

신남방정책 싱가포르 편의점 트렌드 조사 및 시사점

2019. 08

[목 차]

I. 편의점 시장동향	3
1. 시장규모	3
2. 주요기업 및 위치	4
II. 편의점 트렌드	6
1. 주요이슈	6
2. 인기제품	7
III. 시사점	8

I. 편의점 시장동향

1. 시장규모

□ 현대적 식품 소매채널은 지속적으로 성장하고 있으나 편의점 시장은 최근 5년간 8.6%의 감소세를 보임

- 2018년 싱가포르 편의점 매출액은 3억 7,700만 달러(한화 약 4,365억 2,830만 원)로 집계됨
 - 최근 5년 동안 편의점 시장은 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있으며, 경기 침체로 인해 소비자들이 편의점보다 식품의 종류가 다양하고 가격이 저렴한 슈퍼마켓을 선호하기 시작했기 때문으로 나타남
 - 또한, 싱가포르 소비자들은 편의점에 직접 들러 구매하는 것보다 편리한 온라인 슈퍼마켓을 이용하는 추세임
- 현대적 식품 소매채널 매출액 중 편의점이 차지하는 비중은 6.5%로 나타나며 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이 각각 44.3%, 17.3%를 차지함

〈표 1-1〉 싱가포르 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	3,555	3,828	3,867	3,935	3,980	12.0	69.1
슈퍼마켓	2,367	2,430	2,457	2,511	2,550	7.7	44.3
하이퍼마켓	696	915	938	968	1,000	43.7	17.3
편의점	414	406	394	378	377	-8.9	6.5
포코트 소매점	77.3	77.4	77.5	77.6	53	-31.4	0.9
2. 전통적 식품 소매채널	1,799	1,794	1,780	1,773	1,782	-0.9	30.9
합 계	5,354	5,622	5,647	5,708	5,762	7.6	100.0

* 주 1: ISGD - 0.74달러 기준(2019.06.28)

* 주 2: 1달러 - 1157.90원 기준(2019.06.28)

* 출처: 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In Singapore(2018)」

□ 편의점이 현대적 식품 소매채널 중 가장 많은 매장수를 갖고 있으나 최근 5년간 감소하는 추세를 보임

- 2018년 싱가포르의 편의점 수는 538개로 집계되며, 2014년 이후 19.8%의 감소세를 보임
 - 편의점 대신 슈퍼마켓을 선호하는 소비자들이 확대됨에 따라, 주요 기업들이 폐점하기 시작했으며, 2017년까지 지속적으로 매장 수가 감소한 것으로 보임¹⁾
 - 하지만 세븐일레븐의 경우, 기업의 장기 전략을 일환으로 2017년 현지의 주유소(Shell)와 파트너십을 구축하여 매장의 수를 확대하기 시작함

1) 싱가포르 비즈니스 리뷰(www.sbr.com.sg)

〈표 1-2〉 싱가포르 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 소매업체	1,179	1,136	1,058	997	1,013	1.6	-14.1
편의점	671	617	536	488	538	10.2	-19.8
슈퍼마켓	306	316	323	315	329	4.4	7.5
포코트 소매점	187	187	183	178	130	-27.0	-30.5
하이퍼마켓	15	16	16	16	16	0.0	6.7
할인점	-	-	-	-	-	-	-
2. 전통적 식품 소매업체	4,225	4,127	3,995	3,891	3,870	-0.5	-8.4
합 계	5,404	5,263	5,053	4,888	4,883	-0.1	-9.6

* 출처: 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In Singapore(2018)」

2. 주요기업 및 위치

□ 싱가포르 편의점 시장에서 글로벌 편의점 브랜드인 세븐일레븐이 높은 점유율을 차지함

- 싱가포르에서 운영되는 편의점은 미국에서 진출한 세븐일레븐이 대다수이며 싱가포르 자국 기업은 치어스와 I-Econ 등의 기업이 영위하고 있음
 - 2018년 기준, 세븐일레븐이 443개(82.3%)의 매장을 운영하여 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타남
 - 싱가포르 로컬 편의점 브랜드 치어스의 매장은 95개로 조사되며 17.7%의 점유율을 차지했으며, I-Econ의 경우 2016년 이후 공식적인 매장 수 통계는 집계되지 않음

〈표 1-3〉 주요 편의점 브랜드 매장 수 추이(2016~2018년)

(단위: 개, %)

편의점 명(국가)	설립 및 진출년도	매장 수			2015/2018 증감률	2018 비중
		2016	2017	2018		
세븐일레븐(미국)	1983	417	393	443	6.2	82.3
치어스(싱가포르)	1998	90	95	95	5.6	17.7
I-Econ	1974	29	-	-	-	-
합 계	-	536	488	538	0.4	100.0

