

2019 년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1911-14
- 품목 : 소프트드링크 (Soft Drink)
- 국가 : 말레이시아 (Malaysia)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 선정	6
2. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 말레이시아 소프트드링크 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	25
1. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 포지셔닝	26
2. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 현황	28
3. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 분석	30

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	37
Interview ① 우즈매크로바이오틱스(Woods Macrobiotics)	38
Interview ② 비엠에스오가닉스(BMS Organics)	40
Interview ③ 레이디언트홀푸드(Radiant Whole Food)	42
Interview ④ 에이피이엑스파머시(APEX Pharmacy)	44
Interview ⑤ 시그니처마켓(Signature Market)	46

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	49
1. 제품 경쟁력 검증	50
2. 기업 마케팅 벤치마킹	54

*참고문헌	56
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 선정
2. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 조사지표 선정
3. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 포지셔닝
4. 말레이시아 소프트드링크 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)

말레이시아 (MALAYSIA) 소프트드링크 방문 매장 선정

방문 매장 선정
· 후보 : 품목별 방문 매장
· 선택 : 조사 희망 매장

구분	음료/주류	신선식품	기능성	전통식품	가공식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	한인마트	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	영유아 매장	
	편의점				아시안마트		

말레이시아 (MALAYSIA) 소프트드링크 매장 조사

	서울마트(Seoul Mart) (한인마트)	김스마트(KIM'S MART) (한인마트)	케이마켓(K Market) (한인마트)
AR전경			
조사 제품	1개	4개	2개

- | | | | |
|-------|--|--|--|
| 매장 특징 | <ul style="list-style-type: none"> 2006년에 오픈한 한인마트로, 히타마스 지역에 위치함 말레이시아 내 매장 수는 한 개지만, 현지 업체와 한인 식당에 제품을 공급함 거의 모든 종류의 한국 제품 취급 | <ul style="list-style-type: none"> 한국인이 주로 거주하는 몬키아라 솔라리스 지역에 위치한 한인마트 다양한 품목의 한국 제품을 취급함 한국산 제품을 직접 수입 유통함 | <ul style="list-style-type: none"> 한국 식품의 수입·유통 기업인 KMT Jaya의 소매 유통 채널 2014년에 매장을 오픈했으며, 주로 한국 식품을 취급함 |
|-------|--|--|--|

	콜드스토리지(Cold Storage) (슈퍼마켓)	이온(Aeon) (슈퍼마켓)
전경		
조사 제품	2개	6개

- | | | |
|-------|---|--|
| 매장 특징 | <ul style="list-style-type: none"> 1963년에 설립된 말레이시아의 식품 유통 채널 중저가 제품부터 고급 수입품까지, 현지 제품 및 수입 제품을 다양하게 취급함 말레이시아 내 14개 아울렛 매장을 운영함 방문 매장은 국제 무역센터 근처에 위치한 매장으로, 관광객과 현지인의 접근성이 높음 | <ul style="list-style-type: none"> 1984년에 설립된 일본의 슈퍼마켓 브랜드 말레이시아 내에서는 시외곽 거주지역에 위치하며, 주 고객층은 중위 소득층임 방문 매장은 중국인이 주로 거주하는 커봉 지역의 쇼핑몰인 메트로 프리마에 위치함 |
|-------|---|--|

Competitive Product

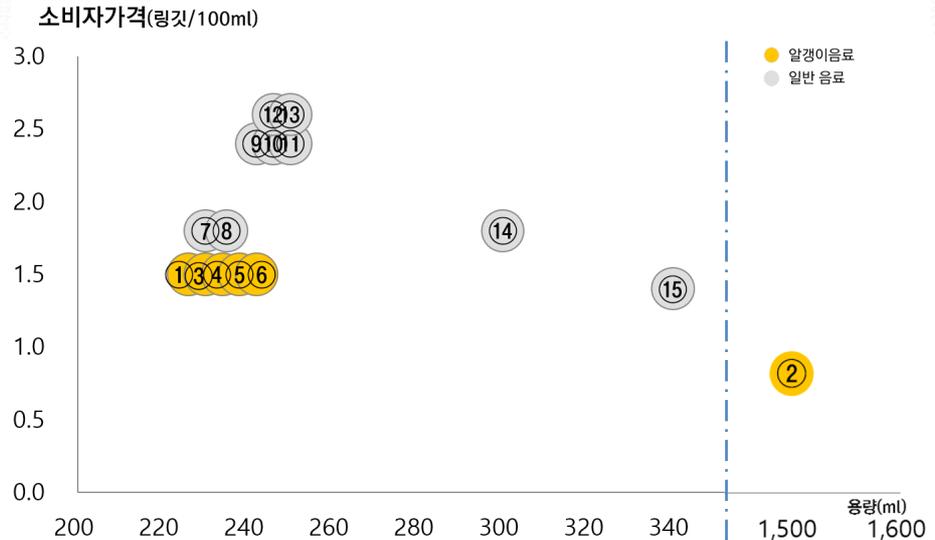
(경쟁제품)

말레이시아 (MALAYSIA) 소프트드링크 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 경쟁제품 소비자가격
· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 용량
· Y축 : 소비자가격
(100ml당 링깃)



말레이시아 (MALAYSIA) 소프트드링크 경쟁제품 분석

제품 종류 ^①	경쟁제품(경쟁기업)	가격 (총합) ¹⁾	가격 (100ml당)	용량 (ml)	포장 유형	인증	조사매장 유형
알갱이음료	① 비락식혜 (B사)	3.6링깃 (1,025원)	1.5링깃 (427원)	238	알루미늄 캔	-	한인마트
	② 알로에주스 (C사)	12.4링깃 (3,530원)	0.8링깃 (228원)	1,500	플라스틱 병	할랄 인증	슈퍼마켓
	③ 복숭아 속살 (F사)	3.5링깃 (996원)	1.5링깃 (427원)	238	알루미늄 캔	-	한인마트
	④ 싹싹 오렌지 (C사)	3.5링깃 (996원)	1.5링깃 (427원)	238	알루미늄 캔	-	한인마트
	⑤ 포도 봉봉 (G사)	3.5링깃 (996원)	1.5링깃 (427원)	238	알루미늄 캔	-	한인마트
	⑥ 갈아만든 배 (G사)	3.5링깃 (996원)	1.5링깃 (427원)	238	알루미늄 캔	-	한인마트
일반주스	⑦ 뽀로로 딸기맛 (B사)	4.2링깃 (1,196원)	1.8링깃 (512원)	235	플라스틱 병	-	슈퍼마켓
	⑧ 뽀로로 열대과일맛 (B사)	4.2링깃 (1,196원)	1.8링깃 (512원)	235	플라스틱 병	-	슈퍼마켓
	⑨ 테이크 얼라이브 스위트자몽 (D사)	5.9링깃 (1,680원)	2.4링깃 (683원)	250	플라스틱 컵	HACCP	슈퍼마켓
	⑩ 테이크 얼라이브 블러드오렌지 (D사)	5.9링깃 (1,680원)	2.4링깃 (683원)	250	플라스틱 컵	HACCP	슈퍼마켓
	⑪ 테이크 얼라이브 망고 (D사)	5.9링깃 (1,680원)	2.4링깃 (683원)	250	플라스틱 컵	HACCP	슈퍼마켓
	⑫ 사과에이드 (E사)	6.5링깃 (1,851원)	2.6링깃 (740원)	250	플라스틱 컵	-	슈퍼마켓
	⑬ 금귤&감귤 에이드 (E사)	6.5링깃 (1,851원)	2.6링깃 (740원)	250	플라스틱 컵	-	슈퍼마켓
	⑭ 딸기라떼 (C사)	5.4링깃 (1,537원)	1.8링깃 (512원)	300	플라스틱 병	-	한인마트
	⑮ 요거뽀뽀사과 (H사)	4.9링깃 (1,395원)	1.4링깃 (399원)	340	플라스틱 병	-	한인마트

(*) 현지 판매 소프트드링크 경쟁제품 15개 분석

1) 1링깃= 284.71원(2020.01.08.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 원산지를 기준으로 선정한 제품

- 한국에서 수입된 소프트드링크 제품을 경쟁제품으로 선정

▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 5개 채널 : 서울마트(Seoul mart), 김스마트(Kim's mart), 케이마켓(K market), 콜드스토리지(Cold Storage), 이온(AEON)

[표 1.1] 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 종류		유형별 매장 입점 여부	
	알갱이음료	일반 음료	오프라인	온라인
① 비락식혜 (B사)	○ (맵쌀)		○ (서울마트)	○ (샤피)
② 알로에주스 (C사)	○ (알로에 겔 베라)		○ (이온)	○ (샤피)
③ 복숭아 속살 (F사)	○ (복숭아 퓨레)		○ (김스마트)	○ (샤피)
④ 썩썩 오렌지 (C사)	○ (코코넛젤리)		○ (김스마트)	○ (샤피)
⑤ 포도 봉봉 (G사)	○ (포도과립)		○ (김스마트)	○ (샤피)
⑥ 갈아만든 배 (G사)	○ (배퓨레)		○ (김스마트)	○ (샤피)
⑦ 뿌로로 딸기맛 (B사)		○	○ (콜드스토리지)	○ (샤피)
⑧ 뿌로로 열대과일맛 (B사)		○	○ (콜드스토리지)	○ (샤피)
⑨ 테이크 얼라이브 스위트자몽 (D사)		○	○ (이온)	-
⑩ 테이크 얼라이브 블러드오렌지 (D사)		○	○ (이온)	-
⑪ 테이크 얼라이브 망고 (D사)		○	○ (이온)	-
⑫ 사과에이드 (E사)		○	○ (이온)	-
⑬ 금귤&감귤 에이드 (E사)		○	○ (이온)	-
⑭ 딸기라떼 (C사)		○	○ (케이마켓)	○ (샤피)
⑮ 요거뽀뽀사과 (H사)		○	○ (케이마켓)	-

(*) 현지 판매 소프트드링크 경쟁제품 15개 분석

2. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 100ml당 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 용량(ml)

- 경쟁제품의 용량

▶ 조사 지표 ③ 종류

- 씹히는 식감의 혼합 재료의 포함 여부에 따른 경쟁제품의 종류
 - 알갱이음료 : 과일, 젤리, 식혜의 밥알, 푸레 등의 첨가물이 혼합되어
마실 때 씹히는 식감이 있는 음료 제품
 - 일반 음료 : 씹히는 식감의 혼합물이 없는 일반 음료 제품을 모두 포함함

▶ 조사 지표 ④ 포장 유형

- 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질을 조사
 - 알루미늄 캔: 알루미늄 소재의 캔 용기에 내용물이 들어있는 포장
 - 플라스틱 병: 플라스틱 소재의 병에 내용물이 들어있는 포장
 - 플라스틱 컵: 플라스틱 소재의 컵에 내용물이 들어있는 포장

▶ 조사 지표 ⑤ 주요 원료 및 첨가물

- 소프트드링크 경쟁제품을 만들 때 사용된 원료 및 첨가물

▶ 조사 지표 ⑥ 인증 여부

- 소프트드링크 경쟁제품의 포장에 표시된 인증 정보
 - 할랄 인증 : 무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증마크
 - HACCP(식품안전관리 인증) : 전세계에서 인정하는 식품 안전 관리 체계로, 과학적인 위생관리체계를 갖춘 식품에 부여되는 인증마크

[표 1.2] 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml 당 가격	제품의 100ml당 가격
용량	용량(ml)	제품의 용량
제품 종류	알갱이음료	씹히는 식감의 첨가물(과립, 젤리 등)이 혼합된 음료
	일반 음료	씹히는 식감의 재료가 없는 일반 음료
포장 형태	알루미늄 캔	알루미늄 소재의 캔 용기
	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병 용기
	플라스틱 컵	플라스틱 소재의 컵 용기
주요 원료 및 첨가물	원료 및 첨가물	제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물
인증	할랄 인증	이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
	HACCP	식품안전관리 인증

3. 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 비락식혜 (B사)
- ② 알로에주스 (C사)
- ③ 복숭아 속살 (F사)
- ④ 싹싹 오렌지 (C사)
- ⑤ 포도 봉봉 (G사)
- ⑥ 갈아만든 배 (G사)
- ⑦ 뽀로로 딸기맛 (B사)
- ⑧ 뽀로로 열대과일맛 (B사)
- ⑨ 테이크 얼라이브 스위트자몽 (D사)
- ⑩ 테이크 얼라이브 블러드오렌지 (D사)
- ⑪ 테이크 얼라이브 망고 (D사)
- ⑫ 사과에이드 (E사)
- ⑬ 금귤&감귤 에이드 (E사)
- ⑭ 딸기라떼 (C사)
- ⑮ 요거뽀뽀사과 (H사)

