

## 전 체

· HOME &gt; 해외시장정보 &gt; 경제/산업 동향

인쇄

제 목	美 아마존의 경쟁력은 끈임없는 변화와 혁신적인 서비스		
작성일	2012-08-12	작성자	황선창 ( <a href="mailto:khwang@kotra.or.kr">khwang@kotra.or.kr</a> )
국 가	미국	무역관	시카고무역관

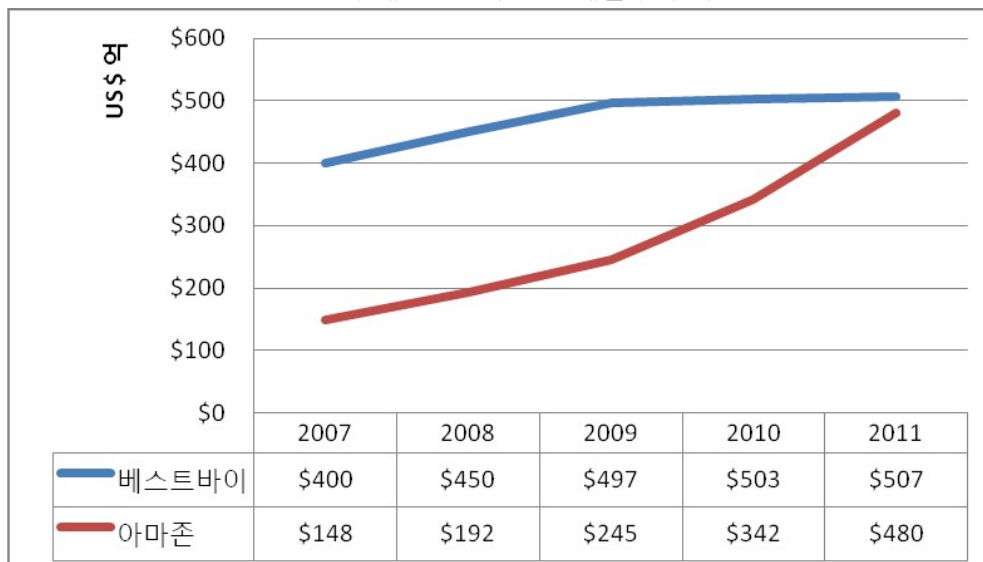
## 美 아마존의 경쟁력은 끈임없는 변화와 혁신적인 서비스

- 차별화된 물류관리와 배송전략으로 소비자 공략 -
- 한국 업체 다양한 유통업체 진출 전략이 필요 -

## □ 경쟁이 치열한 미국 유통업체, 생존을 위한 노력 치열

- 지속되는 불경기와 온라인시장의 급속한 성장으로 유통 산업은 업체 간 생존을 위한 경쟁이 심화됨.
  - 전 세계에서 최대 규모를 자랑하는 전자제품 전문 유통체인 Best Buy사가 2012년 한 해에만 50개의 대형 매장 폐점 계획을 발표, 대형 매장 수를 줄이는 대신 소규모 모바일 매장을 늘려 매장 운영비용 축소를 통한 순수익 증대를 기대하며 앞으로 전자제품 유통산업의 변화를 예고함.
  - 한편, 영원할 것 같았던 베이스바이 등 매장을 보유한 유통업체들이 저조한 판매실적으로 주춤하는 동안 온라인 시장의 경우 작년 대비 15% 증가한 432억 달러의 매출규모를 2/4분기에 기록하며 지속적인 고성장세를 유지하는 것으로 나타남.
- 온라인 판매 대표 업체 아마존 불경기에도 지속적인 판매 호조 기록
  - 특히, 온라인 유통채널의 대표주자인 아마존의 경우 2011년 기준 총 매출 480억 달러를 기록하며 2009년부터 정체된 베스트바이와의 격차를 현저하게 줄이며 경쟁관계를 구축. 특히, 아마존은 올 상반기까지 3년 연속 40%대의 초고속 매출액 증가세를 이어 2015년에는 매출 1000억 달러 달성을 목표로 순항함.

