

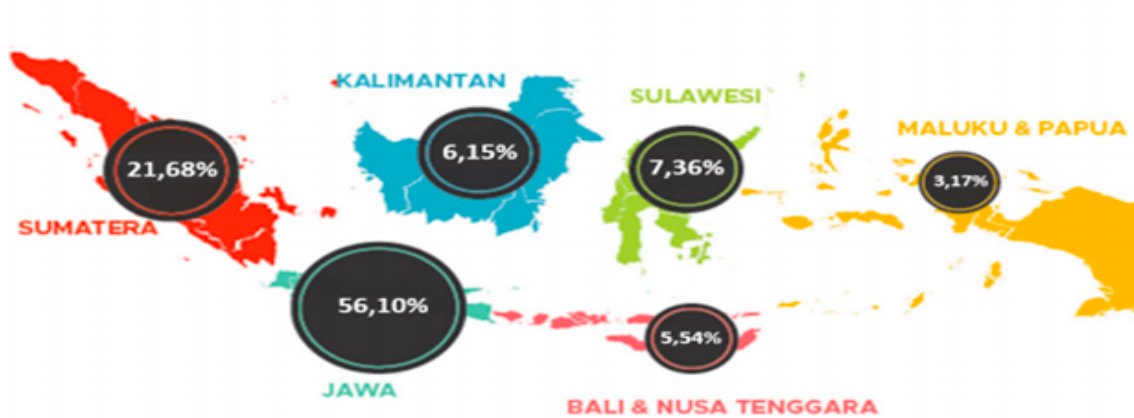
인도네시아 관련 조사

목차

1. 인도네시아 개요
2. 인도네시아 의류산업 트렌드
3. 인도네시아 중고 의류시장 현황

1. 인도네시아 개요

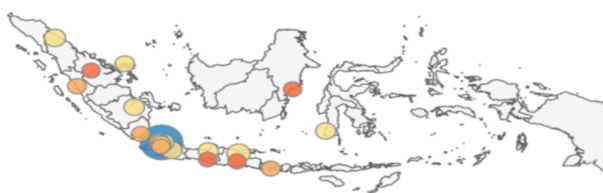
• 지리적 특성



인도네시아는 18,000여 개로 세계에서 가장 많은 수의 부속도서를 보유하고 있어, 이와 같은 지리적인 한계로 지역불균등 현상을 볼 수 있다. 자바섬, 수마트라섬의 도시들을 중심으로 인구가 밀집되어 있다.

- 2020년 지역별 총 인구 대비 거주인구 비율 (출처 https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=410&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=242&bbsSn=242&pNttSn=187777)

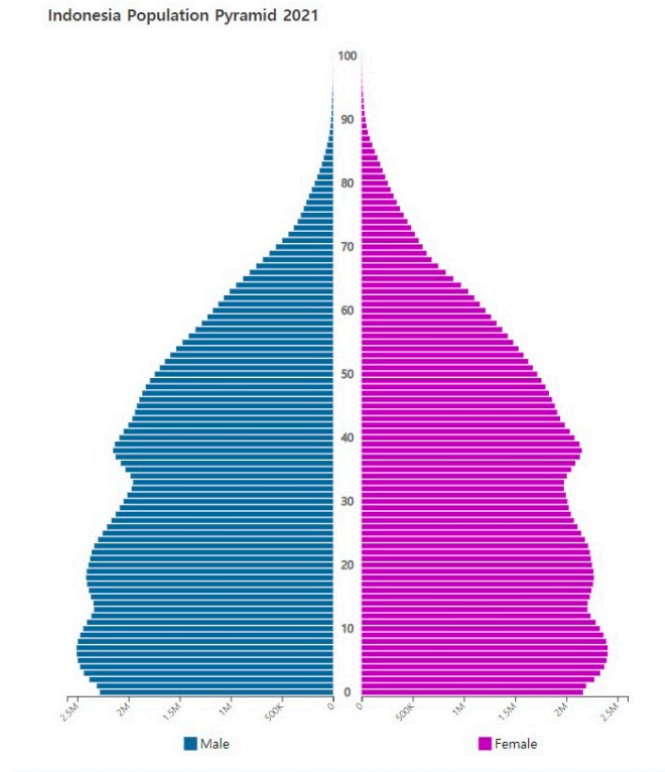
도시별 인구를 보면 수도인 자카르타가 가장 큰 도시다. (출처 <https://worldpopulationreview.com/countries/cities/indonesia>)