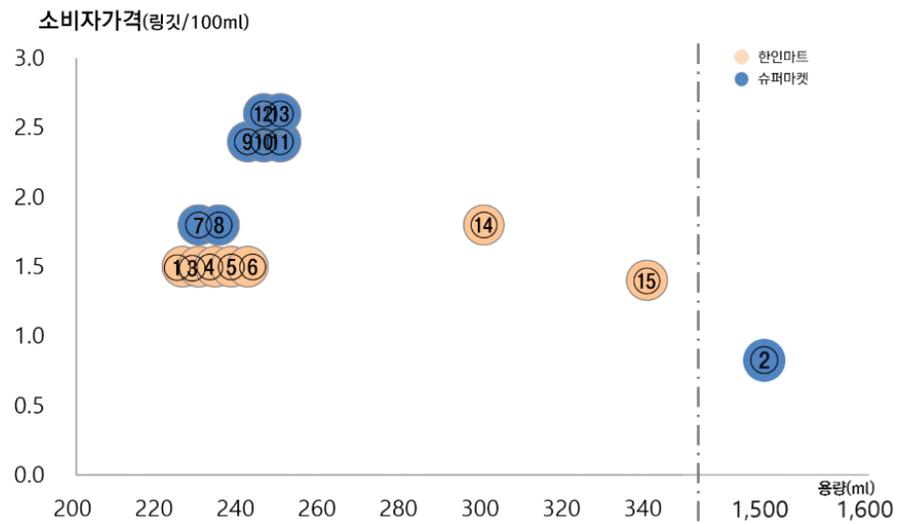
▶ 포지셔닝 ①: 알갱이음료의 평균 가격이 일반음료보다 낮은 편

말레이시아 오프라인 매장에서 조사된 소프트드링크 경쟁제품 15개는 씹히는 재료의 혼합 여부에 따라 알갱이음료와 일반음료로 구분함. 알갱이음료는 과립, 젤리, 푸레 등의 첨가물이 혼합된 음료 제품으로, 총 6개임. 평균 가격은 5링깃(1,424원), 평균 용량은 448ml이며 100ml당 평균 가격은 1.4링깃(399원)임. 그 외 씹히는 첨가물이 혼합되지 않은 일반 음료 제품은 총 9개이며, 평균 가격은 5.5링깃(1,566원)임. 평균 용량은 262ml로 알갱이음료보다 적었으며, 100ml당 평균 가격은 2.1링깃(598원)으로 알갱이음료보다 높음

▶ 포지셔닝 ②: 대형마트 제품의 평균 가격이 한인마트보다 0.6링깃 높은 편

말레이시아 오프라인 매장에서 조사된 소프트드링크 경쟁제품 15개는 조사 매장의 유형을 기준으로 분류됨. 한인마트인 서울마트, 김스마켓, 케이마켓 3곳에서 조사된 경쟁제품은 총 7개이며, 100ml당 평균 가격은 1.5링깃(427원)임. 그 외 8개 제품은 슈퍼마켓 매장인 콜드스토리지(Cold Storage)와 이온(AEON)에서 조사되었으며, 100ml당 평균 가격은 2.1링깃(598원)으로 한인마트에서 조사된 제품보다 100ml당 평균 0.6링깃(171원) 높은 것으로 확인됨

[표 1.3] 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 말레이시아 소프트드링크 경쟁제품 15개 분석 결과

4. 말레이시아 소프트드링크 입점 매장 및 경쟁제품 정보

▶ 말레이시아 쿠알라룸프시, 방문지역으로 선정

● 쿠알라룸프시³⁾

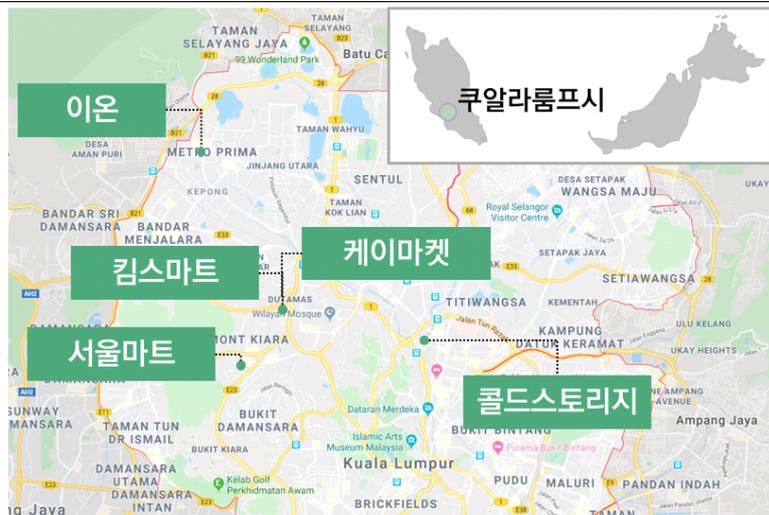
인구('18)	179만 명
GDP('18) 예비보고	2,197억 8,900만 링기트 (6조 5,761억 원 ⁴⁾)
면적	243 제곱킬로미터
실업률	2.4%

말레이시아의 수도인 쿠알라룸프(Kuala Lumpur)는 경제 및 비즈니스 중심지로, 가장 산업화된 도시이자 경제적으로 가장 빠르게 성장하는 지역임. 또한, 싱가포르, 방콕, 마닐라 및 홍콩 등의 도시로 연결되는 아시아 태평양의 중심 지역에 위치함.²⁾ 현지조사원의 의견에 따르면, 조사가 진행된 몬키아라(Mont' Kiara) 지역은 쿠알라룸프시의 북서쪽 지역으로, 한국인과 일본인이 많이 거주하는 지역이며 부촌으로 인지되는 도시임. 또 다른 지역인 케퐁(Kepong)도 쿠알라룸프시의 북쪽에 위치한 지역으로, 오래전부터 중국인이 많이 거주하는 곳이며 주로 상위 소득계층으로 소비력이 강함

▶ 말레이시아 쿠알라룸프시에 위치한 한인마트 3곳, 현지 슈퍼마켓 2곳 방문

말레이시아 쿠알라룸프시에 위치한 한인마트 3곳과 현지 슈퍼마켓 매장 2곳을 방문함. 한인마트의 경우 몬키아라에 위치한 김스마트와 케이마켓, 몬키아라 인근에 위치한 서울마트를 방문하였으며, 총 7개의 경쟁제품이 조사됨. 가장 많은 경쟁제품이 조사된 매장은 김스마트로 4개 제품이 조사되었으며, 서울마트에서 1개, 케이마켓에서 2개가 조사됨. 현지 슈퍼마켓 매장은 말레이시아 슈퍼마켓 브랜드 시장 점유율 5위의 이온(AEON)과 7위의 콜드스토리지(Cold Storage)를 방문함. 이온에서는 총 6개의 경쟁제품이 조사되었으며, 콜드스토리지에서는 2개 제품이 조사됨

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : Google Maps

2) 쿠알라룸프 시청 홈페이지(Official Portal of Kuala Lumpur city hall) (www.dbkl.gov.my)

3) 말레이시아 통계청 홈페이지(www.dosm.gov.my)

Shop ① 서울마트(Seoul Mart)

매장 정보

- 유형 : 한인마트
- 판매 제품 특징 : 한국 제품을 취급하며, 거의 모든 종류의 한국 제품을 판매함
- 매장 주변 특징 : 한국인과 일본인이 많이 거주하는 지역으로, 말레이시아에서는 부촌으로 인지되는 곳임 한국식당과 상가가 밀집해 있으며 상권이 발달함
- 주요 고객층 : 한국인, 중국인, 현지인, 일본인

브랜드 기본 정보



몬키하라 근처 쓰리 하타마스에 위치한 한인마트로, 2006년에 오픈함. 말레이시아 내 매장 수는 한 개지만, 현지 여러 업체와 한인 식당에 제품을 공급함

조사 제품 수 : 1개

매장 정보



도시(지역)	쿠알라룸푸
위치	7-33 Jalan 23/70a (Desa Sri Hartamas)
상세주소	50480 Kuala Lumpur, Federal Territory of Kuala Lumpur, Malaysia

매장 내부 전경

매장 내부 전경



판매 소프트드링크 제품 정보

소프트드링크 판매 정보



비락식혜 (B사)

사진자료: 현지 조사원 자료

4) 1링겏= 284.71원(2020.01.08.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)



제품명 (영어)	비락식혜	용량(ml)	238
제조사	B사	제품 종류	알갱이음료
가격	3.6링깃 (1,025원)	포장 소재	알루미늄
원산지	한국	포장 형태	캔
주요 원료 및 첨가물	엿기름 추출액, 백설탕, 멥쌀, 생강 추출액, 비타민 C 효소처리스테비아, 시트러스 추출분말, 효소제제		

Shop ② 김스마트(Kim's mart)

매장 정보

- 유형 : 한인마트
- 판매 제품 특징 :
한국 제품을 주로 취급하는 한인 마트로, 거의 모든 종류의 한국 제품을 보유함
- 매장 주변 특징 :
한국인이 주로 거주하는 지역에 위치하고 있음.
한국 식당과 카페, 유흥가가 밀집된 지역으로 상권이 발달함
- 주요 고객층 :
한국인, 중국인, 현지인

브랜드 기본 정보⁵⁾



쿠알라룸푸르에서 부촌으로 인식되는 몬키아라 솔라리스에 위치한 한인마트임
식품, 생활용품, 뷰티제품 등 다양한 품목의 한국산 제품을 직접 수입·유통함

조사 제품 수 : 4개

매장 정보



도시(지역)

쿠알라룸푸르

위치

No. 11, Jalan Solaris 2, Solaris Mont Kiara, 50480 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur

상세주소

매장 내부 전경⁶⁾



판매 소프트드링크 제품 정보

소프트드링크 판매 정보



복숭아 속살 (F사)

싸샤 오렌지 (C사)

포도 봉봉 (G사)

갈아만든 배 (G사)

사진자료: 현지 조사원 자료

5) 김스마트 페이스북 페이지(www.facebook.com/KIMSMARTSOLARIS)

6) 에어비앤비(Airbnb) 홈페이지(www.airbnb.ie)



제품명 (영어)	복숭아 속살 (Crushed Peach Juice)	용량(ml)	238
제조사	F사	제품 종류	알갱이음료
가격	3.5링깃 (996원)	포장 소재	알루미늄
원산지	한국	포장 형태	캔
주요 원료 및 첨가물	복숭아퓨레8%, 복숭아농축퓨레, 정제수, 액상과당, 구연산, 정백당, 구연산		



제품명 (영어)	색색 오렌지 (Orange Ssaeg Ssaeg)	용량(ml)	238
제조사	C사	제품 종류	알갱이음료
가격	3.5링깃 (996원)	포장 소재	알루미늄
원산지	한국	포장 형태	캔
주요 원료 및 첨가물	정제수, 코코넛젤리, 기타과당, 오렌지 농축액, 구연산, 합성향료, 효소처리 스테비아, 비타민C		



제품명 (영어)	포도 봉봉 (Green Grape Juice)	용량(ml)	238
제조사	G사	제품 종류	알갱이음료
가격	3.5링깃 (996원)	포장 소재	알루미늄
원산지	한국	포장 형태	캔
주요 원료 및 첨가물	포도과립, 포도과즙 농축액, 구연산, 구연산 나트륨, 비타민C		



제품명 (영어)	갈아만든 배 (Korean Pear Juice)	용량(ml)	238
제조사	G사	제품 종류	알갱이음료
가격	3.5링깃 (996원)	포장 소재	알루미늄
원산지	한국	포장 형태	캔
주요 원료 및 첨가물	정제수, 배퓨레, 표고버섯균사체배양물, 포도당, 생강, 시트러스향, 인삼, 복령, 진피, 염화마그네슘, 사과산, 비타민C		

Shop ③ 케이마켓(K market)

매장 정보

- 유형 : 한인마트
- 판매 제품 특징 : 거의 모든 품목의 한국 식품을 취급함
- 매장 주변 특징 : 한국인이 주로 거주하는 지역에 위치하고 있음
한국 식당과 카페, 유흥가가 밀집된 지역으로 상권이 발달함
- 주요 고객층 : 한국인, 중국인, 현지인

브랜드 기본 정보⁷⁾



한국 음료와 식품을 수입하여 말레이시아에 유통하는 케이엠티자아(KMT Jaya)의 소매 유통 채널임.
2014년 K-Ecomart로 시작되었으며, 인스턴트 식품, 가공 식품, 냉동·냉장 식품 등 다양한 한국 식품을 취급함

조사 제품 수 : 2개

매장 정보



도시(지역)

쿠알라룸푸르

위치

50480 Federal Territory of Kuala Lumpur, Kuala Lumpur, Solaris Mont Kiara, Jalan Solaris, Lot J-G-10

상세주소

매장 내부 전경



판매 소프트드링크 제품 정보

소프트드링크 판매 정보



딸기라떼 (C사)



요거뽀뽀사과 (H사)

사진자료: 현지 조사원 자료

7) 케이엠티자아(KMT Jaya) 홈페이지(www.kmt.com.my)



제품명 (영어)	딸기라떼 (Strawberry Latte)	용량(ml)	300
제조사	C사	제품 종류	일반 음료
가격	5.4링깃 (1,537원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	병
주요 원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 딸기청징농축액, 대두 다당류, 혼합분유, 유청분말, 구연산, 합성향료, 구연산삼나트륨, 효소처리스테비아, 락색소		



