

... 머리말 ...

우리나라의 농림축수산물 수출규모는 2009년도 기준 48억 달러로 농림수산 식품부의 수출 드라이브 정책과 공사의 해외시장개척 사업 추진 등에 힘입어 매년 수출이 증가추세에 있습니다. 그러나 일본, 중국, 미국, 러시아, 홍콩 등 상위 5개 기존 주력 수출시장이 전체 농림축수산물 수출에서 차지하는 비중이 약 54%로 수출시장이 매우 편중되어 있는 실정입니다.

이에 공사는 시장확대 여지가 큰 이머징마켓 개척을 통한 새로운 수출활로 모색이 긴요하다는 판단 하에 기존 주력 수출시장 이외의 이머징 마켓 시장조사를 실시하게 되었습니다.

현재 식품시장 정보 인프라가 미흡한 이들 이머징 마켓에 대한 정보 조사·제공을 통해 수출선 다변화와 신규시장 진출 기회를 제공하여 수출업체의 수출을 지원하기 위해 금년에 베트남, 말레이시아, 호주, 뉴질랜드 4개국에 대한 조사를 추진하였습니다.

이 자료집은 말레이시아 식품시장에 대한 조사결과로 금번 조사에서는 해외 전문조사기관(Business Monitor International 등)의 전문성 있고 신뢰도 높은 식품 시장 정보를 최대한 활용하는 한편, 한국식품 유통실태 및 수출확대 방안 등은 KOTRA 쿠알라룸푸르무역관을 활용하여 현장감 있는 정보를 조사하기 위해 노력하였습니다.

모쪼록 이 자료집이 새로운 시장의 개척과 마케팅 전략 수립에 조금이나마 도움이 되고 더 나아가 한국 농식품의 수출증대에 기여할 수 있기를 기대합니다.

2010. 12

aT 농수산물유통공사
수출이사 **윤인택**

조사 개요

▣ 조사목적

- 말레이시아(이머징 마켓) 정보 조사 제공을 통해 수출선 다변화와 신규시장 진출 기회 제공, 마케팅 전략 수립으로 국내 수출업체 수출전략 도출

▣ 조사 기간 및 방법

- 조사기간 : '10. 10월~11월
- 조사방법 : 해외전문조사기관(Business Monitor International)의 시장 조사보고서 및 KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

▣ 조사내용

- 일반개황
- 농업현황
 - 농업생산동향, 주요품목 산업전망
- 식품산업 현황
 - 식품음료산업 SWOT 분석, 산업전망, 시장특성, 유통구조, 소매시장
- 농식품 수출입현황
 - 농산물 수입현황, 농산물 수출현황, 한국과의 농산물 교역현황
- 수출입 통관제도
 - 규제, 산업 기준, 식품 라벨 규제
- 한국식품 유통 및 수출유망 품목
 - 주요 수입/유통 품목 유통경로, 경쟁력, 수출확대 가능품목
- 한국식품 수출확대 및 진출방안
 - SWOT분석, 시장 진입을 위한 제안
- 기타
 - 주요기관 연락처, 잠재적 구매자 목록

틈새시장 조사결과 (요약)

말레이시아

■ 식품산업 규모

- 식품소비 : ('09) 131억 달러 → ('14) 159억 달러 전망
 - 인구당 식품소비 : ('09) 428.3달러 → ('14) 536달러 전망
 - GDP에서 식품소비 비중 : ('09) 6.10% → ('14) 5.22% 전망

■ 시장 특성

- 열대 및 말레이시아 내 말레이, 중국, 인도 등 다양한 문화를 반영하는 농업자원이 풍부하여 광범위한 아시아 스타일의 가공식품이 제조되고 있음
- 생활수준 향상으로 구매력도 증가하고 있으며, 생활방식 변화로 편의식품과 건강식품에 대한 수요가 증가
 - 가공을 최소화한 신선한 기능성/건강식품, 유기농식품, 그리고 식품 및 해산물에서 나오는 천연향미에 대한 수요 증가 추세
- 식품구매는 대개 주1회 또는 격주로 이루어지며, 값싸고 신선도가 높다는 인식 때문에 많은 이들이 전통적인 재래시장이나 아침시장에서 신선식품을 구매함
 - 위생, 편리함, 다양한 식품 선택 등의 이유로 Giant, Tesco, Jusco 등 하이퍼마켓과 슈퍼마켓 쇼핑이 늘고 있음

■ 농수산물 수출입 현황

- '09년 식품 및 음료 수출규모는 9,633백만 달러, 수입규모는 6,464백만 달러임
 - '10~'14 기간중 수출은 86.3%, 수입은 59.5% 증가 전망
 - 주요 수출품목 : 팜유, 고무, 코코아, 후추, 파파야 등 열대성작물과 원목, 제재목
 - 주요 수입품목 : 천연고무, 코코아두, 팜유, 사탕수수당, 쌀, 대두박, 밀 등

- 말레이시아는 식품의 자급자족이 가능하나 가공식품에 대한 수요 증가와 부유층의 소비패턴 서구화로 특정 원자재의 수입도 증가 예상

■ 유통구조

- 수입가공식품의 마케팅 경로는 대리점, 수입업체 또는 유통업자를 거쳐 도매상에게 판매하는 방식임
 - 유통업자는 주로 대형 슈퍼마켓 체인점, 호텔, 레스토랑에 판매하고 도매상은 소매상, 임시매장, 식음료 가게를 담당함
- 한국식품은 주로 수입업체와 배급업자가 한국 제조사로부터 수입하고 있음
 - 이들 제품은 주로 Tesco, Giant, Carrefour 같은 하이퍼마켓, Jusco나 Isetan 같은 슈퍼마켓, 그리고 7-Eleven 등 편의점을 통해 유통됨
 - 대부분의 가공식품은 해상으로 수입되나 급박한 수화물은 항공편으로 수송됨. 가공식품은 주로 국립항구인 Pot Klang을 통해 들어옴

■ 한국식품 경쟁력 및 문제점

- 한국 식품 및 음료는 최근 말레이시아에서 점차 시장점유율을 높여가고 있음
 - 가장 유명하고 잘 팔리는 제품중 하나는 농심 신라면임
- 현지의 한국제품에 대한 수요는 평균 정도에 그치므로 현지 시장에서 한국식품의 획득 경쟁은 심하지 않음
- 판매중인 제품이 많지 않아 성장가능성은 꽤 높은 것으로 평가되나, 쿠알라룸푸르 등 도심지에 거주하는 이들 이외의 말레이시아인들이 한국제품에 노출되지 못하고 있다는 점이 가장 큰 문제점으로 지적됨

■ 한국식품 수출확대 가능품목

- 밀가루 기반 제품(빵, 파스타, 라면, 비스킷, 냉동 페이스트리 등) : 말레이시아의 전통적인 주식이며, 최근 제과점이 대폭 증가추세로 빵 소비가 인기

- 편의식품(아침 시리얼, 으깬 귀리 등 곡물기반 제품) : 현대적인 생활방식에 부합
- 건강식품(순 과일주스, 오렌지주스 농축액, 견과류 등) : 심장질환, 암, 당뇨 등이 많아 건강에 대한 인식 증가
- 조미료, 양념, 소스 : 외식 자제 및 가정내 요리 증가추세로 다양한 양념류 소비 증가

■ 한국식품 수출확대 및 진출방안

<SWOT>

강점	고품질 식품 현지 음식에 비해 독특한 맛 현지의 풍미와 차별화 됨	약점	가격이 비싸고 인지도가 낮음 유통망이 제한되고 광고/식품행사 적음
기회	아직 현지 진출 식품이 많지 않음 한류, 한·아세안 FTA에 따른 낮은 관세	위협	현지 식품제조사와의 경쟁 현지 식품 가격이 더 낮음

<진출방안>

- ‘신뢰하고 믿을만한’ 제품 이미지 구축
- 포장의 견고화 및 소포장화 : 벌레 침입과 습도로 인한 부식 방지 및 중산층 구매 유도
- 공급경로를 통한 시장진입 효과의 최대화 위해 최소 유통기한(14~18개월) 확보
- 할랄제품 사용을 통한 이슬람 소비층 적극 공략
- 매장내 홍보, 시식행사 등 홍보 강화 및 기업구매자에게는 케이터링 패키지 권장 등



목 차

1. 일반현황	1
2. 농업현황	7
3. 식품산업 현황	37
4. 농식품 수출입현황	73
5. 수출입 통관제도	83
6. 한국식품 유통 및 수출유망 품목	101
7. 한국식품 수출확대 및 진출방안	107
8. 기타	113

1. 일반현황

가. 국가개요 3

나. 경제현황 4

1_ 일반현황

가. 국가개요

■ 일반 사항

- 위 치 : 말레이반도 및 보르네오섬 북부
- 면 적 : 330천 km² (한반도의 1.5배)
- 기 후 : 고온다습한 열대
- 인 구 : 28.3백만 명 ('09)
- 수 도 : Kuala Lumpur (146만 명)
- 민 족 : 말레이족 (51%), 중국계 (24%), 인도계 (7%) 등
- 언 어 : 말레이어, 중국어, 영어, 타밀어 등
- 종 교 : 이슬람교 (60%), 불교 (19%), 기독교 (9%), 힌두교 (6%)

■ 정치 사항

- 독 립 일 : 1957. 8. 31. (영국)
- 정 치 체 제 : 연방형 입헌군주제
- 국 가 원 수 : Yang di-Pertuan Agong 국왕 (행정수반: Najib Razak)
- 의 회 : 양원제 (상원 70석, 하원 222석)
- 주 요 정 당 : 통합말레이국민기구 (UMNO), 이슬람당 (PAS)
- 국제기구가입 : UN, IMF, WTO, APEC, IBRD, ADB, ASEAN 등

나. 경제현황

■ 경제 사항

- 화 페 단 위 : Ringgit 또는 Malaysian Dollar (M\$)
- 회 계 년 도 : 1. 1. ~12. 31.
- 산 업 구 조 : ('09) 제조업 42.3%, 서비스업 47.6%, 농업 10.1%
- G D P : ('08) 2,216억달러 → ('09) 1,913(추정) → ('10) 2,298(전망)
- 1인당 GDP: ('08) 7,992달러 → ('09) 6,759(추정) / ('10) 7,970(전망)
- 경제성장률 : ('08) 4.6% → ('09) -1.7%(추정) → ('10) 6.9%(전망)
- 주요 수출품 : ('09) 전기전자제품, 야자유, 화학제품, 천연가스, 원유
- 주요 수입품 : ('09) 전기전자제품, 기계장비 및 부품, 화학제품, 운송장비
- 주요부존자원 : 석유, 천연가스, 천연고무
- 경제적 강점 : 부존자원 풍부
- 경제적 약점 : 종족간 · 지역간 심한 소득격차

■ 최근 동향

1) GDP

- '10년 상반기에 경제성장률이 9.5%로 전년의 마이너스 성장으로부터 크게 회복세를 보이고 있으며 농수산업, 광업, 제조업, 건설업, 서비스업이 고르게 성장세를 보이고 있음. 이는 세계적인 경제침체로 타격을 받았던 제조업과 서비스업이 큰 성장세를 나타냈기 때문이며 정부의 대대적인 경기부양책으로 건설업도 꾸준히 성장하는 등 전체 성장을 이끌었음

2) 무역수지

- '10년 상반기에 말레이시아의 수출은 972억 달러, 수입은 780억 달러로 192억 달러의 흑자를 기록하였음. '97년 11월 이후부터 무역흑자 기조가 지속되었으나 '09년에는 세계적인 경기침체로 수출감소가 심화되고, 원자재 가격 하락이 지속되어 흑자폭이 '08년 대비 대폭 감소되었다가 다시 회복세에 있음
- '09년도에는 수출이 급감하였는데, 이는 미국, 유럽 등 세계적인 경기침체에 따라 말레이시아 전체 수출의 약 절반을 차지하였던 전기전자 산업의 부진과 원자재 가격하락으로 인한 수출단가 하락에 따른 것이었으나 '10 상반기에 다시 회복세를 보이고 있음

3) 주식시장

- 말레이시아 주가지수인 KLCI(Kuala Lumpur Composite Index)는 '08년에 한때 1500선까지 갔지만 미국 금융위기 여파로 '09년 3월 4일 기준 866.93까지 하락하였음. 그러나, '10년 3월에는 다시 1,300선을 회복하는 저력을 보여주었음

4) 인플레이션

- '10년 상반기 소비자 물가 상승률은 1.5% 생산자 물가 상승률은 6.3%를 보이고 있음. 식품 서비스 공급업체와 레스토랑은 가격을 15%까지 올렸음. 그러나 '09년 들어서는 유가하락과 경기침체로 인한 소비감소로 그나마 상승폭이 완화되어 0.6% 상승하는데 그쳤음

5) 환율

- 아시아 외환위기 이후 외화유출을 막기 위해 시행해오던 고정환율제(1U\$=RM3.8)를 '05년 7월에 관리형 고정환율로 변경한 이후 현지화(링깃-RM)의 미국 달러화에 대한 강세가 꾸준히 진행되었음
- 세계 금융 위기가 찾아온 '08년 4분기부터 다시 약세로 돌아서 U\$1 = RM3.7 수준까지 갔다가 현재('10.8월 기준)는 U\$1 = RM3.25를 기록하고 있음

2. 농업현황

가. 농업생산동향 9

나. 주요품목 산업전망 13

2_ 농업현황

가. 농업생산동향

■ 농업 SWOT분석

강점	<ul style="list-style-type: none"> ● 열대 기후와 비옥한 토지 덕분에 말레이 반도와 보르네오 지역에서 모두 다양한 농산물 재배 가능 ● 말레이시아는 현대적이며 효율적인 축산업과 세계 유수의 팜유 부문을 포함, 많은 우수한 농업 분야를 보유하고 있음 ● 말레이시아의 인구 당 소득은 1990년대 말에 비해 거의 2배 증가하여 2008년에는 US\$7,650을 기록하였으며 이에 따라 소비자들은 식품에 더 많은 금액을 지출할 수 있게 되었음
약점	<ul style="list-style-type: none"> ● 정부의 노력에도 불구하고 말레이시아는 여전히 쌀, 옥수수, 그리고 유제품과 같은 주요 식품의 수입국임 ● 카카오와 설탕 등 전통적으로 튼튼했던 일부 농업 분야에서 최근 몇 년간 생산량이 급감하였음 ● 말레이시아는 양계업과 같이 효율이 높은 농업 분야를 보유하고 있지만 쌀, 옥수수, 그리고 유제품과 같은 주요 식품의 수확량은 태국, 필리핀, 그리고 인도네시아와 같은 개발이 상대적으로 덜된 동남아 국가들과 비슷하거나 낮은 수준임
기회	<ul style="list-style-type: none"> ● 2008년 전반기의 '쌀 위기' 로 인해 쌀의 국내 생산량을 증가시키기 위한 노력이 활성화 되었으며 정부는 쌀농사를 지원할 방안을 마련하였음 ● 새로운 대규모의 현대적 낙농업 농장들 덕분에 해당 분야가 발전을 이루어 양계업계에서 본 것과 유사한 성공을 거둘 가능성이 있음 ● 말레이시아가 할랄 식품 중심지로 부상하면서 말레이 산 농업 수출품 시장이 새로이 개척될 것임
위협	<ul style="list-style-type: none"> ● 보르네오의 농업 생산량을 늘리기 위한 계획은 열대 우림 침투에 반대하는 환경 단체의 반대에 직면할 확률이 큼 ● 고무와 팜유 같은 말레이시아의 주요 수출 농산물의 가격이 지난 몇 개월간 급락하였음 ● 지난 10년간 축산업은 조류 독감, 니파 바이러스, 그리고 가장 최근에는 베타 차단제에 오염된 돼지 사료 등의 건강 위기/질화에 타격을 입었음. 이 때문에 생산량이 타격을 받았고 말레이시아산 육류, 특히 돼지고기의 안전성에 대한 신뢰가 감소하였음. 추가 위기 발생 시 소비가 재차 하락할 수 있음

■ 농업 생산동향

- 말레이시아는 전 국토의 70%가 열대우림으로 덮여있으며, 말레이반도의 남부와 보르네오섬 북부 지역으로 구성되어 있음. 국토면적은 남한의 3.3배 정도이며, 농경지 면적은 '08년 790만ha로 전 국토 면적의 24%를 차지하고 있음
- 총 농경지 면적 중 관개수리 면적의 비중이 낮아 강우량 등 기후변화에 큰 영향을 받고 있으며 농업 하부구조가 낙후되어 있음. 이에 따라 말레이시아 정부는 농업 관개시설의 확충과 농촌지역 하부구조 개선 등 농업 근대화에 정책적 노력을 기울이고 있음

<농지 이용현황>

(단위 : 천 ha)

구 분	'90	'95	'00	'05	'06	'07	'08
총면적	33,080	33,080	33,080	33,080	33,080	33,080	33,080
농지면적	6,900	7,604	7,890	7,870	7,870	7,870	7,870
관개수리면적	335	363	365	365	365	365	365

자료 : FAOSTAT

- 또한 말레이시아는 새로 개간 혹은 간척되는 국토의 일부를 농경지로 지정하는 방식을 통해 곡물재배 면적 확대를 피하여 왔음. 이를 통해 농업용 토지가 '90년대 중반까지 크게 증가하는 성과를 거두었으나 '95년 이후 군사용, 공업용, 주택용 등 다른 분야의 토지수요 증대로 인한 농지전용 확대로 인해 최근에는 큰 효과를 거두지 못하고 있음
- 말레이시아 인구는 '09년 기준 27.5백만 명이고 그중 농가 인구는 7.9백만 명으로 전체 인구의 29%를 차지함. 전체 인구에서 농가 인구가 차지하는 비중은 '02년 이후 감소추세를 나타내고 있으나 아직도 말레이시아는 전체 인구에서 농촌인구가 차지하는 비중은 여전히 높은 편임. 또한 총 인구에서 농업인구가 차지하는 비중은 '80년에 39%에서 '09년에 12%로 크게 줄었음(자료원 : FAOSTAT)

- 제조업이 성장함에 따라 전체 고용에서 농업이 차지하는 비중도 크게 감소하였음. 전체 고용에서 농업이 차지하는 비중은 '80년 41%에서 '09년 13%로 낮아졌음. 농촌의 많은 남자들이 도시로 이동함에 따라 여성이 농촌 노동력의 주축을 이루고 있음

〈농가 및 농업인구 현황〉

(단위 : 백만 명)

구 분	'80	'90	'95	'00	'05	'06	'07	'08	'09
총인구	13.9	18.1	20.7	23.0	25.6	26.1	26.6	27.0	27.5
농가인구	8.7	8.2	9.4	9.8	8.3	8.2	8.1	7.9	7.9
농업인구	5.4	4.6	4.4	4.1	3.8	3.7	3.6	3.5	3.4
농업종사자수	2.1	2.0	1.9	1.8	1.7	1.7	1.7	1.6	1.6

자료 : FAOSTAT

〈농업생산 증가세 둔화〉

- 말레이시아 농업 생산은 주로 반도지역의 중앙산맥, 빈탄산맥을 끼고 있는 연안 및 반도 남부의 평야지대, 보르네오 섬의 북부 연안의 평야지대에서 이루어짐. 말레이시아가 생산하는 주요 농산물은 고온다습한 열대우림 기후 특성으로 인해 팜유, 천연고무, 코코아 등 열대 농작물과 쌀, 코코넛, 사탕수수, 파인애플, 원목 등임
- 말레이시아의 농업생산은 '60년대 연평균 6.5% 증가하였지만 최근에는 연평균 3% 증가하고 있음. 제한된 경지면적이 농업생산 증가 둔화의 가장 큰 원인임. 말레이시아는 개간 또는 간척을 통해 농경지 면적을 확대해 왔음

〈농산물 생산〉

- 말레이시아의 농업생산 증가세 둔화의 또다른 이유는 전반적인 농업생산성 향상 속도가 완만하기 때문임. 특히, 작물의 경우 생산성이 '61~'80년에는 연평균 3% 정도 향상 되었으나 '81~'01년에는 그 비율이 0.67%로 하락하였음

- 말레이시아에서 팜유, 고무, 임산물이 전체 농업생산의 60% 가량을 차지함. 벼는 농업 생산의 3.4%를 차지하며 그밖에 코코넛, 채소, 과일, 잎담배, 고추가 농업 생산의 15.2%를 차지함
- 팜유는 말레이시아 제1의 농산물로 인도네시아 다음으로 팜유 생산이 많은 국가이며 세계 팜유의 43%를 생산함. 말레이시아 팜유 생산농민들은 국제경쟁력을 유지하기 위해 연구개발 투자를 늘리고 새로운 품종을 개발하는 동시에 팜유를 이용한 바이오연료를 생산하는 등 팜유 용도의 다양화를 꾀하고 있음
- 또한 다른 국가들의 수입장벽을 완화시켜 팜유의 시장접근성을 늘리기 위해 노력하고 있음
- 채소 생산은 '90년대 중반까지만해도 빠르게 증가한 후 '00년대 초반까지 감소세를 보이다가 다시 회복세에 있음. '90년대 중반까지 채소 생산이 증가한 원인은 재배면적의 증가와 말레이시아 정부의 채소농가 규모화 노력 때문이며 최근 쌀을 비롯한 식량작물과 채소, 과일의 생산이 완만한 증가를 보이는 것은 생산성 정체 때문임

〈축산물 생산〉

- 축산물 생산은 빠르게 증가하여 '60년대 이래 연평균 축산물 생산성은 3.7%씩 향상 되었음. 이처럼 생산성이 크게 향상된 것은 새로운 축종 품종이 개발되고 있기 때문이며 특히 가금육의 생산성 향상이 두드러짐
- 가금육은 말레이시아에서 가장 경쟁력이 있는 축종임. 가금육의 생산성은 말레이시아 농업에서 가장 높고 세계적인 수준임. 가금육은 주로 규모가 큰 양계업자가 생산 하는데 이들은 식품가공산업과 밀접하게 연결되어 있음
- '98년 이전만 해도 말레이시아에서 양돈산업은 가장 빠르게 성장하던 산업이었으나 '90년대 말 니파 바이러스가 발생함에 따라 대량의 돼지가 살처분되었음. 현재는 양돈산업의 회복세가 완만한 상태임. 말레이시아 국내에서 돼지고기는 말레이시아

국민의 24%를 차지하는 중국계가 주로 소비하고 있으며 돼지고기의 내수시장이 크지 않아 양돈산업의 발전에 한계가 있음. 또한 태국 등 경쟁국에 비해 돼지고기 생산비가 높아 수출기회도 많지 않음

- 쇠고기 및 낙농산업은 규모가 매우 작음. 이들 산업 발전을 저해하는 요인은 여러 가지가 있는데 고온의 습한 기후가 쇠고기 및 우유 생산에 적합하지 않을 뿐더러 목초지도 좁은 편임. 그리고 이들 산업은 소규모 양축농가가 담당하여 수입 축산물에 대응하는 데 어려움이 있음

나. 주요품목 산업전망

1) 쌀농사 전망

■ 공급 전망

- 2008년 초의 쌀 위기 이후 말레이시아는 수입쌀에 대한 의존도를 2009년까지 수요의 23% 수준으로 줄이고자 하였음. 국내 생산이 수요의 35% 밖에 충족시키지 못하고 있어 이 목표는 달성되지 못한 것으로 보임. 2007/08년도 대비 2008/09년에는 쌀 생산량이 3.7% 증가하여 153만 톤을 기록하였으나 말레이시아는 여전히 수입 시장에서 쌀 수요의 30% 이상을 구해야 하는 쌀 수입국임. 2009/10년에는 정부가 쌀 경작 면적을 늘리기 위한 노력을 계속하고 수확량이 조금씩 늘면서 쌀 생산량이 전년대비 3.6% 증가하여 159만 톤을 기록할 것으로 예상함
- 2008년 위기의 충격으로 인해 쌀 생산량 증대에 관심이 모아졌으며 당시 총리인 Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi는 정부가 식량 안정성을 개선하는 데 추가로 MYR (Malaysian Ringgit) 56억을 투입하여 2010년까지 자급률을 86%까지 끌어올리기 위해 노력할 것이라 발표하였음. 정부의 이 목표치는 지나치게 낙관적인 것으로 보이나 전망 기간 동안에 쌀 생산은 강한 증가세를 보여 2013/14년까지 25.6% 증가하여 192만 톤을 기록할 것으로 예상하고 있음

