

# 신남방정책 필리핀 편의점 트렌드 조사 및 시사점

2019. 08

# [ 목 차 ]

<b>I. 편의점 시장동향</b>	.....	<b>3</b>
1. 시장규모	.....	3
2. 주요기업 및 위치	.....	4
<b>II. 편의점 트렌드</b>	.....	<b>7</b>
1. 주요이슈	.....	7
2. 인기제품	.....	9
<b>III. 시사점</b>	.....	<b>10</b>

# I. 편의점 시장동향

## 1. 시장규모

□ 필리핀 편의점 시장은 최근 5년 102.3%의 성장률을 기록함

- 2018년 기준, 필리핀의 편의점 시장규모는 10억 7,200만 달러(한화 약 1조 2,412억 원)로 집계됨
  - 2014년 5억 3,000만 달러(한화 약 6,136억 8,700만 원)의 시장을 형성한 이후 꾸준히 성장하는 추세를 보임
- 현대적 식품 소매업체 매출액 중 편의점이 차지하는 비중은 2.4%로 나타났으며 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이 각각 22.6%, 6.6%를 차지함
  - 아직까지는 편의점의 비중이 낮은 편이지만, 최근 5년 동안 가장 빠르게 성장하는 양상을 보이며 비중이 증가하고 있음

<표 I -1> 필리핀 식품 소매채널별 시장 규모(2014~2018년)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	(단위: 백 만 달러, %)	
						최근 5년 증감률	매출액 비중
1. 현대적 식품 소매채널	10,516 (28.5)	11,382 (29.6)	12,492 (30.9)	13,274 (31.1)	14,322 (31.9)	36.2	31.9
슈퍼마켓	7,828	8,430	9,088	9,564	10,150	29.7	22.6
하이퍼마켓	2,072	2,246	2,524	2,706	2,966	43.1	6.6
편의점	530 (1.4)	610 (1.6)	772 (1.9)	884 (2.1)	1,072 (2.4)	102.3	2.4
포코트 소매점	44	54	56	64	72	63.6	0.2
할인점	42	42	52	56	62	47.6	0.1
2. 전통적 식품 소매채널	26,378 (71.5)	27,134 (70.4)	27,932 (69.1)	29,442 (68.9)	30,618 (68.1)	16.1	68.1
<b>합 계</b>	<b>36,894</b>	<b>38,516</b>	<b>40,424</b>	<b>42,716</b>	<b>104,940</b>	<b>184.4</b>	<b>100.0</b>

\* 주 1: IPHP - 0.021달러 기준(2019.06.28)

\* 주 2: 1달러 - 1157.90원 기준(2019.06.28)

\* 출처: 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In The Philippines(2018)」

□ 현대적 식품 소매채널 중 편의점 매장 수가 가장 높은 것으로 나타남

- 2018년 필리핀 내 편의점 수는 전년대비 18.2% 증가한 3,900개로 집계되며, 슈퍼마켓, 포코트 소매점, 하이퍼마켓에 비해 많은 매장이 운영되는 것으로 조사됨
  - 식품 구매 시 접근성을 중요시하는 소비자 증가, 간편하게 끼니를 해결하고자 하는 욕구 증대 등의 요인으로 업체들의 매장 확대가 증가하는 것으로 보임<sup>1)</sup>

1) <http://www.biznewsasia.com/ph-convenience-stores-highest-growth-rate-of-17-in-grocery-retail-segment/>

〈표 1-2〉 필리핀 주요 식품 소매채널 매장 수 추이(2014~2018년)

(단위: 개, %)

소매 유통채널	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	최근 5년 증감률
1. 현대적 식품 소매채널	4,400	5,000	5,300	6,000	6,700	11.7	52.3
편의점	2,000	2,500	2,900	3,300	3,900	18.2	95.0
슈퍼마켓	1,700	1,800	1,800	1,900	2,000	5.3	17.6
포코트 소매점	500	500	400	500	500	0.0	0.0
하이퍼마켓	200	200	200	300	300	0.0	50.0
할인점	-	-	-	-	-	-	-
2. 전통적 식품 소매채널	798,900	805,000	810,700	816,000	821,300	0.6	2.8
합계	803,300	810,000	816,200	822,000	828,100	0.7	3.1

