

저성장 시대, 오프라인 유통의 생존 전략

SUPERMARKET

유통업계를 둘러싼 환경 변화와 오프라인 유통 기업의 생존 전략

글로벌 경제
저성장 위기

“저성장과 많은 부채로 미래가 어려울 것으로 전망된다”

-크리스탈리나 게오르기예바
(IMF 총재)

유통업계를 둘러싼
외부 환경 변화

소비 패턴 변화

- 소비자 구매력 감소
- 온라인 쇼핑 일상화

경영 환경 변화

- 제품 매입원가 및 각종 운영 비용 증가
- 인건비 부담 증가

인구·가구구조 변화

- 고령인구 증가
- 1·2인가구 증가



본업의 재정비,
유통 포맷 다변화

- 가격 경쟁력 제고를 위해 유통 구조를 재정비하고 저가 제품 판매에 특화된 포맷 전개
- 소형 점포의 유연성, 근거리 입지, 운영 효율성을 기반으로 소비자 니즈에 맞는 특화 점포 설계



글로벌 확장을 통한
신규 시장 개척

- 새로운 소비 시장 선점을 도모하고 신규 출점 기회 모색
- 글로벌 밸류체인 확장을 통한 공급망 효율성 제고 및 글로벌 소싱 역량 확충



리테일 미디어로
비즈니스 다각화 도모

- 매장 인프라를 수익 창출 채널로 전환하며 공간 활용을 극대화하고 수익성 제고 노력
- 소비자 위치 정보에 기반해 쇼핑에 유용한 콘텐츠를 송출하며 고객 경험 강화

오프라인 점포 포맷 및 비즈니스 모델 혁신을 통해
새로운 고객 접점과 가치 창출 방안 모색

저성장 시대 속 생존을 위한 유통업계의 대응 전략

01

소비자 니즈에 맞춘
유통 포맷 설계 및 점포 운영

- 지속 가능한 저비용 운영 구조 확립으로 가격 경쟁력 확보
- 데이터 기반의 시장 분석으로 소비자 특화 점포 구성

02

해외 시장 안착에 목표를 두고
중장기적 관점의 계획 수립 및 역량 확보

- 철저한 분석을 통해 장기적 관점의 해외 유망 시장 선정
- 글로벌 역량 확보를 목표로 내부 조직 체계 정비 및 재편

03

리테일 미디어를 중심으로
데이터 기반 수익 모델 고도화

- 데이터 비즈니스 전환을 위한 기술 투자 확대
- 미디어 비즈니스 관련 역량 강화