한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202011-23

품목 | 라면(Instant Noodle)

국가 | 말레이시아(Malaysia)

구분 | 시장분석형

Kati
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. 요약(Summary) 04

Ⅱ. 시장규모(Market Size)

1. 말레이시아 라면 시장규모 13
2. 말레이시아 라면 수출입 시장규모 15
3. 말레이시아 라면 소비 시장규모 16

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 말레이시아 한국 브랜드 중 불닭볶음면 거래량 높은 편 25
2. 말레이시아 소비자, 불닭볶음면에 전반적으로 호평 26
3. 말레이시아 라면, ‘컵라면·국물 라면·매운 맛·할랄’ 수요 높아 27
4. 말레이시아 라면 원료, ‘닭고기, 해산물’ 수요 높아 28

Ⅳ. 유통채널(Distribution Channel)

1. 말레이시아 라면 유통구조 30
2. 말레이시아 라면 주요 유통업체 31
3. 말레이시아 라면 B2C 소매채널 33

Contents

Ⅴ. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 말레이시아 라면 인증 취득 54
2. 말레이시아 라면 사전 절차 57
3. 말레이시아 라면 라벨 심의 59
4. 말레이시아 라면 서류 준비 63
5. 말레이시아 라면 세금 납부 64
6. 말레이시아 라면 검역 심사 절차 65
7. 말레이시아 관련 규제 정보 66

Ⅵ. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 케이엠티(KMT) 68
Interview ② 프레시한그로서(Freshan Grocer) 70
Interview ③ 롯데마트 말레이시아(Lotte Mart Malaysia) 72
Interview ④ 테스코(Tesco) 74
Interview ⑤ 해피프레쉬(Happy Fresh) 76

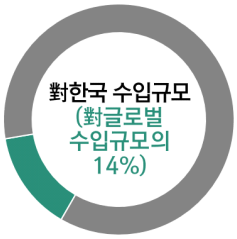
Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights) 78

※ 참고문헌 81

Ⅰ. 요약(Summary)

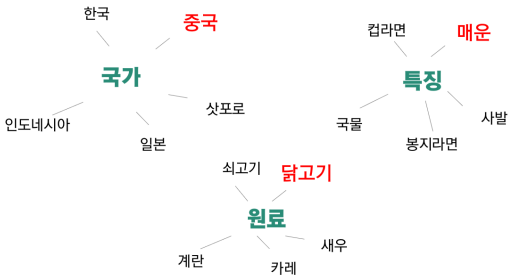
Summary

▸ 수요 분석



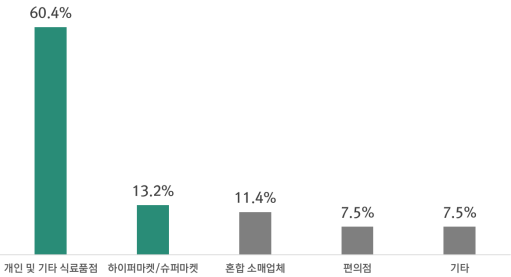
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	컵라면	573억 원	바쁜 라이프스타일 확대됨에 따라 라면 수요 증가 중 – 10-20대 젊은 층이 주요 소비자
	봉지라면	5,298억 원	
수입규모	글로벌	1,232억 원	
	한국	169억 원	
소비 시장규모	10-20대	1,096만 9,000명	
	인구 상위 지역	셀랑고르, 사바	
	인기 브랜드	매기, 미스답, 마미	

▸ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



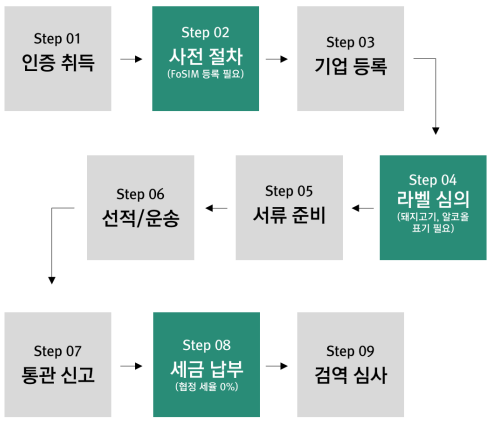
		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
국가	중국	1st / 1,083건	다양한 현지산, 수입산 브랜드 산재 – 다양한 플레이버, 매운 맛이 주요 구매 요인 – A사 제품 인지도 매우 높음
	한국	2nd / 869건	
특징	매운	1st / 2,024건	
	컵라면	2nd / 1,786건	
원료	닭고기	1st / 708건	
	쇠고기	2nd / 621건	

▸ 유통채널



	시장 점유율	전문가 인터뷰
개인 및 기타 식료품점	60.4%	적합한 유통채널과 소매업체와 연계한 홍보 중요 – 하이퍼마켓 등의 소매점과 온라인이 주요 유통채널
하이퍼마켓/슈퍼마켓	13.2%	
혼합 소매업체	11.4%	
편의점	7.5%	
기타	7.5%	

▸ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	필수인증 없음	라벨링 관련 알코올, 돼지고기 성분 함유 시 표기 필요함
	선택	HALAL, HACCAP 등	
사전절차	필수	FoSIM, 수입규제 항목 확인	
라벨 표기사항		돼지고기, 알코올 함유 표기	
서류 준비사항		원산지증명서 외 6건	
세금납부	기본관세율	8%	
	협정 세율	0%	
	VAT	0%	

▸Point 01.	말레이시아 소비자들의 라이프스타일 현대화됨에 따라 인스턴트 누들 및 라면 수요 상승세
▸Point 02.	말레이시아 내 A사 제품 매운 맛으로 인해 인기 및 인지도 높은 편
▸Point 03.	10-20대 젊은 층이 라면의 주요 소비층

Market Size
(시장규모)

말레이시아(Malaysia)

라면 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(라면), 포장형태(컵, 봉지)

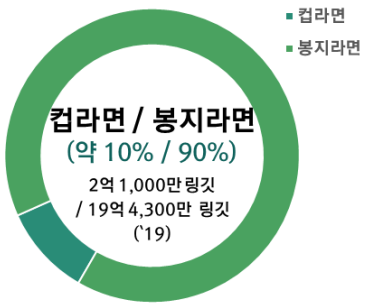
- 컵라면(Instant Noodle Cups)[1] 시장규모

  ..... 2억 1,000만 링깃('19)

- 봉지라면(Instant Noodle Pouches)[2] 시장규모

  ..... 19억 4,300만 링깃('19)

(*) Euromonitor International



라면 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(면)

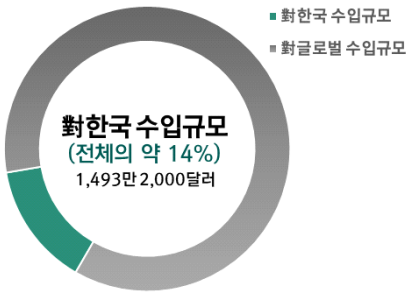
- HS 1902.30[3] '스파게티, 마카로니, 누들, 라자니아, 뇨키, 라비올리, 카넬로니와 그 밖의 파스타 제품'
  말레이시아 對 글로벌 수입규모

  ..... 1억 868만 7,000달러('19)

- HS 1902.30 '스파게티, 마카로니, 누들, 라자니아, 뇨키, 라비올리, 카넬로니와 그 밖의 파스타 제품'
  말레이시아 對 한국 수입규모

  ..... 1,493만 2,000달러('19)

(*) International Trade Centre



라면 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어 물에 끓여 먹을 수 있는 봉지 제품을 포괄함. 이에 라면을 선호하는 10-20대의 인구와 지역별 소비자규모를 파악하기 위해 '말레이시아 성별 및 연령대별 인구 규모'와 '말레이시아 지역별 인구 분포'를 조사함. 또한, 말레이시아 컵라면 및 봉지라면 시장의 경쟁사 파악을 위해 '말레이시아 컵라면 브랜드 점유율'과 '말레이시아 봉지라면 브랜드 점유율'을 조사함

① 말레이시아 성별 및 연령대별 인구 규모('19)		② 말레이시아 지역별 인구 분포('19)		③ 말레이시아 컵라면 브랜드 점유율('20)		④ 말레이시아 봉지라면 브랜드 점유율('20)	
0-9세	509만 8,000명	세랑고르	657만 명	매기	55.1%	매기	45.1%
10대	518만 5,000명	사바	390만 8,000명	마미	25.3%	미스답	14.4%
20대	578만 4,000명	조호르	377만 7,000명	슈퍼	6.9%	마미	13.9%
30대	552만 5,000명	사라왁	282만 9,000명	A사	5.6%	요스	8.8%
40대	388만 4,000명	페라크	251만 9,000명	인도미	3.6%	A사	2.8%
50대	308만 명	케다	2,19만 4,000명	기타	3.5%	B사	0.6%
60대	206만 9,000명	쿠알라룸푸르	177만 4,000명			기타	4.5%
70대 이상	132만 3,000명						

(*) 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 말레이시아 통계청(Statistics Malaysia), 유로모니터(Euromonitor)

1) 컵라면(Instant Noodle Cups): 탈수된 면, 조미료, 야채를 컵에 담아 물에 끓여 먹을 수 있게 만든 제품을 포함함
2) 봉지라면(Instant Noodle Pouches): 탈수된 면, 조미료, 야채를 봉지에 담아 냄비에 넣어 끓여 먹을 수 있게 만든 제품을 포함함
3) HS CODE 1902.30 : 조사제품 '라면'은 크게 스파게티, 마카로니, 누들, 라자냐, 뇨키, 라비올리, 카넬로니, 쿠스쿠스 등을 포함한 파스타 면류'로 규정된 제1902호에 속하며, 그중에서 기타 면류(Other Pasta)에 해당하는 HS CODE 1902.30을 지표로 선정함

Market Trend
(시장트렌드)

말레이시아 (Malaysia)
라면 소비 실태 분석 결과

말레이시아 '라면' 주요 연관어 분석

말레이시아 '라면' 온라인 쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
매운	2,024
컵	1,857
닭고기	708
국물	624
쇠고기	621
사발	589
할랄	582
카레	445
비건	439
…	
볶음면	387

말레이시아 온라인쇼핑몰 리면 6,543건 분석

말레이시아 '불닭볶음면' 구매후기

연관어	발생량
배송	84
포장	30
저렴한	10
맛	8
매운	7
좋아요	5
MCO(이동제한명령)	4
재구매하다	4
치즈	3
…	
할랄	3

말레이시아 불닭볶음면 구매후기 794건 분석

라면 원산지/브랜드
한국 869건
B사 139건
A사 117건

한국 라면
인지도 높아

불닭볶음면 후기
저렴한 10건
매운 7건

불닭볶음면
말레이시아 내 호평

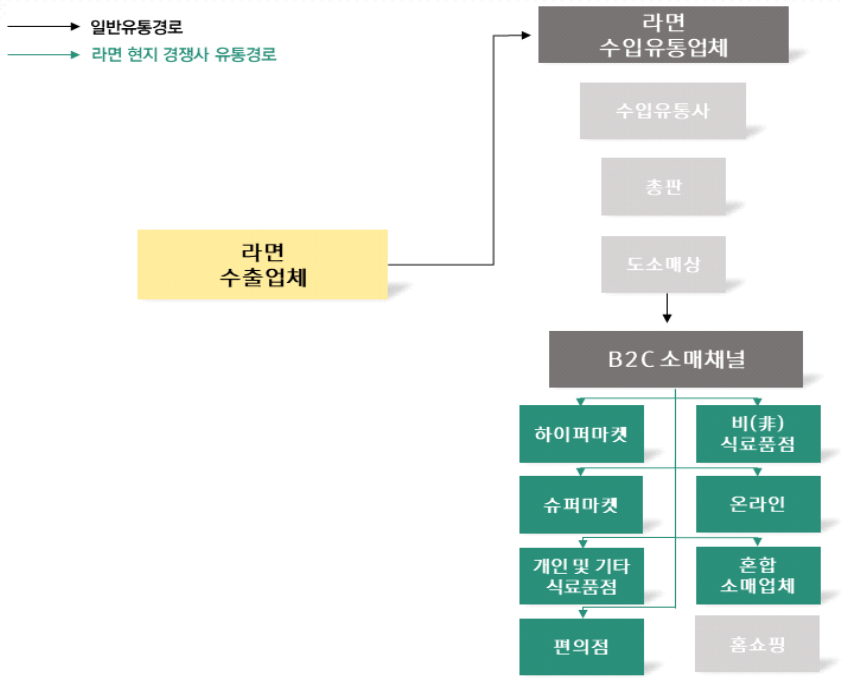
라면 특징
매운 2,024건
컵 1,786건
국물 623건

말레이시아
'컵, 국물, 매운 라면'

라면 원료
닭고기 708건
쇠고기 621건
해산물 221건

할랄문화로 닭고기,
쇠고기, 해산물 수요

Distribution Channel
(유통채널)



말레이시아(Malaysia)

라면 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율[4)5)6)]	주요 채널[7)]
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점[8)]	60.4%	케이마켓(K Market), 킴스마트(Kim's Mart), 우리마트(Woori Mart)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	13.2%	자이언트(Giant), 루루(Lulu), 테스코(Tesco)
	혼합 소매업체[9)]	11.4%	이세탄(Isetan), 쇼고(Sogo)
	편의점[10)]	7.5%	세븐일레븐(7-Eleven), 마이뉴스(My News), 패밀리마트(Family Mart)
	온라인	4.6%	쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)
	비(非) 식료품점[11)]	3.0%	가디안(Guardian), 왓슨스(Watsons), 캐어링파머시(Caring Pharmacy)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

4) 2020년 기준, 말레이시아 내 '면류(Noodles)'의 유통채널 점유율이며, 점유율은 100.1%를 기준으로 계산됨
5) '라면'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '면류(Noodles)'의 정보를 확인함
6) 유로모니터 채널 점유율에 따라 반올림한 전체 값이 100.1%임
7) 채널 분류에 따른 말레이시아 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨
8) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포함함
9) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함
10) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함
11) 본 보고서에서 비(非) 식료품 전문점은 드러그스토어(H&B), 약국 등을 포괄함

Customs · Quarantine
(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요	(*) 말레이시아 보건부 - 문의처 : www.miti.gov.my
▼ Step 02. 사전 심사	• 수입 식품 사전 심사 無 • FoSIM 등록 필요	(*) 말레이시아 보건부 - 문의처 : www.miti.gov.my (*) 말레이시아 식품안전품질본부 - 문의처 : www.fsq.moh.gov.my
▼ Step 03. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 - 말레이시아 보건부 규정 준수	(*) 말레이시아 보건부 - 문의처 : www.miti.gov.my
▼ Step 04. 서류 준비	- 일반 서류 - 원산지증명서	(*) 말레이시아 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.my
▼ Step 05. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
▼ Step 06. 통관 신고	• 수입신고 - 전자(DagangNet) 또는 서면으로 신고 - 적하목록, 물품신고서, 상업송장 등	(*) 말레이시아 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.my
▼ Step 07. 세금 납부	• HS CODE 1902.30-4000 사용 • 협정 세율 0% • 소비세 無	(*) 말레이시아 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.my
▼ Step 08. 검역 심사	• 제품 위험도에 따라 서류 심사 및 물품검사 진행	(*) 말레이시아 수출입식품검역처 - 문의처 : www.maqis.gov.my

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Demand and Share

KOREA MALAYSIA TRADE

· 인터뷰 기업 : 케이엠티 (KMT) 수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Jack (Sales In-charge)

급속한 경제성장으로 라면의 수요도 증가

현재 말레이시아는 도시화가 활발히 진행되고 있으며 경제도 빠른 속도로 발전하고 있습니다. 급속한 경제성장으로 인해 소비자들의 라이프스타일이 크게 변화하여 일명 '빨리빨리' 소비문화가 라면의 급격한 수요 상승으로 이어졌습니다.

현지 라면 브랜드의 시장 점유율이 매우 높음

말레이시아 라면 시장에서는 현지 브랜드의 시장 점유율이 매우 높은 편이나, 수입 라면의 수요도 높은 편입니다. 현재로서는 마이쿠알리페낭(My Kuali Penang) 브랜드의 제품이 말레이시아 시장을 거의 독점하고 있습니다.

Market Preference and Strategy

· 인터뷰 기업 : 프레시한그로서 (Freshan Grocer) 수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Edwin (Manager)

바이어의 주요 라면 구매요인은 수요와 가격

수입업체 및 바이어의 입장에서 제품 취급 여부를 결정할 때 가장 중요한 고려요인은 제품 자체의 수요입니다. 또한, 말레이시아는 이미 다수의 현지 및 수입 라면이 판매되고 있기 때문에 가격 경쟁력도 매우 중요한 요인 중 하나입니다.

