

일본의 넷슈퍼(인터넷 슈퍼마켓) 이용실태

오사카지사 자체기획단신 39호(2016.12.28)

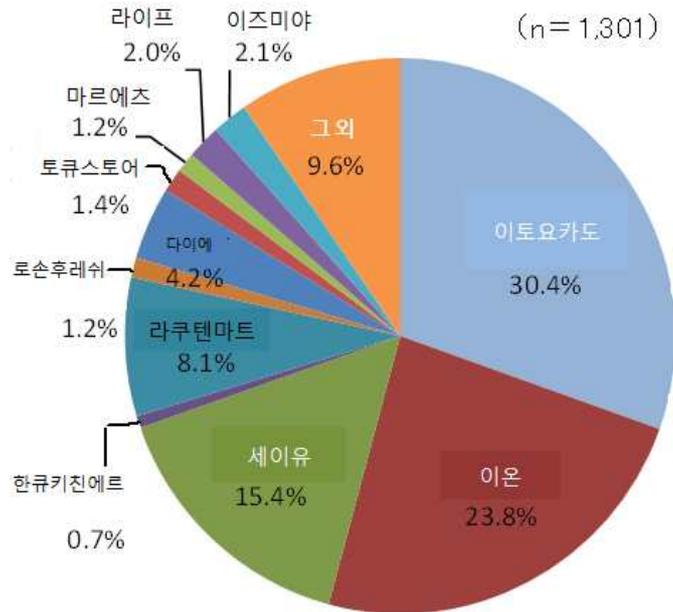
넷슈퍼의 정의

- 일본에서 말하는 넷슈퍼(Net Super)는 한국의 온라인몰과 같이 회원들로부터 PC 또는 스마트폰 등으로 24시간 언제든지 주문을 받아 주문 당일 혹은 익일 집까지 상품을 배송하는 '인터넷 슈퍼마켓'이다.
- 야노경제연구소의 조사에 따르면, 2015년 5월에 관동지역(사이타마현, 치바현, 도쿄도, 가나가와현) 및 관서지역(교토부, 오사카부, 효고현)에 거주하는 20~60대 여성 5,068명을 대상으로 한 식품을 중심으로 한 인터넷 슈퍼마켓의 이용 상황에 대해 인터넷 조사를 실시하였으며, 본 자료는 해당 조사 결과를 분석한 것이다.

넷슈퍼 이용실태

- **넷슈퍼(인터넷 슈퍼마켓)의 이용 유무와 그 이유**
 - 일본에서는 넷슈퍼를 이용한 경험이 있는 사람은 25.7%(1,301명), 이용경험이 없는 사람이 74.3%(3,767명)으로 이용경험자는 전체의 약 4분의 1 수준이다.
- **가장 많이 이용하는 넷슈퍼**
 - 이용경험이 있는 소비자들의 이용업체를 보면 넷슈퍼를 전개하고 있는 유통업체 중 '이토요카도'가 30.4%, '이온'이 23.8%, '세이유'가 15.4%로 대형유통업체의 GMS와 연계된 넷슈퍼가 높은 이용율을 나타내고 있다.

<일본 유통업체별 넷슈퍼 이용 비중>



● 넷슈퍼를 이용하는 이유

- 현재 일본에서 넷슈퍼를 이용하는 소비자들이 이야기하는 이유를 살펴보면 ‘자택이 배달권 내에 있어서’가 58.5%, ‘평소에도 이용하는 슈퍼마켓이기 때문에’가 32.9%, ‘포인트 서비스나 특전이 있다’가 29.4%로 상위를 점하고 있어 넷슈퍼를 평소 이용하고 있는 오프라인의 슈퍼마켓의 서비스의 하나로 인식하는 경향이 있다는 것을 알 수 있다.

