

GLOBAL FOOD INFO

MALAYSIA

EXPERT COLUMN

말레이시아 식품 전문 칼럼니스트가 전하는
**현지 식품소비 트렌드와
식품시장 진출 전략제언**

SPECIAL ISSUES

급속한 경제발전과 국민소득 증가로
건강한 식품에 대한 관심 증가
할랄푸드, 냉동 디저트, 한국 치킨 등 말레이시아에서
떠오르고 있는 식품 이슈를 살펴보자

FOOD POLICY

한 눈에 보는 개정된 말레이시아 식품 법규
'FOOD ACT 1983'
말레이시아 정부, 식품위생과 라벨링 검사 강화

FOCUS INTERVIEW

혁신적인 제품 개발로 말레이시아인들의 입맛을 사로잡다,
국제식품

HOT PRODUCT

주요 유통매장별 인기상품 TOP 10

MALAYSIA INFO.



- 수도 : 쿠알라룸푸르
- 주요도시 : 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur), 프탈링자야(Petaling Jaya), 클랑(Klang), 조호르 바루(Johor Bahru)
- 면적 : 329,847km²
- 총 인구수 : 30,073,353명 (2014년)
- 언어 : 말레이어(공용어), 영어
- 민족 구성 : 말레이계, 중국계, 인도계 등
- 對 한국 수출액 : 8,297백만 달러(USD) (2013년)
- 對 한국 수입액 : 9,759백만 달러(USD) (2013년)

* 출처 : CIA 정보 사이트(www.cia.gov), International Trade Centre 참조

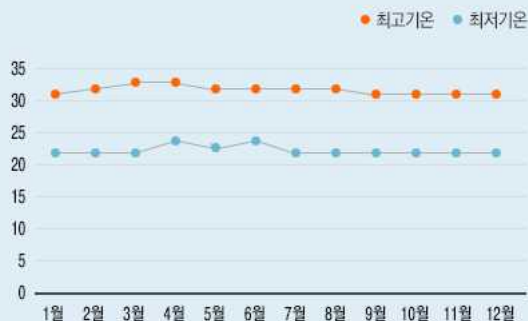
주요 무역 물류지역

* 출처 : Worldportsource 참조



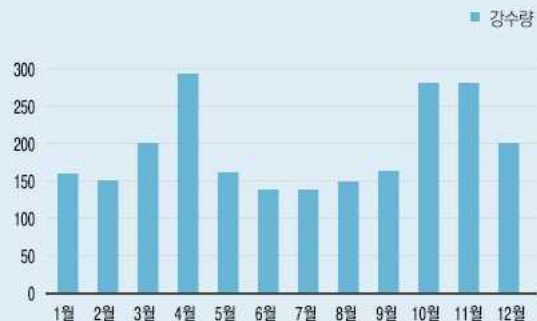
월 평균 최고/최저 기온

기준 시점 : 2013년, 지역 : 쿠알라룸푸르, 단위 : 섭씨온도(°C)



월 평균 강수량

기준 시점 : 2013년, 지역 : 쿠알라룸푸르, 단위 : mm



* 출처 : World Weather Information Service 참조



말레이시아 식품 신호등

문제 식품에 **적색경보** 발령
 말레이시아 시장 진출 전, 잠시 멈춰 **노란불** 확인
 인기식품과 함께라면 말레이시아 식품시장도 **그린 라이트** 발령
 (p11 ~ 38 참조)

식품문제 이슈!

비만 >

- 문제 : 동남아시아 국가 중 비만을 1위 국민의 54%가 비만환자
- 원인 : 야식문화와 외식문화
- 결과 : 정부차원의 건강한 외식문화 장려 불량식품 근절

라면 >

- 문제 : 나트륨 과다섭취
- 원인 : 라면 소비량 세계 13위 (13억 5천 봉지)
- 결과 : 라면제품에 반드시 나트륨 함유량 표기

탄산음료 >

- 문제 : 과도한 설탕 섭취 세계 8위의 설탕소비 국가 국민 약 260만 명이 앓고 있는 당뇨병
- 원인 : 잦은 청량음료 섭취
- 결과 : '신호등 라벨' 도입, 소다세금 부과 설탕 보조금 축소

식문화 이슈!

할랄문화 >

- 말레이시아 : 할랄시장의 허브 세계인구의 약 25%(16억 명)가 무슬림 말레이시아 인구의 61%가 무슬림 정부소속 할랄인증 기관 JAKIM 존재 '할랄식품 = 슈퍼푸드' 로 인식

한류문화 >

- 한국제품 주 소비층 : 10~30대, 여성, 말레이계 인종
- 인기 한국식품 : 치킨, 라면, 김
- 인기 요인 : 한국문화, 맛, 건강한 가공방식

카페문화 >

- 커피 음료 : 음료시장 점유율 3위
- 1인당 하루 평균 커피소비량 : 2.38잔
- 카페에 대한 인식 : 단순한 커피 섭취 NO, 복합문화공간 YES!

인기식품 이슈!

아이스크림 >

- 2013년 아이스크림 시장규모 : 1억 9,800만 달러(USD)
- 시장 성장률 : 2012년 대비 6%
- 주 소비층 : 젊은층, 하이엔드 소비자층

과일주스 >

- 연평균 음료시장 성장률 : 4.5% ('08~'12)
- 인기 음료 1위 : 100% 무가당 과일주스
- 선호 맛 : 오렌지 > 사과 > 망고 > 포도

맥주 >

- 주 소비층 : 중국계, 인도계 청년층
- 시장상황 : 해외 브랜드의 100% 시장점유율 세계에서 두 번째로 비싼 맥주 소비자 가격

* 출처 : 각 이슈의 마지막 페이지에 별도 표기함



말레이시아 농수산물식품 수출입 프로세스

말레이시아 시장으로 수출하기 위해서는 다섯 단계의 수출입 프로세스를 거쳐야 하며, 관리기관인 말레이시아 수출입식품 검역처(MAQIS)가 요구하는 절차에 따라 이행해야 한다. (p75 참조)



라벨링 정보

: 말레이시아로 수입되는 식품은 말레이시아어와 영어의 병기가 가능함. 일부 식품은 'Nutritional Labeling'을 반드시 기재해야 함. 기재 내용은 식품의 영양요소 정보이며 포장지에 기재하면 됨

주요항만

: Port Klang, Penang Port, Johor Port, Tanjung Pelepas Port

말레이시아 수출입식품 검역처 (MAQIS)

(www.maqis.gov.my)
: 수출입 식품 위생 검역, 검사문서 발급 및 안내, 인터넷 검역, 법률 제정, 수출입 금지 품목 안내 등

세관

(www.customs.gov.my)
: 세관 규정, 세율 조회, 감독, 법률가이드, 국제 협력, 항만 정보 등 안내

1 수출계약

· 거래선(바이어) 발굴 · 계약진행

2 서류준비

· 수입신고서 · 세관 출입서류
· B/L · 상업송장
· 포장명세서 · 원산지 증명서
· 배송주문서 · L/C

3 선적/출항

· 수출통관 · 포워딩 업체 지정 · 운송

4 수입신고/검사

품목별로 수출입식품 검역처, 수의 검역부, 농업부의 작물 보호 및 식물검역부, 농업부의 농업기반 사업부로 구분되어 검사가 진행됨

5 통관/국내유통

· 세관 서류 제출
· 세금납부
· 현지 바이어 화물인수



품목별 통관 절차





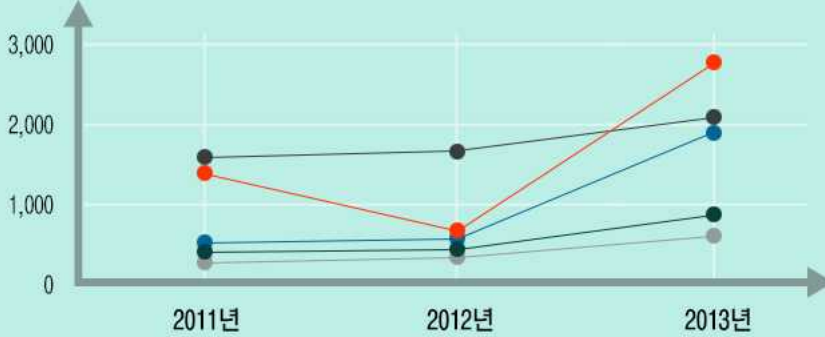
한국으로부터 수입하는 품목 중 급상승한 품목 분석

(p105 ~ 113 참조)

말레이시아는 우리나라의 수출 16위 교역 대상국으로, 동양과 서양을 이어주는 말라카 해협을 중심으로 활발한 무역 활동을 하고 있다. 말레이시아가 수입하는 한국산 제품 중 수입량 증가 폭이 가장 큰 제품은 HS code 1103 (곡물의 부순 알곡, 거친 가루, 펠릿)이다. 그래프를 보면 전년도에 수입규모가 컸던 품목들의 수입량이 대폭 하락한 것을 볼 수 있다. 하지만, 2013년에는 모두 수입량이 증가하여 HS code 1103이 2012년도와는 달리 수입량 1위를 달성하였다. HS code 0709 (그 밖의 채소)가 그 다음으로 수입 규모가 크다. 그 외 3개 제품은 2011년부터 꾸준한 증가세를 보이고 있다. 향후 대 말레이시아 수출 시, 이 다섯 가지 품목을 주목할 만 하다.

수입규모 추이

(단위: 천 달러)



- 1103** (곡물의 부순 알곡, 거친 가루, 펠릿)
- 0709** (그 밖의 채소)
- 1806**
(초콜릿 코코아를 함유한 그 밖의 조제 식료품)
- 1905** (빵, 파이, 케이크, 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품)
- 2208** (증류주)

출처: Trade Map, Global Trade Atlas

세부품목별 비율

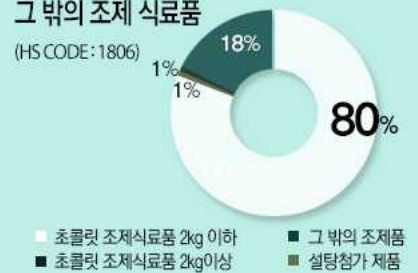
곡물의 부순 알곡,
거친 가루, 펠릿
(HS CODE: 1103)



그 밖의 채소
(HS CODE: 0709)



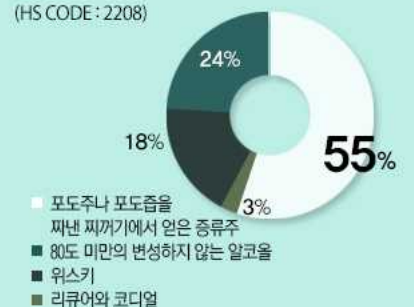
초콜릿 코코아를 함유한
그 밖의 조제 식료품
(HS CODE: 1806)



빵, 파이, 케이크, 비스킷과
그 밖의 베이커리 제품
(HS CODE: 1905)



증류주
(HS CODE: 2208)



GLOBAL FOOD INFO MALAYSIA

Contents

07 EXPERT COLUMN

말레이시아 식품 전문 칼럼니스트가 전하는
현지 식품소비 트렌드와 식품시장 진출전략 제언

11 SPECIAL ISSUES

말레이시아인들의 넘버원 디저트, 아이스크림
뜨거운 한류열풍이 몰고 온 한국음식 사랑
말레이시아의 슈퍼푸드, 할랄푸드
발달된 외식문화로 증가한 비만인구
맛과 멋을 담은 말레이시아 과일주스
말레이시아 커피향에 취하다
말레이시아 라면은 현재 나트륨과 전쟁중
청량음료의 무서운 달콤함
맥주 소비를 이끄는 중국계·인도계 말레이시아인들

39 FOOD POLICY - 말레이시아의 식품정책 모니터링

46 TOP COMPANY - 말레이시아의 주요 식품 기업

61 HOT PRODUCT - 말레이시아의 주요 유통업체 별로 알아보는 인기식품 정보

75 TRADE PROCESS - 말레이시아 식품 수출입 프로세스

83 ANNUAL EXHIBITION - 한 눈에 보는 말레이시아 식품 전시회, 제12회 말레이시아 국제 할랄박람회

90 FOCUS INTERVIEW - 혁신적인 제품 개발로 말레이시아인들의 입맛을 사로잡다, 국제식품

94 BUYER INFO - 말레이시아 농식품, 가공식품, 주·음료 바이어 정보

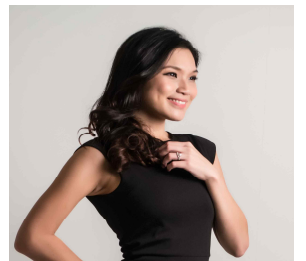
105 EXPORT & IMPORT - 한국·말레이시아 주요 식품무역 통계

EXPERT COLUMN MALAYSIA



말레이시아 식품 전문 칼럼니스트가 전하는 현지 식품소비 트렌드와 식품시장 진출 전략제언

말레이시아는 다양한 인종과 문화를 가진 국가인 만큼 식품 트렌드와 맛 또한 굉장히 다채로운 양상을 보이고 있다. 말레이시아 인구는 약 2천 8백만 명으로 65%가 말레이계, 27% 중국계, 8%가 인도계로 구성되어 있는데 각 민족은 독특한 식습관을 가지고 있으며 말레이계는 대부분 무슬림으로서 돼지고기가 들어간 음식은 멀리하고 할랄 방식으로 조리된 음식을 섭취하고 있다. 반면에 중국계는 돼지고기의 주된 소비자로서 다양한 식습관을 갖고 있으며 인도계의 경우에는 고기, 양념, 빵을 주로 소비하고 있다. 2013년도 말레이시아 식품 총 소비 규모는 약 170억 달러(USD)이고 전 년 대비 식품 소비 성장률은 약 3%이다. 2013년 4분기 기준 말레이시아의 1인당 GDP는 10.547달러, 총 GDP 성장률은 4.7%로 나타났다. 2013년 말레이시아 식품소비는 국민 소비지출의 25%를 차지하면서 말레이시아 식품시장의 전망이 밝다.



수 린 (Sue Lynn)
現 식품전문 칼럼니스트
'New Straits Times'¹⁾, 'The Star',
'KL Lifestyle'에 칼럼 기고

1) 1845년부터 발간된 말레이시아에서 가장 오래된 영자신문

말레이시아의 함께 먹는 밥상, '해산물' 특히 인기

예부터 동양의 집단주의 문화에서는 함께 동고동락하면서 아침 / 점심 / 저녁을 같이 챙겨 먹는 것을 매우 중요하게 생각해 왔다. 특히 이러한 집단주의 식사 문화는 말레이시아 밥상에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 말레이시아의 경우 말레이계, 중국계, 인도계 등 인종은 다양하지만 모두 한자리에 모여 잔칫상을 차리는 문화를 보유하고 있어 동양 특유의 나눠 먹는 밥상 문화를 발견할 수 있다. 말레이시아 내 중국계는 설날에 옹기종기 모여 가족 만찬 시간을 가지는 연례행사가 있으며 말레이계와 인도계 또한 Kenduri와 같이 푸짐하게 음식을 차려놓고 잔치를 벌이는 문화가 생활 속 깊숙이 박혀 있다. 민족은 달라도 가족과 친구들 모두를 초대하여 한 지붕 아래서 다양한 음식을 만들고 나누며 풍요로운 식사 시간을 갖기 때문에 말레이시아는 소통 언어는 다 달라도 음식으로 소통하고 있다.



< 중국계 설날 밥상과 인도계 Kenduri 밥상 이미지 >

한편, 일반적으로 말레이시아에서 같이 먹는 밥상의 대표적인 식품은 'Lok Lok'이다. 이는 샤브샤브와 유사하게 먹는 식품으로 팔팔 끓는 육수에 신선한 고기, 해산물, 어묵, 야채, 메추리알 등을 꼬치에 꽂아서 삶아 먹는 말레이시아 전통 요리다. 같은 육수에 다양하게 준비되어 있는 꼬치를 삶아 먹으며 요리시간에 함께 웃으며 있었던 일을 공유할 수 있다는 장점이 있다. 다양하고 간편하게 즐길 수 있는 말레이시아 전통요리 'Lok Lok'은 길거리 푸드 트럭이나 식당, 집안 식탁 등 일상생활에서 쉽게 접할 수 있다. 이와 같은 말레이시아 특유의 해산물 요리 덕분에 아세안 이웃국가들 중에서 1인당 1일 해산물 소비가 가장 많은 것으로 나타났다. 뉴질랜드 무역산업진흥청이 발표한 연구 자료에 따르면 말레이시아의 해산물 수입량은 아세안 국가들 중 세 번째로 많은 것으로 기록되고 있다.



< 말레이시아 거리에서 쉽게 찾아볼 수 있는 'Lok Lok' 식문화 >

나눠먹는 식사에서 혼자먹는 문화로

사회활동 인구가 증가하고 빠르게 흘러가는 현대인들의 일상생활 속에서 말레이시아에서도 개인주의 양상이 심화되고 있다. 이에 따라 과거 가족들과 함께 나눠 먹는 식문화에서 혼자 빨리 먹는 1인용 식문화가 생겨났는데, 특히 말레이시아의 수도권 지역인 클랑 밸리(Klang Valley)에서 이러한 1인용 식문화가 빠르게 발달하고 있는 추세다. 도시 중심의 식당에서도 혼자 다양한 맛을 즐길 수 있도록 "Big Spoon" 접시 문화가 급격하게 퍼져 나가고 있다. 숟가락 보다 조금 더 큰 접시에 담겨진 요리는 소량만 제공되기 때문에 혼자서 다양한 요리를 시켜도 부담 없이 즐길 수 있다. 이러한 혼자 먹는 식문화로의 변화는 가공식품의 발달에서도 엿볼 수 있다.



< 말레이시아 집단 식문화에서 개인 식문화로의 변화 >

본래 말레이시아의 주요 수입 품목은 가공식품이 아닌 코코아 가루, 설탕, 해산물 등 요리에 들어가는 원료나 신선 식품에 더 치중되어 있었다. 그러나 혼자 빨리 먹고 나아가 하는 현대인들이 증가하면서 집에서 간편하고 빠르게 섭취할 수 있을 뿐만 아니라 전통 말레이시아 요리의 풍미를 느낄 수 있는 가공식품들이 늘어나고 있는 상황이다. 덕분에 최근 말레이시아의 경기가 주춤하고 있는 것에 비해 가공식품 시장 가치는 빠르게 성장하고 있다. 특히 식사대용으로 먹을 수 있는 면류 또는 볶음밥과 같은 품목들에 대한 수요가 높게 나타나고 있는데, 말레이시아 소비자들은 이러한 가공식품들이 사용하고 있는 원료에도 주의를 기울이고 있는 추세다. 이는 말레이시아 정부가 지속적으로 건강 관련 캠페인을 진행하면서 건강한 식습관에 대한 중요성이 대두되고 있기 때문이라고 볼 수 있다. 이에 따라 말레이시아에서 라면으로 더 유명한 글로벌 기업 Nestlé社의 'Maggi' 브랜드는 라면 외에도 말레이시아 전통 요리를 가공한 다양한 제품들을 새롭게 출시하고 있는 상황이다. 뿐만 아니라 말레이시아 전통 요리와 커리 소스를 전문적으로 생산해 온 브랜드 'Brahim's Meal' 또한 최근 들어 더욱 인기를 끌고 있다. 따라서 뉴질랜드 무역산업진흥청 연구 자료에 따르면 말레이시아의 가공식품 산업은 55억 달러 상당의 시장가치를 가지고 있으며 2016년에는 59억 달러로 성장할 것으로 전망하고 있다.



< 말레이시아 대표 가공식품 Maggi와 Brahim's Meal >

농식품보다 가공식품, 집단보다 개인을 공략해라

말레이시아 소비자들은 식품의 신선함을 중요하게 생각한다. 때문에 재래시장보다도 신선하고 깨끗한 식품들을 쉽게 구입할 수 있는 대형 슈퍼마켓들을 통한 소비가 급격하게 증가하고 있다. 또한 말레이시아 인구의 61%가 이슬람 신자이기 때문에 할랄 식품이나 채식 위주의 음식이 많은 편이다.

말레이시아에는 농수산물을 이용한 전통 요리들을 굉장히 많이 찾아 볼 수 있다. 때문에 농수산물에 대한 수요가 매우 높은 편이지만 최근 말레이시아의 젊은층은 건강한 가공식품에 대한 소비를 늘리고 있는 추세다. 특히 말레이시아 인구의 상당수가 도시로 유입되면서 교육수준이 올라가고, 빠르게 생활하는 현대인들의 생활양식으로 물들고 있는 말레이시아의 식품시장에서는 빠르고 간편하게 섭취할 수 있는 냉동식품이나 포장식품과 같은 다양한 가공식품에 대한 수요가 증가하고 있다. 따라서 말레이시아 식품시장 진출을 기획하고 있는 한국 식품업체들은 이러한 말레이시아 식문화의 변화를 파악하고 그에 맞춰 진출을 기획해보는 것이 좋을 것으로 사료된다.



나시르막(Nasi Memak)



치킨 사타이
(Chicken Satay)



바쿠테(Bak Kut The)



망고스틴 디저트
(Mangosteen)

< 전통적인 말레이시아의 전통 요리 >

SPECIAL ISSUES

MALAYSIA

- 12 말레이시아인들의 넘버원 디저트, 아이스크림
- 15 뜨거운 한류열풍이 몰고 온 한국음식 사랑
- 18 말레이시아의 슈퍼푸드, 할랄푸드
- 21 발달된 외식문화로 증가한 비만인구
- 24 맛과 멋을 담은 말레이시아 과일주스
- 27 말레이시아 커피향에 취하다
- 30 말레이시아 라면은 현재 나트륨과 전쟁중
- 33 청량음료의 무서운 달콤함
- 36 맥주 소비를 이끄는 중국계·인도계 말레이시아인들



말레이시아인들의 넘버원 디저트, 아이스크림

고급 아이스크림 수요 증가



< 말레이시아 대표
패스트푸드점 : 매리브라운 >

최근 말레이시아의 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 지역을 중심으로 아이스크림에 대한 수요가 증가하면서 현지기업과 글로벌기업의 고급 아이스크림 시장에 대한 투자가 활성화되고 있다. 기존에는 아이스크림을 슈퍼에서 구매했지만 최근에는 소비패턴이 다양화되고 구매자의 수요가 증가함에 따라 아이스크림 시장도 다양한 유통채널로 확장되고 있다. 베스킨라빈스(Baskinrobbins), 하겐다즈(Hagendaz)와 같은 아이스크림 전문 매장이 점차 생겨나고 있으며 커피숍이나 고급 레스토랑, 호텔을 통해서도 아이스크림의 판매가 이루어지고 있다. 더불어 롯데리아(Lotteria)와 매리브라운(Marry brown) 등 유명 패스트푸드점에서 판매되는 저가의 소프트아이스크림 또한 높은 수요를 보이고 있다.

미국의 하겐다즈社와 베스킨라빈스社는 말레이시아의 고소득 소비층을 타겟으로 프리미엄 아이스크림 시장에서의 입지를 선점하고 있다. 프리미엄 아이스크림 시장의 경쟁에 불이 붙으면서 말레이시아 자국 기업도 프리미엄 아이스크림 제품을 재빠르게 출시하고 제품 개발에 열을 올리고 있다.



< Wall's社 프리미엄 아이스크림 Magnum Gold 출시 >

더욱 다양해진 프리미엄 아이스크림

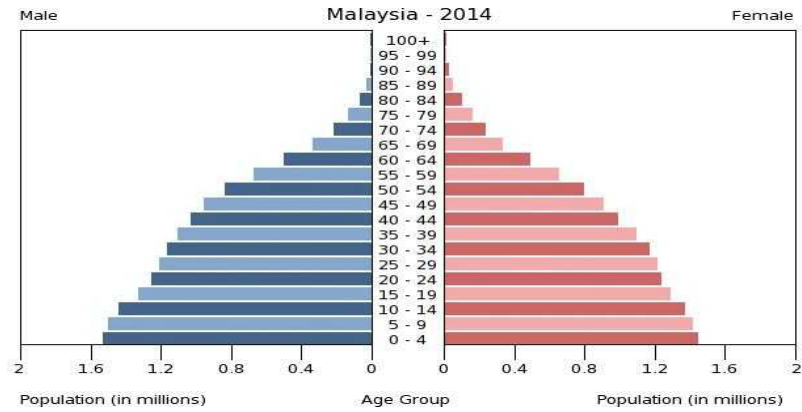
1989년부터 25년간 말레이시아의 유명 아이스크림으로 입지를 굳힌 Wall's社는 글로벌 브랜드의 공격적인 투자로 중간층 시장의 입지가 줄어들 것으로 예상하고 고소득 소비자층인 하이엔드(High-end) 소비자층을 겨냥한 아이스크림을 출시하고 제품에 '프리미엄' 이미지를 심기 위해 마케팅에도 총력을 기울이고 있다.

연중 무더운 날씨의 말레이시아에서 아이스크림은 사랑받는 간식 중 하나이다. 이에 힘입어 말레이시아의 아이스크림 시장 규모는 2013년 기준 1억 9,800만 달러(USD)로 전년 대비 약 6% 성장을 보였다. 아이스크림의 소비가 증가한 데에는 경제발달로 인한 국민 소득의 증가로 주된 식량이 아닌 간식 소비가 증가했고, 간식 중에서도 휴대가 편리하고 시원한 아이스크림의 판매가 도드라져 증가했다는 것이 소비자들의 의견이다.

아이스크림 시장 키워드:
젊은 소비자, 초콜릿 맛,
멀티팩 형 패키지

아이스크림의 주 수요층은 어린이와 외식문화를 즐기는 젊은 세대이다. 한국의 젊은 소비자들과 마찬가지로 말레이시아의 젊은 층도 아이스크림 전문점이나 카페에서 자주 고급 아이스크림을 즐긴다. 그들은 그 이유를 마트나 편의점에서 사먹는 것보다는 비싸지만 편안하고 아늑한 분위기에서 디저트를 먹을 수 있기 때문이라고 한다.

〈 말레이시아 연령대별 인구 분포표 〉



상위 그래프를 통해 확인할 수 있듯이 말레이시아는 2014년 유아 및 10대의 인구 비중이 특히 높은 중형 인구 분포를 보인다. 이를 분석해 보면 아이스크림의 수요는 앞으로도 꾸준히 이어질 것이며 잠재적인 소비층을 확보한 시장이 될 것으로 예측된다.

말레이시아 아이스크림 시장에서 가장 인기 있는 맛은 초콜릿이다. 말레이시아인들은 단맛이 강한 제품을 선호하는 경향이 있기 때문이다. 아이스크림 패키지에 있어서 나타나고 있는 최근 트렌드는 스푼으로 떠먹는 형태의 아이스크림보다 개별 포장되어 판매되는 멀티팩형 제품을 선호하는 것으로 나타났다. 실제로 2013년 대비 2014년 개별 포장 아이스크림의 경우, 7% 대의 시장 성장률을 기록했다.



말레이시아 시장을 주름잡고 있는 아이스크림 제조사는 말레이시아 현지기업인 유니레버社이다. 대표 브랜드로는 Cornetto, Wall's, Magnum이 있다.

〈 말레이시아 내 인기 아이스크림 정보 〉

말레이시아 주요
아이스크림 브랜드

브랜드(국가)	제품사진	말레이시아 시장점유율	제품가격	제조업체명
Cornetto (영국)		11.14%	RM 8.90 ²⁾	Unilever (M) holdings Sdn Bhd
Drumstick (스위스)		9.81%	RM 9.90	Nestlé (M) Bhd

2) 2014년 11월 5일 수요일 기준 환율 : RM 1 = 324.04원

F&N Magnolia (싱가포르)		6.8%	RM 8.89	Fraser & Neave Holdings Bhd
Paddle Pop (호주)		6.41%	RM 6.99	Unilever (M) holdings Sdn Bhd

* 이외 기타 아이스크림의 시장 점유율 : 65.84%

아이스크림 시장과 함께 성장하고 있는 프로즌 요거트 시장

말레이시아 아이스크림 시장 분석 보고서인 '2014 Growing the Gelato Market'에 따르면 아이스크림 시장이 성장함에 따라 비슷한 제품군인 프로즌 요거트(Frozen yogurt) 제품과 젤라토(Gelato)³⁾ 시장도 함께 커지고 있다고 한다. 다이어트, 미용 등 건강에 대한 관심이 높아지면서 저지방, 저칼로리의 요거트 아이스크림을 찾는 소비자들이 늘고 있기 때문이다.

아이스크림 시장이 경쟁이 심한 시장임에는 틀림없다. 하지만 외식 산업의 소비량이 증가하고 있고 식사 외의 디저트 류 식품군의 소비가 늘고 있는 추세이기 때문에 말레이시아 사람들의 아이스크림 사랑은 쉽게 꺼지지 않을 것으로 보인다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] '브랜드'보다는 '트렌드'를 이끌만한 차별화된 제품력으로 승부하자

말레이시아인들은 가격과 상관없이 익숙한 '브랜드'의 상품을 구매하는 특징이 있다. 때문에 말레이시아 아이스크림 시장 진출을 위해서는 브랜드 홍보가 필수적이라는 결론을 내릴 수 있다. 아이스크림 시장은 경쟁이 치열하므로 가격 경쟁력 확보가 우선적이지만 가격보다 품질과 분위기를 선호하는 젊은 세대의 주목을 끌 만한 독특함으로 승부하면 승산이 있을 것으로 보인다. 예를 들어 기본 아이스크림이나 얼음 위에 과자, 과일, 견과류 등의 토핑을 고객이 직접 선택해 여러 이색적인 맞춤형 아이스크림을 제공해 보는 것은 어떨까. 주 고객층인 젊은 층의 호기심을 자극해 구매를 불러일으킬 것이고 대형 아이스크림 제조업체에서 생산하는 동일한 형태의 아이스크림과 디저트에 단조로움을 느낀 현지인에게 새로운 경험을 제공할 것이다. 점점 다채로워지고 있는 말레이시아 아이스크림과 프로즌 요거트 시장 동향을 눈여겨보아 빠르고 차별화된 제품으로 새로운 트렌드를 이끌어 보자.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료

- Ice Cream in Malaysia, Apr 2014
(<http://www.euromonitor.com/ice-cream-in-malaysia/report>)
- Company unveils latest premium ice cream flavour in style, 2014.05.05
(<http://www.thestar.com.my/News/Community/2014/03/05/Hollywoodinspired-launch-Company-unveils-latest-premium-ice-cream-flavour-in-style/>)
- Retail Foods Article
(http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods_Kuala%20Lumpur_Malaysia_12-6-2013.pdf)
- Growing the gelato market, Saturday, 2014.07.19
(<http://www.thestar.com.my/Business/SME/2014/07/19/Growing-the-gelato-market-New-entrant-bets-on-good-demand-in-Malaysia/?style=biz>)
- TESCO ESHOP
(<http://eshop.tesco.com.my/>)

3) 젤라토(Gelato) : 이탈리아 말로 아이스크림을 말한다. 젤라토는 미국의 아이스크림보다 공기를 덜 포함하고 있으며 밀도는 더 크다.

뜨거운 한류열풍이 몰고 온 한국음식 사랑

한류열풍의 원인

드라마 ‘대장금’ 및 ‘가을연가’로 불을 지핀 말레이시아의 한류열풍은 ‘별에서 온 그대’와 ‘런닝맨’으로 다시 한 번 타오르고 있다. 정기적으로 한국 드라마나 예능 프로그램을 챙겨보는 젊은 층이 다수 존재하고 덩달아 드라마의 OST와 등장한 제품 등의 인기 또한 높아지고 있다. 2014년 한국을 방문한 말레이시아 관광객은 약 20만 명으로 이는 전년 대비 25%가 증가한 수치이다.

수도 쿠알라룸푸르의 중심부에 위치한 파빌리온 쇼핑센터에는 한류 타운이 곧 조성될 예정이다. 말레이시아는 한류가 정착한 지 시간이 꽤 지났기 때문에 오랜 한국문화의 골수 팬이 많아, 보고 듣는 것을 넘어 이제는 직접 경험하고 맛보고 싶어 하는 소비자가 주를 이룬다. 한국제품의 주 소비층은 10~30대로 학생 혹은 청년층으로 이루어져 있으며 매니아 층에는 여성비율이 독보적으로 높은 것으로 조사되었다. 한국의 음식 또한 인기가 높는데 특히 그중 한국산 김과 라면, 치킨 등의 수요가 가장 높다고 한다.



〈 한국음식을 먹기 위해 대기 중인 말레이시아 사람들 〉

말레이시아 정부는 2020년 까지 국민 1인당 GDP를 1만 5천 달러까지 올린다는 계획을 갖고 있어 향후 고소득 중심의 경제 사회가 될 것으로 보인다. 가계소득의 증가로 인해 그만큼 외식문화 또한 발달하여 말레이시아 사람들은 적어도 일주일에 평균 3~4회 정도 외식을 하는 문화 가지고 있다. 특히 젊은 층일수록 수입식품을 선호하고 브랜드를 중요시 여기며 외식의 빈도와 음식을 선택하는 범주가 다양하고 유연하여 한국음식의 주 소비층을 이루고 있다.

인종에 따른 한류열풍 반응정도

말레이시아 시장조사 보고서에 따르면 인종에 따른 한류열풍의 반응 정도는 말레이시아 계의 젊은 층이 가장 열정적으로 한류에 애정을 보이는 것으로 나타났다. 중국계는 남녀노소 보편적으로 한류에 대해 흥미를 가지고 있으며 전문계업종이나 IT업계에 종사하는 인도계는 주로 미국 문화나 자국의 문화에 뿌리가 깊은 소비층으로, 한류에는 관심을 보이지 않는 것으로 나타났다. 따라서 전문가들은 한국의 식품업체가 말레이시아에 진출할 때 말레이시아계의 젊은 층을 주로 소비자 타깃으로 공략하는 것을 추천한다.

한류열풍에 따른 한국식품 소비 증가

국민소득의 증가로 웰빙음식에 대한 관심이 높아졌으며 한류문화콘텐츠의 PPL(product placement) 마케팅 효과 덕분에 한국음식은 위생적이고 맛도 좋다는 인식이 강해지고 있는 추세이다. 또한 쿠알라룸푸르와 암팡(Ampang) 지역 등에 주로 거주하는 한국교민 수의 증가에 따라 한국의 식문화가 자연스럽게 전파되고 있다. 최근 각종 드라마와 예능 프로로 한층 인기몰이 중인 한류문화 덕분에 한국의 말레이시아 수출은 전년대비 약 4% 증가하였다.



< 대장금(大長今) 레스토랑 >

드라마 ‘대장금’은 말레이시아에 한국음식을 전파하는데 출발점이자 가장 큰 영향을 미친 매체 중 하나로 말레이시아 시장에서 김치, 불고기와 같은 한국 전통음식의 매출을 크게 성장시켰다. ‘대장금’이 방영된 이후, 쿠알라룸푸르에서는 ‘대장금(大長今)’이라는 이름의 레스토랑이 5곳이나 개점한 바 있다. 말레이시아에 수출되는 한국식품 중 가장 큰 성장세를 보이는 제품은 비스킷, 인스턴트 면류, 고추장, 소스류 등과 같은 가공식품이며 이러한 한국산 가공식품은 주로 수도인 쿠알라룸푸르에 위치한 GIANT, Cold Storage와 같은 대형 유통업체를 중심으로 판매 되고 있다. 쿠알라룸푸르 지역에는 약 100여개 이상의 한국 식당과 마트가 상주하고 있으며, 매년 K-POP 경연대회 및 한국음식 페스티벌 등을 개최해 그 인기를 지속하고 있다.



< 말레이시아에서 인기 있는 한국식품 : 치킨 >

한국 치킨, 말레이시아인들의 대중음식으로 자리잡다

말레이시아는 인구의 절반이상이 무슬림으로 돼지고기의 섭취가 금지되어 있어 그 대체제인 쇠고기, 닭고기, 양고기 등의 수요가 높다. 특히 그 중 닭고기는 말레이시아 국민의 대중적인 음식재료 중 하나이며 말레이시아는 세계에서 닭고기를 가장 많이 소비하는 국가로 그만큼 여러 가지 종류의 닭요리가 발달되어 있다. 유명 치킨 프랜차이즈 회사인 KFC社도 이를 알고 말레이시아에 일찍이 진출하여 말레이시아인들이 가장 좋아하는 패스트푸드 점으로 자리매김 하였다. 또한 밥과 닭요리를 함께 먹는 것을 좋아하는 식습관을 외식문화에 접목시킨 ‘더 치킨 라이스 샵(The Chicken Rice Shop)’ 레스토랑도 큰 인기를 얻고 있다.

이러한 트렌드 덕분에 말레이시아 내에는 다수의 치킨 프랜차이즈 업체가 상주하고 있으며 그만큼 업체 간 경쟁률도 높다. 말레이시아에 진출한 한국의 치킨 프랜차이즈 업체로는 교촌치킨, 페리카나, BBQ 등이 있다. 한국음식의 지속적인 인기에 힘입어 2013년 말, 말레이시아의 KFC에서는 고추장 맛이 나는 ‘스파이시 코리안 크런치’라는 한국의 양념치킨을 모방한 제품을 출시하여 성공적인 시장 반응을 얻은 바 있다.

최근 방영된 드라마 ‘별에서 온 그대’ 중 주인공 여배우가 치킨과 맥주를 함께 먹는 장면이 큰 마케팅 효과를 불러와 말레이시아의 한국식 치킨수요를 크게 증가시키고 있다. 이슬람 국가인 말레이시아는 대부분의 국민이 무슬림으로서 금주(禁酒)의 율법을 준수하기 때문에 치맥의 구성요소인 치킨과 맥주 중 치킨에 더욱 이목이 집중되어 소비하고 있다.

한국치킨의 인기 이유

말레이시아에 진출해 있는 한국의 치킨 업체 중에서는 교촌치킨의 인기가 가장 높다. 말레이시아 사람들 사이에서 'KFC'를 'Kyochon Fried Chicken'의 줄임말로 사용할 정도이다. 현지 소비자들은 인기의 이유를 한국의 맛과 말레이시아 맛의 조화라고 한다. 말레이시아 인들은 맵고 달고 자극적인 음식 맛을 좋아하는데 교촌치킨은 이를 겨냥해 허니 소스와 매운 소스를 사용하여 조리한 치킨을 주력제품으로 판매하여 인기를 끌고 있다. 또한 '한국 전통 치킨(Korean traditional chicken)'이라고 불리는 간장 찜닭을 말레이시아 볶음밥인 나시고렝(Nasi Goreng)과 함께 판매하는 등 현지음식과 외래음식의 조화를 꾀하여 이질감 없이 말레이시아 소비자들의 입맛을 사로잡았다.



< 말레이시아 교촌치킨에서 판매하고 있는 찜닭과 볶음밥 >

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] 매운맛 치킨을 좋아하는 말레이시아인들을 사로잡아 보자

말레이시아 소비자들은 한국의 젊은 세대들과 같이 맛있는 음식을 먹고 사진을 찍으며 식후 소감을 블로그에 게재한다. 그들의 블로그에서 종종 한국 치킨을 먹고 난 후 작성한 글을 볼 수 있는데, 의견을 종합해 보면 순살 보다는 뼈가 있는 닭다리나 날개를 선호하고 매운맛을 좋아한다고 한다. 실제로 말레이시아에 입점한 몇몇 프랜차이즈 음식점들은 한국의 매운맛 소스를 벤치마킹한 소스를 개발하여 요리에 적용하고 있다.

말레이시아에 진출할 때 이를 참고하여 현지인들의 입맛에 맞는 매콤한 치킨소스로 진입하는 것은 어떨까. 또한 가정에서도 쉽게 한국식 치킨을 즐길 수 있도록 간편조리용 양념 치킨소스를 개발해 보는 것도 추천한다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

- <http://www.asiaone.com/news/soshiok/korean-food-makers-zero-halal-market>
- South Korean fried chicken franchise hits local shores, GRACE CHEN, 2014.03.10
(<http://www.thestar.com.my/Business/SME/2014/03/10/Hot-off-the-stove-South-Korean-fried-chicken-franchise-hits-local-shores/?style=biz>)
- Chicken 'hallyu' in offing, Lee Hyo-sik, 2013.12.29
(http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2013/12/328_148750.html)
- K-dramas continue to drive Korean Wave, Korea Magazine, 2014.05.09
(<http://theinsidekorea.com/2014/05/k-dramas-continue-drive-korean-wave/>)
- Korean food makers zero in on halal market, Bae Ji-sook, 2014.03.05.
(<http://news.asiaone.com/news/soshiok/korean-food-makers-zero-halal-market>)
- K-content brings the world together, Wi Tack-whan, Sohn JiAe, 2014.09.04
(<http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=121584>)

말레이시아의 슈퍼푸드, 할랄푸드

할랄푸드란 무엇인가

세계인구의 약 25%인 16억 명이 무슬림이며 말레이시아 인구의 61% 또한 무슬림으로 구성되어 있다. 이에 따라 동남아시아 국가 중에는 말레이시아와 인도네시아가 가장 큰 할랄푸드 시장규모를 가지고 있다. ‘할랄(halal)’이란 ‘허용된다’라는 뜻의 아랍어로 ‘할랄푸드’는 이슬람법에 의해 무슬림이 먹을 수 있는 음식을 의미한다. 해산물, 채소류, 과일류, 곡류 등과 육류로는 닭고기, 소고기, 양고기 등을 할랄푸드라 칭한다. 이와 반대로 금지된 음식임을 뜻하는 ‘하람푸드(haram)’는 무슬림에게 금지된 음식으로 대표적으로는 돼지고기와 당나귀, 노새, 애완동물, 동물의 피와 피로 만든 음식 등이 포함된다.

