

# 신남방정책 말레이시아 편의점 트렌드 조사 및 시사점

2019. 08

# [ 목 차 ]

<b>I. 편의점 시장동향</b>	.....	<b>3</b>
1. 시장규모	.....	3
2. 주요기업 및 위치	.....	4
<b>II. 편의점 트렌드</b>	.....	<b>7</b>
1. 주요이슈	.....	7
2. 인기제품	.....	8
<b>III. 시사점</b>	.....	<b>9</b>

# I. 편의점 시장동향

## 1. 시장규모

□ 매출액 기준, 말레이시아 편의점 시장은 지속적으로 성장하고 있으며 최근 5년 동안 49.7% 증가함

- 2018년 말레이시아 편의점 시장규모는 12억 1,221만 달러(한화 약 1조 4,033억 원)로 집계됨
  - 2014년 8억 1,000만 달러(한화 약 9,378억 9,900만 원)의 시장을 형성한 이후 매년 성장하는 추세를 보임
  - 말레이시아 소비자들은 집에서 요리하는 것보다 다양한 식품을 판매하는 편의점에서 신선식품, 스낵류, 간편식 소비를 선호함에 따라 편의점 시장이 확대되고 있는 것으로 조사됨<sup>1)</sup>
- 현대적 식품 소매채널 매출액 중 편의점이 차지하는 비중은 7.7%로 나타났으며 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이 각각 22.4%, 12.7%를 차지함
  - 말레이시아에서 현대적 식품 소매채널에서 차지하는 비중은 높지 않지만, 최근 5년 동안 계속해서 성장하며 점차 비중을 높여가고 있음
  - 유로모니터 자료에 따르면, 2019년 말레이시아 편의점 매출액은 7.0% 성장할 것으로 예측됨

〈표 1-1〉 말레이시아 식품 소매채널별 시장 규모(2014~2018년)

(단위: 백 만 달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	최근 5년 증감률	매출액 비중
1. 현대적 식품 소매채널	6,677	7,012	7,321	7,365	7,204	7.9	45.7
하이퍼마켓	3,506	3,668	3,825	3,806	3,531	0.7	22.4
슈퍼마켓	1,932	1,998	2,076	2,029	2,005	3.8	12.7
편의점	810	875	952	1,075	1,212	49.7	7.7
포코트 소매점	371	409	407	416	444	19.4	2.8
할인점	58	61.7	62	39	12	-79.7	0.1
2. 전통적 식품 소매채널	7,926	8,109	8,288	8,342	8,561	8.0	54.3
합 계	14,603	15,121	15,609	15,707	15,765	8.0	100.0

\* 주 1: 1MYR - 0.24달러 기준(2019.06.28)

\* 주 2: 1달러 - 1157.90원 기준(2019.06.28)

\* 출처: 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In Malaysia(2018)」

1) 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In Malaysia(2018)」

□ 매장 수 기준, 말레이시아의 현대적 식품 소매채널에서 편의점이 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타남

- 2018년 말레이시아의 편의점 수는 전년대비 13.5% 증가한 4,761개로 집계되며, 최근 5년간 68.3%의 높은 성장률을 보임
- 아직까진 전통적 식품소매유통채널의 매장수가 6만 7,225개로 더 많으나 꾸준히 감소하고 있음

〈표 I -2〉 말레이시아 주요 식품 소매 유통채널 매장 수

(단위: 개, %)

소매 유통채널	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	최근 5년 증감률
1. 현대적 식품 소매채널	6,943	7,399	7,903	8,440	8,900	5.5	28.2
편의점	2,829	3,208	3,660	4,194	4,761	13.5	68.3
포코트 소매점	2,420	2,429	2,445	2,439	2,454	0.6	1.4
슈퍼마켓	1,298	1,335	1,349	1,364	1,380	1.2	6.3
하이퍼마켓	234	248	259	258	253	-1.9	8.1
할인점	162	179	190	185	52	-71.9	-67.9
2. 전통적 식품 소매채널	67,724	67,605	67,536	67,269	67,225	-0.1	-0.7
합 계	74,667	75,004	75,439	75,709	76,125	0.5	2.0

\* 출처: 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing In Malaysia(2018)」

