

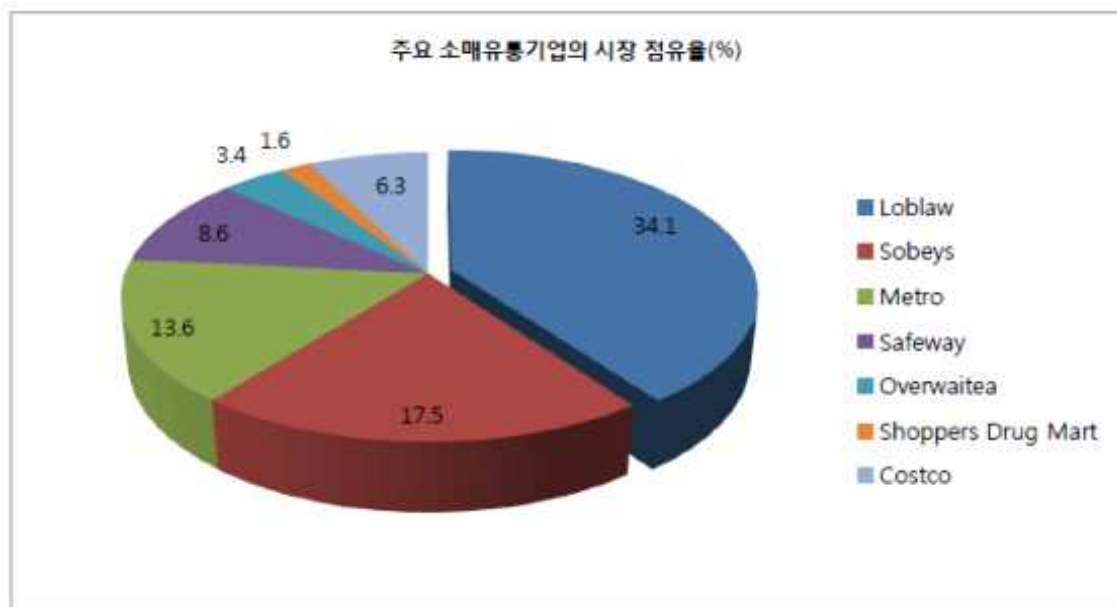
2014 캐나다 소매 및 유통 현황

캐나다 소매 및 유통 현황

캐나다의 소매업은 연간 매출 4,830억 캐나다달러(약 514조원)규모
2006~2011년간 선진국 시장의 침체에도 불구하고 견조한 성장세 유지

1. 캐나다 대형마트 유통시장

- 로컬유통망인 로블로(Loblaw), 소비스(Sobeys), 메트로(Metro)가 시장점유율 60% 이상



※ 한국-캐나다 유통협력 포럼 발표자료 재인용

	Loblaw	Sobeys	Metro
매출('12순위)	310억 달러 (32위)	174억 달러 (53위)	119억 달러 (83위)
영업 형태	하이퍼마켓 ¹ 수퍼센터 ² 수퍼 스토어 ³	슈퍼마켓 (식품 등)	슈퍼마켓 (식품 등)
매장 수	전국 2,300개 이상	전국 약 1,500개	메트로 매장 349개
본사 소재	토론토	노바스코샤 스텔라톤	퀘벡 몬트리올
기타	캐나다 최대 소매 유통망	동부 중심 (최근 Safeway인수로 서부에도 진출)	온타리오주, 퀘벡주 중심

