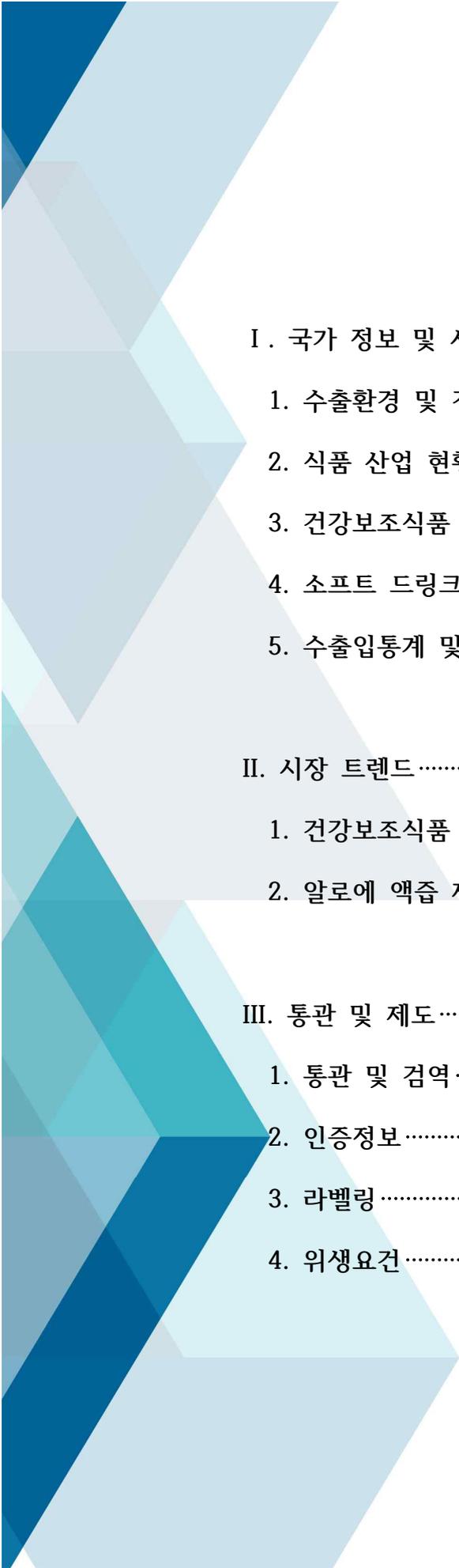


2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

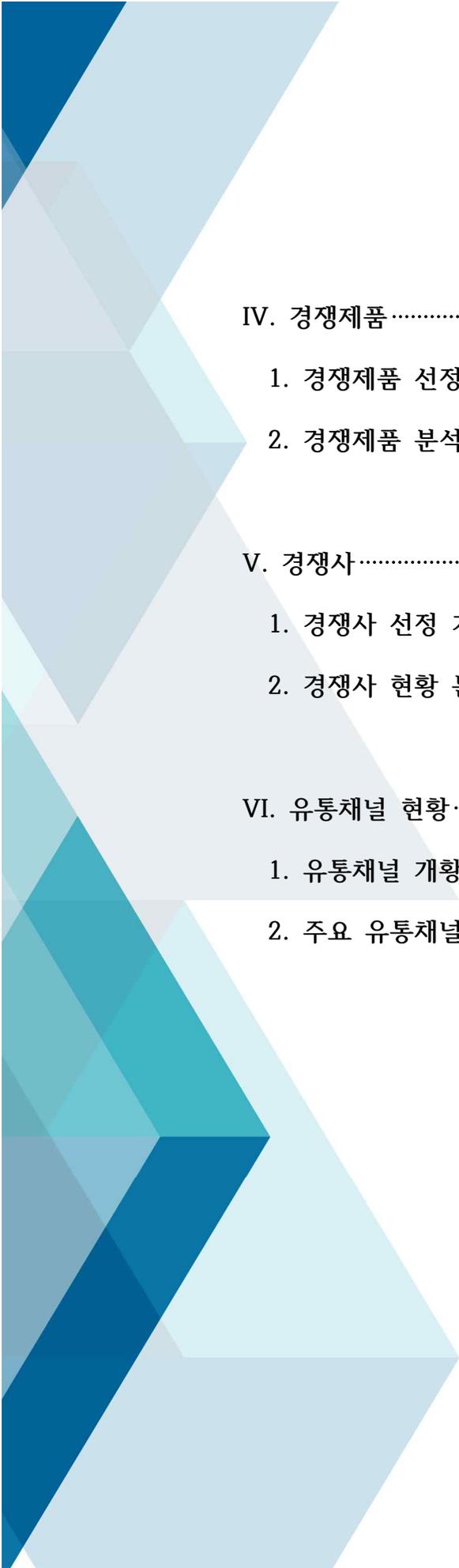
No: 1808-06

품목: 알로에 액즙(Aloe Juice)

국가: 말레이시아(Malaysia)



I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품 산업 현황	9
3. 건강보조식품 및 알로에 제품 산업 현황	10
4. 소프트 드링크 산업 현황	12
5. 수출입통계 및 생산통계	18
II. 시장 트렌드	24
1. 건강보조식품 정책 동향	26
2. 알로에 액즙 제품 동향	27
III. 통관 및 제도	30
1. 통관 및 검역	33
2. 인증정보	41
3. 라벨링	46
4. 위생요건	48



IV. 경쟁제품	49
1. 경쟁제품 선정 기준	51
2. 경쟁제품 분석	52
V. 경쟁사	57
1. 경쟁사 선정 기준	59
2. 경쟁사 현황 분석	60
VI. 유통채널 현황	64
1. 유통채널 개황	66
2. 주요 유통채널별 세부 현황	72



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업 일반 현황
3. 건강보조식품 및 알로에 제품 산업 현황
4. 소프트 드링크 산업 현황
5. 수출입통계 및 생산통계

국가 개요

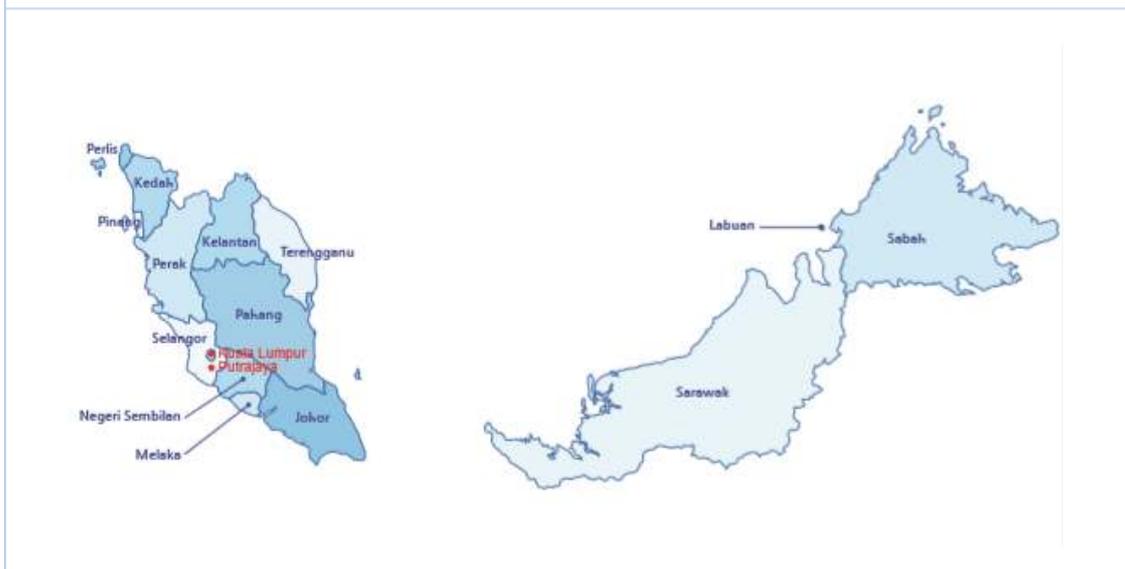
말레이시아는 싱가포르와 태국 사이에 위치한 동남아시아 국가로 말레이반도 남부와 보르네오섬 북부에 걸쳐 있으며, 인구는 말레이계 60%, 중국계 30%, 인도계 8%, 외국인 및 기타 2%로 구성되어 있음. 말레이시아는 1957년 대영제국으로부터 독립한 후 1963년 싱가포르가 편입된 연방 국가가 되었으나, 2년 뒤 싱가포르와 분리되는 변화를 겪으며 민주주의와 시장경제체제 국가로서 기틀을 마련함

최근 20~30년 사이, 말레이시아의 경제는 외부자본에 의존한 수출 산업을 통해 급속한 발전을 이루었으며 특히 전자/IT산업 분야의 성장이 두드러짐

외부에서 유입된 양적 투자로 눈부신 경제 성장을 경험하던 말레이시아는 1997년 아시아 금융위기 당시 국제통화기금(IMF)의 권고를 일축하는 등의 폐쇄적인 정책과 2000년대 적극적인 자국민 우대 정책(Affirmative-cation program)으로 인해 타 국가들로부터 부정적인 평가를 받은 바 있음

주요 정보

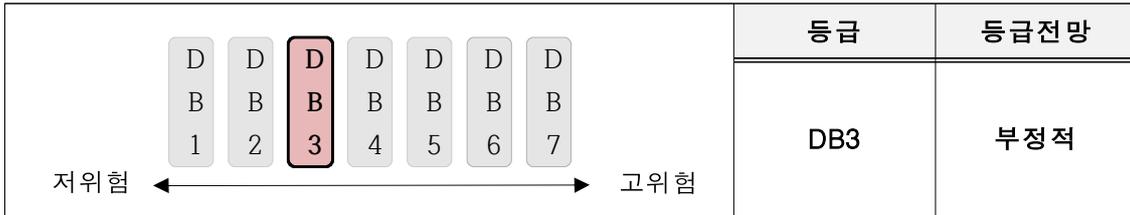
- ▶ 국명: 말레이시아
(Federation of Malaysia)
- ▶ 수도: 쿠알라룸푸(Kuala Lumpur)
- ▶ 국왕: 무하마드 5세(15대 국왕)
(Tuanku Muhammad Faris Petra)
(2016.12.13. 취임)
- ▶ 총리: Tun Dr. Mahathir bin Mohamad
- ▶ 인구: 3,160만 명(2017)
(15~24세 17%, 25~54세 41%)
- ▶ 면적: 329,740 km²(세계 67위)
- ▶ 공식어: 말레이어
- ▶ 주요 도시: 셀랑고르주, 조호주, 페락주, 페낭주, 사바주 등
- ▶ 1인당 GNI: 9,818 US 달러(2017)
- ▶ GDP: 3,147억 US 달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 9,951 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 5.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 링깃(MYR, RM)
- ▶ 인터넷 보급률: 76.2% (2017)
- ▶ 문맹률: 3.4%
- ▶ 기대수명: 75세



자료: 「Country Insight Snapshot Malaysia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.7.13.

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망)



자료: 「Country Insight Snapshot Malaysia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.7.13.

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 인구 구조는 2020년대까지 경제적 측면에서 긍정적 영향을 미칠 전망 - 신정부는 사업 환경 개선을 위해 1) 사업 및 무역 절차 간소화, 2) EU 등 국가와 양자협상 통해 신규시장 발굴, 3) 중소기업 인센티브 확대, 4) 중소기업 법인세 인하 등²⁾의 제도적 장치를 모색하고 있음
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 원유 보유량은 향후 10년 내에 소진될 전망 - 베트남산 경쟁 제품의 성장으로 저가 전자기기 시장에서 영향력이 축소될 전망 - 신정부의 정치개혁 시도가 중기적으로는 공공 투자 지출을 축소시킬 수 있음

자료: 「Country Insight Snapshot Malaysia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.7.13.

1) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

2) 이투데이(2018.08.20.)

□ 주요 거시경제 지표

- 2017년 기준 말레이시아의 1인당 GDP는 9,951달러로 아시아에서 풍요로운 국가에 속하며, 농업, 서비스업, 제조업이 주요 산업임
- 2018년 2분기 기준 5분기 연속 5%대의 경제성장률을 기록하고 있으며, 2017년 하반기 이후 3분기 연속 2% 미만의 물가상승률을 나타내는 등 양호한 경제지표를 보임
 - 2018년은 5%의 경제 성장이 예상되는 바, 이는 5.9%에 달하는 높은 성장률을 기록했던 전년도의 역기저효과의 영향으로 분석됨
 - 일시적 수출성장이 2017년 초기 경제 성장을 이끈 요인으로 분석됨
- 말레이시아 링깃의 화폐 가치 상승이 물가상승률 축소, 소비 증진, 기간산업 투자 증가와 같은 연쇄적 효과가 창출됨
 - 2018년 3분기, US 달러 대비 링깃(RM)의 가치가 1.0% 하락했으나 원유가격 상승으로 수출 흑자를 기록하면서 경상수지는 개선됨
- 외국인의 활발한 투자유입이 장기화되면서 정부가 공공투자 목적으로 발행하는 국고채의 수익률이 10년간 4% 이하로 유지됨
- 2017년 GDP 대비 가계부채 비율이 84.3%에 도달했으나, 2018년 이후 채무상환비율이 상승하는 등 가계부채는 안정화될 것으로 전망됨

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	3.1	2.4	3.0	3.3	2.7	2.3	2.4	1.7
재정수지/GDP	-3.2	-3.1	-3.0	-2.8	-3.6	-3.0	-2.6	-2.0
채무상환비율	15.8	16.0	6.3	15.0	16.5	15.7	14.9	14.1
물가상승률	2.1	2.1	3.8	1.5	2.8	3.0	2.0	2.0
경제성장률	5.1	4.2	5.9	5.0	4.7	4.3	5.6	6.0

자료: 「Country Insight Snapshot Malaysia 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.07.13.

□ 무역통상 환경

- 2018년 9월 1일 부로 판매용역세(Sales and Service Tax) 제도가 시행됨에 따라, 말레이시아 내 제조 물품과 말레이시아로 수입되는 과세 대상 물품에 5% 또는 10%가 과세됨
- SST는 수출기업이 아닌 수입업체가 납부하나, 수입업체들의 부담이 증가하여 수출기업에 가격 인하를 요구하는 사례도 발생함
- 정부 채권에 대한 외국인투자 비율이 2017년 말 기준 30%를 상회하는 등 여전히 외부 자본이 금융시장에 높은 영향력을 미치고 있음

□ 위험 요소

구 분	세 부 내 용
위험	<ul style="list-style-type: none"> - 말레이시아의 핵심 산업인 전자 시장에 저가 베트남산과 고퀄리티의 중국산 제품이 급격히 침투하면서 첨예한 경쟁이 유발될 전망 - 2017년 미국이 환태평양경제동반자협정(TPP, Trans-Pacific Partnership)³⁾에서 탈퇴할 것을 선언하면서 협정 발효로 인한 경제적 효과가 축소된 가운데 발효 시기에 대한 합의 진척이 미진한 상황 - 2018년 5월 신정부 출범으로 외국인 투자 제도에 검토가 이루어지고 있으며, 제도의 신설 가능성이 높아 불확실성이 증대되고 있는 상황 - EU가 팜유에 대한 엄격한 환경적 기준을 수용함에 따라 무역장벽이 높아질 가능성 있음
기회	<ul style="list-style-type: none"> - 말레이시아의 인구 구성은 중단기 시장 성장 전망에 긍정적 영향 - 2017년 기준, FTA 체결 국가들과의 국제무역액이 20% 증가함

자료: 「Country Insight Snapshot Malaysia 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.7.13.

