



가속화되는 대형 유통 브랜드의 진출

캄보디아의 유통시장은 약 6.9%의 높은 경제성장률과 더불어 그 규모가 확대되고 세분화되고 있으며 해외 대기업의 유통시장 진출도 가속화되고 있다. 2014년 일본계 대형쇼핑몰인 이온몰이 오픈한 이래 2017년 창고형 마트인 마크로, 2018년 이온몰2가 오픈하며 유통시장 확대가 지속되고 있다. 2023년에는 이온몰3이 오픈 예정이며 Chip Mong Mega Mall, Noro Mall 등 다수의 대형 유통브랜드가 캄보디아에 입점할 계획이다. 캄보디아 상무부의 데이터에 따르면 2017년 기준 약 100개의 국제 브랜드업체가 캄보디아에 진출해 있다.

현대적인 식품 소매유통채널의 성장

캄보디아 CBRE 리서치에 따르면 2014년부터 편의점을 포함한 소매 유통망의 공급면적이 지속적으로 증가했다. 2018년 미국 대형 편의점 브랜드인 circle K가 프놈펜에 첫 입점해 1년 만에 4개 지점으로 확장했다. 전통적인 소매유통채널인 길거리 식료품점 위주에서 대형식품소매업체(Mass Grocery Retail, MGR)를 기준으로 현대적인 소매유통채널이 증가하고 있다.

이와 함께 캄보디아에서는 소득수준이 증가하고 구매력을 갖춘 중산층이 증가함에 따라 청결한 매장과 고품질의 제품들이 점차 선호받기 시작했다. 전체 인구의 약 21%가 도시에 거주하고 계속 증가함에 따라 도시를 중심으로 편의점, 드럭스토어, 유기농 전문점, 온라인 쇼핑몰 등 유통채널이 다변화되고 있다. 편의점의 경우 아시아 지역 중 비교적 비활성화되어 있는 시장 초기단계이나 가계소득증가와 도시화로 인해 지속적인 성장세에 있다.

캄보디아 편의점의 두 가지 형태

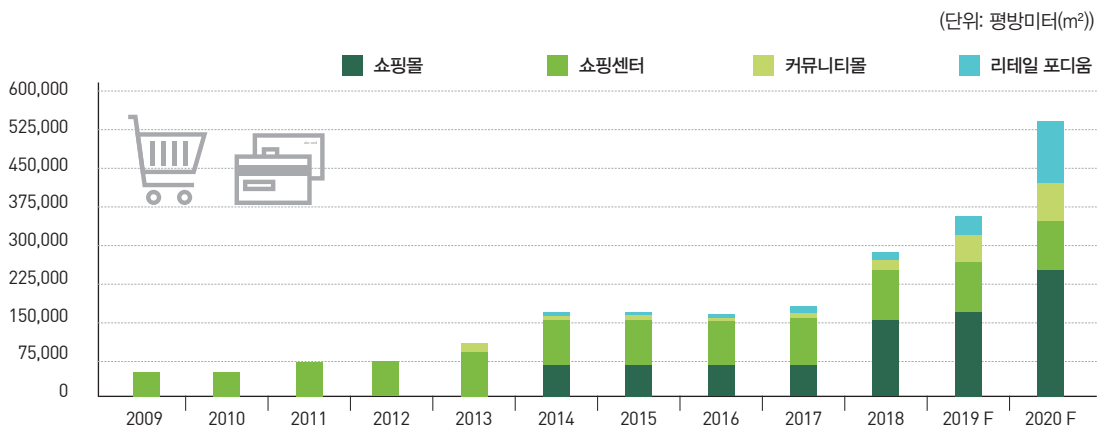
▶ 미니마트

운영시간이 24시간이나 생필품과 식료품을 위주로 판매해 슈퍼마켓에 가까운 성격을 갖고 있다. 주로 주택가에 입점한 도로 인근에 위치해 접근성이 높다. 최근 단순 제품 판매만이 아닌 즉석커피, 휴게 공간 제공 등 서비스 영역을 확장하고 있는 추세다.

▶ 일반 편의점

즉석식품 취급과 함께 매장 내 카페테리아를 마련해 식사 및

| 캄보디아 소매유통채널 면적 증가 추이 |



휴게 공간을 제공하며, 제품 판매뿐만 아니라 화장실, 무료 wifi 등 고객 편의를 위한 높은 서비스를 제공하고 있다. 도로 인근, 주유소 내에 입점해 있으며 최근에는 주상복합단지 안에 입점한 편의점이 등장했다. 청결함과 편리함을 경쟁력으로 내세우며 현지 식사보다 10% 높은 가격대의 음식 코너를 제공하고 있다.

형태별 주요 미니마트 및 편의점 현황

▶ Smile Mini Mart

현지 업체가 운영하는 로컬 편의점으로 2014년 첫 개점했으며 프놈펜 시내 총 6곳의 체인점이 있다. 매장 내 간편식 제품 정도를 취급하며 식사 메뉴는 취급하지 않는다. 주택가에 위치해 있으며 슈퍼마켓과 비슷한 형태로 신선식품을 판매하고 있어 근처 주민들이 요리용 식재료를 간편하게 구입할 수 있다. 프놈펜 시내 중심가 밖으로 상점이 고루 입점해 있어 도심 바깥쪽 지역 주민들도 편리하게 이용할 수 있다.

▶ Circle K

2018년 프놈펜에 첫 매장을 오픈한 이후 4곳의 체인점을 두고 있는 가장 현대적인 편의점이다. 즉석석취식품부터 신선 편의식품까지 간편식 제품을 취급하며, 신선편의식품의 경우 식사 대응으로 바로 섭취 가능하도록 소포장되어 있다. 화장품, 문구류, 의약품 등 전반적인 생활용품을 취급하고 휴대폰 배터리 충전, 유심칩 구입, ATM 이용, 공과금 납부 등 다양한 서비스를 제공한다. 매장 내 카페테리아가 있어 구매한 식음료를 섭취하면서 휴식할 수 있는 공간으로 활용된다. 식사 메뉴도 판매 중으로 주문하면 직원이 매장에서 직접 조리해서 제공한다.

| Circle K mart 매장 내부 전경 |



| Smile mini mart 매장 전경 |



| 식재료의 손쉬운 구입이 가능한 식품 코너 |



Key Point

한국 식품의 캄보디아 편의점 진출방안

- 현지 소비자들은 가격에 민감하고 가성비를 중시하는 경향이 있어 편의점 브랜드와의 협업을 통해 PB 상품을 개발한다면 소비자를 끌어모을 수 있을 것으로 전망된다. 현재 Circle K를 제외한 로컬 편의점의 경우 PB 상품을 찾아보기는 어려우나 향후 유통업체와 기획개발 또는 라이선스 계약을 맺어 PB 상품에 대한 카테고리 확장을 확장해 나가는 방법이 유망하다.
- 캄보디아 편의점의 주요 방문층은 인근 직장인 또는 학생으로 단순 생필품 구매 목적보다는 휴식 및 모임 공간으로 이용하는 소비 형태를 보인다. 캄보디아의 편의점에서는 주로 즉석조리식품을 세트상품으로 묶어 판매하고 있으며 젊은 층이 선호하는 햄버거, 치킨, 샌드위치 등 패스트푸드 메뉴 구성이 주를 이룬다. 한국 스낵 또는 컵밥, 떡볶이, 김밥 등 한국식 조리식품을 탄산음료, 커피 등과 같이 세트로 묶어 한 끼 식사메뉴로 판매하는 전략이 필요하다.

| 매장 내 휴게공간 |

