

중동 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 12. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 UAE 마케터

□ 사우디아라비아서 日 애니메 엑스포 성공적 개최

- 지난 11월 사우디아라비아에서 진행된 중동지역 최대의 문화축제 <리야드 시즌>에서 일본의 애니메를 포함한 음악공연 등 다양한 일본문화를 선보이는 엑스포가 성공적으로 개최되며 현지에서의 인기를 입증
- 엑스포에서는 일본의 인기 시리즈를 소개하는 애니메 부스가 운영됐는데 <진격의 거인>의 캐릭터 에렌 예거를 비롯해 <나루토>, <드래곤볼> 등 시리즈의 유명 캐릭터가 실물크기로 전시
- 또한 <캡틴 츠바사> 축구게임, <명탐정 코난>의 추리게임과 직접 <나루토> 주인공이 되어 즐길 수 있는 볼링 게임 등 다양한 체험거리들이 선보여 참관객들의 인기를 끌었음
- 애니메 팬들을 위해 토에이 애니메이션의 신지 시미즈 감독 겸 제작자, 소년점프 매거진의 요시히사 헤이시 전편집장이 출연하는 특별 토론세션도 마련됐는데, 여기서 차기 <원피스> 시즌에 대한 정보도 일부 공개돼 관심이 집중
- 요시히사 헤이시 전편집장은 “사우디팬들의 사랑에 놀랐다”며 “<원피스>의 결말을 공개할 수는 없지만 전체 스토리 중 반이 남았기 때문에 앞으로 기대할 것들이 많다”고 말함
- 그외에도 엑스포에서는 <아메리칸 갓 텔런트 시즌 10> 준결승 진출 팀인 테크노 댄스크루 Siro-A의 인터랙티브 댄스공연을 비롯해 DJ, 힙합 아티스트, <진격의 거인>의 오프닝 테마곡을 부른 록 그룹 링크드 호라이즌 등이 참여해 음악공연을 펼침

□ UAE 소비자는 온라인 결제를 선호하나?

- 아랍에미리트(UAE)는 온라인 쇼핑을 즐기는 젊은 테크 새비(tech-savvy)*들이 늘어남에 따라 이커머스 산업이 성장기를 맞이하고 있으나, 소비자들의 온라인 결제에 거부감 아직까지 존재하고 있으며, 배송후 현금결제(Cash-on-delivery)를 대체하는 확실한 대안이 필요한 상황

* IT기기를 다루는데 능숙한 사람들을 일컫는 신조어

- 지난 6월 비자(Visa)카드사가 실시한 조사에 따르면, 63%의 UAE 인터넷 사용자가 온라인 쇼핑을 즐기며, 사용자들의 평균소비액은 연 1,648 달러로 나타남. 평균 거래액은 144 달러로 신흥시장 평균액인 26 달러의 6배에 달함

- 그러나, 평균거래액이 높은 것은 소비자들이 아직까지 일반상품을 사는데 온라인보다는 오프라인 상점을 이용한다는 반증이며, 정부서비스, 교육, 항공권, 교통, 통신 등 무형의 서비스에 주로 온라인을 이용하는 경향을 보이고 있음. 이커머스 매출 중 6%만이 일반상품 매출이 차지하고 있는 것으로 조사됨
- 배송되는 일반상품 구매를 위한 온라인 결제는 상대적으로 적은 편으로, 구글과 Bain & Co.가 실시한 조사에 따르면 44%의 UAE 온라인 소비자가 배송후 현금결제를 선호하는 것으로 나타남. 이는 영국에 비해 5% 높은 수준
- 이러한 배송 후 현금결제는 상품 배송이전에는 결제된 것이 아니기 때문에, 소비자의 변심 등 최종구매에 영향을 주는 다양한 요인이 상존해 이커머스 사업자에게 위협요인으로 작용하고 있음
- 소비자 불만에 따른 은행의 변제제도 또한 배송후 현금결제를 선호하게 되는 요소로 작용하고 있는데, 변제를 위해 이커머스 사업자가 아니 소비자가 스스로 모든 것을 증명해야하고, 환급까지 장기간이 소요되는 점도 작용
- 이집트의 Sawari Ventures의 Ahmed El Alfi 회장은 “이커머스 사업자에게 결제방식은 큰 위협요소이다” 라며 “MENA 지역은 물류·결제체계에 대한 개선이 필요한 상황이다” 라고 말함
- 이에 대한 대안으로 배송 시 POS기기를 통해 카드 결제하는 방식 또는 통신사 청구(direct carrier billing)를 통한 쉬운 결제방식이 활용되고 있음
- 통신사 청구방식은 신용카드 대비 온라인 전환률의 10배를 기록하며, 디지털 콘텐츠 시장을 확장시키고 있음. 또한 최근 모바일월렛도 배송후 현금결제 경향을 해소하는 요소로 등장
- 두바이 소재의 Network International 사는 구독기반으로가상의 온라인 상점과 결제 솔루션을 제공하는 Go-online 서비스를 출시해 소규모 이커머스 사업자들에게 각광을 받고 있으며, 왓다 캐피탈이 투자한 스타트업 TabbySMS ‘선구매 후결제’ 를 개념으로 한 플랫폼을 출시하고도 했음
- 한편, 비자카드사와 두바이경제부가 공동으로 실시한 조사에서는 UAE온라인 소비자 73%가 카드 결제를 선호한다는 결과도 있음
- 소비자는 인증로그인(63%), 고객센터(61%), 소비자후기(49%)에 결제에 영향을 미치며, 42%는 결제 시 OTP를 선호하는 것으로 나타남

● 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처 ●

- 미국 비즈니스센터(LA) 김철민 센터장 : +1-323-935-2070 / cmkim@kocca.kr
 - 중국 비즈니스센터(북경) 김상현 센터장 : +86-10-6501-9971 / willbe@kocca.kr
 - 중국 비즈니스센터(심천) 남궁영준 센터장 : +86-755-2692-77971 / pinoky14@kocca.kr
 - 일본 비즈니스센터(동경) 황선혜 센터장 : +81-3-5363-4511 / hwang216@kocca.kr
 - 인도네시아 비즈니스센터(자카르타) 김남걸 센터장 : +62-21-2256-2396 / girl94@kocca.kr
 - 중동마케터(UAE 아부다비) 박상욱 과장 : +971-2-491-7227 / swpark@kocca.kr
 - 베트남마케터(하노이) 홍정용 부장 : +84-39-226-4093 / hongiy@kocca.kr
-

발행인 김영준

발행처 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)

전화 1566-1114

www.kocca.kr