

매장 내 식사까지 가능한 태국 편의점



최근 태국의 편의점 동향

자료 Marketing Coops

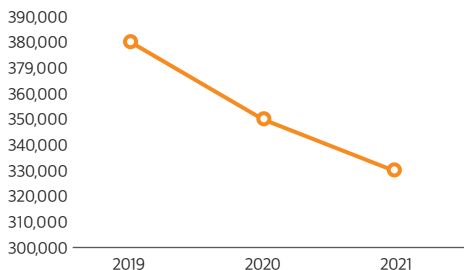
현재 태국 소비자들은 바쁜 현대인의 생활 패턴에 맞춘 소비 편의성 중심의 쇼핑문화를 즐기고 있어 이로 인해 편의점에 대한 의존도가 나날이 높아지고 있다. 이러한 소비자들의 라이프 스타일을 충족시키기 위해 많은 기업들이 편의점을 확장시키고 있으며 이에 따라 최근 편의점은 편의성에 중점을 둔 식음료 및 생활용품을 제공하는 기존의 '일반 편의점'의 형태를 벗어나 보다 다양한 브랜드 제품과 서비스를 제공하는 '슈퍼 편의점'으로 전환되고 있는 추세다.

태국 편의점 시장규모

코로나19의 영향으로 2021년 기준, 태국 편의점 시장규모는 전년대비 약 5% 감소한 3,390억 바트(한화 약 12조 2785억 원)로 나타났다. 태국 내 편의점은 현지 최대 식품기업인 CP All PCL이 보유한 7-Eleven 편의점이 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있다. 태국 내 편의점 시장의 성장률은 향후 5년간 연평균 5%로 전망되고 있으며, 2026년도에는 4,380억 바트(약 16조 원) 규모에 달할 것으로 전망되고 있다. 태국 내 편의점 브랜드 중 7-Eleven이 74%로 가장 높은 비중을 차지하고 있고, 그 뒤를 이어 Lotus's Go Fresh 11.1%, Mini Big C가 4.6%로 파악되었다. 그리고 기타 브랜드 편의점들이 5.9%의 비중을 차지하고 있다.

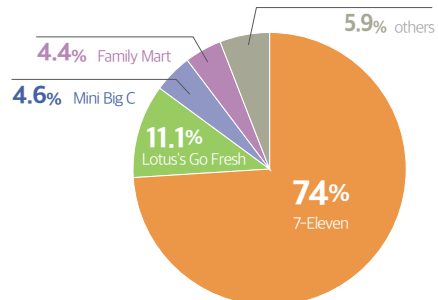
태국 편의점 시장규모

(단위: 백만 바트)



자료 Euromonitor

태국 편의점 브랜드별 비중



태국 내 편의점 이용 현황

태국의 빠른 도시화, 가구규모 축소, 근무시간 확대 등의 요인으로 생활 패턴이 빨라지고 있다. 이에 따라 접근성이 좋고 구매가 편리한 소형 매장(편의점 등)에 대한 수요가 증가하고 있으며 특히 이러한 수요는 편의점에서 충족되고 있는 것으로 보여진다. 2021년 7월 초 코로나19 재확산의 여파로 태국 내 29개 지역의 편의점 영업시간이 기존 24시간에서 새벽 5시부터 오후 8시까지로 제한되었지만, 식당 내 취식 불가 등 코로나19 확산을 방지하기 위한 정부 방역정책으로 현지 소비자들 사이에서 홈쿠팡 수요가 늘면서 편의점을 통한 포장 식품 구매가 급증했다.

더불어 정부의 이동제한 지침으로 소비자의 편의점 이용 또한 제한되자 이를 계기로 다양한 편의점 브랜드들은 병원, 백화점 등의 공공장소 그리고 방콕지역 주요 아파트 등에 식품 관련 자판기를 설치해 발 빠르게 대응하기도 했다.

이는 코로나19로 인한 사회적 거리두기 장기화 추세에 대응하고 장기적으로는 바쁜 현대 소비자들의 구매 편의를 향상시키는 것을 목적으로 하고 있다.

