



말레이시아 전자상거래시장 동향



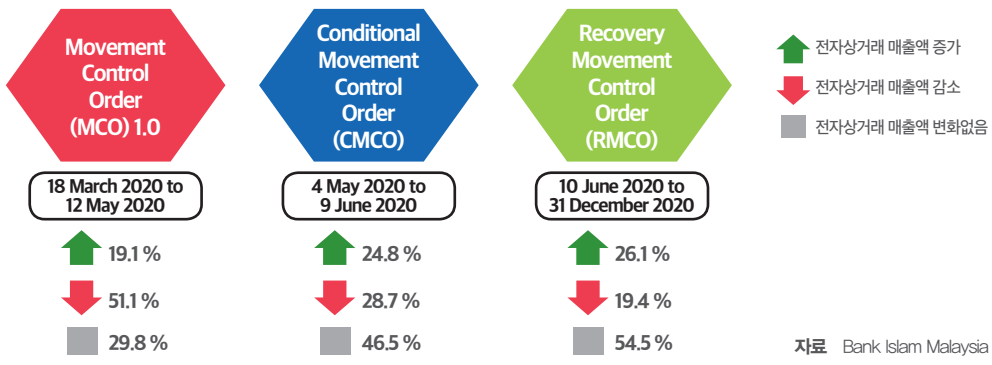
MCO 기간 오프라인 매장 입장 대기줄

자료
The Straits(Long queues at hypermarkets, restaurants in Malaysia ahead of expected Covid-19 curbs)

국민리얼푸르티스

MCO 기간 동안의 전자상거래 매출액 증감 통계

2020년 이동제한명령 기간동안 전자상거래 매출액 변화



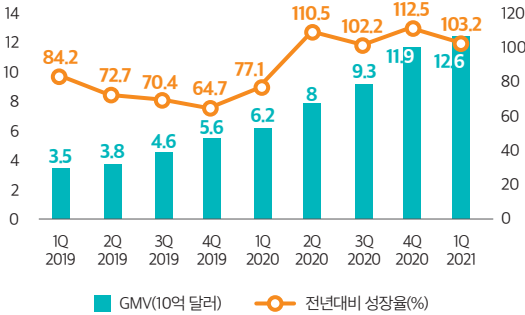
전자상거래시장 확대 배경

2020년 말레이시아 정부의 코로나19 방역체계 이동제한명령(MCO)¹으로 오프라인 매장의 영업시간 및 수용 가능 인원수가 제한되었다. 이는 전자상거래 시장 확대에 하나의 매개체 역할을 했다. 오프라인 매장을 이용하던 소비자들 역시 매장 이용 대기시간 증가로 불편함을 겪자 오프라인 매장 대신 전자상거래시장을 선택했고, 코로나19 환자 발생 시 정부의 추가 지침이 있을 때까지 매장을 운영할 수 없게 됨에 따라 기업들은 전자상거래 플랫폼 구축 및 확대를 시작했다.

¹ MCO(Movement Control Order) : 코로나19 대응 말레이시아 정부 방역체계 명령으로 거주지 기준 10km 이내로 이동반경이 제한됨. 2020년 3월 18일부터 시행.
 *CMCO(Conditional Movement Control Order) : MCO에서 완화된 조건부 이동 통제 명령으로 정부가 지정한 일부 산업군의 영업활동 재개 및 동말련 사 바주를 제외한 모든 주간 이동 가능
 *RMCO(Recovery Movement Control Order) : CMCO에서 완화된 정부의 이동 통제 명령으로 일부 유흥산업을 제외한 모든 경제활동이 가능하며, 영업 장 총 수용 인원의 50%까지 수용 가능



2019-2020 Shopee 매출액 통계



자료 SEA그룹 재정 보고서

말레이시아 최다 이용자를 보유한 Shopee

Shopee는 말레이시아 대표적인 전자상거래 플랫폼이다. Shopee는 B2C², C2C³ 비즈니스 모델을 기반으로 SLS(Shopee Logistics Services) 자체 물류체인을 이용한 빠른 배송과 사용하기 편리한 모바일 플랫폼 및 전자결제 시스템(Shopee Pay)을 기반으로 말레이시아 최다 이용자 수를 보유하고 있다. 2020년 3월부터 시행된 말레이시아 정부의 이동제한 명령으로 인해 2019년 대비 2020년 2분기 Shopee의 매출 실적은 110.5% 증가했다.

