

# 꾸준한 성장세 보이는 대만 편의점시장

대만사무소

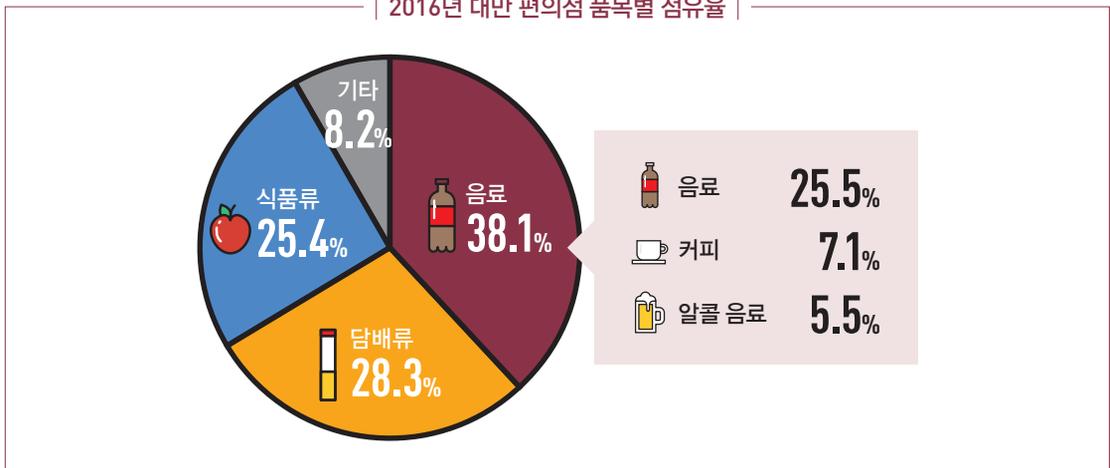
## 대만 편의점, 18년 연속 성장세 유지

- 2017년 기준, 대만 편의점 시장의 총 매출액은 1,598억 TW(한화 약5조 8,135억 2,400만 원)을 기록하며 2016년 대비 5% 성장률을 기록했다. 해마다 1%의 성장률을 보인다고 예상했을 때, 2022년의 예상 매출액은 1,673억 TW에 달한다.

## 푸드서비스로 매출 상승가도

- 주요 편의점들은 도시와 농촌지역 전반에 걸쳐 식품공급에 초점을 맞추고 있다. 간단한 스낵류부터 한끼 식사로 손색이 없는 식사류까지 다양한 제품군은 소비자들의 발걸음을 편의점으로 향하게 하고 있다. 인스턴트 형태로 편하게 마실 수 있는 즉석 원두커피와 주문생산 방식의 시원한 차음료 역시 고객에게 사랑받는 편의점의 대표제품들이다.
- 편의점 본사의 조리시설을 업그레이드 하여 새로운 요리와 조리법까지 개발하고 있어 간편식과 외식을 선호하는 많은 소비자들이 편의점 푸드서비스를 더욱 애용할것으로 전망된다.

| 2016년 대만 편의점 품목별 점유율 |



## 유명브랜드와 콜라보레이션이 대세

- 대만의 편의점 업체간 경쟁은 매우 치열한 양상을 띠고 있는데 선두업체들은 긍정적인 이미지의 브랜드와의 콜라보레이션을 통해 소비자들의 주목을 끌고있다. 7-eleven이 매장 내에 MUJI, 스타벅스, 미스터 도넛을

---

입점시키고 있으며, bb.q, 대수약국 등이 Family Mart 매장에 입점했다. OK Mart는 한국 문구업체 텐바이텐과 콜라보레이션\* 중이다.

- 7-Eleven의 경우, 대부분 모회사의 다른 자회사 브랜드와 협력하고 있는 반면 Family Mart는 중소기업체의 브랜드들을 매장내 입점시키는 형태를 취하고 있다.
- 편의점과 타브랜드간의 콜라보레이션은 협소한 매장에서 구현하기는 힘든 형태이며 해당 편의점 인근지역 소비계층의 영향도 많이 받기때문에 아직까지는 일부 지역의 대형 매장에서만 제한적으로 운영되고 있다. 콜라보레이션을 구축한 모든 브랜드에서 할인통합시스템을 구축해야 한다는 점 역시 하나의 과제다.
- 그럼에도 불구하고, 대만의 주요 편의점 프랜차이즈들은 차별화 전략의 일환으로 타브랜드와의 콜라보레이션을 적극 추진하고 있는 중이다.

\* **콜라보레이션** : 유행산업의 최근 경향 가운데 하나로 일정분야에 장점을 가진 업체가 트렌드 결정자와 함께 협업하는 것을 의미한다.

