





### 3월 넷째 주 기사 스크랩

[주요 뉴스]

 **의학신문** 동남아 농식품 판매플랫폼 본격 개시 (p. 1)  
(<http://www.bosa.co.kr/news/articleView.html?idxno=2123739>)

 **매경프리미엄** 모바일 기반 신용 결제 서비스 확산되는 인도네시아 (p. 2-3)  
(<https://www.mk.co.kr/premium/special-report/view/2020/03/28010/>)

 **CNC News** 1~2월 화장품수출 일본·러시아 호조 (p. 4)  
Collaboration and Cosmetic (<https://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=5268>)

 **MK** 롯데쇼핑, 인도네시아·베트남 온라인 사업 정리 (p. 5)  
매일경제 MBN (<https://www.mk.co.kr/news/business/view/2020/03/299318/>)

## 동남아 농식품 판매플랫폼 본격 개시한국식품산업협회, 베트남-인도네시아 상설 K-FOOD 특별존 설치

이정윤 기자승인 2020.03.20. 08:49

[의학신문·일간보사=이정윤 기자] 한국식품산업협회(회장 이효율)는 베트남 빈마트 리에우지 아이점 및 인도네시아 롯데마트 간다리아씨티점 'I like K-food 특별존' 개장을 기점으로 '2020년 한국 농식품 판매플랫폼 구축사업'(I like K-food 2020)을 개시한다.

한국 농식품 판매플랫폼 구축사업은 국내 가공식품의 新남방시장 진출 및 수출 확대를 견인하기 위해, 현지 대형 유통업체 신규입점 및 상설관촉을 지원하는 사업으로서 농림축산식품부의 지원을 받아 협회에서 2019년부터 3개년 연속사업으로 진행하고 있다.

올해 베트남에서는 빈마트 5개점에 'I like K-food 특별존'을 설치하여 연중 지속적인 K-food 관촉을 진행하는 동시에, 동 사업을 통해 빈마트 신규입점 심사를 통과한 제품이 하노이 소재 30개점 내 품목별 정식매대에 진열·판매될 수 있도록 사업이 확장됐다.

또한, 현지 롯데마트 2개점에서도 특별존을 운영하여 우리 가공식품의 입점 지원과 관촉행사를 병행할 예정이다.

또한, 2019년 큰 호평을 받았던 오프라인 관촉행사를 더욱 강화하여 '한-베 음식문화축제'와 더불어 한국콘텐츠진흥원 주최 'K-컨텐츠 엑스포'에도 참여하여 K-food 홍보·관촉을 강화할 예정이다.

인도네시아의 경우, 올해에는 자카르타 소재 롯데마트 소매점 (4개점)과 더불어 창고형도매점(2개점)에도 'I like K-food 특별존'을 설치하고 신규제품 입점을 지원한다.

특히, 올해에는 인도네시아 롯데마트에 납품하는 주요 벤더 약 15개사를 대상으로 현지에서 '한국식품 품평회'를 개최, 아직 벤더를 발굴하지 못한 인도네시아 진출 희망기업의 제품을 적극 소개할 예정이다.

현지맞춤형 소규모 수출상담회가 될 것으로 기대되는 이 품평회를 통해, 우리 식품기업과 현지 유망 벤더간 계약체결을 유도, ML등록(수입식품등록제도) 등 진입장벽을 해소할 수 있도록 적극 지원할 계획이다.

협회 관계자는 "코로나19에 따라, 각 국가간 인적·물적 교류가 제한되는 상황임에도 불구하고, 작년에 이어 베트남과 인도네시아 현지 대형유통업체와 협업하여 판매플랫폼을 구축했다는데 큰 의미가 있다."며 "특히 코로나19로 인해 현지에서 가공식품 사재기 및 품귀현상이 일어나고 있어 한국식품을 보다 빨리 공급할 수 있도록 특별존 설치를 신속히 추진했다"고 밝혔다.

한국 농식품 판매플랫폼 구축사업(I like K-food) 참가를 희망하는 식품기업은 상시 추가신청이 가능하며, 자세한 사항은 협회 홈페이지에서 확인할 수 있다.

