



January 2023

What's Next in Retail?

(국내외 유통업계 동향)

NielsenIQ
Retail Vertical Team



CONTENTS

01 | 해외 유통업계 동향

02 | 국내 유통업계 동향

03 | 국내 경제 지표 및 유통 정보

04 | 특별기획

2023 NielsenIQ SUSTAINABILITY REPORT(일부 발췌)



해외 유통업계 동향



SERVICE



MARKETING INNOVATION



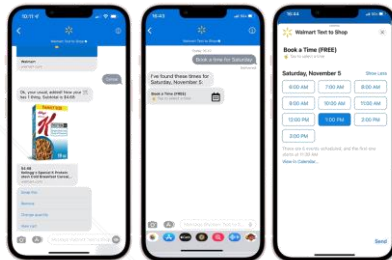
**SOCIAL &
SUSTAINABLE**



Walmart, 문자로 쇼핑하는 'Text to Shop'기능 출시

▶ iOS와 안드로이드 이용자 모두 사용 가능한 무료 서비스

- 2018년 '제트블랙(Jetblack)'이란 이름으로 운영되었던 고소득 이용자 대상 컨시어지 베타서비스(2020년 중단)를 확장, 모든 고객을 대상으로 하는 무료 서비스로 출시
- '시리얼'과 같은 일반 품목을 문자로 보내면 사용자의 월마트 계정에 연동되어 고객이 평소 구매하던 품목이 장바구니에 담기고, 문자 창에서 바로 품목이나 수량 변경 등이 가능
- 결제 전까지 문자 창 혹은 월마트 앱에서 장바구니를 확인할 수 있고, 문자로 픽업 또는 배송 시간 예약 가능



Kroger, Doordash와 협업으로 꽃과 초밥 배송 시작

▶ 자다가을 시범 서비스 이후 정식 서비스 론칭

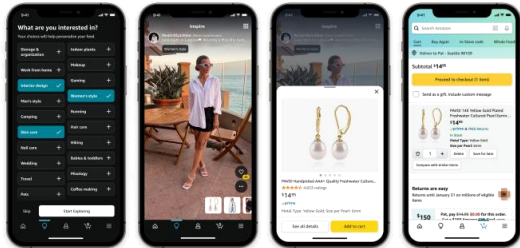
- Doordash 앱을 통해 주문하면 Kroger 매장 내 초밥 코너와 화훼 코너에서 판매하는 주문 제작 형 꽃다발과 신선 초밥, 만두, 포케나 소스 등을 소비자에 배송
- 미 전역 매장 중 초밥은 900여 개 지점, 화훼 코너는 약 1,600개 매장에서 배송 가능



Amazon, 쇼퍼블 콘텐츠 인앱 서비스 'Inspire' 출시

▶ 사진 및 숏폼 비디오를 틱톡(TikTok)과 유사한 스크롤 형식으로 제공

- 브랜드나 인플루언서, 일반 소비자가 제작한 사진 및 숏폼 비디오를 스크롤 형식으로 제공, 좋아요 기능과 아마존 내 판매 중인 제품에 대한 링크 포함
- 아마존 모바일 앱에서만 사용 가능하며, 서비스 최초 사용 시 피부관리, 애완동물, 게임 등 20개 이상의 선택지 중 이용자의 관심사를 선택하고 이후 좋아요와 참여도 등을 추적하여 데이터가 축적되면 보다 더 개인화된 콘텐츠로 유도
- 12월 초부터 미국 내 소수의 선별된 이용자들에게 선공개 후 시차를 두고 미국 내 모든 이용자에게 공개 예정



Albertsons, 메타버스에서 실제 상품 판매 시범 운영

▶ Decentraland에서 타임 딜 'Meta Mega Deal' 진행

- 제한된 시간 동안 프레첼, 피넛버터컵, 6개입 미니 콜라 팩을 모두 1달러(한화 약 1,250원)에 판매하는 타임 딜 진행
- 가상 플랫폼 내 25개 가상 광고판을 활용, 사용자들은 광고판의 QR코드를 스캔 후 신용카드로 결제하면 45분 내로 무료배송
- 식료품점의 메타버스 내 실제 상품 판매는 이번이 미국 내 최초 시도

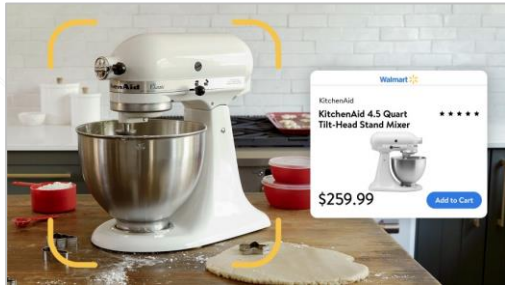
* Decentraland : 3D 가상 브라우저 기반 플랫폼 (2020~)



Walmart, 시각 검색 툴 TrendGetter 출시

▶ TV 화면이나 인스타그램 피드를 캡처하여 상품 검색 가능

- TrendGetter 웹사이트에 접속하여 원하는 상품의 사진을 찍거나 이미 디바이스에 저장된 제품 이미지를 업로드하면 해당 상품 혹은 유사한 상품의 판매 정보 열람 가능
- 의류와 전자제품, 장난감 등 대부분 품목에 적용되며, 검색에 사용된 이미지는 상품 확인 후 삭제



Amazon, 신선식품 재고관리 및 발주에 AI기술 도입

▶ 미시간주 10개 점포에 Afresh사의 AI 재고관리 플랫폼 시범 운영

- AI기술로 식품낭비는 최소화하고 소비자에게 보다 신선한 제품을 제공
- 매장 단위의 데이터와 실시간으로 수집되는 신선코너 정보를 결합, 개별 매장별 매출과 계절성, 매대 크기, 매장별 고유의 상황 등을 고려한 재고 및 발주 관리가 가능

*Afresh : 미국의 신선식품 전문 AI 재고관리 솔루션 제공 업체(2017~)



SOCIAL & SUSTAINABLE

Sainsbury's, PB 소스제품 일회용 플라스틱 뚜껑 퇴출

▶ 2025년까지 자체 브랜드 플라스틱 포장재 사용 절반 감축 목표

- 과카몰리, 사워크림, 부추 딥소스 등의 소스 통에 사용되던 1회용 플라스틱 뚜껑을 제거하여 약 200톤에 달하는 플라스틱 사용 절감 목표
- 이와 동시에 1회용 제품이 제거된 제품에 재사용 가능한 실리콘 뚜껑을 출시, 1.25파운드(한화 약 1,900원)에 판매

* Sainsbury's: 영국의 슈퍼마켓 체인 (1869~)



Walmart, 뉴욕과 콜로라도에서 비닐 및 종이 봉투 제공 중단

▶ 2025년까지 미국과 캐나다에서 폐기를 제로 달성 목표

- 모든 일회용 봉투 제공을 중단하고 크기와 기능에 따라 74센트(한화 약 920원)에서 3달러 98센트(한화 약 4,960원)의 가격에 판매 중인 재사용 장바구니만 판매
- 이미 일회용 봉투 판매를 중단한 뉴저지, 메인, 버몬트 세 개 주에 이어 금번 조치로 미국 내 총 5개 주에서 시행