할랄푸드의 인기요인

할랄푸드가 사랑받는 이유는 그 자체만으로도 깨끗한 음식이기 때문이기도 하지만 할랄푸드를 생산하는 과정 및 방식이 위생적이기 때문이다. 할랄푸드를 생산하기 위해서는 가공 및 포장 등의 생산과정에 오염되거나 불결한 그 어떤 것도 접촉이 허용되지 않으며 음식의 가공에 사용되는 물과 기름 또한 깨끗해야 한다. 따라서 무슬림 국가 내에서 음식의 할랄인증 여부는 무슬림이 음식을 섭취하거나 구매하는 데 있어 의무조건은 아니지만 할랄인증을 받은 음식은 그 자체로 매우 큰 마케팅 효과를 가진다. 또한 최근 비 무슬림 인구도 할랄푸드의 공정성과 위생성에 대해 주목하면서 할랄푸드의 수요가 급격히 증가하였다.



< 할랄푸드 인증로고 >

글로벌 기업들의 할랄푸드 도입

눈에 띄는 할랄푸드의 성장에 따라 비(非)무슬림 국가 또한 할랄푸드에 관심을 갖기 시작했다. 맥도날드社, 네슬레社 등과 같은 다국적 기업은 이미 할랄푸드 사업에 적극적으로 뛰어들어 일찍이 할랄인증을 취득하였다. 네슬레社는 약 300개 제품에 대해 할랄인증을 받았으며, 50개국 이상에 수출하고 있다. 맥도날드社도 말레이시아내의 모든 점포가 할랄인증기준에 맞춰 제품을 생산하고 있어 말레이시아에 진출한 패스트푸드 기업 중 가장 괄목할 만한 성공을 하였다. 또한 프랑스, 네덜란드 등과 같은 유럽국가와 필리핀, 일본, 중국 등의 아시아 국가도 할랄시장의 성장세에 맞추어 할랄제품 생산 및 인증에 적극적인 모습을 보이고 있다. 그 예로써, 브라질과 네덜란드는 할랄 육류전용창고를 설립하여 이슬람 율법에 따른 도축시스템을 갖추었다. 아시아 국가 중 필리핀은 정부 무역사업부에서 할랄 무역발전 프로그램을 주요사업으로 진행하고 있으며, 일본 또한 약 230개의 업체가 할랄 제품 도입에 적극성을 보이고 있다.



< 네슬레社 할랄제품 >


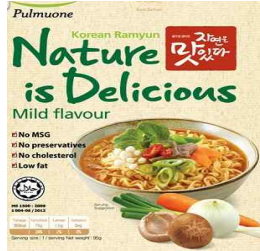



< 맥도날드社 할랄표시 >

한국의 할랄푸드에는 어떤 것들이 있을까

말레이시아에 부는 뜨거운 한류열풍과 말레이시아의 높아진 생활수준 덕분에 한국에서 공부하는 무슬림 유학생과 한국을 방문하는 여행객 수는 날로 증가하고 있다. 작년 약 30만 명의 무슬림이 방문하였으며 2014년 상반기에 한국을 방문한 말레이시아 관광객 수는 109,635명으로 2013년 대비 25%가 증가하였다. 하지만 한국은 아직 할랄푸드의 도입에 있어서 걸음마 단계라고 할 수 있다. 서울 내 할랄푸드를 제공하는 식당은 20여개도 되지 않아 한국을 방문하는 무슬림 관광객이 불편을 호소하고 있다. 게다가 한류바람에 따라 상승세를 타고있는 한국음식의 인기에도 불구하고 국내기업들은 할랄인증에 대해 큰 비중을 두지 않고 있다.

하지만 이제는 할랄푸드의 위상이 그 배로 커져가는 추세로 무슬림 국가로 진출하는 식품 기업에게 할랄인증은 '필수요소'가 되었다. 할랄 식품시장을 선점하고자 CJ 제일제당사는 인스턴트 밥, 김, 김치 등과 같은 30개의 제품에 대해 말레이시아 정부로부터 할랄인증 (JAKIM HALAL)을 취득하였으며 또 다른 한국의 식품 대기업인 대상사는 김과 마요네즈에 대해 인도네시아 정부로부터 할랄인증(MUI HALAL)을 얻었다. 이로 인해 2년 전과 비교하여 대상의 마요네즈는 7배의 매출을, 김은 4배의 매출을 기록하였다. 한국의 가장 큰 베이커리 체인기업인 파리바게뜨社 또한 2013년 7월 말레이시아 정부의 할랄인증과 동등성을 인정받은 한국 무슬림 정부(KMF)로부터 할랄인증을 승인받아 추후 무슬림 국가에서 할랄제품으로서 입지를 다지는 준비를 마쳤다. 위에 열거한 기업 외, 한국 식품기업 중 할랄인증을 취득한 회사로는 농심, 풀무원, 오리온, 롯데제과, 남양유업, 대상 등이 있다.

		
농심社 신라면	풀무원社 자연은 맛있다 라면	대상社 마마수카 마요네즈

< 국내 식품업체들의 할랄 제품 >

말레이시아 할랄푸드 생산 및 수출 동향

말레이시아 정부는 식품 가공 산업을 중요시하여 집중 투자하고 있다. 말레이시아는 세계에서 가장 큰 할랄푸드 산업의 요충지이며 최고로 인정받는 할랄인증 중심기관인 JAKIM⁴⁾이 위치한 곳이다. 말레이시아는 작년 약 RM 328억(한화 약 10조원)의 할랄제품을 수출한 최대 할랄제품 수출국이며, 미래에 국제 할랄 허브로 발전할 가능성이 큰 국가이다. 말레이시아 무역진흥공사가 밝힌 말레이시아 수출 유망 품목현황으로는 할랄푸드와 음료가 약 40%, 식재료가 32%로 할랄인증의 여부가 민감한 제품으로 가장 많은 비중을 차지하였으며, 오일제품이 14%, 화장품 및 미용제품이 6%, 산업화학제품이 5%, 의약품이 1%로 나머지를 차지한다.

4) JAKIM : 이슬람개발부, Department of Islamic Development Malaysia

할랄푸드 소비 및 수입동향



< 식품을 구매하는 말레이시아 여성 >

말레이시아의 식품소비는 꾸준히 증가하여 2013년을 기준으로 식품 소비 규모는 약 170억 달러, 식품 소비 성장률은 약 3%를 기록하였다. 말레이시아 식품소비는 국민 소비지출의 25%를 차지하고 있다. 특히 그 중 육류의 소비가 큰 폭으로 증가하고 있는데 말레이시아 내에서 가장 인기 있는 할랄 육가공식품은 닭고기 제품으로, 닭고기 소비량은 총 육류 소비량의 60%를 차지한다.

할랄푸드의 범위는 육류제품에서 유제품, 스낵, 빵과 같이 넓게 확장되고 있으며 식품관련업에 종사하는 종사자들 사이에서 할랄 인증서는 식품의 안정성 및 위생을 보장하는 하나의 기본 증명서로 통용되고 있다. 말레이시아는 식품의 가공 및 생산보다 수입량이 더욱 많은 국가이다. 말레이시아에 수입되기 위해서는 말레이시아 공인 할랄인증인 JAKIM을 받아야 하며, 육류종류는 주로 인도와 미국에서 유제품은 뉴질랜드와 호주에서 주로 수입한다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] 추천인증에서 필수인증으로 변모된 할랄인증, 미리 준비하자5)

말레이시아에 진출한 국내기업은 급격히 증가하는 한국식품의 수요에 비해 아직 할랄인증에 대한 필요 인식정도와 그 실행력이 많이 부족한 상태이다. 반면에 일본은 우선적으로 해당국가의 식문화를 파악하는 전략으로 다가가 일본식품의 '할랄푸드화'를 통해 동남아시아의 이슬람 국가에서 급성장하고 있다. 이슬람 국가에 진출하기 위해서 할랄 인증은 이제 꼭 갖추어야 할 필수인증이 될 정도로 할랄푸드의 위력은 점차 강해지고 있다. 따라서 말레이시아와 같은 이슬람국가에 사업영역을 확장하기를 원하는 국내기업은 할랄인증이 또 다른 비관세장벽이 되지 않도록 수출국의 인증기준을 정확히 숙지해야 한다.

말레이시아는 할랄푸드 생산 및 수출의 중심지이며 세계적으로 인정받는 할랄인증센터가 위치한 국가이므로, 이슬람 국가의 첫 진출지로 손색이 없는 시장이다. 이슬람국가에 수출해본 경험이 부족하거나 전무한 기업은 말레이시아 내의 현지기업 혹은 말레이시아에 이미 진출한 한국의 업체를 벤치마킹하여 제품을 준비하는 것을 추천한다.

말레이시아의 일부 대형 유통업체에서는 할랄인증을 취득한 제품과 취득하지 않은 제품을 구분하여 진열시킬 정도로 할랄인증의 파워가 점차 강력해지고 있다. 할랄인증은 단순한 '추천 인증'이 아니라 그 자체로도 엄청난 마케팅 효과 등을 가져오는 강력한 무기이기 때문에 이슬람 식품 시장에 진출하기 전에 미리 준비하는 것을 추천한다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

- Malaysian halal food companies primed to feed Muslims' taste for travel, Reuters, 2014.05.21 (<http://www.reuters.com/article/2014/05/20/us-halal-food-malaysia-idUSBREA4J0XZ20140520>)
- Halal Meat Industry: Is Your Eid Sheep Halal?, Hwaa Irfan, 2014.10.03 (<http://www.onislam.net/english/health-and-science/science/441108-halal-meat-industry-is-your-eid-sheep-halal.html>)
- Halal food would attract more Muslim students, Fahad Abdullah, 2014.09.14 (http://www.koreatimes.co.kr/www/news/opinion/2014/09/162_164524.html)
- Halal certification: a gateway to export markets, Danielle Bowling, 2014.10.21 (<http://www.foodmag.com.au/features/halal-certification-a-gateway-to-export-markets>)
- Korean food makers zero in on halal market, Bae Ji-sook, 2014.03.04 (http://khnews.kheraldm.com/view.php?ud=20140304001195&md=20140307004829_BK)

5) 본서 p.79 참조

발달된 외식문화로 증가하고 있는 비만인구

말레이시아 국민의 건강 실태

말레이시아는 동남아시아 국가 중 비만율이 가장 높은 국가이며 아시아 태평양 국가 중 여섯 번째로 비만인구가 많은 국가이다. 옥스퍼드 국제 음식 보고서는 말레이시아 국민은 심각한 비만과 당뇨병 발병률 뿐 아니라 영양학적으로 부족한 상태에 시달리고 있다고 전했으며, 2014년 영국 영양학회에서 시행된 조사보고서 ‘Good Enough to Eat’의 내용에 따르면 말레이시아는 영양학적인 다양성에 있어서 100점 중 76점을 기록하여, 음식의 다양성과 양은 충분한 반면에 영양학적인 균형은 매우 부족한 것으로 나타났다. 세계보건 기구는 현재 말레이시아 18세 이상의 인구 중 약 260만 명의 국민이 당뇨병을 앓고 있으며, 2020년에는 450만 명이 당뇨를 앓을 것으로 예상했다.



< 동남아시아에서 가장 높은 비만율을 자랑하는 말레이시아 >

길거리 음식이 비만의 원인일까

일부 의사들은 말레이시아 국민들의 비만율이 높은 이유를 길거리 음식과 야식문화라고 지적한다. 따라서 밤늦게 사람들이 음식을 사먹지 못하도록 가판대의 운영시간을 규제해야 문제가 해결될 것이라고 말한다. 하지만 말레이시아 의료협회는 24시간 운영하는 음식 가판대의 운영시간을 제어하는 대신 조금 더 건강한 음식을 제공하는 것이 더욱 나은 해결책이라고 제시하였다. 말레이시아 의료협회 회장인 따마시란(Tharmaseelan)씨는 24시간 운영되는 음식 가판대 자체가 비만의 원인이기 보다는 그들이 제공하는 음식의 종류가 더욱 문제라고 지적하였다. 가판대의 운영시간을 강제로 12시에 폐점하도록 규제하기보다 더욱 신선하고 건강한 재료로 질 좋은 음식을 제공하고, 메뉴판에 음식마다의 칼로리를 의무적으로 표시하도록 하여 고칼로리 음식 소비를 억제하는 것이 더욱 현명한 해결책이라고 제시하였다.

회장은 이에 덧붙여 다수의 선진국에도 길거리 음식을 판매할 수 있게 허용하고 있지만 그들의 비만율과는 비례하지 않는다고 주장하였다. 음식 가판대는 말레이시아의 경제 및 상업 기반 중 하나이며, 저렴하고 접근성이 좋아 많은 관광객들이 하나의 관광장소로 꼽고 있다. 게다가 음식 가판대에 주로 근무하는 사람들은 학생이나 중하층의 노동자로 밤 이외에는 돈을 벌 시간이 없는 구성원들로 이루어져 있다. 따라서 장기적인 관점으로 보았을 때, 당장 눈앞에 있는 원인을 제거하기 보다는 군것질이나 정크 푸드 등에 높은 세금을 부과하여 고칼로리 식품소비를 줄이거나 공원과 레크레이션 장소를 늘려 국민의 운동량을 늘리는 것이 최선이라고 전했다.



< 길거리 가판대에서 음식을 고르는 말레이시아인들 >

말레이시아의 발달된 외식문화

이슬람 국가로 유흥과 술이 금지된 말레이시아는 음주와 가무대신 주로 친구와 가족 등과 함께 식사를 하며 시간을 보내는 시간이 많아 그만큼 외식문화가 발달되어 있다. 말레이시아 국민의 약 64%가 적어도 하루에 한 번은 집이 아닌 밖에서 식사를 하며, 12.5%는 밖에서 조리된 음식을 섭취하는 것으로 조사되었다. 테일러 대학에서 수행된 보고서에 따르면, 말레이시아는 외식문화가 특히 발달된 국가로 수도권 쿠알라룸푸르나 외곽지역 등 지역에 상관없이 항상 밖에서 식사하는 사람들을 발견할 수 있다고 한다. 말레이시아의 도시화와 산업화가 급속도로 진행됨에 따라 바뀐 국민의 식습관 및 식문화라고 볼 수 있다.

식품 소비자들은 집에서 요리를 해먹는 비중이 점차 줄어들어 균형 있는 영양소를 갖춘 음식을 접할 기회가 적어 비전염성 질병인 당뇨병과 비만의 발병률이 점차 증가하고 있다. 말레이시아의 식품 척도인 'Malaysian Food Barometer'의 조사에 따르면, 외식을 자주하는 사람들은 주로 다른 사람들과 여러 가지 음식을 나눠 먹거나 혹은 혼자 식사를 한다고 조사되었다. 조사에 참여한 참가자 중, 61.5%가 식사를 할 시에는 여러 사람들과 함께 음식을 나누며 대화하는 것이 정상적이라고 답하였지만, 실제로 그것을 실행하는 사람은 오직 18.3%밖에 되지 않았다.

이는 최근 말레이시아 사회에서 진행되고 있는 개인주의를 보여주는 증거로, 말레이시아 사람들의 불규칙적이고 불균형적인 식습관이 초래한 결과 중 한가지로 볼 수 있다.

서구식으로 변해가는 식습관

하루 칼로리 섭취량의 약 1/3을 쌀로 주식으로 먹는 말레이시아 사람들이지만 최근 들어 밀가루와 육류위주의 식습관으로 바뀌어가고 있다. 말레이시아의 1인당 곡물 소비량이 눈에 띄게 증가하였으며 쌀 소비량은 약 9% 감소한 반면 밀가루의 소비는 약 2배정도 증가하였다. 육류 중에서는 이슬람권의 금지된 음식인 돼지고기를 제외한 나머지 닭, 오리 및 소고기 등과 같은 가금류의 섭취량이 증가하는 추세다.

중년 및 노년층은 전통적인 음식인 나시고랭(Nasi Goreng), 나시르막(Nasi Lemak), 사테(Satay)등과 같은 전통음식을 즐겨먹지만, 말레이시아의 젊은 인구는 주로 스프와 스파게티, 햄버거 등과 같은 조리가 용이하고 먹기에 편한 음식을 선호한다. 이와 같은 식문화의 서구화에 더불어 와인과 같은 서구식 주류의 소비도 함께 증가하고 있다. 또한 프랜차이즈의 증가 등으로 인해 도시의 식습관 서구화에 속도를 가하고 있다. 특히 말레이시아의 수도권 쿠알라룸푸르와 셀랑고르(Selangor) 지역은 말레이시아 국내 총생산의 약 37%를 차지하고 있는 지역으로 가장 빠른 서구화 속도를 자랑한다.

비만과 외식문화의 상관관계



MINISTRY OF HEALTH
MALAYSIA

말레이시아 건강관리부가 외식과 남녀비만의 상관관계 정도를 조사하기 위해 실시한 설문 조사에 따르면 비만인 남성일수록 외식의 횟수가 잦았지만, 이와는 반대로 비만인 여성일수록 오히려 집에서 식사를 하는 경우가 많았다고 한다. 교육수준에 따라서는 높은 교육수준을 가진 사람일수록 낮은 교육수준의 사람보다 비만일 확률이 낮았으며 도시화 정도에 따라 분석한 것도 같은 결과를 나타내었다.

결과적으로 말레이시아의 비만인구를 감소시키기 위해서는 인종 및 성별, 교육수준, 거주 지역 등에 따라 차별화된 정책이 필요하다. 효과적인 비만 예방은 해당 국가 특유의 식문화와 사회적 특성에 따라 천차만별로 다른 비만의 궁극적 원인을 해결하는 것으로, 각 문화에 적합한 전략만이 생산적인 결과를 낼 수 있다. 말레이시아 건강관리부에 따르면 말레이시아는 외식문화가 특히 발달한 만큼 레스토랑, 호텔과 같이 식품 서비스를 제공하는 곳에서부터 칼로리가 낮고 건강한 음식을 제공하는데 앞장서도록 도울 것이라고 하였다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] 기능성·저칼로리·건강을 키워드로!

최근 말레이시아에서는 노령인구의 증가와 소득증대로 인한 구매력 상승, 서구형 식습관으로 인한 비만 증가 등으로 인해 기능성 건강식품이 떠오르고 있다. 말레이시아는 미국, 일본, 중국, 멕시코 다음으로 큰 세계 5위의 기능성 건강식품 시장을 가진 국가이며, 연간 약 10%의 성장률을 보이며 성장하고 있다. 따라서 말레이시아 시장에 진출하고자 하는 식품기업은 식품의 기능을 강조하며 마케팅을 펼치는 것을 추천한다. 또한 말레이시아 사람들의 건강에 대한 관심증대와 상류층 인구수의 증가는 유기농 식품 소비의 증가로도 이어졌다. 유기농 식품시장은 2013년 대비 30% 이상의 성장률을 보였으며, 이에 따라 중대형 급의 마트는 유기농 채소코너를 마련하는 등 전문 유기농 식품점도 점차 생겨나고 있다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

▶ 참고자료

- Malaysia is fattest country in South-East Asia, Patrick Lee, 2014.01.16 (<http://yourhealth.asiaone.com/content/malaysia-fattest-country-south-east-asia>)
- Majority of Malaysian food traders using recycled cooking oil, The Star/Asia News Network 2014.06.28 (<http://www.soshiok.com/content/majority-malaysian-food-traders-using-recycled-cooking-oil>)
- Unhealthy meals, not operating hours, cause obesity: Malaysian association, The Star/Asia News Network, 2014.04.04. (<http://yourhealth.asiaone.com/content/unhealthy-meals-not-operating-hours-cause-obesity-malaysian-association>)
- Food poisoning in Malaysia schools; Health Minister concerned over negative effect on students, 2014.10.03 (<http://news.asiaone.com/news/malaysia/food-poisoning-malaysia-schools-health-minister-concerned-over-negative-effect>)
- Malaysia 'most obese Asian country', Ashleigh Nghiem, 2014.06.26 (<http://www.bbc.com/news/world-asia-28030712>)
- Are Malaysians eating enough healthy food?, The Star/Asia News Network, 2014.08.03 (<http://yourhealth.asiaone.com/content/are-malaysians-eating-enough-healthy-food/page/0/0>)

맛과 멋을 담은 말레이시아 과일주스

건강에 대한 관심으로 과일주스 수요증가

말레이시아의 음료 산업은 지난 4년 동안(2008년~2012년) 연 평균 4.5% 성장률을 기록하였고 그 중 RTD음료(ready-to-drink) 산업은 약 13% 성장하여 그 폭이 가장 크다. 최근 말레이시아인들 사이에 건강과 다이어트에 대한 관심이 고조되면서 과일주스에 대한 인기가 높아졌기 때문이다. 특히 설탕 함유량이 낮은 음료를 찾는 소비자가 늘어나면서 말레이시아의 음료 소비 패턴은 탄산음료에서 과일주스와 차(茶)로 전환되고 있다. 과일 주스 중에서도 가당 과일주스 보다는 100% 무가당(free-sugar) 과일주스의 수요가 높았다.

유로모니터(Euro Monitor)의 2014년 말레이시아 시장조사에 따르면 100% 과일 주스는 오렌지, 사과, 망고, 포도, 당근 순으로 인기가 높았으며 채소주스 보다 과일주스를 더 선호한다고 한다. 또한 AC닐슨 시장조사에 따르면 말레이시아인의 51%가 과일주스를 과일 대체품으로 인식하고 있어 과일 주스의 수요가 더 높은 것으로 보인다고 전한 바 있다.



〈 설탕 無첨가 및 과육을 강조하는 과일주스 광고 〉

과일주스를 마시는 것, '멋'이라고 생각

한편, 과일주스를 선호하는 이유가 무엇인가에 대한 질문에 대한 응답자의 47%가 과일 주스를 마시는 모습 자체만으로도 멋스러움을 주기 때문에 과일주스를 마신다고 대답했다. 최근 말레이시아의 젊은층 사이에서 과일 주스를 마시는 것이 유행처럼 번지면서 과일 주스의 수요가 높아진 것으로 보인다. 특히 석류와 망고스틴 같은 슈퍼과일(super fruits)을 소재로 출시된 신제품들이 각광을 받고 있다. 슈퍼과일을 소재로 한 식품을 먹는 것 자체가 말레이시아 인들에게 자신의 이미지를 고급화시키는 수단으로 이용되고 있기 때문이다.

〈 슈퍼과일을 재료로 한 주스 제품 〉

	·제품명 : Fruit Tree ·제조사 : Fraser & Neave Holdings ·가격 : RM 6.59		·제품명 : Dimes Premium 100% Pomegranate Juice ·제조사 : Dimes ·가격 : RM 15.99
---	--	--	--

〈 말레이시아 과일주스 Top 5 브랜드 〉

브랜드(국가)	제품사진	시장점유율	제품가격	제조업체명
Yeo's (싱가포르)		24.9%	RM 1.99 ⁶⁾	Yeo Hiap Seng

6) 2014년 11월 5일 수요일 기준 환율 : RM 1 = 324.04원

Drinho (홍콩)		16.8%	RM 1.29	Ace Canning Corp Sdn Bhd
Marigold (말레이시아)		10.4%	RM 2.09	Milk Sdn Bhd
Tropicana (미국)		4.6%	RM 5.79	Permanis Sdn Bhd
Fruit Tree (싱가포르)		4.1%	RM 4.99	Fraser & Neave Holdings

글로벌 주스 브랜드가 주요 마켓 플레이어

말레이시아의 과일주스 시장은 글로벌 브랜드가 선점하고 있다. 싱가포르의 Yeo's와 Fruit Tree가 대표적이며, 각각 25%와 17%의 시장 점유율을 차지하고 있다. 즉 상기 2개의 브랜드가 말레이시아 전체 과일주스 시장의 42%를 점유하고 있는 것이다. 말레이시아 현지 제조업체인 Milk Sdn Bhd가 점유율 15%로 그 뒤를 바짝 쫓고 있다.

< 주스 종류별 2008-2013년 판매 가치성장률 >

% current value growth	2012/13	2008-13 CAGR ⁷⁾	2008/13 Total
100% 주스	5.0	7.2	41.6
- 100% 농축과즙이 아닌 것	3.3	4.2	22.6
- 100% 환원과즙	5.3	7.7	44.8
과육이 포함된 주스	4.9	4.5	24.6
과즙 24% 이하 주스	6.6	8.2	48.4
넥타(과즙 25~99%)	2.5	3.0	16.0

마실 때 씹히는 재미를 더한 과육음료 인기

말레이시아 음료 시장 1위 업체인 Yeo Hiap Seng社가 2014년에 출시한 과일 주스 중 과육이 포함된 음료의 인기가 특히나 높다고 한다. 과일을 섭취하는 것을 대신해 과일주스를 마시는 말레이시아인들의 인식에 착안하여 음료를 마시면서 과일의 식감까지 느낄 수 있도록 하였고, 소비자들의 관심을 고조시키는데 성공하였다.

이렇게 차별화 된 전략으로 소비자들이 원하는 입맛을 정확히 짚어낸 Yeo社는 2012년 대비 2013년에 시장점유율을 약 1%가량 상승시켰다. Yeo社의 새로 출시된 과육첨가 주스 중 코코넛, 사워슈, 구아바 맛이 가장 인기가 높은 것으로 조사되었다.

7) CAGR : 연평균성장률, Compound Annual Growth Rate의 줄임말

한편, Yeo社의 기존 과일 주스 중 과즙 함유량이 100%인 제품은 오렌지 맛이 가장 인기가 높았고 사과, 망고, 포도, 당근이 그 뒤를 이었다. 과즙 함유량이 24% 이하인 제품에서는 오렌지 맛과 망고 맛이 가장 인기가 높았다. 말레이시아 주스시장을 분석한 유료모니터에 따르면 기본 과일주스 맛이 스테디셀러로 판매되고 있으며 리치 맛과 블루베리 맛과 비슷한 블랙커런트(blackcurrant) 맛의 수요가 늘고 있는 것으로 조사되었다.

앞서 새롭게 출시된 과육주스와 마찬가지로 기본 과즙주스에서도 열대과일 맛에 대한 인기가 점점 증가하는 것으로 보아 색다른 맛의 과일 주스를 원하는 소비자가 늘어나고 있는 것으로 사료된다.

이러한 음료 트렌드에 따라 시장 점유율 2위인 F&N社도 크랜베리, 망고스틴, 석류&사과, 당근&구기자과 같은 다양한 맛의 주스를 선보이며 소비자들의 제품 선택권을 넓히고 있다. 전 세계 음료시장 10위권 안에 드는 트로피카나社は 말레이시아 소비자들이 주스를 구매할 때 맛뿐만 아니라 품질도 고려하고 있다는 구매 성향을 반영하여 프리미엄 과일을 사용한 고급 과일 주스를 출시하였다. 다양한 맛을 원하고 있는 음료시장 성향에 맞춰 트로피카나社は 새로운 맛을 개발하는 대신 두 가지 맛을 결합한 주스를 출시하여 인기를 끌고 있다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] 이미지를 마시는 말레이시아 과일 주스 소비자들의 지갑을 열게 하자

말레이시아 음료 시장이 꾸준히 성장 하고 있는 동력은 제조업체들의 다양한 제품 출시 노력에 기인한다. 과일 주스하면 떠오르는 오렌지 맛과 망고 맛에서 벗어나 새로운 맛을 모색한 말레이시아 음료업체들의 전략은 소비자들의 지갑을 저절로 열게 만들었다. 색다른 과일 맛과 기존 맛을 혼합하는 방법 이외에 원료를 고급화하는 전략 또한 이미지로 주스를 구매하는 말레이시아의 음료 소비자를 사로잡는 전략이 되었다. 말레이시아 소비자들은 음료 구매 시 맛뿐만 아니라 어떤 음료를 마시느냐에 따라 타인에게 보여지는 이미지를 중시하기 때문이다. 따라서 한국산 재료로 만든 과일 주스로 말레이시아 음료시장을 진입해 보는 것으로 추천한다. 기존 맛에 지루함을 느낄 수 있는 말레이시아 소비자들에게 한국의 맛은 호기심을 불러일으키기에 충분하기 때문이다.

예를 들어 유자차나 매실차와 과일을 주 재료로한 건강 음료이면서 말레이시아인들이 접해보지 못한 맛이기에 소비자들을 사로잡기에 유리할 것으로 보인다. 또한 유자와 매실은 한국의 전통 문화를 충분히 반영한 제품으로서 이 음료를 마시고 동시에 한국을 느낄 수 있다는 이미지 마케팅도 가능할 것으로 보인다. 꾸준히 성장하고 있는 말레이시아 음료시장에서 한국만의 독특한 맛으로 말레이시아의 주스시장의 틈새를 공략해 볼 것을 권해본다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료

- Fruit juice gaining popularity in Malaysia, 2014.09.25.
(<http://www.freshplaza.com/article/127700/Fruit-juice-gaining-popularity-in-Malaysia>)
- F&N company website
(<http://www.fraserandneave.com/our-brands/food-beverage/beverages#fnn>)
- Juice in Malaysia Euromonitor International June 2014
- Yeo's 자사 홈페이지에서 발췌
(<http://www.yeos.com.my/>)
- Marigold 자사 홈페이지에서 발췌
(http://www.marigold.com.my/peel_fresh.html)
- FruitTree 자사 홈페이지에서 발췌
(<http://www.fnbm.com.my/index.php>)

말레이시아, 커피향에 취하다

커피 생산국에서
소비국으로 변모한
말레이시아

말레이시아의 수도인 쿠알라룸푸르를 중심으로 커피 전문점이 빠르게 확산되고 중상층 소비자들의 커피소비가 증가하고 있다. 말레이시아는 저품질의 로부스타(Robusta) 원두부터 고품질의 아라비카(Arabica) 원두까지 생산하는 커피 원두 생산국이지만 주로 생산하는 원두는 95%가 리베리카(Libericas) 원두이다. 리베리카 종은 서말레이시아 조호(Johor), 셀랑고르(Selangor) 지역에서 재배 중이며, 로부스타 종은 동말레이시아의 사바(Sabah)와 사라왁(Sarawak)주에서 재배되고 있다.



Liberica Robusta Arabica

- 리베리카 : 향은 약하나 쓴맛이 강한 원두
- 아라비카 : 맛과 향이 뛰어나고 카페인 함량이 낮은 고급 원두
- 로부스타 : 가격이 저렴하나 맛이 떨어져 인스턴트 커피로 이용되는 원두

리베리카 원두는 탄 맛이 강하여 전 세계에서 2%밖에 소비되지 않는다. 말레이시아가 커피 원두 생산국임에도 불구하고 커피의 인기가 낮았던 이유가 말레이시아인들은 쓴맛을 좋아하지 않고 단맛을 좋아하기 때문이다.

그런데 최근 2년 사이에 말레이시아의 커피 소비가 급증하고 있다. 네슬레社의 자체 음료 시장조사에 따르면, 커피음료가 말레이시아 음료시장 점유율 3위를 기록하였다고 한다. 이러한 인기에 힘입어 말레이시아 정부도 내부수요를 충족하기 위해 커피 생산량을 늘렸다. UKEssays의 설문조사 결과 말레이시아인들의 1인당 하루 평균 커피 소비량은 2.38잔으로 1인당 하루 평균 커피 소비량이 1.3잔인 한국에 비해 굉장히 높은 수치임을 알 수 있다. 전통적으로 차를 즐겨마시던 말레이시아인들에게 커피가 인기 음료로 자리 잡게 된 이유에 대해 살펴보자.

말레이시아인들이
커피를 즐겨마시게 된
이유



<커피문화를 즐기는 말레이시아 젊은이들>

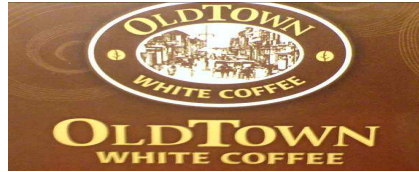
말레이시아는 최근 경제성장으로 구매력을 갖춘 중간 소비계층이 증가하였다. 이들은 휴식을 즐길 문화공간을 찾기 시작하였고 커피전문점은 이러한 욕구에 부합하면서 수가 급증하였다. 커피 전문블로그인 'espresso coffee guide'는 말레이시아의 경제성장과 더불어 해외에서 교육받은 말레이시아인들의 증가 역시 커피 소비를 늘리는데 기여했음을 밝혔다.

서구의 라이프 스타일에 익숙해진 유학생들에 의해 커피문화가 확산되기 시작했으며, 서양 문화에 대한 동경으로 젊은층이 가장 먼저 커피문화에 몰들었다. 즉, 말레이시아에서 커피는 단순히 맛과 향으로 소비되기 보다는 하나의 문화로 소비되고 있다.

복합적 문화공간으로
재탄생한 커피전문점

서양문화에 대한 동경으로 커피를 마시는 경향도 있지만, 특히 젊은 층에게 커피 전문점이 인기 있는 이유는 카페가 젊은이들에게 복합 문화공간으로 자리 잡았기 때문이다. 10~20대의 젊은층은 친구와의 만남의 장소로 커피전문점을 이용하고 30대 직장인들은 휴식처와 사업 미팅의 장소로 카페를 이용하고 있으며, 40~50대의 중장년층에게도 인기가 높다.

커피가 종교적으로도 위배되지 않고 주류보다 가격이 저렴하며 커피를 마시는 것 자체가 삶의 질을 높이는 방식으로 인식되었기 때문이다. 즉, 말레이시아의 커피전문점은 단순히 음료를 마시는 공간을 넘어서서 사회적 관계를 이어주는 장소로서 이용되고 있다.



<말레이시아의 인기 커피 브랜드>



<식사와 커피가 함께 제공되는 올드타운 화이트 커피의 메뉴판 >

말레이시아의 유명 커피전문점

말레이시아의 커피시장은 크게 다국적 기업의 프랜차이즈 커피 전문점과 전통찻집인 코피티암(Kopitiam)에 의해 지배되고 있다. 최근에는 소득수준이 올라가면서 노점상 형태의 코피티암(Kopitiam)보다 커피전문점을 찾는 소비자가 늘어나고 있다. 현재 말레이시아에 진출한 유명 다국적 커피기업으로는 스타벅스(Starbucks)사와 샌프란시스코 커피(San Francisco Coffee)사가 있다. 말레이시아 현지의 서양식 커피전문점으로는 올드타운 화이트커피(Old Town White Coffee)가 유명하다. 올드타운 화이트커피는 코피티암(Kopitiam)의 형식을 빌린 커피전문점으로 커피와 식사를 함께 제공하고 있다. 외식문화가 발달한 말레이시아의 식품소비 패턴을 반영하여 다국적 기업인 스타벅스(Starbucks)를 제치고 말레이시아 1위의 커피 브랜드로 자리 잡았다.



<네스카페 샘플 나눠주고 있는 말레이시아인 >



<인스턴트 커피를 광고하는 네스카페사 >

커피 전문점의 인기와 더불어 가정에서도 커피를 즐길 수 있는 인스턴트 커피의 수요도 증가하고 있다. 인스턴트 커피로는 네슬레(Nestle)사의 네스카페(Nes Cafe) 제품이 1위를 점유하고 있으며 하루에 600만 컵 이상이 소비되고 있다. 네슬레사의 경우 일찍이 말레이시아 커피시장에 진출하였으나 판매량이 높지는 않았다. 하지만 최근 커피 전문점의 인기로 힘입어 판매가 급등하고 있다. 네슬레사는 앞으로 말레이시아 커피의 잠재적 수요가 더욱 증가할 것으로 보고 네스카페(Nes Cafe) 돌체 구스토의 판매 확장도 계획하고 있다.

<대표적인 인스턴트 커피 >

제품명	제품사진	가격	제조사
Nescafé Gold Decaffeinated Pure Soluble Coffee 100g		RM 20.50 ⁸⁾	Nescafé
100% Pure All Day Gourmet Coffee 200g		RM 19.00	Boncafé

8) 2014년 11월 5일 수요일 기준 환율 : RM 1 = 324.04원

말레이시아에 진출한 한국 커피전문점들

말레이시아 커피시장의 인기로 힘입어 한국 커피 전문점들도 말레이시아에 앞 다투어 진출하고 있다. 현재 말레이시아에 진출한 한국 커피전문점은 카페베네(caffe bene)사와 커피그루나루(Coffee Gurunaru)사이다. 특히 카페베네(caffe bene)의 진출 전략이 눈여겨 볼만 하다, 2014년 8월 15일 첫 매장을 오픈한 카페베네(caffe bene)는 올드타운 화이트 커피(Old Town White Coffee)의 성공전략에 착안하여 마케팅을 구사하였다. 말레이시아의 외식문화를 반영하여 커피와 식사를 함께 제공하는 다양한 식사메뉴를 개발하였다. 또한 말레이시아인들의 카페문화를 반영하여 쾌적하고 고급스러운 분위기를 유지하였으며, 회의실 같은 대규모 공간도 따로 마련하였다. 카페베네(caffe bene) 자체 보고서에 따르면 이러한 현지화 노력 덕분에 최근 각 매장의 수익률이 10% 이상씩 증가하였다고 한다. 이 밖에 후발 주자로 진출하는 한국의 달콤커피사도 한류음악을 테마로 커피와 음악이 공존하는 복합문화공간으로 말레이시아에 진출한다고 한다.

이러한 추세에 따라 말레이시아에는 스타벅스 뿐만 아니라 각종 커피 전문점이 속속들이 등장하고 있으며 말레이시아의 커피 시장은 앞으로의 성장이 더욱 기대되는 동남아시아의 블루오션으로 한국의 커피전문점 및 인스턴트 커피의 진출 문이 활짝 열려있는 상태다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] 카페문화를 이용한 다양한 음료전문점 진출에 청신호

말레이시아의 카페는 간단한 식사를 함께 팔고 있으며 커피를 마시기 위해 카페를 방문하기 보다는 사람들과의 사교를 위한 장소로서 이용되고 있다. 즉, 말레이시아에서 카페는 기존 카페의 개념과는 다른 공간으로 이용되고 있다. 따라서 커피 전문점의 분위기와 판매방식을 따라 차, 과일 주스 등 다양한 형태의 음료전문점으로 말레이시아 진출이 가능할 것으로 보인다. 예를 들어 건강을 고려한 100% 과일 주스를 바로 제조해주는 휴롬주스 카페나 더운 날씨를 고려한 빙수카페 등을 추천한다.

한편, 커피 문화에 친숙해진 말레이시아인들은 가정에서도 커피를 즐길 수 있는 인스턴트 커피를 선호하는 것으로 보인다. 말레이시아 인스턴트 커피 시장에 진입한지는 오래되었지만 그동안 매출이 미비했던 것에 비해 최근 네슬레사의 인스턴트 커피제품의 소비증가량이 심상치 않기 때문이다. 커피 시장이 일찍이 활성화된 다양한 맛과 제품을 보유하고 있는 한국의 인스턴트 커피제조 회사들에게 말레이시아의 커피시장은 매력적인 잠재시장이다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

▶ 참고자료

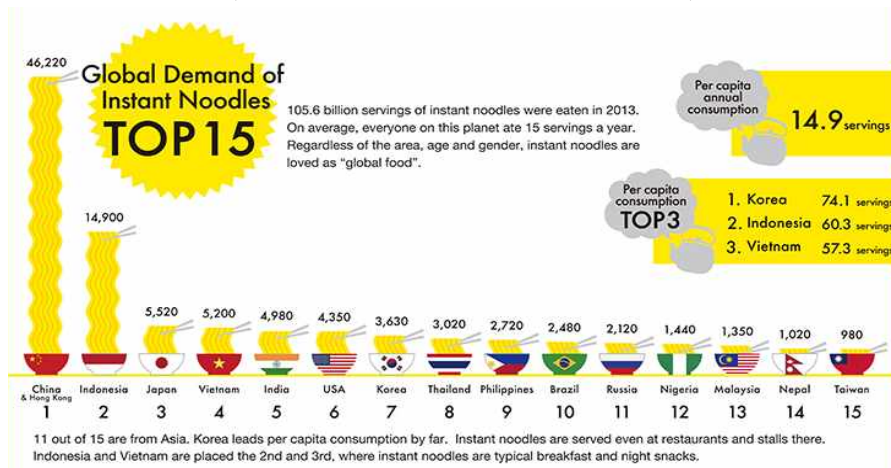
- 카페베네, 국가별 맞춤 디저트·식사... 동남아서 세 넓혀, 2014.10.22
(<http://economy.hankooki.com/lpage/industry/201410/e20141022163148120230.htm>)
- Malaysia Franchising Market
(<http://www.malaysiamission.com/team.php?id=25>)
- Top 10 Malaysian Franchise Brands, 2013.12.20
(<http://top10malaysia.com/home/index.php/news-and-events/top10-malaysian-franchise-brands>)
- Kuching's coffee craze, 2017.07.05
(<http://www.theborneopost.com/2014/07/05/kuchings-coffee-craze>)
- The Growing Market of Small Coffee Shops In Asia, 2014.02.22
(<http://www.businessinsider.my/the-growing-market-of-small-coffee-shops-in-asia/#.VFAtFfmsXKI>)
- 치킨·커피 '틈새 뚫고', 건강식·교육은 '한류 타고'말레이시아③ 유망 아이템을 짚하라, 2014.10.04.
(<http://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=220787>)
- Malaysian Coffee - Coffees of Malaysia
(<http://www.espressocoffeeguide.com/gourmet-coffee/asian-indonesian-and-pacific-coffees/malaysian-coffee-coffees-of-malaysia/>)
- Cashing in on coffee culture, 2014.04.09
(<http://www.thestar.com.my/Business/SME/2014/04/09/Cashing-in-on-coffee-culture-Nescafe-riding-high-as-coffee-drinking-habit-grows-among-Malaysians/?style=biz>)

말레이시아 라면은 현재 나트륨과 전쟁중

말레이시아의 라면 소비현황

세계라면협회에 따르면 2014년 기준, 전 세계 라면 소비량은 1,056억 봉지이며 그 중 말레이시아의 라면 소비량은 13억 5,000 봉지인 것으로 나타났다. 말레이시아의 라면 판매량은 2010년부터 2014년까지 약 12%의 증가율을 보이고 있다. 꾸준한 성장세를 바탕으로 말레이시아는 전 세계 라면 소비국 중 13위를 차지하고 있다. 10위권 안에 드는 라면 소비국은 아니지만 2010년 말레이시아에서 '제1회 세계라면회의'도 주최할 만큼 라면을 사랑하는 나라이다.