소비자의 주요 라면 구매요인은 편리함

소비자의 경우 편리함을 가장 우선시합니다. 소비자들은 쉽고 간편하게 먹을 수 있는 라면을 선호하며, 바쁜 라이프스타일로 인해 구매에 많은 시간을 들이지 않고 자신이 선호하는 제품을 선택한 후 이를 꾸준히 구매하는 편입니다.

Market Awareness and Customer

Lotte Malaysia

· 인터뷰 기업 : 롯데마트 말레이시아 (Lotte Mart Malaysia) 수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. FL Lee (Manager)

현지 내 A사의 브랜드 인지도는 높은 편

A사는 말레이시아에서 꽤 잘 알려진 브랜드입니다. 만약 라면을 취급하고 있는 유통업체라면, A사나 C사의 제품은 무조건 취급하고 있을 정도로 유명합니다. 두 브랜드 모두 긍정적인 반응을 얻고 있으며, 소비자 신뢰도도 높습니다.

라면의 주요 소비자는 15-35세 젊은 층

말레이시아 내 라면의 주요 소비자는 15-35세 젊은 층입니다. 젊은 소비자들은 새로운 제품을 도전해보려는 경향이 있으며, 빨리 조리하여 먹을 수 있는 제품을 선호합니다.

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Promotion and Strategy

· 인터뷰 기업 : 테스코 (Tesco) 수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Terence Hiew (Purchasing Manager)

인플루언서 마케팅 및 브랜드-소매점 직접 제휴 마케팅이 효과적

브랜드 인지도를 높이기 위해서는 여러 가지 미디어를 통해 홍보하는 것이 중요하며 블로거나 유튜버 등의 인플루언서 마케팅도 효과적입니다. 또한, 일부 소매업체는 브랜드와 직접 제휴하여 제품 홍보를 진행하기도 합니다.

할랄 인증 취득이 매우 중요

말레이시아에서 가장 중요한 인증은 할랄입니다. 할랄 취득 여부가 중요한 구매 고려요인인 만큼, 현지 무슬림 인구를 타겟으로 하려면 할랄 인증을 취득하는 것이 효과적입니다.

Market Trend and Distribution

· 인터뷰 기업 : 해피프레쉬 (Happy Fresh) 소매업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Siewling (HR Manager)

코로나19로 인해 라면의 수요 더욱 상승

말레이시아 소비자들은 라면을 포함한 인스턴트 국수에 대한 선호도가 높습니다. 특히, 코로나19로 인해 소비자들이 집에 머무는 시간이 길어지다 보니 라면의 수요가 더욱 상승했습니다.

현지 유통 파트너와 함께 소매점으로 바로 유통하는 것을 추천

라면의 주요 유통채널은 슈퍼마켓 등의 소매점입니다. 다수의 대형 브랜드가 현지 유통 파트너를 가지고 있으며 이를 통해 바로 소매점으로 유통하여 판매를 진행합니다.

II. 시장규모(Market Size)

1. 말레이시아 라면 시장규모
2. 말레이시아 라면 수출입 시장규모
3. 말레이시아 라면 소비 시장규모

1. 말레이시아 라면 시장규모

조사 시장: 조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어있으며, 끓는 물을 추가하여 먹을 수 있는 컵에 담긴 제품을 포괄함. 이에 제품의 종류(라면)와 포장 형태(컵)를 기준으로 '컵라면'과 상위품목인 '라면' 시장규모를 조사함

말레이시아 국가 일반 정보[14)]

면적	33만 252㎢
인구	3,258만 명
GDP	3,647억 달러
GDP (1인당)	1만 1,193달러

▶ 2015-2019년, 말레이시아 '라면' 시장규모, 연평균성장률 7%

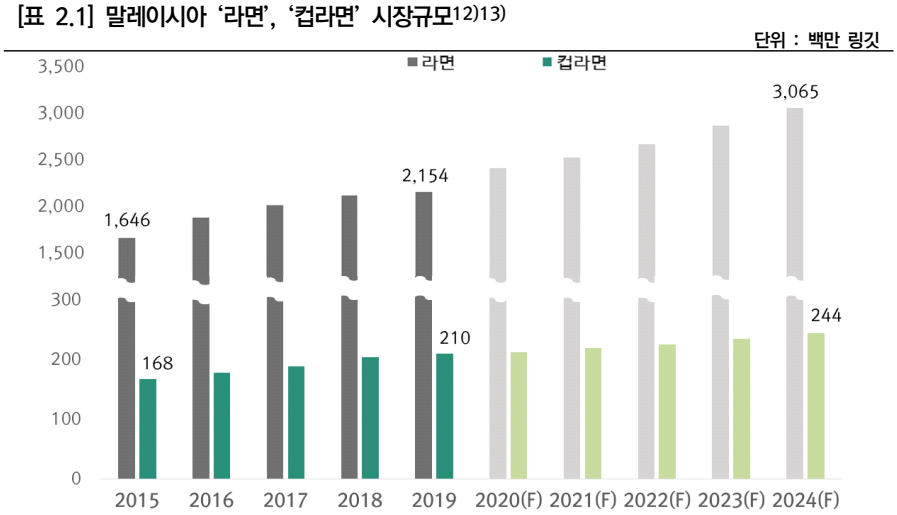
지난 5년(2015-2019년)간 말레이시아의 '라면' 시장규모는 연평균 7%의 성장률을 보이며 2019년 21억 5,400만 링깃을 기록함. 동기간 '컵라면' 시장규모는 연평균 6% 증가하여 2019년 2억 1,000만 링깃을 기록함

▶ 2020-2024년, 말레이시아 '컵라면' 시장규모, 연평균성장률 4% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 말레이시아의 '컵라면' 시장규모는 연평균 4%의 성장률을 보이며 2024년 2억 4,400만 링깃을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 말레이시아 '라면' 시장규모는 연평균 6%의 성장세를 보이며 2024년에는 30억 6,500만 링깃을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 말레이시아 '라면', '컵라면' 시장규모[12)13)]

단위 : 백만 링깃



분류		2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 품목	라면	1,646 (4,488억 원)	1,873 (5,107억 원)	2,011 (5,484억 원)	2,118 (5,775억 원)	2,154 (5,874억 원)	7%
해당 품목	컵라면	168 (458억 원)	178 (485억 원)	189 (515억 원)	204 (556억 원)	210 (573억 원)	6%
전망		**2020(F)**	**2021(F)**	**2022(F)**	**2023(F)**	**2024(F)**	**CAGR ('20-'24)**
상위 품목	라면	2,410 (6,572억 원)	2,525 (6,885억 원)	2,671 (7,283억 원)	2,869 (7,823억 원)	3,065 (8,358억 원)	6%
해당 품목	컵라면	212 (578억 원)	219 (597억 원)	226 (616억 원)	235 (641억 원)	244 (665억 원)	4%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

12) 1링깃=272.68원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
13) 환산된 데이터(단위: 링깃, 원)는 모두 반올림됨
14) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

조사 시장: 조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어 물에 끓여 먹을 수 있는 봉지 제품을 포괄함. 이에 제품의 종류(라면)와 포장 형태(봉지)를 기준으로 '봉지라면'과 상위품목인 '라면' 시장규모를 조사함

▶ 2015-2019년, 말레이시아 '봉지라면' 시장규모, 연평균성장률 7%

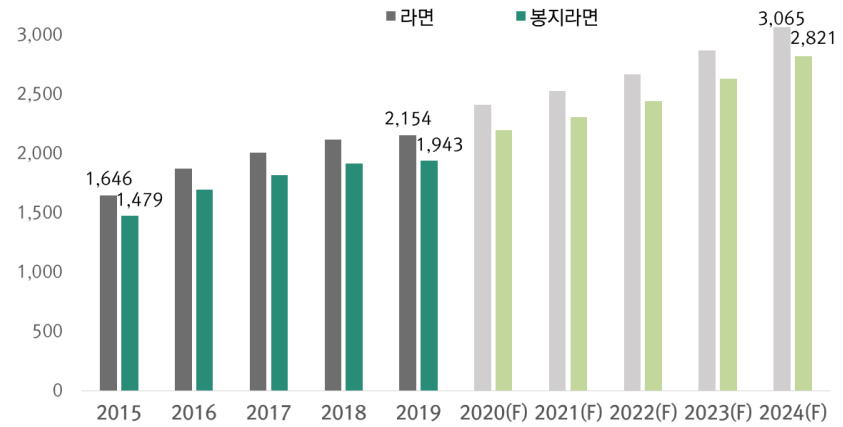
지난 5년(2015-2019년)간 말레이시아의 '봉지라면' 시장규모는 연평균 7%의 성장률을 보이며 2019년 19억 4,300만 링깃을 기록함. 동기간 '라면' 시장규모는 연평균 7% 증가하여 2019년 21억 5,400만 링깃을 기록함

▶ 2020-2024년, 말레이시아 '봉지라면' 시장규모, 연평균 6% 증가세 예상

향후 5년(2020-2024년)간 말레이시아 '봉지라면' 시장규모는 연평균 6%의 증가세를 보이며 2024년에는 28억 2,100만 링깃을 기록할 것으로 예측됨. 특히 말레이시아 정부의 이동통제 조치로 인해 비상식량으로 소비자들이 봉지라면을 구매하면서 시장규모가 확대되고있음[15)]

[표 2.2] 말레이시아 '라면', '봉지라면' 시장규모[16)]

단위 : 백만 링깃



분류		2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 품목	라면	1,646 (4,488억 원)	1,873 (5,107억 원)	2,011 (5,484억 원)	2,118 (5,775억 원)	2,154 (5,874억 원)	7%
해당 품목	봉지라면	1,479 (4,033억 원)	1,695 (4,622억 원)	1,822 (4,968억 원)	1,915 (5,222억 원)	1,943 (5,298억 원)	7%
전망		2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20-'24)
상위 품목	라면	2,410 (6,572억 원)	2,525 (6,885억 원)	2,671 (7,283억 원)	2,869 (7,823억 원)	3,065 (8,358억 원)	6%
해당 품목	봉지라면	2,198 (5,994억 원)	2,307 (6,291억 원)	2,444 (6,664억 원)	2,634 (7,182억 원)	2,821 (7,692억 원)	6%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

15) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in Malaysia」, 2020
16) 환산된 데이터(단위: 링깃, 원)는 모두 반올림됨

2. 말레이시아 라면 수출입 시장규모

HS CODE 1902.30: 조사제품 '라면'은 크게 스파게티, 마카로니, 누들, 라자냐, 뇨키, 라비올리, 카넬로니, 쿠스쿠스 등을 포함한 파스타 면류'로 규정된 제1902호에 속하며, 그중에서 기타 면류(Other Pasta)에 해당하는 HS CODE 1902.30을 지표로 선정함

2019년 말레이시아 수입규모 상위 5개국

(단위 : 천 달러)

	국가명	수입액
1	인도네시아	64,617
2	한국	14,932
3	중국	10,725
4	태국	6,534
5	터키	4,185

자료 : ITC

▶ 2015-2019년, 말레이시아 對글로벌 수입액 연평균성장률 0.4%

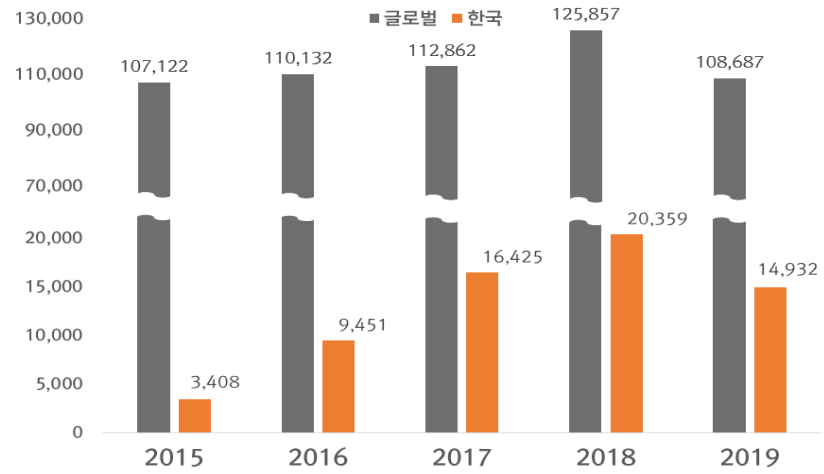
말레이시아 HS CODE 1902.30 품목의 對글로벌 수입규모는 2015-2019년 동안 연평균 0.4%의 증가세를 보이며 2019년 1억 868만 7,000달러를 기록함. 말레이시아 HS CODE 1902.30 품목 수입상대국 1위는 인도네시아로 확인되며, 2019년 기준 말레이시아 전체 수입액의 59%를 차지하는 6,461만 7,000달러(약 732억 원)를 기록함

▶ 2015-2019년, 말레이시아 對한국 수입액 연평균성장률 44.7% 증가

말레이시아 HS CODE 1902.30 품목의 對한국 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 44.7%의 큰 증가세를 보이고 있음. 말레이시아 HS CODE 1902.30 對한국 수입액은 2015년 340만 8,000달러에서 2018년 약 2,036만 달러로 3년 연속 증가한 후, 2019년에는 수입규모 축소와 비례하여 약 1,493만 달러로 감소함

[표 2.3] 말레이시아 HS CODE 1902.30 수입규모[17)18)19)]

단위 : 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR* ('15-'19)
말레이시아 對 글로벌 수입액	107,122 (1,214억 원)	110,132 (1,248억 원)	112,862 (1,279억 원)	125,857 (1,426억 원)	108,687 (1,232억 원)	0.4%
말레이시아 對 한국 수입액	3,408 (39억 원)	9,451 (107억 원)	16,425 (186억 원)	20,359 (231억 원)	14,932 (169억 원)	44.7%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1902.30 기준

17) 자료: ITC(International Trade Centre)
18) 1달러=1,133.40원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
19) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 말레이시아 라면 소비 시장규모

1) 말레이시아 성별 및 연령대별 인구 규모

조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어 물에 끓여 먹을 수 있는 봉지 제품을 포괄함. 이에 라면을 선호하는 10-20대의 인구와 지역별 소비자규모를 파악하기 위해 '말레이시아 성별 및 연령대별 인구 수'와 '말레이시아 지역별 인구 규모'를 조사함

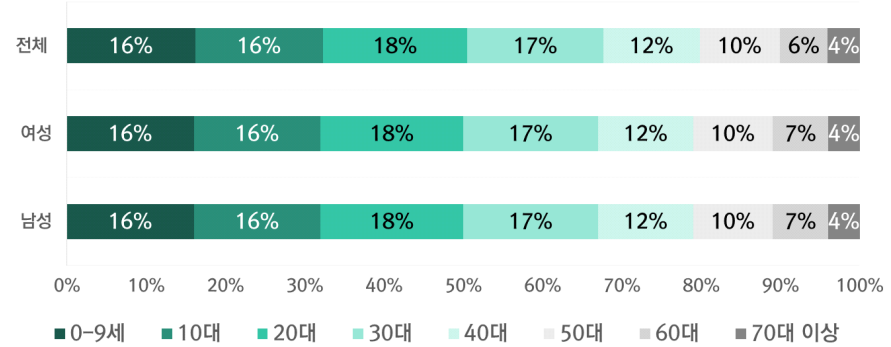
▶ **2019년 말레이시아 10-20대 인구 1,096만 9,000명**

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 말레이시아의 총 인구수는 3,194만 8,000명으로 확인됨. 그 중 라면의 잠재적 소비자가 될 수 있는 10-20대의 인구는 1,096만 9,000명이며, 총 인구에서 34%를 차지하는 것으로 확인됨. 농식품수출정보(KATI)에 의하면, 대부분의 말레이시아의 젊은 층은 한국제품 중에서 라면이나 스낵을 구매하는 경향이 높으며, 주로 하이퍼마켓에서 한국제품을 구매하는 것으로 확인됨[20]

시장분석기관 모더인텔리전스(Mordor Intelligence)에 따르면, 말레이시아는 세계에서 가장 매력적인 라면 시장이 될 것으로 예측됨. 특히 청년층 및 노동인구 증가, 구매력 증가, 브랜드의식 향상, 소비자 선호도 변화 등이 라면시장의 성장을 견인할 것으로 예상됨[21]

[표 2.4] 2019년 말레이시아 성별 및 연령대별 인구 규모

단위 : %, 천 명



연령대	전체(천 명)	비율(%)	여성(천 명)	비율(%)	남성(천 명)	비율(%)
0-9세	5,098	16	2,474	16	2,624	16
10대	5,185	16	2,514	16	2,671	16
20대	5,784	18	2,811	18	2,973	18
30대	5,525	17	2,634	17	2,891	17
40대	3,884	12	1,868	12	2,017	12
50대	3,080	10	1,505	10	1,575	10
60대	2,069	6	1,035	7	1,034	7
70대 이상	1,323	4	685	4	637	4

