



2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-31
품목 | 비건김치(Vegan Kimchi)
HS CODE | 2005.99-1000
국가 | 말레이시아(Malaysia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 말레이시아 절인 식품 시장규모	06
2. 말레이시아 소스, 드레싱 및 조미료 시장점유율	07
3. 말레이시아 비건김치 수입규모	08
4. 한국 비건김치 수출규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 김치 관련 제품 중 김치찌개 1위, 김치 중 ‘맛김치’ 빈출	12
2. 김치 경쟁브랜드 1위 ‘비비고’, 2위는 말레이시아 식품 기업	13
3. ‘캔에 포장된’, 패키징 빈출 1위	14
4. 김치 홍보문구 중 ‘할랄’ 1위, ‘비건’은 11위	15
5. 말레이시아 비건김치 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 말레이시아 비건김치 유통채널 비교	18
2. 말레이시아 비건김치 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 말레이시아 비건김치 주요 온라인 유통채널 | 24 |
| 2. 말레이시아 비건김치 주요 오프라인 유통채널 | 30 |

VI. 진입장벽

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 말레이시아 비건김치 통관 및 검역 절차 | 39 |
| 2. 말레이시아 비건김치 품질 인증 | 40 |
| 3. 말레이시아 비건김치 라벨링 | 42 |
| 4. 말레이시아 비건김치 성분 및 유해물질 | 48 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

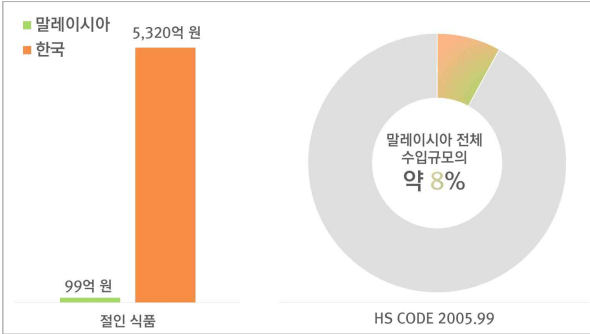
- | | |
|------------------------------|----|
| Interview ① 효김치(Hyo Kimchi) | 53 |
| Interview ② 바이츠샵(Bites Shop) | 55 |
| Interview ③ 케이엠티(KMT) | 57 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 62 |
|--------|----|

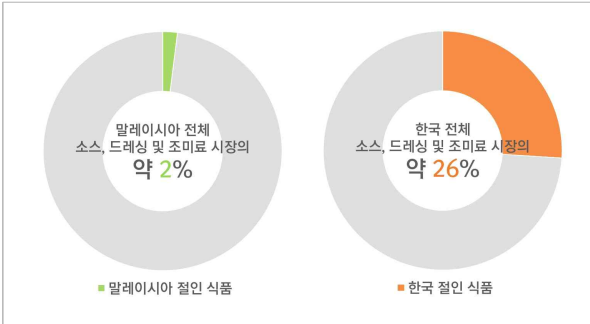
Summary

■ 수요 분석



	말레이시아	한국
절인 식품 시장규모	99억 원	5,320억 원
수입(출)액		점유율
말레이시아 對한국 HS CODE 2005.99 수입 현황	14억 원	8%
한국 對말레이시아 HS CODE 2005.99-1000 수출 현황	27억 원	2%

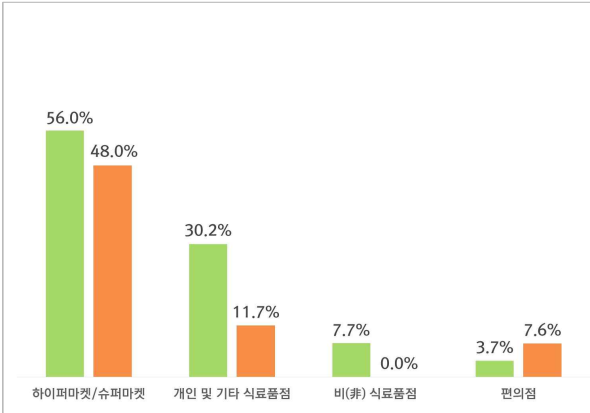
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 말레이시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 테스코스토어즈 및 지씨에이치리테일 코로나19 이후 생필품 사재기 현상과 가정에서 요리하는 소비자가 늘어 매출 증가
편의점	<ul style="list-style-type: none"> 현대적 유통채널 중 가장 많은 매장 수 보유 할랄 인증 취득 여부가 중요한 입점 요인
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 식음료 온라인 소비시장 코로나19 이후 가파른 성장세, 2020년 기준 전년 대비 71% 성장 한국 식품을 소셜미디어 및 라이브커머스를 통해 홍보하고 판매하는 사례 증가

■ 진입장벽

인증/사전등록	HACCP, ISO, GMP, MeSTI 등의 식품 안전 보증 제도 취득 필수
라벨링	말레이시아어 또는 영어 표기 필수, 외국어 병기 가능. 할랄 인증 취득 제품만 인증 마크 라벨링에 표기 가능
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	<ul style="list-style-type: none"> 말레이시아 내 김치 수요 증가 추세 김치는 주로 반찬으로 섭취하며, 단독으로 먹는 경우는 거의 없음
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품 가격대 적절하거나 다소 높아 말레이시아에서 김치를 유통하기에는 플라스틱 통 패키지가 적합 식사 시 간편한 자른 형태의 김치 선호
인증 및 유통채널	<ul style="list-style-type: none"> 무슬림 인구가 많아, 할랄 인증 취득 여부 중요 한인마트, 한식당, 슈퍼마켓 등으로 유통 추천

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 향후 5년(2021-25년)간 말레이시아 절인 식품 시장 연평균 3% 성장 전망 2020년부터 말레이시아 내 김치 수요 증가하는 추세, 슈퍼마켓에도 한국산 김치 다수 판매 중
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 말레이시아에서 비육류 제품 유통 시 할랄 인증이 필수는 아님. 다만, 국교가 이슬람교이며 무슬림 인구가 60% 이상인 국가 특성상 할랄 인증은 식품 판매 시 권장되는 인증인 것으로 확인됨 코로나19 이후 식음료 온라인 소비시장이 크게 성장하였으나, 오프라인 채널을 자주 방문하는 현지 소비자 특성상 슈퍼마켓, 편의점, 한인마트 등으로의 유통 추천

II. 시장규모

1. 말레이시아 절인 식품 시장규모
2. 말레이시아 소스, 드레싱 및 조미료 시장점유율
3. 말레이시아 비건김치 수입규모
4. 한국 비건김치 수출규모

1. 말레이시아 절인 식품 시장규모

말레이시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	33만km ²
인구	3,294만 명
GDP	3,370억 달러
1인당 GDP	10,231달러

▶ 말레이시아 절인 식품 시장규모, 99억 원 기록

2020년 말레이시아 절인 식품 시장규모는 전년과 동일한 약 99억 원을 기록하였으며, 이는 동년 한국의 절인 식품 시장규모인 약 5,320억 원의 2% 수준에 불과함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 2%를 기록함

▶ 말레이시아 절인 식품 시장, 향후 연평균성장률 3% 기록 전망

말레이시아 절인 식품 시장은 향후 연평균 3%의 성장률을 기록하여, 2025년 기준 약 113억 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 말레이시아 절인 식품 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 링깃



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '비건김치는 채식주의 여부와 상관없이 누구나 섭취 가능하며, 비타민이 풍부하고 유산균 및 섬유질이 다량 함유된 김치 제품임. 이에 제품의 종류에 따라 '절인 식품'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Malaysia Country Report」, 2020.11

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1링깃=283.10원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 말레이시아 소스, 드레싱 및 조미료 시장점유율

▶ 말레이시아 ‘절인 식품’ 점유율 2% 불과

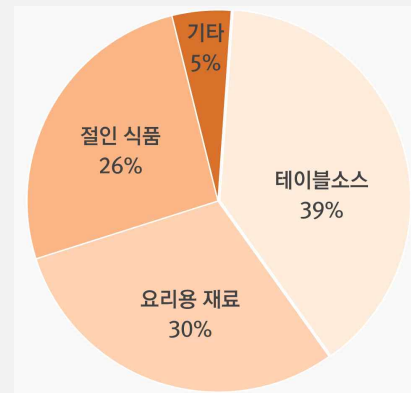
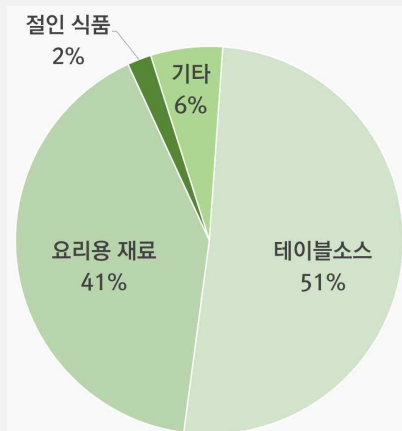
말레이시아와 한국의 상위 시장에서 조사 제품에 해당하는 ‘절인 식품’ 시장의 규모가 어느 정도인지 확인하기 위해 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장 점유율을 확인함. 말레이시아의 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 세부 시장(약 4,946억 원)과 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 세부 시장(약 2조 원)을 비교하면, 말레이시아는 ‘테이블소스’와 ‘요리용 재료’의 점유율이 각각 51%, 41%로 높은 수치를 보인 반면에 한국은 ‘절인 식품’이 26%의 점유율로 비교적 높은 비중을 차지함. 말레이시아 ‘절인 식품’의 경우에는 점유율 2%로 한국 시장과 대비되는 세부 시장 모습을 보임⁷⁾

[표 2.2] 2020년 말레이시아, 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장점유율⁹⁾

단위 : 백분율(%)

말레이시아 소스, 드레싱 및 조미료 세부 시장

한국 소스, 드레싱 및 조미료 세부 시장



분류	소스, 드레싱 및 조미료			
	테이블소스	요리용 재료	절인 식품	기타 ¹⁰⁾
말레이시아	51	41	2	6
한국	39	30	26	5

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Malaysia Country Report」, 2020.11

8) 유로모니터상 말레이시아 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장(약 4,946억 원)과 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장(약 2조 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

10) 기타에는 찍어먹는 소스류, 토마토소스 및 퓨레, 효모류, 기타 소스류가 포함됨

3. 말레이시아 비건김치 수입규모

HS CODE 2005.99

조사제품 '비건김치는 '조제하거나 보존 처리한 그 밖의 채소(식초나 초산으로 처리한 것은 제외하고, 냉동하지 않은 것으로 한정하며, 제2006호의 물품은 제외한다)'로 규정된 제 2005호에 속하며, 이에 '기타에 해당하는 HS CODE 2005.99을 자료로 선정함

▶ 말레이시아 HS CODE 2005.99 수입액, 연평균성장률 6% 기록

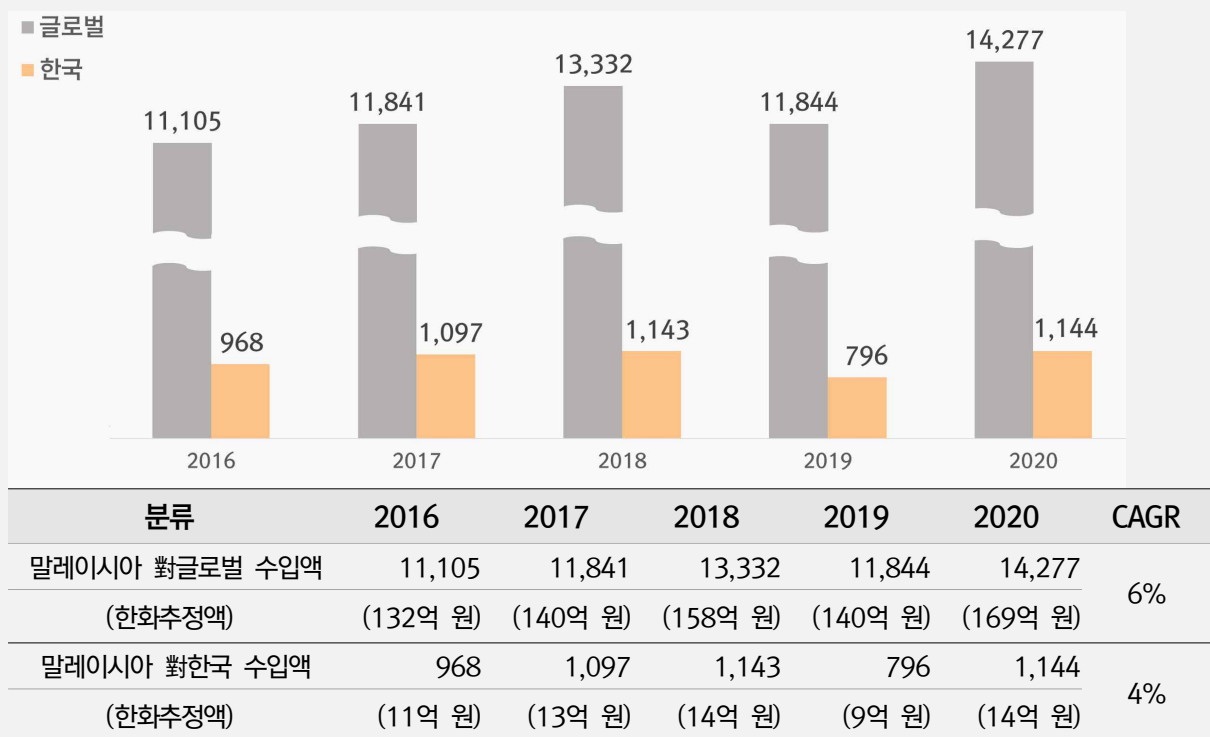
2020년 기준 말레이시아 HS CODE 2005.99 품목 수입액은 전년 대비 21% 상승한 약 169억 원을 기록함. 해당 품목 수입액은 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 6%를 기록하는 등 꾸준한 성장세를 이어오고 있는 것으로 보임

