
2021 농식품 수출국가정보

말레이시아

I. 농업 및 농식품 수출입 현황

1. 농업 현황

가. 농업 규모

- 2020년 기준 농업규모 전년 대비 5.95% 증가한 1,161억 링깃(한화 약 31조 9,275억원¹⁾) 규모로 집계됨
- 동년 전체 GDP는 1조 4,152억 링깃(한화 약 389조 1,800억원)으로, 농업 부문의 GDP는 전체 GDP의 8.2%를 차지함
- 2020년 농업 고용 인구는 약 155만 명으로 집계되어 전체 산업 고용인구 (1,496만명)의 10.38% 비중을 차지함
 - 2019년 기준으로 벼 생산에 종사하는 농업인은 19만 2,664명으로 가장 많은 농업 인구가 종사하는 것으로 추정됨
 - 뒤이어 과일 생산에 종사하는 인구는 13만 4,708명, 코코넛 생산인구 6만 6,004명, 채소류 생산인구 4만 3,010명 등으로 집계됨
- 2020년 농경지 면적은 토지 전체 면적의 26.1%를 차지하는 8,571,000ha이고, 2016년부터 변동 없이 유지되고 있음
- 열대기후로 연중 고온다습해 열대작물이 주로 생산되고 있음

나. 주요 생산품목 및 규모

- 주요 생산품목으로는 쌀, 과일류 및 채소류 등이 있으며 일부 품목은 높은 자급수준을 보임
- 주 생산 작물은 쌀이나 과일류와 채소류 생산도 활발하게 이뤄지고 있음
 - 2019년 쌀 생산량은 194만 2,439톤으로 집계되며, 세계 25위에 위치함
 - 과일류 생산량은 161만 6,723톤, 두리안이 37만 7,250톤으로 가장 높으며, 뒤이어 바나나, 파인애플 등 기후 조건에 적합한 과일이 주로 생산됨
 - 채소류 중에서는 토마토가 가장 많은 물량이 생산되며 겨자, 오이 등 순으로 높은 생산량을 보임

1) 주1 : 본 보고서의 금액은 1 링깃 = 275 원 또는 1 달러 = 1,170 원 환율(매매기준율)로 환산됨

- 기타 작물로는 옥수수, 고구마, 카사바 품목이 활발하게 생산되고 있는 것으로 나타남

< 주요 생산 품목 및 규모(2015~2019) >

(단위 : 톤)

구분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
벼	계	2,741,404	2,739,606	2,570,513	2,639,916	2,912,203
	쌀	1,747,407	1,766,115	1,656,302	1,700,231	1,942,439
과일류	계	1,768,722	1,664,793	1,492,601	1,540,401	1,616,723
	파인애플	452,021	391,714	340,722	322,460	299,912
	두리안	368,271	302,646	210,874	341,332	377,250
	바나나	315,500	309,508	350,493	330,957	322,732
채소류	계	1,373,086	1,195,647	1,003,536	997,745	1,286,212
	토마토	165,177	242,946	188,185	199,422	176,505
	겨자	216,353	224,126	142,764	128,742	133,540
	오이	100,817	97,621	88,492	85,134	103,359
기타 작물	계	227,462	219,067	217,848	215,088	234,911
	옥수수	62,460	64,867	72,561	68,907	53,773
	고구마	50,607	43,212	41,245	52,225	56,323
	카사바	67,713	61,161	44,229	34,997	42,267

* 출처 : 말레이시아 농림부, 「Crop Statistics」 (2019), FAO, Knoema, Statista

- 모작기간 기준으로 계산할 시 2020-2021년 모작 쌀 총 생산량은 2019-2020년 모작 대비 1.37% 감소한 1.8백만톤이며, 옥수수 총 생산량은 2019-2020년 모작 대비 3.45% 증가한 6만톤에 달함
- 말레이시아 반도에 가장 보편적으로 재배되는 팜 작물은 2020-2021년에 유지 추출용 팜핵 4.1백만톤이 수확되었으며, 2019-2020년 모작 대비 8.34% 감소

< 모작별 규모(2019~2021) >

(단위 : 톤, %)

구분	2019/2020	2020/2021	증감률
쌀	1,825,000	1,800,000	△1.37
옥수수	58,000	60,000	3.45
커피(그린)	114,000	120,000	5.26
팜핵(유지 추출용)	4,746,000	4,350,000	△8.34
대두	433,000	472,000	9.01

* 출처 : 미국 농무부(USDA)

- 2021년 쌀 총 생산량은 1,983,330톤에 달할 것이 전망되며, 2025년까지 연평균 1.51% 증가할 것으로 예상됨
- 2021년 옥수수과 근채류의 생산량(추정)은 각각 72,230톤, 40,610톤이며, 2025년까지 연평균 각각 1.65%, 2.05% 증가할 것으로 예상됨

< 주요 식량작물 및 예상규모(2021~2025) >

(단위 : 천 톤)

구분	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
쌀	1,956.28	1,985.33	2,014.20	2,045.55	2,077.42
옥수수	72.23	73.39	74.65	75.86	77.11
근채류	40.61	41.34	41.97	42.67	44.04

* 출처 : OECD

- 2019년 과일류와 채소류의 자급률은 각각 79.0%, 45.0%로 추정됨
 - 과일류의 자급률은 2017년 이후 3년간 꾸준히 상승하였으나 채소류의 2019년 자급률은 2017년보다 소폭 하락한 것으로 나타남
 - 과일류 중에서는 수박 자급률이 161.3%로 가장 높게 나타났으며 채소류 및 기타 농산물 중에서는 각각 토마토(131.2%), 사탕수수(207.2%)가 높은 자급률을 보임
- 축산물 중에서는 난(卵)류의 자급 수준이 113.6%로 가장 높게 나타남

< 연도별 자급률(2017~2019) >

(단위 : %)

구분	2017	2018	2019
과일류	77.5	78.4	79.0
채소류	46.6	44.6	45.0

* 출처 : 말레이시아 농림부, 「Crop Statistics」 (2019)

〈 농축산물 품목별 자급률 현황(2019) 〉

(단위 : %)

구분		품목명	자급률	품목명	자급률
농산물	과일류	수박	161.3	파파야	153.1
		스타프루트	132.8	랑삿	112.8
		잭프루트	110.5	단옥수수	106.3
		망고스틴	105.8	파인애플	105.2
		두리나	105.2	람부탄	101.2
		구아바	100.0	바나나	98.7
		코코넛	68.2	망고	32.1
	채소류	토마토	131.2	가지	119.3
		시금치	112.6	상추	112.5
		오이	110.8	통빈	107.0
		오크라	104.4	겨자	98.9
		둥근 양배추	36.2	고추	30.8
	기타	사탕수수	207.2	카사바	100.1
		라임	96.7	고구마	81.7
		생강	16.2	쌀(2018)	69.0
축산물		알류	113.6	가금육	98.2
		돼지고기	93.2	우유	59.3
		쇠고기	23.7	양고기	12.1

* 출처 : 말레이시아 통계청(www.dosm.gov.my)

2. 수출입현황

가. 농식품 수출입규모

□ 2020 말레이시아의 농식품 수출액은 약 212억 2,703만불(한화 약 24조 8,356억원)로 전년 대비 6.97% 증가함

○ 주요 수출국은 중국(12.68%), 싱가포르(10.54%), 인도(8.62%)이며, 한국으로의 수출비중은 1.9%로 집계

- 중국으로의 수출은 전년 대비 22.41% 증가한 26억 9,166만불(한화 약 3조 1,492억원)로 집계되며 2018년 이후 지속 상승세를 보이고 있음
- 對싱가포르 수출액은 전년 대비 0.5% 감소한 약 22억 3,797만불(한화 약 2조 6,184억원), 對인도 수출액은 전년 대비 20.78% 감소한 18억 2,921만불(한화 약 2조 1,402억원)로 집계됨
- 한국으로의 농식품 수출액은 4억 360만 2,000불(한화 약 4,722억 1,434만원)로 집계되며 전년 대비 12.85%의 증가 폭을 보임

〈 국가별 농식품 수출현황(2016~2020) 〉

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
전체	20,482,758	21,192,420	20,019,699	19,843,620	21,227,027	100.00	6.97	0.90
1 중국	2,059,561	1,967,448	1,936,773	2,198,833	2,691,661	12.68	22.41	6.92
2 싱가포르	2,109,560	2,037,371	2,117,636	2,249,258	2,237,972	10.54	△0.50	1.49
3 인도	1,859,395	1,435,333	1,416,260	2,309,156	1,829,206	8.62	△20.78	△0.41
4 네덜란드	965,851	1,005,480	901,583	719,881	1,178,101	5.55	63.65	5.09
5 미국	775,414	774,408	700,977	732,323	830,141	3.91	13.36	1.72
6 필리핀	801,180	916,801	842,313	735,680	828,116	3.90	12.56	0.83
7 일본	772,463	808,875	735,362	769,447	743,028	3.50	△3.43	△0.97
8 파키스탄	640,314	674,770	715,948	641,818	695,170	3.27	8.31	2.08
9 터키	572,684	664,356	582,241	591,933	635,103	2.99	7.29	2.62
10 베트남	763,622	828,658	713,294	672,124	587,803	2.77	△12.55	△6.33
...								
14 한국	377,612	411,828	377,230	357,637	403,602	1.90	12.85	1.68