< 전 세계 라면소비 15개국의 라면 소비량 >



나트륨에 민감한 말레이시아 라면 트렌드



< MSG 무첨가와, 저지방임을 광고하는 말레이시아의 MAGGI 라면 >

하지만 최근 말레이시아에서 인스턴트 라면 소비를 줄이자는 캠페인이 벌이고 있다. 소득수준이 올라가면서 건강에 대한 관심이 고조되자 인스턴트 라면에서도 건강함을 찾는 소비자가 늘어났기 때문이다. 그래서 말레이시아 라면업체들은 MSG 무첨가와 나트륨 함량을 낮추고 있음을 광고하여 소비자들의 니즈를 만족시키고 있다. 말레이시아 라면 브랜드 2위인 '매기(Maggi)'는 지난 2년 동안 나트륨 함량을 최대 15%까지 낮췄다.

이 같은 라면 제조회사들의 노력에도 불구하고 말레이시아의 폐낭 소비자협회(CAP)는 지속적으로 인스턴트 라면이 건강에 해로움을 알리고 있으며 나트륨 함량이 높은 음식을 지양하고, 특히 인스턴트라면의 나트륨 함량을 줄이도록 권고하고 있다. 또한 인스턴트 라면에 대한 특별규제를 만들어 나트륨 함량에 대한 위기의식을 고조시키고 있다. 하단의 내용은 말레이시아 라면에 관한 식품규제 사항이다.

- 모든 식품에 일일 나트륨 섭취량을 반드시 표기하도록 한다.
- 아이들의 TV시청 시간대에는 라면광고를 금지시킨다.
- 나트륨 식품을 피할 수 있도록 지속적으로 캠페인을 벌인다.

말레이시아인들이 나트륨에 민감한 이유

이처럼 말레이시아인들이 나트륨 함량에 민감한 이유는 말레이시아 국민의 32.7%가 고혈압을 앓고 있기 때문이다. 그래서 나트륨 섭취량을 조절하기 위해 특별히 규제를 만들면서까지 말레이시아인들의 건강을 지키려고 노력하는 것이다. 하지만 이러한 규제에도 불구하고 말레이시아인들의 라면 소비는 줄어들지 않고 있다. 말레이시아 정부는 라면을 아예 먹지 않을 수 없기 때문에 라면을 먹더라도 건강하게 먹을 수 있는 방법을 강구하고 있으며 최근 블로그를 통한 건강한 라면 레시피 또한 소비자들 사이에서 공유되고 있다.



< 다양한 레시피로 만들어진 건강한 말레이시아 라면 요리 >

말레이시아 라면의 특징

그렇다면 말레이시아의 인기 있는 라면 맛은 어떨까. 말레이시아에서 가장 인기 있는 라면 맛은 치킨 맛과 카레 맛이며, 우리나라처럼 기타 재료를 첨가하여 다양한 종류의 라면 요리를 만들어 먹는다. 말레이시아인들은 라면에 주로 삶은 달걀, 야채, 고기를 기호에 따라 추가하여 먹는다. 가장 선호하는 라면 타입은 한국 라면과 비슷한 수프 타입이며, 볶음 라면도 좋아한다.



< 좌(左)-말레이시아 라면시장 점유율 1위 브랜드 '마미'의 쇠고기 맛, 카레 맛, 뽕양장(태국식)맛 제품, 우(右)-가장 인기있는 카레 맛 제품과 조리 후의 모습 >

말레이시아의 인기 라면 브랜드

말레이시아에서 가장 인기 있는 라면 브랜드는 마미더블데커社의 마미(Mamee)이다. 마미는 JAKIM HALAL 인증을 취득하여 종교적으로 안전성을 입증하였으며, HACCP 인증도 취득하여 위생적으로도 안전성이 높다. 이로써 소비자들에게 식품안전의 신뢰를 완벽하게 구축한 라면으로서 말레이시아에서 가장 빠르게 성장한 라면 브랜드로 평가받는다. 시장조사 업체인 Worldpanel社의 보고서에 따르면 말레이시아의 420만 가구가 마미라면을 구입한 경험이 있다고 답했다. 또한 시장조사기관인 Frost & Sullivan社에서 주최한 'Putra Brands Awards'의 포장음식 부분에서 2년간 수상을 하며 말레이시아의 대표라면으로 입지를 굳히고 있다.



< 말레이시아 시장점유율 2위 라면 브랜드 Maggi의 제품들 >

마미의 뒤를 잇는 인기 브랜드는 매기(Maggi)이다. 일반 면 대신 차파티(9)를 만들 때 사용하는 섬유질로 면을 만들고 MSG를 사용하지 않아 소비자들에게 인기가 높다. 일반 라면보다 건강하다는 이미지 마케팅을 통해 말레이시아 내에서 매기는 건강한 라면으로 통용된다.

9) 차파티 : 밀가루를 반죽하여 둥글고 얇게 만들어 구운 인도 전통음식



◁ 좌(左)-말레이시아의 마트에 진열된 농심 라면 제품들, 우(右)-말레이시아에서 광고 중인 농심의 신라면 ▷

말레이시아 진출에 성공한 한국라면

한편 한국의 대표 라면인 농심사의 신라면은 최근 말레이시아에서 브랜드 가치가 가장 뛰어난 식품기업으로 선정되었다. 본 기관은 지난해 말레이시아 최고 권위의 할랄 식품 인증 기관인 자킴(JAKIM)으로부터 할랄인증을 취득했기 때문이다. 농심사는 이번 신라면 할랄 인증 취득을 계기로 할랄 인증제품을 확대하여 말레이시아 라면시장 점유율을 확대할 계획이라고 밝혔다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] 맵고 짜고 No, 담백하고 싱겁고 Yes

라면 한 그릇 만으로도 하루에 필요한 나트륨이 전부 섭취된다고 한다. 고혈압과 당뇨, 비만 환자가 많은 말레이시아인에게 나트륨 함량이 높은 인스턴트 라면은 반드시 피해야 할 식품이 되었다. 말레이시아의 페낭(Penang) 소비자협회와 말레이시아 정부는 나트륨에 대한 위험성을 지속적으로 경고하고 있으며 라면소비에 제재를 가하고 있다. 이에 소비자들은 건강한 라면 조리법을 스스로 찾기 시작하였고 블로그를 통해 다양한 조리법을 공유하고 있다. 나트륨 함량에 이토록 민감한 말레이시아인들을 위해 오뚜기사의 '컵누들'제품처럼 건강한 라면을 수출해 보는 것을 추천한다. 현재 말레이시아에는 건강에 초점이 맞춰진 라면제품이 없는 것으로 보아 칼로리가 낮은 라면, 나트륨이 적은 라면을 출시한다면 말레이시아 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것이다. 또한 나트륨 함량을 제품의 패키지에 가시적으로 제시하여 소비자들이 타사와 나트륨 함량을 비교할 수 있도록 하고, '수프를 반만 넣어도 맛이 있다'는 문구를 추가하여 나트륨을 줄일 수 있는 조리법을 제품 포장지에 제시하는 방법도 추천한다. 현지 제품만으로도 포화상태인 말레이시아의 라면 틈새시장을 건강한 라면 마케팅으로 진입해 보는 것이 어떨까.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

▶ 참고자료

- 세계라면 협회 "Expanding Market", 2014.5.14 (<http://instantnoodles.org/report/>, <http://instantnoodles.org/noodles/expanding-market.html>)
- 농심, 말레이시아 최고 식품 브랜드로 선정, 2014.02.13 (http://www.nongshim.com/promotion/show_news?groupCode=003&groupId=256)
- Avoid processed food to fight high blood pressure, 201.05.16 (<http://www.consumer.org.my/index.php/health/diseases/758-avoid-processed-food-to-fight-high-blood-pressure>)
- Massive anti-sodium campaign needed to fight hypertension epidemic, 2013.05.17. (<http://www.consumer.org.my/index.php/health/diseases/646-massive-anti-sodium-campaign-needed-to-fight-hypertension-epidemic>)
- For the love of instant noodles, 2014.08.16 (<http://www.thestar.com.my/Lifestyle/Health/2014/08/03/For-the-love-of-instant-noodles-Top-5-myths-about-instant-noodles/>)
- Malaysia: 1 in 3 Adults Aged 18 And Above Has Hypertension (Infographic), 2014.05.16 (<http://www.healthworks.my/hypertension-infographic/>)

청량음료의 무서운 달콤함

말레이시아의 설탕 소비현황

말레이시아의 폐낭 소비자협회(CAP)에 따르면 말레이시아 사람들은 단 맛을 특히나 좋아해서 하루 평균 26 티스푼(tsp)¹⁰⁾의 설탕을 섭취한다고 한다. 세계보건기구(WHO)가 규정한 하루 권장 설탕 섭취량인 6 티스푼(tsp)이러한 식습관에 따라 말레이시아는 세계 8위의 설탕소비 국가이다.

설탕 섭취 주범은 청량음료

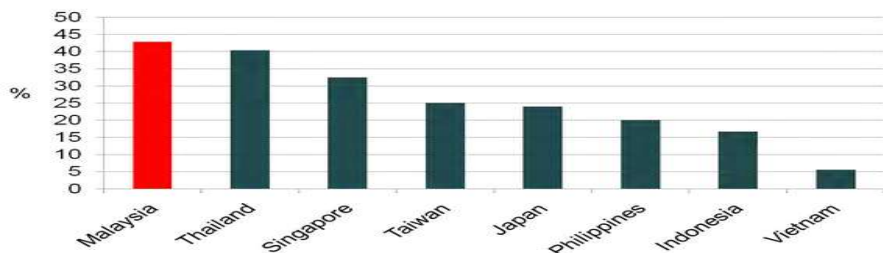


〈 말레이시아에서 판매중인 청량음료에 포함된 설탕의 양 〉

말레이시아의 설탕 소비가 이처럼 높은 이유는 청량음료에 대한 소비가 높기 때문이다. 최근 말레이시아의 뉴스에서 청량음료가 1분 당 1,000캔 씩 소비되고 있고 그 이유를 말레이시아의 따뜻하고 습한 날씨 때문에 갈증이 빨리 찾아오기 때문이라고 보도한 바 있다. 말레이시아의 청량음료 1캔은 평균 5~8 티스푼의 설탕이 함유되어 있으며 설탕 함유량이 높은 청량음료를 자주 마시니 설탕 섭취량은 자연스럽게 높아질 수밖에 없는 것이다. 더운 날씨 때문에 음료를 자주 마시기도 하지만, 말레이시아의 음료는 특히 형형색색의 색깔과 디자인으로 소비자들의 구매를 유인하는 제품이 많다.

〈 WHO 의 아세안 국가의 비만을 집계 2014년 11월, 18세 이상의 성인 기준 〉

Adult prevalence in some Asian Countries (overweight + obesity)



WHO collaborating centre for obesity prevention- Deakin Uni. Australia

설탕 섭취조절이 시급한 말레이시아

세계보건기구는 설탕을 위험물질은 아니지만 영양소가 낮고 칼로리가 높아 인체에 불필요한 성분으로 정의하고 있다. 또한 설탕은 비만, 당뇨병, 골다공증 등 각종 성인병의 원인으로 알려져 있다. 이러한 설탕이 다량 함유된 음료를 즐긴다면 당연히 질병에서 자유로울 수 없을 것이다. 아니나 다를까 말레이시아 18세 이상 성인의 비만율이 43%에 달하고 국민의 54%이상이 비만환자인 것으로 나타났다. 아세안 국가에서 가장 비만율이 높은 것으로 집계되었다. 당뇨병 환자 또한 점점 늘어나는 추세라 말레이시아의 식습관의 조절이 시급한 시점이다. 국민 건강을 위협하는 설탕 섭취량을 줄이기 위해 폐낭 소비자협회는 지속적으로 캠페인을 벌이고 있다

10) 설탕 계량 단위, 6티스푼(tsp)=25g

단맛을 즐기는 말레이시아인들은 청량 음료뿐 아니라 제과, 스낵, 초콜릿에 대한 선호도도 높은 편이다. 이러한 가공식품에 포함된 설탕의 양을 가능할 수 없는 소비자들은 아무런 인식 없이 설탕을 섭취하고 있는 것이다.

설탕 섭취를 줄이기 위한 말레이시아 정부대책
① 라벨링 표기법 완화



〈설탕 함유량 비중을 신호등으로 표시〉

결국 말레이시아 정부는 설탕 소비량을 줄이기 위해 각종 대책을 내놓았다. 먼저 식품에 포함된 성분 함유량을 한눈에 알 수 있도록 라벨을 개선하도록 권고하였다. 소비자들의 눈에 잘 띄도록 녹색, 황색, 적색의 신호등 색깔을 이용하였고 설탕뿐만 아니라 지방, 나트륨의 함유량도 표기하여 어떤 성분이 얼마나 포함되었는지를 가시적으로 제시하도록 하였다. 기존의 성분 표기법은 청량적인 양을 제시하여 설탕의 많고 적음을 한 눈에 구분할 수 없었기 때문이다.

그러나 신호등 표기법은 설탕 함유량을 한 눈에 비교 할 수 있어 소비자들 스스로 설탕이 적게 든 제품을 바로 선택할 수 있게 하였다. 이러한 표기법은 다국적 기업인 코카콜라와 네슬레사에서 사용하고 있으며 영국 제품의 60%가 이 표기법을 사용하고 있다.

② 광고규제



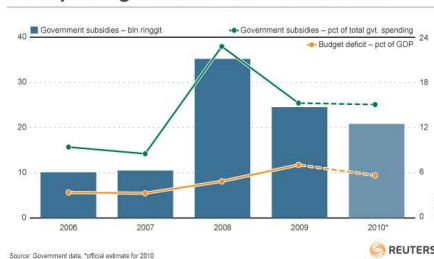
〈청량음료의 위해성을 알리는 포스터〉

또한 말레이시아 정부는 설탕함유 식품에 대한 접근성 자체를 막기 위해 노력하고 있다. 아이들의 TV시청 시간대에 설탕 함유식품과 정크 푸드에 대한 광고를 금지시켰다. 학교에서는 요리시간과 보건수업 시간을 통해 설탕 함유식품의 위해성을 지속적으로 교육하도록 하였다. 학교 매점에서의 청량음료 판매를 금지시키고, 공공시설 건물 내에 자동판매기를 제거하고 식수대를 설치하여 청량음료를 쉽게 구매하지 못하도록 차단하였다.

③ 소다세금 부과
④ 설탕보조금 축소

또한 소다, 탄산, 비(非)탄산, 스포츠 음료, 에너지 음료 등 설탕이 조금이라도 첨가되는 대부분의 음료에 소다 세금을 부과하기로 하였다. 말레이시아에는 설탕 보조금이 있어 정책적으로 설탕소비를 장려하였었다. 그런데 말레이시아의 비만과 성인병 인구가 날로 증가하자 말레이시아의 소비자 협회는 설탕 보조금의 축소를 요구했다. 이에 말레이시아 정부는 설탕 보조금을 점차 축소하고 잠정적으로는 철폐할 계획이다.

Malaysia – government to cut subsidies



Sugar Price Comparison



〈 설탕 보조금을 점차 낮추고 있는 말레이시아 정부 〉

가당 음료에 대한 정부의 규제가 강화되어지고 소비자들 사이에서 청량음료가 건강에 좋지 않다는 인식이 확산되자 청량음료의 소비가 점차 줄어들고 있다. 이에 따라 청량음료를 대체할 다른 음료의 인기가 높아지고 있다.

무가당 음료의 인기가 높아지고 있는 말레이시아 음료시장



< 100 플러스(Hundred Plus) >

최근 RTD(Ready To Drink) 음료에 대한 인기가 높아지고 있으며 그 중에서도 무가당 과일 주스가 특히 인기가 높다고 한다. 또한 무가당 주스 이외에도 기능성 음료의 인기도 높는데 ‘100플러스(Hundred Plus)’는 말레이시아의 국민 건강음료로 자리 매김한 대표적인 기능성 음료이다.

국내 식품기업을 위한 Marketer’s Guide

[POINT#1] 설탕은 빼고, 영양은 넣고!

설탕 함유량이 높은 탄산음료가 건강에 미치는 악영향에 대해 전 세계적으로 학계의 경고가 잇따르고 있다. 설탕 함유량을 낮추기 위한 고민은 비단 말레이시아 음료 업계만의 고민이 아닌 것이다. 그러나 말레이시아는 성인병 질환의 발병률이 높아 청량음료의 무분별한 섭취가 위험한 실정이다. 후덥지근한 날씨 덕에 음료수를 먹지 않을 수 없는 말레이시아인들에게 칼로리가 낮은 기능성 음료를 권해보자. 국내에서는 이미 다양한 건강음료가 출시되어있고 특히 다이어트에 관심이 많은 여성들을 대상으로 판매하는 다이어트 음료가 인기다. 음료 대신 건강한 물을 마시자는 소비자 인식도 확산되면서 향이 가미된 물이나 기능성 워터제품의 인기 또한 뜨겁다. 아시아에서 비만율이 가장 높은 말레이시아인들에게 칼로리가 낮은 다이어트 음료와 미네랄 워터, 기능성 워터 등 풍부한 영양소가 가미된 음료로 말레이시아 시장에 진출하는 것을 추천한다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

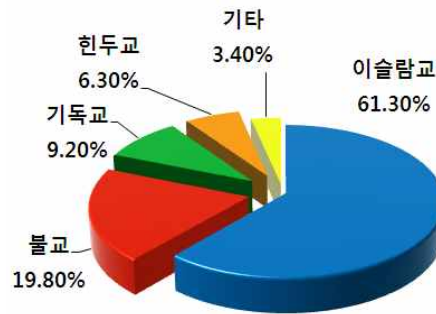
- Malaysia’s Obesity Rate Highest In Asia, 2014.06.23
(http://mymedicnews.com/industry-news/2552-malaysia-s-obesity-rate-highest-in-asia/#.VFAXJ_msXKI)
- Stay away from soft drinks
(<http://www.consumer.org.my/index.php/food/diseases/162-stay-away-from-soft-drinks>)
- Malaysians are the 8th largest sugar consumers in the world
(<http://www.consumer.org.my/index.php/food/diseases/161-malaysians-are-the-8th-largest-sugar-consumers-in-the-world>)
- 20% calorie cut by 2025, pledge soft drink makers, 2014.09.30
(<http://www.thestar.com.my/Lifestyle/Health/2014/09/30/20-percent-calorie-cut-by-2025-pledge-soft-drink-makers/>)
- Avoid processed food to fight high blood pressure, 2014.05.16
(<http://www.consumer.org.my/index.php/health/diseases/758-avoid-processed-food-to-fight-high-blood-pressure>)
- Tax soft drinks to control diabetes
(<http://www.consumer.org.my/index.php/health/diseases/612-tax-soft-drinks-to-control-diabetes>)
- Why sugar subsidy should be withdrawn immediately
(<http://www.consumer.org.my/index.php/focus/sugar-and-diseases/403-why-sugar-subsidy-should-be-withdrawn-immediately>)

맥주소비를 이끄는 중국계·인도계 말레이시아인들

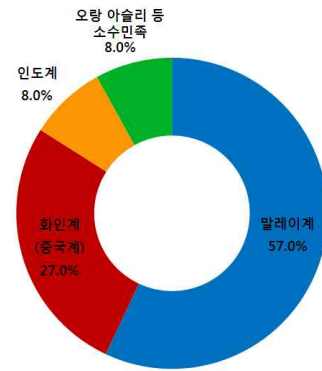
말레이시아는 헌법상 종교의 자유가 인정되지만 국교는 이슬람이라 음주가 불법이다. 말레이시아 인구의 61.3%가 무슬림이며 'Sharia Law'에 따라 무슬림에게 음주는 허용되지 않는다. 때문에 무슬림에게 술을 판매하는 것 또한 금지사항이다.



〈 말레이시아 종교별 인구 비율 〉



〈 말레이시아 인구 구성 비율 〉



외국계 젊은층에게 인기몰이 중인 맥주

그런데 최근 말레이시아에서 맥주 소비가 증가하고 있다고 한다. 세계보건기구(WHO)가 조사한 바에 따르면 2011년 말레이시아의 술 소비량은 세계 10위권이며, 젊은 중국계와 인도계를 중심으로 맥주 소비량이 점점 증가하고 있다고 한다. 특히 25~34살 사이의 중국계 화교들의 맥주의 인기가 높다고 한다. 종교적으로 음주가 허용되지 않는 말레이시아에서 맥주 소비의 주체는 말레이시아인이 아닌 외국계 청년층인 것이다.

말레이시아는 헌법상 종교의 자유를 인정해주고 있기 때문에 무슬림만 아니라면 술을 쉽게 구매할 수 있다. 또한 다양한 인종으로 구성된 국가 분위기에 따라 문화적 차이를 존중해주기 때문에 비(非)무슬림들의 주류 섭취에 대해 거부반응이 없다. 이러한 분위기와 더불어 말레이시아의 발달된 외식문화는 자연스레 맥주 소비량을 증가시켰다. 친구와 가족과의 외식에서 맥주 한잔은 이들에게 놓칠 수 없는 인기 음료인 것이다. 특히 맥주는 특유의 시원함과 청량감으로 말레이시아의 후덥지근한 열대성 기후를 잊게 해주어 더욱 인기가 높다.

자국 브랜드의 맥주가 없는 말레이시아

앞서 말했듯이 말레이시아는 음주가 금지되어 있기 때문에 자국 맥주브랜드가 없다. 그래서 말레이시아 맥주 진열대는 전부 해외 브랜드가 차지하고 있다. 말레이시아 맥주 시장을 살펴보면, 아일랜드의 GAB(Guinness Anchor Bhd)가 시장점유율 58%로 1위를 차지하였고 제품 라인의 다양화를 통해 시장점유율을 더욱 확대할 계획이다. CBMB(Carlsberg Brewery Malaysia Bhd)는 시장 점유율 36%로 2위권이며 말레이시아에 맥주공장을 설립하여 제품 공급에 안전성을 확보하였다. 하지만 한국 맥주 브랜드는 아직 말레이시아에 진출하지 못한 상황이다.

< 말레이시아 맥주 주요 브랜드 >

말레이시아 인기 맥주 브랜드 TOP 10	브랜드 (국가) 가격	제품사진	제품 가격	특이사항
	Carlsberg (덴마크)		RM 6.79	<ul style="list-style-type: none"> - Carlsberg Brewery Malaysia Bhd에서 생산 - 말레이시아 맥주 시장 점유율 2위 - 종류: 일반 맥주, 골드, 스페셜
	Heineken (네덜란드)		RM 8.59	<ul style="list-style-type: none"> - Guinness Anchor Bhd에서 생산 - 시원함이 오래가는 맥주로 유명함
	Guinness (아일랜드)		RM 5.99	<ul style="list-style-type: none"> - Guinness Anchor Bhd에서 생산 - 말레이시아 맥주 시장 점유율 1위 - 말레이시아에서 가장 인기 있는 맥주
	Tiger (싱가포르)		RM 6.59	<ul style="list-style-type: none"> - Guinness Anchor Bhd에서 생산 - 유럽맥주들에 비해 가격이 저렴함
	Anchor (미국)		RM 5.99	<ul style="list-style-type: none"> - Guinness Anchor Bhd에서 생산 - 비교적 가격이 저렴한 편 - 말레이시아인들로부터 사랑받는 맥주 - 부드럽고 뒷맛이 깔끔함
	Corona (멕시코)		RM 12.25	<ul style="list-style-type: none"> - Carlsberg Brewery Malaysia Bhd에서 생산 - 2008년에 말레이시아 시장에 소개됨 - 가볍고 신선한 맛으로 인기가 있음
	Asahi Super Dry (일본)		RM 10.29	<ul style="list-style-type: none"> - Carlsberg Brewery Malaysia Bhd에서 생산 - 중상층, 25~34세가 주소비자층 - 말레이시아에서 처음으로 Dry공법이 사용된 맥주로 말레이시아에서 입소문을 타고 있음
	Kilkenny (아일랜드)		RM 17.90	<ul style="list-style-type: none"> - Guinness Anchor Bhd에서 생산 - 풍미가 깊고 진한 맛으로 맥주 애호가들에게 사랑받고 있음
	Hoegaarden (벨기에)		RM 13.60	<ul style="list-style-type: none"> - 벨기에에서 수입 - 달콤하면서도 깔끔한 뒷맛을 자랑함 - 프리미엄 맥주로 알려짐



〈 칼스버그가 개최한 말레이시아 옥토버페스트에서 맥주를 즐기는 말레이시아인 〉

시장확대를 위한 수입맥주 업체들의 노력

수입맥주 업체들은 말레이시아에서 점유율을 확대하기 위해 다양한 이벤트를 개최하고 있다. CBMB(Carlsberg Brewery Malaysia Bhd)사는 독일의 유명한 맥주 축제인 ‘옥토버 페스트’를 말레이시아 주요 도시마다 개최하였으며 축제를 통해 15,000명이 넘는 말레이시아인들에게 맥주를 홍보하였다. 아사히 맥주(Asahi)도 클럽이나 뮤직 페스티벌 등의 이벤트 후원을 통해 홍보 효과를 노리고 있다.

세계 2위 맥주 소비자 가격

한편, 말레이시아의 맥주 가격은 세계에서 두 번째로 비싸다. 주류 제품에 전 세계에서 가장 높은 소비세(리터당 RM7.40 + 15% 종가세)를 부과하고 있기 때문이다. 그럼에도 불구하고 국제통계기구에 따르면, 2011년 기준 말레이시아는 1인당 11L의 맥주를 소비하였고 총 5억 달러(USD) 규모의 맥주가 판매되었다고 전한 바 있다.

불법 유통이 만연한 말레이시아 맥주시장

하지만 맥주 가격이 너무 비싸 밀반입된 맥주가 시중에서 빈번히 유통되고 있다. 이러한 맥주들은 주로 중국계 마트에서 판매되고 있으며 관세가 붙지 않아 시중 마트보다 30% 이상 저렴하게 판매되고 있다. 하지만 밀반입된 맥주들은 출처가 불분명하고 유통기한도 기재되지 않아 맥주 소비자들의 건강을 위협하고 있다. 이에 말레이시아 정부는 맥주의 밀반입을 막기 위해 통관을 더욱 철저히 시행하겠다고 발표했다. 또한 말레이시아 국민들에게도 의심스러운 물품을 발견하면, 적극적으로 신고하기를 당부하기도 했다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] 소비패턴을 파악하여 적시에 진출하자

말레이시아 내의 맥주 소비는 ‘시즌’에 따라 판매율이 변화한다. 구체적으로 맥주의 주된 소비층이 중국계 화교이기 때문에 ‘중국 새해’에 알코올 판매량이 급증한다. 비(非)무슬림인 인도계나 기타 외국계 인종들도 주 맥주 소비층이기 때문에 말레이시아에 외국인 관광객이 증가할 때, 맥주 소비량도 덩달아 증가한다.

따라서 말레이시아 맥주 소비 패턴을 예의주시하여 맥주 소비량이 많아지는 기간에 프로모션을 진행하는 것을 추천한다. 또한 중국계 젊은이들이 맥주를 구매할 때 목 넘김의 느낌과 끝 맛의 청량감을 주로 고려한다고 하니 이를 참고하여 진출해 보자

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➤ 참고자료

- Research on Beer Market in Malaysia
(http://www.academia.edu/2454823/Research_on_Beer_Market_in_Malaysia)
- Carlsberg Malaysia ‘rides’ Into Oktoberfest With “Bier Bike”, 2014.09.24.
(http://www.carlsbergmalaysia.com.my/web/mediacentre/mc_newscontent.aspx?year=2014&pg=1&so=DESC&sc=PublishDate&id=258)
- Malaysia Beer Market Insights, 2013.07.18
(<http://www.companiesandmarkets.com/Market/Food-and-Drink/Market-Research/Malaysia-Beer-Market-Insights-2013/RPT1174957>)
- 10 Popular Beer Brands in Malaysia, 2013.09.20
(<http://www.expatgomalaysia.com/article/1439/10-popular-beer-brands-in-malaysia>)
- Alcohol Policies in Malaysia
(<http://traveltips.usatoday.com/alcohol-policies-malaysia-108164.html>)

FOOD POLICY MALAYSIA



글로벌 식품 정책 모니터링

한눈에 보는 정책 변화

Malaysia



말레이시아 Food Act 1983 개정 전

말레이시아 Food Act 1983 개정 후

● 조규 11 식품 라벨링 상세규정

(e)(1) : 물, 식품 첨가제, 영양 보충제를 제외하고 2가지 혹은 그 이상의 재료들을 포함한 식품은 내림차순 방식에 따라 무게 순으로 기재한다.

● 조규 18 라벨 기재 불가 사항

(6) 음식 용기에 부착되거나 기재된 사항들은 홍보에 관련된 어떠한 정보나 타 제품에 관한 광고가 표기되어서는 안된다.

(e)(1) 규정에 (eb)와 (ec)가 추가되었다

● 조규 11 식품 라벨링 상세규정¹¹⁾이 수정됨
(eb) 다음 사항에 해당되어 판매되는 음식 혼합물에는 제조시간과 재료 함유량이 표기되어야 한다. 단, 재료의 함유량은 무게나 양으로 표시한다.

- (a) 재료가 라벨에 글, 그림 또는 도표로 명시되어 있을 시 제조시간과 함유량을 표기한다.
- (b) 재료가 식품의 이름에 포함되어 있지는 않지만 음식의 중요 성분일 시, 또는 소비자들로부터 음식의 주요 성분으로 사용되기 바랄 시 제조시간과 함유량을 표기한다.

●(ec) 위 사항인 1(eb)가 다음 사항에 해당될 경우, 표기하지 않아도 된다.

- (a) 맛을 내기 위한 목적으로 소량의 재료만 사용한 경우
- (b) 첨가된 영양소의 양이 조규에 따라 이미 신고 요청된 경우
- (c) 재료의 양이 조규에 따라 이미 신고 요청된 경우
- (d) 재료의 수분 제외 중량이 조규에 따라 이미 신고 요청된 경우

● 주요 조규 18의 부조규(6) 뒤에 부조규 (6A)를 삽입함

(6A) 음식과 재료의 성질, 안정성, 양, 강점, 순도, 구성, 무게, 원산지, 수명, 영향 등을 강조하기 위해 허위사실이나 애매모호한 정보가 들어 있는 문구들을 서면상이나 그림, 도표로 절대 표기 불가능함

11) 본서 p.80에 라벨링에 대한 상세 설명이 명시되어 있으므로 참고요망

정책 살펴보기

Malaysia



식품위생법에 대한 WTO 규정 개정원안 발표 (게시일: 2014년 8월 11일)

2014년 8월 11일, 말레이시아 보건복지부는 국제식품규격(CODEX)에 따라 1985년 작성된 'WTO 식품위생법에 대한 규정안'을 개정함을 공지하였다. 개정안에 추가되는 모든 수정부분은 국제 식품첨가물 데이터베이스(The International Food Additive Database)에 포함될 예정이다. 개정되는 내용은 아래와 같다.

[규정 30번에 대한 개정안]

1. 아래 규정들은 2014년 식품위생규정(개정)안으로서 인용될 것이다.
2. (a) 식품을 다루는 모든 작업자들은 식품관리훈련을 수행해야 하며, 특정 기관의 감독으로부터 인증 받은 식품관리훈련 자격증을 취득해야 한다.

출처 : 말레이시아 법률뉴스(IPLAW)

미국산 CGM, DDGS 대상으로 SPS의 영구적 면제 승인

(게시일 : 2014년 8월 17일)

지난 주 말레이시아 당국은 미국의 '옥수수 글루텐(CGM)과 수용성 물질로 작동하는 건조 곡물 증류기(DDGS)'를 대상으로 SPS¹²⁾에 입각하여 위생검사를 하는 것을 영구적으로 면제하였다. 올해 초 말레이시아는 일부 농산물의 수입에 대한 새로운 식물위생검사규정 (SPS)을 공표하였다. 이 규정은 미국을 포함한 모든 국가에 적용되는 규정으로써 규정하는 범위가 구체적이어서 말레이시아의 바이어와 소비자들에게 과도하게 불필요한 비용을 부과하여 원활한 무역을 방해한다는 평가를 받고 있다.

이에 말레이시아에 주재한 미국의 농무부(USDA)는 그 산하에 있는 해외농산물기구 (FAS)와의 긴 토의 끝에, 5월에 잠정적으로 발표한 위생검사를 면제하여 수입한다는 항목을 영구적으로 실행시킬 수 있는 권한을 갖게 되었다. 말레이시아의 관료들은 이제 공식적으로 미국의 옥수수 글루텐(CGM)과 수용성 물질로 작동하는 건조 곡물 증류기 (DDGS)의 유입이 말레이시아 당국의 농업과 소비자들에게 어떠한 위협이 되지 않는다는 것을 인식한 것이다. 이러한 합의가 없었다면, 미국은 옥수수 글루텐(CGM)과 수용성 물질로 작동하는 건조 곡물 증류기(DDGS)의 수출 시, 발항지에서의 훈증과 까다로운 검역증명서를 제출해야 했을 것이다.

출처 : 미국곡물협의회

12) SPS : 농산물에 대한 식물위생검사규정

정책 살펴보기

Malaysia



모든 식품에 HACCP 인증 획득하도록 국가적으로 장려 (게시일: 2014년 6월 11일)
 2001년 4월 19일에 HACCP¹³⁾ 인증 제도를 공식적으로 시행한 이후, 말레이시아 정부가 모든 식품 제조업자를 대상으로 HACCP 인증을 취득하도록 적극적으로 장려한다는 계획이다. 말레이시아에서 제조된 식품이 안전하다는 것을 입증시켜 세계적으로, 특히 유럽과 미국을 중심으로 수출을 확장한다는 취지이다. 말레이시아에서 인정하는 HACCP MOH¹⁴⁾ 인증을 취득하게 되면 국가적으로 많은 지원을 받게 되는데 지원 사항은 하단과 같다.

- HACCP MOH의 승인을 받지 않은 식품은 수출 위생 증명서를 발급받는데 21일이 소요되지만 인증을 받은 식품은 3일 만에 증명서를 발급받을 수 있음
- MOH HACCP 로고를 제품의 패키지에 사용할 수 있음
- 유럽에 식품을 수출할 시 요구되는 No.EU 서류 중 하나임
- ISO와 HALAL과 같은 제품 품질 인증 효과¹⁵⁾를 지님
- 자유판매증명서(Certificate of Free Sale), GMO¹⁶⁾ 증명서, 육가공식품 증명서 등과 같은 수출시 필요한 증명서 획득 시 용이함

말레이시아 HACCP 인증 마크	관련 정보 사이트
	http://www.moa.gov.my/c/document_library/get_file?uuid=ebd631a7-47c1-4f23-b9b2-988e93c0d30a&groupid=41803

출처 : 말레이시아 보건복지부(<http://fosimdomestic.moh.gov.my>)

연간 예산안 발표에 따른 식품 보조금 축소 (게시일: 2014년 10월 9일)

로이터 통신에 따르면 말레이시아 총리 나 지브 라작 씨가 10월 10일에 '2015년 말레이시아 정부의 연간 예산안'을 발표할 예정이라고 전했다. 밀가루와 식용유와 같은 필수식품에 대한 정부의 보조금을 2015년부터 축소한다는 내용도 포함 되어있다. 구체적으로는 4월부터 12월까지 40억 링깃에서 24억 링깃으로 축소한다고 한다. 이에 식품 소비자들은 정부 보조금 축소로 인해 필수식품에 대한 가격이 오를까 걱정하고 있다.

출처 : 로이터 통신

13) 위해요소 중점관리 기준 : Recognition of Hazard Analysis and Critical Control Points

14) MOH : Ministry of Health, 말레이시아 안전청

15) 제품의 품질을 인증해 주는 효과만 동일할 뿐 이외의 효력은 동일하지 않음

16) GMO : Genetically Modified Organism, 유전자 변형 농산물

정책 살펴보기

Malaysia



말레이시아 정부, 식품위생과 라벨링 관련 검사 강화할 예정

(게시일: 2014년 5월 27일)

말레이시아 캐드버리社가 할랄 식품이라고 주장한 ‘캐드버리 헤이즐넛 밀크 초콜릿’과 캐드버리 구운 아몬드 밀크 초콜릿’에서 돼지의 DNA가 검출되어 충격을 주었다. 말레이시아 안전청(MOH; Ministry of Health)에서 실시하는 비할랄식품 대상 정기 점검 중에 발견된 사항으로써 할랄 식품에서 비할랄 성분이 검출되었다는 사실에 소비자들은 말레이시아 JAKIM(The Department of Islamic Development Malaysia)을 신뢰하지 못하겠다는 반응이다. 해당 식품은 전량 리콜 된 상황이며 말레이시아 캐드버리社는 즉각 이에 따른 조치를 취하겠다는 입장이다. 하지만 이미 신뢰를 잃은 소비자들은 리콜만이 최선의 방법이나며 캐드버리社 모든 제품에 대해 보이콧 운동을 벌이고 있는 중이다.

위와 같은 사태로 지위에 타격을 입은 MOH와 JAKIM은 할랄자격 검사와 식품법 ‘Food Act 1983’과 식품규칙 ‘Food Regulations 1985’에 입각한 식품위생과 라벨링 검사를 더욱 강화할 것이라고 발표했다. 특히 식품의 라벨링은 소비자가 제품을 고를 때 중요한 정보를 제공해 준다는 점에서 가장 꼼꼼히 검사할 것이라고 한다. 라벨링과 및 식품위생검사에 대해 궁금한 점은 말레이시아 안전청 식품안전품질부서(BKKM) 사이트(<http://fsq.moh.gov.my>)나 관련 SNS(www.facebook.com/bkkmhq)로 문의 하면 된다.

- ‘Food Regulation 1985’에 언급되어 있는 주의해야 할 라벨링 표기 사항은 하단과 같다.
- 규칙 11.(1).(c). 소고기나 돼지고기, 또는 그 유도체를 함유하고 있는 식품의 라벨에 함유된 성분을 표시하는 “CONTAINS”란을 삽입해야 한다.
 - 규칙 11.(1).(f). 만약 식품에 식용 가능한 동물성 지방과 기름이 함유되어 있다면 라벨에 그 동물의 종류를 기재해야 한다.
 - 규칙 11.(3). 또한 만약 동물의 것으로 식재료나 식품 첨가물을 재조하였다면 라벨에 그 동물의 종류를 기재해야 한다.

출처 : Food Safety and Quality Division, Ministry of Health Malaysia, Nikkei Asian



정책 살펴보기

Malaysia

식품규칙에서 천연 미네랄 워터와 일반 식수 구분 (게시일: 2014년 04월 19일)

말레이시아 식품규칙 'Food Regulation 1985'에는 사람의 소비를 목적으로 천연 광천수(AMS; natural mineral water)나 식수(AMB; packaged drinking water)를 취급하는 사람은 면허가 있어야 하며, AMS와 AMB 사이에는 차이가 있다고 언급한다. 하지만 대부분의 말레이시아 소비자들이 이를 잘 알고 있지 않고 제품을 고를 때 혼란을 겪고 있다는 요청으로 말레이시아 당국이 AMS와 AMB를 명확히 분리 설명해 주었다.

일반적으로 모든 물은 같다고 생각하지만 제조과정에 따라 용질 미네랄 함량과 유기 오염물 함량에 있어 차이가 난다. 말레이시아 소비자들이 접하는 물 종류에는 RO Water(Reverse Osmosis Water; 역삼투 물), 증류수, 오존수가 있으며 물을 포장하는 과정에서 이 같은 종류로 분리된다. 박테리아를 처리하기 위해 오존을 사용하여 소독하는 공정을 거치면 일반 식수로 분리되고, 오존을 사용하지 않고 물리적 여과만으로 미생물을 처리한 물은 천연 광천수로 분리된다.

말레이시아 정부는 소비자들이 이 둘의 차이를 쉽게 알아볼 수 있도록 일반 식수의 병뚜껑은 흰색으로, 천연 광천수의 병뚜껑은 다양한 색깔로 만들도록 하였다.

출처 : Ministry of Health, Malaysia

E코드 부착식품, 할랄식품에 포함 (게시일: 2014년 05월 30일)

말레이시아 정부소속 할랄인증 기관인 JAKIM은 할랄 인증에 'E' 코드(17)가 쓰여 있는 제품은 무슬림인들이 소비해도 된다고 전하였다. JAKIM의 회장인 오스만 무스타파는 제품 라벨에 E 코드나 숫자가 있는 식품은 하람(haram, 할랄의 반대) 성분으로 가공한 것이 아니라고 말하였다.

E 코드는 첨가물로 분류될 때 적용하는 코드로, 주로 유럽연합, 호주, 뉴질랜드, 북미 중 주로 캐나다, 이스라엘에서 흔히 사용되고 있다. "숫자 체계는 국제식품규격 위원회가 마련한 국제번호체계를 바탕으로 한 것이다"라고 무스타파가 말하였다. "E 코드 번호가 붙은 첨가물이 모두 비할랄 성분으로 만든 것은 아니다. 이들 첨가물 원료는 식물, 합성물질, 미생물, 천연물질, 동물일 수 있다"고 덧붙였다. 오스만 협회장은 무슬림 소비자들에게 일말의 의심이 들지 않도록 식품 업계 종사자들이 제품에 첨가물을 분명히 표시해 줄 것을 촉구하였다.

