



인도네시아 온라인 & 외식시장 트렌드

온라인시장 동향

인도네시아의 오프라인 소매 유통채널과 온라인 소매 유통채널은 상호 보완적인 관계에 놓여있다. 코로나19의 확산에 의해 쇼핑몰과 식품매장이 문을 닫거나 영업이 제한되면서 온라인 소매유통이 활성화되었다. 유로모니터에 따르면 인도네시아 내 온라인 쇼핑물의 전체 매출액 대비 식품 매출 비중은 2018년 3.5%에서 코로나19 영향을 받은 2020년에는 6.5%로 전년대비 2배 증가한 수치를 나타냈다.

전자상거래 이용률

2017년 26.5%에 불과하였던 전자상거래 이용률이 3년 후인 2020년에는 두 배 가까이 성장하여 50%를 넘어서게 되었다. 전자상거래 이용자는 지속적으로 늘어나 3년 후인 2023년에는 성인 인구의 70%가 전자상거래를 이용하게 될 것으로 예상되고 있다.

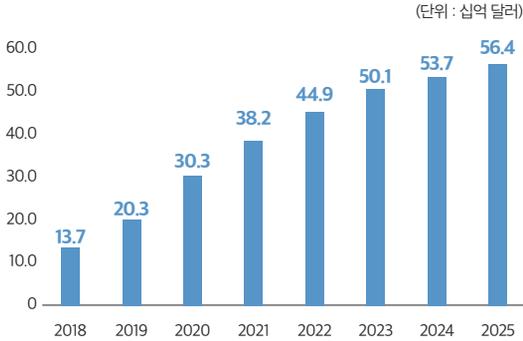
인도네시아 전자상거래 이용자 및 비율

(단위 : 백만 명)

구분	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*
이용자	70.1	93.4	118.8	138.1	158.7	178.9	196.5
비율(%)	26.5	34.9	43.9	50.5	57.4	64.1	69.7

자료 Statista 비교 : * = 추정치

인도네시아 전자상거래 시장 규모



자료 Statista 비교 : (2021~2025)추정치



전자상거래 이용자가 급속히 늘어난 것에 힘입어 시장규모 역시 매년 30% 이상 성장하여 2020년에 30억 달러에 이르렀다. 5년 후인 2025년에는 현재의 두 배에 가까운 56억 달러의 시장으로 성장할 것으로 예상되고 있다.

배달서비스 유통채널 변화

인도네시아는 외식문화의 발달과 저렴한 인건비 등의 영향으로 음식배달 대행 온라인 시스템이 활성화 되고 있다. 인도네시아의 음식배달 대행서비스는 그랩푸드(Grab Food)와 고푸드(Go Food)가 가장 유명하며 각각 53%와 47%의 시장 점유율을 차지하며 시장을 양분하고 있다.

기존의 온라인쇼핑 플랫폼을 중심으로 배차 및 배달 플랫폼의 옴니채널화를 통해 온·오프라인 구매, 결제, 배송 등의 종합서비스를 제공하는 플랫폼이 늘어나고 있는 추세다. 이러한 옴니채널화 움직임의 하나로 2021년 5월 17일 배달대행만 하던 고젝(Gojek)과 1위 온라인 쇼핑 플랫폼인 토크피디아(Tokopedia)는 합병을 추진하여 '고투 그룹(GoTo Group)'이라는 지주사를 설립하며 온라인시장으로 그 범위를 더욱 확대할 것으로 전망되고 있다. 인도네시아 최대의 온라인쇼핑 플랫폼인 쇼피(Shopee)도 쇼피푸드(Shopee Food) 서비스 확장을 통해 온라인 식품배달 대행산업에 진출했다. 이를 통해 서비스 별로 분리되어 있던 기존의 플랫폼과는 차별화된 옴니채널은 온·오프라인에 걸쳐 고객 맞춤형 서비스를 제공할 수 있다는 장점이 있다는 것을 알 수 있다.

코로나19로 인해 식당의 영업시간이 제한되자 음식 배달서비스시장이 늘어나게 되었다. 배달서비스를 통해 고객이 주문하는 주요 음식군은 현지음식과 패스트푸드가 가장 많으며 한국음식이 포함된 아시안 음식은 23%의 비중을 차지하고 있다.

2020년 들어 배달앱의 시장점유율이 급격히 늘어나자 한국 식당들도 인도네시아 대표 배달플랫폼인 고푸드(GoFood)에 등록하기 시작하였고 이제 따라 'KOREAN FOOD' 카테고리도 별도로 신설되는 등 한국식품 및 한식당 업계도 최신 트렌드를 반영하며 이에 발맞춰 변화하고 있다.

