

편의점 Shop in Shop 사업의 다각화

대만사무소

지속성장을 위한 돌파구의 필요성 대두

- 최근 대만 편의점업계는 소비자 수요를 만족시키기 위해 매장의 면적, 상품진열의 새로운 기획 등 다양한 변화를 꾀하고 있다. '세븐일레븐', 'Family Mart' 등 대만 주요 편의점들이 보다 특색있고 차별화된 서비스를 제공하여 소비자 만족도를 향상시키기 위해 공간 및 서비스 마련에 힘쓰고 있는 것도 이러한 움직임의 일환이라 할 수 있다.
- 특히, 업종 간 콜라보레이션 형태로 운영되는 Shop in Shop은 현재 대만 편의점시장의 뜨거운 화두다. 보다 다양한 상품을 진열해 좀 더 편리한 원스톱 쇼핑서비스를 제공할 수 있다는 점은 공급자와 소비자 모두를 만족시키고 있다.

편의점별 Shop in Shop 운영현황

- 현재 편의점 내 Shop in Shop 상품은 저출산·고령화 특성과 싱글족 증가라는 사회변화를 고려하여 소포장 형태로 입점되고 있으며, 유기농 채소 및 과일, 냉동해산물,약품, 유아용품, 베이커리 제품 등 기존 편의점에서는 취급하지 않았던 품목이 주를 이룬다.
- 최근 한국 식품브랜드로는 최초로 bb.q치킨이 Family Mart에 입점했고, OK Mart에는 한국 문구브랜드 텐바이텐이 들어섰다.
- 세븐일레븐은 다양한 국가의 트렌드를 반영한 제품을 우선적으로 취급하고 있는데, 자국의 서적 및 유기농 브랜드 외 일본의 생활용품이나 미국의 도너츠 브랜드 등이 바로 그것이다. Family Mart의 경우, 전문약사를 배치하여약품 및 건강식품을 판매하고 있으며 이 외에도 유기농 농산물과 프랜차이즈식당의 메뉴를 제공하고 있다.

편의점	입점 브랜드	Shop in shop 매장모습
세븐일레븐	• MUJI(일본-생활용품) • 博客來(대만-책) • 스타벅스(미국-커피) • 미스터 도너츠(미국-도너츠) • 黑毛探險隊(대만-펭리수) • DUSKIN(일본-청소용품) • 統一生機(대만 유기농 농산물) • Sexy Look 등 화장품	  
		MUJI 미스터 도너츠 스타벅스

편의점	입점 브랜드	Shop in shop 매장모습
Family Mart	- 대수약국(대만-약품, 건강식품) - 전문약사 배치 - 天和鮮物(대만-유기농 농산물) - Yoshinoya(일본-프랜차이즈식당) - bb.q치킨(한국-치킨)	 유기농 농산물
		 프랜차이즈식당
		 bb.q
OK Mart	- 일본식 꼬치구이 - Glico(일본-식품) - 텐바이텐(한국-문구류)	 Glico
		 텐바이텐

대형 복합형 Shop in Shop 형태로의 성장 추세

- 현재 대만 세븐일레븐 및 Family Mart는 대형 복합형 편의점 확장에 집중하고 있다. 세븐일레븐은 올 초부터 ‘독특한 체험’을 콘셉트로 하여, 81평 매장에 1인용 식탁 및 커피 바(Bar)등의 개인 휴식공간을 마련하고 Shop in Shop 상품전문 구역을 신설하는 등 소비자들에게 다양한 체험 서비스를 제공하고 있다.
- Family Mart는 ‘거리의 큰 냉장고’를 콘셉트로, 2017년 8월부터 마트형 편의점 600개를 본격 신설하고 냉장식품 종류를 일반매장보다 400종 추가 진열하는 등의 적극적 마케팅을 추진하고 있다.

대만 편의점시장 진출을 위한 맞춤형 전략

- 한국 식품브랜드의 보다 활발한 대만 편의점시장 진출을 위해서는 한국의 긍정적 브랜드 이미지를 부각하면서 현지 매장과 협력할 수 있는 Shop in Shop 방식을 추진하는 등 다양한 시도가 선행되어야 한다.
- 또한, 대만 유통망의 특징과 현 트렌드를 고려한 현실성 있는 진출계획을 수립하고 타국 브랜드와 차별화된 제품을 선보이려는 노력이 필요하다.