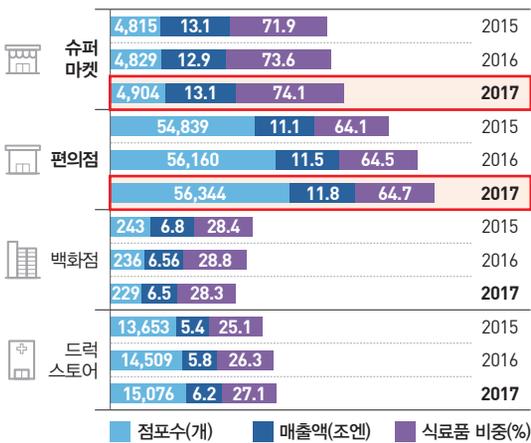


오프라인 유통채널 식품 매출 비중 높아

일본의 전통적인 오프라인 유통채널로는 슈퍼마켓, 편의점, 드럭스토어, 백화점 등 4가지를 꼽을 수 있으며, 그 중 슈퍼마켓과 편의점의 매출에 가장 큰 기여를 하는 제품은 식품으로 매출의 70% 내외를 차지하고 있다. 이 중 한국 농식품의 주요 유통채널이자 식품매출 비중이 높은 슈퍼마켓과 편의점이 최근 당면한 문제점과 이에 대한 업계의 대응방향을 알아본다.

| 일본의 주요 오프라인 유통채널 점포 수 및 매출액 추이 |



악재 겹쳐 매출감소하는 슈퍼마켓 업계

인구 감소에 따라 시장이 축소되고 있는 슈퍼마켓 업계는 설상가상으로 편의점·드럭스토어 등 다른 업계의 식품판매 확장으로 역풍까지 맞고 있어, 점포당 매출액 감소가 지속되고 있다. 또한 선두업체들의 신규 출점은 여전히 늘어나는 추세라, 식품판매가 주를 이루는 슈퍼마켓의 판매액은 최근 한계점에 이르렀다.

일본 체인스토어 협회에 따르면 2017년 전국 슈퍼마켓의 총 판매액은 전년대비 1% 감소한 12조 9,185억 엔(약 148조 4천억 원)으로 2년 연속 감소중이다. 노동집약형 산업인 슈퍼마켓 업계는 저출산 및 고령화에 따른 노동력 감소의 영향을 직접적으로 받고 있으며, 신규점포 출점 시 파트타임 등 인력부족 문제가 다수 발생하고 있다. 이에 업계 최대 업체인 이온(イオン)은 저렴한 가격을 앞세운 PB상품 개발을 강화하여 고객당 구매 개수를 늘리려는 노력을 하고 있다.

이토요카도(イトーヨーカ堂)와 유니(ユニ-)는 채산이 맞지 않는 점포를 신속히 폐점함으로써 수익향상을 도모하고 있으며, 사밋트(サミット)와 마루에쯔(マルエツ)는 셀프계산대를 적극적으로 도입하며 인력부족에 대응하고 있다.

| 일본 슈퍼업계 상위 10개 업체 현황 |

(2017, 점수 기준)

