

2023 농식품 수출국가 정보조사 「말레이시아」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對말레이시아 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

- 3-1 오프라인 유통채널 전망
- 3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	34,219,975명, 전 세계 43위
민족구성 (2019년 추정치)	말레이시아인 62.5%, 중국인 20.6%, 인도인 6.2%, 기타 0.9%, 비시민권자 9.8%
언어	바하사 말레이시아, 영어, 중국어, 타밀어, 텔루구어, 말라얄람어, 편자브어, 태국어 등 134개 언어
종교 (2010년 추정치)	이슬람교 61.3%, 불교 19.8%, 기독교 9.2%, 힌두교 6.3%, 유교, 도교, 기타 중국 전통 종교 1.3%, 기타 0.4%, 무교 0.8%, 불특정 1%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 22.46% (남성 3,952,311/여성 3,734,607) 15~64세: 69.42% (남성 12,198,930/여성 11,556,399) 65세 이상: 8.12% (남성 1,345,767/여성 1,431,961)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 29.2세, 전 세계 133위 남성: 28.9세 여성: 29.6세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$884.106십억 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 31위 \$857.588십억 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$907.832십억 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	3.09% (2021년 추정치), 전 세계 141위 -5.53% (2020년 추정치) 4.41% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$26,300 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 77위 \$25,800 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$27,700 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	8.8% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	11% (2012년 추정치)
주요 생산품	기름야자 열매, 쌀, 가금류, 계란, 야채, 고무, 코코넛, 바나나, 파인애플, 돼지고기		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<말레이시아의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
ASEAN 전체차원(한국, 중국, 일본, 호주, 뉴질랜드, 인도), AFTA, 일본, 파키스탄, 인도, 뉴질랜드, 칠레, 호주, 튀르키예, CPTPP, RECP (ASEAN) (발효 및 서명) 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 호주·뉴질랜드, 홍콩, RCEP	(협상중) EU	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
한-ASEAN FTA RCEP	해당사항 없음	한-말레이시아 FTA	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

말레이시아 식품 시장은 2018년 428억 달러에서 연평균 5.9% 성장하여 2022년 539억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 113억 달러에서 연평균 4.1% 성장하여 2022년 133억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 24.6% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 69억 달러에서 연평균 7.6% 성장하여, 2022년 92억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 17.1% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 56억 달러에서 연평균 5.5% 성장하여, 2022년 69억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 12.8% 비중을 차지하고 있다.

<말레이시아 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	42.8	44.2	45.1	50.5	53.9	100.0	6.8	5.9
육류	11.3	11.1	10.9	12.3	13.3	24.6	7.9	4.1
스낵류	6.9	7.3	7.5	8.5	9.2	17.1	8.2	7.6
베이커리 및 곡물류	5.6	5.8	6.0	6.7	6.9	12.8	3.3	5.5
채소류	4.0	4.2	4.3	4.8	5.2	9.7	7.9	6.9
수산물	4.0	4.2	4.3	4.9	5.1	9.5	5.6	6.6
낙농품	2.9	3.0	3.1	3.4	3.7	6.9	7.6	6.7
과일 및 견과류	2.8	3.0	3.1	3.4	3.7	6.8	7.0	6.7
편의식품	2.2	2.3	2.3	2.6	2.8	5.2	6.9	6.5
소스 및 향신료	1.0	1.1	1.1	1.2	1.3	2.4	7.4	6.5
스프레드 및 당류	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	2.2	0.9	4.0
유지류	0.6	0.6	0.6	0.7	0.8	1.4	7.0	6.1
영유아식품	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	1.1	5.3	5.2
펫푸드	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.5	8.7	8.6

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

말레이시아의 1인당 식품 소비액은 2018년 1,358달러에서 연평균 4.6% 성장하여 2022년 1,626달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 358달러에서 연평균 2.8% 성장하여 2022년 약 399달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 24.6% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 217달러에서 연평균 6.2% 성장하여 2022년 약 277달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.0% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 176달러에서 연평균 4.2% 성장하여 2022년 약 207달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.8% 비중을 차지하고 있다.

<말레이시아 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,358.0	1,384.0	1,392.0	1,541.0	1,626.0	100.0	5.5	4.6
육류	358.3	345.8	335.8	375.1	399.6	24.6	6.5	2.8
스낵류	217.7	227.7	233.1	259.3	277.2	17.0	6.9	6.2
베이커리 및 곡물류	176.5	182.7	185.1	203.9	207.8	12.8	1.9	4.2
채소류	126.4	131.2	133.4	147.3	157.0	9.7	6.6	5.6
수산물	125.8	131.1	133.8	148.3	154.6	9.5	4.2	5.3
낙농품	90.3	93.7	95.4	105.1	111.5	6.9	6.1	5.4
과일 및 견과류	89.8	93.2	94.7	104.6	110.7	6.8	5.8	5.4
편의식품	68.9	71.3	72.2	79.6	84.2	5.2	5.9	5.1
소스 및 향신료	32.2	33.3	33.7	37.0	39.2	2.4	5.9	5.1
스프레드 및 당류	31.3	32.0	32.2	35.1	35.1	2.2	0.0	2.9
유지류	19.0	19.6	19.8	21.8	23.0	1.4	5.6	5.0
영유아식품	15.7	16.1	16.7	17.3	18.1	1.1	5.0	3.7
펫푸드	5.9	6.1	6.7	7.1	7.5	0.5	6.7	6.4

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

말레이시아의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 378kg에서 연평균 2.5% 성장하여 2022년 약 418kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 115kg에서 연평균 1.8% 성장하여 2022년 약 123kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 29.5% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 65kg에서 연평균 3.4% 성장하여 2022년 약 74kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.8% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비량은 2018년 약 42kg에서 연평균 3.5% 성장하여 2022년 약 48kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 11.6% 비중을 차지하고 있다.

<말레이시아 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	378.8	389.5	397.5	410.7	418.1	100.0	1.8	2.5
베이커리 및 곡물류	115.1	118.4	120.8	124.2	123.5	29.5	-0.6	1.8
채소류	65.0	67.7	69.3	71.8	74.3	17.8	3.4	3.4
스낵류	42.2	43.9	45.1	46.8	48.5	11.6	3.6	3.5
육류	41.9	41.4	41.5	43.6	44.8	10.7	2.7	1.7
낙농품	31.1	32.3	33.4	34.6	35.9	8.6	3.7	3.6
과일 및 견과류	27.8	28.4	29.0	29.8	30.6	7.3	2.7	2.4
편의식품	16.7	17.2	17.5	18.0	18.5	4.4	2.7	2.7
소스 및 향신료	11.1	11.5	11.7	12.0	12.3	2.9	2.7	2.6
스프레드 및 당류	11.4	11.6	11.8	12.1	11.6	2.8	-3.5	0.6
수산물	8.2	8.5	8.7	8.9	9.0	2.2	0.6	2.3
펫푸드	4.2	4.4	4.4	4.3	4.4	1.1	3.5	1.2
유지류	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	0.9	2.2	2.6
영유아식품	0.9	0.9	0.9	1.0	1.0	0.2	4.2	2.1

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

말레이시아 식품 시장은 2022년 이후 연평균 7.5% 성장하여 2026년 721억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 7.5% 성장하여 2026년 177억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 8.8% 성장하여 2026년 129억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 6.0% 성장하여 2026년 87억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<말레이시아 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	53.9	57.6	62.3	67.0	72.1	100.0	7.7	7.5
육류	13.3	14.3	15.2	16.3	17.7	24.5	8.8	7.5
스낵류	9.2	9.9	10.9	12.0	12.9	17.9	7.9	8.8
베이커리 및 곡물류	6.9	7.3	7.8	8.2	8.7	12.1	6.1	6.0
채소류	5.2	5.6	6.1	6.6	7.1	9.9	8.2	8.2
수산물	5.1	5.4	5.9	6.4	6.8	9.4	6.9	7.3
낙농품	3.7	4.0	4.3	4.7	5.1	7.0	8.6	8.1
과일 및 견과류	3.7	3.9	4.3	4.6	4.9	6.8	7.7	7.6
편의식품	2.8	3.0	3.2	3.5	3.8	5.2	7.8	7.7
소스 및 향신료	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.4	7.4	7.6
스프레드 및 당류	1.2	1.2	1.3	1.3	1.4	1.9	3.8	3.9
유지류	0.8	0.8	0.9	1.0	1.0	1.4	7.3	7.9
영유아식품	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7	1.0	5.9	4.7
펫푸드	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	3.6	3.8

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 말레이시아의 식품 수출액은 약 334억 2,699만 달러로 2021년 대비 16.4% 증가하였다. 또한, 2018년 약 203억 2,513만 달러에서 연평균 13.2% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 2.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7억 741만 달러로 2021년 대비 28.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 17.0% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

인도로의 식품 수출액은 11.1%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 36억 9,735만 달러로 2021년 대비 4.7% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 27.2% 증가하는 추세를 보인다.

중국으로의 식품 수출액은 10.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 34억 6,156만 달러로 2021년 대비 11.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.5% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 싱가포르(8.6%), 네덜란드(5.6%), 필리핀(4.4%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<말레이시아 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	20,325,136	19,845,927	21,440,402	28,705,362	33,426,998	100.0	16.4	13.2
1 인도	1,411,407	2,119,946	1,795,943	3,880,972	3,697,358	11.1	-4.7	27.2
2 중국	2,012,393	2,206,233	2,714,386	3,106,595	3,461,562	10.4	11.4	14.5
3 싱가포르	2,198,346	2,333,302	2,332,265	2,630,540	2,871,893	8.6	9.2	6.9
4 네덜란드	897,641	717,278	1,169,983	1,844,391	1,873,067	5.6	1.6	20.2
5 필리핀	845,397	740,127	832,904	1,070,452	1,467,095	4.4	37.1	14.8
6 일본	745,904	778,048	747,617	959,773	1,306,128	3.9	36.1	15.0
7 튀르키예	574,016	590,253	632,694	1,009,267	1,278,679	3.8	26.7	22.2
8 케냐	161,816	120,318	356,197	861,058	944,271	2.8	9.7	55.4
9 사우디아라비아	395,115	252,002	424,056	542,442	891,236	2.7	64.3	22.6
10 베트남	752,688	705,791	632,837	886,766	889,840	2.7	0.3	4.3
:								
14 대한민국	378,051	358,783	402,738	550,184	707,412	2.1	28.6	17.0

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 **팜유 기타, 팜유(조유), 식물성 지방 분획물, 동·식물성 유지, 조제식료품** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

팜유 기타 수출액은 37.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 1,25억 748만 달러로 2021년 대비 35.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.7% 증가하는 추세를 보인다.

팜유(조유) 수출액은 13.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 44억 9,880만 달러로 2021년 대비 9.2% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 23.4% 증가하는 추세를 보인다.

식물성 지방 분획물 수출액은 8.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 28억 9,883만 달러로 2021년 대비 28.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 15.0% 증가하는 추세를 보인다.

동·식물성 유지 수출액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 9억 4,252만 달러로 2021년 대비 27.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 63.4% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수출액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 9억 2,253만 달러로 2021년 대비 13.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **팜핵유 기타(2.0%), 마가린 기타(1.9%), 빵 기타(1.8%)** 등을 수출하였다.

