



02

팬데믹이 만들어낸 대대적 옴니채널 혁신

유통 산업 글로벌 트렌드 및 이슈

Rob Sides, Lupine Skelly | Deloitte Global

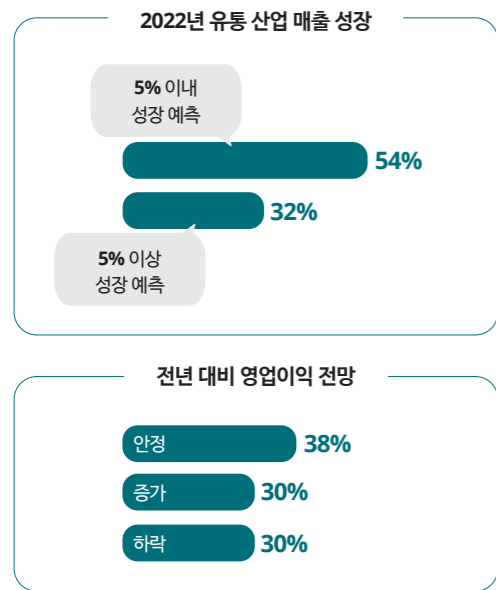
유통 산업 2022년 전망

딜로이트는 유통 기업 경영진 50명을 대상으로 2022년 유통 산업 전망에 대한 설문조사를 진행했다. 본 조사에 따르면, 대다수의 응답자가 매출 성장과 영업이익 안정세 및 증가를 예측했다(그림1 참조). 2022년에 소비자들은 작년보다 집을 벗어난 외부 활동을 더 많이 할 것으로 보인다. 팬데믹으로 인해 위축되었던 소비자 회복세를 보일 것이며 다양한 유통 채널을 통한 소비 경험이 증대될 전망이다. 또한 소비자들은 적극적인 ESG 이니셔티브를 추구하는 유통 기업을 지지할 것이다.

2022년에 유통 기업이 직면한 기회 요인에는 호의적인 소비자 행동, 인플레이션을 활용한 마진 증대, 주기적인 가격 프로모션 집행 등이 있다. 위협 요인으로는 소비자들의 양분화, 노동력 부족, 공급망 붕괴에 따른 성장 잠재력 저하, 적시 배송 문제 등을 꼽을 수 있다. 모든 유통 기업이 공통적으로 직면한 이슈는 디지털 역량 및 공급망에 대한 투자와 노동력 부족 문제 해결이었다. 설문조사에 응답한 50개 기업을 3가지 기준(연 매출 성장률, 디지털 채널을 활용한 매출 비율, 2022년 자사 사업 전략에 대한 자신감)을 가지고 리더 그룹(상위 25%), 중간 그룹, 팔로워 그룹(하위 25%)으로 분류해 그룹별로 각 이슈에 대한 투자 계획과 전략 수립 여부를 도식화한 그림은 아래와 같다 (그림2 참조).

리더 그룹과 팔로워 그룹 모두 디지털 역량 확대에 투자 의사를 가지고 있음을 알 수 있다. 큰 차이점은 리더 그룹은 경쟁우위 전략을 확립한 후 중, 대규모 투자를 단행하여 이 전략을 실행하려 하는 반면 팔로워 그룹은 확립된 전략이 없음에도 불구하고 투자를 계획하고 있다는 점이다.