* 출처 : Global Trade Atlas

○ 말레이시아 주요 수출 품목은 유지류 및 지방성 식품임

- ‘기타 팜유’와 ‘팜유 조유’ 등을 포함한 팜유류는 전년 대비 지속 증가하였으며 전체 수출액의 47.22% 비중을 차지함. 이 중에 ‘팜유 조유’는 전년 대비 큰 증가 폭(51.96%)을 보임
- ‘식물성 유지’ 또한 7.74%의 비중을 차지하며 유지류 품목이 수출 상위권에 위치
- ‘기타 조제식료품’은 전년 대비 0.64% 증가, ‘코코아버터’는 2.2% 감소

- 이 외 ‘기타 맥아추출물’, ‘조유’, ‘기타 유지’ 수입

〈 품목별 농식품 수출현황(2016~2020) 〉

(단위 : 천 달러, %)

구분		2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
전체		20,482,758	21,192,420	20,019,699	19,843,620	21,227,027	100.00	6.97	0.90
1	기타 팜유 (151190)	6,745,331	7,835,231	6,745,797	6,653,504	6,857,318	32.30	3.06	0.05
2	팜유 조유 (151110)	2,346,285	1,877,985	1,954,636	1,944,965	2,955,489	13.92	51.96	0.90
3	식물성 유지 (151620)	1,731,837	1,927,572	1,656,293	1,497,392	1,643,634	7.74	9.77	△0.41
4	기타 조제식료품 (210690)	635,888	612,013	645,665	676,064	680,377	3.21	0.64	5.94
5	코코아버터 (180400)	501,418	377,629	390,851	613,186	599,725	2.83	△2.20	1.30
6	기타 맥아추출물 (190190)	394,726	475,435	445,924	511,258	512,981	2.42	0.34	1.70
7	조유 (151321)	346,365	375,059	331,336	219,087	368,310	1.74	68.11	4.58
8	기타 유지 (151800)	45,132	82,947	128,038	202,837	357,030	1.68	76.02	6.77
9	기타 마가린 (151790)	296,672	386,978	351,568	385,088	352,333	1.66	△8.51	1.55
10	기타 정제유 (151329)	472,928	480,209	330,721	229,976	339,788	1.60	47.75	△67.71

* 주 : HS CODE 6단위를 기준으로 함

* 출처 : Global Trade Atlas

□ 2020년 농식품 수입액은 약 158억 6,664만불(한화 약 18조 5,640억원)로
전년대비 6.91% 증가함

○ 주요 수입국으로는 인도네시아(12.76%), 중국(12.04%), 아르헨티나
(7.69%)이며, 한국산 농식품 수입액 비중은 0.76%에 불과

- 최대 수입국인 인도네시아산 수입액은 20억 2,498만불(한화 약 2조
3,692억원)임

- 중국산 농식품 수입액 최근 5년간 연평균 5.56% 증가세로, 19억 975만불(한화 약 2조 2,344억원) 규모 수입
- 아르헨티나산 수입액은 전년 대비 11.7%가 증가한 약 12억 1,982만불(한화 약 1조 4,271억 8,940만원)로 집계됨
- 한국산 농식품 수입액은 약 1억 2,112만불(한화 약 1,417억 1,040만원)로 전년대비 21.51% 증가하였으며, 2016년 이후 5년간 연평균 9.38% 증가세를 보임

〈 국가별 농식품 수입현황(2016~2020) 〉

(단위 : 천 달러, %)

구분		2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)	전년비('19/'20)	연평균('16/'20)
전체		13,891,457	14,504,042	15,140,540	14,841,119	15,866,637	100.0	△6.9	△3.4
1	인도네시아	1,667,145	1,763,104	1,877,992	1,717,562	2,024,975	12.8	△17.9	△5.0
2	중국	1,537,849	1,485,429	1,593,801	1,689,580	1,909,746	12.0	△13.0	△5.6
3	아르헨티나	1,003,487	1,138,639	1,172,677	1,092,035	1,219,818	7.7	△11.7	△5.0
4	인도	859,280	850,824	863,642	869,494	1,161,238	7.3	△33.6	△7.8
5	미국	820,441	972,931	972,222	1,113,246	1,047,586	6.6	△5.9	△6.3
6	태국	1,023,984	1,063,438	1,331,715	1,188,054	980,649	6.2	▽17.5	△1.1
7	호주	954,409	934,467	939,760	827,131	826,126	5.2	△0.1	△3.5
8	브라질	1,081,605	1,184,222	841,712	539,017	797,071	5.0	△47.9	△7.4
9	뉴질랜드	535,028	642,732	628,664	613,818	587,948	3.7	△4.2	△2.4
10	싱가포르	563,188	551,600	616,578	572,025	554,917	3.5	△3.0	△0.4
...		...							
24	한국	84,627	105,349	105,511	99,683	121,123	0.8	△21.5	△9.4

* 출처 : Global Trade Atlas

○ 주요 수입품은 ‘코코아두’, ‘기타 조제식료품’ 등임

- ‘코코아두 수입액’은 2020년 약 9억 7,302만불(한화 약 1조 1,384억원)로 집계되며, 코코아버터, 코코아가루 등으로 재가공하여 수출하기 위해 코코아두를 수입하는 것으로 추정됨
- ‘기타 조제식료품’은 전년 대비 8.49% 증가한 약 7억 4,926만불(한화 약 8,766억원), ‘기타 사탕수수당’ 수입액은 전년 대비 26.72% 증가한 약 7억 1,910만불(한화 약 8,413억원) 수입
- ‘쌀(정미)’ 수입액 전년 대비 28.53% 증가, 이 외에도 빼 없는 냉동우육, 기타 옥수수, 팜유 조유, 밀크와 크림 등을 수입하고 있음

〈 품목별 농식품 수입현황(2016~2020) 〉

(단위 : 천 달러, %)

구분		2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
전체		13,891,457	14,504,042	15,140,540	14,841,119	15,866,637	100.0	6.9	3.4
1	코코아두 (180100)	657,356	695,146	791,812	828,222	973,017	6.1	17.5	10.3
2	기타 조제식료품 (210690)	640,508	594,149	651,825	690,617	749,257	4.7	8.5	4.0
3	기타 사탕수수당 (170114)	792,249	886,883	683,727	567,469	719,101	4.5	26.7	△2.4
4	쌀(정미) (100630)	375,789	346,429	404,340	450,083	578,479	3.7	28.5	11.4
5	빼 없는 냉동우육 (020230)	442,919	468,233	462,854	417,846	467,432	3.0	11.9	△1.4
6	기타 옥수수 (100590)	422,115	531,829	546,030	477,094	441,043	2.8	△7.6	△1.1
7	팜유 조유 (151110)	128,601	210,910	275,146	456,593	347,876	2.2	△23.8	28.3
8	밀크와 크림 (040210)	283,239	286,817	261,712	298,768	334,456	2.1	12.0	4.2
9	기타 유지 (151800)	9,755	17,471	114,892	136,560	334,434	2.1	144.9	142.0
10	기타 팜유 (151190)	197,723	189,837	177,954	92,969	319,177	2.0	243.3	12.7

* 주1 : 주요 수입 농식품 중 유박(씨꺼기), 종자 등은 제외함

* 주2 : HS CODE 6단위를 기준으로 함

* 출처 : Global Trade Atlas

나. 한국 농식품 수출현황

□ 한국산 농식품의 對말레이시아 수출액 1억 4,317만 9,000불(한화 약 1,675억원)로 전년 대비 22.74% 감소함

- 농산물 수출액이 전체의 85.53%에 달하는 1억 2,245만 7,000달러(한화 약 1,433억원)로 집계, 전년 대비 15.34% 증가세를 기록함
- 수산물 수출액이 전체의 6.91%에 달하는 989만 9,000달러(한화 약 116억원)로 집계, 전년 대비 29.03% 증가함
- 축산물과 임산물 수출 비중은 각각 5.47%와 2.09%이며, 큰 증가 폭(각각 458.6%와 113.92%)을 보임

< 對말레이시아 한국산 농림축산식품 수출액(2016~2020) >

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)	전년비('19/'20)	연평균('16/'20)
전체	100,475	120,812	122,939	116,648	143,179	100.00	22.74	9.26
농산물	85,398	108,146	111,385	106,174	122,457	85.53	15.34	9.43
수산물	8,764	8,692	8,627	7,672	9,899	6.91	29.03	3.09
축산물	1,327	941	1,075	1,401	7,826	5.47	458.60	55.84
임산물	4,986	3,033	1,851	1,401	2,997	2.09	113.92	△11.95

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

□ 2018년부터 현재까지 對말레이시아 수출 품목은 큰 변동 없이 유지되고 있음

- 2018년 이후 3년간 가장 많이 수출된 품목은 라면이며 옥수수전분, 커피조제품, 딸기 등 또한 수출 상위권을 유지하고 있음
- 2020년 말레이시아로 수출된 라면은 1,918만 5,000불(한화 약 224억원)로 집계되었으며 2019년 대비 수출 규모가 16.3% 증가하였음

- 2020년 말레이시아로 수출된 옥수수전분은 804만불(한화 약 94억원)로 집계되었으며 2019년보다 수출 규모가 감소하였음에도 여전히 2위를 차지함
- 쌀기 또한 수출액이 감소하였으나 여전히 수출상위 5위권 내에 위치하고 있음. 이외에 4위에 해당하는 비스킷도 상위 5위권에 새로 등장함
- 커피조제품은 수출 규모가 지속적으로 확대되어 2020년 수출 상위 3위에 해당함

〈 對말레이시아 한국산 수출 상위 5개 품목(2018~2020) 〉

(단위 : 천 달러)

