



July 2022

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

소비재 및 유통업 미래 신사업 분야 및 사례



해외 유통업계 동향



**NEW
FORMATS**



SERVICE



**PRIVATE
BRAND**



MARKETING



**SOCIAL &
SUSTAINABLE**

NEW FORMAT

Amazon Fresh, Virginia 북부에 세 개 매장 오픈

▶ 세 곳 모두 체크아웃 프리 기술인 'Just walk out' 적용

- 최근 5개의 신규 매장 개점을 발표, 이 중 6월 기준 3개 매장 오픈
- 신규 개점 Amazon Fresh는 모두 'Just Walk Out' 기술을 사용하며, 이번 개점으로 미국 내 총 33개의 매장 중 17개 점포에 해당 기술 적용
- Amazon은 옴니채널 강화를 위해 Amazon Fresh에 지속적으로 투자할 것을 발표, 저렴한 가격, 폭넓은 선택 및 편의성을 강조



7-Eleven, 'Evolution Store' 컨셉으로 Dallas 매장 오픈

▶ 최신 제품과 새로운 기술을 시험하는 Test lab

- 멕시코 음식점 'Laredo Taco'의 매장 내 입점, 7-Eleven의 대표 PB 음료 외에도 셀프서비스 에스프레소 머신으로 만드는 다양한 맞춤형 커피와 유기농 스무디, 셰이크, 비타민이 첨가된 탄산수와 와인을 판매
- 모든 'Evolution Store'는 매장 내 식당이 공통된 특징이지만 소비자의 피드백과 쇼핑 습관에 따라 디자인과 제품 조합을 계속 조정하여 각 매장 별로 특징이 다름
- 7 Rewards 멤버십 앱을 통해 모바일 체크아웃과 배달 주문 가능

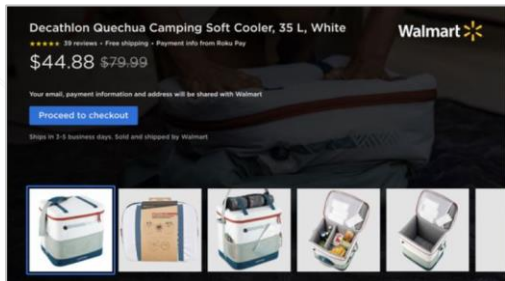


Walmart, Roku와 협업으로 스트리밍 주문형 광고 시범 운영

▶ 고속 로봇과 지능형 SW로 재고관리와 제품 공급 및 매장 전달 최적화

- 일반적으로 스트리밍 주문형 광고에서 본 것을 구매하려면 코드를 스캔하고 주문을 완료하기 위해 외부 웹 사이트를 방문해야 하지만 이번 협업을 통해 구매 과정을 최적화
- 월마트 광고를 시청하는 Roku 구독자는 리모컨의 'OK' 버튼을 누르면 체크아웃 화면으로 바로 이동, Roku Pay를 사용하여 결제하고 'OK' 버튼을 다시 누르면 주문 완료

* Roku : 미국의 미디어 플레이어 브랜드(2008~)



Amazon, 증강현실 이용한 신발 가상 시착 서비스 도입

▶ 실착 모습 미리 확인하는 'Virtual Try-On for Shoes'

- 쇼핑 창 하단의 버튼을 누르고 스마트폰 카메라로 발을 비추면 신발을 착용한 모습이 구현되며 여러 색상을 교체, 다양한 각도에서 확인 가능
- 가상 시착 모습을 소셜미디어를 통해 공유 가능
- 2022년 4월 출시된 운동복 시착 서비스는 아바타가 입어보는 방식으로, 증강현실은 도입되지 않아 AR 시착이 도입된 첫 번째 서비스
- 현재 미국 및 캐나다의 아이폰 이용자에게만 제공되며 아디다스, 리복, 퓨마 등 일부 브랜드 신발에만 적용되나 향후 서비스 확대 예정



PRIVATE BRAND

Gorillas, 유럽 4개 시장에서 자체 브랜드 론칭

▶ 인사이트와 데이터를 활용한 고객 맞춤형 메뉴 제공

- 4개 브랜드로 구성된 11개 인기 카테고리, 약 50개의 제품 출시
- 지속 가능하고 투명한 식품 생산 과정을 강조하여 과일주스와 맥주를 공급하는 업체는 100% 재생에너지를 사용하며, 음료와 견과류 등의 포장재는 재생지를 사용
- 6월 9일부터 판매를 시작하여 하반기에 SKU 추가 예정

* Gorillas: 독일의 식료품 바로배송 온라인 플랫폼 (2020~)



Target, 혼합 카테일 브랜드 'Casa Cantina' 론칭

▶ 수익성 강화를 위해 고수요 품목인 식품 및 음료군에 집중

- 딸기 퓨레, 파인애플, 코코넛 등으로 만든 클래식 마르가리타, 딸기 마르가리타, 피나콜라다 3개 제품 출시
- 모든 음료는 비건, 글루텐 프리, 인공 감미료 무첨가로 생산되며 와인을 취급하는 모든 매장에서 10달러(한화 약 13,000원) 이하에 판매
- 출시 직전, Target은 재고를 줄이고 물가 상승에 따른 타격을 완화하기 위하여 식품 및 음료군에 집중할 것을 발표



