2022 Trend Week **LIVE**

대학내일 20대 연구소 : 온·오프라인 융합 콘텐츠가 시작된다
#꿀을 #무경계 #라이트 유니버스

롱블랙 테이블 ▶ 바로가기

- 온·오프라인 융합 콘텐츠가 시작된다
- #꿀을 #무경계 #라이트 유니버스
- [롱블랙 노트-트렌드리포트] 카카오펜트·왓챠·스마일게이트, 2022 콘텐츠를 말하다



'각 잡은 기획'의 시대는 갔다

Z세대를 사로잡은 키워드 : 날것, 그리고?

Z세대 트렌드 2024

트렌드 미리보기 →

폴인 아티클 ▶ 바로가기

- 《Z세대 트렌드 2024》사전 연재
- 콘텐츠, 소비, 커뮤니티 등 Z세대 트렌드를 3개 시리즈로 나눠 소개
- #RAW콘텐츠 #트라이브십 #지향선망



팬덤 마음에 불지른 마케팅 사례 모음

퍼블리 시리즈 ▶ 바로가기

- 트렌드의 시작점, 팬덤 문화와 마케팅 사례 소개
- 취향 디깅의 시대의 Z세대 특성
- Z세대 팬덤 마음을 사로잡은 마케팅 인사이트 발굴

03. 트렌드 컨퍼런스(T.CON)

매년 트렌드 컨퍼런스를 통해 트렌드와 함께 마케팅 인사이트를 전합니다.



04. 조사 인프라

다양한 협력 관계를 바탕으로 Z세대 소비자와 만날 수 있는 연구 인프라를 갖추고 있습니다.

온라인 조사 (Online-Survey)

Z세대 연구를 위해 10~20대에 특화된 패널사와 연계

온라인·모바일 패널 현황

구분		패널 구성	인구 현황*
성별	남성	37.4	49.8
	여성	62.6	50.2
연령	14~19세	14.7	5.4
	20~29세	25.0	11.9
	30~39세	25.1	12.9
	40~49세	19.7	15.2
	50~59세	11.2	16.9

*주민등록인구현황(통계청), 2025.01 공표 자료 기준 (14~59세) (단위: %)

PanelNow

아시아 11개국 및 대한민국 51만 명 이상의 자체 패널을 보유하고 있는 데이터스프링이 운영하는 패널나우와 공동으로 설문 조사 진행

소셜 빅데이터 분석

이슈 및 트렌드 연구를 위해 맞춤형 AI 분석 솔루션과 연계

소셜 빅데이터 수집 현황

<빅데이터 수집 채널>

소셜미디어 (SNS)

포털 사이트

카페·커뮤니티

언론

블로그

기관·단체·기타

NEWEN AI

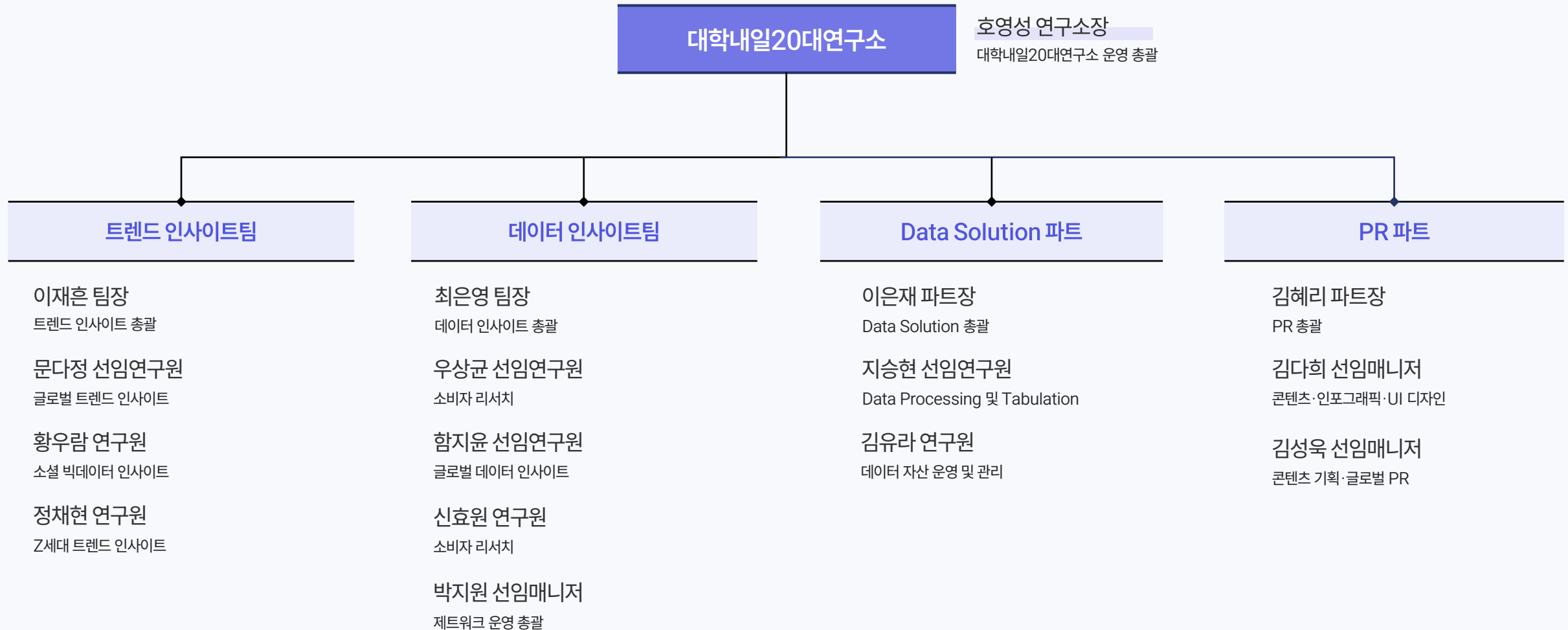
독보적인 온라인 빅데이터 수집 및 가공 역량으로 업계 평균 대비 5배 이상의 빅데이터를 확보한 뉴엔AI의 Quettai 플랫폼을 활용하여 소셜 빅데이터 분석 진행 중