제품명 (영어)	요거뽀뽀사과 (Yogurt Apple)	용량(ml)	340
제조사	H사	제품 종류	일반 음료
가격	4.9링깃 (1,395원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	병
주요 원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 탈지분유, 사과농축액, 텍스트린, 구연산, 합성향료, 대두다당류, 치자황색소, 혼합제제		

Shop ④ 콜드스토리지(Cold Storage)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 슈퍼마켓 · 판매 제품 특징 : 주로 식품을 취급하며 중저가 제품부터 고급수입제품까지 다양한 상품을 취급함 · 매장 주변 특징 : 방문 매장은 썬웨이 푸트라몰 안에 위치함. 썬웨이 푸트라몰은 국제 무역센터 근처에 위치하고 있어, 관광객과 현지인의 접근성이 모두 높음 · 주요 고객층 : 현지인, 중국인, 외국인, 직장인, 근처 주민 	<p>브랜드 기본 정보⁸⁾</p>	 <p>1963년 시작된 말레이시아의 식품 유통 채널로, 현지 제품 및 수입 제품을 취급함. 말레이시아 내에서는 14개의 아울렛 매장을 운영하고 있으며, 콜드스토리지 브랜드의 카페와 RTD 식품을 보유함</p>
<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수 : 2개</p>	  <p>도시(지역) 쿠알라룸푸르</p> <p>위치 상세주소 LG-1, Lower Ground Floor, Sunway Putra Mall, 100 Putra Place, 50350 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>	 
<p>소프트드링크 판매 정보</p>	<p>판매 소프트드링크 제품 정보</p>	  <p>뽀로로 딸기맛 (B사) 뽀로로 열대과일맛 (B사)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

8) 콜드스토리지 홈페이지(www.coldstorage.com.my)



제품명 (영어)	뽀로로 딸기맛 (Pororo Strawberry)	용량(ml)	235
제조사	B사	제품 종류	일반 음료
가격	4.2링깃 (1,196원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	병
주요 원료 및 첨가물	물, 설탕, 탈지 분유, 딸기 농도, 구연산, 칼슘 락 테이트, 우유 향, 대두 다당류, 구연산 나트륨, 딸기 향, 유화제		

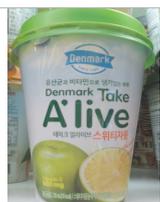


제품명 (영어)	뽀로로 열대과일맛 (Pororo Tropical)	용량(ml)	235
제조사	B사	제품 종류	일반 음료
가격	4.2링깃 (1,196원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	병
주요 원료 및 첨가물	물, 설탕, 탈지유, 분말, 열대 과일 믹스 농도, 구연산, 젖산 칼슘, 대두 다당류, 감귤 믹스 밀가루, 구연산 나트륨, 열대 향료, 유화제, 비타민 D3		

Shop ⑤ 이온(Aeon)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 :
주로 식품을 취급하며 중저가 제품부터 고급수입제품까지 다양한 상품을 취급함
- 매장 주변 특징 :
매장이 위치한 커pong 지역은 중국인이 많이 거주하는 지역이며, 경제적으로 상위계층의 중국인이 주소비층임. 메트로 프리마 쇼핑몰에 위치해 있으며, 주로 중국인 상점과 식당이 입점되어 있음
- 주요 고객층 :
현지인, 중국인

<p>브랜드 기본 정보⁹⁾</p>	 <p>1984년에 설립된 일본의 슈퍼마켓 브랜드로, 말레이시아 유통 산업의 현대화를 위한 정부 요청으로 말레이시아에 진출함. 주로 시외곽 거주지역에 설립되었으며, 중위 소득층을 주 고객으로 함</p>
<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수 : 6개</p>  <p>도시(지역) 쿠알라룸프 위치 1, Jalan Metro Prima, Taman Kepong, 52100 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur 상세주소</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>  
<p>소프트드링크 판매 정보</p>	<p>판매 소프트드링크 제품 정보</p>  <p>알로에주스 (C사)</p>  <p>테이크 얼라이브 스위트자몽 (D사)</p>  <p>테이크 얼라이브 블러드 오렌지 (D사)</p>  <p>테이크 얼라이브 망고 (D사)</p>  <p>사과에이드 (E사)</p>  <p>금귤&감귤 에이드 (E사)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

9) 이온 홈페이지(www.aeonretail.com.my)



제품명 (영어)	알로에주스 (Aloe Vera Juice)	용량(ml)	1,500
제조사	C사	제품 종류	알갱이음료
가격	12.4링깃 (3,530원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	병
주요 원료 및 첨가물	물, 알로에 베라 겔, 알로에 베라 겔 분말, 구연산, 칼슘 젓산염, 포도 맛, 구연산염, 젤란 검, 수크랄로스, 자연색, 비타민 C, 삼 나트륨	보유 인증	할랄 인증



제품명 (영어)	테이크 얼라이브 스위트자몽 (Take A'live Sweetie Grapefruit)	용량(ml)	250
제조사	D사	제품 종류	일반 음료
가격	5.9링깃 (1,680원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	컵
주요 원료 및 첨가물	정제수, 액체 과당, 유산균, 혼합 분유, 포도당, 폴리덱스트로스, 달콤한 자몽 농축물, 비타민 C, CMC, 구연산, 합성 향료, 구연산 나트륨	보유 인증	HACCP (식품위생인증)



제품명 (영어)	테이크 얼라이브 블러드오렌지 (Take A'live Blood Orange)	용량(ml)	250
제조사	D사	제품 종류	일반 음료
가격	5.9링깃 (1,680원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	컵
주요 원료 및 첨가물	정제수, 액체 과당, 젖산 박테리아, 혼합 분유, 포도당, 폴리덱스트로스, 블러드 오렌지 농축액 0.5 %, 비타민 C, CMC, 구연산, 합성 향료, 구연산 나트륨	보유 인증	HACCP (식품위생인증)



제품명 (영어)	테이크 얼라이브 망고 (Take A'live Mango)	용량(ml)	250
제조사	D사	제품 종류	일반 음료
가격	5.9링깃 (1,680원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	컵
주요 원료 및 첨가물	정제수, 액체 과당, 젖산 박테리아, 혼합 분유, 포도당, 젖산 박테리아, 글리세린 지방산 에스테르, 폴리덱스트로스, 망고 농축 물 0.5 %, 비타민 C, CMC, 구연산, 합성 향료, 구연산 나트륨	보유 인증	HACCP (식품위생인증)



제품명 (영어)	사과에이드 (Apple Ade)	용량(ml)	250
제조사	E사	제품 종류	일반 음료
가격	6.5링깃 (1,851원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	컵
주요 원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 제주 감귤류 농축 물, 기타 과당, 펙틴, 구연산, 구연산 나트륨, 비타민 C, 폴리덱스트로스, 합성 향료		



제품명 (영어)	금귤&감귤 에이드 (Citrus Ade)	용량(ml)	250
제조사	E사	제품 종류	일반 음료
가격	6.5링깃 (1,851원)	포장 소재	플라스틱
원산지	한국	포장 형태	컵
주요 원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 제주 감귤류 농축 물, 기타 과당, 금귤 주스, 구연산, 구연산 나트륨, 비타민 C, 합성 향료		

II. Competitor

SUMMARY

1. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 포지셔닝
2. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 현황
3. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

말레이시아(MALAYSIA) 수익('18)

소프트드링크 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

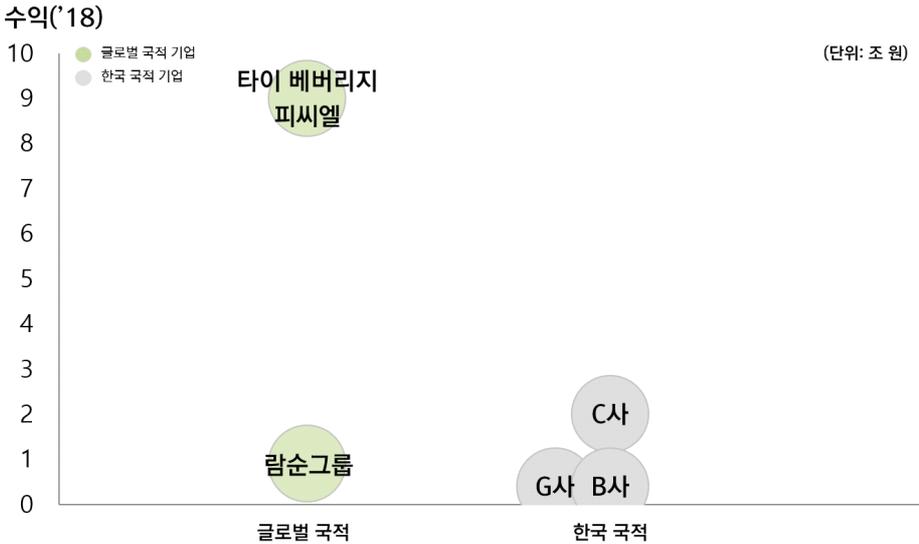
- 경쟁제품 선정 기업체
- 말레이시아 소프트드링크 시장 점유율 상위 브랜드

경쟁사 분류

- 소프트드링크 제조 여부

경쟁사 포지셔닝

- X축 : 제조사 국적
- Y축 : 수익(조 원)



말레이시아 (MALAYSIA) 소프트드링크 경쟁기업 분석

구분	제조사 국적	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	수익('18)
글로벌 국적 브랜드	태국	타이 베버리지 피씨엘 (Thai Beverage PCL)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 진짜 과일 주스 · 씹히는 알로에 베라 · 보존제 무첨가 · 할랄 인증	2,300억 바트 ¹⁰⁾ (8조 8,435억 원)
	싱가폴	말레이시아 데어리 인더스트리즈 (Malaysia Dairy Industries Pted Ltd)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 비타민 (A, B6, C, E) 함유 · 더 신선함을 위해 직접 껍질을 벗겨야 합니다! · 할랄 인증	-
	싱가폴	람순그룹 (Lamsoon Group)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 자연 재료로 만들어진 음료 · 엄격한 품질 관리 하에 가공됨 · 보존제 무첨가 · 할랄 인증 보유	32억 9,355만 링킷 ¹¹⁾ (9,377억 662만원)
한국 국적 브랜드	한국	B사	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 쉽게 어디서나 즐길 수 있는 음료로 재탄생한 한국 전통 음료 · 인공 색소, 보존제 무첨가 · 한국의 대표적인 음료	4,086억 7,740만 원
	한국	C사	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 코코넛 젤리가 들어간 · 씹는 재미가 있는, 신선한 주스	2조 3,463억 원
	한국	G사	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 확인되지 않음	· 상그러운 과즙 속에 알갱이가 쏘옥 · 새콤달콤한 포도 알갱이 · 즐거움 · 포도 봉봉 · SINCE 1981	3,564억 4,601만 원

(*) 현지 판매 소프트드링크 제조기업 6개사 분석

10) 1바트= 38.45원(2020.01.08.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 1링킷= 284.71원(2020.01.08.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로, 현지 조사 결과물이 2개 이상 조사된 한국 기업 3개 선정

말레이시아 오프라인 매장에서 확인된 한국 소프트드링크 제조사 8개 중, 2개 이상의 제품이 조사된 제조사 3개를 대표 경쟁 기업으로 우선 선정함. 선정된 3개사는 B사, C사, G사이며, 3개사는 모두 씹히는 첨가물이 포함된 알갱이음료를 제조하는 기업임. B사의 경우, 알갱이음료 제품인 비락식혜를 포함하여 현지 매장에서 총 3개 제품이 확인됨. C사의 경우 알갱이음료 제품인 알로에 주스, 짹짹 오렌지 2개 제품이 조사되었으며, G사는 포도봉봉과 갈아만든 배 2개의 알갱이음료가 현지 매장에서 확인됨

▶ 말레이시아 소프트드링크 시장 점유율 상위 브랜드 기준, 제조사 3개 추가 선정

유로모니터에 따르면¹²⁾, 2019년 말레이시아의 소프트드링크 시장에서 가장 많이 판매되는 상품 유형은 일반 생수 또는 과일 향이 첨가된 생수 제품(Bottled Water)임. 이에 현지에서 조사된 경쟁제품과 상이한 생수 브랜드와 글로벌 기업의 브랜드(Coca-Cola, 7-up, Fanta)는 선정 기준에서 제외함. 이를 바탕으로 선정한 상위 3개 브랜드는 에프엔엔(F&N), 마리골드(Marigold), 드린호(Drinho)이며, 경쟁기업 선정을 위해 해당 브랜드의 제조사를 조사함. 그 결과, 과일 주스 및 유제품 브랜드인 에프엔엔(F&N)의 제조사 타이 베버리지 피씨엘(Thai Beverage PCL), 과일 음료 브랜드인 마리골드(Marigold)의 제조사 말레이시아 데어리 인터스트리즈(Malaysia Dairy Industries Ptd Ltd), 두유 및 아시안 음료(과일 또는 차 음료) 브랜드인 드린호(Drinho)의 제조사 람순그룹(Lamsoon Group)을 경쟁기업으로 최종 선정함

[표 2.1] 말레이시아 소프트드링크 브랜드 시장 점유율 순위 및 품목

순위	브랜드	품목	순위	브랜드	품목
1	100 Plus	생수 (Bottled Water)	7	Marigold	과일음료
2	Spritzer	생수 (Bottled Water)	8	7-up (PepsiCo Inc)	탄산음료
3	F&N	과일주스 및 유제품	9	Fanta (Coca-Cola Co)	탄산음료
4	Sea Master	생수 (Bottled Water)	10	Seasons	생수 (Bottled Water)
5	Coca-Cola (Coca-Cola Co)	탄산음료	11	Bleu	생수 (Bottled Water)
6	Cactus	생수 (Bottled Water)	12	Drinho	두유 및 아시안 음료

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

12) 유로모니터(Euromonitor), 「Soft Drinks in Malaysia」, 2019.11.

1. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 포지셔닝

▶ 경쟁기업 6개사, 수익규모 조사

말레이시아에 진출한 경쟁기업 6개사의 수익을 조사한 결과, 싱가포르 기업인 말레이시아 데어리 인터스트리즈(Malaysia Dairy Industries Pted Ltd)를 제외한 5개 기업의 2018년 수익 규모를 확인함. 그 중 말레이시아 소프트드링크 시장 점유율 1위 100플러스(100 Plus)와 3위 에프엔엔(F&N)을 보유한 타이 베버리지 피씨엘(Thai Beverage PCL)의 수익 규모가 2,300억 바트(8조 8,435억 원)로 가장 큼. 한국 제조사 중에서는 C사의 수익 규모가 2조 3,463억 원으로 가장 컸으며, 이는 6개 경쟁 기업 중에서 두 번째로 높은 수익 규모임

[표 2.2] 말레이시아 소프트드링크 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	수익
타이 베버리지 피씨엘 (Thai Beverage PCL)	태국	2,300억 바트 ¹³⁾ (8조 8,435억 원)
말레이시아 데어리 인터스트리즈 (Malaysia Dairy Industries Pted Ltd)	싱가폴	-
람순그룹 (Lamsoon Group)	싱가폴	32억 9,355만 링깃 ¹⁴⁾ (9,377억 662만원)
B사	한국	4,086억 7,740만 원
C사	한국	2조 3,463억 원
G사	한국	3,564억 4,601만 원

자료 : 말레이시아 진출 소프트드링크 제조기업 6개사 분석 결과

13) 1바트= 38.45원(2020.01.08.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 1링깃= 284.71원(2020.01.08.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 말레이시아 소프트드링크 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 모두 말레이시아 온라인 매장 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 3개사, 모두 한인마트에 진출

경쟁기업 6개사는 모두 말레이시아 온라인 매장에 진출했으며, 경쟁기업의 제품이 확인된 현지 온라인 매장은 샤피(Shopee), 테스코 온라인몰(Tesco), 마이딘(Mydin) 3곳임. 샤피는 2019년 1분기 기준 말레이시아 온라인 이커머스(e-commerce) 시장 점유율 1위 사이트이며¹⁵⁾, 테스코(Tesco)와 마이딘(Mydin)은 말레이시아 식료품 유통기업 시장 점유율 2위와 5위에 해당함. 경쟁기업 6개사 중 타이 베버리지 피씨엘(Thai Beverage PCL)은 샤피, 테스코 온라인몰, 마이딘 세 곳에 모두 진출한 것으로 확인되었으며, 말레이시아 테어리 인터스트리즈를 제외한 5개 기업의 제품은 모두 샤피에 진출한 것으로 확인됨. 한국 기업 B사, C사와 G사의 경우 오프라인 매장에도 진출했으며, B사와 C사는 한인마트와 현지 슈퍼마켓, G사는 한인마트에 진출함

▶ 경쟁기업 4개사, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

말레이시아 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 홍보 채널이 확인되지 않은 한국 기업 G사를 제외한 5개사는 자사 홈페이지와 홍보 채널로 활용하는 것을 확인함. 말레이시아 홈페이지를 가지고 있는 기업은 타이 베버리지 피씨엘, 말레이시아 테어리 인터스트리즈와 람순그룹 3개사로, 타이 베버리지 피씨엘과 말레이시아 테어리 인터스트리즈의 경우 말레이시아 진출 브랜드의 현지 홈페이지를 운영함. 현지 홈페이지를 운영하는 람순그룹 외 경쟁기업은 영어 서비스를 제공하는 글로벌 홈페이지를 운영함. 홍보 채널로 SNS 플랫폼을 이용하는 경쟁기업은 총 4개사로, 한국 기업 C사와 G사는 현지 SNS 플랫폼이 확인되지 않음

▶ 글로벌 경쟁기업 3개사, 홍보 문구로 '할랄 인증' 활용

한국 경쟁기업 2개사, 씹히는 첨가물의 식감을 홍보 문구로 활용

말레이시아 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 제품의 성분과 관련된 홍보 문구를 사용하는 것으로 확인됨. 글로벌 경쟁기업 3개사의 경우 모두 할랄 인증을 받은 제품임을 홍보 문구에 활용했으며, 한국 기업은 주로 알갱이 첨가물이 씹히는 식감을 강조하여 제품을 홍보함

15) 스타티스타(Statista), 「Top 10 e-commerce site in Malaysia as of 1st quarter 2019, by monthly traffic(in 1,000 clicks)」, 2019.12.

[표 2.3] 말레이시아 소프트드링크 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
타이 베버리지 피씨엘 (Thai Beverage PCL)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 샤피 테스코 온라인몰 마이딘 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌 서비스) 브랜드 홈페이지 SNS 플랫폼 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> 진짜 과일 주스 씹히는 알로에 베라 보존제 무첨가 할랄 인증
말레이시아 데어리 인더스트리즈 (Malaysia Dairy Industries Pted Ltd)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 테스코 온라인몰 마이딘 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌 서비스) 브랜드 홈페이지 SNS 플랫폼 - 페이스북 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> 비타민 (A, B6, C, E) 함유 더 신선함을 위해 직접 껍질을 벗겨야 합니다! 할랄 인증
람순그룹 (Lamsoon Group)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 샤피 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 - 페이스북 	<ul style="list-style-type: none"> 자연 재료로 만들어진 음료 엄격한 품질 관리 하에 가공됨 보존제 무첨가 할랄 인증 보유
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 서울마트 온라인 매장 - 샤피 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌 서비스) SNS 플랫폼 - 페이스북 	<ul style="list-style-type: none"> 쉽게 어디서나 즐길 수 있는 음료로 재탄생한 한국 전통 음료 인공 색소, 보존제 무첨가 한국의 대표적인 음료
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김스마트 온라인 매장 - 샤피 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌 서비스) 	<ul style="list-style-type: none"> 코코넛 젤리가 들어간 씹는 재미가 있는, 신선한 주스
G사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김스마트 온라인 매장 - 샤피 	<p>현지 홍보 채널 확인되지 않음</p>	<ul style="list-style-type: none"> 싱그러운 과즙 속에 알갱이가 쏘옥 새콤달콤한 포도 알갱이 즐거움 포도 봉봉 SINCE 1981

자료 : 말레이시아 진출 소프트드링크 제조기업 6개사 분석 결과

3. 말레이시아 소프트드링크 제조 경쟁기업 분석

주요 브랜드

100 Plus

- Bottled Water 브랜드
- 말레이시아 소프트드링크 시장 점유율 1위 브랜드

F&N

- 과일주스 브랜드
- 말레이시아 소프트드링크 시장 점유율 3위 브랜드

F&N

경쟁제품 동일품목 예

① 애플 알로에 베라



② 블랙커런트 알로에 베라



③ 리치



자료: F&N브랜드 말레이시아 홈페이지 (www.fn.com.my)

① 타이 베버리지 피씨엘(Thai Beverage PCL)

기업 기본 정보	기업명	타이 베버리지 피씨엘(Thai Beverage PCL)	
	홈페이지	www.thaibev.com	
	위치	14 Vibhavadi Rangsit Road Chomphon Sub-District Chatuchak District, Bangkok 10900, 태국	
	규모	수익('18) ¹⁶⁾	2,300억 바트 (8조 8,435억 원)
기업 진출 채널	설립년도	2003년	
	제품명	에프엔앤 프루트 트리 프레쉬 애플 앤 알로에 베라 믹스드 프루트 드링크 (F&N Fruit Tree Fresh Apple & Aloe Vera Mixed Fruit Drink)	
	용량	1l	
	가격	5.55링기 (1,580원)	
기업 홍보 채널	제품 종류	알갱이음료 (알로에 겔)	
	홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지(영어 서비스 제공) - 기업 소개 및 기업 정보 제공 - 계열사 및 브랜드, 제품 소개 • 말레이시아 진출 브랜드의 현지 홈페이지 운영 (www.fn.com.my) - 현지 유통 제품 및 브랜드 소개 • SNS 플랫폼(브랜드 현지 SNS 운영) - 유튜브(제품 광고 영상 제공) 	
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> • 진짜 과일 주스 • 씹히는 알로에 베라 • 보존제 무첨가 • 할랄인증 	

사진자료: F&N 말레이시아 홈페이지, 테스코 온라인몰

16) 1바트= 38.45원(2020.01.08.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

주요 브랜드

Marygold

- 과일주스 및 유제품 브랜드
- 말레이시아 소프트드링크 시장 점유율 7위 브랜드
- 세부 브랜드
 - MARIGOLD PEEL FRESH
 - MARIGOLD HL Milk
 - MARIGOLD UHT Milk
 - MARIGOLD Yogurt

Marygold Peel Fresh
경쟁제품 동일품목 예

① 오렌



300ml

② 캄푸란 애플 알로에 베라



③ 잠부 바투 메라 무다



자료: Marygold 브랜드
말레이시아 홈페이지
(www.marigold.com.my)

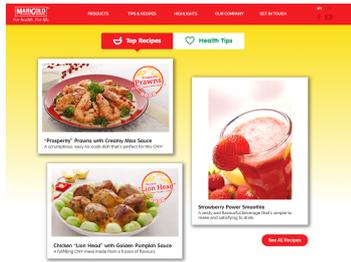
② 말레이시아 데어리 인더스트리즈(Malaysia Dairy Industries Pted Ltd)

기업 기본 정보	기업명	말레이시아 데어리 인더스트리즈 (Malaysia Dairy Industries Pted Ltd)		
	홈페이지	www.mdi.com.sg		
	위치	2 Davidson Road, 싱가포르		
기업 진출 채널	규모	설립년도	1963년	
	제품명	마리골드 필 프레쉬 주스 드링크스 워드 색 오렌지 (MARIGOLD PEEL FRESH JUICE DRINKS WITH SACS ORANGE)		
	용량	1,000ml		
	가격	5.95링깃 (1,694원)		
			제품 종류	건더기음료 (과육)



〈온라인 매장〉
테스코 온라인몰
마이던

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지(영문)
- 기업 연혁 소개
- 말레이시아 진출 브랜드 (Mygold, Vitagen) 현지 홈페이지 운영
- 기업 및 제품 소개
- 제품 활용 레시피 제공
- SNS 플랫폼(브랜드 현지 SNS 운영)
- 유튜브(제품 광고 영상 제공)
- 페이스북(제품 및 브랜드 홍보)

홍보 문구



- 비타민 (A, B6, C, E) 함유
- 더 신선함을 위해 직접 껍질을 벗겨야 합니다!
- 할랄 인증

사진자료: 마리골드 홈페이지, 마이던

주요 브랜드

Drinho

- 두유 및 아시아 음료(과일음료 및 차 음료)브랜드
- 말레이시아 소프트드링크 시장 점유율 12위 브랜드

Marygold Peel Fresh
경쟁제품 동일품목 예

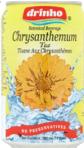
① 드린호 리치 플레이버
드링크



② 드린호 소야 밀크 콘
플레이버



③ 드린호 보태니컬 베버리지
크리산더뭉 티



자료: 마이딘

③ 람순그룹(Lamsoon Group)

기업명	람순그룹(Lamsoon Group)	
홈페이지	www.lamsoon.com.my	
기업 기본 정보	위치	Wisma DLS, No. 6 Jalan Jurunitai U1/20 Hicom-Glenmarie Industrial Park, P.O. Box 7478, 40716 Shah Alam, Selangor, 말레이시아
	규모	수익(* 18)(17)18) 32억 9,355만 링깃 (9,377억 662만원)
	설립년도	1950년
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 사피	제품명 드린호 리치 플레이버 드링크 (DRINHO LYCHEE FLAVOURED DRINK)
		용량 300ml
		가격 1.15링깃 (327원)
		제품 종류 일반음료 (과일음료)
기업 홍보 채널		
	<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지(말레이시아 홈페이지) - 기업 및 브랜드 소개 - 자사 제품을 활용한 레시피 소개 • SNS 플랫폼(현지 진출 브랜드) - 페이스북: 기업 및 제품 홍보, 이벤트 진행 	
홍보 문구		
	<ul style="list-style-type: none"> • 자연 재료로 만들어진 음료 • 엄격한 품질 관리 하에 가공됨 • 보존제 무첨가 • 할랄 인증 보유 	

