



2020.OCT

배달 서비스 트렌드 리포트

배달, 어디로 가고 있나

Market,
어디로 가고 있나

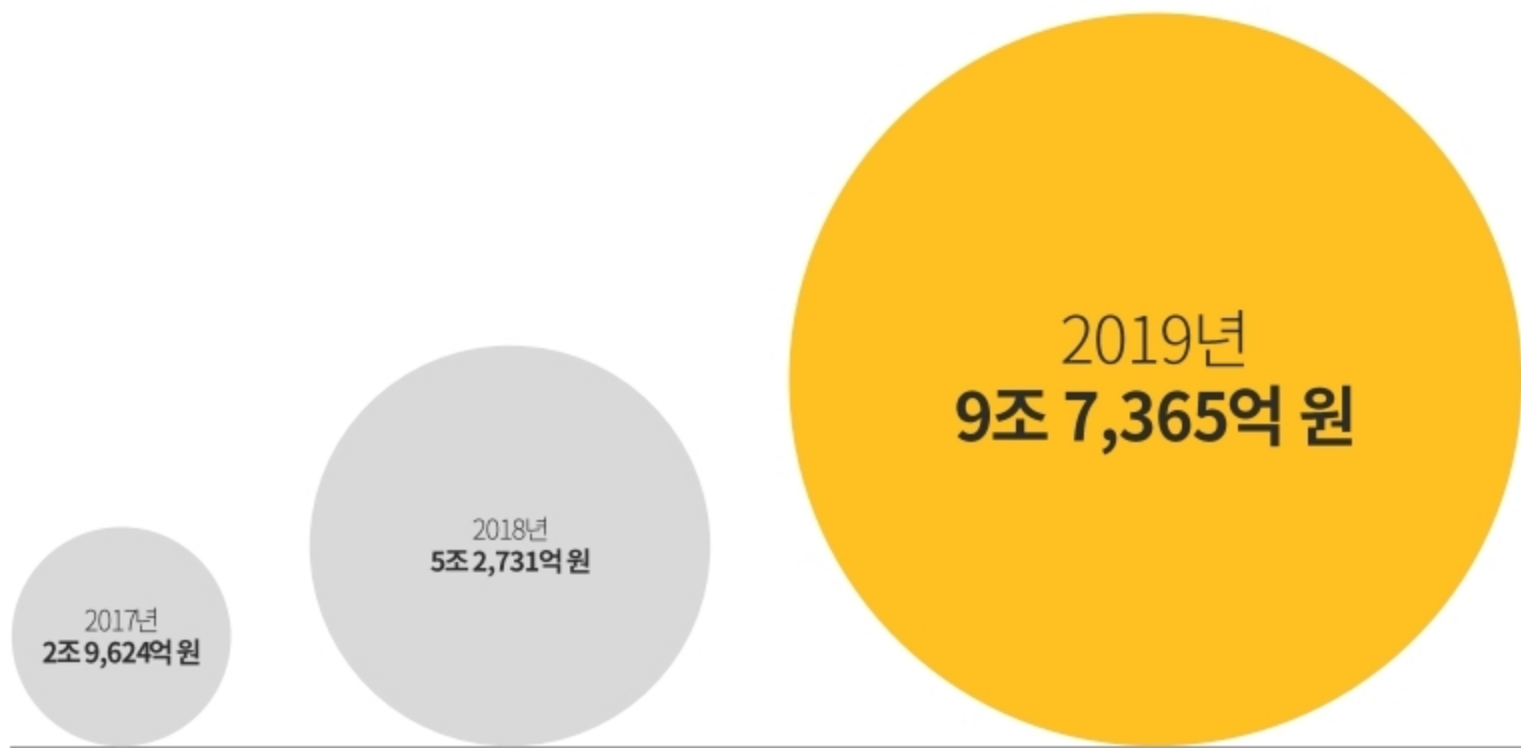
■ 지난해 배달 서비스 시장, 2년 새 229% 성장

국내 배달 서비스 시장 규모

1인 가구가 증가하고, 배달 음식이 다양해지는 등 환경적 요인에 힘입어

2017년 약 3조 원 규모였던 배달 서비스 시장은 2019년 9조 7천억 원 규모로 성장했습니다.