▶ 말레이시아 HS CODE 2005.99 對한국 수입액, 전체 2위 기록

2020년 기준 말레이시아 HS CODE 2005.99 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 44% 상승한 약 14억 원을 기록함. 이는 對글로벌 수입액 가운데 점유율 8%로 전체 2위에 해당하는 수치임. 해당 품목 수입액 기준 1위 국가는 중국으로, 2020년 약 126억 원의 수입액으로 전체 75%를 차지함. 뒤이어 한국, 태국(약 12억 원, 7%), 대만(약 4억 원, 2%)이 각각 말레이시아 수입규모 2위, 3위, 4위를 차지함

[표 2.3] 말레이시아 HS CODE 2005.99 수입규모¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2005.99 기준

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,185.20원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 한국 비건김치 수출규모

HS CODE 2005.99-1000

조사 제품 '비건김치에 해당하는 HS CODE 2005.99-1000(김치)의 한국 對글로벌 對말레이시아 수출 규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2005.99-1000 수출액, 연평균성장률 16%

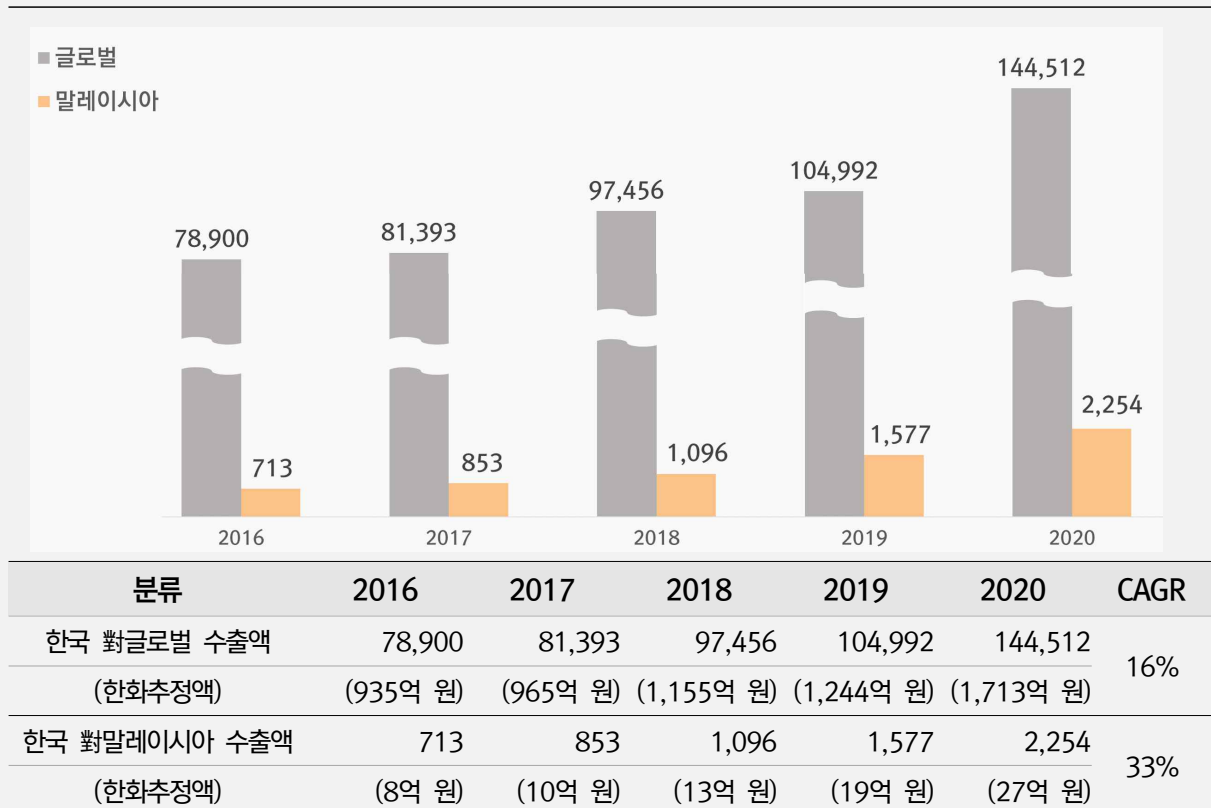
2020년 기준 한국 HS CODE 2005.99-1000 수출액은 전년 대비 38% 증가한 약 1,713억 원을 기록함. 2020년 이전 4년(2016-2020년) 간 연평균성장률 10%와 대비하여 빠르게 성장한 것으로 보이며, 최근 5년(2016-2020년)간 연평균성장률은 16%를 기록함

▶ 한국 HS CODE 2005.99-1000 對말레이시아 수출액, 전체 10위

2020년 한국 HS CODE 2005.99-1000 품목의 對말레이시아 수출액은 전년 대비 43% 상승한 약 27억 원을 기록하였으며, 이는 글로벌 수출액의 2%에 해당하는 규모임. 한국의 글로벌 수출액 기준 1위 국가는 일본으로, 약 843억 원의 수출액으로 전체 수출규모의 49%를 차지함. 뒤이어 미국(약 273억 원, 16%), 홍콩(약 92억 원, 5%) 순으로 이어짐

[표 2.4] 한국 HS CODE 2005.99-1000 수출규모¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2005.99-1000 기준

14) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 김치 관련 제품 중 김치찌개 1위, 김치 중 '맛김치' 빈출
2. 김치 경쟁브랜드 1위 '비비고', 2위는 말레이시아 식품 기업
3. '캔에 포장된', 패키징 빈출 1위
4. 김치 홍보문구 중 '할랄' 1위, '비건'은 11위
5. 말레이시아 비건김치 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 말레이시아 온라인매장 입점 비건김치 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 김치(kimchi)
- 데이터 수집량 : 2,179건
- 데이터 수집원 : 말레이시아 온라인매장

▶ 말레이시아 온라인매장 입점 비건김치 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 제품유형 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
제품유형	김치찌개	kimchi jjigae	125	김치볶음	stir fry kimchi	14
	김치라면	kimchi ramen	81	김치 시즈닝	kimchi seasoning	13
	김치만두	kimchi dumpling	37	베이컨 김치볶음	bacon kimchi	11
	맛김치	mat kimchi	24	백김치	white kimchi	8
경쟁브랜드	비비고	Bibigo	206	오뚜기	Ottogi	18
	아다비	Adabi	81	요쁘끼	Yopokki	16
	로하스	Lohas	29	해피홈	Happy Home	14
	삼양	Samyang	29	언제나 김치	Eonjena Kimchi	14
	동원	Dongwon	26	종가집	Chongga	9
	웰하임	Wellheim	25	팔도	Paldo	6
패키징	캔에 포장된	canned	86	지퍼팩	ziplock	21
	파우치	pouch	53	묶음	bundle	11
	유리병	glass jar	50	휴대가 간편한	easy to carry	7
홍보문구	할랄	halal	719	건강한	healthy	172
	홈메이드	homemade	527	반찬	side dish	148
	신선한	fresh	523	채식주의	vegetarian	145
	매운	spicy	398	비건	vegan	64

1. 김치 관련 제품, 김치찌개 1위, ‘맛김치’ 빈출

▶ 김치를 포함한 제품 유형 중 ‘김치찌개’ 1위

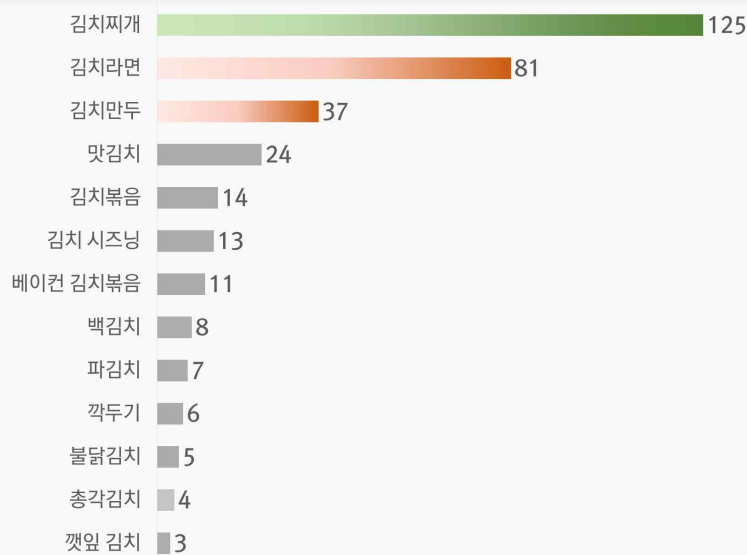
- ‘김치찌개’ 키워드 125건으로 2위와 큰 격차로 1위
- 김치 중 1위인 ‘맛김치’ 키워드와 100건 이상 차이
- 빈출 2, 3위도 김치가 아닌 제품으로, ‘김치라면’과 ‘김치만두’

▶ 김치 중에서는 ‘맛김치’가 1위

- ‘맛김치’에 이어 ‘김치볶음’, ‘베이컨 김치볶음’이 2, 3위
- 김치 중 4위인 ‘백김치’ 및 이하 김치 종류 키워드 건수도 각 10건 이하

1위 김치찌개		2위 김치 라면		4위 맛김치	
					
브랜드	비비고	브랜드	농심	브랜드	종가집
용량	460g	용량	120gX5	용량	380g
가격	RM26.00(7,361원) ¹⁶⁾	가격	RM12.80(3,623원)	가격	RM19.90(5,633원)

[표 3.1] 말레이시아 판매 김치 제품유형 관련 키워드



자료: 말레이시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘김치’ 관련 게시물 2,179건 분석

16) 1링겟=283.10원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. 김치 경쟁브랜드 1위 ‘비비고’, 2위는 말레이시아 식품 기업

▶ ‘비비고’ 키워드 206건으로 압도적 1위

- 2위 키워드인 ‘아다비(Adabi)’에 비해 키워드 수 2배 이상 차이
- 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 검색 결과, 파김치, 백김치, 갯잎김치 등 다양한 상품을 판매 중이며 모든 제품은 파우치 포장 형태임
- ‘맛김치’만 할랄 인증 제품이며 비건 제품은 발견되지 않음

▶ 2위는 말레이시아 식품 기업인 ‘아다비’

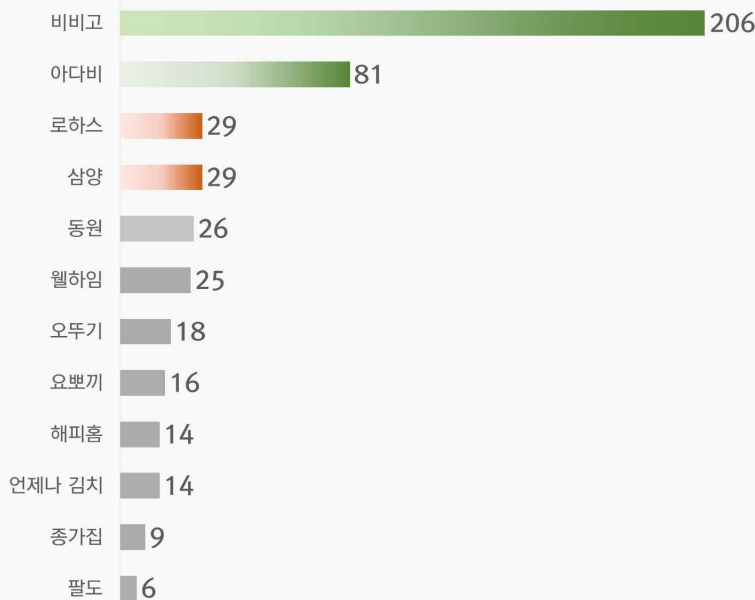
- 온라인매장 내 ‘아다비 김치’ 검색 결과 김치 시즈닝과 김치 오뎅만 발견