Instacart, 'Instacart+'로 구독 서비스 개편

▶ 기존 'Instacart Express'에 가족 계정 기능 추가

- 월 9.99달러(한화 약 12,800원) 또는 연간 99달러(한화 약 128,000원)로 가족 구성원과 무료로 공유하는 가족 계정 기능과 장바구니를 공유하는 패밀리 카트 기능을 포함
- 가입 시 35달러(한화 약 45,000원) 이상의 주문 시 무료 배송이며 주문 금액의 5% 적립, 서비스 요금 할인 가능
- 구독 서비스 개편과 동시에 Chase 카드와의 파트너십을 통해 Chase 카드 회원은 가입 유형별로 다른 기간 동안 무료 구독 가능

* Chase card : 미국의 국립은행 Chase Bank에서 발행하는 신용카드



eBay, NFT 거래 플랫폼 'KnownOrigin' 인수

▶ 시장 현대화에 초점, 대기업이 운영하는 최초의 NFT 거래소

- 자체 플랫폼에서 NFT 거래를 시작한 지 약 1년, 자체 NFT 토큰 발행 후 한 달 만에 내려진 인수 결정
- NFT에 대한 소비자들의 관심이 계속 증가하고 있는 상황에서 NFT 사업 경험을 갖춘 기업과 협력, 포트폴리오를 강화하는 전략

※ 지난 4월 앤디 재시 Amzon 최고경영자(CEO)도 NFT가 계속 크게 성장할 것으로 예상하며 향후 Amazon의 NFT 거래 플랫폼 도입 가능성 시사하였으며 Walmart도 지난해 미국 특허청에 대체불가토큰(NFT) 관련 상표권 출원

* KnowOrigin : 영국 맨체스터에서 설립된 대체불가토큰(NFT) 거래소(2018~)



SOCIAL & SUSTAINABLE

Morrisons, 거래 농가 지원하는 'Tree advisors' 고용

▶ 'Forest Canopy Foundation' 소속 임업 전문가로 구성

- 태풍 피해로 소실된 삼림을 복구하고 탄소 배출을 제한하고자 하는 영국 정부의 삼림 녹화 지원금에도 불구하고, 식량 생산에 필요한 토지에 나무를 심는 것이 생산성 저하로 이어질 것을 우려하는 농부들을 지원하기 위한 조치
- 농장 별 환경에 맞춰 적절한 나무종의 파종을 추천하고 관리 계획에 대한 가이드를 제공하여 정부 지원금 수령은 물론, 추가 소득을 창출하도록 보조
- Morrisons가 선정한 50개 탄소중립 농장에 우선적으로 참여 기회가 주어지며 순차적으로 자체 네트워크에 가입된 3,000여 명의 농업 생산자에게 확대 예정

* Forest Canopy Foundation : 기후위기에 대응을 위한 영국의 비영리조직 1972~)



Co-op, 잉여 식량 재분배 플랫폼 'Caboodle' 론칭

▶ Microsoft와의 협업, 영국 내 2,600개 Co-op 매장에서 시행

- 실시간 알림을 포함한 Microsoft의 Power Platform 기술을 적용, 잉여 식량을 재분배할 때 불필요한 절차를 제거하고 식량 낭비의 최소화 가능
- 슈퍼와 카페, 식당 등은 잉여 식량이 발생했을 때 실시간으로 배포를 도와줄 자원봉사자를 찾을 수 있고, 지역 자선단체는 일정한 수요를 설정하여 발생한 잉여 식량을 수용할 수 없는 경우 빠르게 다른 수요처를 매칭

※ **Microsoft Power Platform** : 비즈니스 인텔리전스, 앱 개발 및 앱 연결 소프트웨어 응용 프로그램 라인으로 Microsoft가 개발한 Power Fx 로우 코드 프로그래밍 언어를 사용



01 Target, 재고 소진을 위한 대규모 할인

- 인플레이션으로 인해 소비자 심리가 얼어붙은 상황에 인건비, 재고, 연료, 운임 등으로 인한 비용 상승으로 지난 분기 순이익이 52% 감소
- 재고 과잉 문제가 심각하다고 판단하여 최대 70%의 대규모 할인과 납품 주문 취소 등 조치
- 물가 상승 압력 상쇄와 물류 효율성을 높이기 위해 대규모 할인을 통한 재고 소진은 물론, 하반기 5개 물류센터 증설 계획 발표

02 Amazon, California에서 드론 배송 시작

- Lockeford 지역에서 연말에 'Prime Air'라는 이름으로 배송 서비스 개시
- 장애물을 식별하면 자동으로 진로를 변경해 공중 및 지상에 있는 물체와의 충돌을 방지하는 감지 시스템을 적용한 육각형 디자인의 MK27-2 드론으로, 최대 5파운드(약 2.26kg) 무게의 소포를 1시간 내 배송 가능
- 향후 미국 전역에 140개 이상의 물류센터를 만들고 연간 5억 개의 상품을 드론 배송 계획

※ 앞서 월마트는 지난달 24일 미국 6개 주에 드론 배송을 발표, 구글드 자회사 왕을 통해 지난 4월 미국 대도시 최초로 드론 배송 서비스 개시