\* 출처: 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In The Philippines(2018)」

## 2. 주요기업 및 위치

□ 필리핀 편의점 시장은 주로 글로벌 기업이 점유하고 있으며, 세븐일레븐, 알파마트, 미니스톱이 높은 비중을 차지함

- 현지에서 운영되는 편의점은 주로 미국, 인도네시아, 일본 등의 국가에서 진출한 기업들이며 필리핀 자국 기업으로는 올데이가 있음
  - 2018년 편의점 매장 수 기준, 세븐일레븐이 2,539개의 편의점을 운영하는 것으로 나타나며 64.3%의 높은 비중을 차지함
  - 또한, 인도네시아의 알파마트가 현지에 550개(13.9%)의 매장을 보유하고 있으며 미니스톱이 526개(13.3%)를 운영 중임
  - 필리핀 자국 기업인 올데이의 매장은 100개로 조사되며, 2.5%의 점유율을 차지함
- 인도네시아의 알파마트가 가장 빠른 속도로 매장을 확대하고 있으며, 최근 3년간 161.9%의 증가율을 보임
  - 2014년 필리핀 시장에 진출한 알파마트는 오픈 이래로 매년 평균 110개의 편의점을 개점함
  - 필리핀 내 가장 많은 편의점을 보유하고 있는 세븐일레븐은 2016년 이후 33.1%의 매장 증가율을 보임

〈표 I -3〉 필리핀 주요 편의점 비중 및 매장 수 증감률(2016~2018년)

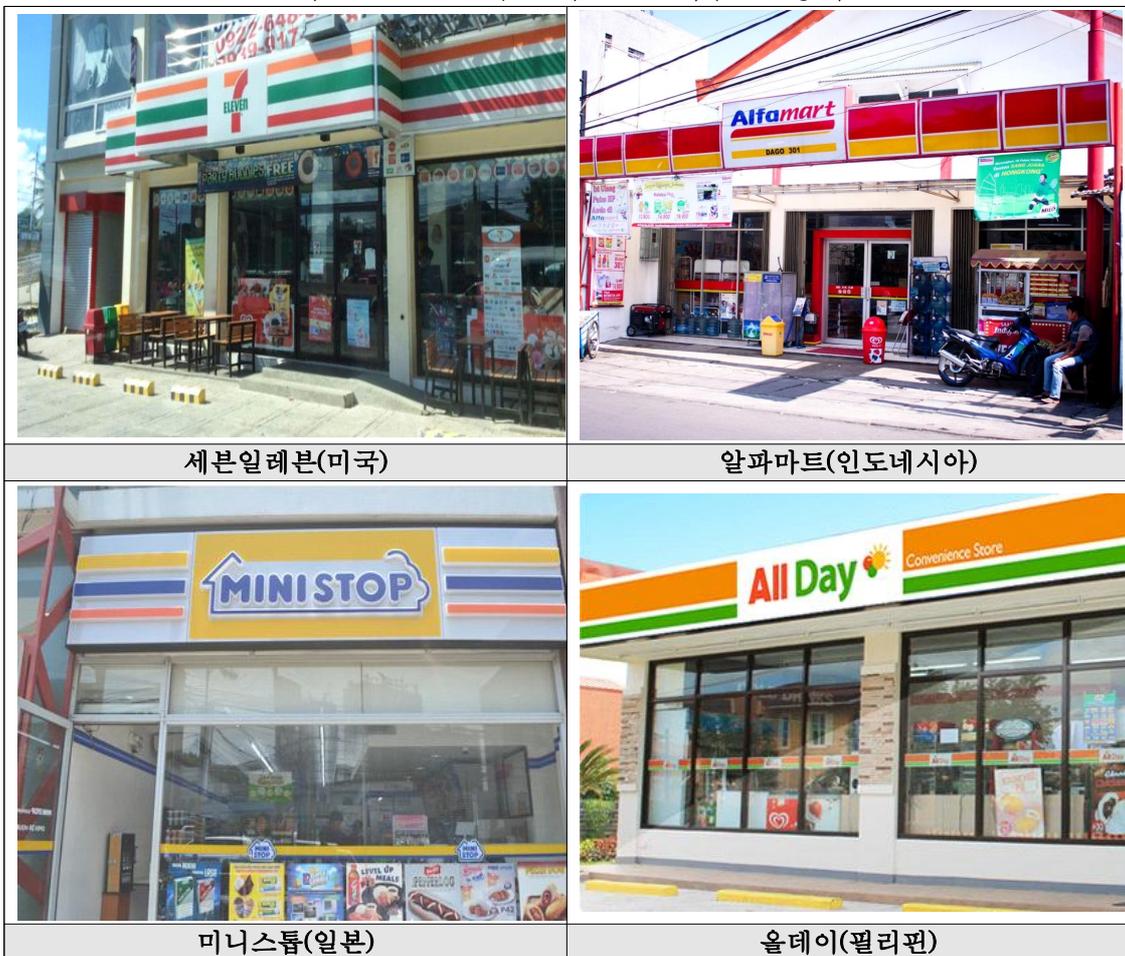
(단위: 개, %)

