

호주 온라인 시장

1 | 호주 온라인 시장 규모 및 현황

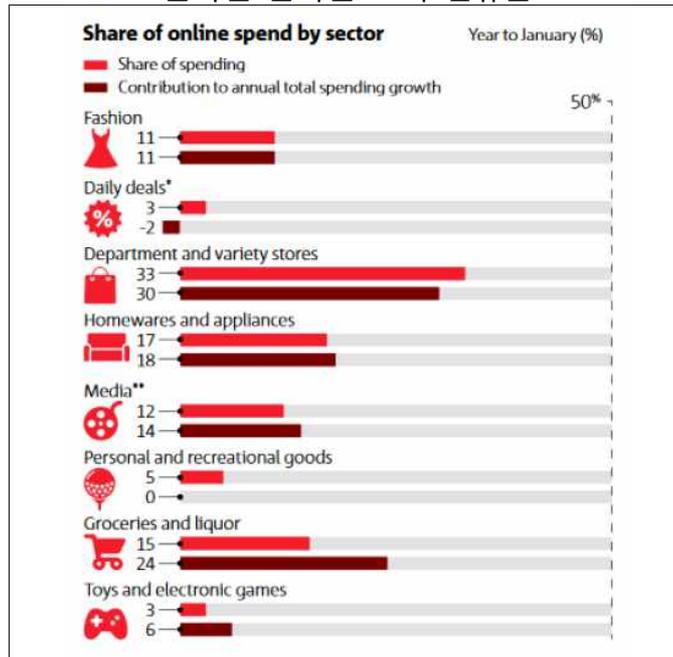
□ 온라인시장 시장 규모

- 호주 NAB은행에 의하면 2015년 기준 호주 온라인 시장 규모는 166억 불에 달하였고, 이는 전년대비 약 9% 성장한 수치임.
- 마케팅 리서치 업체인 IBIS World의 조사에 의하면 2011년부터 2015년까지 호주 온라인시장은 연평균 약 14.6% 증가 하였고, 44,429업체에서 62,200명이 온라인시장 업계에 종사하고 있는 것으로 나타남.
- 현재 온라인 시장의 성장세는 전통적인 상거래 시장의 성장세를 뛰어 넘고 있지만, 초기 연평균 약 20~30%의 성장세를 보인 것과 비교하면 성장세가 한풀 꺾인 것으로, 온라인 시장이 성숙기에 도달하였다는 분석도 나오고 있음.

□ 온라인시장 현황

- 온라인 시장을 통해 주로 판매되고 있는 품목들은 패션, 가전 가구, 식음료 등이며, 백화점 및 대형 유통매장의 직영 온라인 쇼핑몰 소비가 전체 시장의 약 40% 이상을 차지하면서, 호주 온라인 시장을 주도하고 있음.
- Roy Morgan Research 에 따르면, 호주에서 온라인을 통해 구매하는 소비자들은 매월 평균 285불을 지출하는 것으로 조사되었고, 여행, 전자, 패션 등과 더불어 식품과 주류 판매가 상위 5대 아이템인 것으로 타나났음.

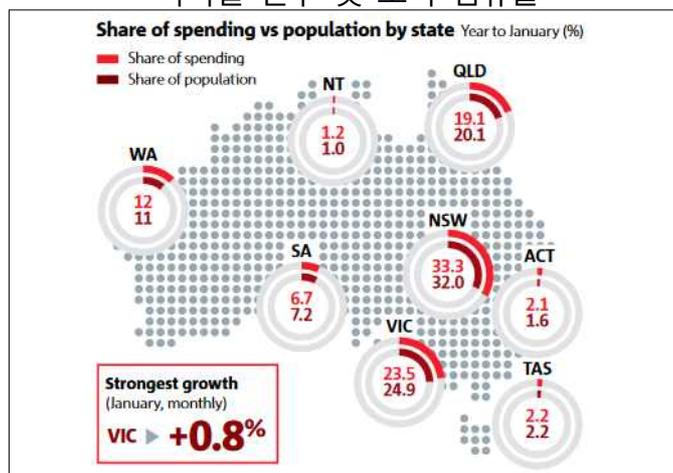
<분야별 온라인 소비 점유율>



자료 : NAB

- 지역별 온라인 시장 규모를 살펴보면, 각 주별 인구 비율과 온라인 시장규모가 거의 동일한 것으로 나타나고 있으며, 약 80%의 시장이 시드니, 멜번, 브리즈번을 포함한 호주 동부연안 지역에서 형성되어 있음