<말레이시아 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	20,325,136	19,845,927	21,440,402	28,705,362	33,426,998	100.0	16.4	13.2
1 팜유 기타	6,735,688	6,469,974	6,850,934	9,257,741	12,507,484	37.4	35.1	16.7
2 팜유(조유)	1,939,482	1,862,350	2,934,139	4,954,295	4,498,802	13.5	-9.2	23.4
3 식물성 지방 분획물	1,656,644	1,497,887	1,640,497	2,265,546	2,898,832	8.7	28.0	15.0
4 동·식물성 유지	132,332	202,369	359,163	741,950	942,520	2.8	27.0	63.4
5 조제식료품	645,638	675,922	679,047	811,791	922,535	2.8	13.6	9.3
6 팜핵유 기타	325,120	229,790	338,031	560,811	671,960	2.0	19.8	19.9
7 마가린 기타	351,617	384,975	352,442	497,889	633,851	1.9	27.3	15.9
8 빵 기타	484,115	457,738	330,368	506,095	618,276	1.8	22.2	6.3
9 코코아 버터	390,904	613,366	599,335	604,874	615,039	1.8	1.7	12.0
10 맥아 추출물 기타	445,225	511,283	512,130	544,668	611,630	1.8	12.3	8.3

*주: HS CODE(1511.90, 1511.10, 1516.20, 1518.00, 2106.90, 1513.29, 1517.90, 1905.90, 1804.00, 1901.90)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 말레이시아의 식품 수입액은 약 227억 7,660만 달러로, 2021년 대비 14.0% 증가하였다. 또한, 2018년 약 156억 7,397만 달러에서 연평균 9.8% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.8% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 1억 7,272만 달러로 2021년 대비 3.0% 증가하였다. 또한, 2018년 약 1억 202만 달러에서 연평균 14.1% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

인도네시아에서의 식품 수입액은 14.6%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 33억 2,299만 달러로 2021년 대비 15.8% 증가하였다. 또한, 2018년 약 18억 7,025만 달러에서 연평균 15.5% 증가하는 추세를 보인다.

중국에서의 식품 수입액은 9.3% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 21억 2,167만 달러로 2021년 대비 10.3% 증가하였다. 또한, 2018년 약 15억 7,089만 달러에서 연평균 7.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 태국(8.8%), 아르헨티나(8.1%), 인도(7.7%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<말레이시아 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	15,673,979	15,300,225	16,295,004	19,974,162	22,776,604	100.0	14.0	9.8
1 인도네시아	1,870,252	1,670,017	1,993,205	2,870,120	3,322,994	14.6	15.8	15.5
2 중국	1,570,895	1,642,432	1,919,684	1,923,514	2,121,677	9.3	10.3	7.8
3 태국	1,424,363	1,278,517	1,065,325	1,670,714	2,014,946	8.8	20.6	9.1
4 아르헨티나	1,170,899	1,093,127	1,221,994	1,649,178	1,854,702	8.1	12.5	12.2
5 인도	964,061	883,826	1,158,817	1,461,127	1,747,120	7.7	19.6	16.0
6 호주	997,750	877,014	838,565	1,183,055	1,492,960	6.6	26.2	10.6
7 미국	1,122,583	1,263,157	1,184,325	1,361,844	1,322,845	5.8	-2.9	4.2
8 브라질	887,397	622,756	882,086	1,059,104	1,006,766	4.4	-4.9	3.2
9 뉴질랜드	644,244	627,046	608,745	596,180	818,471	3.6	37.3	6.2
10 싱가포르	618,639	572,401	553,913	696,380	806,331	3.5	15.8	6.8
:								
25 대한민국	102,023	99,091	119,172	167,766	172,722	0.8	3.0	14.1

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **팜유 기타, 코코아두, 조제식료품, 사탕수수 기타, 대두유 추출 유박** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

팜유 기타 수입액은 5.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 12억 6,568만 달러로 2021년 대비 26.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 63.2% 증가하는 추세를 보인다.

코코아두 수입액은 4.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 10억 6,997만 달러로 2021년 대비 11.5% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 7.9% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수입액은 4.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 10억 5,457만 달러로 2021년 대비 5.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 12.8% 증가하는 추세를 보인다.

사탕수수 기타 수입액은 3.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 8억 998만 달러로 2021년 대비 0.4% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 4.3% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 3.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 7억 8,372만 달러로 2021년 대비 24.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **옥수수 기타(3.0%), 냉동 쇠고기(2.9%), 쌀(정미)(2.6%)** 등을 수입하였다.

<말레이시아 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	15,673,979	15,300,225	16,295,004	19,974,162	22,776,604	100.0	14.0	9.8
1 팜유 기타	178,607	92,950	314,755	1,003,413	1,265,687	5.6	26.1	63.2
2 코코아두	788,915	826,877	973,398	1,209,606	1,069,971	4.7	-11.5	7.9
3 조제식료품	651,731	690,382	747,696	1,002,705	1,054,579	4.6	5.2	12.8
4 사탕수수 기타	684,142	567,107	715,789	813,113	809,983	3.6	-0.4	4.3
5 대두유 추출 유박	590,653	521,116	520,347	629,281	783,724	3.4	24.5	7.3
6 옥수수 기타	546,193	477,434	439,574	629,081	680,646	3.0	8.2	5.7
7 냉동 쇠고기	463,574	417,709	466,282	504,102	652,483	2.9	29.4	8.9
8 쌀(정미)	403,678	450,087	581,348	566,099	597,080	2.6	5.5	10.3
9 옥수수 종자용	277,888	310,386	352,030	495,579	580,350	2.5	17.1	20.2
10 밀 기타	307,739	290,855	286,002	331,478	525,065	2.3	58.4	14.3

*주: HS CODE(1511.90, 1801.00, 2106.90, 1701.14, 2304.00, 1005.90, 0202.30, 1006.30, 1005.10, 1001.99)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對 말레이시아 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 1억 9,253만 달러로 2018년 약 1억 2,293만 달러에서 연평균 11.9% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 81.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 5,636만 달러로 2021년 대비 4.5% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 8.8%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 12.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,301만 달러로 2021년 대비 33.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 115.1%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 6.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1,219만 달러로 2021년 대비 26.5% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 9.0%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 0.5% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 96만 달러로 2021년 대비 14.2% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 15.0%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對말레이시아 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	122,939	116,648	143,179	198,407	192,535	100	-3.0	11.9
농산물	111,385	106,174	122,457	163,668	156,361	81.2	-4.5	8.8
축산물	1,075	1,401	7,826	17,293	23,014	12.0	33.1	115.1
수산물	8,627	7,672	9,899	16,598	12,192	6.3	-26.5	9.0
임산물	1,851	1,401	2,997	848	968	0.5	14.2	-15.0

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **라면, 조제식료품 기타, 동식물성 유지 기타, 옥수수 전분, 기타 소의 지방** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '기타 무알콜 음료'와 '동식물성 유지 기타' 등이 있으며, 2022년 '기타 무알콜 음료'는 최근 5년간 연평균 성장률 35.4%를 기록했다. '동식물성 유지 기타' 역시 같은 기간 동안 연평균 32.0%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

라면 수출액은 15.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 2,952만 달러로 2021년 대비 6.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.7% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 기타 수출액은 11.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 2,201만 달러로 2021년 대비 44.0% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 27.2% 증가하는 추세를 보인다.

동식물성 유지 기타 수출액은 6.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,219만 달러로 2021년 대비 139.2% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 2위를 차지하였다.

옥수수 전분 수출액은 4.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 861만 달러로 2021년 대비 0.3% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 3.3% 증가하는 추세를 보인다.

기타 소의 지방 수출액은 3.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 639만 달러로 2021년 대비 16.5% 증가하였다.

<한국산 對말레이시아 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	122,939	116,648	143,179	198,407	192,535	100.0	-3.0	11.9
1 라면	19,655	16,497	19,185	27,713	29,520	15.3	6.5	10.7
2 조제식료품 기타	8,417	12,684	17,346	39,315	22,012	11.4	-44.0	27.2
3 동식물성 유지 기타	4,021	20	3,272	5,095	12,190	6.3	139.2	32.0
4 옥수수 전분	7,552	9,073	8,040	8,639	8,614	4.5	-0.3	3.3
5 기타 소의 지방	N/A	0	884	5,485	6,393	3.3	16.5	N/A
6 기타 무알콜 음료	1,515	1,617	1,849	3,079	5,093	2.6	65.4	35.4
7 인스턴트 커피	3,346	3,703	4,895	6,034	4,951	2.6	-18.0	10.3
8 비스킷류	3,234	3,801	3,783	3,073	4,327	2.2	40.8	7.6
9 조미 김	N/A	614	2,831	4,288	4,111	2.1	-4.1	N/A
10 신선 딸기	4,558	4,634	3,776	4,286	3,731	1.9	-13.0	-4.9

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2106.90-9099, 1518.00-9090, 1108.12-1000, 1502.90-1000, 2202.99-9000, 2101.11-1000, 1905.90-1040, 2008.99-5010, 0810.10-0000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 말레이시아 오프라인 유통채널 규모

개요

말레이시아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 672억 3,200만 링깃에서 연평균 2.3% 감소하여 2022년 613억 900만 링깃으로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2018년 173억 7,500만 링깃에서 연평균 2.5% 감소하여 2022년 157억 1,900만 링깃으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 25.6% 비중을 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 184억 9,400만 링깃에서 연평균 4.8% 감소하여 2022년 152억 1,300만 링깃으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 24.8% 비중을 차지하고 있다.

편의점

편의점의 규모는 2018년 71억 4,200만 링깃에서 연평균 11.7% 성장하여 2022년 111억 3,300만 링깃으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 18.2% 비중을 차지하고 있다.

<말레이시아 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 링깃, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	67,232	69,400	62,219	56,413	61,309	100.0	8.7	-2.3
전문 판매점	17,375	17,978	15,997	13,996	15,719	25.6	12.3	-2.5
소규모 식료품점	18,494	19,155	17,022	14,822	15,213	24.8	2.6	-4.8
편의점	7,142	8,113	8,743	9,349	11,133	18.2	19.1	11.7
하이퍼마켓	13,922	13,466	10,827	9,456	9,818	16.0	3.8	-8.4
슈퍼마켓	8,281	8,132	7,179	6,296	6,499	10.6	3.2	-5.9
포코트리테일러	1,968	2,225	2,074	2,175	2,561	4.2	17.7	6.8
할인점	49	332	378	318	367	0.6	15.4	65.1

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Malaysia」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

말레이시아의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 7만 6,277개에서 연평균 1.2% 감소하여 2022년 7만 2,661개로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 3만 2,147개에서 연평균 0.8% 감소하여 2022년 3만 1,154개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 42.9%를 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 3만 5,078개에서 연평균 3.6% 감소하여 2022년 3만 283개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 41.7%를 차지하고 있다.

편의점

편의점 매장 수는 2018년 4,721개에서 연평균 7.5% 증가하여 2022년 6,300개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 8.7%를 차지하고 있다.

<말레이시아 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	76,277	76,709	73,095	72,169	72,661	100.0	0.7	-1.2
전문 판매점	32,147	32,227	30,723	30,587	31,154	42.9	1.9	-0.8
소규모 식료품점	35,078	34,408	31,967	30,947	30,283	41.7	-2.1	-3.6
편의점	4,721	5,285	5,560	5,847	6,300	8.7	7.7	7.5
포코트리테일러	2,645	2,843	2,910	2,960	3,021	4.2	2.1	3.4
슈퍼마켓	1,382	1,395	1,387	1,312	1,338	1.8	2.0	-0.8
할인점	52	304	314	286	310	0.4	8.4	56.3
하이퍼마켓	252	247	234	230	255	0.4	10.9	0.3

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Malaysia」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①99 SpeedMart

99 Speedmart Sdn Bhd 소속으로, 2022년 10.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 3.9% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 22.6% 증가하였다.