■ 수요 전망

- 당시 국제적으로 가격이 상승하고 있었음에도 말레이시아의 2008년 쌀 수요는 영향을 받지 않고 전년 대비 5.3% 상승한 228만 톤에 달했음. 전체 소비량은 증가하였지만 품종 면에서 수요의 변화가 있었음. 식량 가격 인플레이 때문에 소비자들은 정부 보조금 덕분에 가격이 통제되는 더 저렴한 품종인 파쇄립 함유량 15%의 현지 쌀로 전환을 하며 이 품종에 대한 수요가 급격히 증가하였음. 이 품종을 말레이시아에서는 15% 파쇄 Super Tempatan(ST15)라 부르고 있음. '08년 2/4분기에는 판매된 쌀의 50% 가량이 ST15였음. 정부는 이 등급의 쌀 생산을 장려하기 위해 추가 보조금을 지급할 수밖에 없었음. 말레이시아의 경제가 어려움을 겪는 상황에서 저급 쌀에 대한 수요는 계속 높게 유지될 것임. 2009년에 쌀 소비는 다시 증가하여 전년대비 2.9% 높은 235만 톤을 기록하였는데 이는 소비자들이 돈을 아끼기 위해 전반적으로 비싼 식품에 대한 지출을 줄였기 때문이라고 봄. 2010년에는 경기가 회복되면서 쌀 소비 증가율이 전년대비 1.8% 정도로 떨어질 것으로 봄
- 쌀 소비량은 2014년까지 4.9% 증가하여 246만 톤을 기록할 것으로 봄. 쌀 소비 증가의 주요인은 인구 증가일 것임. 소득이 증가하고 더 많은 인구가 현대적 소매업장에 접근할 수 있게 되면서 소비자들이 육류나 밀 기반의 제품과 같은 여타 식품을 더 많이 소비하게 됨에 따라 인구 당 소비는 감소할 것으로 봄. 실제로 Universiti Putra Malaysia가 진행한 한 연구에서는 빵의 인구 당 소비량이 2020년까지 2배로 될 것으로 전망하였음

〈말레이시아- 쌀 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
쌀 생산량, (천 톤) ¹	1,415.0	1,440.0	1,385.0	1,475.0	1,530.0
쌀 소비량, (천 톤) ¹	2,050.0	2,150.0	2,166.0	2,280.0	2,346.0
쌀 총 무역 수지, (천 톤) ²	-700.0	-751.0	-873.0	-796.0	-1,019.0

	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
쌀 생산량, (천 톤) ¹	1,589.0	1,655.0	1,737.0	1,824.30	1,921.0
쌀 소비량, (천 톤) ¹	2,388.0	2,409.0	2,431.0	2,446.0	2,460.0
쌀 총 무역 수지, (천 톤) ²	-891.2	-829.7	-752.63	-651.8	-527.1

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ USDA, BMI, ² 농림부 USDA, BMI

〈국가적 중요성에도 불구하고 쌀 생산량은 낮음〉

- 지난 30년간 점점 상업화되기는 하였지만 말레이시아의 쌀 생산은 전통적으로 시골 인구와 관련되어 있었음. 비영리 단체인 Consumer International에 의하면 말레이시아의 쌀은 주로 8개의 곡창 지대에서 생산되며 여기서 생산되는 쌀이 국가 전체 생산의 72%에 달함. 나머지는 동쪽 끝에 위치한 작은 논에서 생산됨. 쌀은 국가적 식량 안정성 확보에 필수적인 것으로 여겨지기 때문에 엄격히 규제가 되며 정부 기관인 Padiberas Nasional(Bernas)에 의한 보조금 지원을 받고 있음. 구체적으로는 농민들의 적절한 소득을 보장하고(특히 저소득 농민의 경우) 수확량 증대를 위해 비료 보조금과 지원가격이 농민에게 제공됨. 농민들은 각각 벼 1톤당 US\$210을 받고 있음. 그럼에도 불구하고 평균 수확량(헥타르 당 3톤)은 국제 기준 보다 낮으며 국내 생산량은 국내 수요의 65% 정도를 충족시키는 데 그치고 있음. 부족분을 메우기 위해 말레이시아는 쌀을 수입하며 그 중의 약 40%가 이웃 나라인 태국에서 수입됨
- 그러나 정부는 여전히 쌀농사에 대해 보호적임. 정부는 보조금을 통해 생산 비용의 큰 비중을 부담하고 있음. 농민들은 상당한 수익률, 가격 보장, 그리고 안정적인 소득의 형태로 이러한 지원의 혜택을 누리지만 ASEAN 자유무역협정의 영향으로 그러한 보조금도 존속 위기를 맞을 수 있는 상황임. FTA 협정은 말레이시아 정부로 하여금 쌀 보조금의 일부(또는 전부)를 없애도록 강요할 수 있으며 이는 높은 투입 비용과 낮은 수확량으로 인해 경쟁력이 뒤지는 쌀농사 분야에 부정적인 영향을 미칠

수 있음. 국내 시장은 정부의 지원에 대한 의존성이 커 여전히 상당히 불안한 상태이나 쌀 산업을 자율화 시키려는 노력도 진행되어 왔음

〈Tradewinds의 야심찬 계획도 조기에 종료됨〉

- 2009년 11월에 농장 회사인 Tradewinds는 쌀 수입사인 Padiberas Nasional (Bernas)을 인수하려는 야심찬 계획을 발표하였음. Bernas는 모든 합법적 쌀 수입사를 담당하고 국내 쌀 시장의 가격 안정성을 유지할 책임이 있음. 기존에 국유였던 이 회사는 1996년에 민영화되었으나 독점적 쌀 수입사의 지위는 유지하였음. 2010년 8월 현재 Tradewinds가 보유한 Bernas의 지분은 30.8%에서 72.57%로 증가하였음. Tradewinds는 Bernas의 외국 소유 지분이 증가하지 않도록 할 의향이라고 주장하였으나 당사의 의도는 Bernas의 주식 전체를 소유하려는 것이었음에도 불구하고 현재 소유 지분만으로도 과한 것으로 보임. 더 최근에 Tradewinds는 MYR29억에 달하는 부채를 감소시키기 위해 자사 소유 Bernas 지분을 줄이기로 했음을 공표하였음. 그러나 이러한 행위는 말레이시아의 쌀 시장에 실질적으로 별 영향을 미치지 못 할 것임. 새로운 소유자 하에서도 Bernas는 쌀 수입에 대한 독점권을 보유하며 안정적인 가격에 적절한 쌀 공급량을 유지할 책임도 계속 지님

〈ST15의 인기는 과한 수준〉

- 불황의 영향을 받은 소비자들이 더 값싼 쌀로 전환을 하면서 저급 ST15에 대한 수요는 2009년까지 높게 유지되었음. 이는 정부에게 문제가 되었음. 저소득 소비자들을 위해 저렴한 쌀을 충분히 생산하도록 보조금이 지원됐음에도 불구하고 소득이 상대적으로 높은 계층의 저렴한 쌀에 대한 수요가 증가하면서 쌀이 원래 목표 대상에게 제공되지 못 하여 공급이 부족하다는 불평이 나왔음. 정부는 공급 부족이 불법 이민자의 수요와 ST15를 정상 등급의 쌀로 속여 파는 부패한 상인들 탓이라고 주장하기도 하였음

- 2009년 7월에 정부는 연말까지 ST15의 판매량을 통제하기 위해 쿠폰 정책을 도입할 것이라고 발표하였음. 해당 품종을 생산하도록 지급하는 보조금이 하루에 MYR1백만에 달하는 상황에서 수요가 줄면 국가의 공공재정에 큰 보탬이 될 것임. 그러나 ST15 쌀에 대한 쿠폰 정책을 도입하는 작업은 어려움에 부딪히고 있음. BMI가 말레이시아의 2010년 GDP 성장률이 다시 4.3%로 될 것으로 예상하고 있는 상황에서 소비자 신뢰가 회복되면서 저렴한 쌀에 대한 수요는 다시 낮아질 것으로 보임
- 2009년 12월에 정부는 국민을 위한 쌀 보조정책(Subsidi Beras Untuk Rakyat 또는 Subur)을 시행하였음. 이에 따라 농업 및 농업기반산업부는 저소득층의 10kg들이 ST15 제품 구매를 지원하기 위해 한 달에 3매의 MYR10 쿠폰을 발행하여 포대 당 가격을 MYR14까지 낮추었음
- 새로운 쿠폰 정책을 시행하는 과정에서 예상보다 훨씬 많은 사람이 수령 대상자가 되는 등 몇 가지 문제점이 발생하였음. 또 다른 문제는 말레이시아 동부 사람들 다수가 신분증이 없어 정책에 포섭되지 않는 등 기록되지 않은 인구의 처리 문제였음
- ‘극빈층’의 목록을 확인하기 위해 쿠폰 정책은 2010년 4월까지 정지되었으며 현재 의회의 농업개발위원회와 합동으로 검토가 진행중임. 정부는 말레이시아의 월간 쌀 소비량인 180,000톤의 3분의 1을 구성하는 ST15 쌀에 대한 보조금을 제한하고자 하고 있음. 지급되는 보조금은 월간 MYR6천만임. 정책 시행을 하기 전에 정부가 해결해야 할 과제를 보았을 때 보조금 지원을 받는 ST15의 판매는 2010년 말까지 계속될 것으로 보임. 이 때문에 말레이시아의 경기가 회복되는데도 불구하고 저급 쌀에 대한 수요는 높게 유지될 것임

〈공급에 대한 우려가 쌀에 대한 재고를 촉진함〉

- 식품 가격 인플레이가 증가하면서 2007년 말과 2008년 1/4분기에 국내 공급과 급등하는 가격이 사회적 안정성에 미치는 영향에 대한 우려가 제기되었고 이에 따라 인도와 베트남 같은 주요 쌀 수출국이 수출량을 제한하기 시작하였음. 이 때문에 수입국들은 충분한 식량 공급 가능성에 대해 걱정하게 되었으며 뒤따르는 구매 과열 양상으로

인해 가격 인상이 더욱 심해졌음. 2008년 5월에 말레이시아의 비축량이 낮아지자 정부는 비축량을 늘리기 위해 태국에게 500,000톤의 지원을 요청할 수밖에 없었음. 정부 간 거래에서 태국은 300,000톤을 공급하기로 약속하였음. 2008년 말에 말레이시아는 같은 사태를 예방하기 위해 비축량을 늘릴 목적으로 쌀을 수입하였고 특히 11월에 베트남으로부터 100,000톤을 확보하였음

- 단기적인 위기가 지나자 말레이시아가 국내 수요를 충족시킬 수 있도록 어떻게 쌀 생산량을 늘릴 수 있는가에 관심이 모아졌음. 2008년 4월에 Abdullah 총리는 식량 생산을 증대시키기 위한 MYR90억(US\$11억) 규모의 계획을 발표하였음. 자금의 일부는 폐낭주의 모노레일 건설 계획과 같은 대규모 인프라 건설 프로젝트를 중지하여 확보되었음. 해당 계획의 목적은 기존의 생산 지역의 효율성을 제고하려는 것이었으며 2008년 8월에 정부는 농업단체에 MYR8,600만(US\$2,500만)을 지급하여 회원들을 위해 중장비를 구매하도록 할 것이라고 발표하였음. 또한 논농사를 짓는 농민들에게는 MYR600(US\$172) 어치 비료와 농약이 지급되었음. 2008년 11월에는 농림부가 하이브리드 쌀 품종의 실험 계획을 발표하면서 성공적으로 진행될 경우 전국으로 적용을 확대할 것이라 발표하였음. 쌀 생산을 증대하는데 투입되는 신규 자금의 큰 부분은 평균 수확량을 증가시키기 위해 말레이시아의 쌀 생산 지역의 관개를 개선하는데 투자되었음
- 해당 계획에는 말레이시아 면적의 35%를 차지하지만 지역에서 필요한 쌀의 50%밖에 생산하지 못하는 말레이시아 동부의 사라와크 지역의 토지를 개방하는 것도 포함되었음. 정부는 사라와크주 내의 농사 사업을 지원할 것이라고 선언하였음. 2008년 6월에는 세계에서 가장 큰 팜유 생산자인 Sime Darby가 사라와크주 내에 위치한 7,000ha 넓이의 부지에 쌀을 재배할 예정이라고 발표하였음. 사라와크주에 이웃한 말레이시아 동부의 사바주도 필요한 쌀의 30%밖에 생산하지 못하는 쌀 부족 주임. 해당 주의 농림부는 국유 쌀 회사인 Bernas와 협조하여 주 내의 대규모 쌀 생산 사업을 증진하기 위해 노력하고 있음. 말레이시아가 자급자족의 목표를 달성하기 위해서는 드넓은 동부 지역 주의 쌀 생산량을 늘리는 것이 필수적임. 정부는 말레이시아 동부의 새로운 '미작 지대'에서 2011년부터 생산이 개시될 것으로 기대하고 있음. 그 프로젝트에 투입되는 총 면적은 70,000ha임

- Sime Darby는 또한 현재 말레이 반도의 페락주에서 기계화된 쌀 생산 방식을 시험하고 있음. 2009년 5월에 당사는 자사의 팜 농장 중 하나의 비생산적인 토지 200헥타르를 지정하여 기계화된 쌀 농장을 개발하기로 하였다고 발표하였음. 당사는 현대적 관계 체계와 수확량이 높은 품종을 사용할 예정이며 이 농장은 비슷한 규모의 전통적 방식의 농장을 운영하는 데 필요한 인력의 10%만이 요구될 것이라 주장한다고 지역 언론이 보도하였음. 만일 이 농장이 성공할 경우 같은 기술을 회사의 사라와크주 농장에 적용시킬 것임. 기계화의 증가는 또한 쌀농사 분야의 재래적 이미지와 낙후된 노동 집약적 생산 방법을 극복하고 더 많은 젊은 계층이 농업에 진출하게 장려하는 데 도움이 될 것임. 지역 내 다른 나라들과 마찬가지로 말레이시아에서도 젊은 세대는 농업을 매력적이지 않은 진로로 보고 있음
- 가장 최근의 쌀 자급자족 달성 목표 시점은 2020년임. 앞서 언급했던 계획과 함께 정부는 전국 각지에 쌀 생산 증가에 투입할 토지를 지정하였음. 2011년부터 적용되는 10번째 말레이시아 계획에 따라 정부는 지정된 '미작 지대'에 투자를 할 예정임. 이는 말레이시아 농업 분야에게 매우 좋은 소식임. 그러나 농업 생산량을 증진시키기 위한 위로부터의 정책은 항상 어려우며 정부가 얼마나 효과적으로 시골 인구로 하여금 새로운 땅으로 이주하고 새로운 생산 기술에 투자를 하도록 설득할 수 있을지는 두고 보아야 할 일임

〈생명공학 합작 사업이 수확량 증가 가능성을 높임〉

- 2009년 11월에 말레이시아 정부는 국내에서 재배되는 쌀의 유전적 구성을 개선하려는 정책을 도입하였음. BIOMalaysia 2009는 말레이시아 Biotechnology Corporation, 과학부의 일부, 말레이시아 농업 연구 및 개발 기관(Malaysian Agricultural Research & Development Institute-MARDI), 그리고 캐나다 생명공학 회사인 DNA LandMarks 간의 합동 사업임. 2009년 5월에 처음 협정이 체결되었음. DNA LandMarks는 새롭고 수확량이 높은 쌀과 조롱박 품종을 연구하기 위해 MARDI 내에 연구소를 설립할 예정임
- DNA LandMarks는 당사에 의하면 바람직한 특성에 대한 검사 방법을 개선하고 교배하는 이들에 의한 복잡한 특성의 관리를 가능케 하는 DNA 시장 기술을 전문으로

다루고 있음. 이를 이용한 연구를 통해 높은 수확량과 같은 바람직한 특성을 선정하고 선택적 교배를 통해 특성을 강화하는 일이 가능해질 것임. 이는 말레이시아의 쌀 생산자들에게 희소식임. 말레이시아가 같은 지역 내에서 가장 발전된 국가임을 감안했을 때(크기가 작은 싱가포르 제외) 태국보다는 높지만 인도네시아, 중국, 그리고 베트남보다 훨씬 낮은 수확량은 문제가 많은 상황임. 품종 개량을 통해 전방 기간 동안 수확량이 급격히 증가할 수 있음. 이는 토지 가격이 점점 증가하고 있는 말레이 반도의 경우 매우 중요한 문제임

2) 제당산업 전망

〈제당 전망〉

■ 공급 전망

- 말레이시아 북서부에 위치한 페를리스와 케다주를 중심으로 한 작은 사탕수수 생산 분야는 지난 십년간 침체되었으며 경작 면적은 1999/2000년도에 21,380ha였던 것이 2006/07년도에 12,000ha로 감소하였음. 동 기간에 수확량도 약간 감소하여 2000년에 ha당 74.8톤에서 2007년에는 ha당 66.7톤으로 감소하여 설탕 생산량은 2000년의 108,000톤에서 2007년에는 60,000톤으로 떨어졌음. 사탕수수 생산량의 감소는 수익성이 더 높은 팜유의 생산을 위한 팜 경작지로 토지 용도가 변경되면서 발생하였음. 2007/08년에 경작 면적이 또 다시 감소하면서 설탕 생산량은 33.3% 하락한 40,000톤을 기록하였음. 조호르와 사라와크주의 설탕 생산을 재건하기 위한 투자 계획이 때때로 부상하지만 실제 취해진 조치는 별로 없었음
- 말레이시아는 더 많은 국내 수요를 국내 생산을 통해 충족시킬 잠재력은 분명히 가지고 있으며 정부가 그 산업을 활성화하고자 노력하고 있다는 징후가 보이기는 함. 2008년 8월에 국가 언론 기관인 Bernama가 연방 농업 마케팅 기관(Federal Agricultural Marketing Authority)이 설탕 수출업체인 Purecane Manufacturing과 조호르, 마라카, 그리고 네게리셀빌란주에 위치한 새로운 계약 농장으로부터 수수를 구매하기로 하는 내용의 양해각서를 체결하였다고 보도하였음. 지금부터 2013/14년

사이에 설탕 생산량이 언뜻 높아 보이는 52%의 성장률을 기록하며 45,800톤에 달할 것으로 보이지만 이는 현재 생산량이 워낙 낮기 때문이며 생산량은 여전히 2001/02년도의 113,000톤보다 많이 낮은 수준으로 남을 것임

■ 수요 전망

- 지난 십년 동안 국내 생산이 떨어질 때 소비는 증가세를 보여 2003년에서 2009년 사이에 18.5% 증가하였음. 수요 증가는 지난 몇 년 사이에 둔화되었으며 2014년 까지는 소비 증가율이 지난 십년보다 낮아 2009년보다 7.3% 증가한 136만 톤에 달할 것으로 예상됨. 향후 5년간 말레이시아의 실질 GDP 성장률이 연 평균 4.1%에 달하여 가처분소득이 증가함에 따라 청량음료와 과자류 같이 설탕 함량이 높은 가공 식품에 대한 지출이 각각 42%와 25% 증가할 것으로 예상됨
- 소비 성장은 정부 주도의 낮은 소매가격 덕을 보았음. 말레이시아 소비자들은 이에 따라 '08년 전반기까지 급격히 상승한 설탕 가격으로부터 보호되었음
- 2010년 7월에 정부는 거대한 부채를 줄이기 위해 연료와 설탕 보조금을 축소하기로 했다고 발표하였음. 정부는 보조금 때문에 가격이 더 높은 이웃 국가로의 밀수가 증가하는 현상도 나타났다고 하였음. 발표 직후 설탕 가격은 15% 증가하여 MYR1.9/kg가 되었음. 소비가 침체될 것이나 인구와 소득의 증가로 장기적으로는 소비에 부정적인 영향이 나타나지 않을 것으로 보임

〈말레이시아- 설탕 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
설탕 생산량, (천 톤) ¹	78.0	77.0	60.0	40.0	30.0
설탕 소비량, (천 톤) ¹	1,223.0	1,244.0	1,270.0	1,270.0	1,270.0
설탕 총 무역 수지, (천 톤) ²	-1,094.0	-1,094.0	-1,200.0	-1,232.0	-1,280.0

	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
설탕 생산량, (천 톤) ¹	33.2	35.8	38.8	42.5	45.8
설탕 소비량, (천 톤) ¹	1,271.0	1,305.0	1,327.0	1,345.0	1,362.0
설탕 총 무역 수지, (천 톤) ²	-1,231.0	-1,264.0	-1,283.0	-1,297.0	-1,311.0

주: e/f=BMI 측정치/전망. 출처 :¹ USDA, BMI, ² 농림부 USDA, BMI

〈제당업 배경〉

- 지난 십년간은 수수 생산의 감소와 설탕 소비의 증가가 함께 나타나 2008년에는 말레이시아가 주로 호주, 브라질, 피지, 그리고 태국으로부터 원당의 형태로 설탕 수요의 90% 이상을 수입하여야 했음. 설탕은 그 후 국내 정제소 4곳 중 하나에서 정제되고 소매 시장에 유통됨. 소규모 재수출 시장도 존재함. 정제된 설탕은 주로 싱가포르나 인도네시아와 같은 동남아 국가로 수출됨. 2009년 6월에 Gula Padang Terap과 Central Sugars Refinery와 같은 정제소를 소유하고 있는 Tradewinds는 연간 설탕 생산 능력을 현재의 700,000톤에서 850,000톤으로 늘릴 것이며 증가량의 일부는 수출 시장을 겨냥한 것이라고 발표하였음. 당사의 생산 능력의 10% 정도만이 국내 수요로 충족되는 상황에서 이러한 활동이 말레이시아 설탕 생산량에 영향을 미칠 것이라고는 생각지 않음. 증가한 생산량을 충족하기 위해 브라질과 호주로부터의 원당 수입이 늘어날 것임

〈정부가 설탕 가격을 인상하지만 여전히 비용 일부를 부담함〉

- 말레이시아의 설탕 소매가와 도매가는 1974년의 공급규제법(Supplies Regulation Act)에 따라 규제되며 1989년 11월부터 쪽 US\$452/kg와 US\$47/kg로 유지되었음. 그러나 2010년 1월 1일에는 정부가 설탕 소매가를 전국적으로 MYR0.20/kg 인상하였음. 이에 따라 말레이 반도에서는 가격이 MYR1.65/kg로, 사바주와 사라와크

주에서는 MYR1.75/kg로 각각 인상되었음. '09년 하반기의 급격한 설탕 가격의 인상은 설탕에 대한 보조금 지급의 부담을 훨씬 가중시켜 2008년에 MYR720백만이었던 보조금이 2009년에는 MYR12.6억이 되었음. 또한 비만과 당뇨의 문제가 점점 증가하고 있는 국가에서 설탕의 가격을 인위적으로 낮추기 위해 큰돈을 쓸 필요성이 있는가에 대해 문제가 제기되기 시작하였음

- Datuk Seri Najib Tun Razak 총리는 2010년 7월의 설탕 보조금 인하의 이유로 건강 문제를 들었음. 더 장기적으로는 유권자들의 반대를 피하기 위해 예산상의 어려움보다는 공중보건을 이유로 들어 점차 보조금을 없앨 것이라고 봄

〈건강에 대한 우려가 정책 재고로 이어짐〉

- 말레이시아의 인구 당 설탕 소비량은 세계에서 가장 높은 수준으로 2008년 인구 당 설탕 소비량은 52.5kg이었음. 이는 29개 주요 설탕 시장 중 4번째로 높은 수치임. 말레이시아의 설탕 선호도는 비만과 당뇨 같은 건강 문제의 증가로 이어졌음. WHO 자료에 의하면 2003년에 말레이시아의 비만률은 여성이 18.8%, 남성이 10.1%였음. 이는 다른 동아시아 국가보다 훨씬 높은 수준이며 많은 서양 국가보다도 높은 수치임

〈설탕 부족 현상의 대두〉

- 2009년에 라마단의 달로 이어지는 시기에 말레이시아의 가게에서 설탕을 보기가 힘들어졌음. 전국적인 설탕 부족에 대한 걱정이 발생하기 시작하였으며 공황구매가 문제를 악화시켰음. 2006년에도 라마단이 다가오자 설탕이 가게에서 사라진 적이 있음. 2009년에는 많은 가게들이 설탕 판매량을 소비자 당 2kg으로 제한하였음. 평소와 같이 정부는 부족의 원인이 불법 비축자와 밀수자에게 있다고 주장하였음
- 주변국으로의 설탕 밀수가 어느 정도 문제를 악화시켰겠지만 주된 문제는 보조금 체계에 있음. 2009년에 투입된 식품 보조금 MYR10억 중 MYR720백만이 설탕의 소매가를 낮게 유지하는 데 투입됨

3) 카카오 전망

■ 공급 전망

- 말레이시아의 카카오 산업은 1990년대 초부터 급격히 하락하고 있음. 90년대 초에는 연간 생산량이 247,000톤으로 말레이시아는 세계에서 가장 큰 카카오 생산자 중 하나였음. 그러나 1990년 이후 생산량은 2006/07년까지 85.8% 감소하여 35,180톤을 기록하였고 2007/08년에는 생산량이 전년대비 20.4% 감소한 28,000톤을 기록하였음. 카카오 경작지 면적도 2007년에는 17,649 헥타르였던 것이 2008년에는 8,093 헥타르로 감소하였음. 사바주가 말레이시아에서 가장 큰 카카오 경작 면적과 생산량 감소를 겪었음. 또한 동 기간에 소비는 증가하였기 때문에 말레이시아의 잉여 생산량은 2008년에 5,100톤에 불과하였음
- 말레이시아 카카오 위원회가 농민들에게 수확량이 높은 품종과 카카오 재배로 전환을 유도하는 인센티브를 제공하여 말레이 반도(사바주에 이어 두 번째로 큰 카카오 생산 지역)의 카카오 수확량은 증가하였음. 카카오 생산 잠재력을 이끌어내려는 야심찬 정책과 새로운 품종이 같이 작용하여 2009년부터는 생산량이 꾸준히 증가할 것임. 2013/14년도까지의 전망 기간 동안 생산량은 44.6% 증가하여 26,250톤을 기록할 것으로 예상됨

■ 수요 전망

- 말레이시아의 카카오 수요는 계속 높을 것으로 봄. 전망기간인 2014년까지 카카오 소비는 32.8% 증가하여 30,680톤을 기록할 것으로 예상됨. 소득과 인구의 증가가 성장 요인이 될 것임. 소득과 관련해서는 2014년까지 실질 GDP 성장률이 연평균 4.1%에 달할 것으로 예상함. 인구 측면에서는 동 기간 동안 10%의 증가율이 예상됨. 이는 현재의 편의점의 인기와 발달된 대형식품소매업의 상황을 더욱 증진시킬 것임. 이에 따라 전망 기간 동안 과자류 제품은 45% 증가하고 초콜릿만 해도 17% 증가할 것으로 보임

〈말레이시아- 카카오 생산량 및 소비량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
카카오생산량, (천 톤) ¹	27.96	31.94	35.20	27.96	18.15
카카오 소비량, (천 톤) ²	15.00	15.50	19.81	22.74	23.10
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
카카오생산량, (천 톤) ¹	19.76	21.48	22.65	25.16	26.25
카카오 소비량, (천 톤) ²	24.50	25.90	27.38	28.97	30.68

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ 말레이시아 카카오 위원회, BMI, ² 국제카카오기관, BMI

〈카카오 업계의 최근 소식〉

- 말레이시아 카카오 위원회는 4월 22일자 New Sabah Times 신문 기사를 통해 말레이시아의 첫 에너지바 제품을 만들기 위해 협의 중이라고 밝혔다. 구체적으로는 위원회는 Omazol Corporation과 협의 중이며 2010년 11월에 제품을 출시하려고 준비 중이라고 함. 당사는 활동적 라이프스타일을 영위하는 소비층을 공략하겠지만 식사 대용품으로 이 제품을 마케팅 할 예정도 있다고 함
- 다른 소식으로는 카카오와 초콜릿 생산업계의 선두주자인 Barry Callebaut가 색과 맛을 변형시켜 말레이시아산 카카오콩의 품질을 제고하기 위한 공동 연구 프로젝트에 대한 양해각서를 체결하였음. 구체적으로는 해당 연구 계획은 초콜릿 내 다양한 미생물종균 배양을 살펴볼 수 있는 ‘통제된 발효’ 과정을 이용함. 이 작업의 목적은 더욱 일관성 있고 우월한 콩과 초콜릿 품질을 제공하려는 것임. 20개 이상의 부지가 1단계 대상 지역으로 지정되었으나 가장 주된 부지는 말레이시아에서 가장 큰 카카오농장 중 하나인 Shelbourne Estate가 될 것임
- Barry Callebaut 사장 Juegen Steinemann에 따르면 당사는 현재 가장 큰 공급자인 코트디부아르의 한계로 인해 카카오콩 공급원을 다양화시킬 필요가 있다고 함.

당사는 현재 전체 카카오 수확량의 15% 정도를 보유하고 있는 말레이시아와 이웃 국가들을 대안으로 선정하였음. 많은 유럽과 북미 소비자들은 여전히 서아프리카의 카카오 맛을 선호한다는 점을 감안했을 때 Stenemann은 이 발효 절차가 생산량의 불확실성을 배제하고 서아프리카산 카카오의 맛을 재현하는 일을 가능케 해줄 것이라 믿고 있음. 카카오 위원회도 이에 동의하며 통제된 발효가 농민들의 카카오 가치와 소득을 증가시키는 데 도움이 될 것이라 보고 있음

4) 곡물 전망

■ 공급 전망

- 쌀을 제외한 곡물 생산 분야는 발달이 미흡함. 동남아 다른 나라들과 마찬가지로 밀 생산량이 없으며 수요를 전부 수입에 의존하고 있음. 그러나 태국과 인도네시아와는 달리 옥수수 생산도 없는 상황임. 2008년에 말레이시아는 옥수수 90,000톤을 생산하는데 그쳐 수요의 불과 3%만을 충족시켰음. 2009년에는 경작 면적이 약간 증가하면서 생산량도 조금 늘었음. 정부의 초점은 쌀의 자급자족 능력 달성에 맞추어져 있는 상황에서 옥수수 경작 지역의 넓이가 현재의 27,000ha에서 더 늘 것으로는 보이지 않음
- 최근에 주 정부와 중앙 정부가 모두 수확량이 높은 하이브리드 옥수수 재배 장려 정책을 도입하였음. 전반적으로 2014년까지 옥수수 생산량은 17.5% 증가하여 111,600톤에 달할 것으로 보이나 국내 수요의 97%를 여전히 수입에 의존해야 할 것으로 예상됨

■ 수요 전망

- 옥수수의 90% 이상은 동물 사료로 사용됨. 지난 십년간 축산업계가 성장을 거듭했기 때문에 옥수수 소비량도 강한 증가세를 보였음. 2004년과 2009년 사이에 옥수수 소비량은 13.0% 증가하여 260만 톤에 달하였고 주성장 원인은 동 기간에 걸친 양계업의 성장이었음. 옥수수 소비량은 2014년에는 18.8% 증가한 309만 톤에 달할 것으로 예상됨

- 밀 소비도 계속 증가하고 있으며 미국 농림부 자료에 의하면 2004년에서 2009년 사이에 10.9% 증가하여 122만 톤에 달했다고 함. 2009년에는 소비량이 전년대비 3% 증가하였음. 인구가 말레이시아의 2배인 태국의 경우 2008년 116만 톤을 소비하는 것을 감안하였을 때 이 수치는 동남아 지역 내 다른 국가에 비해 높은 수준이지만 밀 소비는 아직 충분히 증가할 여지가 있음. 소득의 증가와 주요 도시에서 일어나고 있는 현대적 소매업과 패스트푸드 매장의 확산이 함께 작용하여 제과 제품과 같은 밀 기반의 상품에 대한 관심이 증가할 것임. 2010년 초에 정부는 흰 빵에 대한 보조금을 폐지하였으며 따라서 가격이 인상될 것임. 이는 전체 밀 소비량에는 큰 영향을 미치지 못할 것임

〈말레이시아- 옥수수 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
옥수수 생산량, (천 톤) ¹	72.0	75.0	80.0	90.0	95.0
옥수수 소비량, (천 톤) ¹	2,450.0	2,550.0	2,450.0	2,700.0	2,600.0
옥수수 총 무역 수지, (천 톤) ²	-2,398.0	-2,505.0	-2,349.0	-3,318.0	-1,990.0
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
옥수수 생산량, (천 톤) ¹	98.3	102.1	105.1	108.6	111.6
옥수수 소비량, (천 톤) ¹	2,672.0	2,776.0	2,896.0	2,996.0	3,087.0
옥수수 총 무역 수지, (천 톤) ²	-2,477.0	-2,698.0	-2,954.0	-2,984.0	-2,968.0

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ USDA, BMI, ² 농림부, USDA, BMI

〈정부의 개입〉

- 현재 고려되고 있는 말레이시아 축산업계에 대한 옥수수 공급의 안정성 제고 방안 중 하나는 인도네시아의 수라웨시 섬에서의 옥수수 생산에 투자하는 것임.

말레이시아 정부는 국내 프로젝트도 추진하고 있으며 테렝가누 정부는 국가 지원의 40.4 헥타르 규모 프로젝트를 통해 미국에 옥수수를 수출하려는 계획도 세우고 있음

〈정부의 품종 개선에 대한 투자〉

- 2009년 11월에 과학기술혁신부가 옥수수를 재배하는 농민들에게 새로운 개량 품종을 사용할 것을 권하고 있다고 발표하였음. 새로운 품종은 중국과 대만에서 수입되는 것으로 기존의 품종보다 수확량이 높고 해충에 대한 저항력이 높으며 수확하기까지의 시간이 더 짧다고 함. 과학기술혁신부는 무료 품종을 나눠주며 새 정책을 시행할 것임. 말레이시아의 옥수수 수확량은 세계 기준에서 봤을 때 낮으며 동남아 기준에서 봐도 대단치 않음. 말레이시아의 옥수수 수확량은 인도네시아와 필리핀보다는 높지만 태국과 베트남보다는 낮은 수준임. 옥수수 생산 산업이 수익성을 유지하며 확장되기 위해서는 수확량 개선에 더 많은 노력이 투자되어야 할 것임

5) 낙농업 전망

■ 공급 전망

- 말레이시아는 치즈, 버터, 또는 분말 우유는 전혀 생산하지 않으며 음용유 생산도 발달이 덜 되어 있음. 소 한 마리 당 우유 수확량은 아시아 전역에 걸쳐 낮은 편이지만 말레이시아의 경우는 특히 안 좋음. 2007년에 두당 477kg를 기록하여 세계에서 가장 낮은 수준이었고 태국의 두당 3,024kg에 비해 상당히 낮았음. 이에 따라 낙농업은 2008년의 유제품 수요의 4.6%만을 충족시켰으며 나머지 수요는 주로 호주와 뉴질랜드에서 분말 우유 형태로 구매하는 등 수입에 의존해야 하였음
- 정부는 새로운 품종의 소를 수입하고 신규 우유 수집 센터를 건립하는 등 국내 낙농업을 발달시키기 위해 노력하여 왔음. 그러나 1997/98년과 2008/09년 사이의 생산량은 40% 증가하여 45,400톤을 기록하는데 그쳤음. 지금부터 2013/14년도까지는 보통 수준인 33%의 증가율을 보여 생산량이 60,400톤에 이를 것으로 보임

■ 수요 전망

- 말레이시아의 유제품 소비량은 지역 내에서는 높은 편이지만(상대적인 경제적 부를 생각하면 당연한 현상임) 국제 기준으로는 상당히 낮은 편임. 농림부는 분말 우유를 포함할 경우 인구 당 우유 소비량을 42kg로 추정하고 있음
- 지난 10년간 유제품에 대한 수요는 치즈와 분말 전유를 중심으로 상당히 증가하였으며 이들 제품의 증가율은 각각 109%와 63%였음. 음용유와 버터 소비량 또한 동 기간에 각각 41%와 9% 증가하였음. 2014년까지는 음용유 소비가 21% 증가하여 69,200톤을 기록하고 분말 전유에 대한 수요는 19% 증가하여 119,000톤을 기록할 것으로 예상하고 있음. 버터와 치즈 소비는 각각 16%와 24% 증가하여 각각 12,610톤과 10,370톤의 생산량을 기록할 것으로 보임

<말레이시아- 우유 생산량 및 소비량>

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
우유 생산량, (천 톤) ¹	37.8	40.1	42.6	43.0	45.4	47.6	50.7	53.9	57.1	60.4
음용유 소비량, (천 톤) ²	45.8	47.6	51.1	54.0	56.9	59.1	61.6	64.1	66.7	69.2

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ 농림부, FAPRI, BMI, ² FAPRI, BMI

<말레이시아- 버터 생산량, 소비량, 무역량>

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
버터 생산량, (천 톤) ¹	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
버터 소비량, (천 톤) ¹	9.4	9.9	9.8	10.5	10.9	10.9	11.2	11.7	12.2	12.6
버터 총 무역 수지, (천 톤) ¹	-9.4	-9.9	-9.8	-10.5	-10.7	-10.9	-11.2	-11.7	-12.2	-12.6

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ FAPRI, BMI

〈말레이시아- 치즈 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
치즈 생산량, (천 톤) ¹	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
치즈 소비량, (천 톤) ¹	6.5	6.7	7.4	8.0	8.4	8.6	9.0	9.4	9.8	10.4
치즈 총 무역 수지, (천 톤) ¹	-6.5	-6.7	-7.4	-8.0	-8.1	-8.6	-9.0	-9.4	-9.8	-10.4

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ FAPRI, BMI

〈말레이시아- 전유 분말 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
전유 분말 생산량, (천 톤) ¹	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
전유 분말 소비량, (천 톤) ¹	86.0	90.3	92.9	97.2	100.3
전유 분말 총 무역 수지 (천 톤) ¹	-86.0	-90.3	-92.9	-97.2	-99.7
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
전유 분말 생산량, (천 톤) ¹	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
전유 분말 소비량, (천 톤) ¹	103.9	107.9	112.0	115.63	119.2
전유 분말 총 무역 수지 (천 톤) ¹	-103.9	-107.9	-112.0	-115.63	-119.2

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ FAPRI, BMI

〈가공 유제품에 대한 신규 투자〉

- 말레이시아는 동남아 지역의 가공 유제품 생산의 중심지로 부상하고 있음. 투자자들은 말레이시아의 안정성과 상대적으로 부유한 소비자에게 매력을 느낌. 2009년 10월에 뉴질랜드의 대기업인 Fonterra가 쿠알라룸푸르에 위치한 자사의 유제품공장에

MYR2,500만 규모의 확장 사업을 개시하였음. Fraser & Neave 또한 신규 투자 계획을 발표하였음. 당사는 푸라우 인다 섬에 MYR350백만을 투자하여 2012년에 개통되고 연간 1,400만 케이스의 통우유를 생산할 능력을 갖춘 새로운 공장을 지을 것임. 두 회사 모두 말레이시아를 지역 내 추가 확장의 기반으로 활용할 계획임. Fraser & Neave는 인도차이나와 미얀마까지 사업을 확장할 계획이라고 하며 Fonterra의 말레이시아 지부 담당자는 지역 신문과의 인터뷰에서 말레이시아를 아시아와 중동 지역의 혁신 허브로 개발하고 싶다고 밝혔음. 신규 투자는 말레이시아의 비싼 유제품에 대한 탄탄한 수요에 대한 신뢰의 표현으로 볼 수 있음. 그러나 새로운 공장들은 원자재를 수입 우유로 충당할 것이기 때문에 현지 생산자들에게는 큰 도움이 되지 않을 것임

〈대형 농장에 의한 생산을 증가〉

- 전통적으로 말레이시아의 낙농업은 소규모 자작농장에서 소수의 소를 키우며 지역 내에서 우유를 소비하는 형태의 부차적 활동이었음. 이는 전 국가적인 품종 개선 정책의 시행과 농민들에게 선진 운영 방법에 대한 지식을 전파하는 활동을 어렵게 하여 업계의 발전을 저해하여 왔음. 그러나 현재는 증가하고 있는 유제품 소비량을 충족시키기 위한 상업적 낙농업에 대한 관심이 증가하고 있음. 2008년 4월에 정부의 지역경제 발전 계획의 일환으로 낙농업을 위해 따로 지정된 파항주에 새로운 첨단 낙농업 농장이 영업을 시작하였음. 이 184헥타르 규모의 First Dairy Farm은 에어컨시설 외양간과 뉴질랜드에서 수입한 착유기를 사용하고 있음

6) 축산업 전망

■ 공급 전망

- 말레이시아의 양계업은 같은 지역 내 경쟁국들에 비해 매우 효율적이며 통합적임. 면적과 인구가 태국이나 인도네시아에 한참 못 미치는데도 태국과 비슷하고 인도네시아의 거의 두 배에 달하는 계육을 생산함. 양계업은 지난 10년간 강한 성장세를 보이며 2000-2008년 사이에 62% 성장하였음. 이로 인해 닭고기 제품 수출국이 되었음. 양계업은

앞으로도 성장할 것으로 보이며 2014년까지 24% 증가한 151만 톤의 생산량을 보일 것으로 예상함. 이로 인해 수출 가능한 물량이 42만 톤 정도 남을 것임

- 돼지고기 생산량은 1999년의 니파바이러스의 치명적인 발병으로 인해 많은 소규모 돼지 농장이 문을 닫으며 1996/97년과 1998/99년 사이에 상당히 하락하였음(43% 하락). 그러나 그 이후 위기의 영향으로 상당한 구조조정을 이루어 운영되고 있는 농장의 수가 감소하면서 생산은 증대되어 2000-2008년 사이에 22%의 성장세를 보였음. 2009년에는 농장의 돼지 숫자가 발병 이후 가장 높은 수준으로 올랐음. 그럼에도 불구하고 생산량은 여전히 바이러스 이전보다 낮으며 2013/14년도까지 13%의 성장률을 예상함. 경제 성장으로 인한 소득의 증가가 생산을 증진시킬 것이지만 인구의 60%가 이슬람교도라 보통 돼지고기를 섭취하지 않는다는 점이 성장 잠재력을 제한할 것임
- 소고기 생산량은 2007/08년도에 37,500톤을 기록하여 말레이시아 국내 수요의 일부만을 충족시켰음. 전망 기간 동안 생산은 31% 증가하여 51,000톤에 달할 것으로 보이는데 이는 부분적으로는 농림부가 목축업을 장려하기 위한 정책을 시행할 것이라고 밝혔기 때문임. 생산자들은 인도네시아로 사업 영역을 확장하는 것도 고려하고 있으며 말레이시아 투자자들이 인도네시아의 수라웨시 섬에 주로 목축업에 이용될 1백만 헥타르 규모의 농장 건립 프로젝트를 진행하고 있음

■ 수요 전망

- 돼지고기 소비량은 여전히 1998년의 니파바이러스 발병과 2006년의 베타 차단제에 오염된 돼지 사료의 영향을 받고 있음. 1997-99년 사이에 돼지고기 소비량은 3분의 1이 감소하였으며 지난 10년간 조금 증가하기는 하였지만 아직 완전한 회복은 이루지 못했음. 2008년에는 소비량이 1.4% 감소하였음. 정부가 돼지고기의 안전성을 보장하고 소비자 신뢰를 회복하기 위한 정책을 시행하고 있지만 이는 장기적으로는 소비량에 크게 영향을 미치지 못할 것임. 오히려 돼지 소비량은 현재 수준으로 유지될 것으로 보고 있음. 이는 과거의 위기에 대한 소비자의 공포심, 건강한 식단에 대한 관심의 증가, 그리고 말레이시아의 이슬람 인구 대다수가 종교적 이유로 돼지고기를 섭취하지 않기 때문임

- 닭고기 소비는 2014년까지 17%의 높은 증가율을 보일 것으로 예상됨. 인구 당 닭고기 섭취량은 연간 약 33kg으로 국제 기준에서도 높은 편이며 지역 내 다른 국가보다는 상당히 높은 수준임. 그러나 대부분의 닭고기는 여전히 시장에서 생육 형태로 거래되고 있으며 현대적인 소매 형태(특히 서양식 패스트푸드)가 확산되면서 더 많은 닭고기가 냉동육이나 가공제품 형태로 팔릴 것으로 예상됨. 닭고기 판매는 지난 20년 동안의 돼지고기 관련 건강 문제에 대한 걱정 때문에 돼지고기에서 닭고기로 식단을 전환하는 소비 양상의 혜택도 볼 것임. 또한 닭고기는 세 개의 축산육 중에서 가장 저렴하여 성장 전망이 긍정적임
- 패스트푸드 체인점의 인기 상승과 경제와 인구의 성장 전망을 고려하여 소고기 소비량도 2014년까지 17% 증가할 것으로 전망됨. 2009-2014년 사이에 인구는 10% 증가하고 실질 GDP 성장률은 평균 5.3%에 달할 것으로 보고 있음. 두 가지 요소 모두 소고기 소비량의 증가로 이어질 것임

〈말레이시아- 닭고기 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
닭고기 생산량, (천 톤) ¹	980.00	1,035.00	1,096.00	1,158.00	1,214.00
닭고기 소비량, (천 톤) ¹	786.00	829.00	902.00	952.00	962.00
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
닭고기 생산량, (천 톤) ¹	1,258.00	1,316.00	1,380.00	1,443.00	1,510.00
닭고기 소비량, (천 톤) ¹	984.00	1,022.00	1,061.00	1,094.00	1,127.00

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ 농림부, BMI

〈말레이시아- 돈육 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
돈육 생산량, (천 톤) ¹	205.60	210.50	200.10	195.10	205.30
돈육 소비량, (천 톤) ¹	201.19	197.51	204.69	201.92	200.70
돈육 총 무역 수지, (천 톤) ²	-3.21	0.05	-5.72	30.45	29.62
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
돈육 생산량, (천 톤) ¹	210.20	214.80	220.50	226.40	231.90
돈육 소비량, (천 톤) ¹	202.31	203.41	204.51	205.62	206.73
돈육 총 무역 수지, (천 톤) ²	1.33	1.04	0.67	0.28	-0.09

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ 농림부, BMI, ² 농림부, FAPRI, BMI

〈말레이시아- 소와 송아지 고기 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
소와 송아지 고기 생산량, (천 톤) ¹	29.40	31.86	34.29	37.50	39.20
소와 송아지 고기 소비량, (천 톤) ¹	139.00	146.40	137.80	14.90	143.70
소와 송아지 고기 총 무역 수지, (천 톤) ²	-156.60	-153.10	-140.60	-145.50	-148.80
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
소와 송아지 고기 생산량, (천 톤) ¹	41.34	43.63	46.35	49.06	51.46
소와 송아지 고기 소비량, (천 톤) ¹	150.50	153.90	158.50	163.00	167.50
소와 송아지 고기 총 무역 수지, (천 톤) ²	-147.70	-149.00	-151.00	-153.10	-155.40

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : ¹ 농림부, BMI, ² 농림부, FAPRI, BMI

〈할랄이 양계업 발전에 긍정적〉

- 양계업 분야가 말레이시아의 할랄 음식 허브로 성장할 계획의 중심에 서게 될 확률이 큼. 인구의 대다수가 이슬람교도인 말레이시아의 정부는 말레이시아가 다른 이슬람 국가들로부터 수출용 식품이 할랄 기준에 맞게 준비되었다는 신뢰를 받을 수 있는 최적의 할랄 식품 수출국이 될 지위에 있다고 믿고 있음. 할랄 승인은 이슬람개발부 (Department of Islamic Development-Jakim) 소관이며 온라인 승인 지원서, 민원, 그리고 할랄 상태에 대한 문의를 모두 처리하는 원 스톱 할랄 서비스 회사라고 광고하는 Halal Industry Development Corporation을 통해 업무가 이루어짐. 2009년 10월에 말레이시아의 정부는 이슬람 회의의 할랄 제품에 대한 국제적 기준을 마련하는 작업을 지원하였음. 국제적 기준의 확립은 제품들이 각국의 조건을 충족시키는가를 알아보는데 드는 노력을 최소화함으로써 할랄 음식의 국제적 거래를 촉진시킬 것임
- 정부는 다양한 방식으로 할랄 식품 산업의 발달을 지원하고 있음. 2008년 5월에 Abdullah Ahmad Badawi 총리는 수출용 할랄 식품을 생산하는 회사에게는 면세 혜택이 주어질 것이라고 말하였음. 정부는 또한 이슬람 세계에서 할랄 음식을 홍보 하는데 관여하고 있으며 파항주의 Gambang 산업 단지 내에 할랄 식품 농장을 짓고 있는 중임. 2008년 9월에는 사와라크주에 지어질 것으로 예정된 Tanjung Manis Halal Park 계획에 유기농 닭과 계란 생산을 위해 MYR4억 8천만(US\$1억 3천8백만)이 할당되었다는 사실이 발표되었음. 2009년 2월에는 Badawi 총리가 직접 사와라크주를 방문하여 새로운 프로젝트의 공식 개시를 선언하였음. 양계업 분야의 생산량 증가율이 국내 수요의 증가율을 계속 앞서고 있는 상황에서 이러한 적극적인 정부 지원은 말레이시아 양계업에 필요한 시장을 제공해주는 데 일조할 것임

3. 식품산업 현황

가. 식품음료산업 SWOT 분석	39
나. 산업전망	41
다. 시장특성	49
라. 유통 구조	60
마. 소매시장	61

3_ 식품산업 현황

가. 식품음료산업 SWOT 분석

■ 식품산업 SWOT

강점	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아의 식품 가공 분야는 크고 다양하며, 상대적으로 튼튼한 농업 분야의 덕을 보았음 ● 젊은 말레이시아 소비자들은 점차 브랜드에 관심을 가지고 있으며 가격이 높다는 인식 때문에 국제적인 제품을 어려워하지 않고 오히려 반기는 경향이 있음 ● 말레이시아의 인구 당 식품 소비량은 동남아 지역에서 높은 편임
약점	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아 소비자들은 브랜드에 대한 관심 증가와 상관없이 여전히 가격에 민감하며 따라서 투자를 할 시에는 상품이 팔릴 수 있는 가격의 상한선을 고려하여야 할 것임 ● 고급 식품에 대한 시장에서도 소비자들이 신선한 식품을 선호하기 때문에 말레이시아의 가공 및 냉동 식품 시장은 제한됨
기회	<ul style="list-style-type: none"> ● 정부는 농업 관련 산업에 대한 투자를 장려하기 위해 시장 진입자들에게 새로운 인센티브를 제공하고 있음 ● 식품 혁신은 여전히 성장이 가능한 분야라고 증명되었으며 시장이 성숙된 이후에도 제조업자에게 많은 기회를 제공함 ● 말레이시아는 지역 내 우월한 할랄 중심지로 부상하고 있기 때문에 차별화된 경쟁력을 갖추고 있으며 이 점이 투자를 유치하는 데 도움이 될 것임 ● 서양의 소비 패턴에 대한 지대한 관심과 전통적으로 건강한 식단으로 보아 세계적인 건강 중시 추세가 말레이시아에도 영향을 줄 것으로 보이며 이는 중요한 새로운 제품 출시 기회가 될 것임
위협	<ul style="list-style-type: none"> ● 소비자에게 비용을 전가하기 어려운 국가에서 원자재 가격의 상승은 제조업자의 수익률을 저해할 것임 ● 자급자족이 안 되어 원료를 수입에 의존하는 제조업체들이 특히 세계적인 원자재 가격 상승에 영향을 많이 받을 것임

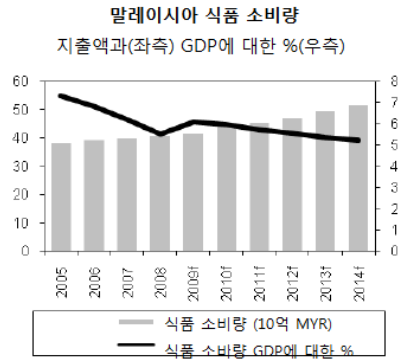
음료산업 SWOT

<p>강점</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아의 음료 산업은 역동적이며 세계의 주요 회사들이 전부 진출해 있고 지속적인 시장 투자와 높은 경쟁으로 인해 성장이 촉진되고 있음 ● 젊은 말레이시아 소비자들은 점차 브랜드에 관심을 가지고 있으며 가격이 높다는 인식 때문에 국제적인 제품을 어려워하지 않고 오히려 반기는 경향이 있음
<p>약점</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아 소비자들은 브랜드에 대한 관심 증가와 상관없이 여전히 가격에 민감하며 따라서 투자를 할 시에는 상품이 팔릴 수 있는 가격의 상한선을 고려하여야 할 것임 ● 알코올 소비를 허용하지 않는 이슬람 인구 비중이 높아 양조업자들의 성장 잠재력이 제한되고 정부가 세수를 늘리기 위해 물품세를 인상하기 좋은 분야로 인식하고 있음
<p>기회</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 음료 혁신은 여전히 성장이 가능한 분야라고 증명되었으며 시장이 성숙된 이후에도 제조업자에게 많은 기회를 제공함 ● 말레이시아의 번창하고 있는 관광 산업은 음료 생산자들에게 매우 중요한 시장이며 마케팅을 중점적으로 수행해야 할 부분이기도 함 ● 계절은 알코올 판매량 증가의 중요한 요소로 음력 설 같은 시기에 수요가 특히 높음. 마케팅과 홍보비용의 증가를 통해 잘 활용될 경우 이러한 시기는 생산자들에게 매우 중요한 기회가 됨 ● 온음료 업계는 제품 종류를 다양화하여 녹차, 허브 차, 그리고 과일 차와 같은 건강 음료를 포함시키면 건강에 대한 인식이 증진되고 있는 세계적인 추세를 이용하여 이득을 볼 수 있을 것임
<p>위협</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 알코올에 대한 물품세의 인상은 밀수 규모에 영향을 미치지 때문에 알코올음료 산업을 크게 저해할 수 있음 ● 소비자에게 비용을 전가하기 어려운 국가에서 원자재 가격의 증가는 제조업자의 수익률을 저해할 것임 ● 자급자족이 안 되어 원료를 수입에 의존하는 제조업체들이 특히 세계적인 원자재 가격 상승에 영향을 많이 받을 것임

나. 산업전망

1) 식품 소비

● 말레이시아의 지속적인 경제 성장과 이에 따른 많은 국민의 생활수준의 개선과 가처분 소득의 증가에 힘입어 식품 소비량도 어느 정도 증가할 것으로 전망됨. 흔히 나타나는 도시의 부유층과 시골의 빈곤층 간의 빈부 격차에도 불구하고 말레이시아는 농업이 번창하고 있어 빈부 격차의 문제는 지역 내 다른 국가에 비해 훨씬 양호함



e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 말레이시아 통계청, BMI

● 중국과 같은 다른 아시아태평양 시장에서는 경제 성장이 주요 도심지에서만 실제로 체감할 수 있고 시골 지역의 빈곤층은 혜택을 별로 받지 못 하였음. 그러나 말레이시아에서는 농민과 다른 시골 노동자들이 국가의 경제 성장의 효과를 많이 보았음. 이 때문에 2014년까지 현지 화폐로 계산한 식품 소비량의 증가율은 19.6%에 달할 것으로 보임(유동적 환율을 감안하여 미국 달러로 계산할 시에는 29.6%). 인구 당 식품 소비량은 2014년에 MYR1,674에 이를 것으로 보이며 이는 같은 지역 내에서는 상당한 수준임

〈식품 소비 지표- 과거실적과 전망〉

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
식품 소비 (10억 US\$)	11.44	11.74	11.91	12.24	11.76	13.08	13.69	14.23	15.08	15.87
식품 소비 (10억 MYR)	38.16	39.14	39.73	40.83	41.44	43.98	45.18	46.96	49.38	51.57
인구당 식품 소비 (US\$)	446.4	449.7	448.6	453.2	428.3	468.4	483.0	494.5	516.4	536.0
인구당 식품 소비 (MYR)	1,489	1,500	1,496	1,511	1,509	1,575	1,594	1,632	1,691	1,742

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
전체 식품 소비 증가(전년대비)	3.97	2.56	1.52	2.76	1.50	6.12	2.75	3.92	5.16	4.45
인구당 식품 소비 증가(전년대비)	2.11	0.75	-0.24	1.01	-0.17	4.41	1.18	2.38	3.64	2.99
GDP대비 식품 소비비중	7.30	6.81	6.19	5.51	6.10	5.96	5.74	5.56	5.37	5.22
인구 당 식품 소비 5년 성장률	na	na	na	na	na	na	6.28%	9.07%	11.91%	15.45%

주: e/f=BMI 측정치/전망. na=대상 아님. 출처: 말레이시아 중앙은행, 통계청, BMI

2) 제과 등 주요부문 전망

■ 제과류

- 말레이시아 제과업체가 2014년까지 양적으로는 안정적인 한 자릿수의 증가율을, 판매금액으로는 20.7%의 증가율을 보일 것으로 예상함. 이 분야의 시장은 상대적으로 성숙되었음. 그러나 싱가포르의 Petra Foods와 같은 회사로부터의 투자는 시장에 새로운 상품을 출시하고 새로운 판로를 개척하는 방식으로 성장을 촉진시킬 것임. 후자의 경우 편의 소매업 분야의 지속적인 발달이 필수적임. 이 분야는 또한 가치분 소득의 증가와 말레이시아의 젊은 도시 소비자들의 제품 혁신과 브랜드에 대한 관심 증가의 덕을 볼 것으로 예상됨
- 우리의 전망 기간에 걸쳐 세계 제과업체의 3개 주요 하위 분야, 즉 초콜릿, 설탕제과류, 그리고 껌 분야는 모두 비슷한 성장률을 보일 것으로 예상됨. 말레이시아와 비슷한 더운 기후를 가진 국가에서 초콜릿 업계의 성장 저해 요소로 작용하는 약한 유통 인프라는 말레이시아의 경우 상대적으로 잘 발달된 대형식품소매업 분야 덕분에 크게 문제가 되지 않음. 한편 보통 상대적으로 더욱 혁신 주도형인 껌 산업의 성장을 방해하는 낮은 구매력도 말레이시아에서는 지역 내 다른 국가에서만 큰 문제가 아님

〈제과류 판매량/판매액- 과거실적과 전망〉

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
제과류 판매량 (천 톤)	30.90	31.40	31.80	32.12	32.20	32.58	32.91	33.27	33.83	34.39
제과류 판매량 성장률, 톤, (전년대비)	1.31	1.62	1.27	1.00	0.25	1.20	1.00	1.08	1.68	1.66
초콜릿 판매량 (백만 MYR)	56.98	58.12	59.28	61.43	62.54	65.53	66.63	68.34	70.77	73.05
설탕 제과류 판매량 (백만 MYR)	140.3	144.5	148.8	156.9	161.4	170.3	173.8	180.2	189.2	197.6
껌 판매량 (백만 MYR)	5.78	5.86	6.01	6.28	6.40	6.68	6.78	6.95	7.20	7.44
제과류 판매량 (백만 MYR)	203.0	208.5	214.1	224.6	230.4	242.5	247.2	255.5	267.1	278.0
제과류 판매량 성장률, MYR, (전년대비)	2.67	2.68	2.71	4.91	2.55	5.26	1.96	3.34	4.57	4.08
초콜릿 판매량 (백만 US\$)	17.09	17.43	17.78	18.42	17.75	19.48	20.19	20.71	21.61	22.48
설탕 제과류 판매량 (백만 US\$)	42.07	43.33	44.63	47.06	45.83	50.63	52.68	54.60	57.76	60.78
껌 판매량 (백만 US\$)	1.73	1.76	1.80	1.88	1.82	1.99	2.05	2.11	2.20	2.29
제과류 판매량 (백만 US\$)	60.88	62.51	64.21	67.36	65.40	72.10	74.92	77.42	81.57	85.55

주: e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 기업정보, 업계신문, BMI

■ 무역

- 말레이시아는 전망 기간(2010-2014)에 걸쳐 식품 및 음료 수입국으로 남을 것임. 말레이시아의 식품 및 음료 수출액은 2014년까지 86.3%, 그리고 수입은 59.5% 상승할 것으로 예상됨. 가공 식품에 대한 수요의 증가와 부유한 소비 집단의 소비

패턴이 서구화될수록 특정 원자재의 수입량도 늘어날 것임. 그러나 식품에 대해 자급자족이 가능한 말레이시아의 경우 특정 제품 분야에서 수출이 증가한다고 하여 크게 문제가 되지는 않을 것임. 말레이시아의 농업 생산량도 이보다는 약간 낮은 속도로 증가할 것임. 말레이시아의 커다란 농업 분야는 최근에 비효율성으로 인해 손해를 입었음. 그러나 농업 분야의 잠재력을 활용하고 경제에 대한 해당 분야의 기여도를 높이려는 정부의 노력 덕분에 앞으로는 수출량이 계속하여 증가할 것으로 보임

〈말레이시아 식품과 음료 무역 지표- 과거실적과 전망〉

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
수출 (백만 US\$)	9,801	11,175	11,457	11,665	9,633	10,027	11,197	13,448	15,632	17,951
수입 (백만 US\$)	5,885	6,841	7,246	7,629	6,464	6,9891	7,647	8,471	9,346	10,311
수지 (백만 US\$)	3,916	4,334	4,210	4,035	3,169	3,047	3,551	4,977	6,286	7,641

주: e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : UNCTAD, BMI

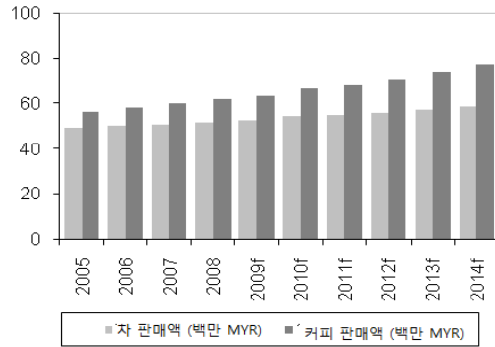
■ 음료

〈온음료〉

- 커피와 차 분야에서 강하고 지속적인 성장세가 나타날 것으로 전망. 두 분야 모두 상대적으로 성숙되어 있다는 단점이 있음. 그러나 혁신을 통한 성장 가능성은 높음. 말레이시아의 카페 문화 붐은 조금 둔화될 것이지만 소비자들이 집과 밖에서 소비할 새로운 고급 커피 제품과 브랜드를 찾는 붐의 효과는 계속될 것임. 말레이시아의 비전형적인 차 소비자가 녹차, 허브 차, 그리고 과일 차 같은 제품을 선호하게 되어 음료 소비층이 넓어짐에 따라 차 분야도 성장할 것임
- 특히 차 분야는 건강에 대한 인식이 증진되고 있는 세계적 추세가 진행되면서 허브 차와 과일 차가 건강한 음료로 인식되고 있음. 말레이시아 소비자, 특히 많은 젊은

인구의 성향을 고려하였을 때 이러한 세계적 추세는 말레이시아에도 반영될 것이며 따라서 마케팅만 제대로 이루어지면 혁신적인 차와 커피 생산자들에게 다양한 기회가 제공될 것임. 커피 판매액은 2014년까지 2009년 대비 22.0% 증가한 MYR7,710만에 달할 것으로 보이며 차 분야는 이보다 낮은 성장률을 보여 2014년까지 11.6% 성장한 MYR586만을 기록할 것으로 보임

말레이시아 커피와 차 시장
2005-2014



e/f=BMI 측정치/전망 출처: 기업 정보, 업계 신문, BMI

〈온음료 판매액- 과거실적과 전망〉

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
커피 판매량 (백만 MYR)	56.31	58.00	59.74	61.83	63.24	66.84	68.42	70.75	74.04	77.14
커피 판매량 (백만 US\$)	16.88	17.39	17.91	18.54	17.95	19.87	20.73	21.44	22.61	23.73
차 판매량 (백만 MYR)	49.40	50.12	50.83	51.56	52.52	54.36	54.80	55.83	57.27	58.60
차 판매량 (백만 US\$)	14.81	15.03	15.24	15.46	14.91	16.16	16.61	16.92	17.49	18.03

주: e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : 기업정보, 업계신문, BMI

〈알코올음료〉

- 말레이시아의 알코올음료 업계의 판매액은 2009년과 2014년 사이에 현지 화폐로 37.6% 성장할 것임. 인구의 과반수가 이슬람인 것을 감안할 때 이러한 성장의 요인은 사교적 음주가 점점 허용되고 있는 중상층의 증가와 관광업의 장기적인 성장일 것으로 보임. 맥주가 계속 말레이시아에서 가장 인기 있는 알코올음료로 남을 것이며

2014년에는 총 판매량의 90%에 달할 것임. 그러나 소비자층이 좁아서 생기는 한계점으로 인해 맥주 시장은 상당히 침체되어 있을 것이며 다른 분야와 마찬가지로 맛이 가미된 알코올음료와 같은 더 혁신적이고 급부상하는 음료가 성장의 주요인이 될 것임

- 2014년까지 맥주 판매량이 13.4% 증가할 것으로 예상하는데 이는 아시아태평양 지역에서 가장 낮은 수준임. 앞에서 언급한 바와 같이 이는 인구의 과반수가 알코올 음료 섭취를 허용하지 않는 이슬람교도라는 점과 이 분야에 높은 물품세가 적용되어 말레이시아 국민과 관광객에게 제공되는 가격이 비싸다는 데 원인이 있음. 직간접적으로 약 50만 개의 일자리를 책임지고 있는 양조업계는 해당 업계의 경제적 중요성을 강조하며 물품세 인하를 요청하였으나 2010년 예산안에 오히려 인상 가능성이 있다고 우려되었음. 그러나 2010년 예산안 발표 후에는 맥주 제품에 대한 세금이 인상되지 않았음이 확인되었음. 그러나 장기적으로는 늘어나는 재정 적자로 인해 정부는 세수를 증가시키는 방법을 모색해야만 할 것임. 한편으로는 말레이시아의 민법과 병존하지만 널리 적용되지는 않고 있는 이슬람 법률이 금지하고 있는 알코올 음료 섭취를 이유로 한 이슬람 여성이 태형을 신고받은 뒤 정치적, 그리고 법적 종교성에 대한 우려도 나타나고 있음
- 이미 높은 물품세가 더 인상되면 말레이시아의 공식적 알코올 판매가 타격을 입을 것임. 그러나 상당한 세율 인상이 있을 경우 말레이시아의 주요 양조업자들이 강하게 반발할 가능성이 높으며 이들이 당국에 밀수와 비공식적인 독주의 소비 증가 위험을 상기시키기 위해 광범위한 로비 활동을 펼칠 것으로 예상할 수 있음. 소규모의 세율 인상은 정기적으로 있을 가능성이 높으며 인상된 세율의 부담은 보통 소비자에게 전가되기 때문에 알코올음료의 판매량과 판매액 상승에 도움이 될 것으로 보임

〈알코올음료 판매액- 과거실적과 전망〉

	2005	2006	2007	2008	2009f	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
알코올음료 판매액 (백만 US\$)	232.8	246.2	260.5	287.9	280.6	322.1	340.0	359.3	389.7	418.5
알코올음료 판매액 (백만 MYR)	776	821	869	960	977	1,083	1,122	1,186	1,276	1,360
알코올 판매액 성장률, MYR, (전년대비)	4.90	5.76	5.81	10.53	2.94	9.61	3.58	5.68	7.64	6.56
알코올음료 판매량 (백만 리터)	158.7	164.5	168.1	171.0	171.8	176.9	178.8	182.9	189.2	195.5
알코올음료 판매량 성장률, 리터, (전년대비)	3.05	3.65	2.19	1.72	0.47	2.99	1.09	2.24	3.48	3.31
와인 판매량 (백만 리터)	5.50	5.90	6.20	6.45	6.54	6.83	6.89	7.18	7.66	8.08
맥주 판매량 (백만 리터)	144.9	150.0	153.0	155.4	156.1	160.7	162.4	165.9	171.4	176.9
증류주 판매량 (백만 리터)	8.30	8.60	6.90	9.14	9.20	9.43	9.53	9.76	10.13	10.47

주: e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : 기업정보, 업계신문, BMI

〈청량음료〉

- BMI는 2014년까지 말레이시아의 청량음료 분야가 현지 화폐로 42.6% 증가하여 MYR7,760억을 기록할 것으로 예상함. 성장의 주요 원인은 이 분야의 역동성과 엄청난 규모임. 업계의 대형 회사들이 모두 진출해 있으며 브랜드와 신제품 출시에 민감하며 새롭고 필수적이지 않은 제품에 소비할 돈이 점점 늘고 있는 소비층에 접근할 수 있는 상황임. 이에 따라 회사들은 자신의 시장 점유율을 높이고 경쟁사와 차별화를 하기 위해 브랜드 출시와 마케팅 작업에 상당한 투자를 할 것이라고 예상할 수 있음
- 흥미롭게도 말레이시아의 청량음료 산업은 세계적인 경제 성장 둔화가 국내 소비자 신뢰에 미치는 영향은 이 분야의 판매량 증가세에 크게 영향을 미치지 않을 정도로

성장해 있음. 소비자들은 필수적이지 않은 식품과 음료 제품 소비는 줄일 것이지만 청량음료는 점점 간혹 구매하는 새로운 제품이 아닌 장바구니에 기본적으로 들어가는 품목이 되어가고 있음

- BMI는 탄산음료가 2014년까지 말레이시아의 청량음료 하위 분야 중 가장 낮은 성장세를 보일 것으로 전망함. 그러나 탄산음료 분야의 성장률은 상대적으로 낮을지 모르지만 현재 소비 수준이 이미 높다는 점을 감안해야 할 것임(탄산음료 판매량은 말레이시아의 청량음료 판매량의 41%에 달함)

〈청량음료 판매액- 과거실적과 전망〉

	2005	2006	2007	2008	2009f	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
생수 (백만 MYR)	727.1	806.2	843.9	960.4	985.5	1,123.4	1,204.1	1,293.5	1,419.9	1,540.1
탄산음료 (백만 MYR)	1,967.3	2,051.2	2,233.7	2,347.6	2,387.1	2,586.3	2,704.5	2,835.6	3,021.0	3,197.2
주스 (백만 MYR)	727.1	768.7	812.6	907.0	921.9	1,013.9	1,068.4	1,131.6	1,220.6	1,305.8
RTD 차/커피 (백만 MYR)	192.5	217.2	220.1	266.8	273.6	316.9	342.1	372.3	415.9	457.3
에너지 음료 (백만 MYR)	662.9	693.5	701.2	853.7	870.0	965.4	1,013.7	1,078.0	1,168.8	1,254.4
청량음료 판매액 (백만 MYR)	4,223	4,479	4,749	5,268	5,438	6,006	6,333	6,711	7,246	7,755
청량음료 판매액 성장률, MYR, (전년대비)	5.04	6.06	6.03	10.93	3.22	10.44	5.44	5.97	7.98	7.02
청량음료 판매액 (백만 US\$)	1,266	1,343	1,424	1,580	1,544	1,786	1,919	2,034	2,213	2,386

주: e/f=BMI 측정치/전망. 하위 분야 별 청량음료 자료에는 on-trade와 off-trade 판매량이 모두 포함됨. 완전한 시기별 청량음료 판매 자료는 없었으나 시기 간 자료를 이용하여 부족한 자료를 유추하였음. 출처: 기업정보, 업계신문, BMI

다. 시장특성

1) 말레이시아 식품산업 현황^{주)}

- 말레이시아의 식품 산업은 열대 및 말레이시아 내 말레이, 중국, 인도 등 다양한 문화를 반영하는 농업 자원이 풍부하여 광범위한 아시아 스타일의 가공 식품이 제조되고 있음
- 말레이시아의 인구는 현재 2,664만이며 연간 평균 1.95% 정도 꾸준히 증가하고 있음. 생활수준도 꾸준히 향상되고 있으며 이에 따라 구매력도 증가하고 있음(인구 당 소득은 RM19,739 또는 US\$5681을 넘었음). 생활 방식의 변화로 인해 편의 식품과 건강식품에 대한 수요가 증가하였음
- 2008년에 식품 가공 산업이 말레이시아 총 제조업의 10%를 차지하였으며 기업들은 대체로 말레이시아 소유임
- 말레이시아는 식품 수입국임. 2008년에 말레이시아의 식품 수출은 RM179억, 수입은 RM280억이었음
- 말레이시아는 200개 이상의 국가에게 식품을 수출하였으며 주요 수출 품목으로는 카카오(RM30억), 수산물(RM25억), 마가린과 쇼트닝(RM24억), 그리고 동물 사료(RM12억) 등이 있음
- 2008년에 수입한 주요 식품은 곡물과 곡물 가공품, 카카오, 야채와 과일, 유제품, 그리고 동물 사료였음. 곡물과 유제품 같은 원료는 계속하여 사람들이 소비하는 식품과 동물 사료의 생산을 위해 추가 가공을 거치게 될 것임
- 말레이시아의 식품 산업은 중소기업들이 지배하고 있음. 주요 하위 분야는 생선 및 수산물, 가축 및 축산업 제품, 과일, 야채, 그리고 카카오임

주) KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

- 수산물 분야에는 냉동 및 통조림 생선, 갑각류와 연체동물, 연육 및 연육 제품 등이 포함됨. 이 분야가 가공 식품 수출에서 가장 큰 비중을 차지함
- 축산업 분야에서는 아시아태평양 지역에서 세 번째로 큰 닭고기 생산국임. 말레이시아는 닭고기, 돼지고기, 그리고 계란 자급 능력은 갖추고 있으나 소고기 수요의 80% 가량을 수입함
- 생산되는 유제품으로는 분말 우유, 가당연유, 저온 살균 또는 살균 음용유, 아이스크림, 요거트, 기타 발효 우유 등이 있음
- 현재 말레이시아는 아시아에서 가장 크고 세계에서는 5번째로 큰 카카오 가공 국가임. 그러나 대부분의 카카오콩은 수입됨
- 말레이시아는 또한 세계 주요 향신료 생산국에 속함. 2008년에 말레이시아는 5번째로 큰 고추 및 고추 관련 제품(특수 고추, 가공 고추, 그리고 고추 소스) 수출 국가였음
- 야채는 신선한 상태에서 소비되도록 소규모로 생산되며 주로 싱가포르로 수출됨
- 과일 분야에서는 농민들 사이에 망고, 스타푸르트, 그리고 파파야 외에도 피타야(용과) 재배가 인기를 끌고 있음. 대부분의 과일 생산량은 국내 시장에서 소비됨
- 영양상의 가치와 건강관리를 위한 식단 개선의 중요성에 대한 소비자 인식 증가로 인해 가공을 최소로 한 신선한 기능성/건강식품, 유기농 식품, 그리고 식품과 해산물에서 나오는 천연 향미에 대한 수요가 증가하고 있음
- 말레이시아에서 생산되는 기능성/건강식품은 주로 강화식품의 형태로 생산됨. 식품 제조사들에게 필요한 맞춤 혼합물, 천연 식품 첨가물, 그리고 천연 조미료 등은 앞으로도 성장 가능성이 있음
- 말레이시아의 할랄 산업은 말레이시아 제조사들에게 엄청난 기회를 제공함. 할랄의 개념은 위생, 청결, 그리고 종교적 요건의 충족이라는 측면에서 품질이 좋은 식품과 연관되어 있음

2) 식품소비 경향

■ 식품에 대한 지출

- 식품에 대한 소비자 지출은 17.3% 증가하여 2007년에는 RM374억을 기록하였음. 가처분 소득이 증가함에 따라 소비자들은 육류와 생선 및 해산물에 더 많이 지출할 수 있게 되었으며 이 두 가지에 대한 지출이 47.7% 증가하였음. 반면에 빵과 곡물에 대한 지출은 29.4% 감소하여 2007년에 47억을 기록하였음
- 통제 및 공급에 관한 법률(Control and Supply Act)에 따라 말레이시아 정부는 특정 식품에 대해 가격 통제를 시행할 수 있음. 이는 가격 상승률을 낮추고 식품 가격을 저렴하게 유지하려는 노력의 일환임. 2007년에 말레이시아의 인구 당 식품에 대한 지출액은 US\$400으로 다른 CLIFE 국가들의 US\$1,405에 비해 상당히 낮았음

<향후 전망>

- 말레이시아의 식단은 앞으로 변화할 것으로 보이며 곧 일본이나 대만 같은 더 발달된 아시아 국가와 비슷해질 것으로 보임

■ 식품 구매

- 대부분의 말레이시아 소비자들은 주 1회, 또는 격주로 식품을 구매함. 많은 사람들은 전통적인 재래 시장이나 아침 시장에서 신선한 식품을 구매하는데 이는 해당 시장의 가격이 저렴하고 취급 식품의 신선도가 더 높다는 인식 때문임. 그러나 점점 더 많은 소비자들이 Giant, Tesco, 그리고 Jusco와 같은 하이퍼마켓과 슈퍼마켓에서 쇼핑을 하고 있음. 이러한 가게들은 더 위생적이고 편리한 환경을 제공하며 더 다양한 식품을 판매함. 하이퍼마켓은 또한 충성도 높은 회원카드 정책과 홍보를 통해 소비자를 유치함
- 말레이시아 사람들은 생선, 닭고기, 그리고 야채와 같은 식품을 구매할 때 신선도를 중시함. 반면에 도심지에서는 바쁜 소비자들이 가공 식품이나 포장 식품을 많이

찾으며, 구입할 때 그들이 알고있는 브랜드를 고르는 경향이 있음. 전통적으로 집안의 여성이 식품 구매 책임을 맡고 있었음. 그러나 이 상황은 변화하고 있으며 주말이나 일이 끝나고 커플들이 같이 식품 구매를 하는 모습을 특히 도시에서 심심찮게 볼 수 있음

〈향후 전망〉

- 도시의 소비자 수가 늘고 조직적 소매업이 전국에 확산됨에 따라 포장 식품 및 가공 식품에 대한 지출이 늘 것으로 예상됨. 동시에 소비자들의 건강 및 영양에 대한 인식의 증가로 인해 현재는 틈새 상품으로 여겨지는 유기농 식품에 대한 수요가 커질 것으로 보임

■ 선호 식품

- 말레이시아 사람들은 보통 아침, 점심, 차 또는 저녁을 먹거나 하루 동안 여러 번 소량의 식사를 함. 점심과 저녁의 경우에는 쌀과 균형잡힌 양의 야채와 육류가 선호됨. 고기의 종류는 인종과 종교에 따라 차이를 보임. 예컨대 돼지고기의 섭취는 이슬람교도에게는 금지되어 있으나 중국인들에게는 인기가 높음. 소고기는 말레이시아 식단에 흔히 등장하나 힌두교를 믿는 인도 사람들은 소고기를 먹지 않음. 반면에 생선과 닭고기는 인종과 종교에 상관없이 공통적으로 소비됨
- 외식은 말레이시아 사람들에게 중요한 생활의 일부이며 가족들은 보통 최소 주 1회 집 밖에서 외식을 함. 도시에 거주하며 일하는 젊은 소비자들은 외식을 더 자주 함
- 말레이시아에 가장 흔한 음식점 형태는 가판대나 ‘Mamak’ 또는 ‘Kopitiam’이라 불리는 가게들임. 대부분은 주 7일, 하루 24시간 영업함. 이러한 가게들은 말레이시아에 매우 흔해 말 그대로 모퉁이마다 볼 수 있음. 이 가게들은 서양, 동양, 그리고 퓨전 음식 등 매우 다양한 음식을 판매함. 인종과 문화적 배경이 다양한 국가로서 말레이시아 사람들은 다양한 음식을 선택할 기회를 누림. 이로 인해 말레이시아의 요리는 모험적이고 혁신적이며 새로운 음식에 대해 열려있음. 많은 식당들이 현지

요리 외에도 일본, 베트남, 한국, 그리고 태국 음식을 판매하며 매일 새로운 식당이 생기고 있음

■ 요리 습관

- 말레이시아에서는 집에서 새로 요리를 하는 것이 더 건강한 생활 방식이라고 평가되고 있으며 많은 사람들이 주말이나 휴일 등에 간헐적으로 요리를 함. 전반적으로 말레이시아 사람들은 요리를 할 때 신선한 재료를 사용하는 것을 선호함. 보통은 고령자들이 동양식 쌀밥과 다른 전통적 요리를 함. 반면에 많은 젊은 소비자들은 파스타, 볶음밥, 또는 스프와 같이 더 빨리 조리할 수 있는 간단한 식품을 선호함. 말레이시아의 중국인 커뮤니티 내에서는 요리를 할 때 허브 재료를 많이 사용하나 말레이시아와 인도 사람들은 더 매운 재료를 선호함
- 한편으로는 많은 바쁜 소비자들이 요즘은 조리 시간이 더 짧고 보관 기간이 길다는 장점이 있는 편안한 포장 또는 조리 식품을 선호하고 있음. 동시에 말레이시아의 도시 주민들에 바쁜 생활 양상에 맞춰 take-out 음식에 대한 수요도 늘고 있음

<향후 전망>

- 빠른 도시화 속도와 말레이시아 내 조직적 소매업의 확산으로 인해 가공 및 포장 식품의 수요가 증가할 것으로 보임. 동시에 말레이시아 사람들이 점점 더 건강한 생활 방식의 이점을 크게 인식하게 되면서 설탕과 과자류 같은 제품에 대한 지출은 줄 것으로 예상됨

<식품에 대한 소비자 지출: 1995/2000/2002/2004/2006-2007>

백만 RM	1995	2000	2002	2004	2006	2007
쌀과 곡물	6,636.6	6,418.4	5,586.9	4,753.7	4,466.1	4,688.0
육류	4,678.9	5,276.2	5,571.0	5,783.4	6,386.4	6,909.2
생선과 해산물	6,984.5	7,876.0	8,316.1	8,633.1	9,533.2	10,313.6

백만 RM	1995	2000	2002	2004	2006	2007
우유, 치즈, 계란	2,721.3	2,934.9	2,905.4	3,021.8	3,180.6	3,459.5
기름 및 지방	960.5	1,056.0	996.4	1,097.9	1,180.9	1,276.4
과일	3,026.7	2,726.2	2,542.1	2,967.8	3,067.0	3,308.2
야채	4,362.3	3,451.7	3,539.5	4,034.6	4,089.6	4,450.8
설탕 및 과자류	1,111.8	1,290.2	1,056.2	1,091.8	1,112.7	1,224.8
기타	1,378.7	1,391.2	1,334.8	1,534.0	1,639.7	1,755.7
합계	31,861.3	32,420.9	31,848.5	32,918.0	34,656.0	37,386.2

출처: 국가 통계 기관, OECD, Eurostat, Euromonitor International
 주 2007 불변 가격

〈인구 당 식품 지출 : 1995/2000/2002/2004/2006-2007〉

인구 당 US\$	1995	2000	2002	2004	2006	2007
식품	457.42	315.17	306.23	311.13	347.59	400.24
CLIFE 평균	904.48	797.61	832.34	1,080.21	1,231.20	1,405.72

출처 : 국가 통계 기관, OECD, Eurostat, Euromonitor International

〈인구 당 식품 지출(성장%) : 1995-2007/2000-2007〉

성장률(%)	1995-2007	2000-2007
식품	-12.50	26.99
CLIFE 평균	55.42	76.24

출처 : 국가 통계 기관, OECD, Eurostat, Euromonitor International

■ 외식

〈케이터링(catering) 지출〉

- 말레이시아의 외식 기타 케이터링 서비스 지출 금액은 약 60%가 증가하였음. 1995년의 RM189억에서 2007년에는 RM303억으로 이러한 성장은 가처분 소득의 증가와 도시 소비자들의 바쁜 생활 양상을 반영하는 것임. 편리함을 찾고 시간을 아끼려는 경향이 생겨 집에서 처음부터 요리를 하려는 가정이 줄었음
- 말레이시아의 도심지에는 더 많은 패스트푸드 식당과 격식 없는 식당들이 문을 열었음. 여기에는 McDonald's, KFC, 그리고 Pizza Hut 같은 유명체인점도 포함됨. 동시에 몇 가지 새로운 브랜드가 케이터링 시장에 진출하였음. 경쟁 높은 이 분야에서 살아 남기 위해 많은 음식점들이 부가가치 서비스로 배달 서비스를 제공하기 시작하였음. 또한 특히 생일파티, 결혼식, 종교적 행사, 그리고 아기들을 위한 대보름 행사 같은 특별한 날에 집에서 받을 수 있는 뷔페 형태의 케이터링 서비스가 말레이시아에서 인기를 얻었음

〈향후 전망〉

- 경제적으로 불안한 시기에 소비자들은 외식을 자제하고 돈을 아끼기 위해 집에서 더 자주 식사를 하게 되는데 말레이시아의 케이터링 분야에서도 적어도 단기적으로는 그러한 현상이 나타날 것으로 예상됨. 또한 외식을 하려는 많은 소비자들이 풀 서비스 레스토랑이나 다른 고급 식당 대신 패스트푸드 점과 격식 없는 음식점을 선택할 것임
- 반면에 도시 지역 소비자가 계속 증가하여 전망 기간 동안 케이터링 분야가 확실히 성장할 것으로 보임. 패스트푸드와 take-out 음식에 대한 수요는 항상 있을 것이지만 많은 말레이시아인들은 여전히 이를 건강에 더 안 좋은 선택으로 보고 있음

〈외식에 대한 태도〉

- 전체적으로 말레이시아인들은 외식을 친구나 가족들과 같이 보내는 여가 시간으로 여기고 있음. 말레이시아의 가정은 평균적으로 최소 주 1회 외식을 함. 외식 장소는

가처분 소득 수준에 따라 크게 달라짐. 저렴한 가격의 식사를 원하는 소비자들은 보통 푸드 코트, mamak 가판대, 또는 커피숍을 찾게 됨. 반면에 추가 비용을 부담할 의향을 가지고 고급 음식을 찾는 말레이시아 소비자들은 보통 호텔 식당이나 더 비싼 레스토랑을 선택함

- 도시 소비자들은 바쁜 생활 양상과 폭 넓은 선택의 가능성으로 인해 시골 지역의 소비자들보다 많은 비용을 외식하는 데 지출함. 시간이 귀해지고 직장이 집에서 멀어질수록 많은 화이트칼라 소비자들이 점심에 외식을 하게 될 것임. 동시에 젊은 독신 소비자들은 혼자 요리하는 것을 지루하고 귀찮아하는 경향이 있어 더 자주 외식을 하게 될 것임

〈케이터링 지출 : 1995/2000/2002/2004/2006-2007〉

백만 RM	1995	2000	2002	2004	2006	2007
합계	18,920.7	21,631.6	20,191.8	24,343.4	28,245.0	30,290.4

출처 국가 통계 기관, OECD, Eurostat, Euromonitor International
 주 : 2007 불변 가격

〈케이터링 지출(성장%) : 1995-2007/2000-2007〉

성장률(%)	1995-2007	2000-2007
합계	60.1	40.0

출처 : 국가 통계 기관, OECD, Eurostat, Euromonitor International
 주 : 2007 불변 가격

〈인구 당 케이터링 지출 : 1995/2000/2002/2004/2006-2007〉

인구 당 US\$	1995	2000	2002	2004	2006	2007
케이터링	271.64	210.29	194.15	230.09	283.29	324.27
CLIFE 국가 평균	378.90	367.40	392.19	519.25	587.10	666.18

출처 : 국가 통계 기관, OECD, Eurostat, Euromonitor International

〈인구 당 케이터링 지출(성장%) : 1995-2007/2000-2007〉

성장률(%)	1995-2007	2000-2007
케이터링	19.38	54.20
CLIFE 국가 평균	75.82	81.33

출처 : 국가 통계 기관, OECD, Eurostat, Euromonitor International

■ 식습관 및 음식문화^{주)}

- 말레이시아의 사회경제적 상황의 급격한 발전으로 인해 식습관과 식품 구매 및 소비 패턴을 포함한 공동체 내 생활 양상에 큰 변화가 일어나게 되었음
- 급속한 소득 및 인구의 증가에 따라 말레이시아의 식품 소비 습관은 탄수화물 중심의 주식에서 벗어나 밀 기반 제품, 육류, 유제품, 해산물, 과일, 그리고 야채 등을 포함하는 방식으로 다양화되었음
- 쌀이 여전히 말레이시아 식단의 주요 식품으로 남아있기는 하지만 더 서구적인 취향으로 소비자 선호도가 변화하고 있음
- 식단의 서구화로 인해 주요 칼로리 공급원으로 주식 식품의 역할이 퇴화하고 주식 식품이 아닌 식품, 특히 밀과 육류 기반의 식품으로부터 칼로리를 공급받고자 하는 수요가 늘었음
- 말레이시아 사람들은 세 개의 민족 집단 중 하나에 속하며(인구의 약 50%가 말레이, 25% 정도가 중국, 그리고 나머지는 주로 인도), 각 집단은 특유의 선호 식품을 가지고 있음
- 말레이시아 요리에는 다양한 민족 전통적 요리가 포함됨
- 말레이시아 사람들은 대체로 이슬람교도이며 돼지고기 기반의 음식을 배척하고 음식이 할랄 방식에 따라 준비될 것을 요구함

주) KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

- 반면에 중국인들은 주된 돼지고기 소비자이며 식단이 더 다양함
- 인도 요리는 고기, 향신료, 그리고 빵을 많이 사용함
- 전형적인 말레이시아 음식 일부를 아래 소개하기로 함



Satay



Nasi Lemak



볶음 국수



Roti canai



볶음 국수



Mee rebus



돌솥 닭고기 밥



닭고기 밥



Nasi kandar



Assam laksa



해산물 구이



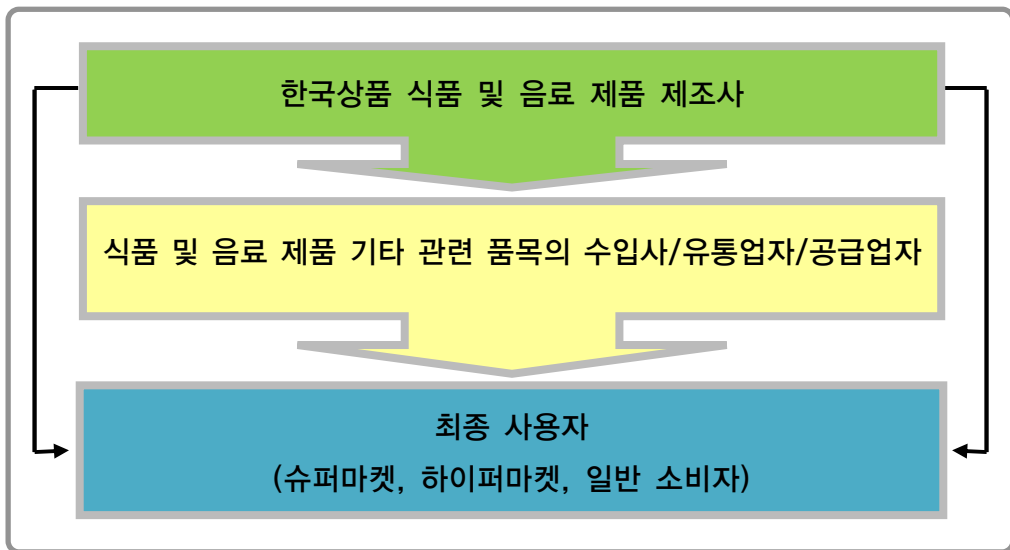
Teh tarik

- 일반적으로 말레이시아 사람들은 달고 매운 음식을 좋아함
- 식사 습관의 변화는 말레이시아에서도 분명하게 나타남: 더 많은 가정들이 외식을 하고 바쁜 사업가들은 끼니를 거르며 젊은 세대는 아침을 거르고 패스트푸드에 지나치게 의존함
- 많은 도시 인구는 일주일에 대부분을 밖의 식당에서 식사를 함. 예산에 따라 대부분의 사람들은 포장마차(hawker stall), 커피숍, 푸드 코트, 또는 레스토랑에서 식사를 함
- 말레이시아는 인구의 33.1%가 14세 이하이며 42%가 15-39세 사이인 상대적으로 젊은 인구를 가지고 있음(Third Outline Perspective Plan). 이 젊은 계층은 인식의 변화로 인해 식품 소비 시장에 상당한 영향력을 행사함
- 대부분의 고령자들만큼 미리 조리된 편의 식품이나 냉동식품을 건강에 해롭다고 보지 않음
- 빵이나 기타 전통적 제과류 대신에 시리얼을 아침에 먹는 것과 같은 취향의 변화
- 신선 농산물이 여전히 선호되지만 냉동 및 냉장 가공 식품의 소비도 경제 성장과 함께 늘었음
- 전자레인지와 냉장고를 소유하는 이들이 늘면서 미리 조리된 편의 식품과 냉장 식품의 소비량이 늘었음
- 부의 증가와 여성 직장인의 증가로 인해 외식 횟수가 늘었음. 선택 가능한 외식 장소는 저렴한 길가의 포장마차에서 고급 레스토랑에 이르기까지 다양함
- 그밖에 말레이시아 내 식품 소비 성장 양상의 중요한 요소는 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 통한 판매의 증가임. 현대적 식품 저장 시설을 갖춘 이러한 가게들은 중요한 냉장 및 냉동식품 판매업체가 되었음
- 대부분의 슈퍼마켓은 도시 지역에서 운영되며 Carrefour, Jaya Jusco, Tesco, Dairy Farm International(Giant와 Cold Storage로 구성됨) 같은 대형 외국 소유의 체인점이 많음

- 말레이시아에는 현재 450개의 하이퍼/슈퍼마켓과 약 1000개의 편의점이 있음
- 이러한 가게의 편의성과 높은 접근성으로 인해 직장인들, 특히 도시 지역 거주자들은 주로 여기서 식품을 구매함

라. 유통 구조^{주)}

- 수입 가공 식품의 수직적 마케팅 경로는 대리점 또는 수입사 또는 유통업자를 거쳐 도매상에게 판매를 하는 방식임
- 유통 업자들은 주로 대형 슈퍼마켓 체인점, 호텔, 그리고 레스토랑에게 판매를 함
- 도매상들은 더 작은 소매상, 임시 매장, 그리고 식품 및 음료 가게를 담당함



주) KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

마. 소매시장

■ 소매업 환경 SWOT

강점	<ul style="list-style-type: none"> ● 1990년대의 아시아 금융 위기 이후 말레이시아의 기업 경영 기준은 크게 개선되었고, 많은 이웃 국가들에 비해 더더욱 개선되었음 ● 말레이시아에서 사업을 하고자 하는 외국 제조업체들은 정부의 세금 혜택과 특권 등 대대적인 환영을 받을 것임 ● 2010-2014년 평균 연간 GDP 성장률은 4.8%로 전망. 동 기간에 인구가 2,960만 증가할 것으로 예상되는 상황에서 인구 당 GDP는 2010년의 US\$7,978에서 2014년에는 US\$9,720으로 증가할 것으로 예상됨
약점	<ul style="list-style-type: none"> ● 국가에 의한 가격 보조 정책이 말레이시아의 일상경제 생활에서 지엽적이지만 지속적인 요소로 남을 것임 ● 말레이시아에서 사업을 하는 것은 어느 정도는 정치적인 연줄이 있는 이들과 거래해야 한다는 것을 의미함 ● 외국 건설 회사와의 대규모의 건설 계획이나 대형 계약은 Mahathir bin Mohamad 정부 때보다 우선순위가 낮아질 것으로 보임 ● 말레이시아의 20-44세 사이의 인구는 36%에 불과함. 이 비율은 2015년에도 40% 미만일 것으로 전망되는데 이는 다른 아시아 국가에 비해 불리한 상황임. 인구 성장률은 연간 10%에 가까움
기회	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아 국가 자산에 투자할 기회가 개선될 수 있음. 정부가 약속을 지킨다면 말레이시아 사상 가장 큰 규모의 국가 지분의 매각이 실시될 것임 ● 말레이시아는 은행업무 분야에서 세계적으로 경쟁하고 싶어 하며 국내 시장에 10개 주요 은행이 있고 단일한 선두주자는 없지만 은행간 합병 가능성이 높음 ● 소매 부문은 2010년 MYR1537.6억(US\$436.5억)에서 2014년에는 MYR2516.3억(US\$ 714.4억)으로 증가할 것으로 예상함
위협	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아를 둘러싸고 있는 수로와 선로는 계속해서 해적과 테러의 잠재적 목표가 될 것임 ● 말레이시아는 해외 투자 유치 경쟁에서 중국에게 질 위험이 있음. Seagate, Motorola, 그리고 Solectron이 모두 아시아 다른 지역으로 생산지를 옮기는 등 한 때 말레이시아의 전자 산업의 중심지였던 페낭 지역에서 외국 기업들이 떠나고 있음 ● 다른 많은 발달 중의 시장과 마찬가지로 말레이시아도 불황과 정책 자금의 감축으로 인한 소매업 분야에 대한 투자 감소 위험을 안고 있음

1) 시장 개관

- 말레이시아의 소매 환경은 지난 십년에 걸쳐 변화하였으며 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 그리고 백화점과 같은 현대적인 형태의 소매 형태가 전통적인 ‘mom and pop’ 매장을 압도하고 있음
- 말레이시아는 아시아에서 대형식품소매업(MGR) 시장이 점점 더 자리 잡아가고 있지만 중기적으로 전망이 밝아 업계 판매액은 2014년까지 50% 증가한 MYR208억(US\$ 70.2억)에 달할 것으로 봄
- 영국의 Tesco는 계속 말레이시아 시장을 선호하며 2010년에 5개의 새로운 매장에 MYR5억(US\$1억5,670만)을 투자할 계획을 발표하였음
- 대형 쇼핑몰의 개점이 말레이시아에서 쇼핑의 라이프스타일 요소를 강화하였으며 특정한 소비자 집단에 어필하기 위해 소매 컨셉을 조심스레 고르는 경향이 있음. 말레이시아의 소비층은 매우 젊어서(CIA World Factbook에 의하면 평균 연령이 24.6세임) 라이프스타일 제품에 대한 수요가 큼. 쿠알라룸푸르에만 66개의 쇼핑몰이 있고 셀랑고르에는 58개가 있음. 이 두 개 지역에서 소매업장이 차지하는 공간은 총 337만 제곱미터로 추정됨
- 세계화로 인해 IKEA와 Marks & Spencer(M&S) 같은 외국 기업, 프랜차이즈, 그리고 새로운 개념이 시장에 도입되었음
- 하계 Malaysia Mega Sale Carnival(MMSC)과 전에는 말레이시아 연말 세일이라고 불리던 Malaysia Savings Sale(MSS)은 이러한 경향을 활용하고자 함. Tourism Malaysia와 Shopping Malaysia Secretariat이 기획하는 이 행사들에는 주요 매장들이 참여하며 쇼핑몰들은 영업 시간을 연장하고 특판을 실시함
- 2010년에 2,400만 명의 관광객을 유치하고 관광 수입을 MYR540억(US\$169.3억) 올리기 위한 노력의 일환으로 Tourism Malaysia는 몇 가지 행사를 개최하고 있음. 첫 주간 Sunday Malaysia Family Fair가 3월 14일에 개최되었고 Klang Valley 내 Jalan Ampang에 위치한 말레이시아 관광센터(MTC)에서 매주 일요일 개최될 예정임

- 2010년 4월에는 Malaysia International Shoe Festival(MISF)과 PopMrkt Malaysia 길거리 바자회가 첫 선을 보였음. MISF는 말레이시아의 신발 브랜드에 대한 지역적 인식을 증진시키고 관광객에게 신발 시장의 이미지를 더 좋게 심어주고자 함. 말레이시아 신발 제조협회(Malaysian Footwear Manufacturers Association) 회장 Tony Ting은 국내 신발 시장의 가치가 MYR5억(US\$1억5674만)으로 추정된다고 함

■ 참가 기업

- The Store Corporation은 말레이시아에서 가장 크고 오래된 슈퍼마켓 및 백화점 체인으로 전국에 75개 매장을 가지고 있음. 모든 주에 매장을 가지고 있는 유일한 말레이시아 소매업자이며 가장 최근에는 조호르 주 Johor Bharu에 Batu Pahat Mall을 개점하였음
- Lion Group의 소매업 계열사인 Parkson Corporation 또한 말레이시아 소매 시장에서 상당한 지위를 점하고 있음. Parkson Pavilion과 KLCC는 고급 백화점으로 디자이너 브랜드와 국제적 상표를 판매하고 다른 Parkson 백화점에서는 중산층 소비자를 목표로 다양한 라이프스타일 제품을 판매하고 있음. 이 그룹은 말레이시아 동부와 서부에 총 31개 매장을 가지고 있음
- 다른 소매업자로는 슈퍼마켓, 백화점, 그리고 패션 부티크를 운영하는 Ngiu Kee Coproration, 전국에 10개의 Metrojaya 매장, MJ 컨셉 매장, 그리고 MJ 패션 매장을 운영하고 있는 Metrojaya, 그리고 Cheras에 말레이시아에서 가장 큰 전자제품 매장을 운영하는 Hyper-E Mall Electronic(Actop International)이 있음
- 많은 싱가포르 소매업자들은 국내 시장을 넘어 사업을 확장할 때 이웃 나라인 말레이시아에 먼저 진출하며 싱가포르의 백화점인 CK Tang과 Robinsons는 모두 쿠알라룸푸르에 매장을 가지고 있음
- 세계적 회사로는 2005년에 말레이시아의 Apex 약국 체인을 인수하고 현재 전국에 216개의 매장을 운영하고 있는 Watsons Personal Care Stores(Malaysia), Jaya Jusco 매장을 운영하는 일본의 AEON, 스웨덴의 IKEA, 그리고 영국의 Marks & Spencer가 있음

- 주요 쇼핑몰로는 Versace, Gucci, Hugo Boss, 그리고 Esprit와 같은 세계적인 브랜드를 판매하는 Sungei Wang Plaza, Mid-Valley Megamall, Suria KLCC, Sunway Pyramid and 1-Utama, The Mall, OUG Plaza, Pavilio, The Gardens, Berjaya Times Square, Ikano Power Centre and South City Plaza 등이 있음

■ 최근 동향

- 말레이시아에서는 계속하여 쇼핑센터와 몰이 빠르게 생기고 있음. 2008년 하반기에는 Tesco Extra Plentong, Sutera Mall, Danga City Mall, Tesco Tebrau City, 그리고 AEON Bukit Indah 등 5개의 새로운 쇼핑 단지과 하이퍼마켓이 개점 하였음
- Tesco Bukit Indah는 2010년 3월에 개점하였고 Ikea Tebrau City, KSL City, Hilltop Nusajaya, 그리고 Ponderosa Mall@Taman Impian Emas는 개점 예정이며 Komtar는 올해 업그레이드될 예정임
- Nusajaya 쇼핑몰, The Curve, KL Sentral, 그리고 IOI Bandar Putra Kulai 내 IOI Mall II의 확장도 예정되어 있지만 개점 날짜는 아직 알려지지 않았음
- 점점 확장되고 있는 소매 시장은 복귀하는 회사와 새로운 회사를 유치하고 있음. CK Tang이 쿠알라룸푸르에서 사업을 그만둔 지 3년만인 2007년에 Pavilion 쇼핑몰에 6,000m² 넓이의 매장을 개점하며 말레이시아 시장에 재진입하였음
- Metrojaya는 2009년 12월에 개점한 Kota Kinabalu 내 Suria Sabah에 위치한 자사의 말레이시아 동부지역 내 첫 백화점에 MYR2,200만(US\$640만)을 투자한 것으로 알려졌다. 해당 그룹은 이제 전국적으로 7개의 백화점을 보유하고 있으며 가장 최근에 개점한 것은 쿠알라룸푸르에 위치한 The Curve임
- 말레이시아의 소매 산업이 완전히 성숙되려면 아직 시간이 더 필요한 상황에서 새로운 브랜드와 매장 형식이 말레이시아로 들어올 것으로 예상됨
- 명품 브랜드인 Davidoff는 쿠알라룸푸르 Starhill Gallery 내의 첫 플래그쉽 매장을

오픈하였음. CEO인 Christian Schaffner은 쿠알라룸푸르와 말레이시아를 ‘동남아 지역의 중요한 쇼핑 목적지’라 표현하였음. 아시아 지역 내 판매가 둔화되고 있음에도 불구하고 Tesco는 말레이시아 내 30번째 매장을 조호르주 Kulai에 오픈하였음

- 2009년 10월에 말레이시아 소매그룹(RGM) 말레이시아 소매업 협회의 자료 부서의 이사인 Tan Hai Hsin은 좋지 않은 경제 상황에도 불구하고 소비자들이 지출을 계속함으로써 말레이시아의 소매업이 2009년에 1~3%의 성장을 기록할 것이라고 전망하였음. 그는 2010년의 성장률은 5%로 예측하였음
- Tan은 또한 경제적 불황이 예상보다 길어지고 있으며 소매 매장들이 추가로 문을 닫을 가능성을 배제하지 않고 있다고 말하였음. 그는 또한 정부가 도입 예정인 물품 및 서비스세(goods and services tax-GST) 도입은 바로 이루어지지 않을 것이라고 하였음
- 그러나 MasterCard는 말레이시아 내 소비 지출액이 적당히 증가할 것이라 예측하고 있음. 첫 MasterCard의 소비자 지출 능력에 대한 세계지표에(MasterCard Worldwide Index of Consumer Spending Capability) 따르면 경제의 근본 요소가 개선되면서 소비 지출이 촉진되어 말레이시아에서는 앞으로 12개월에 걸쳐 소매업 분야의 판매량이 두 자리 수의 성장을 기록할 것이라고 함
- 새로운 MasterCard 지표는 MasterCard의 소비자 지출 능력에 대한 세계지표 결과와 소비 지출에 영향을 미치는 다음의 6개 주요 요소를 합하고 있음: 가계 소득, 가계 부채, 이자율, 주식시장, 부동산 가격, 그리고 소비자 물가지수
- MasterCard Worldwide의 경제 자문 위원(아시아태평양) Yuwa Hedrick-Wong은 ‘말레이시아 같은 시장에서는 올해 소비 지출 증가율이 특히 높을 것으로 보인다’고 말한 바 있음
- BMI는 2010년에는 소매업 분야의 판매량 증가율이 28.5%로 급등할 것으로 보고 있음. '09년 4/4분기에 경제의 52.7%를 구성하였던 개인 소비가 2011년까지 지속될 더 광범위한 경제 상태의 악화를 최소화하는 데 중요한 역할을 할 것이라고 생각하고 있음

- 2010년에는 개인 소비가 5.8% 증가하고 소비자 신뢰가 회복되면서 2011년에는 7.8%의 증가율이 나타날 것이라고 전망함. 이러한 수치는 지출 요소가 전체적인 성장에 가장 크게 기여하여 2010에는 3.19P, 그리고 2011년엔 4.3포인트의 실질 GDP 성장률을 불러올 것임을 암시함

■ 경쟁 환경

〈말레이시아 주요 식품 및 음료업체- 2009〉

회사	하위 분야	판매량 (백만 MYR)	판매량 (백만 US\$)	회계년도 종료일자	직원 수	설립연도
Nestle Malaysia	식품- 유제품과 음료	3,744.2	1,152.6	12월	4,000	1912
Fraser & Neave	유제품과 청량음료	3,737.1	1,091.3	9월	4,636	1936
Unilever Malaysia	식품 및 음료	na	550.0e*	12월	na	1947
Guinness Anchor	음료- 알코올음료	1,285.4	3770.3	6월	493	1964
Carlsberg Malaysia	음료- 알코올음료	1050	323.2	12월	662	1972
Leong Hup Holdings	계육 및 식품	1143.1**	354.4	3월	3,024	1979
Dutch Lady Milk Industries	식품-유제품	691.8	213	12월	570	1963
Y대 Hiap Seng	식품 및 음료	546	168.1	12월	1,4668	1957
Permanis Sdn Bhd***	음료	363	113	6월	na	1973
Yee Lee Corporation	식품 및 음료	703	216.4	12월	1,398	1968
Spritzer Berhad	음료-청량음료	108.3	31.4	5월	461	na

주: na= 제공되지 않음, e= 측정치. *2007 판매량 ** 2010 판매량, ***CI Holdings 판매량.

출처 : BMI, 업계신문, 증권거래소 기록물

〈말레이시아 주요 대형유통업체- 2009〉

모회사	국적	판매량 백만 MYR	판매량 백만 US\$	회계년도 종료일자	명칭	형태	매장 수
Dairy Farm Giant Retail Sdn Bhd	홍콩	6,359.9 †	1,957.8 †	12월			149
					Cold Storage	슈퍼마켓	16
					Giant	하이퍼마켓	51
					Giant	슈퍼마켓	50
					Tops	슈퍼마켓	32
Aeon (M) Bhd	일본	3,736	1,150	12월			
					Jaya Jusco	슈퍼마켓	21
					Max Valu	슈퍼마켓	5
The Store Corp Bhd	말레이시아	1,838.40	536.8	9월			45
					The Tore Pacific	슈퍼마켓	38
						하이퍼마켓	7
Tesco Plc	영국	3,102.8****	962.1	2월			33
					Tesco Stores	슈퍼마켓	
					Tesco Extra	하이퍼마켓	
					Tesco Express	편의점	
Carrefour SA	프랑스	1,326.1	411.2	12월	Carrefour	하이퍼마켓	22
					Express	편의점	5
7-Eleven Malaysia Sdn Bhd	말레이시아	1,061.2*	294.6*	12월	7-Eleven	편의점	1,103
Parkson Corp Sdn Bhd	말레이시아	524.8**	145.7**	6월	Xtra	하이퍼마켓	5
Ocean Capital Bhd	말레이시아	na	65.0e	12월	Ocean	슈퍼마켓	17
Ngiu Kee Corp (M) Bhd	말레이시아	144.8****	44.9	3월	Ngiu Kee	슈퍼마켓	12

주: † 동아시아 전체 판매량(말레이시아는 Dairy Farm 사의 동아시아 지역으로 구분되어 있음), **** 2010 판매량, *** 2008 판매량, * 2007 판매량, ** 2006 판매량(주어진 최신 자료), inc, 백화점 거래량, e= 측정치, 출처 : 공식 통계, 업계신문, BMI

2) 대형유통업체

■ 대형 식품소매업(MGR) SWOT

<p>강점</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● MGR 분야는 제품의 다양성과 위생상의 장점 때문에 처음 시장 진입 시부터 MGR 개념을 수용한 말레이시아의 점점 커지고 있는 부유한 중상층 소비자에게 어필함 ● 하이퍼마켓은 소비자의 식품 수요와 더 고가치의 식품 외적 수요를 모두 만족시킬 수 있다는 장점을 가지고 있으며 대형 슈퍼마켓도 이 분야로 점점 진입을 시도하고 있음 ● 다국적 소매업 선두 주자들이 진입해 있어 세계적인 소매업 모범 경영 관행이 일찌감치 수용되었음 ● 단독 선두주자가 없어 발생하는 강한 경쟁으로 인해 이 분야의 역동성이 보장되고 많은 투자가 이루어지고 있음
<p>약점</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 하이퍼마켓의 확산을 통제하고 독립 사업자를 보호하기 위한 규제 때문에 소매업자들은 확장 계획을 수정하고 더 소규모의 수익성이 낮은 형태를 고려할 수밖에 없게 되었음 ● MGR 분야의 경쟁은 극심함. 이는 소비자에게는 득이 되지만 소매업자의 경우에는 브랜드와 가격이라는 측면에서 경쟁을 해야 하기 때문에 잠재적 수익성이 저해되며 가격 경쟁이 특히 심함 ● Tesco에 의한 Makro의 인수가 해당 분야의 통합을 촉진시켜서 새로운 사업체들이 시장에 진입할 기회가 더욱 좁아졌음
<p>기회</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 전통적 업체의 시장 점유율을 빼앗고 주요 도시 밖의 개발이 덜 이루어진 지역으로 확장을 하고 최종적으로는 시골 지역으로 확장을 할 기회가 있다는 면에서 확장 가능성은 아직 남아 있음 ● 신선한 식품만을 취급하는 슈퍼마켓이나 할인 매장과 같은 새로운 개념의 소매업은 새로운 소비자를 유혹하고 경쟁사보다 먼저 개척되지 않은 영역으로 진출할 수 있는 좋은 방법임 ● 판매자 상표는 가격과 가치에 민감한 소비자에게 어필하기에 매우 좋은 방법이며 특히 소비자가 현대적 소매 개념에 익숙해질수록 효과는 커질 것임
<p>위협</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 하이퍼마켓 규제의 완화 가능성은 소규모의 국내 회사의 경쟁력을 더욱 약화시켜 시장 밖으로 밀어내고 통합을 더욱 진행시킬 수 있음 ● 소문대로 Metro나 Wal-Mart가 말레이시아 시장에 진입할 경우 경쟁은 급격히 심해질 것이며 중간 규모의 회사들도 큰 어려움을 겪을 것임

■ 시장현황

- 말레이시아의 MGR 분야는 상당히 분화되어 있으며 소규모 매장, 개방형 시장, 그리고 비영구적인 소매 시설이 매우 많음. 그러나 이러한 상황에도 불구하고 말레이시아 내 조직적 소매업은 유사한 다른 아시아 시장보다 훨씬 큼. 조직적 소매업은 이미 말레이시아 식품 판매량의 76%를 담당하고 있으며 지배력은 점점 증가하고 있음. 매장 개수로 보았을 때는 이 분야는 말레이시아의 식품 소매업의 35%에 불과함. 이러한 차이는 현대적/조직적 판로로 판매되는 식품의 가치가 상대적으로 높은 데에서 기인함
- 현대적 소매 매장은 주로 도시에 위치해 있으나 최근에는 주요 도심지 밖으로의 확장이 상당히 빠른 속도로 진행되고 있음. 정부는 다국적 기업의 맹공으로부터 소규모 소매업자의 이해를 보호하기 위해 하이퍼마켓 분야의 성장을 통제하기 위한 지침을 마련하였음. 그러나 시간이 지나면서 이러한 규제는 애초에 과했던 성질과 직접적인 외국인의 투자가 경제 성장과 고용 창출에 있어 중요하다는 점 때문에 점차 완화되고 있음. 정부의 규제만으로는 국내 업자들의 시장 점유율을 보호할 수 없기 때문에 국내 업자들은 보호적 규제가 있더라도 사업 활동과 투자 수준을 증진시켜서 경쟁력을 강화해야 하는데 그러한 측면에서는 국내 업자들이 크게 성공하지 못하고 있음
- 하이퍼마켓 분야의 경쟁이 가장 심함. 강한 셀링 파워, 우월한 수익성, 그리고 높은 투자수익률 덕분에 다국적 기업이 하이퍼마켓에 가장 큰 관심을 보임. BMI 자료에 의하면 2008년에 평균적인 슈퍼마켓은 연간 MYR8백만(US\$240만)의 매출을 올린 반면 평균적인 하이퍼마켓의 매출은 MYR3,690만(US\$1,090만)에 달하였음. 홍콩의 Dairy Farm Group의 말레이시아 내 자회사가 Giant라는 브랜드로 하이퍼마켓을 선도하고 있으며 프랑스의 Carrefour, 일본의 AEON, 그리고 영국의 Tesco도 진출해 있어 경험이 부족한 국내 소매업자는 그들 틈에서 효과적으로 사업을 운영하기가 힘든 상태임. 그럼에도 불구하고 도전을 하고 있는 회사로는 The Store Corp와 Parkson Corp(식품 소매업도 하고 있는 백화점 전문 회사)이 있음

- 현대적 소매업은 제공되는 제품의 다양성과 매장 내 제과점, 요식업 공간, 그리고 조리된 음식 등의 추가 서비스를 좋아하는 부유한 중상층의 소비자에게 어필하고 있음. 소규모의 전통적인 가게들은 주거 지역에 대한 근접성과 잘 알려진 제품을 경쟁력 있는 가격에 제공한다는 점 때문에 여전히 인기가 있음. 그러나 이러한 강점도 현대식 편의점의 부상으로 인해 점점 약화되고 있음. 그러한 편의점들은 점차 새로운 주거 지역과 마을에 건설되어 전통적인 국내 업체들의 역할을 빼앗고 있으며 편의점의 규모의 경제로 인해 더 경쟁력 있는 가격을 제공할 수 있기 때문에 이 현상이 더 심화되고 있음. 이로 인해 전통적인 가게의 유일하게 남은 강점은 친근함 뿐임

〈말레이시아의 MGR 시장 구조- 추정 매장 수, 2003-2008〉

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
슈퍼마켓	872	932	1,000	1,050	1,080	1,090
하이퍼마켓	43	48	61	72	85	110
편의점	822	851	900	950	1,100	1,135
전체 대형식품소매업 매장	1,737	1,831	1,961	2,072	2,265	2,335

출처 : Bank Negara Malaysia, 말레이시아 통계청, BMI

〈말레이시아의 MGR 시장 구조- 형태별 판매액, 2003-2008 (십억 US\$)〉

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
슈퍼마켓	1.86	1.97	2.10	2.26	2.43	2.58
하이퍼마켓	0.83	0.89	0.97	1.06	1.16	1.20
편의점	0.15	0.16	0.17	0.19	0.20	0.21
전체 대형식품소매업 매장	2.83	3.03	3.24	3.51	3.79	3.99

출처 : Bank Negara Malaysia, 말레이시아 통계청, BMI

〈말레이시아의 MGR 시장 구조- 형태별 판매액, 2003-2008 (십억 MYR)〉

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
슈퍼마켓	6.27	6.67	7.10	7.64	8.21	8.72
하이퍼마켓	2.79	3.02	3.27	3.58	3.91	4.05
편의점	0.49	0.53	0.57	0.63	0.68	0.71
전체 대형식품소매업 매장	9.55	10.22	10.95	11.84	12.80	13.49

출처 : Bank Negara Malaysia, 말레이시아 통계청, BMI

4. 농식품 수출입현황

가. 농산물 수입현황 75

나. 농산물 수출현황 77

다. 한국과의 농산물 교역현황 ... 78

4_ 농식품 수출입현황

가. 농산물 수입현황

1) 품목별 수입동향

- 주요 수입농산물은 천연고무, 코코아두, 팜유, 사탕수수당, 쌀, 대두박, 밀 등으로 이들 상위 7개 품목이 전체 농산물 수입에서 차지하는 비중이 약 41.4%를 차지
- 이들 주요 품목의 수입 특징은 주력 수입대상국의 수입비중이 커서 천연고무의 경우 태국이 98.9%, 코코아두와 팜유는 인도네시아가 각기 69.1%, 97.6%를 차지하며, 쌀은 베트남 72.7%, 대두박은 아르헨티나 84.3%, 밀은 호주 68.9% 등으로 제1위 수입대상국으로부터의 수입 비중이 절대적으로 높음

〈주요 품목별 수입현황('09)〉

순위	품 목	수입액	주수입대상국별 비중(%)	수입 비중	비 고
	농산물 전체	9,936 백만불	인니(20.2) 태국(15.1) 중국(6.9) 호주(6.8)	100%	한국29위 (0.37%)
1	천연고무 라텍스	777	태국(98.9) 인니(0.8) 베트남(0.3)	7.82	
2	코코아두	768	인니(69.1) 가나(9.9) 파푸아뉴기니(9.8)	7.73	
3	팜유	686	인니(97.6) 태국(1.4)	6.9	
4	사탕수수당	597	브라질(53.4) 호주(39.1) 과테말라(5.5)	6.01	
5	쌀	536	베트남(72.7) 태국(20.0) 파키스탄(4.5)	5.39	
6	대두박	427	아르헨티나(84.3) 미국(7.9) 한국(3.3)	4.29	
7	밀	329	호주(68.9) 캐나다(17.2) 미국(9.6)	3.31	

순위	품 목	수입액	주수입대상국별 비중(%)	수입 비중	비 고
8	공업규격화된 천연고무	318	코트디부아르(21.3) 베트남(16.7) 태국(16.1)	3.20	
9	옥수수	316	브라질(30.8) 인도(22.9) 태국(19.9)	3.18	
10	기타 식품조제품	289	미국(19.5) 싱가포르(15.9) 화란(12.3)	2.91	한국21위 (0.58%)
28	담배	63	인니(36.8) 중국(18.3) 필리핀(15.6)	0.64	한국7위 (3.9%)
30	파스타	55	인니(56.9) 태국(21.9) 중국(14.6)	0.56	한국4위 (2.0%)
35	사과	48	남아공(39.7) 중국(37.5) 미국(14.6)	0.48	한국9위 (0.1%)
38	소스	45	싱가포르(29.6) 미국(16.4) 태국(14.6)	0.45	한국18위 (0.2%)

자료원 : Global Trade Atlas

2) 국가별 수입동향

- 국가별로는 인도네시아가 제1위의 수입대상국으로 전체 농산물 수입액의 20.2%를 차지하며 주요 수입품목은 팜유, 코코아두, 팜핵유, 야자유 등임. 그 뒤를 태국, 중국, 호주, 미국 등이 잇고 있고 한국은 제29위의 수입대상국으로 전체 농산물 수입에서 차지하는 비중은 0.37%로 미미한 수준임
- 호주, 미국, 유럽연합 등으로부터의 농산물 수입은 감소세를 띠고 있는 반면, 태국과 중국으로부터의 수입은 증가추세임. 태국과 중국은 여러 가지 농산물에서 말레이시아의 주요 수입대상국으로 태국으로부터 수입하는 주요 농산물은 천연고무, 쌀, 옥수수, 채소, 설탕 등이며, 중국으로부터는 마늘, 고추, 양파 등 채소류와 옥수수, 채유용종실, 목화 등임

〈주요 국가별 수입현황('09)〉

순위	국가	수입규모	주수입품목 및 수입액(백만불)	수입비중
	농산물 전체			100%
1	인도네시아	2,007	팜유(669) 코코아두(530) 팜핵유(261) 야자유(94) 식물성 유지(76)	20.2
2	태국	1,496	천연고무 라텍스(768) 쌀(107) 천연고무(119) 옥수수(63)	15.1
3	중국	681	마늘(62) 꽃양배추 및 브로콜리(34) 고추류(32) 감자(28)	6.9
4	호주	674	사탕수수당(233) 밀(227) 밀가루(29) 와인(19)	6.8
5	미국	617	대두(134) 기타조제식료품(56) 잎담배(38) 대두박(34) 밀(32)	6.2
6	브라질	592	사탕수수당(319) 옥수수씨(99) 옥수수(97) 잎담배(24) 면화(13)	5.9
7	아르헨티나	576	대두박(360) 옥수수씨(52) 옥수수(46) 대두(45)	5.8
8	베트남	562	쌀(390) 천연고무(공업규격화된 것 53) 커피(33) 동물사료(12)	5.7
9	인도	501	양파(92) 옥수수(73) 고추류(62) 옥수수씨(51)	5.0
10	싱가포르	239	기타 조제식료품(46) 유아용 조제식료품(35) 맥아엑스(21)	2.4
29	한국	36	대두박(140) 기타과일(4.3) 옥수수전분(4) 담배(2.5) 기타 조제식료품(1.7)	0.37

자료원 : Global Trade Atlas

나. 농산물 수출현황

- 말레이시아는 고온 다습한 열대 우림 기후의 특성을 가진 나라로 팜유, 천연고무, 코코아, 코코넛, 사탕수수, 파인애플 등 열대상품을 주로 생산하고 있으며 그밖에 쌀, 목재 등도 생산하고 있음
- '09년 농산물 수출액은 170억달러로 전년 대비 26% 감소하였으며, 주요 수출농산물은 팜유, 고무, 코코아, 당류, 후추, 연포, 파파야 등 열대성 작물과 원목, 제재목임

(단위 : 천불)

구 분	2007	2008	2009	증감 (2009/2008)
농산물 전체	16,210,979	23,095,523	17,071,690	-26.08
팜유(정제된 것)	7,005,703	10,957,837	7,594,759	-30.69
팜유(정제되지 않은 것)	1,265,479	1,878,585	1,681,499	-10.49
식물성유지	1,401,817	1,786,873	1,470,382	-17.71
천연고무	1,984,189	2,300,898	1,182,417	-48.61
코코아 버터	454,017	628,667	548,962	-12.68
식용유지 혼합물	262,205	694,481	381,697	-45.04
팜핵유	354,345	577,434	362,233	-37.27
맥아추출물	154,344	258,076	239,890	-7.05
조제식료품	169,385	232,684	224,894	-3.35
빵, 과자류, 케	128,864	178,131	175,123	-1.69
담배	146,974	198,069	171,146	-13.59
코코아 분말	127,890	181,304	162,146	-10.57

자료 : Global Trade Atlas

다. 한국과의 농산물 교역현황

- '09년 한국의 대 말레이시아 농림수산물 수출규모는 47백만 달러로 전년 대비 16.4% 증가하였음
 - 부류별로는 농산물이 39백만 달러로 전년 대비 약 30%의 증가를 보여 수출 증가를 주도하였고, 수산물은 7.5백만 달러로 전년 대비 16.5%의 감소를 보였음
 - 축산물과 임산물은 각기 32만 달러, 16만 달러 규모로 수출에서 차지하는 비중이 낮음
- 주요 품목별로는 대두박, 단감, 담배, 라면 등의 수출규모가 크며 상위 5개 품목이 전체 농림수산물 수출에서 차지하는 비중이 50.9%로 매우 높음. 이밖에 과자류, 커피, 꿀, 소스류, 딸기, 음료, 주류, 버섯, 인삼류 등이 말레이시아에 수출되고 있는 주요 수출품목임

〈대 말레이시아 농림수산물 수출현황〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	2008년		2009년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
합계	39,470	40,305	55,467	46,904	40.5	16.4
농산물	33,637	30,011	51,415	38,914	52.9	29.7
수산물	5,622	8,997	3,808	7,510	-32.3	-16.5
축산물	169	1,162	38	316	-77.3	-72.8
임산물	43	135	205	164	380	21.2
대두박	19,400	5,809	26,050	8,305	34.3	43
단감(신선)	4,385	3,737	5,396	4,790	23.1	28.2
권련	294	4,294	303	4,304	2.9	0.2
옥수수전분	3,365	1,575	11,268	3,968	234.9	152
라면	987	3,078	872	2,515	-11.6	-18.3
사료	808	1,148	1,239	1,829	53.4	59.3
과자류	282	1,065	507	1,564	79.8	46.9
이빨고기	23	321	160	1,517	596.5	373
혼합조제식품	641	1,096	682	1,500	6.4	36.8
삼치	826	1,397	643	1,303	-22.2	-6.7
커피류	17	103	578	1,181	3,219.6	1,049.5
굴	214	1,525	140	1,132	-34.7	-25.8
소오스류	279	875	291	1,007	4.4	15.1
딸기	57	432	186	996	229.5	130.3
커피크리머	-	-	508	613	0	0
주류	266	556	266	603	0.1	8.6
음료	124	233	160	545	29.1	133.5
유지가공품	235	397	453	538	92.7	35.5
소오스	212	748	177	529	-16.6	-29.3
쇼트닝	221	376	439	525	98.7	39.7
고등어	1,934	1,293	647	513	-66.5	-60.4
국수	184	319	262	489	42.3	53.5
계	18	542	18	450	0	-17
검	45	141	142	389	218.2	175.6
팽이버섯	162	333	224	387	38.3	16.2
인삼류	3	186	13	359	270.6	92.5
과즙음료	41	35	385	289	839.5	731.1
배	263	212	288	264	9.5	24.2
김	17	268	30	255	82.4	-4.9

자료 : KATI

- 반면, 한국이 말레이시아로부터 들어오는 농림수산물 수입규모는 '09년 기준 655백만 달러로 전년 대비 11.7% 감소하였음
 - 부류별로는 농산물이 285백만 달러로 전년 대비 약 16% 감소하였고 수산물은 33백만 달러로 전년 대비 28%의 증가하였음
- 주요 품목별로는 전체 농림수산물 수입에서 차지하는 비중이 약 30%에 달하는 식물성 유지가 단연 제 1위의 수입품목으로 '09년 194백만 달러 상당이 수입되었음. 그 뒤를 이어 박류와 갑각류가 각기 30백만 달러, 26백만 달러 규모로 수입되고 있으며 그밖에 주요 수입되는 품목들로는 코코아, 유지가공품, 연초류, 과자류, 커피 등이 있음

〈대 말레이시아 농림수산물 수입현황〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	2008년		2009년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
합계	1,255,911	741,101	1,448,963	654,551	15.4	-11.7
농산물	448,261	338,017	640,442	285,187	42.9	-15.6
수산물	6,933	25,637	8,370	32,871	20.7	28.2
축산물	550	2,104	53	306	-90.3	-85.5
임산물	800,167	375,343	800,097	336,188	-0.0	-10.4
식물성유지	208,455	239,014	269,978	194,175	29.5	-18.8
박류	203,527	37,630	343,687	29,913	68.9	-20.5
갑각류	4,159	19,204	5,537	25,635	33.1	33.5
코코아류	4,933	16,629	4,717	16,488	-4.4	-0.9
유지가공품	4,976	7,505	8,270	10,185	66.2	35.7
연초류	939	6,192	919	7,933	-2.2	28.1
과자류	1,195	3,496	2,018	6,032	68.8	72.6
연체동물	979	3,018	1,388	4,687	41.8	55.3
커피류	555	3,224	765	4,414	37.7	36.9
채소류	1,696	6,829	1,272	4,140	-25.0	-39.4

구 분	2008년		2009년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
기타조제 농산품	81	319	805	2,729	895.4	756.1
빵류제조용	1,381	4,997	769	2,600	-44.4	-48.0
사료	4,528	2,727	2,684	2,117	-40.7	-22.4
어류	1,666	3,066	1,150	1,721	-31.0	-43.8
당류	12,940	5,354	1,390	873	-89.3	-83.7
지방성물질	974	1,429	1,575	838	61.7	-41.4
소오스류	515	776	535	767	3.8	-1.2
수생동물	126	326	275	583	117.7	78.9
음료	0	6	122	491	15,640.9	8,069.4
두류	506	493	385	417	-24.0	-15.4
향신료	92	330	87	374	-5.4	13.5
기타 축산물 부산물	512	1,880	43	217	-91.6	-88.5
기타 산식물	750	601	295	203	-60.7	-66.2
식물성 액즙	0	6	12	170	3,111.2	2,908.1
한약재(농산물)	36	243	21	141	-40.6	-42.2

자료 : KATI

5. 수출입 통관제도

가. 규제	85
나. 산업 기준	87
다. 식품 라벨 규제	87
라. 식품 수입절차	95

5_ 수출입 통관제도^{주)}

가. 규제

- 말레이시아에는 규제 정책이 없음. 수입 관세는 선정된 HS 코드에 따라 부과되며 이러한 특정 HS 코드 및 제품에 대한 수입 제한 사항은 없음
- ASEAN-한국 자유무역협정에(AKFTA) 따라 HS19.02에 해당하는 제품에 대해서는 수입 관세가 부과되지 않음
- 그러나 이러한 HS19.02 상품에 대해서는 보건부의 식품품질관리부서가 (Food Quality Control Division) 발행한 수입면허가 요구됨
- HS1902.30.290 제품들을 해외로 수출하기 위해서는 농림부 발행의 수출 면허가 필요함. 이 코드를 가진 쌀가루, 왕겨, 쌀겨, 그리고 쌀 버미셀리 같은 특정 제품들은 농업 및 농업 기반 산업부(Ministry of Agriculture and Agro-based Industry)가 발행한 수입 면허 없이는 말레이시아 내로 수입될 수 없음
- HS1902.30.100 제품들에 대해서는 5%의 판매세가 부과되나 yellow noodles, yee mee, koay teow, chee cheong fun, laksa 그리고 laksam은 모두 판매세 면제 대상임

주) KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

〈수입 관세율〉

H,S 코드	세율	AKFTA	단위	비고
19.02				조리 여부 또는 내용물을 넣었는지 여부와 무관하게 모든 파스타 또는 스파게티, 마카로니, 국수, 라자냐, 뇨끼, 라비올리, 카네로니 등; 쿠스쿠스, 조리 여부와 무관 - 조리하지 않은 파스타, 속을 채우지 않은 또는 다른 방식으로 요리된:
1902.11				- 계란 함유:
1902.11.100	5%	ZERO	KG	국수
1902.11.900	5%	ZERO	KG	기타
1902.19				- 기타:
1902.19.100	5%	ZERO	KG	국수
1902.19.900	6%	ZERO	KG	기타
1902.20				- 속을 채운 파스타, 조리 또는 요리 여부와 무관:
1902.20.100	ZERO	ZERO	KG	고기나 고기 내장을 채운 것
1902.20.200	8%	ZERO	KG	생선을 채운 것
1902.20.300	8%	ZERO	KG	갑각류나 연체동물을 채운 것
1902.20.900	6%	ZERO	KG	기타
1902.30				- 기타 파스타:
1902.30.100	8%	ZERO	KG	국수
				쌀 버미셀리:
1902.30.210	8%	ZERO	KG	인스턴트 (조미료 함유)
1902.30.290	5%	ZERO	KG	기타
1902.30.300	6%	ZERO	KG	투명 버미셀리 (suun)
1902.30.900	8%	ZERO	KG	기타
1902.40				- 쿠스쿠스:
1902.40.100	ZERO	ZERO	KG	익힌 것
1902.40.900	ZERO	ZERO	KG	기타

출처 : 말레이시아 세관

나. 산업 기준

- 말레이시아에서 판매되는 모든 포장 식품은 1983년의 식품법 및 1985년의 식품 규제의 적용을 받음. 해당 법률 및 규제는 모든 국내 생산 또는 수입 식품에 적용됨
- 이러한 규제의 주된 목적은 말레이시아 내에서 판매되는 식품의 안전성을 확보하는 것임
- 특정 국내 유통 및 수출용 포장 식품에는 영양 정보 표시 규제에 따라 영양 정보가 표시되어야 함
- 해당 법률은 또한 가공 육류, 생선, 소스, 음료, 그리고 과자류와 같은 식품에 대한 상품 표시 요건을 포함한 제품 기준을 설정하고 있음
- 말레이시아로 수출되는 식품에는 말레이 또는 영어 상표가 부착될 수 있으며 별도의 스티커에 수입사의 이름과 주소를 표시하여 부착하여야 함
- 가공 육류 제품에 대해서는 수의서비스국(Department of Veterinary Service) 발행의 수입 면허 승인서를 받아야 함

다. 식품 라벨 규제

- 영양 라벨은 식품 라벨에 표시된 모든 영양소의 함량을 열거해놓은 목록을 말함. 이는 해당 제품의 영양소에 대한 정보를 제공하기 위해 부착하는 것임
- 2005년 이후 말레이시아 보건부는 식품 규제를 개정하여 특정 식품에 대해서는 영양소 표시를 의무화하고 건강 및 영양소 관련 문제를 규율하도록 하였음
- 새로운 규제를 따르기 위해서는 식품 산업에서는 몇 가지 조치를 취하여야 함

업계에서 취하여야 할 조치	
<ul style="list-style-type: none"> - 제품에 영양소 표시가 필요한지 여부 확인 규제를 잘 살펴보아 특정 제품에 대한 영양소 표시가 의무적인지 여부를 확인 - 식품 라벨 수정 라벨 디자인은 이제 영양 정보가 포함되도록 바뀌어야 함. 기존에 자사의 영양 라벨을 부착 하였던 제조사들은 이제 새로운 양식에 따라야 함 	<ul style="list-style-type: none"> - 영양소 함량 측정 정확한 영양소 함량이 측정 또는 산정되어야 함 - 품질관리 방안 확보 제조사들은 라벨 상의 제품에 대한 영양 정보가 정확히 실제 함량을 반영하고 있도록 하여야 함

출처 : 말레이시아 보건부

- 제조사들은 해당 제품 100g당 또는 1회분의 에너지, 탄수화물, 단백질, 그리고 지방 함량을 표시하여야 함
- 비타민, 미네랄, 나트륨, 그리고 콜레스테롤에 관한 영양 정보 표시는 선택 사항임
- 식품 내 영양소는 Skim Akreditasi Makmal Malaysia(SAMM) 산하 표준 부서 (Department of Standard)의 인증을 받은 실험실에서 분석되는 것이 바람직함
- 1985년 식품 규제에 따라 해당 규제의 위반은 RM5,000 이하의 벌금 또는 3년 이하의 징역 또는 둘 모두로 처벌될 수 있음. 식품 업계는 또한 1983년 식품법과 1985년 식품규제의 규정을 따라야 하며 위반할 경우 유사한 처벌을 받을 수 있음

〈영양소 표시가 의무적인 식품〉

- 표 1에 표시된 각종 식품들에 대해서는 영양소 표시가 의무적임. 이 식품들은 소비 횟수가 빈번하고 소비량이 상당하며 공동체에 매우 중요하기 때문에 선정되었음
- (규제26(7)에 따라 허용된)특정 비타민이나 미네랄로 강화, 보강, 보충, 또는 보충된 식품들은 해당 영양소의 함량도 영양소에 표시하여야 하며 영양소 표시 및 주장에 관한 해당 법률의 다른 모든 요건과 양식에 따라야 함

〈영양소 표시가 의무적인 식품〉

조항	식품군	식품 종류 (1985년 규제에서 도출)
64-75	조리 곡물 식품 및 빵	조리 곡물 식품(아침용 시리얼 포함), 빵(흰 빵, 과일 빵, 우유 빵, 호밀 빵, 밀 빵, 밀배아 빵, 강화 빵)
84-87, 89-99 & 113	우유 제품	탈지분유 또는 무지방유 또는 분리유, 저온살균 우유, 살균 우유, 초고온 우유 또는 UHT 우유, 향료첨가 우유, 탈지하지 않은 우유 분말 또는 탈지하지 않은 건조 우유, 탈지 분말우유 또는 무지방 건조 유고형분 또는 분리 우유 분말, 맥아유 분말, 환원우유, 환원유, 무가당연유, 연유, 가당 연유, 젓당 가수분해 우유, 지방 대체우유, 지방 대체우유 분말, 무가당 지방 대체우유, 가당 지방 대체우유, 발효 우유
135	밀가루 과자류	밀가루/밀 기타 식품을 혼합하여 요리한 모든 페이스트리, 케익, 비스킷 기타 식품
149, 151, 161, & 220	통조림 육류, 생선, 야채	통조림 육류, 통조림 육류와 기타 식품 혼합물, 통조림 생선, 통조림 야채
233-242	통조림 과일과 각종 과일 주스	통조림 과일, 통조림 후르츠 카테일, 과일 주스(사과 주스, 그레이프푸르트 주스, 레몬 주스, 라임 주스, 오렌지 주스, 패션푸르트 주스, 파인애플 주스)
344-345	샐러드 드레싱과 마요네즈	샐러드 드레싱(타르타르 소스 포함), 마요네즈
348-358	청량음료	시럽, 과일 시럽/과일 코디얼/과실 스쿼시, 향료첨가 시럽/향료첨가 코디얼, 과일 주스 음료, 과일 음료, 향료첨가 음료, 청량음료 베이스/청량음료 프레믹스, 식물음료 믹스, 두유, 콩 음료

출처 : 말레이시아 보건부

〈자발적 영양소 표시〉

- 위 표에 열거되지 않은 식품에도 영양소 표시를 할 수 있음. 그러나 해당 영양소 표기 및 주장에 관한 규제에서 언급하고 있는 형식과 요건을 충족하여야 함

〈필수 영양소 표시 지침〉

- 영양소 라벨에 표시되어야 할 영양소는 에너지, 단백질, 탄수화물, 그리고 지방임. 또한 ready to drink(RTD) 음료의 경우에는 전체 설탕 함량도 표기되어야 함. 해당 규제 상으로는 RTD 음료에는 RTD 청량음료, 과일과 야채 주스, RTD 맥아유와 향료첨가우유가 포함됨. 알코올음료는 포함되지 않음
- 에너지가에 대한 정보는 해당 식품 100g 또는 100ml 당 킬로칼로리(kcal) 또는 포장된 제품 내 1회분밖에 들어있지 않을 경우에는 1회분 당 kcal로 표시되어야 함. 추가로 식품 라벨에 표시된 양의 식품 1회 분당 에너지가도 표시되어야 함. 에너지가는 kcal 외에 kJ로도 표시할 수 있음
- 단백질, 탄수화물, 그리고 지방 함량은 해당 식품 100g 또는 100ml 당 그램(g) 수 또는 포장된 제품 내 1회분밖에 들어있지 않을 경우에는 1회분 당 g으로 표시되어야 함
- 또한 식품 내 해당 영양소의 함량을 라벨 상에 표시된 1회 분량에 대해서도 표시하여야 함.
- 아래에 필수 영양소 표시 양식 예시를 제공함

영양 정보 ¹		
1회분: 200ml		
제품 분량: 5회분		
	100ml 당	1회분 당 (200ml 당)
에너지가	100kcal (420kJ) ²	200kcal (840 kJ)
탄수화물	23.8g	47.6g
전체 설탕함량 ³	11.5g	23.0g
단백질	1.1g	2.2g
지방	0g	0g

주: ¹ 영양 라벨의 권장 제목임, ² 1kcal = 4.2kJ, ³ RTD 음료에만 해당
전체 설탕 함량은 해당 음료 내 단당류와 이당류 전체를 지칭함

출처 : 말레이시아 보건부

- 각 영양소에 대한 단위 및 소수점의 사용은 양식에 주어진 예시에 따라야 함. 에너지가에 대해서는 소수점이 없으며 탄수화물, 설탕, 단백질, 그리고 지방에는 소수점 한 자리가 사용됨
- 위 영양소 중 함량이 0.05g 이하인 것은 영(0)으로 표시하지만 여전히 라벨 상에 표기가 되어야 함
- 식품의 에너지가는 각 영양소의 에너지 함량을 합해서 구하며 아래 표에 주어진 특정 인수를 사용하여 산정하여야 함

〈식품의 에너지 함량 계산 방법〉

영양소	함량	곱할 인수	결과
지방	_____g	9 kcal	= _____kcal
단백질	_____g	4 kcal	= _____kcal
탄수화물	_____g	4 kcal	= _____kcal
알코올 (에탄올)	_____g	7 kcal	= _____kcal
유기산	_____g	3 kcal	= _____kcal
식이섬유	_____g	2 kcal	= _____kcal

식품의 에너지 함량 (합계) = _____kcal

식품의 에너지가 계산 방법 예시		
제품 A는 1리터들이 포장으로 제공되며 권장 섭취 횟수는 4회임(1회분=250ml). 포장된 제품 한 개당 탄수화물 113.2g, 지방 21.9g, 단백질 30.6g, 그리고 식이섬유 1.4g이 들어있음. 제품 A 1회분 당 제공되는 에너지는 몇 kcal인가?		
탄수화물 제공 에너지	: 113.2g X 4kcal	= 453kcal
지방 제공 에너지	: 21.9g X 9kcal	= 197kcal
단백질 제공 에너지	: 30.6g X 4kcal	= 122kcal
식이섬유 제공 에너지	: 1.4g X 2kcal	= 3kcal
포장된 제품 한 개당 에너지	: 453 + 197 + 122 + 3	= 775kcal
100ml 당 에너지	: 775 X 100/1000	= 78kcal 또는 328 kJ*
1회분 당 에너지	= 78 X 250/100	= 195kcal 또는 819 kJ
*1kcal = 4.2kJ		

〈선택적 영양소 표시 지침〉

- 필수 영양소 외의 다른 영양소도 영양 라벨에 표기할 수 있음. 여기에는 비타민, 미네랄, 식이섬유, 나트륨, 콜레스테롤, 그리고 지방산이 포함됨. 그러나 선택적 영양소를 표기함에 있어서도 다양한 조건과 요건이 충족되어야 함
 - 1) 비타민과 미네랄은 다음의 요건 충족 시에만 표기될 수 있음
 - 영양소 참조가(Nutrient Reference Value-NRV)(부록 1) 상에 열거된 비타민과 미네랄만이 식품 상표에 표기될 수 있음
 - 비타민과 미네랄은 상당량이 함유되어 있어야만 식품 라벨에 표기될 수 있음. 달리 말해 비타민과 미네랄 함량이 식품 1회분 당 NRV의 최소 5% 이상이어야 함
- 비타민과 미네랄 표기 양식은 4개의 주요 영양소(에너지, 탄수화물, 단백질, 지방)의 경우와 같음. 100g 또는 100ml 당, 또는 제품이 1회분으로만 구성되어 있으면 1회분 당 미터법 단위로 표기되어야 함. 또한 라벨에 표기된 1회분 당 분량도 제공되어야 함
- 식품 라벨 상에 표시된 비타민과 미네랄은 100g 또는 100ml 당, 또는 제품이 라벨 상에 표기된 1회분 분량으로만 구성되어 있을 때는 1회분 당 NRV에 대한 비율로 표기될 수도 있음

비타민과 미네랄을 식품 라벨에 표시할 수 있는 경우는?

	100g 당	1회분 당 (50g) (a)	NRV	1회분 당 5% NRV (50g) (b)	영양소 표시 가능 여부	이유
비타민 A	100 µg	50 µg	800 µg	40 µg	가능	상당량 함유되어 있음 (a)>(b)
철분	4 mg	0.2 mg	14 mg	0.7 mg	불가	상당량 함유되어 있지 않음 (a)>(b)
콜린	0.3 µg	0.15 µg	NA	NA	불가	NRV에 열거되어 있지 않음

- 식이섬유는 100g 또는 100ml 당 그램 수로 표시하거나 제품이 1회분으로만 구성되어 있으면 제품 1개당 그램 수로 식품 라벨에 표시될 수 있음. 또한 라벨에 표기된 1회분 당 분량도 제공되어야 함
- 콜레스테롤은 100g 또는 100ml 당 밀리그램 수로 표시하거나 제품이 1회분으로만 구성되어 있으면 제품 1개당 밀리그램 수로 식품 라벨에 표시될 수 있음. 또한 라벨에 표기된 1회분 당 분량도 제공되어야 함
- 지방산의 분량이나 종류와 관련한 주장을 하는 경우에는 네 가지 종류의 지방산 모두 즉, 포화 지방산, 단일 불포화 지방산, 고도 불포화 지방산, 그리고 트랜스 지방산의 분량이 모두 다음 양식대로 표기되어야 함

지방	... g
단일 불포화 지방산	... g
고도 불포화 지방산	... g
포화 지방산	... g
트랜스 지방산	... g

예컨대 제품 내 도코사헥사엔산(DHA) 함량을 표시하는 경우에는 위 4 종류의 주요 지방산의 분량도 앞서 언급한 양식대로 표기되어야 함

- 선택적 영양소 표시의 예시를 아래에서 제시함
- 각 영양소에 대한 단위와 소수점의 사용은 위의 샘플에 있는 예를 따라야 함. 비타민에는 국제 단위(IN)가 사용되지 않음
- UI를 미터 단위로 변환할 필요가 있음
- 음식물의 습기 및 재 함유량은 영양소 정보판에 수록될 수 있음. 이 내용이 수록되면 이 요소들에 대해서 소수점 첫째 자리가 사용되어야 하며 기록 형식은 이러한 규정들에 규정된 내용을 따라야 한다

〈영양소 표기 및 주장에 대한 일반적 요건〉

영양 정보 ¹		
1회 분량: 200ml 제품 분량: 5회분		
	100ml 당	1회분 당 (200ml)
지방 ²	5.8 g	11.6 g
단일 불포화 지방산	2.1 g	4.2 g
고도 불포화 지방산	1.0 g	2.0 g
포화 지방산	2.4 g	4.8 g
트랜스 지방산	0.3 g	0.6 g
콜레스테롤	49 mg	98 mg
식이섬유	1.8 g	3.6 g
비타민 A	80 µg	160 µg
비타민 D	1.2 µg	2.4 µg
비타민 E	0.3 mg	0.6 mg
비타민 C	3.0 mg	6.0 mg
티아민	0.1 mg	0.2 mg
리보플래빈	0.6 mg	1.2 mg
나이아신	1.0 mg	2.0 mg
비타민 B6	0.1 mg	0.2 mg
엽산	22 µg	44 µg
비타민 B12	0.4 µg	0.8 µg
칼슘	270 mg	540 mg
나트륨	20 mg	40 mg
마그네슘	19 mg	38 mg
철분	1.5 mg	3.0 mg
아연	2.3 mg	4.6 mg
아이오딘	5 µg	10 µg

주: 1. 영양 라벨 권장 제목임

2. 지방은 필수 표기 영양소이며 9 페이지에서 다루었음

- 식품이 말레이시아에서 생산, 조리, 또는 포장되었다면 모든 글은 말레이시아어로 표기되어야 함. 식품이 수입되는 것일 경우 모든 글은 말레이시아어 또는 영어로 표기되어야 함. 어떤 경우에도 다른 언어로 번역한 것을 같이 표기하는 것은 허용됨
- 본 규제에 따른 영양소 표기 및 주장에 대한 모든 사항은 1985년 식품 규제 제 4장에서(9-18조) 정하고 있는 기존의 요건에 부합하여야 함
- 제품 표면적이 100cm² 이하인 소형 제품은 영양소 표기 대상에서 제외됨

라. 식품 수입절차

말레이시아 보건부에 따른 식품 수입 절차의 요약

(세부 사항에 대해서는 식품 안전 및 품질 관리부의 시행-수입 부서에 연락할 것을 권장함)
말레이시아 내로 식품을 수입하기 위해서 가장 중요한 절차는?

① 1 단계

식품 대리점/수입사들은 말레이시아 식품안전정보체계(Food Safety Information System - FoSIM)(<http://fsis2.moh.gov.my/fosimv2>)에 등록을 하여야 하며 이는 온라인상으로도 할 수 있음. 이 체계는 세관정보체계(SMK - Sistem Maklumat Kastam)와 연계가 가능하여 수입사, 대리점, 그리고 보건부 관계자들로 하여금 IT 기술을 활용하여 식품 수입 활동을 전산 상으로 관리할 수 있도록 해줌

더 자세한 사항에 대해서는 다음의 사람들에게 연락해 볼 것

Mrs. Huraizah Zakaria, 전화번호 +603-8883 3535, email: huraizah@moh.gov.my

Encik Mohamed Ameer b. Azeez; 전화번호: +603-8883 3599

Miss Noor Ain Md. Ali, 전화번호: +603-8883 3599, email: noorain.mdali@moh.gov.my

② 2 단계

모든 수입식품은 말레이시아의 1983년도 식품법과 1985년도 식품 규제를 준수하여야 함. 수입 전에 해당 규정들이 엄격히 준수되고 있음을 확인할 것을 권고함

③ 3 단계

수입 식품의 라벨 표시가 말레이시아의 1983년도 식품법과 1985년도 식품 규제를 준수하고 있음을 확인할 것. 식품 라벨에 대한 자문을 위해서는 다음 사람에게 연락할 것을 권함. Mrs. Nurul Hidayati binti Mohd. Nasir, 전화번호 +603-8883 3559, email: n_hidayati@moh.gov.my

④ 4 단계

특정 종류의 수입 식품은 건강 인증서/분석 확인서/면허/허가서가 필요할 수 있음. 자세한 사항에 대해서는 다음의 주소로 식품안전 및 품질관리부서의 웹사이트를 참조 : <http://fsq.moh.gov.my>

다른 수입 식품 요건에 대해서 농업 및 농업 기반 산업부(<http://www.moa.gov.my>)와 같은 유관 기관도 참조할 것을 권장함

⑤ 5 단계

더 설명이 필요할 경우에는 FSQD의 시행(수입) 부서의 직원에게 연락해볼 것을 권함. [해당 부서의 직원을 찾으려면 FSQD 웹사이트의 직원 목록 확인]

주 : 말레이시아 보건 복지부에 따르면 수입 식품에 대해 수입 면허가 필요하지는 않음. 그러나 특정 식품들은 수입을 위해 건강 인증서, 분석 증명서, 면허, 그리고 특별 허가서가 필요한 경우가 있음. 이 문제에 대한 더 자세한 정보를 찾으려면 아래 주소를 참조할 것.

http://fsq.moh.gov.my/uploads/Information_Agent_Importer.pdf. (아래 내용 참조)

- 식품안전 및 품질 관리부(Food Safety and Quality Division-FSQD)는 말레이시아 국민들의 식품의 안전성을 보장하기 위해 특정한 식품의 수입에 대해서는 다음과 같은 구체적인 요건을 부과하고 있음

1) 건강 인증서(Health Certificate-HC)

- a) 말레이시아로 수입되는 가수분해 채소 단백질(Acid-hydrolyzed vegetable protein/HVP)과 HVP 함유 식품은 수출 국가의 권한 있는 기관에서 발행한 HC를 획득하여야 함. 그러나 HC 상에 해당 식품 내의 3-monochloropropane-1,2-diol (3-MCPD) 함량이 표기되어 있어야 함

- b) 말레이시아로 수출되는 육류, 식용 육류 내장, 닭고기, 식용 닭 내장, 새우, 보리새우, 게, 그리고 가재는 수출 국가의 권한 있는 기관에서 발행한 HC를 획득하여야 함

위 언급한 말레이시아로 수출되는 제품으로 이루어진 모든 탁송물이나 배송품에 대해 다음의 금지된 수의학적 약물 잔량 분석이 이루어져야 하고 그 결과가 HC 상에 표기되어야 함

- i) 육류와 식용 육류 내장의 경우 β 차단제와 그의 염
- ii) 닭고기와 식용 닭고기 내장의 경우 니트로푸란과 그의 대사 산물
- iii) 새우, 보리새우, 게, 그리고 가재의 경우 클로람페니콜
- iv) 위에서 언급한 모든 제품에 대해 앞서 언급한 모든 금지된 수의학적 약물

분석 방법과 검출 한계(limit of detection-LOD) 수위도 HC에 표기되어야 함. 완전한 HC 양식과 앞서 언급한 제품 중 HC를 필요로 하는 식품군 목록은 FSQD 웹사이트에서 구할 수 있음

수의 서비스국(Department of Veterinary Services-DVS)에서 수입 육류 및 닭고기에 대해 요구하는 수의학적 건강 인증서(Veterinary Health Certificate-VHC)는 주어진 양식에서 요구하는 신고 내용 기타 관련 정보가 표기되어 있는 경우에는 HC를 대체할 수 있음

2) 건강 인증서(Health Certificate-HC) 및 분석 증명서(Certificate of Analysis-COA)

- a) 말레이시아로 수입되는 땅콩 버터에 대해서는 수출 국가의 권한 있는 기관의 HC가 발행되어야 하며 COA는 수출 국가의 권한 있는 기관의 승인을 받은 연구소에서 발행할 수 있음
- b) 말레이시아로 수입되는 꿀에 대해서는 HC와 COA(클로람페니콜 등 수의학적 약물의 허용 한도 초과 여부 검사)를 획득하여야 함. HC는 수출 국가의 권한 있는 기관이 발행하여야 하며 COA는 수출 국가의 권한 있는 기관의 승인을 받은 연구소에서 발행할 수 있음

- c) 말레이시아로 수입되는 땅콩에 대해서는 HC와 COA(아플라톡신 검사)를 획득하여야 함. HC는 수출 국가의 권한 있는 기관이 발행하여야 하며 COA는 수출 국가의 권한 있는 기관의 승인을 받은 연구소에서 발행할 수 있음

3) 분석 증명서(Certificate of Analysis-COA)

- a) 말레이시아로 수입되는 특정 종류의 치즈에 대해서는 수출 국가의 권한 있는 기관이 인증한 연구소가 발행한 COA(*Listeria monocytogenes* 검사)를 획득하여야 함

수입 치즈에 대한 COA 요건은 다음과 같음

- i) 말레이시아로 수입되는 저온 살균되지 않은 우유로 만든 모든 치즈에는 COA(*Listeria monocytogenes*)가 동반되어야 함(특별 경질 치즈, 경질 치즈, 그리고 연질 치즈 포함)
 - ii) 말레이시아로 수입되는 모든 연질/반연질 치즈(저온 살균 우유 사용 여부 불문)에는 COA(*Listeria monocytogenes*)가 동반되어야 함
 - iii) 모든 가공 치즈(저온 살균 우유 사용 여부 불문)는 이러한 COA 획득 의무에서 면제됨. 그러나 치즈는 동물성 제품의 범주에 들어가기 때문에 DVS가 요구하는 VHC는 여전히 필요함
- b) 말레이시아로 수입되는 해초와 해초 기반의 제품들에 대해서는 수출 국가의 권한 있는 기관이 인증한 연구소가 발행한 COA(무기 비소 검사)를 획득하여야 함

4) 면허

- a) 말레이시아의 1985년 식품 규제에 따라 허용되는 사카린, 나트륨 사카린, 그리고 아세설팜칼륨과 같은 비(非)영양성 감미료에 대해서는 수입에 앞서 다음과 같이 면허를 획득하여야 함
 - i) 비영양성 감미료를 수입하고 판매를 위한 식품 조리 시에 사용하는 것을 허가하는 면허
 - ii) 비영양성 감미료를 수입하고 판매하는 것을 허용하는 면허

- b) 천연 광천수와 포장된 생수에 대해서는 수입에 앞서 수원에 대한 면허를 다음과 같이 획득하여야 함
- i) 모든 수원으로부터 무역 및 사업 목적으로 천연 광천수를 취득하는 데 필요한 면허
 - ii) 모든 수원으로부터 무역 및 사업 목적으로 음용수를 취득하는 데 필요한 면허

수시로 새로운 요건들이 업데이트 될 수 있으므로 대리점/수입사들은 최신 개정 사항/변동 사항을 확인하기 위해 웹사이트를 방문할 것을 권장함. 더 자세한 사항을 원하면 말레이시아 식품안전정보(FoSIM) 체계의 웹사이트 게시판(<http://fsis2.moh.gov.my/fosimv2>)을 확인할 것(회원 전용). 식품 수입 요건에 대한 변동 사항과 최신 정보는 FoSIM 웹사이트를 통해 수시로 공개될 것임. 앞서 언급한 요건이 준수되지 않을 경우 해당 수입품은 FoSIM 5 등급으로 분류되어 “보류, 검사, 배출(Hold, Test and Release-HTR)” 정책 적용 대상이 될 것임

6. 한국식품 유통 및 수출유망 품목

가. 주요 수입/유통 품목	103
나. 유통 경로	104
다. 경쟁력	104
라. 수출확대 가능품목	105

6_ 한국식품 유통 및 수출유망 품목^{주)}

가. 주요 수입/유통 품목

- 식품 및 음료는 말레이시아 사람들에게 한국에 대해 알릴 수 있는 주요 계기가 되는 역할을 하였음
- 최근에는 말레이시아 내 한국 식품 및 음료의 시장 점유율이 점차 증가하고 있음
- 다음은 말레이시아에서 인기를 끌고 있는 몇몇 제품임



농심 사발면



Koala's March 초코 과자



롯데 자일리톨 껌



팔도 비빔면



한국 산 포도



참외

주) KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

나. 유통 경로

- 말레이시아 내 한국 식품은 주로 수입사와 배급 업자가 한국 제조사로부터 수입하고 있음
- 이 제품들은 주로 Tesco, Giant, Carrefour 같은 하이퍼마켓, Jusco나 Isetan 같은 슈퍼마켓, 그리고 7-Eleven 같은 편의점 등 세계적인 소매업자들에게 유통됨
- 대부분의 가공 식품은 해상으로 수입되나 급박한 수화물은 항공편으로 수송됨. 가공 식품은 주로 국립 항구인 Pot Klang을 통해 들어옴
- 다른 항구는 페낭, 쿠안탄, 그리고 파시르 구당에 위치해 있음
- 말레이시아 동부의 주요 항구는 Kuching과 Kota Kinabalu임
- 말레이시아 국제공항인 쿠알라룸푸르 국제공항은 쿠알라룸푸르에서 약 60 킬로미터 떨어진 세팡에 위치해 있음

다. 경쟁력

- 말레이시아의 포장 식품 산업은 많은 제조사들이 TV 광고에서 매장 내 홍보 행사에 이르기까지 공격적인 마케팅 활동을 진행하면서 점점 경쟁이 심화되고 있음
- 또한 이웃하는 동남아 국가들로부터 수입한 제품들도 많아지고 있음
- 도시화의 진행도 소비자들의 생활 양상과 취향을 변화시켜 새로운 혁신적 제품에 대한 인식이 점점 개방되고 있음. 이는 도시 지역의 각종 포장 식품에 대한 접근성이 더 높고 도시 주민들이 시골 주민에 비해 돈을 지출할 의향이 더 크기 때문임
- 2009년에 말레이시아의 건조, 냉장, 냉동 가공 식품 시장은 전체적으로 성장하였음
- 대부분의 가공 식품 분야에서는 말레이시아의 시장이 이미 성숙된 단계에 접어들어 높은 판매고 증가율을 달성하기는 어려움

- 한국 식품 및 음료는 최근에 말레이시아에서 점차 시장 점유율을 높여가고 있음
- 말레이시아 시장에서 가장 유명하고 잘 팔리는 제품 중 하나는 바로 농심 신라면임
- 현지의 한국 제품에 대한 수요는 평균 정도에 그치기 때문에 현지 시장에서 한국 제품 획득 경쟁은 심하지 않음
- 그러나 광고, 식품 행사, 그리고 전시회 같은 홍보 활동이 더 많아지면 수요도 높아질 것으로 예상됨
- 말레이시아에서 팔리고 있는 한국 식품 및 음료는 아직 많지 않으므로 성장 가능성은 꽤 높은 것으로 보임
- 이러한 식품 및 음료는 현재 주요 도심지에서만 판매되고 있기 때문에 앞으로는 전국적으로 널리 제공되어야 할 것임
- 시장 내 한국 식품이 겪고 있는 가장 큰 문제점은 쿠알라룸푸르 같은 도심지에 거주하는 이들 이외의 말레이시아 사람들은 한국 제품에 그다지 노출되고 있지 못하다는 것임

라. 수출확대 가능품목

- 말레이시아 가공 식품 산업의 주된 기회로는 다음과 같은 것이 있음
 - 밀가루 기반 제품 : 파스타, 라면, 비스킷, 프레믹스, 냉동 페이스트리, 그리고 초콜릿 과자류 등
 - 말레이시아의 전통적인 주식이며, 최근 제과점이 우후죽순처럼 생겨나고 있으며 빵 소비 트렌드가 점점 더 인기를 끌고 있음
 - 편의식품 : 아침 시리얼, 뮤즐리, 그리고 으깬 귀리 등 곡물기반 제품
 - 말레이시아의 현대적인 생활방식에 부응하여 편의성과 신속하고 간편한 준비가 가능한 상품들
 - 건강식품 : 순 과일주스, 오렌지 주스 농축액, 냉동 야채, 식용 견과류, 과일 통조림

- 심장질환, 암, 당뇨 등의 증가로 인해 말레이시아인들 사이에 건강에 대한 인식 확산
- 조미료, 양념, 소스
 - 더욱더 많은 이들이 외식을 자제하고 대신 집에서 요리하는 것을 선호하고 있으며, 요리할 때 다양한 조미료, 양념 등에 대한 선택폭이 넓어짐
- 과일 롤과 요거트 바 같은 영양 간식
- 건강식품 및 바(bar)
 - 말레이시아에서 건강한 라이프스타일에 대한 인식 증가
- 할랄 가공육류 : 콘비프(corned beef), 소시지, 분말 및 향미료 등 육류 파생물
 - 말레이시아에서 절반 이상의 인구를 차지하는 인종은 말레이족으로 이들은 할랄 식품만 소비할 수 있음. 비 말레이족도 할랄식품을 소비할 수 있기 때문에 이 부문에 대한 시장은 매우 큼
- 식품 재료 : 식품 제조업 분야에 필요한 조미료와 재료의 수입
 - 말레이시아에는 현재 많은 제조업체가 있으며 따라서 식품 재료의 공급에 대한 잠재 수요가 있음

7. 한국식품 수출확대 및 진출방안

가. SWOT 분석 109

나. 시장 진입을 위한 제안 109

7_ 한국식품 수출확대 및 진출방안^{주)}

가. SWOT 분석

강점 (S)	약점 (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● 품질이 높은 식품 ● 현지 음식에 비해 독특한 맛 ● 현지의 풍미와 차별화 됨 	<ul style="list-style-type: none"> ● 가격 면에서 비쌌 ● 한국 식품에 대한 말레이시아 사람들의 노출 정도는 낮은 편 ● 널리 제공되지 않음; 주요 슈퍼/하이퍼 마켓에 만 비치됨 ● 한국 식품에 대한 광고/식품행사는 적음
기회 (O)	위협 (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● 아직 현지 시장에 한국 식품이 많지 않음 ● 한류가 말레이시아에서 인기를 얻고 있음 ● AKFTA에 따른 낮은 수입 관세 	<ul style="list-style-type: none"> ● 현지 식품 제조사와의 경쟁 ● 현지 식품 가격이 더 낮음

나. 시장 진입을 위한 제안

■ 시장 전략

- 제품 출시를 홍보하고 브랜드 구축을 확실히 하기 위해 Above-the-Line 및 Below-the-Line 홍보가 매우 중요함

- ※ • Above the Line(ATL) : 4대 매체광고 즉, 매스미디어(TV, 라디오, 신문, 잡지), CATV, 위성TV, 인터넷, 옥외미디어 등을 중심으로 이루어지는 광고업무
- Below the Line(BTL) : 마케팅에서 직접적인 관측물 또는 가치확대 활동인 전시, 이벤트, 스포츠 스폰서쉽, PR, DM 등의 직접적인 활동

주) KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

- 해당 식품이 섭취하기에 안전하고 항상 신선하다는 “신뢰하고 믿을만한” 제품 이미지를 구축해야 함
- 광고와 홍보 예산이 더 적은 경우 공급자들은 매장 내 홍보 행사와 시식을 통해 구매를 권장하는 다른 홍보 방안도 고려해야 할 것임
- 포장 상태는 견고하고 강해서 바구미 침입으로부터 제품을 보호하고(특히 건포도와 같은 제품의 경우) 말레이시아의 높은 습도로 인한 부식을 방지할 수 있어야 함(과일, 생선, 야채 통조림)
- 중산층에 속하는 더 많은 이들의 구매를 유도하기 위해 더 작은 크기의 제품을 판매하여야 함(가족용 대신)
- 기업 구매자들에게는 케이터링 패키지를 권장하는 것이 좋을 것임

■ 시장진입/수출확대 전략

- 말레이시아의 가공 식품 시장 대부분은 현지 수입 대리점과 배급 업자가 관리하고 있음
- 가공 식품의 종류와 목표 시장이 대중인지 특새시장인지에 따라 마케팅과 유통 활동을 할 시에 다국적 판매소와 중간 규모의 무역 회사 중에서 선택할 수 있음
- 대부분의 현지 배급 업자들은 독점적 배급 계약에 따라 배급을 하고자 할 것임
- 국제적 식품 혼재업자들은 독점 공급 방식 또는 말레이시아 현지 배급 업자를 통해 건조식품을 공급하는 방안을 모색해보기 위해 국제적 소매 체인점 업자를 타진해 볼 수 있을 것임
- 최근에 다국적 하이퍼/슈퍼마켓들이 많이 사용하는 방법은 해외에서 생산된 제품을 자신들의 저가 자체 브랜드로 판매하는 방법임
- 확립된 자체 브랜드를 가지고 있는 몇몇 대형 식품 가공업자들은 자사의 유통 경로를 통해 배급되는 제품의 범위를 넓히기 위해 다른 브랜드의 제품을 수입할 수도 있음

- 역 계약 제조 방법을 사용하여 후르츠 칵테일 통조림과 같은 특정 대량 판매 제품은 말레이시아 현지 브랜드의 이름으로 한국에서 제조되어 해당 브랜드 소유 회사의 정상적인 경로를 통해 유통되는 방안도 있음
- 공급 경로를 통한 시장 진입 효과를 최대화하기 위해서는 제품의 유통 기한이 최소 14-18개월에 달해 반환되는 재고를 줄여야 할 것임
- 이슬람 인구가 많다는 것을 감안하여 제조사들은 동물성 지방과 같은 비(非) 할랄 (이슬람 계율에 따라 허용되지 않는) 재료의 사용을 자제해야 할 것임. 그러한 재료를 사용할 경우 전체 인구의 약 66%가 잠재적 소비자층에서 제외되게 될 것임

8. 기 타

가. 주요기관 연락처 115

나. 잠재적 구매자 목록 116

8_ 기 타^{주)}

가. 주요기관 연락처

- 말레이시아 요리사 협회(Chefs Association of Malaysia)
- www.malaysiachefs.com
- 말레이시아 농업연구 및 개발 기관(Malaysian Agricultural Research and Development Institute) - www.mardi.my
- 말레이시아 식품 및 음료 경영자 협회(Malaysian Food and Beverage Executives Association) - www.mfbea.com.my
- 말레이시아 수의서비스국(Department of Veterinary Services Malaysia)
- www.dvs.gov.my
- 말레이시아 영양 협회(Nutrition Society Malaysia)
- www.nutriweb.org.my
- 말레이시아 항공 물류 협회(Airfreight Forwarders Association of Malaysia)
- www.afam.org.my
- 말레이시아 통계청(Department of Statistics Malaysia)
- www.statistics.gov.my
- 1983 식품법(Food Act 1983)
- 1985 식품 규제(Food Regulations 1985)
- 농업 및 농업기반 산업부(Ministry of Agriculture and Agro-based Industry) -
<http://www.moa.gov.my>
- 보건부 식품 품질관리부(Ministry of Health, Food Quality Control Division) -
<http://fsq.moh.gov.my>

주) KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

- 말레이시아 왕립 세관 및 소비세 부서(Royal Customs and Excise Department Malaysia) - www.customs.gov.my
- 말레이시아 식품안전정보체계 게시판(Bulletin Board of the Food Safety Information System of Malaysia-FoSIM)
- (<http://fsis2.moh.gov.my/fosimv2>)

나. 잠재적 구매자 목록

■ KMT Trading Sdn. Bhd.

주소	Lot 46, Jalan 6/2, Kawasan Perindustrian Seri Kembangan, 43300 Seri Kembangan, Selangor, Malaysia.
전화번호	+603-8948 8002
팩스번호	+603-8948 9002
담당자	Mr. Matthew Lee (관리 이사)
E-mail	info@kmtfnb.com.my
홈페이지	http://kmtfnb.com.my
<ul style="list-style-type: none"> ● KMT Trading Sdn Bhd은 “Korea Malaysia Trade”로도 알려져 있으며 주로 한국으로부터 식품 및 음료를 수입하는 활동을 함 ● Mr. Matthew Lee는 말레이시아 사람들이 일상 중에 건강한 음식을 섭취하는 것을 중시하기 때문에 한국 식품이 말레이시아에서 성공할 수 있다고 믿고 있음 ● 이 회사는 농심 신라면 등 한국의 가장 유명하고 잘 팔리는 제품을 취급하면서 사업을 개시 하였으나 현재는 다른 유명 인스턴트 국수, 간식, 비스킷, 해초, 음료, 김치, 아이스크림 등으로 영역을 확장하였음 	

■ Grow Well Manufacturing Sdn. Bhd.

주소	PT31116, Jalan Rawang, Taman Selayang Baru, 68100 Batu Caves, Selangor, Malaysia.
전화번호	+603-6136 9820/ +6012-3020 198
팩스번호	+603-6120 4728
담당자	Mr. Andy Tan
E-mail	N/A
홈페이지	http://www.growwell.my
<p>● Grow Well은 스낵류의 제조와 한국의 고급 해초(김/파래)와 건강한 천연 간식 식품의 수입 및 수출을 전문으로 하는 도매 기업으로 설립되었음. 또한 말레이시아 내에서 판매하기 위해 제품을 재가공하고 재포장하는 일도 하고 있음</p>	

■ Euro-Atlantic Sdn. Bhd.

주소	Lot 341, Jalan Pinggiran Dua, Pinggiran Ukay, Ulu Klang, 68000 Ampang, Kuala Lumpur, Malaysia.
전화번호	+603-4251 8482
팩스번호	+603-4260 4102
담당자	Ms. Jasmine
E-mail	jasmine@euro-atlantic.com.my
홈페이지	http://www.euro-atlantic.com.my
<p>● 당사는 다양한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 소매상, 호텔, 그리고 레스토랑을 대상으로 과일과 야채를 공급하고 있음</p>	

■ Chop Tong Guan Sdn. Bhd.

주소	No. 805, Lorong Perindustrian Bukit Minyak II, 14000 Bukit Mertajam, Penang, Malaysia.
전화번호	+604-508 5044
팩스번호	+604-508 0890
담당자	Ms. Jolene Ng
E-mail	jolene@ctg.com.my
홈페이지	http://www.tongguan.com.my
<p>● 당사는 70년 이상 말레이시아의 주요 신선 과일과 야채 수입 및 배급 업자로 활동하여 왔음</p>	

■ Modern Fresh Produce Sdn. Bhd.

주소	9/9, Jalan Industri Batu 3, Jalan Gambang, 25150 Kuantan, Pahang, Malaysia.
전화번호	+609-513 2334
팩스번호	+609-517 9734
담당자	Ms. Cherry
E-mail	modernfp@streamyx.com
홈페이지	N/A
<p>● 당사는 호주, 한국, 미국, 뉴질랜드, 그리고 남아공 등 다양한 나라에서 과일과 야채를 수입하고 있음</p>	

■ Ebony Wonder Sdn, Bhd.

주소	Wisma UOA II, Suite 9-13, 9th Floor, Jalan Pinang, 50450 Kuala Lumpur, Malaysia
전화번호	+603-2166 8785/ 86
팩스번호	+603-2166 3885/ 2166 6858
담당자	Ms. Sharlini
E-mail	sales1@ebonywonder.com.my/ sales1@ebonywonder.com
홈페이지	http://www.ebonywonder.com
<p>● 당사는 신선한 열대 과일, 야채, 향신료, 해초 등의 주요 도매상임</p>	

■ Ebony Wonder Sdn, Bhd.

주소	No. 1, Jalan Mutiara Emas 6/3, Mount Austin Industrial Park, 81100 Johor Bahru, Johor, Malaysia.
전화번호	+607-3555 553
팩스번호	+607-355 4928
담당자	Mr. Michael Yeo (Managing Director)
E-mail	salesjb@cimei.com.my
홈페이지	http://www.ciwei.com.my
<p>● 이 회사가 취급하는 제품으로는 아몬드, 견과류, 건조 과일, 파우더와 제과 재료, 체리와 과일 통조림, 초콜릿 킴파운드/커버추어/분말, 버터, 마가린, 기타 제과 관련 제품 등이 있음</p>	

틈새시장 개척을 위한 이머징마켓 진출여건

|| 말레이시아편 ||

발행처 : 농수산물유통공사

발행일 : 2010년 12월

주 소 : 서울시 서초구 양재동 232 aT센터

조사참여 : Business Monitor International

- Malaysia Agribusiness Report Q4 2010
- Malaysia & Drink Report Q4 2010
- Malaysia Retail Report Q4 2010

KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

총괄 - 식품수출정보팀(오세원 차장)

문의처 : 농수산물유통공사 식품수출정보팀

02) 6300-1393

본 자료는 KATI(www.kati.net) > 무역정보 > 발간책자를 통해서도 보실 수 있습니다.

※ 우리 공사는 임직원에게 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 「24시간 부정비리 신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」을 개설 하였습니다. 신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.