

2015 말레이시아  
할랄식품시장 진출 가이드  
MALAYSIA HALAL FOOD MARKET

Malaysia



# Contents



## Chapter 01 할랄 인증


1. 할랄 정책 및 방향	2
2. 할랄인증기관의 역할	3
가. 할랄인증기관	3
나. 할랄산업 관련 기관	3
3. 할랄 인증 기준 및 절차	5
가. 할랄 식품의 정의 및 인증 대상	5
나. 유통 및 수입 시 할랄 인증 의무 여부	6
다. JAKIM의 해외 할랄인증기관 인정 기준 및 절차	6
라. JAKIM의 할랄 인증 규정 및 주요 내용	9
마. 할랄 인증 획득 절차	11
4. 할랄 첨가제	21
가. E- 넘버 시스템	21



## Chapter 02 농식품 시장현황

1. 말레이시아 일반현황	24
가. 국가개황	24
나. 경제동향	27
2. 농업동향	29
가. 일반 농업현황	29
나. 농업 생산성 향상 정책	30
다. 주요 품목별 생산현황	30
3. 농식품 수출입현황	33
가. 수입현황	33
나. 수출현황	34
4. 식품 소비동향	36
가. 식품 소비규모	36
나. 식품 소비 및 문화적 패턴	37
다. 종교별 식품 소비 특징	44
5. 농식품 유통현황 및 동향	47
가. 식품 유통구조	47
나. 할랄 및 비할랄인증 식품의 취급 형태	58
6. 한국 농식품 유통현황	60
가. 수출현황	60
나. 유통현황	61
다. 할랄인증 여부에 따른 효과	64
라. 한국농식품에 대한 소비자 및 바이어 반응	71



 **Chapter 03 수입제도**

<b>1. 진입장벽</b>	<b>88</b>
가. 수입 허가IP	88
<b>2. 수입 통관</b>	<b>89</b>
가. 수출 절차	89
나. 수출 단계별 준비 및 처리 사항	89
<b>3. 검역제도</b>	<b>96</b>
가. 수입식품 검사절차	96
나. 제출서류	97
다. 신선농산물 검역	97
<b>4. 라벨링</b>	<b>101</b>
<b>5. 기타 규제</b>	<b>108</b>
가. 관세 및 규제	108
나. 흠을 포함하는 제품에 대한 특수 규정	109
다. 통관 거부 사례	112

 **Chapter 04 한국 농식품 진출 및 수출확대 전략**

<b>1. 진출여건</b>	<b>116</b>
가. 국내 수출여건 및 환경	116
나. 현지 시장여건 및 환경	116
다. 시장 진출시 고려사항(5P)	116
<b>2. 진출 및 수출확대 전략</b>	<b>121</b>
가. 말레이시아에 수출을 확대하기 위해서는 할랄 인증이 필요	121
나. 종교와 식문화의 이해를 통한 제품개발 및 맛의 현지화	121
다. 시장 세분화Segmentation	122
라. 판매촉진Promotion	122
마. 건강식품에 대한 수요 증가 추세	122
바. 가격 경쟁력 확보	122
사. 소비자들에게 한국 음식과 식품에 대한 교육 제공	123
아. 알아 보기 쉬운 라벨링을 통해 최대한 많은 정보 제공	123
자. 말레이시아 시장에서 포장의 중요성	124
<b>3. 품목별 진출 및 수출확대 전략</b>	<b>124</b>
가. 한국농식품 수출 유망품목의 도출	124

# Contents



## Chapter 05 부록

부록1. 말레이시아 이슬람 개발부 (JAKIM)가 승인한 할랄 인증기관 목록	158
부록2. 식품 업계에서 사용하는 할랄 식품 첨가제	175
부록3. 말레이시아 할랄 무역 박람회 및 관련 행사	188
부록4. 말레이시아 식품 바이어 리스트	191
부록5. 임산물 수출확대 가능성 검토	195
부록6. 주요품목별 유통현황 및 소비자 반응	199





## 말레이시아 할랄시장 심층조사





# Chapter 01

## 할랄 인증

1. 할랄 정책 및 방향
2. 할랄 인증기관의 역할
3. 할랄 인증 기준 및 절차
4. 할랄 첨가제

## 1. 할랄 정책 및 방향

말레이시아는 말레이계, 중국계, 인도계 등 다양한 민족들로 구성되어 있는데 그들의 민족적 정체성과 문화를 잘 지켜나가기로 유명하다. 특히 말레이계는 이슬람종교가 민족의 정체성과 문화를 규정하는 가장 큰 부분으로 여겨지고 있다.

말레이시아는 이슬람을 국교로 정하고 있으며, 정부기관을 통해 할랄인증을 발급하는 등 국가 차원에서 할랄시장을 주도하고 있다. 설문 및 현지에서 전해져 오는 사회적 분위기 또한 식품 구매 시 할랄 여부가 큰 요소로 작용하고 있는 것을 볼 수 있고 이를 반영하듯 세계적 식품 브랜드들 또한 현지에서 식품생산 시 할랄의 중요성을 잘 인지하여 할랄 제품 생산 및 홍보에 주의를 기울이고 있다

전 세계 무슬림 인구나 할랄 식품 수요가 지속적으로 증가함에 따라 말레이시아 정부는 세계 할랄 식품 및 할랄 서비스 시장의 잠재력이 크다고 판단하고 제3차 장기산업발전전략<sup>IMP3, 2006-2020</sup> 을 통해 식품, 서비스, 무역 분야에서 말레이시아를 글로벌 할랄 허브로 발전시키기 위한 전략을 아래와 같이 수립하여 실행하고 있다.

- 1) 할랄 제품 및 서비스 허브로서 말레이시아에 대한 인식 제고
- 2) 지역 내에서의 경쟁 촉진
- 3) 원료에 대한 접근성 향상 및 경쟁력 제고를 위해 외부 투자 유치
- 4) 연구/개발 촉진 및 할랄 산업계의 기술 개발 노력
- 5) 할랄 준수 샤리아<sup>shariah</sup> 서비스 개발
- 6) 말레이시아 할랄 제품의 차별화를 위한 말레이시아 할랄 표준 제정 및 사용
- 7) 할랄 제품의 품질 및 식품 안전성 제고
- 8) 할랄 산업단지<sup>할랄 파크</sup>의 체계적인 개발
- 9) 할랄 인증 절차의 조화로운 운영
- 10) 할랄 산업 개발 기구 간의 협력 증대
- 11) 제도 및 인력 자원의 역량 강화

말레이시아는 국가 기관인 JAKIM<sup>Jabatan Kemajuan Islam Malaysia</sup>의 약자로 말레이시아 이슬람개발부를 의미한다. 을 통해 할랄 인증 업무를 하고 있으며 또한, 할랄개발공사<sup>HDC: Halal Industry Development Corporation</sup> 를 통해 할랄 산업단지<sup>할랄 파크</sup> 및 할랄 항구 조성 등 할랄 산업 발전 정책을 시행하고 있다. 할랄 파크는 지정된 장소에 제조 및 서비스 업체들이 커뮤니티로 구성되어 할랄 식품 및 자원 생산 관리 부분에서 서로 협력하게 하는 등 할랄산업단지 입주 기업들의 환경을 개선하고 경제·사회적 성과를 증진할 수 있는 기반을 마련해 주고 있다.



## 2. 할랄인증기관의 역할

### 가. 할랄인증기관

JAKIM은 말레이시아 유일의 할랄 인증 기관이다.

말레이시아에서 할랄 식품 및 제품에 대한 인증 업무는 1974년 수상실 산하의 이슬람 종교부BAHEIS가 말레이시아에서 판매되는 식품에 대한 할랄 인증 업무를 맡게 되면서부터 시작되었다.

1994년부터 지금까지 할랄 인증은 할랄 로고가 새겨진 인증서 형태로 발급되고 있다. 1998년 이후, 말레이시아 정부가 할랄 검토 기관으로 지정한 일함 다야Ilham Daya에서 할랄 인증 제품에 대한 검사 업무를 수행하였다.

2002년 9월, 말레이시아 정부는 28개 직책으로 구성된 JAKIM의 식품 및 이슬람 소비자 제품부Food and Islamic Consumer Products Division에서 모든 할랄 관련 업무를 담당하기로 결정했으며, 2005년 11월 17일에는 식품 산업이 빠르게 성장하고 무슬림 인구의 필요에 대응하기 위해 말레이시아 공공서비스부처Public Service Department of Malaysia에서 165개 직책으로 구성된 할랄허브부Halal Hub Division를 새롭게 구축했다.

2008년부터는 할랄개발공사HDC가 할랄 인증 업무를 수행했으나 2009년부터 다시 JAKIM이 할랄 인증 업무를 담당하게 되었다출처: 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM).

JAKIM은 할랄 인증 역할 이외에도 말레이시아 이슬람 협회MKI를 통해 이슬람에 대한 협회 규정을 정비하고 국가 차원의 이슬람 법 제정 및 표준화 또는 파트와Fatwa: 이슬람법에 저촉되는지 판단하는 종교적 유권해석 정비 등의 업무를 수행하고 있다. 또한, 이슬람 전문가 육성, 이슬람 학교를 통한 교육 개발, 코란 및 하디스Hadith: 마호메트의 언행록 교육 등 이슬람 전반에 걸친 교육 개발 및 조정의 역할을 수행하고 있으며 국가 및 정부 부처 차원에서 시행하는 정책들이 잘 수행될 수 있도록 관리·지원하는 역할을 하고 있다

\*출처: 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) <http://islam.gov.my/en/jakim-functions>.

### 나. 할랄산업 관련 기관

#### 1) 할랄개발공사HDC

할랄개발공사는 말레이시아 경제 성장의 모든 측면에 기여한 중요한 기관이다. 2006년에 출범한 할랄 개발공사는 할랄 표준말레이시아 표준부(DSM)와 할랄개발공사(HDC), JAKIM이 협력하여 할랄의 표준화 작업 진행, 감사 및 인증의 개발, 할랄 제품과 서비스에 대한 역량 강화 업무에 초점을 맞추고 말레이시아의 할랄 산업과

관련된 전반적인 개발에 관한 사항을 조정하는 역할을 수행한다.

\*출처: 할랄개발공사(HDC) <http://www.hdcglobal.com/publisher/about>

할랄개발공사는 전 세계 할랄 시장에서 말레이시아 기업들이 성장할 수 있도록 도와주고 기업들의 참여를 촉진한다. 아울러 표준화 업무를 담당하며, 말레이시아 기업들이 전 세계 할랄 시장에 진출할 수 있도록 할랄 시장 참여 기업들을 위한 통일된 의견을 구축한다. 이를 위해 말레이시아에서 우수 할랄 제조기준에 대한 표준을 개발하고 전 세계적 차원의 할랄 표준 개발을 지원한다.

할랄개발공사가 책임지는 업무 분야는 다음과 같다

- 할랄의 무결성을 보호하기 위한 할랄 표준, 감사 및 인증 절차 개발 활동 주도
- 민관을 모두 포함한 모든 이해관계자를 대상으로 말레이시아의 할랄 산업 개발에 관한 사항 지휘 및 조정
- 할랄 제품 생산자들과 할랄 관련 서비스 제공자들이 역량을 구축할 수 있도록 관리
- 말레이시아의 할랄 산업에 대한 투자 지원
- 말레이시아의 할랄 기업들이 전 세계 할랄 시장으로 진출하여 성장할 수 있도록 지원
- 말레이시아 할랄 브랜드의 개발, 증진 및 시장화
- 할랄 및 관련 제품과 서비스에 대한 개념 이해 증진

할랄개발공사는 업무 분장 내에서 할랄 산업 개발을 위한 다양한 서비스를 제공한다.

- 할랄의 무결성 유지
- 할랄 산업 개발
- 글로벌 할랄 지원 센터



Halal Industry  
Development Corporation

## 2) 말레이시아 국내 거래 협동조합 소비자부MDTCC

말레이시아 국내 거래 협동조합 소비자부는 윤리적인 거래 관행을 장려하고 소비자의 권익을 보호하는 것을 목표로, 말레이시아의 할랄 및 기타 관련 사항에 관한 무결성을 보호하기 위하여 모니터링 기능을 수행한다.

말레이시아 국내 거래 협동조합 소비자부의 주요 기능은 다음과 같다

- 국내 차원의 거래 활동을 증진하는 데 유익한 비즈니스 환경 제공
- 소비자 의식 및 사회적 역량이 강화된 국가 조성을 위한 노력
- 경쟁적이며, 진보적이고, 탄력적인 협력 활동 수행
- 효과적인 IPR 제도를 통한 창의력 및 혁신 증대



MDTCC

\*MDTCC: Ministry Of Domestic Trade, Co-Operatives & Consumerism

### 3. 할랄 인증 기준 및 절차

#### 가. 할랄 식품의 정의 및 인증 대상

##### 1) 할랄 식품의 정의

할랄 음식은 이슬람 율법에서 허용하는 음식을 의미한다.

- 이슬람 율법에 따라 불법으로 간주되는 어떠한 것도 포함하지 않는 것
- 이슬람 율법에 어긋나는 시설이나 도구를 이용해 제조, 가공, 운반 혹은 저장되지 않은 것
- 제조, 가공, 운반 혹은 저장 과정에서 위에서 언급한 사항에 어긋나는 식품과 직접 접촉하지 않은 것

할랄은 처음에는 식품에 국한되어 시작되었지만, 공산품, 서비스, 기반 시설, 의약품 등 다양한 분야로 그 범위가 확대되고 있다.



\*출처: 할랄개발공사(HDC)

##### 2) 하람Haram 기준

###### 가) 동물 유래 식품

- 돼지 및 야생돼지
- 개, 뱀, 원숭이
- 사자, 호랑이, 곰 등과 같이 발톱과 송곳니를 가진 육식성 동물 및 이와 유사한 동물
- 독수리 등과 같이 발톱으로 먹이를 잡는 새 및 이와 유사한 동물
- 쥐, 지네, 전갈 등과 같은 유해 동물 및 이와 유사한 동물
- 개미, 벌, 딱따구리 등과 같이 이슬람에서 살생을 금하는 동물
- 이, 파리, 구더기와 같은 혐오 동물 및 이와 유사한 동물

- 개구리, 악어 등과 같이 수륙 양서 동물 및 이와 유사한 동물
- 노새 및 가축으로 기르는 당나귀
- 독성을 가진 혹은 위험한 수중 동물
- 이슬람 율법에 위배되는 방식으로 도축된 동물
- 혈액

#### 나) 식물 유래 식품

가공 과정에서 독성이나 위험성이 제거될 수 있는 경우를 제외한 독성이 있거나 위험한 식물

#### 다) 일반식품

알코올이 포함된 식품 JAKIM의 알코올 허용 수치는 식음료 0.5%, 청량음료 1%이다.

독성이 있거나 위험한 모든 형태의 식품

### 3) JAKIM의 할랄 인증 대상

JAKIM의 할랄 인증 대상은 현재 가공산업식품, 의약품, 화장품, 도축장, 식당·연회 서비스, 서비스 업체유통, 창고, 운송, 소매 등이다.

## 나. 유통 및 수입 시 할랄 인증 의무 여부

말레이시아에서 할랄 인증은 동물법 19532006년 개정 에 근거하여 육류 및 육류 기반 제품만이 의무이며 이외의 식품은 의무가 아닌 권고사항이다.

## 다. JAKIM의 해외 할랄인증기관 인정 기준 및 절차

### 1) JAKIM이 인정한 해외 할랄인증기관 현황

JAKIM이 인정한 해외 할랄인증기관은 2015년 7월 31일 기준 33개 국가의 72개 기관이다.

JAKIM이 인정한 해외 할랄인증기관을 가장 많이 보유한 국가는 호주총 8개 보유 이다. 호주는 소고기, 양고기 등 육류산업이 발전하여 할랄 시장으로 수출할 수 있는 할랄 인증 기반이 잘 조성되어 있다. 한국의 경우, 2013년 7월 1일 한국이슬람교중앙회KMF 가 JAKIM으로부터 해외 할랄인증기관으로 인정을 받았다.

\*〈부록2〉 JAKIM의 인정을 받은 해외 할랄인증기관

\*출처: <http://www.halal.gov.my/v4/index.php/en/badan-islam/badan-luar-negara-diiktiraf>

## 2) 해외 할랄인증기관의 할랄 인증 범위

JAKIM이 인정하는 해외 할랄인증기관의 할랄 인증 범위는 가공식품, 도축장, 화장품 등 전반에 해당하며, 유제품 및 도축장의 경우 JAKIM과 말레이시아 수의국에서 승인을 받아야 말레이시아로 수출할 수 있다.

JAKIM은 인도네시아 할랄인증기관 LPPOM MUI와는 달리 JAKIM이 인정한 해외 할랄인증기관의 로고를 부착하고 말레이시아 시장에 판매하는 것을 허용하고 있다.

다만, 말레이시아 무슬림 소비자들에게는 JAKIM이 가장 친숙하고 안전하다는 인식이 있어서 해외 제조/수출업체에서 마케팅의 일환으로 JAKIM의 할랄인증을 직접 받는 사례가 다수 있다.

## 3) 해외 할랄인증기관의 인정 요건

JAKIM으로부터 해외 할랄인증기관 자격을 부여받으려면 다음과 같은 요건을 충족해야 한다.

- 할랄 인증 시스템을 최소 6개월 동안 실행·운영한 경험이 있어야 함
- 해당 기관의 사무소별 적 건물 가 존재해야 함
- 해당 기관이 있는 국가 내에서 운영되어야 함
- 할랄 인증을 발행한 도축장 혹은 식품 가공 공장에 대한 기록을 보유해야 함
- 할랄 정책, 할랄 프로그램, 할랄 절차 및 지침의 문서화와 체계적인 행정 관리 시스템을 보유해야 함

예: 할랄 보증 시스템, 할랄 연수 프로그램, 할랄 이력 추적 시스템, 할랄 모니터링 시스템 등

- 수입 제품에 대해서는 JAKIM이 발급하는 할랄 인증 표준 및 절차를 준수하는 데 동의해야 함

그림 1. 할랄인증기관의 예



\*출처: 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM)

#### 4) 해외 할랄인증기관 인정 절차

출처: <http://www.Halal.gov.my/v4/index.php/en/badan-islam/recognition-prosedure>

가) JAKIM으로부터 해외 할랄인증기관으로 인정받으려면 신청서 JAKIM 서식 (S)/ (22,00)/ 72/1와 아래의 필요서류들을 제출해야 한다.

- 인증기관의 프로필 및 현지 당국에 대한 등록 문서의 사본
- 인증기관이 시행하는 서비스 및 사회 활동의 종류
- 할랄 인증에 대한 과거와 현재 활동에 대한 기록 및 담당 도축장과 가공 공장에 대한 모니터링 활동 기록
- 현재 기관에 채용된 무슬림 전문가 인력의 목록 및 자격 요건
- 할랄 인증 예시 및 샘플, 해당 할랄인증기관이 사용하고 있는 로고의 예시 및 샘플
- 할랄 인증 및 모니터링에 필요한 절차

나) 신청서는 원하는 실사일 4주 전에 반드시 제출해야 한다. 서면검사가 종료되면 해당 인증기관의 사무실에서 감사가 시행되는데 여기에는 할랄 도축장과 가공 공장에 대한 실사가 포함된다.

다) JAKIM 검사팀은 JAKIM 위원회 JAKIM Committee 에 제출할 감사 보고서를 작성한다. JAKIM 위원회는 해외 할랄인증기관이 JAKIM의 공식 인증기관으로 인정받을 수 있는 자격을 갖추고 있는지 결정한다.

#### 5) 해외 할랄인증기관의 유효기간 및 준수사항

출처: <http://www.Halal.gov.my/v4/index.php/en/badan-islam/recognition-prosedure>

JAKIM이 인정하는 해외 할랄인증기관의 유효 기간은 2년이다.

유효기간에 할랄인증기관에 대한 모니터링이 진행되며 최소 1년에 1회 평가가 진행된다. 2년 기간이 만료된 이후에는 JAKIM이 감사를 다시 시행한다.

해외 할랄인증기관의 준수사항은 다음과 같다.

해당 인증기관은 말레이시아에 수출되는 할랄 제품이 말레이시아 표준(MS) 1500:2009 및 기타 요건을 충족할 수 있도록 보장해야 한다.

해당 인증기관은 자신이 관리하는 공장에 대한 보고서를 6개월마다 JAKIM에 제출해야 한다.

해당 인증기관은 자신이 모니터링하는 공장에 변경 사항이 발생하면 이를 JAKIM에 알려야 한다.

해당 인증기관은 할랄 인증 절차를 포함해 자신의 기관에 변경 사항이 발생하면 이를 JAKIM에 알려야 한다.

해당 인증기관은 자신이 담당하는 공장을 대상으로 시행한 감사 및 모니터링 활동에 대한 보고서를 6개월 단위로 제출해야 한다.

## 라. JAKIM의 할랄 인증 규정 및 주요 내용

### 1) 할랄 인증 기준

말레이시아는 말레이시아 과학기술혁신부 Ministry of Science, Technology and Innovation 의 말레이시아 표준 관리부 DSM 산하의 말레이시아 표준 개발청 Malaysian Standard Development System 에서 할랄 관련 규정에 대한 말레이시아 표준 MS 을 공식적으로 발표하였다.

할랄 인증 기준	종류	주요 내용
MS 1500 : 2009	식품	할랄 식품 생산, 제조, 처리 및 저장 관련 지침
MS 2594 : 2015	식수	식수 처리에 사용되는 화학물질 요건
MS 1900 : 2005	품질	이슬람 관점에서 요구하는 품질관리 시스템
MS 2424 : 2012	의약품	건강 보조제를 포함한 의약품 제조, 취급 기준
MS 2200:PART1:2008	화장품	화장품 제조 및 관리 지침
MS 2610 : 2015	서비스	할랄 관광 및 서비스 제공 시 관리지침
MS 2300 : 2009	가치	이슬람 관점에서 요구하는 조직 설립 및 관리 시스템 기준
MS 2400-1:2010	운송	제품 및 화물의 운송 요건
MS 2400-2:2010	저장	배달까지의 전 과정에 걸친 창고 저장 관련 지침
MS 2400-3:2010	소매	소매 단계에서 할랄 무결성 관리 요건

출처: 말레이시아 표준(MS) 온라인 사이트(<https://www.msonline.gov.my/default.php>)

가) 말레이시아 표준 MS 1500: 2009, 할랄 식품의 생산, 제조, 처리 및 저장에 관한 일반 지침  
말레이시아 표준은 식품 업체들이 참고할 수 있는 할랄 식품 영양 보조제 포함의 생산, 제조, 처리 및 저장에 관한 지침을 제공한다.

이러한 지침은 말레이시아 내에서의 할랄 식품, 할랄 식품 거래 및 할랄 식품 사업이 충족해야 할 기본적인 요건으로서 가능하며, JAKIM이 할랄 인증 업무를 수행하는 데 참고하는 사항이다.

#### 나) 말레이시아 표준 MS 2594:2015, 식수 처리에 사용되는 할랄 화학물질

말레이시아 표준 MS 2594:2015는 식수 처리에 사용되는 할랄 화학물질의 요건에 대한 사항을 규정하고 있다. 식수를 생산하는 과정에서 원수 처리에 사용되는 화학물질은 이슬람 율법, 관련 규정 혹은 관련 사항에 대한 말레이시아 법규와 함께 필요한 요건을 충족해야 한다.

#### 다) 말레이시아 표준 MS 1900:2005, 이슬람 관점에서 품질 관리 시스템의 요건

말레이시아 표준 MS 1900:2005는 품질관리 시스템이 갖추어야 할 요건을 규정하고 있으며, 해당 기관들은 요건을 충족하는 제품을 일관성 있게 공급할 수 있는 역량을 입증해야 한다.

본 표준은 시스템의 효과적인 적용을 통해 고객 만족을 증진하는 데 목적이 있으며, 동시에 시스템의 지속적인 개선 및 고객 요구 사항에 대한 충족을 보장하기 위한 표준이다.

**라) 말레이시아 표준MS 2424: 2012, 할랄 의약품에 관한 일반 지침**

말레이시아 표준MS 2424: 2012는 건강 보조제를 포함한 할랄 의약품을 제조 및 취급하는 제약 산업계를 위한 실질적인 지침을 규정하고 있으며, 이는 말레이시아 내에서의 의약품, 의약품 거래 및 관련 산업이 준수해야 할 기본적인 요건으로서 기능한다.

**마) 말레이시아 표준MS 2200: 이슬람 소비재, 1장 : 2008, 화장품 및 개인 관리 - 일반 지침**  
해당 표준은 할랄 화장품 및 개인 관리 산업에 관한 실질적인 지침과 기본적인 요건을 담고 있다. 말레이시아 보건부가 정한 화장품 관리 지침 및 화장품 제조에 관한 지침을 함께 준수해야 한다.

**바) 말레이시아 표준MS 2400시리즈 - 할랄란-토이반Halalan-Toyyiban 허용되며(Permissible) 건강에 좋고 (Wholesome) 안전하며(Safe) 양질(Quality)이라는 의미 보증**

① 말레이시아 표준MS 2400-1: 2010, 할랄란-토이반Halalan-Toyyiban 보증 - 제품의 수송 혹은 화물 운송 서비스에 대한 관리 요건

말레이시아 표준MS 2400-1: 2010은 다양한 운송 형태를 통해 취급되는 제품과 화물의 할랄란-토이반(halalan-toyyiban) 무결성이 보증될 수 있도록 보장하는 데 필요한 관리 요건을 규정하고 있다.

② 말레이시아 표준MS 2400 - 2:2010, 할랄란-토이반Halalan-Toyyiban 보증 - 창고 저장 및 관련 활동에 대한 관리 요건

말레이시아 표준MS 2400 - 2:2010은 수취에서 배달까지 전 과정에 걸쳐 창고 저장 및 관련 활동을 수행할 때 할랄란-토이반halalan-toyyiban 무결성이 보증될 수 있도록 보장하는 데 필요한 관리 요건을 규정하고 있다.

③ 말레이시아 표준MS 2400 - 3:2010, 할랄란-토이반Halalan-Toyyiban 보증 - 소매 관리 요건

말레이시아 표준MS 2400 - 3:2010은 소매 단계에서 할랄란-토이반halalan-toyyiban 무결성이 보증될 수 있도록 보장하는 데 필요한 관리 요건을 규정하고 있다

**사) 말레이시아 표준MS 2610:2015, 무슬림 친화적接客 서비스 - 요건**

말레이시아 표준MS 2610:2015는 숙박 시설의 소재지, 투어 패키지 및 관광 가이드와 관련해 무슬림 관광객을 위한 할랄 관광 시설, 할랄 제품 및 서비스 관리에 대한 절차와 요건을 규정하고 있다.

이는 무슬림 친화적 관광 제품과 서비스를 제공하는 모든 기관과 개인에게 적용하려는 목적으로 만들어졌으며, 스파, 마사지 등과 같은 건강 및 미용 시설, 제품 혹은 서비스에는 적용되지 않는다.

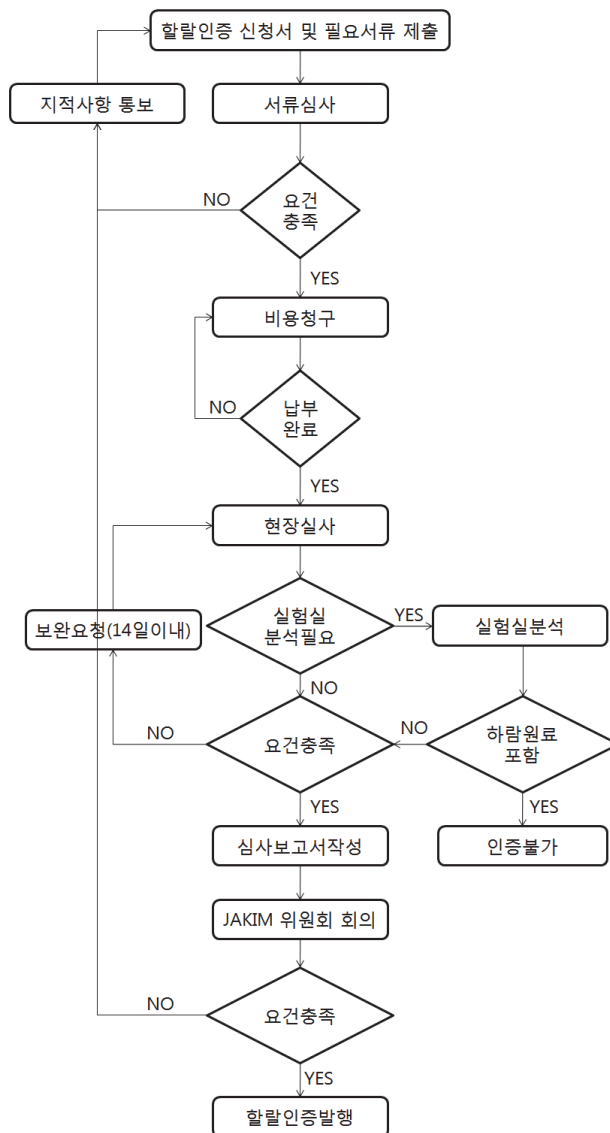


### 아) 말레이시아 표준MS 2300: 2009, 가치 기반 관리 시스템 - 이슬람 관점에서의 요건

말레이시아 표준MS 2300: 2009는 지침과 인증 요건 표준으로 구성되어 있다. 이 표준은 해당 기관들이 이슬람의 가치에 기초한 관리 시스템을 구축할 수 있도록 하는 사항을 규정하고 있다.

## 마. 할랄 인증 획득 절차

### 1) JAKIM으로부터 할랄 인증 획득 절차



### 가) 할랄 인증 희망 업체의 사전 준비사항

업체는 신청 전에 할랄보장시스템을 갖추고 신청서를 포함한 각종 서류를 철저히 준비해야 서류심사에 통과할 수 있다.

### 나) 할랄보장시스템(Halal Assurance Management System)

할랄인증 제품 생산업체가 할랄 무결성을 갖추기 위해 개발 및 시행해야 하는 시스템이다. 할랄보장시스템은 아래의 사항들을 갖춰야 한다.

- 내부할랄위원회(Internal Halal Committee) 를 설립하여 할랄보장시스템을 개발 및 시행하고 모니터링해야 한다. 최소 4명으로 구성되어야 하며 그중 2인은 관리자급의 무슬림이어야 한다.
- 최소 1년에 한 번 할랄 무결성 검토회의를 개최해야 하며, 내부 할랄위원회 구성원 변경, 모니터링 일정 변경, 운영·공급망의 변경사항 발생 시 할랄 무결성에 문제가 없는지 내부 할랄위원회에서 검토 회의를 시행해야 한다.
- 내부 할랄위원회 위원들과 관련 직원들에 대한 지속적인 할랄 교육을 시행해야 한다.
- 제조공정 중 할랄 기준을 위반할 수 있는 사항들을 작성해야 한다.
- 전체 제조 공정의 흐름도를 만들어야 한다.
- 할랄 무결성을 위협하는 사항이 발생했을 때 이를 제어할 방법을 개발해야 한다.
- 할랄에 부적합한 사항들의 징후가 발생했을 때 이를 보완할 방법을 개발해야 한다.
- 할랄보장시스템과 관련된 문서와 활동기록을 최소 1년 이상 문서로 남겨야 한다.
  - 할랄보장시스템 매뉴얼
  - 내부 감사위원회의 책임과 역할 및 구성원들의 의무
  - 내부 감사위원회 미팅 기록
  - 할랄 무결성을 위협하는 잠재 요인들
  - 모니터링 절차 및 보완작업 설명서
- 할랄 무결성을 상실한 제품에 리콜 절차를 개발해야 한다.
- 할랄보장시스템은 모든 제조공정에 대해 추적이 가능해야 한다.

### 다) 할랄 인증 신청

말레이시아에 있는 업체는 신청서와 아래 서류들을 온라인으로 제출해야 하지만, 해외에서 직접 신청할 경우에는 우편접수, 방문접수, 온라인 접수가 가능하며, 앞으로 온라인 신청만으로도 가능할 수 있도록 준비하고 있다.

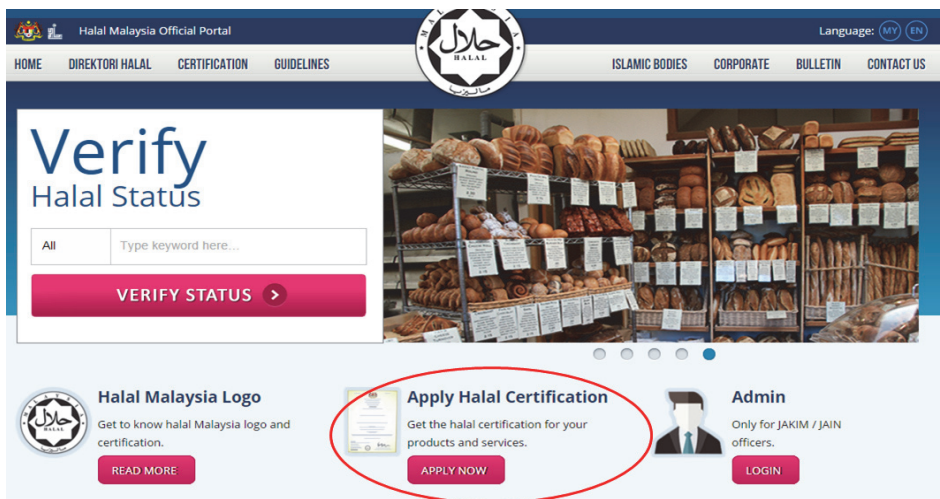
#### ① 우편 신청 방법

- 접수 주소: HAB HALAL DIVISION, JABATAN KEMAJUAN ISLAM MALAYSIA, Aras 1 & 3, Menara PJH NO. 2 Jalan Tun Abdul Razak, Presint 2, 62100 Putrajaya, Malaysia.

- 연락처: Tel)60-3-8892-5000, 5001, Fax)60-3-8892-5005  
E-Mail) pr\_halal@islam.gov.my

## ② 온라인 신청 방법

- 온라인 신청 사이트에 접속: www.halal.gov.my
- 할랄 인증을 신청하려면 위 사이트에 접속하여 회원가입을 하여야 한다.



## ③ 온라인 신청 시 필요내용 및 등록제출 서류

- 회사명
- 사업자등록증
- 사업·제조 라이선스
- 제품명과 제품설명
- 포장재료 타입
- 제품 라벨·디자인
- 식품원료
- 식품 원료 공급업체 및 제조업체의 이름과 주소
- 식품원료의 할랄 상태, 필수 식품원료의 설명서 또는 할랄인증서만약 해당될 경우
- 제조과정 순서도와 생산 절차
- HACCP, ISO, GHP, GMP, TQM 등과 같은 다른 인증서
- 생산국가의 식약청 발급 제조허가서건강식품과 화장품
- 공장 및 부지 지도

- 배치도
- 육류 및 육류 기반 제품용 말레이시아 수의국의 수입허가서 사본
- 연간 손익계산서 사본
- 기간이 유효한 식품원료의 할랄인증 사본 및 제품설명서 사본
- 생산 공장·식당·도축장에서 근무하는 2명 이상의 말레이시아 시민권자 신분증 및 제안서 사본
  - \* 해외 업체는 2명 이상의 무슬림을 고용하면 된다. 한국처럼 무슬림 고용이 어려운 국가에서는 내부 할랄위원회 회원들이 JAKIM의 할랄 교육을 받아야 하는데, 이때 교육은 말레이시아를 직접 방문하거나 JAKIM 강사를 한국으로 초청하여 받을 수 있다.
- 도축 자격증
- 도축장을 위한 수의국 발급 VHC도축장만
- 기간이 만료된 할랄인증서 사본
- \* 위 서류들은 서면심사 및 향후 JAKIM이 현장 실사 때 감사할 내용들로 체크리스트의 역할을 한다.

**라) 수수료 납부**

신청업체는 할랄인증 신청서를 포함한 제반 서류를 JAKIM에 제출한 후 JAKIM의 요구에 따라 수수료를 납부해야 하며, 수수료는 제품 및 레스토랑의 수, 업체 규모에 따라 차등 부과된다. 또한, 신청업체는 수수료 이외에도 현장 실사를 위한 실사자들의 항공료, 숙박비, 교통비 등을 별도로 부담해야 한다.

**① 가공산업**

- 말레이시아 제조업체 규모에 따른 인증 수수료

산업체	단위: 링깃 <sup>RM</sup>
소기업	100.00 / 연간 <sup>USD 23</sup>
중소기업	400.00 / 연간 <sup>USD 92</sup>
다국적기업	700.00 / 연간 <sup>USD 161</sup>

- \* 인증수수료 적용기준

산업체	상세 사항
소기업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 직원 수 최대 50인</li> <li>• 예를 들어 지방 기업 혹은 마을 산업</li> </ul>
중소기업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연 매출 500,000링깃<sup>USD 115,000</sup> 이상</li> <li>• 직원 수 최대 150인</li> </ul>
다국적기업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 몇몇 국가에 지사를 둔 글로벌 기업</li> <li>• 연 매출 2,500만 링깃<sup>USD 5,750,000</sup> 이상</li> <li>• 직원 150인 이상</li> </ul>

\* 아세안 국가의 경우 제조업체별 2,100 RM 이며 비아세안 국가일 경우 USD2,100이며 할랄인증 실사단 교통, 숙박비도 신청기업 에서 부담한다.

## ② 식품 취급 사업장 / 도축장

## ㉑ 도축장

산업체	단위: 링깃RM
소규모	100.00 / 연간USD 23
중간 규모	400.00 / 연간USD 92
대규모	700.00 / 연간USD 161

## \* 인증수수료 적용기준

산업체	세부 사항
소규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매일 도살하는 닭의 수: &lt; 3,000</li> <li>• 매일 도살하는 염소의 수: &lt; 500</li> <li>• 매일 도살하는 소의 수: &lt; 50</li> </ul>
중간 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매일 도살하는 닭의 수: Between 3,000 - 10,000</li> <li>• 매일 도살하는 염소의 수: &lt;500 - 700 사이</li> <li>• 매일 도살하는 소의 수: &lt;50 - 100 사이</li> </ul>
대규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매일 도살하는 닭의 수: &gt;10,000</li> <li>• 매일 도살하는 염소의 수: &gt;700 사이</li> <li>• 매일 도살하는 소의 수: &gt;100 사이</li> </ul>

## ㉒ 레스토랑 / 식품 취급 사업장 / 케이터링 및 호텔

산업체	단위: 링깃RM
각 업체	100.00 / 연간USD 23
주방별 - 호텔의 경우	100.00 / 연간USD 23
레스토랑별 - 호텔의 경우	100.00 / 연간USD 23

## 마) 현장 감사

수수료 납부 및 서면감사 통과 후 업체와 JAKIM이 협의하여 현장 감사 날짜를 정한다. 현장 감사 시 신청서와 함께 제출한 서류에 있는 내용이 실제와 다름이 없는지 확인한다. 샘플링이 필요하다면 현장에서 직접 채취하여 실험실 분석에 들어간다.

## 바) 검토 및 승인 회의

현장 감사자들은 보고서를 작성하여 JAKIM 위원회에 제출하고, JAKIM 위원회의 심사 후 이상이 없으면 할랄 인증 발급을 승인한다.

## 사) 인증서 발급

JAKIM 위원회의 승인이 나면 JAKIM이 인증서를 발급한다.

인증서 발급은 신청부터 발급까지 2~3개월, 할랄 인증 신청부터 발급까지 JAKIM이 요청한 서류와 준비사항에 문제가 없으면 인증에 걸리는 기간은 2~3개월이나, 실제 사례에 비춰봤을 때 평균적으로 6개월 정도가 소요됨 이 소요된다.



JAKIM 할랄 로고



JAKIM 할랄인증서

할랄 로고는 JAKIM에서 발급하며 다음 사항을 포함한다:

1. 로고 중심부의 원 내부에 8각형 별 모양
2. 별 모양 중심부에 다음과 같은 아랍어 표기 - “حلال”
3. 아랍어 아래 로마 알파벳으로 “HALAL할랄” 표기
4. 로고의 테두리 원 부분에 로마 알파벳으로 “Malaysia말레이시아”라고 표기하고 아랍어로 ماليزيا라고 표기
5. 2개의 작은 5각형 별이 로마 알파벳으로 쓰인 글자의 양쪽에 자리 잡고 있음

#### 아) 모니터링 및 갱신

JAKIM은 할랄 인증을 받은 이후 해당 제조업체, 식품 취급 사업장 및 도축장이 준수해야 할 지침을 제시하고 있다. JAKIM은 인증 기간에 모든 할랄 표준이 준수될 수 있도록 모니터링 활동을 수행한다. 2년의 인증 기간이 만료되기 3개월 전에 갱신 신청을 해야 한다.

JAKIM이 제시하는 지침은 다음과 같다:

- 해당 식품 제조업체, 식품 취급 사업장 및 도축장은 할랄 제품만을 생산, 제조, 판매 및 유통해야 한다.
- 신청자들은 반드시 할랄 원료를 사용해야 하며 할랄 원료를 공급하거나 할랄 인증을 받은 공급자와 거래해야 한다.
- 모든 측면에서 절차를 준수해야 한다.

- 다국적 기업이나 중소기업으로 분류되는 기업은 기업 내에 내부 할랄 감사 위원회를 설치해야 하며 한 사람의 이슬람 전담 담당자를 지정해 할랄 인증 절차가 준수될 수 있도록 해야 한다.
- 반드시 말레이시아 시민권을 가진 2인의 무슬림 노동자를 조리 시설, 식품 취급, 식품 가공 부분에 정규직으로 고용해야 한다.

\* 해외 업체는 2명 이상의 무슬림을 고용하면 된다. 한국처럼 무슬림 고용이 어려운 국가에서는 내부할랄위원회 회원들이 JAKIM의 할랄 교육을 받아야 하는데, 이때 교육은 말레이시아를 직접 방문하거나 JAKIM 강사를 한국으로 초청하여 받을 수 있다

- 제품의 제조, 취급, 가공, 포장 혹은 운송 과정에서 반드시 청결성이 보장되어야 하며, 비할랄 요소가 개입되지 않아야 한다.
- 공장 내에서 사용하는 기구 혹은 시설은 반드시 청결성이 보장되어야 하며, 청결하지 못한 물질이나 건강에 해로운 물질이 개입되지 않도록 보장되어야 한다.
- 할랄 제품만을 이용해 운송해야 한다.
- 해당 업체는 우수건강식품 제조기준GMP에 따라 도구, 운송, 생산 시설 및 주변 지역의 청결성을 보장해야 한다.
- 모든 직원은 다음과 같은 윤리 강령과 위생 기준을 준수해야 한다:
- 모든 직원은 채용되기 전에 정부가 인정한 의료 시설에서 TY2 백신을 접종Anti-typhoid injection: 장티푸스 백신 해야 한다.
- 모든 직원은 건강과 개인위생을 관리해야 하며, 특히 생산 시설을 운영하는 업무를 수행하는 노동자들은 이를 반드시 준수해야 한다.
  - 질병을 앓고 있거나 주사를 맞은 직원과 제품의 품질에 영향을 미칠 수 있는 직원은 반드시 완전히 회복될 때까지 업무를 수행하지 말아야 한다.
  - 직원들은 맨손으로 원료나 반제품을 만지지 않아야 한다.
  - 흡연, 식사, 음료 섭취 등 생산 품질에 영향을 미칠 수 있는 행위는 반드시 정해진 구역 내에서 이루어져야 하며, 해당 장소는 생산 시설에서 떨어진 곳에 분리되어 설치되어야 한다.
  - 생산 시설에 출입하기를 원하는 모든 사람은 반드시 공장 내에서 착용하는 특수복을 입어야 하며 만약 이러한 특수복이 마련되어 있지 않으면 건강관리 절차와 개인 건강관리 기준에 따라 청결성을 유지해야 한다. 이는 모든 정규직 노동자, 임시직 노동자, 정규직 직원, 방문객 및 기타 사람들에게 동일하게 적용된다.
  - 모든 직원은 개인의 건강을 관리해야 하며, 적절한 의복, 모자, 마스크, 장갑과 신발을 착용해야 한다.
- 모든 직원은 다음과 같은 경우 비누로 손을 깨끗이 씻어야 한다.
  - 식품 처리에 관련된 업무를 시작하기 전
  - 화장실에 다녀온 이후
  - 원료 혹은 오염된 물질을 처리한 이후
- 식품 가공 구역에서 근무하는 직원들은 식품을 오염시킬 수 있는 보석이나 액세서리, 시계 등을 착용하지 말아야 한다.

- 모든 직원은 항상 “체크 포인트검사장”와 같이 지정된 장소에서 업무를 수행해야 한다.
- 모든 직원은 할랄 정책을 반드시 준수해야 할 책임이 있다.
- 식품 가공 시설에서는 종교 경배 도구를 사용할 수 없다.

자) 할랄 라벨링 위반 시 처벌근거 : Trade Descriptions Order 2011

① 할랄이 아닌데 할랄 라벨링을 하고 판매할 경우

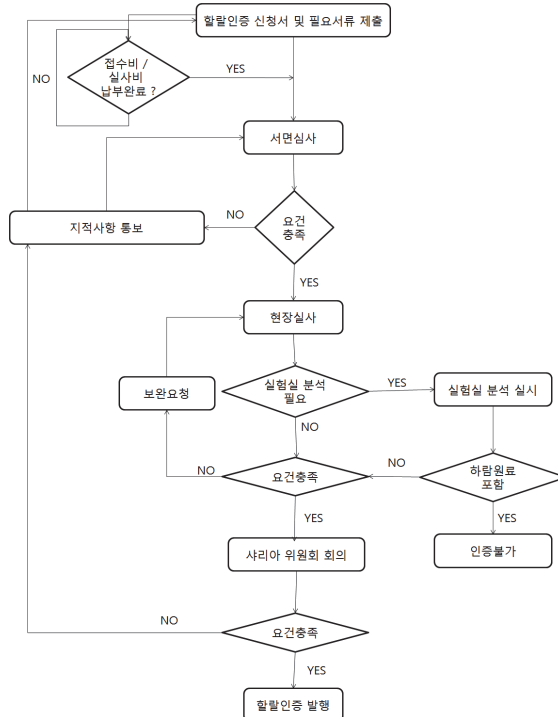
- 개인 3년 이하의 징역이나 10만 링깃USD 23,000 이하의 벌금 또는 둘 다 적용받을 수 있음
- 업체 25만 링깃USD 57,500 이하의 벌금

② 할랄 라벨링을 하거나 할랄 제품임을 설명하는 문구가 들어간 제품 중에 할랄 제품에 들어가는 안 되는 성분이 들어가거나 위생 또는 안전성에 문제가 있는 성분이 들어간 경우

- 개인 3년 이하의 징역이나 1백만 링깃USD 230,000 이하의 벌금 또는 둘 다 적용받을 수 있음
- 업체 5백만 링깃USD 1,150,000 이하의 벌금

2) JAKIM으로부터 인정 받은 한국이슬람교중앙회KMF 할랄 인증 획득

그림 2. 할랄 인증 프로세스





한국이슬람교중앙회(KMF Korea Muslim Federation)는 한국의 유일한 할랄인증기관이다.

KMF는 JAKIM이 인정한 할랄인증기관이며, KMF의 할랄 인증을 받고자 하는 경우 할랄 인증 신청서를 필요 서류와 함께 KMF에 제출하면 된다. 이 신청서는 우편으로도 제출할 수 있다.

### 가) 할랄 인증 신청서 및 필요 서류

할랄 인증 신청서에는 다음의 내용이 명시되어 있어야 한다.

- 회사명<sup>한/영</sup>
- 판매, 제조회사 주소<sup>한/영</sup>
- 상품명<sup>한/영</sup>
- 신청인담당자 이름, 연락처, 이메일

다음의 문서를 신청서와 함께 제출해야 한다:

- 사업자등록증
- 공장등록증
- 생산허가서 또는 영업허가서<sup>영업신고증</sup>
- 위해요소중점관리<sup>HACCP</sup>, 우수건강식품 제조기준<sup>GMP</sup>, 우수위생관리기준<sup>GHP</sup>, 국제표준화기구<sup>ISO</sup> 또는 기타 인증서의 사본
- 제품 품목제조 보고서
- 시험성적서
- 제품 제조공정도
- 샘플<sup>생산되는</sup> 최소 단위 및 제품 이미지
- 동물성 원료 및 이슬람법에 위배되는 소재나 공정을 이용하지 않았다는 확인서
- 주정이 제조공정에 0.5% 이내로 사용된 경우: 원료 생산품의 잔류 에탄올 분석 확인서
- 제조 공정 중 효소를 사용할 경우: 사용된 효소의 유래를 확인할 수 있는 서류와 효소의 배양액에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도, 균주기탁서
- 할랄 제품 생산에 관한 자체 규정 자료
- KMF 할랄 실무자 교육 수료증
- 원재료 표기<sup>실제 사용하는 원료를 모두 표기</sup> 성분 분석표의 양식은 협의하에 세부적으로 변경할 수 있음

### 나) 할랄 인증 실사 방법

서면접수 및 접수비, 공장실사비 입금이 완료되면 서류 검토 후 실사가 이루어지며, 실사 방법은 아래와 같다.

- ① 회사 소개 및 제조과정에 대한 설명<sup>프레젠테이션</sup>
- ② 질문에 대한 답변

- ③ 창고 실사: 할랄 원료와 비할랄 원료가 함께 보관되어서는 안 됨
- ④ 제조과정 실사: 원료 투입부터 포장 단계까지 실사포장 후 출고까지도 할랄 상품과 비할랄 상품은 구별되고 별도 보관되어야 함
- ⑤ 서류심사: 제품에 사용된 원료와 제출한 서류의 원료를 비교·검토

**다) 할랄 인증서 유효기간**

KMF의 할랄 인증서 유효기간은 일반적으로 1년이나, KMF의 인증 이력이 있는 업체는 필요하면 유효기간 2년의 할랄 인증서를 신청할 수도 있다.  
유효기간 종료 2개월 전에 갱신을 신청해야 한다.

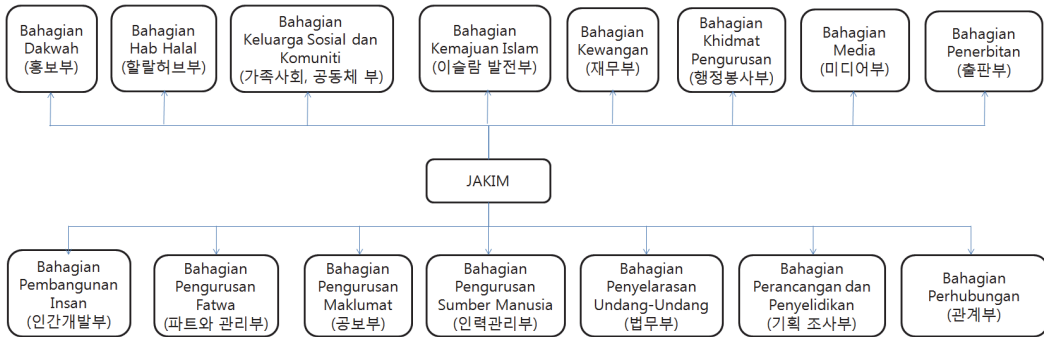
**라) 할랄 인증 시 주의사항**

- ① 공장 내에 이슬람 율법에 따라 도살되지 않은 육류와 할랄 인증을 받지 않은 동물성 원료가 함께 사용되어선 안 됨
- ② 원료 입고에서부터 공장 내 생산라인제조, 운송, 저장 은 할랄 전용이어야 하며 다른 생산라인과 분리되어 교차오염의 가능성이 없어야 함
- ③ 식용 기름은 인체에 유해하지 않은 식물성 기름과 이슬람법에 따라 사용할 수 있는 동물의 기름만을 인정
- ④ 제출한 서류에 변동 사항이 있으면 즉시 알려야 하며 할랄 식품생산에 적절하지 못하다고 판단되면 할랄 인증이 취소될 수 있음
- ⑤ 할랄 인증서 발급 시 필요하다고 판단되면 확인서와 검증받은 분석기관의 데이터를 요구할 수 있음
- ⑥ 하청업체에서 공급받는 원료 또한 모두 할랄 제품이거나 이에 준하는 자격을 갖춰야 함
- ⑦ 할랄 인증을 받은 후 사실과 다른 것이 확인되면 그 즉시 인증이 취소될 수 있음
- ⑧ 접수된 서류는 일절 반환되지 않으며 할랄 인증 부적합 또는 할랄 인증 접수 취소 요청 시 즉시 폐기

**마) 할랄 인증 수수료부가세 10% 별도**

- 접수비: 1품목당 10만 원서류접수 시 선납
  - 실사비: 서울, 경기 15만 원 / 충청 20만 원 / 강원, 영남, 호남 25만 원 / 제주 30만 원서류접수 시 선납  
\*단, 제품별 공장이 상이할 경우 공장마다 실사비 별도 적용
  - 인증료: 1품목 60만 원, 1품목을 초과하는 2번째 품목부터 50만 원씩 적용
- 예시) 1품목 인증: 접수비 10만 원 + 실사비지역별 금액 + 1품목 인증료 60만 원  
 2품목 인증: 접수비 20만 원 + 실사비지역별 금액 + 1품목 인증료 60만 원 + 추가 1품목 인증료 50만 원  
 5품목 인증: 접수비 50만 원 + 실사비지역별 금액 + 1품목 인증료 60만 원 + 추가 4품목 인증료 200만 원

### 3) JAKIM 조직도



○ 할랄허브부에서 할랄인증 및 해외할랄인증기관 인정 업무를 수행

## 4. 할랄 첨가제

### 가. E- 넘버 시스템

E- 넘버 시스템은 많은 양의 식품 첨가물을 추적하기 위해 개발되었다. 이 E- 넘버 시스템은 1980년도 이후 법적 요건으로 자리 잡았다. E- 넘버 시스템의 E는 유럽(Europe)의 영문 첫 자를 따서 만든 명칭으로 안전 테스트를 통과한 첨가제에 E- 넘버를 부여받은 것이다. E- 넘버를 부여받았다는 것은 유럽에서 사용할 수 있는 안전성을 인정받았다는 것을 말한다. 표준화와 혼란방지를 위해 각각의 첨가제는 고유한 번호를 부여받는다. 오늘날 식품 첨가제에 대한 E- 넘버 시스템은 전 세계 모든 식품 산업에 적용되고 있다. JAKIM에 따르면, 할랄 인증에서 E- 넘버를 부여받은 제품은 말레이시아 무슬림에게 소비가 허용된다.

