



B2C 물류에 주목해야 하는 이유



글. 전광일 SK플래닛 11번가 SCM팀장

국내 물류시장 규모는 얼마나 될까? 한국교통연구원 자료에 따르면 지난해 우리나라 물류시장 규모는 100조원에 육박할 것으로 나타났다. 이중 물류시장에서 가장 많은 부분을 차지하고 있는 분야가 B2B 유형의 기업물류일 것이다. 생산 공장에서 도매나 소매점으로 물량을 보관하고 이동하는 물류가 전체 시장의 절반 이상을 차지하고 있다.

유통이란 상품이 생산자에서 소비자에게 전달하기까지의 과정을 말하며 물류는 생산자에서 소비자에게 전달하기까지의 과정을 함께 책임지고 있었다. 하지만 여기서 중요한 포인트가 있다 위의 현상을 정확히 표현 하자면 다음과 같을 것이다. '생산자에서 소비자가 상품을 픽업(Pick up) 할 수 있는 소매점까지 전달하기까지의 과정'을 물류에서 관리하였다고 말할 수 있다.

시장과 백화점 그리고 마트로 유통시장이 변화할 때 까지 도 소비자가 직접 소매점에서 상품을 픽업하는 구조였기

때문에 생산지에서 소매점까지 전달되는 B2B 물류만 신경 쓰면 될 일이었고 물류 시장도 그렇게 발전 하였다.

하지만 시대가 변화하면서 소비 형태도 함께 변화하고 있다 소비자들은 물건을 구매하기 위해 백화점과 마트와 같은 오프라인 매장을 더 이상 필수 소비처로 생각하고 있지 않기 때문이다. 1990년도에 시작된 인터넷 쇼핑물이 지속적인 성장을 통해 최근에는 백화점 매출을 넘어 마트의 매출도 넘어서고 있는게 현실이다.

최근에는 스마트폰의 발달로 모바일 쇼핑으로 쇼핑 패턴이 변화하고 있으며 이런 모바일 환경을 이용하여 매장에서 제품을 구경한 후, 저렴한 가격을 찾아 온라인과 모바일을 이용해 구매하는 쇼루밍족(showrooming족, 백화점 매장에서 제품을 구경한 후, 스마트폰 등으로 가격 비교를 한 후 저렴한 가격을 찾아 온라인으로 구매하는 사람들을 뜻하는 신조어)도 증가하고 있다.