3) 아시아-태평양 지역국 간에 진행 중인 광역 자유무역협정(FTA)으로 미국·캐나다·멕시코·호주·뉴질랜드·싱가포르·브루나이·베트남·말레이시아·칠레·페루 등 11개국이 참여하고 있음

2. 식품 산업 현황

1) 식품 산업 현황

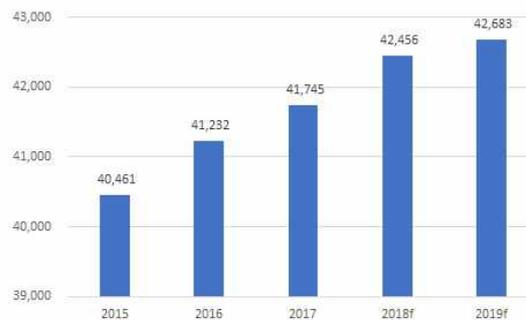
□ 식품 산업 일반 현황

- 2017년 기준 말레이시아의 1인당 GDP는 9,951달러(약 1,125만원)로 아시아 국가들 중 상위권에 속하며, 말레이계, 중국계, 인도계, 외국인 및 기타로 이루어진 인구 3,160만 명의 다민족 국가임
- 대다수의 국민들이 영어를 포함한 2개 이상의 언어를 구사하며, 2017년 실업률은 3.3%를 기록하여 완전 고용에 근접한 상태임
- 인구의 약 절반이 고소득 그룹에 속하여, 구매력은 매년 꾸준히 증가하는 추세
- 소비자의 입맛이 다양해짐에 따라, 식음료의 수입량도 증가하는 추세

□ 식품 소매 시장 현황

- 2019년 식품시장 규모는 2015년 대비 연평균 1.9% 증가한 42,683백만 링깃(약 1,154만 원)을 기록할 것으로 전망됨
- 2018년 매출액은 전년 대비 1.7% 증가하여 이전보다 큰 폭의 증가세를 나타낼 전망

표 1.2 식품 소매 매출액 추이 및 전망(2015-2019년)
(단위: 백만 링깃)



자료: DBS(2017.04.17.)

□ 식음료 수입 규모

- 식음료 수입 규모는 2017년 기준 97억 달러로, 전년 대비 3.5% 증가하였으나, 음료 수입 규모는 최근 5년간(2013-2017년) 지속적으로 감소하였으며, 2017년 또한 전년 대비 11.2% 감소하여 629억 달러(약 71조 1,336억원)를 기록

표 1.3 말레이시아 식품 수입 시장 규모 추이(2013-17년)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
전체 식품	9,566	10,208	9,276	9,346	9,689
음료	778	718	685	708	629

자료: 「Malaysia: Malaysia Retail Foods Annual 2018」, USDA, 2018.6.29.

3. 건강보조식품 및 알로제 제품 산업 현황

1) 건강보조식품 산업 현황

□ 건강보조식품 시장 규모 및 전망

- 2018년 건강보조식품 매출액은 43억 8,000만 링깃(약 1조 1,750억 원)으로 예상되며, 최근 5년간(2014-18년) 연평균 성장률은 6.4%를 기록할 것으로 추정되는 등 꾸준한 증가세를 보이고 있음
- 건강보조식품 중 식이보충제의 매출액은 2018년 기준 14억 3,600만 링깃(약 3,850억 원)으로 예상되며, 최근 5년간(2014-18년) 연평균 성장률은 7.5%로 추정됨
- 질병 예방을 목적으로 하는 건강보조식품 수요는 앞으로도 지속될 전망

표 1.4 말레이시아 연도별 건강보조식품 시장 규모(2014-18년)

(단위: 백만 링깃)



자료: 「Consumer Health in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.11.

- 바쁜 일상 및 높은 스트레스로 인해 소화기관의 건강과 관련된 프로바이오틱 제품이 인기를 끌고 있음
 - 소화 촉진 효능이 있는 알로에 액즙 또한 이러한 소비 트렌드에 부합할 가능성이 있음

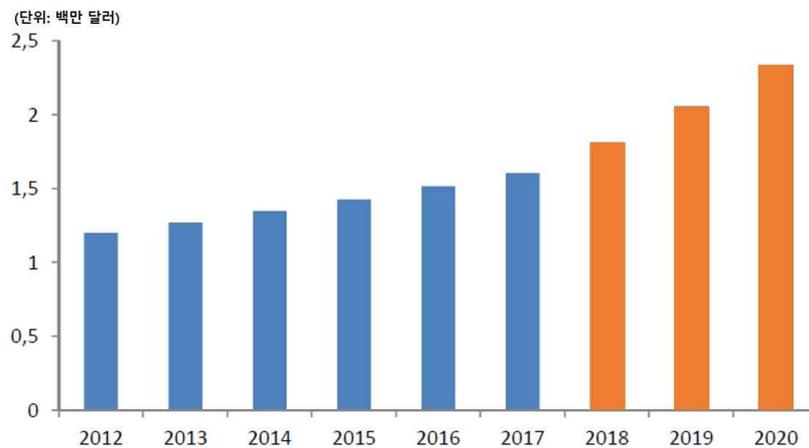
2) 알로에 제품 산업 현황

□ 시장 현황 및 전망

- 말레이시아와 싱가포르의 알로에 추출물 시장⁴⁾은 2017년 기준 약 1,500만 달러(약 169억 6,200만원)를 기록했으며, 2020년까지 안정적인 성장을 기록할 것으로 전망
 - 말레이시아에서 알로에는 건강기능식품보다는 가정 내에서 장식용으로 사용되는 경우가 많아 건강기능식품으로서의 소비는 제한적
 - 기능성 용도로는 주로 음료와 화장품 산업분야에서 이용
 - 알로에 액즙 형태의 제품이나 소비는 흔하지 않으며, 알로에 주스는 보통 다이어트 제품으로 소비되고 있음

표 1.5 말레이시아, 싱가포르 알로에 추출물 시장 규모 및 전망(2012-2020)

(단위: 백만 US달러)



자료: 「Functional and Luxury Foods Market Analysis」, Frost & Sullivan

4) Frost & Sullivan의 「Functional and Luxury Foods Market Analysis」 p. 124.에서는 두 나라의 소비자들(말레이시아의 경우 도시 지역)이 높은 교육 수준과 소득 수준, 건강에 관한 관심과 긴 노동 시간이 양국 소비자들의 건강기능식품 소비를 촉진시키는 양상이 비슷한 것으로 파악해 두 나라의 시장을 통합하여 분석

3. 소프트 드링크 산업 현황

1) 소프트 드링크 산업 동향

□ 건강에 대한 관심 증가에도 불구하고 경기 침체에 따라 말레이시아 소프트 드링크 매출액 및 판매량은 2017년 최초로 감소

- 스포츠 드링크, 혼합 음료, 탄산 음료 등의 카테고리의 매출액 및 판매량은 감소한 반면, 생수의 매출액 및 판매량은 성장하고 있는 추세
- 한편, RTD(Ready To Drink) 커피는 공격적인 마케팅과 한정판 출시 등의 판매전략을 통해 지속적으로 소비자의 호응을 이끌어 내고 있음
- 주요 기업들은 설탕 함량을 줄이는 등 건강에 포커스를 둔 제품 개발, 새로운 패키징 디자인 개발 등 마케팅 활동 강화하고 있음
- 또한, 가격 프로모션, 멀티팩 등을 강조하는 방식으로 가격에 민감한 소비자들을 공략

□ 외식업체와의 파트너십 결성 등 매출 부진 탈피를 위한 업계 움직임

- Coca Cola Bottlers는 Zouk Night Club과 파트너십을 체결하여 폭넓은 제품 포트폴리오를 가지고 밀레니얼 세대 소비자들을 공략
- Fraser & Neave Holdings는 McDonald와 협력하여 모든 연령대의 소비자들을 타겟으로 한 1인용 400ml 팩 사이즈의 100 Plus를 출시
- 이러한 시도를 통해 브랜드 충성도 및 경쟁력 강화, 외식산업 내 가격 차별화를 통한 매출 향상 도모

□ 2017년 밀레니얼 세대와 건강에 관심이 높은 소비자를 타겟으로 한 신제품 출시

- 2017년 소프트 드링크의 매출이 부진한 가운데, 주요 기업들은 세련된 취향과 건강에 민감한 소비자들의 니즈를 충족시키기 위해 지속적으로 신제품 출시
- 프리미엄 제품을 찾는 소비자들에게 보다 광범위한 선택의 폭을 제공하기 위해, Wonda 100% Arabica Coffee, Nescafé Caouccino, NowIsNext의 PH Honey Infused Water 등의 RTD 커피 및 생수 제품 출시
- 건강에 대한 관심이 증가하고 2017년 정부의 Health Choice 제도 시행에 따라, Red Bull Sugar-Free, Seasons Grass jelly Less Sugar 등과 같은 설탕 함량을 줄인 제품이 출시됨

□ 소프트 드링크 시장은 이미 성숙기에 접어들었으며, 매출은 감소할 전망

- 건강에 대한 관심 증대로, 탄산 음료, 혼합 음료, 스포츠/에너지 음료 등의 매출이 감소할 것으로 예상
- 반면, 무설탕 및 천연 성분이 함유된 제품에 대한 소비자 선호의 영향으로 생수와 RTD 차류는 강한 성장세를 나타낼 것으로 전망
- 따라서, 마케팅 측면에서 라벨링에 성분을 명확하게 표시함으로써 건강에 이로운 신제품이라는 점을 강조할 필요성 있음
- 또한, Tesco, Mydin, McDonald 등의 주요 식료품 유통채널이나 외식업체와의 업무 제휴를 통한 브랜드 인지도 제고 노력이 중요

2) 소프트 드링크 시장 규모

□ 판매량 면에서는 오프 트레이드 부문의 비중이 압도적이거나, 매출액 규모에서는 온 트레이드의 비중이 전체 매출의 1/3을 차지

- 2017년 말레이시아의 소프트 드링크의 매출액 규모는 오프 트레이드 및 온 트레이드⁵⁾ 부문에서 각각 약 48억 7,800만 링깃(약 1조 3,200억원)과 23억 2,900만 링깃(약 6,300억원)으로 각각 67.7%와 32.3%의 점유율을 차지
- 2017년 소프트 드링크의 판매량 규모는 오프 트레이드 및 온 트레이드 부문에서 각각 약 17억 1,900만 리터와 3억 9,000만 리터로 각각 81.5%와 18.5%의 점유율을 차지
- 최근 5년(2013-2017년) 소프트 드링크 매출액 및 판매량의 연평균 성장률은 각각 2.3%와 2.7%였으며, 2016년까지는 성장세를 나타냈으나 2017년에는 감소

5) 온트레이드란 바, 클럽, 레스토랑 등 소비자들이 직접 마실 수 있는 유통채널을 말하며, 오프 트레이드란 마트나 주류 전문점 등 판매만을 목적으로 하는 유통채널을 뜻함.

표 1.6 말레이시아 소프트 드링크 유통채널별 매출액 추이(2013-17년)

(단위: 백만 링깃, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	점유율(%)(2017)	연평균성장률(%)(2013-17)
오프 트레이드	4,464	4,815	4,991	5,327	4,878	67.7	2.2
온 트레이드	2,119	2,281	2,346	2,487	2,329	32.3	2.4
합계	6,583	7,096	7,337	7,814	7,365	100	2.3

자료: 「Soft Drinks in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.2

표 1.7 말레이시아 소프트 드링크 유통채널별 판매량 추이(2013-17년)

(단위: 백만 리터, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	점유율(%)(2017)	연평균성장률(%)(2013-17)
오프 트레이드	1,543	1,650	1,717	1,832	1,719	81.5	2.7
온 트레이드	350	373	385	408	390	18.5	2.7
합계	1,893	2,023	2,102	2,240	2,109	100	2.7

자료: 「Soft Drinks in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.2

□ 2017년 기준 말레이시아 소프트 드링크의 유형별 판매 규모는 매출액 및 판매량 측면에서 상이

- 2017년 기준 말레이시아 소프트 드링크의 유형별 판매 규모를 살펴 보면, 매출액과 판매량 면에서 탄산 음료의 비중이 각각 37.3%와 33.0%로 가장 높음
- 그 다음으로 매출액 면에서는 스포츠/에너지 음료(28.4%), 생수(15.1%) 순이며, 판매량 면에서는 생수(29.5%)가 스포츠/에너지 음료(17.5%) 보다 우위에 있음
- 혼합 음료는 매출액 및 판매량에서 각각 3.6%와 1.4%, 아시아 전통 음료는 각각 2.7%와 2.4%를 기록

표 1.8 말레이시아 소프트 드링크 유형별 온/오프 트레이드 매출액 현황(2017년)

(단위: 백만 즈워티, %)

구분	오프 트레이드		온 트레이드		합계	
	매출액	비중(%)	매출액	비중(%)	매출액	비중(%)
생수	592	13.8	407	17.5	999	15.1
탄산 음료	1242	29.0	1,220	52.4	2,462	37.3
혼합 음료	236	5.5	-	-	236	3.6
주스	04	0.1	213	9.1	217	3.3
RTD 커피	187	4.4	27	1.2	214	3.2
RTD 차	334	7.8	90	3.9	424	6.4
스포츠/에너지 음료	1,528	35.7	346	14.9	1,874	28.4
아시아 전통 음료	155	3.6	25	1.1	180	2.7
합계	4,278	100	2,328	100	6,606	100

자료: 「Soft Drinks in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.2

표 1.9 말레이시아 소프트 드링크 유형별 온/오프 트레이드 판매량 현황(2017년)

(단위: 백만 리터, %)

구분	오프 트레이드		온 트레이드		합계	
	판매량	비중(%)	판매량	비중(%)	판매량	비중(%)
생수	464	29.6	113	29.0	577	29.5
탄산 음료	468	29.9	178	45.8	646	33.0
혼합 음료	27	1.7	-	-	27	1.4
주스	149	9.5	32	8.2	181	9.3
RTD 커피	25	1.6	3	0.8	28	1.4
RTD 차	92	5.9	17	4.4	109	5.6
스포츠/에너지 음료	300	19.1	42	10.8	342	17.5
아시아 전통 음료	42	2.7	4	1.0	46	2.4
합계	1,567	100	389	100	1,956	100

자료: 「Soft Drinks in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.2

3) 소프트 드링크 경쟁 현황

□ 2017년 매출액 감소 추세에도 불구하고, Fraser & Neave Holdings와 Etika Beverages 등의 현지 기업들이 소프트 드링크 시장을 선도