첨가제는 다음 표와 같이 분류된다:

분류	기준
E 100 - E199	색상
E200 - E299	방부제
E300 - E399	산화제, 인산염, 산화 방지제 및 부식 억제제
E400 - E499	농화제, 보습제, 안정제 및 유화제
E500 - E599	소금, 산도 조절제 및 고결 방지제
E600 - E699	풍미 강화제
E900 - E999	감미료 및 유약
E1000 - E1999	추가 화학 물질

\*출처: 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM)

\*〈부록3〉 식품 첨가제 목록



## 말레이시아 할랄시장 심층조사





# Chapter 02

## 농식품 시장현황

1. 말레이시아 일반현황
2. 농업동향
3. 농식품 수출입현황
4. 식품 소비동향
5. 농식품 유통현황 및 동향
6. 한국 농식품 유통현황

## 1. 말레이시아 일반현황

### 가. 국가개황

#### 1) 일반·정치

국명	말레이시아 <small>Malaysia</small>
위치	말레이반도 및 보르네오 섬 북부
면적	329,847km <sup>2</sup> <small>한반도의 1.5배</small>
기후	고온다습한 열대성 기후
수도	쿠알라룸푸르 <small>인구 170만 명</small>
주요 도시	쿠알라룸푸르, 슬랑호, 페낭, 조호바루, 싸이버자야, 푸트라자야, 켄터
정부형태	입헌군주제, 내각책임제

\*출처: CIA THE WORLD FACT BOOK

#### 2) 사회·문화

인구	3,007만 명 <small>2014년</small>
민족	말레이계 <small>61%</small> , 중국계 <small>22%</small> , 인도계 <small>9%</small> , 기타
언어	말레이어 <small>상용어: 영어</small>
종교	이슬람교 <small>국교, 종교의 자유 보장</small> , 불교, 힌두교, 기독교

\*출처: CIA THE WORLD FACT BOOK

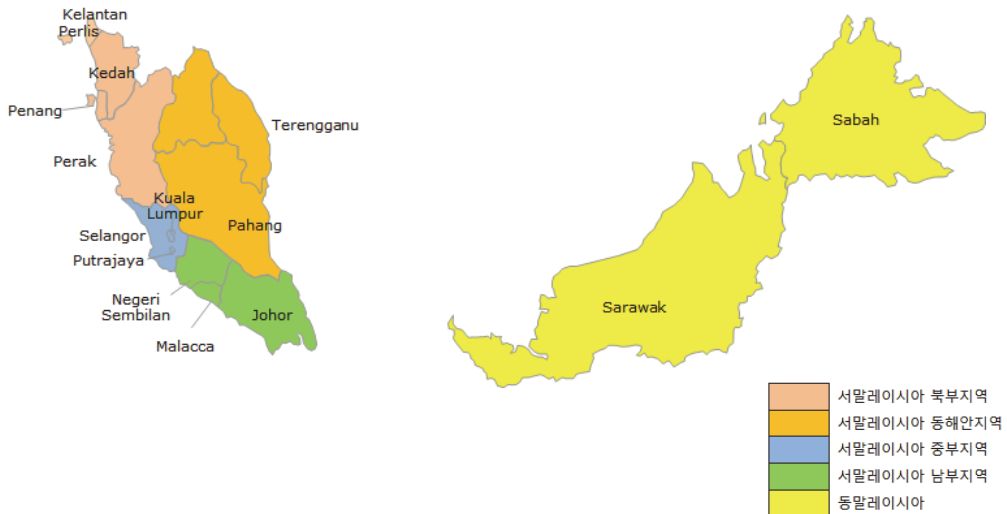
#### 3) 경제·무역

GDP	3,279억 불 <small>2014년</small>
1인당 GDP	10,654불 <small>2014년</small>
경제성장률	6.0% <small>2014년</small>
환율	1USD = 3.64RM <small>2015년 상반기</small>
산업	서비스업, 제조업, 광업, 농업
교역	4,433억 불 <small>수출 2,343억 불, 수입 2,090억 불, 2014년</small>

\*출처: IMF, BANK NEGARA MALAYSIA, KITA

#### 4) 권역별 특징

말레이시아는 크게 서말레이시아와 동말레이시아로 나뉘며, 서말레이시아는 북부지역, 동해안지역, 중부지역, 남부지역 그리고 동말레이시아는 사바주, 사라왁주로 나뉜다.



##### 가) 서말레이시아 북부지역

주요 지방	페를리스, 께다, 페낭, 프락
인구	6,439,400 <sup>2014년 기준</sup>
면적	12,512mi <sup>2</sup> 약 32,405km <sup>2</sup>
주요 생산 농산물	쌀, 코코넛, 팜오일
주요 산업	자동차, 관광

- 서말레이시아 북부지역에 있는 페낭은 말레이시아에서 3번째로 경제규모가 크고, 관광산업이 가장 발달한 주이며, 께다는 말레이시아에서 가장 넓은 벼 생산 면적과 쌀 생산량을 가진 주로 유명하다.
- 서말레이시아 북부지역은 열대우림 기후를 가지고 있으며, 말레이시아 전체 인구의 약 20%를 차지하고 있는 지역이다.

### 나) 서말레이시아 동해안지역

주요 지방	끌란탄, 프랭가누, 빠항
인구	4,431,800 <sup>2014년 기준</sup>
면적	24,816mi <sup>2</sup> 약 64,273km <sup>2</sup>
주요 생산 농산물	쌀, 과실류
주요 산업	목재/벌목, 석유/가스, 수산업

- 서말레이시아 동해안지역에 있는 빠항은 서말레이시아에서 가장 넓은 면적을 가지고 있으며, 목재 산업이 유명하다. 꾸안탄 항구가 동해안 지역에서 가장 물동량이 많은 항구이다.
- 프랭가누는 페트로나스<sup>말레이시아 국영 에너지 기업</sup> 와 같은 회사가 석유/가스를 주로 거래하는 가장 큰 석유가공산업 단지를 보유하고 있다.
- 서말레이시아 동해안지역은 열대우림기후로 11월에서 1월이 우기이며, 말레이시아 전체 인구의 12%를 차지하는 지역이다.

### 다) 서말레이시아 중부지역

주요 지방	쿠알라룸푸르, 뿌트라자야, 슬랑고르
인구	7,829,100 <sup>2014년 기준</sup>
면적	3,223mi <sup>2</sup> 약 8,347km <sup>2</sup>
주요 생산 농산물	쌀, 과실류, 팜오일
주요 산업	상업, 부동산, 자동차, 관광

- 서말레이시아 중부지역에 있는 슬랑고르는 말레이시아에서 가장 경제규모가 큰 지역으로 전체 GDP의 약 23%를 차지하고 있어, 사회기반시설이 가장 잘 발달되어 있고 가장 높은 인구 성장률을 가진 지역이다.
- 쿠알라룸푸르는 말레이시아의 수도로써, 국회의사당, 해외 주요기관, 중앙은행 등이 위치해 있으며, 말레이시아에서 가장 물동량을 기록하고 있는 끌랑항이 중부지역에 위치해 있다.
- 말레이시아 전체 인구의 약 23%를 차지하고 있으며, 연중 습한 열대우림기후를 보이고 있다.



## 라) 서말레이시아 남부지역

주요 도시	느그리 슴빌란, 말라카, 조호
인구	5,456,300 <sup>2014년 기준</sup>
면적	10,640mi <sup>2</sup> 약 27,557km <sup>2</sup>
주요 생산 농산물	팜오일, 과실류, 채소류
주요 산업	제조, 관광, 수산업

- 서말레이시아 남부지역에 있는 조호는 말레이시아 전체 과실 생산량의 약 32%를 생산하고 있으며, 전체 수산물 생산량의 약 70%를 생산하는 경제적으로 중요한 지역이다. 빠시르 구당 항구가 위치한 조호는 조선, 석유화학, 무역, 공업, 통신 등의 산업이 발달된 지역이다.
- 말라카는 역사적으로 유명하고 풍부한 문화유산을 가진 지역으로 관광산업이 발달되어 있다.
- 말레이시아 전체 인구의 약 15%를 차지하고 있으며, 연중 내내 가장 습한 열대우림기후를 보이고 있다.

## 마) 동말레이시아 사바, 사라왁

주요 도시	사바쿠칭, 사라왁 코타키나발루
인구	6,348,300 <sup>2014년 기준</sup>
면적	76,479mi <sup>2</sup> 약 198,079km <sup>2</sup>
주요 생산 농산물	팜오일, 과실류
주요 산업	목재, 광업, 석유/가스, 관광

- 동말레이시아에 있는 사라왁은 수출지향 경제지역으로 세계에서 가장 활발히 목재수출이 이루어지고 있으며, 연안지역에 가장 많은 석유 비축량을 보유하고 있다. 사바는 석유와 팜오일을 대량 수출하는 지역이다.
- 동말레이시아는 다양한 동식물들이 존재하여 생태관광이 경제에 차지하는 바가 크다.
- 말레이시아 전체 인구의 약 15%를 차지하고 있으며, 열대우림기후를 보이고 11월에서 2월 사이가 우기이다.

## 나. 경제동향

## 1) 동남아시아의 중심

싱가포르, 태국, 브루나이와 육로로 국경을 접하고 있으며, 베트남, 캄보디아, 필리핀, 인도네시아와 인접하고 있어 동남아 국가들과의 교류가 편하다. 또한, 이슬람교, 불교, 힌두교, 기독교 총 4개의 종교가 공존하고 있어 동남아시아 시장 진출 시 테스트 마켓 역할을 하고 있다.

## 2) 세계 할랄 허브로 부상

말레이시아를 시작으로 인도네시아와 아라비아 해를 건너 중동까지 이슬람 문화권이 형성되어 있어 말레이시아를 할랄의 중심으로 도약시키려는 노력을 추진 중이다. 특히 말레이시아 할랄인증기관인 JAKIM은 다른 나라보다 인증절차가 복잡하고 까다로워 국제적으로 인지도가 높으며, 세계 할랄 허브로 부상 중이다.

## 3) '14년 경제성장률 6%

높은 무역의존도와 지속적인 재정적자라는 취약점이 있지만, 우수한 인프라와 풍부한 자원, 계획적인 정책을 통해 안정적인 경제성장을 이룩하고 있어 성장잠재력이 높다. '12년 처음으로 1인당 국내총생산(GDP)이 1만 불을 넘어서면서 싱가포르, 브루나이 다음으로 GDP가 높은 나라이다. '15년 중국 등 세계 경기의 둔화와 환율가치 하락으로 높은 경제성장률을 달성하기는 어려울 것으로 보인다.

## 4) 10th Malaysian Plan<sup>'11-'15</sup>

말레이시아 정부는 'Vision 2020'이라는 장기 발전전략과 5년 단위의 말레이시아 계획(Malaysian Plan)을 수립하였다. 이 계획은 계획기간 중 연평균 경제성장률 6.0%, '15년 1인당 GDP 12,140불, 생산성에 기반을 둔 성장과 혁신 장려 등을 주요 목표로 설정하여 추진 중이다.

## 5) 새 경제모델 NEM<sup>New Economic Model</sup>

제10차 말레이시아 계획과 함께 '20년까지 고소득 국가로 도약하기 위한 경제개혁 방안인 NEM<sup>New Economic Model</sup>을 발표·추진 중임

- High Income: 10년 내 1인당 GDP 1만5천 불로 도약
- Sustainability: 성장뿐만 아니라 환경과 자원에 대한 배려로 삶의 질 향상
- Inclusiveness: 인종과 무관한 빈곤탈피 정책 추진

## 6) 첨단기술 및 고부가가치 산업 육성 지향

석유·가스, 팜유, 고무, 목재, 주석 등 풍부한 자원을 보유한 자원 부국이자 전기·전자, 석유화학, 철강 제품을 중심으로 제조업 분야도 상당한 수준의 경쟁력을 확보하고 있다. 최근에는 탄탄한 1·2차 산업의 기반 위에 IT, 이슬람 금융, 관광 등 첨단기술과 고부가가치 산업의 육성에 주력하고 있다.

## 7) 물가상승률 '11 3.2% → '12 1.7% → '13 2.1% → '14 3.1%

물가상승률은 2~3%대의 낮은 수준을 기록해 왔으며 '15년 들어 세계 경기 불황과 환율가치 하락에도 불구하고 물가상승률은 큰 변동이 없는 것으로 나타나고 있다.

출처: 말레이시아 통계청, Focus Economics

## 8) 한국은 말레이시아의 8대 교역국

'14년 한국의 對 말레이시아 수출은 11.7% 감소한 75.8억 불로, 주요 수출품은 경유, 반도체, 석유제품, 승용차, 철강제품이다. 식품은 102백만불로 수출하고 있으며 이는 전체 수출액의 1.3%에 해당한다. '14년 한국의 對 말레이시아 수입은 전년도와 큰 차이가 없는 111억 불로 주요 수입품은 천연가스, LPG, 중유 등이다. 식품은 851백만불을 수입하고 있으며 이는 전체 수입액의 7.7%에 해당한다.

표 1. 한-말레이시아 교역 현황

(단위: 백만 USD, %)

구분	2011	2012	2013	2014
수출	6,275	7,723	8,588	7,583
	2.6	23.1	11.2	-11.7
수입	10,468	9,796	11,096	11,098
	9.8	-6.4	13.3	0.0

\* 출처: 한국무역협회

## 2. 농업동향

### 가. 일반 농업현황

구분	단위	내용 전체 내 %
농업 부가가치	십억 불	29,75 전체 GDP 내 9.1% '14
경제활동인구	천 명	13,685 전체 인구 내 45.3% '14
농촌인구	천 명	7,609 전체 인구 내 25.2% '14
농업 경제활동인구	천 명	1,459 전체 인구 내 4.8% '14
경작적합지①	천 ha	954 전체 농경지 내 12.2% '13
영구경작지②	천 ha	6,600 전체 농경지 내 84.2% '13
초지면적③	천 ha	285 전체 농경지 내 3.6% '13
농경지①+②+③	천 ha	7,839 전체 국토 내 23.9% '13
관개농업지	천 ha	N/A
강수량	mm	2,875 <sup>14</sup>

농경지 면적은 '13년 기준 7.83백만ha출처: FAO 로 전 국토 면적의 약 24%에 해당한다. 열대기후와 비옥한 토지로 다양한 농산물을 재배하며, 현대적인 축산업과 고무, 팜유의 생산량이 많다. 특히 양계업과 같이 효율

이 높은 농업분야를 보유하고 있다. 그러나 관개수위가 발달하지 못해 강우량 등 기후변화에 따라 생산량이 큰 영향을 받는다. 벼는 '14년 1.6%로 소폭 증가하였으나, 고무, 코코아는 -19.1%, -3.6% 각각 감소하였다.

**표 2. 주요 품목별 생산현황**

(단위: 천 톤)

구 분	2013	2014	증가율
벼	2,604	2,645	1.6%
고무	826.4	688.6	-19.1%
코코아	2.8	2.7	-3.6%

\* 출처: 말레이시아 통계청

일자리와 교육의 질 등을 이유로 노동인구가 도시로 이동해 농업인구비율은 감소하였지만, 농업기술 발전과 기계 도입으로 농업 생산성은 증가하였다.

## 나. 농업 생산성 향상 정책

4차 국제농업정책(NAP: National Agriculture Policy) 과 식품안보정책에서 고무가가치 농업 생산품의 생산을 장려하고 기계화 도입을 추진하여 생산성 향상, 생산비 절감, 곡물자급량 확보 등의 목표달성을 위해 노력 중이다.

특히 제10차 말레이시아계획 '11~'15 에서 12가지 주요 경제 분야에 야자유 및 관련 제품과 농업을 포함하여 마케팅 강화, 농약의 중앙공급화, ICT정보통신기술 기반 제품화 등을 통해 농업경제의 기여도를 증대하기 노력하고 있다.

## 다. 주요 품목별 생산현황

### 1) 쌀

쌀은 말레이시아인들의 식단에서 가장 중요한 곡식이다. 대부분의 말레이시아 음식이 쌀을 주원료로 하고 있으며, 국가 전체적으로 가장 중요한 곡식으로 간주된다. 말레이시아는 쌀의 순 수입국이며 말레이시아 국내에서 생산하는 쌀은 전체 쌀 수요를 충족하기에 부족하다. 쌀은 대부분 태국 및 중국과 같은 주변 국가에서 수입되고 있다.

말레이시아는 자국에서 소비하는 쌀의 약 60~70%를 국내에서 생산하고 있으며, 나머지 30~40%는 수입에 의존하고 있다. 2014년 말레이시아 현지에서 생산된 벼의 양은 264만 톤으로 전년 대비 1.6% 증가했다. 보편적으로 쌀의 생산량은 벼 생산량의 65%로 계산하면 된다.

말레이시아는 인구가 매년 증가하고 있어 이에 따른 쌀 수요를 충족하고 수입 의존도를 낮추기 위해 말레이시아의 쌀 생산량은 증가할 것으로 전망된다.

표 3. 말레이시아 벼 생산

(단위: 천 톤)

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014
벼 생산	2,511	2,465	2,576	2,750	2,604	2,645

\* 출처: 말레이시아 농업 및 농업 기반 산업부(Department of Agriculture & Agro Based Industry Malaysia)

## 2) 과일과 채소

말레이시아는 열대 기후 지역으로 과일과 채소를 재배하기에 이상적인 기후 조건을 가지고 있다. 말레이시아의 과일은 생산량이 증가하지 않은 반면 채소 생산은 '12년을 제외하고 지속적으로 증가했다. 이는 인구 증가와 더불어 요리에 과일과 채소를 사용하는 경우가 증가했기 때문이다.

표 4. 말레이시아 과채 생산

(단위: 천 톤)

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014
과일 생산	1,602,668	1,641,872	1,623,531	1,658,332	1,544,718	1,621,975
채소 생산	623,457	871,630	937,733	878,975	1,434,200	1,452,846

\* 출처: 말레이시아 농업 및 농업 기반 산업부(Department of Agriculture & Agro Based Industry Malaysia)

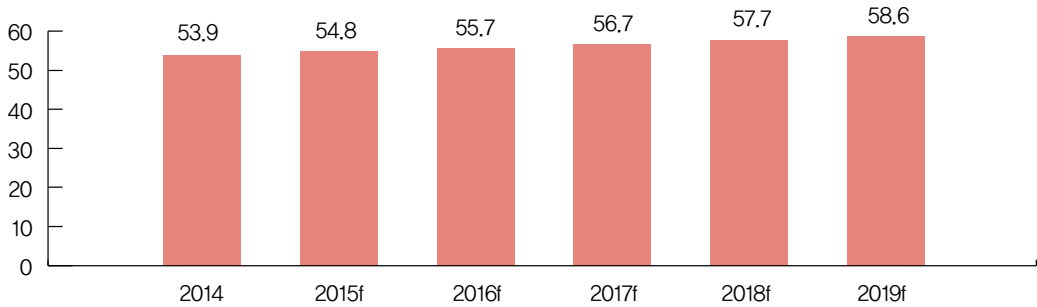
## 3) 육류

2014년 소고기 생산이 전년 대비 1.7% 성장했다. 앞으로도 계속 연간 1.7%씩 성장할 것으로 예상되며, 2014년 53,900톤 규모에서 2019년 58,600톤 규모로 성장할 것으로 예상된다. 이는 말레이시아 정부가 소고기 제품의 수입 의존도를 낮추고자 추진하는 유우육종목축업 증진 프로그램에 영향을 받은 것이다.

말레이시아는 인도네시아 섬인 술라웨시(Sulawesi)와의 협력을 통해, 목축에 사용할 대지 100만 헥타르를 확보해 놓은 상태이다. 그러나 이러한 말레이시아 정부의 노력에도 불구하고 말레이시아는 소고기 순 수입 국으로 알려졌다.

그림 1. 말레이시아 소고기 생산

구분	2014	2015f	2016f	2017f	2018f	2019f	비고
소고기 생산	53.9	54.8	55.7	56.7	57.7	58.6	천 톤
소고기 생산 증가율	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	%



\* 출처: BMI, 트레이드맵(TradeMap)

#### 4) 가금류

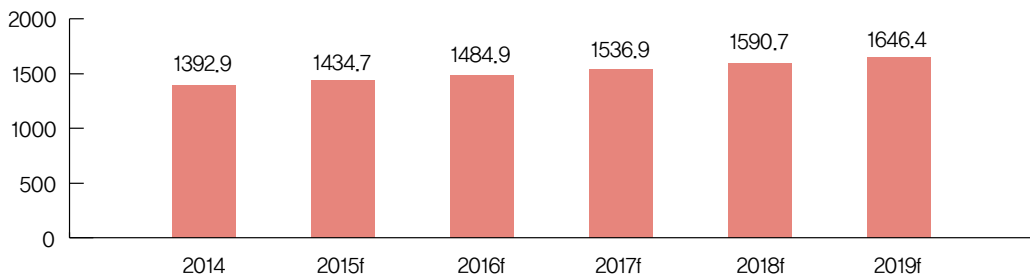
말레이시아에서 생산되는 가금류는 대부분 해외로 수출되고 있으며, 말레이시아는 가금류 부분의 순수 출국이다. 가금류 제품의 생산은 지난 10년 동안 매년 3.4% 성장하였다. 이러한 성장세를 고려하면, 2015년에는 143만 톤 규모, 2019년에는 160만 톤 규모로 성장할 것으로 예상된다.

그러나 연료 보조금이 감소하고 최저 임금이 오르면서 생산비가 증가해 이러한 성장세는 2015년에서 2019년 사이에 완만한 둔화를 보일 것으로 예상된다.

가금류 생산 분야의 성장세는 앞으로도 다른 가축 분야를 능가할 것으로 예상된다. 말레이시아 정부가 추진하는 제10차 말레이시아 경제 계획에 따르면 이 분야에 추가적인 투자가 이루어질 것으로 예상되며 이러한 추세가 이 분야의 성장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망된다.

그림 2. 말레이시아 가금류 생산

구분	2014	2015f	2016f	2017f	2018f	2019f	비고
가금류 생산	1,392.9	1,434.7	1,484.9	1,536.9	1,590.7	1,646.4	천 톤
가금류 생산 증가율	2.8	3.0	3.5	3.5	3.5	3.5	%



\* 출처: BMI, 트레이드맵(TradeMap)

### 3. 농식품 수출입현황

#### 가. 수입현황

'14년 말레이시아 농식품 수입 규모는 16,734백만 불로 전년 대비 1.4% 감소하였다.

이 중 농산물이 전체 수입 규모의 77.9%<sup>13,032백만 불</sup> 를 차지하였고, 수산물 2.3%<sup>382백만 불</sup>, 축산물 16.9%<sup>2,831백만 불</sup>, 임산물이 2.9%<sup>487백만 불</sup> 를 각각 차지하였다.

주요 특징을 보면 전년 대비 농산물의 수입은 감소하였으나 수산물, 축산물, 임산물은 소폭 증가하였음을 알 수 있다.

표 3. 말레이시아 농식품 수입규모

(단위: 백만 불, %)

품목	연도	2012	2013	2014	증감률('14/'13)
계		20,915.5	16,977	16,734.2	-1.43
농산물		17,081.1	13,648.0	13,032.7	-4.51
수산물		1,122.6	381.1	382.5	18.00
축산물		2,208.6	2,502.9	2,831.2	13.12
임산물		503.2	445.0	487.8	9.63

\* 출처: GTA Statistics

농산물 최대 수입국은 태국으로, 전체 수출액의 16.1%를 차지하고 연간 2,103백만 불 규모의 농산물을 수입하고 있으며, 인도네시아<sup>1,851백만 불</sup>, 아르헨티나<sup>1,237백만 불</sup>, 중국<sup>1,016백만 불</sup> 순으로 농산물을 수입하고 있다.

표 4. 말레이시아 농산물 수입현황

(단위: 백만 불, %)

국가명	수입액	점유율	주요 수입품목
태국	2,103.2	16.14	천연고무, 쌀, 팜커널, 맥아추출물, 카사바, 비알코올음료 등
인도네시아	1,851.2	14.20	팜유, 카카오, 식물성 지방, 담배, 파스타 등
아르헨티나	1,237.6	9.50	콩깻묵, 해바라기 씨/유, 굴, 와인 등
중국	1,016.6	7.80	마늘, 브로콜리, 감자, 굴, 당근, 양파, 샐러, 사과 등
베트남	814.0	6.25	천연고무, 쌀, 커피, 사료, 고추, 대두유, 과자 등

\* 출처: GTA Statistics

최대 축산물 수입국은 전체 수입액의 23.7%를 차지하는 뉴질랜드로 연간 671백만 불 규모의 축산물을 수입하고 있으며, 호주<sup>507백만 불</sup>, 인도<sup>457백만 불</sup>, 미국<sup>197백만 불</sup> 순으로 축산물을 수입하고 있다.

표 5. 말레이시아 축산물 수입현황

(단위: 백만 불, %)

국가명	수입액	점유율	주요 수입품목
뉴질랜드	671.9	23.73	우유, 버터, 카세인, 양고기, 소고기 등
호주	507.6	17.93	우유, 울, 양고기, 소고기, 치즈, 양내장 등
인도	457.0	16.14	소고기, 소내장, 난 알부민, 양고기, 양내장 등
미국	197.4	6.97	우유, 유장, 말 사체, 닭, 치즈, 파충류 껍질 등
태국	139.5	4.93	유아용 가공식품, 닭, 소내장, 꿀, 소고기 등

\* 출처: GTA Statistics

수산물 최대 수입국은 중국으로, 전체 수입액의 26.7%를 차지하고 연간 102백만 불 규모의 수산물을 수입하고 있으며, 태국60백만 불, 인도네시아52백만 불, 호주25백만 불, 베트남20백만 불 순으로 수산물을 수입하고 있다.

표 6. 말레이시아 수산물 수입현황

(단위: 백만 불, %)

국가명	수입액	점유율	주요 수입품목
중국	102.3	26.74	오징어, 정어리, 고등어, 가공 처리된 생선, 게 등
태국	60.5	15.81	건어물, 가공 처리된 생선, 참치, 정어리 등
인도네시아	52.2	13.64	생선살, 게, 오징어, 넙치, 정어리, 참치 등
호주	25.2	6.59	소금, 어유, 가리비, 랍스터, 오징어, 게 등
베트남	20.9	5.47	생선살, 오징어, 가리비, 어유, 연어, 참치 등

\* 출처 : GTA Statistics

수입 농산물을 살펴보면, 주로 태국, 인도네시아, 아르헨티나, 중국, 베트남 등 농산물 수출국에서 기초 식량, 기호식품과 주로 원료를 수입하였다. 이는 내부적으로 늘어나는 수요를 충족하기 위해 말레이시아 국내에서 가공해 판매하는 것임을 알 수 있다.

특히, 중국에서 저가의 마늘, 감자, 당근, 양파 등 채소류와 꿀, 사과 등 온대성 과일을 수입하여 가격이 비싼 한국의 농산물 및 과실류와 경쟁 관계에 있음을 알 수 있다.

축산물과 유제품은 호주, 뉴질랜드 등 낙농업이 대규모로 발달한 국가에서 주로 수입이 이루어졌다. 호주, 뉴질랜드는 이슬람 국가를 대상으로 할랄 인증을 받은 할랄 도축장이 많은 국가이다.

## 나. 수출현황

말레이시아 농식품 수출규모는 2012년 33,029백만 불에서 2014년 28,316백만 불로 14.3% 감소하였다. 농산물이 28,618백만 불에서 24,223백만 불로 15.4% 감소하였으며, 수산물이 857백만 불에서 338백만 불



로 60.6% 감소하였다. 축산물은 1,519백만 불에서 1,698백만 불로 11.8% 증가하였으며 임산물은 2,034백만 불에서 2,056백만 불로 1.1% 증가하였다.

'14년 말레이시아 농식품 수출규모는 전년 대비 0.3% 감소한 28,316백만 불로 이 중 농산물이 전체 수출 규모의 85.5% 28,316백만 불 을 차지하였고, 수산물 1.2% 338백만 불, 축산물 6% 1,698백만 불, 임산물이 7.3% 2,056백만 불 각각 차지하였다.

표 7. 말레이시아 수출규모

(단위: 백만 불, %)

품목	연도	2012	2013	2014	증감률('14/'13)
계		33,029.6	28,417.5	28,316	-0.36
농산물		28,618.8	24,577.9	24,223.3	-1.44
수산물		857.6	333.2	338.0	1.43
축산물		1,519.1	1,491.7	1,698.1	13.84
임산물		2,034.1	2,014.7	2,056.6	2.08

\* 출처: GTA Statistics

농산물 최대 수출국은 중국으로, 전체 수출액의 14.7%를 차지하고 연간 3,574백만 불 규모의 농산물을 수출하고 있으며, 인도 2,464백만 불, 싱가포르 1,878백만 불, 네덜란드 1,413백만 불 순으로 농산물을 수출하고 있다. 한국은 13위 510백만 불 수출국이다.

표 8. 말레이시아 농산물 수출현황

(단위: 백만 불, %)

국가명	수출액	점유율	주요 수출품목
중국	3,574.1	14.75	팜유, 천연고무, 식물성 지방유, 팜커널, 커피 등
인도	2,464.0	10.17	팜유, 팜커널, 식물성 지방유, 코코아 버터, 초콜릿 등
싱가포르	1,878.7	7.76	팜유, 코코아, 맥주, 비알코올음료, 담배, 커피 등
네덜란드	1,413.4	5.84	팜유, 팜커널, 식물성 지방유, 코코아 버터, 커피 등
미국	1,184.9	4.89	팜유, 팜커널, 코코아 버터, 코코아, 빵, 커피 등

\* 출처: GTA Statistics

축산물 최대 수출국은 싱가포르로 전체 수출액의 11.3%를 차지하고 연간 192백만 불 규모의 축산물을 수출하고 있으며, 인도네시아 144백만 불, 태국 119백만 불, 필리핀 105백만 불 순으로 축산물을 수출하고 있다. 한국은 38위 9백만 불 수출국이다.

**표 9. 말레이시아 축산물 수출현황**

(단위 : 백만 불, %)

국가명	수출액	점유율	주요 수출품목
싱가포르	192.1	11.31	맥아추출물, 우유, 유아용 식품 등
인도네시아	144.8	8.53	맥아추출물, 유아용 식품, 우유, 식용 지방, 닭고기 등
태국	119.0	7.01	맥아추출물, 식용 지방, 유아용 식품, 닭고기 등
필리핀	105.3	6.20	맥아추출물, 유아용 식품, 우유, 식용 지방 등
UAE	74.3	4.38	우유, 맥아추출물, 가금류 고기, 식용 지방 등

\* 출처: GTA Statistics

수산물 최대 수출국은 싱가포르로 전체 수출액의 22.8%를 차지하고 연간 77백만 불 규모의 수산물을 수출하고 있으며, 일본<sup>39</sup>백만 불, 베트남<sup>39</sup>백만 불, 홍콩<sup>35</sup>백만 불 순으로 수산물을 수출하고 있다. 한국은 10위 9.9백만 불 수출국이다.

**표 10. 말레이시아 수산물 수출현황**

(단위: 백만 불, %)

국가명	수출액	점유율	주요 수출품목
싱가포르	77.1	22.80	랍스타, 가공·처리된 생선, 활어, 정어리, 오징어 등
일본	39.4	11.67	냉동 어육, 오징어, 가공·처리된 생선, 참치, 문어 등
베트남	39.3	11.63	오징어, 게, 참치, 랍스타, 연어, 가리비, 문어 등
홍콩	35.7	10.55	활어, 정어리, 오징어, 냉동 어육, 소금, 어간유 등
호주	30.3	8.96	냉동 어육, 문어, 오징어, 정어리, 게, 연어 등

\* 출처: GTA Statistics

## 4. 식품 소비동향

### 가. 식품 소비규모

말레이시아의 총 식품 소비 규모는 2014년 기준 161억 달러로 전년 대비 1.2% 감소하였다. '15년 또한 세계 경기 둔화와 말레이시아 화폐 평가절하로 인해 다소 감소할 것으로 예상되나 가계 소득이 높아지고 구매력이 향상하면서 '16년부터 '19년까지 지속적으로 성장할 것으로 예상된다. 할랄 인증 식품의 소비량은 2012년 129억 달러USD 규모에서 매년 1.18%씩 성장해 2019년 140억 달러USD 규모를 기록할 것으로 전망된다.

말레이시아 국민의 소득 수준이 높아지면서 이들의 구매력이 지속적으로 향상해 다양한 할랄 식품을

찾는 소비자가 많아지고 있다. 말레이시아 정부와 정부기관들이 할랄 산업단지 등 말레이시아 할랄 산업을 발전시키기 위해 노력하고 있어서 이 또한 식품 수요 증가에 긍정적인 요소로 작용할 전망이다.

(단위: 10억 USD)

구분	2012	2013	2014	2015 예측	2016 예측	2017 예측	2018 예측	2019 예측
총 식품 판매액	16.1	16.3	16.1	14.7	15.3	15.9	16.7	17.5
비할랄 인증 식품 판매액	3.2	3.3	3.2	2.9	3.1	3.2	3.3	3.5
할랄 인증 식품 판매액	12.9	13.0	12.9	11.8	12.2	12.7	13.4	14.0

\*출처: BMI, 말레이시아 통계청

## 나. 식품 소비 및 문화적 패턴

식품 소비와 문화가 쌀 위주의 주식에서 육류, 유제품, 밀 기반 제품, 과일, 채소 등 다양하고 건강한 식품으로 조금씩 이동하고 있다. 아래에서 현재 말레이시아를 주도하고 있는 식품 소비 및 문화적 패턴에 대해 설명한다.

### 1) 육류소비

닭고기, 수산물, 양고기는 민족과 종교에 관계없이 널리 소비된다. 닭고기는 말레이시아에서 가장 인기 있는 육류로 모든 민족이 고르게 소비한다. 말레이시아 각 민족 음식에는 항상 닭고기 요리가 포함되어 있어 다른 민족들도 즐길 수 있다. 예를 들어 말레이시아의 국민음식인 “나시르막”에는 보통 소고기를 사용하지만 닭고기를 넣은 버전도 존재한다.

말레이계는 돼지고기를 먹지 않지만 중국계 사이에서는 인기가 높다. 소고기는 말레이계, 중국계 **비불교인**, 인도계 **비힌두교인** 가 소비한다.

### 2) 미각적 취향

말레이계와 인도계는 맵고 여러 가지 향신료가 많이 들어간 음식을 선호한다. 대부분의 음식은 코코넛 밀크, 커리 잎, 레몬그라스, 향신료를 사용해 조리한다.

반면에 중국계는 덜 매운 음식을 선호하며 중국 향신채를 사용한 음식을 즐겨 먹는다. 많은 중국인들은 보통 국수와 수프류를 선호한다. 하지만 말레이시아인들은 일반적으로 자기 민족 음식 외에도 다른 민족의 음식들에 익숙해져 있다. 이들은 다른 민족의 전통 음식을 즐겨 먹으며, 말레이시아 음식은 종종 다문화사회의 통일성을 만들어내는 역할을 한다.

### 3) 식사횟수

말레이시아인들은 하루에 4회에 걸쳐 나누어 소비한다. 아침, 점심, 간식, 저녁. 점심과 저녁상에는 기본적으로 밥이 올라가고 야채와 고기류 반찬이 딸려 나온다. 대부분의 식사는 적당한 양만 섭취한다.

활동적인 라이프스타일을 가진 젊은 말레이시아인들은 빠르고 간편한 식사 또는 외식을 선호한다. 이로 인해 포장식품과 선조리식품의 수요가 증가했다. 반면 연령대가 있고 생활이 덜 바쁜 사람들은 외식보다는 집에서 요리해 먹는 것을 선호한다. 요리 종류는 대부분 지역의 전통 음식이다.

말레이시아의 식사 시간은 바쁜 생활양식과 근로자들의 일정을 반영하며, 식사시간은 보통 근무시간에 맞게 조정되어 아침은 오전 6~9시, 점심은 12~2시, 저녁은 오후 6~10시 사이에 먹는다. 말레이시아의 무슬림들은 라마단 기간 금식 기간 중에 한 달 동안 해가 떠 있는 시간에는 식음료를 섭취하지 않으며, 일출 전과 일출 후에 하루 두 차례만 식사를 한다.

### 4) 식문화

말레이시아의 음식은 인구의 대부분을 차지하고 있는 말레이계, 중국계, 인도계 등의 민족 문화를 반영하고 있다. 거의 모든 말레이시아 도시와 지역에서 행상, 시장, 커피숍, 노점, 연회장, 배달업체 등이 말레이시아, 중국, 인도 요리를 판매한다. 쇼핑몰에 위치한 카페와 레스토랑 등 중간 가격대의 음식도 존재하며, 고소득층을 위한 고급 음식점은 대부분 도시 지역에 위치하고 있다.

근로자들의 외식 빈도는 점심, 아침, 저녁 순으로 많다. 저녁은 가장 중요한 식사로 대부분의 말레이시아인들이 집에서 먹는 것을 선호하는데, 직장과 학교에서 돌아온 가족들이 함께 모일 수 있는 시간이기 때문이다. 말레이시아의 모든 민족들은 가족의 유대를 중시하고 식사가 이러한 유대감을 형성하는 데 중요하다고 생각하기 때문에, 저녁식사의 역할이 특히 중요하다.

말레이시아 가정에서는 신선한 제품과 재료들을 사용해 음식을 만드는 경향이 있다. 말레이시아 요리는 향신료들을 즐겨 사용한다. 향신료로 커리 가루, 큐민 가루, 여러 가지 허브, 후추 등을 사용한다. 최근에는 요리 시간을 상당히 줄여주는 미리 포장된 허브, 향신료, 소스의 사용이 늘고 있다.

점점 더 많은 핵가족들이 저녁을 먹을 때 미리 포장된 허브와 향신료는 물론 미리 포장된 식사나 즉석 섭취가 가능한 제품들을 사용한다. 바쁘게 살아가는 도시지역 인구의 경우 가족을 위해 요리에 많은 시간과 노력을 들이기가 어렵기 때문이다. 말레이시아인들의 생활이 점점 더 분주해짐에 따라 편리한 수단을 통해 음식과 식사를 얻는 것이 필수적이다. 말레이시아 소매점에서 포장음식과 즉석 섭취가 가능한 제품들을 쉽게 찾아볼 수 있으며, 사용이 간편하도록 포장에 담긴 채로 조리할 수 있거나 편리한 파우치에 담겨 판매된다.

#### 가) 말레이계 전통음식

인디카종의 쌀찰기가 없어 부슬부슬한 쌀을 사용하여 만든 밥 나시(Nasi)를 주식으로 하며, 보통 향신료 코코넛 밀크, 계피, 후추 등을 넣어 만들고 흔히 사용되는 양념소스로 삼발(Sambal)이 있다.



#### 나시르막 Nasi Lemak

말레이시아 국민이 가장 좋아하는 음식으로, 볶음밥에 튀긴 멸치, 오이, 팥콩과 삼발 양념을 넣고 바나나 잎에 싸서 먹는 전통음식



#### 나시고랭 Nasi Goreng

쌀밥 Nasi 을 삼발 Sambal 소스로 맛을 내어 볶아 계란 후라이를 얹은 매콤한 볶음밥



#### 사티 Satay

닭고기, 쇠고기, 양고기를 잘게 썰어 양념에 재운 뒤 대나무 꼬챙이에 꽂아 구워 주로 팥콩소스, 오이, 양파와 함께 내는 음식

### 나) 중국계 전통음식

딤섬과 마파두부 등 중국 본토의 기본요리에 다양한 식문화에서 파생된 재료들을 섞어서 만든 퓨전요리가 발달하였다.



#### 바쿠테

우리나라의 삼계탕과 비슷한 음식으로, 돼지갈비, 말린 버섯 등을 한방약재와 함께 우려낸 수프



#### 치킨라이스

닭 육수로 밥을 짓고, 굽거나 튀긴 닭을 얹어 소스에 비벼 먹는 대중적인 중국식 퓨전 음식



#### 용타우푸

맑고 시원한 국물에 각종 채소와 어묵, 두부가 어우러진 대중적인 웰빙 음식

## 다) 인도계 전통음식

인도인 중에는 힌두교도가 많아 소고기를 금지하고 채소를 활용한 요리가 많으며, 일반 레스토랑에서도 채식주의자Vegetarian 메뉴가 증가 추세이다.

## 5) 외식문화

점점 분주해지는 일상과 높아지는 가처분소득으로 인해 도시 지역 거주자들은 집에서 요리하는 대신 외식을 선택하고 있다.

노점과 시장 상인들이 저렴한 식사를 즉석에서 판매하기 때문에 외식이 더욱 쉬워졌다. 말레이시아의 거의 모든 길거리에서 찾아볼 수 있는 ‘마막노천음식점’과 노점들은 가격이 저렴하다. 이러한 점포들이 대부분 365일 24시간 운영된다는 것도 외식을 하는 중요한 이유다.

대부분의 소비자들은 값비싼 풀 서비스 레스토랑이나 고급 음식점보다 ‘마막’, 노점, 패스트푸드점, 커피숍 등 격식을 차리지 않는 자리를 더 선호한다. 중·고가 식당을 찾는 것은 보통 생일, 결혼식, 기념일, 축제, 회식 등과 같은 특별한 경우다. 대부분의 가정은 최소 매주 1회 이상 외식을 즐긴다.

## 6) 카페문화

카페 문화는 지난 10년 동안 급성장하여 수도인 쿠알라룸푸르를 비롯한 도시 지역의 주류 문화로 자리 잡았다. 부유한 소비자, 외국인, 관광객 등은 카페를 찾아 많은 비용을 지불한다. 현대식 카페는 편안한 환경을 제공할 뿐만 아니라 인터넷 서비스와 기타 시설을 제공하기에 종종 비공식적인 사업상의 회의나 사교 모임 장소로도 이용된다. 하지만 비도시지역, 특히 쿠알라룸푸르를 벗어난 지역에서는 카페 문화가 전무하다시피 하다. 현대식 카페를 찾는 소비자들이 많지 않고, 소도시 지역 소비자들은 좀 더 저렴한 커피숍이나 동네 카페를 찾는 편이다.

최근 말레이시아 카페 문화의 주류인 스타벅스Starbucks, 커피빈Coffee Bean and Tea Leaf, 돔 카페Dome Café 외에도 수많은 고급 카페들이 등장하고 있다. 쿠알라룸푸르의 파빌리온Pavilion 과 가든스 미드밸리 시티 Gardens Mid Valley City 에서 최고급 차를 판매하는 유명 브랜드인 TWG 티 부티크TWG Tea Boutique 도 있다. 높은 가격에도 불구하고 부유하고 세련된 말레이시아 소비자 다수가 그곳을 찾고 있다.

## 7) 마막문화

말레이시아에서 “마막Mamak”은 보통 음식점을 소유, 운영하는 타밀계 무슬림들을 뜻하는 용어이다. 마막 업주들은 보통 도로변의 노점에서 음식을 판매한다. 지역주민과 관광객들의 높은 수요로 인해 많은 마막 업주들이 자신의 노점을 비스트로나 카페 형태의 점포로 바꾸고 있다.

민족, 종교, 연령에 관계없이 모든 사람들이 친구나 가족과 함께 식사를 즐기기 위해 ‘마막’을 찾으며, 말레이시아 최고의 인기 음료인 테 타릭Teh Tarik 과 로티 차나이Roti Canai, 유명한 마막 음식을 즐기며 동료들

과 함께 대형 TV로 축구 경기를 관전하는 경우도 많다.

외식산업은 매우 경쟁이 치열하며 많은 업체들은 차별화를 꾀하고 신규 고객을 유치하며 기존 고객을 유지하기 위해 경쟁을 펼치고 있다. '마막'은 보통 24시간 운영된다. 시간에 구애 받지 않고 밖에 나가 음식을 먹을 수 있는 것은 '마막'의 큰 장점인데, 이들이 아침식사부터 저녁식사까지 매우 다양한 식음료를 제공한다.

말레이시아 소비자들의 다양한 수요로 '마막'은 신도시에 공격적으로 매장을 확대하고 있다. 일부 마막 매장에서는 라면, 김치 볶음면 등과 같은 한국 음식도 판매하고 있다.

마막은 말레이시아에 제품을 소개하고자 하는 해외 식품 제조업체들에게 기회가 되는데, 말레이시아 사람들이 가장 많이 찾고 가장 흔한 형태의 식당이 '마막'이기에 그렇다.

## 8) 식생활의 변화

### 가) 가구당 월평균 식품 소비

말레이시아 가구는 2014년 식비로 월평균 158 달러를 소비했다. 이 중 가장 큰 지출 항목은 생선과 해산물로 총 식비 지출액의 24%를 차지했다. 그다음으로 큰 지출을 보인 식비 항목은 육류<sup>16%</sup>, 빵과 시리얼<sup>14%</sup>이다.

표 11. 2014년 월평균 가구당 식비 지출액 인종 그룹별 분류

음식	말레이인	중국인	인도인
생선과 해산물	24%	23%	24%
육류	16%	17%	13%
빵과 시리얼	15%	13%	13%
채소	12%	14%	15%
우유, 치즈 및 달걀	9%	8%	10%
쌀	7%	6%	6%
과일	6%	8%	6%
식품	6%	6%	7%
설탕, 잼, 꿀, 초콜릿 및 과자	4%	3%	3%
기름과 지방	3%	3%	3%

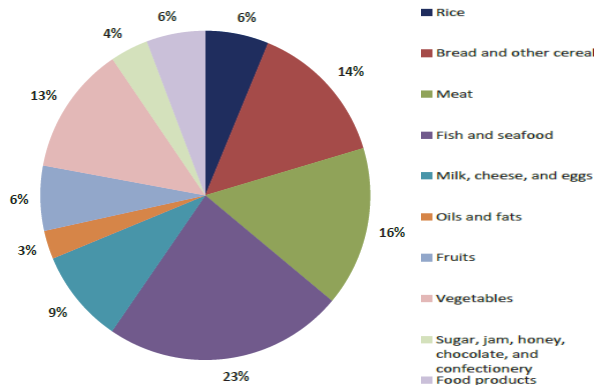
\* 출처: 말레이시아 통계청

위 표를 통해 알 수 있는 바와 같이 위 3가지 인종을 통틀어 생선과 해산물이 가장 큰 지출액을 차지했다. 한 가지 확실한 차이를 보이는 항목은 말레이시아에 사는 인도인 가구는 말레이인과 중국인 가구에 비해 육류 소비가 적다는 것이다. 대신 이들 인도인 가구는 채소 구매<sup>인도인들이 주로 소비하는 채소는 가지, 오クラ, 양배추, 갓근동부, 렌즈콩 등이다.</sup>에 더 큰 지출을 하고 있다. 중국인 가구는 육류와 과일에 지출이 크지만, 말레이인 가구는 빵과 기타 시리얼에 큰 지출을 보인다.

### 나) 도시 및 지방의 가구당 월평균 식품 소비

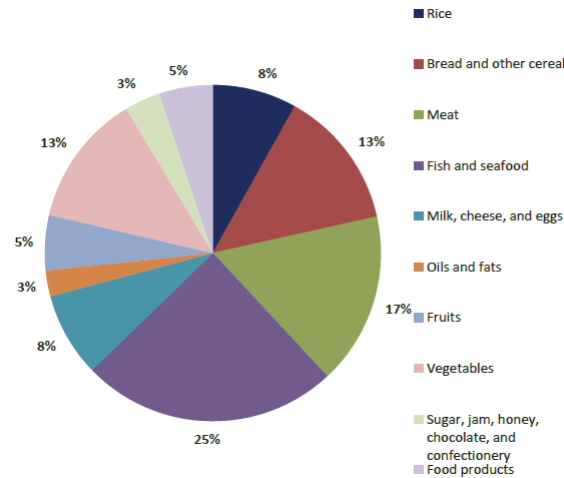
도시와 지방 지역의 음식에 대한 가계 소비 지출액을 비교하면, 지방에 거주하는 가구는 151달러를 음식 소비에 사용하지만, 도시 가구는 이들보다 10달러를 더 지출하는 것으로 나타났다. 지방 지역 가구들은 쌀 소비에 지출하는 액수가 작았으며, 빵과 시리얼에 대한 지출액이 크게 나타났다.

그림 3. 2014년 도시 및 지방의 월평균 가구당 식비 지출액



〈도시〉

지방과 비교해 도시 지역 가구들은 낙농 제품과 과자류 소비가 지방에 거주하는 가구보다 더 큰 편이다. 지방에 거주하는 가구들은 해산물, 육류 및 쌀 소비가 약간 더 높게 나타났고 그 이유는 지방에 거주하는 사람들이 가정에서 요리할 수 있는 시간적 여유가 더 많기 때문이다. 반면, 도시에 거주하는 소비자들은 지방에 거주하는 소비자들보다 가공식품 소비가 더 높게 나타났다.



〈농촌〉

\* 출처: 말레이시아 통계청



## 9) 소비 트렌드

말레이시아는 생활 수준과 교육 수준이 높아짐에 따라 소비자들의 장보기 방식과 식생활이 변하고 있다. 젊은 소비자층은 브랜드를 중시하고 수입식품을 선호하며, 편의 식품포장, 및 가공식품 과 건강식품에 대한 수요가 증가하고 있다. 또한, 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 통한 식품 구매가 늘어나면서 냉장 및 냉동식품의 소비도 같이 증가하고 있다.

### 가) 문화의 일부분이 된 외식 & 패스트푸드 프랜차이즈의 성행

말레이시아인의 67%가 적어도 매주 한 번, 쿠알라룸푸르 거주자의 경우는 주당 평균 3~4회 외식을 할 정도로 말레이시아인들에게 외식은 하나의 식문화이자 사회생활의 일부로 자리 잡고 있다.

다문화·다인종 국가이자 화교 영향이 커 중국, 일본, 태국 등의 아시아 요리에 거부감이 적은 편으로, 외식시장의 ‘Full-Service Restaurant’ 분야에서 아시아 에스닉 Ethnic 레스토랑이 약 74%의 점유율로 가장 인기가 있다.

쇼핑몰 중심의 상권이 발달해 점포확장에 유리한 프랜차이즈 사업이 각광받고 있으며, 국가 정책적 지원까지 더해져 더욱 인기를 끌고 있다.

### 나) 주식은 쌀과 채소... 서구식으로 변화 중인 식습관

쌀은 1일 칼로리 섭취량의 1/3 정도를 공급하는 주식이지만 최근 밀과 축산물 위주의 서구식 식습관으로 변화가 일어나고 있으며, 특히 소고기와 닭, 오리 등 가금류의 섭취가 증가하고 있다.

표 12. 말레이시아의 식단

구분		내용
아침	Sarapan Pagi	- 쌀과 몇 가지 반찬을 곁들여 먹는 것이 일반적인 아침식사이며, 대표적인 말레이시아 아침 메뉴로 nasi lemak (Nasi Lemak) 이 있음 - 커피숍이나 길거리 노점에서 가볍게 해결하는 경우가 많음
점심	Makan tengahari	- 직장인들은 점심을 도시락으로 해결하는 경우가 많음 - 아침과 비슷한 식단에, 고기 요리를 추가하는 경우가 많음
저녁	Makan malam	- 점심과 비슷한 식단이나, 상대적으로 적은 양을 섭취함

## 10) 소비 특징

### 가) 디지털기기 활용으로 소비 트렌드에 민감

아세안 지역 중 소득 수준이 비교적 높은 편이고, 도시화가 빠르게 진행되면서 인터넷과 디지털기기의 활용을 통해 최신 소비 트렌드에 민감하게 반응하고, 외식과 여가 관련 고급 소비재 지출이 늘어나고 있다.

### 나) 유명 브랜드 제품 선호

고소득층은 자신들의 지위와 이미지 차별화를 위해 고가 브랜드 제품의 구매를 선호하고, 중산층 또한 가격에 대한 민감도가 비교적 낮고 이미지를 중시하기 때문에 유명 브랜드를 선호하며, 저소득층조차도 소득 수준에 비해서 고가 제품을 소비하려는 경향이 강하게 나타나고 있다.

특히 고소득층의 소비 성향은 한류 열풍과 연결되면서 한국 식품과 화장품에 대한 수요 급증을 불러일으켜 대부분의 중대형 슈퍼마켓에서 한국 식품을 쉽게 찾아볼 수 있다.

### 다) 인종에 따라 한류에 상반된 반응

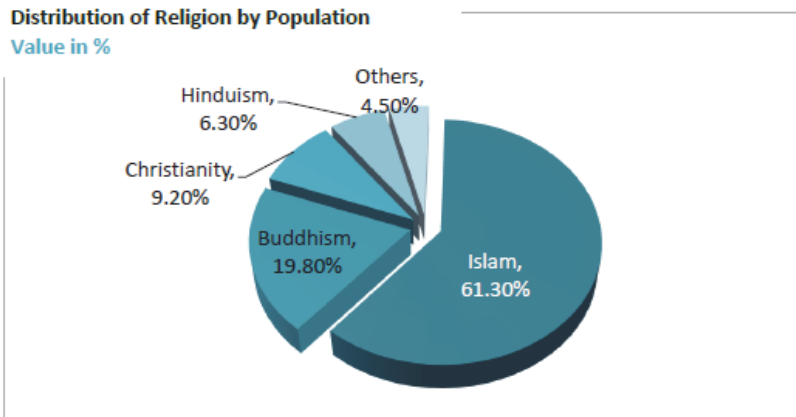
말레이시아는 다인종 국가로 한류에 대한 반응이 인종에 따라 다르게 나타난다.

한류에 관심	한류에 무관심
<p><b>말레이계 61%</b> 젊은 층에서 가장 열정적으로 한류에 관심을 기울이고 있음</p> <p><b>중국계 22%</b> 남녀노소 모두 보편적으로 한류에 대한 관심과 애정이 있음</p>	<p><b>인도계 9%</b> IT 업종이나 전문직에 종사하면서 미국 문화를 추종하는 세력, 전통적인 인도 문화 및 종교(힌두교)에 대한 동경으로 타문화에 관심이 없는 세력, 이 두 가지 세력으로 나뉘기 때문에 한류에 관심이 없음</p>

## 다. 종교별 식품 소비 특징

말레이시아 통계청이 시행한 2010 인구 주택 총 조사 결과를 기준으로 살펴보면 현재 말레이시아 인구의 종교별 분포는 이슬람교 61.3%, 불교 19.8%, 기독교 9.2%, 힌두교 6.3%, 기타 4.5%로 조사되었다. 그 내용은 아래와 같다.

### 1) 종교별 인구 분포



\* 출처: 말레이시아 통계청

말레이인은 대부분 무슬림으로 구성되어 있으며, 끌란탄(Kelantan: 무슬림 94.6%, 트렝가누(Terengganu: 무슬림 96.8%, 펠리스(Perlis: 무슬림 97.6%가 말레이시아에서 가장 많은 무슬림 인구가 사는 지역이다. 말레이시아 서부, 사바주(Sabah, 사라왁주(Sarawak의 인구 대비 무슬림 인구 비율을 비교한 것이다.

### 가) 말레이시아인 무슬림

말레이시아인은 말레이시아에서 가장 큰 인구 집단으로 전체 인구의 61%를 차지하는 까닭에 소비자 패턴과 마케팅 기회를 연구하려면 이 인종적 특성을 반드시 고려해야 한다. 말레이시아에서 말레이시아인들은 이슬람교와 연결되어 있으며 이는 그들의 민족적 정체성과 문화를 규정하는 중요한 부분이다.

말레이시아인들은 중국인 및 인도인들과 같은 땅에 거주하고 있지만 이들과는 다른 생활방식과 소비 형태를 보인다. 이러한 차이가 발생한 가장 큰 이유는 말레이시아인들의 생활방식을 규정하는 이슬람교의 영향이 크기 때문이다.

이슬람교 경전인 코란은 사회적, 경제적, 정치적, 도덕적, 영적 측면에서 무슬림의 삶에 지침을 제공한다. ‘르즈끼(Rezeki)’로 불리는 신이 주신 물질 혹은 일용할 양식이 무슬림의 경제적 운명을 결정짓는다. 이 ‘르즈끼(Rezeki)’가 말레이시아인 소비자들의 제품 품질, 효과성, 물질적 가치에 대한 개념의 토대가 된다.

이들 무슬림 소비자는 할랄 제품에 큰 관심을 보이며, 이는 무슬림 율법에 따라 필수적으로 요구되는 사항이다. 할랄은 처음에는 식품으로 시작되어 이제는 화장품, 금융 등과 같은 분야로 그 범주가 확대되고 있다. 아래 표는 무슬림 인구의 월평균 소득을 연도별로 나타낸 것이다.

월평균 소득 <sup>RM</sup>	2007년	2009년	2012년	2014년
말레이시아인	2,258 USD 519	2,531 USD 582	3,282 USD 755	4,214 USD 969

\* 출처: 말레이시아 통계청

표에서 알 수 있듯이 말레이시아인의 월평균 소득은 꾸준히 증가하였는데, 이는 말레이시아인들이 좀 더 높은 삶의 질을 추구하고 식품에 대한 구매력이 향상했음을 의미한다.



**나) 중국인** 불교, 기독교, 기타 종교

말레이시아에서 두 번째로 큰 인종 그룹은 중국인이다. 중국인들의 종교는 불교, 기독교, 기타 종교로 구성된다. 비록 이들 중국인은 중국 본토에서 유래하였지만, 그들의 조상과는 다른 그들 자신만의 문화를 형성하고 있다. 연구 결과에 따르면, 중국 문화에서 가장 영향력이 크고 존중되는 철학은 유교사상이다. 중국인들은 수천 년에 걸쳐 유교 사상을 따르고 있다.

