

2022년 호주 전자상거래 판도 변화

코로나19 이후 활성화된 호주의 전자상거래

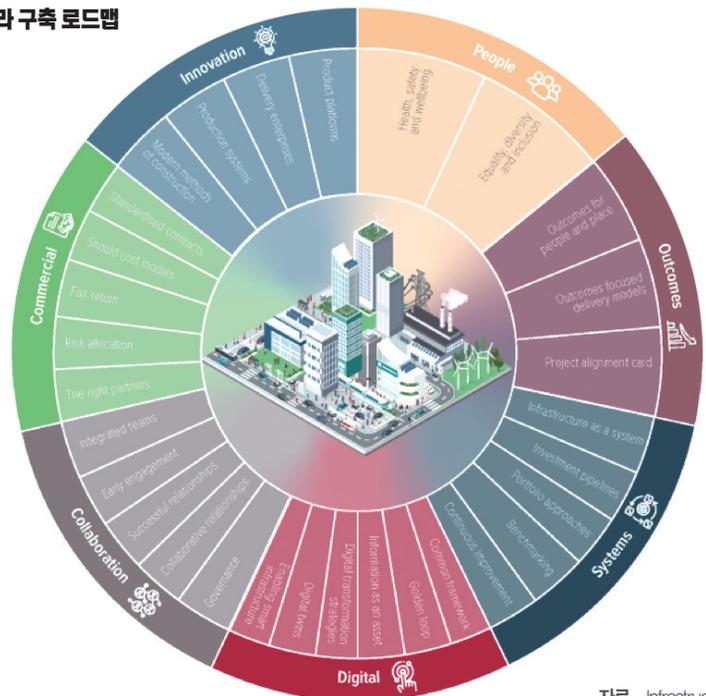
'21년 기준, 호주의 인터넷 사용자는 2,282만 명으로 전체 인구의 약 90%에 해당되며 코로나19 봉쇄가 시작된 2020년 3월부터 8월 사이 90만 가구 이상이 처음으로 온라인쇼핑을 시작한 것으로 조사되었다. 세계적으로 이커머스가 성장한 국가들과 비교해 호주 소매시장 내 이커머스 점유율은 낮은 편이지만 전 세계적으로 가장 높은 전자상거래 성장률을 기록하고 있어 잠재력이 높은 시장으로 전망된다. 주요 온라인 유통채널로는 ebay, Woolworths, Amazon, Coles, Danmurry's이 있으며 그중 Woolworths와 Coles의 식품 매출 규모는 80%로 매우 높은 비중을 차지하고 있다. 3PL(3rd Party Logistics) 위탁 판매 서비스를 제공하는 현지 셀러 등을 통해 수출 시에는 크로스보더(cross-border)로 해외 배송하는 것보다 비용이 저렴하며, 호주 국내에서 발송되기 때문에 빠른 배송을 보장받을 수 있다는 장점이 있다.

물류 인프라 구축 및 물류 시스템 개선

최근 호주 정부는 물류 산업과 연결된 인프라를 건설하고 생산성과 효율성 증대를 위해 자동화를 비롯한 사물인터넷, 데이터 분석 기술 등 첨단기술을 접목시켜 이커머스시장에 걸맞는 새로운 물류, 배송시스템 구축을 계획하고 있다. 여러 온라인 유통채널은 다양한 배송 옵션을 제공하여 고객 서비스를 증대하며 반품 및 환불 비용을 감소시키는 모습이다.

① **Australia Post** : Australia Post Collect & Return 서비스를 출시해 슈퍼마켓, 약국, 백화점, 쇼핑센터 및 은행 등 3,500개의 소매점 네트워크에 추가하여 소비자가 자신에게 적합한 장소에서 온라인쇼핑을 픽업(또는 반품)할 수 있도록 하고 있다.

호주 물류 인프라 구축 로드맵



② **Woolworths** : 애플을 다운받아 픽업 서비스가 가능한 지역인지 파악한 후, 주문하여 직접 픽업하고 있다.(Click & Collect에서 Pick up으로 명칭 변경)

③ **Amazon** : 매월 6.99 호주 달러를 결제하면 Prime service에 가입할 수 있으며 구입일 이후 2일 내 무료 배송하고 있다.

온라인 결제수단의 다양화

글로벌데이터에 따르면, 호주 전체 전자상거래 매출의 37.2%는 카드결제로 이루어지며 PayPal, POLi, Afterpay 및 Apple Pay와 같은 대체 결제수단은 총 전자상거래 매출의 43.3%를 차지한다. Afterpay는 전체 호주 이커머스 결제의 5.6%를 차지하고 있으며 호주인 580만 명이 Afterpay, Zip, Openpay 등과 같은 BNPL² 계좌를 가지고 있다. BNPL에 대한 소비자들의 수요가 지속적으로 증가하면서 Myer, David Jones 백화점, Target, BigW, Kmart 등의 대형 유통사의 온라인 사이트부터 eBay, Amazon 전자상거래 업체까지 결제 옵션으로 제공하고 있다.