편의점 명(국가)	설립 및 진출년도	매장 수			2015/2018 증감률	2018 비중
		2016	2017	2018		
세븐일레븐(미국)	1982	1,908	2,185	2,539	33.1	64.3
알파마트(인도네시아)	2014	210	348	550	161.9	13.9
미니스톱(일본)	2000	499	496	526	5.4	13.3
올데이(필리핀)	2008	80	72	100	25.0	2.5
기타	-	252	220	333	-7.5	5.9
합계	-	2,949	3,321	3,948	33.9	100

\* 주: 기타 - 패밀리마트, 로손, 씨클K, 산미구엘 식품점 등

\* 출처: 유로모니터(Euromonitor), 각 편의점 브랜드 홈페이지

〈그림 I -1〉 필리핀 주요 편의점 전경사진



세븐일레븐(미국)

알파마트(인도네시아)

미니스톱(일본)

올데이(필리핀)

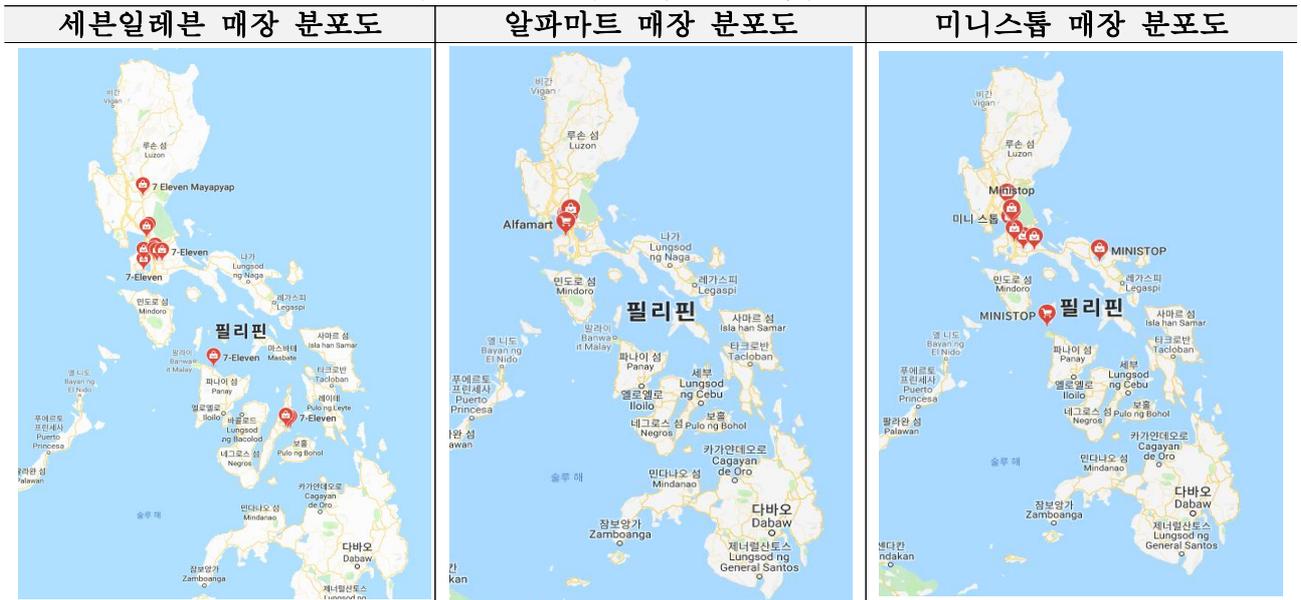
\* 출처: 비즈니스 온라인 사이트([www.bworldonline.com](http://www.bworldonline.com)), 인사이드 리테일 아시아 사이트([www.insideretail.asia.com](http://www.insideretail.asia.com)), entrepreneur 사이트([www.entrepreneur.com.ph](http://www.entrepreneur.com.ph))

