

일본 인터넷 슈퍼마켓 시장

■ 인터넷 슈퍼마켓 시장규모 1,152억엔

식품 취급률이 70% 이상을 차지하인 인터넷 슈퍼마켓은 2000년대 초기 세이유, 이토요카도, 이즈미야가 진출, 2006년 이후 궤도에 들어섰다. 점차적인 시장 활성화로 인터넷 슈퍼마켓 시장은 2014년 1,152억엔까지 성장, 해마다 2자리에 가까운 증가추세로 소매업계의 성장시장이라고 할 수 있다.

〈온라인시장 식품취급 기업 점유율(2013년)〉



<인터넷 슈퍼마켓 시장 확대추이>



육아세대, 맞벌이 세대, 고령자 세대 증가를 배경으로 24시간 주문 시스템 및 당일 자택배송 서비스에 대한 기대로 인터넷 슈퍼마켓 수요가 늘어나고 있다. 인터넷 구매의 포인트는 실제점포에서 구매할 때의 네거티브 요소가 해소된다는 점이다.

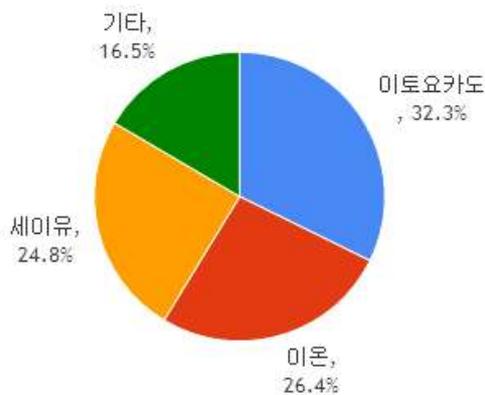
■ 진출기업 점유율, 『이토요카도』 『이온』 60% 차지

2014년 진출기업 점유율을 보면, 『이토요카도』가 시장 전체에서 차지하는 점유율은 32.3%이다. 수도권을 중심으로 전국 24개 도도부현에서 전점포의 절반 이상이 인터넷 슈퍼마켓 사업을 전개하고 있다. 발주 횟수가 많은 점포에서는 10회 체제로 운영하고 있다. 회원수도 점차 확대되어 2014년에는 170만명으로 매월 2만 3,000명의 회원이 증가하고 있는 상황이다. 취급품목 수는 일용품 등 비식품을 포함하여 총3만 품목에 달하고 있다. 매월 8로 끝나는 날을 해피데이로 정하고, 회원에게 5% 할인을 적용, 인터넷 회원은 전일 오후 5시부터 해피데이 서비스를 이용할 수 있는데 약7,000명 정도가 매회 오후 5시 개점과 동시에 쇼핑을 할 정도로 성황이다.

『이온리테일』 이온넷 슈퍼는 290점포를 운영하고 있으며, 점유율은 2014년 26.4%이다. 프로모션으로는 배송된 주문을 대상으로 1개월에 3회 이상 구입 후 납품서를 송부하면 인터넷 WAON 포인트를 100포인트 지급하는 이벤트 등을 실시하였다.

『세이유』는 수도권 373점포를 전개하고 있다. 세이유는 10년 이상의 인터넷 슈퍼마켓 운영경험과 월마트그룹의 노하우를 적용하여 전국 전개를 도모함으로써 판매수량, 구매빈도를 높이고 있다. 2013년에는 인터넷 슈퍼마켓 사이트를 대기업 통신판매 기업인 DeNA와 협동 운영하는 신규 사이트 'SEIYU 닷컴'을 오픈하여 전국을 대상으로 배송망을 확대하고 있다.

〈인터넷 슈퍼마켓 시장 진출기업 점유율(2014년)〉



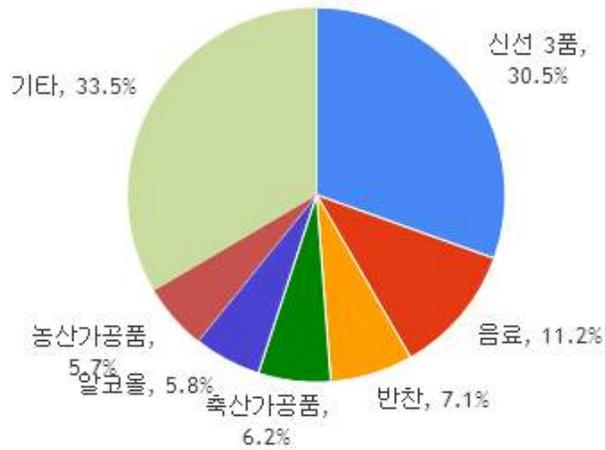
■ 인터넷 슈퍼마켓 시장동향

인터넷 슈퍼마켓의 식품 품목별 매출은 약30%가 신선품목이며, 일상에 필요한 카테고리가 인기품목이다. 점포와 비교하면, 중량과 부피가 큰 상품에 대한 배송 니즈가 높다. 맥루주, 생수 등 무게가 있고 들기 힘든 품목의 케이스 구매가 눈에 띈다.

반찬은 일하는 주부층에게 인기가 많으며, 특히 당일 주문 이용률이 높다. 그 밖에 쌀의 경우 중량감이 있는 상품으로 오프라인 점포와 비교하여 판매 구성비가 높다.

스튜, 찌개 등 특정 메뉴에 필요한 상품을 구성하거나, 할로윈 특집 등 이벤트, 신상품, 특정보건용식품 등으로 분류하여 사이트에 상품을 게재하고 있다. 계절이나 이벤트에 맞춘 판촉의 경우, 적절한 타이밍에 대량 구매 세일을 실시하거나 특별한 날 상품으로 배달 초밥이나 크리스마스 케이크, 도시락 등의 예약을 실시하여 구매의욕을 높이기 위해 노력하고 있다.

<인터넷 슈퍼마켓 식품 품목별 판매동향(2014년)>



(출처: 후지경제 『통판 · e커머스 비즈니스 실태와 미래』)

■ 시사점

- 인터넷 슈퍼마켓의 과제는 운영비용에 비해 수익성이 낮다는 점이다. 대부분의 슈퍼마켓은 인터넷 슈퍼마켓을 운영하고 있지만 채산성을 갖춘 점포는 극소수이다. 인터넷에서 주문을 받고, 점포 또는 창고에서 고객에게 배송하기 때문에 상품 분류나 포장에 따른 인건비, 배송비, 나아가 시스템 비용을 포함하여 흑자를 내는 것은 매우 어렵다.
- 따라서 현시점에서는 인터넷 슈퍼마켓을 점포 이외의 판매 채널이나 새로운 고객 서비스의 선행투자자로 보고, 그 자체의 수익성 보다는 2차적 효과를 기대하는 곳이 많다. 따라서 어느 정도 수익성을 확보하기 위해서는 배송지역이나 배송품목을 한정하는 것도 필요하다.
- 과제해결을 위해서는 매출증가와 매출 총이익률 개선이 필요하다. 신규 서비스 제공과 지속적인 프로모션 실시로 신규 등록과 재구매 주문을 확대해 나가기 위해 꾸준한 회원모집 활동이 지속되어야 한다.