소셜커머스시장 성장에 따른 디지털 마케팅의 중요성

호주의 Z세대(Gen Z: 1997년~2012년생 세대)와 그 앞인 밀레니얼(Millennials: 1981~1996년생, Y세대)세대가 소셜커머스³ 소비를 주도하고 있으며, 팬데믹 기간 중 늘어난 온라인 서핑 시간도 소셜커머스 시장의 성장에 영향을 미치고 있다. 호주 소셜미디어 보급률은 약 80%로 2,050만 명의 소셜미디어 사용자를 보유하고 있으며, 사용자 3명 중 1명 이상이 브랜드 정보 수집을 위해 소셜미디어를 사용하고 있는 것으로 나타났다.

주요 디지털 마케팅

① **검색엔진 마케팅(SEM)** : 에이전시와 협업해 프로모션 및 검색엔진 최적화를 통해 웹사이트의 순위를 높여 브랜드 인식을 제고한다. 자사 웹사이트가 막 오픈되었거나 신제품을 출시한 경우 유용하다. Facebook, Twitter와 같은 소셜 미디어와 결합하여 자사 웹사이트로의 링크를 촉진하기도 한다.

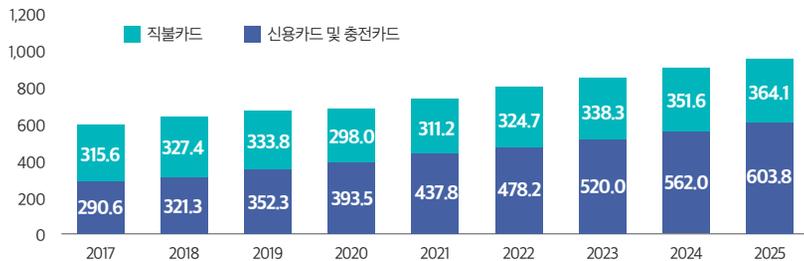
② **인플루언서 마케팅** : 소셜미디어 내 영향력을 가진 인플루언서에게 제품을 제공하여 홍보콘텐츠를 제작한다. 인스타그램은 가장 선호되는 플랫폼으로 전문화된 마이크로 인플루언서로 틈새시장을 집중적으로 공략한다면 가성비 높은 홍보 효과를 누릴 가능성이 크다. 호주의 저가형 마트 빅 더블유(Big W)는 실제로 코로나19 확산을 방지하기 위해 '가정에서의 요리(Home Cooking)'캠페인을 진행해 자녀가 있는 여성 인플루언서와 협업하여 자사의 홈베이킹 도구, 샌드위치 메이커, 요리책 등을 마케팅하여 높은 매출 상승률을 기록했다.

③ **옴니채널 마케팅** : 오프라인 · 인터넷 · 모바일 · 콜센터 등 유통업체가 보유한 모든 채널을 융합해 소비자들이 시간 · 장소에 구애받지 않고 제품을 구매할 수 있도록 한다.

- 1 생산단계에서부터 소비 및 그 이용의 단계에 이르기까지 재화의 취급을 관리하는 물류 활동을 제3자에게 위탁하는 것
- 2 Buy Now Pay Later의 약자로 소액후불결제 서비스를 뜻하며 고가의 상품을 사려는 욕구는 높으나 금융 이력이 부족해 신용카드의 발급 및 이용이 어려운 MZ세대에게 주목을 받고 있음
- 3 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 통해 일정 수 이상의 구매자가 모이면 할인가로 상품을 제공하는 판매 방식

5년간 호주 카드 결제 매출액 추이

(단위 : 억 달러)



자료 GlobalData, 2021

작성자 자카르타지사 한태민

Key Point

호주 전자상거래, 온라인 쇼핑물 입점을 희망하는 한국 식품 바이어는 제품 카테고리 및 타겟 소비자층에 따라 적합한 파워셀러, 3PL 서비스 업체와 협력한 위탁판매, 글로벌 사이트를 통한 한국-호주 크로스 보더 수출 등의 시도를 고려해 볼 만하다. 또한, 국내 또는 해외 온라인 플랫폼 판매 경험 및 세일즈 실적을 레퍼런스로 활용하여 SNS 등을 이용한 현지 시장에 맞는 디지털 마케팅 전략이 필요하다.