이정윤 기자 jylee@bosa.co.kr

## 모바일 기반 신용 결제 서비스 확산되는 인도네시아

방정환입력 : 2020.03.20 15:01

[우리가 몰랐던 아시아-51] 최초 확진 환자 발생 이후 두 달가량 지속된 국내 코로나19 사태가 여전히 위력을 떨치고 있다. 완치자 수가 신규 확진자 수를 역전한 흐름이 일주일 이상 계속되면서 희망을 키웠지만, 며칠간 두 자릿대로 떨어진 하루 확진자 수가 다시 100명을 넘어서는 등 아직 마음을 놓기에는 이른 분위기이다. 코로나19의 급속한 확산으로 몸살을 앓고 있는 지구촌 대부분 지역의 사정은 더욱 긴박하다. 특히 확진자와 사망자가 기하급수적으로 불어난 중동의 이란과 유럽의 이탈리아, 프랑스, 스페인 등은 사실상 정상적인 국가 기능이 마비됐을 정도이다.

세계적 대유행으로 변진 코로나19가 심각성을 더하기는 인도네시아 역시 마찬가지이다. 2월 말까지만 해도 코로나19 '청정 국가' 자부심을 내비쳤지만, 3월 2일 첫 확진자가 확인된 이래 감염 사례가 급증하고 있기 때문이다. 언론 보도 등에 따르면 3월 19일 기준 인도네시아에는 총 309명의 확진자와 25명의 사망자가 보고됐다. 조코 위도도 대통령이 '사회적 거리두기'를 거듭 당부할 만큼 위기감이 커지면서 과학계에서는 밀집 예배와 대규모 인구 이동이 수반되는 4월 하순 라마단 금식기간 및 5월 하순 르바란 명절에 앞서 핵심 발병 지역을 봉쇄해야 한다는 주장마저 고개를 들고 있다.



▲ 자카르타 시내의 쇼핑몰 매장에 부착된 전자결제 서비스 혜택 안내문

이렇듯 코로나19 확산이 현실화되면서 현지인들 사이에서는 위생용품과 생필품을 구입하려는 수요가 폭증했다. 가격이 천정부지로 치솟은 마스크를 중심으로 손세정제와 휴지, 일부 식료품 등이 불티나게 팔려 나갔다. 사재기에 가까운 현장을 직간접적으로 경험하면서 몇 년 전과는 다른 구매 행태가 유독 시선을 사로잡았다. 바로 온라인 혹은 모바일 채널을 통해 비상 상황에 맞서는 사례가 부쩍 늘어났음을 목격한 것. 수도 자카르타 및 인근 도시에 거주하는 중산층과 20·30대 젊은 세대를 위주로 전자상거래와 배달 애플리케이션 등을 활용해 코로나19 사태에 대비하는 모습을 일상적으로 찾아볼 수 있었다. 여기에는 2010년대 중반 이후 팽창 가도를 달려 온 전자결제 플랫폼과 최근 급성장 중인 '선구매 후결제(Buy Now Pay Later)' 기능이 촉매제 역할을 수행하고 있다.

신용카드 사용이 일찌감치 보편화된 국내에는 모바일 기반 신용 결제 서비스로 풀이될 수 있는 인도네시아의 선구매 후결제 기능이 크게 주목받지 못할지도 모른다. 하지만 전체 인구의 약 절반이 은행계좌 미보유자로 추정되는 인도네시아의 국민 1인당 신용카드 보급 장수는 2018년 기준 0.07장 수준에 불과하다. 이는 아세안(ASEAN, 동남아시아국가연합) 회원국 내에서도 중하위권으로 개인 신용평가 시스템 또한 제대로 갖춰지지 않은 형편이다. 이런 상황에서 금융기관의 보증하에 상품 대금을 일정 기간 뒤에 지급할 수 있게 하는 신용판매제도 도입은 요원해 보였다. 하지만 이미 은행 이용 인구의 30% 이상이 전자지갑 플랫폼

을 적극 사용할 만큼 전자결제 서비스가 보급되면서 신용에 바탕한 선구매 후결제 기능도 남다른 인기를 모으고 있다.