## 2. 주요기업 및 위치

□ 말레이시아의 편의점 시장에서 가장 높은 비중을 차지하는 기업은 세븐일레븐이며 이 외는 주로 로컬 기업이 점유하고 있음

- 현지에서 가장 높은 점유율을 차지하는 브랜드는 세븐일레븐(미국)으로 2018년 기준 2,370개(49.8%)의 매장을 운영함
- 이 외, 말레이시아 현지 기업인 99 스피드마트, myNews.com, KK Super Mart가 높은 점유율을 차지하고 있음
- 최근 일본계 기업인 웨미리마트가 말레이시아에서 빠르게 시장을 확대하고 있음
  - 2016년 말레이시아에 진출한 웨미리마트는 3,950%의 매장 수 증가율을 기록하여 2018년 81개까지 확대함
  - 도시인구의 증가, 소비자들의 소비패턴 변화, 환태평양경제동반자협정(TPP) 가입에 의한 경제개방에 따라 웨미리마트는 말레이시아 편의점 시장의 잠재성을 확인하고 매장 수를 빠르게 늘리고 있음
- 또한, 2016년 필리핀 시장에 진출한 알파마트는 2개 매장을 오픈한 이래로 매년 평균 38개의 편의점을 개점함

〈표 1-3〉 말레이시아 주요 편의점 비중 및 매장 수 증감률(2016~2018년)

(단위: 개, %)

편의점 명(국가)	설립 및 진출년도	매장 수			2015/2018 증감률	비중
		2016	2017	2018		
세븐일레븐(미국)	1984	2,122	2,225	2,370	11.7	49.8
99 스피드마트(말레이시아)	1987	839	1,073	1,341	59.8	28.2
myNEWS.com(말레이시아)	1997	303	374	411	35.6	8.6
KK Super Mart(말레이시아)	2001	214	307	368	72.0	7.7
훼미리마트(일본)	2016	2	30	81	3,950.0	1.7
기타	-	180	185	190	5.6	4.0
합계	-	3,660	4,194	4,761	30.1	100.0

\* 주: 기타 - 패밀리마트, 마이 마이딘, 테스코 익스프레스, 마이딘마트 등

\* 출처: 유로모니터(Euromonitor), 각 편의점 브랜드 홈페이지

〈그림 1-1〉 말레이시아 주요 3개 편의점

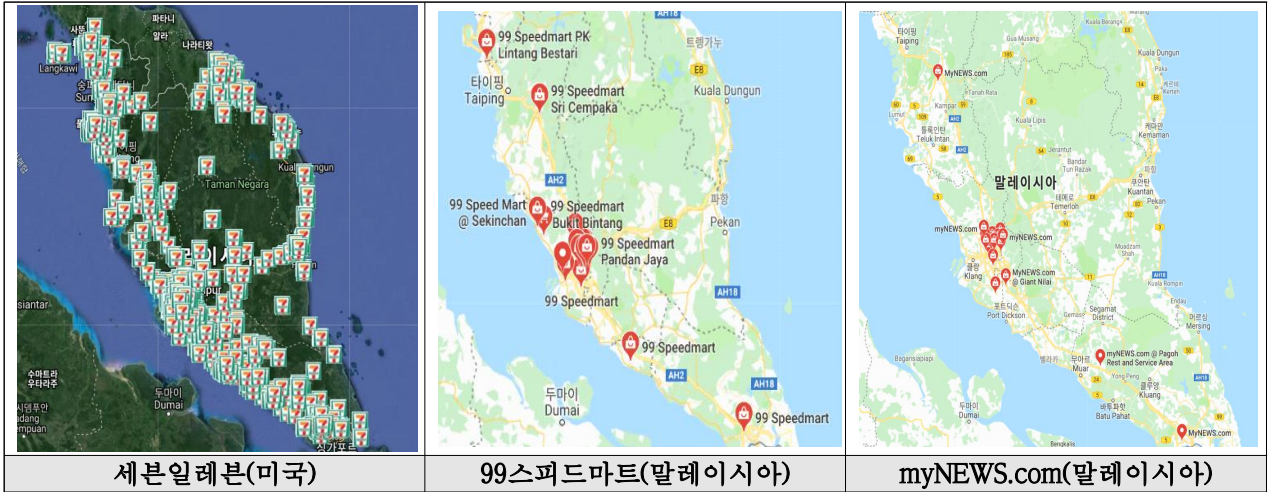


\* 출처: 세븐일레븐 사이트(www.7-eleven.com.my), yelp 사이트(www.yelp.com.my), myNEWS.com 사이트(www.mynews.com.my)