②Lotus

Charoen Pokphand Group 소속으로, 2022년 4.7%의 점유율을 차지하였다.

③Eonsave

Eonsave Cash & Carry Sdn Bhd 소속으로, 2022년 4.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 13.5% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 5.3% 증가하였다.

④7-Eleven

Seven & I Holdings Co Ltd 소속으로, 2022년 3.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 21.9% 증가했으며, 2019년 대비 연평균 4.7% 증가하였다.

⑤Mydin

Mydin Mohamed Holdings Bhd 소속으로, 2022년 2.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 12.5% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 1.2% 감소하였다.

<말레이시아 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 99 Speedmart	5.8	7.7	10.3	10.7	3.9	22.6
2 Lotus	-	-	-	4.7	N/A	N/A
3 Eonsave	3.6	4.0	3.7	4.2	13.5	5.3
4 7-Eleven	3.4	3.3	3.2	3.9	21.9	4.7
5 Mydin	2.9	3.2	3.2	2.8	-12.5	-1.2
6 AEON	2.0	2.2	2.4	2.6	8.3	9.1
7 Kedai Mesra	1.0	1.1	1.4	1.7	21.4	19.3
8 Jaya Grocer	-	-	-	1.6	N/A	N/A
9 Village Grocer	1.2	1.3	1.5	1.5	0.0	7.7
10 Giant	-	-	1.4	1.2	-14.3	N/A

*출처: 「Retail in Malaysia」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	99 Speedmart	창립연도	1987년
	점유율	10.7%	브랜드 국적	말레이시아
	웹사이트	www.99speedmart.com.my	매장 수	2,217개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, 99 Speedmart Sdn Bhd 산하 브랜드 - 쿠알라룸푸르와 남부지역인 조호르에 집중적으로 입점되어있음 - 다른 편의점들이 즉석식품에 집중하는 것에 비해 다양한 품목들을 판매하고 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Malaysia」(유로모니터), 말레이시아 99 Speedmart 홈페이지(www.99speedmart.com.my), 99 Speedmart 소셜미디어 계정

	브랜드명	Lotus	창립연도	2021년
	점유율	4.7%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	corp.lotuss.com.my	매장 수	64개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼 마켓 브랜드로, Charoen Pokphand Group 산하 브랜드 - 현지 제품과 수입 제품 모두 JAKIM 인증을 받은 100% 할랄 제품 - 온라인 판매 사이트 또한, 함께 운영 중인 옴니채널 방식으로, 택배 또는 매장 픽업의 형태로 수령할 수 있음 - 자체 브랜드(PB) 제품 개발 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				
자체 브랜드 제품				

*출처 : 「Retail in Malaysia」(유로모니터), 말레이시아 Lotus 홈페이지(corp.lotuss.com.my), Lotus 소셜미디어 계정

	브랜드명	Econsave	창립연도	1955년
	점유율	4.2%	브랜드 국적	말레이시아
	웹사이트	econsave.com.my	매장 수	88개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼 마켓(대형마트) 브랜드로, Econsave Cash & Carry Sdn Bhd 산하 브랜드 - 뷰티페어, 말레이시아의 날 등 각종 프로모션 통한 고객 유치 전략 - 각종 식품뿐만 아니라 생필품 등 잡화까지 판매 - 매장 내에서 사용할 수 있는 상품권 발행 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Malaysia」(유로모니터), 말레이시아 Econsave 홈페이지(econsave.com.my), Econsave 소셜미디어 계정

	브랜드명	7-Eleven	창립연도	1927년
	점유율	3.9%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.7eleven.com.my	매장 수	2,445개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, Seven & I Holdings Co Ltd 산하 브랜드 - 자체 브랜드 상품 (7-Select) 판매 - Touch 'n Go eWallet, ShopeePay 및 AliPay 등의 전자지갑 결제 등 다양한 결제수단을 통해 상품 구매 가능 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Malaysia」(유로모니터), 말레이시아 7-Eleven 홈페이지(www.7eleven.com.my), 7-Eleven 소셜미디어 계정

MYDIN	브랜드명	Mydin	창립연도	1940년
	점유율	-	브랜드 국적	말레이시아
	웹사이트	www.mydin.my	매장 수	61개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓 브랜드로, 산하 브랜드 - Mydin Mohamed Holdings Bhd가 운영하는 할랄 대형마트 및 소매 체인으로, Mydin hypermarket, Mydin Emporiums 등의 하위 브랜드 존재 - 식품, 가정용품뿐만 아니라 철물, 전자기기, 도자기 등 다양한 상품을 판매함 - Mydin hypermarket은 말레이시아 전역에 28개가 운영되고 있음 - 정보통신기술(ICT)을 이용한 POS(Point of Sales), 물류 및 제조, 보안 감시 시스템 구축 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Malaysia」(유로모니터), 말레이시아 Mydin 홈페이지(www.mydin.my), Mydin 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 말레이시아의 식품 온라인 시장 규모는 12억 2,400만 링깃 규모로 전년 대비 13.4% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 29.0% 성장했다.

<말레이시아 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 링깃, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
442	545	897	1,079	1,224	13.4	29.0

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Malaysia」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Shopee Marketplace

Sea Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 37.9%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 32.8% 증가하였다.

② **Lazada Marketplace**

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 17.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.1% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 0.9% 감소하였다.

③ **Lazada**

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 3.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.9% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 6.2% 감소하였다.

④ **Lelong.my**

Interbase Resources Sdn Bhd에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 20.0% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 20.6% 감소하였다.

⑤ **Presto Mall**

PUC Ventures Sdn Bhd에서 운영하는 사이트로, 2022년 0.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 30.8% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 13.7% 감소하였다.

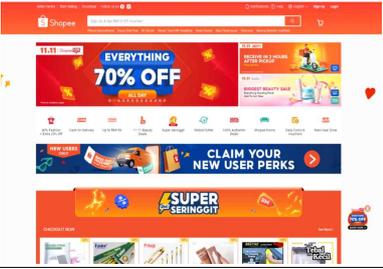
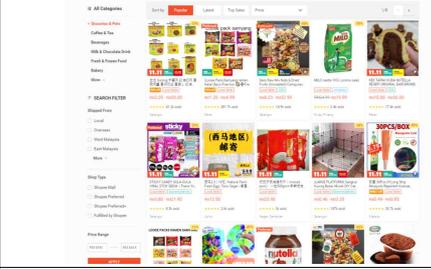
<말레이시아 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

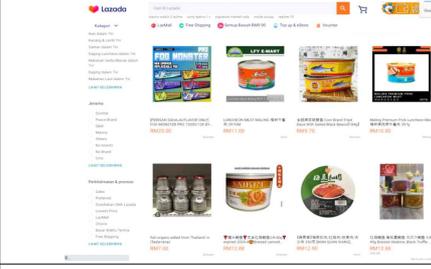
구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Shopee Marketplace	16.2	32.2	37.9	37.9	0.0	32.8
2 Lazada Marketplace	18.0	17.9	17.7	17.5	-1.1	-0.9
3 Lazada	4.0	3.4	3.4	3.3	-2.9	-6.2
4 Lelong.my	2.4	1.8	1.5	1.2	-20.0	-20.6
5 Presto Mall	1.4	1.3	1.3	0.9	-30.8	-13.7
6 Amazon Marketplace	1.5	1.3	1.1	0.9	-18.2	-15.7
7 CJ O Shopping	1.7	1.7	1.7	0.8	-52.9	-22.2
8 Amazon	0.6	0.5	0.4	0.3	-25.0	-20.6
9 Qoo10 Marketplace	0.4	0.3	0.3	0.2	-33.3	-20.6

*출처: 「Retail in Malaysia」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Shopee Marketplace	운영업체	Sea Ltd
	점유율	37.9%	웹사이트	shopee.com.my
	<ul style="list-style-type: none"> - Sea Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품, 패션, 전자제품, 생활용품, 티켓 등 다양한 품목 판매 - 시간대·시즌·카테고리별 할인 이벤트, 코인 리워드, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행 - 중국어, 말레이시아어, 영어 제공 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in Malaysia」(유로모니터), 말레이시아 Shopee 홈페이지(shopee.com.my)

	사이트명	Lazada Marketplace	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	17.5%	웹사이트	www.lazada.com.my
	<ul style="list-style-type: none"> - Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트 - 식품뿐만 아니라 건강 및 미용제품, 패션잡화, 전자제품, 생활용품 또한, 판매 - 영어, 말레이시아어 제공 - 시즌별 할인 행사, 배송 어플 및 자사 어플 관련 할인 행사 등 다양한 프로모션 상시 진행 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in Malaysia」(유로모니터), 필리핀 Lazada 홈페이지(www.lazada.com.my)

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

말레이시아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 613억 900만 링깃에서 연평균 3.7% 성장하여 2026년 709억 3,600만 링깃 규모에 이를 것으로 전망된다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2022년 157억 1,900만 링깃에서 연평균 3.0% 성장하여 2026년 176억 7,900만 링깃 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 152억 1,300만 링깃에서 연평균 1.0% 성장하여 2026년 158억 2,200만 링깃 규모에 이를 것으로 전망된다.

편의점

편의점의 규모는 2022년 111억 3,300만 링깃에서 연평균 9.0% 성장하여 2026년 157억 1,700만 링깃 규모에 이를 것으로 전망된다.

<말레이시아 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 링깃, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	61,309	63,294	65,844	68,405	70,936	100.0	3.7	3.7
전문 판매점	15,719	16,087	16,629	17,161	17,679	24.9	3.0	3.0
소규모 식료품점	15,213	15,241	15,420	15,619	15,822	22.3	1.3	1.0
편의점	11,133	12,132	13,327	14,522	15,717	22.2	8.2	9.0
하이퍼마켓	9,818	10,028	10,257	10,486	10,694	15.1	2.0	2.2
슈퍼마켓	6,499	6,669	6,815	6,961	7,106	10.0	2.1	2.3
포코트리테일러	2,561	2,757	3,001	3,244	3,488	4.9	7.5	8.0
할인점	367	379	396	413	430	0.6	4.1	4.0

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Malaysia」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

말레이시아의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 7.8%로 성장하여, 2026년 16억 5,000만 링깃에 이를 것으로 전망된다.