FGD(Focus Group Discussion) 전용룸 보유

자체 보유하고 있는 미러룸(mirror-room)으로 조사 대상자의 반응을 살펴보고 진행 과정을 직접 관찰 가능

<FGD룸 전경>

05. 조직도·연혁 ①대학내일20대연구소 조직도



05. 조직도·연혁 ②대학내일20대연구소 주요 연혁

2026	- 글로벌 연구 시작 - 데이터 스튜디오 론칭	2019	《밀레니얼-Z세대 트렌드 2020》출간	2014	- 제 2대 연구소장 '박진수' 命 - 한국산업기술진흥협회 기업부설연구소 공식인증 (~'19) 《2015 20대 트렌드 리포트》출간 20대 스토리북 《덕후거나 또라이거나》출간 - 마케팅 컨설팅 서비스 사업 시작
2024	《Z세대 트렌드 2025》출간 - 라이트 서베이 서비스 론칭	2018	《트렌드 MZ 2019》출간 (10th edition) - 밀레니얼-Z세대 연구 대상 확장 및 세대 비교 연구 시작	2013	《2014 20대 트렌드 리포트》출간 - 마케팅 리서치 서비스 사업 시작
2023	《Z세대 트렌드 2024》출간 10대 제트워크 <제트워크 teen> 운영 시작 - 알파세대 연구 대상 확장	2017	- 제 3대 연구소장 '김영기' 命 《2018 20대 트렌드 리포트》출간	2012	「대학내일20대연구소」로 명칭 변경 《2013 20대 트렌드 리포트》첫 공식 출간 - 대학생 트렌드 전문가 그룹 <유니파일러> 운영 (~'20) - 트렌드 리서치 서비스 사업 시작
2022	《Z세대 트렌드 2023》출간 - 소셜 빅데이터 서비스 론칭	2016	《2017 20대 트렌드 리포트》출간 《2016 하반기 트렌드 리포트》출간 - 밀레니얼 세대 스토리북 《덕질로 인생역전》출간	2011	<Campus Trend Book> 발간 및 배포
2021	- 제 4대 연구소장 '호영성' 命 《밀레니얼-Z세대 트렌드 2022》출간 - Z세대 커뮤니티 <제트워크(Gen Z+Network)> 론칭	2015	- 리서치 전문기업 「리서치팩토리」 설립 (자회사) - 대학내일20대연구소 서비스표·디자인 특허 등록 (제 41-0284718호 / 제41-0324222호) 《2016 상반기 20대 트렌드 리포트》출간 《2015 하반기 20대 트렌드 리포트》출간	2010	「대학문화연구소」 설립 - 초대연구소장 '신익태' 命
2020	- 대학내일20대연구소 설립 10주년 - 유료 연구자료 및 멤버십 서비스 론칭 《밀레니얼-Z세대 트렌드 2021》출간 - 뷰티 분야 대학생 트렌드 전문가 그룹 <뷰티파일러> 운영 (~'20) - 전기-후기 밀레니얼 세대 세분화하여 연구 시작				