□ 필리핀 편의점은 마닐라와 세부 등 주요 대도시에 밀집되어 있음

- 약 7,100개의 점으로 이뤄진 필리핀에서 편의점은 수도인 마닐라에 집중적으로 분포됨

- 필리핀 편의점 시장에서 66%의 점유율을 차지하는 세븐일레븐(미국)은 2018년 기준, 2,500개의 매장 중 938개(37.5%)의 매장을 마닐라에서 운영하고 있음
  - 또한, 필리핀의 관광도시인 세부와 주요 도시 중 하나인 말라이 지역에 위치하고 있는 것으로 나타남
- 550개의 매장을 보유한 알파마트(인도네시아)는 마닐라 지역에서만 약 400개의 매장을 개점했으며, 미니스톱(일본)의 경우 마닐라 및 세부에 집중되어 있음
- 필리핀 현지기업인 올데이는 전국적으로 매장을 운영하고 있으며, 주로 마닐라 지역에 밀집되어 있는 것으로 나타남

<그림 1 -2> 필리핀 주요 편의점 분포도



\* 출처: 구글맵(www.googlemap.com)

## II. 편의점 트렌드

### 1. 주요이슈

□ 필리핀이 업무처리 아웃소싱시장으로 각광받기 시작하며 새벽근무를 하는 노동자들에게 24시간 운영되는 편의점이 인기를 끌고 있음

- 필리핀 편의점 시장에 최초로 진출한 세븐일레븐은 24시간 운영매장을 도입했으며, 밤낮 구분 없이 일하는 근로자들에게 식사를 해결할 수 있는 공간으로 떠오름
- 필리핀에서 영어는 국가 공용어로 지정되었으며 국민 대다수가 영어로의 의사소통이 가능하고 낮은 인건비가 특징인 국가임
- 이에 따라 글로벌 기업들의 업무처리 아웃소싱(BPO, Business Process Outsourcing)<sup>2)</sup> 시장으로 주목받고 있으며, 주로 콜센터 형태가 현지에서 운영되고 있음
- 업무의 특성 및 시차로 인해 현지 인력들은 밤을 새는 경우가 많으며, 새벽 시간 혹은 이른 아침에 끼니를 해결해야하는 소비자들이 증가하게 됨
  - 현지에서 24시간 운영되는 식품 소매채널은 편의점뿐이기 때문에 소비자들이 선호하는 식품 판매점으로 떠오르기 시작함

