

■ 대만, 코로나19 확산으로 사재기 현상 발생 ■

■ 방역 모범국 대만, 코로나 확진자 급증

조기 방역에 성공했다고 평가받던 대만에서 5월15일부터 코로나19 확진자가 급증했다. 대만 정부는 확진자가 집중된 타이베이(臺北)와 신베이(新北) 지역에 3단계 거리두기 조치를 실시했으며, 지난 수요일(5월19일) 부터 전국적으로 확대했다. 이번 조치로 대만 전 지역에서 외출 시 마스크 착용이 의무화되고, 실내 5인 이상과 실외 10인 이상 사적 모임과 종교 행사, 체육관 등의 개방도 제한된다.

■ 코로나19 확산으로 불안한 소비자, 사재기 증가

5월 14일 코로나19 지역 감염 사례가 180건으로 증가하자 대만 당국은 타이베이와 신베이에 3단계 경보를 발령하고 5인 이상의 실내 모임을 금지했다. 이에 불안감을 느낀 대만 소비자의 사재기(panic buying)가 증가하자 대만 당국은 예방 차원에서 현지 소매 업체와 협력하여 고객 1인당 구매 제한을 설정하기도 하였다. 코스트코(Costco)는 생수, 화장지, 쌀, 소독제의 구매를 고객 1인당 1개로 제한했으며, 에이마트(a.mart)에서는 화장지와 마스크의 경우 1인당 1개로 제한하고 생수, 인스턴트 면, 통조림 식품에 대해 최대 구매량을 3개로 제한했다. 구매량 제한에도 불구하고 슈퍼마켓의 우유, 육류, 채소 및 통조림 식품의 선반은 직원들이 채움과 동시에 빠른 속도로 텅텅 비었다. 코로나19 확산 뿐만 아니라 가뭄·폭염도 사재기를 더 부추긴 것으로 보인다. 대만은 최근 들어 폭염과 56년 만의 가뭄으로 인한 전력난에 시달리고 있어 불안한 심리는 더욱 가중될 전망이다.



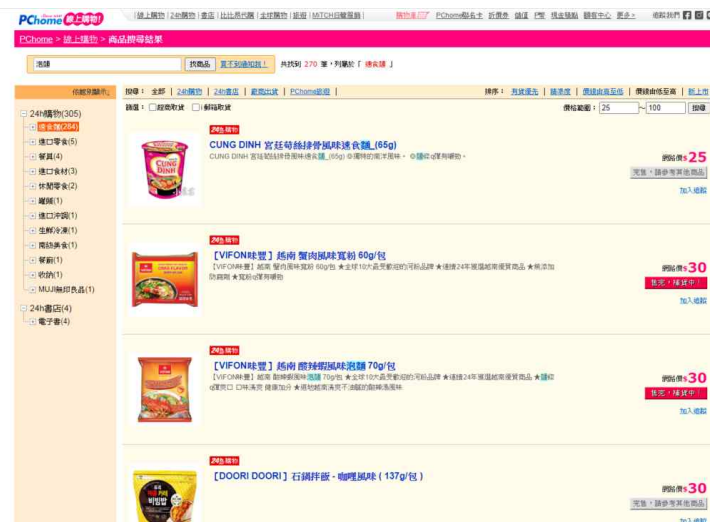
| 슈퍼마켓 입장을 위해 모여든 인파 |



| 구매를 위해 몰려든 소비자와 텅 빈 진열대 |

오프라인 매장뿐만 아니라 온라인 쇼핑 플랫폼에서도 사재기로 인한 품절 현상이 곳곳에서 나타났다. 대만 언론 보도에 따르면 피치홈 24(PChome 24h購物), 쇼피(蝦皮), 모모 온라인 쇼핑(MOMO購物網)과 같은 주요 온라인 쇼핑 플랫폼에서도 한 동안 대부분의 라면과 쌀 제품의 경우 “품절·재입고 중(售完補貨中)”이었으며, 온라인 쇼핑몰의 트래픽 수는 코로나19 확산 전에 비해 2배 증가했으며, 라면, 쌀, 통조림 식품 및 마스크, 소독제, 화장지와 같은 위생 용품의 검색량은 평일 같은 기간에 비해 70배 이상 증가한 것으로 나타났다.