구분	2018		2019		2020	
	품목	수출액	품목	수출액	품목	수출액
1	라면	19,655	라면	16,497	라면	19,185
2	옥수수전분	7,554	옥수수전분	9,073	옥수수전분	8,040
3	음료베이스	4,605	커피조제품	5,459	커피조제품	7,555
4	쌀기	4,572	옥수수유	4,722	비스킷	4,083
5	커피조제품	4,302	쌀기	4,659	쌀기	3,779

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

* 주 : 기타 조제식료품, 전분박 등은 제외함

Ⅱ. 농식품 시장현황

1. 시장개요

가. 시장규모 및 특성

□ 2020년 농식품 시장규모 374억 340만불(한화 약 43조 7,620억원)로 전년 대비 17.6% 증가함

- 전체 식품시장에서 신선식품의 비중은 44.97%, 가공식품은 55.03%로 구분
 - 신선식품 중에서는 육류 시장이 55억 5,450만불(한화 약 6조 4,988억원)로 가장 큰 비중(33.0%)을 차지, 뒤이어 채소류(26.6%), 과일 및 견과류(18.9%), 유제품 및 낙농품(17.6%) 순으로 나타남
 - 가공식품 시장은 스낵류의 비중이 39.3%, 베이커리 및 시리얼류 33.2%로 양분되어 있음

< 말레이시아 식품시장 규모(2016~2020) >

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)
전체	25,809.5	27,401.3	30,245.7	31,796.7	37,403.4	100.0
신선식품	11,931.90	12,769.30	13,935.70	14,623.80	16,820.2	44.97
- 육류	3,961.7	4,230.4	4,604.4	4,822.2	5,554.5	14.85
- 채소류	3,137.4	3,363.5	3,678.0	3,865.9	4,471.7	11.96
- 과일 및 견과류	2,230.4	2,390.6	2,613.6	2,746.5	3,175.8	8.49
- 유제품 및 낙농품	2,127.5	2,278.0	2,488.0	2,611.9	2,965.6	7.93
- 유지류	474.9	506.8	551.7	577.3	652.6	1.74
가공식품	13,877.6	14,632.0	16,310.0	17,172.9	20,583.2	55.03
- 스낵류	5,305.0	5,740.2	6,322.4	6,708.2	8,081.8	21.61
- 베이커리 및 시리얼류	4,407.4	4,711.0	5,136.3	5,382.5	6,827.1	18.25
- 편의식품	1,720.6	1,838.9	2,004.7	2,100.5	2,624.0	7.02
- 영유아용식품	1,321.1	1,410.7	1,536.6	1,608.8	1,551.7	4.15
- 소스 및 향신료	804.7	589.3	935.9	979.8	1,068.4	2.86
- 스프레드 및 당류	318.8	341.9	374.1	393.1	430.2	1.15

* 출처 : STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 펫푸드 시장규모 제외)

- 2025년까지 식품시장 규모가 연평균 5.11%의 성장세를 보일 것으로 전망
- 전체 식품시장 규모는 2021년에 387억 4,600만불(한화 약 45조 3,328억원), 2025년에 472억 9,960만불(한화 약 55조 3,405억원)에 달할 것으로 예상
 - 신선식품 중에서는 유제품 및 낙농품 시장 규모가 2021년에 4.5%, 2025년까지 연평균 5.37%로 증가하고, 가장 빠르게 확대될 것이 예상됨
 - 가공식품 중에서는 영유아용 식품시장 규모가 2021년에 9.3%, 2025년까지 연평균 7.05%로 증가하고, 가장 빠르게 확대될 것이 예상됨

< 말레이시아 식품시장 예상규모(2021-2025) >

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2020	2021	증감률 (‘20/’21)	2025	연평균 (‘21/’25)
전체	37,403.4	38,746	3.59	47,299.6	5.11
신선식품	16,820.2	17,500	4.04	21,385.7	5.14
- 육류	5,554.5	5,760	3.7	6,961.4	4.85
- 채소류	4,471.7	4,655	4.1	5,718.8	5.28
- 과일 및 견과류	3,175.8	3,306	4.1	4,058.4	5.26
- 유제품 및 낙농품	2,965.6	3,099	4.5	3,820.2	5.37
- 유지류	652.6	680	4.2	826.9	5.01
가공식품	20,583.2	21,246	3.22	25,913.9	5.09
- 스낵류	8,081.8	8,397	3.9	10,589.0	5.97
- 베이커리 및 시리얼류	6,827.1	6,909	1.2	8,020.6	3.80
- 편의식품	2,624.0	2,666	1.6	3,115.2	3.97
- 영유아용식품	1,551.7	1,696	9.3	2,227.3	7.05
- 소스 및 향신료	1,068.4	1,125	5.3	1,395.3	5.53
- 스프레드 및 당류	430.2	453	5.3	566.5	5.75

* 출처 : STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 펫푸드 시장규모 제외)

- 2019년 말레이시아의 42개 주요 농산물 중 24개 품목의 자급률이 100% 이상으로 집계됨
 - 자급률이 가장 높은 품목은 토마토(131.2%), 수박(161.3%), 사탕수수(207.2%), 계란 및 오리알(113.6%) 등인 반면, 고추(73.6%), 양배추(65.4%), 망고(73.5%), 생강(84.3%), 양고기(87.9%), 우육(76.6%) 등은 수입의존도가 높은 것으로 나타남
- 1인당 연평균 가장 많이 소비되는 품목은 쌀(76.5kg), 양배추(5.3kg), 코코넛(22.7kg), 두리안(10.7kg), 가금육(50.9kg), 계란 및 오리알(21.3kg) 등으로 나타남

〈 말레이시아 농산물별 자급률 · 1인당 소비량 · 수입의존도(2019) 〉

(단위 : %, kg)

구분		자급률(%)	1인당 소비량(kg)	수입의존도(%)
쌀		69.0	76.5	-
채소류	토마토	131.2	3.6	1.3
	가지	119.3	1.0	8.8
	시금치	112.6	2.1	1.1
	상추	112.5	1.3	20.7
	오이	110.8	2.8	13.2
	줄콩(long bean)	107.0	1.7	2.2
	오크라(lady' s finger)	104.4	1.6	0.7
	머스타드	98.9	4.4	6.0
	양배추	36.2	5.3	65.4
	고추	30.8	2.0	73.6
과일류	수박	161.3	2.6	6.5
	파파야	153.1	1.0	1.2
	스타프루트	132.8	0.2	0.2
	랑삿(langsat)	112.8	0.5	10.3
	잭프루트	110.5	1.5	1.0
	옥수수	106.3	1.5	5.8
	망고스틴	105.8	0.8	12.7
	파인애플	105.2	6.7	1.0
	두리안	105.2	10.7	1.8
	람부탄	101.2	1.6	1.7
	구아바	100.0	1.0	8.8
	바나나	98.7	9.5	8.5
	코코넛	68.2	22.7	32.2
	망고	32.1	1.5	73.5

기타	사탕수수	207.2	0.003	1.1
	카사바	100.1	0.1	1.2
	라임	96.7	0.6	13.4
	고구마	87.1	2.0	20.0
	생강	16.2	2.0	84.3
육류 및 낙농품	계란과 오리알	113.6	21.3	0.005
	가금육	98.2	50.9	4.2
	돈육	93.2	18.2	7.3
	우육	23.7	5.4	76.6
	양고기	12.1	1.1	87.9
	우유(신선)	59.3	2.1	43.9

* 출처 : 말레이시아 통계청(dosm.gov.my)

- 추가로 2020년 1인당 연평균 가장 많이 소비되는 품목은 쌀(64.8kg), 신선 채소류(63.6kg), 빵류(42.9kg), 과자류(34.3kg) 등임

< 말레이시아 식품 품목별 1인당 예상 지출액 및 소비량(2020) >

(단위 : kg, 달러, %)

구분	소비량	비중('20)	지출액	비중('20)
전체	412.9	100.00	1,325.23	100.00
육류	21.5	5.21	175.74	13.26
- 신선 육류	17.8	4.31	153.87	11.61
- 가공 육류	3.8	0.92	21.87	1.65
해.수산물	9.4	2.28	143.03	10.79
- 신선 물고기	3.7	0.90	80.22	6.05
- 기타 신선 해.수산물	0.9	0.22	25.44	1.92
- 가공 해.수산물	4.8	1.16	37.36	2.82
채소류	75.5	18.29	142.04	10.72
- 신선 채소류	63.6	15.40	121.46	9.17
- 가공 또는 냉동 채소류	11.9	2.88	20.58	1.55
과일 및 견과류	31.3	7.58	100.86	7.61
- 신선 과일	28.8	6.98	90.77	6.85
- 가공 과일 또는 냉동 과일	1.6	0.39	5.10	0.38
- 견과류	1.0	0.24	4.99	0.38
유제품 및 낙농품	34.4	8.33	94.54	7.13
- 우유	23.7	5.74	43.33	3.27
- 요구르트	0.7	0.17	1.29	0.10
- 치즈	0.6	0.15	9.89	0.75
- 난류	5.2	1.26	14.82	1.12
- 기타	4.3	1.04	25.22	1.90

