

호주 온라인 쇼핑몰 진출 방안



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 시장 개요 및 동향 / 3

- | | |
|----|-------------|
| 3 | 1. 시장 개요 |
| 5 | 2. 시장 동향 |
| 8 | 3. 수요 동향 |
| 11 | 4. 제품별 판매동향 |
| 13 | 5. 경쟁 현황 |

II. 호주 정부의 정책 / 18

- | | |
|----|---|
| 18 | 1. 온라인 쇼핑몰 관련 법규 |
| 19 | 2. 주요 관련 정책 |
| 20 | 3. 호주 NBN (National Broadband Network) 프로젝트 |
| 22 | 4. 호주 정부의 4G LTE 서비스 보급정책 |

III. 해외기업 현지진출 현황 및 진출 시 고려사항 /23

- | | |
|----|---------------------|
| 24 | 1. 해외기업 현지 진출 현황 |
| 26 | 2. 우리기업 현지진출 시 고려사항 |

IV. 시사점 / 27

- | | |
|----|-----------------------------|
| 27 | 1. 우리 기업 진출 유망 분야 |
| 29 | 2. 온라인 쇼핑몰 입점 전략 |
| 30 | 3. 진출 성공사례 |
| 32 | 4. 호주 DealsDirect 사장 인터뷰 내용 |

요 약

□ 시장 개요 및 동향

- 호주의 온라인 쇼핑물 산업은 사업체 수 33,085개, 시장 규모는 미화 100억 달러 수준임 (회계연도 2011~2012 기준). 동 산업은 지난 5년간 호주 소득 수준 향상, 소비자 신뢰도 향상, 제품의 다양화, 거래과정의 효율성 등으로 연평균 8.6%의 성장률을 기록함
- 호주의 소득 수준은 향후 5년간 연평균 3.3% 성장이 기대되며, 컴퓨터 사용 및 IT 능력을 갖춘 인구 증가로 온라인 쇼핑물 산업의 지속 성장이 전망됨
- 호주 온라인 쇼핑물 산업의 주요 성장 배경은 IT 기기의 사용 확대이며, 최근에는 호주달러 강세, 부가세(GST, Goods and Service Tax¹⁾) 면제 등의 혜택으로 해외 온라인 쇼핑 구매가 빠르게 증가하고 있음

□ 호주 정부의 정책

- 온라인 쇼핑물에 국한된 별도의 규정은 없으며, 관련 정책으로는 1000 호주 달러 이상의 해외 온라인 쇼핑에 대한 부가세(GST) 및 통관수수료 면제 등이 있어, 해외 구매를 더 용이하게 하고 있음
- 호주의 인터넷 속도와 네트워크의 보급률은 꾸준히 향상 되고 있으며, 최근에는 국가차원의 광통신망 프로젝트(NBN)가 추진되어 온라인 쇼핑물 산업의 차세대 성장 요인으로 주목 받고 있음

□ 호주 온라인 쇼핑물 시장 현황

- 이미 많은 업체들이 진입하여 치열하게 경쟁 중이며 향후에도 지속 성장이 예상되는 바, 기업들은 IT 인프라 투자, 유통비용 절감, 고객서비스 향상 등에

1) GST(Goods and Service Tax): 상품이나 용역을 판매 할 때 판매 금액에 부가, 고객으로 부터 징수해 국가에 납부하는 일종의 부가가치세로 호주에서는 일반적으로 10%임

더욱 집중 할 것으로 전망됨

- 호주 온라인 쇼핑의 수요 증가는 합리적인 가격, 시·공간의 제약을 벗어난 접근성, 호주 달러 강세로 인한 구매력 증대, 웹사이트로 제공되는 고객센터 서비스의 향상 등에 기인함
- 연령별로는 35~44세가 주요 이용 고객이며, 제품별로는 컴퓨터/전자제품, 음식 및 주류, 미디어 출판물/소프트웨어 순으로 많이 판매되었음

□ 해외기업 진출 현황 및 진출 시 유의사항

- 호주에 진출한 해외기업이 많지 않은 이유는 호주 시장 자체가 크지 않고, 온라인 쇼핑 상품들을 주로 현지 기업들로부터 조달하고 있기 때문임
- 호주 온라인 쇼핑 시장은 현지에 기반이 있어야 진출이 수월하며, 국내기업의 경우 현지 연락 사무소나 현지 기반 창고를 두어야 주요 인터넷 쇼핑몰로서 신뢰와 인지도를 얻을 수 있음
- 호주 진출을 위해서는 현지인들의 소비 패턴, 구매 취향 등에 대한 사전 조사가 필요함
- 인증이 필요한 제품은 현지 규정에 맞는 인증을 받은 후 판매가 가능

□ 시사점

- 우리 기업의 진출 유망 분야로는 유통기한의 제한이 없고 부피가 작은 생활용품이나 패션, 액세서리 제품 등을 들 수 있음
- 현지 기업들과 전략적 파트너십을 체결하여 브랜드 인지도를 높이는 것이 효과적임
- 호주 현지에 고객센터를 운영하거나 물류창고를 임대하여 고객에게 보다 빠른 응대를 제공하는 방안을 적극적으로 검토 필요

I

시장 개요 및 동향

1. 시장 개요

《 정 의 》

온라인 쇼핑물은 소비자가 웹사이트를 통해 상품을 구매할 수 있는 가상 상점으로, 재래식 소매거래와는 달리 시간적 공간적 제약 및 국경이 없다는 특성을 지님

□ 시장 규모

- 호주 시장조사기관 IBIS World의 발표에 따르면 호주 온라인 쇼핑물 산업에는 33,085개 사업체가 있으며, 전체 시장은 미화 100억 달러 규모인 것으로 나타남 (회계연도 2011~2012년 기준)
- 개인 판매자들에 의한 온라인 쇼핑 매출, 항공·호텔 등의 온라인 예약 구매 등을 제외한 전통적인 소매업 기준의 온라인 쇼핑물 매출액은 호주 총 소비재(consumer goods)의 7%를 차지함

< 호주의 온라인 쇼핑물 산업 통계 >

(단위: 백만 달러)

연도	매출 (AUD m)	성장률 (%)	업체수	증가율(%)	수출 (AUD m)	수입 (AUD m)	피고용자(명)
'03-04	4,444.3	21.1	5,605	52.5	324.4	380.8	8,882
'04-05	5,137.4	15.6	8,266	47.5	446.2	436.4	12,246
'05-06	5,749.0	11.9	11,766	42.3	579.3	468.7	16,050
'06-07	6,634.6	15.4	14,662	24.6	622.4	568.4	19,765
'07-08	7,315.3	10.3	17,192	17.3	571.9	651.7	23,767
'08-09	7,754.9	6.0	21,225	23.5	606.3	707.9	28,032
'09-10	8,354.3	7.7	26,325	24.0	696.7	876.8	32,604
'10-11	9,191.0	10.0	29,624	12.5	710.3	998.8	37,056
'11-12	10,027.5	9.1	33,085	11.7	797.7	1,045.1	42,365

자료원: IBIS World

- 최근 5년간 호주의 온라인 쇼핑물 시장은 소득수준 향상, 온라인 쇼핑에 대한 소비자 신뢰 상승, 다양한 제품군 등장, 거래 과정의 효율성 등으로 인해 연평균 8.6%의 성장률을 기록함
- 최근 들어 성장률이 다소 하락하는 추세지만 온라인 쇼핑시장은 호주 소매 산업에서 매우 중요한 판매 플랫폼으로 성장하였으며, 향후 5년간 연평균 성장률은 7.2% 정도로 전망됨
- 호주의 대표적인 상업은행 NAB가 매일 200만 여 건의 NAB은행 신용카드 거래를 바탕으로 'NAB 온라인 소매지수(Online Retail Sales Index)'를 집계한 결과, 2011년 온라인 소매 지수가 29% 상승한 것으로 나타남

<호주의 온라인 소매 및 재래 소매 성장률 비교>



자료원: NAB(National Australia Bank)