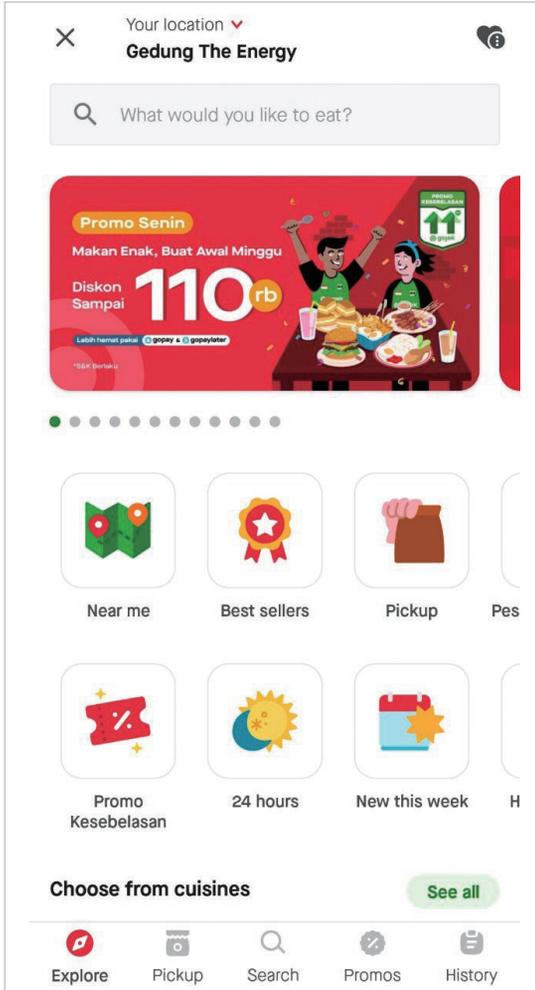
2020년 배달 앱으로 주문하는 주요 음식군

(비율 : %)

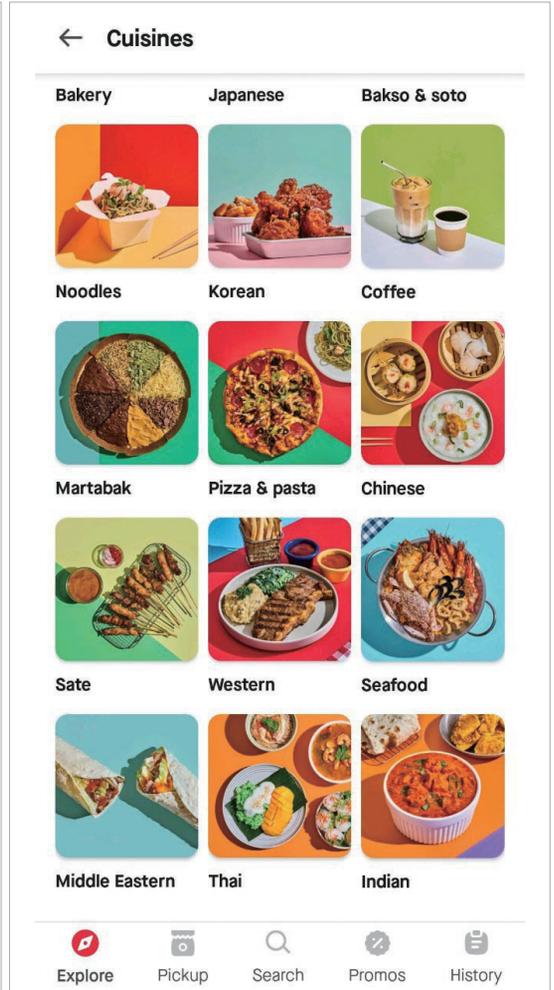
현지 음식	패스트푸드	버블티 및 각종 차	스낵류	커피류	케이크 및 디저트	아시안 음식	서양 음식	주류	기타
74	64	30	28	28	25	23	17	3	1

자료 Rakuten Insight

인도네시아 대표 배송대행 어플 ‘고젝-고푸드’



⊙ 한국식품 카테고리



⊙ 고푸드 첫 페이지

자료 고푸드 어플

코로나19의 영향으로 외식에 제한을 받자 고객들은 점차 테이크아웃형태의 포장과 배달을 많이 선호하기 시작했다. 유로 모니터의 조사에 따르면 인도네시아 내 전체 식당 주문 중 배달 및 테이크아웃 주문 비중은 2019년 14.1%에서 2020년 2.6배 늘어난 36.8%로 증가하였다. 전체 식당 이용객의 36.8%가 코로나19 감염 부담으로 인해 음식을 테이크아웃 하거나 배달 서비스를 통해 이용하고 있다.

인도네시아 식당 매출 중 배달 및 테이크아웃 주문 비중 (비율 : %)

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

자료 Euromonitor

작성자 자카르타지사 한태민

Key Point

코로나19 팬데믹 이후 온라인 유통시장의 급격한 변화와 소비자들의 구매 패턴 변화가 가속화되고 있다. 온라인 식품시장과 배송시장이 점차 활성화됨에 따라 변화한 시장 및 소비자 트렌드 파악을 통해 포스트 코로나 현지 시장 진출을 위한 전략 수립이 필요할 것으로 사료된다.