01 미국 할인점 체인, 지난해 5,103개 신규점포 오픈

- 22년 12월 기준, 지난해 미국 주요 할인 체인은 2,603개 매장이 폐점하고 5,103개 점포 개점
- 인플레이션이 계속되면서 대형 할인매장을 찾는 소비자가 증가, 지난해 호실적이 2023년에도 이어지길 바라는 기대감으로 점포 수 확장

* 22년 신규 점포 상위 5개사

Dollar General	1,024개
Family Dollar	393개
Dollar Tree	206개
Five Below	134개
TJX companies	133개

* Source : Coresight Research

02 Amazon, 비디오 커머스 앱 'Trendio' 출시

- 뷰티 전문 커머스를 표방하는 Trendio 앱으로 다양한 제품의 짧은 미리보기를 스와이프 형식으로 제공하는 숏폼 피드가 주력이며, 관심 있는 제품을 발견하면 탭 하여 전체 비디오 시청 가능
- 대시보드에 관심 상품을 고정하거나 앱 내에서 상품 구매도 가능하며, 라이브 방송과 채팅 기능도 제공
- 현재 모든 콘텐츠가 수동으로 편집되지만 향후 AI를 활용한 자동 편집 기능 제공 예정

03 Getir, 빠른배송 경쟁사 Gorillas 인수

- 미국의 긴축 통화 정책과 생활 물가 상승에 따라 줄어든 소비 심리의 영향으로 빠른배송 및 배달 대행 서비스 업계가 크게 위축
- Gorillas는 빠른배송 분야에서 가장 주목받는 스타트업 중 하나였으나 지난해 대량 해고 및 유럽 내 일부 시장에서 철수
- 금번 Gorillas를 인수한 Getir는 터키, 미국, 영국, 독일, 프랑스 등 9개 국에서 운영 중이나 역시 지난해 비용을 이유로 인원 감축 감행

* Getir : 터키의 식료품 및 외식업 배달 대행 업체 (2015~)

** Gorillas : 독일의 식료품 배송 대행 업체 (2020~)

국내 유통업계 동향



**NEW
FORMATS**



SERVICE



MARKETING



**SOCIAL &
SUSTAINABLE**

NEW FORMAT

롯데백화점, 용평리조트 스키장에 팝업스토어 '롯데양조' 오픈

▶ 공간의 제약을 넘어서 고객에게 새로운 쇼핑 경험과 트렌드 제안

- 23년 1월 15일까지 백화점이라는 공간을 벗어나 특별한 장소에서 진행하는 새로운 콘셉트의 팝업스토어 '롯데양조(LOTBAG BREWERY)' 운영
- '롯데양조'는 '스키'와 '보드'에서 착안해 '위스키'와 '보드카'를 중심으로 하는 '양조장' 콘셉트의 팝업스토어
- 뷰티, 주류, F&B(식음료) 등 6개의 브랜드가 겨울 시즌 상품을 판매하며, 포토존과 SNS 이벤트 진행



홈플러스 대구 성서점, '홈플러스 메가푸드마켓'으로 리뉴얼 오픈

▶ 인근 상권 특성을 반영한 신선/조리식품 특화 매장으로 탈바꿈

- 전국 홈플러스 매장 중 가장 면적이 넓고 주거 밀집 지역에 위치한 성서점은 14번째 메가푸드 마켓으로 전환
- 식품매장의 면적은 리뉴얼 전보다 20% 늘렸고, 매장 입구에 샐러드바와 델리, 베이커리 등 각종 먹거리 코너 전면 배치
- 홈플러스 매장 최초 몽블랑제 베이커리 디저트 전문 코너 '몽스 디저트' 오픈
- 신선식품과 HMR(가정간편식), 밀키트, 와인코너 확대
- 홈플러스 메가푸드마켓으로 전환한 매장들의 누적 매출 신장률은 각 오픈 시점을 기준으로 평균 31% 성장*

* Source : 서울경제 (22.12.22)



신세계백화점, 반찬 구독 서비스 '품격 있는 백화점 반찬' 론칭

▶ 제철 식재료를 활용한 반찬을 집에서 편리하게 이용할 수 있는 서비스

- 월 4회 제철 음식과 반찬, 국, 찌개까지 집에서 배송받을 수 있는 반찬 월 정액 서비스 출시
- 떡갈비, 갈치조림, 소불고기, 제육볶음 등 메인음식과 아욱국과 카레, 청국장과 무국, 두부새우전국과 팔죽 등의 국과 찌개, 꼬막무침, 유채나물무침, 오징어새송이조림, 돼지고기 마늘쫄 볶음 등 제철 식재료를 사용한 3가지 반찬으로 매번 새롭게 구성
- 1회 45,000원으로 월 4회 반찬 구독 시 정가 대비 10% 할인, 접수 마감은 매주 일요일 밤 11시까지로, 주문한 반찬은 매주 금요일 새벽 배송



롯데온, 과일 커팅 서비스 '스윗슬라이스' 도입

▶ 간편 과일 소비 트렌드에 맞춰 온라인으로 서비스 확장

- 롯데온 내 롯데마트몰에서 과일 주문 시 커팅 서비스를 함께 구매하면, 롯데마트 매장에서 직접 손질한 상품을 배송해 주는 서비스
- 롯데마트 제타플렉스점 잠실 인근 권역에서 이용 가능하며 파인애플, 멜론 등 손질하기 불편한 과일 중심으로 서비스 제공
- 세척 후 껍질 제거, 커팅 후 포장한 상품을 배송해 주는 서비스로 비용은 팩당 2,000원



롯데마트, 매장 송출 '브랜드송' 으로 콘텐츠 마케팅 진행

▶ 고객의 음원 발매 요청에 부응하고 마케팅으로 활용

- 21년 매장 음악으로 송출한 '브랜드 뉴 롯데마트'를 발매해달라는 고객 요청을 수용하여 22년 10월 18일 브랜드송 음원 정식 발매, 11월 30일부터 음원을 활용한 콜라보 콘텐츠 공개
- 인플루언서들과 협업해 롯데마트 매장송의 고품질리티 커버를 선보이고, 국악 및 아카펠라 등 다양한 장르로 편곡하거나 댄스 커버 진행 예정



롯데마트, 오프라인 점포 전용 포인트 '스노우포인트' 도입

▶ 오프라인 매장을 이용하는 충성고객 확보를 위한 차별화된 포인트 제도

- '스노우포인트'는 롯데마트 오프라인 매장에서 구매할 때마다 오프라인 전용 앱 '롯데마트GO'에 적립되는 포인트
- 적립 즉시 사용할 수 있으며 구매 실적에 비례하여 포인트 차등 지급

혜택 1

스노우포인트 더 많이 구매할수록 눈병이처럼 쌓이는 포인트

기준	MVD	VIP	GO	AGE
지난달 구매액	3만원 미만	3만원 이상	7만원 이상	20만원 미만
건당 구매액	1.2%	0.8%	0.4%	0.1%
특별 적립	4.8%	3.2%	1.6%	0.4%
20만원 이상	7.0%	4.8%	2.4%	0.6%
3만원 이상	2.4%	1.6%	0.8%	0.2%
7만원 이상	3.6%	2.4%	1.2%	0.3%