- 2017년 매출액 기준 NBO(National Brand Owner) 소프트 드링크 오프 트레이드 기업 점유율 1위 기업은 Fraser & Neave Holdings Bhd로 31.5%의 점유율을 기록하며 시장을 선도하고 있으나, 시장점유율은 감소 추세(2013년에 비해 4%p 감소)
- 그 뒤를 이어 Coca-Cola Bottlers (M) Sdn Bhd와 ZEtika Beverages Sdn Bhd가 각각 점유율 13.8%와 10.9%를 차지하며 2, 3위를 기록
- 현지 기업들의 선전 사유로는 브랜드 파워, 광범위한 유통채널, 현지 소비자의 기호 및 트렌드를 반영한 신제품 개발 능력 등이 꼽힘
- 지난 5년간(2013-2017년) 주요 상위 10개사의 경우, 1~4위 기업을 제외한 나머지 기업들의 순위 변동은 다소 있었으나 꾸준히 10위권을 유지하고 있음

□ Fraser & Neave Holdings Bhd의 100 Plus, F&N이 2017년 매출액 기준 LBN(Local Brand Name) 소프트 드링크 오프 트레이드 브랜드 점유율 1, 2위를 차지

- 2017년 매출액 기준 LBN(Local Brand Name) 소프트 드링크 오프 트레이드 브랜드 점유율 1위는 Fraser & Neave Holdings Bhd의 100 Plus로 17.5%를 차지하였으나, 시장점유율은 점진적으로 하락하여 2014년 대비 4.3%p 감소
- 그 뒤를 이어 Fraser & Neave Holdings Bhd의 F&N과 Coca-Cola Bottlers (M) Sdn Bhd의 Coca-Cola가 각각 브랜드 점유율 7.9%와 6.3%를 차지하며 2, 3위를 기록
- 브랜드 점유율 1, 2위를 차지한 100 Plus, F&N을 비롯한 Oishi, Wonda Coffee, Marigold Peel Fresh 등의 현지 브랜드는 로드쇼 및 소셜미디어 플랫폼을 활용한 공격적 마케팅, 가격 프로모션 등을 통해 점유율 수성 및 인지도 제고 도모
- 지난 4년간 주요 상위 10개 브랜드의 경우, 1~4위 브랜드를 제외한 나머지 브랜드의 순위 변동은 다소 있었으나 꾸준히 10위권을 유지하고 있음

표 1.10 매출액 기준 NBO(National Brand Owner) 소프트 드링크 오프 트레이드 기업 점유율
(2013-17년)

(단위: %)

기업명	2013	2014	2015	2016	2017
Fraser & Neave Holdings Bhd	35.5	35.3	33.1	34.0	31.5
Coca-Cola Bottlers (M) Sdn Bhd	11.8	12.2	12.9	13.6	13.8
Etika Beverages Sdn Bhd	-	-	-	10.9	10.9
Yee Lee Trading Co Sdn Bhd	5.9	5.7	5.7	5.7	6.3
Spritzer Bhd	4.6	4.7	4.8	4.8	5.7
Malaysia Milk Sdn Bhd	3.0	3.0	3.0	3.0	3.1
Nestlé (M) Bhd	2.2	2.4	2.6	2.6	2.9
Yeo Hiap Seng (M) Bhd	3.0	2.9	2.8	2.6	2.6
Suntory Beverage & Food (M) Sdn Bhd	2.5	2.5	2.6	2.5	2.3
Power Root (M) Sdn Bhd	2.2	1.9	2.1	2.0	2.2
Others	29.3	29.4	30.4	18.3	18.7
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「Soft Drinks in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.2

표 1.11 매출액 기준 LBN(Local Brand Name) 소프트 드링크 오프 트레이드 브랜드 점유율
(2014-17년)

(단위: %)

브랜드명 (GBO)	기업명 (NBO)	2014	2015	2016	2017
100 Plus (Thai Beverage PCL)	Fraser & Neave Holdings Bhd	21.8	19.9	20.5	17.5
F&N (Thai Beverage PCL)	Fraser & Neave Holdings Bhd	8.6	8.2	7.6	7.9
Coca-Cola (Coca-Cola Co, The)	Coca-Cola Bottlers (M) Sdn Bhd	5.5	6.1	6.4	6.3
Red Bull (TC Pharmaceutical Industry Co Ltd)	Yee Lee Trading Co Sdn Bhd	5.1	5.0	5.0	5.5
Spritzer (Yee Lee Corp Bhd)	Spritzer Bhd	3.8	3.9	4.0	4.6
Nescafé (Nestlé SA)	Nestlé (M) Bhd	2.0	2.2	2.1	2.4
Ribena (Suntory Holdings Ltd)	Suntory Beverage & Food (M) Sdn Bhd	2.5	2.6	2.5	2.3
Seasons (Thai Beverage PCL)	Fraser & Neave Holdings Bhd	2.2	2.2	2.3	2.3
Power Root	Power Root (M) Sdn Bhd	1.9	2.1	2.0	2.2
Tropicana Twister (PepsiCo Inc)	Etika Beverages Sdn Bhd	-	-	2.0	1.9
Others	Others	46.6	47.8	45.6	47.1
합계	합계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「Soft Drinks in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.2

5. 수출입통계 및 생산통계

수출입통계 및 생산통계 개요

❖ 알로에 액즙 관련 주요 수치

- HS Code 1302.19의 글로벌 수입 규모는 약 26억 7,000만 달러(2017)
- HS Code 1302.19의 말레이시아 수입 규모는 약 2,100만 달러(글로벌 비중 0.8%, 세계 24위(2017))
- HS Code 1302.19의 말레이시아 수입 시장점유율 1위 대만(40.7%), 2위 중국(16.8%), 3위 인도네시아(10.8%), 4위 인도(6.4%) 순(2017)
- 한국산 알로에 수액과 추출물(HS Code 1302.19.9010)의 글로벌 수출액은 약 7만 8,000달러, 수출량은 약 10톤이며, 對말레이시아 수출액은 약 7,300달러, 수출량은 약 470kg(2017)

❖ 알로에 액즙 관련 국가별 HS CODE 분류

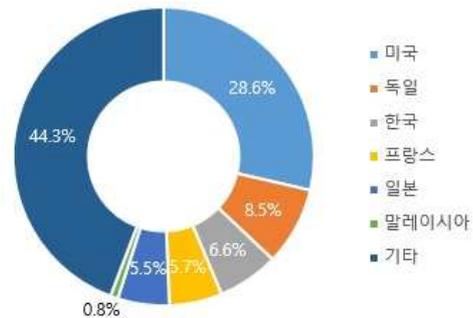
국가	HS CODE	품명
한국	1302.19.9010	알로에 수액과 추출물(extract)
	2106.90.9070	알로에를 기본 재료로 한 조제품
말레이시아	1302.19.9000	기타
	2106.90.9600	기타 의료식

❖ HS Code 1302.19의 글로벌 수입 규모(2017년)

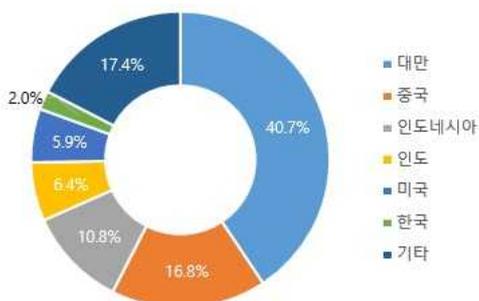
(단위: 천 US 달러)

수입국		2017 수입액
글로벌		2,665,561
1	미국	763,479
2	독일	225,611
3	한국	176,295
4	프랑스	151,406
5	일본	147,656
26	말레이시아	21,493

❖ HS Code 1302.19의 글로벌 수입액 비중(2017년)



❖ HS Code 1302.19의 국가별 말레이시아 수입액 시장점유율(2017년)



❖ 한국산 알로에 수액과 추출물(HS Code 1302.19.9010)의 글로벌 및 對말레이시아 수출 통계(2017년)

(단위: US 달러, kg)

구분	2017	
	수출액	수출량
글로벌	78,653	10,450
對말레이시아	7,262	474

1) 통계분석 기준 설정

□ 알로에 액즙 통계 기준 설정

- 알로에 액즙이 속한 분류의 글로벌 및 말레이시아 수입 통계 및 한국산 알로에 액즙의 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정⁶⁾

□ 글로벌 및 말레이시아 수입 통계는 HS Code⁷⁾1302.19, 한국산 수출 통계는 1302.19.9010으로 설정

- 알로에 액즙이 100%라면 제1302호로 분류가 되어야 하나, 알로에 액즙에 다른 식품을 첨가하거나 원형을 알아볼 수 없도록 처리한 물품은 알로에를 기반으로 한 건강기능 식품으로 보아 제2106호로 분류됨
- 동 통계자료는 알로에 액즙 100% 제품을 기준으로 조사를 진행하였고, 글로벌 및 말레이시아 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 1302.19, 한국산 알로에 액즙의 수출 규모 파악을 위해서는 HS CODE 1302.19.9010 알로에 수액과 추출물(extract)를 기준으로 진행함
- 알로에 액즙이 100%인 경우, 한국은 HS Code 1302.19.9010, 말레이시아는 HS Code 1302.19.9000을 적용하고, 알로에 액즙에 다른 식품을 첨가하거나 원형을 알아볼 수 없도록 처리한 물품의 경우에는, 한국은 HS Code 2106.90.9070, 말레이시아는 HS Code 2106.90.9600을 적용함
- 말레이시아는 ASEAN 회원국으로 HS Code 역시 ASEAN 체계를 따르며, 알로에 액즙의 HS Code는 에 분류

표 1.12 알로에 액즙 관련 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	1302.19	품명	식물성 수액과 추출물 (감초, 흙, 아편 제외)
말레이시아 수입 통계		1302.19		식물성 수액과 추출물 (감초, 흙, 아편 제외)
한국산 수출 통계		1302.19.9010		알로에 수액과 추출물(extract)

6) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

7) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성

표 1.13 알로에 액즙 관련 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1302	식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다)
	1302.19	식물성 수액과 추출물 (감초, 흡, 아편 제외)
	130219.9010	알로에 수액과 추출물(extract)
	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타 (따로 분류되지 않은 조제 식료품 中 두부, 단백질계 물질 제외)
	2106.90.9070	알로에를 기본 재료로 한 조제품
말레이시아	1302	식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다)
	1302.19	식물성 수액과 추출물 (감초, 흡, 아편 제외)
	1302.19.9000	기타 (식물성 수액과 추출물 (감초, 흡, 아편 제외) 中 인도 대마, 피레트럼, 일본(또는 중국) 래커 제외)
	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타 (따로 분류되지 않은 조제 식료품 中 단백질계 물질 제외)
	2106.90.9600	기타 의료식

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

표 1.14 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	말레이시아 관세청	http://tariff.customs.gov.my/

2) HS Code 1302.19의 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 1301.19)

□ 2017년 HS Code 1302.19의 글로벌 수입 규모 1위는 미국(28.9%)이며, 말레이시아는 24위(%)

- 2017년 HS Code 1302.19의 글로벌 수입 규모는 약 26억 7000만 달러로 최근 5년간 (2013-2017년) 5.8%의 연평균 성장률을 기록
 - HS Code 1302.19의 최대 수입국은 미국으로 2017년 기준 약 7억 6,000만 달러 (28.9%)를 수입하였으며, 최근 5년(2013-2017년)의 연평균 성장률은 7.6%를 기록
- 2017년 말레이시아의 HS Code 1302.19의 수입 규모는 약 2,100만 달러로 24위를 기록 하였으며, 최근 5년(2013-2017년)의 연평균 성장률은 2.0%를 기록

표 1.15 HS Code 1302.19의 글로벌 수입 규모(2017년)

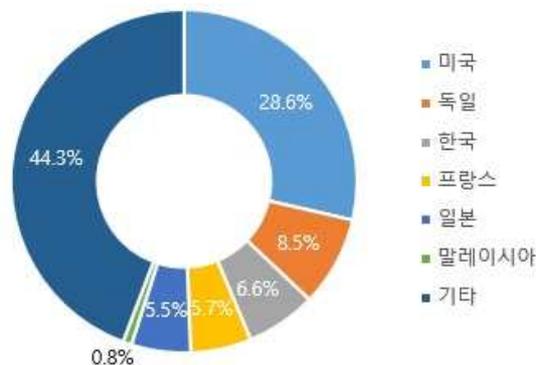
(단위: 천 US 달러, %)

수입 국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률 ⁸⁾
글로벌	2,127,470	2,224,410	2,233,034	2,368,068	2,665,561	5.8
1 미국	575,394	586,485	661,717	707,518	763,479	7.6
2 독일	159,397	171,859	181,359	185,562	225,611	9.1
3 한국	126,463	123,799	117,318	140,940	176,295	8.7
4 프랑스	128,098	131,464	111,074	129,237	151,406	4.3
5 일본	169,168	146,758	132,441	128,799	147,656	-3.3
24 말레이시아	19,846	17,945	20,580	21,245	21,493	2.0

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.16 HS Code 1302.19의 글로벌 수입액 비중(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

8) 연평균 성장률=(최신/최초연도)^{1/(n-1개년)}-1

3) HS Code 1302.19의 말레이시아 수입 통계(통계기준: HS CODE 1302.19)

□ 2017년 HS Code 1302.19의 말레이시아 수입 시장점유율 1위는 대만

- 2017년 기준, HS Code 1302.19의 말레이시아 수입 시장점유율 1위는 대만으로 수입액은 약 870만 달러이며 연평균 성장률은 4.2%를 기록
 - 그 뒤를 이어 중국과 인도네시아가 각각 약 361만 달러, 약 230만 달러로 2, 3위를 차지하였으며, 연평균 성장률은 각각 1.1%, 44.5%로 인도네시아로부터의 수입 규모가 큰 폭으로 확대된 것으로 분석됨
- 2017년 기준, 한국으로부터의 수입액은 약 440만 달러로 9위를 차지하였으며, 연평균 성장률은 1.5%를 기록

표 1.17 HS Code 2202.99의 말레이시아 수입 규모(2015-17년)

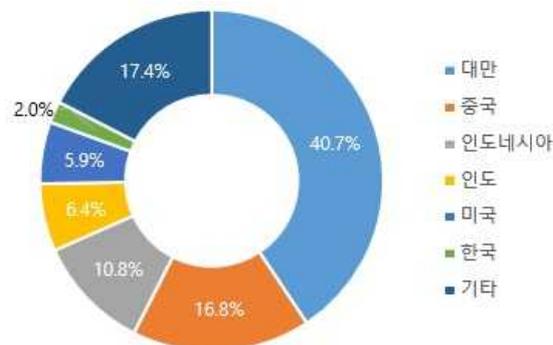
(단위: 천 US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	19,846	17,945	20,580	21,,245	21,493	2.0
1 대만	7,421	5,935	6,905	7,091	8,741	4.2
2 중국	3,460	3,576	3,492	4,235	3,614	1.1
3 인도네시아	534	627	3,234	2,690	2,328	44.5
4 인도	994	1,295	1,640	1,281	1,376	8.5
5 미국	1,939	1,880	1,167	1,463	1,259	-10.2
9 한국	411	356	736	326	436	1.5

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.18 HS Code 1302.19의 국가별 말레이시아 수입액 시장점유율(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