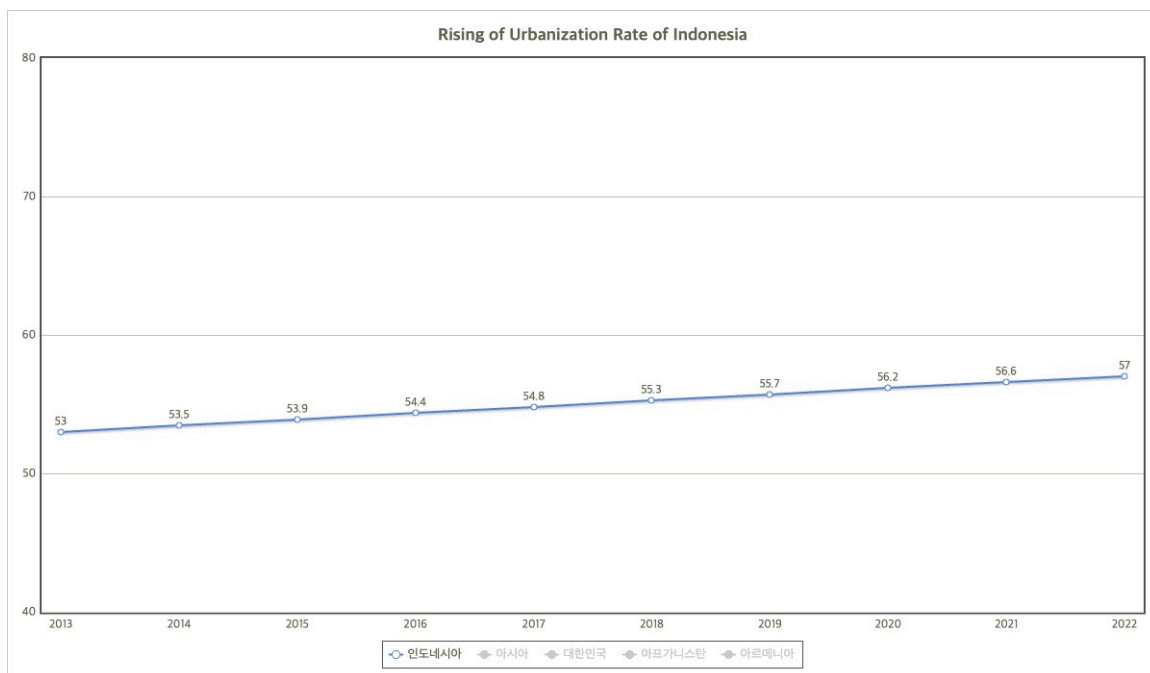
Name	Population
Jakarta	8,540,121
Surabaya	2,374,658
Medan	1,750,971
Bandung	1,699,719
Bekasi	1,520,119
Palembang	1,441,500
Tangerang	1,372,124
Makassar	1,321,717
South Tangerang	1,303,569
Semarang	1,288,084

• 인구학적 특성

MZ세대로 불리는 밀레니얼과 Z세대는 53.8%로 절반 이상을 차지(인도네시아 통계청 발표('21년 발표))



최근 젊은 층의 대도시 유입이 늘어 도시 인구가 꾸준히 증가하고 있으며, 도시 지역 개발도 활발함. (https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=410&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=242&bbsSn=242&pNttSn=187777)



- 출처 (https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_2KAA204)

- 사회적 특성

출처 : <https://www.kkunad.com/trend/trend.php?ptype=view&idx=328&category=8>

인도네시아는 국교가 없지만 이슬람(87%), 개신교(7%), 천주교(3%), 힌두교(2%), 불교(1%) 등 다양한 종교의 자유를 보장하고 있다. 때문에 모든 종교의 기념일을 공휴일로 지정하고 있다. (휴일 및 주요 이커머스 마케팅 시즌 -> 프로모션 기간 참고)



인도네시아 공휴일 특징

타 종교의 기념일도 공휴일로 지정

인도네시아는 크리스마스, 부처님 오신 날, 힌두교 설날 등
타 종교의 기념일도 모두 공휴일로 지정, 비교적 관대함

연장 연휴제

소비 향상 및 국가 경제 개선, 국민의 삶의 질 향상을 위해
2020년부터 **주말에 연결된 공휴일 중 하루를 더 쉬는 연장 연휴제 실시**

주요 마케팅 시즌

최대 명절 르바란
(이슬람력 10월 1일~)

금식 기간인 라마단 행사 종료 후 이를 기념하는 축제 및 공휴일
주로 가족과 함께 보내며, 선물을 주고 받음, **소비재 온.오프라인 판매 급증**
주요 판매 카테고리: 식음료, 전통의상