<지역별 인구 및 소비 점유율>

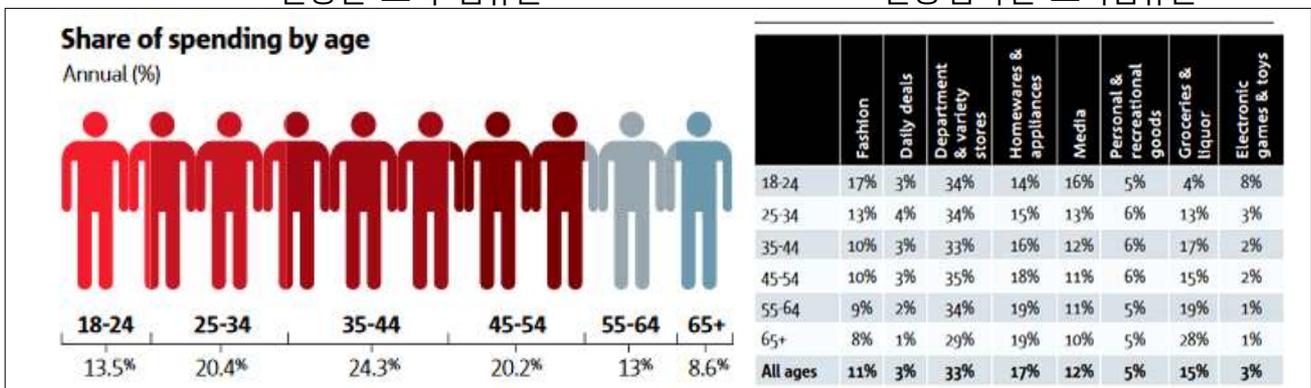


자료 : NAB

- 연령별 온라인 시장 이용현황을 분석해보면 65세 이상 고령 인구가 식품 및 주류의 온라인 판매액의 약 28%를 차지하고 있는 특징이 있으며, 이는 해당 연령대가 전체 온라인 시장에서 차지하는 비중(8.6%)에 비해 월등히 높은 수치임.
- 온라인 시장 전체로는 34~45세 인구가 전체 매출의 24.3%를 점유하여 시장을 주도하고 있지만, 고령화와 더불어 노령 인구의 온라인 시장 참여도 높아질 것으로 예상되고 있음.

<연령별 소비 점유율>

<연령·품목별 소비점유율>



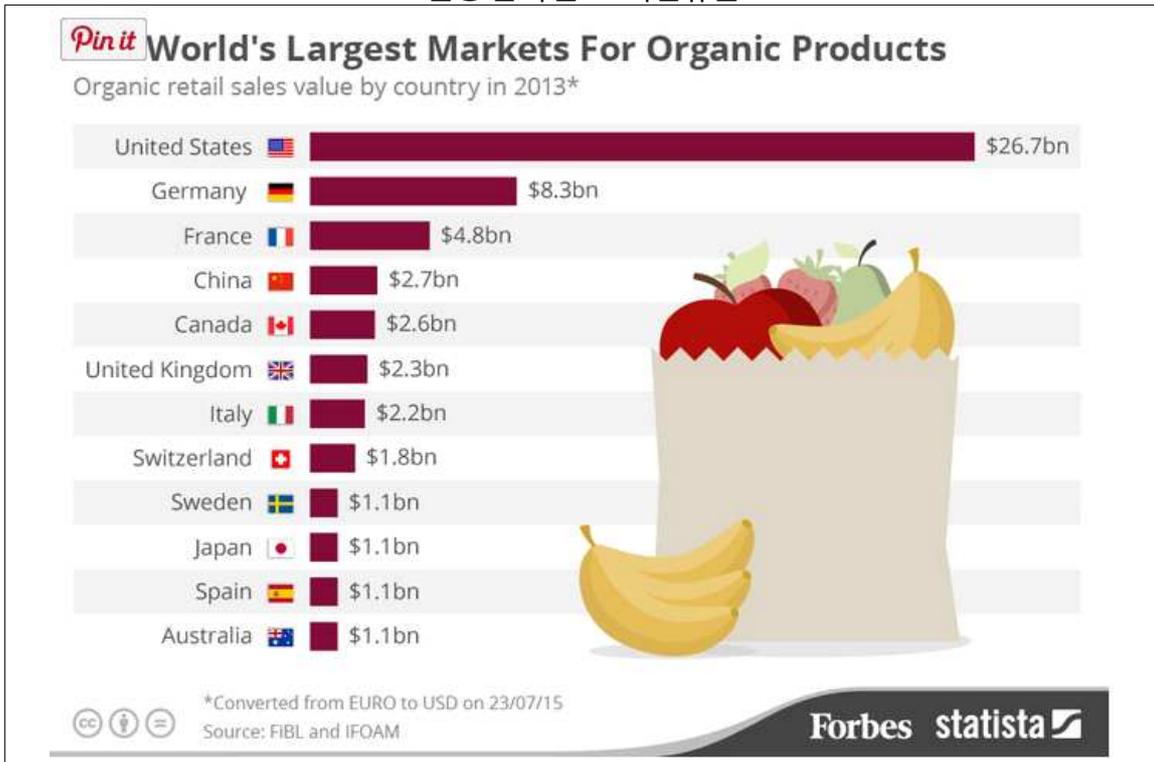
자료 : NAB

2 호주 온라인 식품시장 및 주요 온라인 쇼핑물

□ 온라인 식품 시장

- 온라인 시장 중 식품류(Grocery)가 차지하는 비율은 약 15%로, 2015년 기준, 481개 업체, 7737명의 종사자들이 약 20억불의 매출을 올린 것으로 조사됨.
- 신선 식품 등의 판매와 관련하여 호주에서 특이한 사항은 인구대비 Organic 식품의 판매 비중이 높은 점으로, FiBL-IFOAM report에 의하면, 인구 약 2200만 명인 호주의 Organic 제품시장 규모가 인구 1억1천만 명 이상인 일본과 비슷한 약 11억불에 달하고 있는 것으로 조사됨.

<연령·품목별 소비점유율>



자료 : FORBES

- 호주 온라인 시장의 향후 전망과 관련한 IBIS World의 조사에 따르면, Organic 제품을 포함한 전체 온라인 신선식품 시장 규모는 향후 폭발적으로 성장할 것으로 예상되고 있는데, 이는 온라인 쇼핑몰의 사용자 환경이 개선되면서 소비자들의 사용경험이 확대되고 있는 것과 동시에, 가장 큰문제로 제기되었던 배송의 편리성과 비용절감 등이 이루어진 것에 기인하는 것으로 보고 있음.
- 특히, 식품 매장을 직접 방문하여 쇼핑하는 시간을 절약하고자 하는 소비자들이 증가하고 있고, 주 식료품 쇼핑과 더불어 이전에는 온라인에서 구매를 하지 않은 과일류 등도 주 식료품과 함께 구매하기 시작하는 소비자들의 구매 패턴의 변화도 온라인 신선식품 시장의 확대에 기여할 것으로 판단됨.

- 호주 온라인 신선식품 시장 규모는 2020년까지 현재의 약 2배 규모인 52억불로 성장할 것으로 예상되고 있으며, 전체 식품판매 중 온라인이 차지하는 비중 역시 2015년 2.3%에서 2020년 4.1%로 대폭 확대될 것으로 예측되고 있음.