▲ 자카르타 중심부의 쇼핑몰에 마련된 전자결제 플랫폼 오보(OVO) 안내 부스

인도네시아에는 2016년 핀테크 스타트업 크레디보(Kredivo)가 처음 선구매 후결제 서비스를 스마트폰에 구현해 선보였다. 이후 정보기술(IT) 동향에는 밝지만, 상대적으로 주머니 사정이 얇고 금융 이력이 부족한 젊은 층을 대상으로 서비스가 관심을 끌기 시작했다. 현재는 주요 핀테크 업체와 전자상거래 업체 대다수가 자사 플랫폼에 관련 서비스를 탑재하고 있다. 전자결제 시장의 양대 축인 오보(OVO)와 고페이(Go-Pay)를 비롯해 온라인 쇼핑몰 쇼피(Shopee), 온라인 여행 사이트 트래블로카(Traveloka) 등이 대표적이다. 이들은 특정 자격을 충족하는 우수 고객들에게 기존 신용카드 거래와 비슷한 방식으로 선구매 후결제 서비스를 제공한다. 신용카드 거래 대비 결제 한도는 제한적이지만, 할부 수수료 부담이 적고 각종 프로모션 혜택이 큰 점 등이 매력으로 꼽힌다.

전 세계를 강타한 코로나19 사태의 영향 속에 한국과 마찬가지로 인도네시아에도 당분간 '언택트(비대면)' 소비가 더욱 활발해질 전망이다. 이는 디지털 경제의 팽창과 보조를 맞춰 질주해온 현지 전자결제 서비스 시장이 한층 덩치를 키우는 계기가 될 것이라는 관측을 받고 있다. 일각에서는 선구매 후결제 서비스가 신용카드를 추월할지 모른다는 분석도 벌써부터 제기되고 있다. 밀레니얼 세대의 마음을 사로잡으며 조금씩 위상을 높여가고 있는 모바일 기반 신용 결제 기능이 앞으로 어떻게 발전해 나갈지 지켜볼 일이다.

[방정환 YTeams 파트너 / '왜 세계는 인도네시아에 주목하는가' 저자]

## 1~2월 화장품수출 일본·러시아 호조

권태홍 기자 thk@cncnews.co.kr 등록 2020.03.22 17:57:18

러시아+CIS=4개국 신북방, 베트남+인도네시아 신남방 수출 활성화  
미국·유럽 수출 정체 뚜렷...K-뷰티 혁신 상품 및 K-브랜드 인지도 확대 필요

올해 1~2월 누적 수출액은 관세청 집계로 9억 4170만달러로 나타났다. 중국이 4억 384만달러, 홍콩 1억1486만달러, 일본 7385만달러로 1~3위를 차지했다. 점유율로 보면 중국 42.9%, 홍콩 12.2%로 중화권이 절반이 넘는 55.1%였다.(대한화장품협회 수출입실적)

주요 수출 20대국 구성은 '19년과 동일하다. 순위를 보면 일본과 미국이 3, 4위로 자리바꿈했다. 호주(15위→14위), 캐나다(16위→15위), 영국(14위→16위)이 순위 변동이 있었다.

올해 들어 16개국에서 증가세를 보였다. 가장 눈에 띄는 국가는 일본과 러시아다. '3차 한류' 열풍이 분다는 일본이 28% 증가하며 미국을 제치고 3위를 차지했다. 작년에 순위를 끌어 올린 러시아가 33.0% 증가하는 등 여전한 성장세다. 러시아와 CIS 일원인 키르기스스탄(+49.3%) 우크라이나(+10.7%), 카자흐스탄(+54.3%)로 급증하며 각각 17~19위를 차지했다.

아세안 중예선 베트남(+18.5%), 인도네시아(+35.1%)가 '19년에 이어 견조한 증가세를 유지했다. 태국, 싱가포르, 말레이시아, 필리핀 등은 소폭 증가했다.

반면 홍콩(-25.3%) 미국(-13.0%) 대만(-3.2%) 영국(-10.5%) 등 4개국은 감소세를 보였다. 홍콩은 중국 경유지로서 특색이 사라지며 3년째 점유율이 급락하고 있다. 대만도 '19년 마이너스를 기록한 이후 올해도 역성장 중이다.