연구 조사 결과에 따르면 중국인 인구는 대인 관계나 사회적 관계에서 체면을 중시한다. 중국인들에게 체면은 평판, 지위, 명성을 의미한다.

말레이시아의 3대 인종 그룹 중에서 중국인들이 가장 높은 소득 수준을 보인다. 소득 증가는 이들의 구매력을 증대시켰으며, 소비 액수가 커졌다.

아래 표는 중국인들의 월평균 소득을 나타낸 것이다.

월평균 소득 <sup>RM</sup>	2007년	2009년	2012년	2014년
중국계	3,452 USD 794	3,631 USD 835	4,643 USD 1,068	5,708 USD 1,312

\* 출처: 말레이시아 통계청



**다) 인도인** 힌두교, 기독교, 기타 종교

인도인들은 말레이시아에서 소수를 차지하는 인종 그룹으로, 전체 말레이시아 인구의 9%를 차지한다. 그러나 인도에서 일반적인 카스트 제도가 말레이시아 인도인들에게는 존재하지 않는다. 따라서 카스트 제도는 말레이시아 인도인들의 소비 행동과 무관하다.

인도인들의 종교는 대부분 힌두교다. 힌두교는 신성한 상태에 도달하기 위해 중용과 도덕적 가치를 강조한다. 따라서 이들 인도인의 소비 행위는 중용에 중점을 두고 있으며, 필요한 것만 구매하는 소비 형태를 보인다.

아래 표는 인도인들의 월평균 소득을 나타낸 것이다.

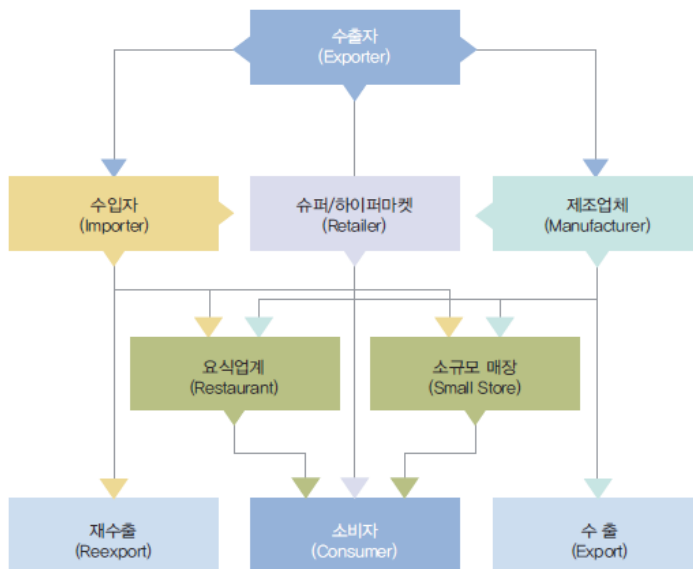
월평균 소득 <sup>RM</sup>	2007년	2009년	2012년	2014년
인도계	2,760 USD 635	2,836 USD 652	3,676 USD 845	4,627 USD 1,064

\* 출처: 말레이시아 통계청

## 5. 농식품 유통현황 및 동향

### 가. 식품 유통구조

#### 1) 식품 유통구조

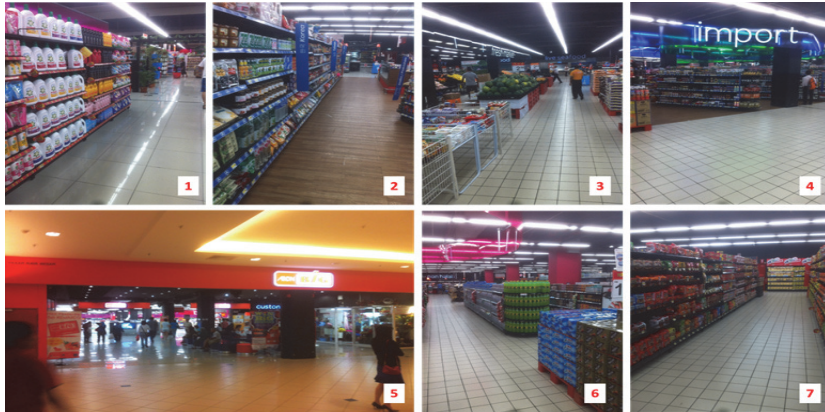


가) 현대식 유통채널이 전체 식품매출의 43%, 전통적 유통채널이 56% 점유

전체 식품매출 비중은 일반적인 전문 상점, 작은 규모의 슈퍼, 재래시장 등의 전통유통채널이 56%, 하이퍼마켓과 백화점, 대형 슈퍼마켓 등이 43%, 편의점과 주유소 매점 등이 1%를 차지하고 있다<sup>USDA Gain Report</sup>. 현대식 유통채널은 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점 순이다.

소득 수준이 증가하고 생활 방식이 도시화함에 따라 중상 소득층이 거주하는 대도시, 지방 주요도시 거점에서는 현대적 유통채널의 확대·개설이 증가하는 추세이나, 지방 중소도시와 중산층 이하 소비자들이 거주하는 지역에서는 전통적 유통채널을 통한 식품 유통이 큰 비중을 차지한다.

그림 4. 말레이시아의 슈퍼마켓

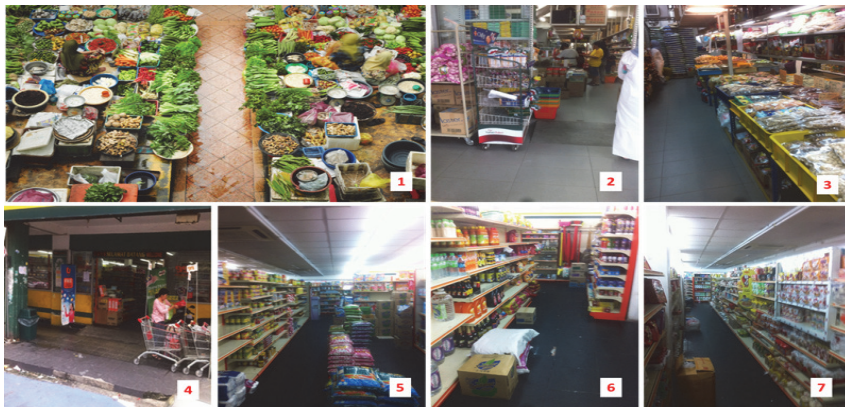


\* 자료: Ipsos

나) 전통적 유통채널 전통 재래시장, 가족운영 소규모 점포 등을 말한다, 대도시 외곽과 지방 중소도시에 집중  
 대도시 외곽 지역, 지방 중소도시에 집중된 소규모 점포와 재래시장 내 식품 매대 등은 대부분 가족 단위 중심으로 운영되며, 말레이시아 전체 식품 소매 시장에서 가장 많은 수를 차지하고 있다. 가격에 민감하고, 매일 매일 작은 단위의 식료품을 구매해야 하는 인근 지역 주부들이 주요 고객층이다.

말레이시아 정부에서는 'Small Retailers Transformation Program TUKAR'이라는 정책을 통해 '20년까지 5,000개 수준의 소규모 점포 시설 현대화를 지원할 계획이다.

그림 5. 말레이시아의 전통시장



\* 전통 청과시장: 전통 잡화점, 말레이시아 미니마켓 / 자료: Ipsos

다) 편의점은 프랜차이즈 형태가 대부분

편의점과 주유소 내 편의점 등은 주로 North-South Highway를 중심으로 대도시, 큰 주거단지 등에 자리하고 있으며, 직원교육, 제품공급 등을 함께하는 프랜차이즈 형태로 운영되는 경우가 대부분이다.

## 2) 주요 유통매장의 특징 및 입점조건

'13 USDA GAIN REPORT에 의하면 말레이시아는 전체 식품매출액에 43%의 현대식 유통채널이 차지하고 있으며 급속도로 도시화(13년 74%, '18년 78%(예상), \*출처 Euromonitor)가 진행되면서 현대식 유통채널의 점유율은 점차 늘어날 것으로 예상되고 있다.

주요 대형 유통매장은 콜드스토리지, 자이언트, 이온, 이온빅, 더스토어, 테스코 등이 있으며 미니마트는 세븐일레븐만이 전국적인 유통망을 보유하고 있다.

라면, 과자, 음료, 소스, 김치, 과일 등 대부분의 한국식품은 대형 유통매장에 입점 되어 있으나, 세븐일레븐은 일부 한국식품만이 입점 되고 있으며, 간편 포장식품이 주를 이루고 있다.

대형 유통매장이나 미니마트 입점 시 주요 특징은 모두가 할랄식품 입점을 선호하고 있으며, 특히 세븐일레븐의 경우 할랄식품만 입점을 허용하고 있다. 다수의 대형 유통매장 또한 할랄코너와 논할랄코너를 분리하여 운영하고 있어 할랄식품의 경우 더 좋은 위치에 진열 판매가 가능하다.

수입벤더가 대형마트나 미니마트에 입점하는 방식은 위탁 판매방식과 유통업체에서 직접 매입하여 판매하는 두 가지 방식이 있다. 위탁판매 방식과 직접 매입 시에는 반품조건에 차이가 있으며, 입점비 등은 품목 특성 및 수입 벤더의 공급 능력에 따른 차이도 있는 것으로 파악되었다.

수입벤더가 판촉전을 하기 위한 장소를 확보하기 위해서는 1~3개월 전에 신청을 하여 승인을 얻어야 한다. 아래에는 대형마트 및 미니마트별로 입점조건에 대해 세부적으로 파악하여 제시하였다.

### 가) 대형 유통매장

매 장 명	매 장 수	특 징	주 고객층
GCH 계열 	Cold Storage Supermarket 19개점	고가 수입식품 다수 취급	중산층 이상 외국인
	Giant Hypermarket 126개점	Best Value for money 저가상품 위주 취급 Nation-Wide 위치	전 계층

• 입점 및 등록절차	- 신청서 제출 <b>샘플포함</b> - 심사 - 승인 <b>1개월 소요</b> 추가 마케팅 계획과 전략 제출
- 입점품목	- 라면, 과자, 음료, 김, 소스, 쌀, 주류, 아이스크림, 김치, 냉장 냉동 제품 등
- 입점비	- 품목당 RM 10,000 <b>274만원</b> - 추가 광고 및 마케팅 예산 지원 브로셔 등록비 품목당 RM 100 <b>2만7천원</b> 벤더정보 관리비 RM 1000 <b>27만원</b>
- 등록비	- 없음
- 판매수수료여부	- 판매 금액의 20~30% 마진 <b>품목별 상이</b>
- 반품조건	- <b>위탁</b> 판매가 안될 경우 전부 입점자 부담 - 유통업체 매입 시에도 반품을 요구 <b>품목 및 협상에 따라 상이</b>
- 대금결제조건	- 계산서 발행 후 60일
• 판촉	• 대형 판촉의 경우 통상 3~6개월 전 신청 • 소규모 판촉의 경우 최소 1개월 전 신청
- 입차비, 전기세 등 소요비용	• 자이언트 : 우편물 광고비 RM 10,000 <b>274만원</b> • 콜드스토리지 : 우편물 광고비 RM 5,000 <b>137만원</b> 이상 • 판촉행사매장에 따라 RM20,000 <b>548만원</b> ~ 60,000 <b>1,644만원</b> 2주
• 할랄식품입점시	• 할랄식품 입점 선호, 더 좋은 자리 제공

매 장 명	매 장 수	특 징	주 고객층
AEON 	AEON Department Store 33개점 <b>별도 식품매장 포함</b>	Local Premium Brand 수입식품 다수 취급 Major City 위치	중산층 이상

• 입점 및 등록절차	- 신청서 제출 <b>샘플포함</b> - 심사 - 승인 <b>1개월 소요</b> 추가 마케팅 계획과 전략 제출
- 입점품목	- 라면, 과자, 음료, 김, 소스, 쌀, 주류, 아이스크림, 김치, 냉장 냉동 제품 등
- 입점비	- 품목당 RM 10,000 <b>274만원</b> 이상 - 품목별 상이하며, 협의 가능
- 등록비	- 없음
- 판매수수료여부	- 판매 금액의 20~30% 마진 <b>품목별 상이</b>
- 반품조건	- <b>위탁</b> 판매가 안될 경우 전부 입점자 부담 - 유통업체 매입 시에도 반품을 요구 <b>품목 및 협상에 따라 상이</b>
- 대금결제조건	- 계산서 발행 후 60일
• 판촉 및 신청절차	• 대형 판촉의 경우 통상 3~6개월 전 신청 • 소규모 판촉의 경우 최소 1개월 전 신청
- 입차비, 전기세 등 소요비용	• 곤돌라 엔드 매대 : 점포당 RM 1,000 <b>27만원</b> 2주 • 박스 매대 : 점포당 RM 1,500 <b>41만원</b> 2주 • 판촉행사매장에 따라 RM20,000 <b>548만원</b> ~ 50,000 <b>1,370만원</b> 2주
• 할랄식품입점시 특이사항	• 할랄식품 입점 선호, 더 좋은 자리 제공



매장명	매장수	특징	주 고객층
AEON BIG 	AEON BIG Hypermarket 29개점 '12년 Carrefour 인수 후 매장명 변경 운영	Local Premium Brand 수입식품 다수 취급 Major City 위치	중산층 이상

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 및 등록절차</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신청서 제출 <b>샘플포함</b> - 심사 - 승인 <b>1개월 소요</b></li> <li>추가 마케팅 계획과 전략 제공</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점품목</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 라면, 음료, 과자, 소스, 주류, 김치 등</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목당 RM 500 <b>13만원*</b> 점포 수</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 없음</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 판매수수료여부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 판매 금액의 최소 16% 마진 요구</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 반품조건</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 위탁 판매가 안될 경우 전부 입점자 부담</li> <li>- 유통업체 매입 시에도 반품을 요구 <b>품목 및 협상에 따라 상이</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대금결제조건</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 계산서 발행 후 60일</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 판촉 및 신청절차</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대형 판촉의 경우 통상 3~6개월 전 신청</li> <li>• 소규모 판촉의 경우 최소 1개월 전 신청</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 입차비, 전기세 등 소요비용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 곤돌라 엔드 매대 : 판매액의 6.5% 수수료</li> <li>• 우편물 홍보 품목 : 판매액의 6.5% 수수료</li> <li>• 판촉행사매장에 따라 RM10,000 <b>274만원 ~ 30,000</b> <b>822만원 2주</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 할랄식품 입점시 특이사항</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 할랄식품 입점 선호, 더 좋은 자리 제공</li> </ul>


매장명	매장수	특징	주 고객층
TESCO 	TESCO Hypermarket 54개점 +Express 3 개점	제품 가격경쟁력 중시 대단위 포장 제품 판매 <b>창고형 매장보유</b> Major City 위치	전 계층

• 입점 및 등록절차	• 신청서 제출 <b>샘플포함</b> - 심사 - 승인 <b>1개월 소요</b> 추가 마케팅 계획과 전략 제공
- 입점품목	- 라면, 음료, 과자, 주류 등 <b>*김치 미등록</b>
- 입점비	- 품목당 RM 500 <b>13만원*</b> 점포 수
- 등록비	- 없음
- 판매수수료여부	- 판매 금액의 20~30% 마진 <b>품목별 상이</b>
- 반품조건	- 위탁 판매가 안될 경우 전부 입점자 부담 - 유통업체 매입 시에도 반품을 요구 <b>품목 및 협상에 따라 상이</b>
- 대금결제조건	- 계산서 발행 후 75일
• 판촉 및 신청절차	• 대형 판촉의 경우 통상 3~6개월 전 신청 • 소규모 판촉의 경우 최소 1개월 전 신청
- 임차비, 전기세 등 소요비용	• 우편물 광고, 곤돌라 엔드 매대, 박스 매대 패키지 <b>2주</b> : RM 5,000 <b>1,370만원</b> 이상 • 전체 판매액의 11% 수수료
• 할랄식품입점시 특이사항	• 할랄식품 입점 선호, 더 좋은 자리 제공

매 장 명	매 장 수	특 징	주 고객층
<p>The Store</p> 	The Store Department Store 48개점	백화점 내 식품매장 운영 로컬식품 브랜드 위주 가격 경쟁력 중시 Nation-Wide 위치	중하층

• 입점 및 등록절차	• 신청서 제출 <b>샘플포함</b> - 심사 - 승인 <b>1개월 소요</b> 추가 마케팅 계획과 전략 제공
- 입점품목	- 라면, 과자, 김, 소스 등
- 입점비	- 품목당 RM3,000 <b>33만원</b>
- 등록비	- 상동
- 판매수수료여부	- 판매금액의 20~30% 마진 <b>품목별 상이</b>
- 반품조건	- 위탁 판매가 안될 경우 전부 입점자 부담 - 유통업체 매입 시에도 반품을 요구 <b>품목 및 협상에 따라 상이</b>
- 대금결제조건	- 계산서 발행 후 90일
• 판촉 및 신청절차	• 대형 판촉의 경우 통상 3~6개월 전 신청 • 로드쇼나 월간판촉의 경우 최소 1개월 전 신청
- 임차비, 전기세 등 소요비용	• 판촉행사 매장에 따라 RM 10,000 <b>274만원</b> ~ 20,000 <b>548만원</b> 2주
• 할랄식품 입점시 특이사항	• 할랄식품 입점 선호

## 나) 미니마트

매 장 명	매 장 수	특 징	주 고객층
7-Eleven 	7-Eleven 1,595개점	편의점 형태 Nation-Wide 위치	전 계층

• 입점및등록절차	• 신청서 제출 <b>샘플포함</b> - 심사 - 승인 <b>2개월 소요</b> 추가 마케팅 계획과 전략 제공
- 입점품목	- 라면
- 입점비	- 품목당 당 RM 30,000 <b>831만원</b>
- 등록비	- 없음
- 판매수수료여부	- 판매금액의 최소 20% 마진 요구
- 반품조건	- 판매가 안될 경우 전부 입점자 부담 - 유통업체 매입 시에도 반품을 요구 <b>품목 및 협상에 따라 상이</b>
- 대금결제조건	- 계산서 발행 후 60일
• 관측 및 신청절차	• 최소 1개월 전 신청
- 입차비, 전기세 등 소요비용	• 곤돌라 엔드 매대 : 품목당 RM5,000 <b>137만원</b> • 계산대 옆 매대 : 품목당 RM8,000 <b>219만원</b>
• 할랄식품입점시 특이사항	• 할랄제품만 입점 가능

## 다) 주요 유통매장 지역별 분포현황

- 특징 : 대형마트 355개 점포 중 45.6%가 쿠알라룸푸르와 인근도시에 위치해 있으며 조호바루 12.3% 등 대도시에 집중되어 있다.

전체	쿠알라룸푸르 및 인근도시	조호바루	빠락	사라왁	사바	기타
355점포	162	44	28	7	33	75
100%	45.6	12.3	7.8	1.9	9.2	21.1

유통업체 현황			지역별 분포	
업체명	종류	점포 수	지역명	점포 수
Giant	하이퍼마켓	126	슬랑고르	47
			조호	16
			끄란판	1
			믈라카	4
			느그리슴빌란	8
			빠항	2
			빠락	6
			빨라우 빼낭	4
			뜨랭가누	3
			쿠알라룸푸르	12
			라부안	1
			사바	16
			사라왁	6
			Cold Storage	슈퍼마켓
쿠알라룸푸르	6			
조호	1			
빨라우 빼낭	2			
사라왁	1			
AEON BIG	하이퍼마켓	28	조호	4
			끄다	1
			느그리슴빌란	1
			빠항	1
			빨라우 빼낭	3
			슬랑고르	10
			쿠알라룸푸르	7
			뿌뜨라자야	1

유통업체 현황			지역별 분포	
AEON STORE	슈퍼마켓	29	쿠알라룸푸르	6
			슬랑고르	9
			조호	5
			삐락	4
			믈라까	2
			쁠라우 삐낭	2
			느그리슴빌란	1
MaxValue	미니마켓	4	쿠알라룸푸르	1
			슬랑고르	3
THE STORE	슈퍼마켓	48	쿠알라룸푸르	4
			슬랑고르	6
			느그리슴빌란	5
			믈라까	1
			조호	9
			쁘르리스	1
			삐락	10
			끄다	4
			끄란판	1
			뜨렝가누	2
			삐항	5
PACIFIC	하이퍼마켓	9	조호	2
			삐락	1
			쁠라우 삐낭	2
			끄다	2
			끄란판	1
			삐항	1
Milimewa	슈퍼마켓	17	사바	17

유통업체 현황			지역별 분포	
TESCO	하이퍼마켓	52	쿠알라룸푸르	6
			슬랑고르	15
			삐락	7
			빨라우 삐낭	5
			끄다	6
			느그리슴빌란	3
			믈라카	2
			조호	7
			끄란판	1
7-Eleven	미니마켓	1595	쿠알라룸푸르	264
			뿌뜨라자야	3
			느그리슴빌란	82
			믈라카	70
			조호	180
			슬랑고르	471
			삐락	101
			빨라우 삐낭	72
			끄다	59
			쁘르리스	10
			끄란판	70
			뜨렝가누	57
			삐항	87
사라왁	31			
JAYA GROCER	슈퍼마켓	12	슬랑고르	10
			쿠알라룸푸르	2

유통업체 현황			지역별 분포	
SAM's GROCERIA	슈퍼마켓	5	쁠라우 빼낭	3
			쿠알라룸푸르	1
			슬랑고르	1
Mydin	도매점 Wholesale Hypermarket	18	프렝가누	2
			쁠라우 빼낭	2
			삐락	4
			조호	2
			슬랑고르	2
			느그리슴빌란	2
			믈라까	2
			끄다	1
			끄란탄	1
	도매점 Wholesale Emporium	16	쁠라우 빼낭	1
			끄란탄	2
			프렝가누	2
			삐창	2
			믈라까	1
			슬랑고르	4
	미니마켓 MyMydin	46	슬랑고르	42
			쿠알라룸푸르	3
			느그리슴빌란	1
미니마켓 MyMart	8	슬랑고르	5	
		삐락	1	
		쿠알라룸푸르	1	
		프렝가누	1	

\* 출처: 업체별 홈페이지

## 나. 할랄 및 비할랄인증 식품의 취급 형태

### 1) 수입업체의 취급

수입업체는 대부분 할랄인증 식품만을 전문으로 판매하지 않으며 시장 상황에 따라 이익이 되는 관점에서 할랄 인증 여부에 상관없이 수입하고 있다. 그러나 경쟁력 있는 상품이 할랄 인증을 받을 수 있다면 61%에 이르는 무슬림 소비자의 선택을 받을 수 있으므로 시장에서의 성공 가능성은 그만큼 커질 수 있다.

### 2) 유통매장에서 할랄과 비할랄 인증식품의 구분 판매 여부

말레이시아 유통매장에서는 대부분 할랄 매대와 비할랄 매대를 구분하여 운영하고 있다. 과일, 채소류 등은 품목 특성에 맞게 구분 없이 과일코너, 채소코너 등에서 판매하고 있다.

그림 6. 할랄 및 비할랄 인증 식품 매대





그림 7. 말레이시아에서 유통되는 할랄 인증 식품

<p>JAKIM 할랄</p>	<p>JAKIM 할랄</p>	<p>JAKIM 할랄</p>
<p>JAKIM 할랄</p>	<p>JAKIM 할랄</p>	<p>MUIS싱가포르 할랄</p>
<p>MUIS싱가포르 할랄</p>	<p>대만 할랄</p>	<p>대만 할랄</p>

## 6. 한국 농식품 유통현황

### 가. 수출현황

대말레이시아 한국 농식품 전체 수출액은 2010년 65백만불에서 2014년 102백만불로 56.5% 증가하였고, 연평균 성장률 14.1%를 기록하였다.

농산물은 56백만불에서 87백만불로 55.1% 증가하였으며, 수산물은 7.6백만불에서 9.3백만불로 22% 증가하였다.

축산물은 0.89백만불에서 3.87백만불로 331% 증가하였으며, 임산물은 0.85백만불에서 2.3백만불로 170% 증가하였다.

표 13. 대 말레이시아 수출현황

(단위 : 천USD)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014	2014/2013
농산물	56,147	84,086	67,079	68,385	87,138	27.42
축산물	898	1,363	1,334	1,582	3,873	144.94
임산물	852	857	1,593	2,856	2,304	-19.32
수산물	7,692	9,499	9,190	9,383	9,385	0.02
합계	65,589	95,805	79,196	82,205	102,701	24.93

\* 출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

2010년 대비 2014년 수출 주요 증가품목은 면류6,806천불, 11.2%, 커피류5,656천불, 13.0%, 기타베이커리 5,450천불, 42%, 비스킷4,713천불, 92.1%, 감4,618천불, 6.6%, 소오스류4,165천불, 36%, 옥수수유3,821천불, 60%, 딸기 3,629천불, 14.1%, 굴2,672천불, 2.9%, 버섯류2,483천불, 20.2%, 연유2,229천불, 398.2%, 껌2,171천불, 59.1%, 김1,336천불, 38.8% 등이다.

표 14. 주요 수출증가 품목

(단위 : 천USD, %)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014	5개년 평균성장률
면류	4,446	5,190	7,252	6,227	6,806	11.2
커피류	3,467	5,168	4,673	5,611	5,656	13.0
기타베이커리	1,341	1,145	987	2,746	5,450	42.0
비스킷	345	578	542	2,145	4,713	92.1
단감	3,576	3,995	5,227	4,308	4,618	6.6

구 분	2010	2011	2012	2013	2014	5개년 평균성장률
소스류	1,218	1,246	1,956	3,251	4,165	36.0
옥수수유	583	2,334	3,995	1,663	3,821	60.0
딸기	2,140	1,645	2,111	3,229	3,629	14.1
굴	2,387	2,504	1,062	2,147	2,672	2.9
버섯류	1,189	1,445	1,428	2,026	2,483	20.2
연유	3	217	51	107	2,229	398.2
곶련	339	64	71	97	2,171	59.1
김	360	448	744	1,190	1,336	38.8

\* 출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

## 나. 유통현황

### 1) 유통 경로

한국 식품의 주요 유통 경로는 ‘수출업체 → 수입벤더 → 대형 유통업체 → 소비자’로 전달되는 경로와 ‘수출업체 → 수입벤더 → 외식업체·개별슈퍼마켓 → 소비자’로 전달되는 경로로 구분된다. 일부 교민 마켓은 소량 다품목 혼적을 통한 직접 수입도 병행하고 있다.

교민 마켓으로는 신선미마트, 김스마트, 롯데마트<sup>현지 교민이 롯데마트 상표를 등록하여 소규모 한인마트 운영 등</sup>이 대표적이고, 현지인까지 소비자층을 확대하기 위해 현지 유통채널로의 확대 진입을 추진 중이다.

한국 식품은 주로 제1도시인 쿠알라룸푸르 소재 대형 유통업체를 중심으로 유통되며, 조호바루, 동말레 이시아, 이포 등 지방 주요 도시에서는 수입벤더가 현지 Sub-Distributor를 직접 운영하기도 한다.

가공식품의 경우, 대형 유통업체에 납품하는 한국 식품 수입벤더가 매우 드물며, 신선 농산물의 경우, 신선 전문 로컬 바이어가 다양한 수출업체로부터 시즌 및 여건에 따라 수입을 추진한다.

그림 8. 한국식품 유통 맵



## 2) 현지 대형 유통업체 내 주요 한국 식품

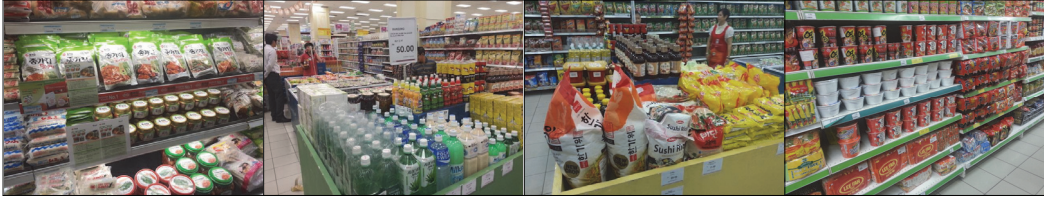
### 가) 신선농산물

딸기, 배, 사과, 버섯, 단감 등의 품목이 AEON, GIANT, Cold Storage 등 대형 유통매장, MBG 등 과채류 전문 매장에서 유통되고 있다. 말레이시아는 한국산 단감의 최대 수입국이며, 딸기는 250g 소포장 단위를 중심으로 점유율을 확대해 가는 중이다.



### 나) 가공식품

김치, 소스류, 고추장, 떡볶이소스, BBQ소스, 과자류, 라면류, 음료류, 주류, 조미김 등이 AEON, GIANT, Cold Storage 등 주류 매장에 입점해 판매되고 있다. 이포, 조호바루, 동말레이시아사바 등은 Importer - 지역 Distributor를 통한 지방 매장에서 판매되고 있다.



### 3) 현지 유통매장에서 유통되고 있는 한국 할랄 식품

한국 식품 제조업체인 농심은 말레이시아에 할랄 인증을 받은 제품을 공급하고 있다. 2011년 농심은 부산에 할랄 전용 공장을 설립했다. 이를 통해 신라면 및 육계장과 같은 할랄 인증 제품의 생산이 증대되었다. 농심은 이와 같은 전략을 통해 무슬림 국가들에 250만 달러 상당의 라면을 수출하는 기록을 달성했다.

말레이시아에서 농심 라면은 자이언트 하이퍼마켓 **Giant Hypermarket**, 콜드 스토리지 **Cold Storage**, 이온 빅 **AEON BIG** 과, 이온 **AEON** 같은 대부분의 말레이시아 하이퍼마켓과 슈퍼마켓에서 판매되고 있다.

그림 9. 농심 라면 예시



\* 출처: 농심

CJ 제일제당 또한 2013년 다수의 할랄 인증을 취득했다. 말레이시아 이슬람개발부 **JAKIM**는 CJ 제일제당이 생산하는 햇반, 구운김 그리고 김치를 할랄 제품으로 인증했다.

그림 10. CJ 제일제당 제품 예시



\* 출처: CJ 제일제당

그림 11. 기타 한국할랄식품

<p>한국이슬람교중앙회<sup>KMF</sup> 할랄 인증</p>	<p>한국이슬람교중앙회<sup>KMF</sup> 할랄 인증</p>
<p>JAKIM 할랄 인증</p>	<p>JAKIM 할랄 인증</p>

#### 다. 할랄인증 여부에 따른 효과

##### 1) 할랄인증 제품에 대한 소비자 반응

말레이시아는 헌법상의 이슬람 국가로 이슬람을 엄격하게 지키는 나라 중에 하나이며, 말레이시아 인구 3,000만명 중 62%인 1,860만명이 무슬림이다. 기독교, 불교, 유교를 믿는 660만명<sup>22%</sup> 이 중국계고, 힌두교를 믿는 인도계는 210만명<sup>7%</sup> 으로 구성되어 있다.

따라서 말레이시아에서 할랄인증제품에 대해 어떤 인식을 갖고 있는지 인증 및 종교별로 알아볼 필요가 있다.

유효성 확보를 위해 말레이계 135명, 중국계 45명, 인도계 20명 등 총 200명을 대상으로 '15.12.18 ~ '15.12.21동안 온라인 방법으로 설문조사를 실시하였다.

설문조사 결과 시사점은 다음과 같다.

첫 번째 질문은 “할랄식품을 구매하는가”에 대한 질문에 대해 100%가 할랄 식품을 구매한다고 답변하였다. 중국계와 인도계는 할랄인증 식품에 대한 거부감이 없는 것으로 나타나 할랄인증이 시장에서의 중요한 성공 요인 중 하나임을 알 수 있다.

두 번째 질문은 “식품 구매시 할랄인증을 중요하게 생각하는가”에 대한 질문으로 70%가 매우 중요하다, 10%가 어느 정도 중요하다, 그리 중요하지 않다가 5%, 중요하지 않다가 15%로 나타났다. 말레이계 응답자 (67.5%)보다 더 많은 수의 응답자가 할랄인증이 식품 구매시 중요하다고 생각하고 있다. 최근 할랄인증이 식품의 안전성까지 보장하는 인증으로 여겨져 비무슬림도 할랄인증제품에 대해 중요하다는 생각을 갖고 있는 것으로 나타났다.

세 번째 질문은 “가장 편안하고 친숙한 할랄인증기관은 어디인가”에 대한 질문으로 98%가 말레이시아 할랄인증기관인 JAKIM이라고 답하였고 2%가 KMF한국이슬람교중앙회 인증이라 답하였다. 이는 KMF에 대한 지속적인 홍보를 통해서 친숙도를 높여갈 필요성이 있음을 시사하고 있다.

네 번째 질문은 “할랄제품을 어디서 구매하는가”에 대한 질문으로 슈퍼마켓 63%, 하이퍼마켓 79%, 식품점 32%, 야시장 18%, 기타 8%로 응답하였다. 이는 현대적 유통채널인 대형마트와 식품점을 중심으로 할랄제품에 대한 구매가 이루어짐을 알 수 있다. 따라서 한국의 할랄인증 제품은 이들 유통채널을 중심으로 수출 판매되는 것이 효과적일 것으로 보인다.

다섯 번째 질문은 “할랄제품에 대한 정보는 어디서 얻는가”로 52%가 온라인, 67%가 가족이나 친구를 통해서, 16%가 신문이나 잡지, 5%가 TV나 라디오, 33%가 기타로 응답하였다. 이는 할랄제품에 대한 홍보가 SNS나 가족과 친구의 구전으로 전해지고 있음을 알 수 있다. 따라서 온라인 홍보 및 각종 다양한 홍보판촉을 통한 구전 마케팅이 효과가 있음을 시사하고 있다.

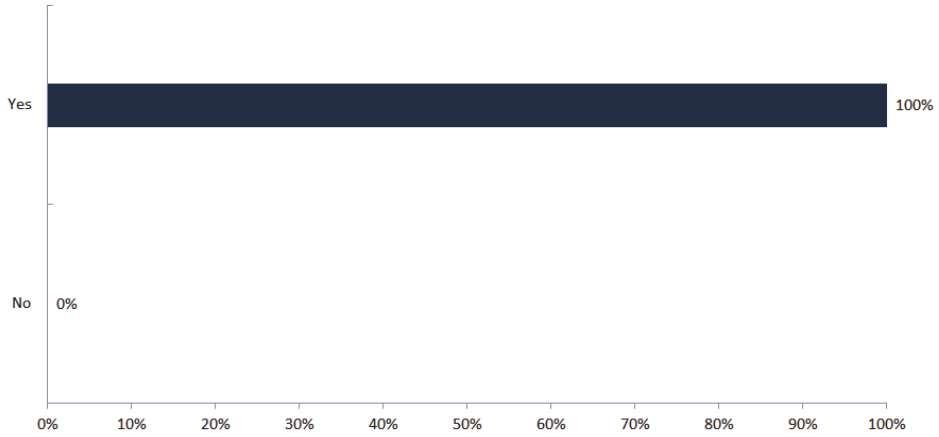
여섯 번째 질문은 “할랄제품을 구매하는 요인은 무엇인가”로 종교적 안정감이 73%, 원료의 출처 67%, 건강상 이점 61%, 품질 45%, 가족과 함께 먹을 수 있는지 여부 8%, 맛 5%, 가격 5%로 응답하였다. 구매시 가장 고려하는 요인이 종교적 안정감으로 종교적 이유가 가장 큰 것으로 나타나고 있다. 이는 말레이시아 시장에서 판매를 확대하기 위해서는 할랄인증이 성공의 필수요인임을 시사하고 있다.

일곱 번째 질문은 “한국의 할랄제품에 대해 알고 있거나 구매경험이 있는가”로 구매경험이 있다가 8%, 구매경험이 없다가 10%, 모른다가 82%로 응답하였다. 이는 한국의 할랄인증을 포함하여 모든 해외할랄인증에 공통적으로 적용되는 사항으로 보여지며 마케팅적인 측면을 고려하여 JAKIM 할랄인증을 직접 받는 것도 한 방법이라 할 수 있다.

여덟 번째 질문은 “어떤 종류의 한국식품을 구입하는가”로 포장식품이 88%, 패스트 푸드 70%, 유제품 32%, 신선농산물 12%, 기타 2%로 응답하였다. 이는 포장식품이 할랄 시장에서 가장 큰 성장 가능성을 보유하고 있는 분야라는 것을 보여준다.

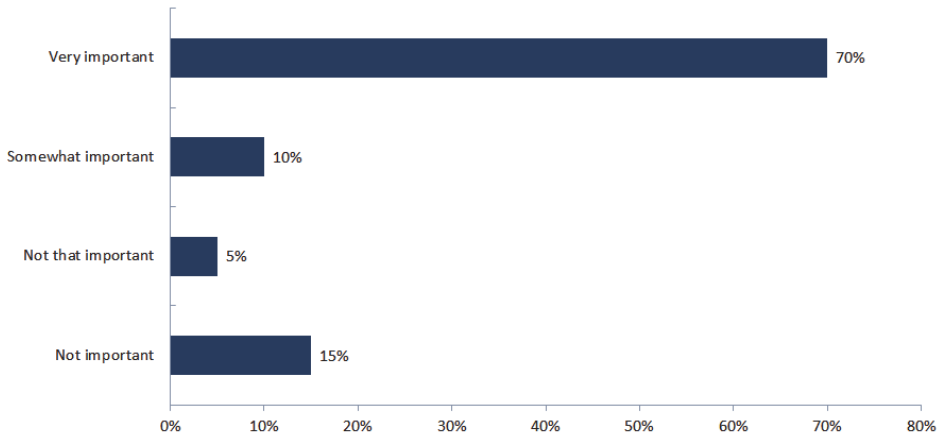
종합해 보면 할랄인증을 받는 것이 말레이시아 시장에서 성공하는데 중요한 요소임을 알 수 있으며, 대형유통매장 등 현대적 유통채널을 중심으로 판매하고 온라인(SNS) 마케팅과 매장 내 행사를 통한 구전 마케팅이 효과적임을 알 수 있다. 다만, 한국식품들이 상대적으로 고가이기 때문에 다수의 소비층이 할랄인증 여부와 상관없이 구매하는 22%의 중국계를 포함한 중고소득층임을 고려해야 한다. 따라서 할랄인증 뿐만 아니라 품질 및 건강 기능성 제품 등 소비자 타겟층을 세분화하여 다양한 마케팅 전략을 수립하여 시행하여야 할 것이다.

① 할랄 식품을 구매하는가?



설문 응답자의 100%가 할랄 식품을 구매한다고 응답하였다.

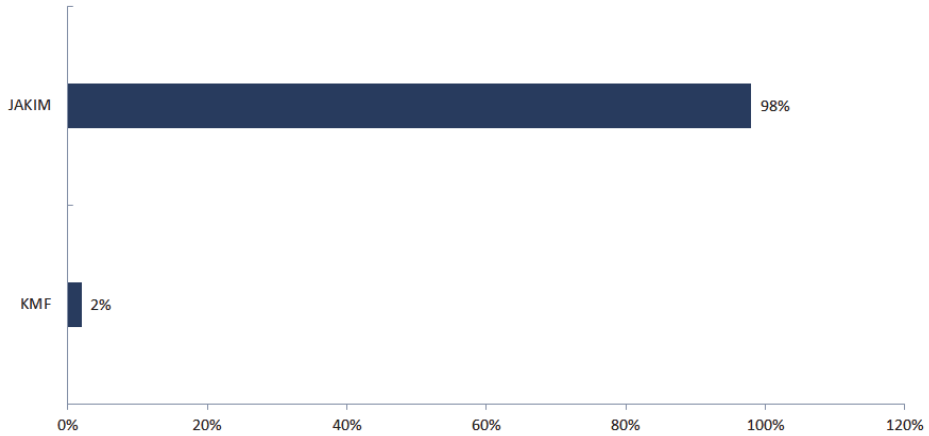
② 식품 구매 시 할랄 인증을 중요하게 생각하는가?



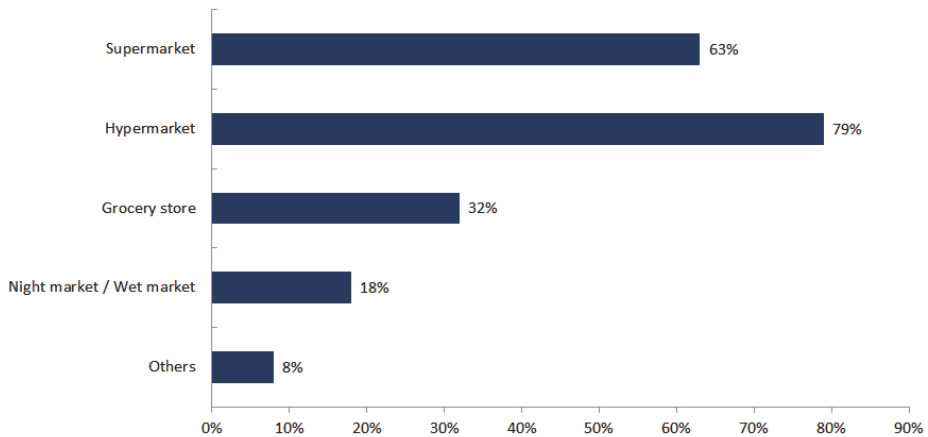
할랄 인증을 매우 중요하게 생각하고 있다가 70%, 어느 정도 관심 있다가 10%, 그리 중요 하지 않다가 5%, 중요하지 않다가 15%였다.



## ③ 가장 편안하고 친숙한 할랄인증기관은?

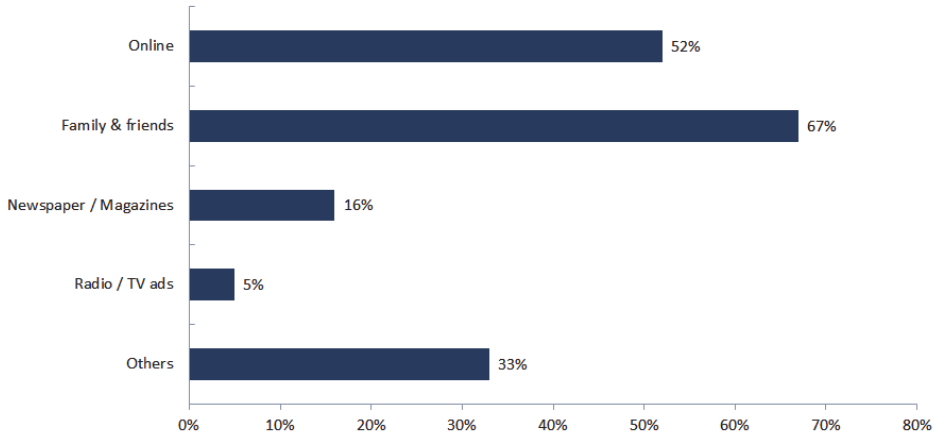


응답자의 98%가 말레이시아 할랄인증기관인 JAKIM이라고 응답하였고, 2%가 한국이슬람교중앙회(KMF)라고 응답하였다.

④ 할랄 제품을 어디서 구매하는가? 복수 중복응답

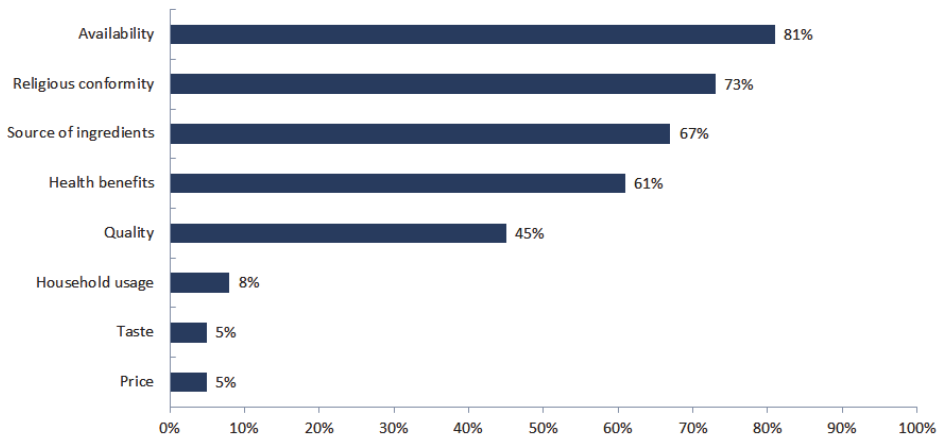
슈퍼마켓에서 63%, 하이퍼마켓에서 79%, 전문식품점에서 32%, 야시장 등에서 18%, 기타가 8%였다.

⑤ 할랄 제품에 대한 정보는 어디서 얻는가? 복수 중복응답



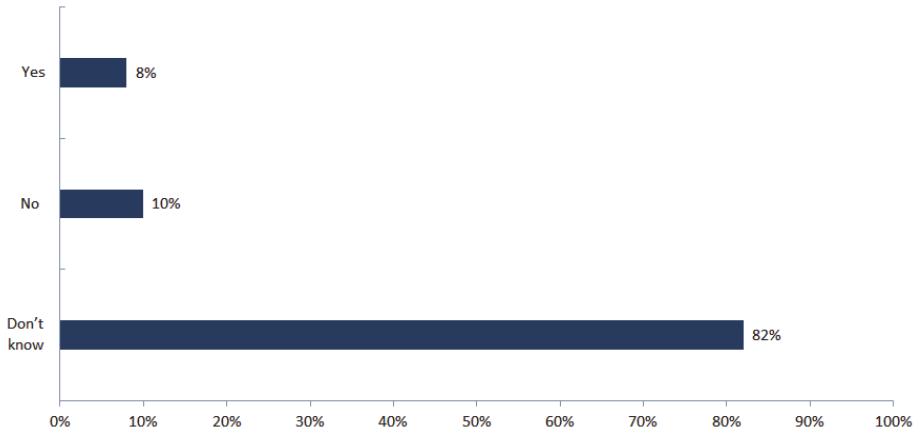
온라인을 통해서가 52%, 가족이나 친구를 통해서가 67%, 신문이나 잡지에서 16%, 라디오 및 TV광고에서 5%, 기타가 33%였다.

⑥ 할랄 식품을 구매하는 요인은 무엇인가? 복수 중복응답

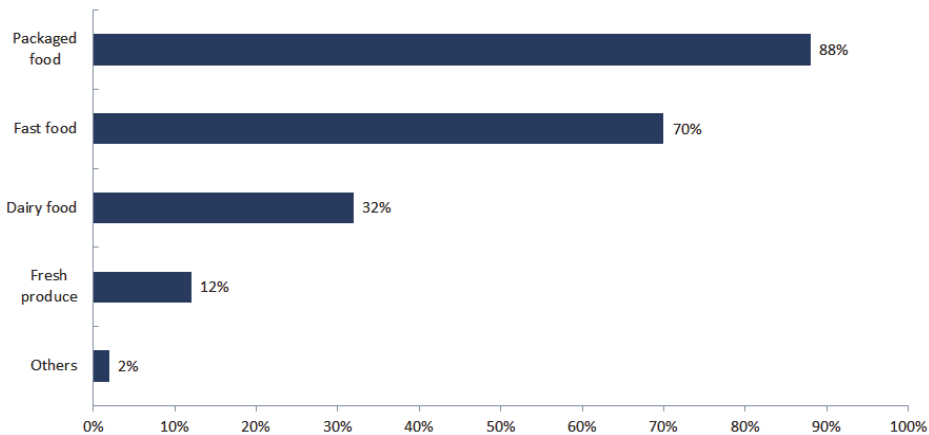


종교적 안정감 73%, 원료의 출처 67%, 건강상 이점 61%, 품질 45%, 가족과 함께 먹을 수 있는지 8%, 맛 5%, 가격 5% 순으로 나타났다.

## ⑦ 한국의 할랄 제품을 알고 있거나 구매한 경험이 있는가?



구매 경험이 있다가 8%, 구매 경험이 없다가 10%, 모른다가 82%였다.

⑧ 어떤 종류의 한국 식품을 구매하는가? 복수 중복응답

포장식품이 88%, 패스트푸드 70%, 유제품 32%, 신선농산물 12%, 기타 2%로 나타났다.

## 2) 할랄인증 전후의 효과

## 가) 한국식품 수입업체 담당자 인터뷰

KMT는 말레이시아에서 한국식품을 가장 많이 수입하고 취급하는 업체로 현재 약 2,500여개의 한국식품을 취급하고 있으며, 현지 대형 유통매장에 주력 상품으로 납품하고 있는 제품은 약 300개 정도이다. 취급하고 있는 한국식품 중 할랄인증을 받은 제품은 약 60여개로 대표적인 제품은 농심 신라면<sup>KMF</sup>, 중갓집 김치<sup>KMF</sup>, 한성 유자차<sup>JAKIM</sup>, OEM 생산 등이다.

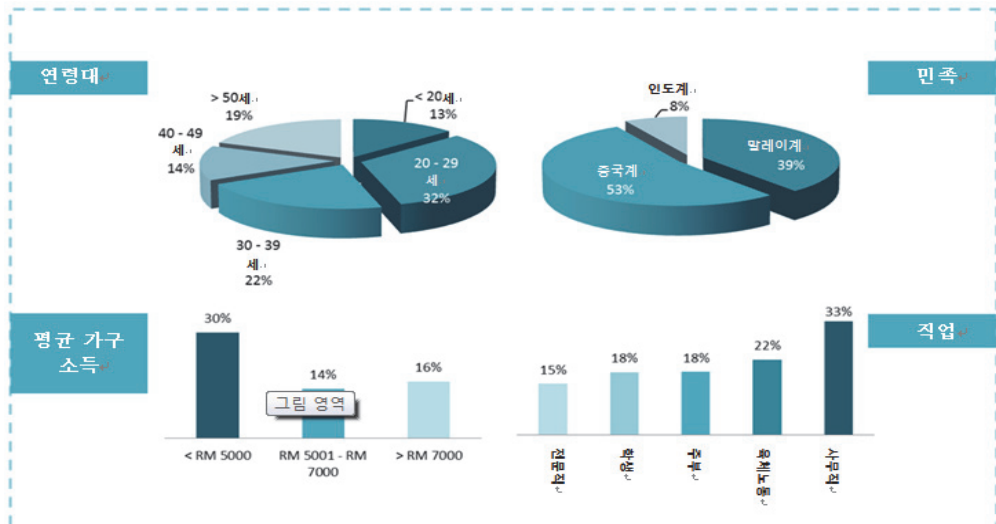
한국할랄식품 군은 전체적으로 평균 20~30% 매출이 상승하였으며, 단기적으로 김치라면 등의 경우 200~300배 매출이 증가하기도 하였다. 또한 할랄인증을 받은 신규 아이템의 경우 단번에 주력 상품이 되는 등 일부 품목에서는 할랄인증의 효과가 있었다. 말레이시아 소비자들이 일반적으로 JAKIM할랄인증을 가장 신뢰하고 있으나 JAKIM인정을 받은 해외할랄인증기관의 할랄인증 식품의 경우에도 거부감 없이 구매를 하고 있다. 따라서 KMF가 JAKIM의 인정을 받은 할랄인증기관임을 동시에 홍보하며 판촉활동을 하고 있다.

할랄인증을 받는다는 것은 무슬림 소비자의 선택의 폭을 넓혀주어 시장을 더 확대할 수 있는 기능을 하고 있으며 할랄인증을 받는다고 해서 다 성공하는 것은 아니다. 말레이시아 현지 소비자들의 입맛에 맞는 제품이면서, 우수한 품질을 가지고, 적절한 마케팅 및 홍보가 동시에 수반되어야 성공 가능성이 높아질 것으로 판단하고 있다.

#### 나) 현지 대형유통업체 담당자 인터뷰 결과

현지 대형유통업체 이온(AEON)은 입점을 원하는 제품에 대해 우선적으로 판매가능여부를 가장 중요한 요소로 생각하고 있다. 취급하고 있는 한국식품 중 20~30%가 할랄인증식품이나 한국식품의 가격이 높아 주 소비층은 구매력이 있는 중산층 이상의 중국계로 할랄인증 여부에 크게 영향을 받지 않는다고 한다.

그림 12. 이온 고객 분포



\*출처 : IPSOS 분석

## 다) 시사점

말레이시아는 국민소득이 1만불에 불과하고 주로 고소득층인 중국계가 경제권을 쥐고 있으며 구매력이 높다. 따라서 고가에 해당하는 한국산 제품군은 중국계가 주로 소비를 하고 있으며, 라면, 과자류 등 비교적 가격이 저렴한 품목군은 중국계, 말레이시아계 등의 중상류층이 소비하는 것으로 판단된다. 따라서 상대적으로 가격이 높은 제품군은 중국계를 중심으로 타깃을 정하고, 비교적 저렴한 제품군에 대해서는 할랄인증을 통해 전체를 타깃으로 정하여 공략 할 필요성이 있다.

## 라. 한국농식품에 대한 소비자 및 바이어 반응

### 1) 소비자 반응

한국농식품에 대한 소비자 반응을 알아보기 위해 총 170명(말레이계 : 105명, 중국계 : 52명, 인도계 13명)을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다.

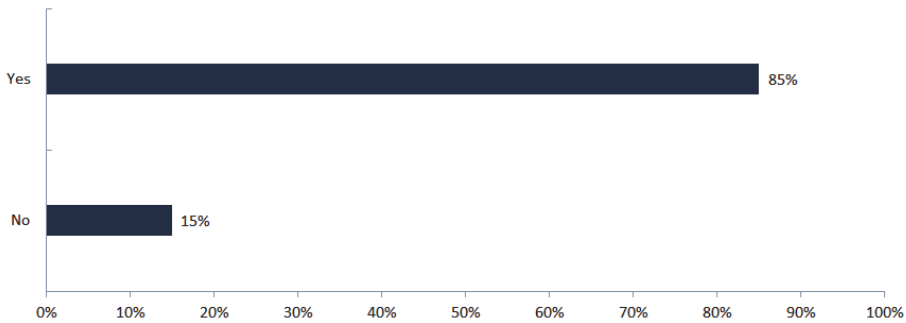
응답자중 남성은 51%, 여성은 49% 였으며, 연령대는 20세 미만 4%, 20~29세 18%, 30~39세 26%, 40~49세 36%, 50~59세 14%, 60세 이상이 2% 였다. 응답자들의 가구별 월 소득은 4,000링깃(약109만원) 미만인 65%, 4,000~6,000링깃 미만(약163만원) 19%, 6,000~8,000링깃 미만(약218만원) 10%, 8,000~10,000링깃 미만(약273만원) 5%, 10,000링깃 이상이 1% 였다.

구분	범주	표본명	계
성 별	남	87명 <sup>51%</sup>	170명 <sup>100%</sup>
	여	83명 <sup>49%</sup>	
연령별	20세 미만	7명 <sup>4%</sup>	170명 <sup>100%</sup>
	20~29세	31명 <sup>18%</sup>	
	30~39세	44명 <sup>26%</sup>	
	40~49세	61명 <sup>36%</sup>	
	50~59세	24명 <sup>14%</sup>	
	60세 이상	3명 <sup>2%</sup>	
인종배경	말레이계	105명 <sup>62%</sup>	170명 <sup>100%</sup>
	중국계	52명 <sup>31%</sup>	
	인도계	13명 <sup>7%</sup>	
가구의 월 소득	4천링깃 미만(약109만원)	111명 <sup>65%</sup>	170명 <sup>100%</sup>
	4~6천링깃(약109~163만원)	31명 <sup>19%</sup>	
	6~8천링깃(약163~218만원)	16명 <sup>10%</sup>	
	8~10천링깃(약218~273만원)	10명 <sup>5%</sup>	
	10천링깃 이상(약273만원)	2명 <sup>1%</sup>	

첫 번째 질문은 “한국식품을 구입한 적이 있는가”에 대한 질문으로 한국식품을 구입한 적이 있는 응답자가 85%, 없는 응답자는 15%였다. 말레이시아 소비자들의 소득수준이 증가하면서 수입산 식품을 구매하는데 주저함이 없고 한류의 영향으로 대부분의 소비자들이 한국식품을 구매한 적이 있는 것으로 나타났다. 특히 월소득 4천링깃(109만원) 이하의 응답자 111명중 91명이 한국식품을 소비한 적이 있다고 응답하여 중상류층 소비자뿐만 아니라 일반 소비자들도 쉽게 한국식품을 접하고 있다는 것을 알 수 있었다.