자료 : 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

20) 자료: 농식품수출정보(KATI), 「말레이시아 소비자 조사」, 2018
21) 자료: 모더인텔리전스Mordor intelligence), 「Instant Noodles Industry in Malaysia: Analysis of Growth, Trends and Forecast」, 2019

2) 말레이시아 지역별 인구 분포

▶ **셀랑고르, 657만 명으로 말레이시아 지역 중 인구 수 1위**

2020년 1분기 기준, 말레이시아 내 가장 많은 인구가 거주하는 지역은 총 인구의 20%가 거주하는 셀랑고르로 확인됨. 그 다음으로 사바와 조호르가 각각 390만 8,000명, 377만 7,000명으로 2,3위를 기록함. 또한 말레이시아의 수도인 쿠알라룸푸르에는 177만 4,000명이 거주하는 것으로 확인됨

싱가포르 언론 엣지프로퍼티(Edge Property)에 따르면, 최근 쿠알라룸푸르 지역은 코로나 19를 통한 봉쇄 조치로 외식 및 호텔서비스 관련 가계 지출이 86% 하락하였음. 반면에 음식 및 생필품 관련 가계 지출이 전 계층에서 대폭 증가하였으며, 봉쇄 조치 이전 대비 18%에서 44%로 증가하였음[22]

[표 2.5] 2020년 말레이시아 지역별 인구 분포[23]

단위: 천 명

지역	인구 수	지역	인구 수
셀랑고르	6,570	쿠알라룸푸르	1,774
사바	3,908	파항	1,682
조호르	3,777	트렝가누	1,259
사라왁	2,829	네그리샘비란	1,136
페라크	2,519	말라카	937
케다	2,194	페를리스	255
켈란탄	1,905	푸르라자야	109
풀리우피낭	1,784	라부안	100

자료: 말레이시아통계청(Statistics Malaysia)

22) 자료: 엣지프로퍼티(Edge Property), 「Report: MCO impacts household spending」, 2020
23) 자료: 말레이시아통계청(Statistics Malaysia), 「Demographics statistics Malaysia first quarter」, 2020

3) 말레이시아 컵라면 브랜드 점유율

조사제품 '라면'의 말레이시아 시장규모는 2019년 5,874억 원에 이르며, 시장 내에서 다양한 브랜드 및 상품이 경쟁 중임. 이에 현지에서 인기 있는 브랜드 및 업체를 파악하기 위해 말레이시아 '컵라면/봉지라면 브랜드 점유율'을 조사함

말레이시아 컵라면 브랜드 점유율 ('18-'19)

단위 : %

브랜드	2018	2019
마지	50.6	52.4
마미	23.7	24.5
슈퍼	9.0	8.3
A사	9.5	7.0
인도미	3.4	4.3
기타	3.6	3.6

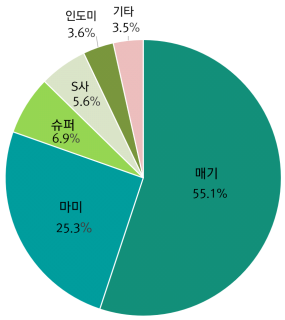
자료 : 유로모니터(Euromonitor)

▶ 매기, 말레이시아 컵라면 브랜드 점유율 55.1%로 1위

2020년 네슬레의 브랜드 매기가 말레이시아 컵라면 시장의 55.1%를 차지하며 브랜드 점유율 1위를 기록함. 매기는 3년(2018-2020년)간 50%이상의 점유율을 기록하며, 말레이시아 컵라면 시장에서 꾸준히 1위를 차지함. 유로모니터에 따르면, 마지는 라자다(Lazada)와 쇼피(Shopee)같은 온라인 쇼핑몰에 다양한 제품라인을 판매하며 말레이시아 시장 내 점유율을 확대해나가고 있는 것으로 확인됨.[24] A사의 경우 말레이시아 컵라면 시장에서 5.6%의 점유율로 4위를 차지함

[표 2.6] 2020년 말레이시아 컵라면 브랜드 점유율

단위 : %



브랜드명	회사명	대표제품	2020 점유율(%)
매기 (Maggi)	네슬레 (Nestlé)	네슬레마지쿠파누들 (Nestle Maggi Cuppa Noodles)	55.1
마미 (Mamee)	마미더블데커 (Mamee-Double Decker M Bhd)	마미익스프레스누들컵 (Mamee Express Noodles Cup)	25.3
슈퍼 (Super)	슈퍼커피믹스 (Super Coffeemix Mfg Pte Ltd)	치킨슈퍼누들 (Batchelors Chicken Flavour Super Noodle Pot)	6.9
A사	A사	불닭볶음면	5.6
인도미 (Indomie)	인도푸드 (Indofood Sukses Makmur Tbk PT)	인도미에 고랭인스턴트컵누들 (Indomie Mi Goreng Instant Cup Noodles)	3.6
기타			3.5

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

24) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in Malaysia」, 2020

4) 말레이시아 봉지라면 브랜드 점유율

말레이시아 봉지라면 브랜드 점유율 ('18-'19)

단위 : %

브랜드	2018	2019
마지	43.1	44.6
미스답	15.9	14.5
마미	13.7	13.9
요스	8.9	8.8
이부미	6.5	6.0
인도미	2.8	3.5
A사	3.7	3.0
B사	0.8	0.7
기타	4.7	5.0

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

▶ **마지, 말레이시아 봉지라면 브랜드 점유율 45.1%로 1위**

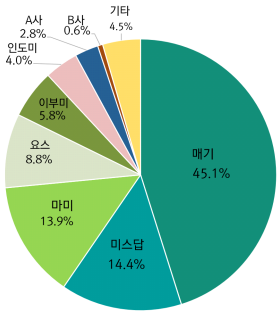
유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2020년 네슬레의 브랜드 매기가 2020년 말레이시아 봉지라면 시장의 45.1%를 차지하며 브랜드 점유율 1위를 기록함. 이어서 윙스의 미스답이 14.4%로 점유율 2위를 차지함. A사와 국내 선도기업 B사 또한 각각 7위, 8위를 차지함

▶ **마지, 미스답 말레이시아 베스트 수입 브랜드 4,5위 기록**

마케팅인터렉티브(Marketing Interactive)에 따르면, 봉지라면 브랜드 점유율 1, 2위를 차지한 매기와 미스답이 시장조사기관 유고브(YouGove)가 선정한 '2020 말레이시아 베스트 수입 브랜드' 4위와 5위에 선정됨.[25] 두 브랜드의 경우 적극적인 온라인 마케팅을 펼치고 있으며, 저렴한 가격과 다양한 제품라인을 가지고 있어 소비자들에게 인지도가 높음[26]

[표 2.7] 2020년 말레이시아 봉지라면 브랜드 점유율

단위 : %



브랜드명	회사명	대표제품	2020 점유율(%)
매기 (Maggi)	네슬레 (Nestlé SA)	매기카레할랄누들 (Maggi Curry Halal Instant Noodle)	45.1
미스답 (Mie Sedaap)	윙스 (Wings Corp)	윙윙치킨차우맨 (Wong Wing Chicken Chow Mein)	14.4
마미 (Mamee)	마미더블데커 (Mamee-Double Decker)	마미셰프 (Mamee Chef)	13.9
요스 (Yeo's)	여히압셍 (Yeo Hiap Seng)	이지쿡누들 (Ezy cook noodle)	8.8
이부미 (Ibumie)	오씨비 (OCB)	이부미미고랭 (Ibumie Mie Goreng)	5.8
인도미 (Indomie)	인도푸드 (Indofood)	아이씨비피 (ICBP)	4.0
A사	A사	불닭볶음면	2.8
B사	B사	b제품	0.6
	기타		4.5

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

25) 자료: 마케팅인터렉티브(Marketing Interactive), 「Shopee ranked best brand in MY, PROTON and Maggi among list of YouGov improvers」, 2020
26) 자료: 버리타레이더(Beritaradar), 「Duel Seru Mie Instan: Indomie vs Mie Seddap」, 2020

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 말레이시아 한국 브랜드 중 불닭볶음면 거래량 높은 편
2. 말레이시아 소비자, 불닭볶음면에 전반적으로 호평
3. 말레이시아 라면, ‘컵라면·국물 라면·매운 맛·할랄’ 수요 높아
4. 말레이시아 라면 원료, ‘닭고기, 해산물’ 수요 높아

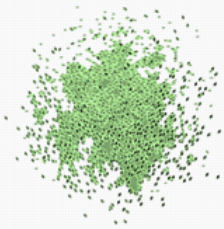
데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원

(말레이시아 매체 10개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집
10,507건

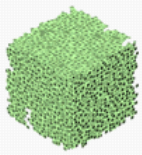
① 말레이시아 라면 관련 기사 데이터 수집(*)
- 수집원 : 말레이시아 온라인 쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티

② 말레이시아 라면 관련 소비자 데이터 수집(*)
- 수집원 : Shopee(shopee.my)
  Lazada(www.lazada.com.my)
  Star(www.thestar.com.my)

데이터 분류 키워드집

(라면 연관 키워드집)

단감
(검색어)



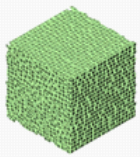
데이터 정제
7,337건

① 수집 데이터 정의
- 수집 키워드 : 라면(Mee Segera)

② 수집 데이터 정제
- 정제 데이터 추출 : 라면 관련 데이터 7,337건 추출

데이터 분석
(연관어 분석)

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
말레이시아 라면
소비 실태 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적
- 말레이시아 라면 소비 실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정
- 키워드 분석
- 라면 관련 키워드집 구축(**)
- 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
- 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 – 20.12
수집 데이터	10,507건

데이터 정제

정제 키워드	라면 (Mee Segera)
정제 데이터	7,337건

○ 데이터 수집

- 말레이시아 라면 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 말레이시아 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	shopee.my	온라인쇼핑몰
02	Lazada	www.lazada.com.my	온라인쇼핑몰
03	Tesco	eshop.tesco.com.my	온라인쇼핑몰
04	Aeon	www.aeonretail.com.my	온라인쇼핑몰
05	Giant	www.giant.com.my	온라인쇼핑몰
06	NST	www.nst.com.my	언론매체
07	Asian Eater	my.asiatatler.com	언론매체
08	Star	www.thestar.com.my	언론매체
09	Malay Mail	www.malaymail.com	언론매체
10	Google News	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 말레이시아 라면 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 말레이시아 라면 관련 매체 리스트

현지 온라인 쇼핑몰 라면 특징		현지 온라인 쇼핑몰 불닭볶음면 후기		현지 뉴스매체 말레이시아 라면 이슈	
키워드 ①	수입의존도 높음	키워드 ①	맵다	키워드 ①	할랄 위조제품 압수
키워드 ②	컵라면	키워드 ②	가성비가 우수	키워드 ②	건강한 라면
키워드 ③	국물라면	키워드 ③	할랄인증 만족	키워드 ③	마라 라면 출시
키워드 ④	해산물 수요	키워드 ④	퓨전 요리 어색	키워드 ④	코로나19 수요

2) 데이터 분류

키워드 수립 근거	
참여 기업	한국 참여기업 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

○ 데이터 분석 키워드집

- 말레이시아 라면 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 말레이시아 라면 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거(*)	
	의미	말레이시아어	참여기업	기타
라면 원산지	말레이시아	Malaysia		○
	한국	Korea	○	
	일본	Jepun		○
	중국	Cina		○
	태국	Thailand		○
	인도네시아	Indonesia		○
	베트남	Viet nam		○
라면 특징	볶음면	Goreng	○	○
	국물	Sup		○
	봉지	Pack/Packet	○	○
	사발	Mangkuk	○	○
	컵	Cawan	○	○
	매운맛	Pedas	○	○
	순한맛	Ringan		○
	할랄	Halal	○	○
	비건	Vegan		○
라면 원료	닭고기	Ayam	○	○
	불닭	Hot Chicken	○	
	돼지고기	Daging babi		○
	소고기	Daging lembu		○
	해산물	Makanan laut		○
	계란	Telur		○
	카레	Kari		○
	감자	Kentang		○
	새우	Udang		○
	치즈	Keju	○	○
	버섯	Cendawan		○
	물고기	Ikan		○

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 말레이시아 소비자의 라면 소비 실태 분석

① 말레이시아 국가별 인기 라면 브랜드 및 기업, 원산지

② 말레이시아 불닭볶음면 구매후기 분석

③ 말레이시아 인기 라면 유형 및 특징

④ 말레이시아 인기 라면 원료

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

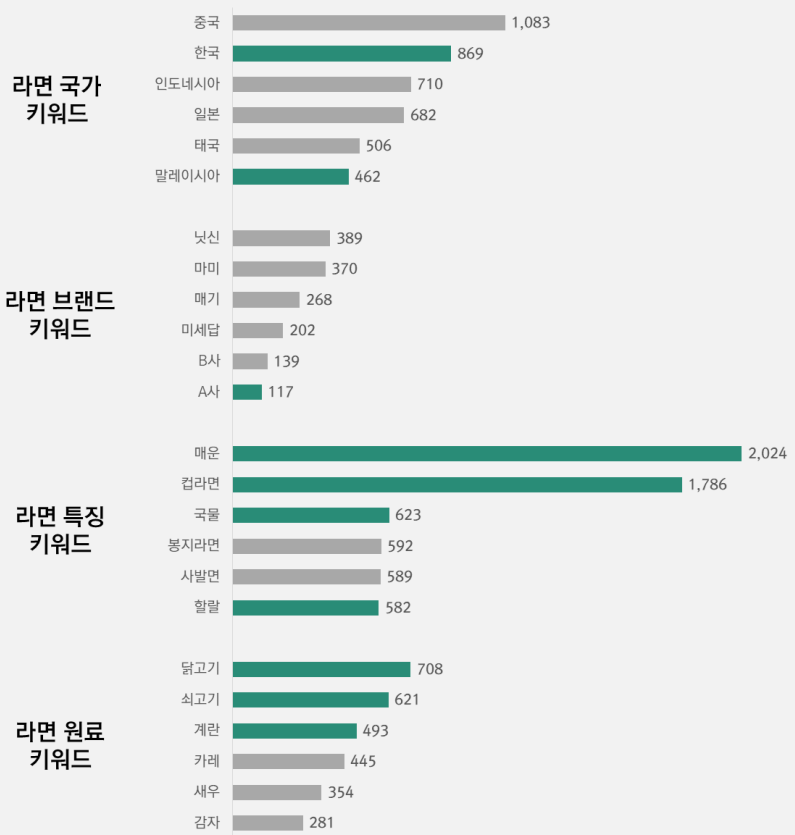
① 온라인 쇼핑몰 '라면' 브랜드·원산지 연관어 분석

② 온라인 쇼핑몰 '불닭볶음면' 구매후기 분석

③ 온라인 쇼핑몰 '라면' 포장·국물여부·특징 연관어 분석

④ 온라인 쇼핑몰 '라면' 원료 연관어 분석

[말레이시아 라면 분석 결과]



1. 말레이시아 한국 브랜드 중 불닭볶음면 거래량 높은 편

말레이시아 현지 카레 라면 미쿠알리

자료 : 미쿠알리 홈페이지 (www.mykuali.net)

▶ 말레이시아 라면, 수입 비중 90% 육박

말레이시아 온라인 쇼핑몰 내 라면 판매현황을 분석한 결과, 국가 키워드로는 중국이 가장 많았으며 한국, 인도네시아, 일본, 태국 순으로 도출되어 수입 라면 비중이 약 90%에 달하는 것으로 확인됨

라면 브랜드 키워드의 경우 닛신(Nissin), 마미(Mamee), 매기(Maggie) 등 글로벌 브랜드들이 높게 도출되었으며, 현지 브랜드로는 카레 라면을 판매하는 미쿠알리(Mykuali)의 인지도가 높은 것으로 확인됨

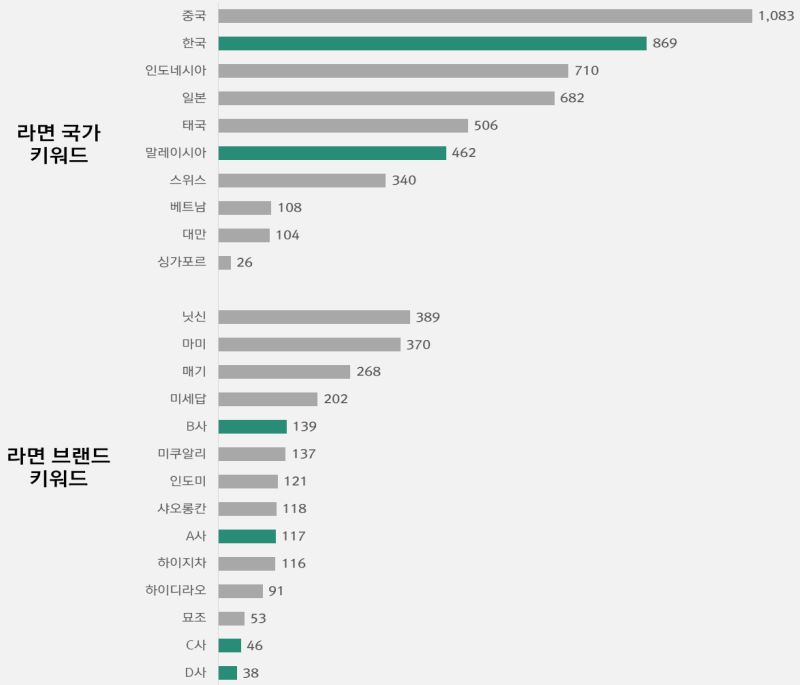
▶ 한국 브랜드, B사 브랜드 인지도 가장 높아

말레이시아 내 판매되고 있는 라면 브랜드로는 B사가 가장 인지도가 높았으며, A사, C사, D사 등이 그 뒤를 잇고 있음. A사의 불닭볶음면은 총 72개가 거래되고 있어 한국 라면 판매 비중 중 약 14%를 차지하고 있음. 불닭볶음면 판매 개수는 B사의 대표 브랜드 b제품 판매량과 동일한 수치로 현지에서 인지도가 높다고 볼 수 있음

▶ 말레이시아 라면 판매 현황

① 말레이시아 수입 다수 ② 한국 브랜드 – B사 〉 A사 〉 C사 〉 D사

[표 3.4] 말레이시아 온라인쇼핑몰, '라면' 연관어



자료: 말레이시아 온라인쇼핑몰 '라면' 6,543건 분석

2. 말레이시아 소비자, 불닭볶음면에 전반적으로 호평

말레이시아 불닭볶음면 구매후기

- 엄청 매운 맛이 나고 양념이 특히 좋아요. 매운 맛을 먹고나면 기분이 좋아져요.
- 가장 좋아하는 라면입니다. 가격도 매우 저렴해요.
- 유통기한이 길고 할랄인증이 있다는 측면이 좋아요.
- 너무 매운 맛이여서 치즈맛을 도저히 느낄 수가 없어요.