03 Shopify, Twitter와 파트너십 체결

- Shopify 등록 판매자가 트위터의 프로필에 50개 판매 품목을 표시, 자동으로 업데이트할 수 있는 기능을 추가
- 이용자가 관심 있는 상품을 클릭하면 Shopify의 해당 상품 페이지로 이동되는 방식
- 이 외 '재고 자동 동기화' 기능을 통해 Shopify 내 재고 변화가 트위터에 자동 반영되고, 상품 정보 등을 트위터 전면 중앙에 배치해 고객 유인
- 페이스북이나 인스타그램에서는 앱에서 구매 프로세스가 이루어지지만, 트위터는 클릭 후 해당 상품 페이지에서 쇼핑이 가능

국내 유통업계 동향



**NEW
FORMATS**



SERVICE



**PRIVATE
BRAND**



MARKETING

NEW FORMAT

이마트 트레이더스, 21호점 '이마트 트레이더스 동탄점' 오픈

▶ 경기 남부 지역 상권을 공략하기 위한 점포 개점

- 총 지하 1층에서 지상 3층 규모로, 매장은 지하 1층과 지상 1층 12,297m²(3,720평) 규모로 오픈
- 30~40대 인구 구성비가 전국 평균 대비 10% 이상 높은 신도시 상권 특성을 반영하여 지상 1층에 2,347m²(710평) 규모의 테넌트 매장을 구성해 문화센터와 16개의 브랜드 및 F&B 매장 유치
- 특히, 134평 규모로 오픈한 문화센터는 콜라보레이션 강의 '클럽 오리지널스', 아이와 부모가 오감 만족 체험을 할 수 있는 '리틀 클럽' 등 다양한 강좌 개설



홈플러스, 대전유성점을 '메가푸드마켓 유성점'으로 리뉴얼 오픈

▶ 리뉴얼한 8곳의 성공 사례에 지역 특성을 더해 리뉴얼

- 간편식과 델리(즉석식품) 등 1~2인 가구에 특화된 상품 구색 강화
- '유러피안 베이커리 카페'를 콘셉트로 프리미엄&건강빵과 소용량 간식빵, 크로넛과 컵케이크 등 새로운 디저트라인을 구성해 베이커리 카테고리 강화
- 17개국 1,400여 종의 와인과 위스키를 진열한 '더와인셀러'는 전국 홈플러스 최대 규모로, 와인매장 전체를 최적의 온도로 관리하는 고급 '룸 셀러'로 구성
- 올해 서울, 경기, 호남, 영남권 등 전국 주요 매장을 '홈플러스 메가푸드마켓'으로 리뉴얼 예정



이마트24, 반려동물 등록 대행 서비스 도입

▶ 반려동물 등록 장려 및 홍보, 고객 편의 증진을 위한 서비스 시행

- 반려견 등록 서비스 플랫폼 '페오핏'과 협업해 동물 등록 대행 서비스 운영
- 전국 이마트24 POS를 통해 고객 연락처로 동물등록 전용 링크가 전송되고, 링크로 연결되는 사이트에서 고객이 반려견 사진 등 정보와 배송지 입력
- 고객이 입력한 반려견 정보는 관할구청 동물등록시스템에 정식 등록되며, 등록된 반려동물의 정보가 담긴 칩은 배송지로 배송



SSG닷컴, 식품 특성화 리뷰 서비스 '쓱셰프(SSG Chef)' 론칭

▶ 소비자 구매 결정에 영향을 주는 리뷰에 SNS 채널 속성 접목

- 동영상이나 사진을 활용해 개인의 소비 경험을 다른 고객들과 공유할 수 있는 리뷰 서비스 도입
- SSG닷컴은 현재 '일반 리뷰', '한달사용 리뷰', 500자 이상으로 자세하게 상품평을 작성할 수 있는 '프리미엄 리뷰' 등 다양한 리뷰 서비스 운영
- 2022년 2월 ~ 4월 프리미엄 리뷰로 등록된 상품은 전월 대비 주문 건수 평균 30% 증가*
- 식품 카테고리 적용 후 패션, 인테리어, 반려 등 서비스 확대 예정

* Source : 이데일리(22.6.1)



PRIVATE BRAND

롯데홈쇼핑, 온라인 전용 PB '올타라이프(ALLTA LIFE)' 론칭

▶ 물가 상승으로 증가한 가성비 상품의 수요에 대응하기 위해 출시

- '올타라이프'는 'ALLTA(소비자를 위해 옳은 제품을 만들다)'와 'LIFE(일상)'의 합성어로, '당신의 일상에 새로운 기준이 될, 사소하지만 쓸 만한 물건들'이라는 의미 내포
- 첫 번째 상품은 중소 파트너사와 협업해 '캡형 물티슈' 출시
- 생활용품 및 주방용품 등 리빙 부문 상품 확대 예정

ALLTA LIFE

올타라이프

ALLTA LIFE는 소비자의 더 나은 일상을 위해 무엇이 부족하지 끊임없이 고민하고, 그 해답이 되어줄 가장 필요하고 쓸 만한 제품들을 제공합니다. 생활 곳곳에서, 우리의 삶을 더 편안하게 관찰해 일상의 빈 공간 어디든 자연스럽게 채워줄 수 있는 라이프스타일의 새로운 기준이 되고자 합니다.

