



대만, 삼시 세끼를 편의점에서 이제는 “냉장 · 냉동식품 시대”



2020년 1분기 대만 편의점 매출, 전년 동기대비 5% 증가

대만의 편의점 업계는 오래전부터 냉동식품의 사업 기회를 포착하고 분주히 매장 내 냉동 공간을 확장해 왔다. 세븐일레븐에 따르면 대만의 냉장 · 냉동식품 시장은 460억 대만 달러(한화 약 1.8조 원) 규모의 거대 시장으로 성장했으며 패밀리마트의 지난 1분기 냉동식품 매출은 지난해 같은 기간보다 50%나 증가했다.

2019년 5월 기준, 대만은 약 1만 개 이상의 편의점을 운영 중이며, 인구 2,148명당 편의점 1개가 분포하고 있어 2,235명당 1개인 일본보다 밀집도가 높은 편이다. 최근 온라인몰, O2O 등 유통 채널이 다양해지면서 소비자 유치 경쟁이 치열해지고 있는 만큼 탄탄한 자체 유통망을 기반으로 냉장 · 냉동 간편식품 출시, 자체 브랜드 즉석식품 신메뉴 개발 등에 박차를 가하며 저렴한 가격과 편리한 접근성을 무기로 레스토랑을 위협하고 있다.

* 2020년 1분기 편의점 매출, 지난해 같은 기간보다 5% 증가한 847억 대만 달러(한화 약 3.4조 원)

[2019. 5월 기준 대만 체인 편의점 유통현황]

구분	합계	세븐일레븐	패밀리마트	Hi-life	OK Mart
매장수(점)	11,105	5,459	3,394	1,350	902
점유율(%)	100	49	30	12	8

출처 :

- ① 上報, 「全家限量「白飯小偷」蟹膏再補貨! 超夯韓式冷凍美食不要再錯過」, 2020.05.19. - www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=82194
- ② 食力, 「只要經過就會不自覺被吸進去! 你也便利商店成癮了嗎?」, 2020.06.01 - www.foodnext.net/issue/paper/5098460028
- ③ YouTube, 「【驚人】超限量全家韓式冷凍食品! 好吃到不行 錯過悔終身! 辣炒年糕 蔬菜炒粉 蟹膏 起司熱狗 | 八婆BESTIES」, 2020.03.06
- ④ 食力, 「台灣最大連鎖餐廳、外食族的好夥伴! 重塑台灣飲食秩序的好夥伴! 重現台灣飲食秩序的好夥伴!」, 2020.06.01. - www.foodnext.net/news/newstrack/paper/5234460204
- ⑤ business.today, 「台灣便利商店全球最多? 答案其實是亞洲這一國」, 2019.06.27. - www.business.today.com.tw/article/category/80392/post/201906270026/台灣便利商店全球最多? 答案其實是亞洲這一國



▲ 대만 편의점에서 판매되는 한국 냉동 간편 조리 식품



▲ 대만 유튜버가 소개하는 한국 냉동 간편 조리 식품

대만 응답자의 27.8%, “편의점 중독 증후군”

식력(食力)이 2020년 5월 1,714명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 응답자의 45%가 일주일에 5~7일 편의점을 방문하며, 98.2%가 편의점에 주 1회 이상 방문하는 것으로 나타났다. 특히 응답자의 27.8%는 ‘매일 편의점을 방문한다’고 답해 ‘편의점 중독 증후군(便利商店上癮症候群)’을 형성했다.

이는 편의점이 시장 점유율이 높고 소비자의 선호도가 높다는 점을 보여준다. 편의점 이용의 주된 이유는 ‘신선 식품(도시락 등) 구매’가 74.4%로 가장 높았으며 ‘택배 발송/수령(71.7%)’, ‘공과금 납부(68.7%)’, ‘포장 식품 구매(63.1%)’, ‘현금 자동 입출금기 사용(61.1%)’으로 답해 향후 편의점 신선 식품 시장의 가능성과 주목도를 짐작할 수 있다.

편의점 신선 식품 시장 급성장

대만 편의점의 초기 신선 식품은 아침 식사를 겨냥한 차예단(茶葉蛋), 빵, 주먹밥 등으로 비교적 간단한 메뉴였다. 이후 18℃ 냉장 매대를 확대하면서 합리적인 가격의 도시락을 판매하게 되었지만 18℃에서 신선 식품의 수명은 24시간에 불과해 재고 관

리의 어려움뿐만 아니라 온도가 잘 제어되지 않을 경우에는 식품 위생·안전 문제가 발생한 것으로 나타났다. 이를 해결하기 위해 4℃ 냉장 매대를 추가로 운영했고 유통 기한이 1일에서 4일까지 연장되면서 다양한 식품 유통이 가능해짐에 따라 소비자의 선택권 또한 넓어질 수 있었다.

대만 편의점에서도 만날 수 있는 한국 냉동 간편 조리 식품

최근 패밀리마트는 한국에 가지 않아도 한국의 맛을 즐길 수 있도록 한국에서 수입한 냉동식품을 선보였다. 즉석 떡볶이, 전통 잡채, 모짜렐라 치즈 핫도그, 속초 볶은 대게 딱지장 등 한국 여행에서 빠질 수 없는 한식으로 구성해 대만 소비자들의 반응이 뜨겁다.

이들 제품은 유튜버(Youtuber) 등 인플루언서를 통해 온라인에서 빠르게 퍼져나갔으며 초기 한정 판매를 계획했으나, 수요 증가로 재입고 등 판매를 확대했다. 59~129대만 달러(한화 약 2,400~5,200원)의 합리적인 가격과 맛, 간편함이 더해지면서 제품을 사기 위해 예약까지 이어지고 있으며 구입처를 공유하는 등 소비자들 사이에서 인기가 뜨겁다. 한편 패밀리마트는 한국에서 수입한 김치 등을 활용해 김밥, 도시락 등 자체 브랜드 즉석식품을 판매 중에 있다.



▲ SNS를 통해 공유된 한국 냉동 간편 조리 식품 후기

Key Point

대만의 편의점은 시장 점유율, 밀집도가 높아 소비자의 선호도가 높은 소매 유통 채널이다.

또한 라이프 스타일의 변화와 1~2인 가정 증가로 보다 간단하고 편리하며 맛있는 음식을 찾는 소비자의 수요도 높아지고 있다.

편의점 냉장·냉동 식품은 높은 접근성, 합리적인 가격, 간편함, 다양한 메뉴 등의 장점으로 삼시 세끼를 해결하기 위한 소비자의 수요가 매우 높으며 이러한 트렌드에 맞추어 편의점 업계에서는 매장 내 냉동 식품 진열대를 늘리고 자체 브랜드 상품 개발, 신제품 출시에 박차를 가하고 있다. 우리 수출업체들도 냉장·냉동 신제품 및 식재료 등의 편의점 시장 진출을 고려해볼 수 있겠다.