SOCIAL & SUSTAINABLE

이마트, 밀키트 전 상품 '친환경 패키지'로 교체

▶ 플라스틱과 종이 사용을 줄이고 재활용 폐기물도 감소

- 2022년 하반기 피코크 밀키트 50종 중 15개 상품 패키지에 친환경 패키지로 도입, 2023년 1분기까지 밀키트 상품 전체에 친환경 패키지 적용 예정
- 자연 생분해 가능하고 재사용할 수 있는 덮개로 교체하고, 레시피 설명 종이 카드를 제거하고 용기를 덮는 슬리브에 레시피를 직접 프린팅
- 친환경 패키지 도입으로 연간 종이는 약 1,800톤, 플라스틱은 약 130톤 절감 기대



이마트24, 가맹점주 단체인 '경영주 협의회' 와 상생협약 체결

▶ 가맹점주의 이탈을 막고 본사와 상생할 수 있는 협약 체결

- 가맹점에서 주문했는데 입고되지 않은 상품에 대한 보상금을 기존 신선식품, 간편식품에서 유제품까지 확대
- 자연재해로 가맹점이 7일 이상 영업을 못하면 생활지원금 100만 원 지급
- 최저시급 인상 등 인건비 상승을 고려해 경영주 휴가 지원비를 상향, 가맹점도 임직원과 동일한 수준으로 상조 서비스 혜택 제공



01 이마트24, 싱가포르 1,2호점 오픈

- F&B 전문 '페이송'을 비롯한 여러 투자자들의 합작 법인이자 싱가포르 현지 기업인 'Emart24 Singapore Pte. Ltd.'와 마스터 프랜차이즈 방식으로 계약
- 싱가포르 최대 규모의 쇼핑몰 '주룡포인트몰' 1층에 '이마트24 싱가포르 1호점' 오픈
- 싱가포르 북동부 지역의 가장 큰 쇼핑몰인 '넥스몰'에 '이마트24 싱가포르 2호점' 오픈
- 2023년 말까지 10개점, 5년 내 300개점 오픈 계획

02 SSG닷컴, 월단위 '쓱세일' 개최 예정

- 12월 9일부터 15일까지 진행하는 '뷰티 쓱세일'을 시작으로 매월 카테고리별 프로모션 진행
- 2023년 진행하는 월별 프로모션은 전 계열사가 참석하는 대규모 프로모션이 아닌 SSG닷컴 단독으로 진행

03 이마트 킨텍스점, 체험형 매장으로 리뉴얼 오픈

- 2015년 오픈한 고양시 이마트 킨텍스점을 2022년 12월 31일 영업을 종료하고 리뉴얼 진행
- 트레이더스와 일렉트로마트는 계속 영업
- 2023년 8개 점포를 포함하여 3년간 총 36개 점포 리뉴얼 오픈 예정

국내 경제 지표 및 유통 정보



**ECONOMY
TRENDS**

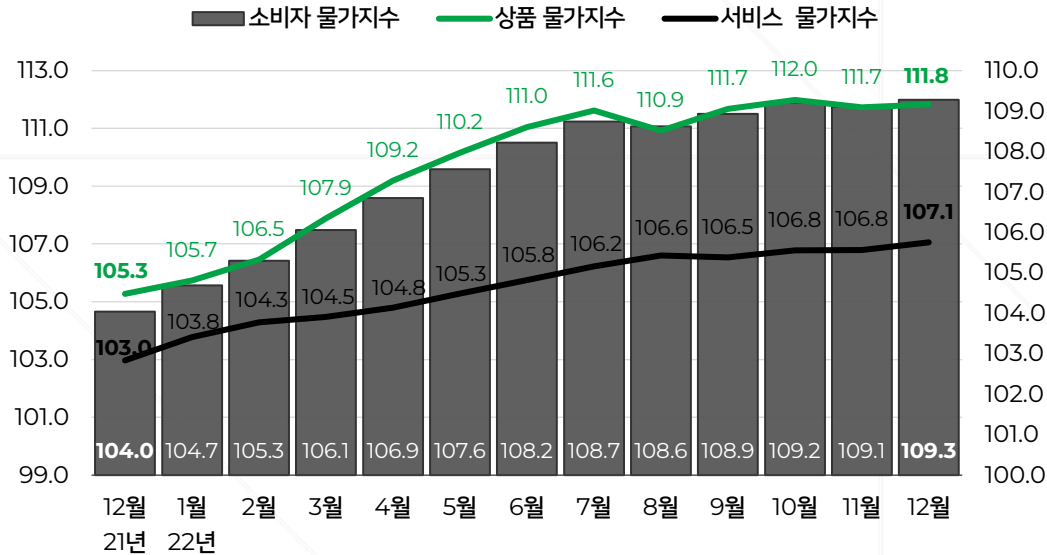


**RETAIL
MARKET TREND**

ECONOMY TREND | 소비자 물가지수

- 22년 12월 소비자 물가지수는 109.3, 상품 물가지수는 111.8, 서비스 물가지수는 107.1로 전월 대비 각각 0.2p, 0.1p, 0.3p씩 상승
- 모든 항목은 전년/전월비 상승하였으며, 전월 대비 비슷한 수준을 유지하고 있으며, 전년 대비 화장품, 가공식품 항목이 크게 상승하였음

소비자 물가지수



* Source : 한국은행 주요 물가 지수, 2022년 12월 기준 업데이트

상품 소비자 물가 지수

구분	물가지수	전년비	전월비
농축수산물	110.6	0.3	0.9
가공식품	114.9	10.7	1.2
내구재	104.6	2.6	0.1
의약품	101.0	0.7	0.1
화장품	115.7	11.4	0.7

서비스 소비자 물가지수

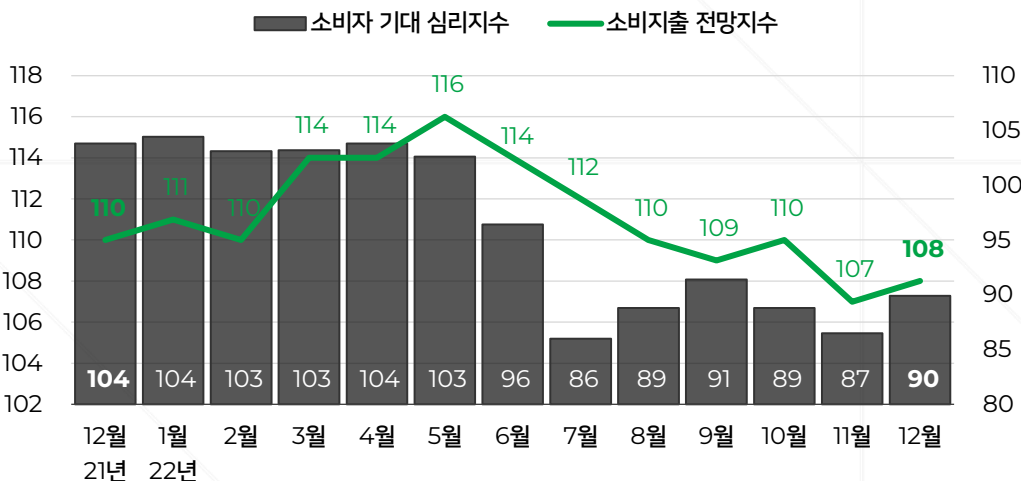
구분	물가지수	전년비	전월비
부동산임대 (전/월세)	103.8	1.4	0.1
공공서비스	101.8	0.8	0.1
개인서비스	110.2	6.3	0.4