NEW STANDARD FOR DAILY LIFE

세븐일레븐, 초저가 상품 브랜드 '굿민(Good People)' 출시

▶ 소비자의 경제적 부담을 완화하기 위해 브랜드 론칭

- '굿민'은 좋다의 'Good'과 사람을 의미하는 '민(民)'의 합성어로, 소비자들에게 유익한 양질의 상품을 초저가로 제공하겠다는 의미 내포
- 달걀, 삼겹살, 두부, 콩나물 등 신선식품 5종을 대형마트 가격 수준으로 출시
- 물가 상승 체감이 큰 신선식품 출시 이후 주요 생필품 카테고리리로 확대 예정



롯데온, 자동차용품 전문관 '모빌리티온(ON)' 오픈

▶ 자동차용품 온라인 구매 고객 확보를 위한 전문관 신설

- 블랙박스, 타이어, 자동차 배터리 등 약 2만 종의 자동차용품 판매
- 방문 장착, 출장 장착, 셀프 장착 등 고객 편의에 따른 장착 서비스 신청 가능
- 4월 온라인쇼핑 동향 내 온라인과 모바일에서 발생한 자동차 및 자동차용품 매출은 전년대비 각각 35.4%, 47.5% 증가하였으며, 롯데온의 4월과 5월 자동차용품 매출도 전년 대비 각 2배 이상 증가*

* Source : 이데일리(22.6.6)



GS프레시몰, '리뷰 전문관' 론칭

▶ 리뷰를 통해 상품 신뢰도와 고객 편의 향상

- 리뷰가 많은 상품 중 별점 4개 이상(별점 5개 만점)을 받은 100여 종의 상품을 선별해 추천해주며, 리뷰가 많고 별점이 높은 순으로 상품 정렬
- 리뷰와 별점 분석은 일주일 단위로 진행하고, 분석 결과에 따라 리뷰 전문관 상품은 자동 업데이트



01 GS프레시몰, 통합 유료 멤버십 출시

- GS프레시몰과 달리살다를 아우르는 통합 유료 멤버십 'GS프라임(GS prime)' 7월 출시 예정
- 기존 달리살다 유료 멤버십 '달리드림' 서비스를 종료하고, GS프레시몰까지 서비스 확대
- 월회비는 기존 '달리드림' 서비스와 동일한 월 3,900원

02 마켓컬리, 비식품군 전용 PB 출시 예정

- 8월 중 비식품군 전용 자체브랜드(PB) 'KS365' 출시 예정
- KS365는 '컬리 세이프(Kurly Safe)'의 약자로, 큐레이션 마켓을 지향해온 마켓컬리가 직접 만드는 안전하고 믿을 수 있는 비식품 상품을 만들겠다는 취지

03 요기요, 퀵커머스 '요마트' 서비스 전국 확대

- 요마트는 GS리테일이 운영하는 슈퍼마켓 'GS더프레시'와 선보인 장보기 서비스로, 6월부터 서비스 지역을 전국 200여 곳으로 확장
- 7월부터 전국 350여 개 GS더프레시 매장을 기점으로 서비스 확대 예정

전국 즉시장보기 서비스

요마트
지역 확장

요기요



국내 경제 지표 및 유통 정보



**ECONOMY
TRENDS**

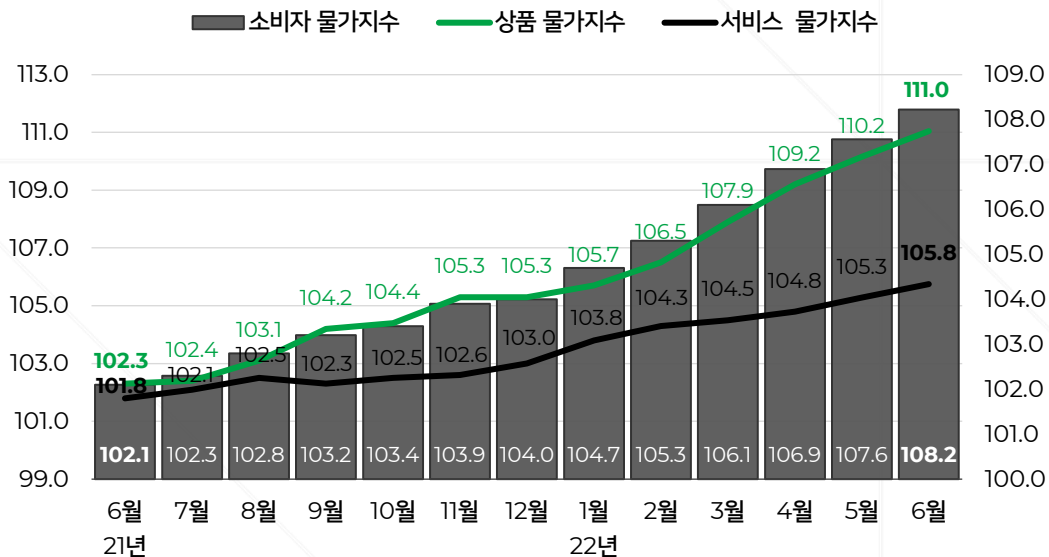


**RETAIL
MARKET TREND**

ECONOMY TREND | 소비자 물가지수

- 22년 6월 소비자 물가지수는 108.2, 상품 물가지수는 111.0, 서비스 물가지수는 105.8로 전월 대비 각 0.6p, 0.8p, 0.5p 상승
- 상품 물가지수가 22년부터 비교적 가파른 상승세를 보이며, 농축수산물, 가공식품, 화장품 등 전년비가 크게 증가

