# ■ 대만 소비자 편의점 중독 ■

**■ 1분기 대만 편의점 매출 전년 동기대비 5% 증가**

대만 경제부 통계에 따르면 코로나19의 영향으로 소매 부문의 전반적인 매출 감소에도 불구하고, 대만 편의점의 1분기 매출은 증가한 것으로 나타났다. 1분기의 전체 소매 판매는 0.6% 감소했으나 편의점의 1분기 매출은 전년 동기 대비 5% 증가한 847억 대만달러(한화 약3조 4,617억 원)를 기록했다.

편의점 업계는 전자 상거래까지 사업을 확장하여 코로나19로 인해 집콕 생활이 많아진 고객에게 온라인 판매 서비스를 제공했다. 1분기 온라인 판매는 25% 성장하여, 오프라인 매장의 성장률(4.7%)을 크게 앞질렀다. 비록 1분기 온라인 판매가 총 편의점 매출에서 차지하는 비율은 1.1%이지만, 전년 동기(0.9%)와 비교하여 증가한 수치이다.

그뿐만 아니라, 매장 수의 증가로 인해 분기 매출이 증가했다. 편의점 체인은 12월 말 11,465개 매장에서 2020년 3월 말 11,551개 매장으로 입지를 확대했다. (2020년 5월 기준, 11,717개)

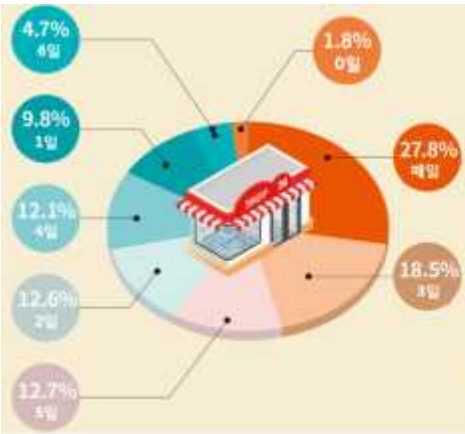
2020년 1분기에 편의점 매출은 전체 소매 판매의 27.3%를 차지했으며 이는 2019년 점유율 26.1%에서 증가한 수치이다. 반면, 코로나19의 영향을 받은 백화점 체인의 점유율은 2019년 27.9%에서 2020년 1분기에는 23.6%로 감소했다. 대만 통계부 자료에 따르면 편의점의 2019년 매출액은 전년 대비 3.1% 증가한 3,316억 대만달러(한화 13.5조원)를 기록했다. 최근 대만 소매점에서 편의점의 중요성은 점점 커지고 있다.

**■ 응답자의 98.2%가 주1 회 이상 편의점 방문**

식력(食力)이 2020년 5월 초 1,714명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 응답자의 45%가 일주일에 5~7일 편의점을 방문하며, 98.2%가 편의점에 주 1회 이상 방문하는 것으로 나타났다. 응답자의 27.8%가 매일 편의점을 방문한다고 답해 “편의점 중독 증후군”을 형성했다. 이는 편의점이 시장 점유율이 높은 소매 유통 채널일 뿐만 아니라 소비자의 선호도가 높다는 것을 보여준다.

■ **편리한 서비스를 제공하는 대만 편의점**

대만 편의점에서는 다양한 서비스를 제공한다. 식력(食力)의 조사 결과 편의점을 이용하는 주된 이유에는 편의점에서 판매하는 신선 식품(빵, 찻잎에 삶은 계란(茶葉蛋), 도시락 등) 구매가 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%) 순으로 나타났다. 식음료 구매 이외에 택배, 공과금 납부, 현금 자동 입출금기 사용과 같은 편의 서비스는 원래 서비스를 제공하는 기관의 영업시간이 제한적이지만 편의점에서는 24시간 이용할 수 있어 이용도가 높은 것으로 나타났다.




<일주일간 편의점 이용 비율>

<편의점에서 가장 자주 이용하는 서비스 5가지>

■ **가까운 편의점 선호, 편의점 브랜드 경쟁력 강화를 위해 자체 브랜드 상품 개발**

대만의 4대 편의점인 세븐 일레븐 (7-ELEVEN), 패밀리 마트 (Family Mart), 하이 라이프 (Hi-Life), 오케이 마트 (OK mart)가 제공하는 서비스는 크게 다르지 않다. 일반적으로 제품 판매, 택배 발송 및 수령 서비스, 공과금 납부 등과 같은 생활 서비스이다. 2020년 5월 5일 기준으로 세븐 일레븐은 대만 전역에 5,767개 매장을 운영하고 있으며 패밀리 마트 3,648개, 하이 라이프 1,460개, 오케이 마트 842개를 운영 중이다. 대만의 편의점 시장은 경쟁이 치열하며, 접근성과 해당 편의점에서만 구매할 수 있는 제품이 소비자의 선호도에 큰 영향을 미친다. 식력(食力)에서 실시한 가장 선호하는 편의점 브랜드에 대한 설문조사에 따르면, 세븐 일레븐(54%)와 패밀리마트(43%)의 선호도가 높았으며, 하이라이프와 오케이 마트의 선호도는 3%로 낮았다. 하이라이프와 오케이 마트를 선호한다고 답한 응답자의 선호 이유는 회사와 집 근처에 위치한 접근성이라고 답했다. 따라서 많은 매장 수를 가진 브랜드 즉 접근성이 높은 브랜드에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다.

■ **시사점**

대만의 편의점은 높은 접근성, 합리적인 가격, 간편함 등의 장점을 살려 소비자가 원하는 다양한 제품을 발 빠르게 공급하고 있어 현지 대만 소비자의 만족도를 지속적으로 높이고 있다. 성장하는 대만 편의점에 주목해 한국 농식품의 대만 시장 진출 전략을 세워 볼 수 있겠다.

■ **자료 출처**


1. Taiwan News, 「Taiwan Q1 convenience store sales up 5% amid COVID-19 outbreak」, 2020.05.16.
   www.taiwannews.com.tw/en/news/3935210
2. 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超商鮮食」, 2020.06.01.
   www.foodnext.net/issue/paper/5234460204
3. 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