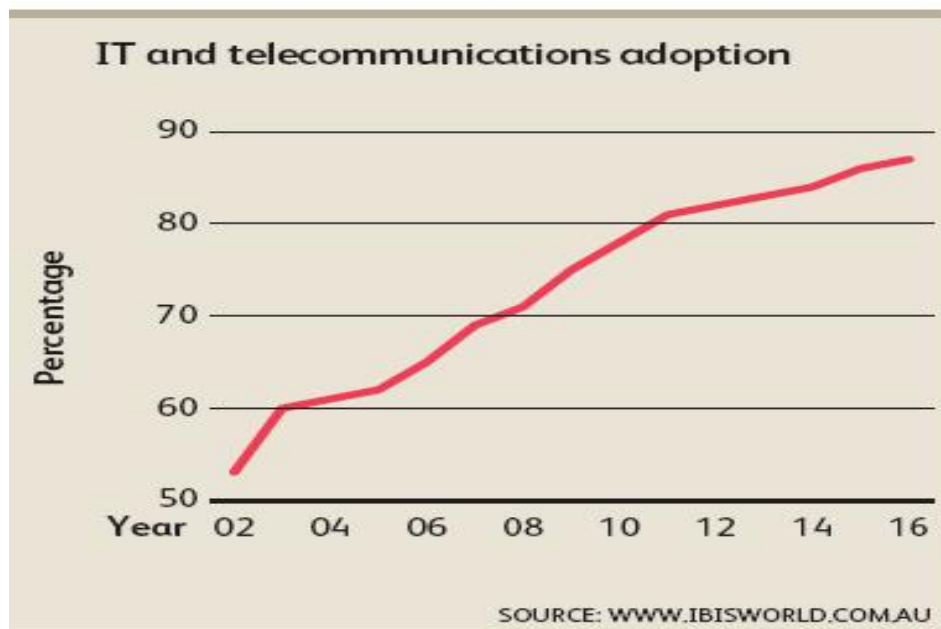
- 반면 전통적인 방식의 재래 소매 지수는 같은 기간 2.5% 상승하여, 호주 소비자들의 구매 방식에서 온라인 쇼핑이 차지하는 비중이 빠르게 증가하고 있음을 알 수 있음
- 호주의 소득 수준은 향후 연평균 3.3% 정도의 성장이 기대되며, 컴퓨터 사용 및 IT 능력을 갖춘 인구가 증가하면서 인터넷 쇼핑물 산업은 지속적으로 성장 할 것으로 보임

2. 시장 동향

□ 성장 배경 - 정보통신기기 보급 확대

- 호주의 온라인 쇼핑물 산업은 기술 발달 및 인터넷 접속 인구 증가, 인터넷 속도 향상과 함께 성장해 왔으며 특히 쇼핑할 시간이 부족하고 컴퓨터에 능통한 소비자들을 중심으로 안정적이고 효과적인 리테일 모델로 부상함
- IT 활용능력 수준이 높아질수록 소비자들은 컴퓨터 사용 빈도가 높아지기 때문에 이는 인터넷 쇼핑물 산업에 큰 영향을 미침
- 호주 내에서 정보통신기기를 사용하는 인구 비율은 2002년 전체 인구의 50% 정도에서 2012년에는 80% 이상으로 증가했으며, 2016년에는 약 90% 정도에 도달할 것으로 예상됨

< 2002~2016년 정보통신기기 사용 인구 >



자료원: IBIS World

- 향후 호주 온라인 쇼핑물 산업의 잠재 시장으로 모바일 기기를 사용한 쇼핑 시장이 유망함
- 스마트폰과 태블릿PC 사용이 증가하면서 소비자들의 쇼핑패턴이 달라지고 있으며 이러한 휴대기기를 사용하여 온라인 쇼핑물에 접속하는 경우가 늘어나고 있음
- 휴대기기를 통한 온라인 구매는 충동구매인 경우가 많으며 아직까지 결제 시 안전성이 미흡하다는 문제가 있으나 휴대기기를 이용한 제품 구매 관련 검색은 2013년 기존 컴퓨터 검색을 넘어설 전망이다
- 소셜네트워크와 결합한 온라인 쇼핑물도 잠재력 있는 시장으로, 이러한 쇼핑물을 통해 타 구매자의 구매 후기를 읽을 수 있고 제품 할인쿠폰 등의 혜택도 누릴 수 있음

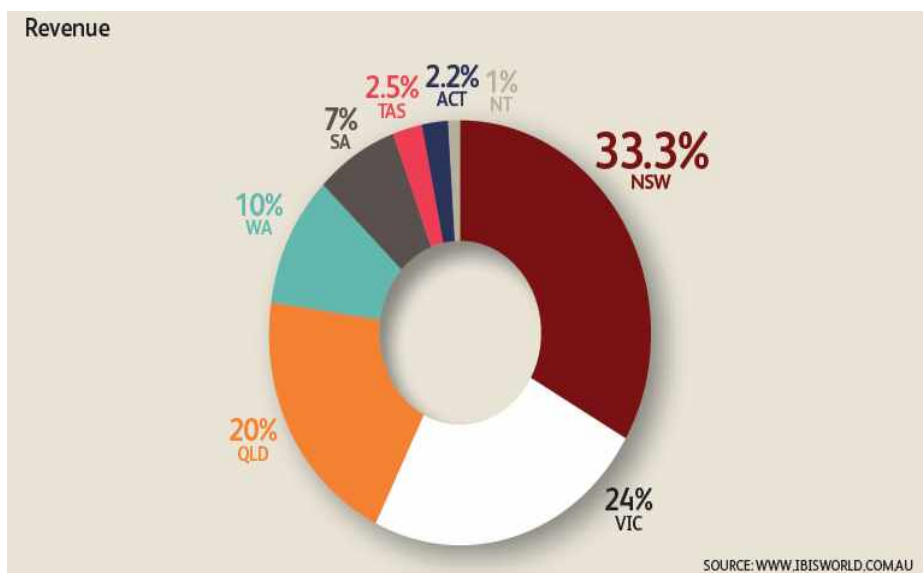
□ 해외 온라인 쇼핑의 증가

- 호주 국내의 온라인 쇼핑물 산업은 꾸준히 성장세를 기록하고 있지만, 2010~2011년에는 해외 인터넷 쇼핑물 업체와의 경쟁으로 어려움을 겪고 있음
- 호주달러의 강세로 소비자들은 해외 온라인 쇼핑물에서의 제품 구매를 선호하게 되었으며 이는 제품 구매 가격이 배송 비용을 포함해도 국내 가격보다 더 저렴하기 때문임
- 아직까지 온라인을 통한 제품 판매의 73%는 국내 업체가 차지하고 있지만 2011년 12월부터는 해외 업체의 판매율이 국내 업체의 판매율 보다 더 높은 성장세를 보이고 있음

□ 전문 업체에서 대형 유통업체로 확대

- 호주의 인터넷 쇼핑물 산업은 2년 전까지 특정상품을 취급하는 전문 업체들이 대부분이었으나 최근 들어 전자상거래 플랫폼이 주요 판매 플랫폼으로 성장하면서 대형 유통업체들도 인터넷 판매를 시작함
- 2010~2011년에는 호주 주요 백화점인 Myer와 David Jones, 대형 마트인 Big W가 온라인 판매 플랫폼을 구축하였으며, 가전제품 및 전자제품 전문 판매업체인 Harvey Norman이 온라인 쇼핑물을 개설함
- 향후 온라인 쇼핑 진출 업체의 증가로 인한 경쟁 심화로 업체들은 타 업체들과 차별화된 마케팅에 초점을 둘 것으로 전망됨
- 2011~2012년 기준 온라인 쇼핑물 매출액은 뉴사우스웨일즈주(시드니)가 33.3%로 가장 높고, 뒤이어 빅토리아주(멜번)가 24.0%, 퀸즐랜드주 (브리즈번)가 20.0%, 서호주(퍼스)가 10.0%, 남호주가 7.0%를 차지함

< 호주 온라인 쇼핑물 지역별 매출액 통계 >



자료원: IBIS World

- 최근에는 기존 온라인 쇼핑몰 차별화를 두는 eBay와 같은 경매 사이트와 공동구매 방식의 소셜커머스 사이트가 큰 인기를 얻고 있음
- 소셜커머스 사이트²⁾는 여러 구매자가 모여 특정 제품을 할인된 가격에 공동으로 구매하는 방식으로 호주 내에서 Scoopon, Spreets, Jump On It 등이 운영되고 있음