소비자 물가지수



* Source : 한국은행 주요 물가 지수, 2022년 6월 기준 업데이트

상품 소비자 물가 지수

구분	물가지수	전년비	전월비
농축수산물	111.8	5.2	-0.7
가공식품	109.6	8.0	0.4
내구재	102.5	3.3	-0.0
의약품	100.4	-	0.1
화장품	112.1	11.0	2.4

서비스 소비자 물가지수

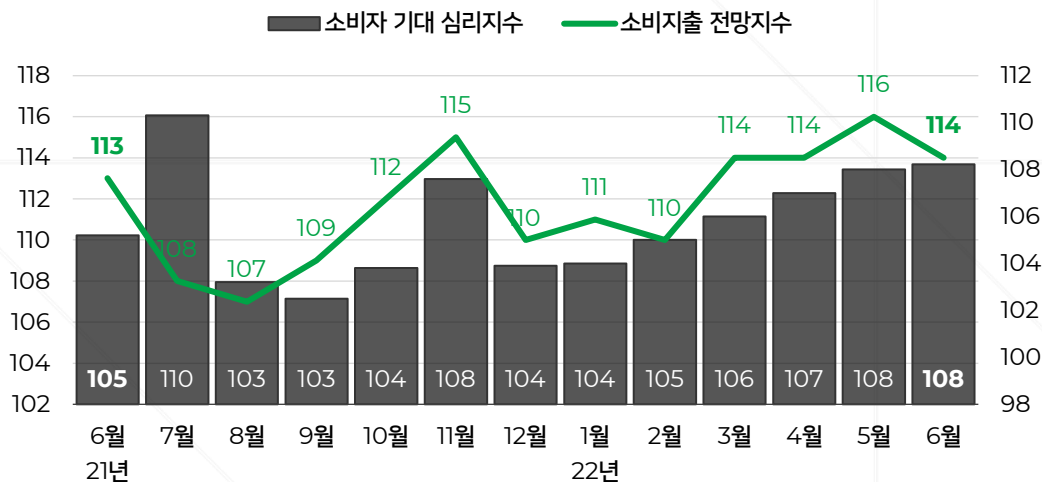
구분	물가지수	전년비	전월비
부동산임대 (전/월세)	103.2	1.9	0.1
공공서비스	101.7	0.7	0.1
개인서비스	108.2	5.9	0.8

- 1) 전년비교 - 22년 6월 vs 21년 6월
- 2) 전월비교 - 22년 6월 vs 22년 5월

ECONOMY TREND | 소비자 심리지수

- ▶ 소비자 기대 심리지수는 108로 전월과 유사한 수준이며, 소비지출 전망 지수는 114로 전월 대비 2p 하락
- ▶ 품목별로는 내구재, 의류비, 외식비, 교양/오락/문화 품목의 전년비/전월비가 모두 하락하였으며, 여행비의 전월비 하락이 두드러짐

기대심리 / 지출 전망 지수



* Source : 통계청, '한국의 주요 지표', 2022년 6월

품목별 소비 진출 전망 추이

구분	물가지수	전년비	전월비
내구재	93	-3.0	-2.0
의류비	95	-3.0	-3.0
외식비	96	-1.0	-4.0
여행비	99	2.0	-5.0
교육비	102	1.0	-
의료보건비	112	1.0	-
교양/오락/문화	94	-1.0	-3.0
교통통신비	115	8.0	3.0

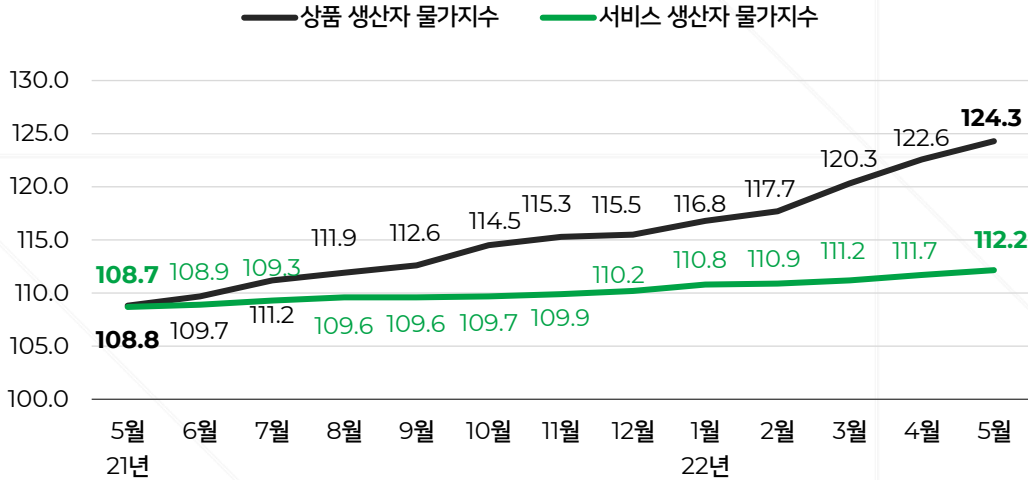
1) 소비지출 전망 = $\frac{(\text{많이 증가} \times 1.0 + \text{약간 증가} \times 0.5 - \text{약간 감소} \times 0.5 - \text{많이 감소} \times 1.0)}{\text{전체 응답 소비자수}} \times 100 + 100$