국가 온라인 쇼핑의 날
(12/12)

소비자의 온라인 쇼핑을 장려하는 행사로 2019년 5억 8,362억 달러 매출 발생
타임 세일 및 경품 추첨 등 다양한 이벤트 진행



종교가 이슬람인 사람들이 많아 라마단 기간(4월 전후로 한달, 매년 다르고 2022년의 경우에는 4월 2일 ~ 5월 1일) 동안의 패션 트렌드도 존재 - 해당 기간동안 유행 컬러, 유행 패션

(<https://blog.naver.com/PostView.naver?>

[blogId=akcsns&logNo=222354882372&categoryNo=17&parentCategoryNo=0\)](#)

또한, 라마단 기간이 끝나는 르바란 연휴 기간에는 새 옷을 사 입는 전통이 있음, 이 기간에는 옷, 신발 등의 의류제품 소비가 큰 폭으로 증가 (*월별 매출 합계를 봤을 때 2022년 르바란 기간인 5월 이후 판매 실적 하락)

히잡이 의무는 아니지만 어느정도 수요가 있을 것으로 보임

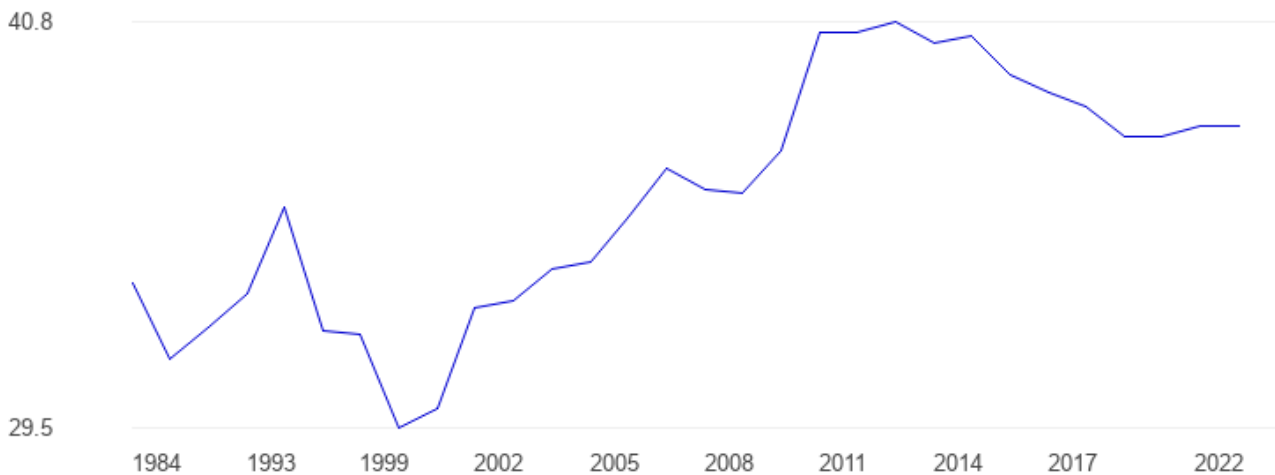
• 경제적 특성



(출처 : <https://ko.tradingeconomics.com/indonesia/gdp-growth-annual>)

코로나 유행시기를 제외하고 꾸준히 5% 내외의 경제 성장률을 보여줌

다만, 빈부격차가 심함



- 인도네시아 지니계수 변화(출처 : https://www.theglobaleconomy.com/Indonesia/gini_inequality_index/)

- 참고: OECD 평균 지니계수 0.316(2015년 기준)