▶ ‘로하스(Lohas)’ 키워드 29건으로 3위

- 유기농 김치가 주력 상품이며 비건김치는 1건, 할랄 김치는 0건 발견

1위 비비고		2위 아다비		3위 로하스	
					
제품명	깍두기	제품명	김치 시즈닝	제품명	유기농 김치
용량	500g(파우치)	용량	350g(유리병)	용량	380g(유리병)
가격	RM26.99(7,641원)	가격	RM17.00(4,813원)	가격	RM22.21(6,288원)

[표 3.2] 말레이시아 판매 김치 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 말레이시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘김치’ 관련 게시물 2,179건 분석

3. '캔에 포장된', 패키징 빈출 1위

▶ '캔에 포장된' 키워드 86건으로 1위

- 김치 경쟁브랜드 5위인 동원과 8위인 요쁘기 제품 캔에 포장

▶ '파우치' 키워드 53건으로 2위

- 대다수 제품의 파우치에는 지퍼가 없으며 밀폐 용기에 보관을 권장함

- '지퍼팩'은 4위로 키워드 21건

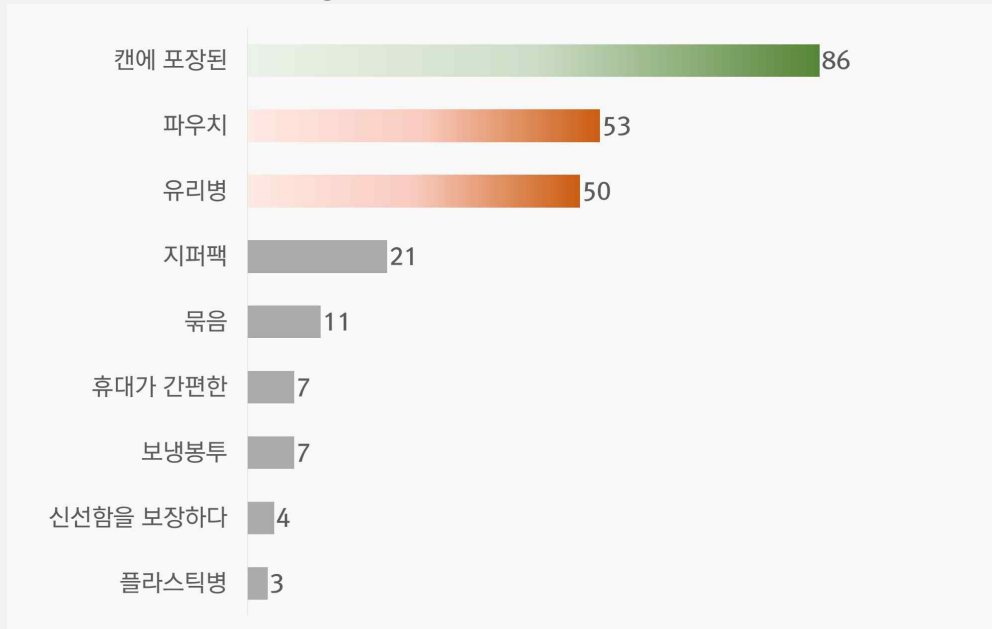
▶ 묶음 판매보다는 개별 판매가 더 많아

- '묶음' 키워드 11건으로 5위

- 온라인매장 검색 결과, 묶음 판매보다는 개별 판매하는 제품이 더 많음

1위 캔에 포장된		2위 파우치		3위 유리병	
					
제품명	볶음김치	제품명	맛김치	제품명	채식 김치
브랜드	웰하임(Wellheim)	브랜드	종가집	브랜드	정보 없음
가격	160g/RM15.90(4,501원)	가격	500g/RM26.50(7,502원)	가격	369g/RM26.50(7,502원)

[표 3.3] 말레이시아 판매 김치 패키징 관련 키워드



자료: 말레이시아 온라인매장 판매 제품 내 '김치' 관련 게시물 2,179건 분석

4. 김치 홍보문구 중 ‘할랄’ 1위, ‘비건’은 11위

▶ ‘할랄’ 키워드 719건으로 압도적 1위

- 키워드 64건인 ‘비건’과 비교 시 ‘할랄’이 10배 이상 많음
- 할랄과 맥락이 비슷한 ‘친무슬림’도 키워드 94건으로 빈출
- ‘비건’보다는 ‘채식주의(키워드 145건)’가 더 많이 추출됨

▶ 브랜드 정보 없는 김치 ‘홈메이드’ 빈출

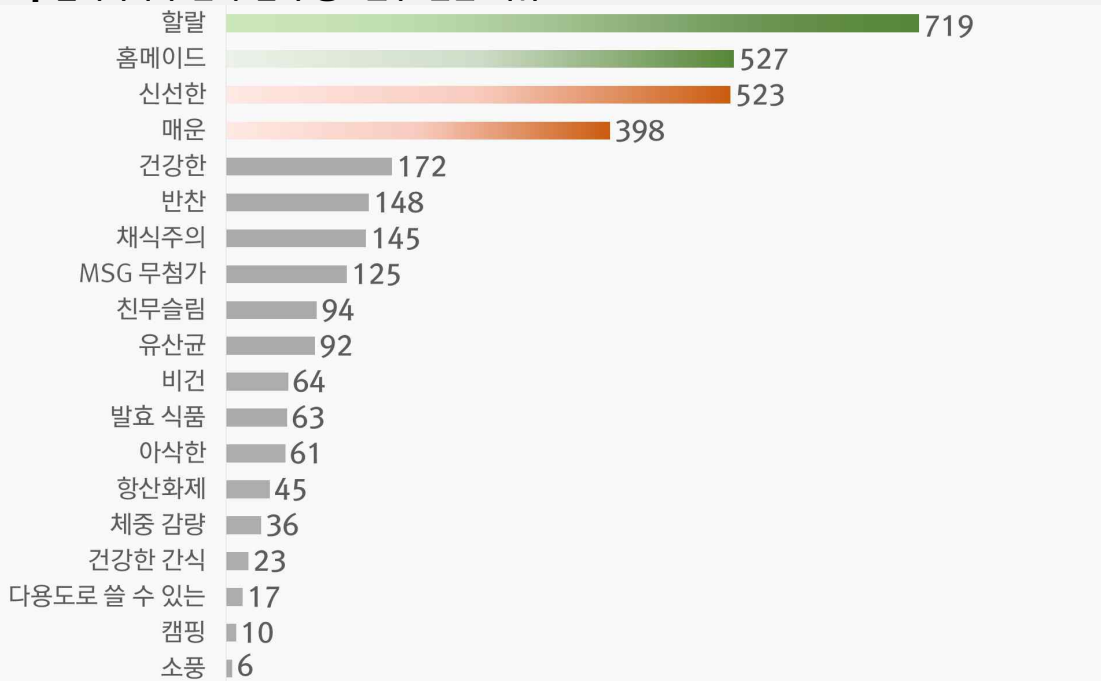
- ‘홈메이드’ 키워드 527건으로 홍보문구 빈출 키워드 2위
- 대부분의 홈메이드 김치, 브랜드 없으나 70개 이상 팔린 제품도 있음

▶ ‘매운’ 맛도 선호하는 것으로 보여

- ‘매운’ 키워드 398건으로 빈출 4위

1위 할랄		2위 홈메이드		4위 매운	
					
제품명	맛김치	제품명	오빠 김치(덜 매운 맛)	제품명	불닭볶음김치
브랜드	비비고	브랜드	정보 없음	브랜드	삼양
가격	500g/RM15.90(4,501원)	가격	500g/RM22.00(6,228원)	가격	160g/RM26.99(7,641원)

[표 3.4] 말레이시아 판매 김치 홍보문구 관련 키워드



자료: 말레이시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘김치’ 관련 게시물 2,179건 분석

5. 말레이시아 비건김치 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 유리병에 소포장해 맛의 변화를 최소화한 할랄 인증 김치**
 - ‘할랄’이 홍보문구 중 1위인 점 반영, 할랄 인증 홍보 필요해 보임
 - 유리병에 소포장해 맛의 변화가 거의 없는 점 강조

- ▶ **컨셉 ② _ 맵지 않아 아이도 어른도 반찬으로 먹기 좋은 백김치**
 - 맵지 않은 김치를 찾는 소비자층에 어필
 - 밥이나 기타 주식에 반찬으로 곁들여 먹으면 좋은 점 홍보

- ▶ **컨셉 ③ _ 액젓을 쓰지 않고 채소수로 맛을 낸 캔 포장 비건김치**
 - 액젓을 쓰지 않아 비건이나 채식을 추구하는 소비자층에 적합함을 강조
 - 휴대나 보관하기에 간편한 패키징의 장점 강조

제품유형	패키징	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	유리병	할랄	34건	→ [유리병]에 소포장해 맛의 변화를 최소화하고 [할랄]인증을 받아 무슬림도 안심하고 먹을 수 있는 백김치
김치찌개	(-)	유산균	8건	→ [유산균]이 풍부한 건강한 음식으로 [김치찌개]를 만들어 먹기 좋은 비건김치
백김치	(-)	반찬	3건	→ 아이도 먹을 수 있는 맵지 않은 [백김치]를 [반찬]으로 곁들여 드세요
맛김치	(-)	친무슬림	2건	→ 김치찌개와 김치볶음밥을 만들어 먹기 좋은 할랄 인증 받은 [친무슬림] [맛김치]
(-)	캔에 포장된	비건	2건	→ 액젓을 쓰지 않고 채소수로 맛을 낸 [비건김치]를 [캔에 포장해] 시원하고 깔끔한 맛을 유지해줍니다

★ 결합 키워드 발생량 : 제품유형/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 말레이시아 비건김치 유통채널 비교
2. 말레이시아 비건김치 유통채널 특징

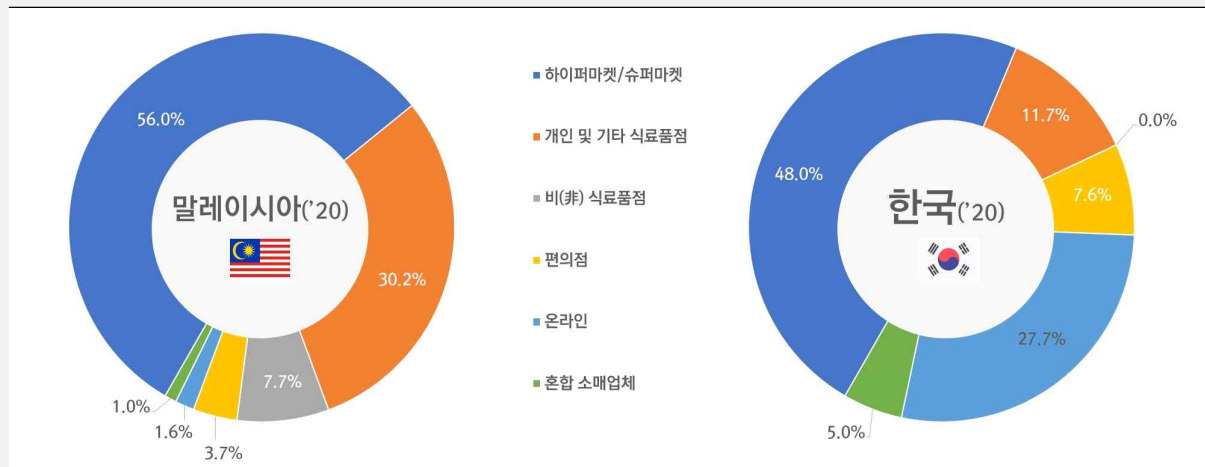
1. 말레이시아 비건김치 유통채널 비교

▶ 말레이시아 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 ‘개인 및 기타 식료품점’ 점유율, 한국 대비 높아
2020년 말레이시아 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 유통채널 중 가장 높은 점유율을 차지한 것은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’으로, 말레이시아에서 56.0%를 점유했으며 한국의 48.0% 대비 높았음. 그다음으로는 ‘아시안마트/한인마트’가 포함된 ‘개인 및 기타 식료품점’이 차지했으며, 말레이시아는 30.2%를, 한국은 11.7%를 점유한 것으로 나타남. 이외의 오프라인 유통채널 중 ‘비(非) 식료품점’, ‘편의점’, ‘혼합 소매업체’는 말레이시아와 한국 모두에서 10% 미만의 점유율을 차지함