다양한 서비스를 제공하는 편의점

태국 내 가장 많은 매장을 보유한 7-Eleven은 식음료, 생활용품 판매 이외에도 각종 공공금 결제, 자동차보험, 모바일 충전 등 다양한 서비스를 제공하면서 지속적으로 매장 수를 확대하고 있다. 최근 7-Eleven은 매장 내 은행 업무 서비스를 추가하여, 매장 방문 소비자는 매장 내에서 최대 THB 20,000(약 600 달러)까지 입출금도 가능해졌다.

7-Eleven은 매장 내 식사 서비스를 제공하기도 한다. 일부 매장의 경우, 3층으로 구성되어 있어 1층은 24시간 편의점, 2층과 3층은 소비자들이 사용할 수 있는 식탁과 의자 그리고 화장실까지 설치·운영 중에 있다.



CP All PCL의 7-11 편의점 자판기



Siam Aungri 매장에 위치한 7-Eleven 식사 공간



1 Family Mart x Grab 프로모션



2 7-Eleven 배달 서비스

3 Lawson x Foodpanda 30분안에 무료배송 프로모션

태국 편의점 시장 전망

글로벌 시장조사 전문기관인 유로모니터에 따르면, 코로나19로 위축되었던 편의점 시장은 향후 기업들의 매장 확대 등과 함께 점진적인 회복세를 보일 것으로 기대하고 있다. 특히 여행객 입국 제한으로 인해 현지 관광산업의 더딘 회복세와 변이 바이러스 확산에 대한 우려로 2025년 이전까지는 코로나19 이전 수준의 매출에 도달하기 어려울 것으로 예상하고 있다.

코로나19 이후 편의점 업체들은 변화된 뉴노멀 생활방식에 대응해 음식 배달서비스 플랫폼과 협업을 통해 배달서비스까지 제공했다. Family Mart의 경우, 태국 대표 음식 배달서비스 업체인 Grab과 협업해 Grabmart를 운영하며 배달서비스를 제

공하고 있다. 이외 다른 편의점 업체들도 라인맨(LINEMAN), 푸드판다(Foodpanda) 등의 음식 배달서비스 플랫폼을 통해 배달서비스로 영역을 확장하고 있다. 7-Eleven은 별도로 자체 관련 플랫폼을 개발해 배달서비스를 제공하고 있는데 추후에는 사전 예약 주문도 가능한 기능도 탑재할 예정이다.

또한 최근 현지 소비자들이 코로나19 감염 위험 최소화를 위해 대형마트 대신 집 근처 편의점을 선호하면서 편의점에서도 이러한 소비 트렌드에 발맞춰 다양한 신선과일과 야채를 취급하기 시작했다. 앞으로도 편의점에서 제공하는 관련 제품은 확대될 것이며 이러한 소비 트렌드 역시 코로나19 이후에도 지속될 것으로 전망된다.

작성자 방콕지사 Suladda Kiadsungnoen(수랏다 키엇쑤넌)

Key Point

최근 태국 내 편의점은 단순히 식음료 판매뿐만 아닌 은행 업무, 보험, 항공권 예약서비스 등 일상생활에 필요한 서비스 창구로까지 영역을 확장하고 있으며 이를 통해 현지 소비자들의 니즈를 충족시키고 있다. 보다 더 많은 서비스를 제공하기 위해 현지 메이저 편의점들은 태국 소비자들의 소비 습관 등을 면밀히 분석 및 연구하며 소비자의 거주지 인근에서 다양한 서비스를 이용할 수 있는 시스템을 개발하는 등 최신 소비자 라이프 스타일 전반에 큰 변화를 선도하고 있다. 태국 뿐만 아니라 전 세계적으로 코로나19로 인해 편의점이 급속도로 진화하고 있다. 우리 기업도 이와 같은 변화에 맞춘 신속한 대응과 전략 수립이 필요할 것이다.