4) 한국산 알로에 수액과 추출물(extract)의 수출 통계(통계기준 HS CODE 1302.199010)

- 2017년 한국산 알로에 수액과 추출물(extract)의 글로벌 수출액은 약 7만 8,000달러, 수출량은 약 10톤으로 전년 대비 각각 69.2%, 25.2% 감소
- 2017년 한국산 알로에 수액과 추출물(extract)의 對말레이시아 수출액은 약 7,300달러, 수출량은 약 470kg으로 조사됨

표 1.19 한국산 알로에 수액과 추출물(extract)의 對글로벌 수출 통계

(단위: kg, US 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	86,827 (△77.3%)	464,746 (435.3%)	162,218 (△65.1%)	255,392 (57.4%)	78,653 (△69.2%)
수출량 (연 증감률)	998 (△31.5%)	6,801 (581.5%)	14,514 (113.4%)	13,966 (△3.8%)	10,450 (△25.2%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

표 1.20 한국산 알로에 수액과 추출물(extract)의 對말레이시아 수출 통계

(단위: kg, US 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	0	52,455 N/A	101,347 (93.2)	85,579 (△15.6)	7,262 (△91.5)
수출량 (연 증감률)	0	3,240 N/A	13,661 (321.6)	11,102 (△18.7)	474 (△95.7)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 건강보조식품 정책 동향
2. 알로에 액즙 제품 동향

시장 트렌드 개요

1. 건강보조식품 정책 동향

- ❖ 말레이시아 보건부, 2017년 4월 Healthy Choice Logo(HCL) 제도 시행
- ❖ 2018년 6-9월 세금 공휴일(tax holiday) 실시로 소비자 건강 제품, 특히 비타민 및 식이보충제 뿐 아니라, 스포츠 영양제, 체중관리 및 웰빙 제품에 대한 수요 증가

2. 알로에 액즙 제품 동향

- ❖ 알로에 액즙에 대한 효능과 인지도가 낮은 편으로, 유기농 매장 또는 드럭스토어, 수입품 및 고퀄리티 제품 취급 매장을 중심으로 한 진출이 권장됨

1. 건강보조식품 정책 동향

□ 말레이시아 보건부, 2017년 4월 Healthy Choice Logo(HCL) 제도 시행

- 동 로고는 일종의 영양 라벨링 시스템으로서, 소비자들에게 건강한 식습관을 강조하고 비만율을 비롯한 건강 문제를 줄이기 위해 ‘2016-2025 말레이시아 영양 행동 국가 계획 III⁹⁾’의 일환으로 도입
- 2017년 말 기준, 18개 회사의 42개 제품이 HCL을 부착하도록 등록되었음¹⁰⁾
- HCL을 부착하는 제품에는 다음 정보를 표시해야 함
 - Front of Pack(FOP) 에너지 아이콘 표시
 - 영양정보패널(Nutrition Information Panel, NIP) 기준에 명시된 영양 표시
 - “HCL helps consumers to identify healthier product within the same category” 또는 “HCL membantu pengguna mengenal pasti produk yang lebih sihat dalam kategori yang sama” 표시
- HCL 로고는 빨간색과 검정색 2가지 종류가 있으며, 어느 것을 사용해도 무방함

표 2.1 HCL 로고의 두 가지 형태

HCL 로고 1(빨간색)	HCL 로고 2(검정색)
	

자료: 「GUIDELINES ON HEALTHIER CHOICE LOGO MALAYSOA」, Ministry of Health Malaysia Nutrition Division 2017.11.

□ 2018년 6-9월 세금 공휴일(tax holiday) 실시로 소비자 건강 제품, 특히 비타민 및 식이보충제 뿐 아니라, 스포츠 영양제, 체중관리 및 웰빙 제품에 대한 수요 증가

- 말레이시아 정부가 9월 1일부터 판매용역세(Sales and Service Tax, SST)를 도입하는 한편, 물품용역세(Goods and Services Tax, GST)를 폐지한다고 발표하면서, 건강보조제 소비가 증가하는 경향이 나타남

9) the National Plan of Action for Nutrition Malaysian(NPANM) III(2016-2025)

10) 자료: 「Health and Wellness in Malaysia」, Eurononitor International, 2018.7.

2. 알로에 액즙 제품 동향

□ 알로에 액즙에 대한 효능과 인지도가 낮은 편으로, 유기농 매장 또는 드럭스토어, 수입품 및 고품질 제품 취급 매장을 중심으로 한 진출이 권장됨

- 소비자들의 건강제품에 대한 인식은 높아지는 편이나, 알로에 제품에 대한 인지도는 낮은 편임
- 일반적으로 알로에에 대한 효능이 잘 알려져 있지 않으나, 구매 경험 및 효능에 대한 지식이 있는 소비자층의 구매 의향이 높은 편임
- 대부분 알로에 액즙에 대한 구매 경험이 없으며, 알로에 젤리를 껌빙수 또는 음료 토핑으로서 접하는 경우는 있음
- 말레이시아 3대 민족(말레이계 61%, 중국계 30%, 인도계 8%, 기타 2%) 모두에게 판매 가능한 상품이나, 색깔, 문구 등에 주의 필요
- 한국 제품의 경우, 품질에 대한 인지도는 좋은 편이나 가격대가 높다는 인식이 강한 편
- 음료의 가격대가 낮은 편으로, 유기농 매장 또는 드럭스토어, 수입품 및 고품질 제품 취급 매장을 중심으로 한 진출이 권장됨

[현지 인터뷰]

① 소비자 인터뷰 (말레이계, 중국계, 인도계, 남/여 각 1인)

구분	소비자 1	소비자 2
소비자 정보	국적: 말레이시아인(말레이계) 나이: 31세 성별: 남성 직업: 세일즈 매니저 인터뷰 장소: NU Sentral-GNC	국적: 말레이시아인(말레이계) 나이: 30세 성별: 여성 직업: 판매직원 인터뷰 장소: Citta Mall-Village Grocer
1. 알로에 액즙을 자주 구매하는지?	아주 가끔 구매함	구매 경험 있음
2. 알로에 구입 시 고려 사항	맛과 가격	성분과 가격
3. 알로에 액즙 제품 중 선호하는 것은?(브랜드, 원산지 등)	설탕이 조금 첨가된 것을 선호함. 다 비슷하다고 생각해서 원산지나 브랜드는 크게 고려하지 않음.	원산지나 브랜드 모두 상관 없음. 지나치게 끈적이는 제품은 선호하지 않음.
4. 한국산 알로에 액즙 구매 경험이 있는지? 한국산 식품에 대한 이미지와 인식은?	구매 경험 없음. 선물로 유기농 알로에 즙을 받은 적은 있지만, 맛이 없었음. 한국 제품은 품질은 좋으나, 그만큼 가격도 높음	한국산은 아직 구매 경험이 없으나, 한국산 식품이 중국이나 타국보다 품질이 좋을 것으로 사료됨
5. 알로에 제품을 구매(또는 재구매)할 의향이 있는지?	재구매 의향이 있음	건강에 도움이 된다면 구매하고 싶음
구분	소비자 3	소비자 4
소비자 정보	국적: 말레이시아인(중국계) 나이: 28세 성별: 남성 직업: 기술자 인터뷰 장소: Citta Mall-Village Grocer	국적: 말레이시아인(중국계) 나이: 27세 성별: 여성 직업: 텔레세일즈 인터뷰 장소: Citta Mall-Village Grocer
1. 알로에 액즙을 자주 구매하는지?	구매 경험 없음. 집에서 알로에를 키우고 있으며, 피부용 젤 용도로 사용 중임.	5번 정도 구매한 경험이 있음
2. 알로에 구입 시 고려 사항	말레이시아에서 생산된 제품을 선호	건강한 100% 유기농 원료. 함유량이 높을수록 구매의향이 높아짐.
3. 알로에 액즙 제품 중 선호하는 것은?(브랜드, 원산지 등)	말레이시아산 제품	한국 제품을 선호함
4. 한국산 알로에 액즙 구매 경험이 있는지? 한국산 식품에 대한 이미지와 인식은?	없음. 한국산 식음료 제품에 대해서는 잘 알지 못함	5번 정도 구매한 경험이 있음. 한국산 식품에 대한 인식이 좋은 편이며, 주변에서 한국 알로에 음료를 권유 받음
5. 알로에 제품을 구매(또는 재구매)할 의향이 있는지?	구매 의향이 거의 없음	재구매 의향이 높음

구분	소비자 5	소비자 6
소비자 정보	국적: 말레이시아인(인도계) 나이: 43세 성별: 남성 직업: 마케팅 매니저 인터뷰 장소: AEON BIG	국적: 말레이시아인(인도계) 나이: 28세 성별: 여성 직업: 컨설턴트 인터뷰 장소: Sunnyway Pyramid-Cold Storage
1. 알로에 액즙을 자주 구매하는지?	구매 경험이 없으나, 아내가 알로에 음료를 좋아해서 집에 늘 비치가 되어 있음	예전에 구입한 경험은 있으나, 가격이 높아 현재는 구매하고 있지 않음
2. 알로에 구입 시 고려 사항	없음	100% 유기농, 無설탕, 無향신료 제품
3. 알로에 액즙 제품 중 선호하는 것은? (브랜드, 원산지 등)	없음. 건강식품의 경우, 수입산 유리병 제품을 선호함	100% 유기농, 無설탕, 無향신료 제품을 선호하며, 원산지는 상관없음
4. 한국산 알로에 액즙 구매 경험이 있는지? 한국산 식품에 대한 이미지와 인식은?	주변 사람의 영향으로 한국산 제품이 좋다고 생각하지만, 관심이나 구매 의향은 없음	없음. 전반적으로 한국 식품의 품질이 좋다고 생각함.
5. 알로에 제품을 구매(또는 재구매)할 의향이 있는지?	구매 의향 없음	한국산 알로에 제품 구매 의향 있음

② 담당자 인터뷰

구분	소비자 5
담당자 정보	국적: 말레이시아인(중국계) 나이: 36세 성별: 여성 직업: 한국계 유통회사 영업팀 매니저 인터뷰 장소: 전화 인터뷰
1. 알로에 액즙 판매량은?	하이퍼 매장 1개 당 월 10-20박스
2. 주로 판매되는 인기 제품은?	W 알로에 음료. 인기 제품은 아니지만 꾸준히 나가는 제품
3. 주요 고객층은?	특정되어 있지 않으며, 대부분 젊은 남녀 또는 30-50대 여성
4. 한국산 알로에 액즙 제품에 대한 인식은?	한국산 제품 품질에 대한 인식이 좋은 편이나 가격이 비싼 편임
5. 알로에 액즙 판매 시에 본 고객들의 구매 성향은?	말레이시아 소비자는 가격에 민감한 편



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 검역 개요

❖ 말레이시아 가공식품 수입통관 절차

- 말레이시아에서 식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	프로세스	주요내용	체크사항
1	수입신고 준비	- 수입 면허 - 식품 사전등록 - 수출 검역 위생증명서	- 보건부의 식품안전품질부(Food safety and quality division, FSQD) - 대한민국 농림축산검역본부
2	수입신고	- 수입신고 (통관단일창구)	- 다강네트 www.dagangnet.com.my
3	물품 검역 검사	- 물품 검사 - 식물 검역 및 허가	- 말레이시아 검역처 (MAQIS)
4	관세 납부	- 관세 및 부가세 납부	- 관할 세관
5	물품 반출	- 수입신고 수리 및 물품 반출	- 관할 세관

자료: 「신흥교역국의 통관환경 연구: 말레이시아」, 한국조세재정연구원, 2016.12.

❖ 식품 통관 절차



자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

관세 및 세금 개요

❖ 말레이시아 HS-CODE 1302.19.9000(추출물)/2106.90.9600(식품)의 협정세율¹⁾
(2018년 기준)

HS CODE	품명	기본 세율	협정 세율	판매 용역세	원산지 기준
1302.19.9000	기타 (식물성 수액과 추출물 (감초, 흡, 아편 제외) 中 인도 대마, 피레트럼, 일본(또는 중국) 래커 제외)	0%	0%	0%	수출 당사국과 수입 당사국 영역 간에 직접 운송된 상품에 대하여 특혜관세 적용
2106.90.9600	기타 의료식	15%	0%	5%	40퍼센트 이상의 역내부가가치가 발생한 것. 다만, 제1211.20호, 제1212.20호 및 제1302.19호에 해당하는 재료는 체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정 한다

❖ 말레이시아 판매용역세(Sales and Service Tax, SST) 정보
품목별로 판매용역세 5% 또는 10% 부과(2018년 9월 1일 시행)

❖ 말레이시아 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율'에서 EU를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 해당 HS Code에 대한 관세율을 말레이시아 관세청에서 직접 확인하려면 말레이시아 관세청 웹사이트 (<http://mysstext.customs.gov.my/tariff>)에서 TARIFF TYPE을 선택한 후, HS Code 또는 품명을 입력한 후 조회 가능.