▶ 말레이시아 비건김치 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 말레이시아 ‘소스, 드레싱 및 조미료’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 1.6%로 한국의 27.7% 대비 낮아 아직 말레이시아의 비건김치 온라인 소비시장은 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 말레이시아 비건김치 소매유통채널 점유율



말레이시아 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁷⁾¹⁸⁾ 비교¹⁹⁾

말레이시아	유형	한국
56.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	48.0%
30.2%	개인 및 기타 식료품점 ²⁰⁾	11.7%
7.7%	비(非) 식료품점	0.0%
3.7%	편의점	7.6%
1.6%	온라인	27.7%
1.0%	혼합 소매업체 ²¹⁾	5.0%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 2020년 기준, 말레이시아 및 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 소매유통채널 점유율임

18) ‘비건김치’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 정보를 확인함

19) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

20) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

21) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 말레이시아 비건김치 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

● 말레이시아 주요 하이퍼마켓
테스코의 리브랜딩 '로터스'



사진자료: 테스코

▶ 말레이시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 테스코스토어즈

말레이시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업 테스코스토어즈(Tesco Stores)는 2020년 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통채널 전체 매출액 223억 6,500만 링깃(약 6조 3,315억 원²²⁾)의 18.4%를 점유했으며, 지씨에이치리테일(GCH Retail)은 유통채널 전체 매출액의 15.1%를 점유함

▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편리함과 가격 모두를 잡는 것이 관건²³⁾²⁴⁾²⁵⁾

코로나19 이전 말레이시아에서는 현대적 유통채널 중 편의점의 수요가 급상승하며 몇몇 프리미엄 슈퍼마켓을 제외한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 이용객 수가 감소함. 그러나 코로나19 이후 생필품 사재기 현상과 '홈콕' 기조 확산으로 인해 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액이 증가함. 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 변화된 소비 성향에 발맞춰 다양한 온라인 채널 진출 및 배송 서비스 제공 등 옴니채널형 운영 정책을 펼치는가 하면, 높은 소비자 가격민감도에 대응하기 위해 다양한 자체상표 상품을 출시하고 있음. 한편 말레이시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 중 일부 업체는 할랄 및 비(非) 할랄 식품을 구분하여 배치하고 있으며, 전체의 약 60~70%가 할랄 식품인 것으로 조사됨

[표 4.2] 말레이시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	테스코스토어즈 (Tesco Stores)	18.4%	테스코(Tesco), 테스코엑스트라(Tesco Extra)
2	지씨에이치리테일 (GCH Retail)	15.1%	자이언트(Giant), 자이언트슈퍼마켓(Giant Supermarket)
3	이콘세이브캐시&캐리 (Econsave Cash & Carry)	11.5%	이콘세이브 (Econsave)
4	마이딘모하메드홀딩스 (Mydin Mohamed Holdings)	10.8%	마이딘(Mydin), 샘그로스리아(Sam Groceria)
5	이온 (AEON)	7.3%	이온(AEON), 맥스밸류프라임(MaxValu Prime)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 1링깃=283.10원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Malaysia Country Report」, 2021.03

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Malaysia Country Report」, 2021.03

25) 농수산식품유통공사(aT), 「말레이시아 할랄 정책 조사 보고서」, 2020.11

26) 말레이시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

▶ 말레이시아 주요 편의점, 99스피드마트 및 세븐일레븐

말레이시아 주요 편의점 기업 99스피드마트(99 Speedmart)는 2020년 말레이시아 편의점 유통채널 전체 매출액 85억 8,200만 링깃(약 2조 4,296억 원)의 53.0%를 점유했으며, 세븐일레븐말레이시아(7-Eleven Malaysia)는 전체 매출액의 15.9%를 점유함

▶ 말레이시아 편의점, 현대적 유통채널 중 높은 영향력 보유²⁷⁾²⁸⁾

말레이시아 편의점은 대도시 내 거주지 근처에 위치하며 접근성이 좋아 소비자의 선호도가 높았음. 이를 기반으로 2019년까지 매해 10~40% 정도의 매출액 증가율을 기록하는 한편, 현대적 유통채널 중 가장 많은 매장 수를 보유함. 특히 24시간 운영 제도와 다양한 즉석식품은 통근 등으로 시간에 쫓기는 현대인들의 필요에 부합하여 편의점에 대한 선호도를 높인 또 다른 요인인 것으로 보임. 2020년 외출 자제로 인해 편의점 매출이 하락하는 경향을 보였으나, 정부의 이동제한조치로 인해 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 대체재 역할을 수행하여, 결과적으로 전년 대비 매출액이 6.9% 증가함. 추가로, 말레이시아 편의점 입점 시 제품의 할랄 인증 취득 여부가 가장 중요한 요건으로 꼽힘

[표 4.3] 말레이시아 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	99스피드마트 (99 Speedmart)	53.0%	99스피드마트 (99 Speedmart)
2	세븐일레븐말레이시아 (7-Eleven Malaysia)	15.9%	세븐일레븐 (7-Eleven)
3	케이케이슈퍼마켓홀딩스 (KK Supermarket Holdings)	6.0%	케이케이슈퍼마트 (KK Super Mart)
4	마이뉴스리테일 (Mynews Retail)	5.1%	마이뉴스닷컴 (myNEWS.com)
5	쥬빌리게임스 (Jubilee Games)	1.9%	마이마이딘 (My Mydin)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Malaysia Country Report」, 2021.03

28) 농수산식품유통공사(at), 「2020 말레이시아 미니마켓(편의점) 시장분석 및 한국식품 진출방안 모색」, 2020.07

29) 말레이시아 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

●
말레이시아 주요 한인마트
프레시한



사진자료: 프레시한

▶ **말레이시아 주요 아시안마트/한인마트 업체, 케이마켓 및 김스마트**
말레이시아의 주요 아시안마트/한인마트 업체로는 케이마켓(K Market), 김스마트(Kim's Mart), 우리마트(Woori Mart) 등이 있음. 케이마켓은 현재 4개의 점포를 보유하고 있으며, 김스마트와 우리마트는 각각 1개의 점포를 보유하고 있음

▶ **한류 영향으로 한국 식품 취급하는 현지 업체 늘어나³⁰⁾**

말레이시아 내 한류 확산으로 대표적인 한국 식품인 라면이나 고추장 이외에도 다양한 한국 상품을 취급하는 현지 업체가 증가하고 있는 것으로 파악됨. 또한, 말레이시아 내 옴니채널형 운영방식 확산 기조는 아시안마트/한인마트 업계에도 영향을 미쳐 현재 다수의 업체가 자사 홈페이지 또는 페이스북 페이지를 통해 소비자들과 직접 소통하고 있으며, 말레이시아 온라인 플랫폼인 쇼피(Shopee)나 배송 서비스인 그랩(Grab) 등에 입점한 것으로 조사됨

[표 4.4] 말레이시아 주요 아시안마트/한인마트 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)
1	케이마켓 (K Market)	2016년	4개
2	김스마트 (Kim's Mart)	(-)	1개
3	우리마트 (Woori Mart)	2008년	1개
4	프레시한 (freshan)	2018년	1개
5	코마트 (KOMART)	(-)	1개

자료: 기업 홈페이지, 구글맵(Google Maps)

30) 식품음료신문, 「말레이시아, 김치·고추장 등 한국 식품 선호」, 2021.08

4) 온라인

- ▶ **말레이시아 주요 온라인 유통채널, 이카트서비스말레이시아 및 씨 말레이시아** 주요 온라인 유통채널 이카트서비스말레이시아(Ecart Services Malaysia)는 2020년 전체 매출액 165억 1,900만 링깃(약 4조 6,765억 원)의 37.2%를 점유했으며, 씨(Sea)는 매출액의 18.9%를 점유함
- ▶ **말레이시아 식음료 온라인 소비시장의 가파른 성장세³¹⁾³²⁾³³⁾**
편리함과 다양한 품목을 토대로 말레이시아의 바쁜 현대인들의 인기를 끌고 있던 온라인 소비시장은 코로나19 이후 지역과 세대와 관계없이 필수 유통채널로 등극함. 코로나19 이후 말레이시아 주요 온라인 쇼핑물 접속자 수는 약 6배 증가함. 식음료 온라인 소비시장의 경우, 이전에는 오감을 통해 직접 경험한 다음에 구매하는 것을 선호하던 현지 소비 성향으로 인해 타 분야 온라인 시장과 비교하여 성장이 더뎠으나, 2020년 기준 전년 대비 71% 증가함. 식음료 온라인 소비시장은 점포 기반 대형 유통업체와 온라인 쇼핑물, 애플리케이션 기반 식품 배달 서비스 업체로 구성되어 있으며, 온라인 쇼핑물에 대형 유통업체가 입점하는 사례도 존재함. 특히 한국 식품을 소셜미디어나 라이브커머스를 통해 홍보 및 판매하는 사례가 증가하였으며, 특히 냉동, 냉장 제품의 배송이 가능해져 김치나 만두와 같은 제품 판매량도 증가하는 추세임

[표 4.5] 말레이시아 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유(*20) ³⁴⁾	산하 주요 브랜드
1	이카트서비스말레이시아 (Ecart Services Malaysia)	37.2%	라자다(Lazada) ³⁵⁾
2	씨 (Sea)	18.9%	쇼피(Shopee)
3	아마존 (Amazon)	2.2%	이베이(eBay)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

31) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Malaysia Country Report」, 2021.03

32) 농수산물수출지원정보(KATI), 「말레이시아 온라인 쇼핑 이용률 증가 및 식품 소비유통시장의 옴니채널화 가속」, 2021.06

33) 식품음료신문, 「말레이시아, 김치·고추장 등 한국 식품 선호」, 2021.08

34) 말레이시아 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

35) 라자다(Lazada)의 글로벌브랜드오너(GBO)는 중국계 이커머스 기업인 알리바바(Alibaba)임

V. 온·오프라인 유통채널

1. 말레이시아 비건김치 주요 온라인 유통채널
2. 말레이시아 비건김치 주요 오프라인 유통채널

1. 말레이시아 비건김치 주요 온라인 유통채널 ① 라자다

기업 기본 정보	기업명	라자다(Lazada)		
	홈페이지	www.lazada.com.my		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1,400만 회	
		앱다운로드수('20)	930만 회	
매출('20)		7,172억 8,900만 위안 (약 131조 3,213억 원 ³⁶⁾) ³⁷⁾		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	비비고(Bibigo), 종가(Jongga)
		해외 판매	해외판매 불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보

Electronic Accessories
Electronic Devices
TV & Home Appliances
Health & Beauty
Babies & Toys
Groceries & Pets
Home & Lifestyle
Women's Fashion
Men's Fashion
Fashion Accessories
Sports & Lifestyle
Automotive & Motorcycles



시즌별 할인 행사, 배송 어플 및 자사 어플 관련 할인 행사 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'Sell On Lazada' 클릭 후 'Sign up as a LazGlobal Seller' 선택 - 계정 생성 후 입점 문의 진행 - 입점 절차는 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 - 등록 시 필요한 일반적 정보
		<p>공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행계좌번호 등)</p> <p>공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등)</p> <p>참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 기타 참고사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국어로 표기된 셀러 가입 진행 홈페이지 있음 (www.lazada.kr 접속 후 '입점 신청 바로가기' 클릭)

자료: 라자다(Lazada) 말레이시아, 알리바바(Alibaba), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 라자다(Lazada) 말레이시아

36) 1위안=183.08원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

37) 모회사인 알리바바(Alibaba)의 2020년 통합 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 간편한 셀러 가입
한국 셀러 전용 물류 서비스(GS) 운영 중이며, 1번 가입으로 동남아 6개국 플랫폼 동시 가입

2. 라자다 라이브인
가입 시 쇼핑, 엔터, 교통, 음식 배달 등의 서비스를 하나의 서비스처럼 이용할 수 있으며 정기 배달권과 영화권 제공

3. 후불제 시스템
신용카드를 이용한 선결제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건 내는 후 결제 시스템(COD) 존재

4. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

5. 수수료
판매자는 상품 판매 시 8~10% 가량의 판매 수수료를 제외한 금액을 정산받음

세부 검색 중 배송국가나 옵션을 특정하여 검색 가능

온라인몰 UI ②

Lazada - 제품 구매 페이지

'비건김치' 제품 검색 결과

'비건김치' 제품 관련 검색결과 노출
브랜드, 성분 및 인증별로 세분화 분류 가능 제공

'비건김치' 제품 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라자다(Lazada) 말레이시아
사진 자료: 라자다(Lazada) 말레이시아