□ 최근 필리핀 편의점은 끼니를 해결할 수 있는 곳으로 변화하는 추세로 매장 내 별도의 식사공간이 제공되고 있음

- 도심 내 사무실에 많은 지역을 중심으로 편의점 내에서 끼니를 해결하고자 하는 소비자들이 증가하고 있음
- 이에 따라 편의점들은 매장 내 식사공간을 마련하기 시작했으며, 전자레인지 등을 구비하여 음식을 간편하게 조리할 수 있도록 함
- 또한, 매장 내 에어컨, 와이파이 등의 다양한 편의시설을 갖추어 소비자들이 편하게 식사할 수 있는 공간을 조성하고 있음
  - 일부 편의점은 휴대폰을 충전할 수 있는 자리를 마련하여, 매장 이용의 편리성을 제고함

---

2) 업무처리 아웃소싱 - 기업이 비용 절감을 위해 핵심업무를 제외한 업무를 외부로 맡기는 방식

〈그림 II-1〉 편의점 내 식사 공간



\* 출처: kojiarsua 사이트(kojiarsua.com), 트립어드바이저 사이트(www.tripadvisor.com.ph)

□ 매장에서 바로 섭취할 수 있는 즉석식품을 중심으로 품목을 확대하고 있음

- 최근 편의점 내에서 식사하는 소비자들이 확대됨에 따라 주요 기업들이 매장에서 섭취할 수 있는 제품을 다양하게 출시하고 있음
  - 바쁜 일상의 현지 소비자들 사이에서 편의점에서 끼니를 해결하는 것은 새로운 식문화로 자리 잡고 있음
  - 특히 대도시에서 거주하거나 아웃소싱 유형의 기업에 종사하는 소비자들이 편의점을 주로 찾는 것으로 나타남
  - 필리핀 내 가장 높은 시장을 점유하고 있는 세븐일레븐의 경우, 도시락, 샌드위치의 판매 비중이 기업 매출의 25.0%를 차지할 정도로 즉석식품의 인기가 높은 것으로 조사됨<sup>3)</sup>
    - 이에 따라 세븐일레븐은 치킨, 돼지고기 등의 덮밥, 교자 등의 제품을 추가하였으며, 앞으로도 프리미엄 군을 추가로 확대할 계획을 갖고 있음
  - 미니스톱은 치킨, 미트볼 등의 육류가 포함된 도시락 제품을 출시하였으며, 현지 베이커리 업체인 Max' s Corner Bakery와 협업하여 매장 내 다양한 빵을 판매할 예정임<sup>4)</sup>

3) 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In The Philippines(2018)」

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In The Philippines(2018)」

## 2. 인기제품

□ 필리핀 편의점에서는 주로 간편하게 식사를 해결할 수 있는 도시락 형태의 식품이 인기를 끌고 있음

- 편의점 내 식사를 하는 소비자들이 확대되고 있으며, 주로 육류 기반의 도시락이 소비되고 있음
  - 2018년 기준, 필리핀의 1인당 연간 육류 소비량은 15.6kg으로 나타나며, 아세안 국가 중 가장 높은 것으로 조사됨
    - 이에 따라, 편의점 업계에서는 다양한 육류를 사용한 도시락을 판매하고 있음
    - 세븐일레븐의 경우, 2015년 현지의 유명 셰프의 레시피가 추가된 프리미엄 도시락을 출시하였으며, 이후 높은 인기를 끌어 현지식 레촌<sup>5)</sup> 도시락을 소개함
  - 특히, 세븐일레븐에서 판매하는 Busog Meal과 미니스톱의 Sriracha Glazed Chicken이 인기인 것으로 나타남
    - Busog Meal은 소고기, 닭고기 등과 조리되어 판매되는 도시락 형태의 제품으로 세븐일레븐의 대표 제품임
    - Sriracha Glazed Chicken은 현지의 Uncle John's와 협력하여 출시한 미니스톱의 대표 즉석식품임
  - 두 제품은 현지 소셜 인플루언서들이 비교분석하는 편의점의 주요 즉석식품으로 SNS에 공유된 리뷰 영상은 약 36만 명의 조회수를 기록함
    - 최근 필리핀의 젊은 소비층을 중심으로 SNS를 통한 제품리뷰가 관심을 끌고 있으며, 한국의 '먹방'을 인용하여 리뷰영상을 공유하고 있음