- 1) 전년비교 - 22년 12월 vs 21년 12월
- 2) 전월비교 - 22년 12월 vs 22년 11월

ECONOMY TREND | 소비자 심리지수

- ▶ 소비자 기대 심리지수는 90으로 전월대비 3p 상승하였고, 소비지출 전망 지수는 108로 전월 대비 1p 상승하였음
- ▶ 교양/오락/문화와 교통통신비를 제외한 모든 항목에서 전년비 하락하였으며, 교양/오락/문화는 전년/전월 대비 모두 상승하였음

기대심리 / 지출 전망 지수



품목별 소비 진출 전망 추이

구분	물가지수	전년비	전월비
내구재	90	-4.0	1.0
의류비	93	-3.0	1.0
외식비	91	-1.0	2.0
여행비	90	4.0	1.0
교육비	99	-4.0	3.0
의료보건비	112	-1.0	-1.0
교양/오락/문화	92	3.0	3.0
교통통신비	110	3.0	-

* Source : 통계청, '한국의 주요 지표', 2022년 12월

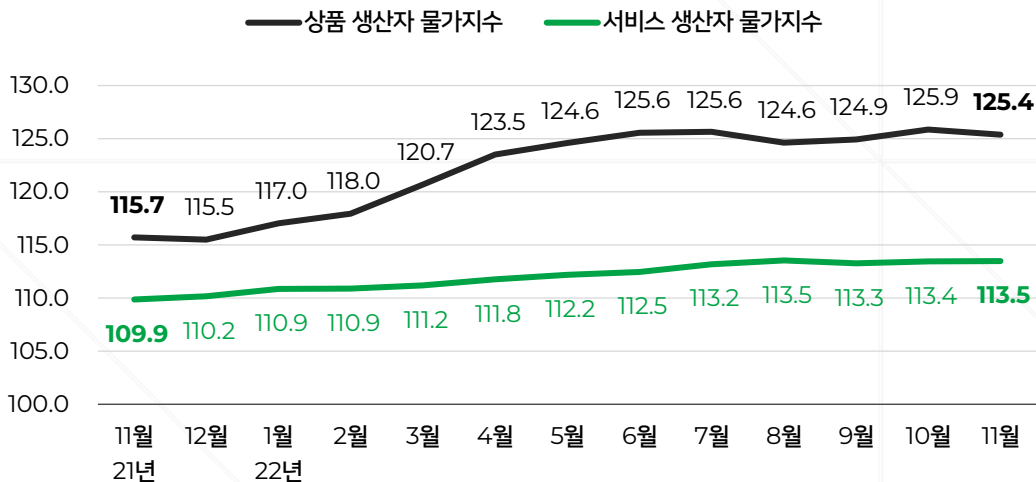
1) 소비지출 전망 =
$$\frac{(\text{많이 증가} \times 1.0 + \text{약간증가} \times 0.5 - \text{약간감소} \times 0.5 - \text{많이감소} \times 1.0)}{\text{전체 응답 소비자수}} \times 100 + 100$$

2) 소비자 심리 지수 = 현재 생활형편 / 생활형편 전망 / 현재 경기 판단 / 향후 경기 판단 가계 수입 전망 소비지출 전망의 6개 변수를 표준화 하여 각 구성지수 표준편차의 중앙값을 기준으로 함

ECONOMY TREND | 생산자 물가지수

- 서비스 생산자 물가지수는 113.5로 전월 대비 0.1p 상승, 상품 생산자 물가지수는 전월 대비 0.5p 하락한 125.4
- 품목별로는 농림수산품을 제외한 모든 품목의 전년/전월비가 증가 및 유지, 특히 조미료 및 유지, 떡, 과자 및 면류, 수산가공품의 전년비 상승이 크게 나타남

생산자 물가지수



* Source : 한국은행경제통계시스템, 2022년 11월

상품 품목별 생산자 물가지수

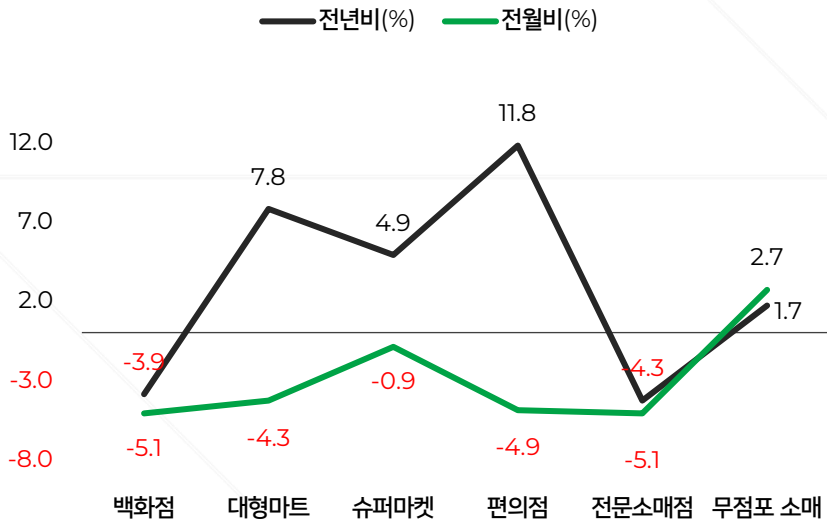
구분	물가지수	전년비	전월비
육가공품 및 낙농품	114.5	7.5	-
수산가공품	122.5	11.4	-
떡, 과자 및 면류	121.4	12.3	0.6
조미료 및 유지	134.0	20.9	0.4
주류	118.4	7.5	1.6
비알콜음료 및 얼음	111.7	4.0	-
농림수산물	130.5	-0.9	-4.4

생산자물가지수 : 생산자물가지수는 국내시장의 제1차 거래단계에서 기업상호간에 거래가 이루어지는 국내에서 생산된 모든 재화 및 일부 서비스의 가격수준 변동을 측정하는 통계
 조사대상품목수는 868개(상품부문 766개, 서비스부문 102개) 2010년 가격이 100이며 이보다 높으면 상승, 낮으면 하락으로 해석, 생산자물가지수가 오르면 이에 파생되는 소비자 물가 지수도 상승하게 됨.