<말레이시아 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 링깃 %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
1,224	1,310	1,413	1,529	1,650	7.9	7.8

*출처: 「Retail in Malaysia」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

말레이시아 식품 유통구조 (2022.08)	- 유통 현황 및 특징 · 유통구조 특징 · 전통적, 현대적 유통채널
말레이시아 오프라인 식품 유통채널 (2022.08)	- 오프라인 유통채널 유형 · 대형 유통채널: ①Lotus's store ②AEON Big ③MYDIN ④NSK Trade City · 슈퍼마켓: ①Cold Storage, Jaya Grocer ②Village Grocer ③Giant · 편의점 및 포코트리테일라: ①7-Eleven ②99 Speed Mart ③myNews.com ④KK Super Mart, CU마트, EMART24 · 한국식품 유통매장: ①The Store Berhad ②GCH Retail (M) Sdn Bhd ③MBG Fruits Suppy Sdn Bhd ④Korean Grocer ⑤Shin sun mi Market ⑥KO Mart ⑦K Market, Kim's Mart ⑧Seoul Mart ⑨NH Pasarnita Mart ⑩Freshan Groce
말레이시아 온라인 식품 유통채널 (2022.08)	- 온라인 유통채널 유형 · 전자상거래: ①Lazada ②Shopee ③HappyFresh ④Lotus's, Redtick

2.4.2 품목보고서

말레이시아 가공식품 유통정보 (2023.09)	[떡볶이] - 말레이시아 유통채널 점유율 - 말레이시아 가공식품의 주요 유통채널 · 주요 유통채널: ①자이언트 ②이온 ③세븐일레븐 ④99스피드마트 ⑤케이마켓, 우리마트
말레이시아 건강기능식품 유통정보 (2023.03)	[건강기능식품] - 말레이시아 건강기능식품 유통구조 - 말레이시아 건강기능식품의 주요 유통채널 · 오프라인 유통채널: ①미니마켓(99 Speedmart) ②하이퍼/슈퍼마켓(AEON) · 온라인 유통채널: ①Shopee ②PGMALL ③LAZADA · 뷰티&헬스 전문점 유통채널: ①Guardian ②Watsons
말레이시아 신선식품 유통정보 (2023.03)	[꽃감] - 말레이시아 가공 과일 및 채소 유통구조 및 현황 - 말레이시아 신선식품의 주요 유통채널 분석 · 오프라인 유통채널: ①미니마켓(99 Speedmart) ②하이퍼/슈퍼마켓(AEON) · 온라인 유통채널: ①Shopee ②PGMALL ③LAZADA · 아시안/한인마트 유통채널: ①Kmarket

2.4.3 해외지사 발간 보고서

말레이시아 콜드체인 현황 분석 (2022.08)	- 한국산 콜드체인 품목 수입 현황 · 한국산 수입·유통 경로 · 한국산 수입품목 및 규모
말레이시아 음료 이슈 분석 (2023.09)	- 말레이시아 음료 주요 유통채널 · 하이퍼마켓: ①Lotus ②Econsave ③Mydin ④AEON Big · 슈퍼마켓: ①Jaya Grocer ②Village Grocer ③Giant Supermarket · 편의점: 7 ①Eleven ②KK Super Mart ③myNews.com ④Family Mart · 전자상거래: ①Shopee ②Lazada marketplace
말레이시아 소고기 이슈 분석 (2023.06)	- 말레이시아 소고기 주요 유통채널 · 말레이시아 소고기 유통채널 · 현지 레스토랑 현황 · 말레이시아 내 한식당 현황

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 냉동식품(수출상위 품목)

시장현황

코로나19의 확산으로 성장한 말레이시아의 냉동식품 시장은 그 성장세를 이어갈 것으로 보인다. 말레이시아의 냉동식품 시장은 2023년까지 8억 달러에 이를 것으로 예상되며, 향후 2025년까지 5년간 연평균 성장률 7%로 성장할 것으로 추정된다.

말레이시아 소비자는 더운 날씨, 급속한 도시화로 인한 바쁜 일상생활 속에서 가정에서 요리하는 것보다 외식·배달 등을 선호하는 경향을 보유하고 있다. 이러한 말레이시아 소비자의 성향이 전 세계적인 인플레이션으로 생활비 지출을 절약하고자 하는 경향과 맞물려 저렴하고 손쉽게 조리·섭취할 수 있는 냉동식품에 대한 선호가 증가하고 있다.

현재 말레이시아에서는 부추·김치 만두 등 채소를 소로 사용한 할랄 냉동만두가 인기리에 판매되고 있으며 그 외에도 냉동 너겟, 새우 완자, 볶음밥 등이 인기를 끌고 있는 것으로 나타났다.

시사점

말레이시아 소비자의 냉동식품에 대한 수요가 지속적으로 확대될 것으로 예상되며, 현지 시장에서 냉동식품의 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 보인다. 한국 냉동식품 수출기업은 말레이시아에 진출 시, 가격경쟁력을 확보하는 것이 중요할 것으로 보이며 적극적인 마케팅 전략으로 현지 소비자에게 브랜드 인지도를 제고하는 것이 필요하다.

		
냉동식품	냉동식품	한국 냉동식품

*출처: <https://shopee.com.my>

▶ 출처

Kawan to ride on growing frozen food demand, Mida

Emerging Trends in Malaysia's Food and Beverage Industry in 2023, Exabytes

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

② 김치(수출상위 품목)

시장현황

말레이시아 소비자는 김치에 대해 건강한 비건 식품이라는 인식을 보유하고 있으며, 발효 음식·항암 작용·항산화 효과 등 김치의 영양·건강상의 이점에 대해서도 널리 인식하고 있다. 이에 더해, 김치는 말레이시아의 현지 요리와 궁합이 뛰어나 현지에서 판매가 증가하고 있는 것으로 나타났다.

특히 말레이시아는 동남아 국가 중 비만지수가 높은 나라로 당뇨, 비만, 심장질환 등의 성인병이 사회적인 문제로 부상하며 말레이시아 소비자의 건강에 대한 관심이 증가하고 있다. 이에 따라 음식으로 면역력을 제고하는 등 건강상의 이득을 추구하는 소비자가 증가하며 김치가 말레이시아 소비자의 주목을 받고 있다.

시사점

김치에 대한 인식이 확산되면서, 다양한 김치 관련 식품의 수요확대가 기대된다. 예를 들면, 김치찌개, 김치볶음, 김치찜 등 김치의 독특한 맛과 건강상의 이점을 강조하며 소비자들의 호기심을 자극할 수 있다. 또한, 김치를 현지 요리와 함께 섭취하는 경향을 고려해, 현지화 전략을 통해 현지 식문화에 맞게 변형하여 제공하는 방안을 고려해야 한다.



*출처: <https://shopee.com.my>

▶ 출처

2021년 해외시장 맞춤형조사 말레이시아 비건김치

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

③ 음료(수출상위 품목)

시장현황

말레이시아는 식사 시 탄산음료를 곁들여 섭취하는 식문화가 있어, 탄산음료가 널리 소비되고 있으며 주스·비타민 음료의 경우 항산화 물질, 풍부한 비타민 등을 섭취할 수 있는 '건강에 좋은' 음료로 인식되고 있다.

현지에서 판매되고 있는 한국산 음료는 한류 스타를 기용한 다양한 맛의 우유, 제로 알로에 음료, 요구르트 음료, 비타민 음료 등 다양한 제품이 판매 중이며 사이다 등 한국산 탄산음료 역시 현지 제품 대비 높은 가격에 판매되고 있음에도 불구하고 인기를 끌고 있다.

한국 콘텐츠로 인한 인지도가 증가, 말레이시아 내 한국 편의점 브랜드가 인기를 끌며 다양한 한국산 음료에 대한 현지 소비자의 접근성 제고되었을 뿐만 아니라 한류스타를 기용한 마케팅 전략이 한국산 음료의 인기 요인으로 나타났다.

시사점

말레이시아 시장 진출을 위해 건강 지향적 제품 개발에 초점을 맞추고, 문화적 다양성에 기반한 맞춤형 마케팅 전략을 채택할 필요가 있다. 편의점과 온라인 채널을 통한 유통채널 확대 전략 역시 말레이시아 음료 시장 진출 전략 수립 시 고려할 필요가 있다.

		
음료	음료	한국 음료

*출처: <https://shopee.com.my>

▶ 출처

2021년 해외 시장 맞춤 조사 말레이시아 식혜 보고서, 한국농수산물유통공사
2023년 말레이시아 음료 보고서, 한국농수산물유통공사

④ 라면(수출상위 품목)

시장현황

최근 말레이시아 라면 시장에서 한국 라면의 인기가 상승하고 있다. 아이버즈 아시아(i-Buzz Asia)의 조사에 따르면, 2022년 1월부터 18개월 간 말레이시아 라면 시장에서 한국 A브랜드 10.7%의 점유율로 5위를 차지했으며, 한국 B브랜드가 8.1%의 점유율로 7위에 올랐다. 이는 한국 라면이 말레이시아 시장에서 상당한 위치를 점하고 있음을 나타낸다.

한류 콘텐츠의 영향력도 큰 영향을 끼쳤다. 유튜브를 통해 매운 라면 먹기에 도전하는 '불닭 챌린지'와 같은 콘텐츠가 인기를 끌며 삼양식품의 불닭볶음면 소비를 촉진했다. 또한, 한국 영화와 드라마, 그리고 K-Pop 아이돌 그룹인 방탄소년단(BTS)이 매운 라면을 즐기는 모습이 한류의 인기와 맞물려 한국 라면에 대한 관심을 높이는 데 기여하고 있다.

시사점

말레이시아의 급속한 도시화와 경제 성장은 소비자들의 라이프스타일 변화를 가져오고 있다. 이러한 변화는 '빨리빨리' 소비 문화 형성과 함께 라면에 대한 수요 증가를 부추기고 있다. 한류의 저변 확대와 한국 식품에 대한 높은 인지도는 현지 기업과의 제품 개발 협력 및 한국 편의점과의 공동 마케팅을 통한 시너지 창출의 가능성을 제시한다.

이는 한국 라면 기업들에게 말레이시아 시장에서의 전략적 확장과 브랜드 인지도 강화의 기회로 작용할 수 있다. 따라서 말레이시아 시장에서의 지속적인 성장과 시장 점유율 확대를 위해서는 현지화 전략과 효과적인 마케팅 전략이 필수적이다. 이를 통해 한국 라면 기업들은 말레이시아 시장에서의 지속 가능한 성장을 도모할 수 있을 것이다.



*출처: <https://shopee.com.my>

▶ 출처

2021년 말레이시아 라면(시장분석), 한국농수산물유통공사

2022 주요 수출국 유망 품목 심층조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

⑤ 간편식(현지시장 이슈품목)

시장현황

코로나19 확산 이후 재택근무가 말레이시아 사회에 자리잡으며 내식을 섭취하는 소비자가 증가했다. 이러한 현상은 간편하지만 영양가 있는 간편식품에 대한 수요 증가로 이어지고 있으며, 파스타 소스, 떡볶이 소스 등의 간편식 소스 역시 인기를 얻고 있다.

한편, 한류의 확산과 더불어 한식에 대한 수요도 지속적으로 증가하고 있다. 말레이시아의 대표 식품 브랜드인 Adabi와 Mamee는 한식 간편식 시장에 적극 참여하고 있으며, 최근 오픈한 말레이시아 최초의 프리미엄 한인 마켓은 다양한 한국 식품과 재료를 판매하고 있다. CJ비비고, 중가, 청정원 등의 브랜드는 말레이시아 시장에서 온·오프라인으로 활발하게 판매되고 있다.

시사점

이러한 시장 현황은 말레이시아 내에서 한식에 대한 수요가 계속해서 성장하고 있음을 보여준다. 한식의 인기는 말레이시아 내 한류 트렌드의 확산과 맞물려 한국 식품 브랜드에게 중요한 수출 시장으로의 가능성을 제시하고 있다. 할랄 인증을 받은 한국 제품의 증가는 이슬람 국가인 말레이시아에서 중요한 요소로, 이를 통해 더 넓은 소비자층에게 접근할 수 있다. 또한, 최근 개설된 한인 마켓은 한국 식품의 다양성과 접근성을 높여, 한식 간편식 시장의 지속적인 성장을 기대하게 만든다. 이러한 경향은 한국 식품 기업들에게 말레이시아 시장에서의 마케팅 전략을 강화하고, 현지화 전략을 더욱 발전시킬 필요가 있다는 것을 시사한다.

	
Chim Doo Heat and Eat Box Self-Heating Ready Meal [HALAL]	Ourhome Korean traditional soups /Spicy Pork Kimchi jjigae

*출처: <https://shopee.com.my>

▶ 출처

간편식품 비중 늘어난 동남아 식문화...K푸드 기회 되나, 위클리서울

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 맛과 건강을 동시에 챙긴 건강한 아이스크림 열풍

이슈배경

2022년 말레이시아 아이스크림 시장은 2억 6,800만 달러 규모로 집계되었다. 특히, 건강에 대한 말레이시아 소비자의 인식이 제고되며 식물성 비건 아이스크림, 무가당 아이스크림, 저칼로리 아이스크림 등 다양한 제품이 출시되고 있다.