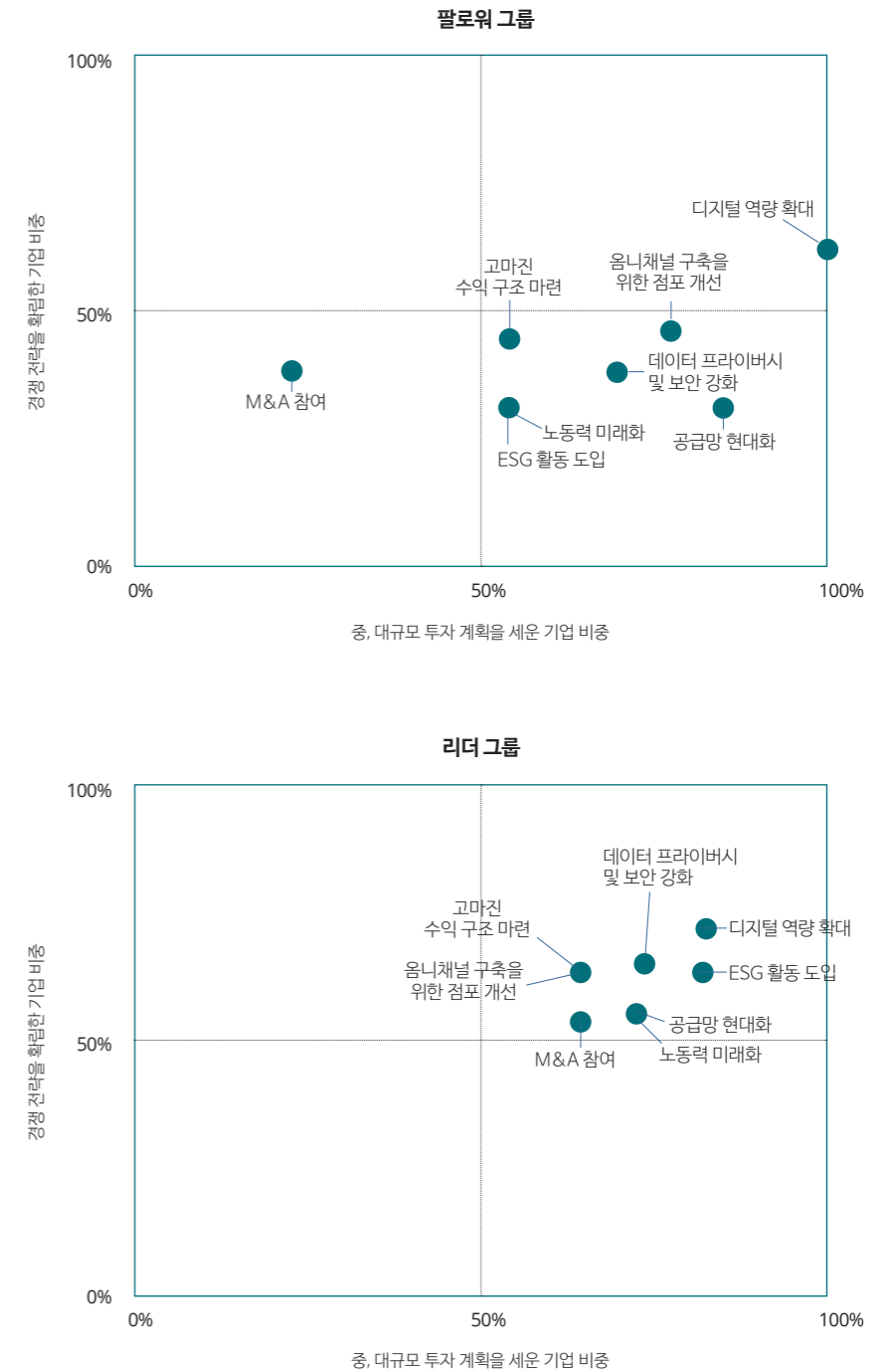
그림 1
2022년 유통 기업 경영진 전망



출처: 딜로이트 2022 유통 산업 전망 설문조사



그림 2
2022년 이슈별 투자 계획 및 경쟁 전략 확립 여부



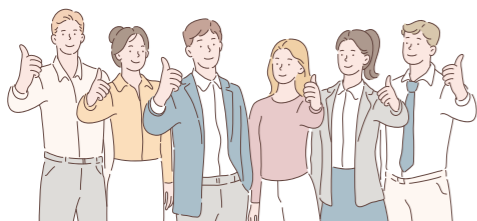
출처: 딜로이트 2022 유통 산업 전망 설문조사

노동력 문제에 대한 재고

설문조사에 응답한 유통 기업 경영진 중 70%가 노동력 부족 사태로 인해 유통 기업의 성장이 저해될 것으로 내다봤다. 또한 83%는 신규 직원 고용과 이탈 방지를 위해 대규모 투자를 집행할 것이라 답했다. 고용주 입장에서 어려운 점은 아무리 근로 조건을 개선하려고 해도 노동 유연성에 기반한 '긱 이코노미(gig economy)'¹가 활성화되면서 장기적이고 안정적인 노동력 확보가 어려워졌다는 것이다. 유통 기업들의 74%는 2022년에 매장에서 고객을 대면하는 직무에 인력이 부족할 것으로 예상했으며, 56%는 물류센터 직원의 부족을 예상했다. 이러한 상황에서 유통 기업들은 기술과 자동화를 활용하여 물리적인 노동력에 대한 의존도를 줄이는 투자를 모색 중이며 리더 그룹의 절반 이상(팔로워 그룹의 31%)은 5년 안에 무인 매장이 일반화될 것으로 예상했다.