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 112.2로 전월 대비 0.5p 상승, 상품 생산자 물가지수는 전월 대비 1.7p 상승하여 124.3을 기록
- 품목별로는 모든 품목의 전년/전월비가 증가 및 유지 수준이며, 특히 육가공품 및 낙농품, 농림 수산품의 물가지수의 전월비가 높게 나타남

생산자 물가지수



* Source : 한국은행경제통계시스템, 2022년 5월

상품 품목별 생산자 물가지수

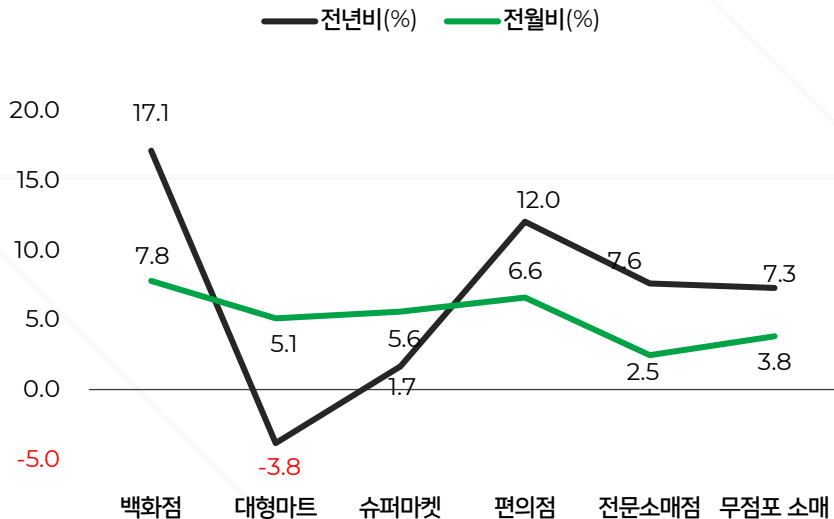
구분	물가지수	전년비	전월비
육가공품 및 낙농품	111.5	8.0	2.9
수산가공품	119.1	7.7	-
떡,과자 및 면류	114.7	11.3	1.5
조미료 및 유지	122.5	7.1	-
주류	116.8	6.4	1.3
비알콜음료및얼음	110.8	3.5	0.5
농림수산물	135.3	16.2	2.0

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.

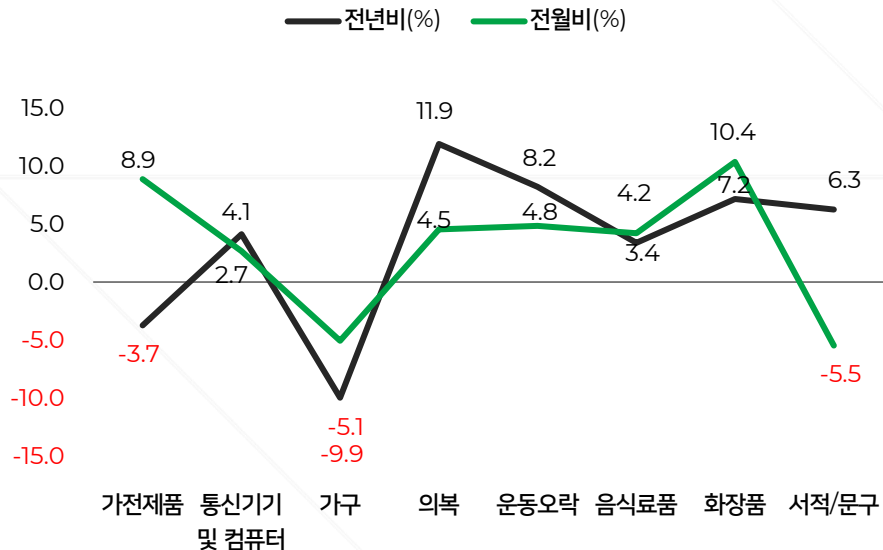
RETAIL MARKET TREND

- ▶ 대형마트의 전년비를 제외하고 모두 증가하였으며, 특히 백화점과 편의점의 성장이 두드러짐
- ▶ 품목별로는 가구의 전년비/전월비 하락이 두드러지며, 가전제품 및 화장품의 전월비가 비교적 크게 증가

유통 채널별 매출 추이 (22년 5월)



품목별 소비지출 추이 (22년 5월)



* Source : 도소매 매출자료, 통계청, 22년 5월 / * 산업통상자원부 : 업태별 대표점포 기준점 조사로 전수조사방법인 통계청과 차이

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

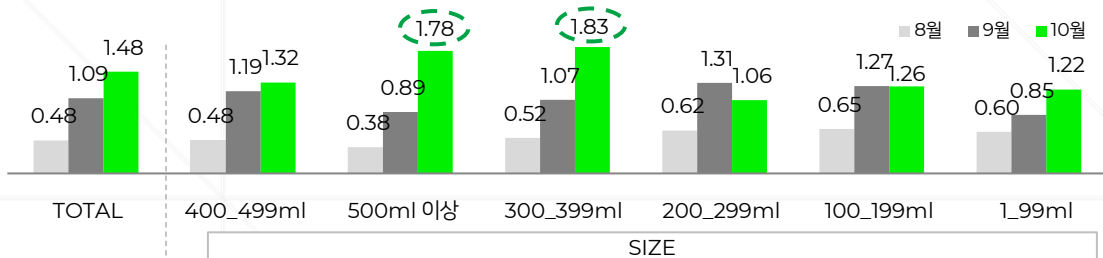
RETAIL MARKET TREND | 카테고리 계절지수 (10월)