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁹⁾	용량	이미지
1	비건김치	비비고 (Bibigo)	할랄슬라이스김치 (Halal Sliced Kimchi)	한국	28링깃 (약 7,926원)	150g	
2	비건김치	종가 (Jongga)	할랄종가포기김치 (Halal Jongga Poggi Kimchi)	한국	17링깃 (약 4,812원)	150g	
3	비건김치	내추럴굿니스 (Natural Goodness)	프리미엄비건김치 (Premium Vegan Kimchi)	한국	18.9링깃 (약 5,350원)	600g	
4	비건김치	오빠김치 (Oppa Kimchi)	98%오가닉캐비지김치 (98% Organic Cabbage Kimchi)	한국	25.3링깃 (약 7,162원)	300g	
5	김치	요김치 (Yokimchi)	쿠킹김치 (Cooking Kimchi)	한국	8링깃 (약 2,264원)	120g	
6	김치	신코리아 (Shin Korea)	코리아홈메이드 캐비지김치 (Korean Homemade Cabbage Kimchi)	한국	13링깃 (약 3,680원)	200g	
7	김치	미선김치 (Misun Kimchi)	컷캐비지김치 (Cut Cabbage Kimchi)	한국	18링깃 (약 5,095원)	500g	

자료: 라자다(Lazada) 말레이시아
사진 자료: 라자다(Lazada) 말레이시아

38) 조사일(2021.11.07.) 기준 라자다(Lazada) 말레이시아 비건김치 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

39) 1링깃=283.10원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	www.shopee.com.my		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	6,100만 회	
		앱다운로드수('20)	30만 회	
매출('20)		43억 7,000만 달러(약 5조 1,793억 원 ⁴⁰⁾) ⁴¹⁾		
운영방식	온라인마켓			



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	김치퀸(Kimchi's Queen), 펭귄테이스트(Penguin Taste)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보

최초 가입 시 할인, 한정 시간 및 시즌별 할인 행사, 리워드 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 좌측 상단 Shopee Seller Centre 클릭한 후 판매자(Seller) 등록 - 등록시 필요한 정보 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 및 기타 참고사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +603-2777-9222 - 홈페이지 Bantuan 클릭 후 문의 가능 - 한국어로 표기된 셀러 가입 진행 홈페이지 있음 (shopee.kr 접속 후 '입점 신청하기' 클릭)
-------------	---------------------	---

자료: 쇼피(Shopee) 말레이시아, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 쇼피(Shopee) 말레이시아

40) 1달러=1,185.20원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

41) 모회사인 씨(Sea)의 2020년 통합 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 환불제시스템

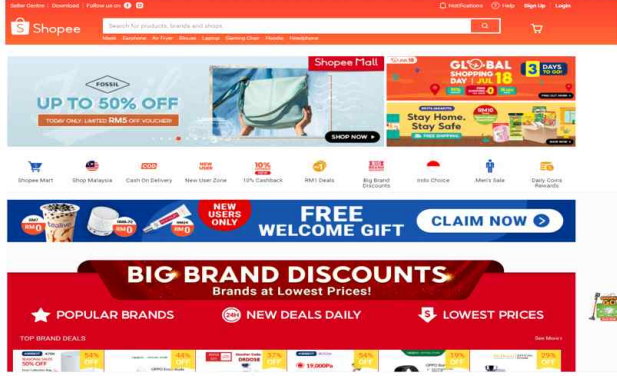
신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건 내는 후불제 시스템(COD) 존재

2. 모바일 중심서비스

쇼핑 어플과 SNS를 통한 제품, 프로모션 공유 및 판매자 팔로우 기능 제공

3. 4개국 연동 셀러게임

쇼핑 싱가포르 가입 요건을 충족하여 셀러로 입점하면, 자동으로 말레이시아, 베트남, 필리핀 플랫폼에 등록됨



4. 국제배송

말레이시아 전역과 더불어 아세안에 속한 일부 국가들에게 배송 가능

5. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공

말레이시아어, 중국어, 영어 지원
카테고리별 세분된 검색 가능

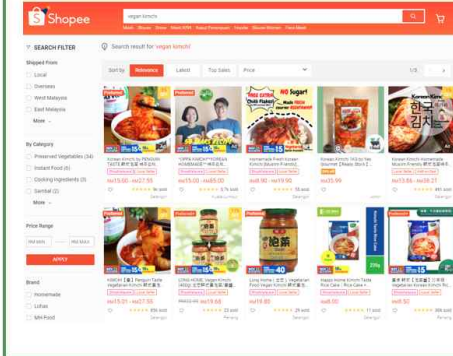
온라인몰 UI ②

Shopee - 제품 구매 페이지

'비건김치' 제품 검색 결과

'비건김치' 제품 관련 검색결과 노출

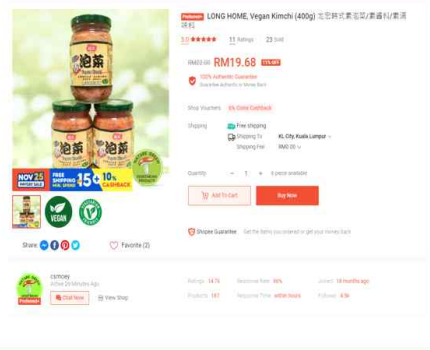
브랜드, 배송옵션, 할인율별로 세분화 분류 가능 제공



'비건김치' 제품 구매 페이지


할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee) 말레이시아
사진 자료: 쇼피(Shopee) 말레이시아

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	비건김치	김치퀸 (Kimchi's Queen)	코리안홈메이드 베지테리안김치 (Korean Homemade Vegeterian Kimchi)	말레이시아	12링깃 (약 3,397원)	250g	
2	비건김치	펭귄테이스트 (Penguin Taste)	베지테리안김치 (Vegeterian Kimchi)	말레이시아	15링깃 (약 4,246원)	350g	
3	비건김치	김치엠페이어 (Kimchi Empire)	할랄김치 (Halal Kimchi)	말레이시아	10.45링깃 (약 2,958원)	250g	
4	비건김치	오빠김치 (Oppa Kimchi)	홈메이드김치 나파캐비지 (Homemade Kimchi napa cabbage)	한국	10.45링깃 (약 2,958원)	300g	
5	비건김치	베지테리안김치 (Vegeterian Kimchi)	베지테리안김치 (Vegeterian Kimchi)	한국	25.48링깃 (약 7,213원)	500g	
6	비건김치	정홈메이드 (Jeong Homemade)	정베지테리안김치 (Jeong Vegeterian Kimchi)	말레이시아	34.3링깃 (약 9,710원)	1kg	
7	비건김치	롱홈 (Long Home)	베지테리안김치 (Vegeterian Kimchi)	말레이시아	20.75링깃 (약 5,874원)	400g	

42) 조사일(2021.11.07.) 기준 쇼피(Shopee) 말레이시아 비건김치 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 말레이시아 쌀국수 주요 오프라인 유통채널 ① 이온

기업 기본 정보	기업명	이온(AEON)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.aeonretail.com.my			
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)			
	규모	매출액('20)	약 40억 5,100만 링깃(1조 1,468억 원)		
	기타 규모	• 매장 수('21): 약 71개			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 클릭앤컬렉트(Click-and-Collect) 서비스 제공 중 • 일본 '이온몰(Aeon Mall)'이 모기업이며 말레이시아에는 1984년 설립됨 • 규모가 큰 대형 쇼핑몰 형태의 비즈니스가 특징임 • 이온쇼핑몰과 이온스토어, 이온맥스밸류 등 다양한 형태로 운영 중이며, 이외에도 이온웰니스나 다이소 등 드럭스토어 및 생활잡화점 형태의 매장도 보유함 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	40·50대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	10:00~21:00		
	주소	3, Jln Dato' Onn 3, Bandar Dato Onn, 81100 Johor Bahru, Johor		
	상권	한인 밀집 주거 지역에 위치하고 있으며, 입점 쇼핑몰 내에 한인 식당 등이 있음		
	VMD	취급 브랜드	씨제이푸드(CJ Foods), 종가집(Jong Ga Jip)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: feedback@aeonretail.com.my - 전화번호: +60-3-9207-2005 - 팩스: +60-3-9207-2006~7
-------------	---------------------	---

자료: 이온(AEON)

사진 자료: 이온(AEON) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



이온에서는 김치 제품을 기타 한국 가정간편식(ex. 된장찌개, 김치찌개, 떡볶이 등)과 함께 냉장 진열대에 배치해두었으며, 주위에 한국 및 일본식 우동, 떡 등이 있고, 소스류인 고추장 및 중국식 양념 등도 함께 놓여있음. 이온 현지매장에는 조사 당시 총 5개의 김치 제품이 진열되어 있음

판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	종갓집 맛김치(나파캐비지맛김치(Napa Cabbage MAT KIMCHI)) 제품이 가장 인기 있다.
Q2. 주요 소비 고객은?	중국계 직장인들이 많이 구매한다.
Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?	‘Super Saver’이라는 이름의 할인 행사 아래 상품을 2개 구입하면 1개 가격보다 조금만 더 받는 형식의 할인 행사 ‘Super saver’을 진행하고 있다.



자료: 이온(AEON) 현지매장 방문조사
사진 자료: 이온(AEON) 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	김치	씨제이푸드 (CJ Foods)	비비고김치 (Bibigo Kimchi)	한국	20.3링깃 (약 5,747원)	500g	
2	김치	종가집 (Jong Ga Jip)	나파캐비지맛김치 (Napa Cabbage MAT KIMCHI)	한국	20.50링깃 (약 5,804원)	380g	
3	김치	종가집 (Jong Ga Jip)	포니테일래디시김치 (Ponytail Radish Kimchi)	한국	23.85링깃 (약 6,752원)	500g	
4	김치	이킴 (iikim)	캐비지김치 (Cabbage Kimchi)	한국	14.50링깃 (약 4,105원)	330g	
5	김치	예스고메 (Yes G'ourmet)	김치 (Kimchi)	한국	17.50링깃 (약 4,954원)	500g	

자료: 이온(AEON) 현지매장 방문조사

사진 자료: 이온(AEON) 현지매장 방문조사

② 테스코

기업 기본 정보	기업명	테스코(Tesco)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.tesco.com.my	
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)	
	규모	매출액('19)	약 52억 1,800만 파운드(약 8조 3,335억 원 ⁴³⁾) ⁴⁴⁾
	기타 규모	• 매장 수('21): 약 60개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태의 매장을 운영함 2020년 12월 태국과 말레이시아 테스코를 태국 씨피그룹(CP Group)에 매각하였으며, 2021년 2월부로 테스코 매장을 로터스(lotus's)로 리브랜딩함 말레이시아 주요 온라인 플랫폼인 쇼피에 입점해있으며, 자사 온라인몰도 함께 운영 중임 약 2,000여 가지의 자체제작 상품 판매 중 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 건강보조식품, 세제류, 문구류 등	
	선호 제품	• 신선식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 테스코 기업 홈페이지에서 직접 등록 (tescoplc.com) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴 'Contacts'에서 'Supplier' 클릭, 정보 기입 후 제출 (tescoplc.com/contacts/suppliers) - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 연락처, 기업 이름, 주소, 홈페이지 주소, 연 매출) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제조시설 정보, 현재 제품 유통경로, 포장 정보, 제품 정보, 판매 가격, 인증 여부 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: tescohelpline@tesco.com.my - 전화번호: +60-1300-13-1313 	



자료: 테스코(Tesco)

사진 자료: 테스코(Tesco), 인사이드리테일아시아(Insdie Retail Asia)

43) 1파운드=1,597.06원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

44) 회계연도 2019년(2020.03 마감)의 태국 및 말레이시아 테스코 통합 매출액임




③ 99스피드마트

기업 기본 정보	기업명	99스피드마트(99 Speedmart)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.99speedmart.com.my		
	위치	셀랑고르(Selangor)		
	규모	매출액('20)	약 7억 9,800만 달러(약 9,458억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 2,000개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1987년 설립 당시 'Pasar mini 99'라는 명칭으로 시작했으며, 2000년 상호 변경함 • 쿠알라룸푸르와 남부 지역 대도시인 조호르에서 집중적으로 운영 • 10개 유통센터를 통해 각 매장에 제품을 공급하여 신선한 제품 제공함 • 99스피드마트(99 Speedmart)에서 제공하는 즉석식품 서비스는 익스프레스밀(Express Meals)임 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 차(茶)류, 청소용품, 생활용품 등		
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 팩스를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에서 리스팅 양식 다운로드 작성 후 팩스로 제출 (www.99speedmart.com.my/Business) - 'Download Listing Form' 클릭 - 양식 기입 정보 예시 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자 등) ② 공급 제품 정보(제품명, 원산지, 판매 가격, 바코드 등) ③ 프로모션 정보(프로모션 주기, 티비 광고 단가, 리스팅 비용 등) - 제품 입점 이외에도 플라스틱 봉투, 사무용품, 매대 구성용품 등 다양한 운영 관련 제품 입점 문의가 가능함 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: customer_service@99speedmart.com.my - 전화번호: +60-3-3362-6863 - 팩스: 03-3362-6570 		