3. 수요 동향

☐ 수요 증가 요인

- 이처럼 호주에서 온라인 쇼핑이 급격하게 늘어나는 이유는 첫째, 호주 내 오프라인, 온라인 소매점과 해외 온라인 쇼핑몰 간의 가격 차이를 들 수 있음
- 예를 들어 화장품 에스테로더의 Re-Nutriv Ultimate Lift Age Correction serum(30mls)의 경우, 호주의 동사 온라인 매장에서는 410 호주달러, 미국의 동사 온라인 쇼핑몰에서는 미화 210달러, 호주의 StrawberryNet 온라인 매장에서는 242 호주달러로 조사됨
- 오프라인 소매점의 제한된 영업시간과 스마트기기의 대중화를 들 수 있음
- 호주 시내의 일반 소매점은 오후 6시 이전에 폐점하므로(동네 슈퍼마켓의 경우 저녁 10시까지 영업) 영업 시간대에 쇼핑할 수 없는 고객의 경우 온라인 구매를 선호하게 됨
- 특히 최근에는 스마트 폰, 노트북 등을 이용하는 젊은 층의 인터넷 이용률이 높아짐에 따라 자연스럽게 휴대폰을 통한 인터넷 구매가 늘어나고 있음

2) <http://www.allthedeals.com.au>, <http://spreets.com.au>, <http://www.jumponit.com/Sydney>, <http://www.ebay.com>

○ 호주 달러 강세로 호주 소비자의 구매력이 증대됨

- 호주 달러가 국제시장에서 미 달러를 포함하여 거의 모든 통화에 강세를 보임에 따라 호주 소비자들이 해외 온라인 매장에서 상대적으로 저렴하게 상품을 구매할 수 있게 됨. 호주 달러와 미 달러의 환율은 1 : 1.05수준임

○ 온라인 쇼핑물 이용자가 온라인 쇼핑 시 느끼는 평등감과 안락함

- 온라인 쇼핑물 운영회사는 규모가 작지만 소비자가 대형 백화점에서 쇼핑할 때 보다 더 높은 수준의 편리함, 평등감과 서비스를 느낄 수 있음

○ 제품에 대한 신뢰, 브랜드, 제조업자의 보증기간, 제품 관련 추가 서비스 등도 구매결정에 영향을 주는 주요 요인이 되고 있으며, 웹사이트에서 제공되는 고객 서비스 및 사후관리 수준의 향상도 온라인 쇼핑을 증가시키는 요인으로 작용하고 있음

- 대표적인 온라인 결제 시스템 업체인 PayPal의 설문에 따르면 현재 온라인 쇼핑 산업의 부흥은 GST 면제, 호주 달러 강세, 제품의 다양성, 고객 서비스의 향상 등이 온라인 쇼핑 확대의 주요 요인으로 나타남

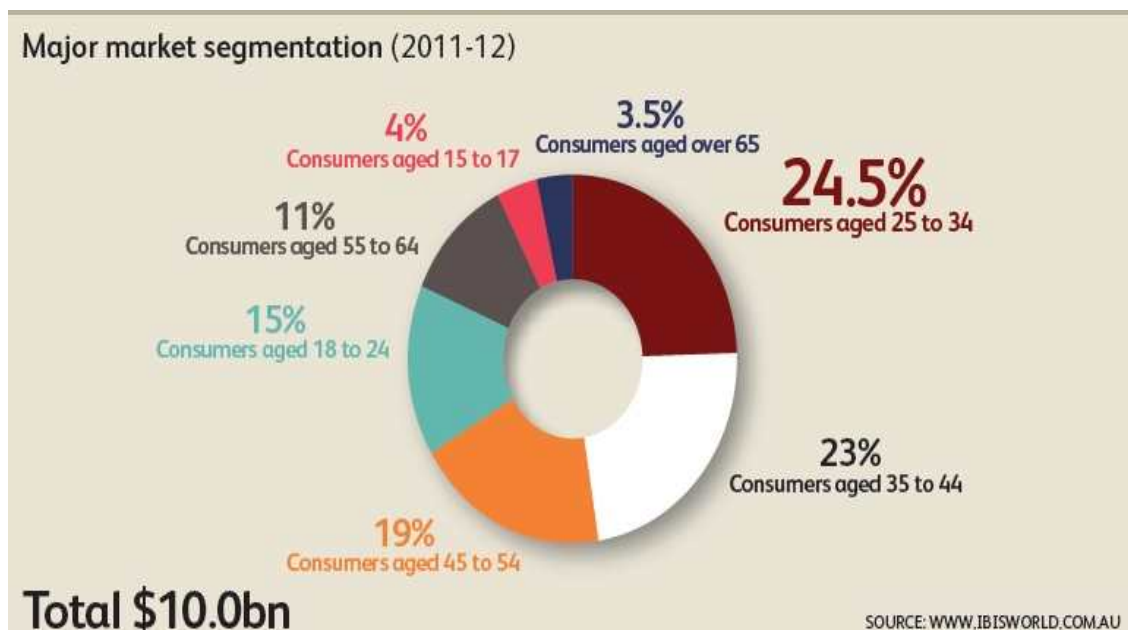
□ 연령별 온라인 쇼핑물 이용 현황

○ 35~44세의 고객이 온라인 쇼핑물의 주요 이용 연령층임

- 호주 방송통신위원회(Communications and Media Authority)의 조사에 의하면 이 연령층의 73%가 온라인으로 물건을 구매한 것으로 나타남. 편리함을 온라인 쇼핑의 가장 큰 장점으로 꼽았으며, 이 그룹에서 전문 직종에 종사하는 여성들의 구매 비율이 가장 높았음
- 25~34세 구매자들이 그 다음으로 높은 온라인 쇼핑 이용률을 보였으며, 이 그룹의 재 구매율은 69%에 달함

- 반면, 45세 이상부터는 온라인 쇼핑물 이용률이 크게 감소하였으며, 인터넷 사용의 어려움과 하자가 있는 제품의 구매가능성에 대한 두려움이 가장 큰 걸림돌로 나타남
 - 18~24세의 구매자들의 경우, 경제적인 이유로 온라인 쇼핑물 이용률이 상대적으로 낮음
- 호주, 전 연령대 별로 온라인 쇼핑물의 이용률은 전반적으로 높아지고 있음
- 이용 빈도가 낮은 45세 이상 고객층의 온라인 쇼핑물에 대한 신뢰도가 점차 향상된다면, 이 그룹에서 온라인 쇼핑물의 성장세를 기대할 수 있음
 - 온라인 구매 빈도가 높은 45세 미만의 연령층의 경우 지금보다 급격한 온라인 쇼핑물 이용량 증가를 기대하기는 힘들 것으로 예상됨

<호주 연령대별 온라인 쇼핑물 이용비율>



자료원: IBIS World

4. 제품별 판매 동향

☐ 컴퓨터/전자제품

- 호주 온라인 쇼핑 판매에서 가장 많은 비중을 차지하는 품목은 컴퓨터 및 전자제품으로 과거에는 컴퓨터 관련 지식이 많은 구매자들에 의해 호주 현지에서 구할 수 없는 부품 등이 수입되었으나 현재는 JB, Hi-Fi 등이 이러한 부품들을 배송비 무료로 판매하고 있음
- IBIS 조사에 따르면 호주 소비자들의 온라인 구매에 대한 신뢰도 상승과 신용카드 안전성 상승에 힘입어 컴퓨터/전자제품의 온라인 판매는 향후 5년간 성장세를 보일 것으로 예측

☐ 미디어 출판물/소프트웨어

- 책, 매거진, 음악, 휴대폰 벨소리, 비디오 등의 미디어 출판물은 주로 18~24세의 소비자층이 시장 이용자의 40%를 차지하며, 이 시장의 선두주자인 Apple은 호주에서 2010~2011년 사이에만 9000만 달러 상당을 iTunes store를 통해 판매함
- 호주음반연합(Australia Record Industry Association)에 따르면, 2010년 동안 최소 1억 달러의 온라인 음악 판매가 이루어졌으며, 판매는 주로 스마트폰, iPads, 태블릿PC 등을 통해서 이루어짐
- IBIS는 이 분야가 다른 분야에 비해서 성장이 둔화될 것으로 예상하는데, 그 이유는 호주 소비자들은 미디어 콘텐츠를 구매하기보다 대여하여 소비하는 경향이 더 강하기 때문

□ 보석, 화장품, 개인 생활용품 등

- 핸드백, 모자, 양말, 스타킹, 속옷, 벨트, 지갑, 반지, 팔찌 등의 보석 및 잡화류는 가볍고 운송이 쉽기 때문에 온라인 판매가 용이하며, 판매량도 꾸준한 성장세를 보이고 있음
- 화장품, 향수 등은 동일 브랜드 품질이 표준화 되어 있어 온라인 쇼핑으로 구매하기가 용이하며, 현재 화장품의 온라인 판매가 전체 화장품 시장판매의 3.3%로 낮은 수준이기 때문에 앞으로 온라인 판매 확대 가능성이 높음

