

인도네시아, 온라인과 배달 플랫폼이 대세

매장에서 식품 구매를 꺼리는 인도네시아 소비자

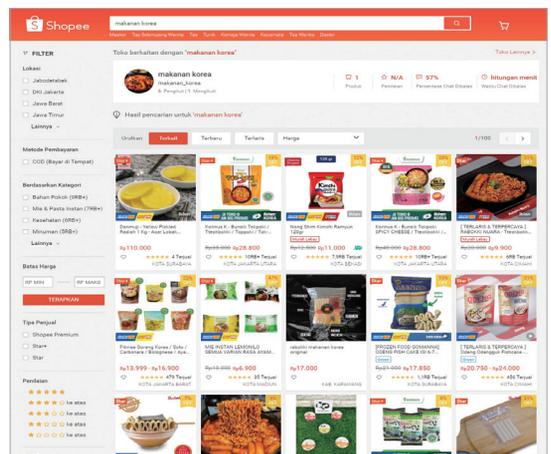
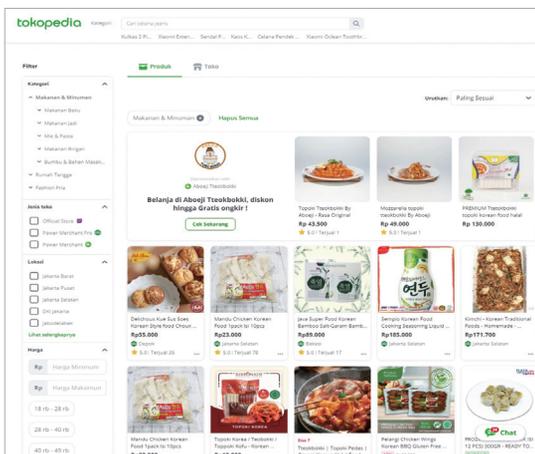
인도네시아에서는 작년 5월 최초 확진자가 발생한 이후 현재까지 코로나19로 인한 상황이 나아지지 않고 있으며 2021년 6월 평균 일일 확진자 수 약 6,500명을 기록하고 있다. 정부는 코로나19 감염 억제를 위해 사회활동 제한조치(PPKM Mikro)를 시행 중이며 코로나 발생 초기부터 소핑몰 영업시간 축소, 방문객 수 50% 제한, 식음료 업소 50% 이내 매장 손님 수용, 엄격한 위생수칙을 적용하며 경우에 따라서는 포장판매(Take Away) 및 배달서비스만 허용하는 등의 조치를 취하고 있다.

이러한 정부방침과 감염 우려로 인해 소비자들은 식당, 유통매장 등에서 오프라인 구매보다 온라인 쇼핑몰과 배달 플랫폼을 통해 식품 구매를 선호하고 있는 추세다.

인도네시아 온라인쇼핑몰 현황

인도네시아 내 온라인쇼핑몰의 전체 매출액 대비 식품류 매출 비중은 2018년 3.5%에서 2020년에는 6.5%로 코로나19 영향을 받은 2020년에는 전년 대비 2배에 달하는 상승률을 보이고 있다. 2020년 기준 약 281억 달러의 인도네시아 온라인쇼핑몰 시장은 토코페디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부카라팍(Bukalapak), 라자다(Lazada), 블리블리(Blibli) 등의 업체가 치열한 경쟁을 벌이고 있으며 그중 토코페디아와 쇼피 두 업체가 점유율 56.3%로 시장을 양분하고 있다.

인도네시아 최대 일간지 Kompas의 Tokopedia 대외소통 담당 Etkal에 따르면 코로나19 유행으로 인한 펜데믹 기간 동안 식품 판매량이 2019년 대비 3배로 늘었고 떡볶이 등의 한국 인기품목 중심으로 한국식품 매출은 5배 가량 증가하는 등 한국식품 카테고리 가 쇼핑몰 전체 식품 판매량 순위 2위를 기록한 것으로 드러났다.



○ 인도네시아 대표 쇼핑몰 '토코페디아'와 '쇼피' 식품판

인도네시아 온라인 쇼핑물 식품류 매출 비중 (단위 : 백만 달러)

구분	2018년	2019년	2020년
전체 매출	9,930	17,420	28,110
식품류 매출	350	590	1,320
식품류 매출 비중	3.5%	3.3%	6.5%

자료 유로모니터

인도네시아 식당 배달 및 테이크아웃 주문 비중

구분	2018년	2019년	2020년
배달 비중	5.3%	9.5%	22.3%
테이크아웃 비중	4.6%	4.6%	14.5%
배달 + 테이크아웃	9.9%	14.1%	36.8%

자료 유로모니터

인도네시아 배달플랫폼 현황

인도네시아는 외식문화와 저렴한 인건비의 영향으로 온라인 음식 배달플랫폼이 활성화되어 있다. 그렇기때문에 인도네시아의 2020년 배달플랫폼시장 총 매출은 동남아 최대인 37억 달러를 기록하며 2위인 태국(28억 달러) 및 3위의 싱가포르(24억 달러)보다 크게 앞서 있다.

CLSA Indonesia의 분석가인 Jonathan Mardjuki에 따르면 CLSA가 실시한 설문조사 결과 2020년 한해 동안 인도네시아 소비자의 배달앱을 통한 주문이 70% 증가했다고 밝히며 또한 “코로나19의 영향으로 배달앱을 통한 식사는 인도네시아 소비자들에게 일상이 되었고 직장인, 주부, 학생 등 다양한 연령층

이 골고루 이용한다”고 덧붙였다.

유로모니터의 조사에 따르면 인도네시아 내 전체 식당 주문 중 배달 및 테이크아웃 주문 비중은 2018년 9.9%에서 2020년 36.8%로 코로나19 확산으로 인해 2019년 대비 2.6배 증가했는데 전체 식당 이용객의 1/3 가량이 코로나19 감염 부담으로 인해 음식 주문 시 배달플랫폼을 이용하는 것으로 추측할 수 있다.

이런 추세에 따라 최근에는 인도네시아 대표 배달플랫폼인 고푸드(GoFood)에 등록하는 한식당이 많아졌고 이제 따라 ‘KOREAN FOOD’카테고리가 별도로 신설되는 등 한국식품 및 한식당 업계도 최신 트렌드를 반영하며 변화하고 있다.



① 인도네시아 대표 배달플랫폼 ‘고푸드’ 앱에 등록된 KOREAN FOOD 카테고리 및 한식당 목록

자료 직접캡처

Key Point

코로나19 팬데믹 이후 소비자들 사이에는 외식 및 외출을 줄이고 온라인 쇼핑과 가정 내 주문을 선호하는 소비 패턴이 자리 잡았다. 한국식품의 품질과 안전성을 신뢰하는 현지 소비자들과 이러한 추세에 맞춰 업계의 냉동식품 및 가전간편식 보급 확대로 5월 말 기준 인도네시아로의 한국식품 수출액이 118.3백만 달러를 기록하며 지난해 동기대비 41.6% 증가하였으며 코로나19가 장기화 예상에 따라 수출이 증가할 것으로 전망된다. 또한 배달앱을 통한 수출확대 가능성이 있어 홍보, 마케팅 등을 통해 진출을 위한 노력을 할 수 있다.