자료: 99스피드마트(99 Speedmart), 농수산식품유통공사(aT)

사진 자료: 99스피드마트(99 Speedmart)

④ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.7eleven.com.my			
	위치	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)			
	규모	매출액('20)	약 5억 5,400만 달러(약 6,566억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 2,390개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 수도인 쿠알라룸푸르에서 집중적으로 운영하고 있으며 타만 네가라 국립공원을 제외하고 전 지역에 분포되어 있음 • 매장 수 기준 현재 가장 높은 점유율을 가진 기업이며 자체 브랜드인 세븐셀렉트(7-Select) 제품이나 베이커리 및 커피, 신선 식품 등을 판매하고 있으며, 영국 스킨케어 브랜드인 부츠(Boots)의 제품도 독점 판매 중임 				
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등 			
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄 인증 제품 			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지를 통해 입점 제안 서류 다운로드 후 정보 기입하여 이메일로 제출 (www.7eleven.com.my/business-opportunity) - 이메일 제출 시 아래의 정보 함께 제공 <ul style="list-style-type: none"> ① 제품 샘플 ② 제품 정보 (제품명, 제품 설명, 제품 공급가격 및 소비자가격, UPC 및 바코드 등) • 문의사항 연락처 및 기타 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: contactus@7eleven.com.my - 전화번호: +60-3-2142-1136 - 팩스: +60-3-2142-1139 - 할랄 인증이 된 제품만 입점 가능함 			

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 농수산물유통공사(aT), 월스트리트저널(WSJ)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

⑤ 케이마켓

기업 기본 정보	기업명	케이마켓(K Market)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.facebook.com/kmarket.my	
	위치	쿠알라룸프(Kuala Lumpur)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 4개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2016년 설립됨 • 한국 내 인기 상품이 다수 입점되어 있는 말레이시아 최대 규모 한인 마트임 • 해피프레쉬와 같은 다양한 배달 서비스 제공 플랫폼에 입점되어 있으며, 온라인 플랫폼에도 입점하여 판매 진행 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 육류, 유제품, 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 주류, 스낵류, 화장품, 유아용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국에서 판매량이 많은 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +60-3-6206-3352 (쿠알라룸프 본점, 지점별로 연락처 상이) - 상담 가능 시간: 10:00~22:00 	

자료: 케이마켓(K Market)

사진 자료: 케이마켓(K Market)

⑥ 우리마트

기업 기본 정보	기업명	우리마트(Woori Mart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	woorimart.my-online.store	
	위치	페낭(Penang)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2008년 설립됨 • 한국인 인구 밀도가 높은 페낭에 위치함 • 자사 온라인몰 운영 중이며, 배송 서비스 제공 중 • 다양한 식품과 폭넓은 가정용품 판매 • 온라인 쇼핑 플랫폼인 쇼피에 입점함 	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 화장품, 청소용품, 가정용품, 침구류, 잡화류 등	
	선호제품	• 한국산 제품 및 가정용품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 및 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +60-4-240-6563 - 이메일: celljy1@gmail.com 	

자료: 우리마트(Woori Mart)

사진 자료: 우리마트(Woori Mart) 구글맵

VI. 진입장벽

1. 말레이시아 비건김치 통관 및 검역 절차
2. 말레이시아 비건김치 품질 인증
3. 말레이시아 비건김치 라벨링
4. 말레이시아 비건김치 성분 및 유해물질

1. 말레이시아 비건김치 통관 및 검역 절차⁴⁵⁾

▶ 말레이시아 비건김치 수출 시, 식품 안전정보시스템 등록 必

말레이시아로 식품 수출 시, 현지 수입 대리인은 제품을 말레이시아 식품 안전정보시스템(FoSIM, Food Safety Information System of Malaysia)에 등록해야 함. 특정 식품은 말레이시아 검역 및 검사 서비스(MAQIS, Malaysian Quarantine and Inspection Service)나 다른 정부 기관의 허가, 면허, 기타 요구사항이 필요할 수 있으므로 이에 대한 대비가 필요함

[표 6.1] 말레이시아 비건김치 통관 검역 절차



자료: 관세청, 말레이시아 보건부(MOH), KATI농식품수출정보 홈페이지

45) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 말레이시아 비건김치 품질 인증

▶ 말레이시아 비건김치, 식품 안전 보증 제도 취득 必


말레이시아 보건부(MOH, Ministry Of Health)의 ‘식품 위생 규정 2009’에 따라 식품 제조시설 소유자는 HACCP, ISO, GMP 등의 식품 안전 보증 프로그램 중 하나를 보유할 것을 요구하고 있음. 예외적으로, 규모가 작아 식품 안전 보증 프로그램을 충족시키기 어려운 식품 제조업체는 식품 위생 규정 2009의 최소 요구사항인 ‘식품 안전은 산업의 책임(MeSTI, Food Safety is the Responsibility of the Industry)’ 인증을 취득할 수 있음. 말레이시아의 국교는 이슬람교로 육류 및 육류 기반 제품은 할랄인증 취득이 필수이며, 이외 식품에 대해서는 권장 사항임. 다만, 최근에는 현지 소비자들이 할랄인증을 취득한 비육류 제품에 대한 선호가 높아지고 있으며, 말레이시아 정부 외에도 많은 기업이 할랄 표준을 이용해 제품을 홍보하고 있음. 이에 따라 대부분의 외식업체나 식품 제조업체 또한 비육류 및 비유제품 식품 및 원재료에 할랄인증을 요구하는 경향을 보임

[표 6.2] 말레이시아 비건김치 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
HALAL	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	KHA한국할랄인증원 또는 말레이시아 이슬람개발부 JAKIM	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 또는 해당 국가 인증기관	
MeSTI	식품 생산 안전 인증	말레이시아 인증	말레이시아 보건부	

자료: 각 인증기관

[표 6.3] 말레이시아 비건김치 인증 취득

인증명	할랄(HALAL)	인증 성격	글로벌 인증
마크		인증기관	KHA한국할랄인증원 또는 말레이시아 이슬람개발부 JAKIM
		관련 기관	- 할랄산업개발공사(HDC, Halal Development Corporation), - 말레이시아 표준부(Department of Standards Malaysia)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 신청 • 온라인 등록 후 5일 이내 서류 제출 • 서류 이상 없을 시 1~5 영업일 이내 수수료 청구서 발송 • 청구서 접수 14일 이내 수수료 납부 • 서류 제출 후 30일 이내 현장 실사 및 샘플링 분석 • 인증서 승인 • 승인 후 5영업일 이내 인증서 발급 		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 회사소개서 및 법인등록사본 • 인증제품 소개서 • 원재료 목록 • 재료 공급업체 및 제조업체 이름과 주소 • 제품에 사용되는 생산 원료에 대한 할랄인증 사본 • 포장 재질 종류 • 제품 제조 공정 및 절차 • 타 인증서(HACCP, ISO, GHP, GMP) • 공장 및 부지 지도 		
인정 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 한국이슬람교중앙회의 KMF 인증을 포함해 46개국 85개의 할랄인증과 교차 인정하나 말레이시아 내 유통되는 할랄 제품은 JAKIM 인증 마크 혹은 JAKIM과 교차 인정되는 할랄인증의 마크만 부착 가능함 • 할랄인증서의 유효기간은 1년이며 1년 단위로 갱신됨 		
소요비용	<ul style="list-style-type: none"> • 말레이시아 기관에서 인증을 받을 경우 아세안 회원국 : 2,100링깃 / 아세안 외 소재국 : 2,100달러 • 한국 기관에서 인증을 받을 경우 기본적인 심사비용(접수비, 문서심사, 현장심사, 인증비)과 품목당 인증비용으로 청구됨 		

자료: 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM), 한국할랄인증원

3. 말레이시아 비건김치 라벨링

[표 6.4] 말레이시아 비건김치 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 명칭은 원재료의 일반 명칭 또는 학명으로 표기해야 함 • 말레이시아어 또는 영어로 작성해야 하며 기타 추가적인 언어를 병기할 수 있음
	2. 용량 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 순중량 또는 부피 또는 내용물의 수로 표기해야 함
	3. 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 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 다 포함하는 경우, 동물성인지 식물성인지, 어디서 기름이 유래 된 것인지 표시해야 함
	4. 제조업체 및 수입 업체	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업체 또는 수입 업체의 주소, 연락처 정보를 기재해야 함
	5. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업체 또는 수입 업체 정보와 함께 원산지 정보도 기재
	6. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 영양성분은 100g(ml) 당 및 1회 제공분에 대한 형태로 표기해야 함 • 열량, 단백질, 탄수화물 및 지방은 필수로 표기해야 함
	7. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기한은 '일/월/년' 또는 월/년 순으로 표기해야 함 • 유통기한의 글자 크기는 6포인트 이상이어야 함
	8. 기타 정보	<ul style="list-style-type: none"> • GMO 여부 • 식품첨가제 • 방사선 조사 식품 여부

출처: 말레이시아 보건부(MOH)

[표 6.4] 말레이시아 비건김치 라벨링

<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>9. 라벨 기본 요건</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨 표시 및 광고는 샤리아법의 원칙에 위배되지 않아야 하며, 샤리아법에 위배되는 음란함을 강조해서는 안 됨 • 품질에 관한 문구는 제한적으로 사용 가능 • 식품의 기능에 관한 라벨링 규정을 따라야 함 • 식품명은 눈에 띄어야 하며 시각적으로 강조되고 라벨에 기재되어 있는 다른 내용과 비교해 더 눈에 띄어야 함 • 모든 라벨은 읽을 수 있어야 하며 내구성 있게 포장지에 표시하거나 포장지에 영구적으로 강력하게 부착해야 함 • 포장에 담긴 음식은 내부 포장재로 완전히 밀폐되어 있어야 하며, 라벨과 직접 접촉되어서는 안 됨 • 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
	<p>10. 할랄 관련 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄인증을 취득한 제품은 제품 라벨에 말레이시아 할랄 로고를 표기할 수 있음 • 말레이시아 할랄 로고는 비이슬람 종교 축제와 연대하거나 비이슬람 종교 상징이 같이 있는 홍보 제품에 사용할 수 없음 • 상품명에 '할랄'이라는 단어 및 종교 요소 및 신이 포함된 이름을 사용하지 않아야 함 • 포장재는 나지스로 분류되는 재료로 만들어서는 안 됨

출처: 말레이시아 보건부(MOH)

▶ 말레이시아 비건김치 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문 및 국문]

[앞면 - 국문]

- ① iikim
- ② 이킴 맛김치
- ③ Cabbage Kimchi

- ① 이킴
- ② 이킴 맛김치
- ③ 맛김치

[뒷면 - 영문]

[뒷면 - 국문]

- ① Product of Korea
- ② Keep refrigerated (0~5°C)
- ③ Imported by:
 - Fabulous Food Industry Sdn. BHD.
 - (1154072-A) No.19, Jalan BA/3, Kawasan Perindustrian Bukit Angkat, 43000 Sg. Chua, Kajang, Selangor Darul Ehsan, Malaysia.
- ④ Email: fabulouspastry@gmail.com
- ⑤ Produced by:
 - iikim Co. Ltd. 35, Geumgul 4- Gil, Bo-Eun_Eup, Bo_Eun_Gun, ChungCheongBuk-Do, Korea

- ① 한국산
- ② 냉장 보관(0~5°C)
- ③ 수입 업체 :
 - 페블러스 식품 산업 Sdn. BHD.
 - (1154072-A) 19번지, BA/3번 도로, 부킷 케팅 산업 지역, 43000Sg. 추아, 카장, 셀랑고르 다룰에산, 말레이시아
- ④ 이메일: fabulouspastry@gmail.com
- ⑤ 생산 업체 :
 - 이킴, 금굴4길 35, 보은읍, 보은군, 충청북도, 대한민국



[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[옆면 1 - 영문]

[옆면 1 - 국문]

- ① Name of Goods: Iikim Cabbage Kimchi(cut)
- ② Ingredients :
 - Cabbage
 - Radish
 - Red pepper
 - Carrot
 - Green onion
 - Garlic
 - Ginger
 - Sesame
 - Solbitol
 - Pickled shrimp
 - Salt
 - Sugar
 - Monosodium Glutamate
 - Vitamin B1
 - Lactic Acid
- ③ Net weight : 330g
- ④ Storage : Keep refrigerated(0~5°C)
- ⑤ Country of origin : South Korea
- ⑥ Use by : As shown on package (yyyy/mm/dd)

