



코로나19로 인한 인도네시아 소비자 구매행태 변화



악화되고 있는 인도네시아 코로나19 상황

2020년 3월 초 인도네시아에 첫 코로나 확진자가 발생한 이후 코로나19 사태 초기에 인도네시아 정부는 경제, 산업문제 등을 고려해 강력한 지역봉쇄를 이행하는 대신에 사회적 거리두기를 통한 경제활동을 권장하였다.

2020년 5월 12일 코로나19 확진자 수는 14,265명이며, 사망자 수는 991명으로 4월 이후 하루 평균 확진자 수가 300명 내외로 증가했다. 확진자와 사망자 수가 급증함에 따라 4월 10일부터 자카르타를 중심으로 지역별 대규모사회적조치(PSBB)를 시행하여 지역 간 이동을 막고 군, 경찰, 보건 의료, 식품, 금융기관 등 필수 업종 외에 교육기관, 일반 사무업종 등은 재택근무 조치를 실시했다.

인도네시아 입국이 통제되고 있으며 취업비자 소지자에 한해 조건부 입국 허용된다.

- 코로나 음성판정 내용을 포함한 영문 건강확인서를 제출해야만 입국할 수 있으며 입국 이후 14일간 자가 격리 조치를 해야 한다.

코로나19 사태로 인해 1분기 경제성장률은 2.97%로 2001년 이후 최저치를 기록, 인도네시아 정부는 올해 경제성장률을 1.5~2.8%로 전망하고 있다.



▲ 코로나 사태 이후 인도네시아 슈퍼마켓

출처 : Detik.com

코로나19로 인한 소비자 구매행태 변화

코로나19 확진자 수가 급격히 증가하면서 초기에 사재기 현상이 발생되었으나 최근 소비자들이 적응하기 시작하면서 사재기 현상은 없어졌다.

- 사재기 현상 발생 이후 유통매장별 1인당 품목별 구매 수량을 제한 (쌀 10kg, 설탕 2kg, 식용유 4리터, 라면 2박스 등) 하였으나 현재는 정상적으로 구매할 수 있다.

인도네시아 유통협회에 따르면 유통매장 방문 시 1회 구매금액은 평소보다 약 50% 증가한 것으로 나타났으나 오프라인 매장 방문을 줄이고 온라인 구매하는 소비자가 급속도로 증가하고 있다.

- 인도네시아 식음료업체연합에 따르면 올해 판매실적은 40% 감소할 것으로 전망하고 있다.

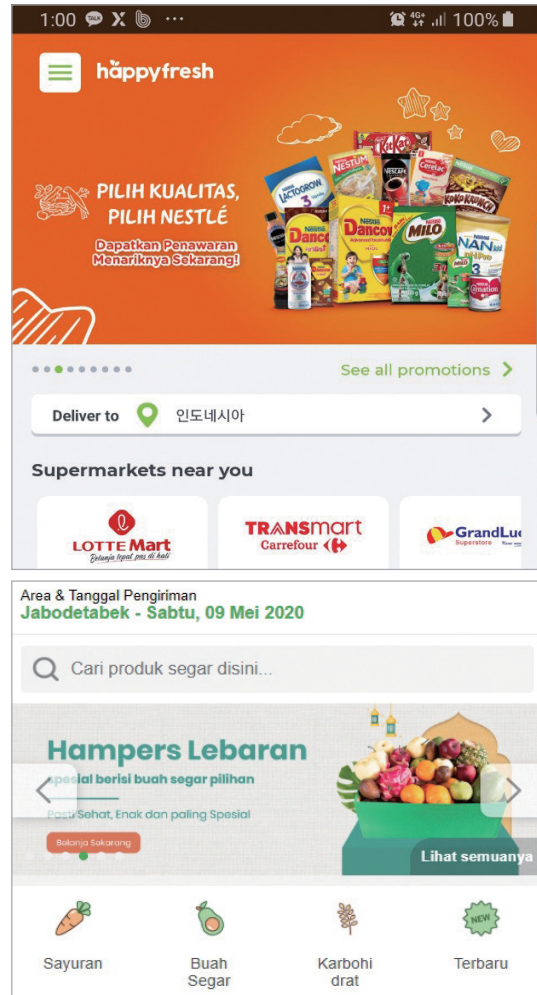
최근 현지 소비자들이 주목하고 있는 대표적인 온라인 식료품 구매 앱으로는 Happyfresh와 Sayurbox 등이 있으며 이러한 앱들은 스마트폰 활용에 익숙한 젊은 현지 소비자에게 초점이 맞춰져 있다.