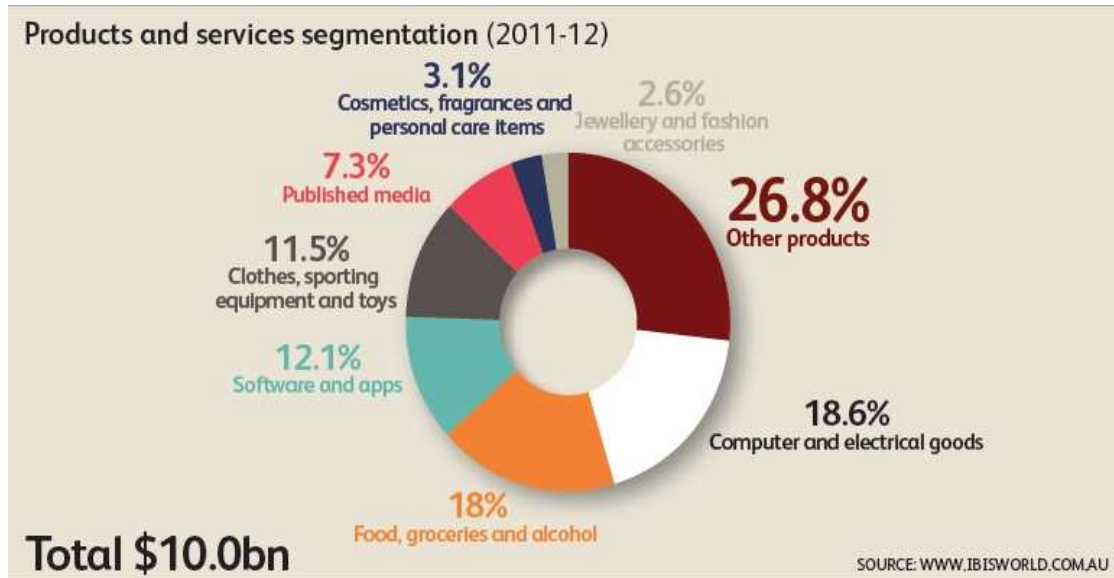
□ 의류, 운동기구, 장난감

- 호주사람들이 최신 유행에 따라 외국 온라인 쇼핑몰에서 의류를 구매하는 추세가 증가. ASOS와 같은 영국계 온라인 쇼핑몰은 호주의 온라인 쇼핑몰 보다 훨씬 다양한 제품들을 제공하고 있음
- 현재 호주에서는 의류, 운동기구 소매 판매의 5% 미만이 온라인으로 판매되고 있으나, 운동기구의 경우 온라인에서 최대 50%까지 저렴하게 구매할 수 있어 앞으로 성장 잠재력이 큰 시장임

□ 음식/식료품/주류

- 간단한 음식, 식료품 등은 온라인으로 구매하면 시간을 절약할 수 있기 때문에 직장인 여성들이 주요 타겟이 됨
- Grays Online 과 같은 온라인 주류 사이트는 저렴한 주류를 찾는 고객들의 필요를 만족시킴으로써 큰 성공을 거둠

<호주 제품별 온라인 시장 점유율>



자료원: IBIS World

- 온라인 쇼핑물의 구매 특징 중 하나가 온라인 쇼핑물에서 구매한 제품에 만족할 경우, 재 구매 가능성이 상당히 높다는 것으로 업체들은 고객 만족도를 높이기 위한 방안인 고객지향적인 반품/교환 정책을 권장함
- ASOS의 무료 배송/무료 교환 서비스는 호주 현지에서 좋은 반응을 얻고 있음

5. 경쟁 현황

□ 온라인 쇼핑물 시장의 경쟁 심화

- 호주 소매업의 성장 동력인 온라인 쇼핑물 산업
- 온라인 쇼핑은 현재 글로벌 금융 위기로 척박해진 호주 소매업에서 단비 같은 존재이며, 인터넷 사용 환경의 발달에 따른 인터넷 사용자 증가로 인해 온라인 쇼핑물 이용자가 급격히 늘어나고 있는 추세임

- 또한 호주 온라인 쇼핑물의 판매량이 증가하게 된 이유는 과거 보안·개인정보 보호 등의 문제가 많았던 전자상거래에 대한 신뢰도가 회복되고, 많은 온라인 쇼핑물들이 다양한 상품을 경쟁력 있는 가격으로 제공하기 때문으로 분석됨

○ 거대 유통기업들 온라인시장에 적극 진출

- 현재는 온라인 쇼핑물마다 비슷한 상품을 가지고 경쟁하기 때문에 업체들 간 경쟁이 매우 치열해 온라인 쇼핑물 시장은 '완전경쟁' 시장에 가까움
- 호주 소매업의 대부분을 차지하는 오프라인 소매 기업들이 온라인 시장 진출을 꺼리는 것은 이미 경쟁이 심화되어 있어 제품 판매 당 이익률이 적기 때문임
- 그러나 최근 David Jones, Myer, Woolworth 등 호주 거대 유통 기업들이 뒤늦게 온라인 시장에 적극적으로 진출하기 시작함
- 따라서 2011~2012년을 거쳐 향후 5년간에도 새로운 온라인 쇼핑물 창업기업들과 현재 존재하는 소매업자들의 지속적인 온라인 쇼핑물 시장 진입으로 온라인 쇼핑물 규모 및 진입 업체 수는 지속적으로 증가할 것으로 예상됨
- 기업들은 온라인 쇼핑물 시장에서 항상 우위를 가지기 위해 e-commerce 플랫폼에 대한 투자, 유통비용 절감, 사후 관리 및 고객서비스 품질 향상 등에 더욱 힘을 쏟 것으로 전망됨

< 호주의 대표적인 온라인 쇼핑물 >

온라인 쇼핑물	웹사이트 주소	주요 취급품목
Deals Direct	http://www.dealsdirect.com.au	호주 최대의 종합백화점
Oo.com.au	http://www.oo.com.au	종합백화점
Shopping Square	http://www.shoppingsquare.com.au	종합백화점
Ozsale	http://www.ozsale.com.au	회원제, 패션제품
Crazy Sales	http://www.crazysales.com.au	종합백화점
Zazz	https://www.zazz.com.au	당일 특가상품 소개 액세서리, 주방용품 등
Catch of the Day	http://www.catchoftheday.com.au/	Zazz와 유사
RedBalloon	http://www.redballoon.com.au	바우처 판매
Officeworks	http://www.officeworks.com.au	사무용품, 문구류
Dick Smith	http://dicksmith.com.au	가전제품, 카메라
JB Hi-Fi	http://www.jbhifi.com.au	가전제품, 카메라
Peter's Kensington	http://www.petersofkensington.com.au	가정용품, 귀금속, 패션제품
Big w	http://www.bigw.com.au	디스카운트제품

자료원 : KOTRA 시드니 무역관 자체 조사

☐ 오프라인 소매업자들의 대응

○ 온라인 쇼핑물 관련법규 수정요구

- 소매업자 협회(A Consortium of Retailers) 및 많은 개인 소매업자들은 최근 오프라인 소매업의 부진이 온라인 쇼핑물에 대한 특혜 때문이라고 반발하며, 호주 정부가 수입품에 대한 GST 부과 기준 최소금액을 1000 호주달러 아래로 낮추어 줄 것을 요구하고 있음
- 이에, 호주정부는 생산성위원회(Productivity Commission)에 호주 소매업 경쟁에 관한 조사 (Productivity Commission investigation into the competitiveness of Australian retail)를 의뢰한 결과, 소매업자들의 현 매출부진은 온라인 쇼핑물 산업의 발달 때문이라기보다 소매업자들이 지불해야하는 임대료와 급여 상승 때문인 것으로 나타남