### 가) 한국식품을 구입한 적이 있는가 ?

한국 식품을 구매한 적이 있는 응답자가 85%, 없는 응답자는 15%였다.



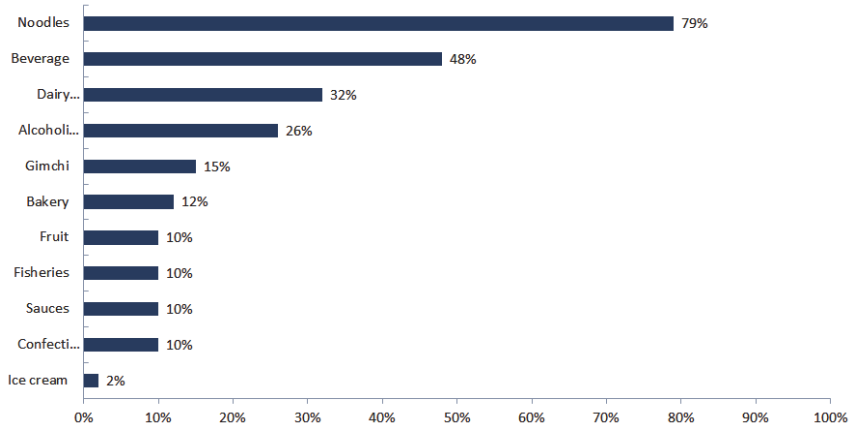
구분	연령						성별		민족			월소득천링깃					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
네	5	30	37	51	22	0	75	70	98	40	7	91	29	15	9	1	145
%	3	17	22	30	13	0	44	41	58	23	4	53	17	9	5	1	85
아니오	2	1	7	10	2	3	12	13	7	12	6	20	2	1	1	1	25
%	1	1	4	6	1	2	7	8	4	7	4	11	1	1	1	1	15

두 번째 질문은 “구매경험이 있는 한국식품은 무엇인가”로 면류가 79%, 음료가 48%, 유제품이 32%, 주류가 26%, 김치가 15%, 베이커리가 12%, 과일류가 10%, 수산물 10%, 소스류가 10%, 과자류가 10%, 아이스크림이 2% 라고 답하였다. 한국에서 신선농산물보다 가공식품이 주로 수출되고 있어 접하기 쉬운 면류, 음료류 등의 한국산 가공식품들이 많이 소비되고 있는 것으로 나타났다.

### 나) 구매경험이 있는 한국식품은 ?

- 한국식품 구입경험이 있는 145명의 복수응답

구매경험이 있는 한국식품으로는 면류가 79%, 음료가 48%, 유제품이 32%, 주류가 26%, 김치가 15%, 베이커리가 12%, 과일류가 10%, 수산물이 10%, 소스류가 10%, 과자류가 10%, 아이스크림이 2% 라고 답하였다.



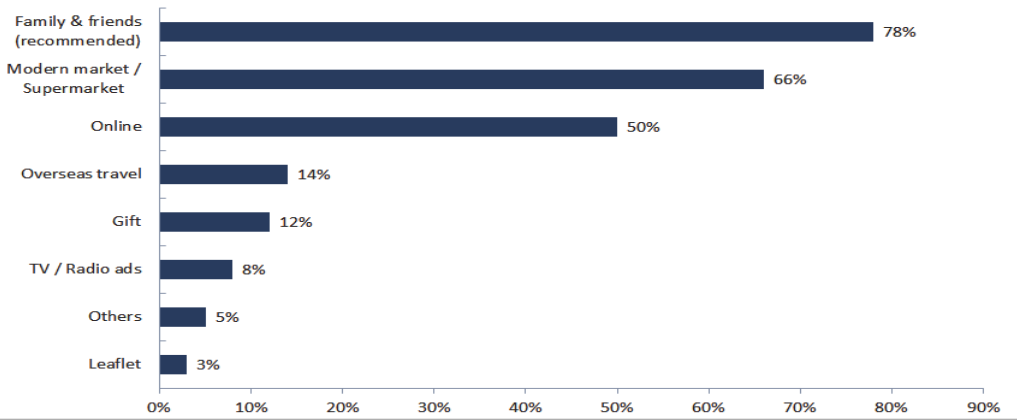
구분	연령						성별		민족			월소득천원갓					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
면류	5	29	35	36	10	0	72	43	73	37	5	70	24	14	6	1	115
%	3	20	24	25	7	0	50	29	50	26	3	48	17	9	4	1	79
음료	5	25	19	13	8	0	37	33	47	20	3	32	27	6	5	0	70
%	3	17	13	9	6	0	25	23	32	14	2	22	19	4	3	0	48
유제품	5	14	16	8	3	0	20	26	29	12	5	22	12	10	1	1	46
%	3	10	11	6	2	0	14	18	20	8	4	15	8	7	1	1	32
주류	0	22	14	1	1	0	28	10	0	32	6	9	14	8	7	0	38
%	0	15	9	1	1	0	19	7	0	22	4	6	10	5	5	0	26
김치	1	7	5	7	2	0	9	13	4	18	0	1	12	5	4	0	22
%	1	5	3	5	1	0	6	9	3	12	0	1	8	3	3	0	15
베이커리	3	3	2	4	5	0	5	12	8	8	1	5	6	3	3	0	17
%	2	2	1	3	4	0	4	8	6	5	1	4	4	2	2	0,0	12
과일류	0	2	5	5	3	0	8	7	1	11	3	3	2	4	5	1	15
%	0	1	3	4	2	0	5	5	1	7	2	2	1	3	3	1	10
수산물	0	2	7	5	1	0	9	6	6	6	3	5	5	3	2	0	15
%	0	1	5	3	1	0	6	4	4	4	2	3	3	2	2	0	10
소스류	1	1	7	4	2	0	8	7	4	10	1	5	6	2	2	0	15
%	0	1	5	3	1	0	5	5	2	7	1	3	4	2	1	0	10
과자류	2	10	2	1	0	0	5	10	3	10	2	10	4	1	0	0	15
%	1	7	11	01	0	0	3	7	2	7	1	7	2	1	0	0	10
아이스크림	2	1	0	0	0	0	0	3	0	3	0	3	0	0	0	0	3
%	1	1	0	0	0	0	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	2

세 번째 질문은 “한국식품을 주로 접하는 곳은 어디인가”로 한국식품을 주로 접하는 곳은 가족 친구 등 주위추천이 78%, 유통매장에서 66%, 온라인 50%, 해외여행 14%, 선물 12%, TV/라디오 광고 8%, 기타 5%, 유인물을 통해서가 3%라고 응답하였다. 주로 구전이나 유통매장, 온라인 등을 통해 한국식품을 많이 접하고 있어, 현지 유통매장에서의 판촉전 등을 통한 구전 마케팅 및 SNS 등을 활용한 온라인 마케팅이 효과적일 것으로 판단된다.

### 다) 한국식품을 주로 접하는 곳은 ?

- 한국식품 구입경험이 있는 145명의 복수응답

한국식품을 주로 접하는 곳은 가족 친구 등 주위추천이 78%, 유통매장에서 66%, 온라인 50%, 해외여행 14%, 선물 12%, TV/라디오 광고 8%, 기타 5%, 유인물을 통해서가 3%라고 응답하였다.



구분	연령						성별		민족			월소득천링깃					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
가족, 친구	4	23	27	41	18	0	62	51	73	35	5	77	17	12	6	1	113
%	3	16	18	29	12	0	43	35	50	24	4	53	12	8	4	1	78
유통매장	4	22	25	41	4	0	52	44	50	39	7	69	14	7	5	1	96
%	3	15	17	28	3	0	36	30	34	27	5	47	10	5	3	1	66
온라인	5	29	28	7	4	0	47	26	40	29	4	38	18	13	4	0	73
%	3	20	19	5	3	0	32	18	27	20	3	26	12	9	3	0	50
해외여행	3	4	10	3	0	0	9	11	7	12	1	2	5	8	5	0	20
%	2	3	7	2	0	0	6	8	5	8	1	1	3	6	4	0	14
선물	4	12	1	0	0	0	4	13	4	13	0	12	1	2	1	1	17
%	3	8	1	0	0	0	3	9	3	9	0	8	1	1	1	1	12
TV/라디오	5	5	2	0	0	0	6	6	5	4	3	4	5	2	0	1	12
%	3	3	2	0	0	0	4	4	3	3	2	3	3	1	0	1	8
기타	2	2	1	1	1	0	1	6	4	2	1	3	2	2	0	0	7
%	1	1	1	1	1	0	1	5	3	1	1	2	1	2	0	0	5
유인물	2	1	1	0	0	0	2	2	2	2	0	2	1	0	1	0	4
%	1	1	1	0	0	0	1	2	1	2	0	1	1	0	1	0	3

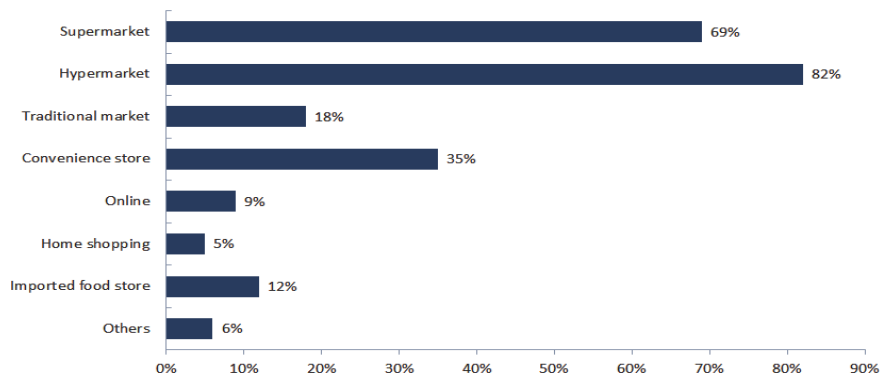


네 번째 질문은 “한국식품을 주로 구입하는 곳은 어디인가”로 한국식품을 주로 구입하는 곳은 하이퍼마켓이 82%, 슈퍼마켓이 69%, 편의점이 35%, 전통시장이 18%, 수입식품 전문매장이 12%, 온라인 9%, 기타 6%, 홈쇼핑 5%라고 응답하였다. 한국식품들이 대부분 고가의 제품들이므로 재래시장보다는 중상류층 이상의 소비자들이 주로 찾는 대형유통매장 위주로 판매가 되고 있음을 알 수 있다.

## 라) 한국식품을 주로 구입하는 곳은 ?

- 한국식품 구입경험이 있는 145명의 복수응답

한국식품을 주로 구입하는 곳은 하이퍼마켓이 82%, 슈퍼마켓이 69%, 편의점이 35%, 전통시장이 18%, 수입식품 전문매장이 12%, 온라인 9%, 기타 6%, 홈쇼핑 5%라고 응답하였다.



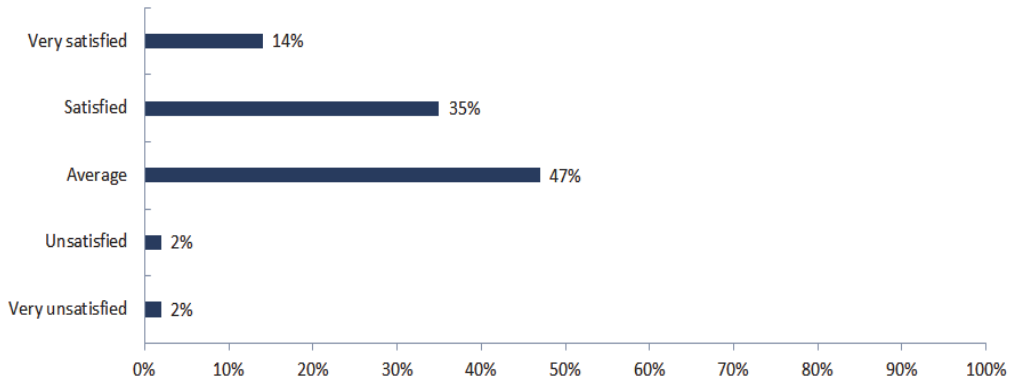
구분	연령						성별		민족			월소득천원기					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
하이퍼마켓	4	14	39	49	13	0	52	67	84	32	3	82	22	9	5	1	119
%	3	9	27	34	9	0	36	46	58	22	2	57	15	6	3	1	82
슈퍼마켓	4	12	36	36	12	0	45	55	72	22	6	77	18	2	3	0	100
%	3	8	25	25	8	0	31	38	50	15	4	53	12	2	2	0	69
편의점	5	22	11	10	3	0	31	20	26	22	3	46	5	0	0	0	51
%	3	15	8	7	2	0	21	14	18	15	2	32	3	0	0	0	35
전통시장	3	6	10	5	2	0	12	14	16	9	1	20	5	1	0	0	26
%	2	4	7	3	2	0	8	10	11	6	1	14	3	1	0	0	18
수입식품 전문매장	1	12	2	1	1	0	5	12	4	10	3	5	9	3	0	0	17
%	1	8	1	1	1	0	4	8	3	7	2	4	6	2	0	0	12
온라인	2	8	2	1	0	0	6	7	4	7	2	7	2	2	1	1	13
%	1	6	1	1	0	0	4	5	3	5	1	5	1	1	1	1	9
기타	2	3	1	1	2	0	4	5	7	1	1	6	1	1	1	0	9
%	1	2	1	1	1	0	3	3	4	1	1	3	1	1	1	0	6
홈쇼핑	0	4	2	1	0	0	2	5	1	5	1	1	1	4	1	0	7
%	0	3	1	1	0	0	2	3	1	3	1	1	1	2	1	0	5

다섯 번째 질문은 “한국식품에 대한 만족도는”으로 매우만족이 14%, 만족이 35%, 보통이 47%, 불만족이 2%, 매우 불만족이 2% 라고 응답하였다. 대체적으로 한국식품에 대한 만족도가 높아, 가격 경쟁력을 갖출 경우 소비자변이 더욱 확산될 것으로 판단된다.

**마) 한국식품에 대한 만족도는 ?**

- 한국식품 구입경험이 있는 145명의 복수응답

매우만족이 14%, 만족이 35%, 보통이 47%, 불만족이 2%, 매우 불만족이 2% 라고 응답하였다.



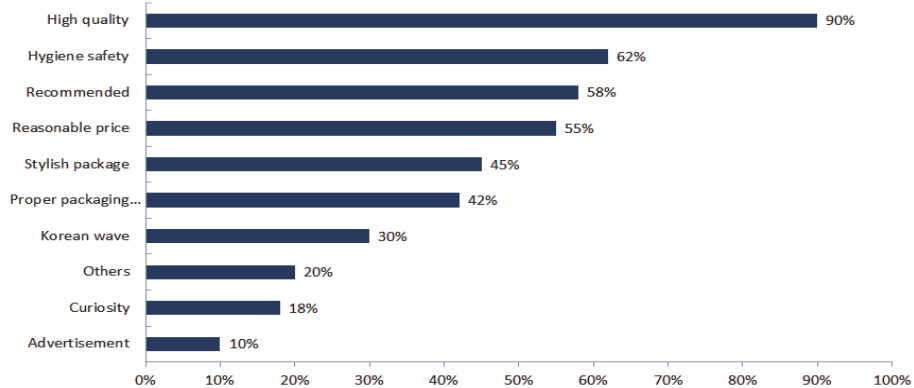
구분	연령						성별		민족			월소득천링깃					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
매우만족	2	7	1	6	4	0	8	12	11	8	1	15	5	0	0	0	20
%	1	5	1	4	3	0	6	8	8	5	1	10	4	0	0	0	14
만족	1	19	15	3	13	0	27	24	33	17	1	24	15	7	5	0	51
%	1	13	10	2	9	0	19	16	23	11	1	16	10	5	4	0	35
보통	1	3	20	41	3	0	35	33	48	15	5	47	8	8	4	1	68
%	1	2	14	28	2	0	24	23	33	10	4	31	6	6	3	1	47
불만족	1	1	0	0	1	0	3	0	3	0	0	3	0	0	0	0	3
%	1	1	0	0	0	0	2	0	2	0	0	2	0	0	0	0	2
매우불만족	0	0	1	1	1	0	2	1	3	0	0	2	1	0	0	0	3
%	0,0	0,0	0	1	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	0	2

여섯 번째 질문은 “한국식품을 구입하는 이유는”으로 우수한 품질 90%, 위생 안전성 62%, 주위추천 58%, 합리적인 가격 55%, 세련된 포장 45%, 포장용기 용량의 적절 42%, 한류 30%, 기타 20%, 호기심 18%, 광고 10%라고 답하였다. 한국식품은 품질 및 위생 안전성 등에서 좋은 이미지를 어필하고 있음을 알 수 있다.

## 바) 한국식품을 구입하는 이유는 ?

- 한국식품 구입경험이 있는 145명의 복수응답

우수한 품질 90%, 위생 안전성 62%, 주위추천 58%, 합리적인 가격 55%, 세련된 포장 45%, 포장용기 용량의 적절 42%, 한류 30%, 기타 20%, 호기심 18%, 광고 10%라고 답하였다.



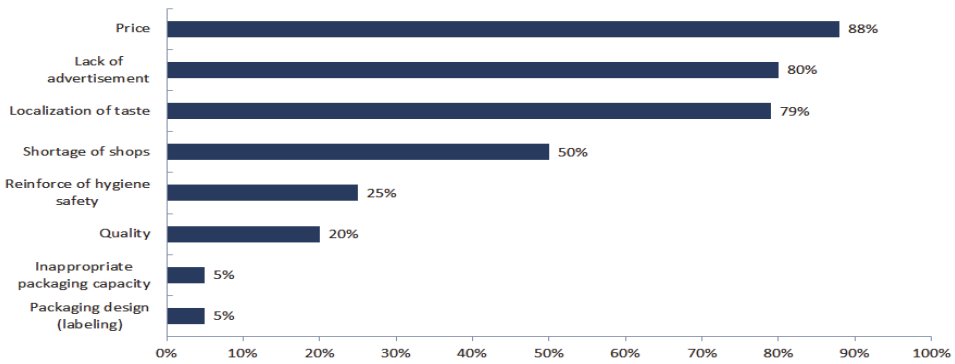
구분	연령						성별		민족			월소득천원기					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
우수한품질	5	29	35	44	18	0	72	59	89	36	6	87	26	12	5	1	131
%	4	20	24	30	12	0	50	40	61	25	4	60	18	8	3	1	90
위생안전성	7	24	22	31	6	0	43	47	55	32	3	40	26	15	8	1	90
%	5	17	15	21	4	0	30	32	38	22	2	28	18	10	5	1	62
주위추천	6	19	17	33	9	0	44	40	47	33	4	39	22	15	8	0	84
%	4	13	12	23	6	0	30	28	32	23	3	27	15	10	6	0	58
합리적가격	7	19	22	26	6	0	41	39	55	21	4	61	15	4	0	0	80
%	5	13	15	18	4	0	28	27	38	14	3	42	10	3	0	0	55
세련된포장	6	17	17	25	0	0	30	35	39	24	2	28	24	8	4	1	65
%	4	12	12	17	0	0	21	24	27	17	1	19	16	6	3	1	45
포장용량적절	2	7	21	27	4	0	37	24	42	15	4	47	4	6	3	1	61
%	1	5	15	19	2	0	26	16	29	10	3	32	3	4	2	1	42
한류	4	20	20	0	0	0	24	20	24	15	5	30	5	7	2	0	44
%	3	13	14	0	0	0	16	14	17	10	3	21	3	5	1	0	30
기타	2	16	7	1	3	0	15	14	13	13	3	12	9	5	2	1	29
%	1	11	5	1	2	0	10	10	9	9	2	8	6	4	1	1	20
호기심	5	5	8	7	1	0	12	14	16	7	3	13	7	3	2	1	26
%	3	3	7	4	1	0	8	10	11	5	2	9	5	2	1	1	18
광고	2	3	4	4	2	0	4	11	6	5	4	7	5	2	1	0	15
%	1	2	3	3	1	0	3	7	4	3	3	5	3	1	1	0	10

일곱 번째 질문은 “한국식품이 타국산 대비 개선이 필요한 사항은”으로 가격 88%, 광고부족 80%, 맛의 현지화 79%, 판매점 부족 50%, 위생안전성 강화 25%, 품질 20%, 포장용기 용량의 부적절 5%, 포장 디자인 라벨 5% 라고 응답하였다. 현지 소비자들이 식품 가격에 민감하여 한국식품에 대해 가격적인 부분을 가장 큰 부담으로 느끼고 있다.

**사) 한국식품이 타국산 대비 개선이 필요한 사항은 ?**

- 한국식품 구입경험이 있는 145명의 복수응답

개선이 필요한 사항으로 가격 88%, 광고부족 80%, 맛의 현지화 79%, 판매점 부족 50%, 위생안전성 강화 25%, 품질 20%, 포장용기 용량의 부적절 5%, 포장 디자인라벨 5% 라고 응답하였다.



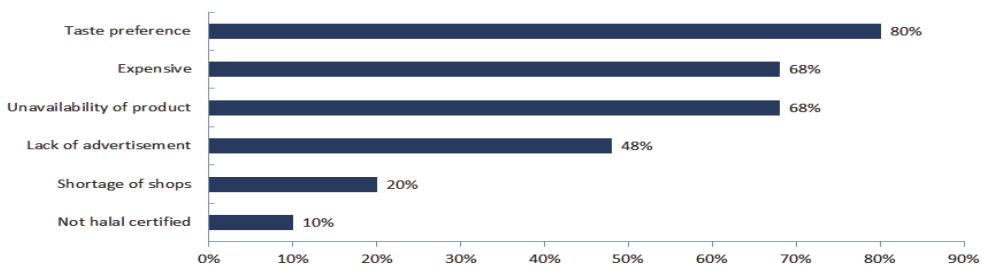
구분	연령						성별		민족			월소득천원					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
가격	5	24	31	48	20	0	67	61	91	31	6	87	19	14	7	1	128
%	3	17	21	33	14	0	46	42	63	21	4	60	13	10	4	1	88
광고부족	5	21	35	45	10	0	57	59	85	28	3	75	21	12	7	1	116
%	3	15	24	31	7	0	39	41	59	19	2	52	15	8	4	1	80
맛의현지화	5	20	34	44	12	0	63	52	84	26	5	81	19	14	1	0	115
%	4	14	23	30	8	0	43	36	58	18	3	56	13	9	1	0	79
판매점부족	4	10	27	23	9	0	43	30	44	25	4	49	15	6	2	1	73
%	3	7	18	16	6	0	30	20	30	17	3	34	10	4	1	1	50
위생강화	1	12	5	15	3	0	16	20	24	8	4	23	6	5	2	0	36
%	1	8	3	10	1	0	11	14	17	5	3	16	4	4	1	0	25
품질	3	6	9	7	4	0	12	17	20	7	2	5	15	5	4	0	29
%	2	4	6	5	3	0	8	12	14	5	1	3	10	4	3	0	20
포장용량부적절	3	1	1	2	0	0	5	2	5	2	0	5	1	0	1	0	7
%	2	1	1	1	0	0	3	2	3	1	0	3	1	0	1	0	5
포장디자인	0	2	1	4	0	0	3	4	5	1	1	1	4	1	0	1	7
%	0	1	1	3	0	0	2	3	3	1	1	0	3	1	0	1	5

여덟 번째 질문은 “그동안 한국식품을 구입하지 않은 이유는”으로 선호하는 맛이 아님 80%, 비싼 가격 68%, 그동안 보지 못했던 식품 68%, 광고 부족 48%, 판매처 부족 20%, 할랄인증 마크가 없어서 10%라고 응답하였다. 한국식품을 구매함에 있어 맛과 가격이 가장 큰 고려대상임을 알 수 있어 맛의 현지화 및 제품 소형화를 통한 가격인하가 필요할 것으로 보인다.

### 아) 그동안 한국식품을 구입하지 않은 이유는 ?

- 한국식품 구입경험이 없는 25명의 복수응답

그동안 한국식품을 구매하지 않은 이유로 선호하는 맛이 아님 80%, 비싼 가격 68%, 그동안 보지 못했던 식품 68%, 광고 부족 48%, 판매처 부족 20%, 할랄인증 마크가 없어서 10%라고 응답하였다.



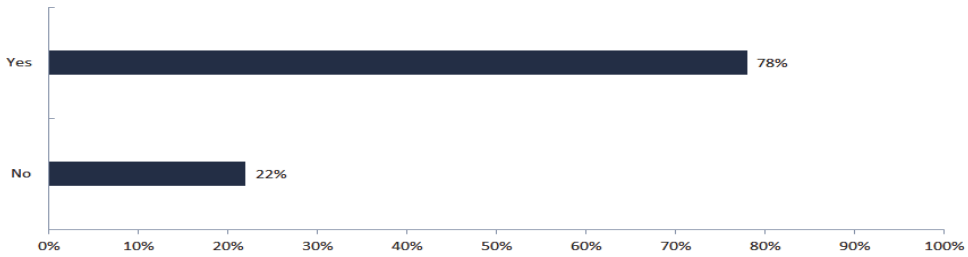
구분	연령						성별		민족			월소득천링깃					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
맛 선호도	0	0	6	10	1	3	10	10	6	12	2	16	1	1	1	1	20
%	0	0	24	40	4	12	40	40	24	48	8	64	4	4	4	4	80
비싼 가격	1	1	7	4	1	3	11	6	5	7	5	16	1	0	0	0	17
%	4	4	28	16	4	12	44	24	20	28	20	64	4	0	0	0	68
낫선식품	1	1	5	7	1	2	10	7	5	9	3	16	1	0	0	0	17
%	4	4	20	28	4	8	40	28	20	36	12	64	4	0	0	0	68
광고부족	1	1	1	6	2	1	6	6	7	5	0	10	1	1	0	0	12
%	4	4	4	24	8	4	24	24	28	20	0	40	4	4	0	0	48
판매처부족	1	1	0	2	1	0	4	1	4	1	0	4	1	0	0	0	5
%	4	4	0	8	4	0	16	4	16	4	0	16	4	0	0	0	20
미할랄인증	0	0	3	0	0	0	1	2	3	0	0	3	0	0	0	0	3
%	0	0	10	0	0	0	3	7	10	0	0	10	0	0	0	0	10

아홉 번째 질문은 “할랄 식품을 선호하는가”로 할랄식품을 선호하는 응답자가 78%, 선호하지 않는 응답자가 22% 였다. 말레이시아는 인구의 61%가 무슬림이며 무슬림이 아닌 소비자들도 할랄인증식품이 안전한 식품이라 인식하여 선호하는 경향이 있다.

자) 할랄식품을 선호하는가 ?

- 170명 전체 응답

할랄식품을 선호하는 응답자가 78%, 선호하지 않는 응답자가 22% 였다.



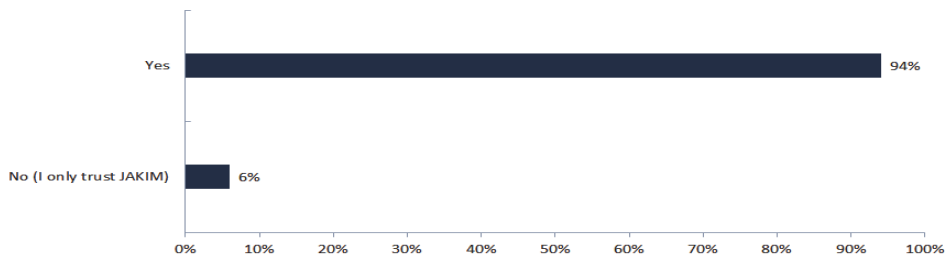
구분	연령						성별		민족			월소득천링깃					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
네	5	25	30	56	14	3	70	63	105	22	6	99	20	10	4	0	133
%	3	15	18	32	8	2	41	37	62	13	3	58	12	6	2	0	78
아니오	2	6	14	5	10	0	17	20	0	30	7	12	11	6	6	2	37
%	1	4	8	6	6	0	10	12	0	18	4	7	6	4	4	1	22

열 번째 질문은 “JAKIM이외에 JAKIM이 인정한 해외 할랄인증기관이 인증한 식품을 신뢰하는가”로 설문 응답자중 신뢰한다가 94%, 신뢰하지 않는다JAKIM만 신뢰한다 가 6%였다. 대부분의 소비자들이 JAKIM이 인정한 해외할랄인증기관의 인증을 받은 식품을 소비함에 있어서 거부감이 없는 것으로 나타났다.

차) JAKIM이외에 JAKIM이 인정한 해외 할랄인증기관이 인증한 식품을 신뢰하는가 ?

- 할랄식품을 선호하는 133명 응답

설문 응답자중 신뢰한다가 94%, 신뢰하지 않는다JAKIM만 신뢰한다 가 6% 였다.



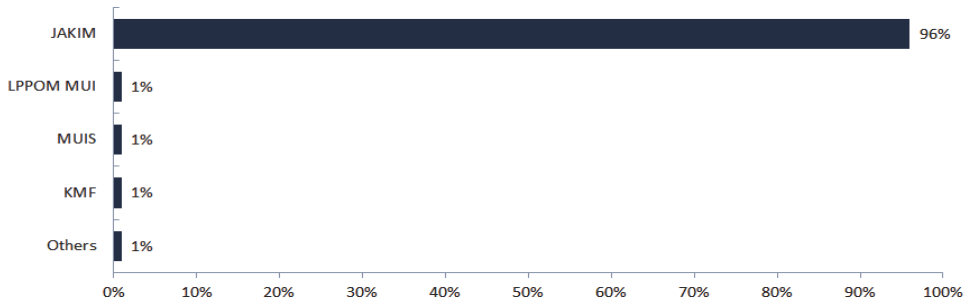
구분	연령						성별		민족			월소득천링깃					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
네	5	25	28	52	13	2	69	56	97	22	6	95	18	8	4	0	125
%	4	19	21	39	10	1	52	42	73	16	5	71	14	6	3	0	94
아니오 JAKIM만신뢰	0	0	2	4	1	1	1	7	8	0	0	4	2	2	0	0	8
%	0	0	1	3	1	1	1	5	6	0	0	3	2	1	0	0	6

열한 번째 질문은 “어떤 할랄기관을 가장 신뢰하는가”로 JAKIM 96%, LPPOM MUI 1%, MUIS 1%, KMF 1%, 기타 할랄인증기관 1%로 답하였다. 말레이시아 할랄인증기관인 JAKIM을 가장 잘 알고 있고 가장 신뢰하고 있으며 기타 해외할랄인증기관에 대한 인지도는 낮은 편이다.

### 카) 어떤 할랄기관을 가장 신뢰하는가 ?

- 할랄식품을 선호하는 133명 응답

JAKIM 96%, LPPOM MUI 1%, MUIS 1%, KMF 1%, 기타 할랄인증기관 1%로 답하였다.



구분	연령						성별		민족			월소득천링깃					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
JAKIM	5	23	28	56	14	3	67	62	102	22	5	99	19	9	2	0	129
%	4	17	21	42	10	2	50	46	77	16	3	74	14	7	1	0	96
LPPOM MUI	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
%	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
MUIS	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
%	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
KMF	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1
%	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1
기타	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1
%	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1

카-1) 11번 질문과 관련해서, 그 이유는 무엇인가 ?

- 할랄식품을 선호하는 133명 응답

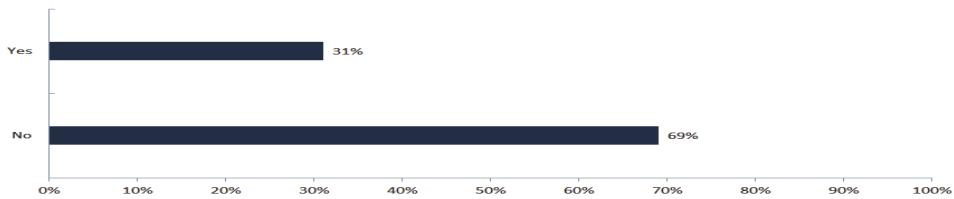
열두 번째 질문은 “11번 질문과 관련해서, 그 이유는 무엇인가”로 JAKIM이 말레이시아인들에게 가장 널리 알려져 있고 신뢰를 받고 있는 인증기관이기 때문이다 라는 답변이 주를 이루었다.

열세 번째 질문은 “한국이슬람교중앙회KMF 는 JAKIM이 인정한 해외할랄인증기관이다. KMF를 알고 있는가”로 KMF를 알고 있다는 응답자가 31%, 모르고 있는 응답자가 69% 였다. 현재 한국할랄인증 식품을 수입하고 있는 업체에서 한국식품 관측과 함께 KMF 할랄인증 홍보를 동시에 하고 있어 인지도가 점차 높아질 것으로 보인다.

파) 한국이슬람교중앙회KMF 는 JAKIM이 인정한 해외할랄인증기관이다. KMF를 알고 있는가 ?

- 할랄식품을 선호하는 133명 응답

KMF를 알고 있는 응답자가 31%, 모르고 있는 응답자가 69% 였다.



구분	연령						성별		민족			월소득천원갓					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
네	2	13	9	6	11	0	26	15	24	16	1	29	6	6	0	0	41
%	1	10	7	5	8	0	20	11	19	11	1	22	5	4	0	0	31
아니오	3	12	21	51	2	3	44	48	81	5	6	70	14	4	4	0	92
%	2	9	16	38	2	2	33	36	61	4	4	53	10	3	3	0	69

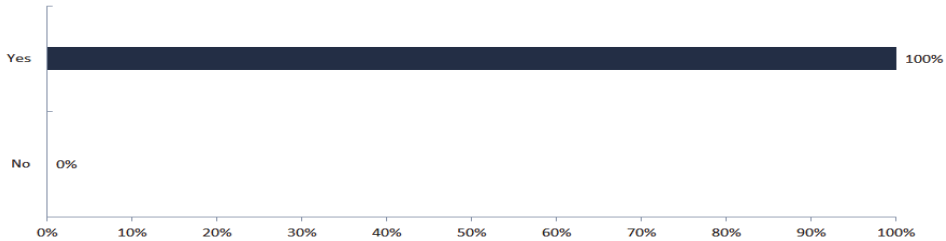
열네 번째 질문은 “KMF인증을 받은 한국식품에 대해서 구매할 의향이 있는가”로 응답자 모두가 KMF 인증을 받은 한국식품을 구매할 의향이 있다고 답하였다. 대부분의 현지 소비자들이 JAKIM의 인정을 받고 정상적으로 수입되는 해외할랄인증기관의 인증을 받은 식품에 대해 안전하다고 느끼고 구매할 의향이 있는 것으로 나타났다.



### 하) KMF인증을 받은 한국식품에 대해서 구매할 의향이 있는가 ?

- 할랄식품을 선호하는 133명 응답

응답자 모두가 KMF 인증을 받은 한국식품을 구매할 의향이 있다고 답하였다.



구분	연령						성별		민족			월소득천량					총계
	20 미만	20-29	30-39	40-49	50-59	60 이상	남성	여성	말레이계	중국계	인도계	4 미만	4~5.9	6~7.9	8~9.9	10 이상	
네	5	25	30	56	14	3	70	63	105	22	6	99	20	10	4	0	133
%	4	19	23	42	10	2	53	47	79	17	4	74	15	8	3	0	100
아니오	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

설문조사결과 한국식품은 품질과 위생안전성 면에서 우수하다는 인식이 되고 있으나 가격이 높고 맛의 현지화와 홍보가 부족함을 알 수 있다.

한국식품에 대해 주로 지인들의 추천이나 SNS를 통해 접하고 있어 현지 유통매장에서 판촉전을 통한 구전 마케팅과 온라인 마케팅이 효과적일 것으로 판단된다.

특히, JAKIM의 인정을 받은 KMF 할랄인증 식품 소비에 거부감이 없어 할랄인증을 획득하고 가격이 저렴한 소포장 라면, 조미김 등의 경우 수출확대가 가능할 것으로 보인다.

## 2) 바이어 반응

한국식품을 수입하는 바이어를 대상으로 한국농식품에 대하여 설문조사를 실시하였다. 유효성 확보를 위해 10개 업체를 대상으로 이메일 및 전화를 통하여 설문조사를 진행하였다. 조사결과 시사점은 다음과 같이 나타났다.

첫 번째, “꾸준히 판매가 이루어지고 있는 한국식품”에 대한 질문에 면류, 과자류, 음료류, 과일류**빨기**, 단감, 김치 등을 답하였다.

두 번째, “할랄인증을 받은 한국식품을 수입 판매한 경우 그 효과”에 대한 질문에 2명은 매출증가의 효과를 봤다고 응답하였으며, 대부분의 응답자는 즉각적인 매출증가보다 잠재적 무슬림 소비자들에게 심리적 편안함을 제공할 수 있어 긍정적인 효과가 있다고 응답하였다.

세 번째, “가장 많이 취급중인 한국식품과 그 만족도”에 대한 질문에는 1번 질문 응답과 같았으며, 만족도는 4번 항목의 응답결과와 같다. 대체적으로 품질에는 만족하고 있으나, 높은 가격, 홍보부족, 맛의 현지화 부족 등이 불만족 사항으로 나타났다.

네 번째, “타국산에 비해 한국식품이 개선 보완해야 할 점”에 대한 질문에는 대부분의 응답자가 가격이 라 답하였고, 홍보부족, 맛의 현지화를 개선해야 할 점으로 꼽았다.

다섯 번째, “4번 문항에서 개선보완이 필요하다고 응답한 항목의 해결을 위한 조언”에 대한 질문에 대해서는 아래와 같이 답하였다.

가격 : 기본적으로 한국 식품의 가격이 높고, 최근 말레이시아 환율이 하락하여 수입업체가 가격상승의 압박을 받고 있다. 수출업체들이 안정된 가격으로 공급해줄 필요가 있고, 수입/유통업체들은 한국식품의 고급 이미지화에 대한 노력이 필요할 것으로 판단된다고 응답하였다.

홍보부족 : 현재 한국식품들의 판매는 한류 및 한국에 대한 좋은 이미지로 인한 일시적인 판매상승일 수 있으므로 현재 한국식품을 구매하는 소비자들을 충성고객으로 바꾸기 위한 장기적인 홍보 전략이 필요할 것이라고 답하였다.

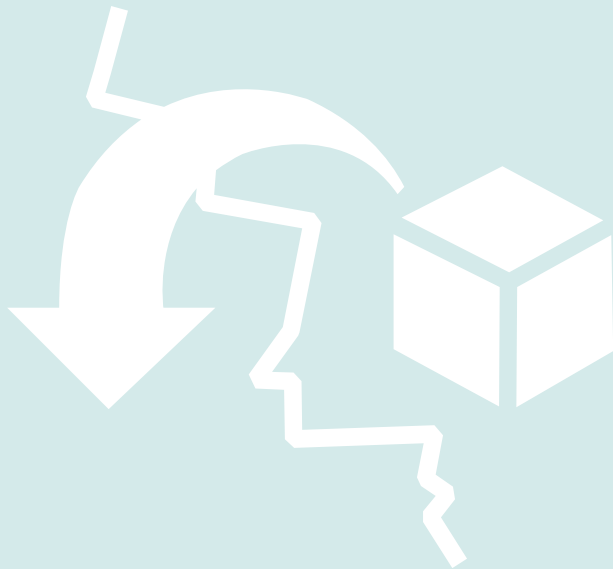
맛의 현지화 : 여전히 한국식품이 생소한 현지 소비자들이 많으므로, 박람회 참가 및 판촉전 등을 통해 한국식품을 더 많이 접할 수 있는 기회를 제공해야 하고, 한국 고유의 맛을 잃지 않는 선에서 맛의 현지화가 필요할 것으로 보인다고 답하였다.

여섯 번째, “한국식품 중 향후 출시되었으면 하는 제품이나 유망품목”에 대한 질문에 대하여 일반적으로 인기가 있는 면류, 과자류가 소비자들에게 쉽게 다가갈 수 있다고 답하였으며, 한 바이어는 바나나 우유가 인기를 끌 수 있는 유망품목이라 답하였다.





## 말레이시아 할랄시장 심층조사





# Chapter 03

## 수입제도

1. 진입장벽
2. 수입 통관
3. 검역제도
4. 라벨링
5. 기타 규제

## 1. 진입장벽

### 가. 수입 허가<sup>P</sup>

말레이시아에서 수입규제 혹은 수입 허가 상품은 관세법 1967, 관세령 1998에 규정되어 있는데, 종교적, 환경적 이유<sup>First Schedule</sup>, 치안 또는 환경적 이유<sup>Second Schedule</sup>, 국내 산업 보호를 위해 한시적으로 수입제한상품<sup>Third Schedule</sup>, 공공위생과 안전을 위해 관련 기관이 수입요령에 의해 증명서, 승인 또는 검사를 받아야 수입할 수 있는 상품<sup>Fourth Schedule</sup>으로 구분된다. 알코올음료, 애완동물, 건강식품, 육류, 육류제품, 식물제품, 가금류, 가금류 제품 등을 수입하려면 수입 허가를 받아야 하며, 가공육류는 수의서비스국의 면허승인이 필요하다. 몇몇 특정 식물 품목을 수입하려면 수입 허가증과 식물위생 검사증이 필요하다. 그 품목에는 옥수수, 콩, 가공 혹은 가공되지 않은 코코아 및 커피, 타바코, 면, 감귤류, 바나나, 건초, 기타 동물 사료 부산물 등이 있다.

#### 1) 식품 라벨링

말레이시아는 식품의 라벨링에 대해서 엄격하고 규격화된 규정<sup>Food Regulations 1985</sup>을 정하고 있다. 특히 수입식품에는 말레이시아 규격에 맞게 라벨링을 해야 하며, 라벨에 꼭 명시되어야 하는 정보와 명시해서는 안 될 정보 또한 정해 놓고 있다. 이 규정에서는 가공육류, 생선, 소스, 음료, 과자류 제품별 라벨링 기준과 각종 식품의 기준규격을 정하고 있다.

#### 2) 할랄 인증

말레이시아는 인구의 60% 이상이 무슬림이므로 육류 제품이나 육류 포함 제품에 대해 할랄 인증 여부를 엄격하게 구분하고 있다. 과일류와 신선농산물을 제외한 식품은 주로 할랄 인증 제품을 선택하고 있다. 특히 자국의 할랄 인증<sup>JAKIM</sup>을 가장 정통성 있는 것으로 여기고 있으므로 말레이시아 시장에 진출하려면 JAKIM의 인증마크를 부착하는 게 가장 좋은 방법이다. 말레이시아로 식품을 수출하는 업체들은 육류 이외의 제품에 대해서도 할랄 인증을 받는 추세이다.

## 2. 수입 통관

### 가. 수출 절차

표 14. 말레이시아 수출 절차 5단계

1	수출계약	거래선 발굴 계약 진행
2	서류준비	수입신고 서류 준비 품목별 추가 서류 확인 원산지 증명서 준비
3	선적/ 운송	관세사 통해 수출통관 진행 포워딩 업체 통해 목적지까지 운송 물품 도착 시 적하 목록 제출
4	수입신고 / 검역	수입신고 진행: 수입신고서 및 각종 서류 제출 수입 규제 및 금지 품목 확인 필수 품목별로 검역 진행 <small>식물성 / 동물성</small>
5	통관 / 국내유통	Customs Golden Client 제도로 통관을 간편화 수입관세와 세금 납부 (한·ASEAN FTA 적용, 소비세와 판매세 부과)

표 15. 말레이시아 수출부대 여건

구분	서류 준비	항만, 터미널 처리	통관수속	내륙운송	필요서류
소요 기간	3일	2일	1일	2일	선하증권 상업송장 수입신고서 포장목록
소모 금액	120달러	120달러	60달러	260달러	

\* 출처: Doing Business 2014

### 나. 수출 단계별 준비 및 처리 사항

말레이시아로의 식품 수출은 계약에서부터 통관, 국내 유통까지 아래의 5단계로 이루어진다.



## 1) 수출계약

### 가) 거래선 발굴

B2B 거래사이트, 트레이드 디렉토리<sup>Trade Directory 36</sup>, 각국의 무역 관련 기관 또는 전시회를 통해서 바이어를 발굴한다. 필요한 경우 신용조사를 통해 믿을 수 있는 기업인지 확인한다.

### 나) 계약 진행

충분히 수출 가격을 검토한 후 구매자에게 희망조건을 명기한 제안서<sup>비즈니스 오퍼</sup>를 제출한다. 구매자가 제안서의 내용을 검토하고 승낙 여부를 결정하게 되는데, 이러한 과정에서 몇 차례 카운터오퍼<sup>Counter offer</sup>를 거친 후 계약이 성립된다. 당사자들은 최종적으로 양측 간에 합의된 사항에 따라 가격, 선적, 결제, 포장 등의 조건을 명시한 수출 계약을 체결한다.

## 2) 서류 준비

### 가) 수입신고 준비

말레이시아의 수입품은 모두 Custom No.1 양식으로 수입신고를 한다. 수입신고서는 관할 수출 지역의 관세청에 제출한다. 수입신고의 기재 내용과 세관제출 서류는 다음과 같다.

〈수입신고서 기재 내용〉

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

〈세관 제출 서류〉

- 세관 신고 양식<sup>Custom No.1</sup>
- 입국 권한 증명에 필요한 문서
- 상업 송장
- 포장 목록
- 원산지 증명서

### 나) 품목별 준비서류

품목에 따라서 준비해야 할 추가 서류는 다음과 같다.

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



### 다) 원산지 증명서 필요

한-아세안 FTA 체결로 원산지 증명서가 필요하며, 전자특혜 원산지 증명서(Electronic Preferential Certificate of Origin, ePCO)도 가능하다. 원산지증명서 발급 절차는 다음과 같으며, 관련 서류 발급 절차는 대한상공회의소의 무역인증 서비스 센터에 자세히 나와 있다.



\* 출처: 대한상공회의소의 무역인증 서비스 센터 URL 참조([http://cert.korcham.net/html/origin2/co01\\_05.jsp](http://cert.korcham.net/html/origin2/co01_05.jsp))

## 3) 선적 / 운송

### 가) 수출통관

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

### 나) 운송

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

### 다) 물품도착

수출자는 수출물품이 입항지에 도착하면, 일정 기간 이내에 적하목록을 제출해야 한다.

- 선박: 물품도착 후 24시간 이내에 제출한다.
- 항공기·철도: 항공기와 철도가 도착한 시점에 세관 공무원의 요청이 있을 때 제출한다.
- 자동차: 수출지에 도착할 때 제출한다.

## 4) 수입신고 / 검역

### 가) 수입신고 진행 및 검역 시행

말레이시아에서는 포워딩 업체가 관세사 역할도 수행하기 때문에 포워딩 업체가 수입신고와 심사를 동시에 진행한다. 포워딩 업체가 수입신고서를 작성하여 기타 서류와 함께 세관에 제출하고, 수입 허가를 받으면 제품의 검역이 시행된다.

### 나) 수입 규제 및 금지 품목 확인 필수

수입신고 전, 수출상품이 수입 규제 혹은 금지 품목에 해당하는지 확인해야 한다. 수입 규제나 금지 품목에 해당하면, 수입 허가<sup>IP</sup>를 받아야 수입할 수 있다. 수입 허가 신청은 무료다. 말레이시아 관세법<sup>Customs Act 1967</sup>에 따라 수입 허가가 필요한 제품군은 4가지로 구분되며, 품목별로 허가를 받아야 하는 정부기관이 다르다. 수입 허가 취득은 말레이시아 현지 기업만이 가능하다.

1. 자국 산업 보호를 위해 한시적인 수입제한이 필요한 품목: 쌀<sup>농무부</sup>, 설탕<sup>건강복지부</sup>, 소금<sup>건강복지부</sup>
2. 조건부 금지 품목: 전분, 양배추, 볶지 않은 커피<sup>통상산업부</sup>
3. 수입 방법에 조건이 첨부되는 품목: 육류, 모든 형태의 액체우유 및 유제품<sup>수의검역부</sup>
4. 완전 수입 금지 품목: 필리핀과 인도네시아에서 수입되는 코코아와 과일류 금지

다) 모든 수입식품 신고는 다강네트<sup>Dagang Net</sup>를 통한 전자신고도 가능하다.

#### <다강네트<sup>Dagang Net</sup>>

말레이시아 정부는 통관절차의 간소화를 위해 단일통관창구<sup>National Single Window, NSW</sup>를 운영하고 있다. 이 기관의 운영 서비스가 'Dagang Net'이며 이를 통해 수출입업자들이 전자통관서비스를 수행할 수 있도록 하고 있다.

\*다강네트 : 수출입자들은 다음의 웹사이트를 통해 전자통관서비스(ePermit 포함)를 이용할 수 있다. <http://www.dagangnet.com>

#### <다강네트<sup>Dagang Net</sup>를 이용한 식품 수입 허가 신청 절차>

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

### 라) 품목별로 검역 진행

말레이시아 수출입식품 검역처<sup>Malaysian Quarantine Inspection Services, MAQIS</sup>에서 수입식품 검역을 총괄한다. 검역 수행기관은 품목마다 다르며, 검역은 크게 식물성 제품과 동물성 제품으로 나누어 진행한다. 전체 물품 중 약 5% 정도만 물품검사를 시행하며 대부분의 물품은 검사 없이 통관이 이루어진다. 그러나 적발되면 수입 허가가 취소되고, 3년 소급적용하여 벌금이 부과된다.

### 마) 식물성 수입식품의 검역 상세사항

말레이시아로 수입되는 식물과 식물성 제품은 '유해성 농작물 규정 법안 1981'에 따라 현행 식물 위생 규정을 준수해야 한다. 검역소에 도착하기 4일 전에 식물위생증명서를 신청해야 하며, 말레이시아의 농업 부 장관이 발행한 수입증명서를 준비해야 한다. 식물성 제품의 검역은 다강네트를 이용한 전자 신청이 가능하다.

#### 〈식물 및 식물성 제품의 검역 절차〉

- 주관: 농업부의 작물보호 및 식물 검역부에서 검역 진행
- 절차: 농업부에 검역신청을 한 뒤, 검역 비용<sup>15MYR</sup> 을 납부 → 검역이 승인되면 세관에 자동으로 통지됨
- 기간: 검역 신청부터 승인까지 최대 5일 소요
- 비용: 모든 식물성 제품은 15MYR이 청구됨

#### 바) 동물성 수입식품의 검역 상세사항

말레이시아로 수입되는 모든 육류제품은 ‘도살법1975’에 따라 ‘할랄<sup>HALAL</sup> 인증을 받아야 하며, 반드시 말레이시아의 이슬람개발부서<sup>JAKIM</sup> 가 인정한 도살장에서만 도살된 제품이어야 한다. 동물성 제품의 검역도 다강네트를 이용한 전자 신청이 가능하다.

#### 〈육류-돼지고기 제외〉

- 주관: 수의검역부에서 검역 진행
- 절차: 수의검역부에 검역을 신청한 뒤, 검역비용을 납부함 → 해당 제품의 검역이 승인되면 동물건강 증명서<sup>Veterinary Health Certificate</sup> 가 발행됨 → 승인내역과 증명서가 세관에 통지됨
- 기간: 검역신청부터 승인까지 1일 소요
- 비용: 동물성 제품은 품목마다 검역비용이 다름. 품목별 비용은 하단의 URL 참조.  
<http://www.mytradelink.gov.my/documents/10179/17675/Veterinary%20-%20HQ%20-%20Charges.pdf>
- 라벨링 표기사항: 도살장, 정육포장공장의 지정번호, 생산일자, 도살형태 등을 표기해야 함

### 5) 통관 / 국내 유통

#### 가) 말레이시아의 간편화된 통관제도

말레이시아는 Customs Golden Client 제도를 통해 통관 절차를 간편화하였다. 또한, 선하증권, 허가서, 선적적하목록 등의 서류를 제출하고 선박 도착 예상을 확정하면 선통관도 가능하다. 모든 통관절차를 마친 화물은 보세구역에서 반출되어 말레이시아로 유통된다.

\* Customs Golden Client 제도

최소한의 데이터와 서류로만 통관할 수 있도록 만든 제도이며, 관세의 정기적 사후 납부가 가능함

#### 나) 수입관세 및 세금 납부

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

\* 말레이시아 관세 검색 사이트: <http://tariff.customs.gov.my/>

- 판매세는 0~10%를 적용하고 있으며, 품목별 확인이 필요함
- 맥주, 포도주, 알코올 제품에는 20%의 소비세를 부과함
- 수입과징금 부과 품목: 생선, 곡물, 소금 CIF Cost Insurance and Freight: 운임, 보험료 포함 가격의 5% 부과

## 6) 라벨링

### 가) 방법



말레이시아로 수입되는 제품의 라벨링은 말레이시아어와 영어로 병기할 수 있다. 일부 식품은 Nutritional Labeling을 반드시 기재해야 하며, 기재 내용은 식품의 영양요소 정보이며, 포장지에 기재하면 된다.

\* Nutritional Labeling 의무표시 해당 품목: 시리얼, 제빵류, 우유 및 분유, 통조림, 육류, 과일주스, 샐러드드레싱, 마요네즈, 청량음료

\* Nutritional Labeling 표기내용 특이사항

- 에너지량은 킬로칼로리 kcal, 킬로줄 kJ, 100g당 또는 100mL당, per package 등으로 명시해야 함
- 단백질, 식이성 섬유를 제외한 탄수화물, 지방은 100g당 또는 100mL당, per package 등으로 명시해야 함
- 병에 담아서 파는 음료에는 설탕의 총량을 다음과 같이 표시해야 함
  - Carbohydrate .....g
  - Total sugars .....g
- 병에 담아서 파는 음료에는 설탕의 총량을 다음과 같이 표시해야 함
  - Carbohydrate .....g
  - Total sugars .....g
  - Alcohol 7kcal/g29kJ
  - Organic acid 3kcal/g13kJ
  - Dietary fibre 2kcal/g3.5kJ
- \* 육류제품의 라벨링 표기사항: 동물성 식품은 반드시 할랄 HALAL 인증을 표기해야 함
- \* 혼합, 육류, 알코올 식품은 혼합, 육류, 알코올이 함유 6포인트 되었다고 다른 기재사항 4포인트 보다 눈에 띄게 표시함

나) 가공식품의 라벨링 표기 예시 및 기재사항

<ul style="list-style-type: none"> <li>① 제품명</li> <li>② 수입업체 정보</li> <li>③ 중량</li> <li>④ 수입 및 유통 업체</li> <li>⑤ 유통기한</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 영양 정보</li> <li>② 열량</li> <li>③ 단백질</li> <li>④ 지방</li> <li>⑤ 탄수화물</li> <li>⑥ 나트륨</li> <li>⑦ 재료</li> <li>⑧ 보관 방법</li> </ul>	

7) 수입식품 검사기관

가) 수출입식품 검역처 [Malaysian Quarantine Inspection Services, MAQIS](#)

주요 업무: 말레이시아로 수입되는 동물·식물·수산물의 병충해와 오염도를 검사하는 곳으로 말레이시아의 식품안전규정을 준수하도록 규제하는 검역처 업무를 진행한다.

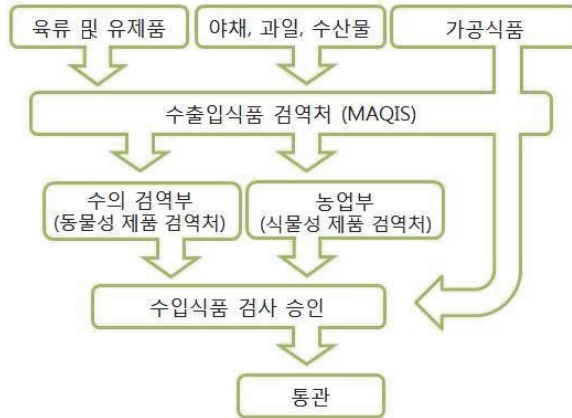
나) 수의 검역부 [Department of Veterinary Services](#)

주요 업무: 말레이시아로 수입되는 동물성 식품의 검역을 담당하고 있으며, 검역이 승인되면 동물건강증명서 [Veterinary Health Certificate](#) 를 발행한다.

다) 농업부의 농업기반사업 [Paddy and Rice Industry Division](#)

주요 업무: 쌀의 수출입을 담당하는 부서로 특별히 수입쌀의 검역을 담당한다.