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	말레이시아 관세청	http://mysstext.customs.gov.my/tariff

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차¹²⁾

□ 사전 절차

① 건강기능식품 등록: 건강기능식품으로 수출 시

- 건강기능 식품은 식이를 보충하거나, 정상적인 영양소 이외의 기능을 갖고 있거나 인체의 건강기능을 유지하기 위해 사용되는 제품을 의미하며, 건강기능 식품으로 등록된 것에 한하여 포장 등에 건강기능 향상에 대한 표기를 할 수 있음.
- 건강기능 식품을 수입하고자 하는 자는 수입 전 수출자와의 협의를 통해 말레이시아 보건부(Ministry of Health: MOH) 산하 국가 의약품 규제기관(National Pharmaceutical Regulatory Agency, NPRA)에 등록을 해야 함
- 등록절차는 일반적으로 NPRA 홈페이지에서 제공하는 신청서를 온라인 접수하여 최종제품, 포장물, 분석보고서 등 성분에 관한 자료를 제출해야 함
- 이후 건강기능 식품으로 분류되는지 약 1~2주 내 검토하여 결과를 통보함
- 그러나 실무적으로 수출자가 현지 Agent를 통하여 등록으로 하거나 말레이시아에 등록된 수입자가 NPRA에 온라인 접수를 하여 진행됨
- 보통 건강기능식품 등록에 소요되는 기간은 하나의 원재료 분석 시 약 120영업일, 2가지 이상 원재료 분석 시 약 140영업일이 소요됨
- 건강기능 식품 등록 수수료는 약 1,000링깃(약 26만 8,000원) + 분석료(하나의 원재료 분석 시 1,200링깃(약 32만 2,000원)이며 두 가지 이상 원재료 분석 시 2,000링깃(약 53만 6,000원))이며 유효기간은 1년임

② 수입면허(말레이시아)¹³⁾

- 하기 품목은 말레이시아 수출 시 승인 및 허가가 필수적임

11) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

12) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

13) 자료: 말레이시아 관세청 홈페이지(www.customs.gov.my/en/tp/pages/tp_ie.aspx)

표 3.1 수입면허 승인 및 허가 필수품목

승인 및 허가 필수품목	<ul style="list-style-type: none"> - 알코올 음료 - 동물 및 동물성 제품 - 특정 건강 및 약효 식품 - 육류 및 육류 제품 - 식물 및 식물성 제품 - 가금류 등
-----------------	--

- 알로에 액즙이나 알로에를 기반으로 한 건강기능성 식품의 경우, 식물성 제품으로 말레이시아에서 수입면허를 받지 않으면 해당 국가로 수출할 수 없으며, 수입면허는 말레이시아 법인만 취득 가능함
- 따라서, 현지 국가에 별도의 수출자 법인이 있는 경우에는 수입면허 절차를 미리 진행해야 하며, 현지 국가의 거래처에서 판매하는 경우에는 해외 수입자와 알로에 액즙의 수입면허 여부를 미리 확인하여 필요한 서류가 있다면 준비해야 함
- 일반적으로 수입면허(AP) 발급에는 7-10 업무일 정도가 소요되며(온라인으로 신청 시 5 업무일 소요), 모든 수입면허는 양도될 수 없고, 3개월간 유효함

③ 식품 사전등록(말레이시아): 식물추출액으로 수출 시

- 식품류의 경우, 수입업자가 보건부의 식품안전 및 품질보증부 홈페이지인 FoSIM에 수입품 사전등록을 해야 함
- FoSIM은 세관정보시스템(SMK-system maklumat kastam)과 연계하여 식품 수입활동을 전산상으로 관리함
- 수입되는 식품은 자동 통관되는 Level 1부터 자동반송인 Level 6로 분류됨
- 필요한 경우 샘플 검사를 실시할 수 있음

④ 식물위생증명서 발급(한국)

- 식물 등을 수출하려면 그 식물 등이 수입국의 요구사항을 충족하는지에 관하여 식물 방역관에게 검사를 받아야 하며, 그 검사에서 합격하지 못하면 수출하지 못함 (식물방역법 제28조)
- 아울러, 현지 국가에서도 수입검역 시 수출국의 위생증명서를 요구하므로, 수출 전 해당 서류를 반드시 발급받아야 함

표 3.2 식물검역신청 주요 내용

제 출서류	- 검역신청서 - 수입허가서 - 수출 검역대상 식물명세서(품목이 2개 이상인 경우) - 기타 수입국의 요구사항(있는 경우)
제 출방법	인터넷(https://unipass.customs.go.kr/csp/index.do), 우편, 모사전송(FAX), 방문접수, 전화 (수출검사합격증명서 작성에 지장이 없을 경우)
검사일정 및 장소	검사인력 가동이 가능하고 검사장소로 적합하다고 인정되면 수출자가 원하는 일시, 장소에서 검사 실시
검사판정 합격 시	검사결과 수입국의 요구조건에 부합할 경우 검사합격증(식물위생증명서, Phytosanitary Certificate) 발급

⑤ 기타 서류 준비

표 3.3 기타 서류 준비 주요 내용

준비사항	발급처
물품계약서, 패킹리스트, 인보이스, 선하증권	선하증권 등 운송서류는 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통하여 수취 가능하며 기타 서류는 수출자가 직접 작성하여야 함
원산지증명서	대한상공회의소 - 일반/특혜(FTA) 원산지증명서 관세청 - 특혜(FTA) 원산지증명서
동/식물 검역증	농림축산검역본부

□ 수입신고

- 말레이시아는 한국과 같이 무서류 전자통관서비스를 시행하고 있음
 - 따라서, 통관단일창구인 다강네트(www.dagangnet.com.my)에 접속하여 전자신고가 가능함
 - 해당 웹사이트에 접속하여 customs no. 1 서식을 작성하며, 품명, 규격, 단가, 금액 등 정보를 기입하여 신고함
- 수입신고는 HS Code 분류 시스템을 사용하며, 말레이시아는 관세사 제도가 없으며, 포워딩 업체가 관세사의 역할을 함께 수행함
- 수입신고서 외 세관의 요구에 따라 제출할 서류는 아래와 같음
 - 상업송장(Invoice), 포장명세서(Packing List), 선하증권 또는 항공화물운송장, 원산지 증명서

□ 검사 및 검역¹⁴⁾

① 검사

- 수입신고서가 제출된 이후 물품검사가 시행되며, 다음에 대한 검사가 이루어지므로 미리 해당 내용을 확인한 후 수출 시 서류작성, 물품포장 등에 유의해야 함
 - 수입물품이 수입금지 또는 제한 물품인지 확인
 - 수입물품의 품목 분류 확인
 - 신고서 상의 기재 내용과 현품의 일치 여부
 - 기타 은닉된 물품이 있는지 등의 여부
 - 과세대항 수량 확인 등
- 물품 검사 비율은 5%이며, 현물 검사 또는 스캔 검사가 사용됨. 특히, 블랙리스트에 오른 제품 또는 수입 식품 규제를 위반한 전력이 있는 물품이 바탕이 되어 검사대상이 선별됨

14) 자료: 「말레이시아 통관절차」, 한국식품연구원

② 말레이시아의 검역 제도¹⁵⁾

- 식품 수입 시 말레이시아의 관세국과 관세청은 각계 부처와 협력하여 통관을 진행함. 즉, 육류와 가공품, 식물 및 관련제품 등 수입 시 각각의 책임기관으로부터 허가가 필요함
- 다음은 식물성 제품의 관련 규정 및 필요서류임

표 3.4 식물 및 식물성 제품 관련 규정 및 필요서류

구분	관련규정	필요 서류
식물 및 식물성 제품	유해성농작물규정 법안 1981(Agricultural Pests and Noxious Plants Regulations 1981)에 의거, 식물위생규정 준수	식물위생증명서 수입허가서 (농업부 장관)

- 식품 및 육류 제품, 신선 농산물은 말레이시아 내로 반입되기 전 특정 위생 및 식품 위생 요건을 충족해야 함
- 요건을 충족하지 못한 경우 제품은 안전성이 입증될 때까지 검역 및 검사가 진행되며, 안전하지 못한 물품으로 판정될 경우 소독 처리하여 통관하거나 반송 또는 해당 기관이 압수하여 폐기함
- 말레이시아 검역처 (Malaysian Quarantine And Inspection Services: MAQIS)에서 검역을 담당하는데, 농업부 산하기관으로서 검역소에서 식물 수출입에 대한 검역, 검사뿐만 아니라 검역 식품 관련 문제에 대한 검사 등의 통합형 서비스를 제공하고 있음

표 3.5 알로에 액즙/알로에 식품의 검역 절차



15) 자료: 「말레이시아 검역제도」, 농림수산물부, 한국식품연구원

- 식물위생증명서를 위한 신청서는 식물 검역소의 PQ9 양식에 작성하여 제시된 검역일 4일 전에 제출해야 함
- 이때 식물 및 식물제품의 검역은 다강넷<www.dagangnet.com.my> 을 이용한 전자 신청이 가능함
- 신청된 서류는 전자신청의 경우 온라인으로 이루어지고, 현장제출의 경우 검역소 입구에서 말레이시아 검역처의 집행요원에 의해 수행됨
- 표본검사는 무작위 또는 전체적으로 수행되며, 규정된 내용을 준수하지 않은 품목은 배송이 중지되거나 압수될 수 있음. 표본검사 시 검사내용은 아래와 같음
 - 수입물품은 해충, 질병 또는 오염물질이 없어야 함
 - 등급, 포장 및 표시가 되어있어야 함
 - 신고된 내용과 동일한 형태 및 수량이어야 함
 - 처리 또는 검역이 시행된 물품이어야 함
 - 할랄 로고가 표시되어야 함
- 식물성 제품의 검역비용은 15링깃(1링깃=273.50원. 약 4,102.5원) 이고, 최대 5일이 소요됨

□ 관세 납부 및 수입물품 반출¹⁶⁾

- 말레이시아는 전통적으로 저관세 정책을 실시하고 있으며, 기계류는 거의 무관세이고 기타 공산품도 낮은 관세율을 적용하고 있음
- 현지 제조산업의 육성을 위해 특정 품목에 대해서만 높은 관세율을 적용하고 있으며, 35% 이상의 관세가 부과되는 품목은 적은 편임

16) 자료: 「신흥교역국의 통관환경 연구: 말레이시아」, 한국조세재정연구원, 2016.12.

2) 관세율¹⁷⁾

- 알로에는 식이섬유를 다량 함유하고 있는 식물로 액즙 100%라면 제1302호로, 알로에를 기반으로 한 건강기능식품이라면 제2106호로 분류됨
- 한국의 경우 관세율표 상에서 알로에 추출물(액즙)을 제1302.19.9010호에 특개하고 있으며, 알로에를 기본재료로 제조한 물품을 제2106.90.9070호로 특개하고 있음
- 말레이시아의 경우 알로에 추출물(액즙)에 대한 특개된 세율이 존재하지 않고 기타 식물성 추출액으로 보아 제13002.19.9000호로 분류하며 알로에를 기본 재료로 다른 물품과 혼합한 물품은 기타 의료용 식품으로 보아 제2106.90.9600호로 분류함
- 말레이시아는 물품 수입 시 품목별 5% 또는 10%의 판매용역세(SST: Sales and Service Tax)를 부과

□ 알로에 액즙(액즙 100%)

- 말레이시아에서 기타 식물성 추출액(제1302.19.9000호)은 기본세율과 한-아세안 FTA 협정세율이 0%이므로 무관세 적용

□ 알로에 기반 건강기능 식품

- 알로에를 기본 재료로 다른 물품과 혼합한 물품(제 2106.90.9600호)은 한-아세안FTA 협정세율(0%)이 기본세율(15%)보다 낮으므로 원산지 결정기준과 직접운송원칙 기준을 충족하는 경우에 한하여 특혜원산지 증명서를 발급받아 협정세율(0%)을 적용받는 것이 유리함

표 3.6 말레이시아 HS-CODE 1302.19.9000(추출물)/2106.90.9600(식품)의 협정세율¹⁸⁾
(2018년 기준)

HS CODE	품명	기본세율	협정세율	판매용역세	원산지 기준
1302.19.9000	기타 (식물성 수액과 추출물 (감초, 흙, 아편 제외) 中 인도 대마, 피레트럼, 일본(또는 중국) 래커 제외)	0%	0%	0%	수출 당사국의 영역에서 완전생산된 것
2106.90.9600	기타 의료식	15%	0%	5%	40퍼센트 이상의 역내부가가치가 발생한 것. 다만, 제1211.20호, 제1212.20호 및 제1302.19호에 해당하는 재료는 체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정한다

자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

17) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

18) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

3) FTA 정보

□ 한-ASEAN FTA 개요

- 한-ASEAN FTA는 2007년 6월 1일에 발효되었으며, 한국산 수입물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허 유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨
- FTA 협정세율은 MFN 세율의 예외로서, FTA 체결국 간에는 양국 간 협상 결과에 따라 WTO 양허세율(MFN) 보다 낮은 FTA 협정세율을 우선적으로 상호 적용할 수 있음
- 한-ASEAN FTA에서는 모든 수입물품에 대한 관세의 철폐 또는 인하가 이루어지며, 협정문 상의 원산지 기준 등을 충족할 경우 FTA 협정세율을 적용 받아 수입 물품에 대해 무관세 또는 저세율을 적용받을 수 있음

※ 주의사항

한국의 수출물품이 민감 품목군에 속하고, 아세안 상대국 수입국이 해당 물품을 일반 품목군으로 분류한 경우 상호대응세율에 의하여 수입상대국은 우리나라 수출물품에 대하여 협정관세율을 적용하지 않을 수 있어서, 민감 품목에 해당하는 경우 관계기관에 사전 확인 필요

표 3.7 한-ASEAN FTA 주요 정보

구분	주요 내용
발효일	2007.6.1
의의	<ul style="list-style-type: none"> - 한국이 거대 경제권과 맞은 최초의 자유무역협정(FTA)로서, 총 10개 회원국에 6억의 인구를 지닌 거대시장으로 한국에게는 미국, 중국, 일본, EU와 더불어 5대 교역시장 중 하나 - 현재, 한·중·일 등과 함께 ASEAN+3, ASEAN+1 등과 같은 형태로 동아시아 경제협력을 주도 - ASEAN은 주로 저임금 기반 우회생산지나 원자재 생산국으로 인식되었으나, 1990년대 중반부터는 고도 경제성장으로 인한 구매력 상승으로 현지 내수시장을 타깃한 투자가 확대되는 추세
원산지 증명서	<ul style="list-style-type: none"> - 발급기관: 관세청, 대한상공회의소 (개성공단의 경우 관세청에 한정) - 증명서식: 통일서식(AK) - 유효기간: 1년 - 사용언어: 영어 - 사용횟수: 1회 사용원칙
직접운송 원칙	<ul style="list-style-type: none"> - FTA에 따른 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 1)원산지 결정기준의 충족, 2) 협정당사자 간의 직접운송 원칙을 모두 충족해야 함 - 따라서 대한민국에서 직접 필리핀으로 운송된 경우에만 FTA를 적용받을 수 있음(단, 지리적, 운송상의 목적으로 단순 경유한 경우는 제외)

자료: 관세청종합솔루션(www.customs.go.kr)

2. 인증정보

1) 원산지 증명서(필수)

□ 원산지 증명서(Certificate of origin)

- 원산지 증명서란 물품을 생산한 나라 또는 물품의 국적을 의미하는 원산지를 증명하는 문서로, 수출 물품이 해당 원산지에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서

표 3.8 말레이시아 알로에 액즙 제품 수출 시 원산지 증명서 발급 방법

구분	주요 내용
증명서명	원산지 증명서
발행기관	관세청, 상공회의소
성격	필수인증
대상국 및 품목확인	<ul style="list-style-type: none"> - 기관발급 대상 협정확인(ex) 말레이시아의 경우, 한-ASEAN FTA) - 상대국의 HS 6단위별 원산지결정기준 확인 - 상대국의 HS 최종단위별 협정세율 확인
구비서류	<ul style="list-style-type: none"> - 수출신고수리필증 또는 이에 갈음하는 서류(증명서발급기관이 수출사실 등을 전산으로 확인할 수 있는 경우에는 제출 생략) - 송품장 또는 거래계약서 - 원산지확인서 - 원산지소명서 - 원산지소명서를 입증할 수 있는 서류·정보 및 국내제조확인서 (증명서발급기관이 필요하다고 인정하여 제출을 요구하는 경우로 한정)
발급시기 및 신청자	<ul style="list-style-type: none"> - 신청 시기: 한-ASEAN FTA의 경우 - 선적 전, 선적 시, 선적 직후 - 신청자: 생산자 또는 수출자
비용	무료
소요기간	2일
유효기간	1년
사용언어	영어