자료 : 라자다 (www.lazada.com.my)

▶ 말레이시아 소비자, 불닭볶음면에 전반적으로 호평

말레이시아 온라인 쇼핑몰 내 불닭볶음면 구매 만족도는 별점 5.0 만점에 4.9점대로 전반적으로 호평하고 있으며 별점 1-2점 사이의 구매후기는 배송 또는 포장 등 브랜드가 아닌 판매업자의 서비스에 대한 불만이 다수임

말레이시아 소비자들의 불닭볶음면 선호요인으로는 저렴하고 합리적인 가격대, 매운 맛, 할랄 인증 취득 등이 확인되었음. 특이사항으로 코로나19로 인한 이동제한명령(MCO) 기간 동안 불닭볶음면을 온라인을 통해 구입했다는 의견도 일부 확인됨

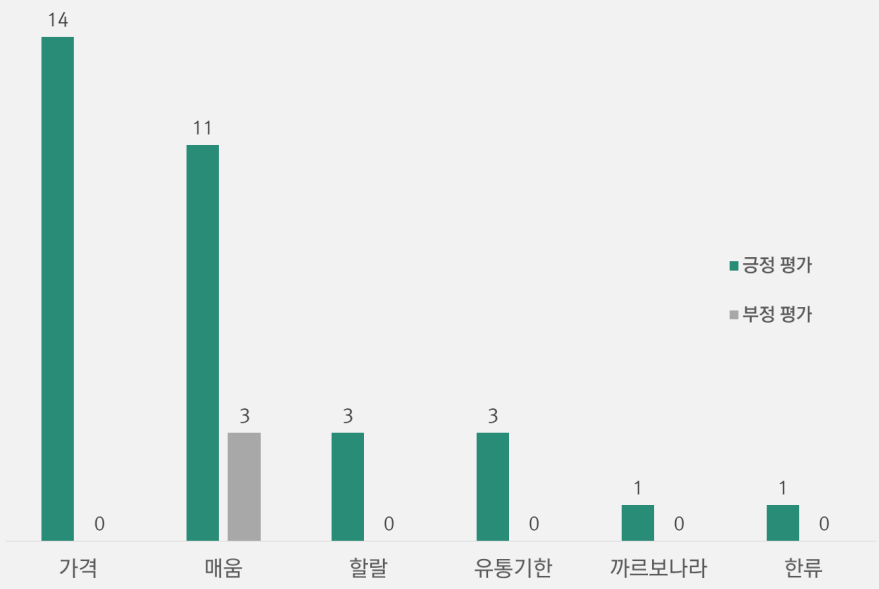
▶ 불닭볶음면 퓨전 제품, 매운 맛과 조화되지 않는다는 의견 일부 확인

한편 말레이시아 소비자들은 퓨전 제품에 해당하는 치즈맛 불닭볶음면과 까르보나라 불닭볶음면을 섭취한 후, 불닭 소스의 강렬한 매운 맛 때문에 해당 제품의 풍미를 거의 느끼지 못하였다는 피드백들이 일부 확인됨. 말레이시아 소비자들은 불닭소스의 매운 맛에 대한 거부감은 적은 편이지만 퓨전에 있어서는 궁합이 잘 맞지 않는다는 반응을 보였음

▶ 말레이시아 불닭볶음면 구매후기 분석

① 전반적으로 호평(가격, 맛, 할랄) ② 퓨전 제품에 어색함 호소

[표 3.5] 말레이시아 '불닭볶음면' 구매후기 분석



자료: 말레이시아 온라인쇼핑몰 '불닭볶음면' 794건 분석 결과

3. 말레이시아 라면, '컵라면·국물 라면·매운 맛·할랄' 수요 높아

▶ 라면 포장 – '컵라면'·'국물 라면' 수요

말레이시아 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 라면 제품을 분석한 결과, 포장 유형으로는 컵라면이 1,786건으로 가장 많았으며, 사발면이 589건, 봉지라면이 506건으로 컵라면 비중이 높은 것으로 드러남. 국물 키워드는 623건으로 볶음면 387건 대비 비중이 더 많은 것으로 확인됨

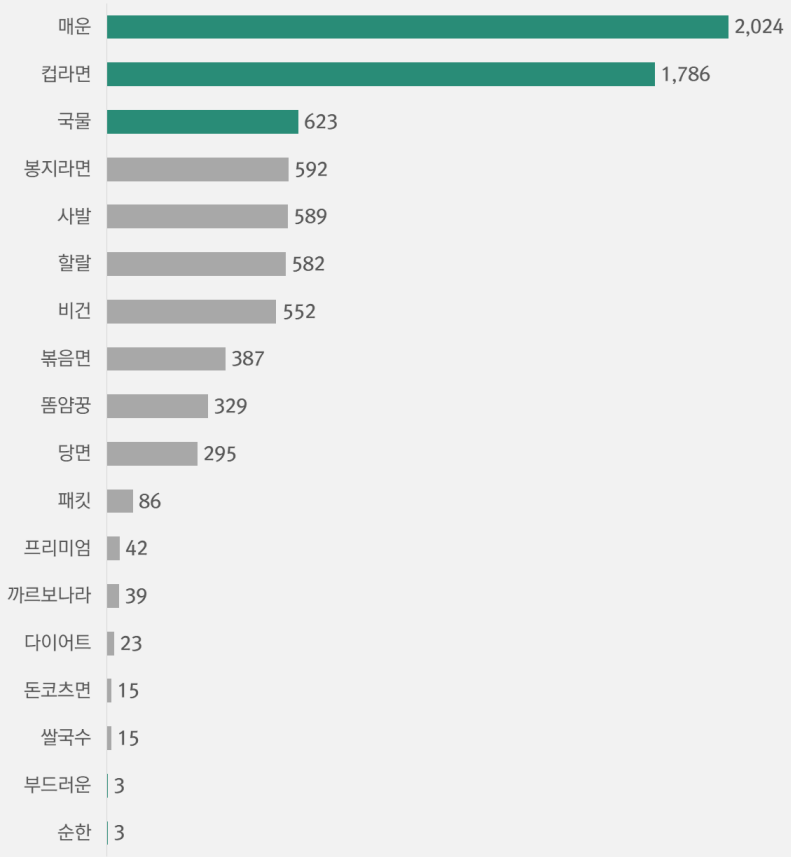
▶ 라면 특징 – '매운 맛·할랄' 수요

라면의 맛과 관련해서는 매운 맛 키워드가 2,024건으로 순한 맛(3건)·부드러운 맛(3건)대비 월등히 높은 것으로 집계됨. 라면 컨셉과 관련해서는 무슬림이 많은 말레이시아 국가 특성상 할랄(582건)과 비건(552건)의 언급 비중이 두드러졌음

▶ 말레이시아 내 라면 특징

① 컵라면·국물 라면 ② 매운 맛·할랄

[표 3.6] 말레이시아 온라인쇼핑몰, '라면' 연관어



자료: 말레이시아 온라인쇼핑몰 '라면' 6,543건 분석

4. 말레이시아 라면 원료, '닭고기, 해산물' 수요 높아

▶ 말레이시아, 할랄 문화권으로 돼지고기 수요 적은 편

말레이시아는 전체 무슬림 인구가 약 60%에 달하여 할랄 문화권에 해당하며 할랄에서 금하는 돼지고기(173건) 라면 판매 비중이 닭고기(708건), 쇠고기(621건) 대비 현저하게 낮은 것으로 조사되었음. 이외에도 보편적으로 많이 쓰이는 라면 원재료로는 계란(493건), 카레(445건), 감자(281건), 토마토(263건) 등 할랄 및 채식 소재가 많이 활용되고 있음

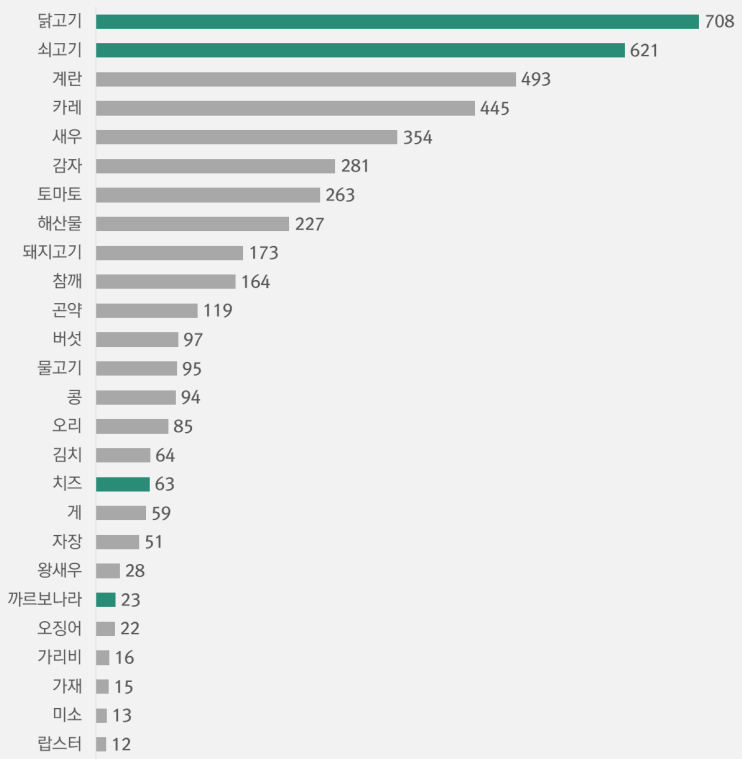
▶ 치즈·까르보나라, 현지 인지도 높지 않아

참여기업의 제품 라인업에 해당하는 '치즈(63건)', '까르보나라(22건)'는 현지 시장에서 그리 보급화되어 있지 않은 원료 또는 제품으로 확인되었음. 대신 현지에서는 새우(354건), 해산물(227건), 물고기(95건), 게(59건), 왕새우(28건), 오징어(22건) 등 해산물 소재의 라면이 보편화되어 있으며 최근에는 다이어트 기조에 따른 곤약과 곤약을 활용한 시라타키(Shiratki)면 또한 많이 판매됨

▶ 말레이시아 라면 원료 특징

① 닭고기·쇠고기 ② 치즈·까르보나라 인지도 낮아

[표 3.7] 말레이시아 온라인쇼핑몰, '라면' 연관어



자료: 말레이시아 온라인쇼핑몰 '라면' 6,543건 분석

Ⅳ. 유통채널(Distribution Channel)

1. 말레이시아 라면 유통구조
2. 말레이시아 라면 주요 유통업체
3. 말레이시아 라면 B2C 소매채널

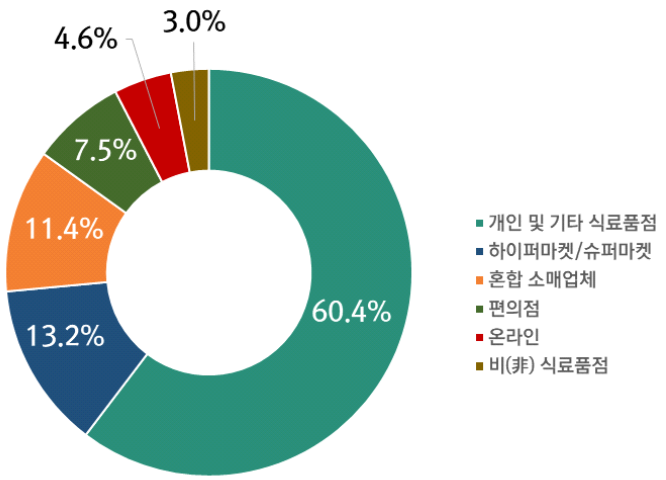
1. 말레이시아 라면 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	라면
구분	라면
범주	면류 (Noodles)

▶ 말레이시아 라면 주요 유통채널

'개인 및 기타 식료품점(60.4%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(13.2%)'

[표 4.1] 말레이시아 라면 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 말레이시아 라면 유통채널 현황

채널 유형	라면 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	개인 및 기타 식료품점	60.4%	케이마켓(K Market), 킴스마트(Kim's Mart), 우리마트(Woori Mart)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	13.2%	자이언트(Giant), 루루(Lulu), 테스코(Tesco)
	혼합 소매업체	11.4%	이세탄(Isetan), 소고(Sogo)
	편의점	7.5%	세븐일레븐(7-Eleven), 마이뉴스(My News), 패밀리마트(Family Mart)
	온라인	4.6%	쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)
	비(非) 식료품점	3.0%	가디안(Guardian), 왓슨스(Watsons), 캐어링파머시(Caring Pharmacy)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 말레이시아 라면 주요 유통업체

▶ 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적

[표 4.3] 말레이시아 라면 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액[27][28][29], 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	케이마켓 (K Market)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 3개	B사, D사, C사	O
2	킴스마트 (Kim's Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	B사, D사, C사	O
3	우리마트 (Worri Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수 ('20): 1개	B사, D사, C사	O
4	자이언트 (Giant)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 164억 달러 (약 18조 5,878억 원)	닛신(Nissin), B사, D사	O
5	테스코 (Tesco)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 52억 파운드 (7조 6,240억 원)	닛신(Nissin), D사, 묘조(Myojo)	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

27) 1달러=1,133.40원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
28) 1파운드=1,466.17원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
29) 100엔=1,083.50원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

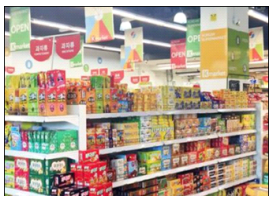
순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	루루 (Lulu)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	매장 수('19): 2개	인도미(Indomie), B사	O
7	이세탄 (Isetan)	혼합 소매업체 (백화점)	약 1조 1,192억 엔 (약 12조 1,265억 원)	도쿄라멘(東京拉麺), 닛신(Nissin), 산요(サンヨー)	O
8	소고 (Sogo)	혼합 소매업체 (백화점)	매장 수('19): 3개	인도미(Indomie), 이부미(Ibumie), 닛신(Nissin)	O
9	패밀리파트 (Family Mart)	편의점	약 47억 5,000만 달러 (약 5조 3,835억 원)	매기(Maggie), B사, 닛신(Nissin)	O
10	쇼피 (Shopee)	온라인	약 21억 7,538만 달러 (2조 4,656억 원)	C사, D사, B사	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 말레이시아 라면 B2C 소매채널

1) 개인 및 기타 식료품점 (한인마트)

① 케이마켓(K Market)

기업 기본 정보	기업명	케이마켓(K Market)
	홈페이지	www.facebook.com/kmarket.my
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)
	규모	기타 규모 매장 수('20): 3개
	기업 요약	• 2016년 1호점 오픈 • 다양한 한국 식품 및 식재료 판매 • 간단한 식사를 할 수 있는 스낵바 입점 • 한국 내 인기 상품 다수 입점 • 말레이시아 최대 규모 한인 마트 • 다양한 배달 전문 플랫폼 및 온라인 쇼핑 플랫폼에 입점 
기업 최근 이슈		• 2020년 12월 연말 세일 이벤트 진행 • 2020년 11월 조호르바루(Johor Baru)와 페낭(Penang) 지점에서 딜리버리플랫폼 그랩딜리버리(Grab Delivery)를 통한 주문배달 서비스 실시
유사제품 정보		제품명: 김치라면 종류: 라면 용량: 120g 원산지: 한국