### 8) 품목별 수입절차



\* 품목별 수입절차 요약

- 수입식품 검역처에서 식품 수입을 허가하며, 수입 허가를 받으면 제품 검역이 진행됨
- 육류 및 유제품: 수입식품 검사에서 승인을 받으면 동물건강증명서가 발급됨. 검역비용은 품목마다 다름. 최대 1일 소요
- 채소, 과일, 수산물: 식물성 제품은 모두 검역비용인 15RM를 납부. 최대 5일 소요
- 쌀: 최대 3일 소요. 별도의 비용은 없음
- 가공식품: 특이 부서 없이 수입식품 검역처에서 검역 진행

## 3. 검역제도

### 가. 수입식품 검사절차

육류(가금육 포함)	수산물	식물성 견과류
① 서류제출	① 서류제출	① 서류제출
↓	↓	↓
② 서류심사	② 서류심사	② 서류심사
↓	↓	↓
③ 표본검사	③ 항생물질 유무 확인	③ 표본검사
↓	↓	↓
④ 수입 허가서 발급	④ 식품 안전성 확인	④ 식물위생 인증서 발급
	↓	↓
	⑤ 수입 허가서 발급	⑤ 수입 허가서 발급

## 나. 제출서류

### 1) 육류·가금육 포함

- ① 건전한 육류와 가금육 수출 증서<sup>FSIS Form 9060-5</sup>
  - ② 할랄 수출 인증서, 수입 허가서<sup>IP</sup>
  - ③ 수의서비스국<sup>DVS : Department of Veterinary service</sup> 의 허가증
  - ④ FSIS양식의 내용 증명서를 FSIS Form 9060-5와 함께 제출
- \* 수입 육류 및 육류 가공 식품, 유제품, 돼지고기 및 돼지고기 식품은 입국 즉시 검역 및 검열 서비스 <sup>MAQIS</sup> 에서 지정한 가축·식품 검열관이 확인하고 임의 샘플링으로 검사하여 반입이 금지되거나 파기되며, 필요하면 보류됨
- \* 돼지고기 제품

'11년 7월부터 DVS에서 수출국의 돼지고기 도축 현장 검열을 시행함. 오직 DVS에서 검열되고 승인된 도축장에서 도축된 돼지고기만 수입할 수 있음. 현장 검열을 위하여 해외 도축장은 장소마다 미화 1,600달러의 수수료를 내야하며 검열 기간의 여행비용을 내야 함

### 2) 수산제품

- ① 건강증명서<sup>Health Certificate</sup>, 수입 허가서<sup>IP</sup>
- ② 연방 혹은 도시 건강관리 기관이 발급한 소비 안전에 대한 명세서
- ③ 항생물질 유무에 대한 명세서<sup>새우, 갑각류 및 다른 어류</sup>

### 3) 식물성 견과류

- ① 식물위생 증명서<sup>PC</sup>, 수입 허가서<sup>IP</sup>
  - ② 해충검역검사 및 식물위생 규제 준수 인증서
- \* 식물성 제품은 농업유해식물규제법<sup>수입·수출 관련</sup> 1981을 따르며 수입 허가는 농업부 소관임. 식물성 제품에 대한 요구 사항은 수출국에서 관리되어야 하며 수입업자는 사전에 공급자에게 요구사항을 전달해야 함

## 다. 신선농산물 검역

### 1) 말레이시아 검역서비스<sup>MAQIS</sup>

식품 및 육류 제품과 같은 모든 신선 농산물은 말레이시아 내로 반입되기 전에 특정 위생 및 식품 위생

요건을 충족해야 한다. 이러한 요건을 충족하지 못하는 제품은 안전성이 입증될 때까지 검역 및 검사를 받아야 한다. 검역 및 검사 시행 결과 안전하지 않은 제품으로 판명되면 해당 기관이 압수하여 폐기한다.

식물, 동물, 뼈, 생선, 농작물, 흙, 미생물 등과 같은 수입 품목에 대해서는 말레이시아 검역서비스MAQIS가 해충, 질병 및 오염 물질 존재 여부를 검사하기 위해 검역을 시행하여 해당 수입 품목이 발급된 수입 면허 혹은 수입 허가서의 내용과 동일한 수입 조건이 보장되도록 한다.

수입된 위탁물이 다음과 같은 요건을 준수하는지를 확인하기 위해 말레이시아 검역서비스MAQIS가 물리적 검사를 시행한다.

- 수입 제품은 해충, 질병 혹은 오염 물질을 포함하고 있지 않아야 함
- 수입 물품은 등급이 표시되어야 하며, 포장되어 있어야 하고 라벨이 부착되어 있어야 함
- 제품의 종류와 수량이 명확하게 표시되어야 함
- 수입 물품은 사전 처리 및 검역을 받아야 함
- 축산 부류의 수입은 할랄 인증이 필요함

말레이시아 검역서비스MAQIS는 말레이시아 농업청Department of Agriculture of Malaysia 산하 기관으로 각 검역소에 수입 절차를 담당하는 직원이 배치되어 있으며, 이들은 배를 검사하고 모든 허가, 면허, 인증에 관한 사항이 2011 보건부 및 검역서비스법을 따를 수 있도록 보장한다. 검역 제품에 대해서는 말레이시아 검역서비스MAQIS가 수입 물품을 검사하여 반입을 허가할지를 결정한다. 이 과정은 2주를 초과하지 않는다.

검사는 말레이시아 전역에 있는 검역소나 반입장에서 시행된다. 아래 표와 같이 검사 시설의 종류는 검역소의 위치에 따라 다르다.

번호	검역소	검사 시설Animals and Produce
1	KLIA, 셸랑고르Selangor	소, 버팔로, 염소, 양
2	펠라부항 클랑Pelabuhan Klang, 셸랑고르Selangor	소, 버팔로, 염소, 양
3	파당 베사르Padang Besar	소, 버팔로, 염소, 양
4	부킷 카유 히탐Bukit Kayu Hitam	소, 버팔로, 염소, 양
5	세르당Serdang	모든 식물

\*출처 : 말레이시아 검역서비스(MAQIS)

## 2) 검역 관련 수입 요건 및 비용

식물과 농산물 대부분은 1976 식물검역법Plant Quarantine Act of 1976 과 1981 검역규정Quarantine Regulations of 1981에 따라 수입 통제 대상 목록에 포함된다. 본 법률에 따르면 말레이시아로 수입되는 식물·채소는 반드시 검역을 받아야 하며, 만약 질병이나 해충이 발견되면 폐기하도록 규정하고 있다.



검역법에 따라 수입 품목을 규제하고자 말레이시아 검역서비스(MAQIS)는 몇 가지 수입 요건을 부여하고 있으며, 해당 범주에 포함되는 품목은 말레이시아가 미리 정해 놓은 요건을 충족해야 수입할 수 있다.

표 16. 말레이시아로 수입되는 식물 및 농산물의 수입 요건

종류	수입 요건
고무	수입 허가, 식물 위생증명서 및 PEQ 반입 후 검역
야자유, 코코넛 및 야자과	
코코아 및 코코아 바이러스가 존재할 수 있는 기타 식물, 봄바카새에 코코아 및 벽오동과 포함* 과	
아프리카 코코아 지역의 모든 나무 종	
파인애플 <i>Ananas cosmosus</i>	
모든 케레당 <i>Keledang</i> 종* <i>Artocarpus</i>	
차 <i>Camellia sinensis</i>	
모든 감귤 종	
모든 커피 종	
모든 콜라사시아 <i>Colacasia</i> 및 잔토소마 <i>Zanthosoma</i> 종 <i>Tato</i>	
모든 타피오카 종	
고구마	
모든 람부탄 종 <i>Rambutan</i>	
모든 담배 종 <i>Tobacco</i>	
모든 후추과 <i>Pepper</i>	
모든 사탕수수 종 <i>sugarcane</i>	
옥수수	
감자	
모든 생강 종	
딸기, 사과, 포도와 같은 기타의 과일 나무	
모든 망고 종	

\*출처: 말레이시아 검역서비스(MAQIS)

종류	수입 요건
열대 아메리카 지역의 모든 나무 종	수입 허가, 식물 위생증명서, SALB 질병이 없는 국가에서의 중간 검역, PEQ반입 후 검역
모든 콩 중모든 지상 취재 콩류*	수입 허가, 식물 위생증명서
모든무사 및 알리드 제네라(Musa and allied genera) (바나나, 플란타인스, 및 마닐라)* 중	수입 허가, 식물 위생증명서, PEQ반입 후 검역 - 조직 배양 형태의 상업적 수입만 가능, 배양된 조직 및 수출국의 모실험실에 대한 검역
모든 난초과	수입 허가, 식물 위생증명서 및 PEQ반입 후 검역 - 조직 배양 형태의 상업적 수입만 가능
쌀	수입 허가, 식물 위생증명서 및 PEQ반입 후 검역 - 연구 목적으로만 수입 가능
파파야Carica papaya*	수입 허가, 식물 위생증명서 및 PEQ반입 후 검역 - 조직 배양 형태의 상업적 수입만 가능, 배양된 조직 및 수출국의 모실험실에 대한 검역
풀	수입 허가, 식물 위생증명서
조경 수종	수입 허가, 식물 위생증명서
채소 씨	수입 허가, 식물 위생증명서
꽃씨	수입 허가, 식물 위생증명서
한 번도 수입된 적 없거나 허가 시스템에 포함되어 있지 않은 기타 나무	해충 위해 분석 대상, 식물의 반입이 허용된 경우, 혹은 PEQ반입 후 검역 가 적용되는 경우, 혹은 연구 목적으로만 허가되는 경우, 혹은 상업적으로 수입할 수 있는 경우

\*출처: 말레이시아 검역서비스(MAQIS)

### 표 17. 검역 및 검사에 드는 전반적인 비용

말레이시아 검역서비스MAQIS 는 검사와 검역 대상에 대해 비용을 부과한다. 아래 표는 말레이시아 정부가 부과하는 식물 및 신선 농산물에 대한 검사 및 검역 비용에 대한 사항이다.

번호	농산물 종류	수량	영업일 검사 비용	주말 및 공휴일 검사 비용
1	생채소	1st 1,000kg	1.00 링깃RM	2.00 링깃RM
		이후 추가되는 매 1,000kg당	0.50 링깃RM	1.00 링깃RM
2	생과일	1st 1,000kg	2.00 링깃RM	4.00 링깃RM
		이후 추가되는 매 1,000kg당	1.00 링깃RM	2.00 링깃RM
3	케라틴	1st 500stalks	2.00 링깃RM	4.00 링깃RM
		이후 추가되는 500줄기당	1.00 링깃RM	2.00 링깃RM
4	땅콩	1st 1,000kg	1.00 링깃RM	2.00 링깃RM
		이후 추가되는 매 1,000kg당	0.50 링깃RM	1.00 링깃RM
5	코코넛	1st 1,000kg	2.00 링깃RM	4.00 링깃RM
		이후 추가되는 매 1,000kg당	1.00 링깃RM	2.00 링깃RM
6	커피 콩	1st 1,000kg	2.00 링깃RM	4.00 링깃RM
		이후 추가되는 매 1,000kg당	1.00 링깃RM	2.00 링깃RM
7	사탕수수	1st 1,000kg	1.00 링깃RM	2.00 링깃RM
		이후 추가되는 매 1,000kg당	0.50 링깃RM	1.00 링깃RM

\*출처: 말레이시아 검역서비스(MAQIS) 1링깃 = 0.23USD

검사 대상 농산물의 중량에 따라 검역 단계별로 비용이 발생한다. 검역소에서의 보관비용으로 1,000kg 당 하루에 25.00링깃이 부과된다. 검역 절차 이후의 수입 허가서 혹은 면허 발급에 대해서도 건당 15.00링깃의 비용이 발생한다. 검역 절차별 비용은 아래와 같다

번호	구분	요율
1	감독 절차: 배송 및 에스코트	1.00 링깃 <sup>RM</sup> / kg
		시간당 10.00 링깃 <sup>RM</sup>
2	보관을 위해 검역소 배송	일당 10.00 링깃 <sup>RM</sup>
3	검역 완료 건 폐기	2.00 링깃 <sup>RM</sup> / kg
4	냉장 시설 보관	일당 10.00 링깃 <sup>RM</sup> /kg

\*출처: 말레이시아 검역서비스(MAQIS) 1링깃 = 0.23USD

## 4. 라벨링

식품안전 프로그램에 정의되어 있듯이, 수입 식품의 포장과 라벨링은 말레이시아 내에서 판매되기 전에 정해진 규칙에 따라 시행되어야 한다. 말레이시아 보건부는 라벨링에 관한 법률을 제정해 놓고 있으며, 이에는 1983 식품법과 관련 규정에 따른 디자인과 라벨 내용이 포함된다. 가공식품의 라벨은 반드시 다음과 같은 정보를 포함해야 한다:

- 식품의 이름과 식품에 대한 설명
- 원료 목록
- 영양 정보
- 식품 첨가제 명시
- 중량
- 유통 기한
- 제조업체 및 수입업체 연락처
- 원산지

### 1) 사용 언어

말레이시아에서 생산, 제조하거나 포장하는 경우에는 말레이시아어로 표기되어야 한다. 수입 식품에는 말레이시아어나 영어로 표기해야 하며, 이때 다른 언어로 번역된 내용이 포함될 수 있다.

### 2) 라벨링에 관한 상세 사항

1. 식품에 대한 적절한 명칭이나 주원료의 일반적인 이름을 포함하는 식품을 설명할 때 '적절한 명칭

appropriate designation'은 이름이나 설명을 의미하는데, 이는 구체적이어야 하며, 포괄적 이름이나 설명 일 수 없으며, 잠재 고객들이 해당 식품의 특성을 이해할 수 있어야 한다. 라벨의 글자는 눈에 띄어야 하며, 시각성을 강조하고 라벨에 기재된 다른 내용보다 더 눈에 띄어야 한다.

2. 혼합 식품은 경우에 따라 혼합을 의미하는 단어를 사용하고 그러한 단어는 다음과 같은 형태로 식품의 명칭에 포함되어야 한다:
  - ‘혼합’ 식품에 대한 적절한 설명 삽입
  - ‘혼합된’ 식품에 대한 적절한 설명 삽입
    - 단 ‘혼합’이나 ‘혼합된’이라는 단어는 본 규정의 표준을 준수하지 않는 혼합 제품의 적절한 명칭으로 사용할 수 없다.
  
3. 소고기나 돈육 혹은 그러한 육류의 파생품 또는 비계를 포함하는 식품의 경우, 그러한 소고기나 돈육 혹은 그러한 육류의 파생품 또는 비계가 포함되어 있다는 것을 다음과 같은 형태로 표시한다:
  - “포함 소고기나 돈육 혹은 그러한 육류의 파생품 또는 비계”
  - 혹은 그러한 효과가 있는 다른 단어
  
4. 알코올이 포함되어 있다는 설명의 경우, 선<sub>serif</sub>이 포함되지 않은 6포인트 이상 크기의 대문자로 된 굵은 글씨로 다음과 같은 방식으로 표시한다:
  - ‘알코올 포함’
  - 혹은 이와 같은 효과가 있는 단어. 이러한 설명은 식품의 적절한 명칭 바로 아래 기재되어야 한다.
  
5. 물, 식품 첨가제, 영양 보조제 이외에 두 가지 이상의 구성 요소로 구성된 식품의 경우, 그러한 각각의 구성 요소의 적절한 명칭을 중량의 큰 순서별로 표기하고 필요하면 그러한 구성 요소의 백분율을 함께 표기한다.
  
6. 식품 첨가제가 포함된 식품의 경우, 그러한 식품 첨가제가 포함되었음을 다음과 같은 형식으로 표시해야 한다:
  - 색소 혹은 향미료의 경우, 일반적인 이름으로 표기하거나 식품 첨가제의 화학명이 포함된 적절한 명칭으로 표기되는 경우에만 해당 첨가제를 포함하는 것이 허용된다(해당 식품 첨가제의 종류 표기, 최소 순 중량, 부피, 내용물의 수를 포장에 표기; 액체 식품인 경우, 해당 식품의 최소 고형량 표기
  
7. 수입 식품의 경우, 제조업체, 포장업체, 제조 권리가 있는 자 혹은 그 대리인의 이름과 주소, 말레이시아 수입 업체의 이름과 주소 및 식품의 원산지를 표기해야 한다. 단 이와 관련해, 전보 주소, 코드 주소, 우체국 사서함 주소 혹은 뚜껑이나 밀봉 장치에 표기된 제조업체, 포장업체, 수입업체나 판매처의 상표는 충분하지 않다.
  
8. 위 5, 6, 7번에 규정되어 있는 요건은 4포인트 이상의 글씨로 기재해야 한다.

### 3) 라벨링 형태와 방법

- 위에 요구되는 사항들은 라벨에 뚜렷하고 눈에 띄게 표시되어야 한다.
- 라벨에 표시되는 사항은 10포인트 이상 크기의 글자로 표기되어야 하며, 포장에 부착되어 있거나 포장에 나타나 있는 다른 것과 동일하게 눈에 띄어야 한다.
- 모든 라벨은 읽을 수 있어야 하며 내구성 있게 포장지에 표시되거나 포장지에 영구적으로 강력하게 부착되어야 한다.
- 포장이 투명한 재질이면 라벨이 안쪽에 견고하게 부착될 수 있다. 포장에 담긴 음식은 직접 소비를 위한 것이 아니며, 직접 소비되는 경우 원래의 껍질이나 내부 포장재로 완전히 밀폐되어 있어야 하며, 라벨과 직접 접촉되어서는 안 된다. 모든 라벨은 추가적인 포장 위에 덧붙여 있어야 한다.
- 국제적으로 용인되는 도량형의 기호를 제외하면, 라벨에 표기되는 모든 글자 혹은 표시는 대문자로 작성해야 하거나 글자의 높이를 모두 소문자로 한다. 모든 글자가 균일하거나 소문자로 적어야 하는 글자의 경우 첫 자는 대문자로 한다.
- 제품의 포장이 작아서 글자 크기 요건에 부합되는 크기의 글자로 라벨을 제작할 수 없다면 작은 글씨를 사용할 수 있다. 이 경우 포장 크기에 대하여 가능한 최대의 글자로 라벨을 작성해야 하며, 어떤 경우에도 글자 크기가 2포인트보다 작을 수는 없다.
- 모든 글자는 배경과 확연하게 구분되는 색상으로 표기되어야 한다.

### 4) 날짜 표기

식품 포장과 관련해, 날짜를 영구적으로 표기하거나 포장이나 포장에 부착된 라벨에 새겨야 한다. 경우에 따라서는 유통 기한이나 최소 사용 가능 기간을 표기한다.

추가적인 규정으로, ‘유통 기한’이라는 표현과 관련해 제품에 표기된 권장하는 저장 방법을 준수해 제품을 보관하고 있을 때 해당 유통 기한이 지났다면 이는 제품의 품질이 고객이 사용할 수 있는 수준이 아님을 의미한다. ‘최소 사용 가능 기간’은 제품에 표기된 권장하는 저장 방법을 준수해 제품을 보관하고 있을 때 유통 기한이 지났다면 이는 제품의 특정한 품질이 유지될 수 없음을 의미한다.

이와 같은 표기는 고객이 쉽게 이해할 수 있도록 명확하게 기재되어야 하며, 오류가 있어서는 안 된다. 제품 식별을 위해 사용하는 코드 형태의 날짜 표기는 날짜 표기로 인정되지 않는다.

판매 제품에는 포장이나 라벨 혹은 제품의 다른 곳에 아래와 같은 규정에 따라 날짜를 표기하거나 새겨야 한다.

- “EXPIRY DATE” or “EXP DATE” 날짜는 ‘날, 월, 년’ 순으로 혹은 월과 년으로 표기한다
- “USE BY” 날짜를 ‘날, 월, 년’ 순으로 혹은 월과 년으로 표기한다
- “CONSUME BY” 또는 “CONS BY” 날짜를 ‘날, 월, 년’ 순으로 혹은 월과 년으로 표기한다

- 식품에 따라서 최소 사용 가능 기한을 “BEST BEFORE” 또는 “BEST BEF”으로 표기한다. 날짜를 ‘날, 월, 년’ 순으로 혹은 월과 년으로 표기한다.

본 규정에 적용되는 식품 표기 일자의 유효성은 저장 상태의 영향을 받는다. 따라서 라벨에는 반드시 권장하는 저장 방법을 표기해야 한다.

날짜 표기를 하지 않으면 그 누구도 아래의 식품을 제조, 판매, 광고할 수 없다.

### 5) 날짜 표기를 해야 하는 일반적인 식품

- 비스킷, 빵
- 유아와 어린이용 통조림 음식, 시리얼 초콜릿, 화이트 초콜릿, 밀크 코코아, 그리고 건조 코코넛
- 코코넛 크림, 코코넛 밀크, 코코넛 페이스트, 코코넛 크림 파우더
- 밀폐 용기에 포장된 마가린 이외의 식
- 유통 기한 18개월 이하에 해당하는 식품 첨가제
- 영아용 분유
- 액체 계란, 액체 계란 노른자, 액체 계란 흰자, 건조 계란, 건조 계란 노른자, 건조 계란 흰자
- 날짜 표기를 요하는 식품의 저에너지 형태
- 밀폐 용기에 포장되어 있지 않은 육류
- 딱딱한 치즈 이외의 우유 혹은 유제품
- 비탄산 청량음료 및 비탄산 초고온살균(U.H.T) 청량음료
- 영양 보조제 혹은 식품으로 판매되는 영양 보조제
- 저온 살균된 과일 주스
- 저온 살균된 채소 주스
- 땅콩버터
- 소스
- 세리 카야 Seri kaya 말레이시아 싱가포르에서 주로 먹는 코코넛 잼과 빵과 함께 먹는다.
- 특수 목적 식품
- 특정 물질을 첨가하지 않았거나 특정 물질이 함유되어 있지 않다는 점을 강조하는 표시를 할 수 있으나 오해의 소지가 있어서는 안 된다
  - 그러한 물질이 규정에 따라 특정하게 요구되는 사항이 아닌 경우
  - 소비자들이 식품에서 일반적으로 발견할 수 있는 물질인 경우
  - 해당 식품에 동일한 특성을 부여하는 다른 대체 물질로 대체되지 않은 경우. 단, 해당 물질의 특성을 동일하게 눈에 띄는 방식으로 명확하게 표기한 경우는 제외.
- 특정 물질을 첨가하지 않았거나 특정 물질이 함유되어 있지 않다는 점을 강조하는 표시는 영양에 관계된 사항으로 영양소 표시에 관한 규정이 적용된다.

- 영양 표시에 관한 규정은 다음 사항을 포함한다:
  - 영양소 함량 표기
  - 영양소 비교 표기
  - 영양소 기능 표기
  - 농축, 강화 및 기타 유사한 의미를 지닌 단어 표기

## 6) 영양소 표기에 관한 특정 요건

본 규정에서 식품 포장과 관련된 영양소 표기는 소비자들에게 해당 식품의 영양소 함량에 대한 정보를 제공하려는 목적이 있다.

1. 다음 식품에는 의무적으로 영양소 표기를 해야 한다
2. 시리얼 식품
  - a) 다양한 종류의 빵
  - b) 다양한 우유 및 분유. 이에는 가당 연유, 무가당 연유 및 발효유가 포함된다.
  - c) 통조림 육류
  - d) 통조림 생선
  - e) 통조림 채소
  - f) 통조림 과일 및 다양한 통조림 과일 주스
  - g) 샐러드 드레싱 및 마요네즈
  - h) 다양한 종류의 청량음료. 이에는 식물성 음료, 두유 및 콩으로 만든 음료가 포함된다.
3. 위 2번에 규정된 식품의 라벨에는 다음 사항이 기재되어야 한다
  - j) 열량. 이는 킬로칼로리(kcal) 혹은 킬로줄(kJ)로 표기해야 하며, 포장이 1인분을 기준으로 하는 경우에는 100g 혹은 100mL당 열량으로 표기하고 여러 번 섭취할 수 있는 분량으로 포장된 경우에는 1회 섭취량 기준으로 표기한다.
  - k) 단백질, 탄수화물(식이섬유를 제외한 탄수화물) 과 지방의 경우 포장이 1인분을 기준으로 한다면 100g 혹은 100mL당 열량으로 표기하고 여러 번 섭취할 수 있는 분량으로 포장되었다면 1회 섭취량 기준으로 표기한다.
4. 바로 섭취할 수 있는 음료의 경우 라벨에 총 설탕 함량을 다음과 같은 형식으로 표기해야 한다
  - 탄수화물 ...g
  - 총 당류 ...g
5. 지방산 표기와 관련해 포화 지방, 단일 불포화 지방, 다가 불포화 지방 및 트랜스 지방은 다음과 같은 형식으로 표시해야 한다
  - 지방 ....g
  - ~의 함유

- 단일 불포화 지방 ....g
- 다가 불포화 지방 ....g
- 포화 지방 ....g
- 트랜스 지방....g.

6. 표기되는 에너지의 양은 다음과 같은 변환 계수를 이용해 계산해야 한다

- a) 당질 4kcal/g<sup>17</sup> kJ
- b) 단백질 4kcal/g<sup>17</sup> kJ
- c) 지방 9kcal/g<sup>37</sup> kJ
- d) 알코올 에탄올 7kcal/g<sup>29</sup> kJ
- e) 유기산 3kcal/g<sup>13</sup> kJ
- f) 식이섬유 2kcal/g<sup>8,5</sup>kJ

7. 표기되는 단백질의 양은 다음과 같은 변환 계수를 이용해 계산해야 한다

$$\text{단백질} = \text{총 켈달 질 Kjeldahl Nitrogen} \times \text{식품별 변환 계수}$$

8. 위 7번에서 언급한 식품별 변환 계수는 아래와 같다

식품	변환 계수
통밀, 밀가루, 말린 밀	5.83
밀가루, 중수율 혹은 저수율	5.70
마카로니, 스파게티, 밀 파스타	5.70
겨	6.31
쌀	5.95
호밀, 보리, 귀리	5.83
땅콩	5.46
콩, 씨앗, 밀가루, 혹은 제품	6.25
아몬드	5.18
브라질 너트	5.71
코코넛, 캐슈넛, 견과류	5.3
우유 및 유제품	6.38
깨, 홍화, 해바라기	5.3
마가린, 버터	6.38
기타 식품	6.25
통밀, 밀가루, 말린 밀	5.83
밀가루, 중수율 혹은 저수율	5.70

9. 본 규정에서 달리 정한 바가 있는 경우를 제외하고 비타민과 미네랄 함량을 다음과 같은 기준에 따라 라벨에 표기해야 한다



- a) 영양소 기준치<sub>NRV</sub> 목록에 포함된 비타민과 미네랄만 기재하며, 영양소 기준치<sub>NRV</sub> 목록에 포함되지 않은 비타민과 미네랄은 청장의 서면 허가를 받아야 한다.
- b) 라벨에 표기된 1회 섭취량 기준으로 영양 기준치<sub>NRV</sub>의 5% 이상 함유된 비타민과 미네랄만 기재한다.
10. 비타민과 미네랄에 대한 숫자 정보는 100g이나 100mL당 함량 기준으로 표기하고, 1인분 기준으로 포장되었다면 한 팩 기준으로 표기한다. 또한, 이는 영양 기준치<sub>NRV</sub>에 대한 백분율%을 100g이나 100mL당 함량을 기준으로 표기하거나 1인분 기준으로 포장되었다면 한 팩 기준으로 표기할 수 있다.
11. 영양 기준치<sub>NRV</sub>에 대한 백분율%로 표기된 비타민과 미네랄에 대한 숫자 정보는 라벨링 목적으로 사용될 수 있다.

표 18. 영양 기준치<sub>NRV</sub>

비타민	기준치
비타민 A	800
비타민 D <sub>ug</sub>	5
비타민 C <sub>ug</sub>	60
비타민 E <sub>ug</sub>	10
티아민 <sub>mg</sub>	1.4
리보플라빈 <sub>mg</sub>	1.6
니아신 <sub>mg</sub>	18
비타민 B6 <sub>mg</sub>	2
엽산 <sub>ug</sub>	200
비타민 B12 <sub>ug</sub>	1
칼슘 <sub>mg</sub>	800
마그네슘 <sub>mg</sub>	300
철분 <sub>mg</sub>	14
아연 <sub>mg</sub>	15
요오드 <sub>ug</sub>	150

12. 식품 포장에 부착되는 라벨에 콜레스테롤이나 식이섬유의 함량을 표기하는 경우, 콜레스테롤의 함량은 100g이나 100mL당 함유된 양을 mg으로 표기하고 1인분씩 포장되었다면 한 팩당 함유된 콜레스테롤의 양을 mg으로 표기한다. 식이섬유의 경우 100g이나 100mL당 함유된 양을 g으로 표기하고 1인분씩 포장되었다면 한 팩당 함유된 콜레스테롤의 양을 g으로 표기한다.
13. 위의 2번에 기재된 식품 이외의 식품의 영양소 라벨에는 위 3번을 적용한다.
14. 식품의 영양소를 표기할 때 위 3번에 규정된 영양소 라벨을 의무적으로 포함해야 하며, 영양소로 표기된 다른 영양소의 양을 의무적으로 표기해야 한다.

## 5. 기타 규제

### 가. 관세 및 규제

말레이시아 관세청<sup>RMC</sup>은 관세를 징수하는 업무를 담당하며 말레이시아로 유입되는 제품이 말레이시아가 정한 국가 표준을 준수하고 있는지 검사하는 업무를 수행한다.

말레이시아 관세청<sup>RMC</sup>은 간접세 행정을 책임지고 있으며, 말레이시아로 마약이 유입되지 않도록 단속하는 업무를 수행한다. 말레이시아 관세청<sup>RMC</sup>은 1967년 관세법에 따라 식품 수입 관련 사항을 규제하는 기관이다.

말레이시아 관세청<sup>RMC</sup>은 1988년 세계관세기구<sup>World Customs Organization</sup>가 개발하여 국제협약으로 채택된 HS코드 즉, 국제통일상품 분류체계<sup>Harmonized Commodity Description and Coding System</sup>를 사용하고 있다. 이 시스템은 거래되는 제품의 명칭과 이름을 표준화해 제공하고 있다.

이 시스템하에서, 관세청은 HS 분류를 기반으로 관세 목록을 작성한다. 예를 들어, ‘오리’는 HS 코드상에 010513번으로 분류되며 이 시스템을 사용하는 전 세계 200개 관세청이 010513번을 ‘오리’로 인식한다. 신선 농산물은 “식물 및 동물”로 분류되며 말레이시아 관세청(RMC)과 말레이시아 검역서비스<sup>MAQIS</sup>가 검역을 시행한다.

식품 수입에 관한 사항은 말레이시아 보건부<sup>Malaysian Ministry of Health</sup>가 관리하며 식품의 수입과 관련된 요건을 규제하기 위해 보건부 산하에 식품안전품질부<sup>FSQD</sup>를 설치하고 있다.

수입 제품은 법적으로 허용된 공항이나 항구를 통해서만 반입할 수 있다. 이들은 다수의 국가 기관과 협력하고 있는데 그러한 국가 기관은 알코올음료, 동물 식품, 건강식품, 의약품, 육류, 채소 및 가공류 수입 관련 허가와 면허를 제공한다.

수입업체는 수입 제품에 대하여 수입 면허를 취득해야 하며 스스로 말레이시아 관세청의 관세청장이 승인하는 기관을 통해 관세를 납부해야 한다. 필요한 서류에는 다음 사항이 포함된다:

- 통관 수속 서식
- 반입 권리에 대한 증거예: 선하 증권
- 상업 송장 또는 견적 송장<sup>상업 송장 발급이 불가능한 경우</sup>
- 포장 명세서
- 원산지 증명서 등과 같은 상품의 반입 가능성을 결정하는 데 필요한 서류

수입 제품 규제에 가장 많이 적용되는 수단은 관세로, 일반적으로 관세는 0~50% 사이에 적용된다. 관세는 증가 운임<sup>AV rate</sup>을 기준으로 하며, 수입 제품의 과세 가격에 대해 백분율%로 적용된다. 그러나 원료, 기계, 주요 식량, 식료품 및 의약품에는 일반적으로 관세가 부과되지 않거나 부과되더라도 극히 낮은 관세가 적용된다.

\* 말레이시아 관세 정보 사이트: <http://tariff.customs.gov.my/>

2003년, 아세안<sup>ASEAN</sup>-한국 정상회의에서 한국과 아세안 국가 간 자유무역 협정의 체결 가능성을 논의하였고 이후 2006년 아세안 국가들과 한국 간에 상품 자유 무역 협정이 체결되었다.

수입 절차를 진행하는 데 필요한 문서를 제출하는 것과는 별도로, 식품 수출업체들은 자신들이 수출하는 제품이 말레이시아로 반입되도록 하려면 반드시 말레이시아 식품안전정보시스템<sup>Food Safety Information System of Malaysia, FOSIM</sup> 상에 수출업체로 등록해야 한다.

말레이시아는 자국으로 수입되어 자국에서 판매되는 식품을 모니터링하기 위해 보건부 산하에 말레이시아 식품안전정보시스템<sup>FOSIM</sup>을 운영하고 있다. 이 시스템을 준수하지 않는 제품은 원산지로 반송될 수 있다.

## 나. 흙을 포함하는 제품에 대한 특수 규정

흙을 포함하는 제품의 수입은 별도로 수입 허가를 획득하는 경우를 제외하면 일체 금지된다. 흙에는 다양한 동물성 및 식물성 해충과 잡초 씨앗이 포함되어 있기 때문이다. 흙에 포함된 해충에는 박테리아, 식물 바이러스, 곰팡이 등이 있으며, 이들은 해로울 뿐 아니라 새로운 환경에서도 거리낌 없이 번식하는 특성이 있다.

말레이시아 농업청<sup>DoAM</sup>은 1976 식물검역법<sup>Plant Quarantine Act of 1976</sup>과 1981 식물검역규정<sup>Plant Quarantine Regulation of 1981</sup>에 따라 수입된 식물 및 식물 제품에 대해 수입 허가를 발급한다. 수입 허가의 발급 여부는 말레이시아 농업청<sup>DoAM</sup>이 시행하는 검사 결과에 따라 결정된다.

### 1) 일반 수입

수입 허가를 위한 신청서를 말레이시아 농업청<sup>DoAM</sup>에 전자적 방법이나 우편으로 제출한다. 신청서의 종류는 아래와 같다

- PQ 8a - 전파 및 연구를 목적으로 식물을 수입하는 경우의 신청서
- PQ 8b - 상업적 혹은 재배를 위한 목적으로 식물을 수입하는 경우의 신청서
- PQ 8c - 유익한 미생물 및 생물학적 제제 목적으로 수입하는 경우의 신청서
- PQ 8d - 토양 배양 혹은 발근 목적으로 수입하는 경우의 신청서

신청서는 반드시 수입일로부터 1개월 이전에 신청비 15링깃과 함께 제출해야 한다.

## 2) 조건부 수입

1976 식물검역법<sup>Plant Quarantine Act of 1976</sup> 과 1981 식물검역규정<sup>Plant Quarantine Regulation of 1981</sup>, 식물검역법국  
 제표준<sup>International Standards for Phytosanitary Measures</sup> 에 따라 흙을 포함한 모든 신규 수입 식물과 식물 제품은  
 말레이시아 농업청<sup>DoAM</sup> 이 시행하는 해충위험분석<sup>PRA</sup> 의 대상이어야 한다.

이 규정은 다음과 같은 경우에 적용된다

- 다른 국가에서 수입된 적 없는 새로운 상품
- 기존의 수입을 허용한 국가 이외의 국가에서 수입
- 새로운 상품 형태
- 해당 국가의 위생 및 식물위생조치<sup>SPS</sup> 를 준수하지 않았다는 새로운 정보가 발견되어 기존 수입 정보 개정
- 반입 시 규제 항목 혹은 기타 오염물질 검출 - 수입 요건을 충족하지 못하는 상품을 수입하게 되면 일시적으로 유예된다.
- 수출국에 해충이 확산하였다는 신뢰성 있는 보고가 있으면 해당 수출국에서 수출된 모든 수입품은 즉시 수입이 유예된다.

해충위험분석<sup>PRA</sup> 을 신청하기 위해서는 다음과 같은 정보를 말레이시아 농업청<sup>DoAM</sup> 에 제출해야 한다.

- 수입업체의 이름과 주소<sup>전화번호, 팩스번호, 이메일</sup>
- 포워딩업체의 이름과 주소<sup>전화번호, 팩스번호, 이메일</sup>
- 수출업체의 이름과 주소<sup>전화번호, 팩스번호, 이메일</sup>
- 제품 / 상품 / 위탁물 학명 / 식물학상명<sup>속 및 종</sup>
- 제품 / 상품 / 위탁물 일반 명칭
- 원산국
- 수입 제품 / 상품 / 위탁물 원산지<sup>농장 / 재배장 혹은 해당 제품 / 위탁물이 생산된 곳의 이름과 주소</sup>
- 수입 제품 / 상품 / 위탁물 형태에 대한 설명<sup>예: 씨앗, 생과일, 묘목 등</sup>
- 해당 수입 제품 / 상품 / 위탁물이 유전자변형생물체<sup>GMO / LMO</sup> 를 포함하고 있는지 여부
- 관세 코드<sup>HS 코드</sup>
- 제품 / 상품 / 위탁물의 명확한 사진
- 제품 / 상품 / 위탁물 포장재<sup>예: 마대, 비닐봉지 등</sup>
- 묘목의 길이<sup>18인치 이하</sup>

- 수입 목적예: 소비 / 재배 / 가공 / 동물 사료 / 연구 / 상업적 목적 등
- 수입량
- 연간 수입 빈도
- 말레이시아 반입 장소
- 운송 수단육상 / 해상 / 항공
- 수입 방법화물 / 택배 / 인편
- 수입 과정 중 수입 제품 / 상품 / 위탁물 보관 방법
- 검역 이후 수입 제품 / 위탁물이 최종적으로 저장된 곳과의 거리 / 포장은 수출국에서 출국지점에서 시행
- 말레이시아 창고 / 저장 장소의 최종 주소예: 자유무역지구
- 말레이시아 농장 / 재배지의 이름과 주소재배 목적인 경우
- 수출 첫 단계에서 최종 단계까지의 흐름도 / 수출국의 출국 지점에서 말레이시아의 반입 지점까지
  - 제품 / 상품 / 위탁물이 수출된 국가의 원산지농장 / 재배지 / 식물 공장 / 사업장 / 연구소
  - 수집 센터
  - 실험 센터
  - 가공 센터
  - 포장 센터
  - 수출국에서 검역을 시행하기 전후의 제품 / 상품 / 위탁물의 저장 장소
  - 기타 관련 정보와 사진을 함께 제출
- 발 / 농장 기록
- 수출국에서 제품 / 상품 / 위탁물에 대해 시행된 처리의 유형
- 수출국의 출국 지점을 통과한 수출 날짜부터 말레이시아의 반입 지점에 도착한 반입 날짜까지의 기간  
날의 수
- 원산지 증명서C/O
- 수출국의 국립 식물 검역소NPPO가 발급한 식물 위생증명서PC 사본, 학명 / 식물학명
- 경유다음 도착 국가를 명시
- 재수출다음 도착 국가를 명시
- 수입국말레이시아 외

해충위험분석(PRA)을 국제식물위생조치기준International Standard for Phytosanitary Measures, ISPMs의 지침에 따라 시행해야 한다. 해충위험분석PRA은 다음과 같은 제목을 사용하여 제품과 관련된 해충을 범주화하는 작업을 포함한다.

- 유입 가능성에 대한 평가
- 유입 가능성에 따른 경제적, 환경적 영향에 대한 엄격한 평가

- 유입에 따른 경제적, 환경적 영향에 대한 엄격한 평가
- 해당 문제에 대응하기 위한 리스크 완화 방법 상세화

## 다. 통관 거부 사례

### 1) 신선농산물

통관이 거부되는 대부분의 신선 농산물은 관련 법규 위반이나 오염된 경우에 해당한다. 통관 거부는 말레이시아 검역서비스MAQIS가 시행한다. 2014년 226건에 대해 반입이 거부되었으며 899건이 처리를 위해 반송되었고, 788건은 폐기되었다.

검역 절차는 해당 건의 말레이시아 반입 허용 여부를 결정하는 절차이다. 만약 특정 선적 건에서 위해한 미생물이나 박테리아가 발생한다면 말레이시아 당국은 추가적인 검사가 시행될 때까지 해당 건의 통관을 제한한다.

2015년 말레이시아 검역서비스MAQIS는 미국산 갈라Gala 사과와 그라니 스미스Granny Smith 사과의 반입을 제한한 바 있다. 이는 해당 사과에서 리스테리아 박테리아Listeriosis bacteria 오염이 의심되었기 때문이었다.

### 2) 가공식품

가공식품의 통관이 거부되는 경우는 대부분 수입 문서에 대한 규정을 준수하지 않았거나 인체에 해로운 박테리아 혹은 미생물이 발견되었을 때 또는 할랄 법을 위반하였을 때이다.

만약 다른 나라의 당국에 의해 제품이 오염된 것으로 판명되면, 말레이시아 정부도 해당 제품의 안전성이 증명될 때까지 해당 제품의 수입을 제한한다. 2014년 말레이시아 정부는 한국 식품업체의 전복죽에 대해 수입 금지 조치를 내렸는데, 이는 캐나다 식품 검역 당국이 해당 제품이 인체에 해로운 보툴리누스균 *clostridium botulinum*에 오염되었다고 발표한 결과에 따른 조치였다. 보툴리누스균은 흡이나 오염된 식품에서 발견되는 균으로, 인간에게서 발견되는 경우는 매우 드물지만 인체에 해로운 질병을 유발할 수 있다. 이 보툴리누스균에 오염된 음식을 섭취했을 때 발생할 수 있는 중독 증상으로는 구토, 현기증, 시력 감퇴, 구강 건조, 호흡 부전, 마비 등이 있다. 캐나다와 싱가포르 보건 당국은 작년 캐나다 보건 당국의 이와 같은 발표가 있었던 이후 해당 제품을 전량 철수시켰다.





## 말레이시아 할랄시장 심층조사







## Chapter 04

# 한국농식품 진출 및 수출확대 전략

1. 진출여건
2. 진출 및 수출확대 전략
3. 품목별 진출 및 수출확대 전략

## 1. 진출여건

### 가. 국내 수출여건 및 환경

강점기회요인	약점위협요인
<ul style="list-style-type: none"> <li>• FTA 등 시장개방 확대로 수출농업 중요성 대두, 정부의 수출지원 정책 및 다양한 지원 프로그램</li> <li>• K-POP 등 한류문화 확산으로 한국 식문화 등에 우호적인 여건 마련</li> <li>• '13년 말레이시아 정부 JAKIM 동등성 인정 획득으로 무슬림 시장개척 기반 마련' 13년 7월 1일 국내에서도 할랄인증 가능-한국이슬람교중앙회 인증기관 등재</li> <li>• 수출선도조직, 품목별 수출협의회 등 국내 수출인프라 구축 및 시장개척 체계 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기상 여건 등 예기치 못한 변수가 상존하여 안정적 공급 애로</li> <li>• 신선농산물의 수출가격 변동폭이 심하여 안정적인 수입바이어 확보가 어려움</li> <li>• 가공식품은 높은 생산원가로 현지 제품에 비해 가격경쟁력 열세</li> <li>• 목표시장에 맞는 상품개발 미흡내수병행</li> </ul>

### 나. 현지 시장여건 및 환경

강점기회요인	약점위협요인
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한류열풍을 타고 한국문화 및 상품, 음식에 대한 관심도 증대</li> <li>• 건강 및 웰빙에 대한 관심 증가로 건강식으로 인식되는 한국식품의 인지도 상승</li> <li>• 식품업계의 할랄인증제품 확대 등 할랄시장 개척을 위한 적극적인 시장 진출</li> <li>• TESCO, GAIN'T 등 현지 대형유통업체와 연계한 판촉 지속으로 유통채널 기반 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부의 자국 농업 경쟁력 강화를 위한 정책 시행 및 정착으로 식품수입 감소</li> <li>• 자국 내 식품가공분야가 발전해 GDP생산의 10%를 차지하며 또한 네슬레, 코카콜라 등 다수의 기업이 현지 생산</li> <li>• 브랜드제품이라도 가격에 민감한 소비패턴으로, 팔릴 수 있는 가격의 상한선 고려저가격 선호</li> <li>• 일본 및 다국적 식품기업의 할랄시장 진출 및 현지 공장 설립으로 경쟁 심화</li> </ul>

### 다. 시장 진출시 고려사항<sup>5P</sup>

#### 1) 사람 People

음식은 말레이시아인들의 삶에서 중요한 부분으로 하루에 여러 끼를 먹는 것이 일반적이다. ‘마막<sup>노천음식점</sup>’, ‘코피티암<sup>kopitiam, 전통 커피숍</sup>’, 행상, 노점 등의 식품 서비스 분야에서 강력한 업체들이 등장함에 따라, 말레이시아는 하루 중 언제라도 다양한 음식을 즐길 수 있는 넓은 선택의 기회를 갖게 되었다. 수출업체들이 식품 수출 전에 말레이시아인들의 습관과 식사 패턴을 이해하는 것은 필수적이다.

한국 식품은 지난 10년 동안 일본, 중국, 미국 등 강력한 경쟁자들에게도 불구하고 말레이시아 시장에 서서히 침투했다. 말레이시아인들이 한국 식품이 소매 시장에 존재한다는 사실을 인식하고 있기는 하지만 여

전히 다수가 한국 식품의 다양성에 대해서는 알지 못한다. 한국 식품에 익숙한 사람들은 보통 한국 드라마, K-팝 등과 같은 한류의 영향을 크게 받은 사람들이다. 말레이시아 수출을 노리는 한국 식품 제조업체들은 말레이시아인들 사이의 한류를 활용하고 영향력을 확대할 필요가 있다.

말레이시아는 주로 말레이계, 중국계, 인도계와 기타 민족들로 구성되어 있다. 민족 간의 상이한 식습관에 주목하고 이를 이해하는 것이 필수적이다. 예를 들어, 무슬림들은 돼지고기나 돼지고기 기반의 제품을 섭취하지 않는다. 한국 식품의 다수가 돼지고기를 기반으로 한 것으로 알려져 있기 때문에, 한국 수출업체들이 말레이시아 시장에 더 큰 기회를 찾는다면 식품의 종류를 다양화<sup>예: 닭고기 기반의 식품을 늘리는 등</sup> 하는 것이 중요하다.

점차 많은 말레이시아인들이 도시 지역에 거주하게 되면서, 시간을 절약해 주는 편리한 제품에 대한 수요가 늘어날 것으로 보인다. 교육과 일자리를 위해 도시 지역으로 이주한 젊은 근로자들이 이러한 트렌드를 주도할 것이다. 도시적인 생활방식의 변화에 따라 젊은 근로자들의 식사 및 일상 생활 양식이 결정될 것이다. 대부분의 말레이시아인들에게 편의성이 대단히 중요한 요인임이 분명하므로, 가정에서 요리하는 대신 신속하게 먹을 수 있는 즉석식품과 미리 포장된 식품의 수요가 계속 증가할 것으로 보인다. 세계화의 영향이 커지면서 말레이시아 소비자들이 즉석 식품 분야에서 아시아와 세계 각국의 음식을 더 찾게 될 가능성도 있다. 이는 말레이시아 소비자들에게 식품을 선보이고자 하는 식품 제조업체들을 위한 기회와 창을 열어줄 것이다.

## 2) 제품Product

‘제품’은 수출업체가 소비자에게 제공하고자 하는 재료, 물품, 또는 서비스를 의미한다. 그러나 물리적인 제품 그 자체 외에도, 한국 수출업체들은 맛의 취향 또는 제품의 포장 방법 등과 같이 말레이시아 소비자들에게 어필할 수 있는 다른 요인들을 찾아야 한다. 품질, 영양학적 가치, 브랜드 등의 제품 속성 또한 중요한 요소들이다.

제품 다운사이징	<p>“1인 가구의 수가 늘어나고 젊은 소비자들의 결혼 연령 및 자녀를 갖는 연령이 높아짐에 따라, 소포장 제품의 편의성이 높아지고 있다.”</p> <p>“소포장 제품은 대량으로 제품을 구입할 여력이 없는 저소득층 소비자, 매일 신선한 식품을 구입하고자 하는 경향이 있는 소비자들에게도 수요가 높다.”</p>
----------	--

인구의 과반수가 무슬림인 말레이시아에서 할랄 인증은 말레이시아에 제품을 수출하거나 사업을 확대하고자 하는 요식업체와 식품 제조업체들에게 중요한 요소이다. 육류가 포함된 제품은 말레이시아 정부의 할랄 인증 기구 JAKIM 또는 JAKIM이 인정하는 해외 할랄인증기관<sup>예: KMF</sup> 등을 통해 할랄 인증을 받아야 한다. 식음료 제품에 할랄 로고를 표시하는 것은 신제품에 말레이계 소비자들을 끌어들이 수 있는 마케팅의 이점

과 기회를 제공해 준다. 가처분 소득이 더 높고 수입 식품에 더 많은 비용을 지불할 의향이 있는 다른 민족  
예: 중국계 들을 끌어들이 수 있는 매력적인 브랜드와 홍보도 중요하다.

많은 사람들이 한국 식품의 다양성에 대해 알지 못하는 가운데 한국 수출업체들은 말레이시아 소비자들  
에게 새로운 맛이나 제품을 선보이기 전에 시장에서 이미 널리 받아들여진 기존 제품의 레버리지<sup>지렛대</sup> 효과  
를 활용할 필요가 있다.

### 3) 가격<sup>Price</sup>

‘가격’은 하나의 제품에 대해 소비자에게 요구하는 금액을 의미한다. 제품의 가격을 결정하는 것은 까다  
로울 뿐만 아니라 다양한 경제적 측면을 고려해야 하는 일이다. 제품의 가격 책정은 수출 시 최우선적으로  
다루어야 하는 중요한 마케팅 전략이다. 말레이시아 소비자들은 가격에 민감하기로 유명하며, 많은 소비자  
들은 한국 제품이 비싸다고 여긴다.

양질의 식품에 대한 소비자들의 수요가 증가하고 있기는 하나, 말레이시아인들은 특히 식품을 구입할  
때는 가격에 민감하며 덜 비싼 것으로 간주되는 대안<sup>예: 다른 수입 식품</sup>으로 발길을 돌리는 것을 주저하지 않는  
다. 높은 가격대를 정당화하기 위해서는 한국 식품을 영양학적인 이점을 지닌 고급 제품으로 차별화하여  
마케팅하는 것이 중요하다.

### 4) 장소<sup>Place</sup>

‘장소’는 제품이 소비자에게 당도하기까지 사용되는 유통 채널을 의미한다. 한국 식품을 말레이시아에  
들여오고자 할 때는 제품을 도심, 주요 쇼핑몰, 비즈니스 허브 장소 등에서 판매하는 것이 권장된다. 쿠알  
라룸푸르, 수방자야<sup>Subang Jaya</sup>, 다만사라<sup>Damansara</sup>, 방사르<sup>Bangsar</sup>, 삐낭, 조호바루 등의 도시 지역은 농촌이나  
소도시에 비해 외국 식품과 제품, 특히 한국 식품을 받아들이는 경향이 훨씬 크다. 대부분의 한국 식당 역시  
이들 도시에 위치하고 있다. 말레이시아에 제품을 수출하고자 할 때, 한국 식품 제조업체들은 이러한 대도  
시 지역을 타겟으로 하는 것이 적절하다.



대부분의 식음료 제품 시장 진입 성공의 핵심 요인은 제품을 어디에, 어떻게 유통 시키는가 하는 것이다. 말레이시아에 수출 할 때는 통관을 책임지고 도매/소매업체들을 상대하며 판매 후 서비스를 제공할 수 있는 현지 유통업체를 이용하는 것이 최선의 방법이다. 한국 수출업체와 수입/유통업체가 협력하여 제품 자체에 집중하는 방식보다 사업을 구축하는 마케팅 패키지 또는 마케팅 컨셉트를 통해 수출 사업을 추진하는 것을 권장한다. 말레이시아 수출 시 한국 식품 제조업체들은 현지의 선두 유통업체가 지닌 강점과 경험을 활용하는 것이 좋다. 말레이시아에서 한국 식품을 유통하는 주요 업체들에는 KMT Sdn. Bhd., Euro Atlantic, Woori Pacific, Khaishen 등이 있다.

현대적인 유통 채널은 말레이시아에서 포장 식품의 주 유통 채널이기도 하다. 대부분의 수입 식품은 현지 수입사를 통해 말레이시아로 수입되며 이후 곧바로 소매 체인으로 연결된다. 벌크 품목과 상표가 없는 제품들은 수입사가 말레이시아로 들여와 도매상에 넘긴 후 소매 체인으로 넘어간다.

최근 원가를 절감하고 공급망에 대한 통제권을 확보하고자 말레이시아의 소매업체 들이 직접 수입을 하는 경우가 종종 있다. 말레이시아에서 대부분 한국 식품은 쿨드 스토리지, 테스코, 이온 등과 같은 주요 소매업체들에 의해 판매되고 있다. 한국 수입업체 들이 제품을 판매할 때 대부분의 말레이시아인들, 특히 도시 지역 인구가 가장 선호하는 유통 채널인 이러한 소매업체들의 강점을 활용하는 것이 권장된다.

말레이시아에서 슈퍼마켓의 성장을 이끄는 또 하나의 요인은 도시화 추세와 여성의 사회진출 증가이다. 이로 인해 주로 슈퍼마켓과 편의점에서 소포장 제품과 편의 식품에 대한 수요가 급증했다.

앵커 플레이스	앵커 플레이스Anchor Place 는 바쁜 소비자들이 쇼핑, 업무, 사교, 식사, 엔터테인먼트를 모두 해결할 수 있는 완벽하게 미리 준비된 생활 경험을 제공하는 곳이다. 말레이시아에서는 이온과 쿨드 스토리지가 앵커 플레이스 현상의 좋은 예를 보여준다. 이온과 쿨드 스토리지는 소비자들의 일상 생활에서 '제 3의 장소'로 자리잡은 곳, 즉 본질적으로 집과 일터 사이에서 '믿을 수 있는 연결고리'가 되는 쇼핑센터에 위치하고 있다. 이러한 상점들은 쇼핑몰의 주요 임차인이 되며, 고객은 쇼핑몰에서 즐겁게 쇼핑과 식사, 사교를 즐기는 '라이프스타일 경험'을 할 수 있다.
---------	---

##### 5) 판촉Promotion

‘판촉’은 제품의 마케팅과 광고를 통한 제품 판매를 의미한다. 효과적인 판촉에는 적절한 채널을 통해 목표로 하는 대상에게 도달할 수 있는 분명하고 간단한 메시지가 포함되어야 한다. 대부분의 식음료 부문에서 브랜드를 구축하려면 수출업체들이 언론, 광고판, 대중에게 나눠줄 수 있는 전단지 등의 주요 채널을 통해 제품을 광고할 필요가 있다.

판매지점 전시 또한 소비자에게 한국 식품을 알릴 수 있는 또 하나의 방법이다. 판매지점 전시란 슈퍼마

켓이나 하이퍼마켓에 소비자들에게 제품을 ‘보여주기’ 위한 소형 스탠드를 설치하는 방식이다. 제품을 일반적인 선반에 진열하는 것에 더하여, 슈퍼마켓과 같은 경우 종종 계산대와 같은 공간에 제품을 전시할 수 있다. 전시 스탠드를 사용할 때는 판촉 포스터, 사인 등을 함께 사용할 수 있으며, 판촉물은 상점 방문객과 주변 행인들에게 나누어줄 수 있다. 전시 지점에서 소비자들이 제품을 시험해 볼 수 있도록 무료 샘플을 나눠 주는 것도 좋은 방법이다.

제품의 인지도와 브랜드를 구축하고 강화하기 위해, 말레이시아 관광문화부, 무역부 등과 같은 관련 기관에서 주최하는 식품박람회에 수출업체들이 참가하는 것을 권장할 만하다. 이러한 전시회에는 음식에 관심이 많은 수천 명의 말레이시아인들이 방문하기 때문에, 수입 업체들이 말레이시아 시장에 제품을 소개할 수 있는 매우 효과적이다.

