

높은 잠재력으로 거듭 성장하고 있는 전자결제시장

자카르타지사



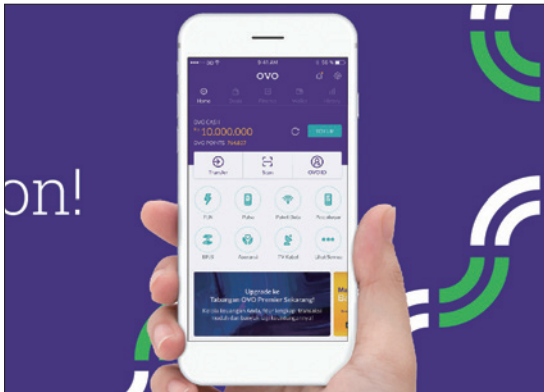
인도네시아 최대 온라인 쇼핑 페스티벌, Harbolnas

- 인도네시아 전자상거래업체들이 개최하는 '전국 온라인 쇼핑의 날(2018 National Online Shopping Day, 이하 Harbolnas)'이 지난 2018년 12월 11~12일 양일간 열렸다.
- 이틀간의 행사기간 동안 거래된 금액은 총 6조 8,000억 루피아(약 5,430억 원)에 달했다. 당초 목표 거래액이었던 7조 루피아(약 5,579억 원)에는 미치지 못했지만, 2017년도 거래 총액인 4조 7,000억 루피아(약 3,746억 원)보다 45% 가량 상승한 수치다.
- Harbolnas 조직위원회 인드라 위원장은 2018 Harbolnas의 총 거래액 중 46%에 해당하는 3조 1,000억 루피아(약 2,471억 원)가 로컬상품 거래액이었다고 밝혔다.

- 2018 Harbolnas에는 총 300개의 업체가 참가했으며, 매출 1위는 싱가포르계 온라인 쇼핑몰 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia), 2위는 중국계 온라인 쇼핑몰 징둥닷컴(JD.COM)으로 나타났다.



Harbolnas 로컬상품 프로모션 이미지



오보 어플리케이션 화면



GrabBike & OVO 연말 서프라이즈 프로모션 이미지

이용자 1억 명을 돌파한 전자결제서비스, 오보

- 인도네시아의 대기업인 리포(Lippo)그룹 산하의 전자결제서비스 ‘오보(OVO)’가 소비자들 사이에서 큰 인기를 끌며 출시 1년 만에 400%의 성장률을 보였다.
- 2017년 8월에 서비스를 시작한 오보의 누적거래건수는 약 10억 건이며, 이용자 수는 1억 1,500만 명에 달한다. 오보 이용자의 77%는 자카르타 수도권 지역에 거주하고 있다.
- 오보는 현재 인도네시아 내 303개 도시에서 배차 어플리케이션 그랩(Grab)과 함께 다수의 전자상거래 업체, 소매업체 등과 제휴를 맺고 있다. 오보는 중소기업과의 제휴확대에 주력하고 있으며, 현재까지 제휴를 맺은 중소기업은 18만개에 달한다.

전자결제할인, 온라인쇼핑 이벤트 활용 필요

- 인도네시아 온라인시장의 규모는 2018년 기준 12억 2,000만 달러(약 1조 3,754억 원)로 동남아시아에서 가장 큰 온라인시장으로 꼽힌다. 또한, 연간 스마트폰 판매량이 4,000만 대에 육박할 정도로 스마트폰 이용률이

높은 편으로 인도네시아의 전자결제시장은 높은 잠재력을 보유하고 있다.

- 각종 외식업체, 편의점을 비롯하여 대형쇼핑몰에 입점된 업체 90% 이상이 오보, 고페이 등의 전자결제서비스를 도입하고 있다. 이러한 전자결제서비스들은 할인 또는 캐시백 프로모션을 다양하게 진행하고 있어 식품업계 소비증진에도 많은 영향을 미치고 있다.
- 전자결제, 온라인쇼핑 등을 이용하는 소비자들이 증가하면서 온라인쇼핑 이벤트 또한 늘어나고 있으며, 이를 적극적으로 활용하는 소비자들이 증가하는 추세다. 따라서 식품의 경우에도 전자결제할인, 온라인쇼핑 이벤트 등을 활용한 홍보전략이 필요할 것이라 판단된다.