디지털 역량을 갖춘 인력의 부족도 유통 기업이 해결해야 할 과제이다. 유통 산업의 디지털화가 가속화되고 있는 가운데 IT와 데이터 분석 전문 인력이 부족한 상황이다. 특히 유통 산업은 IT 빅테크 기업과 같이 타 산업에 속한 기업들과 디지털 인력 확보를 놓고 경쟁해야만 하는 상황에 놓여있기 때문에 고급 인력 확보에 더 큰 어려움을 겪을 수 있다.

인재 경쟁이 치열해지는 상황에서 유통 기업은 팬데믹 이후 직원들의 우선순위로 부상한 다양성, 공정성, 포용성을 갖춘 업무 환경 구축에 투자해야 한다. 또한 유통 기업이 직원, 공급자, 고객 등과 함께 소통하며 브랜드를 발전시켜 나가는 방식이 더욱 중요해질 것이다.



공급망 회복력

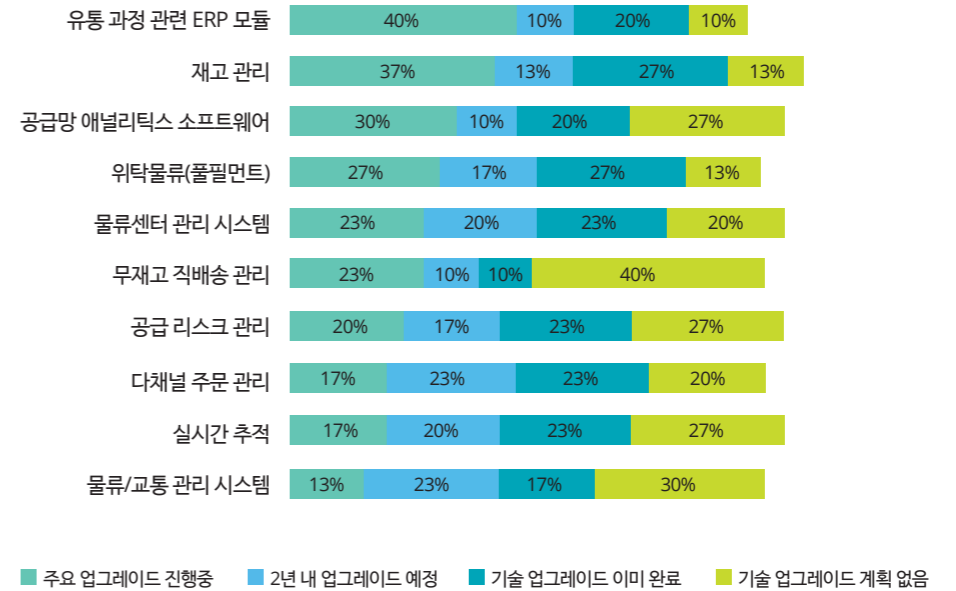
팬데믹으로 붕괴된 공급망은 전 세계적인 상품의 제조 및 유통 문제를 유발했다. 이로 인해 유통 기업의 80%는 소비자들이 2022년에 유통 브랜드보다 재고 가용성을 우선시할 것으로 전망했다. 소비자들은 이전보다 더 다양화된 유통 채널을 통해 상품을 구매하고 소셜미디어를 통해 자신들이 필요한 상품에 대한 정보를 큐레이션(수집, 분류)하고 있다. 뿐만 아니라 소비자들은 디지털 플랫폼을 통해 중고 상품을 재판매 하고 집 앞으로 자신이 원하는 상품이 배송되기까지의 과정과 각종 조건들을 스스로 세팅하기에 이르렀다. 이러한 변화에 발맞춰 유통 기업은 이전보다 더 신뢰할 수 있는 정보 및 기술을 활용할 수 있도록 업그레이드를 해야 한다.