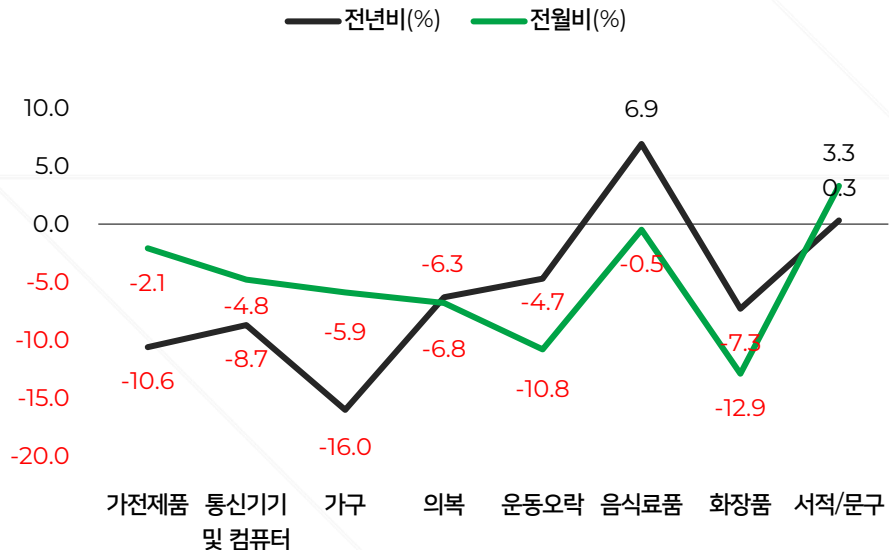
RETAIL MARKET TREND

- ▶ 무점포 소매점을 제외한 모든 채널의 전월비 매출은 모두 하락하였으며, 백화점, 전문 소매점을 제외한 모든 채널의 전년 대비 매출은 증가하였음
- ▶ 품목별로는 서적/문구의 전년/전월비와 음식료품의 전년비를 제외한 모든 품목의 매출이 전년/전월비 하락하였음

유통 채널별 매출 추이 (22년 11월)



품목별 소비지출 추이 (22년 11월)



* Source : 도소매 매출자료, 통계청, 22년 10월 / * 산업통상자원부 : 업태별 대표점포 기준점 조사로 전수조사방법인 통계청과 차이

전문 소매점 = 가전/컴퓨터/통신기기 판매점 + 문화상품판매점 + 기타전문 소매점무점포 소매 = 온라인 + 홈쇼핑 + 방문 및 배달판매

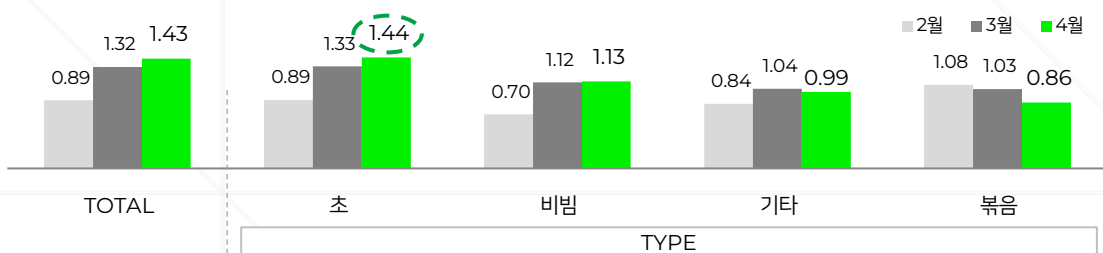
RETAIL MARKET TREND | 카테고리 계절지수 (4월)

- 4월 판매 상승 카테고리: 혼합고추장, 숙면, 식초 등 카테고리가 상승함
- 봄 제철 나물을 고추장에 양념하거나 짝어 먹어 혼합고추장 내 초고추장과 비빔 고추장의 계절지수가 높게 나타남

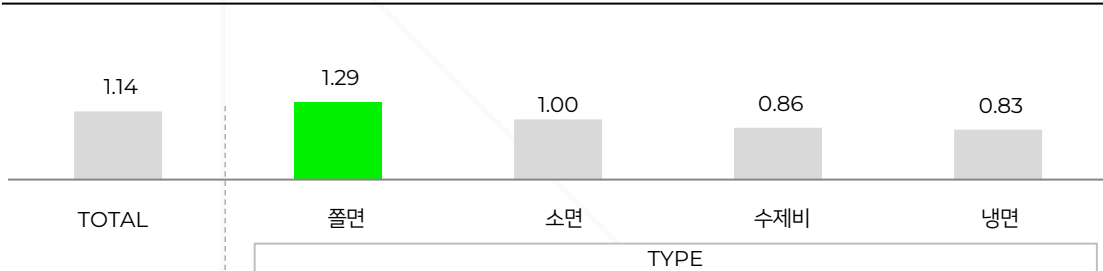
TOP 10 카테고리



혼합고추장 카테고리 주요 속성 계절지수



숙면 카테고리 주요 속성 계절지수



*계절 지수 = 각 카테고리별FY(1월~12월) 2개년 각 월 평균 판매량 대비 해당월 평균 판매량

* 각 세그먼트 별로 판매량이 가장 큰 항목이 가장 왼쪽에 위치함, 일부 판매량 높은 세그먼트만 표시



특별기획

2023 NielsenIQ

SUSTAINABILITY REPORT (리포트 일부 발췌)