- 또한 GST 부과의 최소 기준 가격을 1000 호주달러 이하로 낮추는 정책 비용이 이로 인해서 증가하는 소매업의 전체 매출 증가액보다 더 클 것으로 예상된다고 하면서 현 상황에서 최소 금액기준을 인하하는 것은 설득력이 없는 것으로 보고되었고, 오히려 해외구매 시 1000 호주달러 이하 상품의 GST 면제가 이슈화되면서 온라인 쇼핑이 더 저렴하다는 사실을 알리는 홍보효과를 가져옴
- 그러나 호주의 주요 소매업자들(Harvey Norman, Myer and David Jones)의 모임인 호주공정수입연합(The Fair Imports Alliance)은 지속적으로 호주 정부에 온라인 쇼핑몰에 대한 제재를 로비 중임
- GST 부과 기준금액을 낮추기 어려운 이유는 소비자들의 반발과 호주 국세청의 GST 수납을 위한 행정비용으로 인한 반대 때문으로 당분간 현 GST 정책이 바뀔 여지는 없어 보임
- 반면 뒤늦게 온라인 쇼핑몰 시장에 진입하는 소매기업도 증가 추세에 있음
 - 2010~2011년 동안 Myer, David Jones, Big W, Harvey Norman 등의 거대 기업형 소매기업들이 온라인 쇼핑몰을 개설함
 - 오프라인에만 의존하던 소매 업계에서도 소비자의 다양한 구매 욕구에 대응하기 위해 온라인 쇼핑몰을 개설하거나 경쟁 기업의 온라인 회사를 인수·합병하는 사례가 늘고 있음
 - Good Guys사 등 일부 소매점이 온라인에서 제품을 구매한 뒤 각 동네에 있는 오프라인 매장에서 구매 제품을 받아가게 하거나, 호주 최대의 슈퍼마켓 중 하나인 Woolworth사가 Big W의 디스카운트 온라인 매장을 운영하는 것이 일례임
 - 호주의 대표적인 백화점 체인인 David Jones, Myer는 동 백화점에서 판매되고 있는 고급 화장품의 납품 가격을 인하해줄 것을 글로벌 화장품 기업 본사에 요청하고 있는데, 이는 호주의 시중 백화점에서 판매되고 있는 화장품과 해외 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 화장품의 가격차를 극복하기 위해서임

□ 해외 온라인 쇼핑물의 강세

- 호주 국내 온라인 쇼핑물 산업은 인기가 급상승 중이지만, 호주 소매업자들이 운영하는 온라인 쇼핑물의 판매량은 앞으로 해외 온라인 쇼핑 소매업자들에 의해 타격을 받을 것으로 예상됨
- 호주달러 강세로 인해, 많은 소비자들이 호주 온/오프라인 소매업체에서 구매하기보다는 해외 온라인 쇼핑물에서 직접 물건을 구매하는 추세가 당분간 지속될 것으로 예상됨
- 현재 호주 국내 온라인 쇼핑물 매출액은 호주 전체 온라인 쇼핑물 산업에서 73%를 차지하여 규모 면에서는 압도적이나, 2011년 기준 해외 온라인 쇼핑 판매 증가율이 40%인 반면, 국내 온라인 쇼핑 판매 증가율은 25%에 그침

< 해외 및 국내 온라인 쇼핑 판매 증가율 비교 >



자료원: NAB

II

호주 정부의 주요 정책**1. 온라인 쇼핑몰 관련 법규**

- 온라인 쇼핑몰에 관련된 규정은 대부분 일반 소매업 관련 규정과 같은 범위로 간주되어 거래규제법(구 Trade Practices Act)에 근거하여 적용됨. 단, 거래·운영시간(Trading Hour) 및 건물 임대와 관련된 규정은 적용되지 않음
- 온라인 쇼핑몰에 해당되는 관련 규정 중 하나로 스팸규제법(Spam Act 2003)이 있으며 호주방송통신위원회(ACMA/Australian Communications and Media Authority)에서 관련 부분을 강력하게 규제하고 있음
 - 이메일, 휴대폰 문자 메시지 등 어떠한 경로로도 소비자가 요청하지 않거나 동의하지 않은 스팸 메시지 전달은 불법으로 규정함
- 일반적으로 호주의 온라인 산업에 적용되는 규정은 콘텐츠와 관련된 것으로 호주방송통신위원회가 전적으로 관리함
 - 호주 방송통신위원회는 ‘온라인 콘텐츠와 관련된 공동 규정 제도’(co-regulatory scheme)를 두고 있으며 이 제도는 ‘방송서비스규제법 1992’(Broadcasting Services Act 1992)의 제 5조와 제 7조에 근거함
 - 공동 규정제도(co-regulatory scheme)의 공동은 정부, 산업 그리고 관련 커뮤니티를 의미함

2. 주요 관련 정책

- 정부차원의 정책은 해외 온라인 쇼핑에 대한 부가가치세(GTS) 및 통관에 관한 것으로 해외 구매 시 수수료 면제 등이 해당함
- 호주에서 해외 온라인 쇼핑물에서 1000 호주달러 미만으로 제품을 구매할 경우, 소비자가 부담해야하는 부가가치세 10%, 통관수수료 등이 면제되기 때문에 호주 소비자들이 해외 온라인 구매를 더 선호하는 것으로 나타남
- 이러한 정책은 호주달러의 강세와 더불어 호주인의 해외 온라인 쇼핑물에서의 구매력을 상승시키는 요인으로 작용함
- 하지만 향후 5년 동안 호주달러의 강세가 안정되어 예년 통화 가치를 회복할 경우 다시 호주 내 소매 산업 및 온라인 쇼핑물의 경쟁력이 상대적으로 높아질 것으로 예상됨
- 또한 유럽 및 북미시장을 상대로 온라인 쇼핑사업 진출을 시도하고 있는 호주 주요 업체들의 제품 수출이 증가할 것으로 전망됨
- 온라인 쇼핑물에 국한된 별도의 규정 및 정보를 제공하는 부처는 존재하지 않으며, 일반적인 온라인 관련 규정을 제공·관리하는 기관 및 협회는 아래와 같음

< 관련 기관 >

기관명	웹사이트
ACMA (the Australian Communications and Media Authority)	http://www.acma.gov.au
Internet Industry Association	http://www.iiia.net.au
Electronic Frontiers Australia Inc.	http://www.efa.org.au

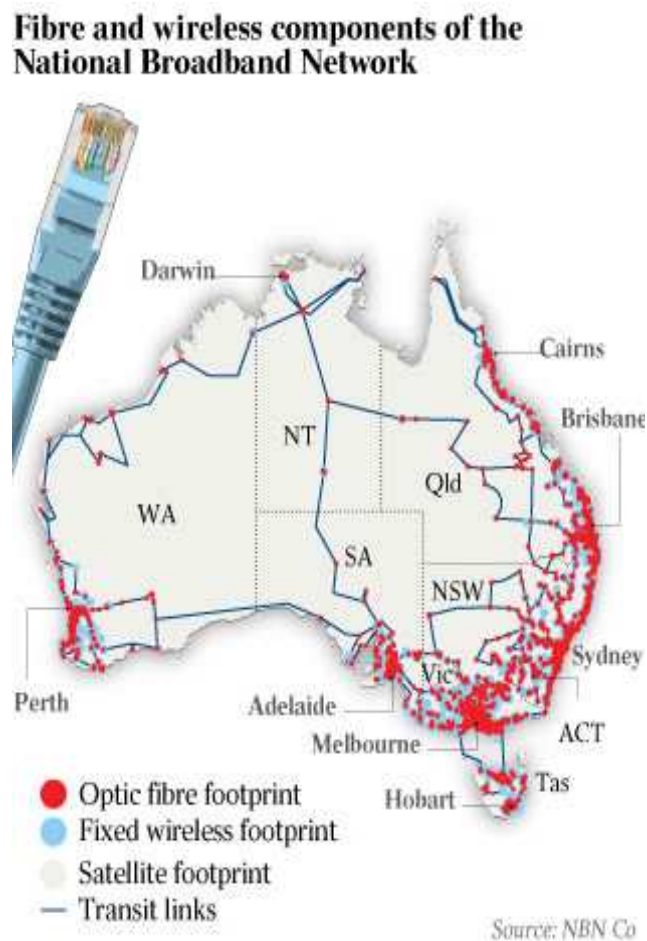
자료원 : KOTRA 시드니 무역관 자체 조사

3. 호주 NBN (National Broadband Network) 프로젝트

- 인터넷은 온라인 쇼핑물 산업에 있어서 국내 고객뿐 아니라 해외 고객 또한 유치할 수 있는 중요한 인프라라고 볼 수 있음
- 리서치 기관인 포레스터(Forrester)는, 인터넷 속도의 향상 및 네트워크 보급률이 높아짐에 따라 2009년 160억 호주달러였던 온라인 쇼핑물 판매가 2015년에는 330억 호주달러로 상승할 것으로 예상함
- 이 리서치를 통하여 인터넷 속도와 양질의 온라인 쇼핑 웹사이트의 중요성이 부각됨. 47%의 온라인 쇼핑물 소비자는 2초 이내의 화면 전환을 원하는 것으로 나타났으며, 40%는 3초 이상 화면전환이 되지 않을 경우 구매를 포기한다고 응답함
- 호주 NBN (National Broadband Network) 프로젝트는 호주 국민들에게 세계적인 수준의 고속 인터넷 서비스를 제공 할 수 있는 통신 인프라 확대를 위한 국가 차원의 프로젝트임
- 8년간 총 430억 호주 달러를 투입하는 프로젝트로 호주의 93%이상 지역에 기존 1Mbps였던 통신 속도를 100Mbps로 증가시켜 국가 경쟁력을 높이려는 계획임
- NBN Co의 주도아래 뉴사우스웨일즈 주, 퀸즈랜드 주, 호주 캐피탈 테리토리 주는 Silcar사, 빅토리아 주는 Transfield사, 서호주 주, 남호주 주와 노던테리토리 주는 Syntheo사와 건설 계약을 맺고 진행 중임