유지류	3.7	0.90	20.76	1.57
- 버터	0.2	0.05	1.52	0.11
- 마가린	0.4	0.10	1.75	0.13
- 식용유	1.4	0.34	7.18	0.54
- 기타 유지류	1.7	0.41	10.32	0.78
스낵류	50.5	12.23	256.20	19.33
- 과자류	34.3	8.31	168.32	12.70
- 스낵류	16.1	3.90	87.88	6.63
베이커리 및 시리얼류	140.2	33.95	210.80	15.91
- 빵류	42.9	10.39	72.14	5.44
- 파스타	12.0	2.91	21.09	1.59
- 쌀	64.8	15.69	74.54	5.62
- 아침식사대용 시리얼	1.5	0.36	5.16	0.39
- 기타 시리얼 조제품	18.9	4.58	37.87	2.86
편의식품	20.1	4.87	81.34	6.14
- Ready-to-eat Meals	12.6	3.05	54.07	4.08
- 스프	7.5	1.82	27.27	2.06
영유아용식품	8.9	2.16	51.76	3.91
소스 및 향신료	12.1	2.93	34.34	2.59
- 토마토 케찹	2.6	0.63	4.37	0.33
- 기타 소스	9.4	2.28	27.37	2.07
- 향신료 및 요리용 허브	0.1	0.02	2.60	0.20
스프레드 및 당류	5.2	1.26	13.82	1.04
- 스프레드	2.8	0.68	8.26	0.62
- 당류	2.4	0.58	5.55	0.42

* 출처 : STATISTA (펫푸드 제외)

나. 소비인구 및 특성

- 2020년 인구수는 3,236만 5,998명으로 젊은 세대의 비중이 높은 것이 특징임
 - 40대 미만의 인구 비중이 전체의 67%를 차지할 정도로 젊은 세대의 비중이 높음
 - 19세 이하 연령층의 비중이 31.7%로 가장 높고, 뒤이어 2~30대(35.3%), 4~50대(22%), 60대 이상(11%) 순으로 나타남
 - 2020년 중위연령은 30.3세로, 인구의 대부분이 청년층으로 구성되어 있음
 - 남성과 여성의 비중이 비교적 균등한 편으로, 남성의 비중은 51.4%에 해당하는 1,663만 813명으로 집계되었고, 여성은 1,573만 5,185명으로 48.6% 차지

□ 2019년 월평균 가구당 소득 7,901링깃(한화 약 217만원)으로 집계되었으며, 월평균 가구당 지출액은 4,354링깃(한화 약 120만원)으로 나타남

- 월평균 지출액에서 식음료 부분의 비중은 17.3%로 집계, 주택·수도·전기·가스 및 기타 연료 지출액(23.6%) 다음으로 높은 수준을 보임
 - 식품 및 음료(무알코올) 부분의 월평균 지출액 783링깃(한화 약 21만 5,325원)으로, 육류와 베이커리 및 시리얼류의 비중이 높음
 - 월평균 육류 소비액 109링깃(한화 약 2만 9,975원)으로 전체 식품군 중 가장 높은 지출을 보이고 있으며, 뒤이어 베이커리류 및 시리얼류 소비액 108링깃(한화 약 2만 9,700원)으로 집계됨
 - 이 외에도 채소류 86링깃(한화 약 2만 3,650원), 유제품 및 낙농품 64링깃(한화 약 1만 7,600원)을 지출하는 것으로 나타남
- 2020년 월평균 가구당 소득은 7,089링깃(한화 약 195만 원)으로 집계되었으며, 코로나19 영향 때문에 2019년 대비 10.3% 감소하였음

〈 말레이시아 식품군별 소비액(2019) 〉

(단위 : 링깃, %)

구분	월평균 가구당 소비액	비중	민족별 가구 지출액		
			중국계	인도계	기타
식품 및 음료(무알코올)	783	17.3	816	750	722
- 쌀	42	0.9	41	38	57
- 베이커리류 및 시리얼류	108	2.4	108	104	106
- 육류	109	2.4	119	80	107
- 유제품 및 낙농품	64	1.4	63	65	57
- 유지방	24	0.5	27	28	20
- 과일	53	1.2	61	50	41
- 채소	86	1.9	90	91	73
- 당류, 스낵류, 잼, 초콜릿 등	25	0.6	26	25	21
- 기타 식품	55	1.2	58	59	45
- 커피, 차, 코코아 및 무알코올 음료	48	1.1	53	46	52
주류 및 껌	108	2.3	178	134	59

* 출처 : 말레이시아 통계청(dosm.gov.my)

2. 소비트렌드

□ 식물기반 식품(Plant-based food) 또는 육류가 없는 식품(Meat-free food) 추세가 확대되고 있음

- 코로나19 영향 때문에 야외 활동 및 운동을 진행하기 어려움에 따라, 말레이시아 소비자들은 건강, 체중, 몸매관리를 위한 식물성 식품을 선호
 - Herbalife Nutrition의 설문조사 결과에 따르면, 말레이시아 응답자 중 61%가 과일, 채소, 식물기반 식품 소비를 증가시키고 육류소비는 감소시킬 것이라고 답함
 - 특히, 말레이시아 KFC가 이러한 추세를 고려하여 “Zero chicken burger”를 출시하였고, 1달여 내 1백만 개가 판매됨
 - 말레이시아인들이 선호하는 식물제품은 단백질이 풍부한 대두, 견과류, 씨앗, 콩, 버섯 등임
 - 전 세계 1위 식품 제조사인 Nestlé사는 2021년 4월 7일 말레이시아 Shah Alam시에 식물기반 식품 생산 전용 공장을 신설하였음. 이 공장은 Harvest Gourmet 브랜드로 식물성 단백질을 함유하는 식품을 생산하고 아시아 시장에 판매될 것이며 유명한 초콜릿맥아 음료인 Milo의 유류 무첨가 버전도 출시할 것으로 알려짐

< 식물기반 식품 예시 >



* 출처 : New Straits Times (nst.com.my), Harvest Gourmet 홈페이지

□ 기후변화에 대한 심각성이 대두되면서 Low-waste 또는 Zero-waste 식품을 선택하고 있음

- 코로나19 이후 사회적 거리두기로 인하여 식품 배달 서비스가 지속 성장하면서 폐기되는 포장재의 양도 덩달아 많아짐. 이에 포장재에 대한 폐기율이 낮거나 재활용이 가능한 제품을 선호하는 경향이 높아짐
- 지역사회 및 지방자치부 장관인 Datuk Seri Dr Ismail Abd Muttalib가 '21.5.4일에 음식물 폐기물을 감소시키기 위해 유통기한 마감 식품 우선 구매 등 다양한 방법을 말레이시아 시민들에게 권함
- 이러한 추세를 바탕으로 현지 소비자들이 직접 가정에서 음식을 담을 용기 등을 가져오거나 재활용이 가능한 포장재만 구입할 수 있는 친환경 매장이 지속 증가하고 있음

< Zero-waste >

* 출처 : TheStar.com.my



< Zero-waste 식료품 매장 >

* 출처 : iProperty.com.my



□ DIY쿠킹키트 등 즉석식품 인기 상승

- 코로나19 영향에 따른 식당 등의 일시 중단으로 인해 수많은 식당 및 식품 기업들이 가정 내에서 간편하게 섭취할 수 있게 간편 쿠킹키트를 제작하여 판매하고 있으며 쿠킹키트의 경우 소비자가 식당에서 먹는 음식을 간편하게 집에서 만들어 먹을 수 있는 장점으로 인해 큰 호응을 얻음

< 말레이시아에서 인기 있는 DIY 키트 >



* 출처 : Vulcanpost.com

3. 유통현황

가. 유통현황 및 구조

- 식품 유통은 주로 오프라인 유통(98.45%)을 통해 이루어지며 온라인 유통 채널이 차지하는 비중(1.55%)은 매우 미미한 수준
- 2020년 오프라인 식품시장 규모 710억 7,790만 링깃(한화 약 19조 5,464억 원)으로 최근 5년간 연평균 1.97%, 전년 대비 2.55% 증가함
 - 이 중 현대식 유통채널이 차지하는 비중은 46.95%로 절반 수준이며 최근 5년간 1.69% 성장함
 - 하이퍼마켓(19.20%)과 슈퍼마켓(12.27%)의 매출액이 2016년부터 4년간 계속 감소 추세를 보였으나, 2020년에 증가함. 하이퍼마켓은 전년 대비 1.32%만 증가하고, 최근 5년간 연평균 2.55% 감소세를 보임. 슈퍼마켓은 전년 대비 7.24%, 최근 5년간 연평균 0.21% 증가함
 - 편의점, 기타소매점, 할인점의 매출액은 증가세를 보이는데, 최근 5년간 연평균 증가율은 각각 11.9%, 4.84%, 9.96%임. 이 중에 기타 소매점은 2019년 대비 7.91% 감소함
 - 전통식 유통채널은 동년 오프라인 유통 매출액의 53.05%를 차지하며 현대식 채널보다 성장률(최근 5년간 연평균 2.22% 성장)이 높은 편

< 말레이시아 오프라인 식품시장 규모(2016~2020) >

(단위 : 100만 링깃, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
합계	65,743.8	66,205.0	67,231.5	69,311.7	71,077.9	100.00	2.55	1.97
현대식 유통채널	31,208.7	31,445.2	31,362.4	32,179.5	33,373.8	46.95	3.71	1.69
- 하이퍼마켓	15,132.3	14,863.3	13,922.1	13,466.4	13,644.5	19.20	1.32	△2.55
- 슈퍼마켓	8,648.3	8,458.2	8,281.2	8,131.6	8,720.3	12.27	7.24	0.21
- 편의점	5,473.8	6,231.3	7,141.6	8,024.8	8,582.0	12.07	6.94	11.90
- 기타 소매점	1,695.5	1,731.8	1,968.1	2,224.5	2,048.5	2.88	△7.91	4.84
- 할인점	258.8	160.7	49.4	332.3	378.4	0.53	13.87	9.96
전통식 유통채널	34,535.0	34,759.9	35,869.1	37,132.2	37,704.1	53.05	1.54	2.22