- ① 상품명 : 이킴 맛김치(절단)
- ② 재료 :
 - 양배추
 - 무
 - 고추
 - 당근
 - 파
 - 미늘
 - 생강
 - 참깨
 - 솔비톨
 - 새우젓
 - 소금
 - 설탕
 - 글루탐산나트륨
 - 비타민 B1
 - 젖산
- ③ 순중량 : 330g
- ④ 보관 : 냉장 보관(0~5°C)
- ⑤ 원산지 : 대한민국
- ⑥ 유통기한 : 패키지에 표시된 대로 (yyyy/mm/dd)

[옆면 2 - 영문]

- ① HALAL certified
- ② iikim
- ③ Innovative idea for kimchi

[옆면 2 - 국문]

- ① HALAL 인증
- ② 이킴
- ③ 김치를 위한 혁신적인 생각



[옆면 3 라벨링]

[윗면 라벨링]

[옆면 3 - 영문]

[옆면 3 - 국문]

- ① Imported directly from Korea
- ② Bottle : PET
- ③ Cap : PP
- ④ Film : PET

- ① 한국에서 직수입
- ② 병 : PET
- ③ 뚜껑 : PP
- ④ 필름 : PET

[윗면 - 영문 및 국문]

[윗면 - 국문]

- ① iikim
- ② 이킴 맛김치
- ③ Cabbage Kimchi
- ④ Use by : 2021.12.14.
- ⑤ Keep refrigerated (0-5°C)
- ⑥ 330g

- ① 이킴
- ② 이킴 맛김치
- ③ 맛김치
- ④ 유통기한 : 2021.12.14
- ⑤ 냉장보관(0-5°C)
- ⑥ 330g

4. 말레이시아 비건김치 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

말레이시아로 식품 수출 시 기본적으로 말레이시아 보건부(MOH)에서 지정한 첨가물로 허용되지 않은 물질은 식품에 첨가물로 사용할 수 없음. 2020년 7월 시행한 식품 조레 규정에 따라, 식품첨가물이 포함된 경우에는 그 기능과 유형을 표시하고 괄호로 식품첨가제의 명칭 또는 INS 번호를 표기해야 함. 말레이시아로 김치류 수출 시 주의해야 할 식품첨가물 목록의 일부는 하기 표와 같음

[표 6.5] 김치류에 적용되는 말레이시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	브릴리언트 블랙 BN	Brilliant black BN	(착색료 목적으로) 사용 가능	김치류
2	아조루빈	Azorubine		
3	식용청색 1호	Brilliant blue fcf		
4	초콜릿 브라운 HT	Chocolate brown ht		
5	알루라 레드	Food red no. 40 (allura red)		
6	폰케아우 4R	Ponceau 4r		
7	퀴놀린 옐로우	Quinoline yellow		
8	케이드 오일	Cade Oil	사용금지	
9	코카인	Cocaine		
10	니트로벤젠	Nitrobenzene		

출처: 말레이시아 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

말레이시아로 식품을 수출하기 위해서는 말레이시아 보건부(MOH)에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 김치류에 적용되는 유해물질 기준의 일부임. 더욱 자세한 말레이시아 유해물질 규정 및 기준은 말레이시아 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.6] 김치류에 적용되는 말레이시아 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	최대허용수치	식품 유형
1	아가릭산	Agaric acid	20.0mg/kg	김치류
2	비소	Arsenic (As)	1.0mg/kg	
3	베르베린	Berberine	0.1mg/kg	
4	플레곤	Pulegone	25.0mg/kg	
5	퀴닌	Quinine	0.1mg/kg	
6	산토닌	Santonin	0.1mg/kg	

출처: 말레이시아 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

말레이시아는 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 말레이시아로 수출하려는 식품에 하기 표의 알레르기 유발물질 9가지가 포함된 경우에는 제품 라벨에 해당 성분을 포함하고 있다는 정보를 반드시 표기해야 함. 고객사 비건김치에 해당하는 성분은 없는 것으로 확인됨

[표 6.7] 말레이시아 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 비건김치 포함 여부
1	의무	갑각류 및 조개류	-
2	의무	계란	-
3	의무	생선	-
4	의무	우유	-
5	의무	땅콩	-
6	의무	간장	-
7	의무	견과류	-
8	의무	글루텐	-
9	의무	아황산염	-

출처: 말레이시아 보건부(MOH)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 효김치(Hyo Kimchi)

Interview ② 바이트샵(Bites Shop)

Interview ③ 케이엠티(KMT)

말레이시아(Malaysia)		효김치 (Hyo Kimchi)	바이츠샵 (Bites Shop)	케이엠티 (KMT)
인터뷰 대상 선정		제조 및 유통업체	수입·유통업체	도매업체
인터뷰 대상 기업체 선정 · 제조 및 유통업체 ○ · 수입·유통업체 ○ · 도매업체 ○		김치 취급  김치	 김치	 김치
사진 자료: 효김치, 바이츠샵, 케이엠티 제품 판매 페이지				

말레이시아(Malaysia)			
수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	김치 수요	제품 피드백	인증 및 유통채널
효김치 (Hyo Kimchi) ----- 제조 및 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 김치 수요 증가 추세 말레이시아 슈퍼마켓에서 한국산 김치 판매 多 김치는 반찬으로 섭취 	<ul style="list-style-type: none"> 가격대 높음 플라스틱 통 패키지 선호 	<ul style="list-style-type: none"> 말레이시아에는 무슬림 인구가 많아 할랄 인증 매우 중요 현지 슈퍼마켓, 한인마트, 한식당 유통 추천
바이츠샵 (Bites Shop) ----- 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 비건 김치의 주요 소비자는 육류 및 해산물을 먹지 않는 비건 인구 힌두교도보다는 무슬림 소비자들 사이에서 인기있을 것으로 예상 	<ul style="list-style-type: none"> 가격대 적절하지만, 경쟁력을 위해 가격 인하 추천 플라스틱 통 패키지가 편리하여 선호 자른 김치 선호 	<ul style="list-style-type: none"> 할랄 인증 취득 필수 슈퍼마켓, 편의점 유통 추천 한국인들이 많은 지역으로 유통하는 것이 좋음
케이엠티 (KMT) ----- 도매업체	<ul style="list-style-type: none"> 비건 김치의 수요는 종교와 크게 상관없을 것으로 보임 김치는 반찬으로 섭취하며 단독으로 섭취하는 경우는 거의 없음 	<ul style="list-style-type: none"> 가격대 적절함 플라스틱 통 패키지 인기 예상 자른 김치 선호 	<ul style="list-style-type: none"> 할랄 인증은 말레이시아 소비자의 주요 구매요인 편의점, 슈퍼마켓, 한인마트로 유통 추천 약간의 단맛 첨가 추천

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 효김치(Hyo Kimchi)

46)

●

효김치
(Hyo Kimchi)

- 유형: 제조 및 유통업체
- 업체 특징:
 - 김치, 단무지, 치킨 무, 생강 절임, 콩자반 등을 제조 및 유통하는 업체
 - 빌라빌라 마트, 커먼 그로서 등의 오프라인 채널을 통한 유통
 - 홈페이지를 통해 직접 판매

담당자 정보

Sales Manager



효김치(Hyo Kimchi) Sales Manager

Q. 말레이시아 내 김치의 수요는 어떤가요?

말레이시아는 오래전부터 김치를 수입해왔으며, 현지 소비자들도 김치를 선호합니다. 특히, 2020년부터 김치의 수요가 증가하고 있으며, 말레이시아 내 슈퍼마켓에서 한국산 김치를 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 또한, 집에서 한국식 김치를 김장하여 판매하고 있는 식당도 있습니다.

Q. 업체 내 판매량이 가장 많은 김치 제품은 무엇인가요?

저희 업체에서 판매량이 가장 많은 김치 제품은 효 레드김치(Hyo red kimchi)로, 300g에 16링깃(한화 약 4,530원⁴⁷⁾)에 판매하고 있습니다. 해당 제품은 먹기 간편하고 오이 김치나 깍두기와 비교하여 더욱 매운맛을 가지고 있어 인기가 있습니다. 말레이시아 소비자들은 색감이 진하고 자극적이며 기름진 맛을 좋아하기 때문에 한국 김치에 대한 선호도가 높은 편입니다.

Q. 말레이시아 내 할랄(HALAL) 인증은 중요한 구매요인인가요?

말레이시아에는 무슬림 인구가 많아 할랄 인증은 매우 중요한 구매요인이며, 김치를 구매할 때도 소비자들은 할랄 인증을 여부를 고려합니다. 할랄이 아닌 제품도 판매될 수는 있지만, 대다수의 소비자들은 할랄 인증 제품을 구매합니다.

Q. 말레이시아에서 김치는 어떻게 먹고 있나요?

김치는 말레이시아 요리와 생각보다 잘 어울리고, 현지 소비자들의 입맛에도 잘 맞습니다. 많은 사람이 식사마다 김치를 반찬으로 먹고 있으며 주로 밥, 국수, 생선 및 육류, 볶음 요리 등과 함께 먹습니다.

46) 사진자료: 효김치(Hyo Kimchi) 홈페이지

Q. 고객사 제품의 가격/용량/패키징은 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 높은 편입니다. 저희 업체에서 판매 중인 김치의 FOB는 350g에 6-8링깃(한화 약 1,700-2,260원) 정도입니다. 용량별로 수요의 편차가 크지는 않지만, 편리성의 측면에서 450g 용량의 플라스틱 통 패키징 제품 선호도가 높을 것으로 예상됩니다. 김치는 냄새가 강하여 밀봉할 수 있는 패키징이 적합하고, 플라스틱 파우치보다 플라스틱 통에 제품을 더 신선하게 보관할 수 있기 때문입니다.

Q. 고객사 비건김치는 ‘절인 식품’에 속하는데, 해당 제품군에 추천하는 유통경로는 무엇인가요?

말레이시아 소비자들은 쇼핑 시 슈퍼마켓을 자주 찾기 때문에 현지 슈퍼마켓으로 유통하는 것이 가장 효과적입니다. 이 외에도 한국 식품을 전문적으로 취급하고 있는 한인마트나 한식당으로 유통하는 것도 좋은 방법입니다.

Q. 말레이시아로 김치 수출 시, 기타 조언 사항이 있나요?

이미 말레이시아 시장에서 김치가 잘 판매되고 있으므로 고객사 제품의 수요도 높을 것으로 보입니다. 다만, 말레이시아 국내 제품과 경쟁하기 위해서는 할랄 인증 취득이 필수적입니다.

47) 1링깃=283.10원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Interview ② 바이츠샵(Bites Shop)

48)

●
바이츠샵
(Bites Shop)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 말레이시아 전역에 오프라인 매장 및 자사 온라인 페이지 운영
 - 한국, 미국, 싱가포르 등에서 제품을 수입하는 수입유통업체
 - 신선식품, 냉동식품, 가공식품, 건조식품, 건강기능식품 등 취급

담당자 정보

Sales Manager



바이츠샵(Bites Shop) Sales Manager

Q. 말레이시아 내 비건김치의 수요는 어떠하며 및 주요 소비자는 누구인가요?

비건김치의 주요 소비자는 새우젓이나 액젓 등을 섭취하지 않는 비건 인구입니다. 말레이시아 내 힌두교도들도 소와 돼지고기를 먹지 않기 때문에 비건김치의 소비자가 될 수 있습니다. 다만, 말레이시아에서는 힌두교도보다 무슬림 소비자들이 김치를 더 선호하는 것으로 보입니다.

Q. 업체 내 가장 판매량이 높은 비건김치 제품은 무엇인가요?

현재 한국 비비고 브랜드의 비건김치 제품이 수요가 가장 많으며 150g 제품이 9.25링깃(한화 약 2,620원)에 판매되고 있습니다. 해당 제품은 감칠맛이 있고 가격이 저렴하여 인기가 많습니다. 비건김치는 일반 김치보다 맛이 강하지는 않지만, 특유의 매운맛으로 말레이시아 소비자의 인기를 끌고 있습니다. 현재 말레이시아에서 판매되고 있는 비건 및 논비건 식품 대부분은 할랄 인증을 받았으며 김치 제품도 마찬가지입니다.

Q. 말레이시아에서 김치는 어떻게 먹고 있나요?

말레이시아에서는 김치를 볶음 요리나 튀김 요리에 곁들여 먹고 있습니다. 김치의 자극적이고 새콤한 맛이 음식의 풍미를 더 살려주기 때문에 많은 가정에서 즐겨 먹는 편입니다.