- 현재 60% 정도 되는 광대역인터넷 사용률이 약 80%까지 오를 것으로 전망되며 전체 사용자의 2/3 가량은 기본 서비스 사양인 20Mbps를 사용하며, 나머지 1/3 가량은 최고 사양인 100Mbps를 사용할 전망이다
- 호주 NBN 프로젝트를 통한 국가 차원의 거대한 광통신망 투자는 온라인 쇼핑물의 핵심 기반인 IT 인프라를 확충하여 온라인 쇼핑물 산업 발전에 직, 간접적으로 이바지 할 것으로 예상됨

< 호주의 유무선 광통신망 현황 >



자료원: NBN Co.

4. 호주 정부의 4G LTE 서비스 보급정책

- 호주연방정부는 특별히 4G LTE 네트워크 서비스에 대한 지원 정책이 없음.
다만, 각 통신사가 4G LTE 네트워크 구축에 대한 투자를 진행하는 것은 적극 장려 함
 - 선진화된 네트워크 서비스가 호주 국민에게 제공되어 더 편리한 통신환경을 제공하는 것에 만족하고 있으며 또한 여러 통신사의 공정한 경쟁이 유발되어 더욱 더 합리적인 서비스가 제공되는 시장이 형성될 것이라고 내다보고 있음
- 호주에서 현재 사용 중인 3G 네트워크보다 속도가 3배 이상 빠른 4G LTE 네트워크 서비스가 운영되기 시작함에 따라 더욱 빠른 모바일 인터넷 환경 제공과 더불어 멀티미디어 콘텐츠의 모바일 시장 활성화 및 연관 기술 산업을 크게 확대 성장시킬 수 있는 기반을 마련했다는 평가를 받고 있음
- 스마트폰, 태블릿PC 등 모바일 기기의 사용이 빠르게 증가하고 있으며 모바일 기기를 통한 소비자들의 온라인 구매 또한 눈에 띄게 확산되는 추세로 4G LTE 네트워크 서비스 제공은 온라인 쇼핑몰 산업을 더욱 신장시키는 역할을 할 것으로 예상됨
- 가장 먼저 4G LTE 네트워크 시장에 뛰어든 호주 최대 통신기업 텔스트라(Telstra)는 경쟁사인 옵터스(Optus)와 보다폰(Vodafone) 보다 적극적으로 4G LTE 네트워크 시장 선점에 주력하고 있음
 - 텔스트라에 따르면, 2011년 말 4G LTE 용 휴대폰을 처음 판매한 이후 4G LTE 네트워크 서비스를 지원하는 기기 사용자가 10만 명을 넘었음
 - 4G LTE 네트워크 제품 시장 성장을 통해 지난 상반기, 텔스트라의 모바일 매출이 10.9% (매출 43억9000만 호주달러) 성장했으며, 이는 유선통신시장에서 9% 매출 급락 (매출 24억9000만 호주달러)을

상쇄하는 데도 영향을 미침

- 텔스트라는 올해 말까지 4G LTE 네트워크용 휴대기기 10개 이상의 제품을 추가로 발표하는 것을 준비 중
- 4G LTE 네트워크 서비스를 가장 먼저 도입한 텔스트라는 시장을 선점하고 있어 한동안 입지가 지속될 것으로 보이며 후발주자인 보다폰, 옴터스와의 본격적인 경쟁에는 시간이 소요될 것으로 예상됨
- 보다폰의 경우 2013년 3G 네트워크보다 15배 이상 빠른 4G LTE 네트워크 서비스의 개통을 목표로 이미 10억 호주달러를 투자하였으며 2012년 하반기 중 7천만 호주달러를 추가로 투입할 예정
- 옴터스는 세븐 그룹 홀딩스(Seven Group Holdings)의 소유였던 비비드와이어리스 그룹(Vividawireless Group Ltd)를 인수하면서 4G LTE 네트워크 서비스 개통 준비에 속도를 올림
- 모든 통신 기업들은 더 많은 4G LTE 네트워크용 기기를 선보이고 소비자 지향적인 정책제도를 제공하면 경쟁사들보다 더 많은 시장점유율을 확보할 수 있을 것으로 예상하고 이 부분에 역량을 크게 집중함

III.

해외 기업 현지 진출 현황 및 진출 시 고려 사항

1. 해외기업 현지 진출 현황

회사명	Apple Pty Ltd	국가	미국
대표자	Anthony King	설립연도	1990년
사업 영역	IT	직원 수	1,505
홈페이지	http://www.apple.com.au	전화번호	612 8987 8000
주소	Level 18, Capital Centre, 255 Pitt St, Sydney NSW 2000		
진출품목	IT 하드웨어 및 소프트웨어, 디지털 콘텐츠 등		
주요 공급처	일반 소비자 및 비즈니스		
업체 정보	• 1990년도에 설립된 Apple Computer Inc(미국)의 호주 법인 • 맥북, 아이팟, 아이폰, 아이패드 등의 애플 제품을 유통·판매하고 있으며, 아이튠스토어를 통해 음악, 앱, 책 등의 디지털 콘텐츠를 판매하고 있음 • '11년 7월 기업을 대상으로 Volume Purchase Program(VPP)을 시작 • 애플의 온라인 매출은 전체 인터넷 쇼핑 시장의 2.3%를 차지하고 있으며, 이 수치는 계속해서 늘어날 전망		

회사명	Spreets Pty Ltd (Yahoo!7)	국가	미국/호주
대표자	Rohan Lund	설립연도	2010년
사업 영역	온라인 쇼핑, 공동구매	직원 수	325
홈페이지	www.spreets.com.au	전화번호	612 8288 4600
주소	Level 2, Pier 9, 23 Hickson Road, Millers Point NSW 2000		
진출품목	음식, 미용 및 여행 상품 등		
주요 공급처	일반 소비자		
업체 정보	• Spreets는 2010년에 설립된 호주의 대표적인 그룹바잉(Group buying) 홈페이지로 2011년 Yahoo!7에 의해 인수됨 • Yahoo!7은 미국 야후와 호주 방송국 Seven Networks의 50:50 합작회사로 2011년 91백만 호주 달러의 매출을 기록		

회사명	Cudo Pty Ltd (Ninemsn)	국가	미국/호주
대표자	Mike Sneesby	설립연도	- 설립년도 언제인지
사업 영역	공동구매, 디지털미디어	직원 수	466
홈페이지	www.cudo.com.au	전화번호	612 9383 6000
주소	Level 7, Tower Building, 264-278 George Street, Sydney NSW 2000		
진출품목	음식, 미용 및 여행 상품 등		
주요 공급처	일반 소비자		
업체 정보	• Cudo는 Microsoft와 Nine Entertainment의 합작회사인 Ninemsn 소유의 그룹바잉 사이트 • 최근 여행관련 상품을 강화하기위해 Getaway lounge를 인수함		