출처 : JAKIM

17) E number : 식품첨가물에 대한 통일된 목록으로서 유럽연합에서 주로 적용하는 코드임. E100부터 E1525까지 구분되어 있음 (구체적인 설명은 http://en.wikipedia.org/wiki/E_number 참고)

통관 거부사례 Malaysia



2014년 수입식품의 식품 위생법 위반 최신 사례

발표일	2014.04.15	
상품명	Rice Porridge with Abalone (전복 죽)	
수출국	한국	
내용	<p>캐나다와 싱가포르의 검역소가 한국으로부터 수입한 전복 죽(한 개당 용량 288g)에서 잇달아 위해요소를 발견하여 말레이시아 당국 역시 한국으로부터 전복 죽 수입을 금지시킴. 2013년부터 말레이시아 식품안전 정보국(Food Safety Information System of Malaysia-FoSIM)은 전복이 들어간 죽(쌀 가공식품)에서 위해요소가 발견된 국가로부터는 해당품목의 수입을 거부한다고 명시함</p> <p>이로 인해 향후 말레이시아 보건복지부는 말레이시아로 수입되는 죽 품목에 대해 레벨 5의 검역 테스트를 진행한다고 함. 이를 어길 시에는 10년 이하의 징역이나 벌금 RM100,000(한화 약 3,250만원) 형에 처한다고 함</p>	
거부 이유	<p>전복 죽에서 '클로스 트리 디움 보툴리눔(Clostridium botulinum)'이라는 세균이 검출됨. 이 세균은 발열과 복통을 일으킬 수 있는 병원성 미생물로 면역력이 특히 낮은 유아와 노인들에게 치명적일 수 있음</p>	

출처 : Ministry of Health, Malaysia¹⁸⁾

발표일	2014.09.04	
상품명	CHUANT TUNG FRAGRANT LARD OIL ¹⁹⁾	
수출국	중국	
내용	<p>중국 카오슝에 위치한 식용유 제조기업인 창관기업(強冠企業)의 식용유 제품인 '촨통향돼지기름(全統香豬油)'이 말레이시아 검역국의 통관검사서에서 걸려 수입거부 조치가 내려짐</p>	
거부 이유	<p>성분 검사 결과 식용유에 공업용 기름인 그리스(grease)와 가죽 클리너 기름을 혼합하여 만든 재활용 식용유로 드러남</p>	

출처 : 말레이시아 검역국(<http://www.mytradelink.gov.my/quarantine>)

18) 자세한 링크 : <http://fsq.moh.gov.my/v4/index.php/component/k2/item/719-isu-penarikan-balik-rice-porridge-with-abalone-darikorea-yang-dipercayai-dicemari-dengan-bakteria-clostridium-botulinum>

19) 라드 오일(Lard Oil) : 돈지오일. 돼지의 지방조직으로부터 렌더링이라는 제조과정을 거쳐 분리해 낸 지방이다. 파이나 비스킷 같은 페이스트리를 만들 때, 채소나 콩요리를 할 때 많이 사용한다.

TOP COMPANY MALAYSIA



말레이시아 식품기업 정보

한국으로부터 수입하는 주요 품목별, 말레이시아 기업 소개

들어가기에 앞서, 말레이시아의 한국식품 수입 상위 품목을 알아보자 !

순위	HS 코드 (6단위)	품목 분류	수입금액 (2013년 기준, USD)	연 평균 성장률 (2009~2013년, %)
1	1108.12	옥수수 전분	7,185,000	11
2	0810.90	람부탄 신선과일(Rambutan)	5,163,000	8
3	2106.90	기타 조제 식료품	3,584,000	19
4	1103.13	옥수수의 분쇄물, 조분 및 펠리트	2,766,000	-
5	2101.11	커피 엑스, 에센스 또는 농축물	2,524,000	106
6	1902.30	가공밥 국수(vermicelli), 투명한 국수(vermicelli), 즉석 국수, 쌀 국수(vermicelli) 중 별 훈, 기타	2,169,000	24
7	1806.32	초콜릿 과자 중 속을 채우지 아니한 것	1,596,000	-
8	1516.20	식물성 유지와 그 분획물	1,508,000	-
9	0709.51	아가리쿠스속의 버섯	1,123,000	47
10	0709.59	기타 버섯	985,000	15
11	0810.10	초분류 딸기	982,000	31
12	1905.90	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리 제품	822,000	38
13	1302.39	기타 식물성 수액과 엑스	706,000	18
14	1006.30	정미(연마·광택 여부를 불문한다)	465,000	-
15	2103.90	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 (간장, 케첩, 겨자소스 제외)	434,000	47
16	1302.19	식물성 수액과 엑스 기타류	412,000	27
17	2208.20	포도주 또는 포도즙을 짜낸 찌꺼기에서 얻은 증류주	408,000	-
18	1902.19	쌀 국수(vermicelli), 투명한 국수(vermicelli), 면, 기타	406,000	7
19	1518.00	동식물성 유지와 그 분획물 중 리놀신	397,000	-9
20	1211.20	인삼	372,000	6

※ 표시 한 부분은 말레이시아 식품 기업 선별 시 활용한 HS CODE로 부가 설명은 뒷장에 계속됨
(출처 : International Trade Centre)

기타류와 같이 품목을 명확하게 알 수 없는 것은 제외하고 말레이시아가 한국으로부터 가장 많이 수입하거나 수입량의 연 평균 성장률이 높은 품목을 기준으로 말레이시아의 주요 식품기업을 소개한다. 그 품목으로는 커피류(HS CODE: 2101.11), 면류(HS CODE: 1902.30, HS CODE: 1902.19), 과자류(HS CODE: 1905.90), 소스류(HS CODE: 2103.90), 주류(HS CODE: 2208.20)이다.

말레이시아 시장 진출 시, 해당 품목을 취급하고 있는 주요 기업들의 제품과 브랜드를 보고 참고하여 보자. 또한 2014년 신제품 및 인기제품을 정리한 부분을 활용하여 말레이시아의 식품시장 트렌드와 말레이시아인들이 선호하는 맛과 패키지, 브랜드를 파악하고 성공한 현지 기업들을 벤치마킹 해 보는 것은 어떨까?

OVERVIEW

품명	기업 소개	
커피류	Coffex Coffee Company	1997년 설립되어 커피제품, 커피머신, 시럽 등을 베트남과 태국, 필리핀에 수출하고 있는 커피 전문기업임
	Origin White coffee	'말레이시아의 화이트 커피'라고 하면 오리지널 화이트 커피사의 제품을 뜻한다고 할 정도로 말레이시아를 대표하는 화이트 커피 제조 회사임
면류	Twenty tweny Food Industry	말레이시아의 풍부한 쌀 생산량을 기반으로 1997년부터 쌀국수 사업을 소규모로 시작해 현재 말레이시아를 대표하는 쌀국수 생산기업으로 자리매김함
	Ee Kee noodle company	1986년에 설립되어 셀랑고르(Selangor)지역을 중심으로 말레이시아 전역과 미국, 캐나다에 면제품을 유통 및 수출하는 중임
과자류	Mamee Double Decker SDN BHD	1971년에 설립되어 인스턴트 쌀국수, 스낵, 음료, 냉동식품, 유제품을 제조 및 유통하는 식품회사
	Mondelez Malaysia Sales Sdn Bhd	KRAFT Malaysia사가 2013년에 상호를 변경한 형태로 Oreo, Tiger, Jacob's, Cadbury Dairy Milk 등의 유명 브랜드 식품을 취급하고 있으며 170개국에 수출하는 중임
소스류	Campbells	1970년에 설립되어 스프와 스낵, 건강음료 세 가지 핵심 상품을 개발 및 제조하고 면 요리용 소스를 주로 취급함
	Yakin Sauce company	자킴할랄 인증을 받은 소스제품을 취급하는 대표적인 회사로 거든나 중동, 싱가포르, 브루나이, 피지에 수출하고 있으며 시장을 확대 중에 있음
주류	Teo Seng Chan	말레이시아 주류시장을 이끄는 대표적인 주류 기업으로 9지 종류의 술을 싱가포르와 베트남에 수출함
	Winepak corporation SDN BHD	1980년대에 주류사업을 시작하여 30여년 동안 브랜드, 위스키, 와인, 보드카, 진(gin), 럼(rum), 데킬라, 토닉 주 등 다양한 종류의 술을 취급함
기타 인기 식품 취급기업	F&N beverage company	현재 말레이시아에서 가장 큰 소프트드링크 제조 및 유통 기업임
	Nescafe Malaysia	100년의 역사를 자랑하는 말레이시아 대표 식품기업으로 5,000명의 임직원들이 300 종류의 할랄인증 식품을 생산 및 연구개발하고 있음

품명 : 커피류 ☕



1

Coffex Coffee (M) Sdn



「Coffex Coffee (M) Sdn」은 호주에 위치한 코펙스커피社가 모기업으로, 1997년 말레이시아 쿠알라룸푸르에 설립되어 1998년부터 공식적인 사업을 시작하였다. 페탈링 자야(Petaling Jaya)에 공장을 설립하여 말레이시아 내 발생하는 수요를 충족시키고 있다. 또한 인근 국가인 베트남, 태국, 필리핀에 현지지사를 두고 있으며 쿠키 제조기업인 「Cookie Tree Sdn. Bhd」, 생활용품 스토어인 「ETC Marketing Sdn. Bhd」와 전략적 제휴 관계이다.

제품 소개

커피 원두부터 인스턴트 커피제품, 시럽, 커피제조 기계까지 커피에 관한 모든 제품을 취급한다. 고객에게 항상 고품질의 위생적인 커피를 제공하겠다는 모토로 제품의 전라인에 국제 품질규격인 ISO 22000:2005과 HACCP인증을 획득하였다. 또한 할랄 프로그램을 제품에 적용하여 고객의 니즈와 제품 안전성 모두를 만족시켰다는 평을 받고 있다. 또한 직원들과 일반 커피를 좋아하는 고객들에게 바리스타 교육을 제공하여 고객들이 코펙스 커피社의 제품에서 서비스까지 자연스럽게 접하도록 연계시키고 있다.



주요 커피 브랜드
(코펙스 커피, 카니발, 브리스토)



[좌측부터] 슈퍼 바 그라운드 커피(SuperBar Ground Coffee, 디카페인 그라운드 커피(Decaffeinated Ground Coffee), 카니발 에이에이(Carnival AA), 엑셀런트 아라비카 100% 커피빈(Eccellente Arabica 100% Coffee Bean)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

■ 아침을 깨워줄 'Carnival bonjour' 출시

카니발 브랜드의 신제품으로 미묘한 스모크 향과 단맛이 조화롭게 어우러져 매혹적인 맛이 나는 필터용 커피이다. 마일드 로스팅 기법으로 만든 커피로 부드럽고 가법기 때문에 모닝 커피용으로 안성맞춤이다. 끝 맛이 고소하면서도 오래가는 것이 이전의 카니발 브랜드 커피와는 다른 차별점이다. 설탕과 우유를 넣어 먹으면 더 맛있는 커피를 만들 수 있다.

■ 진한 커피가 먹고 싶다면 'Coffee Mokka'

맛이 상당히 강한 와일드 로스팅 커피이다. 커피를 많이 좋아하고 일반 커피의 맛을 조금 심심하게 여겨왔던 사람들을 대상으로 제조한 것으로 진한 커피 맛에 비해 쓴 맛이 나지 않는 것이 특징이다.

■ 베스트셀러 'Superbar Coffee Bean'

코펙스커피社의 제품 중 가장 인기가 많은 제품이다. 매년 가장 많은 판매량을 기록하고 있고 소비자들이 찾는 대부분의 식당, 카페, 호텔에서 제공하고 있다. 슈퍼바 커피는 여섯 종류의 프리미엄급 중남미 커피콩을 함께 로스팅하여 만든 커피로 풍부하고 부드러운 맛이다. 우유를 넣어 마시면 더욱 맛있는 커피를 맛 볼 수 있다.



카니발 봉주르
(Carnival Bonjour)



커피 모카
(Coffee Mokka)



슈퍼바 커피 빈
(Superbar Coffee Bean)

2

Origin White Coffee



말레이시아에서 두 번째로 인구수가 많은 도시인 조호바루(Johor Bahru)에 본사를 두고 있는 「오리진 화이트 커피」는 커피를 생산하는 것에서 부터 판매, 연구, 개발, 유통까지 하며 전 범위에 걸쳐 커피사업을 하고 있다. 2008년 커피사업에 관한 마케팅과 컨설팅만을 전담하는 지사를 중국 광저우에 설립하여 중국 소비자들 또한 공략하고 있다.

제품 소개



주요 커피 브랜드
(오리진 플레이버)

말레이시아 사람들은 집이나 회사에서 커피를 즐겨 마시기 때문에 팩, 박스, 카톤과 같이 다양한 패키지와 용량으로 제품이 구성되어 있어 취향에 따라 구매할 수 있다. 말레이시아 내에 화이트 커피가 많지만 오리진 화이트 커피사의 제품이 로컬 화이트 커피이기 때문에 ‘말레이시아의 화이트 커피’라고 하면 오리진 화이트 커피사의 제품을 뜻한다고 한다. 커피가 흰색이기 때문에 화이트 커피라고 불리는 것이 아니라 자사만의 고온 탄소 로스트 기술을 통해 추출해 낸 커피의 색이 옅은 황금색이 나서 화이트 커피라고 불린다. 보유 제품은 5가지 종류의 커피 제품으로 전문성을 두고 있다. 현재 올드타운 화이트 커피 (Old Town White Coffee)사와 함께 말레이시아를 대표하는 커피회사로 세계 곳곳에 있는 커피 애호가들에게 잘 알려져 있다.



[좌측부터] 화이트 커피 오리진(3in1 White Coffee Origin), 라떼 화이트 커피(Latte White Coffee), 모카 화이트 커피(Mocha White Coffee), 난양 화이트 커피 오(Nanyang White Coffee O)

2014 신제품으로 살펴보는 식품 트렌드



오리진 화이트 모카
(Origin White Mocha)

「Origin White Mocha」

제품은 이탈리아산 에스프레소 3분의 1과 밀크 폼 3분의 2가 혼합된 형태이다. 여기에 약간의 초콜릿이 함유되어 있어 부드럽고 달콤한 맛을 느낄 수 있다.



오리진 테타릭
(Origin Teh Tarik)

「Origin Teh Tarik」

말레이시아에서만 맛 볼 수 있는 밀크티(milk tea)로 길거리 마켓에서 흔히 맛 볼 수 있다. 오리진 화이트 커피사의 테타릭은 홍차 파우더와 농축우유로만 만들어 졌다. 두 스푼을 컵에 담아 물이나 우유를 부어 마시면 된다. 가루가 어떠한 용매에도 잘 녹아 차게 먹어도 되고 뜨겁게 먹어도 된다.



오리진 화이트 라떼
(Origin White Latte)

「Origin White Latte」

오리진 화이트 커피사의 가장 인기 있는 제품이다. 오리진 원두와 탈지유, 특별한 재료를 넣어 오리진 팀에 의해 만들어진 제품으로 커피의 쓴 맛을 부드럽고 달콤한 맛으로 바꿔 모두의 입맛에 맞게 하였다.

품명 : 면류



1

Twenty Twenty Food Industry



「Twenty Twenty Food Industry」는 말레이시아의 풍부한 쌀 생산량을 기반으로 1997년부터 쌀국수 사업을 소규모로 시작해 현재 말레이시아를 대표하는 쌀국수 생산기업으로 자리매김하였다. 포콕세나(Pkok Sena)에 위치한 50에이커²⁰⁾ 달하는 큰 영토에서 쌀을 재배하고 있고 12개 지역에 위치한 지사를 통해 마케팅을 진행하고 있다.

제품 소개



주요 면 브랜드
(비hun 람퐁)

자사의 쌀국수를 사용하여 만든 면 요리 방법을 상세하게 홈페이지(<http://www.twenty-twenty.com.my/recipe/>)에 게시하여 소비자들이 어떻게 하면 제품을 맛있게 먹을 수 있는지 알려주면서 인기를 얻고 있다. 이를 통해 자연스럽게 제품 홍보효과도 얻고 있다. 제품은 총 7개 라인으로 나뉘며 그 중 ‘Bihun Serama Mas’ 제품은 용량이 가정용 300g에서 사업용 4.5kg까지 7단계로 세세하게 나뉘어 있어 소비자들로 하여금 선택의 폭을 넓혔다. 대부분의 제품에 말레이시아 자킴할랄을 획득하였고 생산라인에 영국과 호주로부터 인정받은 HACCP 인증을 획득하였다. 말레이시아에서 가장 유명한 면 제조회사로 권위 있는 대표적인 연례 비즈니스 상인 ‘Golden Bull Award’를 수상한 바 있다.



[좌측부터] 비hun 프리미어 브라운(Buhun Premiere Brown), 비hun 캄퐁(Bihun Kampung), 비hun 자티(Bihun Jati), 락사 실랏 카사르(Laksa Silat Halus)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

■ 비hun 시리즈 ‘비hun 프리미어(Bihun Premiere)’

자사 쌀국수 브랜드인 비hun의 신제품으로 프리미엄 라인이다. 가늘고 쫄깃한 식감에 잘 끊어지지 않는 것이 특징이다. 비hun(Bihun)은 말레이시아어로 국수라는 뜻이다.

■ 가늘고 긴 면 ‘락사 캄퐁 카사르(Laksa Kampung Kasar)’

말레이시아인들이 좋아하는 락사 스프(Laksa soup)를 만들 때 사용하는 면으로 가늘고 긴 것이 특징이다. 락사는 매운 면 요리인데 트웬티트웬티社의 락사 면은 매콤한 양념이 면에 잘 스며들어 락사스프의 맛을 한층 풍부하게 만든다는 평이 있다.

■ 건강한 ‘캄퐁 흑미 비hun(Kampung Brown Bihun)’

심장병과 혈당수치의 급작스런 하락을 예방해주고 소화기능을 개선해주는 흑미를 주원료로 만든 면이다. 이 면으로 요리를 해서 먹으면 맛있는 요리와 더불어 비타민 B, 마그네슘, 철분을 섭취할 수 있음을 소비자들에게 어필한다.



비hun 프리미어
(Bihun Premiere)



락사 캄퐁 카사르
(Laksa Kampung Kasar)



캄퐁 흑미 비hun
(Kampung Brown Rice Bihun)

20) 50에이커(ac) : 61208.7034평

2

Ee Kee Noodle Company



1986년에 설립된 「Ee Kee Noodle company」는 셀랑고르(Selangor)지역을 시작으로 말레이시아 전역과 미국, 캐나다에 면 제품을 유통 및 수출하고 있다. 1993년에 처음으로 공장자동화 시스템을 도입하였고 수요에 따른 공급을 충족시키기 위하여 2013년에 두 번째 공장을 설립하였다. 취급 제품은 생(生)면과 튀긴 면이다.

제품 소개

이기국수회사의 면이라는 뜻의 '이미(Yee Mee)'국수의 주재료는 야채와 계란으로 황금 빛이 도는 노란색 국수로 알려져 있다. 가늘고 끊어지지 않는 긴 면 때문에 이미(Yee Mee)국수는 장수(長壽)의 상징이 되었고 나이가 많은 사람들에게 종종 선물로 사용되기도 한다. 2000년에 이기국수회사는 'Ee Kee Ho Fun'이라는 넓고 평평한 모양의 쫄깃한 맛이 특징인 면을 출시해 선풍적인 인기를 끈 바 있다. 이 시점을 계기로 말레이시아 면 시장에서 우위를 선점하였고 현재는 말레이시아 뿐 아니라 전 세계에서 가장 유명한 면 브랜드 중 하나가 되었다. 튀기고 삶고, 찌낸 조리과정을 거친 가공된 면과 생(生)면, 경단(dumpling) 용 반죽, 라면 등과 같은 기타 면 제품 30종류를 취급한다.



[좌측부터] 노란국수 호키엔 누들(Hokkien Noodle), 이기호편(Ee Kee Ho Fun), 스페셜 누들(일본 라면, 시금치 면, 하카면), 경단용(Dumpling) 반죽 둥근모양-네모모양

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드



이기 흙그릇 누들
(Ee Kee claypot noodle)

■ '이기 흙그릇 누들(Ee Kee Claypot Noodle)'

끊임없는 연구와 시도를 거듭한 끝에 만들어진 이기국수회사의 초기 제품이다. 야채, 다진 고기, 계란, 버섯을 재료로 만들어 담백한 맛이 일품이다. 회사 설립이후 꾸준히 사랑받고 있는 베스트셀러 제품이기도 하다.



완탕미
(Wan Tan Mee)

■ '완탕미(Wan Tan Mee)'

한국에서 '완탕면'으로 잘 알려진 요리에 쓰이는 면으로, 끓는 물에 삶아 갖가지 채소를 넣어 먹으면 집에서 맛있는 완탕면 요리를 먹을 수 있다. 면 자체가 담백하여 따로 간을 하지 않고 먹어도 된다. 말레이시아 사람들은 완탕미 요리의 토핑으로 물만두인 슈이 지아오(水餃; shuǐjiǎo)를 얹어 먹는 것을 좋아한다.



판미
(Pan Mee)

■ 평평한 모양의 '판미(Pan Mee)'

말레이시아 전통 면인 '판미'는 하카²¹⁾ 스타일의 면으로 '평평한 밀가루 면'이라는 뜻이다. 판미를 사용하여 만든 면 요리는 대표적인 말레이시아-중국 요리로 이기국수회사의 판미는, 초창기에는 수타로 2인치 정도의 밀가루 덩이모양으로 만들어졌으나 공장이 자동화 되면서 대량생산 중에 있다.

21) 하카(Hakka) : 타이완에 살고 있는 한족의 한 갈래를 부르는 명칭

품명 : 과자류

1

Mamee Double Decker SDN BHD



< Mamee Double Decker社 심볼 >

1971년에 설립된 「Mamee Double Decker SDN BHD」는 식품제조 회사인 「Pacific Food Products Sendirian Berhad」와 음료 생산회사인 「MDD Beverage Sdn Bhd」, 자동차 렌탈 서비스 사업을 담당하는 「Mamee-Double Decker ICT Sdn Bhd」를 산하에 두고 있다. 인스턴트 쌀국수 생산을 시작으로 스낵, 음료, 냉동식품, 유제품을 제조 및 유통한다. 말레이시아 에이어케로(Ayer Keroh)에 위치한 본사를 기점으로 미얀마와 아시아 곳곳에 지사를 설립하여 사업을 확장하여 2012년에 말레이시아 주식에 상장되었다.

제품 소개

마미더블데커社は 제품원료의 생산, 조달, 취급, 제조 및 유통 전 부분에 HACCP 인증을 받아 안전한 식품임을 인정받았고, 모든 스낵 제품이 할랄인증을 받아 말레이시아 시장을 포함한 전 세계 이슬람 시장에서 인기를 얻고 있다. 마미더블데커社の 스낵에는 동물성 식품 첨가제가 일절 함유되어 있지 않고 색소와 감미료 또한 이슬람 교리에 맞는 원료를 사용하여 100% 말레이시아 할랄시장을 겨냥하였다. 신문과 잡지에 광고 게재, 스타 마케팅, 스포츠 마케팅 등 제품 프로모션 방법도 다양하다. 프로모션 성공 사례로는 미스터 포테이토 감자 칩으로써 유명 축구구단인 '맨체스터 유나이티드'의 후원사로 전 세계 스낵시장에서 이름을 알린 바 있다.



주요 스낵 브랜드
(더블 데커, 미스터 포테이토, 콘토즈, 스맥스)



[좌측부터] 더블 데커(Double Decker), 미스터 포테이토 크리스피(Mister Potato Crisps), 콘토즈(Corntoz), 스맥스(Smax)

2014 신제품으로 살펴보는 식품 트렌드

■ '마미 몬스터 (Mamee Monster)' 출시

일반 라면 모양으로 생겼으나 끓여먹는 것이 아니라 과자처럼 가공되어 있어 포장지만 제거한 후 스낵처럼 바로 먹을 수 있다. 치킨 맛, 바비큐 맛, 사테이²²⁾ 맛이 있다.

■ 두 가지 종류의 과자를 동시에 '마미 콤보 팩 (Mamee Combo Pack)' 출시

마미더블데커社の 인기 제품 두 가지 '마미 몬스터'와 옥수수 과자 '콘토즈'를 함께 먹을 수 있는 콤보 팩이 출시되었다. 소비자들 두 중 어느 것을 먹을지에 대한 고민을 덜어 주겠다는 취지로 개발한 것으로 출시하자마자 말레이시아 소비자들의 반응이 뜨겁다.

■ '마미 펀키즈 미니 (Mamee Funkees Mini)'

지그재그 모양으로 생긴 스낵으로 먹는 재미를 더했다. 바비큐 맛, 치킨 맛, 칠리치즈 맛이 있다.



마미 몬스터
(Mamee Monster)



마미콤보팩
(Mamee Combo Pack)



마미 펀키즈 미니
(Mamee Funkees Mini)

22) 사테이 : Satay, 땅콩 소스와 함께 내는 동남아시아의 꼬치 요리

2

Mondelez Malaysia Sales Sdn Bhd



「KRAFT Malaysia Sdn Bhd」가 2013년 「Mondelez Malaysia Sales Sdn Bhd」로 이름을 변경하였다. Oreo, Tiger, Jacob's, Cadbury Dairy Milk 등의 유명 브랜드 식품을 취급하고 있으며 170개국에 수출하고 있다. 보유자산이 50억 달러(USD)이며 직원수는 약 1,600명으로 세계에서 두 번째로 큰 식품회사이다. 말레이시아 조호바루(Johor Baru), 프라이(Prai), 샤아람(Shah Alam)에 생산 공장을 보유하고 있다.

제품 소개



주요 스낵 브랜드
(크래프트, 타이거, 린츠, 제이콥스)

몬델레즈社は 말레이시아 사람들이 가장 좋아하는 스낵 제조회사 1위로 모든 제품에 할랄인증을 받아 안전성을 입증 받았다. 몬델레즈社の 초콜릿 브랜드 중 하나인 '캐드버리'는 말레이시아 내에서 특히 수요가 높아 캐드버리 제품만을 생산하는 공장을 셀랑고르(Selangor)에 보유하고 있다. 캐드버리는 정기적으로 초콜릿 제품을 모아두고 할인행사를 진행하는데 2014년 9월 이벤트가 열린 3일 동안 7,000명 이상의 사람들이 제품을 구매하러 매장에 방문하여 그 인기를 입증하였다. 몬델레즈社は 수익으로 다양한 사회 공헌 활동을 하고 있는데 2014년에는 '어린이를 위한 혁신적인 파트너 상(Transformativ Partner for Children)'을 수상한 바 있다.



[좌측부터] 호올스 민트맛(Halls), 치즐스(Cheezels), 트위스티스(Twisties), 린츠(Ritz)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드



오레오 (Oreo)

타이거 케이크 (Tiger Cake)

제이콥스 위트밀 (Jacob's Weetameal)

전 세계인들의 국민 간식 '오레오(Oreo)'

부드럽고 달콤한 바닐라 크림이 다크 초콜릿 쿠키 사이에 샌드위치 되어 있는 전 세계인들의 국민간식이다. 바삭한 쿠키와 부드러운 크림의 질감이 잘 어우러져 씹을수록 조화로운 맛을 느낄 수 있다.

'타이거 케이크(Tiger Cake)'

얇은 과자 사이에 초콜릿과 판단²³⁾ 크림이 들어가 있어 한 입 먹을 때 마다 풍부한 초콜릿과 판단 맛을 느낄 수 있다. 맛뿐만 아니라 9가지 비타민 과 6가지 미네랄이 함유되어 있어 영양분도 풍부하다.

담백한 '제이콥스 위트밀(Jacob's Weetameal)'

밀 시리얼이 75%나 함유된 동그란 모양의 맛있는 밀가루 과자다. 말레이시아 식품 안전청의 규정에 맞는 적당한 양의 지방이 함유되어 있어 몸에 해롭지 않고 평평한 과자위에 치즈나 과일 등을 얹어 가나페로 만들어 먹으면 더 맛있다.

23) 판단(Pandan) : 동남아시아(말레이시아, 태국, 인도네시아)의 대표적인 음식 향신료 중 하나이다. 부드러운 재스민과 바닐라의 중간쯤인 꽃향기를 지니고 있음

품명 : 소스류



1

Campbell Soup Company



1970년대에 설립된 「Campbell Soup Company」는 스프와 스낵, 건강음료 세 가지 핵심 상품을 개발 및 생산하고 있다. 미국이 본사인 캠벨사는 1995년 12월에 동남 아시아에서는 최초로 제품 생산 권을 준 「Cheong Chan (Hup Kee) Sdn. Bhd」의 지분을 인수해 페탈링 자야(Petalang Jaya)에 다국적 식품기업인 「Campbell Malaysia」를 설립 하였다.

제품 소개

1974년에 '김발(Kimball) 토마토 케첩(340g)'을 말레이시아 시장에 출시하는 것을 시작으로 탬퍼(tamper)봉합 방식과 버튼 캡 형태의 소스 통을 1985년에 최초로 도입하였다. 또한 '말레이시아 타이 칠리소스'를 1999년에 최초로 말레이시아에 출시하면서 소스 업계의 선구자가 되었다. 캠벨사의 소스 브랜드인 김발(Kimball)은 어떠한 인공 색소와 맛, 합성착향료, 방부제도 첨가되어 있지 않은 건강한 소스이다. 보유하고 있는 다양한 소스를 활용하여 만들 수 있는 음식 조리법을 자사 홈페이지에 게시하여 고객들에게 편의 제공 및 제품 홍보효과를 동시에 만족시키고 있다.



주요 소스 브랜드
(프레고, 김발, 청찬)



[좌측부터] 김발 타이 칠리 소스(355g), 김발 마요네즈(470ml), 까르보나라 버섯 소스(350g), 굴 소스(255g)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

■ 'Kimball 칠리 갈릭 소스'

홍고추와 마늘을 재료로 한 칠리소스로 찐득하고 매콤한 맛이 강해 어떠한 요리에 첨가 해도 음식의 풍미를 강하게 만들어 준다. 치킨이나 고기, 해산물, 삶은 야채를 찍어먹는 디핑소스(dipping sauce)로 많이 이용된다.

■ 'Kimball 칠리 소스'

말레이시아에서 가장 인기 있는 칠리소스로 홍고추가 주재료이다. 수요가 많은 만큼 용량도 다양하고 용기도 다양하여 취향에 맞게 칠리소스를 맛 볼 수 있다. 유리병에 담긴 340g 칠리소스는 가정용으로, 1Kg짜리 파우치 형태의 칠리소스는 상업용으로, 780g 짜먹는 플라스틱 형태의 칠리소스는 가계용으로 인기가 좋다.

■ 'Kimball 굴 소스'

진짜 생굴 추출물과 기타 향료를 섞어 만든 풍부한 굴 맛을 느낄 수 있는 굴 소스다. 짜지 않아서 요리에 넣어먹어도 되지만 요리를 찍어먹는 디핑소스(dipping sauce)로 많이 사용된다.

	김발 칠리 갈릭 소스 (Kimball Chili Garlic Sauce)
	김발 칠리 소스 (Kimball Chili Sauce)
	김발 굴 소스 (Kimball Oyster Sauce)

2

Yakin Sedap Sdn Bhd



「Yakin Sedap Sdn Bhd」는 말레이시아 내 자체생산과 유통망 구축을 목표로 1997년에 설립되었다. 제품의 품질을 가장 중요시 여기는 야킨社は 엄격한 품질 교육을 받은 품질 관리팀을 두고 위생적인 자동 제조공장을 설립하여 품질과 생산성 향상에 지속적인 투자를 하고 있다. 현재 야킨社は 자킴할랄 소스제품을 취급하는 대표적인 회사로 거둬나 중동, 싱가포르, 브루나이, 피지에 수출하고 있으며 시장을 확대 중에 있다.

제품 소개



주요 소스 브랜드
(야킨)

디핑 소스, 시즈닝 소스, 오리엔탈 소스, 굴 소스, 식초, 음료 제품을 제조 및 유통한다. 야킨社の 다양한 소스는 말레이시아 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 패스트푸드 체인점, 케이터링 회사, 항공사에서 주로 취급되고 있다. 소스 중에서 간장소스(soy sauce)가 가장 인기가 많은데 비(非)GMO 소스이기 때문에 건강에도 좋고 단맛, 짠맛, 담백한 맛, 매운 맛 등 다양한 간장 맛이 있어 소비자들의 선택의 폭이 넓기 때문이다. 325g 소규모 용량에서 5kg 대용량 까지 다양한 패키지의 칠리 소스와 토마토 소스를 보유하고 있어 그에 맞는 넓은 고객 군을 보유하고 있다.



[좌측부터] 칠리 소스, 토마토 소스, 파스타와 바비큐 소스, 튀긴 면용 소이 소스(1.9L)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

	스위트 소이 소스 (Sweet Soy Sauce)
	SOS 토마토 소스 (SOS Tomato Sauce)
	타마린드 (Tamarind)

「달콤한 소이 소스(Sweet Soy Sauce)」

삶은 콩, 볶은 곡물, 소금물(brine), 누룩곰팡이 등을 발효시켜 만든 조미료다. 재료를 발효시켜 만든 반죽을 압축시켜 즙을 짜내 즙으로는 간장소스를 만들고, 즙을 짜내고 남은 반죽은 동물의 사료로 사용하여 친환경적이다.

「에스오에스 토마토 소스(SOS Tomato Sauce)」

인공적인 토마토 향으로 만든 토마토 소스가 아니라 진짜 토마토로 제조한 신선한 토마토 본연의 맛을 느낄 수 있는 소스이다. 케첩과 같은 디핑소스가 아닌 요리를 할 때 사용하는 요리용 소스다. 보통 고기와 더운 야채 요리를 만들 때 자주 사용되지만 무엇보다도 토마토 파스타에 가장 잘 어울리는 소스이다.

「타마린드(Tamarind) 소스」

타마린드²⁴⁾와 소금물로만 만든 소스로 짭짤한 음식과 달콤한 음식에 모두 첨가하여 먹을 수 있는 몇 안 되는 재료 중 하나로 음료수나 소르베²⁵⁾는 물론 렐리시²⁶⁾, 삶은 고기, 수프에도 들어간다.

24) 콩과에 속하는 상록 교목으로 맛 좋은 새콤한 향미를 더해주는 향신료임

25) 소르베(Sorbet) : 프랑스 말로 셔벗을 의미함. 과즙, 술, 향료로 만든 차가운 디저트로 아이스크림과 비슷함

26) 렐리시(Relish) : 달고 시게 초절임한 열매채소를 다져서 만든 양념류

품명 : 주류



1

Teo Seng Chan Liquor Merchants Sdn Bhd



1982년 양조 전문가에 의해서 말레이시아 셀랑고르 샤 아람(Selangor Shah Alam)에 설립된 「Teo Seng Chan Liquor Merchants Sdn Bhd」는 고품질의 정교한 술을 제조 및 유통한다. 말레이시아 주류시장을 이끄는 대표적인 주류 기업으로 9지 종류의 술을 싱가포르와 베트남에 수출 중이다.

제품 소개

위스키와 보드카, 진(gin), 럼(rum), 브랜드, 특수 제조한 허브향이 나는 술 등을 취급하고 있다. 각각의 술들은 특유의 라벨과 케이스 안에 담겨져 판매 및 유통된다. TSC사는 국제적 규모의 연구개발팀을 두어 매년 신제품 개발을 하고 있고 말레이시아 20개 이상의 마켓에 납품중이다. 말레이시아 주류 OEM 기업으로는 가장 크고, 판매량 면에서 상위 3위 안에 랭크된 유명 주류기업이다. 맛과 패키지, 용량, 디자인, 브랜드 등 모든 것을 고객에게 맞추어 제조하는 부분이 업계 최고이기 때문에 자기만의 브랜드를 지닌 술을 찾는 고객들의 수요가 점점 증가하고 있다.



주요 주류 브랜드
(짐 베리 위스키, 워너 위스키,
진 델론, 애플 럼)



[좌측부터] 짐 베리(Jim Berry) 위스키, 솔루션 보드카(Solution Vodka), 진 델론(Gin Delon), ASTA Apple Rum

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드



루이 마틴 플래티넘
(Louis Martin
Platinum)

슈퍼 히어로
(Super Hero
VSOP)

솔리드 브랜드
(SOLID Brandy)

■ '루이 마틴 플래티넘(Louis Martin Platinum)'

용량은 700ml이고 알코올 도수는 40도인 강주(強酒)이다. 동그란 원통 모양의 상자에 담겨있고 주로 께짝으로 판매된다. 한 께짝에 12병이 들어 있다. 레스토랑이나 바(Bar)가 주요 수요처이다.

■ '슈퍼 히어로(Super Hero VSOP)'

알코올 도수가 40도인 강주(強酒)로, 용량이 가정용인 170ml와 350ml가 있고 상업용인 700ml가 있다. 한 께짝에는 각각 12병, 24병, 48병이 들어 있다.

■ '솔리드 브랜드(SOLID Brandy)'

TSC사의 브랜드 중 가장 보편적으로 마시는 제품으로 알코올 도수가 28도라 다른 브랜드 종류에 비해 비교적 순하다. 용량은 '슈퍼 히어로'와 같이 가정용인 170ml와 350ml가 있고 상업용인 700ml가 있다. 한 께짝에는 각각 12병, 24병, 48병이 들어 있다.



< 와인팩사의 생산설비 >

2

Winepak Corporation (M) Sdn Bhd



1980년대에 설립된 「Winepak Corporation (M) Sdn Bhd」는 30여년 동안 말레이시아에서 주류를 생산 및 유통하여 왔다. 창립자인 여오응치앙(Yeo Eng Chiang)씨는 말레이시아 보틀링(Bottling) 협회 회장이며 다양한 세계 와인 및 주류 협회의 회원이다. 주류 산업에서 그가 쌓아온 60년 동안의 경험과 열정은 오늘 날의 와인팩사를 말레이시아 주류 선도 기업으로 자리매김하는데 밑거름이 되었다.

제품 소개

브랜드, 위스키, 와인, 보드카, 진(gin), 럼(rum), 데킬라, 토닉 주 등 다양한 종류의 술을 취급하고 있다. 와인팩사는 말레이시아 주류 회사 중에서는 최초로 화이트 와인과 레드 와인, 칵테일와인을 생산한 기업이다. 자사만의 프리미엄 브랜드로 주류를 생산하기도 하고 고객이 원하는 맞춤형 프라이빗 브랜드로 제품을 생산하기도 한다. 또한 마케팅 서비스도 제공하는데 고객의 맞춤형 브랜드가 말레이시아 시장에 어떻게 유통되는지 어떻게 해야 잘 판매되는지에 대한 컨설팅을 해주기도 한다. 와인팩사는 그만큼 말레이시아 내에 넓은 판매유통망을 갖고 있는데 하이퍼마켓, 호텔, 레스토랑, 면세점, 공항 등이 판매처이다. 와인팩사는 현재 말레이시아 내 유명 농구팀인 '살락팀(Salak South Basketball Team)'의 스폰서로도 활동하고 있다.



주요 주류 브랜드
(비츄 갓오브셰프, 골든 이글 브랜드, 슈퍼 악스 브랜드, 평왕)



[좌측부터] 비츄 갓오브셰프(BEE CHIEW-God of chef), 아미고 팝 화이트 데킬라(AMIGO Pop White Tequila), 커브 78 브랜드(KUB 78 Brandy), 카바치 진(Kavarchi Gin), 평왕 칵테일 와인(Fung Wong Glutinous Rice Wine)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

■ 브랜드 '악스 올드(AXE OLD)'

150ml, 175ml, 350ml, 700ml 4가지 용량으로 준비된 알코올 도수 40도의 브랜드이다. 깨끗한 뒷맛과 청량감으로 저녁 식사 후 입 속의 텁텁한 느낌을 없애주기 위해 한 잔 마시는 것을 추천한다.

■ 브랜드 '리갈리아(Regalia)'

알코올 도수 37도의 브랜드로 용량은 700ml 하나이다. 나무 케이스에 들어 있고 숙성 된 기간에 따라 진한 카라멜 색을 띈다.

■ '올드타임 진(Old Time Gin)'

진(gin)²⁷⁾ 성분이 주된 원료인 브랜드이다. 물 이외의 어떠한 첨가물도 들어가지 않은 드라이 진(dry gin)이다. 알코올 도수는 38도 이고 현지 매장가는 RM 29.90으로 한화 약 10만원이다.

	악스 올드 (Axe Old)
	리갈리아 (Regalia)
	올드타임 진 (Old Time Gin)

21) 경류 알코올에 주니퍼 베리(juniper berry : 노간주나무 열매)로 향기를 낸 무색투명한 증류주

기타 인기 식품 취급 기업



1

F&N Beverage and Marketing Sdn Bhd



처음 「F&N Beverage and Marketing Sdn Bhd」는 1913년에 말레이시아 쿠알라룸푸르, 말라카, 페낭 등지에 지점 형태로 생겼다. 20명의 직원으로 작게 사업을 시작한 FNBM사는 현재 말레이시아에서 가장 큰 소프트드링크 제조 및 유통기업이다. 다양한 종류의 음료를 취급하고 있으며 말레이시아 내에 3곳의 생산 공장과 10곳의 물류창고를 보유하고 있다. 그 중 샤 아람(Shah Alam)에 위치한 공장의 규모는 31헥타아르(hectares)로 약 9만평이 넘어 말레이시아에서 가장 큰 음료 생산 공장으로 꼽힌다.

제품 소개



주요 음료 브랜드
(100 플러스, 에프앤드앤,
아이스마운틴, 레드불)

뛰어난 생산라인으로 캔 음료, 병 음료, 테트라팩(tetrapack) 음료, 페트(pet) 음료를 1분에 1,500개, 1년에 65만 개를 생산하고 있으며 이는 FNBM사의 음료제품으로 지구를 두 바퀴 돌리고도 남는 양이라고 한다. 이와 같이 음료를 많이 생산하는 이유는 당연히 말레이시아 사람들이 FNBM사의 음료를 많이 소비하기 때문이다. 수요를 만족시키기 위해 공장 내 자동화 생산라인이 11개가 구축되어 있다. 음료 브랜드 중 '100 PLUS'는 말레이시아에서 판매량 기준 1위 아이소토닉 음료²⁸⁾로 갈증해소와 에너지 회복에 뛰어나 운동 후에는 물론 평소에도 물처럼 자주 마신다. 소다음료, 주스, 기능성 음료, 유음료, 미네랄 워터를 취급한다.



[좌측부터] 에프앤드앤 펀 플레이버(F&N Fun Flavour) 오렌지 맛, 에프앤드앤 코디얼²⁹⁾(F&N Cordial), 아이스 마운틴(Ice Mountain), 에프앤드앤 시즌스 뉴트리소이(F&N SEASONS Nutrisoy)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

▶ 넘버 원 아이소토닉 브랜드 '100 플러스(100 PLUS)'

임상실험 결과 물보다 43% 강한 내구성을 지닌 입자로 만들어진 미네랄 드링크이다. 몸의 균형을 맞추어 주고 갈증 해소에도 뛰어나 격렬한 운동을 한 사람들이나 바쁜 삶을 사는 사람들에게 생기를 되찾아주는 기능을 한다.

▶ 과일음료 '에프앤드앤 후르츠 트리(F&N Fruit Tree)' 출시

과일향이 나는 인공 착향료가 아닌 진짜 과일 즙으로 만든 과일 주스이다. 각 과일주스 안에는 과육도 함께 들어 있어 씹는 재미도 있다. 비타민 A와 C, E 그리고 천연 미네랄이 풍부하게 함유되어 있어 몸과 피부에도 좋다. 오렌지 맛, 사과 맛, 망고 맛 등이 있다.

▶ 세계인들의 에너지 드링크 '레드불(Red Bull)'

정신을 집중하거나 또렷하게 다잡고 싶은 사람들, 역동적인 활동을 하고자 하는 사람들에게 탁월한 효과를 주는 기능성 에너지 드링크이다.



100 플러스
(100 Plus)



에프앤드앤
후르츠 트리
(F&N Fruit Tree)



레드불
(Red Bull)

28) 아이소토닉 음료 : Isotonic Drink, 미네랄 함유 스포츠 드링크

29) 코디얼 : Cordial, 감미(甘味)와 향미(香味)를 배합한 알코올성 음료

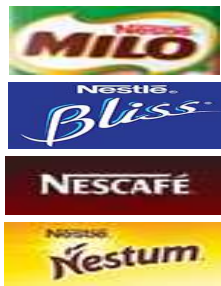
2

Nestle Manufacturing (M) Sdn Bhd



「Nestle Malaysia」는 말레이시아 페낭(Penang) 지역에서 1912년 「Anglo-Swiss Condensed Milk Company」이라는 이름으로 출발했다. 이후 1939년 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)로 회사를 이전시키고 1962년 첫 번째 생산 공장을 페탈링 자야(Petaling Jaya)에 건설한 이래로 현재 7개의 생산 공장을 말레이시아 내에 보유하고 있다. 100년의 역사를 자랑하는 대표 식품기업으로 5,000명의 임직원들이 300 종류의 할랄 식품을 생산 및 연구개발하고 있다.

제품 소개



주요 제품 브랜드
(밀로, 블리스, 네스카페, 네스텀)

유제품, 시리얼, 이유식, 음료, 커피, 아이스크림, 인스턴트 음식, 과자 등 거의 모든 범주의 식품을 취급한다. 널리 알려져 있는 커피브랜드 'NESCAFÉ'와 말레이시아에서 가장 유명한 인스턴트 면 브랜드 'MAGGI', 초콜릿 브랜드 'MILO', 'KIT KAT' 등이 주요 제품이며 네슬레사의 제품으로 어떠한 요리를 맛있게 먹을 수 있는지 레시피가 나와 있는 사이트(<http://ww2.nestle.com.my/dearnestle/Pages/landing.aspx>)를 따로 구축하여 소비자들에게 편리함을 제공하고 있다. 2014년 9월 기준 매출액은 RM 370억으로 한화 약 12조에 달한다. 이는 전년 대비 1.4% 증가한 수치로 전문가들은 다양한 프로모션과 지속적인 세일즈 활동의 결과라고 평가한다.



[좌측부터] 인스턴트 면 제품 '매기(Maggi)', 시리얼 제품 '쿠키 크리스피(Cookie Crisp)', 이유식 제품 '맘앤데미(Mom&Me)', 초콜릿 제품 '밀로(Milo)'

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드



네스카페 클래식
(Nescafe Classic)

네스카페
화이트 커피
(Nescafe White
Coffee)

네스카페
라떼 카라멜
(Nescafe
Latte Caramel)

네스카페 본연의 맛 '네스카페 클래식(Nescafe Classic)'

가장 보편적인 맛의 커피인 만큼 베스트셀러 제품이다. 현재 네슬레사는 새로운 네스카페 클래식을 천천히 조심스럽게 출시하기 위해 새로운 커피 추출기술을 도입하는 단계에 있다.

'네스카페 화이트 커피(Nescafe White Coffee)'

기존의 커피에서 한 층 업그레이드 된 맛의 이포 화이트 커피³⁰⁾이다. 정통적이고 향이 풍부한 커피, 크림, 두꺼운 층의 거품이 잘 조화된 깊은 맛의 커피이다.

달콤한 '네스카페 라떼 카라멜(Nescafe Latte Caramel)'

커피를 잘 못 마시는 사람들을 위해 새로 만든 라떼 카라멜 맛의 스틱 커피이다. 전혀 쓰지도 않고 텁텁하지도 않아서 부담 없이 마실 수 있다. 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 어디서든지 구매할 수 있다.

30) 이포 화이트 커피(Ipoh White Coffee) : 말레이시아 페락 이포 지방에서 유래된 유명한 커피 드링크이다. 생두를 팜오일과 마가린을 넣어 볶아 추출한 커피에 연유를 넣어 마신다.

HOT PRODUCT MALAYSIA



말레이시아 인기상품
BEST 10

OVERVIEW

유통매장 소개	점포현황	인기제품												
<p>1. AEON BIG</p>  <p>2012년 10월 31일에 이온그룹이 까르푸 매장을 인수하면서 바꾼 매장</p>	<p>2012년 12월 8일에 리버워크 빌리지에 첫 번째 매장을 오픈한 이래로 23개의 대형 마트와 5개의 슈퍼스토어를 보유하고 있음</p> <table border="1" data-bbox="598 568 1013 674"> <tr> <td>Kuantan</td> <td>Mid Valley</td> <td>Penang Prai</td> </tr> <tr> <td>Putrajaya</td> <td>Rahang</td> <td>River City</td> </tr> <tr> <td>1st Avenue</td> <td>Ampang</td> <td>Axis Pandan</td> </tr> </table> <p>*주요 매장 위치 및 현황</p>	Kuantan	Mid Valley	Penang Prai	Putrajaya	Rahang	River City	1st Avenue	Ampang	Axis Pandan	 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Twisties · 현지 소비자 가격 : RM 2.29  <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Sunsweet Prune · 현지 소비자 가격 : RM 11.99 			
Kuantan	Mid Valley	Penang Prai												
Putrajaya	Rahang	River City												
1st Avenue	Ampang	Axis Pandan												
<p>2. GIANT SUPERMARKET</p>  <p>1944년에 작은 슈퍼마켓에서 사업을 시작하여 현재 인도네시아와 싱가포르에 20여개의 체인점을 운영하고 있음</p>	<p>1999년에 첫 매장을 오픈한 이래로 말레이시아 전역에 89개의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓을 보유하고 있음</p> <table border="1" data-bbox="598 954 1013 1059"> <tr> <td>Sarawak</td> <td>3개</td> <td>Pulau Pinang</td> <td>2개</td> </tr> <tr> <td>Selangor</td> <td>21개</td> <td>Kedah</td> <td>1개</td> </tr> <tr> <td>Kuala Lumpur</td> <td>1개</td> <td>Perak</td> <td>3개</td> </tr> </table> <p>*주요 매장 위치 및 현황</p>	Sarawak	3개	Pulau Pinang	2개	Selangor	21개	Kedah	1개	Kuala Lumpur	1개	Perak	3개	 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Slirrp Cup kari Xtra Pedas · 현지 소비자 가격 : RM 8.39  <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Cornizos · 현지 소비자 가격 : RM 1.59
Sarawak	3개	Pulau Pinang	2개											
Selangor	21개	Kedah	1개											
Kuala Lumpur	1개	Perak	3개											
<p>3. TESCO EXTRA CHERAS</p>  <p>2001년 11월 29일에 설립되어 3천 개의 자사 브랜드를 포함한 6만개의 식품 및 비식품 제품라인을 보유함</p>	<p>2002년 말레이시아 Selangor의 푸총 (Puchong)에 첫 번째 하이퍼마켓을 오픈하여 현재 50개 매장을 운영하고 있음</p> <table border="1" data-bbox="598 1352 1013 1458"> <tr> <td>Perak</td> <td>7개</td> <td>Melaka</td> <td>2개</td> </tr> <tr> <td>Penang</td> <td>5개</td> <td>Johor</td> <td>6개</td> </tr> <tr> <td>Kedah</td> <td>6개</td> <td>Kelanta</td> <td>1개</td> </tr> </table> <p>*주요 매장 위치 및 현황</p>	Perak	7개	Melaka	2개	Penang	5개	Johor	6개	Kedah	6개	Kelanta	1개	 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Mamee Monster · 현지 소비자 가격 : RM 2.99  <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Mister Potato Chip · 현지 소비자 가격 : RM 4.99
Perak	7개	Melaka	2개											
Penang	5개	Johor	6개											
Kedah	6개	Kelanta	1개											
<p>4. JAYA GROCER</p>  <p>2000년 중반부터 리테일 사업을 시작한 자야 그로써는 현지 상품과 수입 상품의 비중이 5:5로 수입상품의 비중이 높은 편임</p>	<p>페탈링 자야(Petaling Jaya)를 첫 번째 매장으로 말레이시아에 2014년을 기준으로 11개 매장이 존재함</p> <table border="1" data-bbox="598 1742 1013 1883"> <tr> <td>Plaza Jelutong</td> <td>Bangi Gateway</td> <td>The Intermark</td> </tr> <tr> <td>Jaya 33</td> <td>Sierramas</td> <td>Cheras Sentral</td> </tr> </table> <p>*주요 매장 위치 및 현황</p>	Plaza Jelutong	Bangi Gateway	The Intermark	Jaya 33	Sierramas	Cheras Sentral	 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Drinho Mango Drink · 현지 소비자 가격 : RM 6.50  <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : F&N Fruit Tree Orange · 현지 소비자 가격 : RM 6.50 						
Plaza Jelutong	Bangi Gateway	The Intermark												
Jaya 33	Sierramas	Cheras Sentral												

이온 빅 · AEON BIG

기업 개요

- 기업명 : 이온 빅(AEON BIG)
- 본사 주소 : Malaysia 47500 Selangor Darul Ehsan Subang Jaya, 3 Jalan SS 16/1
- 홈페이지 : <http://www.aeonbig.com.my/>

2012년 10월 31일에 말레이시아 '까르푸' 매장을 인수하면서 이온 그룹은 매장 명칭을 이온 빅(AEON BIG (M) SDN BHD)으로 바꿈. 소매점 사업을 필두로 금융업, 쇼핑 사업 등 12개의 사업으로 확장함

매장 지점 현황

2012년 12월 8일에 리버워크 빌리지에 첫 번째 매장을 오픈한 이래로 23개의 대형마트와 5개의 슈퍼스토어를 보유하고 있음

1st Avenue	Ampang	Axis Pandan	Bandar Tun Hussien Onn
Bangsar South	Batu Pahat	Bukit Minyak	Jalan Peel
Johor Bahru	Kepong	Klang Jalan Kapar	Kluang
Kota Damansara	Kuantan	Mid Valley	Penang Prai
Puchong	Putrajaya	Rahang	River City

*주요 매장 위치 및 현황



현지 유통매장 담당자 인터뷰

식품 구매 담당자

Q1. 판매되고 있는 한국산 과일이 있습니까?

만약 있다면, 말레이시아 소비자들의 반응은 어떠합니까? 만약 없다면, 입점 계획이 있으십니까?

한국산 과일은 현재 매장 내 취급하고 있지 않습니다. 대부분의 수입과일은 미국, 중국, 호주와 태국산입니다. 수입 과일만을 모아놓은 곳에서 주로 판매를 하고 있으며 만약 소비자들이 한국 과일을 선호하여 수요가 생긴다면 한국산 과일을 취급할 의향이 있습니다.



*현지 매장 과일코너 전경

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까?

그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

가장 인기 있는 가공식품은 인스턴트 면, 통조림 식품 그리고 고기 팩입니다. 그 이유는 먹기 편하고 저렴하기 때문입니다. 말레이시아인들이 음식을 고를 때 고려하는 사항 중 하나가 집에서 편리하게 먹을 수 있느냐는 것입니다. 그만큼 말레이시아 인들은 조리하기 간편한 음식을 굉장히 선호합니다. 유명한 인스턴트 면 제품 브랜드로는 Maggi, Ibumie, Mi Sedaap & SHIN Ramen이 있고, 유명한 통조림 식품 브랜드로는 Campbell's, Ayam Brand, Prego이 있습니다.

Q&A

Ms Felicia Wah

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까?

말레이시아 소비자들의 반응은 어떠합니까?

인스턴트 면, 소스, 김치, 미역, 스낵과 음료 등이 있습니다. 한국 가공식품의 수요는 점점 늘고 있으며 과거와는 달리 일본의 가공 식품보다 소비자들이 더 많이 찾고 있습니다.

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

모든 요소를 고려하지만 시장 반응을 가장 중요하게 생각합니다. 제품이 아무리 좋아도 마켓테스트 후 소비자들이 찾지 않으면 물건을 진열하지 않습니다. 저희 매장에 입점을 희망한다면 아래와 같은 절차를 따라 주시기 바랍니다.

본사 구매부서에 제품 카탈로그와 회사 프로필 송부 → 할랄인증, 제품인증과 같은 인증서류 송부 후 제품 등록 → 말레이시아 정부로부터 승인받은 유통회사에 제품 등록하기 → 바이어(수입상)와 계약조건 및 거래에 필요한 조항 합의하기 → 말레이시아로 수출

▶ Marketer's Guide

간편조리 식품을 특히나 좋아하는 말레이시아 인들을 위해 제품 패키지에 상세한 조리방법과 조리하는데 걸리는 시간을 기재해 주는 것은 어떨까. 낯선 한국 식품을 어떻게 요리하는지 몰라 접하는데 거리감이 생기지 않게 세심한 배려를 해주는 것이 한국 제품만의 셀링 포인트가 될 수 있을 것으로 사료된다.

인기상품 TOP 10 | 이온 빅 쿠알라룸푸르 미드밸리점

1. Twiggies (트위기스)

- 회사명 : Gardenia SDN BHD Malaysia
- 현지 소비자 가격: RM1.30³¹⁾
- 용량 : 40g
- 상품 소개 : 미국 Twinkies의 말레이시아 버전으로 알려짐. 맛있는 치자³²⁾맛 크림이 손가락 크기의 초콜릿 과자 안에 들어있음. 크림의 종류에 따라 초콜릿맛과 바닐라맛도 있음



2. Koh Kae peanuts (코케 피넛츠)

- 회사명 : Koh Kae company Thailand
- 현지 소비자 가격 : RM 6.99
- 용량 : 240g
- 상품 소개 : 껍질을 바삭하게 튀긴 땅콩 과자로 코코넛 맛이 나는 오리지널 맛이 인기가 많음. 다양한 사이즈의 캔 안에 담겨있어 어디서나 먹기 편함



3. Pringles (프링글스)

- 회사명 : Kellogg company USA
- 현지 소비자 가격 : RM 5.69
- 용량 : 150g
- 상품 소개: 특유의 바삭바삭한 식감과 휘어있는 과자모양으로 인기가 많은 과자임. 프링글스의 상징인 튜브모양의 패키지는 휴대하기 용이하여 말레이시아 사람들이 야외활동을 할 때 구매하는 과자 상위에 랭크됨



4. Sunsweet Prune (선스윗 프룬)

- 회사명 : Sunsweet company
- 현지 소비자 가격: RM 11.99
- 용량 : 946g
- 상품 소개 : 이국적인 패키지의 자두 젤리임. 한 팩에 들어있는 제품의 칼로리는 60임. 열량이 비교적 낮고 상큼하고 단맛으로 인해 여성 소비자들에게 인기가 좋음



5. tai sun california pistachios (타이선 캘리포니아 피스타치오)

- 회사명 : Tai sun company Tai sun company Singapore
- 현지 소비자 가격 : RM 9.39
- 용량 : 130g
- 상품소개 : 견과류 애호가들이 인정하는 고품질의 캘리포니아산 피스타치오로 만든 견과류 과자임. 부담 없이 그냥 섭취하기도 하지만 아이스크림이나 샐러드위에 토핑으로 얹어 먹는 용도로 많이 이용함



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 젤링젤링 하트
- 회사명 : (주)롯데제과
- 상품 소개 : 하트모양의 복숭아 맛 젤리로 상큼하고 달콤함. 이 밖에 파인애플 맛과 딸기 맛도 있어 어린이들 사이에서 인기가 높음



- 상품명 : 오징어 땅콩
- 회사명 : 오리온
- 상품 소개 : 바삭바삭한 과자 속에 땅콩이 들어있어 고소하며, 오징어의 감칠맛이 더해져 아이들 간식과 어른들의 술안주로 인기 있는 스낵임

31) 10월 21일 기준 환율 : RM 1 = 323.56원

32) 치자 : 꼭두서니과에 속한 치자나무의 성숙한 과실을 건조한 것

인기상품 TOP 10 | 이온 빅 쿠알라룸푸르 미드밸리점

6. Cocoon mango pudding (코쿤 망고 푸딩)

- 회사명 : Cocoon company Malaysia
- 현지 소비자 가격: RM 9.79
- 용량 : 80g
- 상품 소개 : 코코넛 젤(Nata De Coco) 17.25%과 물, 설탕 14%, 사과 농축액 5%, 밀크 파우더 등이 첨가됨. 망고 맛이 나는 푸딩이지만 주재료로 망고는 들어가지 않고 우유가 들어간다는 것이 특징임. 12개를 한 세트로 판매하고 있음



7. Tong Garden chestnut (통 가든 체슈넛)

- 회사명 : Tong Garden company Singapore
- 현지 소비자 가격 : RM 4.99
- 용량 : 120g
- 상품 소개 : 체슈넛과 메론이 들어 있는 견과류 과자임. 부피가 작고 간편하게 찢어 먹을 수 있어 휴대와 섭취가 편리함



8. Twisties (트위스티스)

- 회사명 : KRAFT company Malaysia
- 현지 소비자 가격 : RM 2.29
- 용량 : 60g
- 상품 소개 : 가공된 옥수수와 밀, 물을 기계에 넣고 회전하면서 압출하는 방법으로 제조하는 과자임. 이로 인해 과자의 모양과 크기가 일정하지 않음. 호주 회사 제품이었던 트위스티스는 말레이시아 다농그룹이 인수하면서 모두 말레이시아 현지에서 생산하고 있음



9. Wise cottage fries sweet Thai Chili (와이즈 코디지 프라이 스위트 타이칠리)

- 회사명 : Wise company Malaysia
- 현지 소비자 가격: RM 5.29
- 용량 : 160g
- 상품 소개 : 타이 칠리만의 달면서도 매운 맛이 여러 소스와 잘 어울려 감칠 맛이 나는 중독성 있는 과자임



10. Wanfa fish snack (완파 피쉬 스낵)

- 회사명 : Kinetic Food Trading Malaysia
- 현지 소비자 가격 : RM 6.39
- 용량 : 120g
- 상품 소개 : 한입에 먹기 좋게 잘려져 있는 어육 튀김 과자임. 간이 알맞게 배어 있어 술 안주용으로 인기가 좋음



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 망고푸딩
- 회사명 : 셀러드미인
- 상품 소개 : 망고푸딩이지만 파인애플을 첨가하여 식감을 높였으며 큐빅 모양으로 별도의 절단 없이 먹기 편함. 디저트와 화채, 빙수 등 다양한 요리에 토핑이 가능함



- 상품명 : 꾸이킹 오리지벌
- 회사명 : (주) 한진식품
- 상품 소개 : 국내에서 제조한 어육 과자로 어린이들의 영양 간식임. 어른들이 술안주로 이용됨

자이언트 슈퍼마켓 · GIANT SUPERMARKET

기업 개요

- 기업명 : 자이언트 슈퍼마켓(Giant Supermarket)
- 본사 주소 : Mezzanine Floor, Giant Hypermarket Shah Alam Stadium, Lot 2, Persiaran Sukan, Seksyen 13, 40100 Shah Alam, Selangor Darul Ehsan, Malaysia
- 홈페이지 : <http://www.giant.com.my/>

1944년 말레이시아 쿠알라룸푸르에서 작은 슈퍼마켓으로 시작한 자이언트 슈퍼마켓은 1999년 Shah Alam, Selangor에 첫 번째 하이퍼마켓을 오픈함. 현재 인도네시아와 싱가포르에 20여개의 체인점을 운영하고 있고 최고의 아시아 태평양 하이퍼마켓 상을 두 차례 수상한 바 있음

매장 현황

1999년에 첫 매장을 오픈한 이래로 말레이시아 전역에 89개의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓을 보유하고 있음

Sarawak	3개 점	Pulau Pinang	2개 점
Selangor	21개 점	Kedah	1개 점
Kuala Lumpur	1개 점	Perak	3개 점
Johor	5개 점	Negeri Sembilan	4개 점

*주요 매장 위치 및 현황



현지 유통매장 담당자 인터뷰

식품 구매 담당자

Q1. 판매되고 있는 한국산 과일이 있습니까?
만약 있다면, 말레이시아 소비자들의 반응은 어떠한가? 만약 없다면, 입점 계획이 있으십니까?

우리 매장의 수입과일은 주로 미국과 중국, 호주산입니다. 한국과일은 취급하고 있지 않습니다. 말레이시아는 열대기후이기 때문에 열대 과일이 많이 생산되고 말레이시아 사람들도 자국산 열대과일을 더 좋아합니다. 대량으로 쌓아놓고 판매하여 값도 저렴합니다.



*현지 매장 과일코너 전경

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까?
그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

가장 유명한 가공식품은 단연 인스턴트 면입니다. 말레이시아 사람들이 가장 좋아하는 요리가 면 요리인데 인스턴트 면 제품은 면 요리를 가장 간편하고 저렴하게 먹을 수 있다는 점에서 인기가 많습니다. 유명한 인스턴트 면 브랜드는 Maggi, Mamee, SUPER입니다.

Q&A Mr. Yap Choong Keong

Q&A

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까?
말레이시아 소비자들의 반응은 어떠한가?

한국산 가공식품은 매장 내 매우 많습니다. 과자와 라면, 통조림 식품 등이 인기가 좋습니다. 매장을 둘러보면 한국 라면이 다른 제품보다, 심지어 말레이시아 면 제품보다 많이 진열되어 있는 것을 볼 수 있는데 그 인기를 반영한 것입니다.



*현지 매장 라면코너 전경

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

브랜드입니다. 아무래도 브랜드 인지도가 있어야 소비자들이 믿고 구매할 수 있기 때문입니다. 저희 매장에 입점을 희망한다면 본사에 문의하여 제품과 회사 소개서를 보내주시기 바랍니다.

▶ Marketer's Guide

말레이시아인들은 라면 제품을 고를 때 고기스프가 보다 야채 스프를 선호한다고 한다. 실제로 유통매장에서 인기가 좋은 라면 제품은 김치라면, 해물라면과 같이 고기가 들어 있지 않은 것이었다. 라면품목으로 말레이시아 진출 시 이를 고려하여 보자.

인기상품 TOP 10 | 자이언트 슈퍼마켓 쿠알라룸푸르점

1. Kangaroo Cheddar Cheese Almond (캥가루 체다 치즈 아몬드)

- 회사명 : SLG Singapore
- 현지 소비자 가격: RM 5.90~ RM 12.30
- 용량 : 35g, 100g, 300g, 600g
- 상품 소개 : 체다 치즈만의 특유한 신 맛과 아몬드의 고소한 맛이 잘 어우러져 있음. 치즈의 맛을 강하게 느낄 수 있어 치즈 애호가들에게 인기가 많음. 화이트 와인과 함께 먹으면 궁합이 좋음



2. Mamee slrrrp Asam Laksa (마미 설프 아쌈 락사)

- 회사명 : Mamee Double decker
- 현지 소비자 가격 : RM 3.99
- 용량 : 75g
- 상품 소개 : 레몬 그라스, 생강, 양파, 타마린드 향신료, 피쉬 파우더와 같은 천연 재료로 만든 소스가 일품인 인기 인스턴트 면 제품임. 약간 매운 맛이 나며 한 봉지에 6팩이 들어있음.



3. Corntoz (콘토즈)

- 회사명 : Mamee Double decker
- 현지 소비자 가격 : RM 1.59
- 용량 : 60g
- 상품 소개 : 옥수수 알맹이를 바삭바삭하게 튀긴 과자임. 20g짜리 소규모 패키지도 준비돼 있어 취향에 따라 골라 먹을 수 있음. 검은 후추와 바비큐 맛이 나는 소스를 첨가하여 과자를 튀겨내 풍부한 BBQ 맛을 느낄 수 있음



4. Mamee monster Chicken Flavor (마미 몬스터 치킨 플레이버)

- 회사명 : Mamee Double Decker
- 현지 소비자 가격: RM 2.99
- 용량 : 25g
- 상품 소개 : 치킨 맛이 나는 스낵임. 바삭바삭한 식감이 특징이며 천연 비타민 E와 카로틴³³⁾이 함유되어 있어 아이들이 먹기에 건강한 스낵임



5. Mamee Slrrrp Cup kari Xtra Pedas (마미 설프 컵 카리 페닥스)

- 회사명 : Mamee Double Decker
- 현지 소비자 가격 : RM 8.39
- 용량 : 60g
- 상품소개 : 매운 맛을 특히나 좋아하는 고객층을 대상으로 Mamee社에서 만든 매운 인스턴트 면제품임. 카레향도 기존 맛에서 보다 훨씬 진하게 느낄 수 있음



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 콘팡
- 회사명 : 수덕식품
- 상품 소개 : 옥수수 알맹이를 그대로 튀겨 짭짤하고 고소한 맛으로 유명한 간식임



- 상품명 : 자연은 맛있다 꽃게짬뽕
- 회사명 : (주) 풀무원
- 상품 소개 : 기름에 튀기지 않은 생면을 사용하여 지방을 현저히 줄여 건강한 라면임

33) 카로틴 : Carotene, 당근 등에 들어 있는 적황색 물질

인기상품 TOP 10 | 자이언트 슈퍼마켓 쿠알라룸푸르점

6. Gourmet popcorn in round tube (Prompt Interlink)

- 회사명 : Prompt Interlink
- 현지 소비자 가격: RM 19.00
- 용량 : 250g
- 상품 소개 : 카라멜, 오리지널 버터, 치즈, 시나몬, 초콜릿, 티라미스 등 20여 가지의 다양한 맛이 있어 취향에 따라 골라 먹을 수 있음. 제품 패키지에 손잡이가 달려 있어 휴대가 용이함



7. Angry Bite chicken flavor (앵그리 바이트 치킨 플레이버)

- 회사명 : Kimanis Food Industries Malaysia
- 현지 소비자 가격 : RM 3.00
- 용량 : 220g
- 상품 소개 : 곡물로 만든 치킨 맛 스낵임. 앵그리 버드를 형상화한 패키지로 아이들에게 인기가 많음. 치킨 맛을 포함하여 치즈 맛, 토마토 맛, 바비큐 맛, 싸워 치즈 맛, 오리지널 맛이 있음



8. Bin Bin Rice cracker (빈빈 라이스 크래커)

- 회사명 : Namchow Thailand
- 현지 소비자 가격 : RM 5.89
- 용량 : 150g
- 상품 소개: ISO 9002 인증을 받은 공장에서 제조한 위생적인 쌀 과자임. 말레이시아 뿐 아니라 아시아에서 가장 많이 판매되고 있는 과자 중 하나임



9. Cheezels (치즐스)

- 회사명 : Bluebirds Foods LTD Australia
- 현지 소비자 가격: RM 3.89
- 용량 : 15g
- 상품 소개 : 밀크와 글루텐³⁴⁾을 함유함. 풍부한 치즈 맛을 느낄 수 있음



10. Dahfa dried fish filler (다파 드라이 피쉬 힐러)

- 회사명 : Teik Senn Malaysia
- 현지 소비자 가격 : RM 7.39
- 용량 : 120g
- 상품 소개 : 엄격한 위생관리를 받는 공장에서 생산하는 어육포임. 100% 생선살로 만들어 단백질과 미네랄, 특히 칼슘과 탄수화물이 풍부함. 맛도 좋지만 영양분도 좋아 가족단위의 소비자에게 인기가 좋음



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 듀팝스 팝콘
- 회사명 : (주) 크라운
- 상품 소개 : 기름에 튀기지 않고 열풍으로 튀겨내어 더욱 고소하며 짭조름한 버터맛이 풍부한 팝콘 스낵임



- 상품명 : 참쌀 선과
- 회사명 : (주) 크라운제과
- 상품 소개 : 고품질의 참쌀을 사용하여 만든 쌀과자로 고소하고 포만감이 높아 아이들 간식, 식사대용으로 먹기 좋음

34) 글루텐 : Gluten, 보리, 밀 등의 곡류에 존재하는 불용성 단백질

테스코 엑스트라 체라스 · TESCO EXTRA CHERAS

기업 개요

·기업명 : 테스코 엑스트라 체라스(Tesco Extra Cheras)
 ·본사 주소 : Level 3, No.3, Jalan 7A/62A,
 Bandar Menjalara, 52200 Kuala Lumpur, Malaysia.
 ·홈페이지 : <http://www.tesco.com.my/>

2001년 11월 29일에 설립된 말레이시아 테스코(Tesco Stores (Malaysia) Sdn. Bhd.) 하이퍼마켓은 3천개의 자사 브랜드를 포함하여 6만개의 식품 및 비식품 제품라인을 보유하고 있음. 무슬림 소비자들을 위한 할랄코너가 매장 내 있다는 것이 특징임

매장 현황

2002년 말레이시아 Selangor의 푸총(Puchong)에 첫 번째 하이퍼마켓을 오픈하여 현재 50개 매장을 운영하고 있음

Selangor & Kuala Lumpur	20개 점	Negeri Sembilan	3개 점
Perak	7개 점	Melaka	2개 점
Penang	5개 점	Johor	6개 점
Kedah	6개 점	Kelanta	1개 점



현지 유통매장 담당자 인터뷰

식품 마케팅 담당자 | Mr. Mohd Faisal

Q&A

Q1. 판매되고 있는 한국산 과일이 있습니까? 만약 있다면, 말레이시아 소비자들의 반응은 어떠한가? 만약 없다면, 입점 계획이 있으십니까?

과일은 주로 자국산 과일을 위주로 판매하고 있고 한국산 과일은 아직까지 취급하고 있지 않습니다. 왜냐하면 같은 과일인데 자국산 과일보다 가격이 비싸기 때문입니다. 수입 과일로는 저렴한 필리핀 과일을 취급하고 있습니다.



*현지 매장 과일코너 전경

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까? 그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

인기 있는 가공식품은 인스턴트 소스와 인스턴트 면, 통조림 식품입니다. 말레이시아 사람들은 간편 식품을 매우 좋아합니다. 조리하는 시간이 짧고 과정이 복잡하지 않은 간편 조리 식품일수록 인기가 많습니다. 가장 유명한 인스턴트 면 브랜드는 Maggi이고 소스 브랜드는 Lee Kum Kee, 통조림 브랜드는 Campbell's와 Ayambrand입니다.

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까? 말레이시아 소비자들의 반응은 어떠한가?

라면, 김치, 과자, 음료 등이 있습니다. 그 중에서 인기가 좋은 한국산 가공식품은 인스턴트 소스입니다. 소비자들이 많이 찾는 고추장, 된장, 떡볶이 소스를 소스코너 메인에 진열해 놓고 있습니다.



*현지 매장 소스코너 전경

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

모든 부분을 중요시 여기지만 비교적 가격 경쟁력을 우선적으로 고려합니다. 테스코의 모토가 가장 저렴한 가격으로 고객을 만족시키는 것이기 때문입니다. 테스코 매장에 입점하기 원하신다면 해당 사이트에서 제품 및 회사를 등록하여 주시기 바랍니다. (http://www.tesco.com.my/html/business_opportunity.aspx?ID=116&PID=178)

▶ Marketer's Guide

제품에 할랄 인증을 보유하고 있다면 말레이시아의 다른 유통매장보다 테스코 마켓으로의 진출을 추천한다. 할랄코너가 매장에 따로 구분되어 있어 할랄식품만의 차별화된 제품력을 보여줄 수 있을 것이다. 할랄식품은 그 자체만으로 말레이시아 내에서 프리미엄 급 식품으로 인정받고 있기 때문이다.

인기상품 TOP 10 | 테스코 쿠알라룸푸르점

1. Snek ku Mimi prawn (스넥 쿠 미미 프론)

- 회사명 : New star food industries
- 현지 소비자 가격: RM 3.29
- 용량 : 10g
- 상품 소개 : 새우 맛이 나는 스낵임. 제품은 10g이 들어있는 봉지 10개가 한 팩으로 구성되어 있음

1



2. Snek ku Prawn (스넥 쿠 프론)

- 회사명 : New Star Food Industries
- 현지 소비자 가격 : RM 3.99
- 용량 : 60g
- 상품 소개 : 밀가루, 타피오카 전분, 감자 전분, 새우 맛 조미료, 설탕, 소금 등으로 맛을 낸 새우 과자임. 짜지 않고 깊은 새우 맛을 느낄 수 있어 남녀노소 인기가 좋음

2



3. Mamee monster Chicken Flavor (마미 몬스터 치킨 플레이버)

- 회사명 : Mamee Double Decker
- 현지 소비자 가격: RM 2.99
- 용량 : 25g
- 상품 소개 : 치킨 맛이 나는 스낵임. 바삭바삭한 식감이 특징이며 천연 비타민 E와 카로틴이 함유되어 있어 아이들이 먹기에 건강한 스낵임

3



4. Jack and Jill Potato Chips (잭앤질 포테이토 칩)

- 회사명 : Universal Robina coporation Phillipines
- 현지 소비자 가격 : RM 1.99
- 용량 : 60g
- 상품소개 : 어린이들이 좋아하는 스낵 상위권에 랭크되어 있는 스낵임. 뜯기 쉬운 포장지로 되어 있어 아이들이 손쉽게 뜯어 먹을 수 있고 바비큐 맛, 양파·마늘 맛, 샐사 칠리소스 맛이 있어 취향에 맞게 골라 먹을 수 있음

4



5. Bega Cheese Slice (베가 치즈 슬라이스)

- 회사명 : Bega cheese company
- 현지 소비자 가격: RM15.99
- 용량 : 500g
- 상품 소개 : 치즈가 부드러워서 입에 넣자마자 녹는 느낌을 받을 수 있음. 빵에 얹어 먹거나 요리할 때 넣어 먹으면 더욱 맛있는 요리가 됨

5



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 새우깡
- 회사명 : (주) 농심
- 상품 소개 : 새우를 원료로 만들어 고소하고 짭짤한 맛의 과자임. 기름에 튀기지 않고 가열된 소금의 열을 이용하여 다른 과자보다 건강에 좋음



- 상품명 : 닭다리
- 회사명 : (주) 농심
- 상품 소개 : 닭다리 모양의 후라이드 치킨맛 과자로 고소하고 바삭바삭함. 양질의 닭고기 가루와 빵가루를 혼합하였으며 한입 크기로 간편하게 즐길 수 있음

인기상품 TOP 10 | 테스코 쿠알라룸푸르점

6. Camel natural cashew (카멜 내추럴 캐슈)

- 회사명 : Camel Nut company Singapore
- 현지 소비자 가격: RM 13.39
- 용량 : 250g
- 상품 소개 : 프리미엄 견과류인 캐슈넛을 구워 식감이 바삭바삭함. 트랜스지방과 콜레스테롤 성분이 0이고 식이섬유와 단백질이 풍부함. 맛도 있고 영양도 좋아 견과류 제품 중 인기가 좋음

6



7. Apollo chocolate swiss roll (아폴로 초콜릿 스위스 롤)

- 회사명 : Apollo Food industry
- 현지 소비자 가격 : RM 7.70
- 용량 : 28g
- 상품 소개 : 초콜릿이 코팅된 과자에 맛있는 크림이 함유되어 있는 롤 모양의 스낵임. 팩 타입과 페이퍼 박스 타입으로 패키지가 구분되어 있어 취향에 따라 고를 수 있음. 아폴로 초콜릿 스위스 롤은 그냥 먹기도 하지만 케이크나 아이스크림 데코용으로 자주 사용됨

7



8. Mister potato chip original (미스터 포테이토 칩 오리지널)

- 회사명 : Mamee Double Decker
- 현지 소비자 가격 : RM 4.99
- 용량 : 160g
- 상품 소개 : 새로 업그레이드 된 버전으로 이전 버전보다 훨씬 바삭한 식감을 맛 볼 수 있음. 불필요한 식품첨가물을 빼고 트랜스지방도 0인 건강한 포테이토 칩임

8



9. Mister potato chip tomato (미스터 포테이토 칩 포테이토)

- 회사명 : Mamee Double Decker
- 현지 소비자 가격: RM 4.99
- 용량 : 160g
- 상품 소개 : 황금비율로 잘라진 포테이토 칩으로 불필요한 식품첨가물을 빼고 트랜스지방도 0인 건강한 스낵임. 토마토 소스 맛이 스낵에 잘 배어 중독성이 강한 맛임

9



10. Ken Kee broad bean (켄키 브로드 빈)

- 회사명 : Ken Kee company
- 현지 소비자 가격 : RM 5.29
- 용량 : 400g
- 상품 소개 : 다양한 견과류를 취급하고 있는 켄키사의 껍질을 제거하지 않은 broad bean(누에콩, 잠두콩) 스낵임

10



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 몽셀
- 회사명 : (주) 롯데제과
- 상품 소개 : 촉촉하고 부드러운 크림으로 채워진 프리미엄 초코 케익으로 카카오맛, 딸기맛, 밤맛이 있음



- 상품명 : 포카칩
- 회사명 : 오리온
- 상품 소개 : 20여 가지의 품질 기준을 통과한 감자, 그 해 수확된 감자를 사용하였으며, 25년 동안 유지한 포카칩만의 얇기와 온도, 다양한 맛의 시즈닝으로 만든 감자 칩임

자야 그로써· JAYA GROCER MUTIARA TROPICANA

기업 개요

기업명 : JAYA GROCER MUTIARA TROPICANA
 본사주소 : Medan Old Klang 28, Off Jalan Klang Lama, 58200 Kuala Lumpur.
 홈페이지 : <http://www.jayagrocer.com/>

2000년 중반 리테일 사업을 시작하여 말레이시아 페탈링 자야 (Petaling Jaya)에 첫 번째 매장을 설립하면서 '자야 그로써리'라는 이름이 유래되었다. 자야 그로써의 매장에는 현지 상품과 수입 상품의 비중이 5:5로 수입상품의 비중이 높은 편이다. 매장 홈페이지에는 자야 그로써에 있는 수입식품으로 어떻게 요리를 할 수 있는지, 어떻게 요리해야 맛있는지와 같은 조리법을 게시하여 자연스럽게 제품을 홍보하는 프로모션 방법을 사용하고 있다.

매장 현황

페탈링 자야(Petaling Jaya)를 첫 번째 매장으로 말레이시아에 2014년을 기준으로 11개 매장이 존재한다.

Empire Shopping Gallery	Mutiara Tropicana	Damansara Perdana
Plaza Jelutong	Bangi Gateway	The Intermark
Jaya 33	Sierramas	Cheras Sentral
The Main Place USJ21	Gateway @KLIA2	



현지 유통매장 담당자 인터뷰

식품 구매 담당자

Q1. 판매되고 있는 한국산 과일이 있습니까?

만약 있다면, 말레이시아 소비자들의 반응은 어떠합니까? 만약 없다면, 입점 계획이 있으십니까?

네, 한국산 배와 복숭아를 취급하고 있습니다. 소비자들은 한국산 배를 좋아합니다. 저희 매장에서 중국산 배도 취급하고 있는데 가격은 중국산 배가 더 저렴하지만 판매량은 한국산 배가 더 많습니다. 한국산 배가 더 달고 식감이 좋기 때문인 것 같습니다.



*현지 매장 과일코너 전경

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까?

그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

인기 있는 가공식품은 인스턴트 면, 냉동식품, 통조림 식품입니다. 수입산과 말레이시아산 가공식품이 모두 인기가 좋습니다. 가장 인기 있는 인스턴트 면 브랜드는 Maggi, Ibumie, Nissin, SHIN Ramen이고 통조림 식품 브랜드는 Campbell's, Ayam Brand, Campbell, John West입니다. 인기 있는 냉동 가공식품 종류로는 냉동베리와 고기 팩입니다.

Q&A

Ms. Heng Mee Lian

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까?

말레이시아 소비자들의 반응은 어떠합니까?

많은 종류의 한국산 가공 식품을 취급하고 있습니다. 인스턴트 면, 소스, 김치, 스낵, 떡, 밀가루, 차(茶), 음료가 대표적인 제품입니다. 저희 매장 고객이 자주 찾는 아시아 제품으로는 한국과 일본의 것입니다. 하지만 미국, 뉴질랜드와 호주의 식품을 가장 선호합니다.

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

단연 제품의 품질을 중요시 여기지만 말레이시아인들의 식품 트렌드를 가장 많이 고려하여 상품을 취급합니다. 저희 매장에 입점을 희망한다면 아래와 같은 절차를 따라 주시기 바랍니다.

본사 구매부서에 제품 카탈로그와 회사 프로필 송부 → 할랄인증, 제품인증과 같은 인증서류 송부 후 제품 등록 → 말레이시아 정부로부터 승인받은 유통회사에 제품 등록하기 → 바이어(수입상)와 계약조건 및 거래에 필요한 조항 합의하기 → 말레이시아로 수출

*식품 품목마다 절차는 상이할 수 있습니다.

▶ Marketer's Guide

최근 JAYA GROCER와 MERCATO, VILLAGE GROCER 유통매장이 말레이시아인들에게 인기가 많다고 한다. 수입 식품을 많이 취급하고 있기 때문인데, 하이퍼마켓으로의 진출을 고려한다면 이곳들에서 마켓 테스트를 해보는 것을 추천한다.

인기상품 TOP 10 | 자야 그로써 셀랑고르(Selangor)점

1. Dutch Lady 123 Milk Honey (더치 레이디 123 밀크 허니)

- 회사명 : Dutch Lady Malaysia
- 현지 소비자 가격: RM 22.99
- 용량 : 1kg
- 상품 소개 : 아이들의 발육에 도움을 주는 우유로 기존 우유에 비해 5배나 높은 DHA 성분이 함유되어 있음. 이 성분이 아이들의 뇌 발달을 더욱 가속화 시켜줄 것임. 우유는 꿀맛이 나는데 수크로오스³⁵⁾가 0% 첨가된 당임



2. Julie's one bite barbeque seasoning cheese stick (줄리의 한입 바비큐 소스 치즈 스틱)

- 회사명 : Julie's company Malaysia
- 현지 소비자 가격 : RM 4.39
- 용량 : 66g
- 상품 소개 : 소스의 맛에 따라 바비큐 맛과 토마토 맛, 바닐라 맛이 있음



3. Dr Kim Seaweed Snack (닥터킴 미역 스낵)

- 회사명 : Godbawee Food co ltd South Korea
- 현지 소비자 가격: RM 4.90
- 용량 : 15g
- 상품 소개 : 한 장 씩 먹을 수 있는 재미있음. 참기름 맛이 강하여 고소하고 먹기 좋게 작은 조각으로 잘려있음. 한 팩으로 판매되며 한 팩에 3봉지의 상품이 들어있음



4. F&N Fruit Tree Drink Orange (에프앤 과일 나무 오렌지 주스)

- 회사명 : F&N
- 현지 소비자 가격 : RM 6.50
- 용량 : 4.5L
- 상품소개 : 과일 천연의 재료로 만든 과일주스라 마실 때 오렌지 건더기가 씹히고 더욱 상큼한 맛을 느낄 수 있음. 비타민 A와 C, E가 풍부하고 이러한 천연 비타민과 미네랄이 몸과 피부를 재생시켜줌



5. Drincho Mango Drink (드린호 망고 드링크)

- 회사명 : Lam Soon company Singapore
- 현지 소비자 가격: RM 3.99
- 용량 : 250ml
- 상품 소개 : 드린호 드링크는 두유, 과일주스, 차(茶) 제품을 생산하는데 그 중 가장 인기 있는 과일 주스가 바로 망고 드링크임. 풍부하고 진한 망고의 맛을 느낄 수 있음



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 웰파인 이너뷰티
- 회사명 : 웰파인
- 상품 소개 : 히알루론산 성분을 포함하여 피부보습, 관절에 좋은 이너뷰티로 배, 레몬, 자몽즙을 함유하여 상큼함



- 상품명 : 썬업 미드팩
- 회사명 : 매일유업
- 상품 소개 : 과즙50%가 함유된 과일주스로 사과맛과 오렌지 맛이 있음. 6가지 비타민이 함유되어 있어 건강에 좋음

35) 수크로오스(Sucrose) : 사탕수수, 사탕무 따위의 식물에 들어 있는 이당류의 하나임. 흰색의 고체로, 물에 잘 녹으며 단맛이 남

인기상품 TOP 10 | 자야 그로써 셀랑고르(Selangor)점

6. Corny Chocolate Banana Muesli (코르니 초콜릿 바나나 무스리)

- 회사명 : Schwartauer Werke company Germany
- 현지 소비자 가격: RM 13.99
- 용량 : 25g
- 상품 소개 : 다양한 곡물, 견과류, 과일들이 섞인 영양 바(bar)로 11개 맛이 있음. 설탕이 함유되어 있지 않고 식이섬유가 풍부하여 남녀노소 인기가 많음

6



7. Knorr chicken and mushroom cup (크놀 치킨과 버섯 컵)

- 회사명 : Knorr company Malaysia
- 현지 소비자 가격 : RM 2.70
- 용량 : 35g
- 상품 소개 : 진짜 닭고기와 신선한 버섯, 자스민 쌀로 만든 죽임. 비타민 B1이 풍부하고 포만감이 좋아 말레이시아인들의 한 끼 식사용으로 애용됨.

7



8. Vico Malt drink (비코 몰트 드링크)

- 회사명 : Nestle USA
- 현지 소비자 가격 : RM 12.99
- 용량 : 400g
- 상품 소개: 부담 없이 마실 수 있는 데일리 초코 드링크로서 단백질과 탄수화물이 풍부하여 식사 대용으로 먹기에도 좋음

8



9. NESTLE milo (네슬레 밀로)

- 회사명 : NESTLE Swiss
- 현지 소비자 가격: RM 5.49
- 용량 : 1L
- 상품 소개 : 말레이시아에서 가장 유명한 초코 레디 투 드링크(ready to drink) 제품임. 따뜻하거나 차가운 우유, 물 등 어떠한 용매에 녹여 먹어도 맛있는 초코 드링크가 됨

9



10. Mipo fish muruku snack (미포 피쉬 무루쿠 스낵)

- 회사명 : SinHua Hock Kee Trading company Singapore
- 현지 소비자 가격 : RM 3.50
- 용량 : 1packs x 6
- 상품 소개 : 식물성 오일, 생선 추출물, 커리, 설탕과 소금으로 만든 스낵임.

10



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 쿨피스 플러스투
- 회사명 : 동원 F&B
- 상품 소개 : 복숭아 맛의 과일주스로 상큼한 맛은 물론, 무카페인과 무색소, 비타민C와 유산균을 함유하여 건강에 좋음



- 상품명 : 제티
- 회사명 : (주) 동서식품
- 상품 소개 : 9가지 비타민이 함유된 코코아 분말로 우유에 타서 먹는 제품임. 달콤하고 고소하여 어린이들에게 인기가 높음

TRADE PROCESS MALAYSIA



말레이시아 식품 수출입 프로세스

OVERVIEW

말레이시아 수입 절차 5단계

1	수출계약	<ul style="list-style-type: none"> • 거래선 발굴 • 계약진행
2	서류준비	<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고 서류준비 • 품목별 추가 서류 확인 • 원산지 증명서 준비
3	선적/ 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 관세사 통해 수출통관 진행 • 포워딩 업체 통해 목적지까지 운송 • 물품 도착 시 적하 목록 제출
4	수입신고 / 검역	<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고 진행 : 수입신고서 및 각종 서류 제출 • 수입 규제 및 금지 품목 확인 필수 • 품목 별로 검역 진행 (식물성 / 동물성)
5	통관 / 국내유통	<ul style="list-style-type: none"> • Customs Golden Client 제도로 통관을 간편화 • 수입관세와 세금납부 (한-ASEAN FTA적용, 소비세와 판매세 부과)

말레이시아 수입 부대조건

	서류 준비	항만, 터미널 처리	통관수속	내륙운송	필요서류
소요 기간	3일	2일	1일	2일	<ul style="list-style-type: none"> • 선하증권 • 상업송장 • 수입신고서 • 포장목록
소모 금액	120 달러	120 달러	60 달러	260 달러	

출처 : Doing Business 2014

말레이시아로 식품 수출은 계약에서부터 통관, 국내 유통까지 아래의 5단계로 이루어짐



01

✓ 거래선(바이어) 발굴

B2B 거래사이트, 트레이드 디렉토리(Trade Directory)³⁶⁾, 각 국의 무역 관련기관 또는 전시회를 통해서 바이어를 발굴한다. 필요한 경우 신용조사를 통해 믿을 수 있는 기업인지 확인한다.

수출계약

✓ 계약 진행

충분히 수출 가격을 검토한 후 구매자에게 희망조건을 명기한 제안서(비즈니스 오퍼)를 제출한다.

구매자가 제안서의 내용을 검토하고 승낙 여부를 결정하게 되는데, 이러한 과정에서 몇 차례 카운터오퍼(Counter offer)를 거친 후 계약이 성립 된다. 당사자들은 최종적으로 양측 간에 합의된 사항에 따라 가격, 선적, 결제, 포장 등의 조건을 명시한 수출 계약을 체결한다.

* 카운터 오퍼란?

판매자가 제안한 오퍼 내용에 대해 구매자가 가격, 수량, 선적일 등 기타 조건을 수정하여 다시 제시하는 오퍼를 말한다.

02

✓ 수입신고 준비

말레이시아의 수입품은 모두 Custom No.1 양식으로 수입신고를 한다. 수입신고서는 관할 수입지역의 관세청에 제출한다. 수입신고의 기재내용과 세관제출 서류는 다음과 같다.

서류준비

<수입신고서 기재 내용>

- 계좌번호, 제품포장에 대한 설명, 가치, 수량, 무게, 원산지, 최종 목적지를 기술함

<세관 제출 서류>

- 세관 신고 양식(Custom No.1)
- 입국 권한 증명에 필요한 문서
- 상업 송장
- 포장목록
- 원산지 증명서

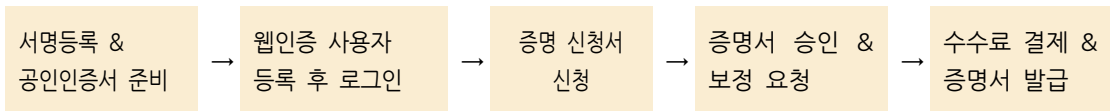
✓ 품목별 준비서류

품목에 따라서 준비해야 할 추가되는 서류는 다음과 같다.

- 육류(가금육 포함) : 육류 및 가금육 수출증서(FSIS Form 9060-5), 할랄 수출인증서, 수입허가서(IP), 수의검역부의 허가증 (수의검역부 소관)
- 식물성 식품 : 식물 위생 증명서, 수입허가서, 검역해충 검사 및 식물 위생 규제 준수 인증서(농업부 소관)

✓ 원산지 증명서 필요

한국과 말레이시아는 한-아세안 FTA체결로 원산지 증명서가 필요하며, 전자특혜 원산지증명서(Electronic Preferential Certificate of Origin, ePCO)도 가능하다. 원산지증명서 발급 절차는 다음과 같으며, 관련 서류 발급 절차는 대한 상공회의소의 무역인증 서비스 센터에 상세히 나와 있다.



* 대한 상공회의소의 무역인증 서비스 센터 URL 참조 : http://cert.korcham.net/html/origin2/co01_05.jsp

36) 바이코리아(www.buykorea.org), 고비즈코리아(www.gobizkorea.com), EC21(www.ec21.com) 등

03

선적/운송

✓ 수출통관

수출통관은 기업이 직접 하거나 관세사를 통해 진행할 수 있다. 관세사는 세관에 수출신고 후 받은 수출신고필증을 기업이나 포워딩 업체에 교부한다. 기업이 수출통관을 직접 하는 경우에는 관세청 전자통관시스템 유니패스(Unipass)를 이용하면 물품신고, 세관검사, 세금납부 등의 절차를 세관을 방문하지 않고 온라인(www.unipass.or.kr)으로 처리 할 수 있다

✓ 운송

인코텀즈(Incoterms) 조건에 따라 수출업자나 수입업자가 포워딩 업체를 지정하고, 운송을 의뢰받은 포워딩 업체는 내륙운송 및 해상운송을 통해 목적지까지의 운송 전 과정 혹은 일부과정을 책임진다.

✓ 물품도착

수입자는 수입물품이 입항지에 도착하면, 일정기간 이내에 적하목록을 제출해야한다.

- 선박 : 물품도착 후 24시간 이내 제출한다.
- 항공기·철도 : 항공기와 철도가 도착한 시점에 세관 공무원의 요청 있을 때 제출한다.
- 자동차 : 수입지 도착할 때 제출한다.

04

수입신고/검역

✓ 수입신고 진행 및 검역 실시

말레이시아는 포워딩 업체가 관세사 역할도 수행하기 때문에 포워딩 업체가 수입신고와 심사를 동시에 진행한다. 포워딩 업체가 수입신고서를 작성하여 기타서류와 함께 세관에 제출하고, 수입 허가를 받으면 제품의 검역이 실시된다.

✓ 수입 규제 및 금지 품목 확인 필수

수입신고 전, 수출상품이 수입규제 혹은 금지품목에 해당되는지 확인해야한다. 수입 규제나 금지 품목에 해당되면, 수입 허가(IP)를 받아야 수입이 가능하다. 수입허가 신청은 무료다. 말레이시아 관세법(Customs Act 1967)에 따라 수입허가가 필요한 제품군은 4가지로 구분되며, 품목 별로 허가를 받아야 하는 정부기관이 다르다. 수입 허가 취득은 말레이시아 현지 기업만이 가능하다.

1. 자국 산업보호를 위해 한시적인 수입제한이 필요한 품목 : 쌀(농무부), 설탕(건강복지부), 소금(건강복지부)
2. 조건부 금지 품목 : 전분, 양배추, 볶지 않은 커피 (통상 산업부)
3. 수입 방법에 조건이 첨부되는 품목 : 육류, 모든 형태의 액체우유 및 유제품 (수의검역부)
4. 완전 수입 금지 품목 : 필리핀과 인도네시아로부터 수입되는 코코아와 과일류 금지

✓ 모든 수입식품 신고는 다강네트(Dagang Net)를 통한 전자신고도 가능하다.

< 다강네트(Dagang Net)란 >

말레이시아 정부는 통관절차의 간소화를 위해 단일통관창구(National Single Window, NSW)를 운영하고 있음. 이 기관의 운영 서비스가 'Dagang Net'이며 수출입자들이 전자통관서비스를 수행할 수 있도록 함

< 다강네트(Dagang Net)이용한 식품 수입허가 신청절차 >

ePermit 시스템을 통해 허가 신청서를 제출 → MAQIS 책임자는 제출된 신청서를 검증
→ MAQIS 책임자는 허가 신청서를 승인 → 승인 내용을 세관 정보시스템에 전송

✓ 품목 별로 검역 진행

말레이시아 수출입식품 검역처(Malaysian Quarantine Inspection Services, MAQIS)에서 수입식품 검역을 총괄한다. 검역 수행기관은 품목마다 다르며, 크게 식물성 제품과 동물성 제품으로 나누어 진행한다. 전체 물품 중 약 5% 정도만 물품검사를 실시하며 대부분의 물품이 검사 없이 통관이 이루어진다. 그러나 적발될 경우 수입허가가 취소되고, 3년 소급적용하여 벌금이 부과된다.

✓ 식물성 수입 식품의 검역 상세사항

말레이시아로 수입되는 식물 및 식물성 제품은 '유해성 농작물 규정 법안 1981'에 따라 현행 식물 위생 규정을 준수해야한다. 검역소에 도착하기 4일 전에 **식물위생증명서**를 신청해야하며, 말레이시아의 농업부 장관이 발행한 **수입증명서**를 준비해야한다. **식물성제품의 검역**은 다강네트를 이용한 전자 신청이 가능하다.

<식물 및 식물성 제품 검역절차>

- 주관 : 농업부의 작물보호 및 식물검역부서 검역진행
- 절차 : 농업부에 검역 신청을 한 뒤, 검역 비용(15MYR)을 납부 → 검역이 승인되면 세관에 자동으로 통지됨
- 기간 : 검역신청부터 승인까지 최대 5일 소요
- 비용 : 모든 식물성 제품은 15MYR이 청구됨

✓ 동물성 수입 식품의 검역 상세사항

말레이시아로 수입되는 모든 육류제품은 '도살법1975'에 따라 '할랄(HALAL)인증'을 받아야하며, 반드시 말레이시아의 이슬람개발부서(JAKIM)가 인정한 도살장에서만 도살된 제품이어야 한다. **동물성 제품**의 **검역**도 다강네트를 이용한 전자 신청이 가능하다.

<육류-돼지고기 제외>

- 주관 : 수의검역부에서 검역진행
- 절차 : 수의검역부에 검역을 신청 한 뒤, 검역비용을 납부함 → 해당제품의 검역이 승인되면 동물건강증명서(Veterinary Health Certificate)가 발행됨 → 승인내역과 증명서가 세관에 통지됨
- 기간 : 검역신청부터 승인까지 1일 소요
- 비용 : 동물성 제품은 품목마다 검역비용이 다름, 품목별 비용은 하단의 URL참조 (<http://www.mytradelink.gov.my/documents/10179/17675/Veterinary%20-%20HQ%20-%20Charges.pdf>)
- 라벨링 표기사항 : 도살장, 정육포장공장의 지정번호, 생산일자, 도살형태 등을 표기해야 함

05

통관 / 국내유통

✓ 말레이시아의 간편화된 통관제도

말레이시아는 Customs Golden Client 제도를 통해 통관절차를 간편화하였다. 또한 선하증권, 허가서, 선적 적하 목록 등의 서류제출 및 선박 도착 예상을 확정하면 선통관도 가능하다. 모든 통관절차를 마친 화물은 보세구역에서 반출되어 말레이시아로 유통된다.

Customs Golden Client 제도란?

최소한의 데이터와 서류로만 통관이 가능하도록 만든 제도이며, 관세의 정기적 사후납부가 가능함

✓ 수입관세 및 세금 납부

모든 관세와 세금은 제품이 보세구역에서 반출되기 전에 납부한다. 말레이시아로 수출된 한국 제품은 한-아세안 FTA의 협정세율을 적용받고 있어 관세가 없거나 매우 낮다. 수입품의 세금은 일부 품목에 한해 판매세와 소비세가 부과되오니 품목별 확인이 필요하다.

- 판매세는 0~10%를 적용하고 있으며, 품목별 확인이 필요함
- 맥주, 포도주, 알콜 제품에는 20%의 소비세를 부과함
- 수입과징금 부과 품목 : 생선, 곡물, 소금 (CIF의 5% 부과)

06

라벨링

✓ 말레이시아로 수입되는 제품의 라벨링은 말레이시아어와 영어의 병기가 가능하다. 일부 식품은 Nutritional Labeling을 반드시 기재해야하며, 기재 내용은 식품의 영양요소 정보이며, 포장지에 기재하면 된다.

- * Nutritional Labeling 의무표시 해당품목 : 시리얼, 제빵류, 우유 및 분유, 통조림, 육류, 과일주스, 샐러드드레싱, 마요네즈, 청량음료
- * Nutritional Labeling 표기내용 특이사항
 - 에너지량은 킬로칼로리 (kcal), 킬로줄 (KJ), 100g당 또는 100ml당, per package 등으로 명시해야 함
 - 단백질, 식이성 섬유를 제외한 탄수화물, 지방은 100g당 또는 100ml당, per package 등으로 명시해야 함
 - 병에 담아서 파는 음료는 총 설탕의 양을 다음과 같이 표시해야 함
 - Carbohydrateg
 - Total sugarsg
 - 병에 담아서 파는 음료는 총 설탕의 양을 다음과 같이 표시해야 함
 - Carbohydrateg
 - Total sugarsg
 - Alcohol 7kcal/g (29kj)
 - Organic acid 3kcal/g (13kj)
 - Dietary fibre 2kcal/g (8.5kj)
- * 육류제품의 라벨링 표기사항 : 동물성 식품은 반드시 할랄(HALAL)인증을 표기해야 함
- * 혼합, 육류, 알콜 식품은 혼합, 육류, 알콜이 함유(6포인트)되었다고 타 기재사항(4포인트)보다 눈에 띄게 표시함

✓ 가공식품의 라벨링 표기 예시 및 기재사항

① 1회 제공량

② 칼로리 함량

③ 총 지방

④ 콜레스테롤

⑤ 비타민 & 미네랄

⑥ 나트륨 함량

⑦ 일일 권장 섭취량

⑧ 탄수화물 함량

1회 제공 영양분

Amount Per Serving		% Daily Value
Calories	60	15%
Total Fat	1.5g	2%
Saturated Fat	0.5g	3%
Trans Fat	0g	
Cholesterol	15mg	3%
Sodium	600mg	27%
Total Carbohydrate	8g	3%
Dietary Fiber	1g	4%
Sugars	1g	
Protein	3g	
Vitamin A	4%	0%
Vitamin C	0%	2%
Calcium	0%	
Iron	2%	

- 제품명, 중량, 유통기한, 수입업체 정보 (이름, 주소)
- 1회 제공 영양분 (칼로리, 지방, 콜레스테롤, 탄수화물, 나트륨, 단백질)
- 1회 제공량, 일일 권장섭취량

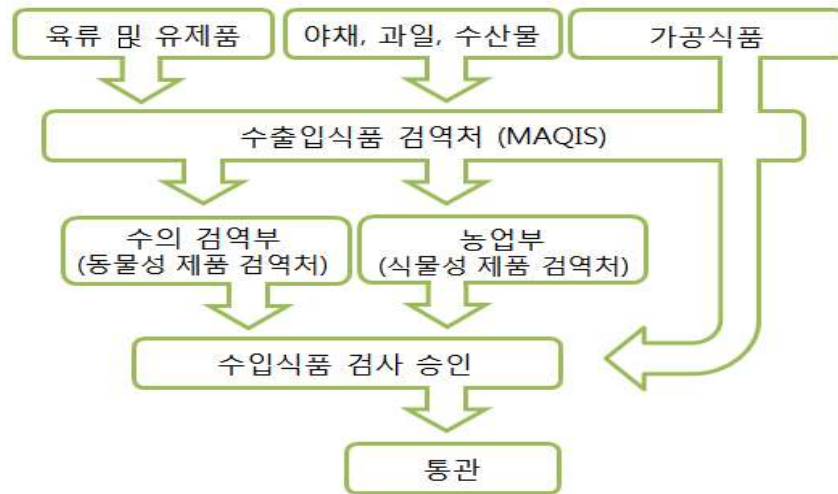
07

수입 식품
검사기관

- ✓ 수출입식품 검역처 (Malaysian Quarantine Inspection Services, MAQIS)
 - 주요 업무 : 말레이시아로 수입되는 동·식물·수산물의 병충해와 오염도를 검사하는 곳으로 말레이시아의 식품안전규정을 준수하도록 규제하는 검역처 업무를 진행한다.
- ✓ 수의 검역부 (Department of Veterinary Services)
 - 주요 업무 : 말레이시아로 수입되는 동물성 식품의 검역을 담당하고 있으며, 검역이 승인된 제품에 동물건강증명서(Veterinary Health Certificate)를 발행한다.
- ✓ 농업부의 작물보호 및 식물검역처부서 (The Crop Protection and Plant Quarantine Division)
 - 주요 업무 : 말레이시아로 수입되는 식물성 식품의 검역을 담당하고 있다.
- ✓ 농업부의 농업기반사업(Paddy and Rice Industry Division)
 - 주요 업무 : 쌀의 수출입을 담당하는 부서로 특별히 수입쌀의 검역을 담당하고 있다.

08

품목별
수입절차




* 품목별 수입절차 요약

- 수입식품 검역처에서 식품 수입을 허가하며, 수입허가를 받으면 제품 검역이 진행됨
- 육류 및 유제품 : 수입식품 검사에 승인을 받으면 동물건강증명서가 발급됨, 검역비용이 품목마다 다름, 최대 1일 소요
- 야채, 과일, 수산물 : 식물성 제품은 모두 검역비용인 15MRY를 납부, 최대 5일 소요
- 쌀 : 최대 3일 소요, 별도의 비용은 없음
- 가공식품 : 특이부서 없이 수입식품 검역처에서 검역 진행함

09

- ✓ 말레이시아에서 할랄 인증은 필수가 아닌 권장 사항이지만, 말레이시아 전체 국민의 약 60%가 무슬림이기 때문에 마케팅의 수단으로 활용되고 있다. 할랄 인증이 까다로운 만큼 안전한 제품이라는 인식이 알려져 비 무슬림도 할랄 제품을 찾고 있다.

품목별 인증

인증 명칭	자킴 (JAKIM)	
인증 소개	자킴(JAKIM)은 말레이시아의 유일한 할랄 인증이며, 세계적으로 가장 권위 있는 할랄 인증 중 하나임	
인증 기관	JAKIM (The Department of Islamic Development)	
대상 품목	강제 인증대상 품목 : 고기, 가공 육류 제품, 가금류, 계란, 계란 제품 * 강제인증 대상 품목 이외의 식품은 인증 취득이 선택사항 임	
인증 절차	온라인으로 회사계정 생성 → 관련 서류 제출 → 실사단 파견 및 감사 → 보고서 작성 → 할랄 인증서 발급 → 사후감독 * 인증 등록 URL : apps.halal.gov.my	
제출 서류	<ul style="list-style-type: none"> · 법인 등록 사본 / 재무제표 사본 / 수입허가 사본 · 현지 관할 당국(PBT)에 의한 부지사용 허가증 · 생산라인에서 항구적으로 고용된 무슬림 직원고용 증명서(2명) · 제품에 투입되는 각각의 생산 재료에 대한 할랄 인증사본 · 도축 관련 직원 고용 증명서와 관련 인증서 · 소재지 지도 / 검사원 리스트 / 제품 생산 과정 플로우차트 · 완제품 샘플 	
비용	<ul style="list-style-type: none"> · 소규모 기업 : 연간매출이 500,000(RM)이하, 직원 50명 규모에 해당되는 기업 → 연간 100 (RM) 비용 소요됨 · 중·소기업 : 연간 매출 500,000(RM) ~ 25,000,000(RM), 직원 150명 규모에 해당되는 기업 → 연간 400.00(RM) 비용 소요됨 · 다국적 기업 : 연간 매출 25,000,000(RM), 직원 150명 이상 규모에 해당되는 기업 → 연간 700.00(RM) 비용 소요됨 	
사후관리	할랄인증 및 로고의 유효기간은 2년이며, 갱신을 원할 시 만료 3개월 전에 제출해야 함	
사이트	www.islam.gov.my	
인증대행	2013년 7월부터 한국 할랄 인증이 말레이시아 정부의 할랄 인증과 동등성을 획득하여 한국 이슬람교 중앙회를 통한 할랄 인증 취득이 가능해짐 * 한국 이슬람교 중앙회 URL 참조 : www.koreaislam.org	

EXHIBITION INFORMATION

MALAYSIA



전시회
정보

말레이시아 국제 할랄 박람회

12th Malaysia International Halal Showcase 「MIHAS」

말레이시아의 국제 할랄 박람회는 전 세계 이슬람 국가들의 최신 할랄 트렌드와 시장규모를 한눈에 볼 수 있는 세계 최대 규모의 할랄 전시회이다. 식품, 화장품, 레스토랑 등의 할랄 인증을 받은 업체만 참가할 수 있는 전문 박람회이다. 2004년부터 개최된 본 박람회는 오는 2015년에 12회째를 맞이하고 있으며, 지난해 26개국 521개 업체가 참여하면서 점차 그 규모가 확대되고 있다.



< MIHAS 박람회 전경과 로고 >

! 전시개요

「MIHAS」는 2004년부터 연례 2번씩 개최되는 할랄 제품 전문 박람회로 오는 2015년 4월 1일부터 5일까지 5일간 '말레이시아 쿠알라룸푸르 컨벤션 센터'에서 열릴 예정이다. 「MIHAS」는 할랄 제품의 소싱과 판매를 촉진하기 위해 마련된 국제 무역 박람회로 개최지인 말레이시아뿐만 아니라 ASEAN과 전 세계 이슬람 시장에 판매·유통망을 구축하기 위한 최적의 박람회다.

말레이시아 국제 통상 산업부(Ministry of International Trade and Industry, MITI)와 말레이시아 대외무역개발공사(Malaysia External Trade Development Corporation, MATRADE)에서 주최하고, 말레이시아 이슬람재단(Islamic Da'wah Foundation Malaysia, YADIM)과 할랄 산업개발공사(halal industry development corporation, HDC)에서 후원한다. 본 박람회는 할랄 제품 판매에 종사하는 제조업자, 유통업자, 수입업자, 도·소매업자 등을 대상으로 개최되며 판매자 뿐 아니라 할랄 인증기관, 이슬람 협회 등 할랄 전문가까지 약 2,000명이 내방할 예정이다. 수행사는 최대 620개의 부스를 신청 받을 예정이다.

본 전시회의 참여 품목은 크게 식품, 제약, 생활용품, 화장품으로 나뉘며, 관련 제품의 포장, 기계설비도 전시된다. 할랄 전문 박람회인 만큼 할랄 인증을 받은 제품만이 참여할 수 있으며, 종합 박람회이지만 참여 품목의 75%가 식품과 음료인 만큼 식·음료가 주된 전시 품목이다.

박람회의 테마인 할랄에 대해 간략히 소개해 보자면, 이슬람 법에 허용된 것을 할랄(HALAL)이라고 하며 할랄 식품은 이슬람권의 일정한 기준과 절차에 따라 인증을 받은 식품을 의미한다. 현재 전 세계 무슬림 인구는 약 18억에 달하며 상기 인구의 할랄 제품 수요는 점점 증가하는 추세로 할랄 시장은 꾸준히 성장할 것이다.



< MIHAS 박람회 초대장 >

특히, 말레이시아는 전 세계 할랄 시장의 허브로 말레이시아의 할랄 인증인 자킴 (JAKIM)은 전 세계 할랄시장에서 최고의 공신력을 자랑하는 증명서이다. 그만큼 공신력 있는 할랄 인증을 발급하고 있는 말레이시아에서 연례 2회씩 열리는 할랄 박람회는 그만큼 의미가 깊다.

전년도 분석

「MIHAS」는 2013년에 전 세계 30개국에서 463명이 참가하였으며, 65개국에서 1,823명이 방문하였고, 2014년도에는 26개국에서 521개 업체가 참여하였으며, 방문객의 69% 이상이 전문 무역 상인이며, 주로 ASEAN 국가의 식품·음료 관련 무역 종사자가 참가하였다.



〈 수출 상담회에 참가한 말레이시아 기업들 〉

「MIHAS」에서 진행된 비즈니스 상담회는 53개국으로부터 353개사가 참여하였으며 391건의 상담이 진행 되었고 총 4억 1,000만 달러 규모의 수출상담 성과를 거두었다. 말레이시아 정부는 말레이시아의 중소기업들에게 보조금을 후원하여 참여를 독려했기 때문에 말레이시아 현지 업체들의 참여 비율이 상대적으로 높다.

「MIHAS」는 상담을 목적으로 하는 비즈니스 전시회이기 때문에 바이어 이외에 일반 사람, 18세 미만인 사람은 입장이 불가하며, 엄격한 입장기준을 가지고 있어 품질 높은 바이어군을 구성하고 있다.



전시회 주최 장소인 「쿠알라룸푸르 컨벤션 센터 (Kuala Lumpur Convention Centre, KLCC, Malaysia)」는 말레이시아 최고의 상업 중심지인 쿠알라룸푸르의 북동쪽에 위치한다. 쿠알라룸푸르 컨벤션 센터는 KLCC역 인근에 위치해 있어 Kelana Jaya Line이 지나가므로 참가자와 방문자 모두 접근성이 용이하며, 도보로 걸을 수 있는 거리 안에 유명 호텔이 밀집되어 있어 외국인 참가객들의 숙소 예약이 편리하다.

전시회 신청

전시회 부스신청 마감일자는 아직 정해지지 않았으며 2015년 참가업체의 등록은 아래 URL주소를 통해 등록이 가능하다.

* 2015 참가 관련 온라인사전 등록 양식 URL :

<http://www.mihhas.com.my/exhibit/pre-register.php#sthash.Rttys7oG.dpbs>

부스 배정



〈 MIHAS의 부스 배치 전경 〉

전시회 기본 임대면적은 최소 9sq.m이며, 기본 부스 임대료는 2,150 달러(USD)이며 참가자들의 유형에 따라 부스 임대료가 다르다. 수출업자들의 부스 임대료는 2,000 달러(USD)이며 포장 및 기계설비 업자들의 임대료는 2,000 달러(USD)이다. 상기 기본부스에는 2.5m의 파티션, 간판, 형광등, 접이식 의자와 테이블 등이 마련되며 전력시설(500W)이 공급된다.

독립부스의 기본 임대면적은 최소 18sq.m이며, 독립부스 임대료는 면적당 210 달러(USD)이며, 기본 부스와 달리 일반 참여자들과 수출업자, 포장 및 기계설비 업자들의 임대가능 면적과 비용은 모두 동일하다.

Marketer's Guide

- 전시회 규모 ★★★★★
- 전시회 지명도 ★★★★★
- 부스배정 난이도 ★★★★★
- 부대행사 개수 ★☆☆☆☆

✓ MIHAS SECRETARIAT (말레이시아 전시회 사무국)

주소 : Level 8, West Wing, Menara MATRADE Jalan Khidmat Usaha, Off Jalan Duta 50480, Kuala Lumpur, Malaysia
 Tel : + 603 6203 4433 Fax : + 603 6203 4422
 Email : enquiry@halal.org.my Webpage : www.mihhas.com.my


✓ 한국 할랄 협회 (KOHAS)

(전시회 참여관련 문의가 가능한 한국Agent)
 주소 : 대한민국, 서울시 강남구 수서 724 로즈데일 빌딩 135-2201438
 Tel : + 82 2 1599 7301 Fax : + 82 2 0510 63003
 Email: info@kohas.or.kr Webpage : www.kohas.or.kr

말레이시아 기타 유명전시회

Café show Malaysia 2015

전시회 개요

개최 일자	2015/04/23 ~ 2015/04/26 (매년)	
개최 도시 및 전시 장소	말레이시아, 쿠알라룸푸르 Putra World Trade Center	
전시 품목	커피, 차, 기타 음료, 음료 관련 설비	
전시회 간략소개	커피전문 전시회인 '서울 카페쇼' 의 해외 진출 전시회로 말레이시아 커피·음료시장 진출에 효과적임	

전년도 분석

참가자 정보	33개국 430개社 / 총 1,300명	
개최국 정보	300개社 99660명	
방문자 정보	63개국 101,725명	
주최자 정보	Kaizer Exhibitions · Conferences Sdn Bhd 주최 & 인도네시아 커피수출협회(AEKI-AICE) 후원	

전시회 신청 및 부스배정


참가비용	참가비용은 없으며, 선택 부스에 따라 총 비용이 달라짐
부스 정보	* 부스 임차료 수준 - 기본 부스 : 2,315 달러(USD) / 9m ² - 독립식 부스 : 2,585 달러(USD) / 9m ²

Marketer's Guide


전시회 규모	★★★★☆	✓ Kaizer (Organizer) Tel : + 603 6275 1088 / 6277 5108 Fax : + 603 6277 9108 Email : enquiries@cafeshowmalaysia.com Webpage : www.cafeshowmalaysia.com
전시회 지명도	★★★★☆	
부스배정 난이도	★☆☆☆☆	
부대행사 개수	★★★★☆	

Malaysian International Food & Beverage Trade Fair

전시회 개요

개최 일자	2015/06/11 ~ 2015/06/13	
개최 도시 및 전시 장소	말레이시아, 쿠알라룸푸르 Kuala Lumpur Convention Centre	
전시 품목	커피, 음료, 와인, 유제품, 유기농식품, 할랄 식품, 냉동식품, 식품기술 및 관련설비	
전시회 간략소개	14년째 진행되어온 말레이시아의 국제 식품 · 음료 박람회	

전년도 분석

참가자 정보	23개국 / 355개社 / 452개 부스	
방문자 정보	30개국 / 총 19,111명	
관심 품목	음료(18%), 식품첨가물(12%), 할랄식품(8%)	
주최자 정보	Singapore Press Holdings, Mutiara Sigma Sdn Bhd 공동주최 & Malaysia convention and exhibition Bureau 후원	

전시회 신청 및 부스배정


신청방법	전시회 공식홈페이지의 참가신청 배너에서 참가신청을 등록하고, 폐장일은 아직 공지되어있지 않음
참가비용	방문자 입장료는 10.00 (MYR) 이며, 참가비용은 선택 부스에 따라 총비용이 달라짐
부스정보	* 부스임차료 수준 - 기본 부스 : 7,800 MYR / 9m ² - 코너 부스 : 8,300 MYR / 9m ² - 독립식 부스 : 면적 당 830 MYR
신청서 URL	http://www.mifb.com.my/reserve-a-booth

Marketer's Guide

전시회 규모	★★★★☆	✓ Sphere Exhibits Malaysia Sdn Bhd 주소 : 7-3, Subang Business Centre, Jalan USJ9/5Q, 47620 Subang Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia. Tel : + (6) 03 8023 2600 Fax : + (6) 03 8023 3750 Email : info@sphereexhibits.com.my Webpage : www.mifb.com.my
전시회 지명도	★★★★☆	
부스배정 난이도	★★★☆☆	
부대행사 개수	★★★★☆	

Malaysia Official Food & Hotel Show 2015

전시회 개요

개최 일자	2015/09/29 ~ 2015/10/02 (격년)	 <p>The 13th Malaysian International Exhibition of Food, Drinks, Hotel, Restaurant & Foodservice Equipment, Supplies, Services & Related Technology</p>
개최 도시 및 전시 장소	말레이시아, 쿠알라룸푸르 Kuala Lumpur Convention Centre	
전시 품목	식품, 주류 (일반용 / 호텔용), 식품 설비	
전시회 간략소개	말레이시아의 최대 식품 음료 및 호텔 전시회	

전년도 분석

참가자 정보	47개국 / 800개社 / 총 8,865명	
개최국 정보	350개社 / 10,000명	
방문자 정보	57개국 총 18,865명	
주최자 정보	Malaysian Exhibition Services Sdn Bhd 주최	

전시회 신청 및 부스배정

신청방법	전시회 공식홈페이지의 참가신청 배너에서 참가신청을 등록하고, 폐장일은 아직 공지되어있지 않음
참가비용	참가비용은 선택 부스에 따라 총비용이 달라짐
부스정보	* 부스임차료 수준 - 기본 부스 : 345 달러(USD) / m ² - 공간식 부스 : 370 달러(USD) / m ² - 독립식 부스 : 390 달러(USD) / m ²
신청서 URL	http://www.foodandhotel.com/exhibition/book-a-space.php

Marketer's Guide

전시회 규모	★★★★☆	✓ Malaysian Exhibition Services Sdn Bhd 주소 : Suite 1401, 14th Floor, Plaza Permata, Jalan Kampar, Off Jalan Tun Razak 50400 Kuala Lumpur Tel : + 603 4041 0311 Fax : + 603 4043 7241 Email : enquiry@mesallworld.com Webpage : www.mesallworld.com
전시회 지명도	★★★★☆	
부스배정 난이도	★☆☆☆☆	
부대행사 개수	★☆☆☆☆	


2014년

2015년

11~04

주요 행사

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
특이식품	
음료	

 14/11/20 ~ 22


Intrade Malaysia 2014

장소 MATRADE Exhibition & Convention Centre

품목 식품, 음료, 교육, 서적

레저용품 등 종합박람회

홈페이지 www.intrademalaysia.my


 15/04/01 ~ 03

Malaysia International Halal Showcase

장소 Kuala Lumpur Convention Centre

품목 할랄 식품

홈페이지 www.mihas.com.my

 15/04/23 ~ 26

Café show Malaysia 2015

장소 Putra World Trade Center

품목 커피, 음료

홈페이지

www.cafeshowmalaysia.com

2015년

06~09

주요 행사

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
특이식품	

 15/06/11~13

Malaysian International Food & Beverage Trade Fair

장소 Kuala Lumpur Convention Centre

품목 종합식품

홈페이지 www.mifb.com.my

 15/09/09 ~ 11

Food Ingredient ASIA - MALAYSIA

장소 Kuala Lumpur Convention Centre

품목 식품 첨가물

홈페이지 www.figlobal.com

 15/09/29 ~ 10/02

Food & Hotel Malaysia 2015

장소 Kuala Lumpur Convention Centre

품목 종합식품

홈페이지 www.foodandhotel.com

FOCUS INTERVIEW

MALAYSIA



수출 성공기업
인터뷰



선정호 상무 인터뷰

30년 전, 유자차를 처음 개발한 국제식품 혁신적인 제품 개발로 말레이시아인들의 입맛을 사로잡다



국제식품 상무 선정호

*“과거 50여년 동안 전통과 조화를 이루는
동시에 창조의 영역을 확장하는데 집중함으로써
대한민국 茶 역사에 중요한 발자취를 남기다”*

국내 최초로 유자차를 개발한 국제식품은 1983년 창립한 이래 유자차를 중심으로 각종 한국차들을 개발 및 생산해 오고 있다. 2000년부터 건강식품과 각종 차음료(액상차, 즙, 분말차, 침출차, 아이스티 류)들을 개발하여 홍콩 수출을 시작으로 현재 중국, 일본을 포함한 각 종 아시아 국가와 미국, 유럽 등에 제품을 판매하고 있으며 향후 미개척 아시아 시장과 호주, 유럽 등지로 수출을 확대해 나갈 계획이다.

나날이 발전하고 있는 경제와 국민소득의 증가로 먹을거리에 관심이 높아지고 있는 말레이시아인들의 입맛을 사로잡아 그들의 외식 문화 한 칸에 유자음료를 도입시킨 국제식품의 노하우는 무엇이고 수출을 위한 유의사항은 무엇인지 해외영업 담당 선정호 상무님을 통해 직접 들어보았다.



< 국제식품 >

Q1. 유자차 제품으로 말레이시아 시장에 먼저 진출한 국제식품의 소개를 부탁드립니다.

안녕하십니까. 전통차 개발의 선두기업 국제식품입니다. 국제식품은 1983년에 서울에서 창립하였고 같은 해에 유자차와 액상차라는 혁신적인 차를 발명하여 대한민국 식품 시장에 선보였습니다. 선풍적인 인기를 끌며 수요에 따른 공급을 만족시키고자 1987년 경상남도 충무와 거제에 유자농장을 설립하였고 1994년에는 거제에 유자가공 공장을 설립하였습니다. 내수에만 만족하지 않고 수출을 위한 현지 사무소를 중국 북경에 설립하여 대륙으로의 진출을 시작 하였습니다. 2005년에는 국제 품질 및 환경규격인 ISO 9001과 ISO 14001를 취득하여 세계 곳곳에 진출하였습니다. 그 결실로 2006년에 100만 불 수출의 탑을 수상하였고 2011년에는 유자 품목에 대해 벨기에 국제 미각 및 품질협회(iTQi; International Taste & Quality Institute)에서 주는 ‘우수 미각상(Superior Taste Award)’을 수상한 바 있습니다.

50여년 간 대한민국 차(茶)문화의 선두에서 다양한 소비자들의 의견을 제품에 반영하고 시대의 흐름에 맞춰 정직하고 성실하게 제품을 만들어 왔습니다. 지금도 현실에 안주하지 않고 언제나 새로운 것을 추구하고 한국 식음료문화의 전통을 살려 한국의 소비자 뿐 아니라 세계의 소비자들에게 한국의 전통차를 알리고자 노력하고 있습니다. 국제식품은 단순히 ‘茶=마실거리’라는 개념을 뛰어 넘어 차 문화의 진정한 의미와 그 역할을 다함으로써 대한민국 대표 식품 회사를 뛰어넘어 세계인과 함께 하는 글로벌 회사를 지향합니다.

Q2. 국제식품이 말레이시아에 진출하게 된 계기(동기)는 무엇입니까?

또한 말레이시아 진출 루트는 어떻게 발굴하였고, 어떻게 확장하였습니까?

“구매력 있는 소비자가 많은 매력적인 국가, 말레이시아”



저희 제품은 가격이 비교적 높습니다. 따라서 저희 제품을 구매해 줄 능력이 있는 소비 국가를 찾던 중 말레이시아의 경제 성장속도가 다른 동남아시아 나라에 비해 상당히 빠르고 소비성향이 좋기 때문에 진출을 결심하였습니다. 본격적인 진출을 시도한 것은 2013년 초 부터였습니다. 국내 할랄인증을 취득하고 전시회도 다수 참가하면서 말레이시아 시장진입을 위해 노력하였습니다. 하지만 뜻대로 쉽게 길이 열리지는 않았습니니다. 좀처럼 기회가 오지 않아 말레이시아 진출을 미루고 있던 찰나에 말레이시아 현지에 진출해 있는 국내 치킨 회사로부터 치킨과 함께 팔 음료를 구하고 있다는 전화가 왔습니다. 바로 한국에서 미팅 약속을 잡고 말레이시아 바이어들 앞에서 저희 유자진액을 소다와 함께 제조하여 맛보여 주었습니다. 그 뒤 얼마 지나지 않아 한 컨테이너 주문이 들어왔습니다. 말레이시아로의 첫 번째 수출이었습니다. 현지에서 치킨과 유자에는드는 선풍적인 인기를 끌었고 덕분에 말레이시아 맥도날드社에도 자사의 제품을 수출하게 되었습니다. 현재는 말레이시아 KFC社와 거래 교신 중에 있습니다.

Q3. 말레이시아에 진출해 있는 국제식품의 유자차가 갖고 있는 제품 경쟁력은 무엇입니까?

“제품 자체가 경쟁력”



첫 번째, 유자 제품에 함유되는 유자의 양과 용기의 종류가 얼마든지 취향에 따라 국가의 특성에 따라 커스터마이징이 가능합니다. 따라서 저희는 같은 제품이라 할지라도 내수용 수출용 제품이 구분되어 있습니다. 동남아시아 사람들은 비교적 단 맛을 좋아하고 유리 패키지 보다는 테트라(Tetra) 패키지를 선호하기 때문입니다. 두 번째, 저희 유자진액에는 유자 건더기가 없어 마시기가 좋고 목 넘김이 부드럽습니다. 자사만의 기술로 만든 유자청에 탄산수나 스프라이트, 진(Gin)을 넣으면 유자청과 용매가 분리되면서 층이 생겨 보기에 예쁘고 맛있습니다. 세 번째, 유자로 만든 다양한 제품군을 보유하고 있습니다. 유자 잼과 무농약으로 만든 유자 100% 주스, 유자 청 등이 있습니다.

Q4. 말레이시아 진출에 많은 어려움이 따랐을 것으로 예상됩니다. 수출을 함에 있어 가장 어려웠던 점이 무엇이었는지 어떻게 극복하였는지 여쭙고 싶습니다.

가장 어려웠던 점은 제품의 가격을 조정하는 것이었습니다. 자사의 제품이 비교적 고가이다 보니 말레이시아 시장에 진출할 때 어떠한 가격대로 진출을 해야 수요가 생길까에 대한 고민을 많이 하였습니다. 결론은 시장조사를 통해 적정선의 가격을 맞추고 가격에 알맞은 수요처를 도출하여 진출하였습니다. 자사의 제품이 타깃국가 내에서 프리미엄 가격대인지 중간 가격대인지 낮은 가격대인지를 먼저 조사한 후, 그 결과를 토대로 적정선의 가격을 맞추어 바이어에게 오피하는 것이 성공적인 거래성사에 있어 중요한 것 같습니다.

“선진국 소비자들의 입맛을 사로잡을 국제식품”

Q5. 향후 개척할 新시장은 어디 입니까? 그 이유는 무엇입니까?

유럽과 미국, 호주와 같은 선진국으로 시장을 넓혀 가고 싶습니다. 웰빙에 대한 관심도가 개도국에 비해 높고 구매력이 좋아 차에 대한 수요가 많을 것으로 예상되기 때문입니다. 시장을 개척하기 위해 관련 나라에서 열리는 식품 전시회에 다수 참가하고 있고 시장조사도 하고 있습니다. 현재 ‘유자 100% 주스’ 제품을 영국에서 마켓 테스트 중에 있습니다.

“차별화된 제품으로 승부하자”

Q6. 마지막으로, 말레이시아 진출을 일구어 낸 담당자로서 말레이시아 시장에 진출하고자 하는 국내 기업들에게 한 말씀 부탁드립니다.

첫 번째, 자사만의 차별화된 제품개발을 할 것을 추천 드립니다. 브랜드나 패키지, 성분 등 사소한 것에서라도 남들과는 다른 점을 꼭 가져 바이어를 만났을 때 이것만은 꼭 홍보할 수 있도록 해야 할 것 같습니다. 빠르게 진보하고 변화하는 식품 산업 속에서 동종 제품과 유사 상품이 시장 곳곳에서 자주 눈에 띕니다. 그들과 같은 제품으로 취급 받지 않으려면 보유 제품만의 제품 경쟁력이 있어야 할 것입니다. 국제식품의 제품의 경우, 라벨링이 각 제품마다 국가에 맞춰 특화되어 있다는 점이 특징입니다. 소비자들이 물건을 구매할 때 가장 먼저 접하는 라벨에 국제식품의 유자진액으로 무엇을 만들어 먹을 수 있는지 간단한 레시피와 원산지를 지도로 나타내주어 차별점을 갖고자 하였습니다.

두 번째, 충분한 시장조사를 한 후에 말레이시아 시장으로 진입하는 것을 추천합니다. 저는 말레이시아나 인근 국가인 인도네시아, 싱가포르에 전시회가 있을 때 마다 하루 이틀 정도 일찍 도착하여 수도권에 위치한 유통매장과 소매점을 돌아다니며 시장조사를 진행합니다. 매장 직원들과 얘기도 해보고 계산대에 오랫동안 서있으면서 사람들의 식품 소비습관을 파악하려고 노력합니다. 이를 토대로 향후 시장 진출 시 참고하여 제품개발을 하기도 하고 단가를 조절하기도 합니다.

마지막으로 단기간의 성과보다는 장기간의 성과를 위하여 바이어를 인맥으로 구축하여 꾸준히 관리하는 것입니다. 국제식품이 말레이시아에 처음 진출하게 된 것도 한 바이어와 지속적으로 1년 가까이 연락을 하고 지내며 신뢰를 쌓았기 때문입니다.

BUYER INFO. MALAYSIA



말레이시아 식품 바이어

I 신선 식품

1. D C ORGANIC



기본 정보	
기업명	D C ORGANIC SDN BHD
홈페이지	http://www.dcgrou.com.my
대표전화	603-6273 3351
팩스	603-6277 9427
주소	Anzen Business Park Jalan 4/37A Kawasan Industri Bukit Maluri 52100 Kuala Lumpur ,Wilayah Persekutuan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Jeremy	이메일	jeremy@dcgroup.com.my
-------------	------------	-----	-----------------------

기업 분석			
취급 품목	설탕, 꿀, 콩 (유기농 식품)		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	유기농 건조식품을 취급하고 싶어함. 특히 소금과 생강에 관심이 많음
수입 시 고려사항	품질		

2. RESOURCE FOOD SUPPLIES



기본 정보	
기업명	RESOURCE FOOD SUPPLIES (M) SDN BHD
홈페이지	http://www.resourcefood.com.my
대표전화	603-7846 7564
팩스	603-7847 3006
주소	Lot 2 Jalan Tiang U8/92 Taman Perindustrian Bukit Jelutong Section U8 40150 Shah Alam, Selangor Darul Ehsan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Ms Eliza	이메일	sgchee@pc.jaring.my
-------------	----------	-----	---------------------

기업 분석			
취급 품목	식품 첨가물		
한국산 제품 취급 유무	유		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국의 식품원료 중 전분을 취급해 볼 의향이 있다고 함
수입 시 고려사항	가격		

3. Nature Farm



기본 정보	
기업명	Nature Farm
홈페이지	http://www.naturefarm.com.my/
대표전화	603-7984 3161
팩스	603-7980 2890
주소	No. 5, Jalan 3/108C, Taman Sungai Besi, 57100 Kuala Lumpur.

해외구매/영업 담당자	Ms. Cheryl Lin	이메일	cheryl.lin@naturefarm.com.my
-------------	----------------	-----	------------------------------

기업 분석			
취급 품목	과일, 야채		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	과일과 야채를 주로 취급하고 있어 한국산 제품 중에서도 건조과일에 관심이 많아 취급해볼 의향이 충분이 있다고 함
수입 시 고려사항	품질		

4. MTS Import & Export



기본 정보	
기업명	MTS Import & Export Sdn Bhd
홈페이지	http://www.mtsfruits.com/
대표전화	607-557 8980
팩스	607-556 8980
주소	6, Jalan Selatan 3, Taman Perindustrian Ringan Pulai, 81200 Johor Bahru, Johor, Malaysia.

해외구매/영업 담당자	Ms. Chai	이메일	mtstee@gmail.com
-------------	----------	-----	------------------

기업 분석			
취급 품목	과일, 야채		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국산 과일 중 특히 단감을 취급해보고 싶다고 함
수입 시 고려사항	가격		

5. Khaishen Trading



기본 정보	
기업명	Khaishen Trading Sdn Bhd
홈페이지	http://www.khaishen.com/
대표전화	603-6120 6171
팩스	603-6120 4728
주소	PT31116, Jalan Rawang, Taman Selayang Baru, 68100 Batu Caves, Selangor, Malaysia.

해외구매/영업 담당자	Mr. Daniel Chang	이메일	danielchangsw@gmail.com
-------------	------------------	-----	-------------------------

기업 분석			
취급 품목	과일, 야채		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국산 과일 중 단감, 멜론, 딸기를 수입해 보고 싶다고 함
수입 시 고려사항	가격과 품질 모두 고려함		

6. Euro-Atlantic



기본 정보	
기업명	Euro-Atlantic
홈페이지	http://www.euro-atlantic.com.my
대표전화	603-4251 8482
팩스	603-4251 8481
주소	Lot 341, Jalan Pinggirn Dua, Pinggiran Ukay, Mon - Fri 8.00 am to 5.00 pm Ulu Klang, 68000 Ampang, Selangor

해외구매/영업 담당자	Ms. Jasmine	이메일	aida@euro-atlantic.com.my
-------------	-------------	-----	---------------------------

기업 분석			
취급 품목	과일, 야채		
한국산 제품 취급 유무	유		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국에서 단감, 멜론, 딸기, 포도를 취급해 본 경험이 있어서 상기 제품을 다시 취급해 보고 싶다고 함
수입 시 고려사항	품질		

7. AZ International



기본 정보	
기업명	AZ International Sdn Bhd
홈페이지	http://www.azinternational.com.my/home
대표전화	601-4360 8724
주소	102 A - 2 (2nd Floor), Jalan Laman Rimbunan Raya, Laman Rimbunan Kepong,, 52100, Federal Territory of Kuala Lumpur, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Zullah	이메일	azinternational79@gmail.com
-------------	------------	-----	-----------------------------

기업 분석			
취급 품목	신선 과일		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	유기농 과일과 채소
수입 시 고려사항	신선 과일을 취급하기 때문에 품질을 가장 우선적으로 고려함		

8. AMWANG



기본 정보	
기업명	AMWANG SDN BHD
홈페이지	http://www.amwang.com.my
대표전화	603-8724 6833
팩스	603-8724 6369
주소	6 Jalan Mega 1A Taman Industri Mega Bandar Technology Kajang 43500 Semenyih, Selangor Darul Ehsan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Ms. Mandy Foo	이메일	mandyfoo86@hotmail.com
-------------	---------------	-----	------------------------

기업 분석			
취급 품목	식품 첨가물		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	무, 현재로서 다른 제품을 취급할 의향이 없고 추후에 취급해 볼 의향은 있다고 함		
수입 시 고려사항	가격		

I 가공식품

9. LARAS MARKETING & SERVICES



기본 정보	
기업명	LARAS MARKETING & SERVICES SDN BHD
홈페이지	http://www.laras-world.com
대표전화	603-7885-0478
팩스	603-7885-0727
주소	Lot 8 Jalan PJU 3/39 Sunway Damansara Technology Park 47810 Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Siti Hanani	이메일	e21.sitihanani@gmail.com
-------------	-----------------	-----	--------------------------

기업 분석			
취급 품목	인스턴트 커피		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국커피에 대해 관심이 많고, 제품의 라인을 다변화하기 위해 한국의 모카라떼를 취급해 볼 의향이 있다고 함
수입 시 고려사항	품질		

10. YU-AI FOOD INDUSTRIES



기본 정보	
기업명	YU-AI FOOD INDUSTRIES SDN BHD
홈페이지	http://www.yu-ai.com.my
대표전화	603-8962 2233
팩스	603-8962 2033
주소	Lot 6596 Kawasan Industri Kampung Baru Balakong 43300 Balakong Selangor Darul Ehsan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Bee Leong	이메일	marketing@yu-ai.com.my
-------------	---------------	-----	------------------------

기업 분석			
취급 품목	케이크, 과자		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국의 필링제품을 취급해 보고 싶으며, 특히 딸기 필링과 팥 필링을 원함
수입 시 고려사항	품질		

11. MACKESSEN



기본 정보	
기업명	MACKESSEN SDN BHD
홈페이지	http://www.mackessen.com.my
대표전화	603-5121 8948
팩스	603-5121 8941
주소	18 Jalan Anggerik Mokara 31/44 Kota Kemuning Seksyen 31 40460 Shah Alam, Selangor Darul Ehsan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Chee	이메일	info@mackessen.com.my
-------------	----------	-----	-----------------------

기업 분석			
취급 품목	유제품, 소스		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	식품 원료를 취급해 볼 의향이 있으며, 특히 전분에 관심이 많음
수입 시 고려사항	품질		

12. QD Herbs



기본 정보	
기업명	QD Herbs Sdn Bhd
홈페이지	http://www.qdherbs.com
대표전화	603-7803 5997
팩스	603-78762997
주소	718, BLK A3, Leisure Commerce Square, Petaling Jaya, Selangor, M

해외구매/영업 담당자	Ms. Jennifer	이메일	jennifer@qdherbs.com
-------------	--------------	-----	----------------------

기업 분석			
취급 품목	스프, 젤리, 차		
한국산 제품 취급 유무	유		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	자사에서도 젤리를 취급하고 있지만 다양한 젤리 상품을 취급해보고 싶어 한국 젤리를 수입해볼 의향이 있다고 함
수입 시 고려사항	브랜드, 품질		

13. Algen Distribution



기본 정보	
기업명	Algen Distribution Sdn Bhd
홈페이지	http://www.algendistribution.com
대표전화	603-8070 8705
팩스	603-8070 8706
주소	No.3-1, Jalan OP 1/6, Pusat Perdagangan One Puchong, 47160 Puchong, Selangor Darul Ehsan, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Andy Chuah	이메일	andychuah@algendistribution.com
-------------	----------------	-----	---------------------------------

기업 분석			
취급 품목	통조림, 냉동 가공식품		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국식품은 원하는 고객의 수요가 있으면 취급할 의향이 있음
수입 시 고려사항	고객들의 요구사항		

14. Food Delicacy Material



기본 정보	
기업명	Food Delicacy Material Sdn Bhd
홈페이지	http://foodking.com.my
대표전화	603-7980 1699
팩스	603-7987 2699
주소	A71 & A72, 5 3/4 Miles, Jalan Sungai Besi, Salak South Garden, 57100 Kuala Lumpur

해외구매/영업 담당자	Ms. Vivian.C	이메일	vivianc_food.delia@yahoo.com
-------------	--------------	-----	------------------------------

기업 분석			
취급 품목	소스, 젤리, 과자, 냉동가공식품		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	과일 통조림
수입 시 고려사항	품질과 가격의 적합성		

15. Malaysia ISL Multi-Trade



기본 정보	
기업명	Malaysia ISL Multi-Trade Sdn Bhd
홈페이지	http://www.islmarketing.com.my
대표전화	603-8062 2663
팩스	603-8062 1928
주소	No.44, 46 & 48, Jalan TPP 5-6, Taman Perindustrian Puchong, Section 5, 47160 Puchong, Selangor Darul Ehsan, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Vincent	이메일	islmarketing@gmail.com
-------------	-------------	-----	------------------------

기업 분석			
취급 품목	과자, 사탕, 소스		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	소스, 감미료
수입 시 고려사항	가격, 고객들이 요구하는 브랜드		

16. OLEOFINE MARKETING



기본 정보	
기업명	OLEOFINE MARKETING SDN BHD
홈페이지	http://www.oleofine.com.my
대표전화	603-5124-9323
팩스	603-5124-8323
주소	44 Jalan Anggerik Vanilla W31/W Seksyen 31 Kota Kemuning 40460 Shah Alam Selangor Darul Ehsan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Victor Lim Mr. Lim Seng Tee	이메일	info@oleofine.com.my
-------------	------------------------------------	-----	----------------------

기업 분석	
취급 품목	빵, 비스킷, 초콜릿, 아이스크림
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 아직은 제품 라인을 확대해 볼 계획이 없다고 함
수입 시 고려사항	가격

17. ASIA FOOD LINK



기본 정보	
기업명	ASIA FOOD LINK SDN BHD
홈페이지	http://www.hongsiang.com
대표전화	603-8023 5330
팩스	603-8023 5331
주소	30-34 Jalan Industri 1/13 Taman Perindustrian USJ 1 47600 Subang Jaya, Selangor Darul Ehsan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Ms. Chris	이메일	asiafood@streamyx.com
-------------	-----------	-----	-----------------------

기업 분석	
취급 품목	인스턴트 커피
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 아직은 다른 제품을 취급할 계획이 없다고 함
수입 시 고려사항	가격

18. BESTARI



기본 정보	
기업명	BESTARI
홈페이지	http://www.bestarifood.com
대표전화	603-5122 9933
팩스	603-5122 9133
주소	13 Jalan Anggerik Mokara 31/60 Section 31 KotaKemuning Industrial Park 40460 Shah Alam, Selangor Darul Ehsan Malaysia

해외구매/영업 담당자	Ms. Ivy Soh	이메일	ivysoh@synerchem.com.my
-------------	-------------	-----	-------------------------

기업 분석	
취급 품목	소스, 닭고기, 음료, 밀가루
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 제품 소싱에 관해 세워진 계획이 없어 어떤 제품에 관심이 있다고 얘기할 수 없음
수입 시 고려사항	가격과 품질 모두 고려함

19. SCS Food Manufacturing



기본 정보	
기업명	SCS Food Manufacturing Sdn Bhd
홈페이지	http://www.scs-labs.com
대표전화	603-9200 5407
팩스	603-9200 6259
주소	54, Jalan 8/91, Taman Shamelin Perkasa,Cheras 56100, Kuala Lumpur, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Wong	이메일	sales@scs-lab.com
-------------	----------	-----	-------------------

기업 분석	
취급 품목	과자, 간편 조리식품, 음료 등
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 자사고유 브랜드 제품을 많이 보유하고 있기 때문에 아직까지 다른 브랜드를 취급할 계획 없음
수입 시 고려사항	품질과 가격

20. Radiantwholefood



기본 정보	
기업명	Radiantwholefood
홈페이지	http://www.radiantwholefood.com.my
대표전화	603-8066 6336
팩스	603-8066 6333
주소	Radiant Code Sdn Bhd (521422k) 2A, Jalan Meranti Puchong, D'25 @ Meranti Puchong, 47120 Puchong, Selangor, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Ms. Chie	이메일	radiantwholefood.office@gmail.com
-------------	----------	-----	-----------------------------------

기업 분석	
취급 품목	씨리얼, 주스, 인스턴트 커피, 인스턴트 면 등 다양한 가공식품
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 아직은 어떤 한국식품 취급해야할지 잘 모르겠으며, 시장의 상황을 보고 결정할 것이라고 함
수입 시 고려사항	제품의 원료가유기능 제품인지 아닌지를 가장 먼저 고려함

I 음료 · 주류

21. Eco Action



기본 정보	
기업명	Eco Action
홈페이지	http://www.ecoaction.com.my
대표전화	601-6331 2139
팩스	601-6275 4288
주소	No.11A, Jalan 21/11B, 46300 Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Jason	이메일	Jasongwee78@hotmail.com
-------------	-----------	-----	-------------------------

기업 분석	
취급 품목	음료
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	유
수입 시 고려사항	품질
취급 의향 품목	한국 식품 중 유기농 인증을 받은 식품

22. VEGETA FOOD INDUSTRIES



기본 정보	
기업명	VEGETA FOOD INDUSTRIES SDN BHD
홈페이지	http://www.vegetacollagen.com
대표전화	603-7859 6286
팩스	603-7846-3975
주소	No. 7, Jln Apollo U5/189, Bandar Pinggiran Subang, 40150 Shah Alam, Selangor

해외구매/영업 담당자	Mr. Neo	이메일	vegeta@vegetacollage.com
-------------	---------	-----	--------------------------

기업 분석			
취급 품목	과일주스		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국 음료에 대해 관심이 많아 한국 음료라면 전부 취급해 볼 의향이 있음
수입 시 고려사항	가격, 품질		

23. SkipForTea Global Resources



기본 정보	
기업명	SkipForTea Global Resources
홈페이지	http://www.skip4tea.com
대표전화	6010-221-6127
팩스	603-2031-0586
주소	No.172 , Jalan Petaling , 50000 Kuala Lumpur , Malaysia.

해외구매/영업 담당자	Mr. Patrick	이메일	info@skip4tea.com
-------------	-------------	-----	-------------------

기업 분석			
취급 품목	음료		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	다양한 차(茶)제품을 취급하기 위해 항상 공급처를 찾고 있으며 한국 차(茶)제품도 취급할 의향이 있다고 함
수입 시 고려사항	품질		

24. PURPLE CANE ENTERPRISE



기본 정보	
기업명	PURPLE CANE ENTERPRISE SDN BHD
홈페이지	http://www.purplecane.my/en
대표전화	603-2145-1200
팩스	603-2145-1208
주소	Lot L1-01, 1st Floor, Shaw Parade, Off Jalan Pudu, Changkat Thambi Dollah, 55100 Kuala Lumpur, Malaysia.

해외구매/영업 담당자	Ms Ng	이메일	crm@purplecane.my
-------------	-------	-----	-------------------

기업 분석			
취급 품목	음료		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	다양한 차(茶)를 취급할 의향이 있으므로 한국 차(茶)에도 관심이 있음
수입 시 고려사항	가격과 품질 모두 고려함		

25. Deluxe Rich



기본 정보	
기업명	Deluxe Rich Sdn Bhd
홈페이지	http://deluxe-rich.asiaep.com
대표전화	607-7878 280
팩스	607-7878 291
주소	No. 24, Jalan 10, Taman Perindustrian Wawasan, Jalan Mersing, 86000 Kluang, Johor, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Ms. Renesia	이메일	limkimp@pc.jaring.my
-------------	-------------	-----	----------------------

기업 분석			
취급 품목	커피, 청량음료		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	에너지 드링크
수입 시 고려사항	가격과 품질		

26. Sin Yoon Loong White Coffee



기본 정보	
기업명	Sin Yoon Loong White Coffee Sdn. Bhd
홈페이지	http://www.mycofe.com.my
대표전화	605-546 9788
팩스	605-548 3266
주소	16, Lintasan Perajurit 17G 31400, Ipoh Perak, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Ms. Ivy	이메일	sylwhitecoffee88@unifi.my
-------------	---------	-----	---------------------------

기업 분석	
취급 품목	커피
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 커피 생두와 추출물을 취급하는데 한국에서 생두가 생산되는지 들어본적이 없음
수입 시 고려사항	품질과 브랜드

27. Capville Food



기본 정보	
기업명	Capville Food (M) Sdn Bhd
홈페이지	http://www.capvillegroup.com.my
대표전화	601-2322 5783
주소	25, Jalan Seksyen 1/28, Kawasan Industri Ringan Kajang Utama, 43000 Kajang, Selangor Darul Ehsan, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. kamarudin	이메일	inquiry@capvillefood.com
-------------	---------------	-----	--------------------------

기업 분석	
취급 품목	과일 주스
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 자사고유 브랜드 제품을 많이 보유하고 있기 때문에 아직까지 다른 브랜드를 취급할 계획 없음
수입 시 고려사항	품질(신선함, 안전함)

28. KMT Trading



기본 정보	
기업명	KMT Trading
홈페이지	http://www.kmt.com.my
대표전화	603-8948-8002
팩스	603-8948-9002
주소	Lot 46, Jalan 6/2, Kawasan Perindustrian Seri Kembangan, 43300 Seri Kambagen, Salangor, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. Jin	이메일	jin@kmtfnb.com
-------------	---------	-----	----------------

기업 분석	
취급 품목	음료
한국산 제품 취급 유무	유, 라면을 취급하고 있음
한국산 제품 취급 의향	무, 한국에서 어떤 제품을 취급할지 결정은 못하겠지만 한국 식품의 추후 취급에 대해 긍정적이라고 함
수입 시 고려사항	가격, 품질, 브랜드 모든 사항을 종합적으로 고려한다고 함

29. FRUCTOMAT



기본 정보	
기업명	FRUCTOMAT (M) SDN, BHD
홈페이지	http://www.fructomat.my
대표전화	605-438 8291
팩스	603-9874-1186
주소	No. 4, Jalan Perdana 10/8, Pandan Perdana, 55300 Kuala

해외구매/영업 담당자	Mr. Alex	이메일	office@fructomat.my
-------------	----------	-----	---------------------

기업 분석	
취급 품목	음료
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 아직 제품라인을 확장할 계획이 없어 취급하고 싶은 관심품목이 없다고 함
수입 시 고려사항	가격과 품질

30. K.L. Fruits



기본 정보	
기업명	K.L. Fruits Sdn. Bhd.
홈페이지	http://www.klfruits.com.my/klfruits
대표전화	603-6138-1311
팩스	603-6138-1312
주소	43, Jalan 6/3A, Pusat Bandar Utara, KM 12 Jalan Ipoh, 68100 Batu Caves, Selangor Darul Ehsan, Malaysia

해외구매/영업 담당자	Mr. WONG WAI HENG	이메일	klfruitssb@gmail.com
-------------	-------------------	-----	----------------------

기업 분석	
취급 품목	음료
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무, 관심 있는 제품이 없어 아직은 다른 상품을 취급할 계획이 없음
수입 시 고려사항	품질

EXPORT & IMPORT MALAYSIA



한국-말레이시아 주요 식품 무역통계

○ 말레이시아 주요 식품 수입동향

HS Code	품 목	2013년 수입액	증가율	5대 수출국
1005	옥수수	995,575	7	아르헨티나, 브라질, 인도, 우크라이나, 태국
1701	사탕수수	937,732	- 10	브라질, 태국, 호주, 중국, 싱가포르
1801	코코아두	765,557	- 13	인도네시아, 코트디부아르, 가나, 파푸아뉴기니, 나이지리아
2106	기타 조제식료품	673,968	10	싱가포르, 미국, 중국, 태국, 인도네시아
1511	팜유	554,550	- 67	인도네시아, 태국, 파푸아뉴기니, 캄보디아, 필리핀
1006	쌀	503,959	- 17	베트남, 태국, 파키스탄, 캄보디아, 인도
2208	변성하지 아니한 에틸알코올, 증류주, 리큐르 기타 주정음료	487,484	14	영국, 프랑스, 네덜란드, 싱가포르, 중국
1901	맥아엑스 및 맥아 조제식료품	485,361	16	싱가포르, 태국, 필리핀, 호주, 네덜란드
0402	밀크와 크림	485,305	1	뉴질랜드, 미국, 호주, 독일, 네덜란드
0202	냉동 쇠고기	471,422	15	인도, 호주, 뉴질랜드, 브라질, 독일
1201	대두	350,966	- 3	미국, 브라질, 캐나다, 파라과이, 아르헨티나
1513	야자유, 팜핵유, 바바수유	321,456	- 56	인도네시아, 태국, 필리핀, 호주, 파푸아뉴기니
0703	양파, 쪽파, 마늘, 그 밖의 파채소	304,020	28	중국, 인도, 네덜란드, 파키스탄, 뉴질랜드
0404	유장과 천연밀크 성분	303,396	102	뉴질랜드, 프랑스, 미국, 폴란드, 아일랜드
1001	밀과 메슬린	297,202	- 19	호주, 미국, 인도, 캐나다, 러시아
0303	냉동어류	254,304	- 1	중국, 베트남, 인도, 일본, 미국
0306	갑각류	215,461	- 18	중국, 인도네시아, 인도, 미얀마, 태국
0901	커피	207,075	15	인도네시아, 베트남, 브라질, 중국, 미국
0302	신선 및 냉장 어류 필레	202,293	6	인도네시아, 태국, 노르웨이, 일본, 네덜란드
1108	전분	183,644	3	태국, 인도네시아, 베트남, 인도, 중국
1101	밀가루와 메슬린 가루	149,112	48	호주, 캐나다, 인도, 미국, 러시아
1806	초콜릿과 코코아를 함유한 그 밖의 조제식료품	139,393	8	싱가포르, 이탈리아, 벨기에, 중국, 미국
0805	감귤류의 과실	132,008	35	중국, 남아프리카공화국, 미국, 이집트, 호주
1803	코코아 페이스트	131,087	90	인도네시아, 싱가포르, 독일, 코트디부아르, 가나
1902	파스타	129,453	0	인도네시아, 태국, 중국, 호주, 이탈리아
0204	면양과 산양고기	113,973	19	호주, 뉴질랜드, 인도, 중국, 사우디아라비아
0808	사과, 배, 마르멜로	111,740	24	중국, 남아프리카공화국, 미국, 뉴질랜드, 프랑스
2101	커피의 추출물	111,361	1	인도네시아, 브라질, 인도, 베트남, 싱가포르
0207	가금류의 육과 식용설육	110,810	2	중국, 태국, 네덜란드, 덴마크, 호주
0904	후추	108,133	- 15	인도, 중국, 인도네시아, 베트남, 홍콩

단위 : 1,000 달러, %, 증가율은 전년대비(2013/2012) / 자료 : International Trade Centre

*하단의 통계량 단위 : 달러(USD), 증가율은 전년대비(2013/2012) / 자료 : Global Trade Atlas

I 옥수수 (1005)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	932,790,690	932,742,911	992,180,787	100.00	6.37
1	아르헨티나	421,298,901	419,523,315	433,282,676	43.67	3.28
2	브라질	205,753,996	224,018,047	283,797,584	28.60	26.69
3	인도	206,711,999	206,739,936	210,993,321	21.27	2.06
4	우크라이나	0	8,362,922	15,910,136	1.60	90.25
5	태국	46,254,398	707,542	14,162,582	1.43	1901.66
6	파키스탄	27,431,086	38,915,267	11,703,241	1.18	- 69.93
7	우루과이	2,838,918	22,443,614	7,283,065	0.73	- 67.55
8	파라과이	8,673,834	4,757,660	7,056,638	0.71	48.32
9	미국	5,826,541	3,560,862	3,561,255	0.36	0.01
10	프랑스	772,466	409,604	1,238,320	0.12	202.32

I 코코아두 (1801)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,009,078,652	878,493,317	764,242,157	100.00	- 13.01
1	인도네시아	461,787,088	246,480,180	293,801,370	38.44	19.20
2	코트디부아르	129,309,775	121,190,290	143,039,235	18.72	18.03
3	가나	194,878,751	291,964,491	122,195,459	15.99	- 58.15
4	파푸아뉴기니	93,688,299	52,610,978	57,923,054	7.58	10.10
5	나이지리아	27,894,642	28,724,794	39,362,212	5.15	37.03
6	에콰도르	0	37,362,507	38,411,737	5.03	2.81
7	카메룬	30,761,122	56,013,039	33,380,886	4.37	- 40.41
8	우간다	0	12,169,866	13,253,987	1.73	8.91
9	베트남	4,055,106	2,321,378	7,788,655	1.02	235.52
10	솔로몬제도	4,400,764	2,777,913	5,821,304	0.76	109.56

I 팥 (1511)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,937,383,561	1,705,387,987	561,020,025	100.00	- 67.10
1	인도네시아	1,760,116,200	1,603,393,058	483,825,144	86.24	- 69.82
2	태국	119,047,635	50,001,454	47,784,686	8.52	- 4.43
3	파푸아뉴기니	40,820,322	22,180,236	17,554,792	3.13	- 20.85
4	캄보디아	2,075,450	5,937,069	7,112,537	1.27	19.80
5	필리핀	1,611,795	18,119,806	4,278,970	0.76	- 76.39
6	아랍 에미리트	0	147,837	336,084	0.06	127.33
7	말레이시아	0	17,878	81,468	0.01	355.68
8	인도	7,322,757	181,268	36,915	0.01	- 79.64
9	이탈리아	2,313	0	7,453	0.00	0.00
10	싱가포르	6,280,675	277,824	1,975	0.00	- 99.29

I 변성하지 아니한 에틸알코올, 증류주, 리큐르, 기타주정음료 (2208)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	127,754,511	144,410,385	152,332,380	31.33	5.49
1	영국	108,503,423	126,223,007	133,815,709	27.52	6.02
2	프랑스	42,792,605	51,976,531	80,560,873	16.57	54.99
3	네덜란드	28,768,447	50,404,410	58,369,149	12.01	15.80
4	싱가포르	4,473,183	12,015,204	17,373,337	3.57	44.59
5	중국	12,984,403	4,210,192	9,226,193	1.90	119.14
6	레바논	7,836,501	8,389,273	6,567,250	1.35	- 21.72
7	홍콩	1,029,723	2,654,961	3,256,994	0.67	22.68
8	스위스	3,031,389	3,327,815	3,223,931	0.66	- 3.12
9	일본	22,095,911	7,359,795	3,034,507	0.62	- 58.77
10	파나마	3,636,788	2,657,098	2,689,193	0.55	1.21

I 밀크와 크림 (0402)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	508,533,360	481,750,775	483,847,880	100.00	0.44
1	뉴질랜드	321,557,101	291,493,774	236,864,412	48.95	- 18.74
2	미국	88,329,769	74,095,339	111,592,717	23.06	50.61
3	호주	35,080,251	58,385,990	60,486,862	12.50	3.60
4	독일	6,436,771	12,452,409	25,070,180	5.18	101.33
5	네덜란드	18,524,645	19,539,252	19,689,749	4.07	0.77
6	인도	0	135,296	8,046,612	1.66	5847.41
7	벨기에	3,716,339	5,380,583	5,244,304	1.08	- 2.53
8	프랑스	18,286,721	6,995,975	5,082,822	1.05	- 27.35
9	아일랜드	5,111,315	2,785,460	2,812,254	0.58	0.96
10	싱가포르	3,628,702	5,053,439	2,613,500	0.54	- 48.28

I 사탕수수 (1701)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	970,013,399	1,039,643,160	938,661,858	100.00	- 9.71
1	브라질	646,814,586	498,895,116	634,679,255	67.62	27.22
2	태국	235,853,467	268,427,084	154,060,828	16.41	- 42.61
3	호주	67,835,995	142,082,495	146,760,851	15.64	3.29
4	중국	1,446,983	1,492,301	1,980,147	0.21	32.69
5	싱가포르	266,611	134,159	584,544	0.06	335.71
6	미국	339,392	189,604	176,192	0.02	- 7.07
7	스리랑카	0	0	156,704	0.02	0.00
8	필리핀	23,898	34,405	80,002	0.01	132.53
9	파키스탄	220,676	137,173	67,220	0.01	- 51.00
10	말레이시아	0	33,261	31,530	0.00	- 5.20

I 기타 조제식료품 (2106)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	525,465,778	613,963,758	673,857,661	100.00	9.76
1	싱가포르	152,646,324	163,216,051	164,515,531	24.41	0.80
2	미국	79,823,413	95,629,754	111,839,751	16.60	16.95
3	중국	33,476,171	42,407,383	44,999,240	6.68	6.11
4	태국	25,422,165	25,641,181	44,899,872	6.66	75.11
5	인도네시아	38,318,032	47,154,714	44,113,067	6.55	- 6.45
6	아일랜드	5,731,050	20,491,288	37,629,844	5.58	83.64
7	네덜란드	53,499,689	58,833,664	35,521,872	5.27	- 39.62
8	이탈리아	1,635,836	11,783,560	24,627,790	3.65	109.00
9	덴마크	21,289,556	19,240,944	22,661,066	3.36	17.78
10	뉴질랜드	10,681,723	16,952,194	20,176,596	2.99	19.02

I 쌀 (1006)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	606,529,895	608,092,916	504,141,036	100.00	- 17.09
1	베트남	305,718,859	420,597,895	272,789,667	54.11	- 35.14
2	태국	205,312,747	76,178,833	96,362,853	19.11	26.50
3	파키스탄	72,420,838	70,206,045	64,636,846	12.82	- 7.93
4	캄보디아	9,577,275	24,392,648	47,874,122	9.50	96.26
5	인도	10,571,877	10,221,514	18,007,207	3.57	76.17
6	호주	706,016	879,493	1,824,788	0.36	107.48
7	미국	169,267	4,039,566	1,143,199	0.23	- 71.70
8	미얀마	721,938	968,981	590,251	0.12	- 39.09
9	한국	191,601	418,486	467,750	0.09	11.77
10	방글라데시	37,221	38,852	220,084	0.04	466.46

I 맥아엑스 및 맥아 조제식료품 (1901)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	412,563,806	420,384,875	484,142,236	100.00	15.17
1	싱가포르	63,185,034	75,185,597	100,129,886	20.68	33.18
2	태국	80,091,244	72,613,199	97,499,612	20.14	34.27
3	필리핀	66,393,915	59,191,688	67,025,582	13.84	13.23
4	호주	48,442,967	62,630,877	65,422,325	13.51	4.46
5	네덜란드	32,196,293	26,511,530	33,818,152	6.99	27.56
6	뉴질랜드	50,977,449	45,274,788	28,859,873	5.96	- 36.26
7	인도네시아	5,884,140	10,529,618	18,575,433	3.84	76.41
8	미국	12,160,539	14,168,504	18,274,384	3.77	28.98
9	아일랜드	12,333,549	14,421,958	14,725,252	3.04	2.10
10	영국	13,748,490	17,882,803	13,879,534	2.87	- 22.39

I 냉동 쇠고기 (0202)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	373,408,216	410,648,451	471,376,551	100.00	14.79
1	인도	293,285,863	322,175,796	377,344,801	80.05	17.12
2	호주	56,622,100	54,426,020	60,515,666	12.84	11.19
3	뉴질랜드	12,427,214	24,380,692	25,236,966	5.35	3.51
4	브라질	1,083,796	2,464,362	2,979,863	0.63	20.92
5	독일	682,375	323,136	1,485,747	0.32	359.79
6	중국	8,426,494	3,871,475	1,478,655	0.31	- 61.81
7	베트남	31,591	1,139,841	1,005,768	0.21	- 11.76
8	파키스탄	181,794	63,592	509,630	0.11	701.41
9	네덜란드	273,959	181,431	294,868	0.06	62.52
10	알바니아	0	0	271,763	0.06	0.00

I 대두 (1201)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	384,366,631	361,808,754	351,158,704	100.00	- 2.94
1	미국	224,091,987	181,045,466	133,872,002	38.12	- 26.06
2	브라질	1,145,614	6,171,369	56,445,510	16.07	814.64
3	캐나다	46,052,423	48,569,539	53,060,559	15.11	9.25
4	파라과이	24,854,780	32,626,356	47,516,242	13.53	45.64
5	아르헨티나	48,775,283	9,165,336	24,802,875	7.06	170.62
6	남아프리카 공화국	23,526,934	72,663,520	9,130,604	2.60	- 87.43
7	볼리비아	0	0	5,737,457	1.63	0.00
8	우크라이나	44,667	2,207,582	4,670,009	1.33	111.54
9	중국	13,422,796	1,769,688	4,152,857	1.18	134.67
10	에티오피아	0	0	3,263,524	0.93	0.00

I 양파, 쪽파, 마늘, 그 밖의 채소 (0703)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	291,118,724	237,857,278	303,245,207	100.00	27.49
1	중국	126,029,859	97,206,371	124,400,244	41.02	27.98
2	인도	110,171,719	104,872,956	114,438,293	37.74	9.12
3	네덜란드	16,705,959	15,824,090	19,943,373	6.58	26.03
4	파키스탄	16,349,488	4,551,584	15,767,980	5.20	246.43
5	뉴질랜드	5,153,496	5,567,402	13,636,888	4.50	144.94
6	미얀마	41,623	970,498	5,921,655	1.95	510.17
7	홍콩	232,931	2,313,853	2,462,680	0.81	6.43
8	호주	1,394,012	1,408,491	2,330,560	0.77	65.47
9	태국	12,215,105	3,299,178	1,958,452	0.65	- 40.64
10	덴마크	0	101,387	442,371	0.15	336.32

I 밀과 애슬린 (1001)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	439,489,945	367,635,953	296,583,423	100.00	- 19.33
1	호주	247,733,429	225,575,310	164,814,147	55.57	- 26.94
2	미국	163,272,063	52,103,982	47,481,120	16.01	- 8.87
3	인도	3,367,209	13,204,643	32,193,163	10.85	143.80
4	캐나다	2,863,903	48,700,940	26,746,943	9.02	- 45.08
5	러시아	1,893,482	1,798,332	11,348,295	3.83	531.05
6	우크라이나	2,347,553	2,331,469	9,847,742	3.32	322.38
7	터키	157,980	1,945,977	1,920,949	0.65	- 1.29
8	파키스탄	14,418,262	6,515,170	1,179,292	0.40	- 81.90
9	중국	549,366	485,440	403,329	0.14	- 16.91
10	몰도바	0	0	339,007	0.11	0.00

I 감각류 (0306)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	255,733,974	263,003,052	215,811,562	100.00	- 17.94
1	중국	182,437,060	168,476,011	109,897,061	50.92	- 34.77
2	인도네시아	16,579,667	21,233,172	23,581,443	10.93	11.06
3	인도	6,458,110	10,627,062	23,148,303	10.73	117.82
4	미얀마	13,910,627	16,473,637	18,152,221	8.41	10.19
5	태국	14,654,636	23,858,807	12,446,734	5.77	- 47.83
6	베트남	3,941,215	4,021,189	5,890,709	2.73	46.49
7	호주	3,615,653	3,503,771	4,671,189	2.16	33.32
8	파키스탄	1,681,307	2,661,931	4,056,159	1.88	52.38
9	한국	1,005,206	371,682	2,913,938	1.35	683.99
10	방글라데시	3,239,181	4,378,653	2,608,903	1.21	- 40.42

I 신선 및 냉장 어류 필레 (0302)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	170,131,185	190,789,712	202,292,833	100.00	6.03
1	인도네시아	94,215,853	111,490,710	113,230,496	55.97	1.56
2	태국	55,925,457	56,397,525	54,699,494	27.04	- 3.01
3	노르웨이	9,869,369	14,743,276	23,554,419	11.64	59.76
4	일본	1,636,530	2,849,961	3,543,171	1.75	24.32
5	네덜란드	1,007,573	2,067,057	1,948,984	0.96	- 5.71
6	베트남	614,984	232,443	1,499,525	0.74	545.12
7	칠레	212,890	313,895	1,483,513	0.73	372.61
8	미얀마	993,805	550,717	588,528	0.29	6.87
9	호주	2,848,846	846,919	324,817	0.16	- 61.65
10	뉴질랜드	293,726	281,639	322,931	0.16	14.66

I 야자유, 팜핵유, 바바수유 (1513)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,142,369,960	734,576,212	322,456,764	100.00	- 56.10
1	인도네시아	989,402,073	619,795,125	209,352,017	64.92	- 66.22
2	태국	118,009,749	80,649,452	71,475,253	22.17	- 11.38
3	필리핀	2,700,944	6,185,350	20,484,534	6.35	231.18
4	호주	13,962,314	12,090,923	9,271,817	2.88	- 23.32
5	파푸아뉴기니	13,240,563	2,308,873	6,555,773	2.03	183.94
6	피지	891,989	2,609,421	2,230,884	0.69	- 14.51
7	바누아투	2,880,406	0	1,454,582	0.45	0.00
8	싱가포르	667,168	2,243,635	627,409	0.19	- 72.04
9	인도	186,273	619,320	347,082	0.11	- 43.96
10	사모아	361,375	387,667	312,318	0.10	- 19.44

I 유장과 천연밀크 성분 (0404)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	104,477,692	150,701,138	302,259,695	100.00	100.57
1	뉴질랜드	11,972,778	34,815,882	175,280,361	57.99	403.45
2	프랑스	16,276,184	27,234,240	31,388,429	10.38	15.25
3	미국	29,206,989	25,259,659	17,799,042	5.89	- 29.54
4	폴란드	12,319,315	14,379,303	14,306,157	4.73	- 0.51
5	아일랜드	1,298,982	5,754,260	13,573,976	4.49	135.89
6	체코공화국	1,565,324	5,996,955	13,127,708	4.34	118.91
7	독일	10,544,095	12,610,497	10,824,503	3.58	- 14.16
8	호주	3,152,541	7,478,192	8,097,881	2.68	8.29
9	네덜란드	4,487,943	3,799,305	5,571,335	1.84	46.64
10	라트비아	1,724,014	3,073,071	2,372,253	0.78	- 22.81

I 냉동 어류 (0303)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	235,102,683	256,741,449	253,830,490	100.00	- 1.13
1	중국	48,829,304	63,711,363	83,509,715	32.90	31.08
2	베트남	7,830,995	13,908,263	17,041,835	6.71	22.53
3	인도	23,807,353	18,547,095	15,469,545	6.09	- 16.59
4	일본	11,792,579	14,730,244	15,232,596	6.00	3.41
5	미국	3,402,179	3,688,235	13,041,927	5.14	253.61
6	미얀마	17,511,887	14,495,492	12,599,665	4.96	- 13.08
7	멕시코	14,481,344	16,778,884	12,579,529	4.96	- 25.03
8	인도네시아	15,749,767	19,021,955	11,370,439	4.48	- 40.22
9	파키스탄	13,116,338	14,849,028	10,810,824	4.26	- 27.20
10	칠레	1,472,420	2,722,212	8,942,356	3.52	228.50

I 커피 (0901)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	175,232,662	180,763,226	207,074,268	100.00	14.56
1	인도네시아	57,836,289	72,415,562	89,039,427	43.00	22.96
2	베트남	75,872,408	65,712,343	67,798,291	32.74	3.17
3	브라질	25,263,758	20,955,071	20,934,615	10.11	- 0.10
4	중국	158,435	1,315,878	5,766,119	2.78	338.20
5	미국	2,518,307	3,288,230	3,745,259	1.81	13.90
6	콜롬비아	1,878,364	2,683,869	3,666,784	1.77	36.62
7	인도	2,057,770	3,828,856	3,308,916	1.60	- 13.58
8	싱가포르	2,064,825	1,869,790	2,604,517	1.26	39.29
9	파푸아뉴기니	1,549,159	1,926,073	2,310,295	1.12	19.95
10	이탈리아	1,459,132	2,186,432	2,308,517	1.11	5.58

I 전분 (1108)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	187,466,067	179,429,689	183,522,290	100.00	2.28
1	태국	103,710,290	110,240,782	93,402,600	50.89	- 15.27
2	인도네시아	10,358,253	1,045,617	16,054,522	8.75	1435.41
3	베트남	7,758,867	12,511,350	15,594,784	8.50	24.65
4	인도	1,054,246	4,322,466	9,282,387	5.06	114.75
5	중국	22,982,179	10,333,123	8,976,917	4.89	- 13.12
6	독일	6,756,259	7,596,402	8,667,691	4.72	14.10
7	한국	10,830,595	9,655,298	7,301,908	3.98	- 24.37
8	네덜란드	4,141,971	5,267,087	4,329,693	2.36	- 17.80
9	벨기에	3,681,310	3,736,644	4,322,863	2.36	15.69
10	프랑스	2,353,068	2,931,259	3,327,866	1.81	13.53

밀과 메슬린 가루 (1101)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	113,629,828	100,975,668	150,782,741	100.00	49.33
1	호주	46,850,348	45,445,440	58,430,173	38.75	28.57
2	캐나다	38,157,427	31,703,031	41,790,993	27.72	31.82
3	인도	516,949	3,409,993	15,779,184	10.46	362.73
4	미국	10,937,018	1,571,240	13,527,787	8.97	760.96
5	러시아	0	2,656,287	5,722,398	3.80	115.43
6	싱가포르	5,094,185	5,013,851	4,919,421	3.26	- 1.88
7	터키	4,378,781	3,810,509	3,195,521	2.12	- 16.14
8	네덜란드	2,304,557	2,238,801	2,611,127	1.73	16.63
9	스리랑카	557,102	913,308	2,229,567	1.48	144.12
10	일본	344,711	406,941	845,598	0.56	107.79

감귤류의 과실 (0805)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	98,023,209	97,673,240	132,929,726	100.00	36.10
1	중국	42,532,634	37,907,326	53,953,615	40.59	42.33
2	남아프리카공화국	13,983,951	20,336,779	26,015,120	19.57	27.92
3	미국	23,858,777	18,264,905	24,627,431	18.53	34.83
4	이집트	3,581,397	6,625,371	10,588,460	7.97	59.82
5	호주	9,263,246	8,111,930	9,034,372	6.80	11.37
6	아르헨티나	2,140,533	3,339,652	2,929,351	2.20	- 12.29
7	터키	790,337	1,171,787	2,176,747	1.64	85.76
8	태국	774,577	467,697	1,712,437	1.29	266.14
9	인도네시아	90,833	238,971	444,858	0.33	86.16
10	베트남	78,961	115,505	335,329	0.25	190.32

파스타 (1902)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	100,244,018	129,643,804	129,396,145	100.00	- 0.19
1	인도네시아	55,179,510	74,839,524	72,642,513	56.14	- 2.94
2	태국	15,707,526	17,358,079	17,062,369	13.19	- 1.70
3	중국	12,383,257	15,061,568	16,899,922	13.06	12.21
4	호주	5,535,141	6,264,929	5,625,433	4.35	- 10.21
5	이탈리아	3,077,536	3,654,989	3,977,352	3.07	8.82
6	한국	1,727,120	2,603,694	2,691,010	2.08	3.35
7	싱가포르	1,713,902	2,445,691	2,428,934	1.88	- 0.69
8	홍콩	592,015	1,586,105	2,221,822	1.72	40.08
9	터키	386,980	862,558	1,268,854	0.98	47.10
10	대만	803,790	1,049,513	1,141,077	0.88	8.72

사과, 배, 마르멜로 (0808)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	84,458,448	90,270,210	112,020,277	100.00	24.09
1	중국	38,618,505	39,541,079	48,243,989	43.07	22.01
2	남아프리카공화국	27,818,175	30,227,342	39,410,278	35.18	30.38
3	미국	7,137,362	8,848,196	9,127,185	8.15	3.15
4	뉴질랜드	4,632,113	6,844,625	8,959,182	8.00	30.89
5	프랑스	4,235,078	3,295,998	3,828,934	3.42	16.17
6	칠레	299,373	223,047	665,032	0.59	198.16
7	호주	243,281	427,739	432,365	0.39	1.08
8	스페인	532,829	250,480	357,112	0.32	42.57
9	이탈리아	243,573	160,029	318,627	0.28	99.11
10	한국	412,083	133,931	125,619	0.11	- 6.21

가금류의 육과 식용설육 (0207)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	105,852,771	108,561,677	110,405,769	100.00	1.70
1	중국	82,316,672	63,428,523	55,772,413	50.52	- 12.07
2	태국	15,342,607	32,605,486	40,051,079	36.28	22.84
3	네덜란드	1,431,931	4,106,053	6,450,174	5.84	57.09
4	덴마크	3,469,704	5,493,280	6,214,312	5.63	13.13
5	호주	803,712	845,408	738,272	0.67	- 12.67
6	미국	1,886,334	1,317,476	439,038	0.40	- 66.68
7	벨기에	366,620	323,006	239,775	0.22	- 25.77
8	독일	135,510	181,554	183,391	0.17	1.01
9	인도네시아	0	0	73,573	0.07	0.00
10	브라질	55,138	0	54,913	0.05	0.00

초콜릿과 코코아를 함유한 그 밖의 조제식품 (1806)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	122,737,818	129,348,188	139,215,686	100.00	7.63
1	싱가포르	18,841,776	19,514,827	18,859,857	13.55	- 3.36
2	이탈리아	19,402,519	21,021,365	17,546,019	12.60	- 16.53
3	벨기에	12,395,321	5,973,293	14,116,058	10.14	136.32
4	중국	8,613,875	10,902,290	12,783,586	9.18	17.26
5	미국	9,545,021	11,260,277	11,419,843	8.20	1.42
6	호주	10,798,855	10,263,518	10,981,401	7.89	6.99
7	스위스	7,974,874	9,716,201	10,218,679	7.34	5.17
8	스웨덴	3,956,543	5,712,432	8,167,185	5.87	42.97
9	네덜란드	6,499,020	6,252,100	6,170,571	4.43	- 1.30
10	독일	4,236,383	5,060,156	4,922,753	3.54	- 2.72

코코아 페이스트 (1803)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	57,767,770	69,444,075	130,468,800	100.00	87.88
1	인도네시아	31,895,180	13,176,358	99,436,944	76.22	654.66
2	싱가포르	3,734,459	7,877,345	10,627,428	8.15	34.91
3	독일	17,397,425	17,080,193	9,658,661	7.40	- 43.45
4	코트디부아르	1,506,344	26,886,811	5,804,545	4.45	- 78.41
5	가나	1,664,894	1,907,376	2,067,044	1.58	8.37
6	기니	0	0	1,090,645	0.84	0.00
7	네덜란드	81,515	4,820	902,295	0.69	∞
8	나이지리아	239,369	49,401	852,042	0.65	1624.76
9	벨기에	0	0	26,533	0.02	0.00
10	프랑스	0	0	2,660	0.00	0.00

면앙과 산양고기 (0204)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	97,669,814	96,204,593	114,067,094	100.00	18.57
1	호주	53,573,195	55,623,409	80,291,257	70.39	44.35
2	뉴질랜드	43,075,200	39,695,137	32,524,934	28.51	- 18.06
3	인도	345,395	577,778	699,139	0.61	21.00
4	중국	200,036	179,163	386,377	0.34	115.66
5	사우디아라비아	303,657	0	149,508	0.13	0.00
6	프랑스	0	0	9,704	0.01	0.00
7	미국	155,105	93,113	4,194	0.00	- 95.50
8	이탈리아	0	0	1,983	0.00	0.00
9	레바논	0	15,110	0	0.00	- 100.00
10	독일	17,226	0	0	0.00	0.00

커피의 추출물 (2101)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	84,052,082	110,687,000	111,352,085	100.00	0.60
1	인도네시아	32,451,923	41,690,378	51,917,074	46.62	24.53
2	브라질	10,239,515	13,060,951	12,081,852	10.85	- 7.50
3	인도	9,834,751	13,104,468	10,566,206	9.49	- 19.37
4	베트남	5,011,402	11,469,796	6,533,091	5.87	- 43.04
5	싱가포르	3,123,696	4,935,088	6,193,229	5.56	25.49
6	중국	2,330,064	4,114,760	5,086,206	4.57	23.61
7	콜롬비아	5,096,696	4,710,013	3,234,994	2.91	- 31.32
8	이집트	3,681,021	3,890,030	3,136,401	2.82	- 19.37
9	한국	3,189,531	2,448,863	2,637,603	2.37	7.71
10	미국	1,209,912	2,549,650	2,548,838	2.29	- 0.03

후추 (0904)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	159,409,525	127,290,423	108,150,685	100.00	- 15.04
1	인도	100,286,695	75,840,148	62,642,973	57.92	- 17.40
2	중국	40,529,683	25,855,213	22,263,535	20.59	- 13.89
3	인도네시아	10,322,542	14,106,258	12,714,363	11.76	- 9.87
4	베트남	4,998,610	5,262,596	7,144,024	6.61	35.75
5	홍콩	732,971	2,952,172	747,963	0.69	- 74.66
6	호주	412,703	525,666	615,389	0.57	17.07
7	싱가포르	956,883	975,342	615,056	0.57	- 36.94
8	미국	311,466	351,636	367,525	0.34	4.52
9	독일	49,555	135,037	178,479	0.17	32.17
10	태국	244,407	167,343	145,732	0.13	- 12.91

○ 말레이시아의 급상승 수입품목 동향

HS Code	품 목	증가율	2013년 수입액	5대 수입국
1510	그밖의 올리브유와 그 분획물	2704	11,722	싱가포르, 스페인, 이탈리아, 한국 , 이집트
1205	유채씨	1177	8,540	우크라이나, 호주, 미국, 몰도바, 캐나다
1007	수수	732	1,440	인도, 미국, 중국, 아르헨티나, 캐나다
0205	말, 당나귀, 노새의 고기	180	42	중국, 이집트
0803	바나나	168	6,892	필리핀, 태국, 인도네시아, 에콰도르, 베트남
1601	소시지	147	2,264	중국, 덴마크, 미국, 싱가포르, 네덜란드
1004	귀리	144	4,826	호주, 스웨덴, 대만, 미국, 싱가포르
0404	유장과 천연밀크	102	303,396	뉴질랜드, 프랑스, 미국, 폴란드, 아일랜드
1803	코코아 페이스트	90	131,087	인도네시아, 싱가포르, 독일, 코트디부아르, 가나
0702	토마토	82	2,339	베트남, 태국, 방글라데시, 중국, 말레이시아
1514	유채유와 겨자유	61	64,334	호주, 네덜란드, 아랍에미리트, 캐나다, 싱가포르
0807	멜론과 포포야	54	3,105	중국, 태국, 호주, 스페인, 한국
1703	당밀	52	4,013	태국, 인도네시아, 중국, 베트남, 미국
0910	생강, 심황, 그 밖의 향신료	50	54,663	중국, 인도, 인도네시아, 태국, 호주
1101	밀가루나 메슬린 가루	48	149,112	호주, 캐나다, 인도, 미국, 러시아
2209	식초	46	4,660	일본, 미국, 중국, 대만, 이란
2003	조제하거나 보존처리한 버섯과 송로	41	16,781	중국, 홍콩, 미국, 대만, 싱가포르
1103	곡물의 분쇄물	36	103,504	인도, 아르헨티나, 브라질, 미국, 프랑스
1804	코코아 버터	36	16,171	인도네시아, 싱가포르, 러시아, 네덜란드, 태국
0805	감귤류의 과실	35	132,008	중국, 남아프리카공화국, 미국, 이집트, 호주
2201	물과 얼음	35	2,719	프랑스, 일본, 이탈리아, 영국, 미국
0403	발효된 밀크와 크림	33	28,975	뉴질랜드, 미국, 네덜란드, 아일랜드, 호주
0809	살구, 체리, 복숭아	33	6,082	미국, 남아프리카공화국, 호주, 칠레, 터키
1603	어류 추출물 및 즙	31	2,121	프랑스, 중국, 노르웨이, 미국, 일본
1509	올리브유와 그 분획물	30	7,164	이탈리아, 스페인, 스위스, 터키, 이집트
2203	맥주	30	88,505	싱가포르, 네덜란드, 중국, 베트남, 인도
0802	기타 견과류	29	42,043	미국, 인도네시아, 호주, 중국, 캐나다
0703	양파, 쪽파, 마늘	28	304,020	중국, 인도, 네덜란드, 파키스탄, 뉴질랜드
0806	포도	28	47,847	미국, 남아프리카공화국, 호주, 칠레, 중국
0813	건조한 과실	25	18,520	인도, 태국, 인도네시아, 미얀마, 중국

단위 : 1,000 달러, %, 증가율은 전년대비(2013/2012) / 자료 : International Trade Centre

*하단의 통계량 단위 : 달러(USD), 증가율은 전년대비(2013/2012) / 자료 : Global Trade Atlas

I 그 밖의 올리브유와 그 분획물(1510)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	36,480	422,037	11,909,798	100.00	2721.98
1	싱가포르	0	306,384	11,638,517	97.72	3698.67
2	스페인	0	42,462	137,911	1.16	224.78
3	이탈리아	1,068	3,773	67,101	0.56	1678.52
4	한국	33,583	62,339	56,750	0.48	- 8.97
5	이집트	0	0	6,929	0.06	0.00
6	인도	0	0	2,590	0.02	0.00
7	호주	0	3,408	0	0.00	- 100.00
8	중국	1,828	0	0	0.00	0.00
9	일본	0	3,671	0	0.00	- 100.00
10	-	-	-	-	-	-

I 수수 (1007)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	583,263	173,786	1,426,393	100.00	720.77
1	인도	528,884	113,970	1,061,555	74.42	831.44
2	미국	0	0	244,885	17.17	0.00
3	중국	48,929	34,599	53,273	3.73	53.97
4	아르헨티나	2,237	0	39,373	2.76	0.00
5	캐나다	0	0	17,751	1.24	0.00
6	호주	681	0	5,279	0.37	0.00
7	대만	0	0	4,277	0.30	0.00
8	태국	0	1,573	0	0.00	- 100.00
9	베트남	2,532	0	0	0.00	0.00
10	캄보디아	0	23,645	0	0.00	- 100.00

I 바나나 (0803)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	836,175	2,571,214	6,843,572	100.00	166.16
1	필리핀	687,637	1,944,462	4,536,119	66.28	133.28
2	태국	142,538	608,660	2,130,055	31.12	249.96
3	인도네시아	0	4,338	94,738	1.38	2083.85
4	에콰도르	5,729	0	26,690	0.39	0.00
5	베트남	0	229	23,409	0.34	∞
6	중국	0	0	20,823	0.30	0.00
7	인도	0	249	11,636	0.17	4577.44
8	호주	127	63	69	0.00	10.66
9	아르헨티나	0	0	11	0.00	0.00
10	나이지리아	0	0	11	0.00	0.00

I 귀리 (1004)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	3,879,573	1,972,809	4,845,380	100.00	145.61
1	호주	3,572,329	1,776,503	4,113,720	84.90	131.56
2	스웨덴	0	17,606	643,099	13.27	3552.65
3	대만	131,288	79,694	52,464	1.08	- 34.17
4	미국	49,704	32,990	11,959	0.25	- 63.75
5	싱가포르	0	3,428	7,332	0.15	113.88
6	영국	0	0	5,976	0.12	0.00
7	캐나다	79,608	48,525	5,241	0.11	- 89.20
8	태국	0	7,505	3,935	0.08	- 47.57
9	중국	22,623	6,559	1,654	0.03	- 74.78
10	남아프리카공화국	19,771	0	0	0.00	0.00

I 코코아 페이스트 (1803)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	57,767,770	69,444,075	130,468,800	100.00	87.88
1	인도네시아	31,895,180	13,176,358	99,436,944	76.22	654.66
2	싱가포르	3,734,459	7,877,345	10,627,428	8.15	34.91
3	독일	17,397,425	17,080,193	9,658,661	7.40	- 43.45
4	코트디부아르	1,506,344	26,886,811	5,804,545	4.45	- 78.41
5	가나	1,664,894	1,907,376	2,067,044	1.58	8.37
6	기니	0	0	1,090,645	0.84	0.00
7	네덜란드	81,515	4,820	902,295	0.69	∞
8	나이지리아	239,369	49,401	852,042	0.65	1624.76
9	벨기에	0	0	26,533	0.02	0.00
10	프랑스	0	0	2,660	0.00	0.00

I 유채씨 (1205)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	221,895	663,340	8,556,198	100.00	1189.87
1	우크라이나	0	0	3,686,667	43.09	0.00
2	호주	217,846	644,109	2,596,189	30.34	303.07
3	미국	0	0	1,535,118	17.94	0.00
4	몰도바	0	0	686,800	8.03	0.00
5	캐나다	0	0	51,424	0.60	0.00
6	중국	0	1,888	0	0.00	- 100.00
7	인도	4,049	0	0	0.00	0.00
8	불가리아	0	17,343	0	0.00	- 100.00
9	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-

I 말, 당나귀, 노새의 고기 (0205)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	0	15,158	40,262	100.00	165.61
1	중국	0	0	40,262	100.00	0.00
2	이집트	0	15,158	0	0.00	- 100.00
3	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-

I 소시지 (1601)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	841,833	914,890	2,239,217	100.00	144.75
1	중국	575,606	594,096	1,553,773	69.39	161.54
2	덴마크	130,003	181,682	462,822	20.67	154.74
3	미국	34,663	65,688	61,543	2.75	- 6.31
4	싱가포르	11,213	18,544	54,808	2.45	195.55
5	네덜란드	0	0	37,206	1.66	0.00
6	독일	23,330	14,244	34,967	1.56	145.49
7	키프스	0	0	15,621	0.70	0.00
8	스페인	641	1,920	7,441	0.33	287.51
9	호주	28,646	7,328	6,569	0.29	- 10.35
10	영국	0	16,185	4,466	0.20	- 72.40

I 유장과 천연밀크 (0404)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	104,477,692	150,701,138	302,259,695	100.00	100.57
1	뉴질랜드	11,972,778	34,815,882	175,280,361	57.99	403.45
2	프랑스	16,276,184	27,234,240	31,388,429	10.38	15.25
3	미국	29,206,989	25,259,659	17,799,042	5.89	- 29.54
4	폴란드	12,319,315	14,379,303	14,306,157	4.73	- 0.51
5	아일랜드	1,298,982	5,754,260	13,573,976	4.49	135.89
6	체코	1,565,324	5,996,955	13,127,708	4.34	118.91
7	독일	10,544,095	12,610,497	10,824,503	3.58	- 14.16
8	호주	3,152,541	7,478,192	8,097,881	2.68	8.29
9	네덜란드	4,487,943	3,799,305	5,571,335	1.84	46.64
10	라트비아	1,724,014	3,073,071	2,372,253	0.78	- 22.81

I 토마토 (0702)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	744,894	1,298,830	2,360,018	100.00	81.70
1	베트남	13,783	114,851	895,761	37.96	679.93
2	태국	357,781	842,725	753,226	31.92	- 10.62
3	방글라데시	0	21,472	256,991	10.89	1096.84
4	중국	30,990	51,155	144,039	6.10	181.57
5	말레이시아	62,822	82,021	118,805	5.03	44.85
6	호주	112,994	86,220	73,705	3.12	- 14.52
7	네덜란드	43,107	50,663	44,904	1.90	- 11.37
8	인도네시아	38,439	4,257	34,075	1.44	700.45
9	미국	25,673	11,803	13,834	0.59	17.21
10	이탈리아	36,511	29,984	9,932	0.42	- 66.88

I 유채유와 겨자유 (1514)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	52,103,940	39,295,920	64,448,698	100.00	64.01
1	호주	9,230,560	9,456,716	29,787,670	46.22	214.99
2	네덜란드	0	88,538	16,077,734	24.95	∞
3	아랍에미리트	2,273,248	5,236,689	14,347,026	22.26	173.97
4	캐나다	26,208,721	23,023,603	2,252,307	3.49	- 90.22
5	싱가포르	2,092,164	1,240,229	1,637,338	2.54	32.02
6	방글라데시	88,464	138,376	161,398	0.25	16.64
7	스리랑카	0	0	146,380	0.23	0.00
8	일본	31,048	25,868	18,892	0.03	- 26.97
9	영국	8,196	9,290	8,320	0.01	- 10.44
10	이집트	0	0	6,037	0.01	0.00

I 당밀 (1703)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	4,612,191	2,649,911	3,965,878	100.00	49.66
1	태국	1,942,730	2,132,798	1,990,674	50.20	- 6.66
2	인도네시아	970,922	38,408	1,311,089	33.06	3313.57
3	중국	792,966	1,793	308,117	7.77	∞
4	베트남	0	0	127,149	3.21	0.00
5	미국	556,419	217,990	106,963	2.70	- 50.93
6	호주	18,877	18,387	55,604	1.40	202.41
7	필리핀	41,721	65,192	38,017	0.96	- 41.69
8	인도	156,961	125,941	15,617	0.39	- 87.60
9	대만	7,260	18,928	8,133	0.21	- 57.03
10	모리셔스	0	0	4,515	0.11	0.00

I 밀가루나 메슬린 가루 (1101)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	49,131,942	36,442,867	54,521,961	100.00	49.61
1	중국	26,494,961	19,134,703	33,614,459	61.65	75.67
2	인도	16,009,777	9,787,823	10,711,886	19.65	9.44
3	인도네시아	1,232,901	875,069	3,027,968	5.55	246.03
4	태국	521,776	914,719	1,229,277	2.25	34.39
5	호주	683,958	957,640	796,114	1.46	- 16.87
6	독일	318,839	704,184	745,479	1.37	5.86
7	홍콩	129,603	259,270	622,989	1.14	140.29
8	미국	399,572	332,191	612,820	1.12	84.48
9	싱가포르	729,410	762,088	439,449	0.81	- 42.34
10	미얀마	648,659	349,048	394,718	0.72	13.08

I 조제하거나 보존처리한 버섯과 송로 (2003)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	11,661,629	11,920,732	16,752,354	100.00	40.53
1	중국	10,869,578	10,953,416	16,052,172	95.82	46.55
2	홍콩	49,968	80,763	266,244	1.59	229.66
3	미국	114,255	138,548	131,955	0.79	- 4.76
4	대만	94,775	127,566	86,620	0.52	- 32.10
5	싱가포르	55,754	36,834	51,808	0.31	40.65
6	남아프리카공화국	13,732	92,339	48,360	0.29	- 47.63
7	태국	316,642	368,654	38,828	0.23	- 89.47
8	미얀마	0	2,446	22,124	0.13	804.48
9	이탈리아	0	25,311	21,725	0.13	- 14.17
10	그리스	20,958	21,682	16,021	0.10	- 26.11

I 코코아 버터 (1804)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	16,836,649	11,975,407	15,886,552	100.00	32.66
1	인도네시아	10,673,355	4,890,181	11,952,620	75.24	144.42
2	싱가포르	2,056,020	3,214,109	2,832,008	17.83	- 11.89
3	러시아	0	0	520,572	3.28	0.00
4	네덜란드	1,064,028	560,685	174,369	1.10	- 68.90
5	태국	2,661,892	2,117,045	170,664	1.07	- 91.94
6	중국	0	0	146,539	0.92	0.00
7	이탈리아	149,340	0	84,277	0.53	0.00
8	영국	0	0	3,065	0.02	0.00
9	독일	6,072	1,108,567	2,438	0.02	- 99.78
10	뉴질랜드	204,115	0	0	0.00	0.00

I 멜론과 포포야 (0807)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	52,103,940	39,295,920	64,448,698	100.00	64.01
1	호주	9,230,560	9,456,716	29,787,670	46.22	214.99
2	네덜란드	0	88,538	16,077,734	24.95	∞
3	아랍에미리트	2,273,248	5,236,689	14,347,026	22.26	173.97
4	캐나다	26,208,721	23,023,603	2,252,307	3.49	- 90.22
5	싱가포르	2,092,164	1,240,229	1,637,338	2.54	32.02
6	방글라데시	88,464	138,376	161,398	0.25	16.64
7	스리랑카	0	0	146,380	0.23	0.00
8	일본	31,048	25,868	18,892	0.03	- 26.97
9	영국	8,196	9,290	8,320	0.01	- 10.44
10	이집트	0	0	6,037	0.01	0.00

I 생강, 심황, 그 밖의 향신료 (0910)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	4,612,191	2,649,911	3,965,878	100.00	49.66
1	태국	1,942,730	2,132,798	1,990,674	50.20	- 6.66
2	인도네시아	970,922	38,408	1,311,089	33.06	3313.57
3	중국	792,966	1,793	308,117	7.77	∞
4	베트남	0	0	127,149	3.21	0.00
5	미국	556,419	217,990	106,963	2.70	- 50.93
6	호주	18,877	18,387	55,604	1.40	202.41
7	필리핀	41,721	65,192	38,017	0.96	- 41.69
8	인도	156,961	125,941	15,617	0.39	- 87.60
9	대만	7,260	18,928	8,133	0.21	- 57.03
10	모리셔스	0	0	4,515	0.11	0.00

I 식초 (2209)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	113,629,828	100,975,668	150,782,741	100.00	49.33
1	호주	46,850,348	45,445,440	58,430,173	38.75	28.57
2	캐나다	38,157,427	31,703,031	41,790,993	27.72	31.82
3	인도	516,949	3,409,993	15,779,184	10.46	362.73
4	미국	10,937,018	1,571,240	13,527,787	8.97	760.96
5	러시아	0	2,656,287	5,722,398	3.80	115.43
6	싱가포르	5,094,185	5,013,851	4,919,421	3.26	- 1.88
7	터키	4,378,781	3,810,509	3,195,521	2.12	- 16.14
8	네덜란드	2,304,557	2,238,801	2,611,127	1.73	16.63
9	스리랑카	557,102	913,308	2,229,567	1.48	144.12
10	일본	344,711	406,941	845,598	0.56	107.79

I 곡물의 분쇄물 (1103)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	66,650,196	76,046,194	103,724,377	100.00	36.40
1	인도	12,720,105	25,895,486	33,876,008	32.66	30.82
2	아르헨티나	12,470,888	15,807,051	22,576,827	21.77	42.83
3	브라질	14,156,751	10,621,851	20,911,815	20.16	96.88
4	미국	8,953,753	9,150,717	14,142,930	13.64	54.56
5	프랑스	1,255,236	1,730,947	2,908,180	2.80	68.01
6	한국	1,501,260	706,774	2,784,600	2.68	293.99
7	중국	5,726,220	6,368,506	2,737,891	2.64	- 57.01
8	파키스탄	6,141,758	3,260,364	1,489,842	1.44	- 54.30
9	태국	1,027,441	540,831	1,189,788	1.15	119.99
10	아랍에미리트	95,194	39,687	284,671	0.27	617.28

I 감귤류의 과실 (0805)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	98,023,209	97,673,240	132,929,726	100.00	36.10
1	중국	42,532,634	37,907,326	53,953,615	40.59	42.33
2	남아프리카공화국	13,985,951	20,336,779	26,015,120	19.57	27.92
3	미국	23,858,777	18,264,905	24,627,431	18.53	34.83
4	이집트	3,581,397	6,625,371	10,588,460	7.97	59.82
5	호주	9,263,246	8,111,930	9,034,372	6.80	11.37
6	아르헨티나	2,140,533	3,339,652	2,929,351	2.20	- 12.29
7	터키	790,337	1,171,787	2,176,747	1.64	85.76
8	태국	774,577	467,697	1,712,437	1.29	266.14
9	인도네시아	90,833	238,971	444,858	0.33	86.16
10	베트남	78,961	115,505	335,329	0.25	190.32

I 물과 얼음 (2201)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	2,536,504	2,027,670	2,717,197	100.00	34.01
1	프랑스	1,459,814	1,589,060	1,710,184	62.94	7.62
2	일본	717,058	117,928	452,008	16.64	283.29
3	이탈리아	187,945	78,486	109,945	4.05	40.08
4	영국	37,024	94,478	109,630	4.03	16.04
5	미국	4,033	5,370	103,122	3.80	1820.50
6	터키	4,510	11,551	78,495	2.89	579.56
7	피지	0	0	39,830	1.47	0.00
8	사우디아라비아	6,888	14,208	36,260	1.33	155.20
9	대만	1,687	5,569	22,475	0.83	303.55
10	싱가포르	5,189	39,293	20,142	0.74	- 48.74

I 살구, 체리, 복숭아 (0809)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	4,507,179	4,565,216	6,074,752	100.00	33.07
1	미국	2,136,949	1,520,056	2,168,425	35.70	42.65
2	남아프리카공화국	731,181	960,276	1,334,885	21.97	39.01
3	호주	387,700	391,179	992,651	16.34	153.76
4	칠레	510,769	661,041	538,857	8.87	- 18.48
5	터키	90,926	138,769	311,001	5.12	124.11
6	스페인	218,546	382,025	297,611	4.90	- 22.10
7	이탈리아	18,178	63,542	153,172	2.52	141.06
8	중국	253,285	283,459	89,454	1.47	- 68.44
9	캐나다	19,724	58,826	48,729	0.80	- 17.16
10	뉴질랜드	59,708	48,341	44,445	0.73	- 8.06

I 올리브유와 그 분획물 (1509)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	4,713,335	5,510,932	7,167,663	100.00	30.06
1	이탈리아	2,942,514	2,534,308	3,301,718	46.06	30.28
2	스페인	801,642	946,738	1,143,037	15.95	20.73
3	스위스	75,352	611,687	1,035,920	14.45	69.35
4	터키	226,171	355,855	628,495	8.77	76.62
5	이집트	2,449	32,452	250,795	3.50	672.82
6	튀니지	146,759	212,812	132,068	1.84	- 37.94
7	호주	73,854	102,971	117,237	1.64	13.85
8	시리아	76,113	72,704	103,897	1.45	42.90
9	남아프리카공화국	0	0	97,203	1.36	0.00
10	영국	62,511	137,184	58,210	0.81	- 57.57

I 기타 견과류 (0802)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	25,493,775	32,616,073	42,111,914	100.00	29.11
1	미국	15,590,579	16,391,249	19,665,708	46.70	19.98
2	인도네시아	302,887	170,987	6,674,696	15.85	3803.64
3	호주	1,978,478	3,566,085	4,040,246	9.59	13.30
4	중국	2,308,381	3,020,528	3,693,232	8.77	22.27
5	캐나다	23,315	399,681	1,775,888	4.22	344.33
6	태국	815,370	1,201,391	1,443,445	3.43	20.15
7	터키	1,780,675	1,998,937	1,279,761	3.04	- 35.98
8	인도	32,726	2,509,966	1,011,769	2.40	- 59.69
9	이란	273,688	307,761	610,588	1.45	98.40
10	남아프리카공화국	21,537	233,821	550,434	1.31	135.41

I 포도 (0806)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	27,941,131	37,355,550	47,883,553	100.00	28.18
1	미국	10,273,260	15,458,743	18,740,864	39.14	21.23
2	남아프리카공화국	4,987,825	6,112,310	8,502,958	17.76	39.11
3	호주	1,608,284	1,951,142	6,260,091	13.07	220.84
4	칠레	2,959,377	3,296,727	5,831,007	12.18	76.87
5	중국	3,629,917	4,262,244	2,682,158	5.60	- 37.07
6	이란	1,136,559	1,569,956	1,666,406	3.48	6.14
7	인도	725,993	1,501,001	1,581,929	3.30	5.39
8	이집트	386,607	765,540	566,146	1.18	- 26.05
9	페루	395,496	752,184	473,817	0.99	- 37.01
10	아르헨티나	419,305	448,871	316,612	0.66	- 29.46

I 발효된 밀크와 크림 (0403)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	4,713,335	5,510,932	7,167,663	100.00	30.06
1	뉴질랜드	2,942,514	2,534,308	3,301,718	46.06	30.28
2	미국	801,642	946,738	1,143,037	15.95	20.73
3	네덜란드	75,352	611,687	1,035,920	14.45	69.35
4	아일랜드	226,171	355,855	628,495	8.77	76.62
5	호주	2,449	32,452	250,795	3.50	672.82
6	독일	146,759	212,812	132,068	1.84	- 37.94
7	벨기에	73,854	102,971	117,237	1.64	13.85
8	프랑스	76,113	72,704	103,897	1.45	42.90
9	핀란드	0	0	97,203	1.36	0.00
10	영국	62,511	137,184	58,210	0.81	- 57.57

I 어류 추출물 및 즙 (1603)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	855,169	1,624,056	2,100,989	100.00	29.37
1	프랑스	356,865	1,150,948	1,237,666	58.91	7.53
2	중국	313,845	295,218	346,322	16.48	17.31
3	노르웨이	78,676	0	303,393	14.44	0.00
4	미국	0	0	58,242	2.77	0.00
5	일본	95,313	134,599	48,967	2.33	- 63.62
6	태국	0	0	48,832	2.32	0.00
7	시리아	0	0	25,776	1.23	0.00
8	싱가포르	0	36,257	15,663	0.75	- 56.80
9	홍콩	0	3,400	15,479	0.74	355.22
10	대만	0	1,427	649	0.03	- 54.50

I 맥주 (2203)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	46,624,360	68,100,425	88,512,538	100.00	29.97
1	싱가포르	12,021,611	19,534,579	20,199,789	22.82	3.41
2	네덜란드	9,363,017	15,349,750	18,985,215	21.45	23.68
3	중국	7,916,702	7,751,913	9,135,282	10.32	17.85
4	베트남	437,398	2,531,155	6,561,530	7.41	159.23
5	인도	3,520,785	3,039,820	5,685,495	6.42	87.03
6	멕시코	623,031	1,240,806	4,141,251	4.68	233.75
7	벨기에	1,975,659	3,394,279	3,522,185	3.98	3.77
8	태국	1,094,110	1,914,463	3,454,169	3.90	80.42
9	이탈리아	1,883,383	2,098,370	3,057,917	3.45	45.73
10	독일	1,628,135	2,604,730	2,553,478	2.88	- 1.97

I 양파, 쪽파, 마늘 (0703)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	291,118,724	237,857,278	303,245,207	100.00	27.49
1	중국	126,029,859	97,206,371	124,400,244	41.02	27.98
2	인도	110,171,719	104,872,956	114,438,293	37.74	9.12
3	네덜란드	16,705,959	15,824,090	19,943,373	6.58	26.03
4	파키스탄	16,349,488	4,551,584	15,767,980	5.20	246.43
5	뉴질랜드	5,153,496	5,567,402	13,636,888	4.50	144.94
6	미얀마	41,623	970,498	5,921,655	1.95	510.17
7	홍콩	232,931	2,313,853	2,462,680	0.81	6.43
8	호주	1,394,012	1,408,491	2,330,560	0.77	65.47
9	태국	12,215,105	3,299,178	1,958,452	0.65	- 40.64
10	덴마크	0	101,387	442,371	0.15	336.32

I 건조된 과일 (0813)

순위	수출국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	18,667,353	14,891,469	18,372,695	100.00	23.38
1	인도	8,292,247	2,172,852	4,885,821	26.59	124.86
2	태국	2,497,522	3,614,929	3,544,985	19.29	- 1.93
3	인도네시아	3,595,471	2,882,515	2,692,063	14.65	- 6.61
4	미얀마	1,019,663	2,928,697	2,324,785	12.65	- 20.62
5	중국	1,571,069	1,148,428	1,735,615	9.45	51.13
6	미국	336,910	736,773	945,037	5.14	28.27
7	터키	458,130	274,943	485,821	2.64	76.70
8	칠레	31,251	55,459	346,789	1.89	525.31
9	아랍에미리트	43,886	4,226	341,814	1.86	7988.48
10	프랑스	134,706	120,217	154,768	0.84	28.74