□ 말레이시아 내 편의점은 쿠알라룸푸르, 조호르 등 대도시에서 밀집됨

- 말레이시아 편의점은 주로 거주자가 밀집되어있는 대도시의 주택가나 남북도로를 따라 입점됨
  - 세븐일레븐의 경우, 국가의 중심에 위치한 타만 네가라 국립공원을 제외하고 전 지역에 분포되어있으며, 주로 쿠알라룸푸르에 집중됨
  - 이 외에 로컬 브랜드인 myNEWS.com 편의점과 99스피드마트의 경우, 쿠알라룸푸르와 남부지역인 조호르에서 집중적으로 매장을 운영하고 있음
  - 최근 말레이시아에 진출한 훼미리마트는 쿠알라룸푸르에 2개의 매점을 오픈하였으며, 이후 조호르 지역까지 확대하고 있음

<그림 I -2> 말레이시아 주요 3개 편의점 위치



\* 출처: 말레이시아 세븐일레븐([www.7-eleven.com.my](http://www.7-eleven.com.my)), 구글맵([www.googlemap.com](http://www.googlemap.com))

## II. 편의점 트렌드

### 1. 주요이슈

#### □ 말레이시아 소비자들의 라이프 스타일 변화에 따라 편의점 이용이 확대되는 추세임

- 빠른 도시화를 이루는 국가 중 하나인 말레이시아는 중산층 소비자들이 주요 도시에 거주하는 것으로 나타나며, 간편하게 식사를 해결하는 경우가 많음
- 특히, 점심시간이나 퇴근 후 간단하게 끼니를 때우는 소비자들이 편의점을 찾는 경우가 많으며 이에 따라, 현대식 식품 소매시장의 계속해서 성장하고 있음
- 집에서 요리하는 문화보다 조리된 식품을 구매하여 섭취하는 것에 더 익숙하기 때문에 즉석 조리식품, 간편식, 배달음식 수요가 확대되는 추세임
- 또한, 소비자들은 편의점에서 간단한 식사류나 스낵류를 구매하는 경향을 보임
- 이에 따라, 기존의 진출기업인 세븐일레븐과 새로 시장에 진출한 웨미리마트 등의 글로벌 기업의 확대가 이어지고 있음

#### □ 편의점은 점차 무현금 결제시스템, 무인매장의 도입을 추진하고 있음

- 말레이시아 사람들의 바쁜 라이프 스타일로의 변화로 인해 언제든지 방문 가능한 24시간 매장을 선호함
- 이에 따라 주요 편의점들이 운영시간을 확대하고 있으며 편리한 지불 방법 및 무인 매장 시스템을 갖춘 편의점이 늘어나는 추세임
- 이는 특히, 현지에서 적은 수의 매장을 운영하는 편의점을 중심으로 확대되고 있음
- Funmai이 말레이시아 최초로 무현금 결제시스템을 도입한 편의점으로 전자결제와 모바일 e-wallet 어플을 활용한 결제 시스템을 도입함
- 무인 매장 시스템은 Shell Malaysia가 최초로 도입했으며, 아이리스 페이의 E-콘셉트 스토어가 생기는 등 점점 무인매장이 확대되고 있음

<그림 II-1> 편의점 내 다양한 서비스



\* 출처: pokde 사이트(www.pokde.net), says 사이트(www.says.com)



□ 최근 비만문제로 인해 웰빙 다이어트 제품에 대한 관심이 증가하고 있음

- 말레이시아는 아세안 지역의 최대 비만국가이며 비만인구는 전체의 13.3%임
  - 현지 소비자들은 전통적으로 음식에 조미료, 향신료 등을 많이 넣어 먹으며, 어렸을 때부터 설탕이 함유된 음식과 음료를 주로 섭취함
    - 말레이시아 정부는 당뇨병 환자를 줄이기 위해 탄산음료에 세금을 부과하는 방안을 추진할 계획임
    - 말레이시아 국민 건강음료라 불리는 네슬레社의 ‘마일로’ 음료의 설탕 논란으로 최근 들어 건강에 대한 인식 확산이 고조됨
  - 이에 따라, 식생활 소비에 있어 중산층 소비자들을 중심으로 웰빙, 다이어트에 대한 인식이 점차 확대되고 있는 추세임
    - 주로 다이어트 간식, 신선 과일 및 야채 등의 신선식품 소비가 확산되고 있으며 대량 구매에서 품질 중심의 구매가 이뤄지고 있음