아마존과 베스트바이 연간 매출추이 비교



자료원: 해당기업 연차보고서

- 오프라인 유통 업체 온라인 업체와 경쟁을 하기 위해 다양한 서비스 개발 등 노력
  - 오프라인 유통채널들은 ‘온라인 주문 스토어픽업’ 등의 서비스를 제공하며 온라인매장으로의 고객유출을 막기위한 필사적 노력을 기울임.
  - 최근 유통점들의 트렌드를 살펴보면 오프라인 매장의 가장 큰 장점이라 할 수 있는 제품전시 기능보다는 제품의 신속한 구입과 소비자의 편의 향상을 위한 Distribution기능 강화와 판매방식의 효율성 향상에 초점을 둠.
  - 온라인 업체들도 다양한 서비스·판매 방법 개선을 통해 지속적인 판매 확대와 성장을 위해 노력함. 아마존사는 지속적인 판매·서비스 방법 개선을 통해 성공적인 고객 확보에 나섬.

#### □ 끊임없는 혁신을 통한 고속성장의 아마존

- 소비자가 직접 픽업 가능한 Amazon Locker 서비스 개시
  - 미 최대 온라인 전문 유통채널 Amazon은 최근 Rite Aid와 7-Eleven과 같은 편의점, 마트 등 지역내 배송품 보관함을 설치해 소비자가 온라인으로 주문한 상품을 보다 빨리 받을 수 있도록 하는 서비스를 제공하기 시작함.
  - 이에 따라 소비자들은 거주권 내에서 쇼핑 또는 퇴근 후 온라인으로 주문한 제품을 픽업할 수 있는 ‘Same Day delivery’ 서비스를 저렴한 가격으로 이용할 수 있으며 주문한 제품을 찾기위해 배송업체를 찾거나 연락을 해야하는 불편을 감소할 수 있음.

식료품 마트내 Amazon Locker



자료원: Wall Street Journal

- 지속적으로 추진되는 비용절감 전략
  - Amazon은 올 2/4 분기 동안 총 13억6000만 달러를 물류비용으로 지출한 것으로 나타났으며 이는 작년 동기 기록한 9억4100만 달러와 비교 시 약 45% 급상승한 것으로 나타남.
  - UPS와 FedEx의 경우 주거지 배송의 경우 경우 20% 추가비용이 발생해 Amazon Locker의 이용자 확대를 통한 배송비용 절감 효과를 기대
  - 오프라인 매장을 보유한 월마트와 베스트 바이의 경우 매출액 기준 약 10%를 매장운영비용으로 지출하는 것에 비해 상대적으로 저비용을 통한 Locker 운영비를 통해 편의성 향상을 통한 고객 확대 도모
  - 올 상반기 7억7000만 달러를 투자해 물류창고에 도입한 로봇 시설과 함께 온라인 스토어의 단점 보완하는 노력을 멈추지 않음.

회사개요

	
대표	Jeffrey Bezos

매출 (2011년)	480억 달러 (40.6% 증가)
직원 규모	56,200명 (66.77% 증가)
비고	Fortune 500기업 56위

자료원: Hoovers

#### ○ 고객편의 향상에 중점을 둔 서비스혁신

- Amazon은 낮동안 집을 비우는 직장인들의 경우 배송물을 놓치는 경우가 많은 점을 보완하기 위해 서비스를 시작했으며 동시에 현관에 방치된 분실사고를 줄이는 효과를 목표로 함.
- 따라 뉴욕시와 같은 대도시에서 거주하는 직장인들에게 큰 인기를 얻으며 최근 Wall Street Journal이 실시한 설문조사에 따르면 응답자 중 70.4%가 이용하겠다고 답변한 것으로 나타남.
- 또한, 감작선물 또는 성인용품과 같이 프라이버시를 요하는 제품의 경우도 이용자가 많은 것으로 나타남.