* 출처 : Euromonitor

- 온라인 식품시장 규모 11억 1,780만 링깃(한화 약 3,074억원)으로 최근 5년간 31.66%, 전년 대비 71.0%의 매우 높은 증가세를 보임
 - 전자상거래 채널은 2020년 기준 최근 5년간 연평균 31.66%, 전년 대비 71.0%의 가파른 성장률을 보임

< 말레이시아 온라인 식품시장 규모(2016~2020) >

(단위 : 100만 링깃, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
전자상거래	372.0	442.7	534.3	653.7	1,117.8	71.00	31.66

* 출처 : Euromonitor

□ 향후 5년 동안 주요 유통채널의 식품 시장규모는 연평균 5.41% 증가할 것이 전망됨

- 온·오프라인 식품 시장규모는 계속 증가할 것으로 전망되며, 오프라인 시장 규모는 온라인 시장규모보다 아직 압도적으로 높을 것으로 예상함
 - 이 중에 편의점, 전자상거래의 2025년 매출액은 2020년 매출액에 비해 2배, 할인점의 2025년 매출액은 2020년 매출액에 비해 4배 정도 증가 예상

< 말레이시아 2021-2025년 온·오프라인 식품시장 규모 확대 (예상) >

(단위 : 100만 링깃, %)

구분	2021	2022	2023	2024	2025	비중 (’25)	연평균 (’21/’25)
합계	76,042.6	79,734.8	84,017.4	88,793.0	93,896.1	100.0	5.41
오프라인	74,737.2	78,226.8	82,305.2	86,888.8	91,788.1	97.75	5.27
현대식 유통채널	34,519.6	36,373.6	38,687.0	41,462.7	44,528.0	47.42	6.57
-- 하이퍼마켓	12,874.0	12,463.1	12,311.8	12,367.8	12,439.4	13.25	△0.85
-- 편의점	9,848.5	11,336.3	12,964.4	14,751.0	16,692.2	17.78	14.10
-- 슈퍼마켓	8,971.1	9,262.6	9,577.3	9,895.7	10,219.3	10.88	3.31
-- 기타 소매점	2,257.2	2,526.7	2,848.2	3,226.1	3,672.1	3.91	12.94
-- 할인점	568.8	784.9	985.3	1,222.1	1,504.9	1.60	27.54
전통식 유통채널	40,217.6	41,853.2	43,618.2	45,426.1	47,260.1	50.33	4.12
온라인	1,305.4	1,508.0	1,712.2	1,904.2	2,108.0	2.25	12.73
전자상거래	1,305.4	1,508.0	1,712.2	1,904.2	2,108.0	2.25	12.73

* 출처 : Euromonitor

나. 주요 유통채널 현황

□ 오프라인 유통채널

- 최근 현대식 유통채널의 수가 지속적으로 증가하는 추세로, 2020년 기준 현대식 유통채널 점포수는 전년 대비 3.18%가 증가한 1만 394개로 집계
- 동년 현대식 유통채널의 매출액은 333억 7,380만 링깃(한화 약 9조 1,778 억원)으로 전년 대비 3.71% 증가함

< 말레이시아 식품시장의 현대식 유통채널 점포 수(2016~2020) >

(단위 : 개점, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
합계	7,903	8,440	9,052	10,074	10,394	3.18	7.09
하이퍼마켓	259	258	252	247	259	4.86	0.00
슈퍼마켓	1,349	1,364	1,382	1,395	1,403	0.57	0.99
편의점	3,660	4,194	4,721	5,285	5,560	5.20	11.02
할인점	190	185	52	304	314	3.29	13.38
기타 소매점	2,445	2,439	2,645	2,843	2,858	0.53	3.98

- 백화점은 2019년까지 안정적으로 계속 발전해 왔으나, 2020년 점포 수, 공간 면적, 매출액은 동시에 급격하게 감소함
- 2020년 코로나19 영향으로 관광 불가, 매장 휴업으로 백화점의 점포수가 전년 대비 6% 감소했는데 이는 2016년보다 작은 수치임
- 2020년 매출액은 전년 대비 23.26%나 감소한 101억 3,930만 링깃(한화 약 2조 7,883억원)에 불과하며, 2010년부터 최근 11년간 가장 낮은 수준임
- 매출액을 확대하고자 방문 소비자에게 할인권을 제공하는 등 다양한 방안이 시도되고 있음

< 말레이시아 백화점 채널의 규모(2016~2020) >

(단위 : 개점, 천 제곱미터, 백만 링깃, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
점포 수	198	202	206	200	188	6.00	1.29
공간 면적	1,954.6	2,018.1	2,059.1	2,012.7	1,891.9	6.00	0.81
매출액	13,488.9	12,256.6	12,871.5	13,212.3	10,139.3	23.26	6.89

(단위 : %, 100만 링깃)

매장명	AEON (AEON Group)	Mydin Wholesale Emporium (Mydin Mohamed Holdings Bhd)	The Store (Store Corp Bhd)	Parkson (Parkson Holdings Bhd)	Isetan (Isetan Mitsukoshi Holdings Bhd)
매장사진					
설립연도	1984년	1940년	1968년	1987년	2008년
점유율	27.9%	12.9%	7.3%	7.1%	3.9%
매출액 ¹⁾	2,828.9	1,308.0	740.2	719.9	395.4
매장수	28개	17개	35개	37개	3개
홈페이지	aeonretail.com.my	mydinexpress.my	tstore.com.my	parkson.com.my	imhds.co.jp

* 주1 : 매출액은 2020년 말레이시아 백화점 총 매출액과 매장별 점유율에 기반하여 추산한 값임

* 출처 : Euromonitor, 해당 업체 홈페이지

- 2019년까지 편의점 채널의 매출액은 지속적으로 증가하였으나, 2020년 매출액이 처음으로 10% 이하로 하락함

· 코로나19 감염을 피하기 위하여 오프라인 매장 방문 감소, 온라인 구매가 증가하였음

(단위 : %, 100만 링깃)

매장명	99 Speedmart (99 Speedmart Sdn Bhd)	7-Eleven (Seven & I Holdings Co Ltd)	KK Super Mart (KK Supermart Holdings Sdn Bhd)	myNEWS.com (Mynews Holdings Bhd)
매장사진				
설립연도	1987년	1984년	2001년	1996년
점유율	53.0%	25.9%	6.0%	5.1%
매출액 ¹⁾	4,548.5	2,222.7	515.1	437.7
매장수	1,955개	2,400개	486개	518개
홈페이지	99speedmart.com.my	7eleven.com.my	kkgroup.my	mynews.com.my

* 주1 : 매출액은 2020년 말레이시아 편의점 총 매출액과 매장별 점유율에 기반하여 추산한 값임

* 출처 : Euromonitor, 해당 업체 홈페이지

- 슈퍼마켓 역시 온라인 주문 서비스를 제공하는 등 편리성에 집중하는 동향을 보이며, 프리미엄 식료품점을 운영함
- 2020년 코로나19 확진자 감소를 위한 정부의 통행제한(MCO)로 인해 오프라인 매장 방문객수가 지속 감소함에도 불구하고 슈퍼마켓의 매출액은 현대식 유통채널 중 가장 높은 7.24% 증가한 수치를 기록함
- 슈퍼마켓의 경우 편의점 및 온라인 유통채널과의 경쟁을 위해 구매 과정 편의성을 높이는 방법을 택함
 - * 그 예로 AEON은 소비자가 매장을 방문하지 않고도 식품을 주문할 수 있도록 주문 서비스를 제공함
- Jaya Grocer, Village Grocer의 경우 말레이시아 시내 중심가에 위치한 장점을 토대로 기타 슈퍼마켓 또는 하이퍼마켓에서 구매할 수 없는 프리미엄 식료품 또는 수입 농산물을 진열하는 프리미엄 코너 별도 신설

(단위 : %, 100만 링깃)

매장명	Jaya Grocer (Trendcell Sdn Bhd)	Village Grocer (Village Grocer Holdings Sdn Bhd)	Mydin (Mydin Mohamed Holdings Bhd)	Giant (Dairy Farm International Holdings Ltd)
매장사진				
설립연도	2007년	2004년	1940년	1944년
점유율	13.5%	10.2%	2.5%	2.3%
매출액 ¹⁾	1,177.2	889.5	218.0	200.6
매장수	45개	21개	14개	21개
홈페이지	www.jayagrocer.com	villagegrocer.com.my	mydinexpress.my	www.giant.com.my

* 주1 : 매출액은 2020년 말레이시아 슈퍼마켓 총 매출액과 매장별 점유율에 기반하여 추산한 값임

* 출처 : Euromonitor, 해당 업체 홈페이지

- 하이퍼마켓의 매출액은 2017~2019년 3년 연속 하락세였고 2020년의 경우 전년 대비 1.3% 증가하였으나 향후 소형 유통채널과의 경쟁 심화 전망
- 말레이시아 하이퍼마켓 분야 1위인 Tesco사는 방문객 감소 대응과 소비자 관심 확대를 위해 온라인 플랫폼에 집중

(단위 : %, 100만 링깃)

