

INNOVATION



P&G 창고 습격하 아마존의 7가지 진실

세계 최대 전자상거래업체 아마존닷컴(Amazon.com)이 최근 새롭게 시도하고 있는 공급망관리(SCM, Supply Chain Management) 기법이 화제다. 아마존이 직접 제조회사의 창고에 들어가 주문 상품의 포장 및 배송 등 물류작업을 현장에서 수행하는 것. '벤더 플렉스(Vender Flex)'라 불리는 이 기법은 제조 및 온라인 유통업체 간 상품의 이동을 줄여 전체 공급망 비용을 최소화하고, 이를 통해 제품의 가격 경쟁력을 확보하는데 목표가 있다. 또 아마존 이용고객은 '제품 주문 후 배송(Order-to-delivery)' 시간이 줄게 돼, 더 빠른 배송서비스를 기대할 수 있다. 그렇다면 제조·유통·소비자 모두가 '윈-윈-윈(Win-Win-Win)' 할 수 있도록 한 아마존의 신(新)공급망 기법은 어떻게 실현될 수 있었을까. 그 방법을 살펴보자. <editor>



INNOVATION

제조업 물류창고로 이사 간 ‘온라인몰’

글. 김철민 기자 | 송인택 인턴기자

“프록터앤드갬블(P&G, 이하 피앤지)로 이사 간 아마존 (Amazon Moves in With P&G).”

최근 월스트리트저널(WSJ)에 흥미로운 제목의 기사가 실렸다. 공급망관리(SCM), 유통·물류 분야에 종사하거나 관심을 갖고 있는 독자라면 제법 눈길을 끈 헤드라인 한줄에 아마존이 어떻게 배송 비용을 줄이고 있는지 그 방법을 간단하고, 상세히 소개했다.



벤더 플렉스 “창고를 공유하다”

업계에 따르면 아마존은 3년 전부터 세계 최대 생활용품 제조사인 피앤지의 공장 내 창고 사용을 공유하는 내용의 파트너십을 시행 중이다.

화장지, 기저귀, 샴푸 등을 공급하는 피앤지의 생산시설 내 창고 한 구역에서 아마존 물류담당 직원들이 입주해 고객이 주문한 물건의 포장과 주소입력 등 배송을 위한 사전 준비 작업을 수행하고 있다.

아마존, P&G 공장 내 창고 빌려 써 제품 이동 시간 줄이고, 운송비 절감

‘벤더 플렉스(Vender Flex)’라 불리는 이 프로그램은 제조사-유통-소비자 모두 윈-윈-윈 할 수 있는 장점을 가지고 있다. 우선 피앤지는 아마존 창고까지 상품을 운반할 필요가 없어 운송비를 절감할 수 있고, 아마존은 그 계약 조건을 이유로 피앤지의 제품군을 우선적으로 홍보해주는 혜택을 제공함으로써 매출 증대를 꾀할 수 있다.

아마존 입장에서는 고객이 주문한 물건이 생산지에서 직접 운송돼 자사의 창고 공간을 차지하지 않아 고정 비용을 줄일 수 있고, 경우에 따라 배송시간도 단축시킬 수 있다. 소비자들은 이러한 모든 비용절감 노력이 결국 가격인하와 배송서비스 향상으로 이어져 그 수혜를 고스란히 입게 된다.

