

라오스, 어려운 경제 속 외국계 유통기업의 점유율 확보를 위한 경쟁 치열

2023년 2월 12일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 어려운 경제 속 외국계 유통기업의 점유율 확보를 위한 경쟁 치열

- 라오스 통계청(LSB)에 따르면 '22.12월 라오스의 인플레이션은 동년 1월 대비 약 33% 상승한 39.27%로 치솟은 것으로 나타남
- 음료 등 식품 가격은 평균 45.3%, 의료장비 및 의약품은 42.1% 상승하였으며, 반면에 상업 운송 및 배달 비용은 11월 55.4%에서 12월 50.2%로 소폭 감소했음
- 원유 및 주요 식품의 단가 인상과 수입 물품에 대한 의존도가 높은 라오스의 높은 인플레이션 상승률로 인해 소비자의 소비심리 위축되는 등 경제에 큰 영향을 미치고 있음
- 이러한 실정에도 현재 라오스 내 57개 Big C Mini(슈퍼마켓)을 보유하고 있는 태국의 유통기업 Big C는 2026년까지 라오스에 하이퍼마켓 2개점 및 슈퍼마켓 245개점으로서의 확장을 계획하고 있음
- 또한, 대형유통매장인 D-Mart 4개점을 보유중인 중국·캐나다 계열의 유통기업은 라오스의 수도 비엔티안에 신규 개점을 계획하고 있음
- 이 외에도, '22년 말 한국의 현대 및 기아 자동차를 수입, 유통하는 기업인 코라오(현 LVMC 홀딩스)는 식품유통사업에 진출하는 등 현지에서 외국계 기업의 식품시장 점유율 확보를 위한 경쟁이 치열함
- 경제가 어려운 상황 속에서 이러한 현상은 펜트업 효과*(Pent-Up Effect) 및 보복소비(Revenge Spending)을 노린 사업 확장 또는 코로나19 이후 관광업 회복에 대한 기업들의 전략으로 볼 수 있음

* 펜트업 효과 : 억눌리고 있던 수요가 외부의 요인으로 인해 폭발적으로 증가하며 소비가 늘어난다는 의미로, 잘 알려져 있는 '보복 소비(Revenge spending)' 와 비슷한 용어.

○ 시사점

- 현재 라오스는 높은 인플레이션 상승률로 인해 고전을 면치 못하고 있는 상황이지만, 외국계 유통기업들은 향후 라오스 경제 회복 및 소비자의 구매력 회복에 따른 보복소비를 기대하고 있음
- 특히, 슈퍼마켓·대형 할인점·백화점의 형태가 결합된 대규모 하이퍼마켓과 유동인구가 많은 상권에 입점하는 슈퍼마켓이 대폭 확장될 예정으로, 이러한 동향을 주의 깊게 살펴본다면 한국 식품 수출업체의 유통 판로 확대 또한 가능할 것으로 보임

○ 출처

- Inflation in Laos Soars to its Highest Rate at 39.27 Percent in December. '23.1.6.
- BJC Big C Group reveals global ambition in five-year business plan. nationalthailand.