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

<그림 1-1> 싱가포르 주요 3개 편의점

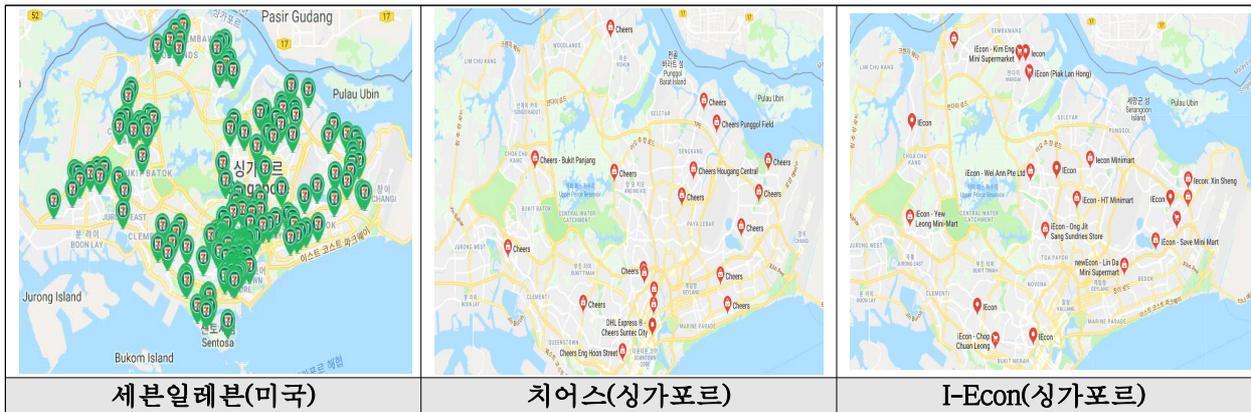


* 출처: 인사이드리테일 아시아 사이트(www.insideretail.asia.com), yelp 사이트(www.yelp.com.sg)

□ 도시국가인 싱가포르는 편의점이 좁은 지역 내 밀집되어 있음

- 싱가포르 국가의 면적은 721.5km² 정도의 작은 국가로 면적대비 포화상태로 나타남
- 대표적인 편의점 브랜드인 세븐일레븐은 싱가포르 수도와 관광지 주변에 밀집되어 있음
- 편의점은 대부분 24시간제로 운영하며 사무실이 위치한 건물이나 주거단지에 입점하고 있는 경우가 많음

<그림 1-2> 싱가포르 주요 3개 편의점 위치



* 출처: 싱가포르 세븐일레븐 사이트(www.7-eleven.com.sg), 구글맵(www.googlemap.com)

II. 편의점 트렌드

1. 주요이슈

- **현지 소비자들의 소비패턴이 변화함에 따라 싱가포르의 편의점 시장은 위축되고 있음**
 - 싱가포르 소비자들은 식품 구매 시 편리성을 추구하는 경향이 있으며, 최근에는 원스톱 쇼핑이나 온라인 구매를 주로 이용함
 - 바쁜 라이프 스타일로의 변화에 따라 쇼핑시간을 단축하기 위해 직접 집까지 배송해주는 온라인 쇼핑이나 원스톱 쇼핑이 가능한 현대 유통채널을 선호함
 - 이러한 쇼핑 트렌드와 높은 인터넷 사용률, 스마트폰 보급률로 인해 편의점 시장이 위축되고 있으며, 온라인 쇼핑이 확대되고 있음
 - 또한, 싱가포르 주요 도시에서는 24시간 운영되는 슈퍼마켓이 등장함에 따라 편의점에 방문하는 요인이 감소하는 추세임
- **기존의 편의점은 소비자 유입을 위해 식품 품목확대, 배달 서비스 등의 새로운 전략을 취함**
 - 싱가포르의 식품 소매유통채널에서 편의점의 입지가 모호해짐에 따라, 주요 업체들은 새로운 제품 및 서비스를 도입하기 시작함
 - 주로 독자적인 PB상품 개발, 프리미엄 식품을 출시하여 시장회복을 위해 힘쓰고 있음
 - 현지에서 80% 이상의 비중을 차지하는 세븐일레븐의 경우, 자체개발한 7-Select Range와 7-Premium 제품군을 출시함
 - 주로 견과류, 스낵, 커피, 차 등이 포함되어 있으며 즉석 죽 등 간편하게 조리하여 섭취할 수 있는 제품도 있음
 - 이 외에도, 배달서비스, 현금인출, 청구서 지불, 비행기 티켓 구매, 택배서비스, 온라인 쇼핑몰 구매제품의 지불 등의 서비스를 진행 중임
 - 세븐일레븐은 2018/년에 soCash 사와 협력을 맺어 소비자들이 soCash 앱을 통해 편의점에서도 카드 없이 편리하게 현금을 인출할 수 있는 서비스를 도입함
- **소비자들의 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 편의점 내 건강식품 품목이 확대되고 있음**
 - 싱가포르 내 건강에 대한 인식이 확대되고 있으며 현지의 주요 편의점에서는 건강스낵 및 방부제가 없는 즉석식품이 인기임
 - 세계 6번째의 노령국가로 건강식품이 인기이며, 유통되는 대부분의 식품이 수입식품으로 식품 안전성에 대한 관심이 높음
 - 이에 따라, 편의점 등의 식품소매점에서 프리미엄 건강 제품을 다루는 업체들이 확대되고 있으며 제품도 다양해지고 있음²⁾