매장명	Tesco (Tesco Plc)	Econsave (Econsave Cash & Carry Sdn Bhd)	Giant (Dairy Farm International Holdings Ltd)	Mydin (Mydin Mohamed Holdings Bhd)
매장사진				
설립연도	2001년	2012년	1944년	1940
점유율	20.1%	18.9%	18.7%	13.2%
매출액 ¹⁾	2,742.5	2,578.8	2,551.5	1,801.1
매장수	62개	98개	23개	27개
홈페이지	www.tesco.com.my	econsave.com.my	www.giant.com.my	mydinexpress.my

* 주1 : 매출액은 2020년 말레이시아 하이퍼마켓 총 매출액과 매장별 점유율에 기반하여 추산한 값임

* 출처 : Euromonitor, 해당 업체 홈페이지

○ 전통식 유통채널의 수는 전년도보다 감소 추세이지만, 매출액은 전년 대비 1.54% 증가함

- 2020년 기준 전통식 유통채널의 수는 전년 대비 1.01% 감소한 6만 5,965개이며, 최근 5년간 계속 감소세를 보임
- 2020년 전통식 유통채널 매출액은 377억 410만 링깃(한화 약 10조 3,686억원)에 달하며 코로나19 영향에도 불구하고 지속 발전 중에 있음
- 전통식 유통채널의 가장 큰 인기의 비결은 소비자들과의 접근성임
- 매일 신선한 식료품을 구매하고, 거주 지역 인근의 식료품점을 선호하는 특유의 소비패턴이 전통식 유통채널 매출액 성장에 견인하였다고 볼 수 있음. 특히 코로나19 이후 거주 지역 내 접촉을 최소화한 필수품 구매방식으로 인해 재래시장 등 전통식 유통채널 이용 횟수가 크게 증가하였음
- 특히, 대형유통매장, 하이퍼마켓, 백화점 등 대부분 거주 지역이 아닌 도심지역에 위치하여 있어 식료품 구매를 위해 재래시장을 방문하는 현지 소비자들이 증가한 것이 특징임
- 전통식 유통채널의 인기 판매 품목은 베이커리 관련 매장임
- 베이커리 관련 매장의 경우 아침식사를 제공하는 특징으로 인해

Lavender Bakery 또는 Patisserie 등 일본식 베이커리 또는 서양식 케이크 전문 베이커리가 대도시의 직장인들에게 큰 인기를 끌고 있음

- 코로나 증가추세에도 불구하고 Baker's Cottage사는 2020년에 기타 브랜드보다 월등히 빠른 성장을 기록하며, 매장 수를 지속적으로 증가 계획을 실행하고 있음

- 현재까지도 현대식 유통채널 및 전자상거래 플랫폼과 지속 경쟁하고 있으나 말레이시아 현지인들의 지속적인 이용으로 인해 전통식 유통 채널은 '25년까지 지속 유지 할 것으로 예상하고 있음

< 말레이시아 전통식 유통채널의 식품시장 규모(2016~2020) >

(단위 : 100만 링깃, 개점, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
매장수	67,536	67,269	67,225	66,635	65,965	1.01	0.25
매출액	34,535.0	34,759.9	35,869.1	37,132.2	37,704.1	1.54	2.22

매장명	잘란 마스지드 인디아 (Jalan Masjid India Bazaar)	코타 바루 재래시장 (Pasar Besar Siti Khadijah)
매장사진		
매장명	킹스 베이커리 (King's Confectionery)	베이커스 코티지 (Baker's Cottage)
매장사진		

* 출처 : www.tripadvisor.co.kr

□ 온라인 유통채널

- 온라인 식품시장 규모 11억 1,780만 링깃(한화 약 3,074억원)으로 최근 5년간 31.66%, 전년 대비 71.0%의 높은 증가세를 보임
 - 코로나 영향으로 사회적 거리두기로 인한 매장, 식당 휴업 때문에 많은 소비자가 온라인 플랫폼을 통해서 식음료를 구매하여 온라인 식품시장이 지속 성장 중임
 - 2020년에 온라인 판매자 수가 급격하게 증가하였음. 이는 대부분 오프라인 소매 판매자들이 온라인 플랫폼에 매장을 개설, 판매한 것임
 - 사회적 거리두기로 인해 주요 소비자층인 젊은 층을 선두로 온라인 쇼핑 구매율이 크게 확대될 것으로 예상됨
 - 소비자 유입 및 유치 확대를 위해 식품 제조업체와의 협업, 할인 프로그램 등을 지속 진행하는 추세
 - 편의성, 상품의 다양성 등의 요인으로 향후 높은 성장세를 유지할 전망임
 - Shopee는 Nestlé社와 협업하여 채널 내 판매되는 식품을 다양화하고, 적립금제도인 Shopee Coins를 도입하여 로열티 프로그램을 운영함
 - 외식을 선호하는 말레이시아인들의 상황에 맞추어 식당과 비슷한 맛을 구현해내는 가공식품을 구매율이 크게 증가함

(단위 : %, 100만 링깃)

채널명	Alibaba (Alibaba Group Holding Ltd)	Shopee (Sea Ltd)	Lazada (Alibaba Group Holding Ltd)	Lelong.my (Interbase Resources Sdn Bhd)
매장사진				
설립연도	1999년	2015년	2012년	1998년
점유율	26.7%	18.9%	4.3%	2.3%
매출액 ¹⁾	4,410.6	3,122.1	710.3	379.9
홈페이지	malaysia.alibaba.com	www.shopee.com.my	www.lazada.com.my	www.lelong.com.my

* 주1 : 매출액은 2020년 말레이시아 전자상거래 총 매출액과 매장별 점유율에 기반하여 추산한 값임

* 출처 : Euromonitor, 해당 업체 홈페이지

○ 2020년 홈쇼핑 식품 시장규모에 대한 공식통계는 존재하지 않으나, 타 시청채널 대비 시청률이 높지 않은 것으로 추정됨

- 말레이시아 내 홈쇼핑에 대한 인지도는 높지 않으나 코로나19로 인해 가정 내 체류시간이 증가하면서 TV를 시청하는 시간이 상승하였고 이에 홈쇼핑채널을 이용하는 고객들이 많아져 홈쇼핑 채널 총 매출액이 증가세를 띄고 있음
- 이에 최근 홈쇼핑채널에서는 영향력 있는 주요 인플루언서를 활용한 마케팅 및 다양한 민족을 고려한 다중언어 사용, 시청률이 높은 방송 시간대 책정 등을 통해 매출 확보에 전념 하고 있음
- CJ에서 운영하는 Wow Shop의 경우 소비자들의 시간별 행동을 고려하여 방송시간 및 채널을 구성하였으며 ASTRO Gs Shop의 경우 홈쇼핑내 홍보중인 제품 구매 시 자사 홈페이지와 연동하여 브랜드 인지도 확보와 상품의 접근성을 높임
- 일반적으로 홈쇼핑에서 판매하고 있는 제품으로는 가전용품이 가장 많으며 바이러스 억제를 위한 티슈 및 위생용품도 선호도가 높음. 현재까지는 홈쇼핑에 대한 인지도 부재로 인해 구매율은 높지 않으나 동일한 제품에 대한 가격적인 측면에서 오프라인 매장보다 저렴하기에 구매자 유치에 대한 가능성은 높은 채널임

말레이시아 홈쇼핑채널 규모(2016~2020)

(단위 : 100만 링깃, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
홈쇼핑	345.3	371.3	428.9	464.9	511.9	10.11	10.34

* 출처 : Euromonitor, 전체 품목 포함

매장명	CJ Wow Shop (MP CJ ENM Sdn Bhd)	Go Shop (Astro GS Shop Sdn Bhd)
매장사진		
		
설립연도	2016년	2014년
점유율	50.0%	39.8%
매출액 ¹⁾	256.0	203.7
홈페이지	www.wowshop.com.my	www.goshop.com.my

* 주1 : 매출액은 2020년 말레이시아 전자상거래 총 매출액과 매장별 점유율에 기반하여 추산한 값임

* 출처 : Euromonitor, 해당 업체 홈페이지

Ⅲ. 농식품 정책 및 제도

1. 농식품 관련 정책

- 말레이시아 정부가 「할랄산업 마스터플랜 2030」을 수립하여 자국을 할랄 R&D 및 혁신센터로 자리매김하도록 해 선진국 진입에 중요한 역할을 수행하고자 함
 - 「기본 표준법(Standards of Malaysia Act 1996)」에 따라 국가표준부(Department of Standards Malaysia)에서 할랄 제품에 대한 국가인증 기준을 정하고 있으며, 실제 인증업무는 이슬람개발부(Department of Islamic Development, JAKIM)에서 전담함
 - 2030년까지 할랄 제품 및 서비스 생산 및 교역의 ‘글로벌 허브’로 성장한다는 목표 하에 할랄 산업을 정부의 핵심 산업으로 선정하여 국가 차원에서 전략적으로 육성하였음
 - 4단계 마스터플랜을 통해 2030년까지 글로벌 할랄 시장을 5조 5,000억불(한화 약 6,435조원) 규모로 성장하도록 하고, 할랄 산업을 경쟁력 있는 산업으로 키우는 것을 목표로 함

< 말레이시아 할랄 산업 마스터플랜 2030 >

단계	목표 내용
1단계	2010년까지 할랄 산업의 글로벌 리더로서 자리매김을 목표
2단계	2015년까지 할랄 비즈니스의 중심 역할 목표
3단계	2020년까지 할랄 시장의 범위를 확대하고 글로벌 할랄 허브 구축을 목표
4단계	2030년까지 글로벌 할랄 시장 5조 5,000억 달러 규모 확대