대만 농업 위원회(農業委員會)는 대만에서 국내 코로나19 감염사례가 증가하기 시작한 5월 11일부터 전자 상거래 운영 업체의 판매가 50% 급증했다고 보고했으며, 주요 판매 상품으로는 냉동 만두, 냉동 피자, 쌀, 인스턴트 면, 통조림 등 장기 보관 식품인 것으로 나타나 소비자의 불안감을 나타냈다.



| 온라인 쇼핑몰에서 한동안 품절된 라면 제품 |

■ 대만 정부는 국민 안정을 위해 적극적으로 대응

대만에서 코로나19의 국내 감염으로 불안감을 느낀 소비자들의 사재기가 목격되자 대만 농업 위원회(農業委員會)는 페이스 북을 통해 쌀, 농산물, 수산물, 축산물 등의 구체적인 재고량을 언급하고, 창고에 쌓인 충분한 재고량을 공개하며, 대중들을 안심시키기 위해 적극적으로 나섰다. “대만 국민들이 6개월 동안 먹기에 충분한 식품 재고를 보유하고 있다.”고 거듭 강조하며 사람이 붐비는 시장, 마트 등의 외출을 줄이고 사재기를 자제할 것을 권고했다. 또한 농업 위원회는 더욱 안정적인 공급을 확대하기 위해 더 많은 생산자와 전자 상거래 운영자를 직접 연결하는 등의 노력을 강화해나간다고 밝혔다.



| 대만 농업위원회에서 소개한 농수산 식품으로 가득 찬 창고 전경 및 재고수량 |



| 대만의 농수산물식품의 수요와 공급을 자세히 소개하며 6개월간 수요에 대한 재고가 충분함을 홍보 |

■ 3단계 경보 발령 이후 외식 업계 비즈니스 감소

판매 시점관리시스템(point of sale (POS) system)을 기반으로 비용 및 운영 분석 제공 관리 서비스 업체인 “iCHEF F&B POS”의 자료에 따르면, 5월 15일 타이베이와 신베이에 3단계 거리두기 조치가 실시된 이후 두 도시의 식당 매출이 급감했다. 불과 일주일 전과 비교하여 타이베이와 신베이에 위치한 2,900개 식당의 거래량은 67%, 수익은 47% 감소한 것으로 나타났다. “iCHEF F&B POS” 관계자는 말레이시아와 싱가포르의 사례를 인용하면서 “코로나19로 인한 사회적 거리 두기 조치가 시행될 경우 음식 배달과 테이크 아웃(take out)의 수요가 급증할 가능성이 높다. 그러나 고가의 음식보다는 저렴한 음식의 테이크 아웃 수요가 더욱 높다. 싱가포르에서는 2020년 4월7일에서 7월 1일까지 테이크 아웃을 제공하는 식당 수는 눈에 띄게 증가했지만, 수익과 거래량은 전년 대비 각각 44%, 28% 감소했다”고 설명했다.

또한 “iCHEF F&B POS”의 관계자는 “iCHIEF 앱이나 웹 사이트를 통해 음식을 판매하는

대만의 레스토랑 수는 지난 주말 이후 10배 증가했으며, 이는 대만의 외식업계에서도 코로나19의 영향으로 디지털 전환(digital transformation)을 겪고 있다는 신호이다. 대부분의 소비자는 테이크 아웃 및 배달을 제공하는 식당을 온라인으로 검색하는 경향이 높으므로 이에 대비해야 한다.”고 전했다.

한편, 맥도날드(McDonald's)는 5월 17일 대만에서 코로나19 사례가 급증하는 가운데 고객과 직원의 건강을 보호하기 위해 5월 28일까지 대만 북부 주요 도시의 모든 매장에서 매장 내 식사 서비스를 중단한다고 발표했다. 해당 기간 동안 테이크 아웃과 배달 서비스는 계속 제공될 것이라고 덧붙였다.

■ 시사점

대만의 코로나19의 확산으로 한동안 대만 소비자의 식생활과 소비습관에 변화가 생길 전망이다. 코로나19 확산 기간 동안 한국산 간편 조리식품, 간식류(과자, 음료 등), 김치류, 인삼류, 소스 제품 등의 장기 보관 식품 수요가 증가할 전망이며, 외식 업계의 수요가 높은 식재료의 경우 수요가 감소할 전망이다.

■ 자료원

1. Focus Taiwan, 「CORONAVIRUS/Measures launched to curb panic buying amid COVID-19 surge」, 2021.05.16.
2. Focus Taiwan, 「CORONAVIRUS/Council of Agriculture assures ample food supplies」, 2021.05.16.
3. hket, 【台灣疫情】台網店防疫物資搜尋量增逾70倍 杯麵及米被掃清, 2021.05.16.
4. Focus Taiwan, 「CORONAVIRUS/McDonald's and local gourmet group ban dining-in amid COVID surge」, 2021.05.17.
5. Apple Daily, 「COVID flare-up spurs long queues, panic buying at Taiwan stores」, 2021.05.16