- 10월 판매 상승 카테고리: 가을철 건조한 날씨로 핸드&바디 로션/크림/오일 카테고리과 김장철 액젓 카테고리가 상승을 보임
- 핸드&바디 로션/크림/오일 카테고리에서는 비교적 큰 용량의 계절지수 상승이 두드러지며, 액젓의 경우 멸치액젓이 가장 높게 나타남

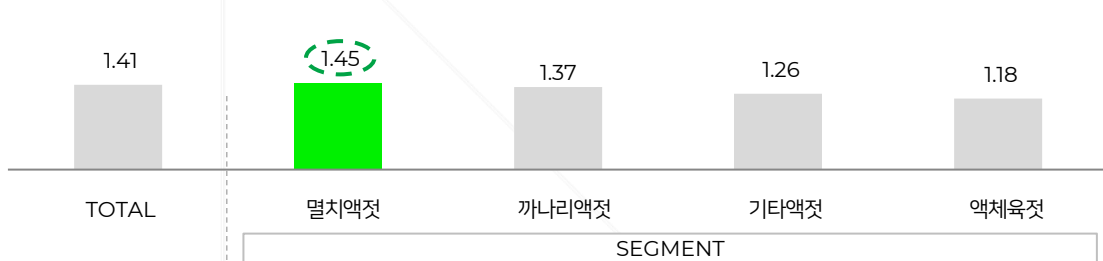
TOP 10 카테고리



핸드&바디 로션/크림/오일 카테고리 주요 속성 계절지수



액젓 카테고리 주요 속성 계절지수



*계절 지수 = 각 카테고리별 FY(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

NIQ Thought Leadership Report

The Leading Edge Report

소비재 및 유통업 미래 신사업 분야 및 사례

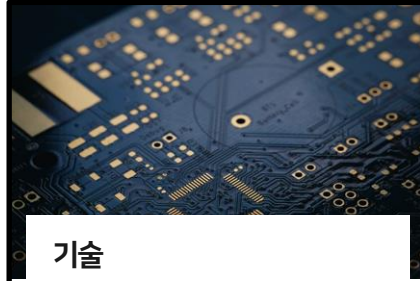
(일부발췌)

소비재 및 유통업의 미래를 선도할 신사업 분야



제품 혁신

- 배양육
- 실험실 재배 식자재
- 맞춤형 헬스케어 서비스
- 맞춤형 추천 서비스



기술

- 자동화, 테크, AI
- 게이미피케이션 (Gamification)
- 메타버스
- NFT (대체 불가능 토큰)



사회적 책임 / 지속가능성

- 수직농장 (식물 공장) / 재생 농업
- 재생 에너지
- 플라스틱 소비 절감
- Low-Waste, 저 탄소 발자국



유통의 변화

- 퀵커머스
- 무인점포
- D2C (Direct to Consumer)
- 자동갱신형 구독 서비스

CPG 제품 혁신 및 투자 사례

배양육



- 2020년 내 세포 배양육을 연구하는 스타트업에 전 세계적으로 12억 달러 이상이 투자 유치됨. 특히, 이스라엘 기업인 Future Meat Technologies는 해당 분야에서 가장 큰 자금 3억 4,700만 USD 조달에 성공
- 싱가포르에서는 2020년 배양 닭고기 판매가 승인되었으며, FDA/USDA에서도 판매 승인을 고려 중

실험실 재배 식자재



- 실험실에서 재배한 초콜릿을 만드는 California Cultured는 400만 USD 달러의 투자 유치
- General Mills는 미생물 및 발효 기법으로 생산된 우유 단백질로 유당이 없는 치즈 'Bold Cultra'를 만들어 21년 말 해당 제품 공개
- Nestle/Danone 및 수많은 스타트업들이 막대한 투자를 기반으로 대체우유/식물성 우유 개발에 집중

맞춤형 헬스케어 서비스



- Nordstrom은 Viome Life Sciences와 협력하여 장/기타 신체 부위에 있는 미생물 군집을 분석하는 키트를 판매
- Nestle Health Science는 Bountiful Co.의 영양 보조제 핵심 브랜드들을 인수
- P&G는 Tula 스킨케어 인수 예정

맞춤형 추천 서비스



- Nike는 예측 분석 회사인 Select와 데이터 통합 서비스 제공 스타트업인 Datalogue 인수 또한, 온라인(디지털) 회원 타겟팅 및 맞춤형 구매 제안 서비스 등을 제공하여 디지털 비즈니스 기반 실적 개선 (22년 2분기 내 디지털화를 통한 수익은 25%)
- 가르푸 그룹은 개인화 서비스 제공을 위해 가르푸 링크 플랫폼 론칭

기술 분야 혁신 및 투자 사례

자동화, 테크, AI



- 월마트는 2022년에 자동화 및 관련 기타 비즈니스 분야에 140억 USD 투자
- 까르푸 또한 2022년에서 2026년 사이에 30억 유로의 디지털 투자 계획을 발표

게이미피케이션 (Gamification)