이슈내용

말레이시아에서는 건강한 식생활 트렌드가 디저트 영역까지 확장되면서 무가당, 저칼로리를 내세운 현지 아이스크림 브랜드들이 대거 등장하였다. 이들은 전통적인 고칼로리 아이스크림(평균 1,000kcal) 대비 훨씬 낮은 300kcal 이하의 제품을 선보이며 저칼로리, 저가당, 코코넛을 활용한 키토(저탄수, 고지방 식생활), 식물성 비건 아이스크림 등 다양한 상품을 출시하고 있다.

비건 아이스크림은 건강 중시 트렌드뿐만 아니라 환경 보호 측면에서도 주목받아, 세븐일레븐의 F&B 브랜드 7카페(7cafe)는 글로벌 식물성 우유 브랜드 오텔리와 협업해 비건 초콜릿 아이스크림을 한정 판매하고, 말레이시아 최초의 식물성 아이스크림 브랜드 카인드 콘즈는 몸과 지구에게 이로운 아이스크림이라는 목표로 신제품 개발에 박차를 가하고 있다.

▶ 출처

2023. 3. 3 말레이시아 맛과 건강을 동시에 챙긴 건강한 아이스크림 열풍
2022 말레이시아 국가조사 보고서, 한국농수산물유통공사

② MZ세대 사로잡은 K-food

이슈배경

K-팝과 한국 문화에 열광하는 말레이시아의 젊은 층 사이에서 K-food에 대한 인기가 높아지고 있다. 넷플릭스 등 OTT 플랫폼을 통해 한국 콘텐츠에 대한 접근성이 제고되며 한국 콘텐츠에서 접할 수 있는 한국 음식에 대한 말레이시아 소비자의 인지도는 증가하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 일상적으로 K-food를 소비하는 소비자 역시 증가하고 있는 추세다.

이슈내용

최근 개최된 K-푸드 페어에서는 K팝 커버댄스, 불닭 챌린지, 태권도 공연, 전통놀이 체험과 더불어 한국 라면, 음료, 과자 등을 판매하는 코너가 마련되어 행사 기간 동안 약 4만 4,700링깃 상당의 매출을 기록하기도 했다.

이러한 인기는 말레이시아 현지 바이어들의 관심 증가로 이어지면서 말레이시아 수출액은 2018년 1억 1,246만 달러에서 2022년 1억 7,938만 달러로 59.5% 급증했으며, 2023년 누적 수출액은 전년 동기 대비 8.7% 증가한 1억 5,090만 달러를 기록할 것으로 예상된다.

떡볶이, 치킨, 순두부, 김치 등 한국 음식이 현지에서 높은 인기를 끌고 있으며, 말레이시아 젊은이들 사이에서는 한국 음식이 맛있을 뿐만 아니라 건강에도 좋다는 인식이 확산되고 있는 추세이다.

이러한 현상은 한국의 음식과 문화가 말레이시아 젊은 층 사이에서 단순한 유행을 넘어 하나의 라이프스타일로 자리 잡고 있음을 보여준다.

▶ 출처

2022. 10. 28 말레이시아 색다른 콜라보레이션 마케팅으로 MZ세대 공략
2021 농식품 수출국가정보(말레이시아), 한국농수산물유통공사

③ 달달한 음료 없이 못살아, 말레이시아인들의 음료 사랑

이슈배경

말레이시아 소비자는 단맛을 선호하며 식사 시 탄산음료 등 달콤한 음료를 함께 즐기는 경향이 있다. 팬데믹 기간 동안 이동 제한 조치와 건강에 관심이 증가하면서 음료 소비가 감소하는 경향을 보였으나, 최근 외식이 증가함에 따라 음료 관련 소비도 다시 늘어나고 있는 것으로 나타났다.

이슈내용

말레이시아의 음료 시장은 높은 기온으로 인한 음료 소비의 증가가 두드러지고 있으며 현지 식당에서 음료를 별도로 판매하는 문화와 길거리에서 신선한 열대과일을 착즙하여 판매하는 주스 가판들이 흔하게 볼 수 있다.

말레이시아에서는 설탕 함유량이 높은 청량음료 시장이 오랫동안 높은 시장 점유율을 보여왔으나 비만 인구의 증가, 설탕세 부과, 정부의 설탕 소비량 줄이기 운동 등으로 인해 에너지음료, 무과당 과일주스, 차(tea) 음료의 소비도 점차 증가 추세를 보이고 있다.

최근 말레이시아에 진출한 한국 편의점을 통해 한국산 다양한 음료 중 파우치형 음료와 RTD(Ready-To-Drink) 커피가 특히 좋은 반응을 얻고 있고, 2021년 기준 말레이시아 내에서 한국이 가장 큰 수입국으로 자리 잡아 전체 수입량의 37.4%가 한국에서 수입된 것으로 나타났다. 또한, 파우치 형태의 과일 음료도 얼음컵과 함께 구매하여 시원하게 마실 수 있고 다양한 맛을 쉽게 시도해 볼 수 있어 소비자들의 선택을 받고 있다.

단맛을 선호하는 문화적 특성과 외식 증가로 음료 소비가 증가할 것으로 보이며 이는 말레이시아 음료 시장에 한국산 다양한 음료 판매에도 긍정적으로 작용할 것으로 보인다.

▶ 출처

at 지구촌 리포트 127호, 한국농수산물유통공사

2022년 말레이시아 국가 심층 조사 보고서, 한국농수산물유통공사

④ 말레이시아 커피 시장 성장세 지속

이슈배경

19세기에 영국 식민지 시대에 커피 문화가 처음으로 말레이시아에 도입된 이후, 다양한 컨셉의 카페와 커피 제품 출시가 증가하고 있는 추세를 보이고 있다.

이슈내용

친환경 생산과 제조는 말레이시아 커피 시장에서 중요한 이슈로 부상하고 있다. 소비자들은 자신의 구매 결정이 환경과 사회에 미치는 영향에 대해 점점 더 인식하고 있으며, 이에 따라 윤리적 소싱과 지속 가능한 제조 방식의 중요성이 높아지고 있다.

또한, 건강에 관한 관심이 높아지면서, 말레이시아의 커피숍들은 아몬드 우유, 귀리 우유 등 다양한 건강한 대안 우유 옵션을 제공하고 있다. 이러한 대안 우유 커피는 일반 우유를 사용한 커피보다 건강에 좋고 유당불내증 등 식이 제한이 있는 소비자도 섭취할 수 있어 인기를 끌고 있다.

더불어 다양한 카페가 생겨나며 카페에서 커피를 섭취하는 소비자가 증가하고 있다. 즉, 커피가 단순한 음료에서 공간을 체험할 수 있는 경험으로 변화하고 있는 것이다. 카페에서 모임을 갖거나 일을 하는 등 카페는 단순한 '커피를 파는 공간'이 아닌 커뮤니티로서의 역할을 하고 있다. 카페에서 시간을 보내며 커피를 섭취하는 소비자가 다양해짐에 따라 신선하게 추출한 고품질 커피, 프리미엄 커피에 대한 수요 역시 증가하고 있다.

그럼에도 불구하고, 인스턴트 커피는 말레이시아에서 여전히 높은 인기를 끌고 있다. 말레이시아의 인스턴트 커피 시장은 2025년까지 4.48%의 성장률을 보일 것으로 예측되며, 이는 말레이시아에서 인스턴트 커피에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있음을 나타낸다.

이러한 다양한 트렌드 및 수요에 힘입어 말레이시아의 커피 시장은 지속적으로 성장할 것으로 예상된다..

▶ 출처

The future of coffee in Malaysia : Trends to watch out for in 2023, Nine Planets

INTERACTIVE: Malaysia has 3rd highest coffee consumption spike in region, The Star

⑤ 식물성 대체식품 시장 글로벌 각축장

이슈배경

말레이시아는 전체 인구의 60% 이상이 무슬림으로, 할랄 식품이 널리 소비되고 있다. 이에 따라, 육류를 함유하지 않은 식물성 대체식품이 다양하게 유통·판매되고 있는 것으로 나타났다.

이슈내용

세계 최대 식품업체 '네슬레(Nestlé)'는 2021년 동남아시아 첫 번째 채식 제품 생산 공장을 말레이시아에 준공하고 매년 8,000톤의 식품을 생산하며 중국 다음으로 큰 채식 제품을 생산하는 시설을 갖추고 있다.

한국 식품기업들은 말레이시아 현지 소비 경향에 맞게 만두 속을 대체육으로 사용한 신제품을 출시하고, 프랜차이즈 업체는 식물성 대체육 메뉴를 출시 현지인들에게 뜨거운 반응을 얻고 있다.

초창기 식물성 대체육 중 대다수가 소고기 형태로 발전되어 왔으나, 닭고기를 주로 섭취하는 말레이시아 현지 식문화를 반영한 메뉴를 선보이면서 소비자의 거부감을 줄이고 로컬 식물성 대체육 시장에 침투하고 있다.

▶ 출처

Malaysia's growing plant-based food market attracts global brands and local startups, Salaam gateway

Nestlé Malaysia opens first plant-based meals production site in Asean, Business Times

지구촌리포트 130호 2023년 말레이시아 식품트렌드 전망, 한국농수산식품유통공사

2022년 말레이시아 국가 심층 조사 보고서, 한국농수산식품유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
할랄인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> · 말레이시아로 육류·유제품을 수출할 경우 할랄인증 취득 필요 · 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM)와 상호인정협약을 체결한 (재)한국 이슬람교, 한국할랄인증원에서 할랄인증을 취득하는 것을 권장 	국내 수출업체
품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> · 수출 품목에 대한 말레이시아의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악 	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> · 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료 	국내 수출업체
수입허가 취득	<ul style="list-style-type: none"> · 일부 품목의 경우 말레이시아 검역처에서 수입허가 취득 필요 · 대상품목: 껍질이 있는 달걀, 육류 및 가공육, 쌀, 식물성식품, 동물성 유지 	말레이시아 수입업체
식품등록	<ul style="list-style-type: none"> · 말레이시아 보건부의 '식품안전정보시스템'을 통해 식품 등록 필수 	말레이시아 수입업체
적하목록 제출	<ul style="list-style-type: none"> · 운송수단별 제출기한을 준수해 말레이시아 세관에 적하목록 제출 · 제출기한: 해상운송-도착 후 24시간 이내, 항공·철도: 도착 후 요청이 있을 때 	말레이시아 수입업체
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> · '다강넷'시스템을 통해 세관에 수입신고서 및 제반서류 제출 필요 · 제출서류: ①수입신고서 ②선하증권 ③상업송장 ④포장명세서 ⑤ 원산지증명서 등 	말레이시아 수입업체
수입검사 및 검역	<ul style="list-style-type: none"> · 제출된 서류에 따라 식품 위험도를 평가하며, 총 6단계로 위험도를 구분함 · 위험도별로 검사내용 상이 · 검사유형: ①서류검사 ②물리적검사 · 식물성 식품 및 동물성 식품은 수입검역 시행 기관이 상이 <ul style="list-style-type: none"> - ①식물성 식품: 말레이시아 농업부(도착 4일전 검역 신청 필요) - ②동물성 식품: 말레이시아 수의검역부(검역 신청 필요) 	말레이시아 수입업체
관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> · 관세 납부 후 물품 반출 가능 	말레이시아 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