Q. 고객사 비건김치는 ‘절인 식품’에 속하는데, 해당 제품군에 추천하는 유통경로는 무엇인가요?

말레이시아로 고객사 제품 수출 시 적합한 유통채널은 슈퍼마켓이나 편의점입니다. 말레이시아 내 한국인들이 많이 사는 지역으로 제품을 유통한다면 판매량을 더 늘릴 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품의 가격/용량/패키징은 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 적절하지만, 저희 업체에서 판매하고 있는 제품의 FOB가 약간 더 저렴합니다. 말레이시아 시장에서 판매 중인 제품과 경쟁하기 위해서는 가격을 더 낮추는 것을 추천합니다. 용량 및 패키징의 경우, 플라스틱 파우치보다는 플라스틱 통이 더 깨끗하게 사용할 수 있고 편리하기 때문에 450g 용량의 제품이 더 인기 있을 것으로 보입니다. 또한, 통 김치 보다는 자른 김치가 더 쉽게 먹을 수 있어 자른 김치에 대한 소비자 선호도가 높을 것으로 보입니다.

Q. 말레이시아로 김치 수출 시, 기타 조연 사항이 있나요?

제품의 경쟁력을 높이고 더 많은 소비자를 대상으로 판매하기 위해서는 할랄 인증을 필수적으로 취득해야 합니다. 할랄 인증 외에 더 많은 식품 안전 및 환경 관련 인증을 취득하는 것도 좋습니다.

Interview ③ 케이엠티(KMT)

49)

케이엠티
(KMT)

- 유형: 도매업체
- 업체 특징:
 - 1994년에 설립된 B2B 전문 식품 도매업체
 - 슈퍼마켓, 편의점, 호텔, 레스토랑, 카페 등으로 제품 유통
 - 한국산 냉동식품, 가공식품 등 취급
 - 이온, 자이언트, 히어로마켓, 바이츠샵 등의 오프라인 채널로 제품 유통

담당자 정보

Sales Manager

케이엠티(KMT)
Sales Manager

Q. 말레이시아 내 비건김치의 수요는 어떠하며 및 주요 소비자는 누구인가요?

비건김치는 해산물의 강한 맛을 싫어하거나 해산물 알레르기가 있는 소비자들, 가볍고 새콤한 맛을 선호하는 소비자들, 짠 음식을 싫어하는 소비자들에게 인기 있습니다. 김치에는 원래 소고기가 들어가지 않기 때문에 종교와는 크게 상관없을 것으로 보입니다.

Q. 업체 내 가장 판매량이 높은 비건김치 제품은 무엇인가요?

저희 업체에서는 한국 종가집 브랜드의 비건김치가 인기 있으며, 500g 용량 제품이 27링깃(한화 약 7,640원)에 판매되고 있습니다. 종가집 브랜드는 말레이시아 내에서도 유명하며, 맛이 과도하게 강하지 않아 인기 있습니다. 말레이시아에는 무슬림 인구가 많아 할랄 인증은 중요한 구매요인 중 하나입니다.

Q. 말레이시아에서 김치는 어떻게 먹고 있나요?

말레이시아에서는 한국에서 먹는 방식과 비슷하게 김치를 밥, 국수, 고기에 곁들여 반찬으로 먹고 있으며, 김치로 수프나 국을 끓여 먹기도 합니다. 그러나 김치를 단독으로 먹는 경우는 많지 않습니다.

Q. 고객사 비건김치는 '절인 식품'에 속하는데, 해당 제품군에 추천하는 유통경로는 무엇인가요?

대부분의 말레이시아 소비자들은 매일 장을 보기 때문에 편의점, 슈퍼마켓, 한인마트 등으로 유통하는 것이 효과적입니다. 또한, 해당 유통채널이 전통시장보다 외국인 소비자가 많아 수입 제품의 수요도 높습니다.

Q. 고객사 제품의 가격/용량/패키징은 어떤가요?

고객사 제품의 FOB 가격은 저희 업체에서 유통하고 있는 제품과 거의 비슷합니다. 다만, 코로나19의 영향으로 김치의 가격이 이전보다 상승했습니다. 패키징의 경우, 플라스틱 통은 제품은 내용물을 볼 수 있고 재활용도 가능해 인기 있을 것으로 보입니다. 또한, 식사할 때 바로 먹을 수 있고 보관도 간편한 자른 김치 제품의 선호도가 더 높을 것으로 예상됩니다.

Q. 말레이시아로 김치 수출 시, 기타 조연 사항이 있나요?

말레이시아는 무슬림 인구가 많아 할랄 인증을 취득하는 것이 매우 중요합니다. 또한, 소비자들은 색감이 먹음직스럽고 맛이 풍부한 음식을 선호하는데, 김치에 단맛을 살짝 첨가한다면 말레이시아 소비자들의 입맛에 더 잘 맞을 것 같습니다.

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

말레이시아 절인 식품 시장, 연평균 3% 성장 전망



2020년 말레이시아 절인 식품 시장은 약 99억 원 규모로, 약 5,320억 원을 기록한 한국 절인 식품 시장의 약 2%에 해당함. 말레이시아의 절인 식품 시장은 향후 5년(2021-25)간 연평균성장률 3%를 달성할 것으로 예상됨. 특히, 코로나19 이후 라이브 커머스의 활성화로 냉장 및 냉동 식품의 배송도 가능해졌고, 건강에 대한 높은 인식을 가지고 있는 현지 소비자들이 건강식품을 통해 웰빙 라이프를 추구하며 김치 등 몸에 좋은 한국 제품을 찾는 인구가 증가하고 있음

현지 수입유통업체는 말레이시아에는 김치를 선호하는 소비자가 많으며, 그 중에서도 비건김치는 주로 무슬림 소비자나 힌두교도, 비건 인구의 수요가 많다고 언급함. 비건김치의 주요 소비층을 고려하여 고객사 비건김치의 성분과 특성을 강조하여 홍보하면 무슬림과 인도계 인구가 과반 이상을 차지하는 말레이시아에서 현지 소비자의 관심을 끌 수 있을 것으로 기대됨



소비 특징

말레이시아 온라인 비건김치 홍보문구 키워드

말레이시아 온라인 쇼핑물에 판매되는 비건김치의 홍보문구를 분석한 결과, '할랄'과 '친무슬림'이 각각 1위와 9위를 차지하며 종교적 인증을 취득하여 해당 사항을 홍보 수단으로 활용하는 제품이 다수 존재하는 것을 확인함. 할랄 인증은 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 이슬람교 율법에 어긋나지 않게 진행되었다는 것을 증명하는 인증으로, 말레이시아에서 비육류 식품 유통 시 필수 요구 인증은 아니나 무슬림 인구가 60% 이상인 말레이시아의 국가 특성상 해당 인증을 취득하는 것을 권장함. 현지 수입유통업체 또한 말레이시아에서 할랄 인증은 매우 중요한 구매 요인이며, 제품의 경쟁력을 높이고 더욱 많은 소비자를 대상으로 판매하기 위해서는 반드시 취득해야 하는 인증이라고 언급함

'신선한', '건강한', '채식주의' 그리고 'MSG 무첨가' 등의 건강 및 성분 관련 키워드도 홍보문구 키워드 상위권에서 찾아볼 수 있음. 이처럼 말레이시아 소비자들의 건강과 채식 성분에 대한 관심을 고려하였을 때, 면역력과 소화에 좋은 유산균배양액을 첨가하였으며 동물성 성분이 포함되지 않은 매콤한 한국산 비건김치라는 점은 고객사 제품의 구매 요인이 될 수 있을 것으로 생각됨



유통채널

말레이시아 비건김치 유통채널 점유율



2020년 말레이시아 비건김치 유통채널 확인 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율이 56.0%로 한국의 48.0% 대비 높은 수치를 보임. 비건김치 온라인 채널 점유율은 말레이시아가 1.6%, 한국이 27.7%로, 한국의 온라인 채널 대비 말레이시아 온라인 채널은 아직 발전단계에 있는 것으로 보임. 다만, 코로나19 이후 소셜미디어와 라이브 커머스, 홈쇼핑 등 온라인 및 방송을 통한 한국 제품 판매가 눈에 띄게 증가하였으며, 2020년에는 식음료 온라인 소비시장이 전년 대비 약 71% 증가함

말레이시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 코로나19 이후 생필품 사재기 현상과 가정에서 직접 요리하는 인구의 증가로 매출액이 증가하였음. 이들은 또한 변화된 고객의 소비 패턴에 맞추기 위하여 온라인 채널 운영, 배송 서비스 등의 옴니채널형 운영 정책, 자체 브랜드 상품 출시 등의 다각화된 전략을 펼치고 있음. 현지 수입유통업체는 오프라인 채널을 자주 방문하는 말레이시아 소비자의 특성을 고려하여 슈퍼마켓이나 편의점, 한인마트 등으로의 유통을 추천하였으며, 현지 슈퍼마켓에서도 한국산 김치를 판매 중인 것으로 확인됨



수출 확대 전략



건강한 원재료로 만든
비건김치로 포지셔닝

고객사 비건김치는 유산균배양액과 다양한 채소 등을 원재료로 한 제품으로, 동물성 성분을 포함하지 않은 건강한 원료로 만든 제품이라는 점을 셀링포인트로 설정할 수 있음. 특히, 말레이시아의 국교는 이슬람교로 인구의 60% 이상이 무슬림 인구이므로, 할랄 인증을 취득하여 제품의 성분 및 제조 과정에 대한 신뢰를 더하여 비건김치의 정체성을 제고할 수 있음

현지 수입유통업체는 말레이시아 소비자는 식사 시 김치를 자주 섭취하며, 김치 단독으로 먹기 보다는 밥, 육류, 볶음 요리 등에 곁들여 섭취하며 한국 김치에 약간의 단맛을 첨가하면 현지인의 입맛에 더욱 적절할 것이라 언급함. 김치는 한류 등의 이유로 말레이시아에서 이미 익숙한 음식이므로, 한국산 김치라는 점에 더하여 고객사 제품만의 차별점은 무엇인지 강조하여 홍보하는 것이 필요할 것으로 보임. 따라서 고객사 비건김치가 건강한 원재료로 만든 비건 및 채식 제품임을 강조하여 힌두교도와 비건 인구를 타겟팅하고 할랄 인증을 취득하여 무슬림 인구까지 주요 소비자층으로 확보할 수 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Malaysia Country Report」, 2020.11
2. 한국농수산식품유통공사, 「할랄 이슬람 식품시장수출가이드북」, 2020
3. 농림축산식품부, 「말레이시아 수입절차」, 2020
4. UCSI University, 「Information on Food Labeling Requirements in Malaysia」, 2019
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Malaysia Country Report」, 2021.03
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Malaysia Country Report」, 2021.03
7. 농수산식품유통공사(aT), 「말레이시아 할랄 정책 조사 보고서」, 2020.11
8. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Malaysia Country Report」, 2021.03
9. 농수산식품유통공사(aT), 「2020 말레이시아 미니마켓(편의점) 시장분석 및 한국식품 진출방안 모색」, 2020.07
10. 식품음료신문, 「말레이시아, 김치·고추장 등 한국 식품 선호」, 2021.08
11. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Malaysia Country Report」, 2021.03
12. 농수산식품수출지원정보(KATI), 「말레이시아 온라인 쇼핑 이용률 증가 및 식품 소비유통시장의 옴니채널화 가속」, 2021.06

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 쇼피(Shopee) (www.shopee.com.my)
5. 라자다(Lazada) (www.lazada.com.my)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 케이마켓(K Market) (www.facebook.com/kmarket.my)
9. 킴마트(Kim's Mart) (www.facebook.com/KIMSMARTSOLARIS)
10. 우리마트(Woori Mart) (woorimart.my-online.store)
11. 프레시한(freshan) (www.facebook.com/Freshanmy)
12. 알리바바(Alibaba) (www.alibabagroup.com)
13. 이온(AEON) (www.aeonretail.com.my)
14. 테스코(Tesco) (www.tesco.com.my)
15. 99스피드마트(99 Speedmart) (www.99speedmart.com.my)
16. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7eleven.com.my)
17. 월스트리트저널(WSJ) (www.wallstreetjournal.com)
18. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
19. 말레이시아 보건부(MOH) (nutrition.moh.gov.my)
20. 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) (www.islam.gov.my)
21. 말레이시아 농무부(DOA) (doa.gov.my)
22. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
23. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
24. 말레이시아 관세청 (customs.gov.my)
25. 말레이시아 검역처(MAQIS) (maqis.gov.my)
26. 링컨대학교 농업 및 천연자원 연구소 (farrp.unl.edu)
27. 한국할랄인증원 (koreahalal.kr)
28. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
29. 효김치(Hyo Kimchi) (www.thehyofood.com)
30. 바이츠샵(Bites Shop) (www.vts.bites.com.my)
31. 케이엠티(KMT) (www.kmt.com.my)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.26

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea