

## I. 인도네시아 시장 분석



### (1) 인도네시아 개요

- 인도네시아는 말레이 제도에 속해 있는 국가
- 인구는 약 2억 5천만 이상
- 이슬람교 국가 중에서 가장 많은 이슬람 인구가 있는 국가
- 무슬림이 차지하는 비중은 전체 인구의 약 87%를 차지
- 중국, 인도, 미국에 이어 세계에서 네 번째로 인구가 많은 국가

- 2009년 이후 꾸준히 5% 이상의 경제성장률을 기록하고 있는 나라
- 인도네시아 인구의 20%에 해당하는 인구인 약 5000만을 중산층으로 파악
- 전체 인구의 60.8%가 35세 미만의 젊은 층으로 구성
- 맥킨지 컨설팅은 2020년까지 중산층 인구를 8,600만 명까지 성장할 것으로 예측
- 현재 3년 차 조코위 정부의 내각 안정화
- 적극적인 외국인 투자유치와 내부적인 인프라 투자 확대에 노력 중
- 인도네시아인들은 미래보다 현재를 중요시하는 경향이 강해 적극적인 소비성향
- 소득 증가에 따라 소비의 양적 수준은 물론 질적 수준도 향상
- 최근 주춤했던 경제성장 또한 회복 조짐
  - 항상 만나게 되는 장미 빛 미래를 예측하는 인도네시아에 대한 이야기이다. 한국에서 나오는 대부분의 리포트가 위와 같은 설명으로 인도네시아를 이야기하고 있는 상황이다. 특히 인도네시아를 잘 모르는 한국의 기업 입장에서 보면 인구 2억 5천과 한국 인구에 육박하는 중산층 숫자는 이 새로운 시장을 기대의 눈으로 볼 수밖에 없게 만드는 매력적인 요소가 된다. 하지만 실제적이고 조금 더 실상을 바라볼 수 있는 수치와 이야기들로 인도네시아를 확인해 보겠다.

## (2) 장밋빛 미래가 아닌 현실의 인도네시아

### ■ A Biggest invisible thing on earth



- 11월 21일 Guardian 지는 인도네시아를 소개하는 기사를 게재
- 기사에서 인도네시아는 “Biggest invisible thing on earth” 라는 표현으로 소개
- 이 표현은 현재 인도네시아의 상황을 가장 잘 표현하는 문구
- 한국에서는 아직도 인도와 인도네시아를 구분하지 못하는 사람이 많음
- 지도에서 인도네시아를 찾아보라고 한다면 정확히 인도네시아를 찍어 낼 수 있는 사람은 드물 것
- 위 기사에서는 “젊은 인구, 빠르게 진행되는 도시화, 열정적인 거대 소비 시장” 등의 이야기는 인도네시아의 잠재력에 대한 전형적인 표현
- 기자의 표현을 빌리자면 30년 동안 똑같은 표현으로 인도네시아를 이야기 하고 있다고 함

## ■ 인도네시아 30년간 1인당 GNP 성장 5배

Economic Growth of Major ASEAN Countries			
아세안 주요국의 1인당 GDP			
(Nominal GDP per capita in USD)			
	1985	2015	성장률(Growth)
베트남(Vietnam)	251	2,088	732%
싱가포르(Singapore)	6,783	52,888	780%
태국(Thailand)	776	5,742	740%
인니(Indonesia)	658	3,362	511%
필리핀(Philippines)	628	3,002	478%
말련(Malaysia)	2,124	9,501	447%
중국(China)	295	8,141	2660%
인도(India)	311	1,604	416%
한국(South Korea)	2,458	27,222	1007%
대만(Taiwan)	3,295	22,263	576%

- 인도네시아의 경우 지난 30년간 1인당 GNP는 5배 성장하는 데 그침
- 중국의 26배, 한국의 10배를 논외로 치더라도 역내의 태국이나 베트남의 7~8배에 비해서는 빈약
- 특이한 점은 인도네시아와 거의 비슷한 문화적 구조를 가진 말레이시아와 군도라는 특성이 같은 필리핀의 경우 인도네시아 보다 못한 경쟁성장을 보임
- 특히 인도네시아의 막대한 천연자원과 풍부한 노동력을 감안한 경우 이 경제성과는 상당히 심각한 수치임을 증명
- 최근 5년간의 높은 경쟁성장률을 보여주고 있는 이유는 절대적인 1인당 GDP가 적은 것을 반증하는 부분
  - 1인당 GDP가 2만 불이 넘는 한국과 1인당 GDP가 3천 불인 인도네시아의

경제성장률을 비교하는 것은 특별한 의미가 없음

## ■ 인도네시아 경제 성장이 더딘 이유

- 열악한 인프라, 낙후된 정치 시스템, 부패한 관료가 대표적인 이유
- 다수의 군도로 이루어진 지형적 특징에 난개발에 대한 정확한 가이드를 제시하지 못하는 정부 시스템과 부패 관료들이 만들어 낸 합작품
- 인구와 최근 경제 성장률만을 바탕으로 시장을 낙관하기에는 여전히 많은 문제와 현실적인 어려움이 있는 인도네시아

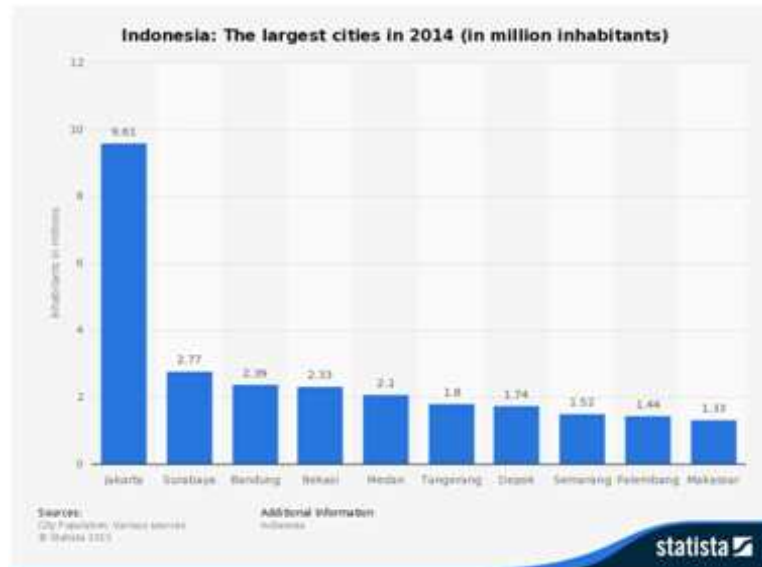
## (3) 인도네시아 시장의 특징과 기회요소

- 대부분의 인도네시아 시장에 진출한 회사들은 인도네시아만의 특수한 상황과 특별한 문화 때문에 상당히 적응하기 어려운 시장이라는 이야기를 하고 있다. 혹자는 인도네시아 시장을 얻을 수 있다면, 세상의 어느 시장에서도 경쟁력을 가진다는 이야기를 한다. 자국민이 아닌 외국인으로서 인도네시아 시장에 진출하기 위해 알아야 할 인도네시아의 특징과 그 속에 숨어있는 비즈니스의 기회 또는 위기에 대한 사항을 정리해 보겠다.

## ■ 17,000개의 섬으로 이루어진 국가



- 인도네시아는 17,000개의 섬으로 이루어져 있으며, 기본적으로 인프라를 구성하기가 어려운 국가
- e커머스의 가장 근간이 되는 인터넷 라인에서부터 물류시스템까지 어는 것 하나 쉽게 구축할 수 있는 상황이 아님



- 주목할 점은 e커머스 매출의 대부분은 주요 도시에서 일어나고 있다는 것
- 향후 몇 년간은 주요 도시에 대한 집중적인 전략과 마케팅을 진행하는 것이 더욱 효율적이라 판단됨

## ■ 다양한 민족과 언어로 이루어진 국가

- 인도네시아의 가장 큰 특징 중에 하나는 다양한 민족과 언어로 이루어진 국가라는 것
- 대부분의 언론과 책에서 이야기되는 인도네시아 사람의 특징은 자바에 사는 사람들의 특징일 경우가 많음. 지역에 따라 문화와 성격이 많은 차이가 있음

- 다양한 민족과 언어가 있다는 것은 어떤 일관된 특징으로 마케팅을 진행하기가 쉽지 않은 나라임을 의미



- 한국의 경우 신제품이나 특별한 제품에 대해서 일시적으로 강한 반응을 보이는 경우가 대부분이지만, 인도네시아는 자카르타를 중심으로 동쪽과 서쪽으로 자연스럽게 유행의 흐름을 보이는 특징이 있음
- 베스트셀러를 만들겠다는 접근보다는 스테디셀러를 만들겠다는 접근이 더욱 유의미해 보임
- 레젤 홈쇼핑의 최대 히트 상품인 한국의 ‘해피콜 양면팬’의 경우 초기 런칭 후 3개월 동안 100개 이하의 판매고를 올렸으나 현재 8년 이상의 꾸준한 시간 동안 100만 개 이상의 판매를 보이고 있음

## ■ 최악의 교통 상황

- 세계적으로도 악명 높은 자카르타의 난개발과 교통 정체
- 실제 인도네시아의 사무공간은 오피스가 아니라 차안이라고 이야기 됨
- 기본적인 기반 도로 시설을 갖추지 못한 상황에서 지속적으로 높은 빌딩이 올라가고 있는 상황



- 2018년도 아시안 게임을 위해서 도시철도와 도로 공사로 현재 극심한 교통정체가 지속되고 있는 상황



- e커머스 사업자 관점에서는 교통정체가 큰 기회 요소가 될 수 있음
- 집 앞에 장보러 나가는 것조차 교통정체로 꺼리고 있는 상황
- 특히 자카르타의 중심가에는 교통 정체에 대비해서 생필품과 신선식품을 파는 e커머스 업체가 성업 중인 상황

#### ■ 법은 있으나 법대로 되지 않는 나라





- 법인설립 기간 3개월, 수출입 허가 진행 기간 6개월 등의 한국에서는 예상하기 어려운 시스템적인 문제가 있는 나라
- ‘불확실한 것 하나만이 확실한 나라’ , ‘되는 것도 없고 안 되는 것도 없는 나라’ 등 열대국가 특유의 국민성과 관리의 부패가 시장진입의 최대 걸림돌이 될 수 있음
- 출범 3년을 맞이하고 있는 조코위 정부의 개혁 드라이브가 좋은 평가를 받고 있고, 특히 부패한 관리에 대한 많은 개혁 정책을 내어 놓고 있음
- 현 정부의 정책 기조가 인도네시아의 e커머스 사업 육성에 기준을 두고, 다양한 장벽 철폐와 다양한 e커머스 사업 지원 정책을 내어 놓고 있음
- 한국적인 관점에서는 정부의 정책이 새로운 사업에 대한 규제를 중심으로 나오고 있지만, 인도네시아의 경우 새로운 사업을 육성하고 지원하는 정책이 중심이 됨
- 인도네시아 대표 스타트업인 고젝(Gojek) 대표는 “인도네시아는 우리가 앞서가면, 정책이 따라온다.” 라는 이야기를 함