- 「제12차 말레이시아 계획(The 12th Malaysia Plan)2021-2025」을 통해 농식품 분야의 발전과 식량안보강화를 목표로하고 있음
 - 식량안보의 중요성과 농업 근대화 필요성이 대두되면서 지속가능한 식량안보 정책을 수립하기 위해 식량안보위원회가 설립됨

- 자국의 농업 분야를 재건하기 위해 스마트 농업을 개발하고 수입식품 의존도를 축소시키는데 목적을 두고 있음
- 특히 ICT를 활용한 스마트팜을 구축하여 안정적인 식량 생산을 확보하고 공급망을 형성하는 방안을 마련하겠다는 지침임

□ 2020년 7월 식품 법규 체계를 정비하고 국제적 식품 법규의 조화를 위해 보건부는 「식품 조례(P.U. A) 209/2020)」 수정안을 발표함

- 해당 조례 내용은 식품 조례 내용을 10년 만에 대대적으로 개선한 것으로 주로 식품 라벨, 식품첨가제, 잔류농약 관련 수정 사항을 포함하였음
- 식품 명칭에는 식품 속성과 물리적 특성이 포함되어야 함
- 식품첨가제 표시방식을 변경하였으며, 식품첨가제 명칭과 INS 번호도 표시해야 함
- 소포장 식품의 라벨 표시 요건을 규정하였으며, 포장 규격에 따른 라벨링 면제 요건이 포함됨
- 라벨링에 ‘organic’, ‘biological’, ‘ecological’, ‘biodynamic’ 또는 기타 유사 단어는 표시를 금지한다고 규정함

식품 조례 P.U. (A) 209/2020 변경 내용

항목	기존 규정	개정안 내용
식품 명칭	식품명은 일반 식품 명칭 또는 주요 성분의 일반 명칭을 사용할 수 있음	식품 명칭과 관련된 문구를 식품 명칭에 가까운 위치에 추가하여, 식품의 속성과 물리적 특징을 설명하도록 규정함
식품첨가제 표시 방식	식품첨가제가 함유된 경우 함유된 식품첨가제를 “contains permitted”로 표시함	라벨에 관련 식품첨가제의 기능과 유형을 표시하고, 괄호로 식품첨가제의 명칭 또는 INS 번호를 표시해야 함
라벨링 면제요건	처음으로 소포장 식품의 라벨 표시 요건을 규정함 • 유지(油脂) 표시와 식품첨가제 표시는 최대 면적이 10cm ² 미만인 포장에는 적용하지 않도록 함	
라벨링 금지문구		• organic, biological, ecological, biodynamic 또는 기타 같은 의미를 지닌 단어나 표현은 표시를 금지함 • 어떠한 식품 라벨에도 special dietary 문구나 유사의미의 문구를 금지함 • 식품라벨에 wholegrain 또는 wholemeal 문구를 표시하는 경우 - 100% 통밀 또는 통밀의 소맥분, 밀가루, 쌀 또는 곡물 - 60% 이상의 통밀 또는 통밀식빵 - 기타 제품 중 25% 또는 8g 이상의 통밀 또는 통밀이 함유된 경우

2. 수입제도

가. 통관제도

□ 통관 관련 담당 기관은 재무부 산하 기관인 관세청(Royal Customs Department)에서 관세제도를 담당하고 있음

- 관세청에서는 수입 통관 및 관세 징수 등 법률 집행 업무를 담당하며, 관세청의 상위기관인 재무부는 집행을 위한 정책 수립 및 행정을 담당함
- 수입 식품의 검역은 말레이시아 검역처(MAQIS)에서 총괄하나 품목별로 검역 수행기관이 달라질 수 있음

□ 수입통관을 위해 말레이시아 관세청의 통관절차를 준수해야 함

- (사전준비) 현지 수입자는 품목에 따라 수입 면허 취득, 식품 사전 등록, 식물위생증명서 발급이 필요함
 - 알코올 음료, 동물성 제품, 육류 제품 수입 시 수입 면허 취득이 요구됨
 - 보건부의 식품 안전 및 품질보증부(FoSIM)에 수입 식품 사전 등록이 필요함
 - 「식물검역법」에 의거하여 수입국 요구 사항 충족 여부 확인을 위한 검역이 필요하며, 현지 국가에서도 수출국의 식물위생증명서를 요구함
- (수입신고) 말레이시아에서는 포워딩 업체가 관세사 역할도 함께 병행하고 있어 기타 제반서류를 세관에 제출하며, 통관절차 간소화를 위해 다강넷(Dagang.Net) 전자통관 서비스를 활용해야 함
- (검사 및 검역) 물품검사는 전체 물품 중에서 약 5% 정도만 샘플로 선택하여 육안 및 스캔 검사를 실시하고 대부분의 물품은 검사 없이 통관이 이뤄짐
 - * 다만, 블랙리스트나 수입 식품 규제를 위반한 이력이 있는 제품은 검사 대상이 되기도 함

< 통관 시 제출 서류 >

-
- 세관신고 양식(Custom No.1)
 - 상업송장(Commercial Invoice, C/I)
 - 포장명세서(Packing List, P/L)
 - 선하증권(Bill of Landing, B/L) 또는 항공화물운송장(AWB)
 - 입국 권한 증명에 필요한 문서
 - 원산지증명서(Certificate of Origin, C/O) : 한-아세안 FTA 체결로 C/O 제출 필요
-

□ 관세 제도 관리 기관은 관세청(Royal Customs and Excise Department)에서 담당하고 있으며, 관세법(Customs Act 1967)에 따라 처리함

- 세관국의 관세부서에서는 무역진흥산업과(Trade Facilitation And Industry Branch) 업무는 보세구역 관리를 담당하고 있으며, 수출입 국경관리과(Import/Export and Border Control Branch) 업무는 수출관리 집행을 담당함
- 말레이시아는 16개 지역 세관 및 1개 싱가포르 세관을 운영하고 있으며, 각 세관에서 수출입 물품의 통관 및 관리 업무 등을 진행함

□ 수입품에 적용되는 관세 기준은 대부분 20~30%의 종가세를 적용하나 품목에 따라 종량세를 부과하기도 함

- 상품코드 분류방식은 HS 코드(10단위)를 채택하고 있으며, 수출입되는 상품 모두 정확한 관세 코드에 맞게 분류되어야 함
- 전통적으로 저관세 정책을 실시하고 있으나 자국 제조 산업의 육성을 위해 농산물, 담배, 음료 등 일부 품목에 대해서만 높은 관세율을 적용하고 있음
- 말레이시아로 수출하는 한국 제품은 한-아세안 FTA의 협정세율을 적용받고 있어 관세가 없거나, 매우 낮은 편임
 - 관세협약에 따른 낮은 수입 관세율을 적용받기 위해서는 수출국의 관련 정부 기관으로부터 받은 원산지증명을 첨부해야 함
- 수입품의 세금은 일부 품목에 한하여 판매세 및 소비세가 부과되기 때문에 품목별로 확인이 필요함
- 수입 통관 시 수입 관세를 납부하고 판매세 및 소비세가 추가적으로 발생할 수 있음
 - 판매세는 0~10% 적용하고 있으며 품목별 세부적인 확인이 필요함
 - 맥주, 포도주 등 알코올 제품에는 20%의 소비세를 부과함
- 제조업체가 직접 제조과정에 사용하기 위해 말레이시아 현지 기업이 취급하지 않는 소재, 부품, 포장소재를 수입하는 경우 수입 관세를 면제함

나. 검역제도

□ 수입품의 검사 및 검역은 「검역법(Malaysia Quarantine and Inspection Services Act 2011)」에 따라 검역처(MAQIS)에서 관할하며 식품 수입의 허가 여부를 결정

○ (검사 신청) 수입된 식품이 수입허가를 받으면 제품검역이 진행되며, 수입 식품의 품목에 따라 검역 담당 부서와 제출 서류가 분류됨

- 식물성 제품의 경우, 검역 신청 시 수입허가서(AP), 식물위생증명서, 해충 검역검사 및 식물 위생 규제 준수 인증서를 제출해야 함
- 동물성 제품의 경우, 검역 신청 시 수입허가서(AP), 할랄 인증서, 수의검역부(DVS) 허가증, 육류 및 가금류 수출증서(FSIS Form 9060-5)을 제출함

□ 식물성 제품은 「유해성 농작물 규정 법안」, 동물성 제품은 「도축법」에 근거하여 수입 식품에 대한 검사 방식을 진행함

○ (식물성 제품) 검역소에 도착하기 4일 전 식물위생증명서를 신청해야 하며, 농업부 장관의 수입증명서를 사전에 준비해야 함

- 농업부에 검역 신청 및 검역 비용을 납부하면 세관에 자동으로 통지됨

○ (동물성 제품) 수입되는 모든 육류 제품은 할랄(HALAL) 인증을 받아야 하며, 이슬람개발부(JAKIM)에서 인정한 도살장에서 도살된 제품이어야 함

- 수의검역부에 검역 신청 및 검역 비용을 납부하면, 검역 승인 후 동물 건강증명서가 발행되고 승인 내역과 증명서가 세관에 자동으로 통지됨

□ 말레이시아로 수출 가능한 품목이 지정되어 있으므로, 수출 전 사전 확인이 요구됨

○ 곡물류는 쌀(백미, 현미, 흑미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수 등이 검역 타결 품목으로 지정되어 말레이시아로 수출이 가능함

○ 과실류는 감, 단감, 밤, 참다래, 유자, 밤, 사과, 배, 복숭아가 검역 타결 품목에 해당됨

- 대부분의 신선·건조 농산물 중 수출이 금지되어 있는 품목은 없으나 과실류의 감귤을 수출 금지 품목으로 규정하였음

○ 채소류는 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마, 감자 등이 검역 타결 품목에 해당

- 버섯류는 느타리버섯, 만가닥버섯, 송이버섯, 새송이, 양송이버섯, 영지버섯, 표고버섯, 팽이버섯, 목질진흙버섯이 검역 타결 품목으로 지정됨
 - 버섯류 품목은 수출 시 위생증 또는 위생증 부기를 첨부하여야 함
- 절화류 중에서는 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 심비지움, 장미, 카네이션, 튤립, 팔레놉시스가 말레이시아로 수출하는 주요 품목으로 조사되었음
 - 절화류 품목도 수출 시 위생증 또는 위생증 부기를 첨부하여야 함
- 화훼류에는 글라디올러스, 난초, 백합, 선인장(접목선인장), 심비디움, 장미, 철쭉속, 카네이션, 튤립 등이 수출 가능 품목에 해당됨
- 종자류는 갯종자, 호박종자, 꽃양배추종자, 배추종자, 브로콜리종자, 쑥갓종자, 백경채종자, 갯종자 등이 수출 가능함

□ 2021년 4월부터 말레이시아로 곡물 및 곡물 제품의 수입 시 말레이시아 검역당국에서 발급한 수입허가서와 수출국의 국립식물보호소에서 발급한 식물위생증명서가 요구됨



- 곡물 및 곡물 제품의 수입 요건으로 추가된 식물위생증명서의 경우 해충 및 오염 검사를 시행했음을 증명하는 서류이며, 말레이시아 정부는 그 외에 대상 제품의 검역 요건은 변경되지 않았다고 밝혔음
- 본 규정이 적용되는 대상 품목은 시리얼(10류), 제분 제품(11류), 채유종실(12류)로 해당 조치는 곡물 수입을 통해 유입되는 해충을 차단하기 위한 것임. 2014년에는 콩과 옥수수 수입 시 동일한 서류의 제출이 요구된 바 있음

다. 라벨링 규정

□ 식품 표시에 관한 사항은 「식품규정 1985(Food Regulation 1985 Part IV- Labelling)」 내 규정을 두고 있으며, 표시 내용과 위생 관리 방법에 대한 내용을 모두 포함하고 있음

- 식품 라벨링 표기 사항은 「식품규정 1985-라벨링」에서 명기한 대로 제품명, 제조사 및 수입사, 영양 정보, 원료목록, 식품첨가제, 원산지, 중량, 유통기한을 정확하게 표기해야 함
 - 수입식품의 경우 제조사 또는 포장업체 또는 제조 권한을 소유한 자 또는 대리인의 명칭 및 사업장 주소 말레이시아 내 수입사 명칭 및 사업장 주소 기재해야 함
 - 식품에 물, 식품첨가물 및 영양 보충 성분을 제외하고 2개 이상의 성분이 포함되어 있는 경우, 각각의 성분을 중량이 높은 순으로 표기하고 성분 비율에 대한 설명을 기재해야 함
 - 2020년 7월에 시행한 「식품 조례」 규정에 의해 식품첨가물이 포함된 경우 기능과 유형을 표시하고, 괄호로 식품첨가제의 명칭 또는 INS 번호를 표기함
 - 기존 라벨링에 사용되는 표기 언어는 말레이어(Bahasa Malaysia)와 영어를 공용으로 사용하였으나, 2020년 1월에 시행한 「수입식품규정」에 의거해 수출국 언어와 말레이어를 혼용하여 함께 표기하는 것을 허용함

< 주요 품목 식품 표기사항 예시 >



필수 표기내용

- ① 품목명 : 립톤 아이스티
- ② 영양정보 : 나트륨 5mg, 당류 14g 등
- ③ 원료목록 : 홍차추출분말, 대두함유
- ④ 식품첨가제 : INS번호 표기
- ⑤ 용량 : 355ml
- ⑥ 유통기한 : 2022년 3월
- ⑦ 원산지 : 말레이시아
- ⑧ 제조사 : Unilever Holdings Sdn Bhd

3. 비관세장벽 관련 이슈

- 2016년 이후 5년간 WTO에 통보된 말레이시아의 식음료품 부문 TBT 건수는 총 16건으로, 식음료품 표준 제·개정에 대한 비중이 가장 높음
- 식음료품 전반에 대한 통보 건수가 5건으로 가장 높았고, 이 외 기타 특정 품목에 대한 통보가 11건으로 집계됨
 - 미네랄 생수·탄산수, 꿀·스테비아추출물·식이보충제·커피믹스에 대한 TBT가 각 2건 통보됨
 - 영유아용 식품을 제외한 식품 전반, 젤리, 식이보충제, 유기식품, 소금, 유제품, 정어리·고등어에 대한 TBT가 각 1건씩 통보됨
 - 식품표준에 대한 내용은 총 7건으로 가장 높음
 - 뒤이어 라벨링에 대한 내용은 5건, 신규영양소 추가에 대한 내용은 4건, 생산·유통·광고 승인에 대한 내용은 2건으로 집계됨
 - 식품 위생, 광고, 통제 품목, 인허가 수수료·유통기간, 분석 수수료 등에 관한 내용은 각각 1건임
 - 국민 건강 및 안전 보호를 위한 통보 건수가 12건으로 가장 높은 비중을 차지함
 - 뒤이어 소비자 정보 및 라벨링에 대한 통보목적이 5건으로 집계되었고, 소비자 기만관행 방지 및 보호를 위한 통보가 3건으로 나타남

식음료품 부문 TBT 통보 품목, 내용 및 목적(2016~2020)

품목	건수
식품 전반	5
미네랄 생수, 탄산수	2
꿀, 스테비아추출물, 식이보충제, 커피믹스	2
식품(영유아용 식품 제외)	1
젤리(미니컵 젤리 포함)	1
식이보충제	1
유기식품	1
소금	1
유제품	1
정어리, 고등어	1
계	16

통보 내용(중복집계)	건수
식품 표준	7
라벨링	5
신규영양소 추가	4
생산.유통.광고 승인	2
식품 위생	1
광고	1
통제 품목	1
인허가 수수료 및 유효기간	1
분석 수수료	1
계	23

통보목적(중복집계)	건수
국민 건강/안전 보호	12
소비자 정보 및 라벨링	5
기만적인 관행 방지 및 소비자 보호	3
계	20

* 출처 : WTO, 알코올 음료 제외

□ 2016년 이후 5년간 총 10건의 SPS 통보문이 발행되었으며, 식품 부문의 비중이 높은 것으로 나타남

- 식품 부문에서의 SPS 통보문이 5건으로 가장 높은 비중을 차지하며, 이 외에도 기타 품목 2건, 음료, 식물과 수산물 각 1건으로 집계
 - 식품 안전과 인간건강, 동물 건강 및 질병, 식물 건강 등의 목적으로 SPS가 발행됨
- 말레이시아에서 발행된 10건의 SPS 통보문은 모두 전 세계 국가를 대상으로 함

식음료품 부문 SPS 통보 품목 및 대상국가(2016~2020)

품목	건수	대상국가	
		전 세계	특정국
식품	5	5	-
음료(미네랄 생수 및 탄산수)	1	1	-
식물	1	1	-
수산물	1	1	-
기타(식품포장 또는 요리용구)	2	2	-
계	10	10	0

* 출처 : WTO

對말레이시아 농식품 수출 절차



1



수입허가 취득

수입허가 취득

대상

- ①알코올음료 ②동물 및 동물제품 ③특정 건강식품
④육류 및 육가공품 ⑤식물 및 식물제품 ⑥가금류 및 가금류 가공품 ⑦곡물*
- *2021년 4월 1일 신규추가

- ✓ 현지유관부처 말레이시아 식품안전 및 품질부(FSQD)
- 소속: 보건부

2



수입식품 사전등록

식품안전정보시스템(FoSIM) 홈페이지 활용

- ✓ 현지유관부처 말레이시아 식품안전정보시스템(FoSIM)
- 소속: 보건부

4



통관 및 검역

식물성 제품/동물성 제품으로 분류 후 검역

식물성 제품 제출서류

- ①수입허가서 ②식물위생증명서 ③해충검역검사 인증서
④식물 위생 규제 인증서

동물성 제품 제출서류

- ①수입허가서 ②할랄 인증서 ③수역검역부 허가증
④육류 및 가금류 수출증서

- ✓ 현지유관부처 말레이시아 수출입식품 검역처(MAQIS)
- 품목: 식물성 제품, 수산물
말레이시아 수역국(DVS)
- 품목: 동물성 제품

3



수입신고

전자통관서비스(Dagang.net) 이용

제출서류

- ①수입신고서 ②선하증권 혹은 화물운송장 ③상업송장 혹은 견적송장
④포장 목록 ⑤원산지 증명서

- ✓ 현지유관부처 말레이시아 관세청

5



관세납부

한-아세안 FTA 협정세율 적용을 위해 원산지 증명서 구비

- ✓ 현지유관부처 말레이시아 관세청

6



반출(합격 시)

✓ 라벨 제작 표기언어: 말레이어와 영어(원칙), 말레이어와 수출국 언어(허용)
표기사항: ①제품명 ②제조사 ③수입업체 ④영양정보 ⑤원료목록 ⑥식품첨가물 ⑦원산지 ⑧중량 ⑨유통기한

2021년 12월 기준