설문조사에 응한 기업 중 리더 그룹에 속하는 유통 기업들은 유통 과정의 자동화를 최우선 순위로 삼았다. 리더 그룹의 50%는 유통-물류센터 자동화를 가장 중요하게 여긴 반면, 팔로워 그룹은 11%만이 동의했다. 리더 그룹은 유통 과정 전반에 걸쳐 대규모 투자를 집행할 것으로 파악되었다. 유통 과정별 공급망 기술 관련 투자의 사는 아래 그림과 같다(그림3 참조).

공급망 문제가 몇 년간 더 지속될 것으로 예상됨에 따라 유통 기업에게 기술 투자뿐만 아니라 투명성 확보가 큰 이슈로 부각되었다. 일반 유통 기업들이 상품 정보의 투명성을 확보하였고 수직계열화 된 구조를 갖춘 거대 유통 그룹과 경쟁하기 위해서는 협력사와의 정보 공유가 중요하다. 유통 기업들은 유통 과정에서 발생하는 모든 정보를 이전보다 더 개방적으로, 완전하게 공유함으로써 고객과 협력사에 대한 투명성을 제고해야 한다. 뿐만 아니라 거대 유통 기업과 경쟁하고 있는 일반 유통 기업들은 신규 협력사 확보에 힘써야 한다. 예를 들면 쇼핑센터 등 부동산을 제공하는 기업과 유통 기업이 정보를 공유함으로써 고객들에게 더 완벽한 쇼핑 경험을 제공할 수 있다.

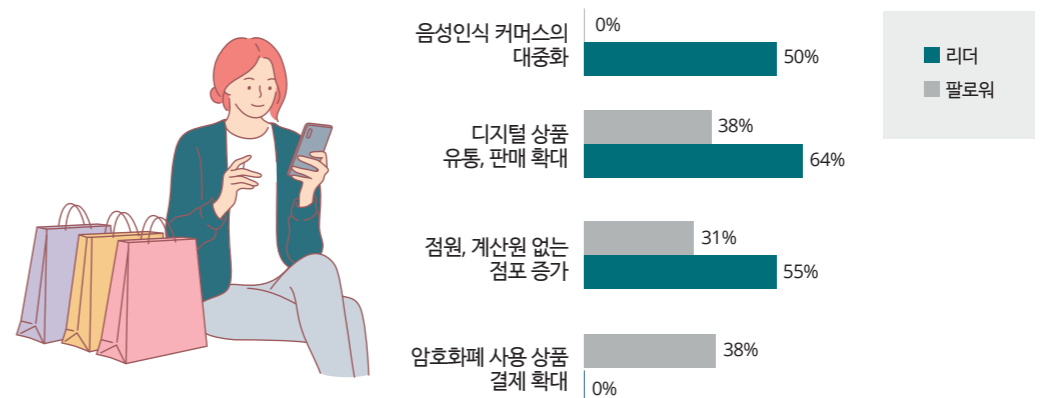
1 긱 이코노미란 기업들이 특정 프로젝트나 업무별로 정규직이 아닌 임시직 형태의 고용을 늘리는 경제 현상을 일컫는다.