※ 자료 : 딜로이트(Global Powers of Retailing 2014), 각사 홈페이지

※ 세계 250대 유통기업 중 연간 매출 순위

1. 하이퍼마켓(Hypermarket)은 슈퍼마켓·대형 할인점·백화점의 형태가 결합된 대규모 소매 점포이다. 기존의 슈퍼마켓에서 취급하는 식료품·일용잡화에서부터 의류·자동차용품·전자제품·가구 등도 취급하는 대형점포이다. 1980년대 미국에서 월마트, K마트, 타깃 등의 성장과 함께 급속히 퍼졌다.
2. 슈퍼센터는 슈퍼마켓과 디스카운트 스토어를 결합한 신종 유통업체. 회원제 창고형 업체, 디스카운트 스토어와 함께 대표적인 유통 신업체 중의 하나로 떠오르고 있다. 월마트 슈퍼센터라는 이름으로 1990년대부터 식품류 등이 강화된 새로운 매장형태 시도한 사례 있음. 결국 슈퍼센터는 하이퍼마켓의 월마트식 이름 중의 하나라고 할 수 있음. 일부에서는 이마트처럼 식품류가 전체 사업의 절반 정도를 차지할 경우 슈퍼센터라고 부르기도 함.
3. 슈퍼스토어(Superstore)는 의약품, 잡화를 중심으로 한 매장으로 슈퍼마켓이 식료품을 중심으로 한 점에 반대되는 개념을 갖고 있다.

① 로블로(Loblaw)



- 로블로 기업(Loblaw Company Ltd.)은 2012년 기준 연매출 310억 달러로 식품 및 비식품, 의약품, 건강미용제품 등을 취급하며, 전국에 2,300개 이상의 매장 보유.



※ 캐나다 토론토 코트라 무역관 제공

- 로블로 배너 이외에 수퍼스토어(Superstore)와 같은 대형 하이퍼마켓, 노프릴(nofrills), 맥시(maxi), 엑스트라 푸드(Extra Foods)와 같은 대형 할인매장, 포르티노(Fortinos), 세이브이지(SaveEasy), 프로비고(provigo) 등과 같은 전통적인 슈퍼마켓 등 다양한 형태의 프랜차이즈 소매유통매장이 운영되고 있음
- 2009년에 캐나다 최대 화교계 슈퍼마켓인 T&T Supermarket을 인수하였으며, 2014년 3월에는 캐나다 최대 의약 및 건강미용 전문 유통망인 쇼퍼스 드러그 마트를 인수하여 계열사로 편입시킴
- 쇼퍼스 드러그 마트는 3,000여개의 매장을 보유하고 있고, 주로 도심 지역에 있기 때문에 로블로가 기업을 인수한 후 도심지역으로 진출하기에 용이함

② 소비스(Sobeys)



※ 엠파이어 기업의 지역별 주요 배너

- 시장 점유율 2위 기업인 소비스(모회사: Empire Company Ltd.)는 전국적인 식료품 (grocery) 소매유통 기업임
- 소비스(Sobeys) 배너 이외에 세이프웨이(Safeway), IGA, 푸드랜드(Foodland), 프레쉬 코(FreshCo) 등의 배너 하에 10개 주에서 약 1,500개 매장을 운영 중

③ 메트로(Metro)



※ 메트로 기업의 주요 배너

- 메트로(Metro)는 주로 퀘벡주와 온타리오주에 집중되어 있는 소매유통 기업
- 메트로의 사업은 크게 식품과 의약품 분야로 나뉘어져 있으며, 식품 분야는 600개 이상의 매장과 250개 이상의 의약품 전문 매장을 운영하고 있음

2. 대형마켓 합병 및 사업영역 확장 현황

- 소매 시장에서 캐나다 유통 브랜드의 파워가 높아지고 있음

Loblaw	· 2009년 최대 화교계 슈퍼마켓인 T&T Supermarket 인수 · 2014년 3월 캐나다 최대 의약 및 건강미용 전문 유통망인 쇼퍼스 드러그 마트 인수 (C\$ 43billion) 서부, 동부 모두 위치
Sobeys	· 2013년 10월 Safeway 인수 (C\$21 billion) 동부 캐나다 Sobeys, 서부 캐나다 Safeway · 서부 캐나다에 진출하기 위해 Safeway를 인수하였고 물품 공급을 빠르게 할 수 있게 됨

3. 캐나다 럭셔리 유통시장 진입업체

2~3 년 내 예상 신규 진입업체	 NORDSTROM	 SAKS FIFTH AVENUE
진입일	2014 년 9 월	2016 년 봄(예정)
캐나다내 현황	A-몰 6 곳 캘거리	2 곳(초기 예정)
형태	백화점 신설 (새로운 Section 을 만들기도 하고 영업실적 좋지 않은 매장 임대)	Hudson Bay 매장 내 위치 (2013 년 Hudson Bay 가 2.4\$ billion 에 Saks 인수했지만 두 브랜드 모두 유지)

