

# [리포트 인사이트] 본격 이마트 'e커머스 강자' 되기... '쓱닷컴'이 좀 도와줘라!

윤 이지원 | 승인 2018.08.20 21:00



이마트가 온라인 쇼핑물계의 승자가 될 수 있는 방법은 뭘까? (출처=이마트 홈페이지 캡처)

온라인 영토확장을 선언한 신세계의 이마트가 온라인 승자가 될 수 있는 해법에 대한 재밌는 리포트가 있어 소개해 볼까 한다.

이 리포트에서는 이마트의 온라인 시장이 성공할 수 있는 방법과 본격적인 수익 기여의 시기, 그리고 이를 위해 필요한 구체적인 방안들을 제시하고 있다.

과연 이마트가 'e커머스'의 강자가 되기 위해서는 어떤 방안들이 있을지 함께 알아보도록 하자.

## 식품 카테고리의 확대

가장 첫 번째로 본 리포트에서는 이마트 온라인이 본업 부진을 상쇄하고 신규 성장 동력이 되기 위한 방안을 소개하고 있다.

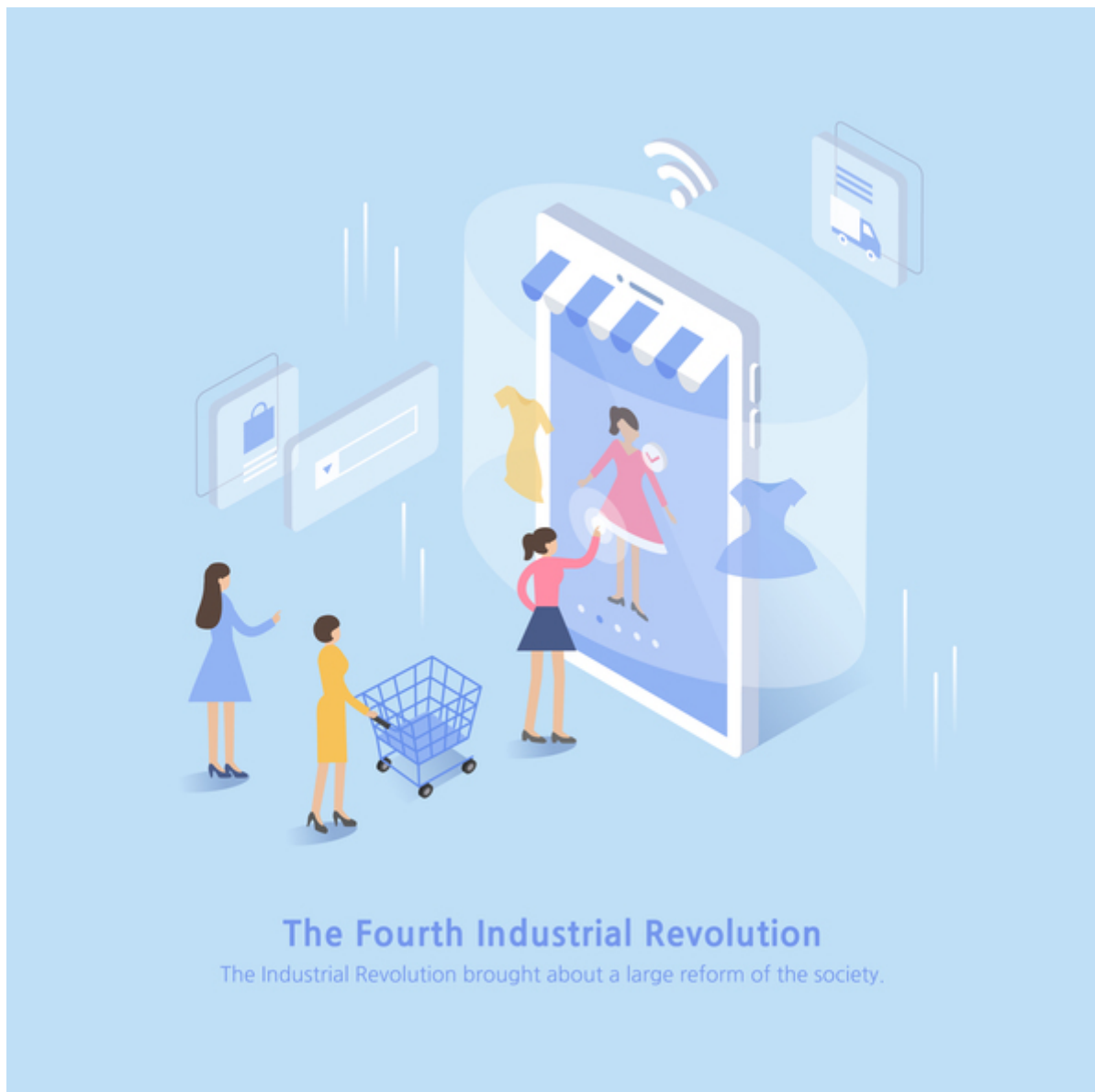
이를 위해서는 ▲식품 카테고리 확대 ▲차별화된 서비스 제공 등의 방법으로 온라인 식품 시장 내 점유율 확보가 반드시 필요할 것이라 제시하기도 했다.