그림 3
공급망 기술 관련 투자 및 업그레이드 의사



출처: 딜로이트 2022 유통 산업 전망 설문조사

그림 4
5년 후 유통 산업 미래상



출처: 딜로이트 2022 유통 산업 전망 설문조사

디지털 혁명

2022년에는 디지털 세계에서 소비 관련 경험과 실제 세계의 경험을 융합적으로 제공하는 것이 더욱 중요해질 것으로 전망한다. 유통 기업은 e-커머스에 대한 현재의 니즈를 충족시키는 차원을 넘어선 미래에 대비해야 한다. 팬데믹으로 인해 소비자들은 이전보다 더 디지털 플랫폼에 의존하게 되었다. 가상 업무 공간, 온라인 비대면 수업, 엔터테인먼트 콘텐츠 소비 등 모든 분야에 있어 디지털 플랫폼이 필수화 되었다. 쇼핑에 있어서도 마찬가지로. 소비자들은 이제 온라인과 오프라인이 혼합된 옴니채널을 통한 소비 생활을 더 편리하다고 느낀다. 향

후 5년 안에 발생할 수 있는 유통 산업의 미래상은 아래와 같다(그림4 참조). 흥미로운 점은 일부 미래상에 대한 전망이 리더 그룹과 팔로워 그룹 간 다르다는 것이다. 음식인식 커머스에 대해 리더 그룹은 50% 이상이 긍정적으로 답했고 팔로워 그룹은 모두 부정적으로 인식했다. 반면 암호화폐를 통한 결제에 대하여 리더 그룹은 모두 부정적으로 전망했으나 팔로워 그룹에서는 38%가 긍정적이라고 답했다.

유통 기업 경영진 응답자의 70%는 급변하는 변화상에 발맞춰 디지털 마케팅 분야에 중간 규모 혹은 대규모의 투자 집행을 계획하고 있다고 답했다. 이는 점유율 확

대 및 온라인 고객 확보를 위한 포석이다. 유통 기업들은 최근 화두가 되고 있는 메타버스에 대한 투자를 고려해야 한다. 향후 5년 안에 디지털 상품에 대한 고객 수요가 늘어날 것으로 전망되기 때문이다. 유통 기업들이 디지털 세계에서 가상 상품 판매를 위한 마케팅을 적극적으로 실행해야 할 날이 빠르게 다가오고 있다.

옴니채널 확대 및 활성화를 위한 인프라 구축도 시급하다. 팬데믹을 통해 전통적인 점포(가게)의 기능과 역할이 변화하고 있음을 느낄 수 있다. 유통 기업이 기존의 대면 채널에서 활용하던 유통 채널 관련 기술로는 미래 소비자 및 관계자들의 니즈를 충족시킬 수 없으며 옴니채

널에 대한 적극적인 투자가 미진한 기업은 운영 리스크에 직면할 수밖에 없을 것이다. 한편 데이터 보안도 큰 이슈가 되고 있다. 유통 산업이 디지털화 되고 무인 점포 및 드론 배송이 확대됨에 따라 랜섬웨어와 같은 악성코드를 활용한 디지털 정보 침해가 발생할 수 있는 접점이 많아지고 있기 때문이다. 결국 유통 산업의 대대적 혁신에 대비하기 위해서는 물리적 유통채널의 디지털화, 옴니채널화에 대한 준비를 철저히 해야 한다. 또한 애널리틱스 분야 투자를 통해 급변하는 소비자의 쇼핑 니즈를 충족시키고 데이터 보안 역량을 증대시켜 소비자와의 신뢰를 지속적으로 유지해 나가야 한다.