<p style="text-align: center;">할랄인증 취득</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아로 육류 및 유제품을 수출하는 국내 수출업체는 사전에 할랄인증 취득 필요 · 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM)로 제반 서류를 제출해 할랄인증을 신청해야 함 <p style="text-align: center;"><할랄인증 취득 제출서류></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="width: 50%;">① 회사소개서</td> <td style="width: 50%;">⑪ 포장재의 종류</td> </tr> <tr> <td>② 사업자등록증</td> <td>⑫ 제조 공정도 및 생산 절차</td> </tr> <tr> <td>③ 제품명 및 제품설명서</td> <td>⑬ 샘플 및 제품 라벨</td> </tr> <tr> <td>④ 사용된 원료의 시험성적서</td> <td>⑭ 원재료 리스트</td> </tr> <tr> <td>⑤ 공장·부지 지도, 작업장 평면도</td> <td>⑮ 할랄 실무자 교육 수료증</td> </tr> <tr> <td colspan="2">⑥ 원료 공급업체 및 제조업체의 이름과 주소</td> </tr> <tr> <td colspan="2">⑦ 식품원료의 할랄 상태. 필수 식품원료의 설명서 또는 할랄 인증서(보유 시)</td> </tr> <tr> <td colspan="2">⑧ 동물성 원료 및 이슬람 법에 위배되는 소재/공정을 사용하지 않는다는 확인서</td> </tr> <tr> <td colspan="2">⑨ 제조공정 중 효소를 사용할 경우 사용된 효소의 유래를 확인할 수 있는 서류와 배양약에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도, 균주기탁서</td> </tr> <tr> <td colspan="2">⑩ 할랄 제품 생산에 관한 자체 규정 자료</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 말레이시아 이슬람개발부는 제출된 서류를 검토 후 현장실사를 진행하며, 필요 시 샘플링을 통해 실험실 분석을 실시함 · 심사 결과 이상이 없을 경우에 한해 할랄인증이 승인 및 발급됨 · 말레이시아 이슬람개발부는 한국 할랄인증원(KHA)과 한국이슬람교중앙회(KMF)와 상호인정협정을 체결함에 따라 국내에서 취득한 KHA 인증 및 KMF 인증 역시 말레이시아에서 통용될 수 있음 	① 회사소개서	⑪ 포장재의 종류	② 사업자등록증	⑫ 제조 공정도 및 생산 절차	③ 제품명 및 제품설명서	⑬ 샘플 및 제품 라벨	④ 사용된 원료의 시험성적서	⑭ 원재료 리스트	⑤ 공장·부지 지도, 작업장 평면도	⑮ 할랄 실무자 교육 수료증	⑥ 원료 공급업체 및 제조업체의 이름과 주소		⑦ 식품원료의 할랄 상태. 필수 식품원료의 설명서 또는 할랄 인증서(보유 시)		⑧ 동물성 원료 및 이슬람 법에 위배되는 소재/공정을 사용하지 않는다는 확인서		⑨ 제조공정 중 효소를 사용할 경우 사용된 효소의 유래를 확인할 수 있는 서류와 배양약에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도, 균주기탁서		⑩ 할랄 제품 생산에 관한 자체 규정 자료	
① 회사소개서	⑪ 포장재의 종류																				
② 사업자등록증	⑫ 제조 공정도 및 생산 절차																				
③ 제품명 및 제품설명서	⑬ 샘플 및 제품 라벨																				
④ 사용된 원료의 시험성적서	⑭ 원재료 리스트																				
⑤ 공장·부지 지도, 작업장 평면도	⑮ 할랄 실무자 교육 수료증																				
⑥ 원료 공급업체 및 제조업체의 이름과 주소																					
⑦ 식품원료의 할랄 상태. 필수 식품원료의 설명서 또는 할랄 인증서(보유 시)																					
⑧ 동물성 원료 및 이슬람 법에 위배되는 소재/공정을 사용하지 않는다는 확인서																					
⑨ 제조공정 중 효소를 사용할 경우 사용된 효소의 유래를 확인할 수 있는 서류와 배양약에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도, 균주기탁서																					
⑩ 할랄 제품 생산에 관한 자체 규정 자료																					
<p style="text-align: center;">품목별 수입요건 파악</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 말레이시아 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함 · 말레이시아로 수입되는 모든 육류제품은 할랄인증을 취득해야 하며, 말레이시아 이슬람개발부가 인정한 도살장에서 도살된 제품이어야 함 																				
<p style="text-align: center;">원산지증명서 발급</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아 수출 시 한-아세안 FTA 및 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 한-아세안 FTA 관세율 활용 시 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함 																				

▶ 국내 수출통관 절차

<p>수출신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
<p>수출검역</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 말레이시아와의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 말레이시아로 감귤, 곡물류 등을 수출할 경우 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> <tr> <td>축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						
<p>운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 						

② 말레이시아 수입통관 및 검역 절차

▶ 말레이시아 수입통관 및 검역 절차

<p>수입허가 취득</p>	<p>● 말레이시아 수입업체는 품목에 따라 수입허가 취득 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> · ▲껍질이 있는 달걀 ▲육류 및 가금육 ▲쌀 ▲식물성 제품 ▲동물성 유지 등을 수입하는 말레이시아 수출업체는 수입허가를 취득해야 함 · 수입허가증은 말레이시아 검역처(Malaysia Quarantine and Inspection Services, MAQIS)에서 발급하며 온라인으로 신청 시 5영업일이 소요됨 · 수입허가는 말레이시아 현지 법인만 취득할 수 있으며, 수입허가는 3개월간 유효함 · 수입허가증은 해당 품목 수입에 필요한 모든 요건이 기재되어 있으며, 대부분의 이행 조건은 수출국(생산국)에서 이행되어야 하기 때문에, 국내 수출업자는 수입업체로부터 수입 요건을 전달받아 파악하는 것이 권장됨
<p>식품 등록</p>	<p>● 말레이시아 수입업체는 말레이시아 보건부에 수입식품 사전등록 완료 필수</p> <ul style="list-style-type: none"> · 말레이시아 보건부의 식품안전정보시스템(Food Safety Information System of Malaysia, FoSIM)에 수입식품 사전등록을 완료해야 함 · FoSIM은 세관정보시스템과 연계하여 식품 수입 활동을 전산으로 관리함 · 말레이시아 수입식품을 사전등록한 뒤, 화물이 말레이시아에 도착한 다음 식품에 대한 정보를 FoSIM에 입력하며, 해당 정보를 토대로 식품 위험성에 따라 자동으로 통관되는 Level 1부터, 자동 거절되는 Level 6까지 6가지 단계로 분류됨
<p>적하목록 제출</p>	<p>● 말레이시아 수입업체 및 운송업체는 말레이시아 도착 전 적하목록 제출</p> <ul style="list-style-type: none"> · 말레이시아 수입업체는 운송수단별 제출기한을 준수해 적하목록을 말레이시아 세관에 제출해야 함 · 해상운송의 경우 도착 후 24시간 이내 적하목록을 제출해야 하며, 항공·철도 운송의 경우 물품이 도착한 후 세관공무원의 요청이 있을 때 제출해야 함
<p>수입신고</p>	<p>● 말레이시아 수입업체는 세관에 수입신고서와 기타 서류 제출 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> · 말레이시아의 단일통관창구인 다강넷(Dagang Net)을 통해 수입신고를 진행하며, 수입신고서(Custom No.1 양식 사용), 선하증권 등 다음의 서류를 함께 제출해야 함 · 수입신고서에는 ▲상품 정보 ▲포장단위 및 개수 ▲가격 ▲중량 ▲원산지 ▲최종도착항 등의 정보가 포함되어야 함 <p style="text-align: center;"><말레이시아 수입신고 제출서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ①수입신고서 ②선하증권 ③상업송장·견적송장 ④포장명세서 ⑤원산지증명서 ⑥그 외 기타 필요한 서류 </div>
<p>수입검사 및 검역</p>	<p>● 말레이시아 세관은 수입신고를 신청한 물품에 대해 다음의 사항을 심사</p> <ul style="list-style-type: none"> · ①서류와 물품의 내용(수량, 포장 개수 등) 일치 여부 ②수입 제한 및 금지 품목 여부 ③수입 물품의 용도 및 물리적·화학적 특성을 심사함

● 말레이시아 검역처(MAQIS)는 식품의 위험도에 따라 수입검사를 진행

- 제출된 서류를 기반으로 식품의 위험성을 측정하며, 총 6단계로 구분해 식품 검사 유무 및 통관 여부가 달라짐

<말레이시아 위험도별 통관채널 검사 내용>

· Level 1	수입식품 자동 통관
· Level 2	서류검사 후 통관
· Level 3	서류검사 및 실험실 분석을 위해 샘플링
· Level 4	서류검사, 샘플링 및 샘플링 완료 후 통관
· Level 5	서류검사, 샘플링, 및 샘플링 완료 후 검사 결과가 식품법 및 규정에 부합하는 경우 화물 반출
· Level 6	수입식품 자동 거절

- 물리검사가 시행되는 경우, 수입된 제품이 다음의 요건을 준수하는지 여부를 검사함

<물리적 검사 사항>

- ①해충, 질병 혹은 오염 물질을 포함 여부
- ②포장, 등급 표시, 라벨 부착 여부
- ③제품 종류, 수량 등의 서류상 일치 여부
- ④사전처리 및 검역 진행 여부
- ⑤축산제품의 경우 할랄인증 취득 여부

- 검사 결과 안전하지 않은 제품으로 판단되는 경우, 해당 수입 식품은 압수되어 폐기됨

● 식물성 제품의 경우 말레이시아 농업부에서 검역을 진행

- 말레이시아 수입업체는 검역소 도착 4일전 다강넷을 통해 수입검역을 신청해야 함
- 표본검사가 시행되며, 검역기간은 최대 5일이 소요됨
- 말레이시아 수입업체는 농업부에 검역 비용(15링깃)을 납부하며, 검역이 승인될 경우 세관에 자동으로 통지됨

● 동물성 제품의 경우 말레이시아 수의검역부에서 검역을 진행

- 말레이시아 수입업체는 온라인(e-Permit)이나 서면(Form A 양식)으로 수의검역부에 검역 신청서와 검역비용을 납부해야 함
- 검역 승인 후 동물건강증명서가 발행되며, 승인 내역과 증명서는 세관에 자동으로 통지됨

● 가공식품의 경우 별도로 진행되는 검역절차는 없음

- 검역 대상으로 선정된 경우, 말레이시아 검역처에서 식품첨가물 검사 등 식품 안전성에 대한 검사를 진행함

관세 납부 및
물품 반출

● 말레이시아 수입업체는 관세 및 기타 제세를 납부하고 물품 반출

- 맥주, 포도주, 알코올 제품에는 20%의 소비세가 부과되며, 품목별 판매세, 100ml당 5g 이상의 설탕을 함유한 음료 및 설탕 및 향료가 첨가된 청량음료에 부과되는 설탕세 등을 납부해야 함

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수 - 과실류 : 감(단감), 밤, 복숭아, 배, 사과, 유자, 참다래, 포도, 감귤, 망고, 자두 - 특작류: 인삼 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마, 감자, 양파, 싹갓, 아욱 - 종자류: 가지, 고추, 당근, 무, 멜론, 브로콜리, 배추, 상추, 수박, 양배추, 양파, 오이, 참외, 토마토, 파, 호박 - 버섯류 : 느타리, 만가닥, 송이, 새송이, 양송이, 영지, 표고, 팽이 - 절화류 : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 심비디움, 장미, 카네이션, 튤립
-----	--