사진자료: 람순 말레이시아 홈페이지, 마이딘

17) 람순그룹의 2018년 수익 규모로, 람순 말레이시아의 2018년 수익은 8,719만 1천 링깃(248억 2,415만 원)임
출처: STATEMENTS OF COMPREHENSIVE INCOME, 람순그룹 홈페이지(www.lamsoongroup.com)

18) 1링깃= 284.71원(2020.01.08.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●
현지 매장에서 확인된
B사 음료

① 식혜 (238ml)



② 식혜 (1.8l)



③ 뽀로로 딸기맛



④ 뽀로로 열대과일맛



자료: 현지조사 결과 사진

④ B사

		기업명	B사
기업 기본 정보	위치		서울 서초구
	규모	수익('18)19)	4,086억 7,740만 원
		설립년도	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 서울마트 콜드 스토리지 킴스마트	제품명	비락식혜
		용량	238ml
		가격	3.6링깃 (1,025원)
	제품 종류	알갱이음료 (쌀알)	
	〈온라인 매장〉 샤피	제품명	식혜 라이스펀치 (Shikhye Rice Punch)
용량		330ml	
가격		4링깃 (1,139원)	
제품 종류	알갱이음료 (쌀알)		
기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌 홈페이지) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 영어 서비스 제공 SNS 플랫폼(글로벌 채널) 페이스북: 기업 및 제품 소개, 제품 관련 미디어 영상 공유 		
홍보 문구	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>Product Description</p> <ul style="list-style-type: none"> Korea's traditional drinks enjoyed from the ancient times, are reborn into modern beverages that can be easily enjoyed anywhere. Sikhye does not contain any artificial colorings, or preservatives and is the most representative drink of Korea. </div> <ul style="list-style-type: none"> 쉽게 어디서나 즐길 수 있는 음료로 재탄생한 한국 전통 음료 인공 색소, 보존제 무첨가 한국의 대표적인 음료 		

사진자료: B사 글로벌 홈페이지, 샤피

19) 나이스비즈인포(Nice Biz info)(www.nicebizinfo.com)

●
현지 매장에서 확인된
C사 음료

① 오렌지 썹썹



② 딸기라떼



자료: 현지조사 결과 사진

⑤ C사

		기업명	C사	
기업 기본 정보	위치		서울 송파구	
	규모	수익('18)20)	2조 3,463억 원	
		설립년도	1950년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 김스마트 이온		제품명	썹썹 오렌지 (Orange Ssaeg Ssaeg)
			용량	238ml
			가격	3.5링깃 (996원)
	〈온라인 매장〉 샤피		제품명	썹썹 오렌지 (Sac Sac Orange)
			용량	238ml
			가격	3.15링깃 (897원)
제품 종류	알갱이음료 (젤리)			
기업 홍보 채널			<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌 홈페이지) - 기업 및 브랜드 소개 - 제품 소개 	
	홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 코코넛 젤리가 들어간 씹는 재미가 있는, 신선한 주스 	
사진자료: C사 글로벌 홈페이지, 샤피				

현지 매장에서 확인된
G사 음료

① 포도 봉봉



② 갈아만든 배



자료: 현지조사 결과 사진

⑥ G사

기업 기본 정보	기업명	G사	
	위치	서울 용산구	
	규모	수익('18)21)	3,564억 4,601만 원
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 키스마트	설립년도	1975년
		제품명	포도 봉봉 (Green Grape Juice)
		용량	238ml
	가격	3.5링깃 (996원)	
	제품 종류	알갱이음료 (과립)	
	〈온라인 매장〉 사피	제품명	화이트 그레이프 주스 (WHITE GRAPE JUICE)
용량		340ml	
가격		4.8링깃 (1,367원)	
제품 종류		알갱이음료 (과립)	
홍보 문구			<ul style="list-style-type: none"> • 싱그러운 과즙 속에 알갱이가 쏙쏙 • 새콤달콤한 포도 알갱이 • 즐거움 • 포도 봉봉 • SINCE 1981
사진자료: G사 홈페이지, 사피			

21) 나이스비즈인포(Nice Biz info)(www.nicebizinfo.com)

III. Buyer Interview

SUMMARY

- Interview ① 우즈매크로바이오틱스
(Woods Macrobiotics)
- Interview ② 비엠에스오가닉스
(BMS Organics)
- Interview ③ 레이디언트홀푸드
(Radiant Whole Food)
- Interview ④ 에이피이엑스파머시
(APEX Pharmacy)
- Interview ⑤ 시그니처마켓
(Signature Market)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

말레이시아
(MALAYSIA)
식혜 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

	우즈 매크로바이오틱스 (Woods Macrobiotics)	비엠에스 오가닉스 (BMS Organics)	레이디언트 홀푸드 (Radiant Whole Food)	에이피이엑스 파머시 (APEX Pharmacy)	시그니처마켓 (Signature Market)
업체	▶ 수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체	소매업체	온라인 소매업체

인터뷰 대상 기업체 선정
· 식품 수입유통업체 ○
· 쌀음료 취급 경험 ○

					
식혜 취급	▶				
	쌀 우유	곡물 분말	쌀 우유	쌀음료 분말	곡물 분말

사진자료: 우즈매크로바이오틱스(Woods Macrobiotics), 비엠에스오가닉스(BMS Organics), 레이디언트홀푸드 (Radiant Whole Food), 에이피이엑스파머시(APEX Pharmacy), 시그니처마켓 홈페이지

대만(TAIWAN)
유아용 과일주스 바이어 인터뷰

A사	우즈 매크로바이오틱스 (Woods Macrobiotics) 수입유통업체	비엠에스오가닉스 (BMS Organics) 수입유통업체	레이디언트 홀푸드 (Radiant Whole Food) 수입유통업체	에이피이엑스파머시 (APEX Pharmacy) 소매업체	시그니처마켓 (Signature Market) 수입유통업체
1,000원 제품 가격	용량대비 적당한 가격	유사 제품이랑 비교했을 때 저렴한 가격	용량대비 적당한 가격	유사 제품이랑 비교했을 때 저렴한 편	유사 제품이랑 비교했을 때 저렴한 가격
100g 제품 용량	1L	700-800g	1L	32g * 10개입	500g
스파우트 파우치 제품 포장	종이팩	캔	종이팩	종이팩	캔

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

Interview ① 우즈매크로바이오틱스 (Woods Macrobiotics)



22)

우즈매크로바이오틱스
(Woods Macrobiotics)

전문가 소속

우즈매크로바이오틱스
(Woods Macrobiotics)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Wu
(CEO)



Organic Kukicha Tea Bag
RM13.60



Ume Plum Vinegar
RM13.90



Organic rice milk
RM14.90



Kombu Powder Hokkaido
RM14.90



Voelkel Organic Lemon Juice (Pure)
RM15.90



Organic Raw Kombucha
RM16.90

우즈매크로바이오틱스 (Woods Macrobiotics) CEO, Mr. Wu

우즈매크로바이오틱스는 1993년에 설립된 수입유통업체임. 유기농 음료와 신선식품을 전문으로 취급하지만, 이 외에도 건강 관련 잡지, 책 등을 취급하고 있음. 주로 호주, 이탈리아, 일본으로부터 유기농 제품을 수입하고 있음. 자사 소유의 레스토랑도 운영하고 있으며, 판매하는 음식은 일본산 원재료를 사용하고 있음. 오프라인 판매 외에도 자사 홈페이지 내 온라인 숍을 통해 제품을 판매함. 식혜의 유사제품으로는 쌀우유를 취급하고 있으며, 분말형태로만 판매함

22) 사진자료: 우즈매크로바이오틱스(Woods Macrobiotics) 홈페이지 (healthyfoodmalaysia.com)



가격 1,000원

용량 100g

포장 스파우트 파우치

Q1. 최근 말레이시아 내 쌀음료의 트렌드가 어떻게 되나요?

최근 말레이시아 쌀음료 시장은 성장하고 있는 추세입니다. 하지만 탄산음료, 에너지드링크에 비해 아직 쌀음료 제품은 인지도가 높지 않으며, 말레이시아 인구의 30-35%만이 쌀음료에 대해 알고 있습니다. 따라서 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 시음 행사 등의 마케팅을 통해 쌀음료에 대한 인지도를 높일 필요가 있습니다.

Q2. 현지 소비자들이 선호하는 쌀음료의 특징은 무엇인가요?

아직 말레이시아 내 판매되는 쌀음료의 종류가 다양하지는 않지만, 저희가 취급하는 호주산 쌀음료는 소비자들로부터 좋은 평판을 받고 있습니다. 말레이시아 사람들은 호주산 제품의 품질이 월등하다고 생각하는 경향이 있으며, 음료와 유제품의 경우도 예외는 아닙니다. 특히 쌀음료가 심장질환 예방, 비타민 함유 등 건강에 이로운 기능이 있어, 소비자들의 수요가 많습니다. 아직 한국의 전통적인 식혜 음료는 유명하지 않지만, 기존 브랜드의 제품과 차별화된다면 시장의 반응이 좋을 것으로 생각합니다. 특히 생강 관련 음료가 없기에, 관련 맛이 추가된다면 소비자들의 반응이 호의적일 것으로 판단됩니다.

Q4. 제품의 포장 형태가 어떻게 되나요?

일반적으로 음료 제품의 포장 형태는 캔과 병 제품 모두 가능합니다. 플라스틱 파우치 형태 역시 제품 배송이나 소비자들이 사용하는 데 있어 편리할 것 같습니다. 하지만 최근 현지 소비자들은 친환경적인 포장 재질을 선호하는 추세여서, 종이팩을 이용한 제품의 선호도가 더욱 높습니다.

Q5. 식혜 수출시 요구되는 조건이나 인증은 무엇인가요?

수입식품은 유기농, 글루텐프리, 비건, GMO프리, 무설탕, 인공 색소와 합성 보존료 무첨가 인증을 받아야합니다. 할랄 인증은 필수는 아니나, 말레이시아 내 판매되는 대부분의 제품이 할랄 인증을 보유하고 있습니다. 하지만 식혜는 쌀로 만들어졌기 때문에, 무슬림 소비자들이 먹어도 된다는 인식이 있어 별도의 할랄 인증은 없어도 될 것 같습니다.

Interview ② 비엠에스오가닉스(BMS Organics)



23)

비엠에스오가닉스
(BMS Organics)

전문가 소속

비엠에스오가닉스
(BMS Organics)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Hee
(Administrator)



BIOGREEN-O'Soy Plus Organic Low Cane Sugar Soya Milk Powder (800g)

RM 44.90
BIOGREEN-O'Soy Plus Organic Low Cane Sugar Soya Milk Powder (800g)



BIOGREEN-O'Soy Plus Organic Cane Sugar Free Soya Milk Powder (700g)

RM 44.90
BIOGREEN-O'Soy Plus Organic Cane Sugar Free Soya Milk Powder (700g)



BIOGREEN-Five Grain Oatmilk Energy (850g)

RM 55.85
BIOGREEN-Five Grain Oatmilk Energy (850g)



BIOGREEN-Enrich Oatmilk Energy (850g)

RM 55.85
BIOGREEN-Enrich Oatmilk Energy (850g)

비엠에스오가닉스(BMS Organics) Administrator, Ms. Hee

비엠에스오가닉스는 수입유통업체 및 유기농 채식주의자 레스토랑으로, 식료품, 유아용품, 화장품, 가정용품 등을 취급하고 있음. 자체 브랜드 상품 외에도 다양한 분야에서 총 50개 브랜드 이상의 상품을 판매함. 쌀음료는 현재 취급하고 있지 않으나, 두유나 귀리 우유를 판매하고 있음. 대부분의 쌀음료 제품을 직접 제조하여 판매함. 자사 홈페이지를 통한 온라인 판매도 병행하고 있음

23) 사진자료: BMS오가닉스(BMS Organics) 홈페이지 (bmsorganics.com)



가격 1,000원

용량 100g

포장 스파우트 파우치

Q1. 말레이시아 내 쌀음료 인지도는 어떤가요?

쌀음료의 인지도는 높지 않은 편입니다. 현재 말레이시아에는 현지산 쌀음료가 존재하지 않으며, 호주산 제품이 유일합니다. 대부분의 말레이시아 사람들은 쌀음료보다는 두유, 귀리우유를 더욱 선호합니다. 소비자들은 두유 및 귀리우유의 고비타민, 고단백질 함유량과 낮은 칼로리로 인해, 건강 측면에서 이점이 많다고 생각하여 선호합니다. 현지 소비자들은 기존 제품들이 기능적으로 충분히 뛰어나다고 생각하여 새로운 형태의 곡물음료에 무관심한 경향을 보이며, 선호하지 않습니다.

Q2. 제품의 용량과 가격은 어느 정도가 적당한가요?

분말형태의 두유와 귀리우유는 한 팩당 25g이며, 250ml의 물에 섞어 섭취합니다. 따라서 곡물음료를 액체로 출시된다면 용량은 700-800g이 적당하다고 생각합니다. 취급하는 유사제품의 가격은 850g에 55.85링깃²⁴⁾(약 15,900원), 100g에 6.5링깃(약 1,850원) 정도입니다. 따라서 A사의 제품 가격은 이와 비교했을 때 상당히 저렴하기 때문에, 현지 시장에서 충분히 경쟁력이 있을 것입니다.

