

[COVID-19] 코로나19 이후의 유통산업

Retail after COVID-19: A challenging new reality



▲ 표지 클릭시, 원문 다운로드 가능

코로나19 팬데믹은 유통 생태계를 바꾸고 있습니다. 사회적 거리두기 및 코로나19 확산 상황에 따른 유통매장의 임시휴업 조치로, 유통산업은 이전과는 다른 환경에 직면했습니다. 이에 KPMG는 코로나19로 인한 유통 환경 변화를 세 가지로 구분하여 분석하고 기업의 대응 방안을 제시했습니다.

1) 장기 경기침체와 소비 위축 : 유통 기업은 코로나19로 인한 소비 위축과 경기침체로 어려움을 겪고 있습니다. 미국 소매 판매는 2020년 4월 전월 대비 16.4%, 전년 동기 대비 21.6% 감소하였습니다. 이와 같은 소비 위축으로 유통산업 내 양극화는 심화될 것입니다. 특히 온라인 쇼핑 환경을 선제적으로 구축한 기업은 상대적으로 특수를 누리게 될 것으로 예측됩니다. 반면, 의류 전문점, 백화점은 오프라인 고객 감소로 인한 매출 하락이 예상됩니다.

2) 디지털 전환 가속화 : 코로나19로 인한 온라인 구매 증가로 향후 전 유통업계에서 디지털 전환이 가속화될 것입니다. 이전에는 온라인으로 물품 구매를 하지 않던 소비자도 온라인 쇼핑을 하고 있습니다. 특히 식료품과 생필품 구매에서 이런 경향이 두드러집니다. 이에 이미 온라인에 진출한 유통 기업은 온라인 역량을 더욱 강화하고 오프라인 기반 유통 기업은 온라인 플랫폼 및 라스트마일 딜리버리 체계를 빠르게 구축하여 온라인 소비자를 확보해야 합니다.

3) 오프라인 폐점 가속화 : 고객 감소로 손익분기점을 달성하지 못해 폐점하는 오프라인 점포가 증가하고 유통 기업의 수익성은 악화될 것입니다. 미국 유통 기업의 파산 보호 신청은 2020년 두 배 가량 증가할 것으로 전망됩니다. 위기에 직면한 유통 기업은 오프라인 매장 인력운용모델 재설계를 하여 수익성을 제고해야 합니다.

삼성KPMG 경제연구원

이효정

이사

Tel: +82 2 2112 6744

hyojunglee@kr.kpmg.com

김수경

책임연구원

Tel: +82 2 2112 3973

sookyoungkim@kr.kpmg.com

차윤지

선임연구원

Tel: +82 2 2112 6914

yoonyjicha@kr.kpmg.com

Keywords ▶

#COVID-19 #코로나19 #유통산업 #소비위축 #양극화