

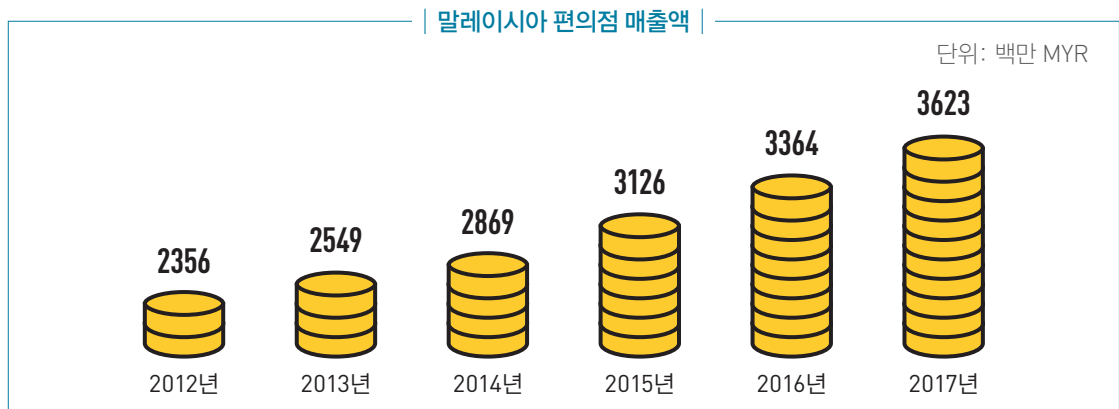


진화하고 있는 말레이시아 편의점

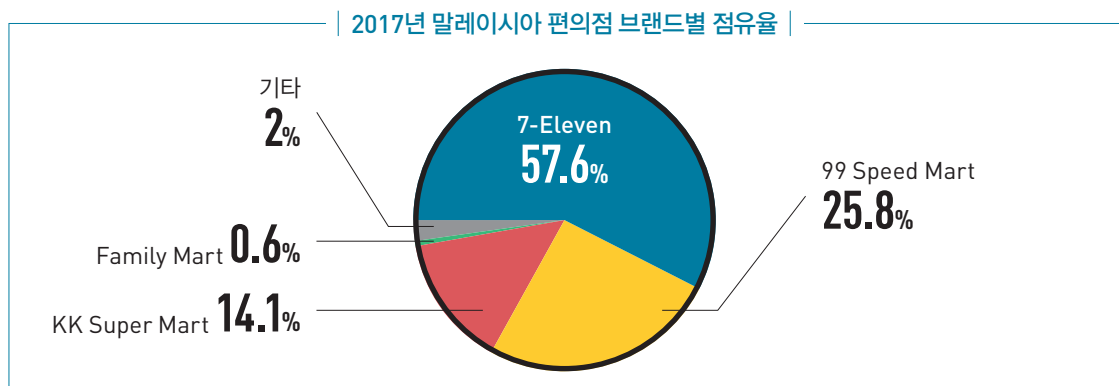
말레이시아사무소

빠르게 성장중인 말레이시아 편의점시장

- 말레이시아 편의점 시장은 매년 빠른속도로 성장하고 있다. 2017년도 편의점 전체 매출규모는 약 36억 링깃 (약 1조원)으로, 2016년의 매출액인 약 33억 링깃(약 9,052억)보다 8%가량 성장한 것으로 나타났다.



출처 : Euromonitor 「Convenience stores in malaysia(2018)」



새로운 편의점 문화를 도입한 Family Mart

- Family Mart는 Ready-to-Eat시스템을 도입하여 기존 편의점들과 차별화된 전략을 펼치고 있다. 우리나라의 편의점에서는 컵라면, 삼각김밥 등의 음식을 데워먹는 것이 보편적이지만, 말레이시아에서는 쉽게 볼 수 없는 모습이었다. 그러나 Family Mart는 이러한 운영방식을 도입하여 말레이시아인들에게 새로운 편의점 문화를 전파하고 있다.



'Family Mart'의 'Ready-to-Eat'시스템

출처 : Nikkei Asian Reivew(asia.nikkei.com)

- 말레이시아의 Family Mart는 컵라면, 삼각김밥, 도시락 등의 간편식뿐만 아니라 오뎅, 치킨, 소프트아이스크림 등의 제품도 판매하고 있다. Family Mart는 향후 택배와 같은 다양한 'In-store Service'를 확대할 것이라 밝혀 소비자를 한층 더 끌어들이는 것으로 전망된다.



전자결제시스템이 도입된 무인편의점 'IrisPay'

출처 : www.facebook.com/irispay.my

전자결제시스템이 도입된 무인편의점의 등장

- 최근 말레이시아에는 흥미로운 편의점이 등장했다. 바로 모든 것이 셀프서비스로 이루어지는 IrisPay가 그 주인공이다. 전자결제시스템업체인 IrisPay가 오픈한 이 매장은 마치 '아마존고(Amazon Go)'처럼 제품을 고르는 것부터 결제까지 모든 것이 무인으로 이루어진다.
- 결제 역시 스마트폰의 IrisPay 앱으로 가능하다. IrisPay가 이벤트성 매장으로 끝날 가능성도 배제할 수는 없지만, 분명한 것은 말레이시아 편의점 시장이 다양한 모습으로 빠르게 변화하고 있다는 것이다.

말레이시아 편의점시장 진출을 위한 필수조건

- 도시인구의 증가와 생활방식 변화로 인해 편의점을 찾는 말레이시아 소비자가 빠르게 늘어나고 있다. 특히 Family Mart의 Ready-to-Eat시스템은 머지않아 다른 편의점에서도 벤치마킹할 가능성이 높다. 이는 곧 말레이시아의 편의점 즉석식품 시장의 확장으로 이어질 것이다.
- 하지만 단순한 즉석식품으로는 성공적인 시장진출을 기대하기 어렵다. 말레이시아 인구 대다수가 무슬림이기 때문이다. 따라서 할랄인증을 받은 즉석식품을 준비하는 것이 말레이시아 시장진출의 선제조건이 될 것이다.

출처 : Euromonitor 「Convenience stores in malaysia (2018)」

<https://familymart.com.my>

<https://asia.nikkei.com> 〈Japan's FamilyMart eyes 1,000 Malaysian stores by 2025〉

<https://www.irispay.com.my>