회사명	eBay Australia and NZ Pty Ltd	국가	미국
대표자	Deborah Sharkey	설립연도	1999년
사업 영역	마케팅, 광고 및 프로모션	직원 수	57
홈페이지	www.ebay.com.au	전화번호	612 8288 0000
주소	Level 23, 1 York St, Sydney NSW 2000		
진출품목	온라인 옥션 및 광고		
주요 공급처	일반 소비자		
업체 정보	• 1999년에 설립되어 개인 또는 개인사업자의 물품을 경매로 판매 • 사이트를 통해 거래되는 품목들의 전체 규모로 볼 때 호주에서 가장 큰 인터넷 쇼핑몰이라고 볼 수 있으나, eBay는 단지 판매 수수료와 광고 매출을 수익으로 얻기 때문에 기업 매출액은 크지 않음 • 2011년 월평균 6백만의 호주고객이 eBay를 방문하였으며, 최근 호주 온라인 경매 사이트인 Gumtree를 인수하여 호주 온라인 시장을 확장해 감		

2. 우리기업 현지진출 시 고려사항

☐ 머나먼 나라, 넓은 대륙 호주

- 호주 인터넷 쇼핑시장은 지리적 여건상 현지에 기반을 두지 않고서는 국내기업이 진출하기 어려운 시장
 - 해외의 많은 유명 온라인 쇼핑몰 기업들이 호주 진출을 위해 호주 전용 홈페이지를 만들어 공략해 보지만 본격적인 시세 확장과 빠른 고객 대응을 위해 결국 현지에 사무소 또는 물류 창고를 설립하는 추세
 - 최근 영국의 가장 큰 패션 인터넷 쇼핑몰인 ASOS가 호주진출을 위해 호주 전용 홈페이지를 개설하였으나, 주문 시 약 1~3주가 걸리는 단점으로 호주 소매점에 비해 매우 저렴하게 판매되고 있음에도 불구하고 아직까지 큰 매출을 기록하지 못하고 있는 실정
 - eBay의 경우 해외구매라고 할지라도 Paypal이라는 결제 수단 덕분에 비교적 많은 판매를 하고 있음. Paypal 결제의 경우 물품이 배송이 되지 않거나 잘못된 물품이 배송되면 결제금액을 전체 환불해 주는 제도가 있어 소비자가 안심하고 구매할 수가 있음
 - 국내 온라인 기업이 현지에 진출하여 현지인 사이에서 신뢰도와 인지도를 높이기 위해서는 현지 연락 사무소가 필요하며, 빠르고 저렴한 물류 배송을 위해 현지 기반의 물류창고가 필요함

☐ 현지 소비문화와 인증제도

- 호주 온라인 쇼핑몰에 성공적으로 진출하기 위해서는 먼저 호주의 생활과 환경, 문화에 대한 충분한 이해가 필요 할 것이며, 이를 통해 현지인들의 소비 패턴, 구매 취향, 선호 품목 등을 알아낼 필요가 있음

- 특히 인증이 필요한 제품은 반드시 인증을 받은 후에 판매가 되어야 하므로 현지 시장을 정확히 사전 조사한 후 진출하는 것이 필요함
- 국내 G마켓과 같이 여러 업체들의 입점을 통해 거래를 만드는 현지 인터넷 쇼핑물은 대부분 현지 기반 업체들의 입점만을 허가하고 있으며, 그 가장 큰 이유는 제품의 하자과 배송에 대한 책임을 쇼핑물에서 떠안을 수 없기 때문임
 - 국내 제품이 현지에서 판매되기 위해서는 현지 규정에 맞는 인증과 허가가 필요할 것이며, 현지에서 빠른 A/S가 이루어져야 할 것임
 - 이에 대한 모든 배송은 각각 입점 된 현지 공급업체에서 이뤄져야 함
- 별도의 인증이 필요하지 않거나, 이미 현지 인증을 획득하여 판매할 수 있는 제품을 가지고 있는 국내 기업이라면 eBay와 같은 쇼핑물을 통해 판매를 시작할 수 있음
 - eBay의 경우 신용카드 및 Paypal 등의 결제 시스템을 제공하고 있기 때문에 별도의 결제 시스템을 구비 할 필요가 없으며, 현지인들이 가장 많이 사용하는 대표적인 쇼핑물
 - 하지만 이는 부피가 작아 배송이 쉬운 저가 제품에 해당되며 부피가 큰 고가 제품에 대해서는 현지 거래업체를 발굴하여 현지 배송이 가능하도록 하거나, 별도의 마케팅으로 제품에 대한 인지도를 높여 구매를 돕는 방법이 있음
- 온라인 쇼핑에 대해 현지인들이 가장 우려하는 것은 품질이 검증되지 않은 제품 구매와 신용카드 사기이며, 이 때문에 소비자들은 아직까지 온라인보다는 오프라인 구매를 선호함
 - 제품 품질에 대한 신뢰도 제고와 안심할 수 있는 온라인 결제 수단을 제공한다면 온라인 쇼핑시장은 더욱 빠르고 크게 성장할 것임

IV.

시사점

1. 우리 기업 진출 유망 분야

□ 진출 유망 분야

○ 생활용품

- 호주는 대부분의 공산품을 한국·중국 등 아시아 국가로부터 수입하고 있으며, 온라인 쇼핑에 큰 비중을 차지하고 있는 품목은 생활용품임
- 유통기한의 제한이 없거나 길고, 부피가 크지 않아 항공배송이 저렴한 생활용품의 경우 온라인 쇼핑몰을 통한 국내 기업 진출이 유망함

※ 호주는 우편으로 배송되는 해외구매 제품 중 1000 호주달러 미만 인 경우에 한해 GST 면세 혜택이 주어지는 장점이 있음

○ 패션, 액세서리 관련

- 서양인들의 사이즈와 패션 스타일이 한국인들과 차이가 있을 수 있으나, Zara, H/M, 유니클로 등의 해외 기업들이 한국에서 성공한 것처럼 국내기업 또한 서양인들을 타겟으로 하는 디자인으로 해외진출을 공략할 수 있음
- 일례로 영국의 유명 패션 쇼핑몰인 ASOS는 호주 전용 홈페이지를 개설하고 무료배송을 제공함으로 호주로의 첫 진출을 도모하였음

2. 온라인 쇼핑몰 입점 전략

□ 진출 전략

○ 충분한 시장 조사와 이해

- 진출 전 호주 온라인 쇼핑 산업의 운영방식에 대한 전반적인 이해와 현지인들의 소비패턴, 구매취향, 온라인 구매 선호 품목 등의 충분한 공부와 이해가 요구됨
- 또한 현지 인증이 필요한 제품은 취득 방법에 대해 현지 전문가와의 구체적인 상의가 필요함 (취득 절차, 소요기간 및 비용 등)

○ 전략적 파트너십 체결

- 호주에 신규 진출한 해외기업 또는 제품의 경우 신뢰를 얻기가 상대적으로 어렵기 때문에 현지 기업과 효과적인 파트너십을 체결하여 브랜드 인지도를 높이는 방법도 검토할 수 있음
- 특히 온라인 구매는 실물을 보지 않은 상태에서 구매를 해야 하기 때문에 판매기업과 제품에 대한 현지인들의 인지도가 매우 중요함
- 저렴한 제품은 주로 중국, 동남아 등에 본부를 두고 대량으로 조달하는 경우도 있으므로 해당 국가에 기반이 있는 국내기업들은 제 3국에서 호주 기업과 거래를 추진하는 것도 대안이 될 수 있음

□ 고객센터 운영 및 물류창고 임대

- 현지 고객센터 운영 및 물류창고 임대를 통한 신속한 고객 고충처리 및 배송 서비스로 기업과 제품에 대한 신뢰도를 높일 수 있음
- 현지 전화번호를 기재하는 것만으로도 판매자에 대한 믿음을 심어줄 수가 있음

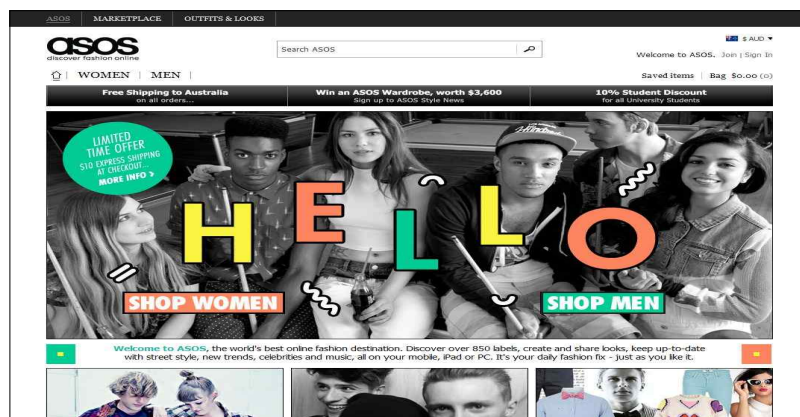
- 인터넷 쇼핑몰 입점을 희망하는 여러 국내기업들은 공동 사무소 설립, 공동 물류창고 임대 등의 방법으로 운영비에 대한 부담을 줄일 수 있음