자료: 케이마켓(K Market) 페이스북
사진자료:케이마켓((K Market) 페이스북

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td colspan="2">입점
제품 특징</td><td>• 입점 가능 품목
- 식품: 신선식품, 육류, 유제품, 조리완제품, 간편식품, 즉석식품, 음료류, 주류, 차(茶)류, 스낵류, 캔디류 등
- 일반: 화장품, 악세서리류, 헤어케어용품, 구강청결용품, 위생용품, 청소용품, 가정용품, 유아용품, 식기류 등
• 선호제품
- 한국에서 판매량이 높은 상품
• 특이사항
- 한국 라면 다수 입점

• A사 제품 취급 현황
- 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 매운맛, 짜장맛, 불닭볶음탕맛, 라이트맛 등), 삼양라면, 수타면 등
- 컵라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 매운맛, 치즈맛, 짜장맛 등), 삼양라면 등</td></tr>
<tr><td rowspan="3">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법
및
등록 정보</td><td>• 유선 연락을 통한 문의
- 등록 시 필요한 일반적 정보
① 공급자 정보
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)
② 공급 제품 정보
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
③ 참고자료
(회사소개서, 카탈로그 등)</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>• 문의사항 연락처
- 전화번호 : +60-3-6206-3352(쿠알라룸푸르 본점)
- 상담가능시간 : 10:00-22:00
- 지점별로 연락처 상이</td></tr>
</table>

자료: 케이마켓(K Market) 페이스북

② 킴스마트(Kim‘s Mart)

기업 기본 정보	기업명	킴스마트(Kim‘s Mart)	
	홈페이지	www.facebook.com/KIMSMARTSOLARIS/	
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	
	규모	기타 규모	매장 수(’20): 1개
	기업 요약	• 쿠알라룸푸르 몽키아라(Mont Kiara) 내에 위치 • 직접 조리한 한국식 밑반찬과 김치 판매 • 한국인뿐만 아니라 현지인들에게도 쇼핑하기 편한 슈퍼마켓이라는 평을 받고 있음 • 온라인 쇼핑 플랫폼 라자다(Lazada)에 입점 • 별도의 자체 온라인 사이트 없음 	
기업 최근 이슈	• 2020년 5월 요리 및 음식점 관련 사이트 망치(Manggchi)에 신규 홍보 콘텐츠 업데이트		
유사제품 정보		제품명	스낵면
		종류	라면
		용량	110g
		원산지	한국

자료: 킴스마트(Kim‘s Mart) 페이스북, 망치(Maangchi)
사진자료: 망치(Maangchi)

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td rowspan="2">입점
제품 특징</td><td colspan="2">• 입점 가능 품목
- 식품: 신선식품, 육류, 유제품, 조리완제품, 간편식품, 즉석식품, 음료류, 주류, 차(茶)류, 스낵류, 캔디류 등
- 일반: 화장품, 헤어케어용품, 구강청결용품, 위생용품, 청소용품, 가정용품, 식기류 등
• 선호제품
- 대중적인 인기가 좋은 한국 상품
• 특이사항
- 직접 조리한 각종 밑반찬과 김치 판매

• A사 제품 취급 현황
- 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 매운맛, 짜장맛 등), 삼양라면, 수타면, 짜짜로니 등
- 컵라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 매운맛 등), 삼양라면 등</td></tr>
<tr><td rowspan="3">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법
및
등록 정보</td><td>• 유선 연락을 통한 문의
- 등록 시 필요한 일반적 정보
① 공급자 정보
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)
② 공급 제품 정보
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
③ 참고자료
(회사소개서, 카탈로그 등)</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>• 문의사항 연락처
- 전화번호 : +60-3-6203-7500</td></tr>
</table>

자료: 망치(Maangchi)

③ 우리마트(Woori Mart)

기업 기본 정보	기업명	우리마트(Woori Mart)	
	홈페이지	woorimart.my-online.store	
	위치	페낭(Penang)	
	규모	기타 규모	매장 수 ('20): 1개
	기업 요약	• 2008년 오픈 • 한국인 인구 밀도가 높은 페낭(Penang)에 위치 • 슈퍼마켓보다는 가정용품 및 식품백화점 • 다양한 식품과 폭넓은 가정용품 판매 • 온라인 쇼핑몰을 통해 주문 가능 • 유명 온라인 쇼핑 플랫폼인 쇼피(Shoppee)에 입점	
기업 최근 이슈	• 2020년 5월 김치와 깍두기 출시 • 2020년 5월 온라인 쇼핑몰 론칭		
유사제품 정보		제품명	감자면
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국

자료: 우리마트(Woori Mart)
사진자료: 옐프(Yelp)

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td>입점
제품 특징</td><td colspan="2">• 입점 가능 품목
- 식품: 신선식품, 김치류, 육류, 유제품, 조리완제품, 간편식품, 즉석식품, 음료류, 주류, 차(茶)류, 스낵류, 캔디류 등
- 일반: 화장품, 악세서리류, 헤어케어용품, 구강청결용품, 위생용품, 청소용품, 가정용품, 유아용품, 식기류, 침구류, 잡화류, 가전제품 등
• 선호제품
- 한국산 제품 및 가정용품
• 특이사항
- 가정용품 코너가 타 한인마트에 비해 큰 편

• A사 제품 취급 현황
- 봉지라면: 불닭볶음면(쫄볶이, 불닭볶음탕맛, 짜장맛, 김치맛, 매운맛 등), 삼양라면 등
- 컵라면: 불닭볶음면(불닭볶음탕, 치즈맛, 매운맛, 김치맛 등), 삼양라면 등</td></tr>
<tr><td rowspan="3">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법
및
등록 정보</td><td>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의
- 등록 시 필요한 일반적 정보
① 공급자 정보
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)
② 공급 제품 정보
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
③ 참고자료
(회사소개서, 카탈로그 등)</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>• 문의사항 연락처
- 전화번호 : +60-4240-6563
- 이메일 : celljy@gmail.com</td></tr>
</table>

자료: 우리마트(Woori Mart)

2) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

① 자이언트(Giant)

기업 기본 정보	기업명	자이언트(Giant)	
	홈페이지	www.giant.com.my	
	위치	세랑고르(Selangor)	
	규모	매출액('19)	약 164억 달러[30] (약 18조 5,878억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 80개
	기업 요약	• 1944년 설립 • 데어리팜(Dairy Farm)의 자회사 • 하이퍼마켓인 자이언트엑스트라(Giant Extra)와 슈퍼마켓인 자이언트익스프레스(Giant Exprees) 매장 운영 • 말레이시아, 싱가포르, 베트남에 진출	
기업 최근 이슈	• 2020년 상반기 자이언트 PB상품 판매량 증가 • 2020년 말레이시아 정부가 2020년 7월부터 12월까지 진행하고 있는 말레이시안메가세일즈프로그램(Malaysian Mega Sales Program)[31]에 참여		
유사제품 정보		제품명	보들보들치즈라면
		종류	라면
		용량	110g
		원산지	한국

자료: 자이언트(Giant), 유로모니터(Euromonitor), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 더스트레이츠타임즈(The Straits Times), 말레이메일(Malay Mail)
사진 자료: 자이언트(Giant), 더보르네오포스트(The Borneo Post)

30) 데어리팜(Dairy Farm) 그룹사 내 슈퍼마켓 부문 통합 매출액
31) 말레이시아 정부에서 현지 제품 판매 장려를 하기 위해 만든 사업

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 과일류, 야채류, 육류, 해산물, 건조식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 주류 등 - 일반: 세제류, 유아용품, 문구류, 청소용품, 애완용품, 의료용품 등 • 선호제품 - 신선식품 • 특이사항 - 다양한 자체제작 브랜드 보유 • A사 제품 취급 현황 - 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 김치맛, 매운맛, 짜장맛, 라이트맛, 불닭볶음탕맛, 토마토파스타맛, 카레맛 등), 짜짜로니, 해물파티, 김치라면 등 - 컵라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 매운맛, 치즈맛 등) 등	
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 전화번호 : +60-3-5544-8888

자료: 자이언트(Giant), 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 테스코(Tesco)

기업 기본 정보	기업명	테스코(Tesco)	
	홈페이지	www.tesco.com.my	
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	
	규모	매출액('19)	약 52억 파운드[32] (7조 6,240억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 74개
	기업 요약	• 1994년 설립 • 규모가 큰 소매 업체 중 하나로 영국에 있는 테스코(Tesco)의 계열사로, 중국, 말레이시아, 유럽 국가 등에서 약 7,000개의 매장 운영 • 2018년 도매 전문업체 부커(Booker)와 합병 • 슈퍼마켓과 하이퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태의 매장 운영	
기업 최근 이슈	• 2020년 12월 씨피그룹(CP Group)에 태국, 말레이시아 테그코 매각 절차 완료 • 2020년 3월 태국, 말레이시아 테스코를 태국 씨피그룹(CP Group)에 매각 결정 발표		
유사제품 정보		제품명	열라면
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국

자료: 테스코(Tesco), 더가디언(The Guardian), 비비씨(BBC) 쏘야씬커우(Soya Cincau), 유로모니터(Euromonitor), 저스트스타일(Just Style)
사진 자료: 테스코(Tesco), 로작데일리(Rojak Daily), 마케팅매거진(Marketing Magazine)

32) 태국, 말레이시아 테스코 통합 매출액(런던 스탁 익스체인지(London Stock Exchange), 「COVID-19 Update And Prelim Results 2019/20 - PT 1」

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td rowspan="2">입점
제품 특징</td><td colspan="2">• 입점 가능 품목
- 식품: 과일류, 야채류, 육류, 해산물, 건조식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 주류, 건강보조식품 등
- 일반: 세제류, 유아용품, 문구류, 청소용품, 애완용품, 의료용품 등

• 선호제품
- 신선식품

• 특이사항
- 약 2,000개의 자체제작 상품 판매

• A사 제품 취급 현황
- 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 매운맛 등), 김치라면 등
- 컵라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛 등) 등</td></tr>
<tr><td rowspan="3">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법
및
등록 정보</td><td>• 홈페이지 등록
- 테스코 기업 홈페이지(tescoplc.com)에서 직접 등록
- 홈페이지 상단 메뉴 Contacts 의 Supplier 클릭
- 필요 정보 기입 후 제출
(tescoplc.com/contacts/suppliers)
- 홈페이지 기입 정보
① 공급자 정보
(공급자 이름, 연락처, 기업 이름, 주소, 홈페이지 주소, 연매출)
② 공급 제품 정보
(브랜드 이름, 제품 이름, 제조시설 정보, 현재 제품 유통경로, 포장 정보, 제품 정보, 판매 가격, 인증 여부 등)</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>• 문의사항 연락처
- 이메일 : tescohelpline@tesco.com.my
- 전화번호 : +60-13-0013-1313</td></tr>
</table>

자료: 테스코(Tesco), 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 루루(Lulu)

기업 기본 정보	기업명	루루(Lulu)	
	홈페이지	www.malaysia.luluhypermarket.com/MY/all	
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 2 개
	기업 요약	• 2000년 설립하였으며, 말레이시아에는 2016년에 1호점 오픈 • 아랍에메리트에 본사가 위치한 루루그룹(LuLu Group)이 모기업 • 10개국에서 하이퍼마켓 운영 • 5억 달러를 추가로 투자하여 말레이시아에서 15개 매장 오픈을 목표로 함 	
기업 최근 이슈	• 2020년 말까지 2개의 하이퍼마켓 매장 추가 오픈 계획 • 2020년 9월 말레이시아에 4번째 하이퍼마켓 오픈		
유사제품 정보		제품명	인도미 치킨커리플레이버 (Indomie Chicken Curry Flavour)
		종류	라면
		용량	80g
		원산지	인도네시아

자료: 루루(Lulu), 더이코노믹타임즈(The Economic Times)
사진 자료: 루루(Lulu)

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td rowspan="2">입점
제품 특징</td><td colspan="2">• 입점 가능 품목
- 식품: 과일류, 야채류, 빵류, 유제품, 제과류, 음료 및 가공식품 등
- 일반: 유아용품, 생활용품, 주방용품 등

• 선호제품
- 유기농 인증을 보유한 제품
- 신선과일 및 식품의 경우, 현지 생산업체로부터 직매입 선호

• 선호제품
- 가공식품 50-70% 해외 대형 공급업체로부터 직매입
- 다양한 국적의 이민자 증가함에 따라 소비자를 위해 여러 국가의 제품 취급

• A사 제품 취급 현황
- 봉지라면: 불닭볶음면(치즈맛, 매운맛 등)
- 컵라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛 등)</td></tr>
<tr><td rowspan="3">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법
및
등록 정보</td><td>• 유선 연락을 통한 문의
- 말레이시아 사무실 컨택을 통한 입점 문의
(+66-1-7644-4200)
• 이메일을 통한 문의
- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자에게 송부
(headoffice@ae.lulumea.com)
- 등록 시 필요한 일반적 정보
① 공급자 정보
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)
② 공급 제품 정보
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
③ 참고자료
(회사소개서, 카탈로그 등)</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>• 문의사항 연락처
- 이메일 : headoffice@ae.lulumea.com
- 전화번호 : +66-1-7644-4200(말레이시아 사무실)</td></tr>
</table>

자료: 루루(Lulu), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 혼합 소매업체 (백화점)

ISETAN KUALA LUMPUR

① 이세탄(Isetan)

기업 기본 정보	기업명	이세탄(Isetan)	
	홈페이지	www.isetankl.com.my	
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	
	규모	총매출('20)	약 1조 1,192억 엔 (약 12조 9,153억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 4개
	기업 요약	• 일본에서 1886년 설립되어 말레이시아에 1972년 진출 • 일본, 태국, 중국 등 여러 국가에서 매장 운영 • 2012년 세랑고르 우타마 컴플렉스에 4번째 매장 Isetan Lot 10 설립 	
기업 최근 이슈	• 2020년 8월 지샥(G Shock) 원피스 콜라보레이션 한정판 시계 10점 입고 • 2020년 5월 코로나 19로 인해 전년 대비 영업이익 약 110억 엔 적자 발표		
유사제품 정보		제품명	도쿄라멘에비시오돈코츠 (東京拉麺 エビ塩トンコツ)
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	일본

자료: 이세탄(Isetan), 유로모니터(Euromonitor), 이세탄미쯔코시홀딩스(Isetan Mitsukoshi Holdings), 재팬타임즈(Japan Times)
사진 자료: 이세탄(Isetan), 리테일뉴스아시아(RetailNewsAsia)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품, 간편식품, 육류 캔디류, 스낵류, 주류 등 - 일반: 의류, 화장품, 향수류, 잡화류, 악세서리류, 식기류, 가전제품, 유아용품, 완구류 등 • 선호제품 - 프리미엄 제품 • 특이사항 - 매장 내 정관장 입점 • A사 제품 취급 현황 - 봉지라면: 삼양라면, 사리면, 불닭볶음면(매운맛 등) 등
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 하단 메뉴 Contact Us 클릭 - 정보 기입 후 제출 (isetankl.com.my/contact-us) - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 전화번호, 이메일 주소 등
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일 : customer@isetankl.com.my

자료: 이세탄(Isetan), 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 소고(Sogo)

기업 기본 정보	기업명	소고(Sogo)	
	홈페이지	www.sogo.com.my	
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 3개
	기업 요약	• 일본에서 1830년 설립되었으며, 현재 중국, 홍콩, 대만, 말레이시아 등 다양한 국가에서 운영 • 1994년 말레이시아 진출 • 쿠알라룸푸르, 샤알람, 조호르바루에 매장 위치 • 온라인 몰 운영 • 2022년까지 페낭, 셀라양, 트렝가누에 추가로 매장 설립하여 매장 수 6개가 목표 	
기업 최근 이슈	• 2020년 12월 크리스마스 시즌을 맞이하여 말레이시아 전통 선물 세트 시리즈 출시 • 2020년 2월 소고 쿠알라룸푸르 지점에 웰빙 브린치카페 아그레인(Agrain) 5번째 매장 입점		
유사제품 정보		제품명	이부미하미페낭미고랭 (Ibumie Har Mee Penang Migoreng)
		종류	라면
		용량	80g
		원산지	말레이시아

자료: 소고(Sogo), 유로모니터(Euromonitor), 더스타온라인(The Star Online), 말레이메일(Malay Mail)
사진 자료: 소고(Sogo)