스마트폰에 앱 설치 후 자신의 위치에서 가까운 슈퍼마켓을 지정하고 구매할 물품과 배송방법을 선택 후 결제하기만 하면 주문이 끝나는 단순한 방식이다.

자카르타에 거주하는 젊은 직장인들은 일반적으로 간단한 식료품 구매는 주로 퇴근길에 근처 미니마켓(편의점)을 이용하고 대량 식료품 구매는 주말에 대형유통매장을 이용했었다. 그러나 코로나19로 인한 정부의 대규모사회적제한령(PSBB) 조치 이후 재택근무와 대중교통 및 자가용 운행 제한 등의 이유로 최근 Happyfresh와 같은 온라인 식료품 구매 앱 이용이 증가하고 있는 추세이다.

온라인으로 구매를 꺼려하던 신선식품도 온라인을 통해 구매하는 소비자들이 증가하고 있는데 주문 후 오토바이 퀵서비스로 당일 원하는 시간대에 배송받을 수 있고 실시간 배송추적도 가능하여 마트 방문 구매보다 오히려 편리한 점이 많다.

대부분의 대형 유통매장들은 식료품 가정 배송서비스를 시작하고 있다. 스마트폰 사용이 미숙한 장년층 및 노년층을 대상으로 전화 및 문자로 주문을 하면 가정으로 배달해주고 현금으로 물건값을 지불할 수 있는 서비스도 좋은 반응을 보이고 있다. 코로나19 이후 소비행태가 크게 변했고 이는 코로나19 종식 이후에도 지속될 것으로 전망되고 있다.



▲ 온라인 식료품 구매 앱

Key Point

인도네시아 중앙은행에 따르면 주요 전자상거래 14개 업체 2월 거래액이 전년동기대비 52.4% 증가하였다. 인도네시아 싱크탱크경제개혁센터에 따르면 라마단(금식기간)과 외출이 규제되는 대규모 사회적제한령(PSBB) 시행으로 인해 4~5월 거래액은 더 증가할 것으로 전망된다. * 라마단(금식기간)에 폭식 및 외식 증가로 인해 식품 소비가 증가하는 경향이 있음

온라인 시장이 코로나19 사태 이전에도 증가 추세에 있었으나 코로나19 사태로 인해 급속도로 성장하게 되는 계기가 되었다. 온라인으로 가공 식품 및 신선농산물을 구매하는 변화된 구매행태가 코로나19 사태 종료 이후에도 계속될 것으로 전망되어 포스트 코로나19를 대비한 새로운 마케팅 전략 수립이 필요할 것으로 보인다.

출처 : ① <https://coronaboard.kr/> ② <https://www.kompas.com/sains/read/2020/04/24/183327323/3-salah-kaprah-penerapan-psbb-di-indonesia-dan-solusinya?page=2> ③ http://overseas.mofa.go.kr/id-ko/brd/m_2864/view.do?seq=1344525&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=&page=1 ④ <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/wabah-covid-19-belanja-makanan-dan-minuman-online-naik-143> ⑤ <https://www.dailytelegraph.com.au/coronavirus/hibernation/covid19-sydney-eat-street-takeaway-delivery-lockdown-guide/news-story/c6fee08281c6d527d0f4de5b07671468>