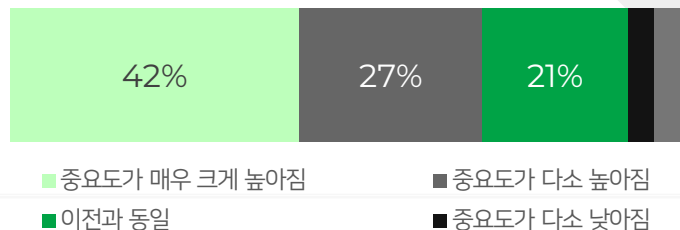
지속가능성은 쇼핑에서 고려하는 수많은 요소 중 하나

다만, 많은 사람들에게 그 중요도가 커지고 있음

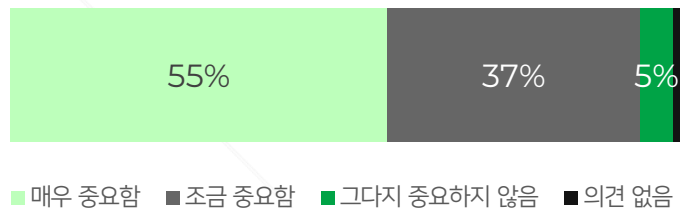
브랜드 선정 시 가장 크게 고려하는 요소



2년 전 대비 지속가능성의 중요도 변화



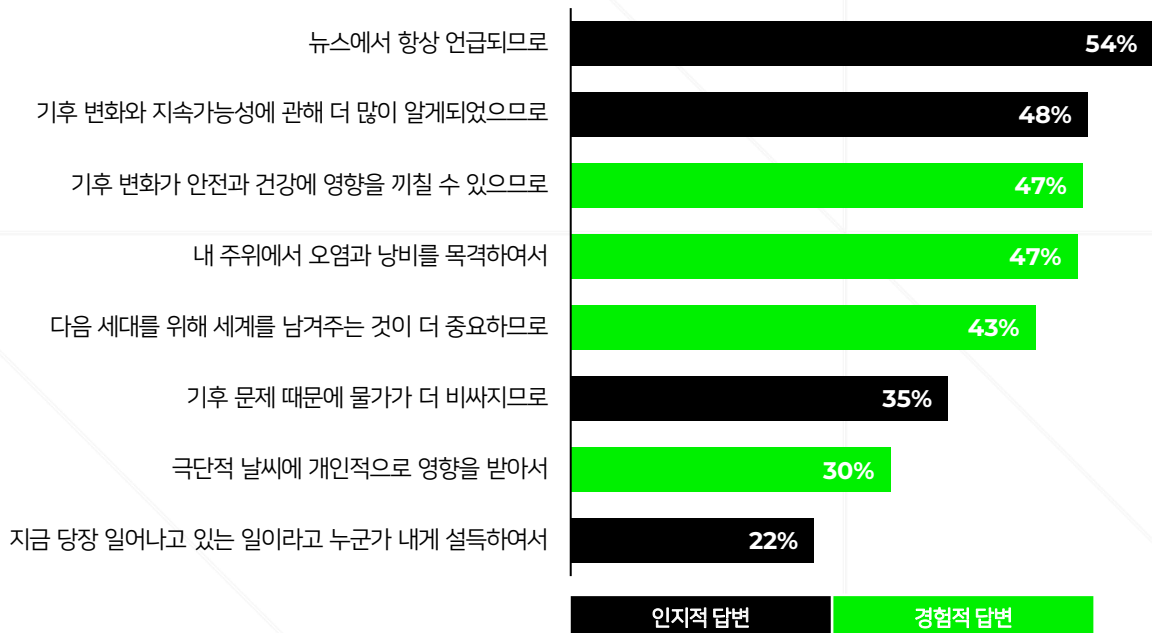
오늘날 지속가능성의 중요도



*Source: NielsenIQ 2023 Sustainability Report – 전체시장 내 순위

정보를 통해 깨닫는 중요성, 스스로 경험한 위기에 체감하는 필요성

지속가능성이 더 중요해진 이유는?



1 in 3

3명중 1명이
일상생활 속에서
극단적 기후의 변화를 체감

대한민국	54%
인도네시아	43%
인도	41%
남아프리카	40%

*Source: NielsenIQ 2023 Sustainability Report – 기후변화와 지속가능성이 2년 전에 비해 더 중대한 문제가 되었다고 답한 당시는 그 이유가 무엇이라고 생각하는가?

대다수 소비자들이 지속가능한 삶을 위해 노력 중

가장 대중적인 실천 방법은 플라스틱 사용의 절감과 최소화

매장에서의 실천



49%

재사용 개인 장바구니
구매 및 사용



47%

필요한 것만 구매
/ 낭비 지양

가정 내에서의 실천



45%

전기 사용 최소화



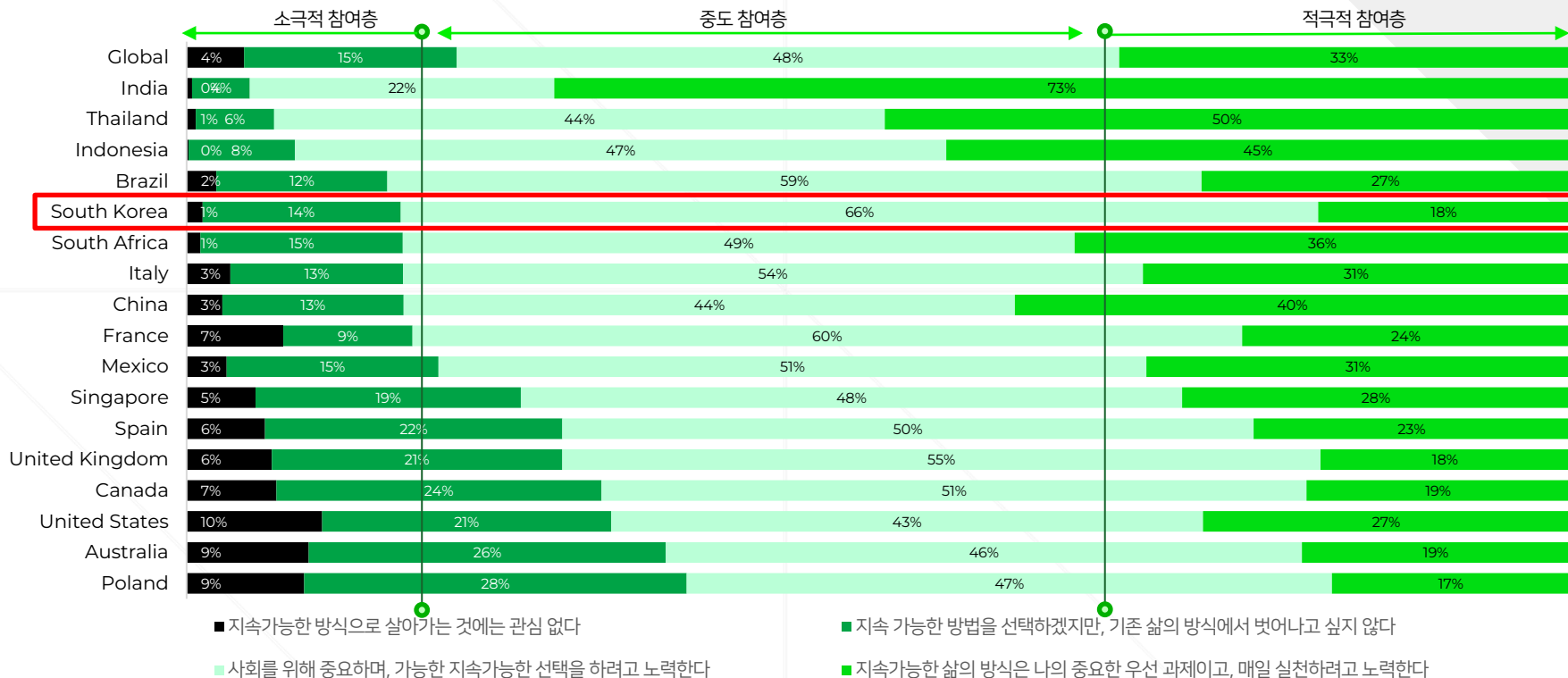
45%

재활용 위해 의식적으로
쓰레기 분리 배출

*Source: NielsenIQ 2023 Sustainability Report – 지속가능한 삶의 방식을 추구하고 있다면 현재 당신은 어떤 것을 실천하고 있는가?

