



2006 유통업계의 신기술 적용 현황

2006년 새해부터 유통업계의 신기술 적용 움직임이 심상치 않다.
이른바 “T-커머스, RFID, 무인계산대” 등으로 불리는 신기술은
이제 새로운 시장이 확대되고 있음을 예고하고 있는 것이다.

TV 시청을 통해 리모컨으로 즉시 상품을 구매할 수 있는 'T-커머
스'와 상품에 대한 상세한 설명은 물론 재고 및 결제 상황을 실시간으로 알려주는 'RFID(전자태그)', 쇼핑 시 대기 시간을 획기적으로 단축시킬 수 있는 '무인계산대' 등이 2006년 유통업계의 중요한 이슈로 인식되면서 관련 시장도 빠른 속도로 확대될 전망이다.

다음에서 유통업계에 불고 있는
새로운 신기술 적용에 대해 이해하는 기회를 가져보자.



By 휴넷 경영지식 생산본부
Knowledge Providing Company
e-mail : kp@hUNET.co.kr

2006년 1월 10일



T-커머스 이해

• T-커머스 이해

➔ T-커머스 시장 전망

: ETRI네트워크경제연구팀에 따르면, T-커머스는 올해에 가입자가 91만명, 시장 규모 2천 269억원에 불과하지만, 2010년에는 728만명, 1조6천891억원으로 확대될 것으로 전망되고 있다.

➔ T-커머스의 개요

: T-커머스는 T-commerce 즉 Television commerce의 약어로, e-commerce 기술과 interactive TV의 융합 기술을 활용한 상거래이다. T-커머스가 대두되는 이유는 TV 시청자를 장래의 수익을 위한 타겟으로 삼는다 데서 그 시장성이 크기 때문으로 보인다.

: T-커머스는 텔레비전(TV)을 이용한 전자 상거래. 아날로그 TV를 위한 디지털 셋톱 박스 또는 디지털 TV가 있어야 하며, TV 시청 도중에 상품을 구매하거나 인터넷 화면을 그대로 TV에 적용하여 상품 구매를 유도하는 방식으로 이해하면 된다. 다채널화, 고품질화, 다기능화가 특징인 디지털 방송을 위해 데이터 방송 표준 방식을 사용한다.

: T-커머스의 결제, 인증, 지불에는 전자 상거래, M-커머스 등에서 사용된 무통장 입금, 전자 대금 이체, 신용 카드, 스마트 카드, 전자 화폐, 침입 차단 시스템, 공개 키 기반 구조(PKI) 등이 전반적으로 적용되며, TV 쇼핑몰이나 TV 프로그램에서 상품 검색·예약·주문, TV banking, 네트워크 게임, 상품 카탈로그 무료 제공, 뉴스·날씨 등의 각종 정보 제공, 상품 및 기업의 광고 등 서비스를 제공할 수 있다.

T-커머스 도입

• T-커머스 도입

➔ T-커머스의 수익 모델 가능 영역

- : 생중계되는 스포츠 경기 온라인 배팅
- : 생방송 중인 각종 TV 프로그램에서 관련된 제품의 구매
- : 온라인 게임
- : 기존 TV 광고의 추가적인 구매 정보 제공과 같은 보강 형식을 통해 소비자 유인

➔ T-커머스 도입 사례

: 2006년 들어서 홈쇼핑업계는 T-커머스를 新 성장 동력으로 꼽게 되면서 이 기술이 적극 적용될 전망이다. 홈쇼핑 업계가 차세대 성장 동력으로 꼽고 있는 T-커머스 서비스는 디지털 데이터 방송을 이용해 TV와 리모컨만으로 상거래를 할 수 있는 서비스로 그 성장과 수익성에 대한 기대가 크다.

: CJ홈쇼핑은 이미 작년 12월부터 서비스를 시작했고, GS 홈쇼핑도 1월 초 본 방송을 시작할 예정이라고 한다. 또 현대홈쇼핑은 1월 말, 우리홈쇼핑은 올 상반기 중에 T-커머스 서비스를 시작할 계획이라고 한다.