05. 조직도·연혁 ③(주)대학내일 일반현황·주요 연혁

2026	브랜드 컨설팅 에이전시 컨셉추얼 인수(자회사)	2015	대학내일 온라인 매거진 발행, ‘직원모듬’ 공식 출범(현 내일평의회), 리서치팩토리 설립(자회사), NPR 설립(합작회사)
2025	안전보건경영시스템(ISO45001) 인증 획득	2013	제1회 <유스마케팅 컨퍼런스> 개최 (현 T.CON) 채용마케팅 사업 시작
2024	미디어솔루션에이전시 위베러 설립 (자회사) 대학내일ES 총 구성원 596명, 매출액 약 1,639억 달성 <T.CON25> 개최, 20대연구소 <Z세대 트렌드 2025> 출간	2012	‘SNS전략제안연구소’ 설립 대학생 트렌드 전문가 그룹 ‘유니파일러’ 1기 운영 시작
2023	대학내일 고용노동부 청년친화강소기업 장관상 수상 NHR 고용노동부 청년친화강소기업 장관상 수상 독립광고대행사 더포지티브 설립(자회사) <T.CON24> 개최, 20대연구소 <Z세대 트렌드 2024> 출간	2011	트렌드 도서 첫 출간 (현 Z세대 트렌드 2025) 제1회 <선라이즈 캠프> 개최
2022	마케팅 솔루션 그룹 OOB Co. 설립(구 자그마치박스) <T.CON23> 개최, 20대연구소 <Z세대 트렌드 2023> 출간	2010	‘대학문화연구소’ 설립 (현 대학내일20대연구소) 디지털마케팅PR 사업 시작 제 1회 대학생활박람회 <UnivExpo Seoul> 개최
2021	<N.HR CONFERENCE 2021> 개최 ‘캐릿’ 구독자 12만명 돌파. 총 구성원 420명, 매출액 1,000억 돌파	2009	대학생 커뮤니티 채널 ‘아웃캠퍼스’ 운영 시작
2020	MZ 트렌드 미디어 ‘캐릿(Careet)’ 런칭	2007	(주)대학내일 독자법인 설립
2019	HR 통합 솔루션 에이전시 ‘NHR’ 설립(자회사), 출판사 ‘자그마치박스’ 설립 (자회사), 대학내일 매거진 창간 20주년	2003	유스마케팅 사업 시작
2018	마케팅 솔루션 에이전시 ‘51퍼센트’ 설립(구 에릭스팩토리) 총 구성원 264명, 매출액 500억 달성	2001	캠퍼스 옥외광고 사업 시작
		1999	대학내일 매거진 창간