- 중국 기업 Pinduoduo는 게이미피케이션에 투자하여 중국에서 가장 인기 있는 쇼핑 사이트 중 하나로 성장
- Sainsbury's는 매장 내 대화형 서비스 구축, 고객에게 재미있는 쇼핑 경험 제공

메타버스



- Nike는 가상 운동화 제작을 전문으로 하는 패션 플랫폼 RTFKT 인수
- P&G는 Beautysphere 플랫폼 론칭하여 메타버스 서비스 시작
- 월마트는 가상 상품 판매와 관련된 여러가지 상표권을 신청

NFT (대체 불가능 토큰)



- Nike, Code, McDonalds, Louis Vuitton, Adidas, Pepsi, Bacardi, NBA, Warner bros 등 다수의 브랜드가 NFT에 투자
- Budweiser 역시 VaynerNFT의 투자자로 NFT에 대규모 투자 집행

지속 가능성 분야 혁신 및 투자 사례

Low-Waste, 저 탄소 발자국



- 푸드셰어링 앱 OLIO에서 4,300만 달러 투자 유치
- Motatos, 잉여 식량 할인판매 서비스의 시장 확대를 위하여 2,400만 달러 투자 유치
- Sodexo 미국지사 와 미국 Walmart는 기후변화방지의 일환으로 2030년까지 서부 해안 도시들을 중심으로 한 식량 폐기물 50% 감축 계획을 발표

재생 농업



- Unilever의 쌀·조미료 브랜드인 크노르는 글로벌 공급망 전반에 재생농업을 도입하기 위한 50개 프로젝트 실시, 2026년까지 핵심 원료의 80%를 생산할 계획 발표
- Nestle는 재생농업 장려책으로 5년에 걸쳐 약 17억 달러 투자
- Pepsico는 기후변화의 악영향에 대처 방안으로써 재생농업의 미래를 설명

DE&I (Diversity/Equity/Inclusion)



- Reckitt은 영국의 남녀 임금격차 공개 의무를 중국, 인도, 멕시코, 미국을 포함하여 총 5개국으로 확대
- Dove는 규제를 통해 뷰티산업에서의 다양성을 지속적으로 옹호
- 화장품 유통업체 Ultra Beauty는 지난 화요일 제품믹스의 다양성과 사업 관행의 포용성을 개선하기 위해 2,500만 달러 이상 투자계획 발표

유통 업계 혁신 및 투자 사례

D2C (Direct to Consumer)



- Good Glamm Group은 인도 최초의 DTC 미용 및 퍼스널 케어 유니콘 기업
- Nescafe 제조업체인 Nestle는 마케팅과 기술 투자 강화를 통해 2025년까지 전자상거래 매출액이 두 배 증가하여 그 비중이 25%에 달할 것으로 전망
- Johnson & Johnson은 DTC의 부상에 따라 분사 결정

무인점포



- 한국에서는 무인화와 로봇이 빠르게 발전, 배민은 서빙 로봇인 딜리플레이트를 300개 이상의 점포에 대여 중
- 일본 FamilyMart는 2024년 회계연도 마감까지 무인점포 1,000개점 오픈 예정
- 라틴 아메리카의 가장 큰 편의점 운영업체이자 F&B 유통업체는 로봇공학의 글로벌 선두기업인 Swyft, Inc.에 수백만 달러를 투자

퀵머스



- 식품 및 식료품 배달 플랫폼인 Swiggy는 기업 가치가 반 년 만에 두 배 성장, 107억 달러로 평가되어 7억 달러의 투자 유치
- Uber&Carrefour 파리에서 15분 배송 시작
- 런던의 Jiffy는 식료품 퀵배송으로 2,800만 달러 투자 유치

자동갱신형 구독 서비스



- Kroger는 신속한 식료품 배달과 연료 환급을 골자로 하는 신규 서비스의 런칭과 함께 구독 서비스의 시류에 동참
- Bokksu의 식료품 배송은 미국과 캐나다에서 이루어지지만 구독과 마켓서비스는 100개 국에서 가능
- 스타트업인 Repeat은 소비자를 구독서비스로 묶어두기보다, 구매 분석을 통해 다시 주문할 시점이 도래했음을 알리고 개인화된 쇼핑카트를 제공하여 소비자가 빠르고 쉽게 재주문 경험

CPG 산업에 가장 큰 영향을 끼칠 투자 부문 Top 5

	실현가능성	투자 기간	시장 영향	종합평가
플라스틱 절감	매우 높음	단기	주류 시장	전세계적으로 필수적인 흐름, 선제적으로 움직이거나 의무적으로 시행하는 경향 강화
DTC	높음	단기	시장 내 일부 영향	개인 맞춤형에 직접적인 고객 경험을 통해 기존 유통업계의 모델을 전복시킬 수도 있음
바로배송	보통	단기	시장 내 일부 영향	성장하는 e-commerce 선호도가 확대되나 비용 대비 편익은 최저임금 압박과 드론 기술 등에 의해 낮아질 수 있음
재생 가능 에너지	매우 높음	중단기	주류 시장	전세계적으로 필수적인 흐름, 선제적으로 움직이거나 의무적으로 시행하는 경향 강화
자동화/Tech/AI	높음	단기	주류 시장	비용 효율 및 인력 관련 리스크 완화를 위해 필수적인 기반 요소



감사합니다

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

닐슨IQ 코리아 유통컨설팅 본부
(RIKoreaRVTeam@nielseniq.com)