

2023년 말레이시아 음료 보고서 (요약)

I. 시장 개요

- 말레이시아 음료 산업은 성장 중인 시장
 - '22년 4분기 기준 말레이시아 음료 시장 규모는 9,481백만 링깃(26.4억 리터) 규모
- 시장은 5가지 주요 품목으로 구분 : 물, 우유, 탄산음료, 주스, 커피&차
 - (커피와 차) 2022년 3,382.8백만 MYR, 2021년 대비 5.58% 성장
 - (물) 2022년 930.2백만 MYR, 2021년 대비 12.14% 성장
 - (우유) 2022년 2249.9백만 MYR, 2021년 대비 5.34% 성장
 - (탄산음료) 2022년에 2037.7백만 MYR, 2021년 대비 13.27% 성장
 - (주스) 2022년 880.4백만 MYR, 2021년 대비 10.15% 성장

II. 시장 잠재력과 주요 음료 제품

- 말레이시아 음료 산업은 성장세의 시장
 - 말레이시아 음료 시장의 주요 성장동력은 소비자의 소득 및 가처분 소득 증대, 문화의 다양성, 소비자의 건강인식 증가, 쇼핑 방식의 다양화에 기인
- 2023년부터 2026년까지 말레이시아 음료 시장은 4.42%의 연평균 성장률 (CAGR)로 증가하여 11,961.50백만 MYR에 이를 것으로 전망
 - 물이 6.70%의 가장 높은 연평균 성장률을 기록할 것으로 예상되며, 우유와 탄산음료 순
 - 커피와 차는 2026년까지 4,099백만 MYR의 판매를 기록할 것으로 예상
 - 물과 주스는 유기농과 건강 음료에 대한 소비자 수요로 인해 2026년까지 2,404.5백만 MYR의 판매를 기록할 것으로 예상
- 경쟁이 치열한 말레이시아 음료 시장에서 브랜드들은 제품을 현지의 입맛에 맞게 차별화
 - 말레이시아 시장의 음료 제품은 국내 제품에만 국한되지 않음
 - 국내 제품은 수입제품 대비 유통기한이 짧고, 가격이 저렴하며 크기가 다양

III. 시장 접근과 진출

- 2023년에 말레이시아의 소매 채널은 강력한 성장이 기대
 - 말레이시아 음료의 주요 오프라인 유통채널은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 및 편의점
 - 온라인 소매 또한 말레이시아 음료의 유통채널로 성장 중

- 말레이시아 식품 관련 주요 법령은 The Food Act 1983(식품규정 1983)과 the Food Regulations 1985(식품규제 1985)
 - 말레이시아에서 판매되는 음료의 라벨은 말레이어 또는 영어로 작성되어야 하며, 제품의 명칭, 성분, 알레르기 유발 물질 및 영양성분과 관련된 정보를 포함해야 함
 - 영양성분 표시, 영양 성분 비교 표시, 영양 성분 기능 표시와 같은 특정 유형의 내용이 식품 라벨에 표기 허용
- 말레이시아는 할랄 관련 글로벌 시장 주도 국가
 - 할랄 제품은 이슬람의 식이 요건을 충족하며 안전한 제품
 - 할랄 인증은 말레이시아에서 의무사항은 아니지만 말레이시아와 타국가의 무슬림 시장을 목표로 하는 기업에 중요
 - 말레이시아 이슬람 개발국(Department of Islamic Development, JAKIM)은 말레이시아 할랄 인증을 총괄
 - 해외인증 기관도 JAKIM에 의해 할랄 교차인증을 받을 수 있음

IV. 對 말레이시아 한국산 음료 수출 확대 방안

- 말레이시아의 음료시장 진출 확대 관련 일부 애로사항(할랄인증, 주변국의 저가상품 등)이 있으나 성장 기회 또한 다분
 - 할랄인증 취득, 독특한 풍미 제공의 제품 차별화, 건강을 중시하는 소비자 중심 타겟팅으로 한국산 음료 수출 확대 가능
 - 말레이시아 편의점을 중심으로 한 한국산 음료 소비 증가 트렌드
 - 한류 인기가 지속되고 있어 MZ세대를 중심으로 한국산 제품 인지도 제고 및 소비 증가