<현재 캐나다 백화점 유통시장 경쟁업체>

HOLT RENFREW HUDSON'S BAY

⇒ Nordstorm 과 Saks 는 대중을 겨냥한 백화점인데 반해 Holt renfrew 는 최상류층을 겨냥한 최고급 백화점

⇒ 미국 백화점 업체가 캐나다에 진입하려는 시도가 증가하고 있는데, 이는 단위매장면적 당 매출이 미국에 비해 캐나다가 더 높기 때문이다. 또한 캐나다인들의 럭셔리 제품 소비 의향이 높아 수요가 증가하고 있다는 점이다. 백화점 업체 수도 적다는 이유도 있음.

⇒ 럭셔리 제품에 대한 캐나다인들의 수요가 높아지는 점을 알 수 있음

4. 캐나다 온라인 유통시장

① 아마존(Amazon)

- 전통적인 소매업체들을 위협하고 있는 온라인 업체 중 하나
- 온라인 소매업자들은 식료품과 고급식료품 카테고리를 만들어 식료품을 온라인으로 공급망을 확대 중
- 비 신선식품을 판매가 주를 이루며 베이커리, 음료, 이유식과 같은 품목들을 판매
- 고급식료품을 온라인으로 구매할 수 있다는 점은 다양한 방식과 채널을 이용해 최고의 가치에 접근할 수 있다는 장점을 주기 때문에 고객들의 호평을 받고 있음
- 아마존의 성공 이후, 전통 소매업체들은 자체적인 온라인 유통망을 구축하거나 온라인 유통채널을 확보해야 할 필요성이 커짐

amazon.ca

14 Days Left

Search: Grocery & Gourmet Food

Grocery & Gourmet Food

Subscribe & Save

GROcery & GOURMET FOOD

Shop for beverages & coffee, pantry staples, snacks, breakfast food, and more.

Show results for

Grocery & Gourmet Food

- Baby Food (1,901)
- Beverages (3,794)
- Breads & Bakery (1,016)
- Breakfast Food (1,724)
- Candy & Chocolate (4,585)
- Fresh Flowers & Indoor Plants (1,000)
- Gourmet Gifts (13,962)
- Home Brewing & Winemaking (741)
- Pantry Staples (12,304)

Gourmet Gifts for Any Palate

Shop now

- New from Campbell's
- Gourmet Gifts
- General Mills
- Easter Holidays
- Amazon Family

Grocery & Gourmet Food	Baby Food, Beverage, Bread&Bakery, Breakfast Food, Fresh Flowers&Indoor Plants, Gourmet Gift, Home Brewing&Winemaking, Pantry Staples, Snack Food (10개)
------------------------	---

※ 캐나다 아마존 식료품 카테고리 (2014년 11월)

② 옴니채널(Omni-Channel)

- 옴니채널을 통해 물리적소매와 온라인소매 간의 차이가 사라지고 있음
- 스마트폰을 비롯한 각종 기기에 적용된 고급 기술로 인해 '물리적 세계에서 만지고 느끼는 과정을 통해 습득되는 정보'와 '온라인 콘텐츠'가 통합되고 있음
- 이와 같은 통합 현상으로 인해 옴니채널(Omni-Channel)환경이 등장. 온라인과 오프라인에서 활동하는 소매업체들이 새롭고 혁신적인 방식으로 경쟁을 해야 할 필요성 대두되고 있음



※ 동아 비즈니스 리뷰, 옴니채널 소매(기술이 소비를 바꾼다)

※ 한국무역협회, 캐나다 대형유통망 진출전략 및 주의사항

5. 캐나다 유통업자들의 식품사업 확대 현황

- 많은 소매업자들이 매장형태를 소규모로 줄이고 도시 내에 입점할 수 있도록 추진하고 있음.
- 현재 유동인구가 많은 주요 지하철역이나 도시인근 지역에 위치하고 있음.
 - 도시에 거주하는 인구가 전체 인구의 81%라는 점을 감안하면 매우 큰 시장임을 알 수 있음
 - 월마트 경우 교외지역에 위치하여 셔틀버스나 자차를 이용하여 고객들의 소비가 이루어졌지만, 도시로 확대하려고 노력 중임
 - 로블러도 도시 지역에 진출하기 위해 쇼퍼스 드러그 마트를 인수하기도 함
- 시장을 세분화 하여 마이크로마켓으로 나누고, 이를 이용하는 고객들의 인구통계학적 측면에서 벗어나지 않도록 유의 할 필요성이 있음