입점 및 협력 정보

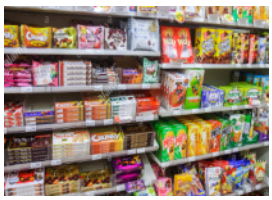
입점 제품 특징		• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 캔디류, 유제품, 주류, 즉석식품 등 - 일반: 향수, 화장품, 의류, 유아용품, 가전제품, 전자제품, 주방용품 등 • 선호제품 - 프리미엄 제품 - 유기농 제품 • 특이사항 - 매장 내 슈퍼마켓이 입점해 있음 • A사 제품 취급 현황 - 봉지라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛, 카레맛 등) 등
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 하단 Contact Us 클릭 - 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등
	등록 조건	• 평가 기준 - 기업 행동강령 준수
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일 : enquiry@sogo.com.my - 전화번호 : +603-2618-1888 - 팩스 : +603-2694-0602 - 왓츠앱 : 012-950-7646

자료: 소고(Sogo), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 편의점

FamilyMart

① 패밀리마트(Family Mart)

기업 기본 정보	기업명		패밀리마트(Family Mart)
	홈페이지		familymart.com.my
	위치		쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)
	규모	매출액('20)	약 47억 5,000만 달러[33] (약 5조 3,835억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 24,000개[34]
	기업 요약	• 1973년 설립 • 일본, 중국, 대만, 필리핀, 태국, 베트남, 인도네시아, 말레이시아에서 매장 운영 • 2016년 말레이시아 진출 • 2018년 기준 전 세계 약 24,243개의 매장 보유 	
기업 최근 이슈	• 2025년까지 말레이시아 내 1,000개 점포 오픈이 목표 • 2020년 12월 세가지 다른 맛으로 구성된 마카롱 3구 상품 출시		
유사제품 정보		제품명	매기페리사카리 (Maggi Perisa Kari)
		종류	라면
		용량	80g
		원산지	말레이시아

자료: 패밀리마트(Family Mart), 패밀리마트(Family Mart) 페이스북, 월드오브버즈(World of Buzz), 니케이아시안리뷰(Nikkei Asian Review)

사진자료: 패밀리마트(Family Mart) 페이스북

33) 글로벌 통합 매출액
34) 글로벌 통합 매장 수 (일본, 중국, 대만, 필리핀, 태국, 베트남, 인도네시아, 말레이시아)

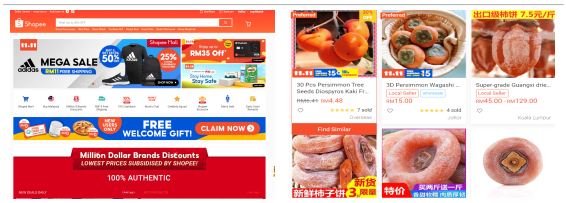
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 즉석식품, 간편식품, 조리완제품, 베이커리류, 음료류, 주류, 커피류, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 악세서리류, 구강청결용품, 위생용품, 헤어용품 등 • 선호제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 젊은층에게 인기가 좋은 신상품 • 특이사항 - 일본 브랜드 상품 다수 입점 - 한국 라면 다수 입점 • S사 제품 취급 현황 - 봉지라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛, 카레맛, 까르보나라맛 등), 삼양라면 등 - 컵라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛, 카레맛, 짜장맛, 까르보나라맛 등) 등	
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 문의 - 회사소개서 및 카탈로그를 연락담당자에게 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일 : enquiry-familymart@ql.com.my

자료: 패밀리마트(Family Mart)

5) 온라인

① 쇼피(Shopee)

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	www.shopee.com.my	
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	
	규모	매출액('19)	약 21억 7,538만 달러[35] (2조 4,656억 원)
	기업 요약	• 2015년도에 회사 설립 • 싱가포르에서 비즈니스 시작 • 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 인도네시아, 대만, 태국, 베트남, 브라질에서 운영 중임 • 쇼피의 모회사 인 씨그룹(Sea Group)은 2017년 10월 뉴욕 증권 거래소(NYSE)에 기업 공개 	
기업 최근 이슈	• 한국 A사 2020년 쇼피(Shopee)에 공식 진출 함 • 말레이시아 쇼피와 비자카드와 5년간 전략적 파트너십 체결을 통해 공동 브랜드 카드 출시 • 2020년 10월 12일부터 11월 30일까지 K-Food Fair진행예정 • 2020년 1분기 매출 2019년 동기간 대비 110% 성장 기록		
유사제품 정보		제품명	신라면
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국

자료: 쇼피(Shopee), 씨그룹(Sea Group), 말레이메일(Malay Mail), 더말레이시아리저브(The Malaysian Reserve)
사진 자료: 쇼피(Shopee)

35) 모회사인 씨그룹(Sea Group)의 2019년 매출

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 제과류, 음료류, 건강식품 등 - 일반: 의류, 유아용품, 전자제품, 가전제품, 식기류, 화장품 등 • 특이사항 - 매장마다 취급하는 지역 특산물이 다름 - 입점 제품의 가격 변동 시 사이트에서 확인 가능 • A사 제품 취급 현황 - 봉지라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛, 카레맛, 짜장맛, 까르보나라맛, 라이트맛, 토마토파스타맛, 불닭볶음탕, 마라맛 등), 해물파티, 삼양라면, 김치라면, 수타면, 우동, 부대찌개, 짜짜로니 등 - 컵라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛, 까르보나라맛, 카레맛, 불닭볶음탕맛 등), 삼양라면, 김치라면 등	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 - 좌측 상단 Shopee Seller Centre 클릭한 후 판매자(Seller) 등록 - 등록시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	• 쇼피(Shopee) 문의사항 연락처 - 전화번호 : +60-3-2777-9222 - 홈페이지 Bantuan 클릭 후 문의 가능

자료: 쇼피(Shopee)

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 말레이시아 라면 인증 취득
2. 말레이시아 라면 사전 절차
3. 말레이시아 라면 라벨 심의
4. 말레이시아 라면 서류 준비
5. 말레이시아 라면 세금 납부
6. 말레이시아 라면 검역 심사 절차
7. 말레이시아 관련 규제 정보

1. 말레이시아 라면 인증 취득

인증 취득

말레이시아로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

라면

라면 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 말레이시아 수입 식품 '적용받는 강제 인증 無'

라면 품목의 말레이시아 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품 관련 수출·입 업무를 담당하고 있는 말레이시아 보건부(MOH, Ministry of Health) 산하 식품안전품질본부(FSQD, Food Safety and Quality Division)는 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음

다만 HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 5.1] 말레이시아 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
HALAL	식품 생산 인증	선택	말레이시아 이슬람 개발부(JAKIM)	

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 말레이시아 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장평가>인증>사후관리심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원

자료 : 각 인증기관

▶ 말레이시아 시장 진출 시, HALAL 인증 선택 사항

말레이시아 HALAL 인증은 육류 및 육류기반의 제품을 제외하고 반드시 받아야 하는 필수 인증은 아니지만, 인구의 60%가 무슬림이기에 제품 판매를 위해서는 필요한 인증임. 말레이시아 라면 시장 점유율 상위권에 해당하는 제품들은 대부분 HALAL 인증을 취득함

HALAL 인증은 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia)가 담당하고 있음. JAKIM은 2013년 한국 이슬람교중앙회(KMF, Korea Muslim Federation)를 공식 HALAL 인증기관으로 인정함

[표 5.3] 말레이시아 HALAL 인증 정보

인증명	발급 기관	유효기간	인증 Mark
HALAL	JAKIM 또는 동 기관이 인정한 인증기관	2년	
신청요건 및 절차			

- HALAL에 따른 관리규정(할랄 식품표준인 MS1500:2009에 따름)
- JAKIM을 통해 국제신청할 경우,
  - 신청과 관련된 연락 활동은 말레이시아의 에이전트를 통해 실시
  - 에이전트가 JAKIM 심사원의 출장과 현장심사에 동행
  - 에이전트의 언어가 유창하지 않은 경우 통역 제공
- 말레이시아 HALAL 인증 홈페이지를 통해 온라인 신청
- 신청 〉 감사·보고 〉 승인·인증 순으로 진행
- 인증 조건 및 절차 준수 시 약 6-9개월 소요
- HALAL 인증 신청 시 필요 서류
  - 회사소개
  - 법인 등록 사본
  - 인증제품 소개
  - 사용된 원료목록
  - 재료공급업체 및 제조업체의 이름과 주소
  - 제품에 투입되는 각각의 생산원료에 대한 할랄인증 사본
  - 포장 재질의 종류
  - 제품 제조 공정 및 절차
  - 타 인증서(HACCP, GMP, ISO 등)
  - 현장 또는 공장의 위치지도

자료 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM)

2. 말레이시아 라면 사전 절차

사전 절차

말레이시아로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

라면

라면 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 말레이시아 식품 수입 전 '수입규제 대상 품목 확인 필요'

말레이시아로 식품을 수출하기 전, 해당 식품이 수입규제 혹은 금지품목에 해당하는지 확인해야 함. 만약 수출 상품이 규제 및 금지품목에 해당할 경우, 수입허가(Import Permit)를 받아야 함

말레이시아 관세법[36]에 따르면 수입허가가 필요한 제품군은 4가지로, 품목별로 허가를 받아야 하는 정부 기관이 상이함. 수입허가 신청은 무료이나, 말레이시아 현지 기업을 통해서만 진행할 수 있음. 그러나 라면은 4가지 품목군에 해당하지 않아 별도의 허가가 필요하지 않음

[표 5.4] 말레이시아 수입규제 및 금지품목

적용 규제	말레이시아 의회, 「관세법(Customs Act)」, 1967
수입규제 및 금지품목	1. 자국 산업 보호를 위해 한시적인 수입제한이 필요한 품목 : 쌀(농무부), 설탕(건강복지부), 소금(건강복지부)
	2. 조건부 금지품목 : 전분, 양배추, 볶지 않은 커피(통상 산업부)
	3. 수입 방법에 조건이 첨부되는 품목 : 육류, 모든 형태의 액체 우유 및 유제품(수의검역부)
	4. 완전 수입 금지 품목 : 필리핀과 인도네시아로부터 수입되는 코코아와 과일류

자료 : 말레이시아 보건부 산하 식품안전품질본부(FSQD, Food Safety and Quality Division)

36) 말레이시아 의회, 「관세법(Customs Act)」, 1967,
말레이시아 국제무역산업부(MITI, Ministry of International Trade and Industry), 「관세 개정(Malaysia Amendment of Customs), Prohibition of Imports」, 2017

▶ 말레이시아 식품 수입 전 'FoSIM 등록 필요'

FoSIM(Food Safety Information System of Malaysia)은 말레이시아로 수입되는 식품이 사람이 섭취하기에 안전한지 확인하기 위해 개발된 웹 기반 정보시스템으로, 말레이시아 보건부(MOH) 산하 식품안전품질본부(FSQD)가 담당하고 있음. 식품안전품질본부(FSQD)는 모든 식품을 FoSIM에 등록하도록 하고 있음

말레이시아 보건부(MOH)는 샘플 테스트 형식으로 식품 안전성에 대한 검사를 진행함. 특히 처음으로 수입 통관되는 제품과 규정 위반 사례가 있는 제품은 우선적으로 검사 품목에 선정됨

[표 5.5] 말레이시아 FoSIM 수입식품 분류 및 수입 창구별 모니터링

위험도에 따른 수입식품 분류	• Level 1(Auto Clearance) – 검사 없이 자동 통관 • Level 2(Document Examination) – 서류 심사 후 통관 • Level 3(Monitoring Examination) – 현장검사(필요시 샘플 시험) 후 통관 • Level 4 (Surveillance Examination) – 샘플 시험 후 통관 • Level 5 (Hold, Test & Release) – 샘플 시험결과 확인 후 통관 • Level 6 (Auto Rejection) – 자동 통관 거부
수입 창구별 수입식품 모니터링	• 수입식품에 대한 통관 서류(K1) 100% 심사 • 육로 통관 식품의 70% 검사 • 항구 통관 식품의 40% 검사 • 공항 통관 식품의 35% 검사 • 검사한 식품의 10%는 샘플 테스트 실시

자료 : 말레이시아 보건부 산하 식품안전품질본부(FSQD)

3. 말레이시아 라벨 심의

▶ 말레이시아 라벨 규정

라벨 심의

말레이시아로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공

라면

라면 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 5.6] 말레이시아 라벨 관리 규정

적용 규제	말레이시아 의회, 「식품법(Food Act)」, 1983 말레이시아 의회, 「식품규정(Food regulations)」, 1985		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	• 제품명 • 용량 • 성분 • 제조업체 및 수입업체 • 원산지 • 영양성분 • 유통기한 • 보관방법(유통기한이 보관방법에 따라야 할 경우) • 기타정보(GMO여부, 식품첨가제, 방사선조사식품여부 등)	
	라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	언어는 말레이시아어 또는 영어로 작성해야 하며, 기타 추가적인 언어는 병기할 수 있음
		제품명	제품의 명칭은 원재료의 일반 명칭 또는 학명으로 표기해야 함
		용량	순중량 또는 부피 또는 내용물의 수로 표기해야 함
		성분	모든 성분은 적절한 명칭으로 표기되어야 하며, 중량에 따른 내림차순으로 기재되어야 함
			알레르기 유발성분을 함유한 경우 해당 내용을 표시해야 함
			돼지고기·돼지기름 또는 알코올이 들어가 있는 경우 표시는 '돼지고기 함유' 또는 '알코올 함유'로 표시해야 함
			식품에 식용지방, 식용유 또는 둘 다를 포함하는 경우는 동물성인지 식물성인지, 어디서 기름이 유래 된 것인지 표시해야 함
		제조업체 및 수입업체	제조업체 또는 수입업체의 주소, 연락처, 정보를 기재해야 함
		원산지	제조업체 또는 수입업체 정보와 함께 원산지 정보도 기재해야 함
		영양성분	영양성분은 100g(ml) 당 및 1회 제공분에 대한 형태로 표기해야 함
			열량, 단백질, 탄수화물 및 지방은 필수로 표기해야 함
		유통기한	유통기한은 '일/월/년' 또는 월/년 순으로 표기해야 함
			유통기한의 글자크기는 6포인트 이상이어야 함

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	기타	품질에 관한 문구는 제한적으로 사용 가능
			식품첨가제의 기능과 유형을 표시하고, 괄호로 식품첨가제의 명칭 또는 INS 번호를 표시해야 함
			유지(油脂) 표시와 식품첨가제 표시는 최대 면적이 10cm^2 미만인 포장에는 적용하지 않음
			식품의 기능에 관한 라벨링 규정을 따라야 함
		라벨 기본요건	식품명은 눈에 띄어야 하며 시각적으로 강조되고 라벨에 기재되어 있는 다른 내용과 비교해 더 강조되어야 함
			모든 라벨은 읽을 수 있어야 하며 지워지지 않도록 포장지에 표시하거나 스티커로 강력하게 부착해야 함
			포장에 담긴 음식은 내부 포장재로 완전히 밀폐되어 있어야 하며, 라벨과 직접 접촉되어서는 안됨
			모든 라벨은 추가적인 포장 위에 덧붙여 있어야 함
			관련 기관에서 규정한 사항에 따르지 않는 한 등급, 품질, 우수성 또는 이와 유사한 의미의 단어를 표기할 수 없음
			모든 글자는 배경과 확연하게 구분되는 색상으로 표기해야 함
			표시 금지 문구 : Organic, Biological, Ecological, Biodynamic 또는 기타 유사 단어

자료 : 말레이시아 보건부(MOH)

▶ 말레이시아 라면 라벨 샘플

[앞면 라벨링] [뒷면 라벨링]

[앞면 – 영문]

① Expiration date : 2021.08.31
② Product name
: OTTOGI Jin Ramen MILD
③ Net weight : 600g (120g x 5)

[앞면 – 국문]

① 유통기한 : 2021.08.31
② 제품명 : 오뚜기 진라면
③ 순 중량 : 600g (120g x 5)

[뒷면 – 영문]

① Nutrition information

Nutrition Information

Servings per package : 5
Serving Size : 120g

	Avg. Quantity per Serving	Avg. Quantity per 100g
Energy	2090kj	1740kj
Protein	12.0g	10.0g
Fat-Total	15.0g	12.5g
-Saturated	8.0g	6.7g
Carbohydrate	79.0g	65.8g
-Sugar	4.0g	3.3g
Sodium	1880mg	1570mg

② Storage : Keep it dry and cool place

③ Cooking directions :
1) Put the vegetable mix into 550ml(2 1/4 cups) of water. When it boils, and noodle with soup mix and let it boil for 4 more minutes.

