

주요내용

▶ 주춤했던 소매업 성장, 회복세 기대

- 2016년 태국 내 현대식 소매 유통업계 부문은 총 2.2조 바트(한화 약 77조)의 가치를 지니고 있으며, 이는 국가 전체 GDP의 약 15%를 차지하고 있다.
- 과거 태국의 소매업계는 소규모의 식료품 잡화상 및 가족이 운영하는 식료품점들이 대부분이었으나, 최근에는 광범위한 유통 네트워크를 보유한 대규모 사업자들이 증가하면서 도매업체에 대한 의존도는 매우 낮아졌다.
- 지난 20년간 현대식 소매유통 부문은 특히 방콕 및 인근지역에서 급속한 확장을 보였다. 이는 태국 정부의 외국인 투자자 및 사업자에게 국내 시장을 개방한 영향으로, 현대식 소매업체들의 시장점유율이 2001년도 25%에서 2014년도 61%로 증가하였다.
- 태국 현대식 소매업은 2010~2012년 사이 연간 9.5% 성장률을 보였으나 2013년 태국 경제침체, 정치적 갈등, 농작물 가격하락으로 인해 2013~2016년 사이 연간 성장률 3.8%로 하락하였다. 그러나 최근 관광산업 성장 및 정치적 문제 완화 등으로 인해 성장률이 다시 회복될 전망이다.

▶ 유통채널별 최근 동향

• 백화점

- 2012~2013년 대규모 소매기업들이 태국 지방을 중심으로 토지 구입 및 건축 활동을 활발하게 추진했다. 그러나 2013년 하반기부터 시작된 경기침체로 지역경제가 둔화됨에 따라 투자자들은 BMR(Bangkok Metropolitan Region: 방콕 주요도시 지역)에 눈을 돌렸다. 대기업들의 투자는 대부분 주요도시의 대형쇼핑몰에 집중되었고, 태국 내 대형쇼핑몰 수는 2015년도 72개에서 2016년도 77개로 늘어났으나 판매량 증가율은 역대 최저인 2.8%에 그쳤다.

• 할인점/하이퍼마켓

- 2013년에 도입된 “City and Town Planning Act” 규제법으로 인해 주요 지역에 매장 설립이 제한되었다. 한편 BMR(방콕 주요도시 지역)투자는 면적이 작은 매장들을 중심으로 확장되고 있다.
- 예를 들어, Tesco Lotus는 저가제품 시장의 보급률을 높이기 위해 ‘Lotus Express’ 매장에 투자를 늘리고 있으며, BigC는 잠재시장 확대를 위해 ‘Mini BigC’ 매장 수를 늘리고 있다. 할인점/하이퍼마켓은 2012년 10% 성장, 2013~2015년 연평균 2.6% 성장, 2016년 2.0% 성장한 바 있다.

• 슈퍼마켓

- 수도 방콕과 인근지역 또는 촌부리, 치앙마이, 푸켓과 같은 주요도시에서 지속적인 투자가 이루어지고 있으며 중상층 인구 및 해외 관광객들의 증가로 인해 어느 정도 긍정적인 성장률을 보이고 있다. 해당 업계는 중상층 소비자들을 타깃으로 현대적인 느낌과 고급스럽고 신선한 제품을 제공하는 채널로 이미지를 형성해나가고 있다.

- 2015년도 태국 전국에 428개였던 매장이 2016년도 448개로 늘어났으며 태국 경기침체에도 불구하고 2012~2016년 연평균 약 9%의 성장률을 유지하고 있다.

- 편의점

- 현재 편의점은 모든 현대식 소매업계에서 가장 높은 투자 증가율을 보이고 있다. 2015년도 태국 내 편의점 매장 수는 14,292개에서 약 7.2% 증가해 2016년도 15,325개로 늘어났다. 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있는 7-Eleven은 올해 7월, 태국 내 편의점 1만 지점을 돌파했다.

* 참고자료

- FoodFocusThailand, 「Moder Trade」

시사점

- 태국에서의 우리 농수산물식품의 주요 판매루트는 현대식 소매유통 중심으로 이루어지고 있다. 제품의 특성 및 가격대에 따른 적합한 유통망 발굴 및 마케팅을 통한 입점 방법을 모색하는 것이 매우 중요하다.
- 특히 중상층 소비자들을 타겟으로 하는 슈퍼마켓과 고품질 고가격 프리미엄 제품을 중심으로 하는 백화점 등이 우리 농수산물식품의 주요 현지 판로가 될 것으로 전망된다. BigC, Tesco 등 저렴한 가격을 중시하는 소매유통의 경우에는 해당 유통의 성격에 맞는 적합한 제품의 발굴과 제안이 필요하다.