#### 뉴욕시내 Amazon Locker 위치현황

[Your Account](#) > [Manage Addresses and 1-Click Settings](#) > [Amazon Locker Search Results](#)

**Amazon Locker Search Results**

Results for "10019"

1	Amazon Locker at Morton Williams 225 W 57th St. New York, 10019 <a href="#">Map details</a>	Open 24hrs	<a href="#">Select</a>
2	Amazon Locker at Rite Aid 282 8th Ave. New York, 10001 <a href="#">Map details</a>	Open 24hrs	<a href="#">Select</a>
3	Amazon Locker at Gristedes 460 3rd Ave. New York, 10016 <a href="#">Map details</a>	Mon - Fri: 06:00 - 23:59 Sat, Sun: 07:00 - 23:59	<a href="#">Select</a>
4	Amazon Locker at Dagostino 633 Columbus Ave. New York, 10024 <a href="#">Map details</a>	Mon - Sun: 08:00 - 22:00	<a href="#">Select</a>
5	Amazon Locker at Gristedes 262 W 96th St. New York, 10025 <a href="#">Map details</a>	Mon - Sat: 06:00 - 01:00 Sun: 07:00 - 23:59	<a href="#">Select</a>
6	Amazon Locker at Rite Aid 501 Avenue of the Americas, New York, 10011 <a href="#">Map details</a>	Mon - Fri: 07:00 - 22:00 Sat: 08:00 - 22:00 Sun: 09:00 - 22:00	<a href="#">Select</a>
7	Amazon Locker at Gristedes 3 Sheridan Square, New York, 10014 <a href="#">Map details</a>	Mon - Sun: 07:00 - 23:59	<a href="#">Select</a>
8	Amazon Locker at Dagostino 666 Greenwich St., New York, 10014 <a href="#">Map details</a>	Mon - Sun: 08:00 - 22:00	<a href="#">Select</a>



**Search for a new Amazon Locker location**  
Amazon Locker offers pick up stations conveniently located near you. Please enter address, zip code or landmark.

☐ Search by Address:

☒ Search by Zip Code:  e.g. 98109

자료원: Engadget.com

#### □ 시사점

##### ○ 유통업체들 생존을 위한 지속적인 새로운 시도

- 베이트바이 등과 같은 오프라인 유통업체들은 비용절감과 편의성 향상을 위한 노력이 이어지지만 고객의 니즈를 파악하며 대처하는데 있어 다소 늦은 감이 있음.
- 오프라인 업체들은 온라인 판매를 강화 하는 등 온라인 판매 업체에 빼앗긴 시장을 되찾기 위해 노력하나 소비자들에게 기존의 온라인 업체와는 다른 가치를 제공하기 전까지는 치열한 유통 시장 경쟁에서 살아남기 힘들 것임.

##### ○ 아마존 지속적인 서비스 개선과 수입 모델을 통해 유통시장 더욱 장악

- 반면 아마존의 경우 비용 절감의 효과와 빠른 배송을 통한 고객 편의 향상 두 가지 목표를 추구하는 새로운 아이디어에 소비자들은 높은 호응을 보이며 고객들의 불만사항 개선을 위한 시도와 지속적인 서비스향상 노력의 결과임.

##### ○ 대미 진출 한국 업체들은 다양한 채널을 공략과 진출을 위한 다양한 마케팅 전략이 필요함.

- 미국 유통 산업은 업체 간 경쟁이 더욱 심화되어 몇 년간 양호한 영업 실적을 기록하던 업체들이 지속

적인 상품과 판매 방법을 통해 소비자들은 유인하지 못하면 생존을 장담하지 못함.

- 따라서 미국 유통 업체에 납품하는 업체들은 한 업체에 의존한 판매 전략보다는 오프라인과 온라인 등 다수 유통망 납품을 통해 위험을 분산해야 할 필요가 있음.
- 미국 대형 전자 제품 유통업체인 B사에 납품을 하는 중소 업체에 따르면, B사가 결제 기일이 늘어나는 등의 위험이 감지돼 온라인 유통업체등 다른 유통업체 판매를 통해 위험 분산을 위해 노력한다고 밝힘.

자료원: The Wall Street Journal, Engadget.com, 해당업체 홈페이지, Comscore, Hoovers.com, 코트라 시카고 무역관 종합 및 의견

< 저작권자 © KOTRA & globalwindow.org 무단전재 - 재배포금지 >