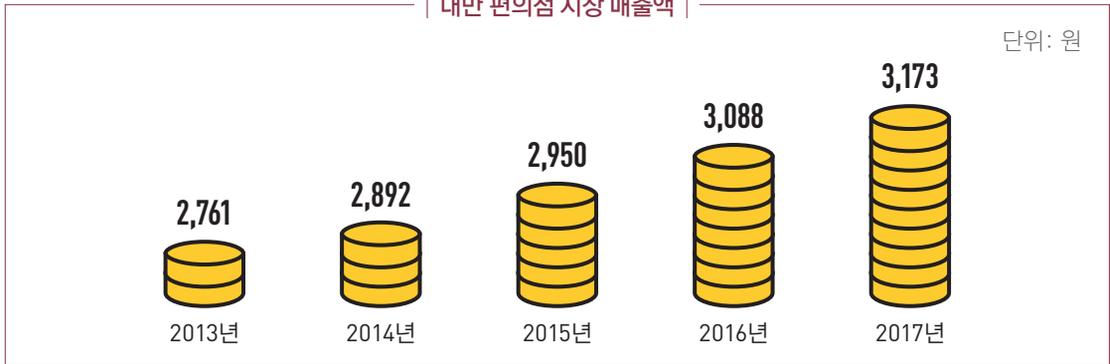
## 지역사회의 커뮤니티 공간

- 대만인들은 편의점에서 시간을 많이 보낸다. 스낵과 음료 등 기본적인 필수품을 판매할 뿐만 아니라, 고객용 좌석을 제공하는 매장이 많고 오래 체류하기에 적당한 조명과 에어컨, 24시간 서비스 제공으로 지역 사회의 커뮤니티 공간처럼 활용된다.
- 온라인으로 구매한 상품의 보관서비스, 소형 물품의 우편 발송대행 서비스도 제공할 뿐 아니라 가스요금 지불이 가능하며 키오스크가 설치되어 있어 콘서트 티켓이나 전시관람권도 구매할 수 있다.
- 다양한 서비스 제공 덕분에 대만 편의점은 소비자들에게 접근이 편리한 공간으로 인식되며 나날이 성장하고 있다.

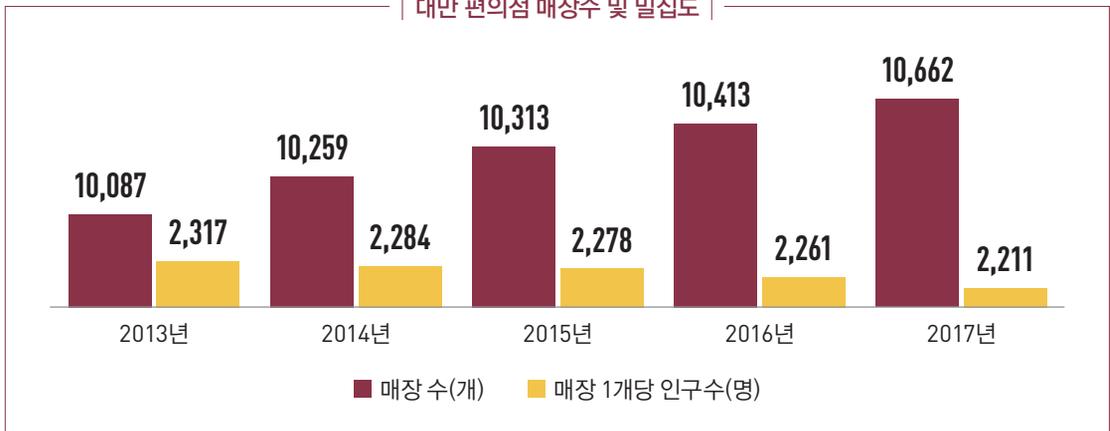
## 대만 편의점 분포밀도는 한국에 이어 전세계 2위

- 2017년 기준 대만 편의점의 점포수는 1만6백62개로 인구 2천2백11명당 1개 꼴로 운영되고 있으며 분포밀도는 한국 (인구 1천4백52명당 1개, 총 3만5천3백82개)에 이어 2위를 차지하고 있다.
- 편의점 브랜드로는 일본계인 7-Eleven이 5천여 개로 1위를 차지하며 2위 역시 일본계인 Family Mart가 3천 여 개의 점포를 운영 중이다.

| 대만 편의점 시장 매출액 |



| 대만 편의점 매장수 및 밀집도 |



출처 : 대만流通快訊, 일본 경제 산업성, 한국 통계국

### 한국 제품 진출가능성이 큰 대만 편의점 시장

- 대만은 국민들의 편의점 의존도가 다른 나라에 비해 높고 다양한 상품구성과 서비스 제공으로 매출상승세가 지속되고 있다. 가공식품 뿐 아니라 과일, 채소와 같은 신선제품의 판매도 활발하여 대만시장 진출을 위한 한국 브랜드들의 유망 유통채널로 부각되고 있다. 실제로 대만에서 인기를 모으는 한국제품으로는 요구르트, 젤리, 메신저 라인 캐릭터 제품, 과자, 음료류의 순으로 알려져 있다.

출처 : 데일리 팝 <http://www.dailypop.kr>  
 차이나랩 [https://blog.naver.com/china\\_lab](https://blog.naver.com/china_lab)  
 Euromonitor 'Convenience stores in taiwan (2018)'  
[www.taiwannews.com](http://www.taiwannews.com)