현재 말레이시아에서 매년 개최되는 주요 식음료 행사에는 다음의 3가지가 있다.

- 말레이시아 국제 식품 음료 박람회 [Malaysia International Food and Beverage Fair](#)
- 말레이시아 국제 식품 가공 및 포장 전시회 [Malaysia International Food Processing and Packaging](#)
- 말레이시아 국제 할랄 전시회 [Malaysia International Halal Showcase](#)

한국 식품을 홍보하고 말레이시아 소비자들의 흥미를 불러일으키기 위해 아래와 같은 활동이 필요하다.

- 관심사, 새로 구입한 것, 경험한 음식 등을 소셜 미디어를 통해 공유하고자 하는 말레이시아인들의 성향을 이용
  - 페이스북, 트위터, 음식 블로그, 유튜브, 인스타그램, 포스퀘어 등의 소셜 미디어는 시장에서 다양한 한국 식품의 인지도를 높이는 데 도움이 된다.
  - 현지 음식 블로거, 유명인들과 연계하는 것도 한국 음식의 인지도를 높일 수 있는 효과적인 방법이 될 수 있다. 말레이시아인들은 유명 음식 블로거들이 추천하는 내용을 ‘따라 하는’ 데에 매우 적극적이다. 또한 새로운 음식이나 장소를 접하기 전에 다른 사람들의 경험을 고려하는 등 한국 식품 수출업체들은 블로거들의 영향력을 이용해 말레이시아인들에게 기존의 널리 알려진 한국 식품 외에 다양한 한국 식품에 대한 지식과 이해도를 높일 수 있는 기회로 활용할 수 있다.

### 제품 시장 진입 체계

고객의 요구	시장 실행	마케팅 수단
<b>고객의 요구</b> 반드시 소비자의 필요를 충족시켜야 함	<b>시장 구조</b> 경쟁자가 적은 새로운 시장을 추구해야 함	<b>미디어</b> 미디어를 통해 인지도 극대화
<b>가격</b> 너무 비싸서는 안 되지만 꼭 저렴할 필요는 없음	<b>매장 가시성 &amp; 광고의 브랜드 연상 효과</b> 반드시 매장에서 눈에 띄어야 하며 광고를 통해 연상할 수 있어야 함	<b>판촉</b> 판촉을 통해 가치 극대화
<b>차별화</b> 반드시 소비자의 필요를 충족시켜야 함	<b>크기 및 종류의 호환성</b> 크기 및 종류 측면에서 경쟁자의 제품과 반드시 동등해야 함	<b>유통</b> 유통을 통해 가용성 극대화
↑ ↑ 경쟁적 맥락에서 평가		

## 2. 진출 및 수출확대 전략

### 가. 말레이시아에 수출을 확대하기 위해서는 할랄 인증이 필요

말레이시아에서 할랄인증은 의무가 아닌 권고사항이지만, 말레이시아 인구의 61%가 무슬림으로 구성되어 있으므로 한국산 농식품이 말레이시아의 대중 시장을 공략하려면 할랄 인증이 필요하다. 할랄 인증은 소비자들로 하여금 소비하기에 안전하다는 표시로 받아들여지며, 이는 제품 및 제품에 사용된 성분의 전반적인 품질에 대한 보증이기도 하다.

할랄인증이 수출 확대가 가능한 만능키는 아니지만 잠재적인 무슬림 소비자들에게 접근성을 높여줄 수 있는 최소한의 노력이라 할 수 있으며, 중국계, 인도계 소비자들도 할랄인증 식품 구매에 거부감이 없다. 할랄 인증은 반드시 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 혹은 한국 이슬람교 중앙회(KMF)와 같은 공인된 인증기관을 통해 발급 받아야 한다.

### 나. 종교와 식문화의 이해를 통한 제품개발 및 맛의 현지화

말레이시아 인구는 말레이계 62%, 중국계 22%, 인도계 7% 그리고 기타 인종으로 구성되어 있다. 따라서 인종 집단마다 각기 다른 식품관을 가지고 있다는 점에 주목해야 한다. 말레이계는 대부분이 무슬림으로 돼지고기, 주류, 그리고 돼지 및 알코올성분이 들어간 식품을 금기시하고 있으며, 반면에 중국계는 불교 및 기독교를 믿으며, 일반적으로 돼지고기 및 주류 등을 즐겨 먹는다. 한국 식품의 경우 돈육이 함유되어 있는 제품이 많아, 한국 업체들이 보다 다양한 제품들을 개발할 필요가 있다<sup>예: 닭고기를 기반으로 하는 제품을 도입.</sup> 이를 통해 보다 많은 말레이시아 사람들에게 제품을 판매할 수 있을 것이다.

인도계의 경우 대부분이 힌두교를 믿으며, 종교 특성상 소를 먹지 않고 채식 위주의 식단을 선호하므로, 안전하고 고급이미지를 가지고 있는 채식주의자들을 위한 제품들이 어필할 수 있을 것으로 판단된다.

말레이시아인들이 전반적으로 기름지고, 맵고, 짜고, 단 맛을 선호하는 경향이 있으므로 현지 소비자들의 식문화에 맞는 제품 개발이 필요하다. 앞선 소비자 설문조사 결과 한국식품의 개선점으로 맛의 현지화를 꼽는 응답자들이 많아, 한국 식품 고유의 맛을 잃지 않는 선에서 맛의 현지화가 필요할 것이다.

## 다. 시장 세분화 Segmentation

말레이시아는 쿠알라룸푸르, 수방 자야, 다만사라, 방사르, 페낭 및 조호바루, 쿠칭과 같은 도시 말레이시아 도시화 진행률 '08년 70%, '13년 74%, '18년 78%(예상), \*출처 Euromonitor 지역을 거점으로 인구가 현대적 유통매장들이 집중되어 있다. 한국식품은 가격이 높기 때문에 도시를 중심으로 한 유통채널을 통해서 판매하는 것이 효과적이다.

## 라. 판매촉진 Promotion

한국식품에 대한 소비자 바이어 설문조사결과 공통적인 특징은 광고부족이다. 결과적으로 소비자들은 한국식품에 대한 인지도가 다소 낮은 것으로 나타났다. 수출업체와 수입업체가 각종 한국식품 페스티벌에 참여하여 시연, 시식, 홍보, 판매 등을 통해 구전마케팅을 확대하고 대형유통매장은 주요 거점을 기준으로 지방까지 정기적인 판촉을 진행하여 구매 빈도수를 높여야 하며, 온라인 오픈마켓, SNS 등을 통한 홍보를 통해 효과를 배가하는 전략이 필요하다. 이는 수입업체와 수출업체와의 협력이 필요한 부분이기도 하다.

## 마. 건강식품에 대한 수요 증가 추세

지난 몇 년에 걸쳐 말레이시아는 사회 경제적으로 급속하게 성장 12년 5.6%, '13년 4.7%, '14년 6.0% 성장했으며, 현대적인 라이프스타일을 추구하면서 심장병, 암, 당뇨병, 비만과 같은 다양한 건강 문제를 겪게 되어, 건강식품에 대한 수요가 급격하게 증가하고 있다. 한국 음식은 현지 소비자들에게 품질이 좋고 위생상 안전하며 건강한 음식으로 인정받고 있다. 김치 등과 같은 특정 가공식품은 영양 및 건강효과 측면에서 우수하여 이러한 부분이 잘 홍보 된다면 말레이시아 시장에서 성공할 수 있을 것이다.

## 바. 가격 경쟁력 확보

말레이시아 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에서 판매되고 있는 한국 식품이 고품질이며 비싸다고 인식되어 있다.

말레이시아 소비자들이 다양하면서도 고품질의 식품을 추구하지만 이와 동시에 가격에 민감하다. 특히



식품에 있어서 가격에 민감하며 언제든지 주저 없이 좀 더 값이 저렴한 대체품에 **다른 수입 제품**으로 갈아타는 경향이 있다. 따라서 한국산 가공식품이 말레이시아 시장에서 성공하려면 제품을 차별화 하고 높은 가격을 정당화 할 수 있을 만한 포장, 맛, 영양적인 우수성이 보장되어야 하고, 소포장 제품 개발을 통한 저가 정책 또한 필요하다.

## 사. 소비자들에게 한국 음식과 식품에 대한 교육 제공

현재 말레이시아 시장에서 한국 음식은 중국 음식이나 서양 음식 또는 일본 음식과 비교해 인기가 많은 편이 아니다. 한국 음식 및 한국 식품에 대한 인지도가 아직 초보적인 수준에 머물러 있다.

현재 말레이시아 사람들은 한국 식품을 요리할 때 어떻게 활용할 수 있을지 잘 알지 못한다. 대부분의 말레이시아 소비자들은 김치를 어떻게 먹는지 알지 못하며 또한 김치를 어떤 음식과 함께 먹으면 맛있는지 잘 알지 못한다. 한국 수출업체 및 유통 업체들은 말레이시아 소비자들을 대상으로 하는 시연, 프로모션, 마케팅 광고 혹은 행사 등을 통해 한국 식품을 먹는 방법을 알리도록 해야 하며 이를 통해 말레이시아 시장에서 한국 식품의 인지도를 높일 필요가 있다.

## 아. 알아 보기 쉬운 라벨링을 통해 최대한 많은 정보 제공

말레이시아 시장에서 라벨링은 핵심적인 요소 중 하나이다. 말레이시아 소비자들은 제품에 대한 구입 결정을 내리기 전에 여러 제품들을 보고 제품에 대한 정보를 상세히 읽어 본다.

말레이시아 소비자들이 중요하게 생각하는 제품에 대한 정보는 다음과 같다:

- ① 가격 및 프로모션
- ② 할랄 인증 정보
- ③ 건강 및 영양 **구성 성분 목록 포함**
- ④ 식품 안전성 **유통 기한, 제조 방법**
- ⑤ 특별 식이 관련 정보
- ⑥ 친환경 및 지속 가능성 / 환경 **유기농 포함**
- ⑦ 제품의 출처

점점 더 많은 말레이시아 소비자들이 건강 및 영양 정보 **구성 성분 포함**을 중요한 구매 결정 요소로 생각하고 있다. 이와 같은 상황을 고려하여 한국 수출업체들과 제조업체들은 라벨링이 무엇보다 중요하다는 점을 인식해야 한다. 또한, 대부분의 한국식품들이 한글표기만 되어 있어 말레이시아 현지 소비자들에게 정보를 전달하기 어려우므로 영문 및 말레이시아어 표기가 동시에 되어 있을 필요가 있다.

## 자. 말레이시아 시장에서 포장의 중요성

현재 말레이시아 시장에서 소비자들의 구매 결정에 영향을 미치는 중요한 요소 중 한 가지는 포장이다. 요즘 소비자들은 소형 포장 제품을 선호하며, 할인된 가격으로 제공되는 패키지 제품을 선호한다. 말레이시아 소비자들은 가격에 민감하며 제품을 낱개로 구입하는 것보다는 묶어서 할인된 가격으로 구입하는 것을 선호한다. 또한, 제품의 신선도를 오래 유지시켜주는 포장을 선호하며 동시에 환경 친화적인 포장을 선호한다.

소형 포장을 통해, 가격을 낮추고 보다 휴대가 간편하고 도시화된 생활에 더 적합하다는 점을 어필해야 한다. 이 경우 충동구매의 효과가 있으며, 소형 가구<sup>1~2인</sup>의 증가로 인해 현지 소비자들이 부담 없이 구매가 가능해질 것으로 보인다.

## 3. 품목별 진출 및 수출확대 전략

### 가. 한국농식품 수출 유망품목의 도출

#### 1) 선정기준

##### 가) 요약

	유망품목	수출확대 가능품목	도전품목
선정방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품수출액 평균증가율(11.9%) 이상</li> <li>· 수출액 100만불이상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품수출액 평균증가율(11.9%) 이하, 플러스 성장률</li> <li>· 수출액 100만불 이하, 30만불 이상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 향후 수출 가능성 있는 잠재품목</li> <li>· 수출액 30만불 미만</li> </ul>
선정품목	딸기, 버섯류, 과자류, 라면, 소스류, 주류	단감, 홍삼, 커피조제품, 음료, 김치, 아이스크림	감귤, 사과, 배

#### 나) 5개년 수출추이 검토

농수산식품수출지원정보 KATI통계에서 비식용 제품 등을 제외하고 말레이시아로 수출되는 주요 한국 농식품을 대상으로 통계수치를 작성한 결과, 조제, 배합, 첨가 등 식품을 만드는데 쓰이는 원료가 '14년 기준 45.1%를 차지하였다. 가공식품은 40.7%로 원료와 함께 한국식품 수출증가를 견인하는 역할을 하였으며, 신선은 14.2%에 그쳤다.

표 19. 5개년간 수출추이 및 평균 증감률

(단위 : 천USD, %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	평균증감률
전체수출액	65,589	95,805	79,196	82,205	102,701	11.9
합계(100%)	48,572	69,599	55,307.4	64,546	84,549	14.8
비중, %	100	100	100	100	100	
버섯류	1,189	1,445	1,428	2,026	2,483	20.2
감	3,576	3,995	5,227	4,308	4,618	6.6
딸기	2,140	1,645	2,111	3,229	3,629	14.1
감귤	17	16	0.4	21	54	32.8
사과	234	171	98	26	18	-47.2
배	316	326	100	147	125	-20.6
포도	125	57	86	144	143	3.5
홍삼	364	935	325	204	923	26.1
신선소계	7,961	8,590	9,375.4	10,105	11,993	10.6
비중, %	16.4	12.3	17.0	15.7	14.2	
라면	2,683	3,334	4,320	4,175	4,710	15.1
커피조제품	3,464	5,168	4,672	5,566	5,173	10.5
과자류	2,429	3,399	3,756	6,380	12,329	50.1
소스류	1,218	1,246	1,956	3,251	4,165	36.0
굴	2,387	2,504	1,062	2,147	2,672	2.9
김치	286	379	531	653	689	24.6
김	360	448	744	1,190	1,336	38.8
주류	841	1,085	1,239	1,462	2,160	26.6
음료	594	1,466	892	1,048	894	10.8
아이스크림	123	385	995	1,263	316	26.5
가공식품소계	14,385	19,414	20,167	27,135	34,444	24.4
비중, %	29.6	27.9	36.5	42.0	40.7	
옥수수전분	8,418	10,714	8,787	7,273	7,876	-1.7
식물성유지	650	2,637	4,804	2,183	5,951	73.9
식물성액즙	707	1,019	919	1,035	1,239	15.1
전분박	0	0	1,255	3,980	5,297	-
사료	2,991	3,528	3,721	4,254	5,755	17.8
연초류	448	192	212	286	2,861	58.9
혼합조제식료품	12,837	23,177	5,654	7,406	6,016	-17.3
연유	3	217	51	107	2,229	398.2
섬유관	172	111	362	782	888	50.7
원료소계	26,226	41,595	25,765	27,306	38,112	9.8
비중, %	54.0	59.8	46.6	42.3	45.1	

\* 출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

## 다) 수출유망품목 선정

### ① 계량적 기준에 따른 유망품목 도출

전체 식품수출액의 5개년간 평균증감율 11.9% 이상을 상회하고 '14년 기준 100만불 이상을 충족하는 신선농산물 및 가공식품을 유망품목으로 선정하였다. 원료는 기업간 거래<sup>B2B</sup>로 제외하였다.

순위	부류품목	'14년 수출액 <sup>천불</sup>	5개년 평균증가율%
1	딸기	3,629	14.1
2	버섯류	2,483	20.2
3	과자류	12,329	50.1
4	라면	4,710	15.1
5	소스류	4,165	36.0
6	주류	2,160	26.6

### ② 수출확대 가능한 품목

수출액 100만불 이하의 품목 또는 품목 평균증감율이 전체 평균증감율 11.9%보다 낮은 품목들 중 플러스 성장률을 기록하고 30만불 이상 수출되는 품목들을 수출 확대가 가능한 품목으로 선정하였다.

순위	부류품목	'14년 수출액 <sup>천불</sup>	5개년 평균증가율%
1	단감	4,618	6.6
2	홍삼	923	26.1
3	커피조제품	5,173	10.5
4	음료	894	10.8
5	김치	689	24.6
6	아이스크림	316	26.5

### ③ 도전품목

수출액이 30만불 미만이거나 마이너스 평균증감율을 보인 품목 중 말레이시아가 수입을 많이 하고 있어 향후 여건 마련 시 수출확대가 가능한 품목을 도전 품목으로 선정하였다.

순위	부류품목	'14년 수출액 <sup>천불</sup>	5개년 평균증가율%
1	감귤	54	32.8
2	사과	18	-47.2
3	배	125	-20.6

## 2) 선정된 부류 및 품목 분석

### 가) 유망품목

#### ① 딸기

##### • 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
0810 10 0000	초본류딸기	0810 10 0000	딸기	5

\*출처 : (말레이시아) <http://tariff.customs.gov.my> / 농수산식품수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

##### • 현지시장현황

###### - 수입동향

말레이시아 딸기 총 수입액은 2,703천불로 한국산 딸기가 전체 수입액의 약 41.5%,<sup>1,124천불</sup>를 차지하고 있으며, 미국 22.6%,<sup>611천불</sup>, 호주 16.8%,<sup>455천불</sup>, 이집트 9.6%,<sup>259천불</sup> 순으로 딸기를 수입하고 있다.






순위	국 가	점유율 %	2013년		2014년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			1,279	2,374	1,366	2,703	6,8	13,8
1	한국	41,5	427	1,000	462	1,124	8,2	12,3
2	미국	22,6	391	647	349	611	-10,6	-5,6
3	호주	16,8	184	237	283	455	53,7	92,3
4	이집트	9,6	151	228	153	259	0,7	13,5
5	뉴질랜드	6,9	92	178	97	188	5,4	5,9

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 딸기는 점차 말레이시아 소비자들에게 인기를 끌고 있으며, 주로 쿠알라룸푸르, 페낭, 조호바루 등 대도시의 유통매장에서 소비가 이뤄지고 있다. 일반 소비자들이 수용하기에는 가격적인 측면에서 다소 고가이기 때문에 중상류층 중국계, 말레이계 고소득층 소비자들 중심으로 구매가 증가하고 있다.

##### • 상품경쟁력분석

- 한국산 딸기는 당도가 높고 향이 좋아 소비자들에게 고품질 상품으로 인정받고 있으나 유통기한이 짧아 빨리 무르는 경우가 많다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사수입업체		
한국산		한국산 매향 딸기	RM 13.5 3,699원 / 250g	당도가 높고 향이 좋으나 유통기한이 짧아 빨리 무르는 경향이 있음
		대곡딸기협동조합		
		Korean Strawberry	RM 14.2 3,890원 / 250g	
		Euro-Atlantic		
외국산		Phil Greig Strawberry	RM 10.50 2,877원 / 250g	딸기 알이 크고 고르며, 신선도가 오래 지속되나, 한국산에 비해 당도가 떨어지고 신맛이 강함
		뉴질랜드산 Agolink Sdn. Bhd.		
		Country Fresh Strawberry	RM 15.50 4,247원 / 250g	
		뉴질랜드산 Agolink Sdn. Bhd.		
현지산		카메론 하이랜드	RM 5.99 1,644원 / 200g	생산지 주변과 재래시장에서 주로 판매되고 있으며 당도가 낮고 신맛이 강함 가격이 저렴하여 일부 현지인들이 주로 구매
		현지산 Teong Brother		

\* RM 1 = 274원(2015.12.31. 매매기준율) / 이하 동일 적용

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 지속적인 프로모션을 통해 고품질 한국산이라는 이미지 확립이 중요하며, 유통기한이 긴 품종개발이 필요하다. 고급 마켓 및 중상류층을 타겟으로 한 정기적이고 지속적인 시식, 판촉 등의 홍보가 필요하다.

② 버섯류

• 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
0709 59 5000	팽이버섯	0709 59 5000	팽이버섯	0
0709 59 4010	새송이버섯	0709 59 4000	느타리버섯	0
0709 59 2000	표고버섯	0709 59 2000	표고버섯	20

\*출처 : (말레이시아)<http://tariff.customs.gov.my> / 농수산식품수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

- 현지시장현황

- 수입동향

말레이시아 신선 버섯 총 수입액은 1,993천불로 한국산 버섯이 전체 수입액의 약 55.8%<sup>1,114천불</sup>를 차지하고 있으며, 중국 32.3%<sup>645천불</sup>, 태국 8.7%<sup>174천불</sup> 순으로 버섯을 수입하고 있다.

건조 버섯 총 수입액은 3,826천불로, 전년 대비 -13.3% 감소하였으며 중국산 버섯이 전체 수입액의 95.1%<sup>3,639천불</sup>를 차지하고 있으며, 프랑스 1.9%<sup>72천불</sup>, 미국 1.5%<sup>57천불</sup> 순으로 건조 버섯을 수입하고 있다.

한국산 건조버섯은 수출이 되고 있지 않으며, 대말레이시아 버섯<sup>신선</sup> 수출의 대부분은 팽이버섯과 새송이버섯이고 표고버섯은 수출되지 않고 있다.

품목 HS코드	2013	2014	증감%	1위		2위		3위	
				국가	금액 천불	국가	금액 천불	국가	금액 천불
버섯 <sup>신선</sup> 070959	1,848	1,993	7.8	한국	1,114	중국	645	태국	174
버섯 <sup>건조</sup> 071239	4,414	3,826	-13.3	중국	3,639	프랑스	72	미국	57

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 한국 팽이버섯의 경우 경쟁력 있는 가격 및 품질의 우수성을 바탕으로 거의 모든 매장에 입점 되어 판매되고 있다. 소비자들의 전반적인 소득 수준이 높아짐에 따라 팽이, 새송이버섯을 사용한 요리법 등에 대한 홍보 및 외식업체의 요리 재료 수요 증가로 이어진다면 향후 많은 성장을 할 수 있는 품목으로 판단된다.

- 상품경쟁력분석

- 팽이버섯의 경우 현지산에 비해 다소 가격이 높으나 품질이 좋아 재 구매율이 높다. 하지만 진공 포장되어 있지 않아 신선도 유지가 어렵다.
  - 한국산 새송이 버섯은 질감이 좋고 품질이 좋으며, 유통기한이 길다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사/수입업체		
한국산		팽이버섯	RM 1,99 545원 / 150g	가격대비 품질이 좋아 재구매율이 높음
		Nature First Harvest Sdn, Bhd,		
		새송이 버섯	RM 10,5 2,877원 / 300g	식감이 뛰어나며 신선함
		Green Co. Ltd		
		새송이 버섯	RM 15,9 4,356원 / 400g	알맹이가 크고 식감이 좋아서 판매량이 높음
		Green Co. Ltd		
외국산		시메지 버섯	RM 7,60 2,082원 / 220g	일본산 버섯으로, 신선하고 맛은 좋으나 비린내가 조금 남.
		일본산Hokio		
		앞새버섯	RM 7,60 2,082원 / 220g	일본산 버섯이며, 신선하고 조리용 버섯으로 안생맛춤이나 비린내가 조금 남.
		일본산Hokio		
현지산		팽이버섯	RM 0,99 271원 / 100g	일본 기술로 현지에서 생산하여 유통하고 있는 제품으로 가격이 저렴하여 소비자들 부담없이 구매
		Enviro Mushrooms Farm Inc,		
		Champ fungi Brown Mushroom	RM 5,8 1,589원 / 150g	현지 버섯으로, 식감이 굉장히 좋고 값이 저렴하지만 비린내가 남.
		Nature First Harvest Sdn Bdn		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 물류비용과 신선도 유지에서 우위를 점하는 중국, 태국산과 경쟁이 지속될 것으로 보이므로 이미 확보한 시장의 유지 및 확대에 있어 물류비용 절감이 가장 중요한 요소이다.
- 소비자들의 전반적인 소득 수준이 높아지고 있으므로 말레이시아 요리에 팽이버섯을 접목한 레시피를 개발해 소개하고, 향후 팽이버섯의 판매가격을 높이기 위해서 중국, 태국산 대비 포장상태 개선(진공포장)이 필요하다.



- 말레이시아 시장은 프리미엄급 상품으로 인지되기 전까지는 가격에 민감하게 반응하는 시장이므로 품질 차별화에 대한 인식이 선행되어야 한다.

### ③ 과자류

#### • 품목정보

한 국		말레이시아		관세율(%)
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
1704 10 0000	검	1704 10 0000	검	0
1704 90 2090	캔디	1704 90 2010 1704 90 2020 1704 90 2090	캔디	0
1704 90 9000	설탕과자류	1704 90 9000	기타설탕과자	0
1904 10 1000	콘 플레이크	1904 10 1000	콘 플레이크	0
1904 10 9000 1904 90 9000	곡류조제품	1904 10 9000	기타조제품	5.4
1905 90 1030	파이와 케이크	1905 90 1030	파이와 케이크	0
1905 90 1040	비스킷, 쿠키 및 크래커	1905 90 1040	비스킷, 쿠키 및 크래커	0
1905 31 0000	스위트 비스킷	1905 31 0000	스위트 비스킷	0
1905 90 1090	베이커리 제품	1905 90 1090	기타베이커리	0

\*출처 : (말레이시아) <http://tariff.customs.gov.my> / 농수산물수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

#### • 현지시장현황

##### - 수입동향

말레이시아 과자류 총 수입액은 265,884천불로 중국산 과자류가 전체 수입액의 약 17.9%<sup>47,767천불</sup>를 차지하고 있으며, 인도네시아 10.5%<sup>28,008천불</sup>, 태국 10.3%<sup>27,429천불</sup>, 베트남 6.2%<sup>16,483천불</sup> 순으로 과자류를 수입하고 있다. 한국은 14위 과자류 수입국가로 수입액은 6,473천불이다.

순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			79,749	241,228	82,550	265,884	3.5	10.2
1	중국	17.9	18,994	38,548	22,390	47,767	17.8	23.9
2	인도네시아	10.5	19,016	30,012	13,954	28,008	-26.6	-6.6
3	태국	10.3	10,725	24,254	11,463	27,429	6.8	13.0
4	베트남	6.2	3,442	12,477	3,852	16,483	11.9	32.1
5	필리핀	6.1	5,101	16,802	5,274	16,405	3.3	-2.3
14	한국	2.4	703	3,049	1,040	6,473	47.9	112.2

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 최근 들어 단맛을 좋아하는 말레이시아인들의 과자류 소비가 늘고 있는 추세이나, 한국산 과자는 상대적으로 가격이 높아 가격에 민감한 현지 소비자들에게 어필하는 것이 쉽지 않다.

• 상품경쟁력분석

- 현지에서 판매되고 있는 한국산 비스킷이 다양하고 한류로 인해 호감도가 높으나, 대체적으로 고가이면서 맛이 자극적이지 않아 단맛, 짠맛을 좋아하는 현지 소비자들이 유사한 경쟁상품을 선택하는 경우가 많다.
- 한국산 검의 경우 현지산이나 외국산보다 식감이 탁월하여 경쟁력이 있으나 타 제품에 비해 인지도가 떨어져 적극적인 홍보가 필요하다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사수입업체		
한국산		초코송이	RM 6.20 1,698원 / 200g	한국 대표과자 중 하나로 아기자기한 버섯 모양의 과자. 현지 소비자들에게도 인기가 있음 *할랄인증 없음
		오리온KMT		
		촉촉한 초코칩	RM 15.89 4,353원 / 120g *	촉촉한 식감과 초코칩이 풍부하게 들어 있음. *할랄인증 없음
		오리온KMT		
		자일리톨	RM 11.2 3,068원 / 87g	맛과 향이 부드러우며 씹는 식감이 부드러움 *할랄인증 없음
		롯데KMT		
		고소미	RM 5.99 1,641원 / 60g	달달하고 고소하며, 유사한 맛의 현지산 과자가 없어 인기가 있음 *할랄인증 없음
		오리온KMT		
		PEPERO 빼빼로	RM 4.20 1,150원 / 35g	달고 심플한 포장으로 현지인들에게 가장 인지도가 높은 한국산 과자중 하나임 *할랄인증 없음
		롯데KMT		

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사/수입업체		
외국산		Lay's Barbecue	RM 21.65 5,932원 / 270g	미국제품으로 양이 많고 짭짤한 맛이 강함. 가격이 다른 제품에 비해 비쌌. *할랄인증 있음JAKIM
		Frito-Lay		
		Doritos Smoking BBQ	RM 18.95 5,192원 / 230g	미국 제품으로, 나초형태의 스낵으로 유명함. 짭짤한 맛이 강함. *할랄인증 있음JAKIM
		Frito-Lay		
		Pocky	RM 2.85 780원 / 39g	한국산 빼빼로와 동일한 제품으로 단맛이 더 강하나 일부 무슬림 소비자들은 돼지와 발음이 유사하여 선호하지 않아함 *할랄인증 없음
		Ezaki Glico		
	Double Mint Tempest	RM 4.13 1,131원 / 36g	현지에서 가장 많이 소비되는 제품으로 여러 가지 맛을 보유 *할랄인증 없음	
	Wrigley			
현지산		Twistie	RM 3.99 1,093원 / 150g	다양한 맛이 있으나 대부분 짠 맛을 보임. 한국의 치토스와 껍질이 유사함. *할랄인증 있음JAKIM
		Twistie Ltd		
		Cheezels	RM 5.99 1,641원 / 170g	대표적인 치즈맛의 과자로 현지인들에게 인기가 많음 *할랄인증 있음JAKIM
		Kraft Malaysia Sdn Bhd		
		Mister Potato	RM 5.25 1,438원 / 100g	프링글스와 유사하나 가격이 저렴하고 맛이 다양하여 인기가 많은 제품 *할랄인증 있음JAKIM
		Mamee Double-Decker Berhad		
	Bunny gum	RM 1.88 515원 / 23g	저렴한 가격과 다양한 맛으로 많은 대형마트에 유통되고 있음 *할랄인증 없음	
	Chap Seng Sdn. Bhd			

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 말레이시아는 유아 및 10대의 인구비중이 높아 어린이들을 타겟으로 한 제품의 경우 소비자들에게 인기를 끌 것으로 보이며, 최근 건강에 대한 관심이 증가하면서 건강기능성 과자류의 경우 수출확대가 가능할 것으로 보인다.

④ 라면

• 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
1902 30 1010	라면	1902 30 1010	라면	0

\*출처 : (말레이시아)http://tariff.customs.gov.my / 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

• 현지시장현황

- 수입동향

면류 총 수입액은 136,585천불로 인도네시아산 면류가 전체 수입액의 약 57.4%<sup>78,467천불</sup>를 차지하고 있으며, 태국 12.7%<sup>17,352천불</sup>, 중국 12.1%<sup>16,552천불</sup>, 호주 4.2%<sup>5,816천불</sup> 순으로 면류를 수입하고 있다. 한국은 6위 면류 수입국가로 수입액은 3,334천불이다.








순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
		총수입량	84,976	129,397	89,722	136,585	5.5	5.5
1	인도네시아	57.4	46,118	72,644	50,793	78,467	10.1	8.0
2	태국	12.7	10,078	17,062	10,245	17,352	1.6	1.7
3	중국	12.1	13,527	16,899	12,751	16,552	-5.7	-2.0
4	호주	4.2	3,703	5,625	4,118	5,816	11.2	3.4
5	이탈리아	2.9	2,874	3,977	2,883	3,994	0.3	0.4
6	한국	2.4	1,268	2,691	1,389	3,334	9.5	23.9

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 다소 높은 가격에도 불구하고 한국산 라면에 대한 인지도는 매우 높으며 특정 브랜드는 말레이시아 내 유명 브랜드상을 수상하기도 함, 한국산 라면 중 할랄인증을 취득한 제품이 나오면서 소비계층이 무슬림 소비자로까지 확대되어 좋은 반응을 보이고 있다.

- 상품경쟁력분석

- 한국산 라면은 빨간 국물의 매운 라면이라는 인식이 되어 있으며, 매운 맛을 좋아하는 말레이시아인들에게 인기를 끌고 있다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사수입업체		
한국산		신라면	RM 15.50 4,247원 / 120g * 5팩	한국 대표라면으로 많이 알려져 있으며 맵고 자극적인 맛으로 인기를 끌고 있음 *할랄인증 있음 <sup>KMT</sup>
		농심 <sup>KMT</sup>		
		Seafood Party	RM 15.89 4,353원 / 120g * 5팩	시원한 해물맛으로 어필하고 있지만 인지도는 낮음 *할랄인증 없음
		삼양 <sup>KMT</sup>		
		너구리	RM 16.5 4,521원 / 140g * 5팩	한국 대표라면 중 하나로 면이 쫄깃하고 두꺼움. *할랄인증 없음
		농심 <sup>KMT</sup>		
		짜짜로니	RM 17.2 4,712원 / 140g * 5팩	인기가 높은 제품중 하나로, 국물 없는 라면을 좋아하는 소비자들에게 인기가 있음 *할랄인증 없음
		농심 <sup>KMT</sup>		
외국산		Mi Goreng	RM 4.65 1,274원 / 79g * 5팩	인도네시아의 대표적인 라면으로 다양한 맛을 가지고 있으며, 가격이 저렴하여 인기가 있음 *할랄인증 있음 <sup>MUI</sup>
		Indofood		
		Hokkaido Miso	RM 15.65 (4,288원) / 120g * 5팩	미소 맛이 나는 일본 라면. 면이 얇고 국물이 진함. 한국제품과 달리 맵지 않음. *할랄인증 있음 <sup>MUIS</sup>
		Nissin		
		PAMA	RM 5.99 1,641원 / 80g * 4팩	태국 라면으로써, 쌀국수와 흡사하며 닭육수 맛이 남. 용량이 적음. *할랄인증 있음 <sup>JAKIM</sup>
		Thai President Foods		

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사수입업체		
현지산		Mi Goreng	RM 3.99 1,093원 / 80g * 5팩	현지인들이 즐겨 먹는 라면으로 용량이 작고 가격이 저렴하여 현지 소비자들에게 인기가 많음. *할랄인증 있음JAKIM
		Ibumie		
		Maggi Ayam	RM 6.99 1,915원 / 89g * 5팩	현지인들이 즐겨 먹는 라면으로 용량이 작고 가격이 저렴하여 인기가 많음. *할랄인증 있음JAKIM
		Maggi Sdn Bhd		
		Mi Sedaap	RM 7.25 1,986원 / 90g * 4팩	현지인들 사이에서 유명 브랜드로 특히 비벼먹는 라면이 인기 있음. 양은 적으나 다른 브랜드에 비해 조금 비쌌음. *할랄인증 있음JAKIM
		Wings Food		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 기존 한국산 라면의 특징인 ‘빨간색 국물, 매운맛’에 대한 충성도가 매우 높지만, 다양한 제품군(하얀 국물, 야채라면 등)을 지속 출시하며 소비 저변을 확대하고 사리용 라면, 우동용 면 등 식자재용 제품으로 대규모 소비를 유도 할 필요가 있다.
- 현지산 라면처럼 용량을 줄이고 가격을 낮추면 구매 부담이 줄어 현지 소비자들에게 인기가 더 많아질 것으로 보인다.

⑤ 소스류

• 품목정보

한국		말레이시아		관세율(%)
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
2103 10 0000	간장	2103 10 0000	간장	8
2103 90 1010	된장	2103 90 1010	된장	8
2103 90 1020	춘장	2103 90 1020	춘장	8
2103 90 1030	고추장	2103 90 1030	매운콩소스	20
2103 90 1090	장류기타	2103 90 1090	장류기타	0
2103 30 1000	겨자의 분, 조분	2103 30 1000	겨자 가루	0
2103 30 2000	겨자 조제품	2103 30 2000	겨자 조제품	0
2103 90 9010	마요네즈	2103 90 9010	마요네즈	0
2103 90 9020	카레	2103 90 9020	카레	0
2103 90 9030	혼합조미료	2103 90 9030	혼합조미료	45
2103 90 9090	기타 소오스	2103 90 9090	기타 소오스	45

\*출처 : (말레이시아)<http://tariff.customs.gov.my> / 농수산식품수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

- 현지시장현황

- 수입동향

소스류 총 수입액은 90,662천불로 태국산 소스류가 전체 수입액의 약 24.3%<sup>22,062천불</sup>를 차지하고 있으며, 싱가포르 17.6%<sup>15,995천불</sup>, 중국 16.9%<sup>15,384천불</sup>, 미국 10.6%<sup>9,621천불</sup> 순으로 소스류를 수입하고 있다. 한국은 13위 소스류 수입국가로 수입액은 717천불이다.

순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총 수입량			47,202	92,022	47,393	90,662	0.4	-1.4
1	태국	24.3	14,951	19,961	14,680	22,062	-1.8	10.5
2	싱가포르	17.6	5,027	21,078	4,151	15,995	-17.4	-24.1
3	중국	16.9	12,042	13,981	12,513	15,384	3.9	10.0
4	미국	10.6	4,424	8,913	4,368	9,621	-1.2	7.9
5	인도네시아	9.2	4,265	8,714	4,448	8,413	4.3	-3.4
13	한국	0.7	560	475	733	717	31.0	50.8

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 고추장, 된장 등 전통 장류의 경우, 현지 한식당, 일식당 등 외식업체 수요가 증가하고 있는 추세이며, 일반 소비자들의 경우 사용 빈도 및 구매 빈도가 낮으나, 떡볶이 소스, 드레싱 소스, 불고기 소스 등은 한식의 인기와 더불어 일반 소비자들도 손쉽게 구매 및 사용이 가능한 품목으로 좋은 반응을 얻고 있다.

- 상품경쟁력분석

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특 징
		제조사/수입업체		
한 국 산		돼지불고기양념	RM 21.50 5,891원 / 280ml	양념 맛이 진하고 조미료 맛이 덜 남. 현지에서 인지도는 낮은 편임. *할랄인증 없음
		청정원(KMT)		
		양조간장	RM 20.29 5,559원 / 930ml	한국교민 및 중국계 소비자들에 의해 주로 소비되고 있음 *할랄인증 없음
		샘표(KMT)		
		태양초 찰고추장	RM 18.99 5,203원 / 500g	한국의 대표적인 소스 고추장은 현 지 소비자들에게도 많이 알려져 있음 *할랄인증 없음
		청정원		

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사/수입업체		
외국산		Soba Noodle soup base	RM 14.99 4,107원 / 120g	일본 소바 요리에 사용되는 소스로 인지도가 높음 *할랄인증 없음
		Nissin		
		Teriyaki Sauce	RM 10.99 3,011원 / 300ml	데리야키 소스는 다양한 메뉴에 활용되고 있으며 현지 소비자들에게도 널리 알려져 있는 제품임 *할랄인증 없음
		S&B Food Focal Marketing Sdn Bhd		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 한식당, 일식당뿐 아니라 현지 음식에 활용하는 등 외식업체에서 활용할 수 있는 메뉴 제안이 필요하다. 그 외에 기타 소스류인 떡볶이소스, 비비큐소스 등은 한류 및 한식의 인기와 더불어 소비가 증대되고 있는 품목이지만, 낯선 음식에 대한 이질감 감소를 위해 활용방법, 레시피 등의 소개와 동반한 체험 마케팅이 필요하다.

⑥ 맥주

• 품목정보

한 국		말레이시아		관세율(%)
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
2203 00 0000	맥주	2203 00 0000	맥주	30

\*출처 : (말레이시아) <http://tariff.customs.gov.my> / 농수산식품수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

• 현지시장현황

- 수입동향

말레이시아 맥주 총 수입액은 79,709천불로 싱가포르산 맥주가 전체 수입액의 약 22.3%<sup>17,797천불</sup>를 차지하고 있으며, 네덜란드 22.0%<sup>17,588천불</sup>, 중국 11.1%<sup>8,906천불</sup>, 베트남 8.9%<sup>7,157천불</sup> 순으로 맥주를 수입하고 있다.



순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			69,559	88,505	60,425	79,709	-13.1	-9.9
1	싱가포르	22.3	12,203	20,185	10,395	17,797	-14.8	-11.8
2	네덜란드	22.0	13,658	18,985	11,041	17,588	-19.1	-7.3
3	중국	11.1	9,902	9,135	8,915	8,906	-9.9	-2.5
4	베트남	8.9	4,976	6,562	5,854	7,157	17.6	9.0
15	한국	1.0	237	174	886	710	273.3	307.9

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 말레이시아는 국교가 이슬람교이지만 헌법상 종교의 자유를 인정해주고 있기 때문에 무슬림만 아니라면 술을 쉽게 구매할 수 있다. 또한 다양한 인종으로 구성된 국가 분위기에 따라 문화적 차이를 존중해주기 때문에 비무슬림들의 주류 섭취에 대해 거부반응이 없다. 이러한 분위기와 더불어 말레이시아의 발달된 외식문화는 자연스럽게 맥주 소비량을 증가시켰다. 특히 젊은 층의 중국계 화교들에게 맥주의 인기가 높다
- 상품경쟁력분석
  - 말레이시아는 자국브랜드의 맥주가 없어, 수입산 맥주들이 전체 맥주시장을 점유하고 있다. 한국산 맥주 또한 소량 수입되고 있으나 아직은 인지도가 낮고 타국산 맥주에 비해 제품 경쟁력이 떨어진다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특 징	
		수입국가			
외 국 산		Carlsberg	RM 10.99 3,011원 / 330ml	말레이시아 맥주 시장 점유율 2위를 차지하고 있음	
		덴마크			
		Heineken	RM 8.59 원 / 330ml		시원함이 오래가는 맥주로 현지 소비자들에게도 유명함
		네덜란드			
		Tiger	RM 6.59 1,805원 / 330ml		유럽맥주들에 비해 가격이 저렴하여 가장 많이 소비되는 맥주 중에 하나임
		싱가포르			

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		수입국가		
		Corona	RM 12,25 3,356원 / 355ml	2008년에 말레이시아 시장에 소개된 가볍고 신선한 맛으로 인기가 있음
		멕시코		
		Asahi Super Dry	RM 11,7 3,205원 / 320ml	말레이시아에 처음으로 소개된 Dry 공법이 사용된 맥주로 점차 인기가 많아지고 있음
		일본		
		Hoegaarden	RM 13,6 3,726원 / 330ml	달콤하면서도 깔끔한 뒷맛을 자랑함 프리미엄 맥주로 알려짐
		벨기에		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 최근 한류 열풍 및 치맥의 인기로 한국 맥주에 대한 호기심이 존재하고 있다.
- 한인 식당 및 프랜차이즈 업체들을 중심으로 한국 드라마에서 자주 보이는 치맥과 같이 한국음식과 곁들여 마시는 한국 맥주에 대해 홍보를 한다면 수출확대 가능성이 있다.
- 말레이시아에 진출한 한국의 치킨 프랜차이즈 업체로는 교촌치킨, 페리카나, BBQ 등이 있다.

나) 수출확대 가능 품목

① 단감

• 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
0810 70 1000	단감	0810 90 2000	단감	30

\*출처 : (말레이시아) <http://tariff.customs.gov.my> / 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

• 현지시장현황

- 수입동향

말레이시아 단감 총 수입액은 4,842천불로 한국산 단감이 전체 수입액의 약 74%<sup>3,580천불</sup>를 차지하고 있으며, 남아공 5.5%<sup>265천불</sup>, 중국 4.4%<sup>212천불</sup>, 스페인 4.1%<sup>199천불</sup> 순으로 단감을 수입하고 있다.

순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			4,193	5,683	3,785	4,842	-9.7	-14.8
1	대한민국	73.9	3,455	4,904	2,714	3,580	-21.4	-27.0
2	남아공	5.5	162	217	222	265	36.5	22.0
3	중국	4.4	38	37	178	212	364.8	473.9
4	스페인	4.1	99	105	201	199	101.6	88.6
5	뉴질랜드	3.6	76	86	114	174	-5.6	101.6

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 한국산 단감은 당도가 높고 가격이 상대적으로 저렴하여 타국산에 비해 인기가 높은 편이나, 말레이시아에서 판매되고 있는 다른 과실류에 비해 여전히 인지도가 낮으며, 주로 중국계 소비자들에 의해 구매되고 있다.

• 상품경쟁력분석

- 일본, 스페인산 보다 가격이 저렴하며, 가격대비 품질이 뛰어나고 단맛이 강하다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특 징
		제조사수입업체		
한국산		한국산	RM 2.5 685원 / 1개	일본, 스페인산 보다 가격이 저렴하고, 가격대비 품질이 뛰어나고 단맛이 강함
		KMT, Euro Atlantic, Kaishen		
외국산		중국산	RM 2.5 685원 / 1개	가격이 저렴하나 당도가 상대적으로 낮고 품질이나 상태가 균일하지 않아 주로 재래시장에서 판매됨
		재래시장에서 판매		
		일본산	RM 12.50 3,425원 / 1개	크기가 크고 색감이 좋으며 당도가 높지만 가격이 높아 일본인 또는 중국계 고소득층 소비자들이 주로 구입
		MTS Import & Export SDN, BHD		
	스페인산	RM 12.9 3,534원 / 1개	스페인산 감은 대봉의 형태이나 과육은 단감이며, 진한 주홍빛을 띠고 단맛이 강함	
	Ben's Independent Grocer			

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사/수입업체		
		남아공산	RM 12.99 3,559원 / 1개	스페인산 감과 같이 대봉의 형태이나 크기가 조금 더 작고 당도가 높음. 가장 고가로 판매되고 있어 일부 외국인 또는 고소득층의 중국계 소비자들이 주로 구매
		Euro Atlantic		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 수출확대를 위해서는 단감 자체에 대한 인지도를 높이는 작업이 필요할 것으로 보이며, 판촉 및 시식행사를 통해 많은 현지 소비자들이 쉽게 접할 수 있는 기회를 마련해야 할 것으로 판단된다. 또한 품질과 포장디자인의 다변화, 고급화를 통한 확장전략이 필요하다.

② 홍삼

• 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
1211 20 1310	홍삼본삼	1211 20 1310	홍삼본삼	754.3

\*출처 : (말레이시아) <http://tariff.customs.gov.my> / 농수산물수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

• 현지시장현황

- 수입동향

말레이시아 홍삼 총 수입액은 8,465천불로 대만산 홍삼이 전체 수입액의 약 29.1%<sup>2,469천불</sup>를 차지하고 있으며, 홍콩 25.3%<sup>2,143천불</sup>, 중국 17.6%<sup>1,495천불</sup>, 미국 11.3%<sup>957천불</sup> 순으로 팔기를 수입하고 있다. 한국은 6위 수입국으로 531천불을 수입하고 있다.

순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
	총수입량		404	7,944	816	8,465	102.0	6.5
1	대만	29.1	44	1,226	78	2,469	76.2	101.3
2	홍콩	25.3	112	2,614	123	2,143	9.8	-18.0
3	중국	17.6	115	2,977	119	1,495	3.2	-49.7
4	미국	11.3	29	640	39	957	32.2	49.6
5	인도네시아	7.8	72	67	391	662	441.2	891.3
6	한국	6.2	20	363	22	531	9.6	46.5

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 중약재상에서 주로 판매되고 있으며, 주 소비자들은 중국계로 한국의 홍삼정과 같은 제품보다 뿌리삼을 이용하여 약재 또는 식재료로 활용하는 것을 선호한다.
- 상품경쟁력분석
  - 한국산 홍삼<sup>본삼</sup>은 타국산에 비해 가격이 높으나 중국계 소비자들을 중심으로 가장 품질이 좋고 신뢰도가 높은 제품으로 널리 알려져 있다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사수입업체		
한국산		Korean Red Ginseng	RM1,900 520,600원 / 300g	중국계 소비자들이 많이 구매
		한국인삼공사 Geumhong korea		
외국산		America Ginseng	RM 159 43,566원 / 38g	가격이 높고 미국산 인삼에 대한 선호도가 낮아 많이 팔리고 있지 않음
현지산		Tongkat Ali Red Ginseng	RM 190.8 52,279원 / 50g	말레이시아에서 가장 많이 알려진 제품
		Tongkat Ali		

- 시장진입 및 수출확대 방안
  - 한국산을 사칭한 중국산 홍삼이 유통되고 있어 원산지를 확실히 알 수 있는 제품 포장이 필요하며, 홍삼에 대해 잘 알고 있는 중국계 소비자들뿐만 아니라 말레이계 소비자들에게도 홍삼의 효능과 건강상 이점을 지속적으로 홍보할 필요가 있다. 말레이계 소비자들도 현지의 퐁깃 알리로 널리 알려진 인삼과 유사한 식물이 있어 쉽게 이해시키는 것이 가능할 것으로 판단된다.

## ③ 커피조제품

## • 품목정보

한 국		말레이시아		관세율(%)
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
2106 90 9010	커피크리머	2106 90 9010	커피크리머	0
2101 12 1000	인스턴트커피	2101 12 1000	인스턴트커피	0
2101 12 9010	밀크대용물 함유조제품	2101 12 9010	밀크대용물 함유조제품	0
2101 11 1000	커피엑스, 에센스와 농축물	2101 11 0000	커피엑스, 에센스와 농축물	0
2101 12 9090	커피조제품 기타	2101 12 9090	커피조제품 기타	0

\*출처 : (말레이시아) <http://tariff.customs.gov.my> / 농수산식품수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

## • 현지시장현황

## - 수입동향

말레이시아 커피조제품 커피조제품 부류로 통계과약이 지난하여, 커피크리머를 제외한 커피조제품 통계 작성 총 수입액은 111,337천불로 인도네시아산 커피조제품이 전체 수입액의 약 43.5% 48,499천불 을 차지하고 있으며, 인도 11.1% 12,420천불, 브라질 10.5% 11,719천불, 싱가포르 7.4% 3,289천불 순으로 커피조제품을 수입하고 있다. 한국산 커피조제품 수입액은 5,173천불이다.

순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			25,660	110,980	25,835	111,337	0.6	0.3
1	인도네시아	43.5	13,019	51,551	12,663	48,499	-2.7	-5.9
2	인도	11.1	1,811	10,566	2,656	12,420	46.6	17.5
3	브라질	10.5	1,858	12,082	1,759	11,719	-5.3	-3.0
4	싱가포르	7.4	3,722	6,193	3,793	8,289	1.9	33.8
5	중국	4.5	854	5,085	812	5,081	-4.8	-0.1

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 전통적으로 차를 즐겨 마시던 말레이시아인들의 소득이 증가하고 서구 생활 방식에 익숙해진 젊은 층들을 시작으로 점차 커피문화가 자리 잡아가고 있다. 커피전문점이 폭발적인 인기를 끌면서 집에서 커피를 마시고 싶어 하는 사람들이 늘어나 인스턴트 커피를 찾는 소비자들이 증가하여 현지 유통매장에 쉽게 찾아볼 수 있게 되었다.

• 상품경쟁력분석

- 한국산 커피는 고급스럽고 부드러운 맛이 강점이나 고가이며 인지도가 낮다.
- 현지산은 저중량, 저가격, 단맛이 강하다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사(수입업체)		
한국산		맥심	RM 25.30 6,932원 / 250g <sup>20포</sup>	현지산에 비해 덜 달고, 부드러운 맛 포장이 뜯기 쉽고 설탕조절 가능 *할랄인증 없음
		동서식품 <sup>KMT</sup>		
외국산		Nescafe White Coffee	RM15.17 4,156원 / 540g <sup>15포</sup>	높은 인지도와 선호도를 가지고 있음 현지 업체 생산제품에 비해 단 맛이 강하지 않음 *할랄인증 있음 <sup>JAKIM</sup>
		Nestle		
		Kimbo Espresso Italiano	RM 15.70 4,301원 / 250g	강하게 볶은 원두를 써 맛이 진함. *할랄인증 없음
		Kimbo		
		Folgers Classic Decaf	RM 16.85 4,616원 / 320g	복고스타일한 하우스 커피 맛이나며 색이 연함. *할랄인증 없음
		Folgers Coffee		
현지산		Cafe 99	RM 17.80 4,877원 / 375g <sup>15포</sup>	무설탕, 헤이즐넛, 오리지널 등 다양한 맛을 보유 싼 가격과 많은 양이 장점임 *할랄인증 있음 <sup>JAKIM</sup>
		Exclusive Mark <sup>M</sup> SDN BHD		
		Alicafe Coffee	RM 12.69 3,477원 / 600g <sup>15포</sup>	말레이시아의 전통 커피로 걸죽한게 특징인 커피. *할랄인증 있음 <sup>JAKIM</sup>
		PoWer Root		
	Charcoal Roasted White Coffee	RM 14.59 3,997원 / 600g <sup>15포</sup>	또 하나의 전통 커피로, 구수한 맛이 특징인 화이트 커피 *할랄인증 있음 <sup>JAKIM</sup>	
	Super Sdn Bhd			

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 현지 소비자들은 단맛을 선호하여 설탕량을 조절할 수 있는 커피임을 적극 홍보하고 가격이 상대적으로 고가이기 때문에 소비자 타겟층을 세분화하여 적극적인 홍보가 필요하다.

④ 음료

• 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
2201 10 0000	광수와 탄산수	2201 10 0000	광수와 탄산수	0
2201 90 9000	물설탕, 감미료, 향미 첨가 않은 것 이외 기타	2201 90 9000	물기타	0
2202 10 1000	물설탕, 감미료, 향미 첨가/착색한 것	2202 10 1000	물설탕, 감미료, 향미 첨가/착색한 것	0
2202 10 9000	물설탕, 감미료, 향미 첨가/착색한 것 이외 기타	2202 10 9000	물설탕, 감미료, 향미 첨가/착색한 것 이외 기타	0
2202 90 3000	식혜	2202 90 3000	식혜	0
2202 90 9000	음료설탕, 감미료 첨가한 물, 인삼음료, 과즙음료 이외 기타	2202 90 9000	음료설탕, 감미료 첨가한 물, 인삼음료, 과즙음료 이외 기타	0

\*출처 : (말레이시아)<http://tariff.customs.gov.my> / 농수산식품수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

• 현지시장현황

- 수입동향

말레이시아 음료 총 수입액은 103,120천불로 태국산 음료가 전체 수입액의 약 59.9%<sup>61,809천불</sup>를 차지하고 있으며, 싱가포르 20.7%<sup>(21,410천불)</sup>, 베트남 3.2%<sup>(3,394천불)</sup>, 중국 2.7%<sup>(2,791천불)</sup> 순으로 음료를 수입하고 있다. 한국은 12위 음료 수입국가로 수입액은 598천불이다.

순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			101,782	104,525	103,432	103,120	1,6	-1,3
1	태국	59.9	42,274	62,115	44,034	61,809	4,1	-0,4
2	싱가포르	20.7	35,636	21,380	34,701	21,410	-2,6	0,1
3	베트남	3.2	4,040	2,944	4,484	3,394	10,9	15,3
4	중국	2.7	4,756	2,580	5,506	2,791	15,7	8,1
12	한국	0.6	310	260	575	598	85,4	129,5

\* 출처 : GTA Statistics



- 유통동향 : 말레이시아는 따뜻하고 습한 날씨 때문에 갈증이 빨리 찾아오고 단맛을 좋아하는 습성으로 인해 청량음료의 소비가 높은 편이다. 생수 또한 소비량이 증가하고 있으며, 가격이 저렴한 현지산 생수 Spritzer가 가장 많이 판매되고 있다.

