

전자상거래와 편의점

안길원(보광훼미리마트 부장)
이민상(협성대 교수)

전자상거래와 편의점

안길원* 이민상**

〈목 차〉

- 일본 편의점 업계의 E.C 환경
- 일본 편의점 E.C의 기본 형태
- 일본 편의점 업체별 E.C 추진전략

일본 편의점 업계의 E.C 환경

- ▶ 편의점의 점포 네트워크, 정보, 물류인프라에 대한 공급자의 기대
 - 편의점 업체 상위 3개로 20,000점 상회
- ▶ 현금지불율이 높은 국민성과 인터넷 보급율의 확대
- ▶ 편의점 점포의 수익력 신장 둔화
 - 기존점 전년비 역신장 예상
- ▶ 기존 점포망과 정보, 물류인프라를 효율적으로 활용하는 E.C 모델 구축으로 새로운 수익 창출 및 체인 경쟁력 강화 가능

일본 편의점 E.C의 기본 형태

ATM 서비스

- 현금자동입출금기 도입

* 보광훼미리마트 부장

** 협성대 교수

- 향후 금융, 보험, 증권 관련 상품 서비스

MMK 서비스

- 멀티미디어 단말에 의한 서비스 및 소프트 상품 판매
<티켓, 여행, 음악, 사진, 차, 서적, 통관, 정보>

O.C.O.D 서비스

- 사회 인프라로서 확립된 수납대행기능의 EC시장으로의 확장
- 물류기지로서의 상품 수취대행전달 서비스

Web shopping mall 서비스

- 점포면적을 초월한 광범위한 상품의 취급

일본 편의점 업체별 E.C 추진 전략

업체명	추진 전략
세븐일레븐 재팬	1. NEC, 노무라총연, 소니, 미쓰이물산 등 7개사 참여로 7dream.com 설립 - 팀 머천다이징으로 차별화 진행 2. 점포와 물류 등 기존의 인프라와 네트를 융합시키는 모델 구축 - 대금결제와 서적 및 CD의 딜리버리 서비스로 집객력 향상 3. EC 비즈니스는 본업(CVS)을 서포트하는 협력이라는 입장 견지
로손	1. 로손과 미쓰비시상사(로손주식 20% 매입) 업무 제휴 스타트 - 로손의 네트워크와 미쓰비시상사의 상품력의 결합 2. 7200점포에 설치된 정보단말 [로피]로 일본형 EC 비즈니스 모델 구축 - @LAWSON 사이트의 대금결제 가능 → 향후 상품 수취전달 실시 예정
웨이리마트	1. 씨클케이, 상쿠스, 미니스톱, 스리에프와 함께 e-business협의회 발족 - 5사의 점포수(약 12,500점)를 살려 인프라 투자의 코스트 다운 2. 이토추상사, NTT데이터, 토요타 등이 참여한 famima.com 설립 - 생활 solution으로서의 넷슈퍼에 시너지 효과 기대 3. 개개 실존점포의 가상점포화를 통한 가맹점의 매상 업 지향 - 점포별 회원DB 운영으로 EC 사업을 가맹점 수익력 향상에 직결