

구글과 Albertson의 파트너십이 가진 의미

정용제, CFA yongjei.jeong@miraeeasset.com

구글, Albertson과 파트너십 발표

구글이 미국 내 2,300여개 매장을 운영중인 알버슨 (Albertson)과 파트너십 발표

- 1) 구글 검색 및 지도에 쇼핑 기능 통합, 2) 구글 페이지를 통한 결제 구축
- 3) 구글 클라우드 기반의 Business Messages, 비전 AI, 추천 AI 탑재
- 이와 함께 구글은 '구글 맵'의 대규모 업데이트 발표
- 인도어 라이브 뷰, 경로 설정, 픽업 및 딜리버리 기능 구축 등 신규 기능 추가

End-to-End 일원화 플랫폼 vs. 파트너십 전략의 대결

대형 온라인 플랫폼과 소매 기업의 파트너십은 공동의 경쟁 상대에 대응하는 핵심 전략

- 1) 구글은 과거 월마트, 코스트코 등과 지속적인 파트너십 확대. 아마존에 대응
- 2) 알리바바는 '신유통' 강화 위해 썬아트리테일 지분 투자를 넘어 연결 자회사로 편입
- 3) 일본에서는 라쿠텐이 물류 강화 뿐 아니라 Seiyu 마트와 파트너십 구축

• 이를 통해 부족했던 상품 경쟁력 확보하고 트래픽 경쟁력 부각. 쇼핑 매출 확대 가능

향후 일원화 (내재화) 플랫폼과 파트너십 전략을 주도하는 플랫폼간 주도권 경쟁 예상

- 단기적으로는 일원화 전략을 통한 점유율 경쟁 우위 확보 예상. 소비자 니즈 충족 판단
- 특히 멤버십 기반의 배송 경쟁력 우위는 단기간 복제하기 어려운 차별화 경쟁력
- 다만 장기적으로 다양한 카테고리에서 온라인화가 진행된다면 파트너십 전략도 유효
- 1) 일원화 플랫폼의 확장성 속도, 2) 비용 문제, 3) 최근 판매자의 DTC 트렌드에 기인
- 점차 이커머스를 위한 트래픽 유입이 다변화 (ex. 검색 -> SNS) 된다는 점도 중요 이유

점유율 상승 및 파트너십 수혜 기업에 주목: 쇼피파이, 텐센트

차별화 경쟁력으로 점유율이 상승하는 플랫폼과 파트너십 전략의 수혜 기업에 주목

- 국가별로 일원화 전략 vs. 파트너십 전략의 성공 가능성에 대해서는 일부 차이 존재
- 미국은 극심한 시장 파편화를 풀필먼트 기반의 아마존이 추가 잠식 (점유율 39%) 전망
- 다만 구글, 페이스북 등이 파트너십을 통해 점유율 방어와 신규 시장 창출 가능 판단

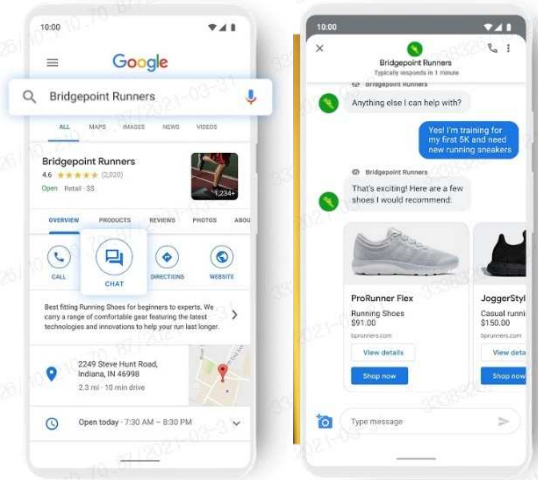
이러한 파트너십 전략의 대표적인 수혜 기업은 장기적으로 쇼피파이 (SHOP US)

- 쇼피파이는 구글, 페이스북, 틱톡, 월마트 등 다양한 플랫폼과 파트너십 구축
- 또한 풀필먼트 네트워크 (SFN) 구축을 통해 장기적으로 아마존의 유일한 대항마 판단
- 중국엔 텐센트 주목. 핵심 지분 투자 (JD, PDD, 메이투안) 통한 파트너십 전략 긍정적**
- 2020년 위챗 미니프로그램 거래액 점유율 16% (+7ppt YoY). 핵심 플랫폼으로 부각