2) 식품안전경영시스템(ISO22000)¹⁹⁾

표 3.9 ISO 22000 인증 방법

인증명	ISO 22000		
인증설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템으로, 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증		
발행기관	한국국제규격인증원(KIC), 한국품질보증원(KQA), AFAQ EAQA Korea		
성격	선택 인증		
제출서류	- 심사 신청서	- 사업자 등록증	
비용	종업원수, 현장심사 시간, 개별 HACCP 조사 건수, 관련경영시스템 보유 여부, 사업장 수에 따라 상이		
소요기간	종업원수, 현장심사 시간, 개별 HACCP 조사 건수, 관련경영시스템 보유 여부, 사업장 수에 따라 상이		
유효기간	3년		
발급절차	1) 등록 신청서 작성 2) 인증 심사 1단계 - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000를 준수하는지 확인 - 수행상태 및 인증범위 확인 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 3) 인증 심사 2단계	- 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 4) 한글 및 영문 인증서 발행 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시	
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> - 의도된 용도에 따라 안전한 제품 및 서비스를 제공하는 FSMS를 계획, 이행, 운영, 유지, 업데이트 - 적용 가능한 법적 및 규제적 식품 안전 요구사항 준수 입증 - 상호 합의된 고객의 식품 안전 요구사항을 평가하고 사정하며 그들과의 적합성을 입증 - 식품 안전 문제를 식품 사슬 내의 이해당사자들에게 효과적으로 전달 - 조직이 명시된 식품안전정책을 준수하는지 확인 - 관련 이해당사자와의 적합성을 입증 - 외부 조직에 의해 FSMS의 인증 또는 등록을 구하거나 이 문서에 대한 자체 평가 또는 자체 신고 		
유의사항	매년 사후 심사를 받는 조건으로 유효기간 3년		

19) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

3) 식품안전관리인증기준(HACCP)²⁰⁾

표 3.10 식품안전관리기준 인증 개요

인증/검사명	HACCP	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부 	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치 	

20) Hazard Analysis and Critical Control Point

4) 할랄 인증(선택)

- 무슬림 인구가 60%로, 말레이시아 소비자들의 할랄 식품 수요는 매년 증가 추세
 - 말레이시아 할랄 표준은 다른 이슬람 국가들보다 엄격하다고 알려져 있으며, 육류 및 육가공 제품에서 간식, 과자, 유제품, 베이커리 등 비육류 제품으로 확장됨
 - 대부분의 소매업체, 식품 서비스 사업자, 식품 제조업체는 비육류 기반 식품 및 재료에 대해 할랄인증서를 요구하는 경향이 있음
- 말레이시아표준법(Standards of Malaysia Act 1996)에 의거, 말레이시아 표준부(Department of Standardization Malaysia) 산하 말레이시아 표준 개발청(Malaysian Standard Development System)에서 할랄 관련 규정에 대한 말레이시아 표준(MS)을 공식적으로 발표
 - 할랄 식품에 대한 말레이시아 표준은 MS 1500:2009로서, 할랄 식품의 생산, 준비, 취급 및 저장에 관한 일반지침
- 2011 상품 공시법(Trade Description Act 2011)에 의하면, 무슬림 소비자를 대상으로 한 수입 식품은 말레이시아 이슬람 개발부(JAKIM)²¹⁾이 승인한 각국의 이슬람 센터에서 할랄 인증을 받아야 함

표 3.11 식품안전관리기준 인증 개요

구분	주요 내용	
인증명	할랄(Halal)	
발행기관	한국이슬람교중앙회(한국 내 할랄 인증기관)	
성격	선택 인증	
접수방법	전자우편	
필요서류	<ol style="list-style-type: none"> 1. 할랄 인증서 발급 신청서 2. 사업자등록증 3. 공장등록증(할랄 인증 신청 제품을 생산하는 모든 공장) 4. 생산허가서 또는 영업허가서(영업신고증) 5. HACCP, GMP, GHP, ISO 또는 기타 인증서의 사본 6. 제품 품목제조보고서 7. 시험성적서 8. 제품 제조공정도 9. 샘플(생산되는 최소단위) 및 제품 이미지 10. 동물성 원료 및 이슬람법에 위배되는 소재 혹은 공정을 이용하지 않았다는 확인서, 할랄원료보증서 11. 주정미 제조공정에 0.5% 이내로 사용된 경우 - 완성품의 잔류 에탄올 분석 확인서 12. 제조공정 중 효소를 사용할 경우 - 사용된 효소의 유래를 확인할 수 있는 서류와 배양액에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도, 균주 	

21) 이슬람 개발부(The Department of Islamic Development, JAKIM): 말레이시아 연방정부 소속 부처로 할랄인증서 발행 업무를 담당

	<p>기탁서</p> <p>13. 할랄 제품 생산에 관한 자체 규정 자료</p> <p>14. KMF 할랄 실무자 교육 수료증(실무자 교육을 이수하지 않아 수료증이 준비되지 않은 경우에도 인증 진행이 가능하며 추후 보완 요청 가능)</p> <p>15. 원재료 표기(실제 사용하는 원료 모두 표기)</p> <p>16. 그 외 소재 관련 첨부서류 등 기타 첨부서류는 한국이슬람교중앙회 홈페이지 참조(www.koreaislam.org)</p>
접수비	1개 품목당 10만원(서류접수 시 선납) / 부가세 별도
실사비	1인 기준 서울, 경기 20만원/충청 25만원/강원, 영남, 호남 30만원/제주 35만원 (서류접수 시 선납)/부가세 별도
인증료	품목 당 60만원 / 부가세 별도
인증서 유효기간	발급일로부터 1년 2년 연장 발급 시 KMF 할랄 교육 이수, 할랄 전용라인 구축, 무슬림 고용, 2년 인증료 적용(1년 인증료x2), KMF 인증 이력이 있는 업체에 한함

자료: 한국이슬람교중앙회(www.koreaislam.org)

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 법 근거

- 비타민 및 식이보충제에 대한 라벨링 요구사항은 일반 라벨링 요구사항, 소비자 의약품 정보 리플렛(Consumer Medication Information Leaflet, RiMUP), 특정 라벨링 요구사항에 관한 규정을 따름
 - 제품명, 제조일, 제조사, 하루 최대 복용량, 복용지침, 사용된 유효성분, 등록번호, 기능 설명(경고를 포함한) 등이 제품 라벨에 표시되어야 함
- 식품과 관련해서는, 말레이시아의 보건부(The Ministry of Health, MOH)와 산하기관인 식품안전품질부(The Food Safety and Quality Division, FSQD)는 식품에 의한 위험 감소 및 식품의 인간 소비에 대한 안전 보장을 목적으로 말레이시아에서 판매되는 모든 식품의 라벨링 관련 규정을 ‘식품규정 1985(Food Regulation 1985)’에 마련하고 있음
 - ‘식품규정 1985(Food Regulation 1985)’은 제조자와 수입자에게 적절한 라벨링 표기법에 대한 정보를 제공
 - 이슬람국가인 말레이시아는 돼지고기와 알코올을 원재료로 하는 식품류에 대해 매우 엄격한 라벨링 기준을 적용하고 있음
- 식품안전본부에서 신청업체에 한해 라벨링 검토를 별도로 진행하고 있으며 검토 비용은 250링깃(약 67,000원), 라벨링 검토는 의무사항이 아님

표 3.12 말레이시아 식품 라벨링 의무 표기사항

항목	설명
제품명	- 식품의 적절한 명칭 또는 주성분을 포함한 식품에 대한 설명을 기재
제조사 및 수입사	- 수입식품의 경우 제조사 또는 포장업체 또는 제조 권한을 소유한 자 또는 이들 대리인의 명칭 및 사업장 주소 말레이시아 내 수입사 명칭 및 사업장 주소 기재
영양 정보	- 탄수화물, 단백질, 지방, 열량과 같은 영양소 표기 - 라벨에 수량으로 표시된 1회 제공분당 열량
원료목록	- 식품에 물, 식품첨가물 및 영양 보충성분을 제외하고 둘 이상의 성분이 포함되어 있는 경우, 그러한 성분 각각의 적절한 명칭을 중량이 높은 순으로 표기하고 그러한 성분의 비율에 대한 설명을 기재함
식품첨가제	- 식품첨가물이 포함된 경우 식품첨가제 함유에 대하여 ‘contains permitted(허용된 내용물)’ 형태로 명시
원산지	- 해당 식품의 원산지 국가명
중량	- 순중량 명시
유통기한	- EXPIRY DATE 또는 EXP DATE(여기에 일, 월, 년 또는 월 및 연도로 표기하는 날짜 삽입) - USE BY(일, 월 및 년 또는 월 및 연도로 표기하는 날짜 삽입)

자료: 말레이시아 보건부, 식품안전품질부

□ 라벨링 샘플 정보

❖ 라벨링 샘플 사진 ① - 인기 제품



(앞면)

(뒷면)

제품명	PURE ALOE Inner Leaf Juice with Lemon
제조사	Lakewood(미국)
인증	USDA Organic
중량	240ml
원료목록	유기농 알로에 베라 주스, 유기농 레몬 주스 1% 미만 함유
영양 정보	지방 0%, 콜레스테롤 0%, 나트륨 0%, 포타슘 0%, 탄수화물 1%, 식이성섬유 4%, 설탕 0%, 단백질 0% 등
식품첨가제	無가당, 無첨가물, 無방부제, 無글루텐, 無카제인, 無알레르겐, 無라텍스&알로인
포장	유리병
가격	55.00 링깃
판매 확인 매장(방문일)	Village Grocer(11월 3일)
제품 특징	- 알로에 즙 - 아마존, 아이허브, 쇼피, 라자다 등에서 판매 중

자료: 현지조사원

4. 위생요건

□ 식품첨가물 규제

- 식품안전본부(FSQD)는 식품 위생을 식품안전을 주관하는 국가기관으로 식품의 병원균, 독성, 농약잔류량, 그리고 기타 오염물질을 관리·감독하고 있음
- ‘식품 규정 1985(Food Regulation 1985)’에 최대량 허용되는 식품첨가물이 나열되어 있음
- 유기농 알로에 액즙 100%의 경우 무농약 환경에서 재배하였으므로, 식품첨가물 규제와 무관



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정 기준
2. 경쟁제품별 분석

경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 개요

제품분석 결과(평균)

	알로에 액즙 평균가격 (100ml 기준)	오프라인: 39링깃(약 10,400원) 온라인: 5.98링깃(약 1,600원)
	원료(성분)	알로에 액즙 함유량 99% 이상만 알로에 액즙으로 분류하였음
	포장형태	유리병

대표 분석제품 상세

		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명: PURE ALOE Inner Leaf Juice with Lemon - 제조사: Organic Forest (말레이시아) - 특성: <ul style="list-style-type: none"> • 알로에 액즙 • 유기농 알로에 잎 • 無설탕, 無녹말 - 용량: 946ml - 온라인 매장: www.bmsorganics.com/OnlineStore - 가격: 80.20링깃(약 21,500원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명: PURE ALOE Inner Leaf Juice with Lemon - 제조사: Lakewood(미국) - 특성: <ul style="list-style-type: none"> • 알로에 액즙 • 無가당, 無첨가물, 無방부제, 無글루텐, 無카제인, 無알레르겐, 無라텍스&알로인 • 아마존, 아이허브, 쇼피, 라자다 등에서 판매 중 - 용량: 240ml - 오프라인 매장: Village Grocer - 가격: 55.00링깃(약 14,700원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명: Aloe Vera Juice - 제조사: Nivee Gardens Organic Farm(인도) - 특성: <ul style="list-style-type: none"> • 알로에 액즙 • 유기농 알로에 베라 주스로 제조 • 100% 천연 - 용량: 1L - 온라인 매장: shopee.com.my - 가격: 27.80링깃(약 7,400원)

- 쿠알룸푸르 내 많은 유통채널 중에서도 알로에 액즙을 취급하는 곳은 극히 제한적
- 알로에 액즙은 온라인 매장에서는 주로 500ml, 1000ml의 대용량으로, 오프라인 매장에서는 124~240ml로 소용량을 판매 중으로, 100ml 당 단가가 온라인 매장에서는 5.98링깃(1,600원)으로 저렴한 반면, 오프라인 매장에서는 39링깃(10,400원)으로 비교적 가격이 높으며, 인도 제품의 가격이 가장 낮음
- 현지 조사원에 따르면, 가격 마진을 위해서는 유기농 제품 코너나 유기농 제품 판매점을 통한 판매가 유리할 수 있음
- 한국 식품에 대한 인지도는 좋은 편이나, 한국 알로에 액즙 제품은 발견할 수 없었으며, 알로에 차와 알로에 주스 정도가 전부이며, 한국 알로에 제품에 대한 인지도 또한 거의 없음

1. 경쟁제품 선정 기준

□ 분석기준 및 지표설정

- 현지조사원이 직접 말레이시아 내 대형 마트 및 드럭스토어 등을 방문하여 현지 시장 조사 실시

□ 온라인 쇼핑몰 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 말레이시아 온라인 쇼핑몰 중 유명 온라인 매장을 방문하여 현지 온라인 시장 조사 실시

□ 분석기준 및 지표 설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

□ 대표 방문매장

○ 오프라인:

- 드럭스토어: Vitacare Pharmacy
- 직판매장: GNC Live Well
- 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓: Cold Storage, Village Grocer, TESCO

○ 온라인:

- 말레이시아 온라인 쇼핑몰: www.bmsorganics.com/OnlineStore²²⁾, www.11street.my, www.watsons.com.my, shopee.com.my

22) 오프라인 매장 보유. 현지 조사원에 따르면, 오프라인 매장에는 알로에 제품을 판매하고 있지 않았음.

