



Malaysia

말레이시아사무소

급변하는 외부환경으로 식품 배달 서비스 무한 성장

간편한 배달 앱 사용 매년 증가추세

말레이시아 소비자들은 요즘, 교통체증과 주차난으로 인해 외식을 지양하는 한편 번거로운 홈 쿠킹의 대안으로 도심 지역을 중심으로 온라인 배달 서비스를 즐겨 찾고 있다. 음식 배달 서비스에 대한 지속적인 수요로 배달 서비스 업체와 파트너 십을 맺은 식당들의 판매량이 늘어나고 있으며 배달 주문은 전체 음식 판매량의 30~40%를 차지하고 있다.

주 소비층은 구매력을 갖춘 젊은층(18세~35세)이며 음식과 함께 커피, 밀크 티와 같은 음료에 대한 주문수요도 높아지는 추세다. 커피의 경우, 2019년에 가장 빠른 성장세를 보인 품목이다.

구글과 테마섹(Temasek, 싱가포르 국영투자회사)에 따르면 2025년까지 동남아시아에서 Grab Food의 시장 규모는 약 8억 달러를 넘어 설 것으로 예상된다.



| Grab food 배달 서비스 현장 |



| 서비스가 가능한 매장에 부착된 스티커 |

블루오션으로 떠오르는 건강식과 신선식품 배달 서비스

소비자들의 다양한 니즈를 충족시키기 위한 업체들의 사업 확장 및 투자 역시 증가 중이다. Food Panda는 쿠알라룸푸르 이외 8개의 주와 동 말레이시아(사바, 사라왁)로의 확장을 목표로 18,000개 이상의 음식점과 제휴를 맺고 8,000명의 배달가능 인력을 확보하고 있으며, 건강식은 Grab food 앱 내 '조회수가 가장 높은 음식 순위' 10위 이내에 들어있어 수요를 놓치지 않기 위해 다양한 음식점들과 연계해 사업을 펼치고 있다.

한편, 인터넷 통신망 확장과 핸드폰 사용 대중화로 인해 앱 사용 접근성이 높아짐에 따라 신선식품 배달 공급시장도 확장세를 보이고 있다. Shopee는 올해 3월부터 쿠알라룸푸르 클랑밸리 지역(쿠알라룸푸르, 슬랑오 주, 푸트라자야 일부 지역)에 야채와 해산물 등을 포함한 신선식품에 대한 시범 배달을 실시하면서 로컬 업체들과의 협업을 통해 신선함과 가격 경쟁력을 어필하며 세를 확장하고 있다.

Happy fresh는 50개의 슈퍼마켓과 TESCO, AEON, VILLAGE GROCER, COLD STORAGE 등과의 계약을 맺고 신선제품과 식료품을 배달 중이다.



| 신선제품을 배달하는 Happy Fresh |



| 다양한 메뉴를 제공하는 온라인 배달 서비스 |

코로나19 여파로 온라인 배달 서비스는 더욱 활황

이런 사회 분위기에 더해, 코로나 바이러스의 확산이라는 새로운 환경이 더해지면서 많은 사람들이 사회활동을 자제함에 따라 온라인 배달 서비스를 더욱 애용하는 추세다. 전염 우려 때문에 비접촉 배달(contactless delivery)이 일상화되고 있어, Grab food 음식배달 서비스 사용량은 폭발적인 데다, 자체 프로모션을 통한 가격 경쟁력 확보로 최근 2년 중 올해 1~2월 가장 많은 배달 양을 기록했다.

Key Point

향후 온오프라인 연계한 마케팅이 주효할 것

온라인 배달 서비스는 1인당 국민소득증가, 젊은 층의 구매력 향상, 식료품에 대한 지출 증가로 향후 성장가능성이 매우 높은 분야다. 말레이시아 현지의 음식 배달 핵심지역은 쿠알라룸푸르를 중심으로 한 클랑밸리(Klang Valley) 지역으로 온라인 총 거래액의 30%가 이루어지고 있기에 구매력이 높은 도시권역을 공략하는 것이 중요하다. 또한 Shopee, Lazada 등 온라인 쇼핑물 시장에서 온라인과 오프라인을 결합한 옴니채널(O2O)을 통해 식음료 판매에 대한 투자가 급증할 것으로 예상되어 향후 한국농식품의 현지 시장에 접근 시 중요한 마케팅 포인트가 되고 있다.