관련 레포트

韓中日+美, 풀필먼트 기반 이커머스 경쟁 확대, <https://bit.ly/3jVyW2E>

그림 1. 구글의 Business Messages



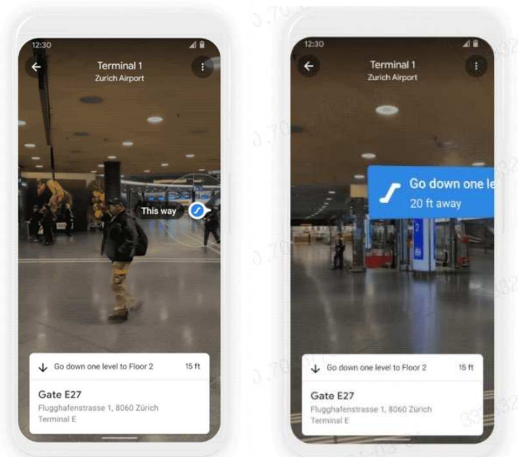
자료: 구글, 미래에셋증권 리서치센터

그림 2. 알버슨 (Albertson)의 단거리 로봇 배달



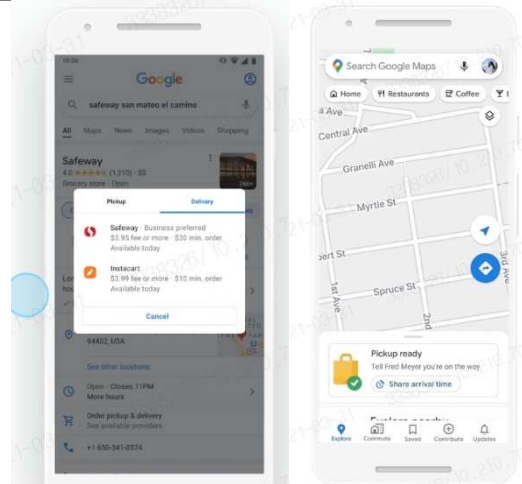
자료: 구글, 미래에셋증권 리서치센터

그림 3. 구글맵: 인도어 라인 뷰 (Indoor Line View)



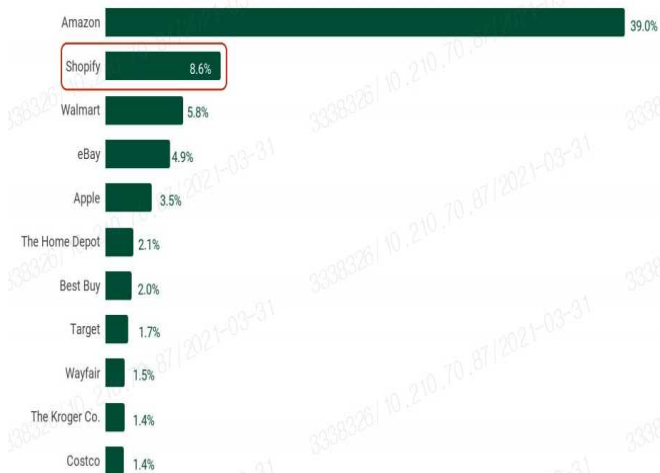
자료: 구글, 미래에셋증권 리서치센터

그림 4. 구글 맵: 픽업, 딜리버리 메뉴



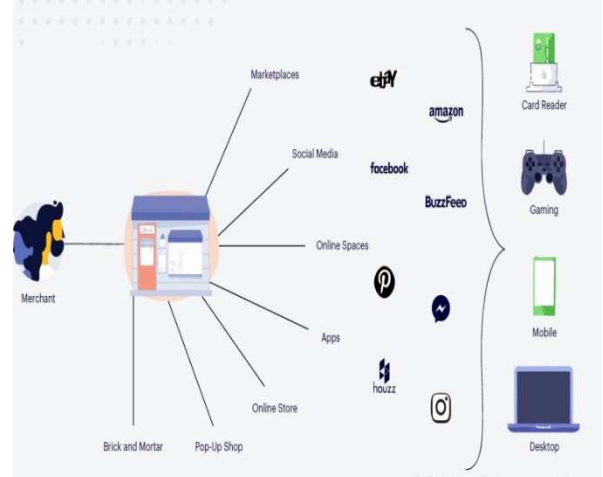
자료: 구글, 미래에셋증권 리서치센터

그림 5. 쇼피파이 미국 전자상거래 시장 점유율



자료: 쇼피파이, 미래에셋증권 리서치센터

그림 6. 쇼피피이가 대응 가능한 플랫폼



자료: 쇼피파이, 미래에셋증권 리서치센터

Compliance Notice

- 당사는 자료 작성일 현재 해당 회사와 관련하여 특별한 이해관계가 없음을 확인합니다.
- 당사는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 본 자료에서 매매를 권유한 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 애널리스트의 의견이 정확하게 반영되었음을 확인합니다.

본 조사분석자료는 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목 선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 조사분석자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.