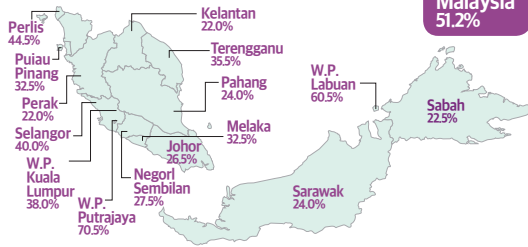
- 2 B2C : 기업이 제공하는 물품 및 서비스가 소비자에게 직접적으로 제공되는 전자상거래
- 3 C2C : 소비자와 소비자 간의 전자상거래

전자상거래 성장률 및 보완점

2020년 말레이시아 전자상거래 총 매출액은 60억 달러로 2019년 전자상거래 총 매출액인 30억 달러 대비 200% 성장했으며, 온라인 송금 및 결제 체결량도 현저히 증가했다. 말레이시아에 거주하는 전체 인구 중 51.2%가 전자상거래를 이용하고 있으며 그중 20대 이용자 수는 전체 이용자 수의 36.7%를, 30대 이용자 수는 전체의 35.8%를 차지하고 있다. 말레이시아의 인터넷 및 모바일 보급률 증가와 정부의 이동제한명령으로 인해 소비자의 전자상거래 수요 기반은 조성되었지만 중

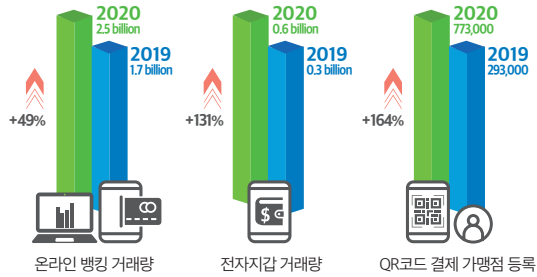
소기업의 디지털 전환 역량 부족으로 인해 전체 중소기업 중 26%의 중소기업만이 온라인으로 상품을 판매하고 있다. 더불어 말레이시아 전 지역에서의 물류 유통망 개선 또한 지속적인 전자상거래 시장 성장에 필요한 주요한 과제로 꼽히고 있다.

주별 인구 대비 전자상거래 이용률



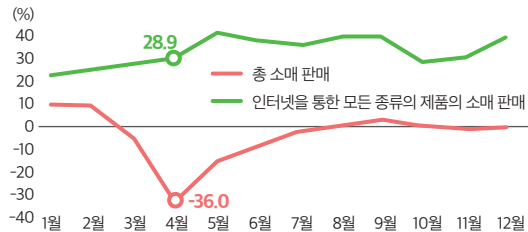
자료 Bank Islam Malaysia

2020 말레이시아 전자상거래 체결량 통계



자료 Bank Negara Malaysia

2020 말레이시아 온·오프라인 매장 매출액 통계



자료 말레이시아 통계청(DOSM)

작성사 쿠알라룸푸르지사 허 정

Key Point

2020년 말레이시아 코로나19 방역체계에 따라 오프라인 매장 운영이 제한되면서 전자상거래는 'Door to Door'의 편리한 배송, 저렴한 상품 가격을 기반으로 오프라인 매장을 대체하는 시장으로 성장했다. 특히, MCO 기간 동안 전자상거래를 통해 식자재를 구입하는 소비자가 증가함에 따라 Happy Fresh, Grab Mart, Shopee Supermarket 등 배달플랫폼 기업도 함께 성장하면서 앤데미 이후 전자상거래 시장의 지속적인 성장 여부는 기업의 유통망 다변화 관점에서 중요한 문제로 대두되고 있다. 또한, MCO 기간 동안 전자상거래에 대한 소비자의 수요는 증가했지만, 기업의 전자상거래 경험 부족 및 물류 유통망 미흡으로 인한 배송 지연은 지속가능한 전자상거래 시장 성장을 위해 기업이 개선해야 할 사항으로 손꼽히고 있다.