[뒷면 – 국문]

① 영양정보

영양정보

패키지 당 제공량 : 5
1회 제공량 : 120g

	제공량 당 평균 수량	100g당 평균 수량
열량	2090kj	1740kj
단백질	12.0g	10.0g
지방 전체	15.0g	12.5g
-포화지방	8.0g	6.7g
탄수화물	79.0g	65.8g
-설탕	4.0g	3.3g
나트륨	1880mg	1570mg

② 보관 방법 : 건조하고 서늘한 곳에 보관

③ 조리 방법 :
1) 야채 스프를 물 550ml (2 1/4 컵)에 넣습니다. 물이 끓으면 면과 스프를 섞어 4분 더 끓여주세요.

2) For your preperence, you may add kimchi, green onion, egg, etc.

④ Manufactured by
: Ottogi Ramyon., Ltd. / Ottogi Corporation / www.ottogi.co.kr

2) 개인의 취향에 따라 김치, 파, 계란 등을 추가할 수 있습니다.

④ 제조사 정보
: 주) 오뚜기 라면 / 오뚜기 / www.ottogi.co.kr

4. 말레이시아 서류 준비

서류 준비

말레이시아로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

라면

라면 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 말레이시아, 온라인 통관 진행 가능

▶ 말레이시아 수입서류, 원산지증명서 준비 필요

말레이시아로 식품 수출 시, 모든 업체는 말레이시아 Customs No. 1 양식으로 수입신고를 해야 함. 수입신고서는 관할 수입지역의 관세청에 제출하거나 다강넷(DagangNet)을 통해 전자신고를 진행할 수 있음. 다강넷은 통관 절차를 간소화하고 무역을 원활하게 돕기 위한 단일창구로, 수출입업체는 다강넷의 전자신고시스템(myTRADELINK)을 이용하여 수출입신고서를 제출할 수 있음

말레이시아는 포워딩 업체가 관세사 역할도 수행하기 때문에 포워딩 업체가 수입신고서를 작성하여 기타 서류와 함께 세관에 제출하고 수입허가를 받으면 제품의 검역이 진행됨. 만약 수출기업이 일정 수준 이상의 기준을 충족한다면, CGC(Customs Golden Client) 제도를 통해 최소한의 데이터와 서류만으로 간소화된 통관 절차가 가능함

[표 5.7] 말레이시아 통관 서류

구분	서류명		발급기관
일반 서류	세관신고서 (Customs No. 1)		말레이시아 관세청
	선적	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
		포장 명세서	(-)
		선하증권	(-)
		분석서, 카탈로그 등	(-)
	원산지 증명서		수출업체 / 관세청

자료 : 말레이시아 관세청(RMC, Royal Malaysia Customs Department)

5. 말레이시아 라면 세금 납부

세금 납부

말레이시아로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

라면

라면 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 말레이시아 라면 HS CODE 1902.30-4000, 관세율 0% 적용

▶ 한국-ASEAN FTA로 협정세율 적용

말레이시아의 경우, 라면 제품은 HS-CODE 1902의 1902.30-4000 세번을 사용하여 수입됨.[37] 말레이시아 수입 시 기본 세율은 8%를 적용받으며, 2007년 6월 1일부로 발효된 한-ASEAN FTA 협정으로 협정세율이 적용되어 0% 세율이 부과됨

말레이시아의 판매세는 일반적으로 종가(Ad Valorem) 기준으로 부과되며, 석유 품목과 같이 특수한 경우를 제외하고는 품목에 따라서 부가됨. 라면의 경우 관세 이외의 세금은 추가적으로 부가되지 않음

- 수입 서류 심사비용에 60달러(한화 약 7만 원)[38] 소요
- 수입 서류 심사 기간은 7시간 소요
- 통관 비용은 213달러(한화 약 24만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 36시간 소요

[표 5.8] 한국·말레이시아 HS CODE 비교 및 말레이시아 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1902	파스타[조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]와 쿠스쿠스(couscous)(조제한 것인지에 상관없다)	
	1902.30	그 밖의 파스타	
	1902.30-1010	라면	
말레이시아	1902.30-4000	기타 즉석 국수	
관세	기본관세율	8%	
	협정세율	0%	
VAT		0%	

자료 : 관세법령정보포털(Unipass), 말레이시아 관세청(RMC)

37) 말레이시아 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1902.30 중 라면에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 말레이시아 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 말레이시아 관세청을 통한 확인이 필요함

38) 1달러=1,133.40원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 말레이시아 라면 검역 심사 절차

▶ **말레이시아, 정해진 식품에 따라 품목별로 검역**

▶ **일반가공식품 수출 검역 수출입식품검역처에서 진행**

말레이시아 수출 시 검역은 품목별로 식물성, 동물성, 수산물 총 3가지로 나누어지며 식품안전품질본부(FSQD), 수출입식품검역처(MAQIS), 수의검역부(DVS, Department of Veterinary Services), 수산부(DOF, Department of Fisheries Malaysia)가 식품 항목에 따라 검역을 진행함. 일반가공식품은 특별한 부서 없이 수입식품검역처(MAQIS, Malaysian Quarantine Inspection Services)에서 진행됨

검역 시, 병충해 및 오염이 있는지, 포장과 라벨이 잘 되었는지, 신고한 물품의 품목과 수량이 맞는지, HALAL 제품일 경우 적법한 마크가 부착되었는지 등을 심사함

[표 5.9] 말레이시아 일반가공식품 통관 프로세스

7. 말레이시아 관련 규제 정보

▶ 말레이시아 라면 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.10] 말레이시아 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net) 〉 제도 〉 식품첨가물
국가	말레이시아
식품유형	면류 〉 유탕면

▶ 말레이시아, 라면 나트륨 함량 줄이도록 권고

말레이시아 정부는 과도한 나트륨 섭취를 줄이기 위해 모든 식품에 일일 나트륨 섭취량 표기, 어린이 TV 시청 시간대에 라면 광고 금지, 지속적인 인스턴트 라면 줄이기 캠페인 시행 등의 노력을 펼치고 있음

말레이시아는 식품법 1983(Food Act 1983)과 해당 규정의 세칙인 식품 규정 1985(Food Regulation 1985)를 통하여 식품첨가물을 규제하고 있음. 라면 제품에 주로 포함되는 성분을 조사한 결과는 다음과 같으며, 자세한 규제 내용은 말레이시아 보건부(MOH) 홈페이지나 KATI 식품첨가물 데이터베이스를 통해 확인 가능함

[표 5.11] 말레이시아 라면 성분 조사

물질명	영문	사용 가능 여부	비고
변성전분	Food Starch Modified	규정 없음	
활성소맥글루텐	Wheat Guten	규정 없음	
면류첨가알칼리제	Alkaline Chemicals	규정 없음	
구아검	Guar Gum	사용 가능	
구연산	Citric Acid	사용 가능	
식용 황색 4호	Food yellow no. 4 (tartrazine)	사용 가능	착색료 목적
식용 황색 5호	Food yellow no.5 (sunset yellow)	사용 가능	착색료 목적
퀴놀린 옐로우	Quinoline yellow	사용 가능	착색료 목적
브릴리언트블랙비앤	Brilliant Black BN	사용 가능	착색료 목적
아조루빈 및 카모이신	Azorubine or Carmoisine	사용 가능	착색료 목적

자료: 말레이시아 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

Ⅵ. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 케이엠티(KMT)

Interview ② 프레시한그로서(Freshan Grocer)

Interview ③ 롯데마트 말레이시아(Lotte Mart Malaysia)

Interview ④ 테스코(Tesco)

Interview ⑤ 해피프레쉬(Happy Fresh)

Interview ① 케이엠티(KMT)

39)

케이엠티
(KMT)

전문가 소속

케이엠티
(KMT)
수입유통업체

연락처
+60-350-332-422

전문가 정보

Mr. Jack
(Sales In-charge)

케이엠티(KMT)

Sales In-charge, Mr. Jack

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

케이엠티는 1994년에 설립된 수입유통업체로, 주로 한국에서 제품을 수입하고 있습니다. 현재 말레이시아 내 2개의 매장을 운영하고 있으며 자사 홈페이지에서 취급 제품 및 브랜드를 자세히 소개하고 있습니다. 주요 취급 품목은 한국 라면, 과자류, 음료류, 김치, 소스류, 즉석식품 등입니다.

Q. 말레이시아 내 라면의 수요는 어떤가요?

현재 말레이시아는 도시화가 활발히 진행되고 있으며 경제도 빠른 속도로 발전하고 있습니다. 급속한 경제성장으로 인해 소비자들의 라이프스타일이 크게 변화하여 일명 '빨리빨리' 소비문화가 라면의 급격한 수요 상승으로 이어졌습니다.

이러한 이유로 말레이시아에서 라면을 포함하여 인스턴트 국수의 수요는 전반적으로 상승하고 있으며 특히 지난 5-7년 사이 K-Pop의 영향으로 한국 라면의 수요는 매우 증가하였습니다.

Q. 말레이시아 내 라면 시장 동향은 어떤가요?

말레이시아 라면 시장에서는 현지 브랜드의 시장 점유율이 매우 높은 편이나, 수입 라면의 수요도 높은 편입니다. 현재로서는 마이쿠알리페낭(My Kuali Penang) 브랜드의 제품이 말레이시아 시장을 거의 독점하고 있습니다.

라면은 빨리 먹을 수 있고 다양한 플레이버의 제품이 있으며, 매운맛의 단계도 여럿 있어 소비자 선호도가 높습니다. 또한, 라면이 인기 있는 이유 중 하나는 가격이 저렴하기 때문인데, 만약 유기농 라면이 출시된다면 가격적인 면에서 시장성을 얻기 어려울 것으로 예상됩니다.

39) 사진자료: 케이엠티(KMT)

Q. 현재 업체에서 취급 중인 라면은 무엇인가요?

저희 업체는 한국 브랜드와 현지 브랜드를 모두 취급하고 있습니다. 한국 라면 중에서는 B사 제품을 주로 판매하고 있는데, 해당 브랜드는 말레이시아 현지 소비자들에게 인기 있는 편입니다. B사는 말레이시아 내 한국 라면의 전반적인 인지도와 수요를 상승시키는 역할을 했습니다.

Q. 말레이시아 내 A사 라면에 대한 인식은 어떤가요?

대다수의 말레이시아 소비자들은 라면의 중간 정도의 맵기를 선호하지만, 일부 소비자의 경우 아주 매운 라면을 선호하기도 합니다. A사의 불닭볶음면 제품은 전반적으로 상당히 인기 있는 편입니다. A사는 라면 제품 라인이 많아 플레이버도 다양하고 맵기 정도도 단계별로 선택할 수 있기 때문에 소비자들이 각자의 취향에 맞게 선택하여 먹을 수 있습니다.

Interview ② 프레시한그로서(Freshan Grocer)

40)

프레시한그로서
(Freshan Grocer)

전문가 소속

프레시한그로서
(Freshan Grocer)
수입유통업체

연락처
+60-364-196-535

전문가 정보

Mr. Edwin
(Manager)

프레시한그로서(Freshan Grocer)
Manager, Mr. Edwin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

프레시한그로서는 2018년에 설립된 한국 식품 전문 수입유통업체로, 쿠알라룸푸르 몽키아라에서 매장을 운영하고 있습니다. 페이스북을 통해 한글/영어로 다양한 프로모션을 진행하고 있으며 배달 서비스도 제공하고 있습니다. 주요 취급 품목은 육류, 과일, 채소, 즉석식품, 냉동식품, 김치, 반찬류, 과자류 등입니다.

Q. 바이어의 입장에서 라면 제품 취급 시, 주요 구매요인은 무엇인가요?

수입업체 및 바이어의 입장에서 제품 취급 여부를 결정할 때 가장 중요한 고려요인은 제품 자체의 수요입니다. 제품 수요는 현지 시장 내 비슷한 경쟁제품에 대한 소비자들의 반응으로 결정되는데, 이를 참고하여 업체에서 취급할 제품을 선정해야 합니다. 또한, 말레이시아는 이미 다수의 현지 및 수입 라면이 판매되고 있기 때문에 가격 경쟁력도 매우 중요한 요인 중 하나입니다.

Q. 말레이시아 내 소비자의 라면 주요 구매요인은 무엇인가요?

바이어는 수요와 가격을 가장 중요시하지만, 소비자의 경우 편리함을 가장 우선시합니다. 소비자들은 쉽고 간편하게 먹을 수 있는 라면을 선호하며, 바쁜 라이프스타일로 인해 구매에 많은 시간을 들이지 않고 자신이 선호하는 제품을 선택한 후 이를 꾸준히 구매하는 편입니다. 편리함 외에도 맛과 패키징도 주요한 구매요인 중 하나입니다.

40) 사진자료: 프레시한그로서(Freshan Grocer) 페이스북

Q. 현재 업체에서 취급 중인 라면의 특징은 무엇인가요?

저희 업체에서는 A사, B사, C사의 제품을 주로 취급하고 있으며 소비자들의 각기 다른 취향에 맞도록 다양한 제품을 판매하고 있습니다. 바이어의 입장에서 소비자의 구매를 이끌 수 있는 가장 효과적인 방법은 합리적인 가격에 다양한 플레이버와 맵기 단계의 라면을 판매하는 것입니다.

Q. 말레이시아로 라면 수출 시, 주의해야 할 통관 사항은 무엇인가요?

말레이시아로 식품을 수출하고자 하는 기업은 말레이시아 정부 홈페이지에서 종종 업데이트되는 공지사항을 주의하여 참고해야 합니다. 일반적으로 식품 수출 시 세관에서는 라벨링이 적절하게 부착되어있는지 확인합니다. 라벨링에는 원산지, 영양성분, 유통기한 등의 정보가 포함되어야 하며, 말레이시아는 절반 이상의 인구가 무슬림이기 때문에 알코올 및 돼지고기 성분이 함유되어 있다면 반드시 라벨에 표시해야 합니다.

Interview ③ 롯데마트 말레이시아 (Lotte Mart Malaysia)

41)

롯데마트 말레이시아
(Lotte Mart Malaysia)

전문가 소속

롯데마트 말레이시아
(Lotte Mart Malaysia)
수입유통업체

연락처
+60-342-604-546

전문가 정보

Mr. FL Lee
(Manager)

Lotte Malaysia

롯데마트 말레이시아(Lotte Mart Malaysia)
Manager, Mr. FL Lee

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

롯데마트 말레이시아는 2002년에 설립된 한국 식품 전문 수입유통업체로, 수입부터 도매, 소매를 모두 진행하고 있습니다. 현재 세랑고르에서 매장을 운영하고 있으며 주요 취급 품목은 신선농산물, 냉동식품, 음료류, 과자류, 인삼조제품, 김치, 라면, 주류 등입니다.

Q. 말레이시아 내 라면의 수요는 어떤가요?

말레이시아 소비자들의 라이프스타일이 빨라지면서 라면을 포함한 인스턴트 식품의 수요가 크게 증가했습니다. 저희 업체는 한국식품만을 취급하고 있기 때문에 주요 소비자는 말레이시아에 거주하는 한국인 소비자이지만, 최근에는 현지 소비자 및 외국인 소비자들도 많이 찾고 있습니다. 그만큼 말레이시아 내에서 라면은 매우 대중화되었습니다.

Q. 말레이시아 내 라면의 트렌드는 어떻게 변화되었나요?

최근 5-7년 사이 매운 라면의 수요가 급격하게 증가했습니다. 과거에는 플레이버와 매운맛이 주요한 구매요인이 아니었는데, 집에서 끓여 먹을 때, 각자의 취향에 따라 매운맛이나 재료들을 추가할 수 있었기 때문입니다. 그러나 라면 산업의 성장과 함께 닭, 새우, 채소 같은 다양한 플레이버의 라면이 다수 출시되면서, 소비자들도 해당 제품을 찾기 시작했습니다.

말레이시아에서 유기농 라면 브랜드는 몇 개 없으며 수요도 높지 않습니다. 아직 말레이시아에서는 유기농 제품에 대한 인지도가 낮으며 소비자들도 이를 크게 중요하게 여기지 않습니다.

41) 사진자료: 롯데마트 말레이시아(Lotte Mart Malaysia)

Q. 말레이시아 내 A사 라면에 대한 인식은 어떤가요?

A사는 말레이시아에서 꽤 잘 알려진 브랜드입니다. 만약 라면을 취급하고 있는 유통업체라면, A사나 C사의 제품은 무조건 취급하고 있을 정도로 유명합니다. 두 브랜드 모두 다양한 플레이버 라면을 판매하고 있다는 점과 패키징, 맛, 성분 등의 측면에서 긍정적인 반응을 얻고 있으며, 소비자 신뢰도도 높습니다.

Q. 말레이시아 내 라면의 주요 소비자는 누구인가요?

말레이시아 내 라면의 주요 소비자는 15-35세 젊은 층입니다. 젊은 소비자들은 새로운 제품을 도전해보려는 경향이 있으며, 빨리 조리하여 먹을 수 있는 제품을 선호합니다. 젊은 층의 높은 수요로부터 시작되어 라면을 포함한 인스턴트 국수 시장의 규모가 전반적으로 커졌습니다.