다수가 '옳은 것'을 지향하는 지금, 기회의 창이 열린다

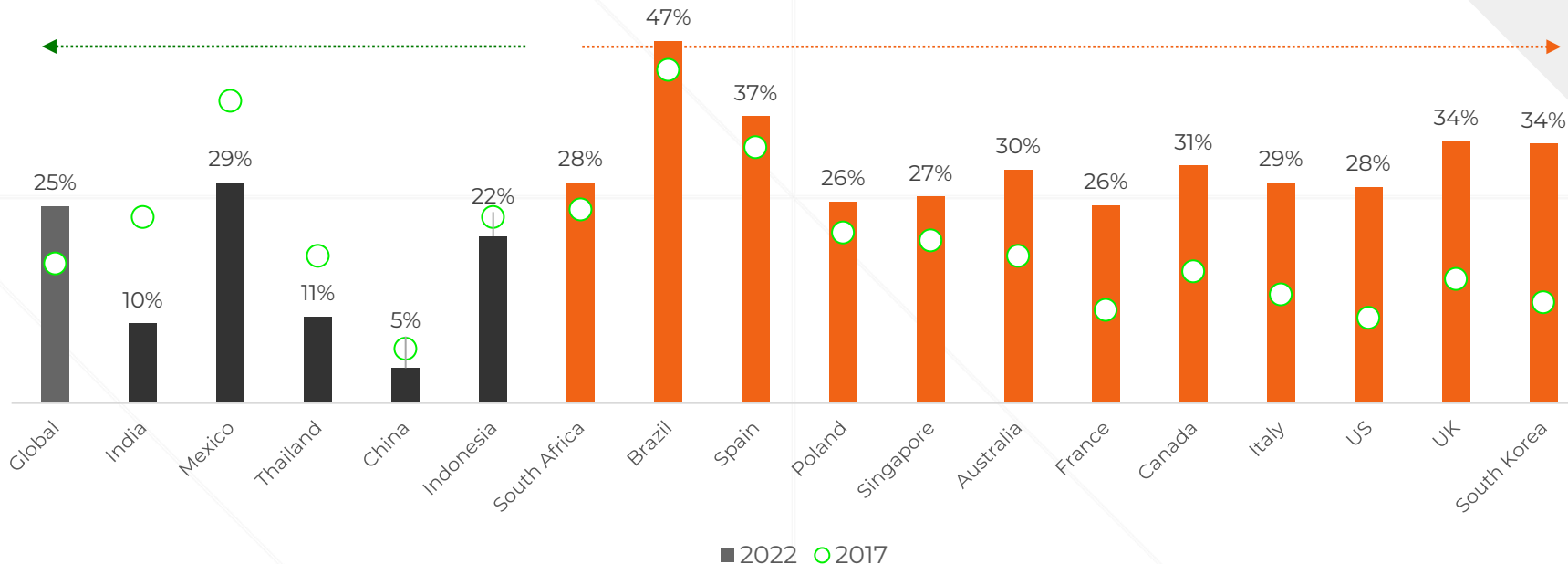
개발도상국에서 특히 더 뚜렷한 경향, 대한민국의 다수 소비자는 지속가능한 삶의 방식을 지향



*Source: NielsenIQ 2023 Sustainability Report – 지속가능성 관련하여, 다음 중 당신의 평소 태도를 가장 잘 반영한 것은?

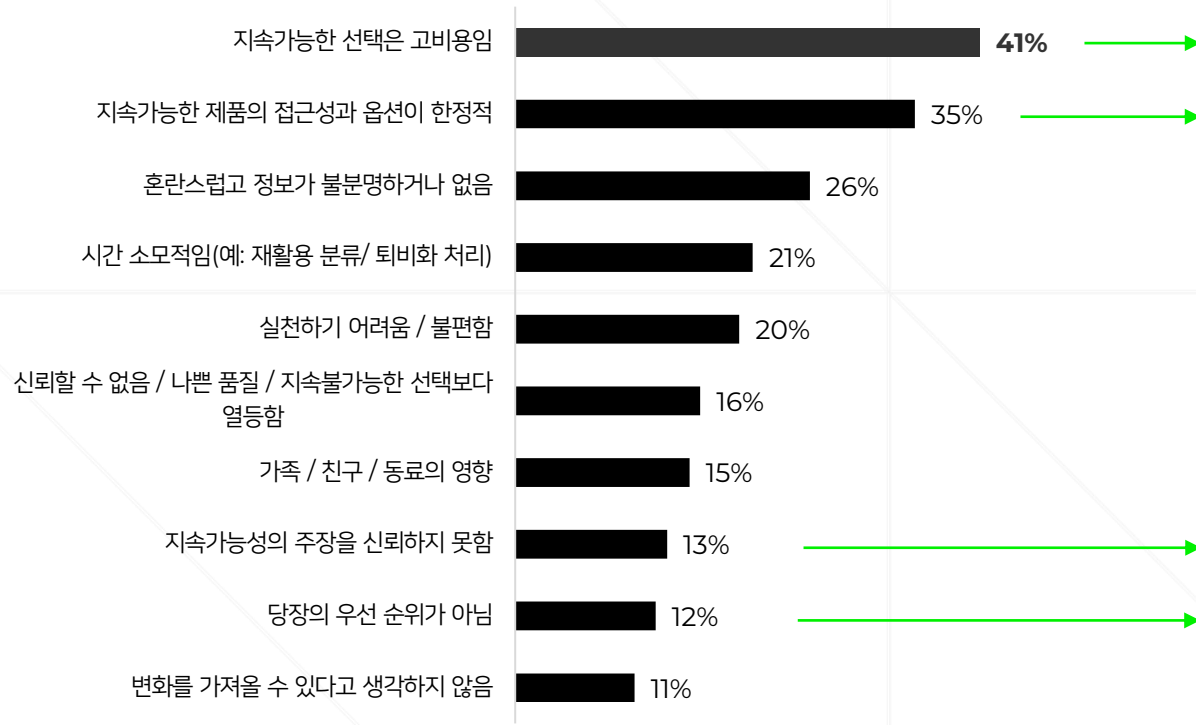
일부 시장에서는 지속가능한 쇼핑이 점점 더 어려워지고 있다고 인식하는 소비자 증가

지속 가능한 방식으로 식료품 소비가 어렵다고 답한 응답자의 비율(%)



*Source: NielsenIQ 2023 Sustainability Report – 지속가능한 방식으로 장을 보는 것의 난이도는 어떠한가? 2017 Q38. 장을 보거나 생활용품을 구매하는 곳에서 환경 친화적 상품을 찾는 것의 난이도는 어떠한가?

지속가능한 삶의 방식 추구를 어렵게 하는 것은 고비용과 낮은 접근성, 투명성의 부족



브라질, 대한민국: 51% | 싱가포르: 50% | 영국; 스페인: 49%

인도네시아: 62% | 브라질: 46% | 남아프리카: 45%



인도: 24% | 태국: 18% | 호주; 중국; 영국: 17%

인도: 18% | 중국: 17% | 폴란드; 영국: 16%



*Source: NielsenIQ 2023 Sustainability Report – Q: 당신이 지속가능한 삶의 방식을 추구하는 데에 장애 요인은 무엇인가?