2. 인기제품

□ 체중관리의 일환으로 간단히 아침식사 대용으로 섭취할 수 있는 시리얼바나 곡물스낵이 인기임

- 다이어트에 대한 관심 확대와 더불어 맛벌이 가정 증가, 긴 노동시간 및 혼잡한 교통으로 인해 간편하고 빠르게 섭취할 수 있는 제품을 선호함
  - 세븐일레븐의 경우 네슬레의 피트니스 시리얼바를 독점적으로 판매하고 있으며, 딸기 맛, 초콜릿 맛 두 가지로 출시함
    - 아침식사 대용이나 식사 대체품으로 섭취하며 식욕억제와 포만감을 통한 체중관리의 일환으로 섭취함
  - 또한, 칼로리가 높지 않은 Julie’s Oat25 곡물스낵이 말레이시아 내 인기인 것으로 조사됨

<표 II-1> 편의점 내 판매되는 인기 제품

제품 이미지	제품 기본정보	제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 피트니스 시리얼바 · 기업명: 7-Eleven · 국가: 폴란드 · 가격: 0.63달러/1개 (한화 약 734원)		· 제품명: 줄리 오트25 쿠키 · 기업명: Julie’s · 국가: 말레이시아 · 가격: 2.0달러/1개 (한화 약 2,279원)

\* 출처: minimeinsight 사이트(www.minimeinsights.com),



### III. 시사점

- 말레이시아의 편의점 시장은 연평균 5.0%의 성장률을 기록하여 2023년까지 15억 4,644만 달러(한화 약 1조 7,906억 원)까지 성장할 것으로 보임
  - 2018년 기준, 말레이시아의 편의점 시장규모는 12억 1,221만 달러(한화 약 1조 4,033억 원)로 집계되며, 이후 꾸준히 성장할 것으로 보임
  - 현대적 식품 소매채널에서 편의점의 비중이 7.7%에 불과하지만, 빠른 도시화로 인한 소비패턴 변화, 소량의 잦은 식품구매 선호하는 소비자들의 증가로 인해 유망한 시장으로 떠오르고 있음
  - 이에 따라, 기존의 편의점 업체들이 매장을 빠르게 확대하고 있으며, 2016년 말레이시아 시장에 진출한 일본의 웨미리마트가 2022년까지 300개의 매장을 운영할 계획을 발표함<sup>2)</sup>
- 변화하는 라이프 스타일에 맞춤형으로 변화하는 편의점은 소비자들이 선호하는 식품 쇼핑 공간으로 발전할 전망이다
  - 말레이시아 소비자들은 편의점에서 간단한 식사류 및 스낵을 구입하거나 빠르게 끼니를 해결하며, 이에 따라 무현금 및 무인편의점이 확대되는 추세임
  - 매장 수가 적은 편의점을 중심으로 확산되고 있으며, 말레이시아에서 높은 점유율을 차지하는 세븐일레븐에서도 모바일 결제 시스템을 도입함<sup>3)</sup>
  - 무인편의점의 경우, 24시간 운영되는 형태이며 재고를 관리하는 직원 이외에 소비자의 쇼핑에 개입되는 인력이 없음<sup>4)</sup>
  - 또한 현지 중산층 소비자들을 중심으로 웰빙과 체중감량에 대한 욕구가 확대되고 있음
  - 말레이시아는 아세안 지역에서 최대의 비만국가로 꼽히지만 최근 소비자들의 인식이 변화하고 있음
  - 특히, 중산층 소비자들을 중심으로 설탕이 첨가된 식품보다 다이어트, 신선식품 등 인기를 끌고 있으며 이는 말레이시아 편의점 업계에 새로운 기회로 판단됨
- 웰빙 및 다이어트 스낵이 유망할 것으로 보임
  - 최근 체중관리를 목적으로 아침식사 대신 곡물스낵이나 시리얼 바를 섭취하는 소비자들이 확대되고 있음
  - 이에 따라, 주요 편의점 기업들이 다이어트 스낵 품목을 확대하고 있으며, 앞으로 접근성이 용이한 장점을 바탕으로 새로운 기회가 있을 것으로 판단됨

2) 인사이드 리테일 아시아([www.insideretail.asia](http://www.insideretail.asia))

3) 마케팅 인터랙티브([www.marketing-interactive.com](http://www.marketing-interactive.com))

4) 포커스 말레이시아([www.focusmalaysia.my](http://www.focusmalaysia.my))