• 상품경쟁력분석

- 한국음료의 경우 품질이 좋고 위생적이라는 이미지를 갖고 있으며, 한국산 물은 일부 수입되나, 주로 교민들을 대상으로 판매되고 있는 등 현지 소비자들에게 인지도가 낮은 편이다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사수입업체		
한국산		밀키스	RM 2,99 819원 / 180ml	인기 있는 탄산음료로, 현지에서도 평가가 호의적임. 단맛이 강함. *할랄인증 없음
		롯데KMT		
		칠성 사이다	RM2,99 819원 / 180ml	오래전부터 한국에서 인기 있던 음료. 다른 현지 경쟁 제품에 비해 맛이 더 깔끔함. *할랄인증 없음
		롯데KMT		
외국산		마운틴듀	RM 1,49 408원 / 325ml	높은 인지도와 많은 양으로 코카콜라와 스프라이트 다음으로 판매량이 높은 탄산음료 *할랄인증 없음
		Permanis		
		스프라이트	RM 1,92 526원 / 325ml	코카콜라와 함께 가장 대중적인 음료 중 하나로 현지소비자들이 즐겨 마시는 음료 *할랄인증 있음JAKIM
		코카콜라		
		Evian 물	RM 4,7 1,287원 / 500ml	프랑스산 물로 고가이며, 주로 외국 관광객들이나 고소득층의 소비자들이 구매 *할랄인증 없음
Evian				
현지산		Tinge	RM 2,10 575원 / 280ml	저렴한 탄산음료로 다소 자극적이지 않은 맛임 *할랄인증 있음JAKIM
		Spritzer Sdn Bhd		
		드링킹 워터	RM 1,27 347원 / 600ml	가격이 저렴하며, 현지 물 시장의 30% 점유율 차지 *할랄인증 있음JAKIM
		Spritzer Sdn Bhd		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 말레이시아 18세 이상 성인의 비만율이 43%에 이를 만큼 높아 최근 정부 차원에서 청량음료 광고 시간대 규제 및 설탕 보조금 축소 등의 정책을 실시하고 있어 무가당 음료의 인기가 높아지고 있으며, 설탕이 덜 들어가고 영양이 풍부한 기능성 음료의 경우 수출확대가 가능할 것으로 보인다.

⑤ 김치

• 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
2005 99 1000	김치	2005 99 1000	김치	20

\*출처 : (말레이시아)<http://tariff.customs.gov.my> / 농수산물수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

• 현지시장현황

- 수입동향

대말레이시아 김치 수출액은 '14년 기준 689천불로 전년대비 5.4% 증가하였고, 5년간 평균증가율 24.6%로 높은 성장세를 기록하였다.

구 분	2013 년		2014 년		증감률	
	총량톤	금액천불	총량톤	금액천불	총량%	금액%
소오스	170	653	181	689	6,6	5,4

\*출처 : 농수산물 수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

\*김치는 비교할 수 있는 수입품목이 없고, HS코드가 별도로 없어 한국의 수출실적만을 제시하였다.

- 유통동향 : 한국산 김치에 대한 인식이 점차 높아져 가고 있다. 하지만 가격이 비싸고 아직 일반 소비자들에 대중적인 구매까지 이어지지 않아 소량 소포장 제품으로 진입 장벽을 낮출 필요가 있다.

• 상품경쟁력분석

- 할랄인증을 받은 김치제품들이 유통되고 있어 현지 소비자들에게 위생이나 식품 안전성에 있어 신뢰감을 더욱 높여주었다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사/수입업체		
한국산		종가집 총각김치	RM 17.50 4,795원 / 500g	끔찍하게 썰어진 총각김치가 포장되어 있음. *할랄인증 있음 <sup>KMP</sup>
		종가집		
		하선정 맛김치	RM 8.89 2,435원 / 150g	양념이 많이 배어있어 매운 맛을 좋아하는 소비자들에게 어필 *할랄인증 있음 <sup>JAKIM</sup>
		CJ Food		

- 시장진입 및 수출확대 방안

- 현재 일부 김치 제품은 할랄인증을 받아 소비자들에게 안전한 식품의 인식을 심어주고 있으며, 건강에 대한 관심이 높은 소비자들이 점차 많아지고 있기 때문에 김치의 건강상 이점에 대한 홍보와 동시에 시식회를 통한 김치 섭취 방법 및 어울리는 음식들을 소개할 필요가 있다.

## ⑥ 아이스크림

- 품목정보

한국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
2105 00 1010	아이스크림 코코아를 함유하지 않은 것	2105 00 1010	아이스크림 코코아를 함유하지 않은 것	0
2105 00 1090	아이스크림 코코아를 함유하지 않은 것 이외 기타	2105 00 1090	아이스크림 코코아를 함유하지 않은 것	0

\*출처 : (말레이시아) <http://tariff.customs.gov.my> / 농수산물수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

- 현지시장현황

- 수입동향

말레이시아 아이스크림 총 수입액은 48,485천불로 태국산 아이스크림이 전체 수입액의 약 49.2% 23,872천불 를 차지하고 있으며, 인도네시아 24.1% 11,688천불, 미국 12.9% 6,274천불, 이탈리아 4.5% 2,176천불 순으로 아이스크림을 수입하고 있다. 한국산 아이스크림은 316천불 수입되고 있다.

순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			14,671	38,512	19,547	48,485	33,2	25,8
1	태국	49.2	9,986	18,142	14,257	23,872	42.7	31.5
2	인도네시아	24.1	2,520	9,987	2,911	11,688	15.5	17.0
3	미국	12.9	195	786	1,340	6,274	586.7	698.0
4	이탈리아	4.5	15	53	228	2,176	1,412.3	4,032.3
5	프랑스	4.4	365	2,293	360	2,150	-1.4	-6.2

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 날씨가 연중 덥고 단맛을 좋아하는 현지 소비자들 특성으로 인해 다양한 형태의 아이스크림이 모든 유통채널을 통해 판매되고 있다. 현지에서 생산되는 아이스크림들이 브랜드 인지도나 가격경쟁력이 높아, 주로 소비되고 있으나 대형 유통매장을 중심으로 한국산 등의 수입 아이스크림도 쉽게 찾아볼 수 있다.

• 상품경쟁력분석

- 한국산 아이스크림은 인지도가 낮고 대부분의 아이스크림 포장에 한글로 되어 있어 현지 소비자들 이 쉽게 소비하지 못하고 있다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특 징
		제조사수입업체		
한국산		옥동자	RM 14,50 3,973원 / 110g * 6개	전통 한국 아이스크림으로 겉은 우유 맛이 나고 속은 부드러운 쿠키칩 맛이 남. *할랄인증 없음
		롯데KMT		
한국산		티코	RM 15,89 4,353원 / 60g * 6개	초콜릿안에 바닐라 아이스크림이 들어있는 형태. *할랄인증 없음
		롯데KMT		
외국산		Hagen-Dazs	RM 16,65 4,562원 / 220g	현지에서 인기가 많은 아이스크림. 맛도 다른 제품에 비해 더 고급스러움. *할랄인증 없음
		Hagen Dazs Co.		
외국산		Cornetto Royale	RM 8,90 2,438원 / 120g * 4개	태국 아이스크림으로, 조그만한 콘형태로 현지 아이들에게 인기가 많음. *할랄인증 있음JAKIM
		Wall's Ltd		

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사수입업체		
현지산		Potong	RM 5.99 1,641원 / 80g *6개	한국의 비비빅과 흡사함. 고소한 팔이 많이 함유되어 있음. *할랄인증 있음JAKIM
		King's		
		Coklat ice cream	RM 5.78 1,583원 / 450g	양에 비해 가격이 저렴하여 인기가 있음. 단 맛은 다른 상품에 비해 떨어짐. *할랄인증 있음JAKIM
		Nestle		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 현지 소비자들이 퍼먹는 아이스크림이나, 콘 아이스크림을 선호하므로 제품 형태의 다양화가 필요하고,
- 한글과 영문 표기를 병기하여 소비자들에게 안전하게 먹을 수 있는 아이스크림임을 강조함과 동시에 한국산을 어필하는 것이 필요하다.

다) 도전품목

① 감귤

• 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
0805 20 1000	감귤	0805 20 1000	감귤	5

\*출처 : (말레이시아)<http://tariff.customs.gov.my> / 농수산물수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

• 현지시장현황

- 수입동향

감귤은 말레이시아에서 가장 많이 수입되고 있는 과실류 중 하나로 말레이시아 감귤 총 수입액은 45,314천불로 중국산 귤이 전체 수입액의 약 88.2%<sup>89,973천불</sup>를 차지하고 있으며, 남아공 4.3%<sup>1,985천불</sup>, 아르헨티나 3.1%<sup>1,414천불</sup>, 파키스탄 1.7%<sup>778천불</sup> 순으로 감귤을 수입하고 있다. 한국산 귤 수입액은 35천불로 미미한 실정이다.

순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			77,778	49,912	60,319	45,314	-22.4	-9.2
1	중국	88.2	70,804	44,841	53,280	39,973	-24.7	-10.8
2	남아공	4.3	1,864	1,397	2,482	1,985	33.1	42.0
3	아르헨티나	3.1	3,377	2,513	1,803	1,414	-46.6	-43.7
4	파키스탄	1.7	442	277	1,066	778	140.9	181.0
13	한국	0.1	2	2	45	35	1,934.8	1,281.5

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 중국산 귤은 가격이 저렴하고 가격대비 품질이 좋으며, 안정적으로 공급 가능한 물량이 있어 말레이시아에서 가장 많이 유통 판매되고 있다. 하지만 한국산 귤의 경우 안정적인 수입이 어렵고 가격이 상대적으로 높아 수입이 많이 되지 않고 있다.

• 상품경쟁력분석

- 한국산 귤의 경우 당도가 높고 씨가 없어 먹기 쉬운 장점이 있다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특 징
		제조사수입업체		
외 국 산		Mandarin Kinno	RM 8.99 2,463원 / 1 kg	달달한 맛보다는 새콤한 맛이 강함.
		파키스탄		
		Mandarin Pakkam	RM 12.99 3,559원 / 1팩	껍질이 오렌지와 같이 조금 딱딱한 것이 특징. 단맛이 강함.
		아르헨티나		
		Yong Chun Honey Mandarin	RM 21.99 6,025원 / 1박스	현지인들이 명절에 꼭 찾는 상품. 맛이 달고 가격대비 품질이 좋음.
		중국		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 한국산 귤 수출을 확대하기 위해서는 우선적으로 안정적인 공급물량을 바이어들에게 보장해주어야 하며, 이를 위해 수출전용 재배단지가 필요할 것으로 판단된다. 또한 귤은 부패과가 생길 경우 빠르

게 번지는 특성이 있어 선박을 이용해 수출을 하고 있는 만큼 긴 운송기간동안 부패를 방지하기 위해 수차례에 걸친 선별과정이 필수이다.

## ② 사과

### • 품목정보

한 국		말레이시아		관세율(%)
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
0808 10 0000	사과	0808 10 0000	사과	5

\*출처 : (말레이시아)<http://tariff.customs.gov.my> / 농수산물수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

### • 현지시장현황

#### - 수입현황

말레이시아 사과 총 수입액은 77,126천불로 남아공산 사과가 전체 수입액의 약 40.9%<sup>31,555천불</sup> 를 차지하고 있으며, 중국 25.2%<sup>19,471천불</sup>, 뉴질랜드 12.5%<sup>9,690천불</sup>, 미국 11.0%<sup>8,489천불</sup> 순으로 사과를 수입하고 있다. 한국산 사과 수입액은 8천불로 소량 수입되고 있다.

순위	국 가	점유율 %	2013년		2014년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			108,394	84,358	93,609	77,126	-13.6	-8.5
1	남아공	40.9	47,319	34,878	41,411	31,555	-12.4	-9.5
2	중국	25.2	33,393	26,231	23,052	19,471	-30.9	-25.7
3	뉴질랜드	12.5	7,942	8,924	7,703	9,690	-3.0	8.5
4	미국	11.0	12,248	9,000	10,995	8,489	-10.2	-5.6
18	한국	0.01	15	22	4	8	-68.8	-60.8

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 말레이시아에서 사과는 대중적인 품목으로 대형 유통매장, 재래시장 등 모든 유통매장에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 주로 판매되고 있는 사과는 남아공, 중국, 뉴질랜드, 미국산으로 중국산 사과는 가격이 저렴하고, 남아공, 뉴질랜드, 미국산 사과는 대량생산이 가능하여 적절한 가격에 높은 품질로 소비자들에게 어필하고 있다.

### • 상품경쟁력분석

- 한국산 사과는 당도가 높고 품질이 뛰어나지만 가격 경쟁력이 상대적으로 낮다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특징
		제조사/수입업체		
한국산		사과	RM 20.99 5,751원 / 팩	알맹이가 크고 당도가 높음
		한국산		
외국산		사과	RM 10.99 3,011원 / 팩	단맛은 덜하지만 가격 경쟁력이 높음
		중국산		
		사과	RM 19.99 5,477원 / 팩	색감이 좋고 과즙이 풍부하여 인기가 많음
		뉴질랜드산		

- 시장진입 및 수출확대 방안

- 한국산 사과는 품질이 높은 반면에 고가로 안정적인 수급의 어려움으로 인해 업체들이 수입/유통을 꺼려하고 있다. 말레이시아 소비자들이 고급제품이라는 인식을 가지기 전까지는 가격에 민감하므로 한국산 사과의 수출확대를 위해서는 날개 또는 소량 상품포장으로 고급 상품의 이미지를 소비자들에게 각인시키는 작업이 필요할 것으로 보인다.

### ③ 배

- 품목정보

한 국		말레이시아		관세율%
HS CODE	국문품명	HS CODE	국문품명	
0808 20 1000	배	0808 20 1000	배	5

\*출처 : (말레이시아) <http://tariff.customs.gov.my> / 농수산물수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

- 현지시장현황

- 수입현황

말레이시아 배 총 수입액은 25,584천불로 중국산 배가 전체 수입액의 약 74.4%<sup>19,036천불</sup>를 차지하고 있으며, 남아공 23.2%<sup>5,957천불</sup>, 미국 0.5%<sup>151천불</sup> 순으로 배를 수입하고 있다. 한국산 배 수입액은 53천불로 소량 수입되고 있다.



순위	국 가	점유율 %	2013 년		2014 년		증감률%	
			물 량 톤	금 액 천불	물 량 톤	금 액 천불	물 량	금 액
총수입량			38,064	27,648	32,497	25,584	-14.6	-7.4
1	중국	74.4	30,297	22,016	23,831	19,036	-21.3	-13.5
2	남아공	23.2	6,312	4,531	8,003	5,957	26.7	31.4
3	미국	0.5	164	126	199	151	21.7	19.3
4	홍콩	0.4	45	31	121	133	171.0	326.3
13	한국	0.2	80	103	35	53	-56.5	-48.7

\* 출처 : GTA Statistics

- 유통동향 : 배는 말레이시아 중국계 소비자들이 선호하는 온대성 과일로 전량 수입에 의존하고 있으며, 대도시를 중심으로 소비가 이루어지며, 비싼 가격으로 인하여 중상류층이 소비한다. 저렴한 가격의 중국산 배가 주로 소비되고 있어 한국산 배의 수출은 미미한 실정이다.

• 상품경쟁력분석

- 한국산 배는 맛, 식감, 색상 등 에서 소비자들로부터 최고의 품질로 인정받고 있다.

구분	상품 및 진열 사진	상품명	판매가/용량	특 징
		제조사/수입업체		
한국산		한국 꿀배	RM 8.99 2,463원 / 1개	알이 굵고 과즙이 풍부하며 당도가 높음
		한국산		
외국산		서양배 Bosc Pears	RM 7.99 2,189원 / 1개	크기가 비교적 작으나 단맛이 강함
		미국산		
		서양배 Packham Pears	RM 3.49 956원 / 1개	가격과 크기는 좋으나 신맛이 강함
		남아공산		

• 시장진입 및 수출확대 방안

- 중국산 대비 가격경쟁력에서 열세를 보이고 있다. 최근에는 당도가 높고, 품질이 좋은 중국산이 서서히 등장하고 있다. 따라서 고급스러운 날개 포장과 고른 규격 등 고품질 유지 및 브랜드 전략과 중국산보다 안전하다는 홍보 전략이 필요하다.



## 말레이시아 할랄시장 심층조사





# Chapter 05

## 부 록

- 부록1. 말레이시아 이슬람 개발부(JAKIM)가 승인  
한 할랄 인증 기관 목록
- 부록2. 식품 업계에서 사용하는 할랄 식품 첨가제
- 부록3. 말레이시아 할랄 무역 박람회 및 관련 행사
- 부록4. 말레이시아 식품 바이어 리스트
- 부록5. 임산물 수출확대 가능성 검토
- 부록6. 주요품목별 유통현황 및 소비자 반응

## 부록1. 말레이시아 이슬람 개발부JAKIM 가 승인한 할랄 인증기관 목록

### List of Certification Bodies that are recognized by JAKIM 1.0 Australia Adelaide Mosque Islamic Society of South Australia

20 Little Gilbert Street Adelaide S,A 5000 Australia

*Vice President*

Mr. Mohd Farid Ismail

Tel: +61 4 1474 5390

Fax: +61 8 8231 6443

이메일: mohdfarid\_ismail@yahoo.com.au

#### Al-Iman Islamic Society Inc

173, Johnson Street Collingwood Victoria 3066 Australia

*Chairman*

Mr. Mohamed Amir

Tel: +61 3 9417 6585

Fax: +61 3 9416 2965

mohamed@aliman.com.au

#### Australian Halal Authority & Advisers (AHAA)

135 Sydney Road Coburg Victoria 3058 Australia

*Chairman*

Mr. Muhammad Esfandiar

Tel: +61 3 9386 0786

Fax: +61 3 9384 6939

Mobile: +61 4 3103 3351

ahaaservices@gmail.com/ mohfandi@hotmail.com

Website:

www.ahaa-services.com

#### Islamic Co-ordinating Council of Victoria (ICCV)

155 Lygon Street East Brunswick Victoria 3057 Australia

*General Manager*

Mr. Refik Koyu

Tel: +61 3 9380 5467

Fax: +61 3 9380 6143

Mobile: +61 4 0168 0915

iccv@bigpond.com

### Islamic Association of Geraldton

Geraldton Mosque  
172 George Road Geraldton  
Western Australia 6530  
Australia

#### *President*

Mr. Daftie Hj Abdul Kudus  
Tel: +61 8 9964 1493  
Fax: +61 8 9964 1318  
Mobile: +61 4 0764 1493  
daftiekudus@yahoo.com.au

### Islamic Association of Katanning

P.O Box 270 Katanning Western Australia 6317

20 Casuarina Drive Kataning Western Australia 6317

#### *President*

Mr Alep Mydie  
Tel: +61 8 9821 2775  
Mobile: +61 4 8718 2144  
Mobile: +61 4 0764 1493  
alepmydie@yahoo.com/ iakatanning@bigpond.com.au

### Perth Mosque Incorporated

427-429 William Street Perth Western Australia 6003

Mr. Fazel Anthony  
Tel: +61 8 9328 8535/ +61 8  
9444 3648  
Fax: +61 8 9328 8537  
Mobile: +61 4 1531 2549  
perthmosque@hotmail.com/ yaqoobkhan@gmail.com

### Supreme Islamic Council of Halal Meat in Australia Inc. (SICHMA)

Unit 1, 35-37 Harrow Road Auburn New South Wales 2144

#### *Chairman*

Mr. Mughtarulah Sadien  
Tel: +61 2 9643 7775  
Fax: +61 2 9643 7776  
Mobile: +61 4 0012 2785  
msadien@sichma.com.au/ msadien786@hotmail.com

## 2.0 Austria

### Islamic Information and Documentation Center

A-4050 Traun, Theodor Körner Str. 10 A A-1010 Wien, Sterngasse 3 Austria

*President*

Mr. Günther Ahmed Rusznak

Tel: +43 699 884 658 04

rusznak@iidz.at

Website:

www.Halal-iidz.eu/ www.iidz.at

## 3.0 Argentina

### The Halal Catering Argentina

San Nicolas 1061 - (1407) Buenos Aires

### The Halal Catering Argentina Halal Certification Halal Slaughtering & Halal Food Supervision

Mercedes 3801, 4th Floor Zip Code 1419- Bs. As. Argentina

*President*

Gustavo Khalil Kabalan

Tel: +54 113974-8437/ +54 11

45050703

thca@Halalcertificationarg.com

Website:

www.theHalalcateringargentina.com

### Islamic Centre of Argentine Republic (Centro Islamico de La Republica Argentina)

3053 San Juan Ave Capital Federal, Argentina

Fabian Amin Ankah/ Yamil Alexis Sayer

Tel: +54-11-4931-3577

Fax: +54-11-4931-3577

Halal@Halal.org.ar/ sec.Halal@Halal.org.ar

## 4.0 Bangladesh

### Islamic Foundation Bangladesh (Baitul Moqarram National Mosque)

Dhaka - 1000 Bangladesh

*Director General*

Mr. Shamim Md. Afzal

Tel: +880 2 9559 643

Fax: +880 2 9563 397  
drabdullahalmaruf@yahoo.com

## 5.0 Belgium

### Halal Food Council of Europe (HFCE)

4 Rue De la Presse 1000 Brussels Belgium

*Chairman*

Prof. Dr. Hj. Mohamed Sadek

Tel: +32 2227 1114/

+32 2227 2728

Fax: +32 2218 3141

Halal@hfce.eu

## 6.0 Brazil

### Federation of Muslims Associations in Brazil

Rua Tejupa 188 - Jabaquara CEP 04350-020 Sao Paulo SP Brazil

Dr. Mohamed Hussein El

Zoghbi

Mr Nizar Adel El Ghandour

Tel: + 55 (11) 5035-0820

Fax: +55 (11) 5031-6586

nizar@cibalHalal.com.br/ fambras@fambras.org.br/ director@fambras.org.br

### Centro de Divulgaçãodo Islam Para Am rica Latina (CDIAL)/

### Islam Dissemination Center for Latin America

Rua Marechal Deodoro, 1960-2º Andar

Centro-Sao Bernardo Do Campo-SP Sao Paolo, CEP 09710- 201 Brazil

*Chairman*

Mr. Ahmad Ali Saifi

Tel/Fax: + 55 11 4128-2800

ali.saifi@cdialHalal.com.br, diretoria@cdialHalal.com.br, supervisao@cdialHalal.com.br

## 7.0 Canada

### Halal Montreal Certification Authority

1510, Chemin Chambly, Suite 270 Longueuil Quebec J4J 3X5 Canada

Mr. Taibi Baaja

Tel: +1 514 296 7360

Fax: +(450) 332 7072

info@Halalmontreal.com taibi@Halalmontreal.com

## 8.0 China

### Shandong Islamic Association

No,217 Yingxiongshan Rd, Shizhong Dist., Jinan SANDONG Prov. People Republic of China

*Vice President*

Sulaiman Zhang Ruizheng

Tel: 0086 531 80965803

Fax 0086- 531 80965801

postmaster@sdislam.com.cn i@sdislam.com.cn

Website:

www.sdislam.com.cn

### China Islamic Association

No 103 Nanhengxijie Xicheng District Beijing, China

Hj. Abdullah Ma Wen Hua

Tel: 86-13699297269

Fax: 8610-6352 9483

ciaHalalfood@163.com

### ARA Halal Development Services Center Inc. (ARA) (郑州伊真企业管理咨询有限公司)

No,139, ZiJingShan Road, Zhengzhou City Henan Province China, 450000

*President*

Mr. Abdul Rahim Albert Hsiu

Tel (Office/Fax): +86-371-6906

6957 / +86-155 1558 2756

albert6853@hotmail.com

Mdm Ani Zhao Hua

Tel: +86-155 1554 5789

anizhao@hotmail.com

## 9.0 Chile

### Centro Islamico De Chile

Campoamor 2975, Nunoa Santiago Chile

Mr. Kamal Sufan

Tel: 56 - 2 - 3431376

Fax: 56 - 2 - 3431378

Halal@islamenchile.cl

Website: www.Halal.cl

www.centroislamicodechile.cl

www.islamenchile.cl



## 10.0 France

Ritual Association of Lyon's Great Mosque  
(Association Rituelle de la Grande Mosquée de Lyon)

146 boulevard Pinel 69008 Lyon France  
Mr Kamel Kabtane / MrAzeddine BAHI  
Tel: +33 (0)4 78 76 00 23  
Fax: +33 (0)4 78 75 77 42  
argml@mosquee-lyon.org

## 11.0 Germany

HALAL CONTROL e.K. (EU) Pruef- und Zertifizierungsstelle fuer Halal-Lebensmittel  
European Inspection- and Certification Body for Halal-Food

Kobaltstr. 2-4 D-65428 Ruesselsheim Germany  
DI Mahmoud M. Tatari  
Tel: +49 6142 301987-0  
Fax: +49 (0) 6142 301987-29  
Mobile: +49 179 5207 088  
info@Halalcontrol.eu mtatari@Halalcontrol.info kjazzar@Halalcontrol.de

## 12.0 India

Halal Committee-Jamiat-Ulama-E-Maharashtra

Halal Committee-Jamiat-Ulama-E-Maharashtra

Mr Shahid Nadeem/ A. A.Khan Mohammed Waseem Qasmi  
Tel: +91 -9321222774  
Fax: 91 22 2375 9169  
jamiatulemamaharashtra@hotmail.com  
inquiryHalalcertificatejum@gmail.com  
cor@Halalhind.com  
contact@Halalhind.com  
director@Halalhind.com

Website: [www.Halalcommittee-jum.org](http://www.Halalcommittee-jum.org)

Halal India PVT LTD

No.7, 3rd Floor Hameediya Shopping Mall Triplicane High Road Triplicane, Chennai-05  
Tamil Nadu, India  
CEO  
Mohamed Jinna  
Tel: 91-44-43567446/ 91-44-42618147  
Fax: 91-44-42663445

mohamed@Halalindia.co.in  
Website:  
www.Halalindia.co.in

### Jamiat Ulama—Hind Halal Trust

1, Bahadur Shah Zafar Marg New Delhi—1 10002

Mr. N.A. Farooqui  
Tel: 011 2331455 / 011 23317729/  
+91—9312228470  
Fax: 011 23316173  
niazfarooqui@gmail.com/ jamiatHalaltrust@gmail.com

### 13.0 Indonesia

The Indonesian Council of Ulama (MUI) Lembaga Pengkajian Pangan Obat—obatan dan Kosmetika

Majelis Ulama Indonesia Building 3rd Floor Jl. Proklamasi, No.51  
Menteng—Jakarta Pusat Indonesia  
*Director*

Ir. Lukmanul Hakim, M.Si  
Tel: +62 21 3918890  
Fax: +62 21 3918915  
Halalmui@indo.net.id/ info@Halalmui.org

### 14.0 Italy

Halal International Authority (HIA)

Via Bicetti de Buttinoni  
N.1 - 20156 (MI) - Milan - Italy President  
Sheikh Prof. Dr. Sharif  
Lorenzini  
Tel: +39 02 3944 9134/ +39 080  
5216724  
Fax: +39 02 3948 4129  
info@Halalitaly.org  
info@Halalint.org

### 15.0 Japan

Japan Muslim Association

3—4—14, Kohinata, Bunkyo—ku, Tokyo 112—8585, Japan  
*Chairman*  
Prof. Hideomi MUTO (Tayeb MUTO)

Tel: +81 33947 2419  
 Fax: +81 33947 9416  
 jma@mc.neweb.ne.jp tayebm@aol.com shariahinst@yahoo.co.jp

### Japan Halal Association(JHA)

547-0035 Osaka Shi Hirano-Ku Nishiwaki 1-1-2 Miyako Sansai Building Japan  
*Chairman*  
 Hind Hitomi Remon  
 Tel: +81 6 6704 7080  
 Fax: +81 6 6704 9505  
 info@jHalal.com remon@jHalal.com

## 16.0 Kenya

### Kenya Bureau of Halal Certification (KBHC)

Village Plaza, Ngara Road Block A, Suite A2 P.O.Box 39445-00623 Nairobi, Kenya  
*Chairman*  
 Mr. Mohammed Ayub Khalid  
 Tel: +254 20-3748770/ +254 20-  
 2680629  
 Fax: +254 20 3748774  
 info@kbhc.info

#### *CEO/Trustee*

Mr. Fauz Qureishi  
 qureishi@kbhc.info

## 17.0 Korea

### Korean Muslim Federation(KMF)

39 Usadan-ro 10gil Yongsan-gu Seoul 140-192, Korea  
*President*  
 Choi, Youngkil (Hamid)  
 Tel: +82-2 793 6908/+82-2 794  
 7307  
 Fax:+82-2 798 9782  
 kychoi@mju.ac.kr kihf@hanmail.net  
 koreanimam@gmail.com

## 18.0 Netherlands/Holland

### Control Office of Halal Slaughtering B.V & Halal Quality Control

Laan Van Meerdervoort 53D 2517 AE Den Hague The Netherlands  
*Chairman*  
 Dr. A. M. Al Chaman

*Chairman*

Tel: +31 (0) 70 3469 795  
Fax: +31 (0) 70 3450 033  
Mobile: +31 (0) 61 4959 748  
info@Halaloffice.com  
Website:  
www.Halaloffice.com

Foundation Halal Correct Certification (TQHCC–Total Quality Halal Correct)

Fruitweg 22C 2321GK Leiden Mailbox: PO,BOX: 179, 2300 AD Leiden, The Netherlands

*Director*

Mr. Abdulfatteh Ben Ali–Salah  
Tel: +31 71 523 5770  
Fax: +31 71 523 5771  
Mobile: +31 64 211 3636  
Website: www.Halalcorrect.com

Halal Feed and Food Inspection Authority (HFFIA) Visit Address:

Fijnjekade 225, 2521 DT  
The Hague, The Netherlands

Postal Address:

P.O. Box 16786, 2500 BT The Hague, The Netherlands

*Director*

Hj. Abdul Qayyoem  
Tel: 0031–(0) 70–364 91 91  
Fax: 0031–(0) 70– 364 54 60  
info@Halal.nl  
abdulqayyoem@Halal.nl

*Management Assistant*

Ms. Yasmin Van Hamersveld  
yasmin@Halal.nl

Website: www.Halal.nl

**19.0 New Zealand**

Federation of Islamic Associations of New Zealand (FIANZ)

Ground Floor  
7–11 Queens Drive  
P O Box 14–155, Kilbirnie  
Wellington  
New Zealand

*President*

Mr. Hazim Arafeh

Tel: +64 4 387 8023

Fax: +64 4 387 8024

fianz@xtra.co.nz fianz@vodafone.co.nz

**New Zealand Islamic Development Trust (NZIDT)**

Level 4, 369 Queen Street PO Box 5636, Auckland 1010 New Zealand

Dr. Mohamed El Amien

Tel: 09 306 8934

Fax: 09 306 8935

Halal@nzidt.co.nz

**20.0 Pakistan****Jamea Markaz Uloom Islamia Mansoor (JMUIM)**

Multan Road Lahore Pakistan

Mr Moulana Abdul Malik

Tel: +924235419520

Fax: +924235431938

jmuimp@gmail.com

**21.0 Philippines****Islamic Da'wah Council of The Philippines (IDCP)**

Suite 400 FUBC Building Escolta Manila P O Box 3669 Manila Philippines

*President*

Hj. Abdul Rahman R.T. Linzag

Tel: (632) 245 8456/ 242 9394/

241 0735

Fax: (632) 241 5142

idcp.ph@gmail.com shahid@idcpHalal.com inquire@idcpHalal.com linzag@idcpHalal.com

Website: [www.Halalislamicdawah-ph.com](http://www.Halalislamicdawah-ph.com)**National Commission on Muslim Filipinos (NCMF)**

79 Jocfer (Annex) Building Commonwealth Ave Diliman, Quezon City Philippines

*Director*

Dr. Dimapuno A. Datu-Ramos, Jr Tel: +02 952 6490/ +02 952 6491

Fax: +02 952 4875/ +02 952 4540

ncmf.berHalal@gmail.com

## 22.0 Poland

### Muslim Religious Union in Poland (MRU)

ul. Piastowska 13F 15-207 Bialystok Poland

Mr. Tomasz Miskiewicz

Tel: 0048 605 61 2137 / 0048 857

32 4023

Fax: 0048 857 32 4023

mzr@mzr.pl project.mzr@gmail.com Halalpoland@gmail.com

Website: [www.Halalpoland.pl](http://www.Halalpoland.pl)

## 23.0 Singapore

### Islamic Religious Council of Singapore (MUIS)

Singapore Islamic Hub 273 Braddell Road Singapore 579702

*Assistant Head*

Mr. Munir Hussain

DID: (65) 6359 1160

Tel: (65) 6359 1199

Fax: (65) 6259 4733

Munir\_hussain@muis.gov.sg

Website: <http://www.Halal.Sg>

## 24.0 South Africa

### National Independent Halaal Trust

Baitun Noor Centre 5770 Topaas Str. Extension 5 Lenasia Johannesburg

*CEO*

Moulana Abdul Wahab Wookay

Tel: +27 11 854 4381

Fax: +27 11 852 4300

niht@halaal.org.za/ abdulwahab@halaal.org.za

Website: [www.halaal.org.za](http://www.halaal.org.za)

### South African National Halal Authority (SANHA)

4th Floor, Gem Towers 98 Overport Drive Overport, 4091 Durban, South Africa  
 P.O.Box 2092, Durban 4000, South Africa

Maulana MS Navlakhi

Tel: 27 31 2075768

Fax: 27 31 2075793

sanha-gp@sanha.org.za sanha-kzn@sanha.org.za director@sanha.org.za

### Muslim Judicial Council Halaal Trust (MJCHT) Headquarters:

20 Cashel Avenue, Athlone Cape Town 7764 Republic of South Africa

Postal address:

P O Box 4118 Cape Town 8000 South Africa

*Director*

### Sheikh Achmat Sedick

Tel: +27 21 684 4602

Fax: +27 21 696 8502

Mobile: +27 73 428 2072

directorht@mjc.org.za

*Chief of Operations*

Sheikh Moosa Titus

Tel: +27 21 684 4600

Fax: +27 21 696 8502

shmoosamjchalaal@intekom.co.za

Website : www.mjchalaaltrust.co.za

## 25.0 Sri Lanka

### HALAL ACCREDITATION COUNCIL (GUARANTEE) LIMITED

Level 1, 329 1/1, Meewella Building Galle Road Colombo-04 Sri Lanka

*CEO*

Mr. Ali Fatharally

Tel : +941 1739 2140

Fax : +941 1258 8050

info@hac.lk

ali@hac.lkWebsite:

## 26.0 Sudan

### Majlis Fiqh Islami of Sudan/ Halal Authority of Sudan

P.O Box 11437, Khartoum The Republic of Sudan

*Chairman*

Professor Tijani Alamin

## 27.0 Switzerland

### Halal Certification Services

P.O Box 247, 4310 Rheinfelden Switzerland

*Chief Executive Officer*

Mr. Farhan Tufail,

Tel: +41 61 813 30 64

Fax: +41 61 813 30 65  
info@Halalcs.org ftufail@Halalcs.org

Website:  
www.Halalcs.org

## 28.0 Taiwan

### Taiwan Halal Integrity Development Association (THIDA)

3F No. 3, Lane. 25, Sec.1 Xinhai Road., Taipei City Taiwan (R.O.C)

*President*

Mr. Ali Kamaluddin Chang,

Tel: +8862 2367 5231

Fax: +8862 2365 2094

Thida.info@gmail.com

## 29.0 Thailand

### The Central Islamic Committee of Thailand (CICOT)

The Institute for Halal Food Standard of Thailand

45 Moo 3 Klongkao Rd Klongsib Sub-District Nongchock ,Bangkok 10530 Thailand

*President*

Mr. Aziz Phitakkumpon,

Tel: (662) 9494 215/ (662) 949 4114 (ext :138)

Fax: (662) 949 -4250

Cicot.islam@gmail.com

Halal@cicot.or.th

## 30.0 Turkey

### KAS ULUSLARARASI SERTİFİKASYON G İZ. TEK. KONT. HIZM. LTD. ŞTİ. (KASCERT INTERNATIONAL)

Kazim Dirik Mah. Kurtulus

Cad.

No. 27/3 Bornova

İZMİR, Türkiye

*General Manager*

Mr. Ugur Ekici

Tel: +90 232 435 61 00

Fax: +90 232 435 61 20

manager@kascert.com

### Association For The Inspection And Certification Of Food And Supplies (GIMDES)

Tekstilkent A 25 Blok No:51-52-53 Esenler/İSTANBUL TURKEY



Dr. Huseyin Kâmi Büyükozer  
 Tel: +90 212 438 33 18  
 Fax: +90 212 438 33 19  
 irtibat@gimdes.org/ hbuyukozer@hotmail.com

### 31.0 United Kingdom

#### The Muslim Food Board(UK)

P.O Box 1786 Leicester LE5 5ZE United Kingdom

Mr. Yusuf Aboobakar  
 Tel/Fax: +44 116 273 8228 info@tmfb.net  
 yusuf@tmfb.net

#### Halal Food Authority

7th Floor, Finchley House 707 High Road, London N12 0BT  
*Chairman*  
 Dr. Ghayasuddin Siddiqui  
 Tel: +44 (0) 208446 7127 / +44 (0) 20 8563 1994/  
 Fax: +44 (0) 208492 9463+44 (0)  
 20 8563 1993  
 Mobile: +44 (0) 77 2360 2772  
 saqib@Halalfoodauthority.com

### 32.0 United States of America (USA)

#### Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA)

5901 N. Cicero Ave, Suite 309 Chicago, Illinois 60646 USA

IFANCA Halal Research Center  
 777 Busse Highway  
 Park Ridge, Illinois 60068  
*President*

Dr. Muhammad Munir Chaudry  
 Tel: +17732833708  
 Fax: +17732833973

#### Islamic Services of America(ISA)

P.O Box 521 Cedar Rapids, IOWA 52406 USA  
*Managing Director*

Mr. Timothy Abu Mounir Hyatt  
 Tel: (319) 362-0480  
 Fax: (319) 366-4369  
 thyatt@isaHalal.org islamicervices@isaHalal.org  
 Website: www.isaHalal.org

## Direction Nationale des Affaires Economies des Zakat Etwaqf

Centre Isamique de Donka de Donka Commune de Dixinn Conakry, Guinea

*Director*

Mr. Oumar Kante

Tel: 22462866771/ 22464240781

zawaqf@hotmail.com

## 33.0 Vietnam

### Halal Certification Agency Vietnam

Floor 6, DinhLe Building 123B Tran Dang Ninh, Cau Giay dist Hanoi, Vietnam

#### Branch Office:

Halal Certification Agency in Ho Chi Minh City

3 Floors, TPA Building, 24

Truong Son, F2, Tan Binh district, HCM, VN

*Director General*

Hajj. Mohammed Omar

Tel: 04 62693741

Fax: 04 62671285

omar@Halal.vn / contact@Halal.vn / info@Halal.vn

Website: www.Halal.vn

## 34.0 Others

### Ministry of Commerce and Industry, Public Authority of Industry, Kuwait

1st Floor, Public Authority of Industry South Surrah, Kuwait

*Director General*

Dr. Ali Al-Madaf

Tel: (00965) 2530 2001

### Direction Nationale des Industries (DNI)

(National Department of Industries)

Ministry of Industry Investment and Trade Bamako, Mali

Tel: +223 20 29 57 60/ +223 20 29

06 63

Institut Marocain De Normalisation (IMANOR)

(National Department of Angle Avenue Kamal Zebdi et Rue Dadi Secteur 21, Hay Riad MA-10100

Rabat, Morocco

*Director*

Mr Abderrahim Taibi

Tel: +212 537 5724 43 / +212 537

5724 49 / +212 537 5724 50  
 imanor@imanor.ma

Website: [www.imanor.ma](http://www.imanor.ma)

### Associacao Comissao Halal de Mozambique

Mr. Abdula  
 Tel: +258-84-302 3570  
 inf@Halalmoz.com

Website: [www.imanor.ma](http://www.imanor.ma)

### Quality Control Department, Ministry of Commerce and Industry

Oman Nooriyah Bint Sulaiman Bin Zahir Al Kharusiyah

### FASONORM (National Authority for Standards and Quality Promotion)

30, Avenue de l'UEMOA, Zone Commerciale P.O. Box 389 Ouagadougou  
 BURKINA FASO  
 Tel: 226 50 31 13 00/ 226 50 31 13 01

### Lembaga Mengeluarkan Permit Import Halal, Bahagian Kawalan Makanan Halal, Jabatan Hal Ehwal Syar'iah Tkt,

Jalan Elizabeth II Kementerian Hal Ehwal Ugama (Lama) Bandar Seri Begawan  
 BS 3510 Negara Brunei Darussalam  
 Ketua Bahagian Kawalan Makanan Halal  
 Dato Seri Setia Awang Haji Abdul Rahman bin Pehin Khatib Abdullah  
 Tel: (673) 224 2565  
 Fax: (673) 222 3106

### Egyptian Organization for Standardization & Quality (EOS)

No 16 Tadreeb El-Modarrebeen Street, Ameriya, Cairo Egypt  
*Chairman of EOS*  
 Dr. Eng. Hassan Ahmed Abd El  
 Magied  
 Tel: +201225996561,  
 Fax: +202 22845501  
 eos@idsc.net.eg Halal@eos.org.eg

### Animal Health and Production Services, Department of Agriculture, Ministry of Agriculture)

Abuko, Banjul  
 The Gambia

*Deputy Director*

Dr. Kebba Daffeh

Tel : +220 422 82 30/ +220 422 82

70/ +220 99 277 36/ +220 39 277

36

kebbadaffeh@yahoo.co.uk

General Administration of Quarantines Department of Slaughterhouses  
Federal Ministry of Animal Resources and Fisheries Sudan

Khartoum South - Abu Hamama area P.O. Box: 293 Khartoum

*Director of Exports Slaughterhouses*

Dr. Ali Abdul Razaq

Tel: 00249 9127 77 320

Fax: 00249 1835 68 201

aluhfi@hotmail.com

The Ministry of Environment & Water of the United Arab Emirates

Old Airport Road Behind Carrefour Opposite Abu Dhabi Retirement Pensions & Benefits Fund

P.O. Box 213

Tel : 971 02 4444747

Fax: 971 02 4490444

adarchie@moew.gov.ae

Islamic Chamber Research & Information Center(ICRIC)

Apt 14 , No.6 ,15 Khordad Alley, Taleghani Ave , Tehran , Iran

*First Counselor Embassy of the Islamic Republic of Iran*

Mohsen Roohi-sefat First

Tel: 03 - 4251 4824

Fax: 03 - 4253 2767

Website: [www.HalalWorld.org](http://www.HalalWorld.org)

## 부록2. 식품 업계에서 사용하는 할랄 식품 첨가제

### 할랄 식품 첨가제 목록

번호	명칭	설명	할랄 여부
E100	커큐민/강황	색상	순수한 강황 파우더 또는 알갱이는 할랄. 액체로 사용되면 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함. 돼지 기름 유화제가 첨가된 경우 하람.
E101	리보플라빈 비타민 B2	색상	무쉬부흐 / 의심스러운대지 간 혹은 콩팥에서 추출된 경우 하람, 100% 식물성인 경우 할랄
E102	타르트라진	색상	할랄 / 100% 건조 색상으로 사용되는 경우 허용. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E104	퀴놀린 옐로우	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 물 이외의 다른 용제가 할랄 이어야 함
E110	썬셋 옐로우FCF / 오렌지 옐로우S	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E120	코치닐/ 카민산	색상	의심스러운하나피 피과(Hanafi Fiqqah)에 따르면 할랄이 아님
E122	카아르모이신 / 아루조빈	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E123	아마란스	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E124	폰소 4R / 코치닐 레드 A	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E127	에리트로신BS	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E131	패턴트 청V	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E132	인디고 카민 / 이디고틴	색상	100% 합성 색상으로 사용되는 경우 할랄 그러나 용제로 돼지 글리세린이 사용된 경우는 하람
E140	클로로필	색상	100% 파우더인 경우 할랄 혹은 용제로 물 혹은 식물성 기름이 사용된 경우 할랄
E141	클로로필 구리 복합체	색상	100% 파우더인 경우 할랄 혹은 용제로 물 혹은 식물성 기름이 사용된 경우 할랄
E142	그린 S / 애씨드 브 릴리언트 그린BS	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E150(a-d)	카라멜 색상/ 케미컬스 블랙	색상	할랄
E151	PN / 브릴리언트 블랙BN	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함

번호	명칭	설명	할랄 여부
E153	카본 블랙 / 식물성 활성탄 활성탄	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E160a	알파, 베타, 감마	색상 - 카로틴	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E160b	안나토, 비신, 노르 비신	색상 - 카로틴	할랄
E160c	캡산틴 / 캡소르빈	색상- 카로틴	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E160d	리코펜	색상 - 카로틴	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E160d	리코펜	색상 - 카로틴	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E160e	베타- 아포-8-카로 티날	색상 - 카로틴	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄 혹은 액체 상태의 식물성 기름이 용제로 사용된 경우 할랄. 만약 돼지 젤라틴이 숨겨진 성분 혹은 매개체로 사용된 경우 하람
E160f	베타- 아포-8-카로 티날산 에틸 에스터	색상 - 카로틴	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄 혹은 액체 상태의 식물성 기름이 용제로 사용된 경우 할랄. 만약 돼지 젤라틴이 숨겨진 성분 혹은 매개체로 사용된 경우 하람
E161a	플라보크산틴	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E161b	루테인	색상	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄. 돼지 젤라틴 혹은 돼지 글리세린이 건조 혹은 액체 상태로 첨가된 경우 하람
E161c	크립토크산틴	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E161d	루비크산틴	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E161e	비올라크산틴	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E161f	로독산틴	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E161g	칸타크산틴	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E162	비트 레드 / 베타틴	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E163	안토시아닌	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E170	탄산 칼슘 <sup>초크</sup>	색상 - 무기물	암광물에서 추출되어 100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E171	이산화 티탄	색상 - 무기물	할랄
E172	산화철 및 수산화물	색상 - 무기물	할랄
E173	알루미늄	색상 - 무기물	할랄
E174	실버	색상 - 무기물	할랄
E175	골드	색상 - 무기물	할랄
E180	피그먼트 루빈/ 리틀 루빈BK	색상 - 무기물	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무쉬부흐, 용제가 할랄이어야 함
E200	소르브산	방부제	할랄
E201	소듐 소르베이트	방부제	할랄
E202	포타슘 소르베이트	방부제	할랄
E203	소르브산 칼슘	방부제	할랄
E210	벤조산	방부제	할랄
E211	소듐 벤조에이트	방부제	할랄
E212	포타슘벤조에이트	방부제	할랄
E213	벤조산 칼슘	방부제	칼슘이 미네랄에서 추출된 경우 할랄. 칼슘이 뼈에서 추출된 경우 무쉬부흐.
E214	에틸 4-하이드록시 벤조에이트	방부제	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄. 알코올이 용제로 사용된 경우 하람

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E215	에틸 4-하이드록시 벤조에이트, 소디움 염	방부제	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄. 알코올이 용제로 사용된 경우 하람
E216	Propyl 4-하이드록시 벤조에이트	방부제	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄. 알코올이 용제로 사용된 경우 하람
E217	Propyl 4-하이드록시 벤조에이트, 소디움 염	방부제	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄. 알코올이 용제로 사용된 경우 하람
E218	M에틸 4-하이드록시 벤조에이트	방부제	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄. 알코올이 용제로 사용된 경우 하람
E219	M에틸 4-하이드록시 벤조에이트, 소디움 염	방부제	100% 건조 파우더 혹은 알갱이로 사용되는 경우 할랄. 알코올이 용제로 사용된 경우 하람
E220	아황산 가스	방부제	할랄

번호	명칭	설명	할랄 여부
E221	아황산 나트륨	방부제	할랄
E222	소듐 하이드로겐 설페이트	방부제	할랄
E223	메타 아황산염	방부제	할랄
E224	포타슘 메타바이설페이트	방부제	할랄
E226	황산 칼슘	방부제	할랄
E227	칼슘 하이드로겐 설페이트	방부제	칼슘이 미네랄 혹은 세라믹에서 추출된 경우 할랄. 칼슘이 뼈 에서 추출된 경우 무쉬부흐.
E230	바이페닐/ 디페닐	방부제	알코올이 용제로 사용되지 않은 경우 할랄
E231	2-하이드록시바이페닐	방부제	알코올이 용제로 사용되지 않은 경우 할랄
E232	소듐 바이페닐 -2- yl 옥사이드	방부제	알코올이 용제로 사용되지 않은 경우 할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E233	2-티아졸-4-yl 벤지미다졸	방부제	알코올이 용제로 사용되지 않은 경우 할랄
E239	헥사민	방부제 - 기타	할랄
E249	질산 칼륨	방부제	할랄
E250	아질산 나트륨	방부제	할랄
E251	질산 나트륨	방부제	할랄
E252	질산 칼륨	방부제	할랄
E260	아세트산	여러 가지 - 산	할랄
E261	아세트산 칼륨	여러 가지 - 산	할랄
E262	포타슘 하이드로겐 디아세테이트	여러 가지 - 산	할랄
E263	아세트산 칼슘	여러 가지 - 산	할랄
E270	젖산	여러 가지 - 산	유장 이외의 물질에서 추출한 경우 할랄. 미국의 경우 항상 비유제품에서 추출
E280	프로피온산	방부제 - 산	할랄
E281	프로피온산 나트륨	방부제- 산	할랄
E282	프로피온산 칼슘 <sup>e</sup>	방부제- 산	칼슘이 미네랄에서 추출된 경우 할랄. 칼슘이 뼈에서 추 출된 경우 무쉬부흐.
E283	프로피온산 칼륨	방부제- 산	할랄
E290	이산화탄소	여러 가지	할랄
E300	아스코르브산 <sup>e</sup> 비타민 C	항산화제- 비타민 C	할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집



번호	명칭	설명	할랄 여부
E301	아스코르브산 나트륨	항산화제-비타민 C 및 유도체	할랄
E302	아스코르브산 칼슘	항산화제-비타민 C 및 유도체	칼슘이 미네랄에서 추출된 경우 할랄. 칼슘이 뼈에서 추출된 경우 무쉬부흐.
E304	아스코빌 팔미케이트	항산화제 -비타민 C 및 유도체	포화 지방산의 경우 할랄. 식물에서 추출한 팔미트산. 팔미트산이 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E306	토코페롤이 풍부한 천연 제제	항산화제-비타민 E	토코페롤이 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄. 토코페롤이 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E307	합성 알파 토코페롤	항산화제-비타민 E	알코올 발효 방법이 사용되지 않고 모든 할랄 합성 물질로 만들어진 경우만 할랄
E308	합성 감마 토코페롤	항산화제-비타민 E	알코올 발효 방법이 사용되지 않고 모든 할랄 합성 물질로 만들어진 경우만 할랄
E309	합성 델타 토코페롤	항산화제-비타민 E	알코올 발효 방법이 사용되지 않고 모든 할랄 합성 물질로 만들어진 경우만 할랄
E310	갈산 프로필	항산화제 - 기타	할랄1
E311	옥틸 갈레이트	항산화제 - 기타	오배자 혹은 식물 분비물에서 추출된 경우 할랄
E312	도데실 갈레이트	항산화제 - 기타	오배자 혹은 식물 분비물에서 추출된 경우 할랄. 알코올이 용제로 사용된 경우 하람
E320	디부틸 히드록시아니솔(BHA)	항산화제 - 기타	식물성 기름이 매개체로 사용된 경우만 할랄. 매개체가 돼지 지방인 경우 하람. 순수한100% 화학물로 사용 불가능
E321	디부틸 에테르(BHT)	항산화제 - 기타	식물성 기름이 매개체로 사용된 경우만 할랄. 매개체가 돼지 지방인 경우 하람. 순수한100% 화학물로 사용 불가능

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E322	레시틴	유화제 및 안정제	유럽에서 콩지방이나 계란 노른자에서 추출된 경우 할랄. 미국의 경우 항상 콩지방에서 추출함으로 할랄.
E325	젖산 나트륨	여러 가지 - 젖산 염	젖산을 비유제품에서 추출한 경우 할랄
E326	젖산 칼륨	여러 가지 - 젖산 염	젖산을 비유제품에서 추출한 경우 할랄
E327	젖산 칼슘	여러 가지 - 젖산 염	젖산을 비유제품에서 추출한 경우 할랄
E330	구연산	여러 가지 - 구연산 및 구연산 염	할랄
E331	구연산 나트륨	여러 가지 - 구연산 및 구연산 염	할랄
E332	구연산 칼륨	여러 가지 - 구연산 및 구연산 염	할랄
E333	구연산 칼슘	여러 가지 - 구연산 및 구연산 염	칼슘이 뼈에서 추출되지 않은 경우 할랄
E334	타르타르산	여러 가지 - 주석산 및 주석산 염	와인 부산물에서 추출된 경우 할랄. 미국의 경우 발효되지 않은 포도에서 추출함으로 할랄

번호	명칭	설명	할랄 여부
E335	타르타르산 나트륨	여러 가지 - 주석산 및 주석산 염	와인 부산물에서 추출된 경우 할랄. 미국의 경우 발효되지 않은 포도에서 추출함으로 할랄
E336	타르타르산 칼륨 (타르타르 크림)	여러 가지 - 주석산 및 주석산 염	와인 부산물에서 추출된 경우 할랄. 미국의 경우 발효되지 않은 포도에서 추출함으로 할랄
E337	주석산 칼륨 나트륨	여러 가지 - 주석산 및 주석산 염	와인 부산물에서 추출된 경우 할랄. 미국의 경우 발효되지 않은 포도에서 추출함으로 할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E338	오르토인산	여러 가지 - 인산 및 인산 염	할랄
E339	인산 나트륨	여러 가지 - 인산 및 인산 염	할랄
E340	인산 칼륨	여러 가지 - 인산 및 인산 염	할랄
E341	인산 칼슘	여러 가지 - 인산 및 인산 염	칼슘이 미네랄에서 추출된 경우 할랄.
E400	알긴산	유화제 및 안정제 - 알긴산 염류	할랄
E401	알긴산 나트륨	유화제 및 안정제 - 알긴산 염류	할랄
E402	알긴산 칼륨	유화제 및 안정제 - 알긴산 염류	할랄
E403	알긴산 암모늄	유화제 및 안정제 - 알긴산 염류	할랄
E404	알긴산 칼슘	유화제 및 안정제 - 알긴산 염류	칼슘이 미네랄에서 추출된 경우 할랄.
E405	프로판-1,2- 디올 알기네이트	유화제 및 안정제 - 알긴산 염류	할랄
E406	한천	유화제 및 안정제 - 기타 식물 고무	할랄
E407	카라기난	유화제 및 안정제 - 기타 식물 고무	할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E410	로커스트 빈검 카로브 검	유화제 및 안정제 - 기타 식물 고무	할랄
E412	구아검	유화제 및 안정제 - 기타 식물 고무	할랄
E413	트래거캔스	유화제 및 안정제 - 기타 식물 고무	할랄
E414	아라비아 고무	유화제 및 안정제 - 기타 식물 고무	할랄
E415	잔탄검	유화제 및 안정제 - 기타 식물 고무	할랄
E420	솔비톨	당알콜	할랄
E421	마니톨	당알콜	할랄
E422	글리세롤	당알콜	무취부호, 미국에서는 글리세린이라고 칭함, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E440a	펙틴	유화제 및 안정제 - 펙틴 및 유도체	할랄
E440b	아마이드화 펙틴	유화제 및 안정제 - 펙틴 및 유도체	할랄
E450a, b, c	인산 칼륨 및 인산 나트륨 및 다중 인산	여러 가지	할랄
E460	미정질 / 분말 셀룰로오스	유화제 및 안정제 - 셀룰로오스 및 유도체	할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E461	메틸셀룰로오스	유화제 및 안정제 - 셀룰로오스 및 유도체	할랄
E463	하이드록시프로필셀룰로오스	유화제 및 안정제 - 셀룰로오스 및 유도체	할랄
E464	하이드록시프로필 - 메틸셀룰로오스	유화제 및 안정제 - 셀룰로오스 및 유도체	할랄
E465	에틸메틸셀룰로오스	유화제 및 안정제 - 셀룰로오스 및 유도체	할랄
E466	카르복시메틸셀룰로오스, 소듐 염	유화제 및 안정제 - 셀룰로오스 및 유도체	할랄
E461	메틸셀룰로오스	유화제 및 안정제 - 셀룰로오스 및 유도체	할랄
E470	나트륨, 칼륨 및 칼슘 지방산염	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E471	모노 - 앤- 디글리세이드 지방산	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E472	다양한 에스테르류의 모노 - 앤- 디글리세이드 지방산	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
E473	수크로오수 지방산 에스테르	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스테르	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E474	수크로스글리세리드	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스테르	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E475	폴리글리세롤 지방산 에스테르	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스테르	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E477	프로펜-1,2- 디올 글리세린 지방산 에스테르	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스테르	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E481	소듐 스테아릴 -2- 락틸레이트	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스테르	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E482	칼슘 스테아릴 -2- 락틸레이트	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스테르	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
E483	스테아릴 타르타르산염	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스테르	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