〈표 II-1〉 필리핀 편의점의 인기제품 기본정보

제품 이미지	제품 기본정보	제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: Busog Meal: Shawarma Rice · 기업명: 세븐일레븐 · 국가: 미국 · 가격: 0.96달러/1개 (한화 약 1,110원)		· 제품명: Sriracha Glazed Chicken · 기업명: 미니스톱 · 국가: 일본 · 가격: 1.50달러/1개 (한화 약 1,740원)

\* 출처: 필리핀 세븐일레븐(www.7-eleven.com.ph), 필리핀 미니스톱(www.ministop.com.ph)

5) 레촌 - 새끼 돼지와 코코넛 열매를 주재료로 사용한 필리핀식 전통음식

### III. 시사점

- 필리핀의 편의점 시장은 연평균 16.0%의 성장률을 기록하여 2023년까지 23억 6,880만 달러(한화 약 2조 7,428억 원)까지 성장할 전망이다
  - 2018년 기준, 필리핀의 편의점 시장규모는 10억 7,200만 달러(한화 약 1조 2,412억 원)에 달하였으며 이후 지속적인 성장이 예상됨
  - 아직까지 전통적 식품 소매채널이 68.1%의 높은 비중을 차지하고 있으나, 필리핀의 빠른 도시화 및 상업지구 발전과 함께 24시간 영업하는 편의점이 확대될 것으로 전망됨
  - 이에 따라 글로벌 편의점 기업의 진출이 이어지고 있으며, 주로 마닐라와 세부 등 대도시를 중심으로 확대되고 있음
  
- 편의점에서 판매하는 식품 품목의 다양화, 식사를 해결할 수 있는 공간으로의 발전에 따라 소비자들의 방문이 확대될 것으로 예측됨
  - 현지 소비자들의 식품 구매 패턴이 대량 구매에서 소량 다품목으로 전환함에 따라 편의점 방문 빈도가 더 잦아질 것으로 보임<sup>6)</sup>
  - 특히, 대도시를 중심으로 편의점이 보편화되고 있으며 다양한 브랜드 제품이 입점하고 있어 소비자들의 선택 폭이 넓어지고 있음
    - 또한, 24시간 운영되는 형태로 소비자들의 식품 쇼핑의 편리성이 제고되어 편의점의 인기가 확대될 전망이다
  - 편의점은 넓은 식사공간과 쾌적한 환경을 제공함으로써 소비자들이 편하게 끼니를 해결할 수 있는 공간으로 발전하고 있음
  - 도심지역 거주자들은 간단히 식사를 해결하는 경우가 많으며, 편의점 내 전자레인지, 에어컨이 제공됨에 따라 편하게 음식을 섭취할 수 있는 공간이 조성되고 있음
    - 이를 겨냥하여 주요 편의점들은 소비자들의 기호에 맞는 다양한 즉석식품을 제공하고 있으며 품목의 확대가 이뤄지고 있음
  
- 육류기반의 즉석식품이 인기 있을 것으로 판단됨
  - 필리핀은 아세안 국가 중 육류소비가 가장 높은 국가이며, 편의점 내 소비되는 즉석식품 중 소고기, 닭고기 기반의 도시락 제품이 인기임
  - 이에 따라, 편의점에서 간편하게 조리되어 바로 섭취할 수 있는 육류기반 즉석식품이 현지에서 유망할 것으로 보임
  - 현지 인플루언서들을 중심으로 ‘떡방’ 형태의 홍보 전략이 수반된다면 필리핀 내 입지를 확대할 수 있을 것으로 예상됨

6) 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In The Philippines(2018)」