연평균 성장률 81.3%의 가파른 성장세는 비대면 소비가 증가함에 따라 2020년에도 이어질 전망입니다.



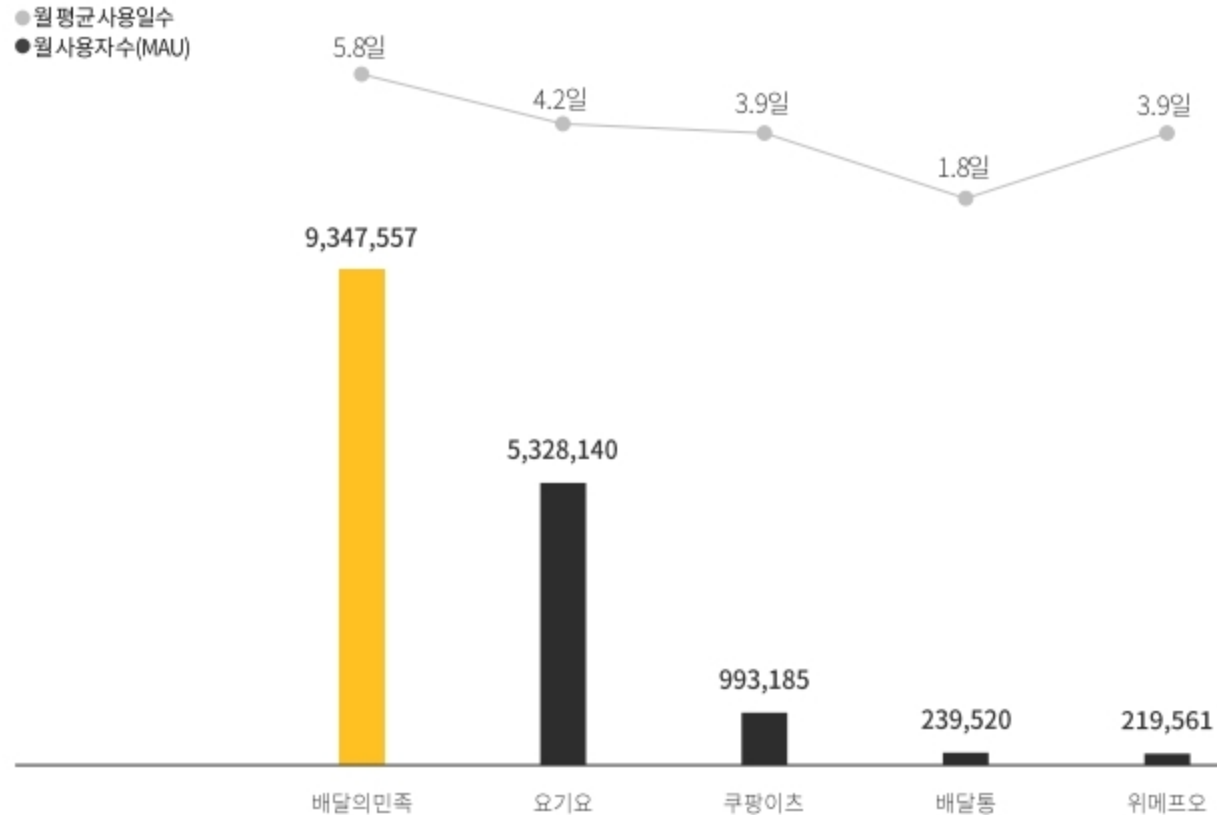
배달 서비스의 중심, 배달 앱 - 얼마나 사용하나?