<전체 식품시장의 온라인 소비 비율>



자료 : IGD

□ 주요 식품 온라인 쇼핑몰

WoolWorths		Coles	
			
웹사이트	https://www.woolworths.com.au/	웹사이트	https://www.coles.com.au/
유형	B2C	유형	B2C
특징	호주 양대 유통채널인 울월스가 운영하는 식품 온라인 쇼핑몰로서, 직접 소비자에게 배달 서비스를 제공. 경우에 따라 온라인 주문 후 매장에서 소비자가 수령하는 Pick and Pack 서비스도 제공	특징	호주 양대 유통채널인 콜스가 운영하는 식품 온라인 쇼핑몰로서, 울월스와 경쟁하고 있음. 소비자가 선택한 신선야채 및 식료품을 배달해주는 서비스를 제공
주요 품목	오프라인 매장에서 판매하는 모든 식품류 구매 가능	주요 품목	오프라인 매장에서 판매하는 모든 식품류 구매 가능

호주 주요 온라인 50 쇼핑몰

Our favourite places to shop online:		
<p>MUST READ</p> <p>Fashion</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. THE ICONIC 2. ASOS 3. Missguided 4. Boohoo 5. Surfstitch 6. David Jones 7. General Pants Co. 8. Showpo 9. Superdry 10. BNKR 11. Shopbop 12. City Beach 13. Peter Alexander 14. StyleTread 15. Charles Tyrwhitt 16. Hallenstein Brothers 17. Nike 18. Princess Polly 	<p>Health, Beauty and Lifestyle</p> <ol style="list-style-type: none"> 19. Sephora 20. Wiggle 21. StrawberryNet 22. Priceline 23. Weight Watchers 24. Vaniday 25. Zanui <p>Electronics</p> <ol style="list-style-type: none"> 26. Apple 27. DWI 28. Microsoft 29. Lenovo 30. Dell 31. Kogan <p>Books</p> <ol style="list-style-type: none"> 32. The Book Depository 33. Booktopia 34. Wordery 	<p>Food and Drink</p> <ol style="list-style-type: none"> 35. Woolworths 36. Coles 37. Dan Murphy's 38. Cellarmasters 39. Get Wine Direct 40. Deliveroo 41. Menulog <p>Gifts and Cards</p> <ol style="list-style-type: none"> 42. Amazon 43. Vistaprint 44. Living Social 45. Photobook Australia 46. Adrenalin 47. Etsy 48. Groupon 49. Flowers for Everyone 50. Yellow Octopus

출처) <http://www.finder.com.au/online-shopping>

3 호주 온라인 식품시장 전망

- 2013년, 2014년 실시된 여러 조사들에 의하면 온라인 식품시장이 향후 폭발적으로 늘어갈 것으로 예측 하고 있음. 이는 대형 유통망의 등장, 디지털 및 사회관계망 서비스의 확대, 소비자의 인구구성비율의 변화 등에 그 요인이 있는 것으로 판단됨.
- 주목할 부분은 Woolworths, Coles로 대표되는 호주의 대형유통채널이 아닌 중소규모의 식품 유통채널의 등장임.
 - 호주 전역에 걸쳐 약 200여개의 가맹점을 확보하고 있는 호주농장직송 (Aussie Farmers Direct)은 그 중 하나로서, 탄소배출에 관한 소비자들의 관심 증대가 해당 온라인 쇼핑의 성장세에 도움을 주고 있음.
 - 호주농장직송 회사는 우유배달 목적으로 수백 대의 차량이 운행 되는 것을 방지하는 효과가 있다는 부분을 소비자에게 어필함으로써 매출을 늘리고 있음.



- 중소규모 업체들의 식품의 온라인 판매와 관련하여 다음은 향후 더 개선할 필요가 있는 부분임.
 - 중소규모 업체들은 어떻게 온라인과 오프라인이 결합한 옴니채널 방식의 비즈니스 모델 개발
 - 대형 유통채널과 경쟁하기 위한 배송 인프라 구축