Q3. 당사 제품의 포장형태가 어떻게 되나요?

기존에 판매하는 제품의 형태가 분말이기 때문에, 대부분 캔에 담겨있습니다. 하지만 액체 제품이 출시된다면, 스파우트 파우치 형태가 소비자에게 있어 더욱 적합할 것으로 생각합니다. 액체류는 스파우트 파우치 형태가 더욱 흔하며, 소비자들이 사용하기에 편리하기 때문입니다.

Q4. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

사실 쌀음료 자체가 소비자들 사이에서 수요가 많지 않습니다. 또한 기존에 판매중인 두유와 귀리우유는 아이들 전용으로 판매되는 경우가 많습니다. 이러한 상황에서 만약 아이들과 어른들이 함께 먹을 수 있는 제품이 출시된다면, 이는 획기적인 상품이 될 것으로 생각합니다. 따라서 이러한 제품의 특성을 살린 광고 홍보와 마케팅 전략이 필요하다고 판단됩니다.

Q5. 수출시 요구되는 인증이나 조건이 있나요?

제품이 아이와 어른 모두 향유할 수 있는 것이라면, 아이들도 섭취할 수 있다는 인증이 필요합니다. 예를 들어 우유에 알레르기가 있는 아이들 역시 섭취할 수 있는지의 여부가 확인되어야 합니다. 이 외에 할랄 인증 또한 필요합니다.

24) 1링깃=284.71원(2020.01.08 KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 레이디엔트홀푸드 (Radiant Whole Food)



25)

레이디엔트홀푸드
(Radiant Whole Food)

전문가 소속

레이디엔트홀푸드
(Radiant Whole Food)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Lenny
(CCR)

 <p>Pureharvest Organic Rice Milk With Calcium 1L RM14.90</p>	 <p>Pureharvest Organic Oat Milk 1L RM14.90</p>	 <p>Pureharvest Organic Rice Milk Original 1L RM14.90</p>
 <p>Pureharvest Organic Rice Milk Original 1L Twin ... RM29.90 RM26.00</p>	 <p>Pureharvest Organic Rice Milk Original 1L RM14.90 RM13.00</p>	

레이디엔트홀푸드(Radiant Whole Food) CCR, Ms. Lenny

레이디엔트홀푸드는 식료품, 유아용품, 구강용품 등을 취급하는 수입유통업체임. 쌀음료, 귀리, 코코아 등의 음료를 판매하고 있으며, 취급 브랜드로는 퓨어하베스트 (Pure Harvest) 등이 있음. 특히 레이디엔트홀푸드는 말레이시아 내 퓨어하베스트 브랜드의 유일한 수입유통업자로, 판매 제품 대부분이 유기농임. 유통업을 주로 하고 있지만, 온라인 사이트를 통해 개별소비자들을 상대로 소매판매도 진행하고 있음

25) 사진자료: 레이디엔트홀푸드(Radiant Whole Food) 홈페이지 (radiantwholefood.com.my)



가격 1,000원

용량 100g

포장 스파우트 파우치

Q1. 최근 말레이시아 내 쌀음료 트렌드가 어떻게 되나요?

쌀음료는 말레이시아 내에서 건강식으로 인식되어 어린이들과 노인들이 주로 소비하고 있으며, 관련 시장의 규모는 점점 더 커지고 있습니다. 최근 여러 말레이시아 현지기업이 쌀음료 산업에 관심을 보이고 있어, 현지산 쌀음료도 점차 출시될 것으로 예상됩니다. 쌀음료는 시골보다는 도시지역의 슈퍼마켓에서 수요가 많으며, 시골 지역은 평균적으로 소득 수준이 낮아, 건강식인 쌀음료의 수요가 적은 편입니다.

Q2. 말레이시아 내 선호하는 쌀음료는 무엇인가요?

현재 말레이시아 내 판매되는 쌀음료의 종류는 다양하지 않습니다. 그나마 호주산 퓨어하베스트(PureHarvest)의 제품의 인기가 가장 높으며, 해당 제품은 품질이 좋아 구매하는 소비자들의 만족도가 높습니다.

Q3. 쌀음료의 용량은 어느 정도가 적당한가요?

용량의 경우, 쌀음료는 대부분 가정용으로 출시되기 때문에 1L가 일반적입니다. 하지만, 개개인의 소비량을 고려했을 때에는 100-200ml가 적당합니다.

Q4. 선호하는 포장 방식이 있나요?

현재 말레이시아에서의 쌀음료는 대부분 종이팩이나 유리병에 담겨있습니다. 하지만 유아용의 쌀음료는 파우치 형태의 제품이 선호됩니다. 오늘날 말레이시아에서 파우치 형태의 제품이 많이 출시되고 있으며, 아이들이 먹기에 편리하여 소비자들의 반응이 호의적입니다.

Q5. 수출시 요구되는 인증에는 무엇이 있나요?

말레이시아로 식품을 수출하기 위해서는 유기농, 글루텐프리, 비건 인증을 취득해야 합니다. 이 외에도 뉴질랜드의 바이오그로(BioGro), 스위스의 SGS, HAC PP, GMP의 요건을 만족할 수 있어야 하며, JAKIM에서 할랄 인증도 받아야 합니다.

Interview ④ 에이피이엑스파머시 (APEX Pharmacy)

26)



에이피이엑스파머시 (APEX Pharmacy)

전문가 소속

에이피이엑스파머시 (APEX Pharmacy)
소매업체

전문가 정보

Ms. Chve
(Store Manager)



NH Colla Plus 3 50ml x 12s
RM 117.60



NH Nutri Grains 1kg
RM 82.00



NH Detoxim Natural Clenx Tea 40s + 10s +
RM 73.27



Chobe Master Instant Brown Rice Drink (Original)
RM 17.90



CHOBEMASTER INSTANT BROWN RICE DRINK (CHOCOLATE)
RM 17.90



Chobe Master Instant Brown Rice Drink (Cereal)
RM 17.90

에이피이엑스파머시(APEX Pharmacy) Store Manager, Ms. Chve

에이피이엑스파머시는 의약품을 전문으로 취급하는 소매업체임. 취급 품목으로는 의약품, 화장품, 건강보조식품 등이 있음. 싱가포르, 베트남, 미얀마에서도 관련 제품을 구매할 수 있음. 쌀음료를 판매하며, 말레이시아 현지 브랜드인 초베(Chobe) 제품을 취급함. 일반적인 제품은 해외에서 수입하기도 하지만, 쌀음료는 현지에서 제조된 제품만 판매하고 있음

26) 사진자료: 에이피이엑스파머시(APEX Pharmacy) 홈페이지 (apexpharmacy.com.my)



가격 1,000원

용량 100g

포장 스파우트 파우치

Q1. 최근 말레이시아 내 쌀음료 트렌드는 어떠한가요?

쌀음료는 말레이시아 시장에서 판매된 지 얼마 되지 않았습니다. 따라서 아직 시작하는 단계에 불과하지만, 소비자들 사이에서 인기가 꽤 높습니다. 특히 최근 말레이시아 내 건강 음료에 대한 관심이 증가함에 따라, 쌀음료를 찾는 소비자들도 많아졌습니다. 쌀음료는 아이들용 음료보다는 모든 연령대의 소비자들이 함께 즐길 수 있는 제품으로 인식됩니다.

Q2. 한국 식혜에 대한 인지도는 어떠한가요?

식혜라는 음료에 대해 들어본 적이 없습니다. 물론 현지에서 생산하는 쌀음료는 있으나, 한국산 식혜는 말레이시아에서 굉장히 생소한 음료입니다.

Q3. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

쌀음료는 아직 소비자들에게 많이 알려진 제품이 아닙니다. 따라서 광고를 통한 활발한 제품 홍보가 필요하다고 생각합니다. 말레이시아 시장에서 수입산 제품은 현지산 제품만큼이나 인기가 높기 때문에, 성공적인 마케팅 전략이 있다면 현지 소비자들의 반응이 뜨거울 것으로 예측합니다. 또한 기존에 존재하는 초베(Chobe) 쌀음료와 비교했을 때, A사 제품의 가격은 상대적으로 저렴한 편입니다. 따라서 A사의 '맛과 향'이 제품의 판매에 절대적인 영향을 끼칠 것으로 생각합니다.

Q4. 취급 제품의 포장 형태는 어떠한가요?

현재 판매중인 쌀음료는 분말 형태이기 때문에, 대부분 종이팩을 사용합니다. 제품이 액체인 것을 고려하면 스파우트 파우치 형태 또한 소비자들에게서 좋은 반응을 이끌어낼 수 있다고 생각합니다. 스파우트 파우치는 아이들뿐만 아니라, 모든 연령대의 소비자들이 사용하기에 편리하다고 판단됩니다.

Interview ⑤ 시그니처마켓 (Signature Market)

27)



시그니처마켓
(Signature Market)

전문가 소속

시그니처 마켓
(Signature Market)
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Shanon
(CCR)



We pass the savings to you
Save extra shopping online. We buy direct from manufacturer and pass the savings to you - no brand owner, no retail markups.



500 Organic & Natural Products
We only sell products we truly stand behind. If you buy something at Signature Market, you know you are getting a high quality product.



Healthy Living should be easy
Our store is open 24/7! Shop online anytime, day or night. Shop Organic, Sugar-free, Vegan and more.

Add To Cart	Add To Cart	Add To Cart	Add To Cart
Tri-Quinoa Purple Rice Milk Powder (500g)	High Calcium Oat Milk Powder (500g)	26 Multi-Grain Bird Nest Powder (500g)	Groomy Organic Pumpkin Powder (50g)
RM 45.00 RM-69.00 (Save 34%)	RM 35.00 RM-46.50 (Save 24%)	RM 35.00 RM-45.90 (Save 23%)	RM 22.50 RM-25.00 (Save 10%)

시그니처마켓(Signature Market) CCR, Ms. Shanon

시그니처마켓은 온라인 소매업체로, 말레이시아와 싱가포르에 서비스를 제공하고 있음. 취급 제품으로는 스낵류, 유아용품, 식료품, 화장품, 건강보조식품 등이 있음. 수입 제품과 현지 제품을 판매하지만, 쌀음료는 모두 현지 제품만을 판매하고 있음. 식료품의 경우 대부분 유기농 제품을 취급함. 자사 홈페이지와 블로그를 통해 자사 제품을 홍보 중에 있음

27) 사진자료: 시그니처마켓(Signature Market) 홈페이지 (signaturemarket.co/my)



가격 1,000원

용량 100g

포장 스파우트 파우치

Q1. 최근 말레이시아 내 쌀음료 트렌드는 어떠한가요?

현지 소비자들은 음료 부문에 있어 주로 에너지 드링크, 탄산음료, 주스 등을 선호하며, 쌀음료의 선호도는 상대적으로 낮습니다. 따라서 현지 시장에서 판매되는 쌀음료의 종류는 다양하지 않습니다. 몇몇 현지 제조업체에서 생산하는 말레이시아 쌀음료가 있기는 하나, 수요가 많은 편은 아닙니다.

Q2. 식혜와 유사한 제품이 현지에 판매되고 있나요?

식혜에 대해 들어본 적은 없으나, 유사제품으로는 뉴트리 브라운 라이스 밀크(Nutri Brown Rice Drink)와 오가닉 트리-퀴노아 라이스 밀크(Organic Tri-Quinoa Rice Milk)가 가장 유명합니다. 해당 제품들은 글루텐프리, 무설탕, 비타민E, Non-GMO 인증을 갖추어 소비자들 사이에서 인지도가 높습니다.

Q3. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

저희가 취급하는 제품이 500g에 69링깃(약 19,600원) 것을 감안하면, A사가 판매하는 제품의 가격은 상당히 저렴한 편입니다. 하지만 말레이시아 내 쌀음료의 인지도는 낮은 편이며, 수요가 많지 않습니다. 따라서 대형마트, 온라인 스토어에서 판매하는 것이 좋다고 생각합니다. 또한 소매업체와 슈퍼마켓이 홍보하기보다는, 제조업체가 직접 알리는 것이 낫다고 생각합니다. 시음회나 샘플을 제공하는 프로모션을 통해 인지도를 높이는 것도 제품 수요를 높일 수 있는 방안입니다.

Q4. 선호하는 쌀음료의 맛이나 포장형태가 있나요?

말레이시아 소비자들은 쌀음료의 맛에 있어 굉장히 세분화되어 있습니다. 예를 들어, 기존의 곡물 맛 외에도 생강 맛이 나는 음료가 존재합니다. 하지만 곡물과 생강을 섞어 새로운 맛을 낸다면, 소비자들의 반응이 더욱 호의적일 것으로 생각합니다. 또한 이미 말레이시아 내에서는 파우치 형태의 포장 방식이 유행하고 있으며, 소비자들로부터 호의적인 반응을 얻고 있습니다. 따라서 파우치 형태의 제품을 출시한다면 소비자들의 선호도가 높을 것으로 예상됩니다.