구분	매출	점포수	비고 (특징 및 소속 유통업체 등)	
1위 이온 (イオン)	종합슈퍼(GMS)	2조 8,761억 엔	439개	이온리테일, 이온훗카이도, 이온큐슈, 이온류큐
	식품전문슈퍼	3조 2,252억 엔	724개	맥스밸류 관동, 카스미, 마루에츠, 다이에, 이온마켓 등
2위 세븐아이 홀딩스	종합슈퍼(GMS)	1조 2,442억엔	164개	이토요카도(イトーヨーカ堂)
	식품전문슈퍼	5,807억 엔	298개	요크마트, 요크베니얼
3위 아크스(アークス)	5,139억 엔	336개	훗카이도, 아오모리, 이와테를 중심으로 매장 전개	
4위 라이프(ライフ)	6,777억 엔	266개	수도권을 중심으로 매장 전개	
5위 유니(ユニ-)	6,058억 엔	191개	아이치현 중심 GMS인 아피타(アピタ), 피아고(ピアゴ)	
6위 야오코(ヤオコー)	4,149억 엔	158개	사이타마현 중심	
7위 헤이와도(平和堂)	4,381억 엔	149개	시가현에서 압도적인 점유율	
8위 사밋트(サミット)	2,658억 엔	113개	수도권을 중심으로 전개	
9위 이즈미(イズミ)	7,298억 엔	110개	시코쿠, 큐슈가 기반. M&A도 적극적	
10위 도쿄슈타어(東急ストア)	2,146억 엔	82개	도쿄급행전철의 자회사, 도쿄, 가나가와 중심	

부족한 인력난에 아이디어 강화하는 편의점 업계

시장규모는 확대되어가는 양상이지만 메이저 편의점의 출점공세가 계속되어 중소규모 편의점은 점포당 고객수가 감소하는 경향을 보이고 있다. 편의점 업계에서 일본 내에 6만 개의 점포가 임계점이라고 말하는 것을 보면 이미 포화상태에 도달한 것같은데 택배, 공과금 수납 등 편의점 업무는 더욱 다양화되고 있어 일손부족이 부담이 되고 있는 형편이다. 인력부족의 문제로 24시간 영업의 필요성에 대해서 현재의 견이 분분한 상황이다.

이에 편의점 업계는 고객들의 내점빈도 및 업무의 효율화를 높이기 위해 물건 판매 이외에도 코인세탁소, 피트니스 등을 병설하여 서비스를 강화하고 있다. 또한, 점포 내 작업시간을 줄이기 위한 슬라이드식 상품진열대, 자동거름돈 기능이 추가된 계산대를 도입하는 등 대응방법을 모색 중이다.

| Famima Laundry (패밀리마트+동전세탁소) |

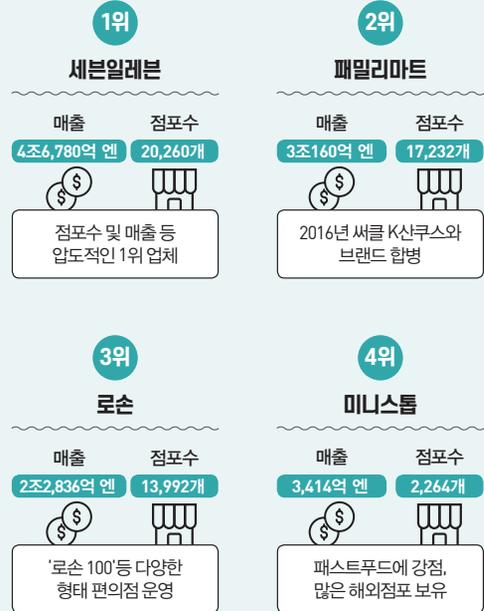


| FIT & GO(패밀리마트+피트니스센터) |



| 일본 편의점 업계 상위 4개 업체 현황 |

(2017, 점수 기준)



Key Point

노동력 부족 한발앞선 대응 필요

식품시장은 고령화 및 저출산 문제가 심화되어 시장이 자연스럽게 감소하면서 성장이 둔화되는 추세를 보이고 있다. 또한 노동 집약적인 유통업계 특성상 고질적인 문제인 일손부족에 대해 여러 가지 대응책들을 마련할 필요성이 증가하고 있으며, 로손(편의점)은 베트남에 편의점연구소를 세워 현지에서 미리 일손부족에 대한 현지 인력을 확보하는 노력을 하는 중이다. 고령화 및 저출산 문제가 심화되는 한국 또한 유통업계 노동력 부족문제에 대해 일본의 대응사례를 벤치마킹하여 미리 대비할 필요가 있을 것이다.