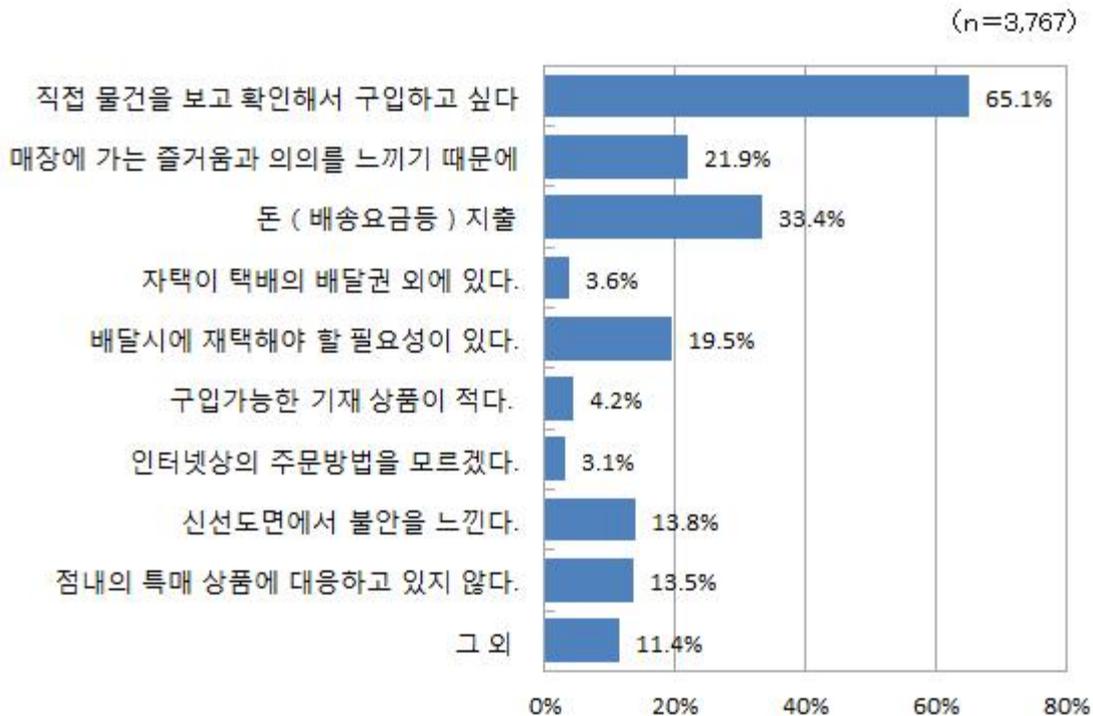
● 향후 넷슈퍼 이용계획

- 넷슈퍼를 이용한 적이 없는 미경험자를 대상으로 한 향후 이용계획에 대한 설문에서는 ‘앞으로도 이용하고 싶지 않다’가 77.5%로 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 이용 경험이 없는 소비자의 대부분이 현재로서도 인터넷으로 식품을 구입할 필요성을 느끼지 못하고 있는 것으로 보인다.

● **넷슈퍼를 이용하지 않는 이유**

- 넷슈퍼를 이용하지 않는 이유는 ‘직접 물건을 확인하고 구매하고 싶다’가 65.1%, ‘돈(배송료)가 들기 때문에’가 21.9%로 직접 눈으로 물건을 확인하지 않고 인터넷으로 구매하는데 있어 불안감을 느끼며 직접 보고 쇼핑하는 것 자체에 즐거움을 느끼는 것으로 해석된다.

<넷슈퍼를 이용하지 않는 이유>



- 일본에서는 인터넷으로 식품(특히 신선농산물)을 구입하는데 저항을 느끼는 사람이 많다. 이는 식품의 신선도와 안전성에 민감한 일본 소비자의 기질이 반영된 결과로 해석된다. 또한 건강한 고령자들이나 주부들이 이웃과 친목을 다지거나 운동을 겸한 장보기 등으로 인근의 슈퍼마켓에서 장을 보는 경우의 예를 볼 때 쇼핑 자체를 일상의 즐거움으로 여기는 경향이 높다는 점도 있다. 이러한 점은 각 일본 대형유통업체가 넷슈퍼를 보급 확대하는데 해결해야 할 가장 큰 숙제라고 할 수 있으며, 편의성 뿐만 아니라 넷슈퍼만의 새로운 매력과 서비스를 개발하는 것이 중요하다.

(참조 : 야노경제연구소)