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 신선·건조 농산물 중 수출이 금지되어 있는 품목은 없음 - 감귤 묘목, 국화묘, 옥수수종자, 딸기묘
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 중량 · 성분 · 제조업체 및 수입업체	· 원산지 · 영양성분 · 유통기한 · 라벨 기본 요건	· 할랄 관련 사항 · 금지사항
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 말레이시아에서 생산/제조/포장하는 경우 말레이시아어로 표기하며, 다른 언어를 함께 적을 수 있음 수입식품은 말레이시아어 또는 영어로 표기하며 다른 언어를 병행하여 표기할 수 있음 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 명칭은 원재료의 일반 명칭 또는 학명으로 표기해야 함 말레이시아어 또는 영어로 작성해야 하며 기타 추가적인 언어를 병기할 수 있음 	
	중량	<ul style="list-style-type: none"> 순중량 또는 부피 또는 내용물의 수로 표기해야 함 	
	성분	<ul style="list-style-type: none"> 모든 성분은 적절한 명칭으로 표기되어야 하며, 중량에 따른 내림차순으로 기재되어야 함 알레르기 유발성분을 함유한 경우 해당 내용을 표시해야 함 돼지고기·돼지기름 또는 알코올이 들어가 있는 경우 표시는 '돼지고기 함유' 또는 '알코올 함유'로 표시해야 함 식품에 식용지방, 식용유 또는 둘 다 포함하는 경우, 동물성인지 식물성인지, 기름이 어디에서 유래 된 것인지 표시해야 함 	
	제조업체 및 수입업체	<ul style="list-style-type: none"> 제조업체 또는 수입업체의 주소, 연락처 정보를 기재해야 함 	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 제조사 또는 수입업체의 정보와 함께 원산지 정보도 기재해야 함 	
	영양성분	<ul style="list-style-type: none"> 다음 식품은 영양 식품을 필수적으로 표기해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 조리된 시리얼과 빵 - 우유 제품 - 밀가루 과자 - 통조림 고기, 생선, 야채 - 통조림 과일 및 다양한 과일 주스 - 샐러드 드레싱 및 마요네즈 - 청량음료 영양성분은 100g(ml)당 및 1회 제공분에 대한 형태로 표기해야 하며 열량, 단백질, 탄수화물 및 지방은 필수로 표기해야 함 	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 유통기한은 '일/월/년' 또는 '월/년' 순으로 표기해야 함 	

		<ul style="list-style-type: none"> 유통기한의 글자 크기는 6포인트 이상이어야 함
	라벨 기본 요건	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표시 및 광고는 샤리아법의 원칙에 위배되지 않아야 하며, 샤리아법에 위배되는 음란함을 강조해서는 안 됨 품질에 관한 문구는 제한적으로 사용 가능 식품의 기능에 관한 라벨링 규정을 따라야 함 식품명은 눈에 띄어야 하며 시각적으로 강조되고 라벨에 기재되어 있는 다른 내용과 비교해 더 눈에 띄어야 함 모든 라벨은 읽을 수 있어야 하며 내구성 있게 포장지에 표시하거나 포장지에 영구적으로 강력하게 부착해야 함 포장에 담긴 음식은 내부 포장재로 완전히 밀폐되어 있어야 하며, 라벨과 직접 접촉되어서는 안 됨 모든 라벨은 추가적인 포장 위에 덧붙여 있어야 함 모든 글자는 배경과 확연하게 구분되는 색상으로 표기해야 함
	할랄 관련 사항	<ul style="list-style-type: none"> 할랄인증을 취득한 제품은 제품 라벨에 말레이시아 할랄 로고를 표기할 수 있음 말레이시아 할랄 로고는 비이슬람 종교 축제와 연대하거나 비이슬람 종교 상징이 같이 있는 홍보 제품에 사용할 수 없음 상품명에 '할랄'이라는 단어 및 종교 요소 및 신이 포함된 이름을 사용하지 않아야 함 포장재는 나지스(najis, 불결하고 혐오스러운 재료)로 분류되는 재료로 만들어서는 안 됨
	기타 사항	<ul style="list-style-type: none"> 식품 요소의 그림은 라벨에만 기재함 섭취 방법을 기재할 경우 'SERVING SUGGESTION' 또는 'RECIPE'라고 대문자로 글자 크기 6포인트 이상으로 제품 이미지와 가깝게 표기해야 함 로고는 관할 당국이 발급한 유효한 인증이어야 하며, 인증서가 발급되지 않았거나 만료된 경우에는 사용할 수 없고 반드시 삭제해야 함
	금지 사항	<ul style="list-style-type: none"> 관련 기관에서 규정한 사항에 따르지 않는 한 등급, 품질, 우수성 또는 이와 유사한 의미의 단어를 표기할 수 없음(예: 선별된 재료(Selected Ingredients), 품질(Quality), 고객만족(Satisfaction guaranteed), 품질보증(Quality quaranteed), 우수한 품질(Made from quality), 보건부 승인(Getting approval form the Ministry of Health)) 규정에 따른 강도, 순도, 품질을 충족시키는 경우를 제외하면 '순수한(pure)' 또는 유사한 의미의 단어를 사용할 수 없음 합성(compounded), 약물첨가(medicated), 강장(tonic), 건강(health) 또는 이와 유사한 의미가 있는 단어를 사용할 수 없음(예 : 식품보충제(Food supplement), 건강식품(Health food)) 다음의 부재에 대해 표기할 수 있음

	<p>(a) 쇠고기, 돼지고기, 부산물, 라드, 첨가된 알코올이 첨가되지 않은 경우 (b) 본 규정에서 금지하고 있는 첨가물 또는 영양보충제 예: No pork/No lard(돼지고기, 비계 무첨가) / No alcohol(알코올 무첨가) / Does not contain boric acid(붕산 무첨가) / Does not contain cyclamate(시클라메이트 무첨가)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 다음의 표기는 금지 <p>(a) 특정 식품이 모든 필수 영양소를 적절하게 공급하는 공급원이라는 내용 (b) 균형 잡힌 식단이거나 다양한 음식의 섭취가 모든 영양소를 적절히 공급할 수 없다는 것을 암시하는 내용 (c) 입증할 수 없는 내용 (d) 식품이 질병, 장애 또는 다른 생리학적 기능을 예방, 완화, 치료 또는 치료할 수 있다는 내용 (e) 소비자가 유사 제품의 안전성을 의심하게 하는 내용 (f) 소비자의 두려움을 유발하거나 이용하는 내용</p> <ul style="list-style-type: none"> • 유기농의(organic), 효소가 함유된(biological), 환경친화적인(ecological), 생체역학의(biodynamic) 또는 유사한 의미를 가진 단어는 관련 규정인 Malaysian Standard MS 1529(The Production, Processing, Labelling and Marketing of Organically Produced Foods)을 준수한 식품의 경우에만 표기할 수 있음
--	--

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

즉석식품류

라벨링 사진



표기항목	표기내용	
제품명	Chu Luv Topokki (original), चुलुम टुपुकुी(오리지널)	
중량	Net weight 140g(Rice Cake)	총중량 140g(떡)
성분	Rice cake(rice 99%) Salt(0.99%) Acidity Regulator(E330) (0.01%) Seasoning - White sugar, Chili powder, Salt, Maltodextrin, Onion powder, Shiitake Mushroom powder, Vegetable cream (corn syrup, whey powder, Lactose,milk cream, coconut oil, white sugar,sodium caseinate,Lecithin, Carrageenan) Green Onion powder Mono sodium Glutamate(E621) Soy sauce powder(Soybean), Oleoresin Paprika, Garlic powder, Ginger powder, Black pepper powder, Citric Acid(E330)	떡(쌀 99%) 소금(0.99%) 산도조절제(E330)(0.01%) 시즈닝백설탕, 고춧가루, 소금, 말토덱스트린, 양파분말, 표고버섯분말, 식물성크림 (옥수수시럽,유청분말,유당,우유크림,코코넛 오일,백설탕,카제인나트륨,레시틴,카라기난), 파 분말 글루타민산나트륨(E621) 간장가루(콩) 올레오레진 파프리카 마늘분말 생강분말 후추분말, 구연산(E330)
수입업체	Inter Chain Food Supply SDN. BHD. (408211-K) No 8, Jalan Com Industrial Park2/3, Kawasaki Perindustrian KG Baru Balakong, 43300 Seri Kembangan, Selangor. Malaysia Tel. 012-7713383	Inter Chain Food Supply SDN. BHD. (408211-K) No 8, Jalan Com Industrial Park2/3, Kawasaki Perindustrian KG Baru Balakong, 43300 Seri Kembangan, Selangor. Malaysia Tel. 012-7713383
제조업체	OKI Restaurant System Co.,LTD 384-16,Solti-ro,Jeondong-myeon, Sejong-si, Republic of Korea.	OKI Restaurant System Co.,LTD 대한민국 세종시 전동면 솔티로 384-16
원산지	Made in Korea	한국산

영양성분	Nutrition facts				영양성분표			
	1 serving per container Serving size 1 package (140g)				1회 제공량 당 1회분 용량 1팩 (140g) 1회 제공량			
Amount per serving				칼로리 370				
Calories 370								
	Per serving	Per 100g	%Daily Value*	한끼당 섭취량	100g 당	일일 권장량*		
Total Fat	7g	4.7g	13%	7g	4.7g	13%	총 지방	
Saturated fat	2g	1.6g	15%	2g	1.6g	15%	포화지방	
Trans fat 0g	-	0.0g	-	-	0.0g	-	트랜스지방 0g	
Cholesterol	0mg	0.0g	0%	0mg	0.0g	0%	콜레스테롤	
Sodium	660mg	468.2 mg	33%	660mg	468.2 mg	33%	나트륨	
Total carbohydrates	72g	51.5 g	22%	72g	51.5 g	22%	총 콜레스테롤	
Dietary fiber	2g	-	6%	2g	-	6%	식이섬유	
Total Sugars	7g	4.8g	-	7g	4.8g	-	총 당분	
Includes 7g added sugar	-	-	13%	-	-	13%	설탕 7g 포함	
Protein	7g	4.7g	-	7g	4.7g	-	단백질	
Vitamin D	0 mcg	-	0%	0 mcg	-	0%	비타민D	
Calcium	15 mg	-	2%	15 mg	-	2%	칼슘	
Iron	2 mg	-	10%	2 mg	-	10%	철분	
Potassium	140m g	-	5%	140m g	-	5%	칼륨	
*The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet 2,000 calories a day is used for a general nutrition advice.				* %일일 권장량(DV)은 식품 1회 제공량에 들어있는 영양소가 하루 권장 칼로리 2,000칼로리에 대해 얼마나 기여하는지를 나타냅니다. 이는 일반적인 영양 조언을 위해 사용됩니다.				
유통기한	Best before: Printed on the package (DD.MM.YYYY)			유통기한: 패키지에 인쇄됨(DD.MM.YYYY)				
보관 방법	Storage: keep in a cool place			보관 방법: 서늘한 곳에 보관				
포함 성분	Soybean, coconut, wheat and milk, Contain permitted acidity regulator, emulsifier, Flavour Enhancer & Antioxidant as permitted food conditioner			콩, 코코넛, 밀, 우유, 식품 컨디셔너로 허용된 산도 조절제, 유화제, 향미 증강제 및 향산화제를 포함함				