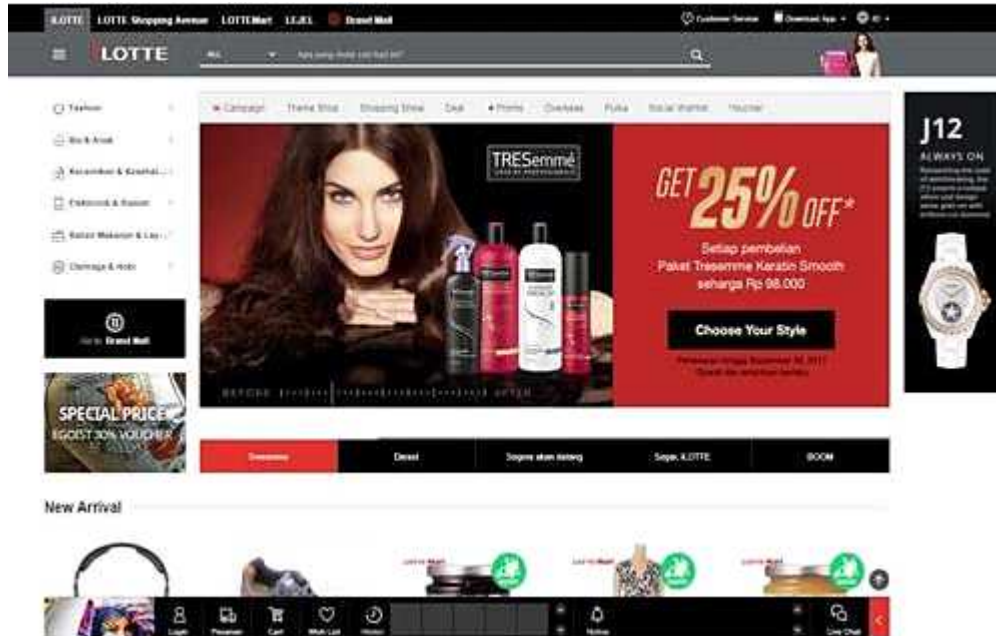
K-뷰티 수출의 신북방 거점인 러시아+CIS, 신남방 거점인 아세안에서 수출 증가세를 이어가며 다변화에 청신호가 켜졌다. 다만 미국을 비롯한 프랑스·영국 등 유럽 수출은 정체 또는 마이너스로 돌아서 대책이 필요하다. 쿠션, BB크림 등을 뛰어넘는 혁신 제품 개발과 K-브랜드 인지도 확대 노력이 필요하다는 지적이다.

◇2020년 2월 누적 수출실적(천불)

순위	국가	관세청의 총합	점유율	전년대비증감율
총계		941,700	100.0	1.7
1	중국	403,839	42.9	4.6
2	홍콩	114,862	12.2	-25.3
3	일본	73,846	7.8	28.0
4	미국	70,453	7.5	-13.0
5	베트남	45,355	4.8	18.5
6	러시아 연방	43,549	4.6	33.0
7	대만	27,276	2.9	-3.2
8	태국	26,585	2.8	11.2
9	싱가포르	18,731	2.0	0.9
10	말레이시아	13,627	1.4	6.9
11	인도네시아	10,831	1.2	35.1
12	프랑스	8,903	0.9	7.8
13	필리핀	7,562	0.8	2.3
14	호주	6,304	0.7	8.2
15	캐나다	5,881	0.6	37.3
16	영국	5,476	0.6	-10.5
17	키르기스스탄	4,635	0.5	49.3
18	우크라이나	4,549	0.5	10.7
19	카자흐스탄	4,055	0.4	54.3
20	폴란드	3,540	0.4	0.9

## 롯데쇼핑, 인도네시아·베트남 온라인 사업 정리

입력 : 2020.03.23 15:49:06



> 아이롯데 쇼핑몰 화면

롯데쇼핑이 해외 온라인 사업을 모두 정리한다.

롯데쇼핑은 인도네시아에서 현지 재계 2위 살림그룹과 손잡고 2017년 시작한 온라인 쇼핑몰 아이롯데닷컴의 지분을 살림그룹에 넘기는 방안을 추진하고 있다고 23일 밝혔다.

롯데쇼핑은 앞서 베트남 현지 이커머스 사업인 롯데닷컴이엔 운영을 올해 1월 종료했다.

롯데쇼핑은 2016년 베트남에서 오픈마켓 롯데닷컴이엔을 시작했지만, 수익성이 없다고 판단해 사업을 중단했다.

대신 베트남에서는 롯데마트 오프라인 매장에서 근거리 배송 서비스인 '스피드엘' 서비스를 시작했다.

인도네시아에서는 롯데마트 오프라인 매장을 2023년까지 100개 수준으로 확대하는 데 주력하고 올해 프리미엄 콘셉트의 새로운 매장도 열 예정이다.

롯데쇼핑은 현재 인도네시아에서 롯데마트 50개와 백화점 1개를, 베트남에서는 롯데마트 14개와 백화점 2개를 운영하고 있다.