주요 배달 앱 서비스 이용 현황

이 거대한 규모의 배달 서비스 시장은 배달 앱이 이끌고 있습니다.

상위 5개 배달 앱의 월 사용자수는 1,600만 명에 이르며, 월 평균 3.9일을 사용합니다. (AOS, 2020.08.01~31)

2010년 배달 앱 서비스를 처음 선보인 '배달의민족'은 압도적인 1위를 차지하고 있습니다.



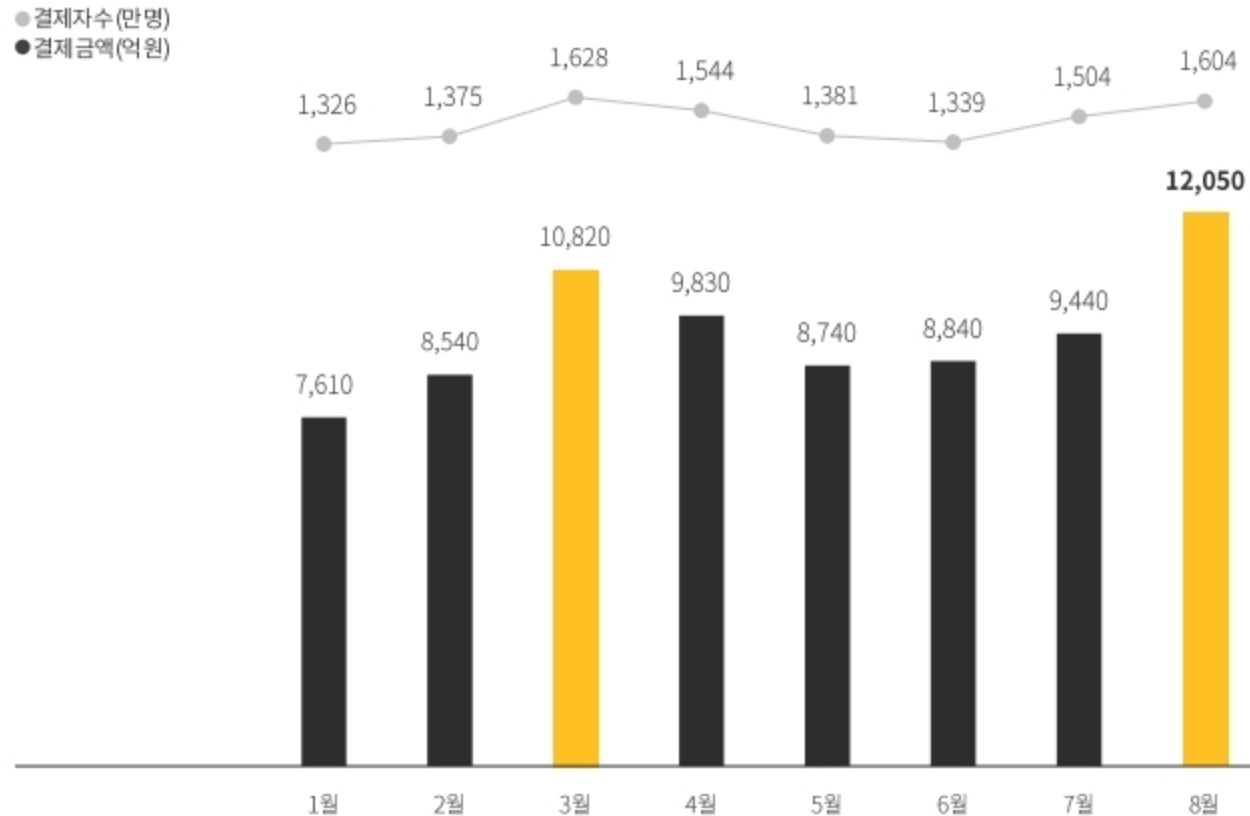
배달 앱 서비스 결제 금액 '역대 최대'

2020년 배달 앱 서비스 결제 추이

코로나19가 확산되었던 3월과 재유행했던 8월, 배달 앱 서비스의 결제가 급증했습니다.

8월에는 배달 앱 서비스의 월별 결제 금액이 1조 2천억 원에 달하며 역대 최대치를 기록합니다.

8개월 간 결제 금액의 총합은 7조 6천억 원으로, 이러한 추세라면 2019년 시장 규모를 훌쩍 뛰어넘을 것으로 보입니다.



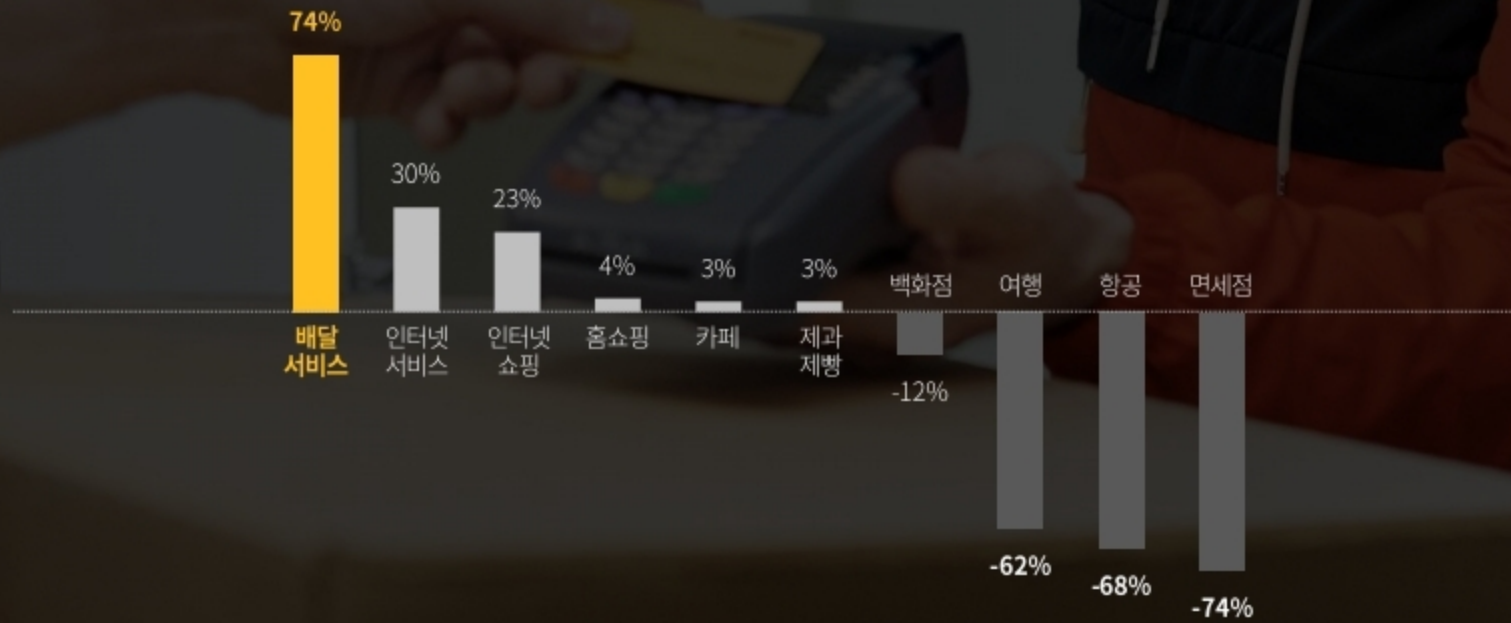
코로나19가 배달 서비스 시장 성장에 미친 영향

2019 vs. 2020 업종별 앱 서비스 결제 금액 증감률

작년과 올해, 만 20세 이상의 소비자가 업종별 상위 앱 서비스에서 결제한 금액을 합산 비교한 결과입니다. (2019.01-07 vs. 2020.01-07)

외부활동과 직결되는 업종의 결제 금액은 대폭 감소한 반면, 비대면 업종의 결제 금액은 증가했습니다.

특히 배달 서비스 업종의 결제 금액은 74%나 증가해, 코로나19가 배달 서비스 매출에 큰 영향을 미친 것을 확인할 수 있습니다.



Trends,

어디로 가고 있나

전통시장에 부는 '상생'의 바람

배달 서비스로 전통시장 활로 모색

코로나19로 배달 수요가 늘어난 만큼 대면 점포가 밀집한 전통시장의 매출은 급감했습니다.

이제는 배달 서비스가 전통시장의 활로가 될 수 있도록 이커머스 플랫폼과 지자체가 연계 사업을 활발하게 펼치고 있습니다.

8월 한 달간 네이버쇼핑, 쿠팡이츠, 놀랑의 전통시장배달 서비스에서는 주문 9천여 건과 매출 1억 8천만 원이 발생했습니다. (서울시집계기준)

네이버쇼핑 '동네시장장보기'



배달 유형 전통시장 모든 상품을 2시간 이내 배달
입점 현황 서울·경기·경남 등 36개 시장 입점
성장 현황 올해 2분기 주문량 전년 동기 대비 12.5배 증가

쿠팡이츠 '전통시장 프로젝트'



배달 유형 전통시장 조리음식 즉시 배달
입점 현황 서울 22개 시장 입점
성장 현황 5개 시장 추가 오픈 예정, 경기·인천으로 확장

놀러와요 시장 '놀장'



배달 유형 전통시장 모든 상품을 2시간 이내 배달
입점 현황 서울·경기·인천 등의 16개 시장 입점
성장 현황 서울시 중소배달앱 지원 사업 참여사 선정

공유주방으로 향하는 대형 외식 사업자들

공유주방을 거점으로 배달 사업 강화

배달 음식에 주력하는 외식 사업자들 사이에서 공유 주방의 수요가 급증하고 있습니다. 지금까지는 창업비용에 부담을 느끼는 소상공인들이 공유 주방의 주요 사용자였지만, 최근에는 대형 외식 사업자들도 공유주방을 기반으로 배달 영역을 강화하고 있습니다.



사업자명	공유주방 입점 현황
빍스 암 딜리버리	공유주방 키친밸리에 1호점 개점, 강남·서초 배달 서비스 운영
아웃백스테이크하우스	키친밸리 서초점을 비롯, 공유주방 10여 곳에서 배달 전용 매장 운영
팔도밥상	식품기업 팔도는 고스트키친에서 비빔면, 비빔밥 등을 주력으로 배달 사업 시작
불고기브라더스	고스트키친 강남점에서 도시락을 중심으로 한 배달 서비스 전개
소이연남	이국적인 음식으로 유명세를 떨친 소이연남, 고스트키친에서 배달 서비스 운영

백화점, 배달 서비스에 뛰어든다

식품 배달 서비스를 통한 실험적 시도

최근 대형 백화점들은 배달·심부름 대행 서비스와 연계하여 식품관의 음식을 인근 가구에 배달하기 시작했습니다. 수개월 간 오프라인 점포의 매출 하락세가 지속되자 백화점들도 배달 서비스에서 새로운 기회를 찾는 것입니다. 배달 수요가 많은 식품을 시작으로, 백화점의 다양한 카테고리가 배달 서비스와 연계될 것으로 보입니다.

