



말레이시아 한국 편의점 인기 요인

말레이시아 편의점시장 동향

2021년 말레이시아 내 편의점 총 매출액은 약 3조 원에 육박하며 엔데믹 이후에도 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 2016년부터 2021년까지 연평균 매출액 상승률은 14.2%, 점포 수 증가율은 9.9%로 2016년 대비 2021년 편의점시장 규모는 약 100% 증가했다. 2021년 매출액 기준 말레이시아 편의점 점유율은 99 Speedmart가 54.5%, 7-Eleven이 27.1%, KK Supermarket이 5.4%, myNEWS.com이 4.8%이다.

말레이시아 편의점 증가 추이

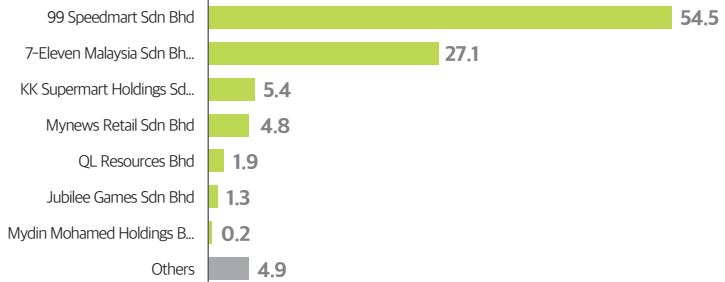
(단위 : 백 만원, 개, m²)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	1,526,314.4	1,737,535.7	1,991,363.7	2,237,635.2	2,558,161.8	2,962,340.4
점포수	3,660.0	4,194.0	4,721.0	5,285.0	5,560.0	5,869.0
매장면적	242.1	279.7	317.6	352.8	371.8	399.6

2021년 편의점 브랜드별 매출액 비중

(단위 : %)