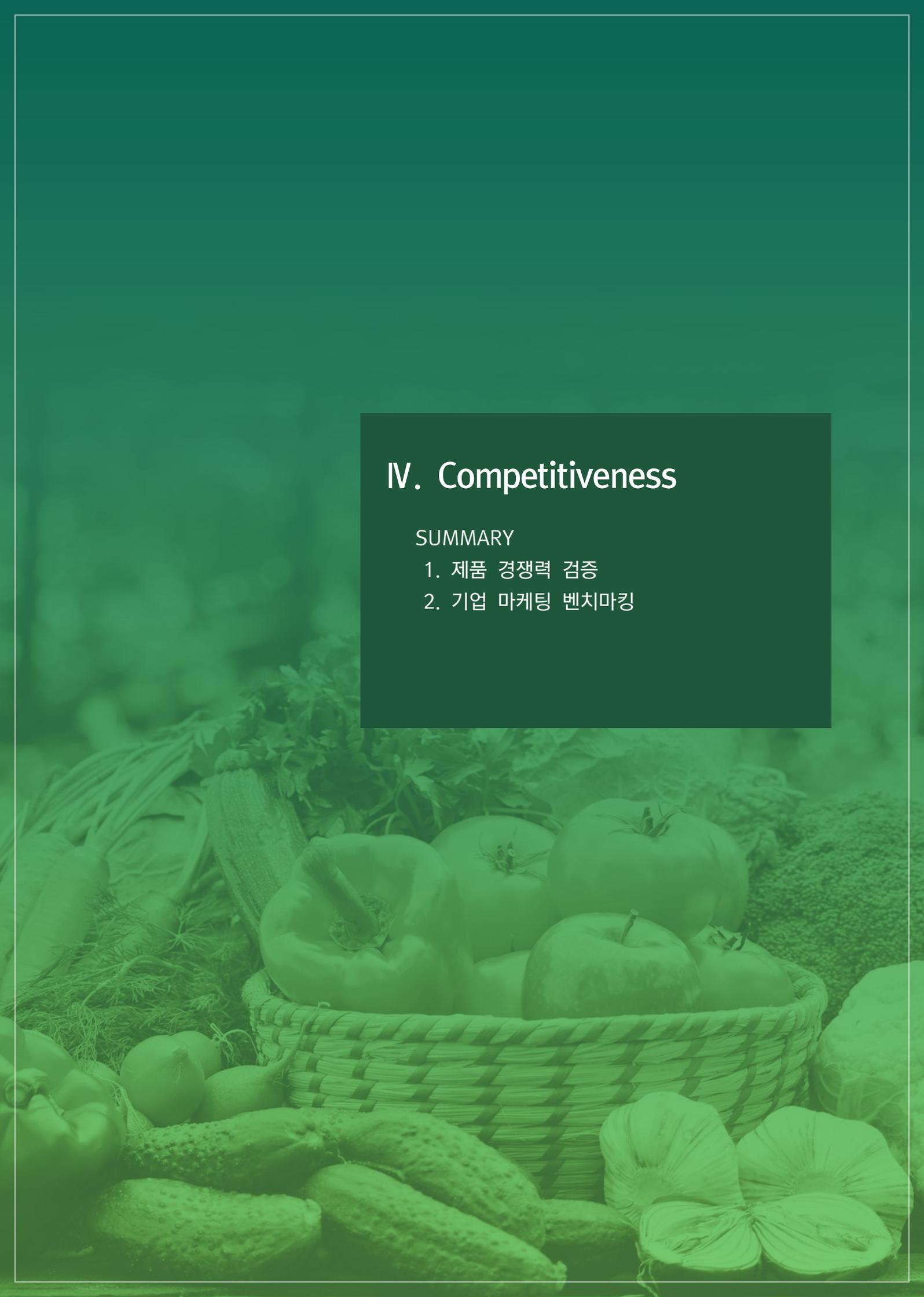
Q5. 수출 시 요구되는 인증이나 조건에는 무엇이 있나요?

저희가 취급하는 제품은 유기농이나, 별도의 유기농 인증을 보유하고 있지 않습니다. 그러나 모든 제품은 할랄과 ISO 22000 인증을 받은 바 있습니다. A사 제품은 쌀음료이기 때문에, 필수로 취득해야 하는 인증 외에 유기농인증만 추가적으로 취득한다면 현지 시장에서 판매하기에 충분할 것 같습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

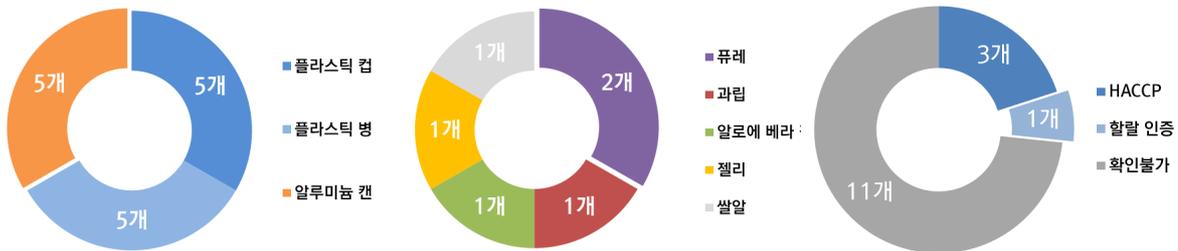
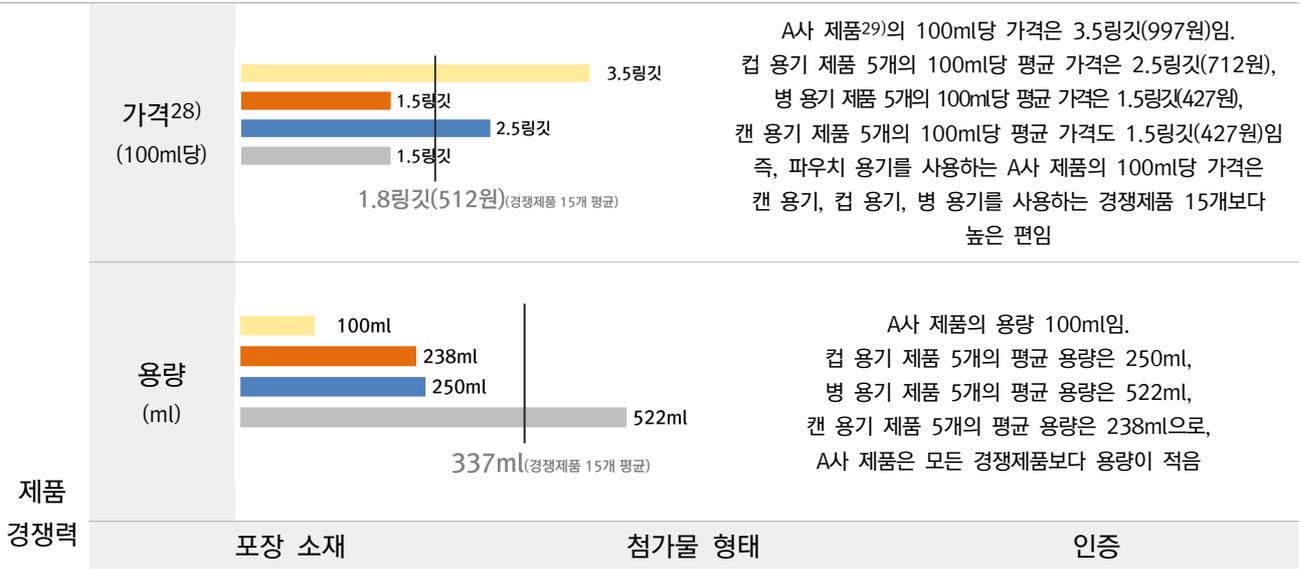


Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

말레이시아 (Malaysia) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품
 ■ 캔 용기
 ■ 컵 용기
 ■ 병 용기
 |
 15개 경쟁제품 평균
 경쟁력 평가 의견



경쟁제품 15개 중 10개, 플라스틱 소재의 컵 또는 병 용기 사용
나머지 5개 제품은 알루미늄 소재의 캔 용기 사용

경쟁제품 15개 중 6개, 알갱이음료 제품
그 중 퓨레 첨가물 제품 2개,
과립, 쌀알, 알로에 베라 겔, 젤리 첨가물이
있는 알갱이음료 제품이 각 1개임

경쟁제품 15개 중 4개 제품 인증 확인.
할랄 인증 보유 제품은 1개,
그 외 3개 제품은 HACCP 인증 보유

말레이시아 (Malaysia) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 말레이시아 온라인 매장 모두 진출 한국 경쟁기업 3개사, 현지 한인마트 에 진출	경쟁기업 6개사 중 5개사 자사 홈페이지 와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용	경쟁기업 6개사는 ‘할랄 인증’, ‘보존제 무첨가’, ‘씹는 즐거움’ 등 성분을 강조한 홍보문구 활용

28) 1링깃= 284.71원(2020.01.09., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

29) A사 제품 링깃 가격: 3.5링깃(1,000원을 284.71원으로 나눈 후 소수 둘째자리에서 반올림한 값(약997원))

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품(경쟁기업)

<알루미늄 캔>

- ① 비락식혜 (B사)
- ③ 복숭아 속살 (F사)
- ④ 싹싹 오렌지 (C사)
- ⑤ 포도 봉봉 (G사)
- ⑥ 갈아만든 배 (G사)

<플라스틱 컵>

- ⑨ 테이크 얼라이브 스위트자몽 (D사)
- ⑩ 테이크 얼라이브 블러드오렌지 (D사)
- ⑪ 테이크 얼라이브 망고 (D사)
- ⑫ 사과에이드 (E사)
- ⑬ 금귤&감귤 에이드 (E사)

<플라스틱 병>

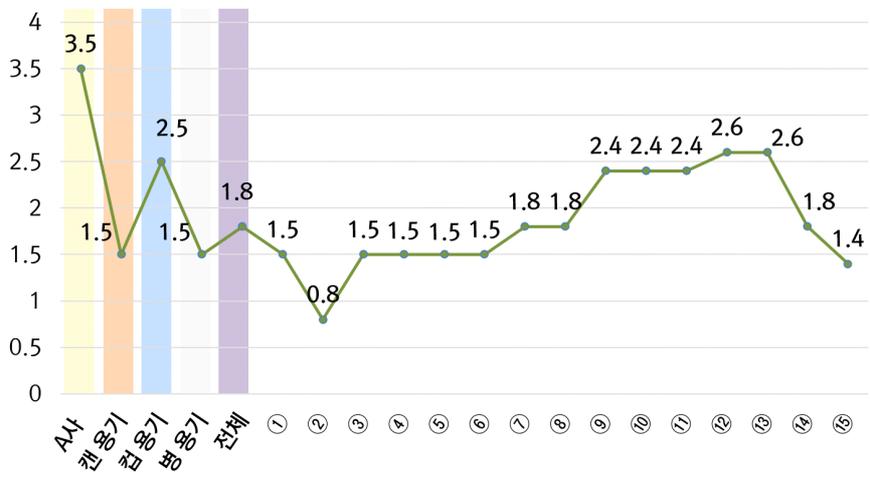
- ② 알로에주스 (C사)
- ⑦ 뽀로로 딸기맛 (B사)
- ⑧ 뽀로로 열대과일맛 (B사)
- ⑭ 딸기라떼 (C사)
- ⑮ 요거뽀뽀사과 (H사)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 모든 소프트드링크 제품의 100ml당 평균 가격보다 높음

A사 제품의 100ml당 가격은 3.5링깃(1,000원)임. 말레이시아 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개를 포장 용기의 형태를 기준으로 캔 용기 제품, 병 용기 제품, 컵 용기 제품으로 분류하면, 컵 용기 제품의 100ml당 평균 가격이 2.5링깃(712원)으로 가장 높음. 병 용기 제품과 캔 용기 제품은 100ml당 평균 가격이 1.5링깃(427원)으로 동일하며, A사 제품의 100ml당 평균 가격은 캔 용기와 병 용기 제품보다 2링깃(569원) 높은 것으로 확인됨. A사 제품의 100ml당 평균 가격은 컵 용기 제품보다도 1링깃(285원) 높으며, 전체 경쟁제품의 100ml당 평균 가격(1.8링깃(512원))과 비교했을 때 2배 가격임

[표 3.1] 말레이시아 소프트드링크 가격 경쟁력 분석

(단위: 링깃/100ml당)



2) 용량

경쟁제품(경쟁기업)

<알루미늄 캔>

- ① 비락식혜 (B사)
- ③ 복숭아 속살 (F사)
- ④ 섹섹 오렌지 (C사)
- ⑤ 포도 봉봉 (G사)
- ⑥ 갈아민든 배 (G사)

<플라스틱 컵>

- ⑨ 테이크 얼라이브 스위트자몽 (D사)
- ⑩ 테이크 얼라이브 블러드오렌지 (D사)
- ⑪ 테이크 얼라이브 망고 (D사)
- ⑫ 사과에이드 (E사)
- ⑬ 금귤&감귤 에이드 (E사)