Interview ④ 테스코(Tesco)

42)

테스코
(Tesco)

전문가 소속

테스코
(Tesco)
수입유통업체

연락처
+60-130-013-1313

전문가 정보

Mr. Terence Hiew
(Purchasing Manager)

테스코(Tesco)

Purchasing Manager, Mr. Terence Hiew

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

테스코는 영국의 대형 유통업체 체인으로, 말레이시아에 2002년 진출하였습니다. 현재 말레이시아 내 약 50개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 총 1,700개 이상의 브랜드를 취급하고 있으며 각종 식료품, 즉석식품, 냉동식품, 헬스&뷰티 제품 등을 판매하고 있습니다.

Q. 바이어의 입장에서 라면 제품 취급 시, 주요 구매요인은 무엇인가요?

현재 말레이시아에는 다양한 라면 제품과 이를 판매하는 수많은 소매업체가 있기 때문에 소비자들의 선택의 폭이 넓습니다. 그러므로 가격이 매우 중요한 구매요인이 됩니다. 유통업체의 입장에서도 가격이 저렴한 제품을 들여와야만 소매가도 저렴하게 공급할 수 있으므로 가격 경쟁력은 필수적입니다.

또한, 학교나 직장에서 라면을 먹는 소비자들은 컵라면을 선호하는 경향이 있어 봉지라면과 컵라면 등 다양한 라면 제품을 취급해야 하며 유통기한도 긴 것이 좋습니다. 이외에도 특히 온라인에서 주로 구매하는 소비자들은 각자 선호하는 브랜드가 정해져 있는 경우가 많아, 유명하고 평판 있는 브랜드를 취급하는 것이 유리합니다.

Q. 말레이시아 내 소비자의 라면 주요 구매요인은 무엇인가요?

라면의 소비자 주요 구매요인은 맛, 플레이버, 가격, 패키징, 브랜드 인지도, 할랄 인증 취득 여부, 매운 정도 등입니다. 한편, 라면 구매 시 성분을 중요시하는 소비자들은 매우 소수입니다. 해당 소비자들은 밀가루 면이 다른 면보다 건강하다고 생각하는 경향이 있어 90% 이상 밀가루가 함유된 면을 선호합니다.

42) 사진자료: 테스코(Tesco)

Q. 현재 업체에서 취급 중인 라면의 특징은 무엇인가요?

저희 업체에서는 A사, B사, C사, D사, 닛신(Nissin) 등의 브랜드를 취급하고 있습니다. 해당 브랜드들은 모두 각자의 특색이 있어 시장 수요가 높은 편이며, 이 중 일부 브랜드는 고기, 새우, 채소 등 다양한 플레이버 라면 제품 라인이 있어 소비자에게 인기 있습니다.

Q. 말레이시아 내 매출 증대를 위해 어떤 마케팅을 진행하는 것이 효과적일까요?

제품이 적시에 타겟 소비자에게 공급될 수 있도록 유통채널을 적절하게 선정해야 하며, 일부 소매업체는 브랜드와 직접 제휴하여 제품 홍보를 진행하기도 합니다.

브랜드 인지도를 높이기 위해서는 여러 가지 미디어를 통해 홍보하는 것이 중요하며 블로거나 유튜버 등의 인플루언서 마케팅도 효과적입니다. 그러나 구매에 가장 크게 영향을 끼치는 것은 소비자들의 입소문이기 때문에 제품의 품질을 높이는 것이 중요합니다.

Q. 말레이시아 내에서 마케팅에 도움이 되는 인증은 무엇이 있나요?

말레이시아에서 가장 중요한 인증은 할랄입니다. 할랄 취득 여부가 중요한 구매 고려요인인 만큼, 현지 무슬림 인구를 타겟으로 하려면 할랄 인증을 취득하는 것이 효과적입니다. 또한, 이외의 인증 취득을 마케팅에 사용했을 경우 판매량에 직접적으로 도움되는 것은 아니지만, 식품 안전 및 위생 인증을 획득한다면 브랜드 가치와 브랜드 신뢰도를 높여줄 수 있습니다.

Interview ⑤ 해피프레쉬(Happy Fresh)

43)

해피프레쉬
(Happy Fresh)

전문가 소속

해피프레쉬
(Happy Fresh)
소매업체

연락처
+60-322-010-950

전문가 정보

Ms. Siewling
(HR Manager)

해피프레쉬(Happy Fresh)
HR Manager, Ms. Siewling

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

해피프레쉬는 2014년에 설립된 식료품 소매업체로, 인도네시아에 본사를 두고 있으며 말레이시아와 태국으로도 진출하였습니다. 주로 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있으며 신선농산물, 육류, 수산물, 유제품, 소스류, 스낵류, 음료류, 냉동식품, 유기농 식품 등을 취급하고 있습니다.

Q. 말레이시아 내 라면의 수요는 어떤가요?

말레이시아 소비자들은 라면을 포함한 인스턴트 국수에 대한 선호도가 높습니다. 코로나19로 인해 소비자들이 집에 머무는 시간이 길어지다 보니 라면의 수요가 상승했으며, 또한, 최근 말레이시아의 경제성장으로 중산층 인구가 늘어나 라면의 수요는 더욱 높아졌습니다. 한편, 말레이시아는 길거리 음식이 매우 인기 있는데, 길거리 음식 중에서도 라면은 가장 많이 판매되는 메뉴 중 하나입니다.

Q. 말레이시아 내 소비자의 라면 주요 구매요인은 무엇인가요?

소비자에게 가장 중요한 구매요인 중 하나는 할랄 인증입니다. 할랄 외에는 가격, 맛, 매운 정도 등이 주요한 고려요인이며 현지 소비자들은 대부분 매운 음식을 좋아합니다. 반면 비건과 유기농은 아직 말레이시아에서 크게 주목받지 못하고 있습니다.

Q. 말레이시아 내 A사 라면에 대한 인식은 어떤가요?

말레이시아 식품 시장은 수입 식품에 대해 개방적이어서 다양한 현지 및 수입 브랜드가 잘 판매되고 있습니다. 그중에서도 A사의 불닭볶음면은 현지에서 매우 유명하며, 아주 매운 맛으로 인해 인기 있습니다.

43) 사진자료: 해피프레쉬(Happy Fresh)

Q. 말레이시아 내 라면의 주요 소비자는 누구인가요?

말레이시아 내 라면의 주요 소비자는 단연 젊은 층입니다. 젊은 층 사이에서 라면의 인기와 수요가 급격히 증가한 이유는 맛과 가격입니다. 또한, 아무 때나 요리하여 간편하게 먹기도 쉬워 한 끼 식사 및 간식으로 섭취하기에 편리합니다. 특히 학생의 경우 비상시를 대비해 라면을 대량 구매하여 집에 가득 채워두기도 합니다.

Q. 말레이시아로 라면 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

라면의 주요 유통채널은 슈퍼마켓 등의 소매점입니다. 다수의 대형 브랜드가 현지 유통 파트너를 가지고 있으며 이를 통해 바로 소매점으로 유통하여 판매를 진행합니다. 이외에도 최근 온라인을 통해 주문·배달하는 방법이 인기를 얻고 있습니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

컵라면 시장규모 573억 원
봉지라면 시장규모 5,298억 원
말레이시아 對글로벌 라면 수입액 기준 한국 2위
A사, 컵라면/봉지라면 점유율 5.6%/2.8%

02 시장 트렌드

한국 라면 브랜드 키워드 빈도 B사>A사>C사
A사 제품 가격, 맛, 할랄 인증에 전반적 호평
컵라면, 국물라면, 매운 맛 라면 인기
닭고기, 쇠고기, 계란 원료 라면 多

06 전문가인터뷰

라이프스타일 현대화됨에 따라 라면 수요 증가
A사 제품, 매운 맛과 다양한 플레이버로 인기
주요 소비자는 10-20대 젊은 층

A사 라면

03 유통채널

개인 및 기타 식료품점 60.4%
하이퍼마켓/슈퍼마켓 13.2%
혼합 소매업체 11.4%

05 관세 및 추가 규제

협정 세율 0%
VAT 0%

04 통관/검역

FoSIM 등록 필요
돼지고기, 알코올 라벨링 표시 필수

말레이시아 라면 시장규모

컵라면 573억 원
봉지라면 5,298억 원

말레이시아 對한국 라면 수입액 글로벌 2위
라면 시장 현지, 수입산 브랜드 산재

말레이시아 시장 내 컵라면보다 봉지라면의 시장규모가 9배가량 크게 형성되었으며 한국은 말레이시아 對글로벌 라면 수입액 기준 인도네시아 다음으로 2위를 차지함. 주요 소비층인 10-20대 인구는 전체 인구의 34%를 차지함. 컵라면, 봉지라면 선도 브랜드는 매기, 마미 등으로 확인되며, A사는 컵라면/봉지라면 시장에서 각각 4위, 8위를 차지하는 것으로 확인됨

시장트렌드

컵라면, 매운 맛 라면, 할랄 인증 취득 라면 인기

한국 라면 브랜드 중 A사 두번째로 빈출
닭고기, 쇠고기 활용한 매운 맛 라면 인기

말레이시아 내 라면 국가 키워드로 중국 다음 한국이 빈출하였으며, 한국 라면 브랜드는 B사, A사, C사 순으로 빈출함. A사 제품에 대해 전반적으로 만족도가 높았으나 치즈맛, 까르보나라 맛등의 퓨전 맛에 대해서 어색함을 표하는 후기들이 일부 확인됨. 전반적으로 컵라면, 매운 맛 라면, 할랄 취득 라면이 다수이며 닭고기, 쇠고기, 계란, 카레 등이 주요 원료로 확인됨

라면 유통채널

개인 및 기타 식료품점 60.4%

하이퍼마켓/슈퍼마켓 13.2%
혼합 소매업체 11.4%
편의점 7.5%

말레이시아 면류 유통채널 점유율은 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 혼합 소매업체 순인 것으로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과 일반적인 하이퍼마켓 등의 소매점을 주요 유통채널로 추천하였으며 최근 온라인의 중요성이 커지고 있다는 답변을 확인함

Export Insights

통관 및 검역

HALAL 인증,
필수는 아니나
높은 매출 위해 취득 추천

FoSIM 사전 절차 필수

말레이시아로 라면 수출 시 필수 인증은 아니나 인기 라면 제품 대부분이 HALAL 인증을 취득함. 사전 절차로 FoSIM 웹 기반 정보시스템에 식품 등록이 필요함. 라벨링의 경우 돼지고기, 알코올 등을 함유한 경우 필수로 표기해야 함. 관세율의 경우 한-ASEAN FTA로 협정 세율 0%를 적용받음

전문가 인터뷰

바쁜 생활방식으로 라면 수요 증가
A사 제품, 매운 맛과
다양한 플레이버로 인기
10-20대 젊은 층이 주요 소비자

전문가 인터뷰 결과 말레이시아의 경제성장과 이에 따른 가속화된 라이프스타일로 라면 및 인스턴트 식품의 수요가 증가 중인 것으로 확인됨. A사 제품은 이미 인기 제품으로 인식되며, 매운 맛과 다양한 플레이버가 인기 요인임. 주 소비층은 10-20대 젊은 층으로, 이에 따라 SNS, 인플루언서를 활용한 마케팅이 추천 홍보 방식으로 확인됨

진출제언

Point 01. 말레이시아 라면 시장, 경제성장과 바쁜 생활방식 확산됨에 따라 급속도로 성장 중임

Point 02. A사 제품은 매운 맛과 다양한 플레이버로 인기를 끌고 있음. 한편, 치즈맛이나 까르보나라맛 등의 퓨전 맛보다는 오리지널 매운 맛에 대한 수요가 더 높은 것으로 확인되어 이를 중점적으로 홍보할 필요가 있음

Point 03. M/S 확장을 위해 10-20대 젊은 층을 겨냥한 인플루언서, SNS 마케팅 및 인기 원료인 닭고기, 쇠고기, 계란, 카레 등을 활용한 플레이버 확장, 컵라면 용기 신제품 출시 등을 추천함

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부,「국가개황」, 2020
2. 유로모니터(Euromonitor),「Rice, Pasta and Noodles in Malaysia」, 2020
3. 농식품수출정보(KATI),「말레이시아 소비자 조사」, 2018
4. 모더인텔리전스Mordor intelligence),「Instant Noodles Industry in Malaysia: Analysis of Growth, Trends and Forecast」, 2019
5. 엣지프로퍼티(Edge Property),「Report: MCO impacts household spending」, 2020
6. 말레이시아 통계청(Statistics Malaysia),「Demographics statistics Malaysia first quarter」, 2020
7. 마케팅인터렉티브(Marketing Interactive),「Shopee ranked best brand in MY, PROTON and Maggi among list of YouGov improvers」, 2020
8. 버리타레이더(Beritaradar),「Duel Seru Mie Instan: Indomie vs Mie Seddap」, 2020
9. 말레이시아 의회,「관세법(Customs Act)」, 1967
10. 말레이시아 국제무역산업부(MITI, Ministry of International Trade and Industry),「관세 개정(Malaysia Amendment of Customs), Prohibition of Imports」, 2017
11. 말레이시아 의회,「식품법(Food Act)」, 1983
12. 말레이시아 의회,「식품규정(Food regulations)」, 1985
13. 말레이시아 보건부(MOH),「GUIDELINES ON LABELLING OF FOOD ADDITIVES AND ARTIFICIAL SWEETENING SUBSTANCES UNDER FOOD REGULATIONS 1985」, 1985

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 미쿠알리(Mykuali) (www.mykuali.net)
4. 라자다(Lazada) (www.lazada.com.my)
5 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
6. 케이마켓(K Mrket) 페이스북 (www.facebook.com/kmarket.my/)
7. 킴스마트(Kim's Mart) 페이스북 (www.facebook.com/KIMSMARTSOLARIS/)
8. 망치(Maangchi) (www.maangchi.com)
9. 우리마트(Woori Mart) (woorimart.my-online.store)
10. 옐프(Yelp) (www.yelp.com)
11. 자이언트(Giant) (www.giant.com.my)
12. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretailasia.com)
13. 더스트레이츠타임즈(The Straits Times) (www.straitstimes.com)
14. 말레이메일(Malay Mail) (www.malaymail.com)
15. 더보르네오포스트(The Borneo Post) (www.theborneopost.com)
16. 테스코(Tesco) (www.tesco.com.my)
17. 더가디언(The Guardian) (www.guardian.com)
18. 비비씨(BBC) (www.bbc.com)
19. 쏘야씬커우(SoyaCincau) (www.soyasincau.com)
20. 저스트스타일(Just Style) (www.just-style.com)
21. 로작데일리(Rojak Daily) (www.rojakdaily.com)
22. 마케팅매거진(Marketing Magazine) (marketingmagazine.com.my)
23. 루루(Lulu) (www.luluhypermarket.com)
24. 더이코노믹타임즈(The Economic Times) (www.economictimes.com)
25. 이세탄(Isetan) (www.isetankl.com.my)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 이세탄미쯔코시홀딩스(Isetan Mitsukoshi Holdings) (www.cp.mistore.jp)
27. 재팬타임즈(Japan Times) (www.japantimes.co.jp)
28. 리테일뉴스아시아(RetailNewsAsia) (www.retailnews.asia)
29. 소고(Sogo) (www.sogo.com.my)
30. 더스타온라인(The Star Online) (www.thestar.com.my)
31. 패밀리마트(Family Mart) (www.familymart.com.my)
32. 패밀리마(Family Mart) 페이스북 (www.facebook.com/FamilyMartMY)
33. 월드오브버즈(World of Buzz) (www.worldofbuzz.com)
34. 쇼피(Shopee) (www.shopee.com.my)
35. 씨그룹(Sea Group) (www.seagroup.com)
36. 더말레이시아리저브(The Malaysian Reserve) (www.themalaysianreserve.com)
37. 말레이시아 식품안전품질본부(Food Safety and Quality division) (fsq.moh.gov.my)
38. 말레이시아 관세청(Royal Malaysia Customs Department) (customs.gov.my)
39. 말레이시아 수출입식품검역처(Malaysian Quarantine and Inspection Services) (maqis.gov.my)
40. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service) (fas.usda.gov)
41. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
42. 두잉비지니스(DOING BUSINESS) (doingbusiness.org)
43. 카티(KATI) (kati.net)
44. 말레이시아 보건부(MOH) (miti.gov.my)
45. 케이엠티(KMT) (kmt.com.my)
46. 프레시한그로서(Freshan Grocer) (www.facebook.com/Freshanmy/)
47. 롯데마트 말레이시아(Lotte Mart Malaysia) (mainpage.lotte.com.my)
48. 테스코(Tesco) (eshop.tesco.com.my)
49. 해피프레쉬(Happy Fresh) (happyfresh.my)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사

· 발 행 일 자 | 2021.01.22

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

Copyright 2020 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea