



Malaysia

말레이시아사무소

새로운 외식 문화로 자리잡은 배달서비스

이제 막 시작된 배달음식 경쟁

말레이시아의 배달음식시장은 이제 막 성장하기 시작했음에도 불구하고 매우 가파른 성장세로 2022년에는 시장 규모가 9억 5,600만 달러(약 1조 989억 원)에 이를 것으로 예상되고 있다. 집에서 요리하는 것보다 외식을 선호하는 말레이시아인들은 평소에도 음식을 포장해 집에서 먹는 경우가 많다. 배달음식시장이 발달하면서부터는 '배달서비스'가 새로운 외식 문화로 자리잡고 있다. 저녁 시간뿐만 아니라 점심 시간에도 배달음식을 찾는 소비자가 많은 특이점에 주목할 필요가 있어 보인다.

말레이시아의 다양한 배달음식 브랜드

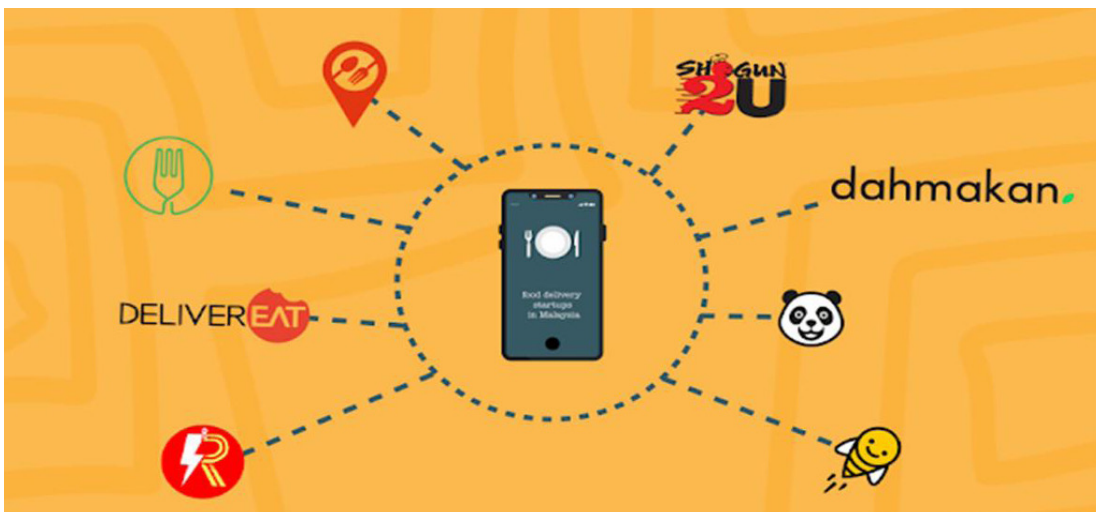
▶ 음식배달의 선구자, Food Panda

진분홍색의 디자인이 돋보이는 푸드판다는 말레이시아의 배달음식시장을 처음 개척한 선구자이자 말레이시아에서 규모가 가장 큰 배달 브랜드이다. 푸드판다가 등장하기 이전 말레이시아 내 배달음식시장은 '도미노 피자'와 같은 피자 배

달 전문점에만 제한돼 있을 정도였다. 2016년 Delivery Hero에서 인수 후 기존의 검은색 로고에서 핑크색으로 디자인을 바꾼 푸드판다는 '소비자와의 소통'을 강조한 마케팅 전략을 통해 계속 입지를 넓혀가고 있다.



| 말레이시아 내에서 운영 중인 배달음식 서비스 브랜드들 |



▶ 페낭에서 시작한 DeliverEat



딜리버잇은 2012년 말레이시아 음식의 본고장 페낭에서 소규모 스타트업으로 배달서비스를 시작했다. 현재는 매달 4만 명 이상의 소비자들이 이용하고 있을 정도로 페낭에서 공고한 기반을 다져놓아 업계 1위 푸드판다의 페낭 진출에 걸림돌이 되고 있다. 딜리버잇은 2017년부터 쿠알라룸푸르에서 배달 서비스를 개시하는 등 점차 규모를 확대해 나가며 푸드판다를 바짝 뒤쫓고 있다.

▶ 식료품까지 배달하는 Honestbee

싱가포르에 사업 기반을 두고 있는 어니스트비는 2017년 말레이시아에 진출했다. 고객을 대신해 슈퍼마켓에서 식료품을 구매하고 가정에 배달해주는 서비스를 기본으로 해 소비자들에게는 퍼스널 쇼퍼처럼 자리잡은 브랜드이다. 여기에 음식배달 서비스까지 추가해 점차 시장 점유율을 넓혀 나가고 있다. 이와 같은 어니스트비의 사업 확장은 고객에게 더 넓은 폭의 선택

권을 제공함으로써 점차 커지고 있는 말레이시아 배달음식 시장의 흐름에 합류하게 되었다고 볼 수 있다.

주변 지역으로 시장 확대되며 경쟁 가속화

갑작스럽게 내리는 스콜, 교통 체증 등 배달서비스의 발전을 저해하는 요소들에도 불구하고 말레이시아의 배달서비스 시장은 매우 빠른 속도로 성장해 나가고 있다. 아직까지는 쿠알라룸푸르를 중심으로 발전하고 있지만 점차 주변지역 및 지방으로도 확산될 전망이다. 배달시장 경쟁이 가속화되면서 배달서비스를 이용할 수밖에 없는 음식점 사장들에게는 경쟁을 통한 이용료 인하라는 호재가 되기도 한다. 사업이 확장되는 만큼 소비자의 만족도를 놓치지 않고 고객 감동을 실현하는 배달서비스 브랜드가 치열한 경쟁 속에서 살아남을 것으로 예상된다.

Key
Point

**떡볶이와 같은 한국 음식도
현지 배달서비스 시장에 진출해야**

- 한국에서 음식 배달 앱 및 배달서비스가 치열한 경쟁 양상을 보이고 있는 것처럼 말레이시아도 수도권 쿠알라룸푸르를 시작으로 음식 배달서비스가 점차 확산돼 나갈 것으로 예상된다. 한국 음식도 배달서비스를 통해 말레이시아의 외식 시장에 진출해 나갈 필요가 있다. 특히 현지인에게 인기가 좋은 떡볶이를 판매하는 현지 프랜차이즈가 배달 시장에 진출한다면 큰 성과를 거둘 것으로 보인다.

출처 : ec Insider