현재 온라인 식품 구매가 가장 많이 발생하는 플랫폼은 온라인 쇼핑몰로, 1~4인 가구보다 5인 가구 이상 가구가 온라인 쇼핑몰 내에서 압도적으로 식품 구매를 많이 하는 것으로 나타났다. 이에 미래에셋대우에서는 다인원 가구의 높은 구매 비율은 곧 대용량 식품 판

매로 이어질 것으로 예상되며, 이로 인해 이마트는 빈약한 '대용량 식품'과 '프리미엄·친환경 식품'의 카테고리를 확대하는 것이 이마트가 온라인 식품 시장 내 점유율을 높일 수 있는 방법이라 예상했다.

실제로 온라인 플랫폼인 'G마켓'에서 가장 많이 팔리는 식품은 '대용량 만두'였으며 이마트는 다른 온라인 플랫폼과 비교했을 때 턱없이 부족한 대용량 제품군을 소유하고 있었다.

또한 온라인 쇼핑물과 대형할인점 플랫폼 이외의 채널에서 발생하는 식품 구매 수요를 확보하기 위해 일반 식품보다 고객 충성도가 높은 친환경·프리미엄 식품의 카테고리를 확대해야 도움이 될 것이라는 전망이다. 이마트의 기존 고객은 불특정 다수인 일반 대중, 즉 '메스고객' 대상이지만 위와 같은 카테고리를 확보해 충성도 있는 신규 고객 군을 확보해야 한다는 것이다.



이마트가 e커머스 강자가 되기 위한 방안은? (사진=게티이미지뱅크)

## 차별화된 서비스의 제공

다음으로 이마트가 온라인 식품 시장 내 점유율을 확보하는 방안으로 ▲경쟁사보다 더 빠른 배송 서비스 제공 ▲차별화된 콘텐츠를 제공함으로써 기존 온라인 및 오프라인 유통업체와는 차별화된 서비스를 제공하는 방법이 있다.

온라인 식품 구매를 꺼리는 가장 큰 이유로 품질에 대한 신뢰가 부족하거나 배송을 기다리는 점에 대한 어려움이 가장 큰 것은 모두 공감하는 내용일 것이다. 실제로 배송을 기다릴 수 없어 온라인 식품 구매를 꺼린다는 응답 비율은 매년 증가하고 있다.

따라서 기존보다 더 빠른 배송을 제공하기 위해 이마트는 오프라인 매장을 활용해 온/오프라인 고객 모두에게 근거리 및 단시간 배송을 제공해야 한다. 온라인 업체들뿐만 아니라 오프라인 유통업체들과는 차별화된 빠른 배송 경쟁력 확보를 통해 이마트는 온라인 식품 구매를 이용하지 않던 고객을 확보할 수 있을 것이다.

또한 ▲제휴 및 직접 제작한 콘텐츠 제공 ▲자체 멤버십 구축 등을 통해 기존 고객 이탈을 방지하는 동시에 신규 고객 유인 또한 놓치면 안 된다는 의견이다.

현재 ssg.com(이하 쓱닷컴)의 가장 큰 문제는 쓱닷컴 출범 이후 순방문자가 증가하지 않는 것이기 때문에, 차별화된 광고를 통한 일시적인 순방문자 증가가 아닌 플랫폼 자체 경쟁력을 확보해야 온라인 시장 내 점유율을 높일 수 있을 것이라는 촌철살인.

### 이마트의 온라인 시장, 언제부터 본격적으로 수익 기여를 할 수 있을까?

그렇다면 이마트는 언제쯤 e커머스의 강자 자리를 노릴 수 있을까?

이마트가 위와 같은 노력들을 하고 있다는 점을 고려할 시 내년 상반기부터 점유율 안정화가 이루어질 것이라는 것이 미래에셋대우의 판단이다.

실제로 2018년 상반기 이마트의 온라인 식품 시장 점유율의 하락폭이 감소했으며, 점차 안정화되고 있었다.

이에 따라 내년부터는 이마트 온라인 시장의 본격적인 수익 기여를 기대해 봐도 되지 않을까라는 시나리오다.

(데일리팝=이지원 기자)

(자료=미래에셋대우 리서치센터 리포트를 바탕으로 재구성)

저작권자 © 데일리팝 무단전재 및 재배포 금지