2. 경쟁제품 분석

① 오프라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	Lakewood(미국)	Lifestream Biogenic(뉴질랜드)
	제품명	PURE ALOE Inner Leaf Juice with Lemon	Aloe Vera
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 알로에 액즙 - 無가당, 無첨가물, 無방부제, 無글루텐, 無카제인, 無알레르겐, 無라텍스&알로인 - 아마존, 아이허브, 쇼피, 라자다 등에서 판매 중 	<ul style="list-style-type: none"> - 알로에 액즙 - 유기농 알로에 베라로 제조 - 100% 無GMO - 無설탕, 無향료, 無감미료
	포장용기	유리병	BPA FREE 플라스틱
	성분	유기농 알로에 베라 주스, 유기농 레몬 주스 1% 미만 함유	알로에 베라, 소르빈산 칼륨, 벤조산 나트륨, 구연산
	조사 매장	Village Grocer	Vitacare Pharmacy
	용량	240ml	1.25L
	제품가격	55.00링깃(약 14,700원)	95.00링깃(약 25,500원)
	인증	USDA Organic	IASC(유니베라 국제인증마크)

자료: 현지조사원

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	GNC(제조국 미표기)	오사(한국)
	제품명	GNC Natural Brand Whole Leaf Aloe Vera Juice Unflavored	알로에 주스
	제품특성	- 알로에 액즙 - 유기농 알로에 잎으로 제조	- 알로에 주스 - 무설탕
	포장용기	유리병	플라스틱병
	성분	알로에 베라 주스, 구연산, 나트륨 벤조에이트, 소르빈산 칼륨	
	조사 매장	GNC Live Well	Gold Storage
	용량	237ml	1.5L
	제품가격	84.80링깃(약 22,700원)	8.10링깃(약 2,200원)
인증	-	-	

자료: 현지조사원

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	L사(한국)	N사(한국)
	제품명	알로에 주스	알로에 주스
	제품특성	- 알로에 주스 - 無인공색소, 無방부제	- 알로에 차
	포장용기	플라스틱병	유리병
	성분	알로에 베라 젤, 알로에 베라 젤 파우더, 수크랄로스, 시트르산, 칼슘 젯산, 삼염색체 시트르산, 비타민C, 젤란 껌, 천연색소, 물, 포도향	알로에 베라, 꿀(잡화꿀), 정백당, 과당, 구연산, 합성착향료(청포도향), 카라기난(안정제)
	조사 매장	Cold Storage	Village Grocer
	용량	1.5L	1kg
	제품가격	10.90링깃(약 2,900원)	33.90링깃(약 9,000원)
인증	KMF(Korea Musli Federation Halal Committee) 한국 할랄	KMF(Korea Musli Federation Halal Committee) 한국 할랄	

자료: 현지조사원

구분		제품 #7
제품 이미지	제품 이미지 (앞)	
	제품 이미지 (뒤)	
제품 스펙	제조사	H사(한국)
	제품명	알로에 주스
	제품특성	- 알로에 차 - 無인공색소, 無방부제
	포장용기	유리병
	성분	알로에, 설탕, 꿀
	조사 온라인 매장	TESCO
	용량	1.15kg
	제품가격	35.00링깃(약 9,400원)
	인증	말레이시아 할랄 MS 1500_2009 1004-06 / 2012

자료: 현지조사원

② 온라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Organic Forest(말레이시아)	Aspen Nutrition(미국)
	제품명	O'Forest Organic Aloe Vera Juice	Aloe Vera with Honey
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 알로에 액즙 - 유기농 알로에 잎 - 無설탕, 無녹말 	<ul style="list-style-type: none"> - 알로에 액즙 - 소화 기능 보조, 대장 활동 지원, 내부장기 상처 치유 촉진 등이 기능을 홍보
	포장 용기	유리병	유리병
	성분	유기농 알로에 베라 주스, 유기농 다당류 고알로에 소르브 TM, 구연산(pH 안정제), 소르빈산 칼륨	꿀, 알로에 베라
	조사매장	www.bmsorganics.com/OnlineStore	www.watsons.com.my
	용량	946ml	500ml
	제품가격	80.20링깃(약 21,500원)	38.71링깃(약 10,400원)
	인증	-	-

자료: 현지조사원

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	ACI Agro Solution(인도)	Nivee Gardens Organic Farm(인도)
	제품명	Eunique Pure Aloe Vera Juice	Aloe Vera Juice
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 알로에 액즙 - 알로에 베라 주스 및 펄프로 생산 - 無향료, 無감미료, 無색소 - 無글루텐, 無지방 - 100% 식물 기반 	<ul style="list-style-type: none"> - 알로에 액즙 - 유기농 알로에 베라 주스로 제조 - 100% 천연
	포장 용기	유리병	미기입
	성분	99% 인증 유기농 알로에 베라 주스, 시트르산(pH 안정제)	알로에 베라, 나트륨 벤조에이트, 시트르산, 천연향료
	조사매장	www.11street.my	shopee.com.my
	용량	500ml	1L
	제품가격	25.00링깃(약 6,700원)	27.80링깃(약 7,400원)
	인증	USDA Organic	-

자료: 현지조사원



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정 기준
2. 경쟁사 현황 분석

1. 경쟁사 선정 기준

□ 방법론 1. 오프라인 매장 조사

- 오프라인:
 - 드럭스토어: Vitacare Pharmacy
 - 직판매장: GNC Live Well
 - 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓: ColdStorage, Village Grocer, TESCO

□ 방법론 2. 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드: 알로에, 알로에 액즙, 알로에 주스(Aloe, Aloe Vera, Aloe Vera Juice)
- 온라인:
 - 말레이시아 온라인 쇼핑몰: www.bmsorganics.com/OnlineStore23, www.11street.my, www.watsons.com.my, shopee.com.my

□ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

말레이시아	미국	뉴질랜드	인도
Organic Forest	Lakewood	Lifestream Biogenic	ACI Agro Solution
			
온라인 판매	오프라인 판매	오프라인 판매	온라인 판매

23) 오프라인 매장 보유. 현지 조사원에 따르면, 오프라인 매장에는 알로에 제품을 판매하고 있지 않았음.

2. 경쟁사 현황 분석

□ BMS Organics

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 천연 헬스케어 제품, 신선 유기농 야채 및 과일로 만든 제품을 생산 및 판매하는 말레이시아 기업 - 41개 이상의 매장과 21개의 유기농 채식 레스토랑을 운영 - 온·오프라인 매장 운영 - 알로에 제품으로는 O'FOREST-Aloe Vera Gel Herbal Stomach Formula, O'FOREST-Aloe Vera Gel Liver Detox Herbal Formula, O'FOREST-Organic Aloe Vera Juice, O'FOREST-Organic Aloe Vera Gel 등이 있음 			
	기업 유형	유기농 제품 소매업체	홈페이지	bmsorganics.com
	취급품목	천연 헬스케어 제품, 신선 유기농 야채 및 과일로 만든 제품 등	D-U-N-S® Number	-
	소재지	말레이시아, 셀랑고르 주, 푸총(Puchong)	설립연도	1997년
대표 제품				

자료: BMS Organics(bmsorganics.com)

□ Lakewood

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Lakewood는 순수 유기농 프리미엄 과일주스 제품 생산업체로 미국 가족 경영 기업 - 전 제품에 USDA Organic 인증 보유 - 알로에 제품으로는 Organic Aloe Gel, PURE - Inner Fillet Gel, Organic Aloe, PURE - Inner Fillet Juice, Organic Aloe PURE - Whole Leaf Juice가 있음 		
기업 유형	음료 제조업체	홈페이지	www.lakewoodjuices.com
취급품목	유기농 알로에 주스를 비롯한 각종 유기농 과일 주스, 블렌딩 주스 등	D-U-N-S® Number	-
소재지	미국, 플로리다 주, 마이애미(Miami)	설립연도	1935년
대표 제품			

자료: FoodCare Sp Zoo(www.foodcare.pl)

□ Lifestream Biogenic

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼푸드, 건강식품, 기능성 식품을 제조 및 판매하는 100% 뉴질랜드 소유 기업 - 말레이시아에는 Caremark Sdn Bhd가 유통을 담당 - 알로에 제품으로는 Aloe Soothe, Biogenic Aloe Vera Digestive Tonic, Aloe Vera Capsules 등이 있음 		
기업 유형	건강식품 제조업체	홈페이지	www.lifestream.co.nz
취급품목	건강식품, 기능성식품 등	D-U-N-S® Number	-
소재지	뉴질랜드, 오클랜드 주, 노스코트(Northcote)	설립연도	1980년
대표 제품			

자료: Lifestream Biogenic(www.lifestream.co.nz)

□ ACI Agro Solution

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 범위의 농업 제품과 농업 컨설팅을 제공하는 인도 기업 - 알로에 제품으로는 Aloe Vera Fiber Juice, Aloe Vera Tulsi Juice, Aloe Vera Orange Juice, Aloe Vera Strawberry Juice, Aloe Vera Gel, Aloe Vera with Mango Juice, Aloe Vera Pineapple Juice 등이 있음 		
기업 유형	건강식품 제조업체	홈페이지	www.indiamart.com/aciagrosolution/
취급품목	천연 허브 주스, 알로에 주스 등 건강음료 및 식품	D-U-N-S® Number	-
소재지	인도, 라자스탄 주, 자이푸르(Jaipur)	설립연도	1998년
대표 제품			

자료: ACI Agro Solution(www.indiamart.com/aciagrosolution/)

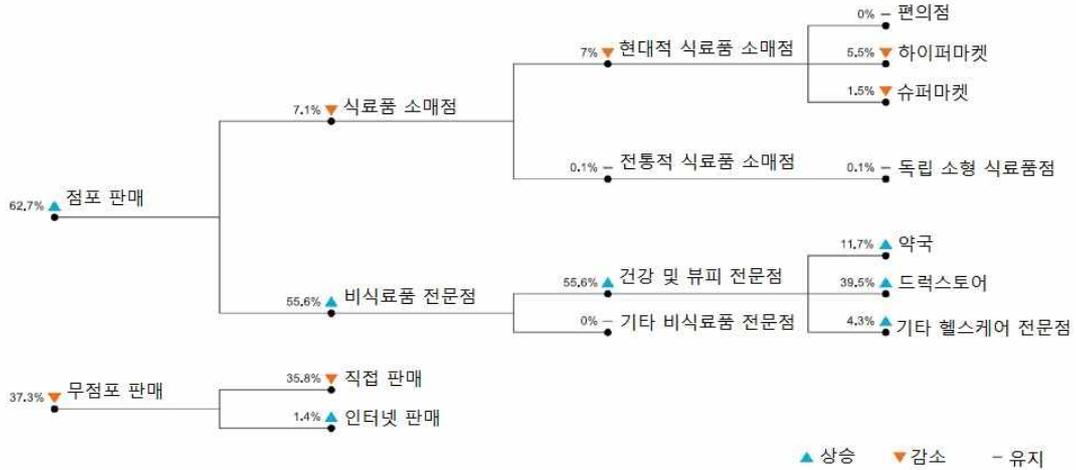


Ⅵ. 유통채널 현황

- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통채널별 세부 현황**

유통채널 현황 개요

❖ 말레이시아 건강보조제품 유통구조 및 점유율(2018년)



❖ 말레이시아 주요 소매 유통채널(2017년)

매장명	매장 수	분포 지역
Cold Storage / Giant / Jason / Mercato	Cold Storage: 슈퍼마켓 21개 Giant: 하이퍼마켓 119개	전국
Aeon BIG	하이퍼마켓 21개	주요 도시
AEON	대형 슈퍼마켓을 보유한 백화점 37개	주요 도시
Tesco	Tesco: 하이퍼마켓 56개 Tesco Express: 편의점 9개	주요 도시
Jaya Grocer / Hock Choon	슈퍼마켓 22개	클랑밸리
Sam's Groceria	슈퍼마켓 6개	페낭, 클랑밸리
Village Grocer	슈퍼마켓 13개	클랑밸리
7-Eleven Malaysia Sdn Bhd	편의점 1,905개	전국

❖ 말레이시아에서 개최되는 주요 식음료 박람회

박람회명	개최도시	웹사이트
말레이시아 국제 할랄쇼케이스	쿠알라룸푸르	mihis.com.my
말레이시아 국제 식음료 전시회	쿠알라룸푸르, 페낭 등 8개 도시	www.tastefullyexpo.com

1. 유통채널 개황

1) 말레이시아 건강보조식품의 유통구조

□ 건강보조제품 유통채널 일반 현황

- 건강보조제품은 Caring Pharmacy, Watsons, Guardian과 같은 드럭스토어, 약국, 뷰티 및 헬스케어 전문점에서 주로 판매되고 있음
- Amway, USANA, Nu Skin, Shaklee 등은 직접판매협회(Direct Seller Association, DSA)의 승인을 받아 직접판매 중이며, 비타민 및 식이보충제의 주요한 유통채널임
- Lazada, Shopee와 같은 온라인 쇼핑몰에서도 비타민 및 식이보충제의 판매가 점차 증가하는 추세임

□ 2018년 말레이시아 건강보조식품 매출 비중은 비식료품 전문점에 속한 건강 및 뷰티 전문점 분류 내 드럭스토어에서 39.5%로 가장 높았으며, 그 뒤를 이어 무점포 판매 분류 내 직접 판매 비중이 35.8%, 건강 및 뷰티 전문점 분류 내 약국이 11.7%를 차지

- 드럭스토어, 약국, 기타 헬스케어 전문점의 매출은 최근 5년간(2013-2017년) 증가 추세이나, 직접 판매 비중은 감소 추세인 것으로 조사됨
- 인터넷 판매 비중은 1.4%로 아직은 비중이 작으나 점차 증가하는 추세이며, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓에서의 판매 비중은 감소 추세를 보임

표 6.1 말레이시아 건강보조식품의 유통구조 및 점유율(2018년)



자료: 「Consumer Health in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.11.

2) 말레이시아 식음료 유통채널 현황

□ 유통채널 일반 현황

- 소득 수준 향상 및 생활 방식의 도시화로 대도시, 지방 주요 도시를 거점으로 현대적 유통채널이 증가하고 있으며, 지방 중소 도시 및 중산층 이하 소비자 거주 지역에서는 전통적 유통채널이 큰 비중을 차지
- 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 백화점 등의 현대식 유통채널이 전체 소매 시장의 43%를 차지하고 있으며, 소규모 식료품점, 에어컨 설치가 되어있지 않은 식품 가게 등의 소규모 유통채널이 56%, 편의점이 1%를 차지
- 온라인 유통채널의 인기가 점차 높아지고 있으나, 아직까지 대중적으로 활성화되지는 않은 상황
 - TESCO는 2014년 온라인 판매 및 배달 서비스를 시작
 - Lazada, 11street, MilkADeal 등의 온라인 쇼핑몰은 부패하지 않는 식품과 비식품 제품을 취급
 - 소매업체들은 Uber와 Grab Car와 같은 e-hailing 서비스 업체와 제휴하여 선물 배달 서비스를 제공하기도 하였는데, 예를 들면 2016년 Jaya Grocer가 Uber와 제휴하여 추수감사절 및 크리스마스 고객들에 칠면조 요리를 배달함
 - 온라인 유통채널은 쿠알라룸푸르, 페낭, 조호바루 등의 대도시에서 20-25세 사이의 맞벌이 부부들에게 인기가 있음
- 말레이시아 유통매장 내에는 할랄과 비할랄 구분없이 매대가 운영되고 있음²⁴⁾

□ 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 백화점 등 대형 유통채널

- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 백화점 같은 대형 유통채널은 주요 도시의 도심지에 위치하며, 주 고객은 대부분 중고소득 소비자들임
- 주요 유통채널들로는 Giant, Cold Storage Group, Tesco Malaysia, AEON Malaysia, Village Grocer Holdings Sdn Bhd 등이 있음
 - 이들은 중저소득층을 겨냥하여 10% 낮은 가격으로 자사 브랜드 제품을 공급
 - 또한, 매장 내에 시장, 베이커리, 와인 코너, 주류 코너, 건강식품 코너, 간편식 코너 등을 운영
- 최근 몇 년간 중고소득 소비자들을 겨냥한 프리미엄 슈퍼마켓이 성장 중이며, 프리미엄 식료품에 대한 수요가 클랑 밸리(Klang Valley)²⁵⁾ 지역에서 특히 증가하고 있음

24) 자료: 「Malaysia: Malaysia Retail Foods Annual 2018」, USDA, 2018.6.29., 해외식품인증 정보포털(www.foodcerti.or.kr)

25) 클랑밸리(Klang Valley): 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)와 셀랑고르(Selangor) 주에 위치한 지역으로 말레이시아의 상업

- 말레이시아인 소유 프리미엄 슈퍼마켓으로는 최근 빠르게 성장하고 있는 Jaya Grocer를 비롯하여, Hock Choon, Ampang Grocers, Sam's Groceria 등이 있음
- 제품의 약 50% 이상이 수입품으로, 호주, 뉴질랜드, 미국, 캐나다, 프랑스, 이탈리아, 영국, 기타 유럽으로부터 다양한 브랜드의 제품들을 대량으로 수입

□ 편의점, 주유소 매점

- o 편의점과 주유소 매점은 주로 도시와 남북 고속도로를 따라 분포되어 있음
- o 대부분 프랜차이즈 형태로, 광고, 직원 교육, 자금 조달, 대량 구매, 유통 시설에 대한 지원을 받고 있음
- o 대표적으로 24시간 편의점인 7-Eleven이 있음

□ 식료품 가게, 구멍가게 등 전통상점

- o 식료품 가게, 구멍가게 등 전통상점은 모든 도시, 마을에서 발견됨
- o 2011년 말레이시아 정부는 2020년까지 소형 구멍가게 5,000개의 현대화를 내용으로 하는 '소규모 점포 시설 현대화 프로그램(Small Retailers Transformation Program, TUKAR)'을 추진하였으나, 대출 상환에 따른 운영비 부담 등의 이유로 반대에 부딪히고 있음
- o 에어컨이 설치되어 있지 않은 상점들은 일반적으로 무슬림 지역 사회를 겨냥한 할랄 제품을 취급하거나, 중국인 및 인도인을 겨냥하여 해당 국가의 제품을 취급²⁶⁾

중심이자 가장 인구가 밀집한 지역으로 국가 경제발전에 중추적 역할을 맡고 있음

26) 자료: 「Malaysia: Malaysia Retail Foods Annual 2018」, USDA, 2018.6.29.