RFID의 필요성 확대

• RFID의 필요성 확대

➔ RFID의 개요

: RFID(Radio Frequency Identification)는 제품에 붙이는 태그(Tag)에 생산, 유통, 보관, 소비의 전 과정에 대한 정보를 담고 자체 안테나를 갖추고 있으며, 리더(Reader)로 하여금 이 정보를 읽고, 인공 위성이나 이동통신망과 연계하여 정보시스템과 통합하여 사용되는 활동, 또는 칩을 말한다. RFID는 높은 인식률, 비 접촉형 인식매체, 도달거리, 다른 통신망과의 연계 및 통신 가능성 등의 확장성으로 인해 특히 물류/유통, 군사, 식품/안전 등 비즈니스 영역에 킬러 애플리케이션으로서 성장될 것으로 전망되고 있다.

➔ RFID의 시장 전망

: 정보통신부에 의하면, RFID시장은 세계 시장의 경우 2005년 30억불 규모에서 2010년에는 100억 불 규모로, 국내시장은 2003년 660억원 규모에서 2007년 3,180억원 규모로 성장할 것으로 전망된다.

➔ RFID 필요성 확대 분위기

: 산업자원부는 지난 2003년부터 시범 사업, 기술개발, 여건 조성 사업 등 3가지 부문에 걸쳐 RFID 사업을 적극 추진 중이며 2008년 정도면 상용화될 수 있을 것으로 예상하고 있다.

: 현재 RFID도입을 적극 추진하고 있는 곳은 삼성테스코, CJ GLS, 제일모직, 신세계 등이라고 한다. 삼성테스코는 이미 산업자원부의 시범 사업자로 선정, 지난 해 말 시범 사업을 완료했으며 신세계도 신세계 INC를 통해 지난 2일 백화점 본점 식품 매장에 백화점 업계 최초로 RFID시범 매장을 오픈했다고 한다. 롯데도 롯데정보통신을 통해 RFID팀을 구성, 사업을 적극 추진 중인 것으로 알려지고 있다.

무인계산대의 적용

• 무인계산대의 적용

➔ 무인 계산대의 개요

: 무인 계산대는 고객이 바코드 인식기로 상품의 가격을 스캔하는 것부터 대금 결제까지 전 과정을 고객 스스로 수행할 수 있도록 하는 기능을 갖추고 있으며, 고객들의 대기시간을 획기적으로 줄여줌으로써 쇼핑 시 편의를 최대한 제공하려는 의도에서 개발된 기술이다.

: 할인점의 경우에는 계산원을 적게 채용함으로써 인건비를 절감하는 등의 이해가 맞아떨어져 무인 계산대를 적용을 시작한 실정이다.

➔ 무인 계산대 적용 사례

: 삼성테스코 홈플러스는 국내 최초로 작년 10월 24일 서울 문래동에 있는 영등포점에 고객이 스스로 계산하는 무인 계산대(셀프 체크아웃)를 선보였는데, 이는 고객이 바코드 인식기로 상품의 가격을 스캔하는 것에서부터 결제수단을 이용해 금액을 지불하는 데 이르는 결제 전 과정을 고객 스스로 수행하는 무인 계산대로 카드 및 현금 결제, 음성 안내 서비스, 홈플러스 포인트 카드인 웨일리카드 포인트 적립, 현금영수증 발급 등의 기능을 갖추고 있다.

: 이마트도 작년 10월 28일 이마트 월계점에 4대의 무인 계산대(Self Check Out System)를 선보였는데, 이는 국내 순수기술로 제작된 것으로 국내 할인점 환경에 맞게 그때 그때 최적의 프로그램으로 변경할 수 있을 뿐만 아니라 매장 별 환경에 맞춰 장비의 사이즈 변형까지도 자유롭다고 한다.

: 이외에도 한국까르푸에서는 안양점 매장에 독일 원코사가 제작한 무인 계산대 4대를, 지난 2002년 메가마트는 천안점에 신용카드로만 계산 가능한 셀프 계산대를 설치했었다.