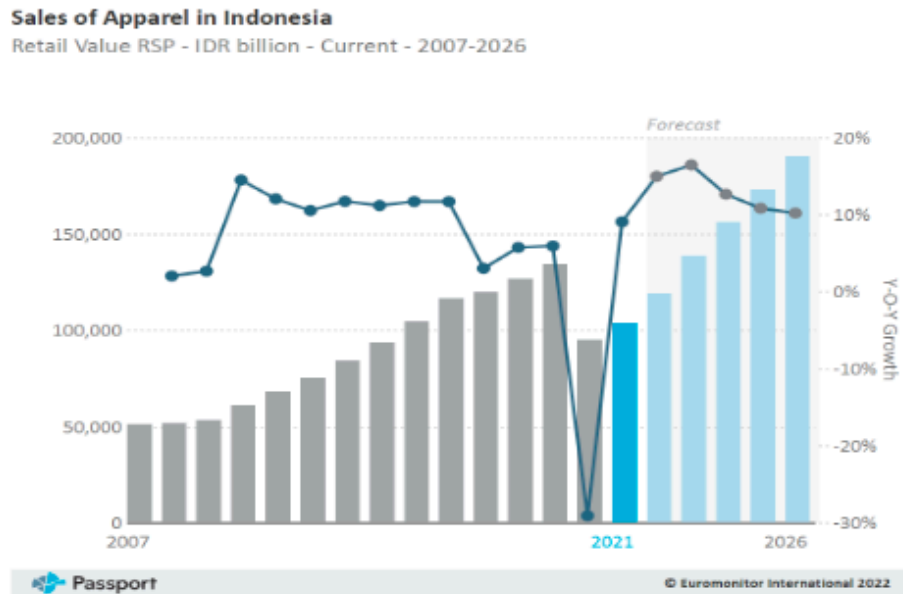
2. 인도네시아 의류산업 트렌드

출처 : <https://www.kiep.go.kr/aif/businessDetail.es?mid=a30400000000&systemcode=03&brdctsNo=337031>

• 인도네시아 의류 매출 현황

<인도네시아 의류 매출>

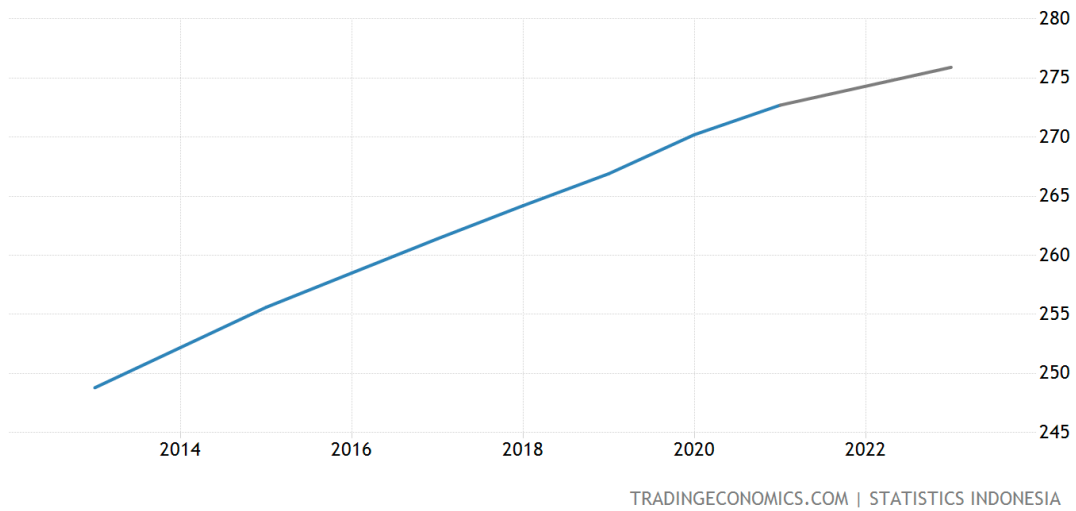
(단위: IDR billion)



[자료: Euromonitor]

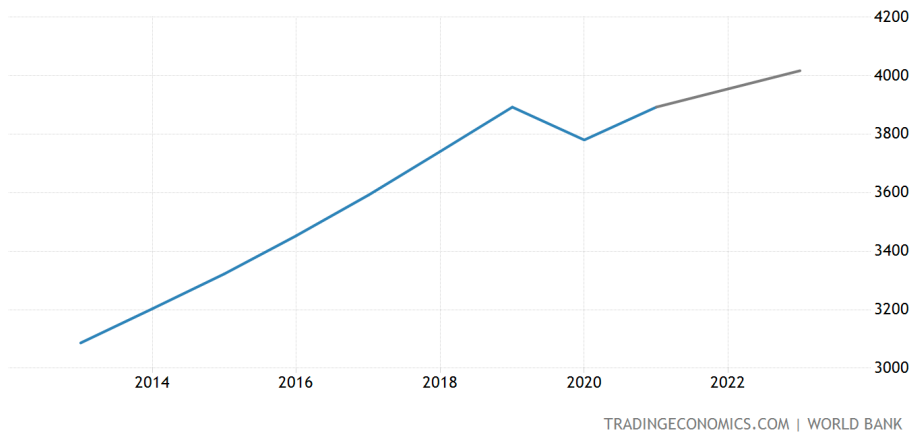
- 코로나로 인해서 2020년 의류 매출 30% 급감
- 이후 2021년부터 경기 회복세로 인해 다시 성장세
- 이후 연평균 12.9%의 높은 성장속도를 보일 것으로 전망
- 근거

A. 인도네시아의 빠른 인구성장 속도 (출처: <https://ko.tradingeconomics.com/indonesia/population>)



B. 젊은 총 인구가 많은 인구구조(출처 : <http://dailyindonesia.co.kr/news/print.php?no=20816>)

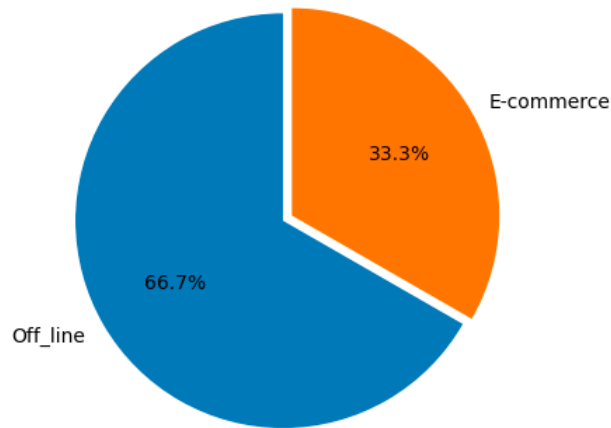
C. 1인당 GDP 빠르게 증가 (출처: <https://ko.tradingeconomics.com/indonesia/gdp-per-capita>)



• 인도네시아 패션 이커머스 현황

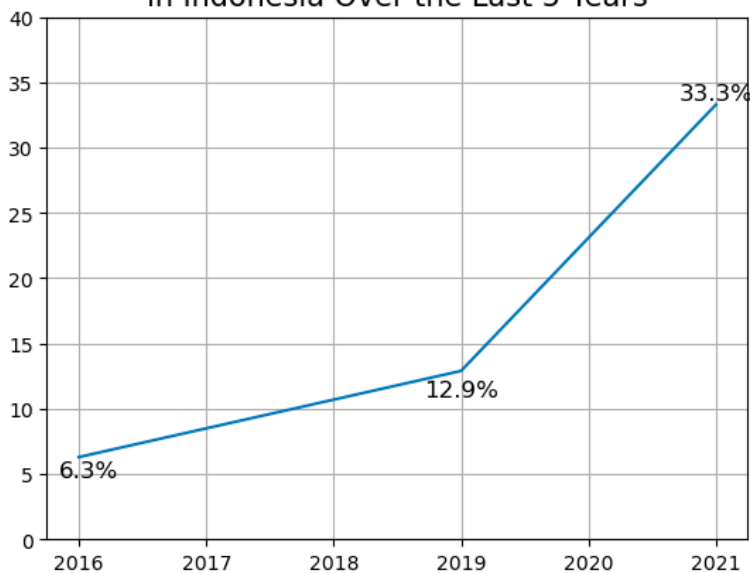
- 2021년 기준 인도네시아 소비자들이 의류제품을 구매하는 유통채널 중 E-commerce가 차지하는 비중은 33.3%.

Ratio of Indonesian Clothing Distribution Channel in 2021



- 최근들어 E-commerce를 통한 의류구매 점유율이 급속 성장하고 있음

Growth of Fashion E-commerce in Indonesia Over the Last 5 Years



- 이와 같은 현상은 영토가 넓고 교통 인프라가 잘 발달돼있지 않아 소비자들이 언제 어디서든 접속 가능한 온라인 쇼핑을 더욱 선호하게 되었기 때문
- 특히 코로나 대유행을 겪으면서 사회적 이동제한 장기화 및 감염병 확산 방지를 위해 정부에서 매장 내 의류제품 착용을 금지함에 따라 오프라인 매장방문 유인이 급격히 떨어짐

3. 인도네시아 중고 의류 시장 현황

- 인도네시아의 중고 의류 시장이 성장하고 있음. 설문조사에 따르면 저렴한 가격 때문에 많은 사람들이 중고 의류를 구매하는 것으로 보임. (코로나로 인한 경기침체가 원인?)
- Indonesia becomes a popular market for second-hand cloth as population growth continues(출처: <https://textilefocus.com/indonesia-becomes-a-popular-market-for-second-hand-cloth-as-population-growth-continues/>)
- Most common reasons for shopping second-hand fashion in Indonesia as of May 2022(출처: <https://www.statista.com/statistics/1366444/indonesia-reasons-for-shopping-second-hand-fashion/>)