2. 인기제품

□ 방부제를 첨가하지 않은 진공포장 형태의 즉석조리 식품과 수입산 건강스낵이 인기임

- 최근 소비자들이 식품안전과 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 편의점 내 방부제가 없는 도시락 등의 즉석조리 식품에 대한 소비가 확대되고 있음
 - 바쁜 일상을 보내는 싱가포르 소비자들은 편의점을 방문하여 간편하게 섭취할 수 있는 도시락을 주로 소비함
 - 세븐일레븐의 경우, 대표 제품으로 싱가포르 현지 입맛으로 재가공한 일본식 하이난 치킨 라이스, 버터 치킨 비리아니, 나시르박³⁾을 판매중임
 - 싱가포르 로컬 편의점 브랜드인 치어스는 방부제를 사용하지 않은 도시락을 선보임
 - 제품에 방부제를 사용하지 않고 신선한 맛을 유지하기 위해 진공포장 방법을 접목했으며, 유통기한을 기존 포장형태와 같게 제조함
- 또한, 최근 편의점 내 수입산 건강스낵에 대한 선호도가 높아짐
 - 세븐일레븐에서는 일본에서 자체적으로 만든 7-premium제품을 출시해 견과류, 스낵류, 초콜릿, 건강 스낵 등을 판매 중임
 - 제품의 인기가 확대됨에 따라 현지 업체들은 이국적인 맛을 현지인들의 입맛에 맞게 제품을 새로운 제품을 개발하는 중임

〈표 II-1〉 편의점 내 판매되는 인기 즉석식품

제품 이미지	제품 기본정보	제품 이미지	제품 기본정보
	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명: 버터치킨 비리아니 · 기업명: 세븐일레븐 · 국가: 미국 · 가격: 2.9달러/1개 (한화 약 3,342원) 		<ul style="list-style-type: none"> · 제품명: 7-Premium 구운 가리비 스낵 · 기업명: 세븐일레븐 · 국가: 미국 · 가격: 4.1달러/1개 (한화 약 4,713원)

* 출처: ,싱가포르 세븐일레븐 페이스북 페이지(www.facebook.com/7Eleven.Singapore)

2) 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In The Singapore(2018)」

3) 남아시아 요리로 쌀, 마살라, 고기, 채소 등을 넣어 만드는 음식

III. 시사점

- 싱가포르 편의점 시장은 연평균 2.1%의 성장률을 기록하여 2023년까지 4억 1,847만 달러(한화 약 4,845억 4,641만 원)까지 성장할 전망이다
 - 2018년 기준, 싱가포르의 편의점 시장은 3억 7,700만 달러(한화 약 4,365억 2,830만 원)의 매출액을 기록했으며, 이후 낮은 성장률을 기록할 것으로 예측됨
 - 싱가포르 편의점은 경제성장의 둔화로 인한 소비패턴 변화, 온라인 쇼핑 선호, 슈퍼마켓의 24시간 매장 운영 등의 요인으로 저성장이 예측됨
 - 이에 따라, 일부 편의점 업체는 폐점하기도 하며 매장을 확대하지 않는 추세를 보이고 있음
- 편의점의 입지가 모호해짐에 따라 주요 기업들은 차별화된 식품 품목과 서비스를 제공하고 있으며 명확한 포지셔닝을 진행 중임
 - 싱가포르는 면적이 넓지 않은 도시국가로 식품 소매점들이 밀집되어 있기 때문에 차별화 전략이 중요함
 - 기존에 편의점만이 제공하던 24시간 운영, 매장 내 식사 공간을 슈퍼마켓에서도 도입했으며, 소비자들은 비교적 저렴한 가격대 제품을 판매하는 슈퍼마켓을 선호하기 시작함
 - 또한, 원스탑 쇼핑에 대한 선호가 확대되며 편의점을 찾는 소비자들이 감소하는 것으로 보임
 - 이에 따라, 주요 편의점에서는 자체개발(PB)식품 및 프리미엄 제품군을 출시하여 소비자 유입을 위해 힘쓰고 있음
 - 세븐일레븐의 경우, 자체브랜드인 7-Premium을 출시하였으며 견과류, 스낵, 즉석 중 등의 다양한 제품을 포함함
 - 배달 서비스를 도입했고 최근 온라인 식품쇼핑의 선호가 확대됨에 따라 온라인 쇼핑 서비스를 제공하기 시작함
- 건강스낵 등 간편하게 섭취할 수 있는 건강식품이 유망할 것으로 판단됨
 - 현지에서 바쁜 일상의 소비자들을 중심으로 간단하게 점심식사로 먹을 수 있는 건강식사가 인기를 끌고 있음⁴⁾
 - 이에 따라, 최근 싱가포르 편의점에서도 방부제 무첨가 및 건강스낵이 인기를 끌고 있으며, 일부 업체에서는 자체개발 제품을 선보이기도 함
 - 현지 소비자들은 즉석 조리식품을 구매할 때도 건강과 안전에 중점을 두기 때문에 무첨가·건강 등 키워드 중심의 홍보전략이 필요할 것으로 보임

4) 싱가포르 매거진(www.sgmagazine.com)