비식품 전문매장		☑ "모든 매장에서 신선식품을 구매하고 싶다"는 CEO의 철학 아래, 300여개의 월마트 매장 중 지난 5년 동안 260개의 이상의 매장에서 식료품을 판매 중 ☑ 토론토와 같은 도시 시장 진출과 함께 "월마트 익스프레스" 아울렛 매장 확대로 기회 모색
		☑ 미국 태생의 기업으로써 품질은 월마트보다 낫다는 평을 듣고 있음 ☑ 2000년도 이후 120개의 매장이 식품을 취급하고 있음 ☑ 캐나다에 처음 진출 소식을 듣고 캐나다인들은 긍정적인 반응을 보여줬지만, 미국보다 비싼 물가(세금높음)와 공급망의 한계로 캐나다에서 2013년 10억달러의 손실을 입기도 함 ☑비즈니스 모델을 변경할 예정 중에 있음
		☑ 로블러에서 샐러드, 샌드위치 등과 같은 쇼퍼스 드러그 마트의 간편식을 판매 할 예정에 있음
고급백화점		☑ 고급레스토랑에서 Nordstorm에 식료품을 공급한 후, 백화점에서 식료품을 판매 할 예정이라는 소문이 있음
대형마트		☑ 최근 개장한 첫 번째 소규모 매장에서는 신선품과 인스턴트식품 위주로 판매 ☑ 인수된 Shoppers Drug Mart 기업은 도시 시장에 더욱 넓은 접근성을 가질 것
온라인		☑ 온라인 유통망에 식품 카테고리를 구체화 및 확대

6. 캐나다 소매시장 진출 유의사항

- ① 라벨링시 영어 및 불어 병기 의무 규정 등 캐나다 시장의 고유 특징 이해
- ② 토론토, 벤쿠버 중심으로 아시아계 인구에 대한 공략과 한류 활용

〈캐나다의 소수인종 인구 증가 전망〉

(단위: 천 명, %)

지역	남아시아	중국	흑인	필리핀	남미	동남아	아랍	서아시아	한국	일본
2011	1,567	1,325	946	619	381	312	381	207	161	87
2031	3,640	2,714	1,809	1,020	733	449	930	523	407	142
증가율	132	105	91	65	92	44	144	153	153	63

자료: 캐나다 통계청

- 단일 국가로 이민자 비중이 가장 높은 중국을 중심으로 아시아 인구를 위한 유통망이 발달되어 있으며, 캐나다 내 소수민족을 위한 소매유통 시장규모도 빠르게 증가하고 있음
 - 소수민족 소매유통 중 증가세가 높은 업종은 식품 분야이며, 소수민족을 위한 식료품점의 시장 점유율이 2014년 9%대에서 2017년에는 약 15%까지 증가할 것으로 전망 (캐나다 소매유통협회의 발표내용 재인용 : Retail Council of Canada)
 - 인터넷을 통한 한류의 확산으로 캐나다 내 아시아 인구의 한국 식품에 대한 관심이 확대되고 있음
- ③ 장기적인 경쟁력향상을 위해 캐나다 라이프스타일 트렌드에 맞는 현지화 마케팅 필요
 - 바이어나 현지상인들을 통해 물품을 납품한 이후에도 현지 소비자들의 반응을 지속적으로 모니터링
 - 캐나다의 라이프스타일과 같은 문화적인 측면을 깊이 이해하고 있는 현지 전문가를 통해 국내기업의 마케팅 기획부터 실행, 관리까지 전반을 컨설팅 할 필요성이 있음
 - ④ 벤쿠버, 에드몬튼, 토론토, 캘거리, 오타와, 몬트리올(VETCOM) 등 6대 메트로시티 우선 진출
 - ⑤ 지속적으로 수요가 증가하는 건강 관련제품 공략
 - ⑥ 인증, 안전규정, 포장 및 라벨링 규정에 대한 철저한 조사