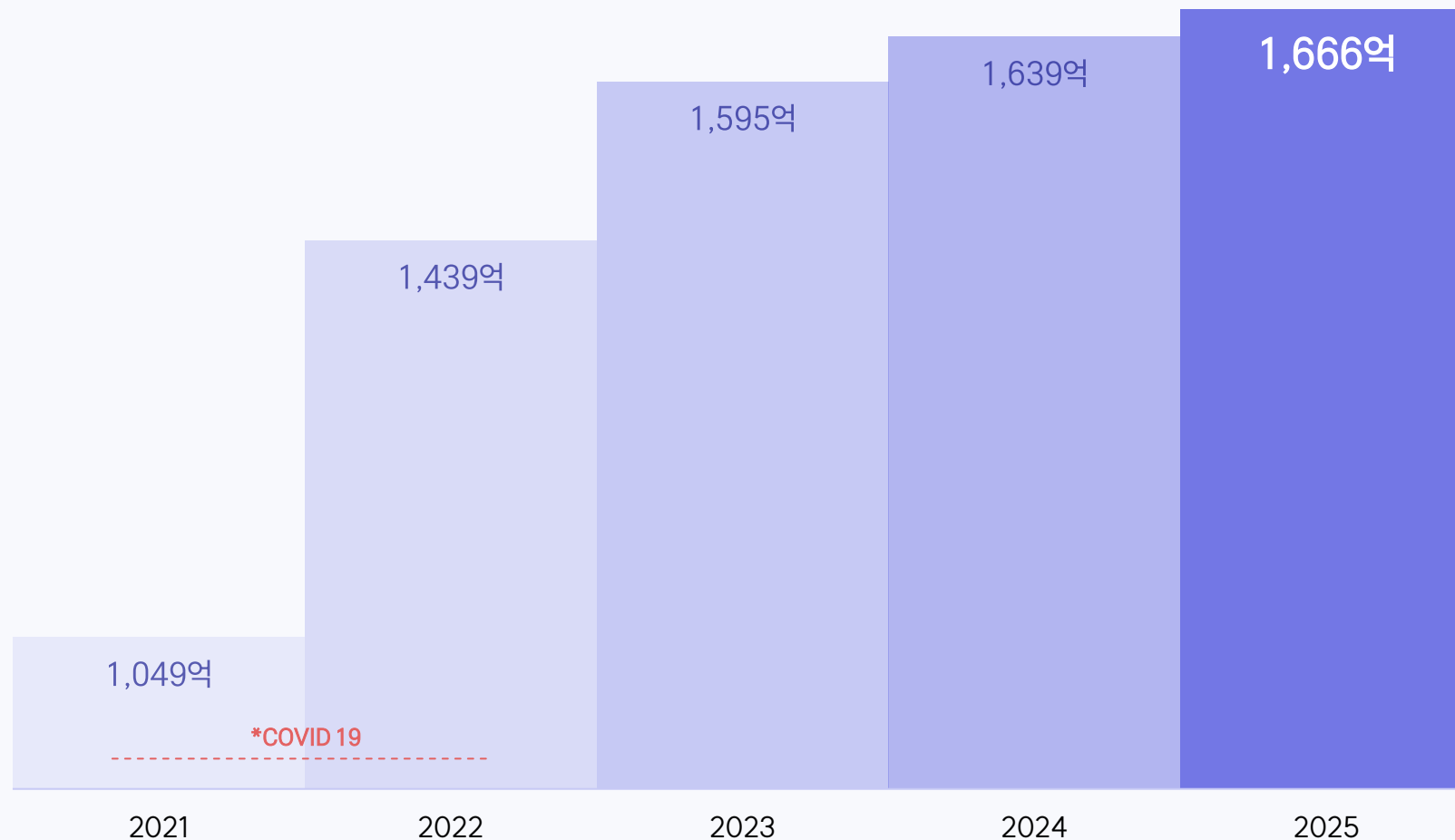
05. 조직도·연혁 ④대학내일ES 매출액 및 구성원 수

대학내일ES 구성원 수
(2025년 12월 기준)

611 명

대학내일ES 25년 예상 매출액

1,667 억원



05. 조직도·연혁 ⑤대학내일ES 구성법인 에이전시

구성법인명	소개	핵심 사업 분야	홈페이지 주소
(주)대학내일	세대와 시대를 연결하는 종합 마케팅 에이전시	마케팅솔루션, 조직문화솔루션, 미디어솔루션, 연구·컨설팅	corp.univ.me
(주)엔에이치알	세상의 모든 HR을 더 높은 수준으로 이끄는 솔루션 그룹	HR마케팅, HR솔루션, HR플랫폼, 크리에이티브, N-HR연구소, 커리어링크, 커리어앤, 커리어톡, peak	nhr.kr
(주)오십일퍼센트	가장 유효한 크리에이티브를 제안하는 마케팅 에이전시	브랜딩, 커머셜, 커뮤니케이션, 익스피리언스	51percent.kr
(주)오오비컴퍼니	브랜드가 가진 문제를 새로운 시각으로 보는 마케팅 솔루션 그룹	마케팅 전략·솔루션, 브랜드마케팅, 디지털캠페인, 크리에이티브, 굿즈	oobc.kr
(주)더포지티브	브랜드에 더 포지티브한 솔루션을 제시하는 독립광고대행사	브랜딩, 커머셜, 콘텐츠	thepositive.kr
(주)위베러	최적의 미디어 솔루션을 제안하는 미디어 솔루션 에이전시	미디어 플래닝/바잉/세일즈	webetter.kr
컨셉추얼(주)	소비자 인사이트에 기반한 브랜드 컨설팅 에이전시	브랜드 컨설팅, 글로벌 브랜딩, 스페이스 브랜딩, 컨셉 파트너십	conceptual.kr

대학내일20대연구소

세대를 통해 시장의 변화를 예측합니다

주 소 서울특별시 마포구 도화동 553(독막로 331) 마스터즈타워 6층
(지하철 5,6호선, 경의중앙선, 공항철도 공덕역 1번 출구 도보 1분 거리)

대표전화 02-735-6196

대표메일 [20대연구소] 20slab@univ.me [연구소장] Allie.Ho@univ.me

홈페이지 [20대연구소] 20slab.org [대학내일] corp.univ.me

SNS채널   