현대백화점 X 바로고 '바로투홈'



7월 현대식품관 새벽 배송 서비스 '투홈' 런칭과 함께 조리음식 즉시배달 서비스 '바로투홈'을 개시
바로투홈은 무역센터점을 시작으로 점차 확대할 계획

갤러리아백화점 X 김집사 '김집사블랙'



압구정 갤러리아백화점 명품관 內 식품관 '고메이494'는 프리미엄 식재료와 입점 식당의 음식 배달 서비스를 8월 개시
서비스 제공자인 집사는 배달과 함께 고객의 심부름을 수행

롯데백화점 '롯데백화점 강남점 X 김집사'



롯데백화점은 9월부터 강남점 식품관의 신선식품과 입점 다이닝 브랜드의 조리 음식 배달을 시작
김집사와 제휴해 강남점 인근의 2만여 세대를 공략

배달 서비스, 커머스에 진출하다

모든 것을 즉시 배달하는 퀵커머스의 등장

이제 배달 서비스 사업자들은 엄청난 수의 이용자와 다수의 배달을 빠르게 처리할 수 있는 배달 인프라를 보유하고 있습니다.

배달 서비스 사업 확장에서 가장 중요한 두 가지 요소가 충족됨에 따라 사업자들은 커머스 카테고리까지 영역을 넓히는 중입니다.

이용자가 밀집한 도심 안에 물류센터를 세워 다양한 커머스 상품을 구비해두고, 주문에 따라 즉시 배달하는 '퀵커머스' 서비스가 태동하고 있습니다.

무엇이든 30분 내 배달하는 '요마트'



생활용품, 가정용품, 반려동물용품, 간편식 등 3,000여 가지 커머스 상품을 주문 시 즉시 배달 강남권역의 1호점을 시작으로 점차 권역을 확대할 계획

1인가구 특화 퀵커머스 'B마트'



서울 및 수도권 내 32개의 도심 물류거점 운영 중 최소 주문 금액이 5,000원으로, 소량 구매도 1시간 내 배달 소형 가구를 위한 간편식, 소량 식자재 등이 주력 상품

퀵커머스 선언한 롯데 '롯데온 한시간배송'



잠실에서 롯데마트와 롭스 등 롯데 계열사 상품을 즉시 배달 온라인 전문 편의점 '나우픽'과 배송 스타트업 '피엘지' 연계 나우픽 거점센터를 기반으로 서비스 지역 확대 계획

Forecast,

어디로 가고 있나



Autonomous
Delivery
Robot

배달의 기술

배달의민족 '자율주행 배달로봇' 연내 서비스 투입

배달의민족은 9월 21일 차세대 배달로봇 딜리드라이브를 공개했습니다.

음식의 안전과 보행자의 안전을 지킬 수 있는 기능들이 강화되었고,

연내 광고 엘리웨이에서 시범 운영 예정입니다.

서비스가 본격화되면 근거리 배달 주문에 대한 대응이 더욱 원활해지고,

이로써 소상공인의 매출에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망됩니다.



배달이 만드는 도약

미래 유통 사업의 열쇠가 될 딜리버리테크

지난 6월, GS칼텍스는 드론 배달 서비스를 선보였습니다. 배달의 기술화를 통해 주유소의 역할을 확대하기 위한 계획의 일환입니다.

유통 인프라가 뛰어난 주유소를 물류 거점으로 삼아 주유소 편의점의 식품, 생활용품 등을 드론이 배달합니다.

유통업계에서는 딜리버리 테크의 완성을 통해 사업분야가 한 단계 더 도약할 수 있을 것이라 기대하고 있습니다.

이제 배달하는 사업, 이제 커머스하는 배달

배달 사업은 무궁한 기회의 땅

배달 서비스와 거리를 두던 다양한 사업군들이 비대면 소비의 증가와 배달 시장의 성장에 따라 배달 서비스로 진입하고 있습니다.

그리고, 이미 배달 서비스 시장에서 자리를 잡은 사업자들은 커머스 사업으로 나아가고 있습니다.

비배달 사업자는 배달 서비스로 새로운 기회를, 배달 서비스 사업자는 커머스에서 새로운 점령지를 찾습니다.



CONTACT US,

디지털마켓 트렌드 아카이브, 메조미디어 트렌드기획팀
mezzo_report@cj.net