표 6.2 말레이시아 주요 소매 유통채널(2017년)

매장명	소유 형태	매장 수 (2017)	분포 지역	구매 형태
Cold Storage / Giant / Jason / Mercato	현지 기업, Dairy Farm International of Hong Kong의 자회사	Cold Storage: 슈퍼마켓 21개 Giant: 하이퍼마켓 119개	전국	에이전트와 함께 직접 소싱
Aeon BIG	前 Carrefour, 2012년 10월 일본의 Jananese Aeon Co Ltd에 인수된 후 Aeon BIG으로 이름 변경	하이퍼마켓 21개	주요 도시	공급업체로부터 직접 소싱
AEON	AEON Co (M) Bhd가 운영, 모기업은 일본의 AEON Group	대형 슈퍼마켓을 보유한 백화점 37개	주요 도시	현지 및 해외 공급업체로부터 직접 소싱, 소량 주문은 로컬 에이전트 활용
Tesco	Tesco Stores (Malaysia) Sdn Bhd가 운영, Tesco UK와 Sime Darby Bhd의 JV	Tesco: 하이퍼마켓 56개 Tesco Express: 편의점 9개	주요 도시	현지 및 해외 공급업체로부터 직접 소싱, 소량 주문은 로컬 에이전트 활용
Jaya Grocer / Hock Choon	현지 가족 소유 기업 Trendcell Sdn. Bhd	슈퍼마켓 22개	클랑 밸리	현지 및 해외 공급업체로부터 직접 소싱
Sam's Groceria	현지 기업 모기업: Mydin Mohamed Holdings Bhd	슈퍼마켓 6개	페낭, 클랑 밸리	현지 및 해외 공급업체로부터 직접 소싱
Village Grocer	현지 가족 소유 기업	슈퍼마켓 13개	클랑 밸리	현지 및 해외 공급업체로부터 직접 소싱
7-Eleven Malaysia Sdn Bhd	Berjaya Retail Bhd	편의점 1,905개	전국	현지 유통업체

자료: 「Malaysia: Malaysia Retail Foods Annual 2018」, USDA, 2018.6.29.

3) 말레이시아 소프트 드링크 산업의 유통구조

□ 2017년 기준 현대적 식료품 소매점의 매출 비중이 높으며, 매출 또한 증가하는 추세

- 2017년 매출 비중은 현대적 식료품 소매점이 55%로 전통적 식료품 소매점의 39.9% 보다 높았던 반면, 전통적 식료품 소매점의 하위 그룹에 속한 독립 소형 식료품점에서의 매출 비중이 36.9%로 가장 높음
- 그러나, 현대적 식료품 소매점의 매출은 증가 추세인 반면, 전통적 식료품 소매점의 매출은 감소 추세
 - 특히, 슈퍼마켓의 매출이 증가하고 있고, 독립 소형 식료품점의 매출은 감소 추세
- 하이퍼마켓 29.2%, 슈퍼마켓 14.2%, 편의점 6.8%의 매출 비중을 차지

표 6.3 말레이시아 소프트 드링크의 유통구조 및 점유율(2017년)



자료: 「SOFT DRINKS IN MALAYSIA」, Euromonitor International, 2018.2.

4) 말레이시아 식음료 전시회

□ 식음료 전시회를 통해 관련 시장에 대한 중요 정보 파악 가능

- 말레이시아에서 개최되는 대표적인 식음료 전시회로는 말레이시아 국제할랄쇼케이스 (Malaysia International Halal Showcase, MIHAS)와 국제식음료전시회(Tastefully Food & Beverage, TFB)가 있으며, 식음료 관련 시장의 중요한 정보 유통채널로 활용 가능
- 말레이시아 국제할랄쇼케이스(Malaysia International Halal Showcase, MIHAS)는 쿠알라룸푸르에서 각각 매년 1회 4일간 개최됨
- 국제식음료전시회(Tastefully Food & Beverage, TFB)는 말레이시아 주요 도시에서 11차례에 걸쳐 각 3일간 개최됨
- 두 전시회에는 말레이시아 및 전 세계 할랄식품 및 식음료 업계 관계자들이 모여, 이를 통해 최신 시장과 산업동향 분석, 아이템 창출, 신 바이어 개척, 제품 프로모션 등에 관한 정보 공유
- 관련 정보는 각각 mihias.com.my와 www.tastefullyexpo.com에서 확인 가능

표 6.4 말레이시아 주요 식음료 전시회 주요 내용

구분	말레이시아 국제할랄쇼케이스(MIHAS)	말레이시아 국제식음료전시회(TFB)
전시회명	말레이시아 국제할랄쇼케이스	말레이시아 국제식음료전시회
개최도시	쿠알라룸푸르	쿠알라룸푸르, 페낭 등 8개 도시
주최자	Ministry of International Trade and Industry (MITI), Malaysia Malaysia External Trade Development Corporation	Lanceford Exhibitions (M) Sdn Bhd
설립연도	2004	2010
분야	할랄식품	식음료
관람객 수	21,000명(2018년)	150,000명(2017년)
참가국 수	32개국(2018년)	-
무역 가치	17억 8,000만 링깃	-
웹사이트	mihhas.com.my	www.tastefullyexpo.com

자료: 글로벌 전시 포털(www.gep.or.kr)

2. 주요 유통채널별 세부 현황

1) 드럭 스토어

① Vitacare Pharmacy

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 말레이시아 소재 약국으로, Kumpulan Farmasi Vitacare Sdn Bhd가 운영 - 건강 및 웰빙 제품을 취급하며 특히 유기농 & 허벌 제품 위주로 판매 - 말레이시아 전역에 10개 매장 보유 		
D-U-N-S® Number	KFV Sdn, Bhd: 65-271-7463	설립연도	KFV Sdn, Bhd: 1987년
본사 소재지	말레이시아, 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	점포 수	10개(2017년)
매출액	KFV Sdn, Bhd: 640만 US 달러(2017년)	직원 수	KFV Sdn, Bhd: 120명
홈페이지	www.vitacare.com.my		
상세사항	매장 입구 바로 앞 진열대에 위치하며, 유사한 종류의 제품들과 진열되어 있음. 눈에 잘 띄며, 판매사원이 있어 제품을 추천하고 설명함. 제품 관련 설명을 요청할 경우, 약사가 지원함.		
매장 전경			
	매장 입구		

자료: Vitacare Pharmacy(www.vitacare.com.my) , 현지조사원, D&B Hoovers

2) 직판 매장

① GNC Live Well Malaysia

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국계 건강기능 식품을 생산, 판매하는 전문 기업으로, 비타민, 미네랄, 허브 보충제 제품, 스포츠 영양 제품 및 다이어트 제품을 비롯한 건강 및 웰빙 제품을 생산 및 제조 - 전세계적으로 9,000개 이상의 매장을 보유하고 있으며, 말레이시아 내에만 80여 개의 매장을 보유. 건강기능 식품만 취급하는 유통업체로는 현지 1위. - 미국 본사: GNC Holdings, Inc. 		
	D-U-N-S® Number	79-576-9541	설립연도
본사 소재지	미국 펜실베이니아 주 피츠버그(Pittsburgh)	점포 수	전세계 9,000개 이상 말레이시아 80여 개 (2017년)
매출액	전세계 24억 5,300만 달러 (2017년)	직원 수	16,000명(2017년)
홈페이지	www.gncdivewell.com.my		
상세사항	알로에 젤 등의 알로에 관련 제품들과 함께 진열되어 있으며, 타 매장에 비해 쉽게 찾을 수 있음		
매장 전경			
	매장 입구		알로에 제품 진열대

자료: GNC Malaysia(www.gncdivewell.com.my), 현지조사원, D&B Hoovers

3) 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점

① Cold Storage

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Cold Storage는 프리미엄 슈퍼마켓으로, 중고소득 소비자를 대상으로 하며 고품질 식품 유통채널로 포지셔닝함 - 수입품 비율이 타 하이퍼마켓, 슈퍼마켓보다 높고, 매장 인테리어 디자인도 비교적 고급스러운 특징을 가지고 있으며, 미국, 호주, 유럽 등의 수입 제품의 비중이 높음 - 모기업은 Dairy Farm Group으로서, Giant, Cold Storage, Jason 등의 식품 유통업 브랜드를 보유하고 있고, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아 등 11개국에서 7,181개 매장(2017년)을 운영 중임 		
	D-U-N-S® Number	65-201-2946	설립연도
본사 소재지	싱가포르(Singapore)	점포 수	말레이시아 내 Cold Storage 슈퍼마켓: 14개
매출액	Dairy Farm Group: 113억 US 달러	직원 수	Dairy Farm Group: 전 세계 200,000명
홈페이지	www.coldstorage.com.my		
상세사항	알로에 제품은 비교적 아래쪽에 진열되어 있어 눈에 잘 띄지 않음		
매장 전경			
	매장 입구		알로에 제품 진열대

자료: 「Dairy Farm Annual Report 2017」, Dairy Farm Group, 현지조사원, D&B Hoovers

② TESCO

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 영국의 대형 유통업체로 미국의 월마트, 프랑스의 까르푸, 독일의 메트로와 함께 세계적인 유통업체에 속함. 유통업계에서 매출액 기준으로 세계 5위권 내에 위치. - 영국 본사 Tesco plc와 말레이시아 Sime Darby Bhd의 합작 벤처기업인 'Tesco Stores Sdn Bhd'에서 운영하는 유통 브랜드로 말레이시아 주요지역에 입점함 - Tesco와 Tesco Extra, Tesco Express²⁷⁾로 채널 라인을 분리하였으며 저렴한 가격을 장점으로 소비자에게 어필 - Tesco는 말레이시아에서 대형 유통업체로는 유일하게 식품 온라인 쇼핑을 제공 - Tesco Value, Choice, Finest, Light Choice와 같은 PB의 인기가 높은 편 - 영국 수입품을 낮은 가격에 공급하고 있음 		
	D-U-N-S® Number	59-791-6774	설립연도
본사 소재지	영국, 하트퍼드셔 주, 웰링가든시티 (Welwyn Garden City)	점포 수	Tesco plc.: 전세계: 6553개(2017년) 말레이시아: Tesco: 하이퍼마켓 56개 Tesco Express: 편의점 9개
매출액	Tesco plc. 499억 파운드(2017년)	직원 수	Tesco plc.: 46만 명
홈페이지	www.tesco.com.my		
상세사항	매장 구석에 위치, 한국 음료 제품들과 함께 진열됨. 일반적인 음료로 인식.		
매장 전경			
	매장 입구		

자료: 「TESCO Annual Report and Financial Statements 2017」, Tesco plc, 현지조사원, D&B Hoovers

27) Tesco extra는 하이퍼마켓, Tesco는 슈퍼마켓, Tesco Express는 편의점 성격을 가짐

③ Village Grocer

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 말레이시아 내 프리미엄 슈퍼마켓으로, Food Purveyor Sdn Bhd의 자회사인 Village Grocer Sdn Bhd가 운영 - 신선 농산물을 비롯한, 프리미엄 식료품을 판매 		
D-U-N-S® Number	86-576-4794	설립연도	2004
본사 소재지	말레이시아, 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	점포 수	137개
매출액	1억 4,400만 US 달러 (2017년)	직원 수	-
홈페이지	villagegrocer.com.my		
상세사항	미국산 및 한국산 수입품과 함께 수입품 코너에 진열되어 있으며, 알로에 제품은 아래쪽에 위치		
매장 전경			
	매장 입구		

자료: Village Grocer(villagegrocer.com.my), 현지조사원, D&B Hoovers

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Malaysia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.7.13.
2. 「Malaysia: Malaysia Retail Foods Annual 2018」, USDA, 2018.6.29.
3. 「Soft Drinks in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.2.
4. 「Consumer Health in Malaysia」, Euromonitor International, 2018.11.
5. 「Functional and Luxury Foods Market Analysis」, Frost & Sullivan
6. 「GUIDELINES ON HEALTHIER CHOICE LOGO MALAYSOA」, Ministry of Health Malaysia Nutrition Division 2017.11.
7. 「Health and Wellness in Malaysia」, Eurononitor International, 2018.7.
8. 「Dairy Farm Annual Report 2017」, Dairy Farm Group
9. 「TESCO Annual Report and Financial Statements 2017」, Tesco plc
10. 「신흥교역국의 통관환경 연구: 말레이시아」, 한국조세재정연구원, 2016.12.
11. 「말레이시아 통관절차」, 한국식품연구원
12. 「말레이시아 검역제도」, 농림수산물부, 한국식품연구원

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
2. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
3. 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)
4. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
5. NQA(www.nqa.com)
6. Biz Care(biz-care.kr)
7. 말레이시아 보건부(Ministry of Health)(www.moh.gov.my/english.php)
8. 말레이시아 관세청 홈페이지(www.customs.gov.my/en/tp/pages/tp_ie.aspx)
9. 다강네트(www.dagangnet.com/my)
10. 한국이슬람교중앙회(www.koreaisla.org)
11. 말레이시아 국제할랄쇼케이스(mihas.com.my)
12. 말레이시아 국제식음료전시회(www.tastefullyexpo.com)
13. International Trade Center(www.trademap.org)
14. BMS Organics(www.bmsorganics.com/OnlineStore)
15. 11Street(www.11street.my)
16. Watsons(www.watsons.com.my)
17. Shopee(shopee.com.my)
18. Cold Storage(www.coldstorage.com.my)
19. TESCO(www.tesco.com.my)
20. Village Grocer(villagegrocer.com.my)
21. Vitacare Pharmacy(www.citacare.com.my)
22. GNC Malaysia(www.gnclivewell.com.my)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No: 1808-06

품목: 알로에 엑즙(Aloe Juice)

국가: 말레이시아(Malaysia)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발행일 2018
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보실
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.