변화는 현재 진행 중

Short term- “easy wins” - 쉽게 채택하고 실천할 수 있는 기존 솔루션

플라스틱 사용 감축



프랑스는 새로운 환경 법안의 일환으로 프랑스 식품품 체인점들이 매장의 일부를 리필 스테이션으로 전환하도록 하는 법안을 추진 중이다. 프랑스 의회에서 통과된 이 법은 유통업체들이 일회용 플라스틱 포장을 단계적으로 폐지하고 고객들이 재사용 가능한 용기를 사용하여 건조식품을 살 수 있도록 매장 면적의 5분의1을 할애하도록 강제한다. 법안이 통과될 경우, 매장 면적이 400 평방미터(약 121평) 이상인 점포는 10년 내로 공간의 20%를 식품 리필 스테이션으로 전환해야 한다.

재생가능한 에너지



호주 ALDI는 현재 예정보다 6개월 이르게 100% 재생 가능한 전기로 운영되고 있으며, 이는 호주 슈퍼마켓 중 최초이다.

아마존은 2040년까지 탄소 중립을 지키겠다는 약속을 이행하기 위해 자동차 제조사인 Stellantis의 전기차 Ram ProMaster를 2023년 론칭과 동시에 도입할 예정이다.

지속가능한 지역 배송



베를린에 본사를 둔 GetHenry는 택배 회사와 물류 회사에 단거리 배송용 전기 자전거를 제공하는 스타트업으로 유럽 전역으로 사업을 확장하기 위해 1,740만 달러(한화 약 217억 원)의 투자 유치에 성공했다. GetHenry의 대변인에 따르면, 이 스타트업은 현재 독일, 오스트리아, 이탈리아, 프랑스에서 운영되고 있지만, 다음 두 분기에 걸쳐 스페인, 네덜란드, 영국으로 진출하기 위해 투자금을 사용할 계획이다.

변화는 현재 진행 중

Mid-term – 추가적인 개선과 투자 그리고 시간이 필요한 솔루션

재생농업



유니레버(Unilever)가 향후 5년에 걸친 50개의 재생 농업 프로젝트를 론칭했다. 이 프로젝트들은 농산물 생산자 및 공급업체와 10년 이상의 협력을 통해 구상되었으며, 이를 통해 현재 그들이 취급하는 농작물의 95%가 지속 가능한 방법으로 전 세계에 공급되고 있다.

새로운 리테일 모델



UAE에서 Majid Al Futtaim이 소유하고 운영하는 Carrefour가 두바이의 시티 센터 미점에 첫 번째 바이오 매장을 개점했다. 이 매장은 지속 가능성에 근본적으로 초점을 맞추어 Carrefour 최초의 카페와 매장 내 수경재배 농장을 특징으로 한다. 매장의 컨셉은 UAE 유기농 쇼핑과 현지에서 조달한 제품에 대한 질적 데이터 연구를 바탕으로 작성되었으며, 식음료부터 미용, 개인 및 홈케어 품목에 이르는 3,000개 이상의 품목을 판매 중이다.

공급망 투명성의 확보



프랑스: LCA 방법론*을 기반으로 하는 Planet-Score는 LCA 방법론을 기반으로 하지만 살충제 사용, 기후 영향, 생물 다양성 및 동물 복지도 포함. 때문에 대부분의 라이프사이클 분석만 기반으로 하는 다른 에코라벨보다 우수하다. 관련은 이 에코라벨이 다른 국가 및 브랜드에서의 채택인데, 현재 프랑스, 영국, 6개의 다른 유럽 국가(스페인, 벨기에, 네덜란드, 독일, 이탈리아, 스위스)에서 관련 절차가 진행 중이며 약 120개의 기업이 현재 Planet-Score를 테스트 중이다.

* LCA(Life Cycle Assessment) methodology : 환경영향 평가방법의 일종
** Planet Score : 프랑스의 에코라벨(Ecolabel)

변화는 현재 진행 중

Long term - 기존 관행을 대체할 수 있는 체계적인 변화

전 생애에 걸친 책임



Allbirds는 혁신적인 소재와 탄소 중립 공약으로 유명한 신발 및 의류 회사로, 최근에 2025년과 2030년에 대한 새로운 공격적인 지속가능성 공약을 발표했다. 여기에는 2025년에 제품당 탄소 배출량을 50% 감소시키는 것이 포함되며 2030년에는 단위당 탄소 배출량을 거의 0에 가깝게 확대할 계획이다. 이러한 목표는 2030년까지 절대 범위 1, 2, 3 배출량을 42% 줄이는 과학 기반 목표로 해석된다. Allbirds는 Certified B Corporation의 일원으로, 탄소중립 시도의 확산을 위해 노력 중이다. 공개 협업을 통해 새로운 기후 목표의 양적 과정에 대한 정보를 공유하고 청정에너지 또는 재생 관행으로의 전환을 통해 자체 공급망 내 기업과 재배자들을 지원한다.

* Certified B Corporation : '비공인증'이라고도 부르며 기업의 사회성과 공익성을 측정하는 국제 인증 도구

규모를 갖춘 수직농장



10년 안에 영국은 모든 허브, 샐러드 잎, 부드러운 과일, 그리고 잠재적으로 판매용 꽃들을 수직농장에서 재배할 수 있을 것이다: "수직 농장은 공급망 내에서 표준이 될 것이고, 아마도 온실 생산과 수입을 대체할 것"

공급망의 가시성 - 블록체인

Benefits blockchain can bring to business

- Trust**
Enables trust between participants who don't know each other.
- Decentralized structure**
Enables real-time data sharing among businesses like suppliers and distributors while reducing points of weakness.
- Improved security and privacy**
Creates an unalterable record of transactions with end-to-end encryption, which reduces fraud and unauthorized activity.
- Reduced costs**
Creates efficiencies by reducing manual tasks, such as aggregating and amending data and by easing reporting and auditing.
- Speed**
Eliminates intermediaries so transactions are handled faster than conventional methods.
- Visibility and traceability**
Tracks the origins of a variety of items, such as medicines, to confirm they're legitimate instead of counterfeit and organic items to confirm they're indeed organic.
- Immutability**
Ensures transactions can't be changed or deleted.
- Individual control of data**
Gives entities the ability to decide what digital data they want to share, with whom and for how long, with limits enforced by smart contracts.
- Tokenization**
Converts value of an asset into a digital token recorded and stored via blockchain. Non-Fungible tokens are used to sell digital art.
- Innovation**
Leaders across multiple industries are exploring and implementing blockchain-based systems to solve intractable problems and improve long-standing cumbersome practices, such as verifying the info on a job resume.



CPG 대기업 유니레버(Unilever)는 블록체인 기반의 GreenToken by SAP를 도입함으로써 공급망 지속 가능성 관행을 개선하고자 한다.

유니레버가 주목하고 있는 품목은 팜 오일인데, 팜 오일은 오일 아자수의 열매에서 유래되었고 비누와 샴푸를 포함한 수천 개의 비식품 CPG에 사용된다. 그러나, 팜 오일 생산과정이나 장거리 공급망 관련하여 삼림 파괴와 같은 지속 가능성 문제가 심화되고 있다.



감사합니다

**관심있는 국내외 유통사를 알려주시면
해당 유통사의 최신 동향에 대해 다뤄드립니다**

닐슨IQ 코리아 유통컨설팅 본부
(RIKoreaRVTeam@nielseniq.com)