견과류 가공품류

라벨링 사진



표기항목	표기내용																																											
제품명	Protein Whole Seed Bars 단백질 통씨앗 바																																											
중량	5 BARS/150g NET	바 5개/순중량 150g																																										
성분	<p>Sunflower Seeds(44%) Glucose Syrup, Soy Protein Crisps(Soy Protein Isolate, Tapioca Starch, Soy Lecithin, Salt) Pumpkin Seeds(10%) Chicory Fibre Dried Cranberry Pieces(7%) (Cranberries, Sugar, Sunflower Oil), Natural Flavours Humectant(Glycerol) Food Acid (Citric Acid) Sunflower Oil Emulsifier (Soy Lecithin) Salt.</p>	<p>해바라기씨(44%) 글루코스 시럽 대두 단백질 크리스프(분리대두단백, 타피오카 전분, 콩 레시틴, 소금) 호박 씨앗(10%) 치코리 섬유 건조 크랜베리 조각(7%)(크랜베리, 설탕, 해바라기유) 천연 향료 휴멕탄트(글리세롤) 식품산(시트릭산) 해바라기 오일 유화제(콩 레시틴) 소금</p>																																										
수입업체	Diimpor Oleh: AITFNEFOOD SDN. BHD. 01-10.Suma@ North Kiara, No.10, Jin Sri Bintang, Segambul, 52100 KL Tel : 03-27708118	수입처: AITFNEFOOD SDN. BHD. 01-10.Suma@ North Kiara, No.10, Jin Sri Bintang, Segambul, 52100 KL Tel : 03-27708118																																										
제조업체	NICE & NATURAL 39 Ash Road, Wiri, Auckland, New Zealand	NICE & NATURAL 39 Ash Road, Wiri, Auckland, New Zealand																																										
원산지	Made in New Zealand	뉴질랜드산																																										
영양성분	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">NUTRITION INFORMATION</th> </tr> <tr> <th colspan="3">Serving per pack: 5</th> </tr> <tr> <th colspan="3">Serving Size Approx. 30g(1 bar)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Avg. Quantity per serving</th> <th>Avg. Quantity per 100g</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energy</td> <td>620kJ/147kcal</td> <td>2050kJ / 490kcal</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>7.3g</td> <td>24.2g</td> </tr> <tr> <td>Fat, total</td> <td>8.7g</td> <td>26.2g</td> </tr> </tbody> </table>	NUTRITION INFORMATION			Serving per pack: 5			Serving Size Approx. 30g(1 bar)				Avg. Quantity per serving	Avg. Quantity per 100g	Energy	620kJ/147kcal	2050kJ / 490kcal	Protein	7.3g	24.2g	Fat, total	8.7g	26.2g	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">영양 정보</th> </tr> <tr> <th colspan="3">1팩당 제공량: 5개</th> </tr> <tr> <th colspan="3">제공 사이즈: 약 30g(바 1개)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>제공량당 평균 함유량</th> <th>100g당 평균 함유량</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>에너지</td> <td>620kJ/147kcal</td> <td>2050kJ / 490kcal</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>7.3g</td> <td>24.2g</td> </tr> <tr> <td>지방,</td> <td>8.7g</td> <td>26.2g</td> </tr> </tbody> </table>	영양 정보			1팩당 제공량: 5개			제공 사이즈: 약 30g(바 1개)				제공량당 평균 함유량	100g당 평균 함유량	에너지	620kJ/147kcal	2050kJ / 490kcal	단백질	7.3g	24.2g	지방,	8.7g	26.2g
NUTRITION INFORMATION																																												
Serving per pack: 5																																												
Serving Size Approx. 30g(1 bar)																																												
	Avg. Quantity per serving	Avg. Quantity per 100g																																										
Energy	620kJ/147kcal	2050kJ / 490kcal																																										
Protein	7.3g	24.2g																																										
Fat, total	8.7g	26.2g																																										
영양 정보																																												
1팩당 제공량: 5개																																												
제공 사이즈: 약 30g(바 1개)																																												
	제공량당 평균 함유량	100g당 평균 함유량																																										
에너지	620kJ/147kcal	2050kJ / 490kcal																																										
단백질	7.3g	24.2g																																										
지방,	8.7g	26.2g																																										

	<table border="1"> <tr> <td>saturated</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Carbohydrate, Total sugar</td> <td>1.1g</td> <td>3.6g</td> </tr> <tr> <td>Dietary Fibre</td> <td>4.0g</td> <td>13.3g</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>54mg</td> <td>180mg</td> </tr> <tr> <td colspan="3">All specified values are averages.</td> </tr> </table>	saturated			Carbohydrate, Total sugar	1.1g	3.6g	Dietary Fibre	4.0g	13.3g	Sodium	54mg	180mg	All specified values are averages.			<table border="1"> <tr> <td>총 포화지방</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>탄수화물 총 설탕</td> <td>1.1g</td> <td>3.6g</td> </tr> <tr> <td>식이섬유</td> <td>4.0g</td> <td>13.3g</td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td>54mg</td> <td>180mg</td> </tr> <tr> <td colspan="3">지정된 모든 값은 평균값입니다.</td> </tr> </table>	총 포화지방			탄수화물 총 설탕	1.1g	3.6g	식이섬유	4.0g	13.3g	나트륨	54mg	180mg	지정된 모든 값은 평균값입니다.		
saturated																																
Carbohydrate, Total sugar	1.1g	3.6g																														
Dietary Fibre	4.0g	13.3g																														
Sodium	54mg	180mg																														
All specified values are averages.																																
총 포화지방																																
탄수화물 총 설탕	1.1g	3.6g																														
식이섬유	4.0g	13.3g																														
나트륨	54mg	180mg																														
지정된 모든 값은 평균값입니다.																																
유통기한	Best before: Printed on the package (DD.MM.YYYY)	유통기한: 패키지에 인쇄됨(DD.MM.YYYY)																														
보관 방법	Storage: keep in a cool place	보관 방법: 서늘한 곳에 보관																														
포함 성분	Soybean, coconut, wheat and milk, Contain permitted acidity regulator, emulsifier, Flavour Enhancer & Antioxidant as permitted food conditioner	콩, 코코넛, 밀, 우유, 식품 컨디셔너로 허용된 산도 조절제, 유화제, 향미 증강제 및 향산화제를 포함함																														

5.2 | 인증제도

① JAKIM 할랄 인증

말레이시아는 인구 60% 이상이 무슬림인 거대 할랄 시장이며, 무슬림 인구의 올바른 할랄 식품 섭취를 위해서 인증을 도입했다. 육류 및 육류기반의 제품은 의무적으로 취득해야 하며, 기타 식품에 대해서는 권고사항으로 적용된다. JAKIM 할랄 인증 신청 대상자는 제조업체, 포장업체, 도축업장, 물류업체 등으로, 모든 식품 가공 산업은 물론 도축장이나 식당·연회 서비스업체에도 인증이 적용된다. 인증을 받기 위해서는 이슬람율법과 관련된 말레이시아 지침 규정을 모두 충족해야 한다.

말레이시아 내에서 유통되는 할랄 제품들은 JAKIM 할랄 인증 또는 JAKIM과 교차인정되는 할랄 인증마크만 부착할 수 있다. JAKIM 할랄 인증과 교차인정이 가능한 외국 할랄 인증기관은 약 40개국 70여 개 이상이며, 한국이슬람교중앙회(KMF)의 할랄 인증도 포함된다. 말레이시아 무슬림 소비자들 사이에서 JAKIM에 대한 신뢰도가 높기 때문에, 많은 국내 기업들이 마케팅의 일환으로 JAKIM의 할랄 인증을 직접 받는 사례가 증가하고 있다.

인증명	JAKIM 할랄 인증	인증로고	
발행·검사기관	JAKIM (말레이시아 이슬람 개발부)	필수 여부	필수
목적	무슬림 인구의 올바른 할랄 식품 섭취를 위해 도입		
취득절차	신청 및 서류 제출 → 수수료 청구서 발송 및 납부 → 현장실사 및 샘플링 분석 → 심사 보고서 작성 → 인증서 승인 및 발급		
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> · 회사명, 사업자등록증, 제품명과 제품설명 등 기본 정보 · 식품원료의 할랄 상태, 식품원료 설명서 또는 할랄 인증서(있는 경우) · 제조과정 순서도와 생산 절차 · HACCP, ISO, GHP, GMP, TQM 등과 같은 다른 인증서 · 육류 및 육류 기반 제품용 말레이시아 수의국의 수입허가서 사본 · 도축장을 위한 수의국 발급 수의학 건강증명서(VHC) · 기간이 만료된 할랄 인증서 사본(있는 경우) 		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② SIRIM 인증

SIRIM 인증은 제조업체 또는 수입업체가 유통하고자 하는 제품이 말레이시아 표준 또는 국제규격에 부합하는지를 인증기관인 SIRIM을 통해 확인받은 것을 의미한다. 이 인증은 제품의 품질 및 안전이 입증된 제품만 말레이시아 내에서 유통될 수 있도록 관리하기 위한 것으로, 대부분의 경우 임의인증이 원칙이며 말레이시아 정부에서 법령으로 정하는 일부 품목만 의무인증 대상이다.

식품의 경우, 임의인증 품목에 해당되며, 말레이시아 내에 표준이 있는 경우에 한해 인증을 받을 수 있다. 단, 신청자가 희망하는 경우 직접 규정을 제시하여 인증을 취득할 수 있다. 예를 들어, 설탕, 밀가루, 칠리소스, 인스턴트 면류 등은 SIRIM 인증을 취득한 것으로 확인되었다. 이러한 인증은 말레이시아 시장에서 제품의 신뢰성과 품질을 보장하는 중요한 역할을 한다.

인증명	SIRIM 인증	인증로고	
발행·검사기관	말레이시아 표준산업연구원 (SIRIM, Standards and Industrial Research Institute of Malaysia)	필수 여부	선택(권장)
목적	제품 품질 및 안전이 입증 제품만 말레이시아 내에서 유통될 수 있도록 관리하기 위한 인증		
취득절차	인증 문의 → 인증 신청 → 서류 심사 → 현장실사 → 최종 보고서 작성 및 인증서 발급		
필요서류	인증 질의서(Questionnaire) 및 신청서, 관계 당국의 승인 문서, 상표 및 제품명에 관한 승인서, 제조업체 정보		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

5.4 | 비관세장벽 이슈

[기타]

말레이시아 내 모든 항구로 수입 시, 새로운 요금 부과

2023년 5월 1일부터 말레이시아의 모든 항구로 수입 시에 부과되는 새로운 요금 제도가 신설되었다. AMI 운송 문서 수정 수수료는 선하증권/운송 문서의 일부 수정 요청시에 부과되며 허가승인 제출 및 청구서당 200MYR 이상의 관세청 부과 벌금(해당되는 경우에만)이 부과된다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97854&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

식품규정 1985[P.U.(A) 437/1985]의 알코올 관련 규정 수정 예고

알코올 음료의 알코올 성분, 다른 성분 첨가, 식품 첨가제 사용 및 라벨링 필요사항 규정이 수정되었다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96632&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

6.1 | 보고서 소개

말레이시아 식품시장은 2022년 약 539억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 6.8% 증가했다.

말레이시아의 식품 수입액은 약 228억 달러로, 인도네시아·중국·태국 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 25위를 차지했다. 주요 수입품은 ①팜유 기타 ②코코아두 ③조제식품으로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 2억 달러로 전년 대비 3.0% 감소했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②조제식품 기타 ③동식물성 유지 기타이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 98%, 온라인 유통채널은 2%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①99 SpeedMart ②Lotus ③Econsave, 온라인 유통채널의 경우 ①Shopee Marketplace ②Lazada Marketplace ③Lazada로 나타났다.

그래프로 보는 말레이시아 식품시장