□ 꾸준한 연구와 마케팅 요구

- 호주 인터넷 쇼핑몰 시장은 일반 소매 업체가 크게 타격을 입을 정도로 매년 눈에 띄게 성장하고 있으나, 이에 대한 국내기업들의 관심과 대응은 그리 크지 않음
- 아직까지 대다수의 국내 인터넷 쇼핑몰은 해외발급 신용카드 결제가 잘 이루어지지 않고 있으며 인터넷 익스플로어 ActiveX 기반의 보안인증 체계가 해외 진출의 큰 걸림돌이 되고 있음
- 단순히 하나의 상품을 해외로 판매한다는 접근보다는 국내 쇼핑몰의 해외 진출이라는 장기적인 측면에서 해외시장을 더욱 연구할 필요가 있으며 특히 호주의 대표적인 인터넷 쇼핑몰을 벤치마킹하고, 국내 온라인 쇼핑몰의 강점과 성공사례를 접합시켜 이상적인 모델을 만들 필요가 있음

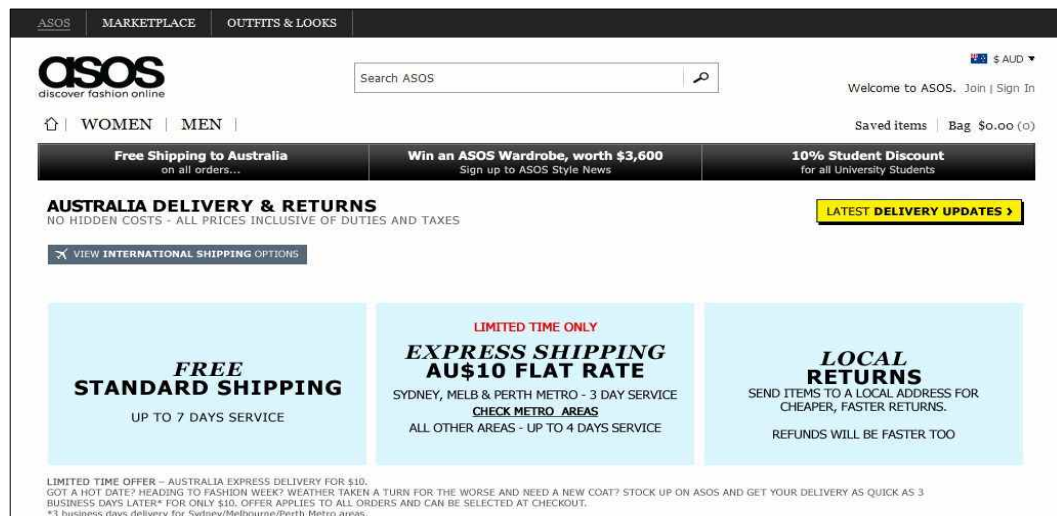
3. 진출 성공 사례

□ 영국 패션 온라인 쇼핑몰 ASOS (www.asos.com.au)



[사진 1: ASOS의 호주 전용 페이지 화면]

- ASOS는 영국과 유럽에서 가장 인기 있는 패션 온라인 쇼핑몰로 젊은 층을 타깃으로 유명 패션 브랜드 및 자체 브랜드를 판매하고 있음
- 호주달러화가치가 올라감에 따라 해외 온라인 구매 규모가 늘어나고, 같은 브랜드 옷을 구매하더라도 ASOS를 통해 구입하면 현지 소매점 가격 대비 40~50% 저렴한 가격으로 구입할 수 있게 됨
- 늘어나는 호주 배송을 감지한 ASOS 측은 호주 진출을 위해 호주 전용 홈페이지를 개설하였으며, 호주 무료 배송이라는 혜택을 제공하여 호주 구매 고객을 늘려가고 있음



[사진 2: 현지 상황에 맞게 배송과 반송에 대해 설명하는 페이지]

- ASOS는 제품을 반환 할 때 호주 현지 주소로 제품을 반송할 수 있게 하여 온라인 구매에 대한 소비자 불안감을 제거하였으며, 배송 균일가 AU\$10로 호주 대부분의 도시를 3일 또는 4일안에 배송할 수 있는 물류 시스템을 구축하여 일반적으로 오랜 시간이 걸리는 해외배송에 대한 인식을 개선시킴
- 또한 구글, 야후, 페이스북 등과 인터넷 연계 마케팅을 통해 브랜드를 홍보하여 브랜드 인식을 제고하는 등 현지 진출에 많은 노력을 기울임

4. 호주 'DealsDirect' 사장 인터뷰 내용

☐ 면담개요

- 일시 : 2012년 5월 25일
- 장소 : DealsDirect Group 본사(호주 시드니)
- 면담자
 - Mr. Paul Greenberg / Executive Chairman
 - Mr. Adem Spahic / Operations Manager
- 면담목적
 - 호주에서 가장 빠르게 성장하고 있는 온라인 쇼핑몰 업체를 방문하여 호주의 온라인 쇼핑몰 시장 현황 파악 및 한국 기업과의 협력기회 모색

☐ 면담 내용 요약

- DealsDirect 운영
 - 시드니에 본사가 있으며, 1만4000평 정도의 물류 창고를 보유하고 2011년 기준 매출액이 약 1억 호주 달러, 정규직 종업원 100여명을 고용하는 업체
 - 홍콩 및 중국 상하이에 자체 사무실을 두어 중국, 대만 쪽 제품 소싱에 관여함
 - 모든 제품들에 대해 자체 테스트를(QC)을 시행하고 있으며, 필리핀 지역에 별도의 콜센터도 운영 하고 있음
 - 의류, 화장품, 주류, 전자 제품 등 전 분야 제품을 다루고 있으며, 가장 인기 있는 제품은 의류 및 가구류(오프라인 소매가격보다 온라인매장이 훨씬 저렴하고, 경우에 따라서는 무료배송 등 배송비를 절감할 수 있는 것이 주 요인)
 - 호주 우체국(Australia Post) 및 Allied Express사를 물류 업체로 활용하여 32kg 이하 제품은 Australia Post, 32kg 이상 제품은 Allied Express에 배송을 의뢰하고 있음

○ 제품 조달

- 70:30 의 비율로 수입과 국내 조달을 병행함

- 제품을 조달하는 방법은 크게 호주 내 중국인 에이전트를 활용한 수입*, 직접 수입*, 현지 유통업체*를 통해 구매하는 방법으로 나눌 수 있음

*중국인 에이전트 : 호주 내 중국인 에이전트를 활용하여 중국 대만 등에서 필요 제품 소싱

*직접수입 : 홍콩, 상하이에 사무실을 두고 직접 제품을 소싱 하고 있으며 미국에서는 리바이스 등 브랜드 제품을 병행수입 (Parallel Imports) 하고 있음

*현지 유통업체 : 전자제품과 같이 AS 가 필요하고 로컬 업체들이 수입을 독점하고 있는 경우는 현지 유통업체들을 통해 제품 소싱

○ 한국 기업들과의 비즈니스

- 기존 고객들이 중국, 대만 제품에서 탈피하여 보다 고급스러운 제품을 선호하는 경향이 강해지면서 한국 제품, 특히 한국 IT 관련 제품에 대한 관심이 높아짐

○ 한국 방문

- 한국제품에 대한 막연한 호감에서 그 관심을 구체화 시킬 수 있는 기회임

- 경쟁력 있는 회사들과의 상담회를 통해 IT 제품 외에 자사의 요구 사항과 맞아 떨어질 수 있는 제품들을 소싱 하고자 함

- 동 기회를 활용하여 한국 유수의 인터넷 쇼핑몰과의 협력 관계 모색

○ 기타

- 주요 온라인쇼핑업체가 중심이 되어 NCRA(National Online Retail Association) 창단이 진행 중

- 소매 협회 창단식에 한국 및 한국 기업들에 대한 홍보 기회 마련에도 관심이 높음(끝)

작성자

◆ 시드니 무역관 서유빈 과장
◆ 선진시장팀 김광수 차장

Global Market Report 12-000

호주 인터넷 쇼핑몰 진출 방안

발 행 인 | 오영호
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2012년 7월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr
