

# 지난해 온라인쇼핑 거래 56%가 모바일

지난해 4월 50% 넘어서던 이어 연간 기준으로도 절반 넘어서 여행·예약서비스 이어 의류·패션상품도 모바일 거래 늘어

지난해 온라인쇼핑 거래액이 사상 최고치를 기록했다.

온라인 쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액이 차지하는 비중은 지난해 4월 이미 50%를 넘어섰고, 연간 집계 기준으로도 절반을 넘어섰다.

스마트폰 결제 기술의 획기적인 발전으로 소비자들은 굳이 컴퓨터 앞에 앉지 않아도 간편한 소비를 할 수 있게 됐다. PC를 이용한 온라인 쇼핑은 이제 옛말이다. 바야흐로 '손안의 쇼핑' 시대가 도래한 것이다.

통계청이 이달 초 발표한 '2016년 12월 및 연간 온라인쇼핑 동향'에 따르면 지난해 온라인 쇼핑 거래액은 전년보다 20.5% 늘어난 64조9134억원으로 집계됐다.

이 가운데 모바일쇼핑 거래액은 34조 7031억원으로 지난 2015년보다 41.9% 늘어났다. 모바일쇼핑 거래액이 관련 통계를 내기 시작한 지난 2013년 6조5600억원에 비해 불과 3년새 5배 이상 늘어난 셈이다.

특히 작년 온라인쇼핑 거래액 중 모바일 쇼핑 거래액 비중은 53.5%였다. 지난 2013

년 17.0%, 2014년 32.8%, 2015년 45.3%를 기록하며 4년 연속 꾸준히 상승했다. 부문별로 살펴보면 여행 및 예약서비스 관련 상품군의 모바일 쇼핑 거래액이 5조3245억원으로(전체 온라인 11조3520억원) 가장 많은 비중을 차지했다. 다음으로 비중이 높은 편인 의류·패션 상품관련군(의복·신발·가방·패션용품 및 액세서리)은 아직도 대부분 판매가 오프라인에서 이뤄지고 있지만, 모바일을 비롯한 온라인의 매출의 성장세가 눈에 띈다.

온라인쇼핑에서 팔린 의류·패션관련 상품은 지난 2013년 6조2800원에서 2014년 7조3460억원, 2015년 8조4672억원으로 매년 10%대 성장세를 이어왔고, 지난해에는 20% 급성장하며 10조2128억원을 기록, 10조원을 첫 돌파했다. 의복이 6조8985억원을 기록했으며 신발 1조580억원, 가방과 패션용품 1조1200억원, 액세서리 1조1348억원을 기록했다. 이 중에서 모바일을 통한 거래는 전체 평균보다 높은 각각 60% 이상을 차지했다.

뛰어난 접근성과 편의성 덕분에 시간과 장소에 상관없이 쇼핑을 즐기고 싶어 하는 20~30대가 이를 주도한 것으로 풀이된다.



많은 정보를 바탕으로 보다 저렴한 가격으로 쇼핑을 즐기는 합리적인 소비형태의 확산도 이를 거들었다는 평가다.

아울러 많은 고객들이 백화점이나 마트에서 의류 등 상품을 구경하고 입어본 후, 마음에 드는 제품을 온라인에서 값싸게 사는 '쇼루밍(Showrooming)'이라 불리는 행동 패턴을 보이고 있다는 점도 의류·패션에 취약하다는 모바일 쇼핑의 한계를 극복하는 동력이 되고 있다.

글로벌 시장에서 O2O 사업을 전개하는 알캅퍼니 인사이트 부문 최인찬 대표는 "모바일쇼핑 시대에서 온라인 업체, 오프라인 유통업체들은 본인 기업의 관점을 넘어 변화된 시장을 이해해야 한다"면서 "고객의 행동 패턴에서 얼마나 모바일의 기술을 결합해 자연스럽게 어필하고, 구매에까지 연결하느냐에 대한 노하우를 가장 빨리 선점하는 기업이 시장을 리드할 것"이라고 말했다.



이마트 시스루 마케팅

## '온라인 매출 비중 10%' 대형마트, 선점 경쟁 가속화

매출 정체 돌파위해 모바일에 집중

대형 마트를 간 '온라인 매출 비중 10%' 선점 전쟁이 지난해부터 가속화되고 있다.

특히 지난해 대형마트 전체 온라인 매출 가운데 모바일 비중이 50% 이상 넘어지면서 모바일 쇼핑 편의를 위한 전략적 접근이 중요해졌다. 시장의 급성장 속에 전통적 오프라인 채널인 대형 마트들이 매출 정체의 돌파구를 찾기 위한 몸부림이 모바일로 집중되는 셈이다.

최근 업계에 따르면 영업 비밀과 연관된 부분이라 구체적 수치의 공개를 꺼려하지만 지난해 기준 전체 매출액에서 차지하는 온라인 매출의 비중은 각 업체별로 5~8% 내외에 불과한 것으로 알려졌다. 대형마트에선 여전히 전통적 방식의 매장 판매가 매출의 대부분을 차지하고 있고 온라인의 비중은 미미한 실정이다. 대형마트 가운데 온라인 쇼핑 비중이 가장 높은 이마트의 경우도 지난 2015년 기준 전체 매출 13조 원 가운데 약 5%인 7000억원에 불과한 것으로 알려졌다.

업계 관계자는 "현재 롯데마트, 홈플러스, 이마트 등 대형 마트들의 온라인 선점 불발경쟁은 소셜커머스 3사의 유통시장 선점 대결 못지않게 치열하다"면서 "현재 5~8% 내외의 온라인 매출 비중을 10%까지 누가 먼저 끌어올리느냐가 향후 마트시장을 주도하는 관건이 될 것으로 보인다"고 분석했다.

이 같은 배경 속에 대형마트들은 온라인 분야를 강화하기 위해 물류센터 확보, 배송, 결제 강화 등 다른 업체와 차별화된 색다른 서비스를 선보이며 다양한 방법으로 고객의 요구에 부합하려는 노력을 기울이고 있다.

이마트는 이달 초 이른바 '시스루 마케팅'을 통해 당일 배송, 일명 '썩(SG) 배송'의 전 과정을 공개했다. 이마트몰 온라인 전용 물류센터 NEONExt generation Online Store 차세대 온라인 점포의 약어)에서의 배송 전 검수체계, 신선식품과 냉동식품을 관리하는 콜드체인 시스템 등을 공개하며 온라인시장의 다음 세대를 이끌겠다는 포부를 내비쳤다.

롯데마트도 올해 초 '롯데마트몰' 개점 10주년을 맞아 앞으로 구매 가능 상품 수를 300만 개까지 늘리고, 특히 모바일 쇼핑 고객을 적극적으로 공략해 롯데마트를 전체 매출 가운데 모바일 매출 비중을 80%까지 끌어올릴 계획이다. 또 2019년 안에 수도권 동부, 북부 지역 등에 온라인 전용 물류 거점도 확보할 예정이다.

홈플러스는 온라인 배송 전용 물류센터를 구축한 이마트와 달리 각 오프라인 대형마트 매장을 물류 거점으로 활용한다. 스마트폰 위치정보기능(GPS)으로 찾은 가장 가까운 매장 또는 사용자가 직접 지정한 매장에서 고객 주문 상품을 배송한다. 이를 위해 홈플러스는 당일배송 수송을 소화할 목적으로 각 매장에서 반복 구매율이 높은 상품을 선별해 물량을 확대하는 전략을 펼치고 있다. /뉴스

## 홈쇼핑 업계, 모바일 부문 강화에 '집중'

모바일이 소비의 한 축으로 자리잡으면서 홈쇼핑 업계 역시 모바일 강화에 더욱 집중하고 있다.

모바일기반의 쇼핑이 PC기반의 쇼핑을 넘어서 온라인쇼핑의 주 채널로 부상했다. '엄지족(스마트폰을 많이 사용하는 신세대)'의 시선을 사로잡는 게 중요해졌다.

이달 통계청이 발표한 '지난해 12월 연간 온라인쇼핑 동향'에 따르면, 모바일 쇼핑 거래액은 3조4870억원으로 전년 동월대비 30.2%나 증가했다.

온라인쇼핑 거래액 총 6조1881억원 중 차지하는 비중이 56.3%로 PC기반의 쇼핑 거래액을 넘어섰다. 크리스마스 연말이라는 특수성을 감안해도 놀라운 증가세다.

지난해 4분기 모바일쇼핑 거래액 역시 전년 동기대비 36.7%나 증가한 10조 1460원을 기록했다.

시간·장소 구매받지 않는 자유로운 쇼핑 가능 GS·롯데홈쇼핑 등 취급액 비중 전년보다 올라 소셜커머스·오픈마켓 등 업종간 경계 허물어

온라인쇼핑 거래액은 PC기반 쇼핑 거래액과 모바일기반 쇼핑 거래액을 합산한 수치다.

모바일은 시간이나 장소에 구매받지 않고, 쇼핑을 즐길 수 있다는 유연성이 가장 큰 장점이다.

최근 몇 년 동안 어려움을 겪었던 홈쇼핑업계도 모바일 부문 개선을 통해 부진했던 실적을 만회했다.

모바일 강화로 소셜커머스, 오픈마켓 등과의 업종간 경계를 허물며 경쟁 구도에서 반전의 발판을 마련했다.

GS홈쇼핑의 지난해 전체 취급액은 전년 대비 4.5% 늘어난 3조6696억원이다. 영

업이익은 1264억원으로 19.6% 증가했다. 모바일 쇼핑이 1조3153억원으로 24.6%의 신장률을 나타내며 전체 취급액 성장을 이끌었다.

롯데홈쇼핑도 3조2000억원 수준의 취급액에 영업이익은 780억원으로 전년 대비 7.7% 개선됐다. 모바일 취급액 비중은 29.6%로 전년 대비 20.9% 상승했다.

지난해 개국 5년 만에 처음으로 취급액 2조원(2조1100억원)을 돌파한 홈앤쇼핑은 모바일 앱이 동력이었다. 무려 1000만명이상이 다운로드를 받았다.

이 같은 마케팅 서비스와 맞물려 홈앤쇼





### 유네스코 고창 생물권보전지역

UNESCO Gochang Biosphere Reserve

## 생태계의 동행 아름다운 동행








자원의 위대함과 생명의 경이로움, 환경의 소중함을 알게 해 주는 여기는 고창생물권보전지역입니다.