### E 접두사가 붙는 식품 성분 번호

번호	명칭	설명	할랄 여부
107	옐로우 2G	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무취부호, 용제가 할랄이어야 함
128	레드 2G	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무취부호, 용제가 할랄이어야 함
133	브릴리언트 블루FCF	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무취부호, 용제가 할랄이어야 함
154	브라운 FK	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무취부호, 용제가 할랄이어야 함
155	브라운 HT	색상	100% 건조 색상으로 사용되는 경우 할랄. 액체 색상으로 사용되는 경우 무취부호, 용제가 할랄이어야 함
234	니신	방부제 - 기타	할랄
262	아세트산 나트륨	여러 가지 - 산 및 기타 염류	할랄
296	말산	여러 가지 - 산 및 기타 염류	할랄
297	푸마르산	여러 가지 - 산 및 기타 염류	할랄
350	말산 나트륨	여러 가지 - 말산 염	할랄
351	말산 칼륨	여러 가지 - 말산 염	할랄
352	말산 칼슘	여러 가지 - 말산 염	할랄
353	메탈타릭 엑시드	여러 가지 - 말산 염	할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
355	아디프산	여러 가지 - 말산 염	할랄
363	숙신산	여러 가지 - 말산 염	할랄
370	1,4-헵토노락테인	여러 가지 - 말산 염	할랄
375	니코틴산	여러 가지 - 말산 염	할랄
380	트리암모늄 구연산염	여러 가지 - 말산 염	할랄
381	구연산 철 암모늄	여러 가지 - 말산 염	할랄
385	칼슘 디소디움 EDTA	여러 가지 - 말산 염	할랄
416	카라야 검	유화제 및 안정제	할랄
430	폴리옥시에탄 <sup>8</sup> 스테아레이트	유화제 및 안정제 - 지방산 유도체	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
431	폴리옥시에탄 <sup>40</sup> 스테아레이트	유화제 및 안정제 - 지방산 유도체	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
432	폴리옥시에탄 <sup>20</sup> 소르비탄 / 폴리소르베이트 20	유화제 및 안정제 - 지방산 유도체	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
433	폴리옥시에탄 <sup>20</sup> 소르비탄 모노올레이트 / 폴리소르베이트 <sup>80</sup>	유화제 및 안정제 - 지방산 유도체	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
434	폴리옥시에탄 3 소르비탄 모노팔미테이트 / 폴리소르베이트 <sup>40</sup>	유화제 및 안정제 - 지방산 유도체	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
434	폴리옥시에탄 <sup>20</sup> 소르비탄 모노팔미테이트 / 폴리소르베이트 <sup>40</sup>	유화제 및 안정제 - 지방산 유도체	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
435	폴리옥시에탄 <sup>20</sup> 소르비탄 모노스테아레이트 / 폴리소르베이트 <sup>60</sup>	유화제 및 안정제 - 지방산 유도체	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
436	폴리옥시에탄 <sup>20</sup> 소르비탄 트리스테아레이트 / 폴리소르베이트 <sup>65</sup>	유화제 및 안정제 - 지방산 유도체	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
476	캐스터 오일의 폴리킨덴스트 에스테르의 폴리 글리세롤	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
478	글리세롤 및 프로펜-1,2-디올의 락틸레이트드 패터 엑시드 에스테르	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
491	소르비탄 모노스테아레이트	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
492	소르비탄 트리스테아레이트	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람

번호	명칭	설명	할랄 여부
493	소르비탄 모노라우레이트	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방 에서 추출된 경우 하람
494	소르비탄 모노라우레이트	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방 에서 추출된 경우 하람

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
495	소르비탄 모노팔미테이트	유화제 및 안정제 - 염 혹은 글리세린 지방산 에스터	식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방 에서 추출된 경우 하람
500	탄산 나트륨 / 탄산수소나트륨	여러 가지 - 산 및 염류: 탄산염	할랄
501	탄산 칼륨 / 탄산수소칼륨	여러 가지 - 산 및 염류: 탄산염	할랄
503	탄산암모늄	여러 가지 - 산 및 염류: 탄산염	할랄
504	탄산 마그네슘	여러 가지 - 산 및 염류: 탄산염	할랄
507	염산	여러 가지 - 산 및 염류: 염산 및 염산 염류	할랄
508	염화 칼륨	여러 가지 - 산 및 염류: 염산 및 염산 염류	할랄
509	염화 칼슘	여러 가지 - 산 및 염류: 염산 및 염산 염류	할랄
510	염화 암모늄	여러 가지 - 산 및 염류: 염산 및 염산 염류	할랄
513	황산	여러 가지 - 산 및 염류: 황산 및 황산 염류	할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
514	나트륨 황산염	여러 가지 - 산 및 염류: 황산 및 황산 염류	할랄
515	황산 칼륨	여러 가지 - 산 및 염류: 황산 및 황산 염류	할랄
516	황산 칼슘	여러 가지 - 산 및 염류: 황산 및 황산 염류	할랄
518	황산 마그네슘	여러 가지 - 산 및 염류: 황산 및 황산 염류	할랄
524	수산화 나트륨	여러 가지 - 알칼리	할랄
525	수산화 칼륨	여러 가지 - 알칼리	할랄

번호	명칭	설명	할랄 여부
526	수산화 칼슘	여러 가지 - 알칼리	할랄
527	수산화 암모늄	여러 가지 - 알칼리	할랄
528	수산화 마그네슘	여러 가지 - 알칼리	할랄
529	산화 칼슘	여러 가지 - 알칼리	할랄
530	산화 마그네슘	여러 가지 - 알칼리	할랄
535	페로사인화 나트륨	여러 가지 - 기타 염류	할랄
536	페로사인화 칼륨	여러 가지 - 기타 염류	할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
540	디칼슘 페로사인	여러 가지 - 기타 염류	할랄
541	산성 알루미늄 인산나트륨	여러 가지 - 기타 염류	할랄
542	식용 인산골	여러 가지 - 고결 방지제	하람/ 돼지 뼈에서 추출된 경우 비할랄
544	폴리인산 칼슘	여러 가지 - 고결 방지제	무취부호, 미네랄에서 추출된 경우 할랄, 돼지 뼈에서 추출된 경우 하람
545	폴리인산 암모늄	여러 가지 - 고결 방지제	할랄
551	이산화 규소	여러 가지 - 규소 염류	할랄
552	규산 칼슘	여러 가지 - 규소 염류	할랄
553	규산 마그네슘 / 3규산 마그네슘 <sup>Talc</sup>	여러 가지 - 규소 염류	할랄
554	알루미늄 규산 나트륨	여러 가지 - 규소 염류	할랄
556	알루미늄 규산 칼슘	여러 가지 - 규소 염류	무취부호, 칼슘이 미네랄에서 추출된 경우 할랄, 칼슘이 돼지 뼈에서 추출된 경우 하람
558	벤토나이트	여러 가지 - 기타 화합물	할랄
559	카올린 <sup>규산 알루미늄</sup>	여러 가지 - 기타 화합물	할랄
570	스테아르산	여러 가지 - 기타 화합물	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
572	마그네슘 스테아레이트	여러 가지 - 기타 화합물	무취부호, 식물성 지방에서 추출된 경우 할랄, 돼지 지방에서 추출된 경우 하람
575	글루코노 텔타락톤	여러 가지 - 기타 화합물	할랄
576	글루코산 나트륨	여러 가지 - 기타 화합물	할랄
577	글루코산 칼륨	여러 가지 - 기타 화합물	할랄
578	글루코산 칼슘	여러 가지 - 기타 화합물	할랄
620	L-글루코산	여러 가지 - 방향 증진제	무취부호, 식물성 단백질에서 추출된 경우 할랄, 돼지 단백질에서 추출된 경우 하람
621	글루타민산나트륨(MSG)	여러 가지 - 방향 증진제	무취부호, 배양액을 포함한 모든 성분이 할랄인 경우 할랄, 돼지 기름이 매개체로 사용된 경우 하람

번호	명칭	설명	할랄 여부
622	글루타민산 칼륨	여러 가지 - 방향 증진제	무취부호, 배양액을 포함한 모든 성분이 할랄인 경우 할랄, 돼지 기름이 매개체로 사용된 경우 하람
623	글루타민산 칼슘	여러 가지 - 방향 증진제	무취부호, 배양액을 포함한 모든 성분이 할랄인 경우 할랄, 돼지 기름이 매개체로 사용된 경우 하람
627	구아닐산 나트륨	여러 가지 - 방향 증진제	정어리 혹은 빵 표모 추출물로 만들어진 경우 할랄. 맥주 제조시 발생하는 부산물인 맥주 효모 추출물로 만들어진 경우 무취부호
631	이노신산 나트륨	여러 가지 - 방향 증진제	정어리로 만들어진 경우 할랄. 맥주 제조시 발생하는 부산물인 맥주 효모 추출물로 만들어진 경우 무취부호, 돼지 고기로 만들어진 경우 하람
635	5- 리보뉴클레인산 나트륨	여러 가지 - 방향 증진제	E N 627 및 EN 631 결합인 경우 무취부호

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

번호	명칭	설명	할랄 여부
Number	메탄올	여러 가지 - 방향 증진제	할랄
636	에틸 메탄올	여러 가지 - 방향 증진제	할랄
637	디메틸폴리실록산	여러 가지 - 방향 증진제	할랄
900	밀랍	여러 가지 - 피막제	할랄
901	카르나우바 왁스	여러 가지 - 피막제	할랄
903	셀락	여러 가지 - 피막제	알코올을 사용해 처리되지 않은 경우는 할랄. 셀락은 두 종류의 처리 방식이 있으며 알코올로 처리되지 않은 경우는 할랄이며, 알코올로 처리된 경우는 하람. 인도 및 남아시아 지역에서 팔라스 나무를 먹고사는 개각충의 기공에서 추출된 고무 분비물. 이 고무 물질을 락(Lac) 이라고 칭함. 인도 회사가 제조.
904	미네랄 하이드로카본	여러 가지 - 피막제	할랄
905	정제 마이크로크리스탈린 왁스	여러 가지 - 피막제	무취부호, 식물성 지방 왁스로 만들어진 경우 할랄, 돼지 지방 왁스로 만들어진 경우 하람
907	엘시스테인 하이드로클로라이드	여러 가지 - 밀가루에 사용하는 화합물	무취부호, 인간의 모발에서 얻어진 경우 하람, 할랄 합성 물질로 만들어진 경우 할랄. 제 3의 출처는 닭/오리 깃털. 이슬람 학자에 따라 의견이 상이함. 학자에 따라 할랄이라 판단하는 경우도 있고 하람이라고 판단하는 경우도 있음.
920	브롬산 칼륨	여러 가지 - 밀가루에 사용하는 화합물	할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집



번호	명칭	설명	할랄 여부
925	염소	여러 가지 - 밀가루에 사용하는 화합물	할랄
926	이산화 염소	여러 가지 - 밀가루에 사용하는 화합물	할랄
927	아조다이카본아마이드	여러 가지 - 밀가루에 사용하는 화합물	할랄

\*출처 : 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 첨가제 표준 규정집

### 부록3. 말레이시아 할랄 무역 박람회 및 관련 행사

#### 가. 말레이시아 국제 할랄 박람회 Malaysia International Halal Showcase, MIHAS



**13<sup>th</sup> MALAYSIA INTERNATIONAL  
HALAL SHOWCASE**  
**30<sup>th</sup> MARCH - 2<sup>nd</sup> APRIL**  
Kuala Lumpur Convention Centre (KLCC)

개최예정일 : 2016년 3월 30일 ~ 4월 2일

말레이시아 국제할랄박람회MIHAS 는 말레이시아 쿠알라 룸푸르에서 매년 상반기에 개최되는 국제 박람회이다. 말레이시아 국제할랄박람회MIHAS 는 말레이시아 정부의 후원으로 조직되며, 말레이시아 통산산업부Ministry of International Trade and Industry, MITI 및 말레이시아 대외무역개발공사Malaysia External Trade Development Corporation, MATRADE 가 개최하고 있다. 말레이시아 국제할랄박람회MIHAS 는 처음 개최된 이래 매년 500명 이상의 바이어가 참여하고 있으며, 말레이시아 참가 업체들과 네트워크를 형성할 수 있도록 지원하고 있다.

2015 말레이시아 국제할랄박람회MIHAS 의 경우 총 11억 링깃 규모의 매출 및 매출 협상이 이루어졌다. 현재 까지 말레이시아 국제할랄박람회MIHAS 를 통해 총 90억 링깃의 매출이 달성되었다. 오늘날 말레이시아 국제할랄박람회MIHAS 는 아세안 지역에만 국한된 박람회가 아니며 전 세계 여러 국가들이 관심을 가지고 적극적으로 참여하는 국제적인 박람회이다. 참가신청은 다음의 웹사이트를 통해 가능하다. : <http://www.mihass.com.my/>

## 나. 세계할랄정상회의(World Halal Summit, WHS)



<http://www.worldhalalsummit.com/>

개최예정일 : 2016년 3월 30일 ~ 4월 2일

세계할랄정상회의(World Halal Summit, WHS)는 2015년 처음 개최되는 회의로 이는 전세계 할랄 시장에서 영향력 있는 차별화를 이끌어 낼 수 있는 효과적인 발판을 마련하려는 목적으로 구성되었다. 2015 세계할랄정상회의 WHS는 세계 최대의 할랄 식품 및 음료 무역 박람회인 제 12회 말레이시아 국제할랄박람회(MIHAS), 제 6회 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM) 국제 할랄 인증기관회의(International Halal Certification Bodies Convention), 세계할랄회의(World Halal Conference), 인증기관 포럼, 학계 및 연구기관 포럼, 이슬람 마케팅 및 비즈니스 포럼, 이슬람 파이낸스 및 투자 포럼, 할랄 워크샵 및 할랄 단기 코스로 구성되었다.

세계할랄정상회의(WHS)는 2016년 3월에 다시 개최되며 세계 고위급 인사들이 참여한다. 2016 세계할랄 정상회의(WHS)에서는 할랄 사업 브랜드에 관한 논의가 이루어 질 것이다.

## 다. 아시아 할랄 소재 박람회(Halal Ingredients Asia)



Supported by



**Exhibition**  
21 - 23 September 2015  
Kuala Lumpur, Malaysia

**Conference**  
21 - 22 September 2015

개최예정일 : 2016년 미정

아시아 할랄 소재 박람회는 '15년 9월 개최된 행사로 할랄개발공사(HDC)가 지원하는 행사이다. 이 행사는 할랄 제조업체들과 할랄 원료 공급 업체들이 상호 네트워크를 형성할 수 있는 기회를 제공한다. 본 행사의 추최측은 2016년 개최되는 또 다른 할랄 소재 엑스포와 함께 본 행사를 연례 행사로 개최할 계획이다.

## 라. 2015 할페스트Halfest



**EKSPOR  
HALAL  
TERBESAR  
MALAYSIA**



개최예정일 : 2016년 미정

할페스트Halfest 는 말레이시아 현지의 할랄 산업이 세계 시장에 진출할 수 있도록 영량을 강화하기 위해 마련된 할랄 엑스포이다. 할페스트Halfest 는 국가 차원에서 할랄 시장을 개발하는 데 있어서 발판과 같은 역할을 수행하고자 조직되었다. 할페스트Halfest 는 할랄 제품 및 서비스 관련 기업들이 현지 소비자들을 대상으로 자신들의 제품을 판촉할 수 있는 효과적인 기회를 제공하며 또한 소비자들과 현지 산업체들과의 관계 형성에도 기여한다.

## 마. 페낭 국제 할랄 엑스포Penang International Halal Expo



개최예정일 : 2016년 1월 29일 ~ 1월 31일

이 행사는 말레이시아 페낭 주정부가 산하에 두고 있는 할랄 인증 촉진 기관인 할랄 페낭Halal Penang 을 통해 조직 및 개최되는 2015 페낭 국제 할랄 엑스포 및 회의PIHEC 는 동남아시아, 서아시아 및 유럽 지역의 기업들이 자신들이 제조 및 판매하는 할랄 제품을 홍보하고 고객 층을 확보하기 좋은 기회이다.

페낭 국제 할랄 엑스포 및 회의PIHEC 는 2010년 출범했으며 이 행사의 주요 목적은 말레이시아 및 해외에서 생산된 품질 좋은 할랄 제품 및 서비스를 홍보할 수 있는 장을 마련하는 것이다. 매년 개최되는 이 행사는 회의와 함께 개최되며 할랄 수출 업체들과 수입 업체들이 말레이시아 국내의 할랄 제품들을 모두 만나 볼 수 있는 편리하고 효과적인 원 스톱 센터와 같은 역할을 수행한다.

참가신청은 다음의 웹사이트를 통해서 가능하다. : <http://www.pihec.com.my/>

## 부록4. 말레이시아 식품 바이어 리스트

기업명	Euro Atlantic Sdn Bhd
대표자	Jasmine Ho
취급품목	신선과실류, 채소류
주소	Lot 341, Jalan Pinggiran 2, Pinggiran Uaky, Hulu Kelang, 68000 Selangor, Malaysia
연락처	TEL) 603-4251-8482 FAX) 603-4257-9281 E-MAIL) jasmine@euro-atlantic.com.my

기업명	D'Fresh Sdn Bhd
대표자	David Tay
취급품목	신선과실류, 채소류
주소	86-1, Jalan 2/3A, Pusat Bandar Utama, KM12, Jalan Ipoh, 68100 Batu Caves, KL, Malaysia
연락처	TEL) 603-6138-9611 FAX) 603-6138-7926 E-MAIL) eagleffm@tm.net.my

기업명	Khaishen Trading Sdn Bhd
대표자	Tracy Lee
취급품목	신선과실류, 채소류
주소	PT 31116, Jalan Rawang, Taman Selayang Baru 68100 Batu Caves, Selangor Darul EHSAN, Malaysia
연락처	TEL) 603-6120-6171 FAX) 603-6120-4728 E-MAIL) khaishen.tracy@gmail.com

기업명	Soon Huat Fruits Sdn Bhd
대표자	ANG KOK SENG
취급품목	신선과실류, 채소류
주소	11, Lorong Haji Taib dua, 50350 Kuala Lumpur
연락처	TEL) 603-2694-6788 FAX) 603-2694-3240 E-MAIL) soonhuat_mal@yahoo.com

기업명	MBG Fruits Sdn Bhd
대표자	Adnam Lee
취급품목	신선과실류
주소	No 8 Jalan Meti of Jalan IMBI, Jalan Tun Razak 55100 Kuala Lumpur
연락처	TEL) 603-2141 8602 FAX) 603-2141 8602 E-MAIL) mbgfruitshop@yahoo.com.my

기업명	KMT Traidng Sdn Bhd
대표자	Matthew Lee
취급품목	가공식품
주소	Lot 46, Jalan 6/2, Kawasan Perindustrian Seri Kembangan 43300 Seri Kembangan, Selangor, Malaysia
연락처	TEL) 603-8948-8002 FAX) 603-8948-9002 E-MAIL) jin@kmt.com.my담당자

기업명	Lotte MartM Sdn Bhd
대표자	강중태
취급품목	가공식품
주소	A14/2/2, 1St Floor, Jin Ampang Utama 2/2, One Ampang Avenue 68000, Selangor, Malaysia
연락처	TEL) 603-4260-4546 FAX) 603-4260-4563 E-MAIL) jetkang2003@yahoo.co.kr

기업명	Woori Pacific Sdn Bhd
대표자	노형선
취급품목	가공식품
주소	No 24, Jalan Mewah 3/3 Pandan Mewah 68000 Ampang Hata Industrial Park Selangor Malaysia
연락처	TEL) 603-4285-3155 E-MAIL) raymondwooripacific@gmail.com

기업명	KIMS UTONG SDN BHD
대표자	JEFF KIM
취급품목	가공식품
주소	GA5 Anzen Business Park No3-9 Jalan 4/37A, Kawasan Industri Taman Bukit Maluri, Lepong, 52100 KL, Malaysia
연락처	TEL) 603-6275-60110 FAX) 603-6275-6011 E-MAIL) kimsutong@gmail.com

기업명	SHIN SUN MI Market Sdn Bhd
대표자	박인근
취급품목	가공식품
주소	14-L1 Ampang Putra Residensi, Jalan Ampang Putra6, 68000 Ampang, Selangor Darul EHSAN, Malaysia
연락처	TEL) 603-4256-8989 FAX) 603-4270-5970 E-MAIL) myshinsunmi@naver.com

기업명	Ta Kiong Emporium Sdn Bhd
대표자	Wayne Hong
취급품목	가공식품
주소	No.88 Lot G60 Ground Floor, The Spring Shopping Malll Jl.Simpang Tiga 93350 Kucing Sawawak
연락처	TEL) 6082-255-192 FAX) 6082-230-192 E-MAIL) Wayne.H@takiong.com.my

기업명	NSK TRADING SDN BHD
대표자	Lim Chee Keong
취급품목	가공식품
주소	Lot4673, 4674, 4675&4676, Wisma Yap Tieh, Selayang, Batu8, Jalan Ipoh, 68100 Selangor Darul Ehsan, Malaysia,
연락처	TEL) 603-6120-7484 E-MAIL) bennylimangliss@gmail.com

기업명	Prowell Marketing Enterprise
대표자	Raymond Theong
취급품목	가공식품차류, 인삼류
주소	No.177-3, Jalan Lancang, Taman Seri Bahtera, Cheras, 56100 Kuala Lumpur, Malaysia
연락처	TEL) 6012-290-5200 FAX) 603-9131-9132 E-MAIL) khairulycp@gmail.com

기업명	Caldbeck Mecgregor <sup>M</sup> Sdn Bhd
대표자	Gordon Wan
취급품목	가공식품인삼
주소	No9, Jalan Pemaju U1/15, Seksyen U1, Hicom Glenmarie Industrial Park 40150 Shah Alam, Selangor, Darul EHSAN, Malaysia
연락처	TEL) 603-5569-2283 FAX) 603-5569-2283 E-MAIL) gordon@caldbecks.com

기업명	GEUMHONG Korea Ginseng(M) Sdn Bhd
대표자	유승복
취급품목	가공식품인삼
주소	20-3, Jin, Merto Pudu, Fraser Business Park, Off Jalan Tun Razak, 55200 Kuala Lumpur
연락처	TEL) 603-9222-3784 FAX) 603-9222-3787 E-MAIL) geumhongmal@gmail.com

기업명	Kenjul Corporation Sdn Bhd
대표자	Ken Chan
취급품목	건강식품
주소	Wisma Kenjul, 29-2, Jalan Sg.Besi Indah 5/2, Taman Sg.Balakong, Selangor
연락처	TEL) 603-8941-8131 FAX) 603-8942-3131 E-MAIL) kenjulcorp@hotmail.com



## 부록5. 임산물 수출확대 가능성 검토

### 가. 임산물 시장현황

#### 1) 임산물 수출입현황

'14년 기준 말레이시아의 임산물 총 수입액은 488백만불로 '13년 수입액 444백만불 대비 9.7% 증가하였으며 주요 수입품은 목재 제작을 위한 재료, 기타목재류 이다. '14년 최대 임산물 수입국은 전체 수입액의 18.19%를 차지한 중국으로, 연간 88.7백만불 규모의 임산물을 수입하고 있으며, 태국<sup>76</sup>, 미국<sup>48</sup>, 호주<sup>33.2</sup> 순으로 임산물을 수입하고 있다.

표 20. 말레이시아 임산물 수입 통계

순위	국가명	2012		2013		2014	
		천불	톤	천불	톤	천불	톤
	전체	503,260	-	444,954	-	487,826	-
1	중국	29,475	94,331	27,153	89,641	21,880	88,781
2	태국	3,809	96,133	3,788	70,284	5,509	76,028
3	미국	991	41,869	733	42,895	1,824	47,994
4	호주	484	43,050	778	27,453	233	33,189
5	가나	8,789	12,511	10,909	13,588	18,521	26,186
22	일본	431	4,225	321	3,756	810	3,733
32	한국	281	1,094	112	1,215	125	1,140

\* 출처 : GTA Statistics

'14년 기준 말레이시아의 임산물 총 수출액은 2,056백만불로 '13년 수입액 2,014백만불 대비 2.1% 증가하였으며 주요 수출품목은 합판 등 목재이다.

'14년 최대 임산물 수출국은 전체 수입액의 21.4%를 차지하는 인도이며 연간 440백만불 규모의 임산물을 수출하고 있으며 그 다음으로 중국, 일본, 대만 순으로 임산물을 수출하고 있으며 한국으로의 수출량은 69백만불 수준으로 말레이시아의 제 7위 임산물 수출국이다.

표 21. 말레이시아 임산물 수출 통계

순위	국가명	2012		2013		2014	
		천불	톤	천불	톤	천불	톤
	전체	2,034,132	-	2,014,745	-	2,056,602	-
1	인도	385,821	23,180	391,140	21,914	440,595	111,070
2	중국	171,556	64,628	215,403	136,191	215,912	38,156
3	일본	201,490	64,090	183,090	292,133	170,514	243,805
4	대만	153,310	14,353	159,293	8,971	160,766	15,331
5	싱가포르	150,896	29,124	153,434	28,411	152,350	29,815
6	태국	190,881	19,968	161,787	18,555	139,463	35,001
7	한국	80,996	29,043	64,372	7,571	69,605	11,139
8	미국	63,885	19,885	56,121	14,437	65,397	21,440
9	네덜란드	45,727	705	43,454	245	59,391	299

\* 출처 : GTA Statistics

## 나. 주요품목별 수출입현황

## 1) 감

'14년 기준 감 총 수입액은 4,842천불로 '13년 수입액 5,683천불 대비 -14.81% 감소하였으며, '14년 최대 감 수입국은 전체 수입액의 73.9%를 차지하는 한국으로, 연간 3,580천불 규모의 감을 수입하고 있으며, 남아프리카공화국<sup>265</sup>, 중국<sup>212</sup> 순으로 감을 수입하였다.

표 22. 말레이시아 감 수입실적

(단위: 천불)

순위	국 가	2013 년		2014 년		증감률(%)	
		물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
	총수입량	4,193	5,683	3,785	4,842	-9.72	-14.81
1	한국	3,455	4,904	2,714	3,580	-21.45	-27.00
2	남아공	162	217	222	265	36.54	22.00
3	중국	38	37	178	212	364.85	473.99
4	스페인	99	105	201	199	101.62	88.61
5	뉴질랜드	76	86	114	174	-5.62	101.66

\* 출처 : Global Trade Atlas

## 2) 버섯표고

표고버섯에 품목에 대한 HS코드가 없어 기타버섯류<sup>070959</sup> 수입통계를 분석하였다. '14년 기준 말레이시아 버섯<sup>신선</sup> 총 수입액은 1,999천불로, 전년 대비 8.19% 증가하였으며, 버섯<sup>신선</sup> 수입국 1위는 한국으로 수입액은 1,114천불이다. 2위 국가는 중국으로 651천불을 기록하고 있다.

'14년 기준 버섯<sup>건조</sup> 총 수입액은 3,808천불로, 전년 대비 -13.74% 감소하였으며 버섯<sup>건조</sup> 수입국 1위는 중국이 차지하였으며, 수입액은 3,621천불이다. 2위와 3위는 각각 프랑스<sup>72</sup>와 미국<sup>57</sup>이다.

한국의 대말레이시아 버섯<sup>신선</sup> 수출의 대부분은 팽이버섯과 새송이버섯이며, 표고버섯은 수출이 되고 있지 않다.

표 23. 말레이시아 버섯 수입실적

(단위: 천불)

품목 HS코드	2013	2014	증감%	1위		2위		3위	
				국가	금액	국가	금액	국가	금액
버섯 <sup>신선</sup> 070959	1,848	1,999	8.19	한국	1,114	중국	651	태국	174
버섯 <sup>건조</sup> 07123920	4,414	3,808	-13.74	중국	3,621	프랑스	72	미국	57

\* 출처 : Global Trade Atlas

## 3) 밤

'14년 기준 밤 총 수입액은 832천불로, 전년 대비 -4.3% 감소하였다. 밤 수입국 1위는 중국이 차지하였으며, 수입액은 761천불이며, 2위와 3위는 각각 이탈리아<sup>58</sup>와 한국<sup>5</sup>이다.

표 24. 말레이시아 밤 수입실적

(단위 : USD, Kg)

국가	2012		2013		2014	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	950,249	1,197,715	869,873	1,026,832	832,849	860,732
중국	763,311	1,066,262	807,174	916,202	761,814	830,085
이탈리아	171,789	113,075	49,254	97,822	58,474	25,200
한국	668	270	1,930	600	5,948	4,810
홍콩	-	-	-	-	5,059	357

\* 출처 : Global Trade Atlas

#### 4) 대추 및 은행

말레이시아에서 대추와 은행은 흔한 식품이 아니며 수요가 크지 않아 거의 수입되지 않는다. 중국계 말레이인을 통해 일부 소비가 되고 있어 중국을 통한 수입이 주로 이뤄지고 있다.

'14년도 말 기준 한국의 대추 수출은 미미한 상태<sup>15kg 샘플 수출</sup>이며 은행은 수출이 전무한 실정이다. 말레이시아 현지 대추 및 은행에 대한 HS코드가 명확하지 않아 수입금액도 파악이 지난하다.

## 부록6. 주요품목별 유통현황 및 소비자 반응

### 가. 주요품목별 유통현황

#### 1) 감

감은 재래식 유통채널과 현대식 유통채널에서 모두 판매되고 있는 제품이다. 사과, 두리안, 오렌지, 바나나, 파파야, 망고 등과 같은 전통적 과일 만큼 인기가 많지는 않다. 감을 주로 소비하는 고객은 중국계 소비자로서 말레이계, 인도계 소비자들에게 감은 인지도가 낮은 과일이다.

그림 13. 재래 시장에서 판매되고 있는 감



\* 출처 : Ipsos

말레이시아에서는 10월 중순 무렵부터 일본산과 스페인산이 고급 마트에서 가장 먼저 유통되고 있으며, 10월 말경부터 2월 춘절까지 한국산과 중국산, 남아프리카공화국산 감이 본격적으로 재래시장과 마트에서 유통되고 있다. 일반적으로 연초에는 이스라엘산이 유통되며, 크기가 작고 당도가 높으며, 오래 두면 홍시가 되는 특성이 있다.

10~11월에는 꽃감의 유통이 적으며, 12월 이후 재래시장을 중심으로 중국산 꽃감이 유통되고, 또한 한국산 반건조 꽃감이 한국 마트에서 냉동 판매되고 있다.

쿠알라룸푸르 근교 최대 과일도매시장인 슬라양 도매시장에서는 스페인산 1박스<sup>12</sup>개 를 Rm98<sup>26</sup>,068원 에 판매, 일본산 최상품의 단감 1박스<sup>11</sup>개 를 Rm250<sup>66</sup>,500원 고가에 판매, 4개씩 소포장한 1박스를 Rm90<sup>23</sup>,940원 에 판매하고 있다. 한국산 단감은 현지 수입상인 Northridge International Sdn Bhd에서 수입하고 있으며, 중간크기 1박스<sup>47~53</sup>개 를 Rm95<sup>25</sup>,270원 에 판매하고 있다<sup>15</sup>년 10월 현재.

		
<p>원산지:스페인 1박스12개/Rm9826,068원 Selanyang 과일도매시장</p>	<p>원산지:일본 1박스11개/Rm25066,500원 1박스4개/Rm9023,940원 Selanyang 과일도매시장</p>	<p>원산지:한국 1박스47~53개/Rm9525,270원 Selanyang 과일도매시장</p>

일본산 단감은 알이 굵고 윤기가 좋은 최상품이며, 고급마트에서 1개에 Rm12.90<sup>약</sup>3,431원 으로 매우 고가에 판매되며, 스페인산 감은 대봉의 형태이나 과육은 단감이며, 진한 주홍빛을 띠며 1개에 Rm12.90<sup>3,341원</sup>으로 고가에 판매중이다. 남아프리카산은 스페인산 감보다는 작으나 Cold Storage에서 1개에 Rm12.99<sup>3,455원</sup>로 다른 국가에 비해 가장 고가에 판매되고 있으며 한국산 감은 덜 익은 푸른 중상품의 단감을 Village grocer 에서 5개 포장하여 Rm9.90<sup>2,633원</sup>에 판매하고 있다.

재래시장에서는 대부분 신선한 단감을 중국산은 4개/Rm10<sup>2,660원</sup>, 한국산은 6개/Rm10<sup>2,660원</sup>으로 저렴하게 판매되고 있는 중이다.

		
<p>원산지 : 일본 1개/Rm12.90<sup>3,431원</sup> Ben's Independent Grocer</p>	<p>원산지 : 스페인 1개/Rm12.90<sup>3,431원</sup> Ben's Independent Grocer</p>	<p>원산지 : 남아프리카공화국 1개/Rm12.99<sup>3,455원</sup> Cold Storage</p>
		
<p>원산지 : 한국 1개/Rm2<sup>532원</sup> Village Grocer</p>	<p>원산지 : 한국 1개/Rm1,642<sup>6원</sup> 재래시장</p>	<p>원산지 : 중국 1개/Rm2,566<sup>5원</sup> 재래시장</p>

\* 1RM=266원, 2015년 10월 현재

최근 말레이시아에서는 감과 같은 임산물에 대한 홍보가 증가되고 있다. 말레이시아의 인기 과일 판매업체인 MBG가 최근 한국산 감을 건강하고 영양 좋은 과일로 홍보하고 있다. 또한 현지인들 사이에서 피상카키(Pisang Kaki)로 알려져 있는 이와 같은 과일을 현지 과수원에서 재배해 전통 시장과 현대적 마트에서 모두 판매하고 있다.

말레이시아에서 감은 감 월병 혹은 감 버터 쿠키로 제조되어 판매되기도 한다. 이와 같은 제품들은 모두 JAKIM으로부터 할랄 인증을 받은 제품들로 베이커스 카티지(Baker's Cottage) 및 HYT 식품 산업(HYT Food Industries) 등과 같은 업체들이 말레이시아 전역에 걸쳐 판매하고 있다.



출처: 말레이시아 과일 전문 유통 업체 MBG

## 2) 버섯(표고)

버섯은 식용으로 사용될 뿐만 아니라 의료, 기능식품 및 화장품 분야에서 핵심 원료로 사용되고 있어 최근 말레이시아의 버섯 수요가 크게 증가했다. 일반 소비자들에게 인기 있는 버섯은 느타리 버섯이며, 표고버섯이나 양송이 버섯은 호텔이나 레스토랑 등에서 주로 사용한다.

양송이 버섯은 말레이시아인, 중국인 그리고 인도인들이 가장 즐겨 사용하는 식용 버섯이나 표고버섯과 송이버섯은 주로 중국인 소비자들을 대상으로 하고 있으며 재래식 시장과 현대식 마켓에서 모두 구입 가능하다.

말레이시아에서 소비하는 대부분의 버섯은 중국에서 수입되며, 중국은 말레이시아의 최대 버섯 공급원이다.

그림 14. 재래시장에서 판매되는 버섯



\* 출처 : 웹사이트

현대적 유통채널에서는 대부분 생버섯 혹은 통조림 버섯을 판매한다. 표고버섯, 송이버섯, 살구버섯, 포토멜로 버섯과 같은 고가의 버섯은 재래식 시장보다는 현대적 유통채널에서 주로 발견할 수 있다. 이러한 고가의 버섯은 외국 음식 혹은 중국 음식 조리에도 주로 사용된다.

말레이시아 현지에서 생산되는 버섯에 비해 수입산 버섯들은 가격이 높아 대부분 이와 같은 버섯들은 이온AEON, 콜드 스토리지Cold Storage, Giant자이언트, 마이딘Mydin, 테스코Tesco, 팍슨Parkson, Jaya자야와 같은 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서 판매된다. 또한 이와 같은 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓은 대중적인 버섯 제품인 캠벨 버섯 스프와 같은 버섯 가공식품도 취급한다.

말레이시아에서는 크리스마스 시즌에 가장 버섯이 많이 팔리고 있으며, 구경에도 높은 소비를 보이고 있다. 매년 3월에서 11월에는 버섯 판매가 그리 활발치 않으며, 콜드스토리지와 같은 슈퍼마켓은 대부분 외국인들을 타겟으로 판매율을 높이고 있다.

그림 15. 말레이시아에서 판매되는 버섯 가공식품



\* 출처 : Ipsos



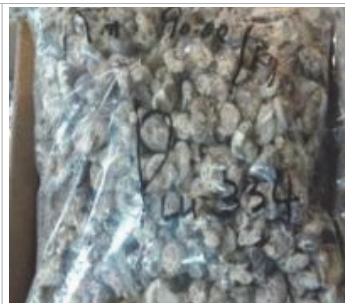


말레이시아 버섯농가는 전국적으로 분포되어 있으나 규모가 작으며, Selangor, Johor, Kedah, 동 말레이시아 지역의 규모가 큰 편이다. 주로 재배지역내에서 소비하며, 대부분의 생표고는 인접 국가인 싱가포르로 수출되고 있으며 도심의 재래시장에서는 중국산이 주로 거래되고 있다.

말레이시아 표고버섯류의 약 90%를 중국에서 수입하며, 약 4%를 한국에서 수입하나 한국산 팽이버섯만이 유통되고 있다. 한국산 버섯은 가격경쟁력이 약해 수요가 낮은 편이다.

TESCO, NSK TRADE 등 대형유통매장의 생/건표고버섯은 중국에서 직수입 후 소량 포장하여 유통하고 있으며 AEON의 생표고버섯은 수입업체인 Euro-Atlantic sdn. bhd를 통해서 납품받고 있으나 건표고버섯은 중국에서 직수입 하여 유통하고 있다. 재래약재상은 건표고버섯을 직수입하여 대량 또는 소량으로 포장하여 판매하는 경우가 많다.

그림 16. 도매시장 표고버섯

		
<p>NSK Trade대형 도매마켓 생표고, 중국산 1pk, 200g, Rm4.491,230원</p>	<p>NSK Trade 건표고, 중국산 1pk, 3kg, Rm168.5046,169원</p>	<p>Kwang Yeow Heng Importer &amp; ExporterM Sdn Bhd 센트럴마켓 재래 약재상 1kg, Rm9024,660원</p>






※ 매장에서 한국산은 발견하지 못하였음.

현지 현대식 대형유통마켓에 표고버섯은 주로 생표고, 건표고 및 기타 표고버섯이 들어간 식품 등으로 나뉘어져 유통이 되고 있다.

먼저, 생표고버섯은 중저가 마켓인 TESCO에서는 갓이 작고 품질이 낮은 상품을 Rm4.991,367원, AEON에서는 비슷한 상품을 Rm5.251,438원, 중고가 마켓인 COLD STORAGE에서는 크기가 크고, 품질이 비교적 좋은 중국산 상품을 Rm6.991,915원 에 판매하고 있다.

외국인이 비교적 많이 거주하는 지역에 위치한 B.I.G. 에서는 중국산 생표고버섯을 200g, Rm6.701,835원 에 판매하고 있으며 COLD STORAGE에서는 일시적으로 현지산 유기농 생표고버섯을 150g에 Rm5.401,479원 에 판매하고 있다.

그림 17. 형유통매장 생표고버섯

		
<p>TESCO중저가마켓 생표고, 중국산 1pk/200g/Rm4,991,367원</p>	<p>AEON중저가마켓 생표고, 중국산 1pk/200g/Rm5,251,438원</p>	<p>COLD STORAGE중고가마켓 생표고, 중국산 1pk/200g/Rm6,991,9152원</p>
		
<p>COLD STORAGE 생표고, 현지산 유기농 1pk/150g/Rm5,401,479원</p>	<p>VILLAGE GROCER 생표고, 중국산 1pk/200g/Rm4,991,367원</p>	<p>B.I.G BEN'S INDEPENDENT GROCER 생표고, 중국산 1pk/200g/Rm6,701,835원</p>

※ 매장에서 한국산은 발견하지 못하였음.

건표고버섯의 경우 다양하게 소포장 판매하였으며, TESCO에서는 40g/150g/250g을 Rm9,592,627원 / Rm22,096,052원 / Rm3710,138원에 판매함. 또한 품질이 다소 떨어지는 상품을 1kg에 Rm82,5922,629원에 소비자의 구입량에 따라 무게를 측정하여 판매하고 있다. AEON에서는 65g/120g/150g 소포장하여 Rm7,952,178원 / Rm17,904,904원 / Rm25,356,945원에 판매하였고, 슬라이스하여 30g, Rm4,351,191원에 판매하고 있으며, 중고가 마켓인 COLD STORAGE에서는 고품질의 상품을 180g씩 포장하여 Rm28,617,839원에 판매하고 있다.

유일하게 외국인 밀집지역에 위치한 고가매장인 B.I.G. 에서 프랑스산과 일본산 건표고버섯을 판매하고 있었으며, 프랑스산 건표고버섯은 30g에 Rm18,004,932원, 일본 건표고버섯은 1kg, Rm371101,654원의 가격으로 소포장 판매, 중국산은 1kg, Rm87,8024,057원의 가격으로 소포장 판매고 있다. 일본산 건표고버섯은 것이 크고 깨끗한 고품질 상품으로써 가격도 매우 높은 수준으로 나타났다.

그림 18. 대형유통매장 건표고버섯

		
<p>TESCO중저가마켓 건표고, 중국산 1pk/250g/Rm3710,138원</p>	<p>TESCO 건표고, 중국산 1Kg/Rm82,5922,629원</p>	<p>AEON 건표고, 중국산 1pk/150g/Rm25,356,945원</p>
		
<p>AEON중저가마켓 건표고, 중국산 1pk/65g/Rm7,952,178원</p>	<p>AEON 건표고, 중국산, 슬라이스 1pk/30g/Rm4,351,191원</p>	<p>COLD STORAGE중고가마켓 건표고, 중국산 1pk/180g/Rm28,617,839원</p>
		
<p>B,I,G BEN'S INDEPENDENT GROCER 건표고, 프랑스산 1pk/30g/Rm18,004,932원</p>	<p>B,I,G BEN'S INDEPENDENT GROCER 건표고, 일본산 1kg/Rm371,00101,654원</p>	<p>B,I,G BEN'S INDEPENDENT GROCER 건표고, 중국산 1kg/Rm87,8024,057원</p>

※ 매장에서 한국산은 발견하지 못하였음.

기타 표고버섯이 첨가된 식품으로 버섯캔, 라면류 등이 유통되고 있다.

		
<p>캔, 중국, Rm3.05835원</p>	<p>라면, 말레이시아, 5pcs, Rm5.351,465원</p>	<p>라면, 싱가포르, 5pcs, Rm7.732,118원</p>

※ 매장에서 한국산은 발견하지 못하였음.

### 3) 밤

밤은 소규모이긴 하지만 말레이시아의 재래식 유통채널과 현대식 유통채널에서 모두 취급하고 있는 품목이다. 그러나 요리 및 식품 조리에 사용되는 호두, 헤이즐넛, 땅콩, 마카다미아 및 기타 다른 종류의 견과류에 비해 밤의 소비량은 적은 편이며 일부 길거리 상점에서 군밤의 형태로 판매되고 있다.



말레이시아 재래 시장에서 판매되는 밤 (출처 : 입소스)

이온Aeon, 콜드 스토리지Cold Storage, 자이언트Giant, 및 테스코Tesco 와 같은 하이퍼마켓에서 밤을 소량 취급하고 있다.

밤은 차이나타운, 페탈링 스트리트 및 야시장 등에서 인기 있는 품목이다. 여기서 판매되는 군밤의 가격은 500 그램에 약 10 링깃 정도이다.

그림 19. 차이나 타운에서 판매되는 군밤



\* 출처 : 웹사이트

#### 4) 대추

대추는 말레이시아에서 인기 있는 식품이 아니며 주로 중국인들이 운영하는 식료품 가게 등에서 판매되고 있다.

대추는 요리 재료로 사용되기 보다는 시장에서 구입한 상태 그대로 소비된다. 시장에서 판매되는 대추는 대부분 현지에서 가공했거나 혹은 중국에서 수입된 제품이다.

대추는 주로 대추를 포장해서 판매하는 현지 제조업체들에 공급되며 이들은 중국인들이 운영하는 소매점에 주로 대추를 납품한다.

그림 20. 말레이시아 재래 시장에서 판매되는 대추



\* 출처 : Ipsos

## 5) 은행

은행은 주로 중국인들이 운영하는 재래식 혹은 현대식 유통채널을 통해 소량 판매되고 있다. 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서도 은행을 판매하지만 말레이시아에서 은행은 아직 인지도가 높지 않은 식품이며 판매되는 은행의 대부분은 식당 혹은 중국인 커뮤니티에 국한되어 소비되고 있다.

중국인들은 국, 만두 소 혹은 디저트 등을 요리할 때 은행을 사용한다.

그림 21. 중국 수프에 사용된 은행



\* 출처 : 웹사이트

## 나. 소비자 반응

우리나라의 대표적인 감, 표고버섯, 밤, 은행, 대추 5가지 주요품목에 대한 인지도와 소비상황, 임신물에 대한 소비실태 등을 알아보기 위해 말레이시아 소비자 200명을 대상으로 설문조사를 하였다.

조사결과 전반적으로 인지도가 매우 낮은 것으로 파악되었다.

감은 68%가 모르고 있으며, 72%가 소비하지 않는다고 답하였다. 밤은 모른다가 31%, 74%가 구입하지 않는다고 답하였다. 대추는 모른다가 93%, 전혀 구입하지 않는다가 94%로 나타났다. 은행은 67%가 모른다고 답하였으며, 84%가 전혀 구입하지 않는다고 답하였다. 반면에 버섯은 알고 있다가 94%로 나타났으며 82%가 버섯을 소비하고 있다고 답하였다.

임산물 소비와 관련해서는 소비하고 있다가 80%, 소비하고 있지 않다가 20%로 나타났다. 구매는 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 식품점 등 현대적 유통채널에서 구입하는 것으로 나타났다. 주로 구입하는 임신물의 원산지는 중국, 호주였으며, 임신물의 구매 횟수는 68%가 2주 및 한달에 1회 구매하는 것으로 답하였다. 임신물에 대한 지출은 83%가 150링깃<sup>약 4만원</sup> 이하 인 것으로 나타났으며, 임신물의 영양상 이점에 대한 인식은 62%가 모른다고 답하였다.

한국산 임산물을 구매한 경험이 없는 비율이 88%에 달하였으며, 구입에 가장 크게 영향을 미치는 것은 가격, 맛, 원산지 순이었다. 임산물에 대해 72%가 관심 있다고 답하였으며, 임산물에 대한 정보는 가족 및 친구, 온라인에서 얻는 것으로 나타났다.

향후 임산물에 대한 구입의향에 대한 질문에 35%만이 구입의향이 있다고 답하였다.

### 1) 품목별 인지도 및 소비 빈도수

#### 가) 감

감을 “모른다”가 68%로 나타났으며, 72%가 소비하지 않는다고 답하였다.

(질문1) 감을 알고 있는가? ① 네<sup>32%</sup>, ② 아니오<sup>68%</sup>

(질문2) 감 소비 빈도는? ① 매일<sup>1%</sup>, ② 1주일에 4~6회<sup>2%</sup>, ③ 1주일에 2~3회<sup>3%</sup>, ④ 1주일에 1회<sup>6%</sup>,  
⑤ 1주일에 1회 이하<sup>16%</sup>, ⑥ 전혀 구입하지 않음<sup>72%</sup>

#### 나) 버섯(표고버섯 포함)

버섯을 “알고 있다”가 96%로 나타났으며, 11%가 “매일 구입한다”, 18%가 “구입하지 않는다”고 답하였다.

(질문1) 버섯을 알고 있는가? ① 네<sup>96%</sup>, ② 아니오<sup>4%</sup>

(질문2) 버섯 소비 빈도는? ① 매일<sup>11%</sup>, ② 1주일에 4~6회<sup>18%</sup>, ③ 1주일에 2~3회<sup>21%</sup>, ④ 1주일에 1회<sup>16%</sup>,  
⑤ 1주일에 1회 이하<sup>16%</sup>, ⑥ 전혀 구입하지 않음<sup>18%</sup>

#### 다) 밤

밤은 “모른다”가 31%로 나타났으며, 74%가 “구입하지 않는다”고 답하였다.

(질문1) 밤을 알고 있는가? ① 네<sup>(69%)</sup>, ② 아니오<sup>(31%)</sup>

(질문2) 밤 소비 빈도는? ① 매일<sup>1%</sup>, ② 1주일에 4~6회<sup>1%</sup>, ③ 1주일에 2~3회<sup>2%</sup>, ④ 1주일에 1회<sup>3%</sup>,  
⑤ 1주일에 1회 이하<sup>20%</sup>, ⑥ 전혀 구입하지 않음<sup>74%</sup>

#### 라) 대추

대추는 “모른다”가 93%로 나타났으며, 94%가 “전혀 구입하지 않는다”고 답하였다.

(질문1) 대추를 알고 있는가? ① 네<sup>7%</sup>, ② 아니오<sup>93%</sup>

(질문2) 대추 소비 빈도는? ① 매일<sup>0%</sup>, ② 1주일에 4~6회<sup>1%</sup>, ③ 1주일에 2~3회<sup>1%</sup>, ④ 1주일에 1회<sup>2%</sup>,  
⑤ 1주일에 1회 이하<sup>2%</sup>, ⑥ 전혀 구입하지 않음<sup>94%</sup>

#### 마) 은행

은행은 “모른다”가 73%로 나타났으며, 84%가 “전혀 구입하지 않는다”고 답하였다.

(질문1) 은행을 알고 있는지? ① 네<sup>27%</sup>, ② 아니오<sup>73%</sup>

(질문2) 은행 소비 빈도는? ① 매일<sup>1%</sup>, ② 1주일에 4~6회<sup>1%</sup>, ③ 1주일에 2~3회<sup>2%</sup>, ④ 1주일에 1회<sup>3%</sup>,  
⑤ 1주일에 1회 이하<sup>9%</sup>, ⑥ 전혀 구입하지 않음<sup>(84%)</sup>

## 2) 임산물 소비관련

임산물을 “소비하고 있다”가 80%로 나타났으며, 20%가 “소비하지 않는다”고 답하였다.

(질문1) 임산물을 소비 하는지? ① 네<sup>30%</sup>, ② 아니오<sup>20%</sup>

임산물 구매장소는 56%가 슈퍼마켓, 55%가 하이퍼마켓, 59%가 식료품점에서 구입하는 것으로 나타났다.

(질문2) 임산물 구매장소는? ① 슈퍼마켓<sup>75%</sup>, ② 하이퍼마켓<sup>68.75%</sup>, ③ 식료품점<sup>46.25%</sup>, ④ 재래시장 또는 야시장<sup>26.25%</sup>, ⑤ 기타<sup>6.25%</sup>

구입하는 임산물의 원산지는 51%가 중국, 42%가 호주로 답하였다.

(질문3) 구입하는 임산물의 원산지는? ① 중국<sup>51%</sup>, ② 호주<sup>42%</sup>, ③ 뉴질랜드<sup>37%</sup>, ④ 미국<sup>19%</sup>, ⑤ 일본<sup>18%</sup>,  
⑥ 대만<sup>12%</sup>, ⑦ 기타<sup>5%</sup>

임산물 구매횟수는 68%가 2주와 1달에 1회 정도 구매한다고 답하였다.

(질문4) 임산물 구매횟수? ① 매일<sup>3%</sup>, ② 1주 1회<sup>12%</sup>, ③ 2주 1회<sup>40%</sup>, ④ 1달 1회<sup>28%</sup>, ⑤ 드물게<sup>17%</sup>

월 임산물에 대한 지출은 83%가 150링깃<sup>약 4만원</sup> 이하, 17%가 150링깃 이상 지출한다고 답하였다.

(질문5) 월간 임산물에 대한 지출은 ? ① 50링깃 이하<sup>18%</sup>, ② 50~100링깃<sup>43%</sup>, ③ 100~150링깃<sup>22%</sup>,  
④ 150~200링깃<sup>10%</sup>, ⑤ 200링깃 이상<sup>(7%)</sup>

임산물의 영양상 잇점은 38%가 “알고 있다”고 답하였으며, 62%가 “모른다”로 답하였다.

(질문6) 임산물의 영양상 이점에 대해서 알고 있는지? ① 네<sup>38%</sup>, ② 아니오<sup>62%</sup>

88%가 한국의 임산물을 구입한 경험이 없다고 답하였다.

(질문7) 한국의 임산물 구입 경험은? ① 네<sup>12%</sup>, ② 아니오<sup>88%</sup>

임산물 구입에 영향을 미치는 요인은 가격 89%, 맛 62%, 원산지가 61% 순으로 나타났다.

(질문8) 임산물 구입에 영향을 미치는 요인은 무엇인지? ① 맛<sup>62%</sup>, ② 가정에서 사용<sup>28%</sup>, ③ 원산지<sup>61%</sup>,  
④ 건강상 유익성<sup>41%</sup>, ⑤ 품질<sup>37%</sup>, ⑥ 구입가능여부<sup>23%</sup>, ⑦ 가격<sup>89%</sup>



임산물에 대해 70%가 관심있다고 답하였다.

(질문9) 임산물에 대한 관심은? ① 관심 없음(8%), ② 관심 적음(20%), ③ 약간 관심 있음(44%), ④ 매우 관심 있음(28%)

임산물에 대한 정보는 가족, 친구를 통해서가 87%, 인터넷 42%로 응답하였다.

(질문10) 어떤 경로를 통해 정보를 접했는지? ① 가족, 친구 등(87%), ② 인터넷(42%), ③ 라디오/TV광고(35%), ④ 신문, 잡지(52%), ⑤ 기타(7%)

향후 임산물을 구입할 의향에 대해서는 “있다”가 35%로 나타났다.

(질문10) 향후 임산물 구입 의향은? ① 아주 많음(10%), ② 약간 있음(25%), ③ 확실히 않음(23%), ④ 별로 없음(9%), ⑤ 거의 없음(33%)

## 다. 수출확대 가능성에 대한 검토결과

감, 밤, 대추, 은행, 표고버섯 등의 작물들은 말레이시아 내에서 극히 소량 재배되거나 혹은 전혀 재배되지 않는 작물들로 대부분이 수입에 의존하고 있다. 주로 수입하고 있는 국가는 중국, 한국 및 일본이며, 이 중에서도 중국으로부터 가장 많이 수입을 하고 있다.

중국계 소비자, 한국교민 등을 대상으로 소량 수입되어 일부 한인슈퍼, 대형마트에서 생산시기에만 일시적으로 판매되고 있다.

또한, 임산물들이 인지도가 낮고 상대적으로 가격이 높아 가격에 민감한 현지 소비자들이 선불리 구매를 하려하지 않는다. 고가인 한국산 임산물은 쿠팡라플루르를 중심의 대형마트에서 일부 중상류층을 대상으로 판매되고 있는 실정이다.

위와 같은 요인을 살펴보면 감, 표고버섯, 밤, 대추, 은행 등의 시장진입 및 수출확대 가능성은 단기적으로 어려움이 있고 장기적인 관점에서 이루어져야 할 것으로 사료된다.

중국계, 한국교민 등 외국인 중심으로 현대적 유통채널을 통해서 중국산과의 품질차별화, 정기적이고 지속적인 판촉, 건강상의 이점 등에 대한 홍보가 필요하다. 현지 소비자들 중 젊은층은 기존 세대에 비해 새로운 식품을 접하려는 태도를 보이고 있어 중국계 소비자 이외의 중산층 젊은 고객을 대상으로 현지 식문화와 접목된 레시피를 개발 하여 소비자변을 확대해 나갈 필요가 있다.



---

## 말레이시아 할랄시장 심층조사

발 행 일 : 2015. 12.

발 행 처 : 한국농수산물유통공사

520-350, 전라남도 나주시 문화로 227 aT 본사 수출정보부

061) 931-1114 <http://www.at.or.kr>

자 료 문 의 : 한국농수산물유통공사 수출정보부 061) 931-0875

자 료 게 재 : [www.kati.net](http://www.kati.net)

---