<플라스틱 병>

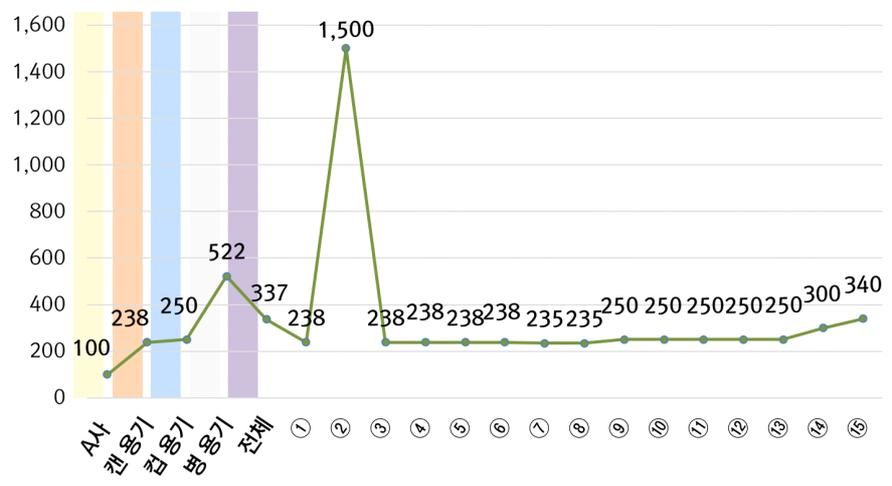
- ② 알로에주스 (C사)
- ⑦ 뽀로로 딸기맛 (B사)
- ⑧ 뽀로로 열대과일맛 (B사)
- ⑭ 딸기라떼 (C사)
- ⑮ 요거푹푹사과 (H사)

▶ A사 제품 용량, 모든 소프트드링크 제품의 평균 용량보다 적음

A사 제품의 용량은 100ml로, 경쟁제품 15개의 평균 용량(337ml)보다 237ml적음. 말레이시아 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 중 평균 용량이 가장 많은 제품 유형은 병 용기 제품으로 522ml임. 다음으로 컵 용기 제품의 평균 용량이 250ml로 높았으며, 캔 용기 제품의 평균 용량이 238ml로 가장 적음. 파우치 용기를 사용하는 A사 제품은 모든 경쟁제품 유형보다 낮은 용량으로 확인되며, 경쟁제품 유형 중 평균 용량이 가장 적은 캔 용기와 비교했을 때 138ml 적은 용량임

[표 3.2] 말레이시아 소프트드링크 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

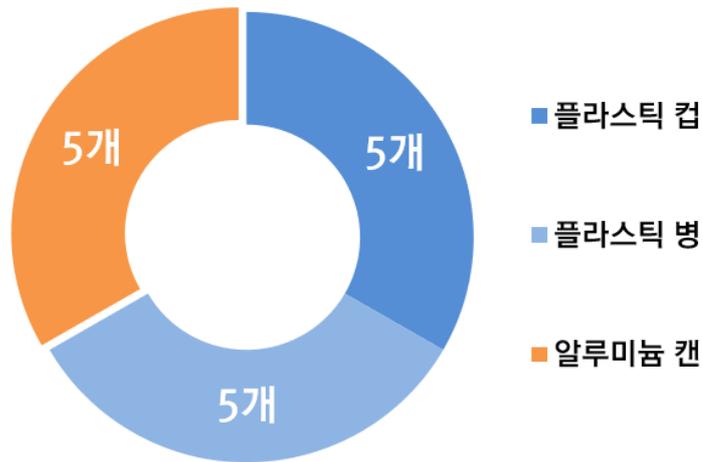


3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 플라스틱 소재의 포장 용기 사용

경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 10개 제품이 플라스틱 소재의 포장 용기를 사용함. 포장 용기의 형태는 플라스틱 컵 제품이 5개, 플라스틱 병 제품이 5개였으며, 그 외 5개 제품은 알루미늄 소재의 캔을 포장 용기로 사용함

[표 3.3] 말레이시아 소프트드링크 포장 형태 경쟁력 분석



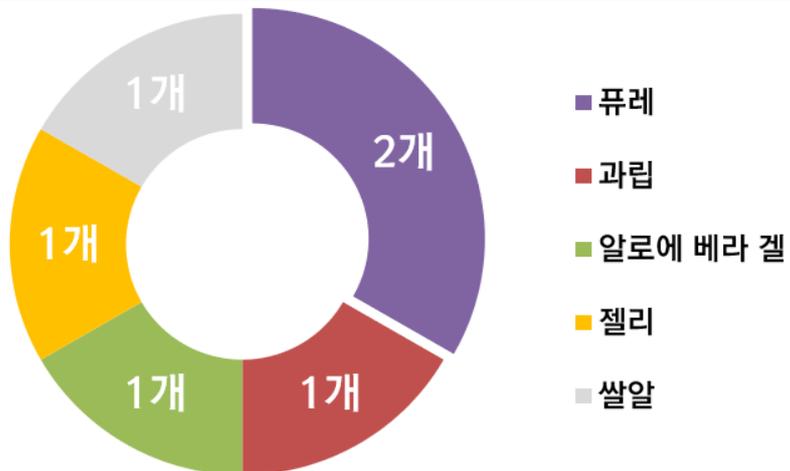
4) 첨가물 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 6개, 알갱이가 씹히는 첨가물 사용

알갱이음료 6개 중 2개, 푸레 첨가물 사용

말레이시아에서 판매되고 있는 소프트드링크 경쟁제품 중 음료를 마셨을 때 씹히는 식감이 있는 첨가물이 혼합된 음료는 총 6개임. 6개 제품에 혼합된 첨가물 종류는 쌀알, 과립, 젤, 푸레이며, 그 중 푸레 첨가물이 혼합된 경쟁제품이 2개임

[표 3.4] 말레이시아 소프트드링크 첨가물 형태 경쟁력 분석

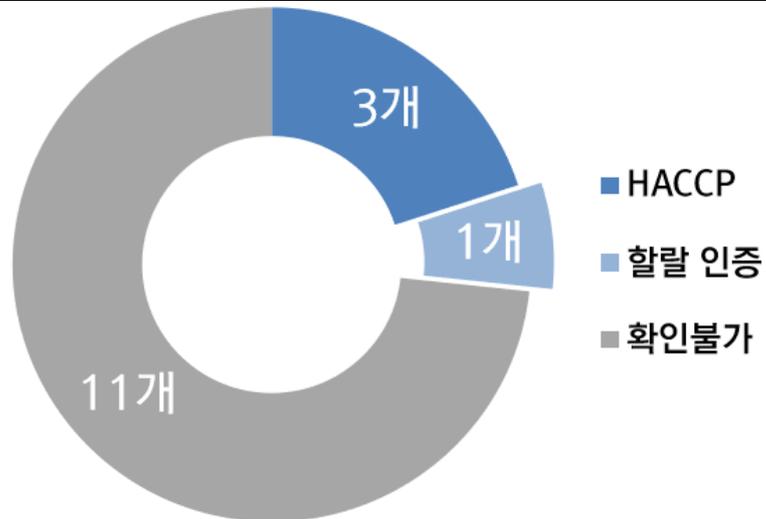


5) 인증 현황

▶ 경쟁제품 15개 중 1개, 할랄인증 보유
3개, HACCP 인증 보유

말레이시아에서 판매되고 있는 소프트드링크 경쟁제품 15개 중 인증 정보가 확인된 제품은 총 4개임. 인증 종류는 할랄인증과 HACCP 인증으로, 할랄 인증이 1개, HACCP는 식품안전관리 인증으로 총 3개 제품에서 확인됨. 현지조사원의 의견에 따르면, 다양한 한국 음료를 현지 마켓에서 쉽게 찾아볼 수 있었으며 할랄 인증을 받지 않은 제품도 많이 확인됨. 할랄 인증은 필수 인증 요건은 아니지만, 할랄 인증을 받은 식품에 대한 현지 소비자의 선호도와 신뢰가 매우 높음

[표 3.5] 말레이시아 소프트드링크 인증 정보 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 말레이시아 오프라인 및 온라인 채널 진출

말레이시아에 진출한 경쟁기업 6개사 중 오프라인 매장에서 확인된 기업은 한국 기업 3개사임. 3개사는 모두 한인마트에 진출했으며, B사는 서울마트, C사와 G사는 김스마트에 진출함. 또한, B사와 C사의 경우 현지 슈퍼마켓 채널인 콜드 스토리지와 이온에도 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업 6개사는 모두 온라인 채널에 진출했으며, 경쟁기업의 제품이 가장 많이 확인된 온라인 채널은 샤피임

[표 3.6] 말레이시아 소프트드링크 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인				온라인		
	서울마트	김스마트	콜드 스토리지	이온	샤피	테스코 온라인몰	마이딘
타이 베버리지 피씨엘					○	○	○
말레이시아 데어리 인더스트리즈						○	○
람순그룹					○		
B사	○		○		○		
C사		○		○	○		
G사		○			○		

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 중 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 모두 홍보 채널로 활용하는 기업은 4개사임. 한국 기업 C사의 경우 현지 홈페이지와 SNS 플랫폼이 모두 확인되지 않으며, 한국 기업 G사는 현지 SNS 플랫폼이 확인되지 않음. 타이 베버리지 피씨엘과 말레이시아 데어리 인더스트리즈는 자사 홈페이지와 함께 현지 브랜드 홈페이지를 운영하고 있으며, 람순그룹은 말레이시아 홈페이지를 운영함. 홍보 채널로 주로 활용되는 SNS 플랫폼은 페이스북이며, 타이 베버리지 피씨엘과 말레이시아 데어리 인더스트리즈는 유튜브도 홍보 채널로 활용함

[표 3.7] 말레이시아 소프트드링크 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	현지 브랜드 홈페이지	SNS 플랫폼	
			페이스북	유튜브
타이 베버리지 피씨엘	○ (글로벌 서비스)	○		○
말레이시아 데어리 인더스트리즈	○ (글로벌 서비스)	○	○	○
람순그룹	○		○	
B사	○ (글로벌 서비스)		○	
C사	○ (글로벌 서비스)		-	-
G사	-		-	-

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘양조 과정’, ‘향과 풍미’ 강조하여 경쟁제품 홍보

말레이시아에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 성분과 첨가물을 강조한 홍보 문구를 사용함. 경쟁기업 6개사의 제품은 공통적으로 보존제를 첨가하지 않았다는 점을 강조했으며, 타이 베버리지 피씨엘과 말레이시아 데어리 인터스트리즈, 램순그룹의 경우 할랄 인증 제품임을 홍보함. 타이 베버리지 피씨엘과 한국 기업 C사, G사는 씹히는 식감이 있는 알갱이 첨가물을 강조하여 ‘씹는 재미’, ‘즐거움’, ‘씹히는 알로에 베라’ 등의 홍보 문구를 사용함. B사의 식혜 제품은 간편하게 즐길 수 있는 ‘한국 전통 음료’, ‘한국의 대표적인 음료’라는 홍보 문구로 한국식 음료라는 점을 강조함

[표 3.8] 말레이시아 소프트드링크 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Soft Drinks in Malaysia」, 2019.11.
2. 스태티스타(Statista), 「Top 10 e-commerce site in Malaysia as of 1st quarter 2019, by monthly traffic(in 1,000 clicks)」, 2019.12.
3. 김스마트 페이스북 페이지(www.facebook.com/KIMSMARTSOLARIS)

■ 참고 사이트

1. 쿠알라룸푸르 시청 홈페이지(Official Portal of Kuala Lumpur city hall) (www.dbkl.gov.my)
2. 말레이시아 통계청 홈페이지(www.dosm.gov.my)
3. 김스마트 페이스북 페이지(www.facebook.com/KIMSMARTSOLARIS)
4. 에어비앤비(Airbnb) 홈페이지(www.airbnb.ie)
5. 케이엠티자야(KMT Jaya) 홈페이지(www.kmt.com.my)
6. 콜드스토리지 홈페이지(www.coldstorage.com.my)
7. 이온 홈페이지(www.aeonretail.com.my)
8. F&N브랜드 말레이시아 홈페이지(www.fn.com.my)
9. 샤피(shopee) (www.shopee.com.my)
10. 마이딘(Mydin) 홈페이지 (www.mydin.com.my)
11. 테스코(Tesco) 온라인몰 (www.eshop.tesco.com.my)
12. Marygold 브랜드 말레이시아 홈페이지(www.marigold.com.my)
13. 람순그룹 홈페이지(www.lamsoongroup.com)
14. 나이스비즈인포(Nice Biz info) (www.nicebizinfo.com)
15. 기업정보공시(www.dart.fss.or.kr)
16. 우즈매크로바이오틱스(Woods Macrobiotics) 홈페이지 (healthyfoodmalaysia.com)
17. BMS오가닉스(BMS Organics) 홈페이지 (bmsorganics.com)
18. 레이디언트홀푸드(Radiant Whole Food) 홈페이지 (radiantwholefood.com.my)
19. 에이피이엑스파머시(APEX Pharmacy) 홈페이지 (apexpharmacy.com.my)
20. 시그니처마켓(Signature Market) 홈페이지 (signaturemarket.co/my)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.01.17.

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는
저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나
개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로
연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