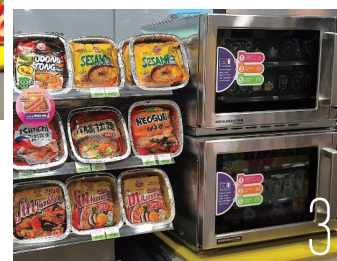
자료
Euromonitor_CVS in Malaysia

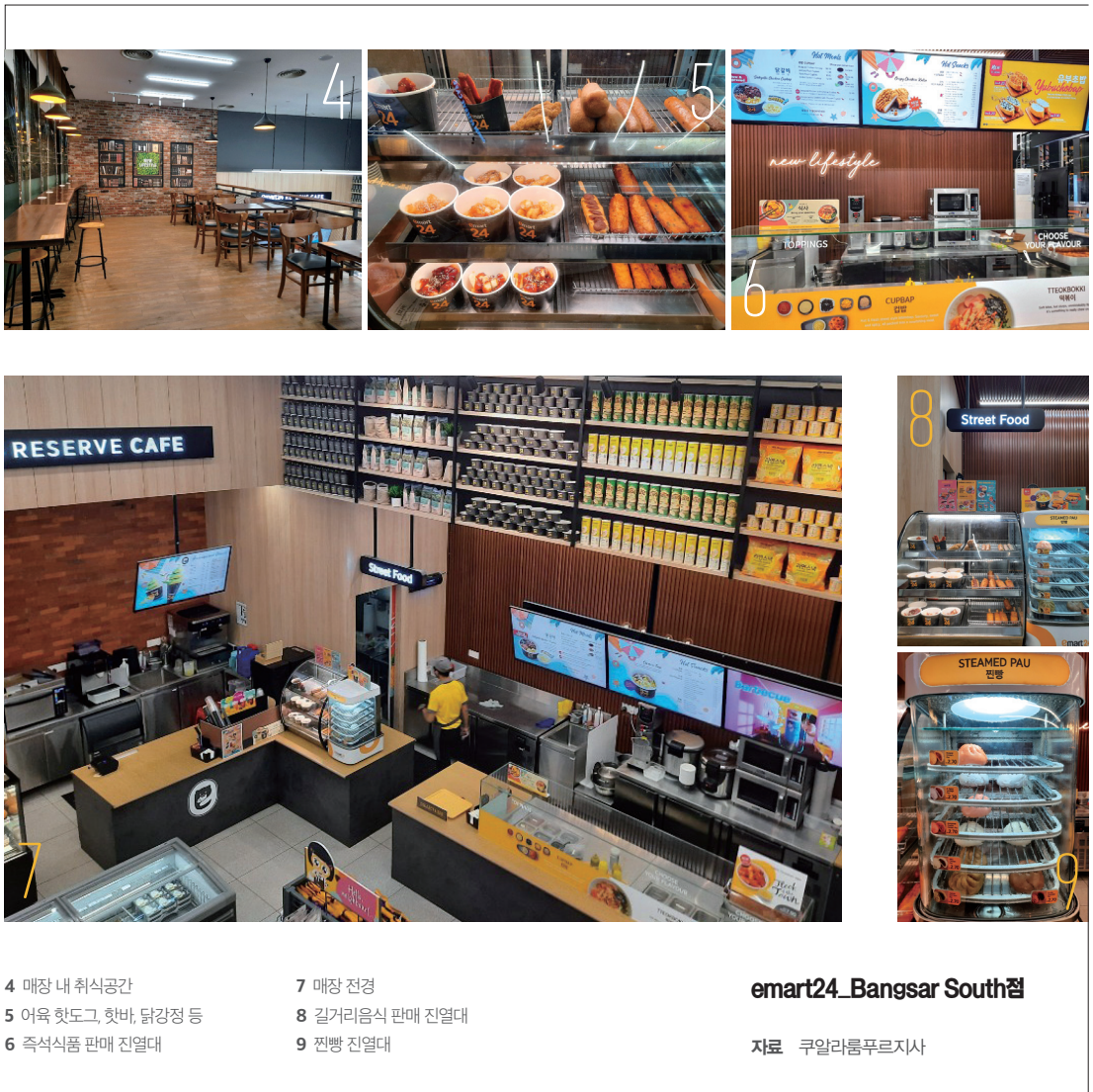


CU_KLCC점

자료 쿠알라룸푸르지사

- 1 즉석식품 판매 진열대
- 2 콘도그, 닭강정, 찜빵 등
- 3 봉지라면 셀프조리대





2021년 CU, emart24는 현지 업체와 마스터 프랜차이즈 계약으로 말레이시아 편의점 시장에 진출했다. myNEWS.com은 2021년 4월 1일 말레이시아 쿠팡라움푸르에 CU 1호점 개점을 시작으로 2022년 7월 기준 100개 매장을 운영 중이며, 현재 운영 중인 myNEWS.com 매장 465개를 오는 2026년까지 CU 매장으로 전환하여 말레이시아 전역에 총 500개 매장 개점을 추진하고 있다. 현재 U.F.H(United Frontiers Holdings)는 20개 emart24매장을 운영하고 있으며, 2026년까지 300개 매장 개점을 목표로 사업을 확장하고 있다. 한편, 말레이시아 진출 후발주자인 GS25는 KK Supermart와 마스터 프랜차이즈 계약을 통해 2027년까지 500호점 출점을 목표로 내년 2023년에 1호점을 개점할 예정이다.

한국 길거리 즉석식품, 떡볶이·핫도그 인기

현지에 진출한 한국 편의점은 매장 내에서 떡볶이, 핫도그, 핫바, 닭강정 등 한국 길거리 즉석식품을 조리해 판매하고 있으며 취식 공간도 마련하여 현지 편의점과 차별화된 운영방식으로 10~30대 소비자층 방문이 증가하고 있다.

특히 20~30대 직장인들이 점심시간에 편의점 즉석식품으로 간단히 끼니를 해결하는 사례가 증가하고 있으며, 편의점 내에 판매되는 식품은 1인 기준으로 소포장화되어 한식당에서 판매되는 음식에 비해 1/3 수준으로 저렴하여 현지 소비자가 저렴한 가격으로 한국 길거리 음식을 즐길 수 있다.

말레이시아 편의점 매장 개수

(단위 : 개)

구분	2018	2019	2020	2021	2022. 7
7-Eleven	2,287	2,487	2,376	2,400	2,500
99 Speedmart	1,341	1,539	1,723	1,962	2,000
myNEWS.com	454	534	534	518	610
KK Supermart	368	410	476	486	465
Family Mart	81	123	211	241	300
CU	-	-	-	88	100
emart24	-	-	-	18	20
계	4,531	5,093	5,320	5,713	5,995

자료 Euromonitor_CVS in Malaysia

전자상거래를 통한 배달 서비스 제공

현지에 진출한 한국 편의점은 2021년 팬데믹 기간에 언택트 소비가 증가하면서 전자상거래 플랫폼과 연계하여 배달서비스를 시작했다.

CU는 전자상거래 플랫폼인 Grab과 연계하여 식료품 및 편의점 매장 음식을 소비자에게 배달하며, emart24는 자체 전자상거래 플랫폼으로 배달 서비스를 하고 있다. 2022년 엔데믹 이후에도 전자상거래로 음식을 주문한 후, 매장에 직접 방문하여 음식을 픽업(Pick-Up)하거나 배달받는 소비자가 증가하고 있다.

무슬림 소비자에게 할랄인증 식품이란?

현지 편의점에서 비 할랄식품 진열 구역이 별도로 구분되어 있지 않아 무슬림 소비자들은 할랄식품 섭취를 위해 일일이 성분표를 확인해야하는 불편함이 있다. 특히 과자의 경우 돼지기름이 미량으로 함유되어 있는 경우가 많기 때문에 할랄인증을 받기 어려워 한국 농식품에 대한 무슬림 소비자의 관심이 구매까지 이어지기 힘든 상황이다.

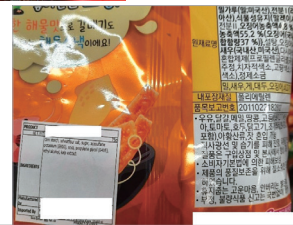
무슬림 소비자는 할랄인증을 받은 식품을 안심하고 소비하는 경향이 있으며, 최근 정부에서도 건강식품으로 알려진 할랄인증 식품 소비를 권장하면서 비 무슬림 소비자도 할랄식품을 소비하는 추세다.



할랄 인증을 받은 과자

성분 표기가
불분명한 라벨링
사례

자료
쿠알라룸푸르지사



작성자 쿠알라룸푸르지사 허 정

Key Point

2016년부터 2021년까지 말레이시아 편의점시장은 꾸준히 성장하고 있으며, 유로모니터에 따르면 오는 2026년까지 편의점 매출액은 약 6조 원에 달할 것으로 전망하고 있다. 해당 수치는 2021년 매출액의 약 2배에 달하며, 이에 CU, emart24와 같은 한국 편의점도 말레이시아에 진출해 떡볶이, 콘도그, 핫바, 닭강정 등 길거리음식 및 즉석식품을 편의점에서 판매하고 별도 취식 가능한 공간도 마련하여 현지 편의점과 차별화된 매장 운영으로 말레이시아 편의점시장을 공략하고 있다. 하지만, 할랄인증 여부가 무슬림 소비자의 소비 행태에 중요한 요인으로 작용할 것으로 사료되므로, 무슬림 소비자의 한국 농식품 구매를 끌어내기 위해서는 할랄 식품에 대한 이해가 필요하다.