

수출대상국 동향 및 전망[말레이시아]

< 작성자 : 유통홍보부 이동명 차장, 이동주 과장대리 >

□ 말레이시아 국가 개황¹⁾

- (인구) 약 3,420만 명(전 세계 44위) *2025년 추정치
 - 말레이인 등 원주민 69.9%, 중국인 22.8%, 인도인 6.6%, 기타 0.7%
- (종교) 이슬람교(공식) 63.5%, 불교 18.7%, 기독교 9.1%, 힌두교 6.1%, 기타 2.6%
- (연령) 0~14세 21.6%, 15~64세 70.4%, 65세 이상 8.0%

□ 육류 소비 규모

- (개요) 말레이시아의 1인당 식품 소비액은 2023년 약 1,570달러로 집계됨
- (육류) 1인당 육류 소비액은 2023년 약 337달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 가장 높은 26.5% 비중 차지
 - 육류(26.5%), 베이커리 및 곡물류(13.6%), 스낵류(11.5%), 채소류(10.4%), 수산물(10.0%), 낙농품(7.4%), 과일 및 견과류(7.3%), 편의식품(5.5%), 소스 및 향신료(2.6%), 영유아식품 등 기타(5.2%)

□ 식품 수출현황

- (수출국가) 주요 수출국은 싱가포르와 중국이며, 2023년 말레이시아의 식품 수출액은 약 31억 3,439만 달러로 집계됨
- (수출품목) 팜유(기타, 조유), 식물성 지방 분획물, 동식물성 유지, 조제식료품 등

□ 식품 수입현황

- (수입국가) 주요 수입국은 인도네시아와 중국이며, 2023년 말레이시아의 식품 수입액은 약 209억 4,922만 달러
- (수입품목) 코코아두, 사탕수수당(기타), 조제식료품, 쌀(정미) 등
 - 한국 식품 수입 비중은 18.7%(수입 상위 21위), 수입액은 1억 9,662만 달러

1) 출처 : 2024.10. 2024 농식품 수출국가 정보조사 「말레이시아」, 한국농수산물유통공사

□ 말레이시아 육류 시장 규모

- 말레이시아는 무슬림 국가로서, 돼지고기를 제외한 모든 축산물에 대해 할랄 인증이 필수적이며, 소고기 및 양고기는 수입에 의존하고 있는 반면, 돼지고기 및 닭·오리고기 자급률은 높은 수준을 보임
- 2020년 기준, 말레이시아 전체 인구 중 무슬림 비율은 63.5%로 비무슬림 비율은 36.5%를 차지함
- 무슬림 소비자들은 소고기나 양고기 등 적색육을 고급 육류로 인식하여 선호하는 반면, 비무슬림(주로 중국계)은 돼지고기를 주요 육류로 소비함
- 한편, 닭고기는 종교에 관계없이 무슬림과 비무슬림 모두에게 폭넓게 소비되고 있음

〈말레이시아 주요 육류 소비 및 자급률 동향〉

(단위 : 톤, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
소고기 (자급률)	189,840 (23.2)	194,156 (21.3)	194,404 (18.9)	243,875 (14.7)	242,806 (15.9)
양고기 (자급률)	35,517 (11.8)	41,693 (9.4)	32,752 (10.7)	47,234 (8.7)	41,132 (10.6)
돼지고기 (자급률)	239,247 (93.1)	232,436 (94.9)	211,257 (93.4)	214,900 (84.6)	211,740 (69.6)
닭고기 (자급률)	1,566,692 (101.4)	1,601,746 (101.7)	1,585,062 (99.9)	1,654,865 (93.3)	1,734,703 (90.2)
오리고기 (자급률)	50,867 (130.2)	59,232 (125.2)	53,412 (130.6)	52,006 (130.8)	51,444 (130.9)

*자료 : 말레이시아 농업 및 식량 안전부(DVS:Department of Veterinary Services)

□ 소고기 시장규모

- 말레이시아 소고기 시장은 대부분 수입에 의존하고 있는 상황으로, 생산량은 지속적으로 감소, 수입량은 지속적으로 증가하는 추세
- 2023년 기준 말레이시아 소고기 생산량은 38,667톤으로 2019년 44,024톤 대비 약 12.2% 감소, 동기간 수입량은 2019년 153,291톤에서 2023년 205,247톤으로 약 40.3% 증가

〈말레이시아 소고기 시장 동향〉

(단위 : 톤)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
생산	44,024	41,379	36,801	35,934	38,667
수입	146,337	153,291	159,189	208,868	205,247
소비	189,840	194,157	194,974	243,875	242,806
－ 식용	175,222	179,207	179,961	225,097	224,110
－ 가공용	14,618	14,950	15,013	18,778	18,696
수출	522	513	1,015	926	1,108
1인당 소비량 (kg/연)	5.4	5.5	5.5	6.9	6.7
자급률(%)	11.8	9.4	10.7	8.7	10.6

*자료 : 말레이시아 농업 및 식량 안전부(DVS:Department of Veterinary Services)

□ 소고기 주요 수입국

- 23/24년 기준 말레이시아 전체 소고기 수입량은 약 21만 톤으로 19/20년 대비 약 6.3만 톤(42.7%)이 증가하였으며, 주요 수입국으로는 인도, 호주, 브라질 등이 있음
- 말레이시아 전체 소고기 수입량의 약 85~90%가 인도산 냉동 버팔로육으로, 주로 저가 수요 대응용
- 냉장 고급육 수입은 전체 수입량의 1%(약 2,000톤) 내외로, 그 중 호주산이 약 80%(1,700톤 내외) 정도를 차지하며, 일본산 와규는 약 10%(약 200톤 내외)의 비중을 차지함
- 한우는 현지 유통상의 문제로 인해 대부분 냉동육만을 수출 중

〈말레이시아 국가별 소고기 수입량〉

(단위 : 톤)

구분	19/20	20/21	21/22	22/23	23/24
인도	98,000	104,000	119,000	170,000	178,692
호주	32,000	28,000	10,300	14,000	14,222
브라질	7,000	6,000	4,500	6,000	10,393
일본	120	130	349	380	410
기타	10,000	12,000	3,594	9,620	6,283
합계	147,120	150,130	137,743	200,000	210,000

*자료 : 호주축산공사(MLA), 수치는 회계연도 기준(7.1~익년 6.30) 및 추정치

□ 소고기 현지 유통동향

○ 말레이시아의 소고기 유통채널은 크게 두 가지로 구분됨

① 재래시장 중심의 로컬·저가육(주로 인도산 버팔로 및 현지산 소고기)

② 슈퍼/하이퍼마켓 등 현대적 유통채널 중심의 수입 고급육 판매

- 전통시장 : 로컬/저가 육류 중심, 소고기 판매 시장점유율 약 57%
- 대형 마켓 : 수입육/고가 육류 중심, 소고기 판매 시장점유율 약 25%
- 편의점 중 일부에서도 소고기 냉동육 및 가공육 취급중
 - 슈퍼마켓 : 14%, 하이퍼마켓 : 11%, 편의점 : 12%
 - 말레이시아 편의점 브랜드 : 패밀리마트, CU, 7일레븐, Mynews, TMG Marts(도소매 혼합형)

○ 말레이시아 소비자의 19%는 거의 매일 외식을 하며, 전체의 43%는 주 2~3회 이상 외식 → 대도시를 중심으로 육류 외식 수요 증가와 함께 고급육 수요도 증가하는 추세

- 서말레이시아 : 고도 도시화된 지역으로, 인구밀집도가 높아, 1인당 육류 소비량인 상대적으로 높으며, 프리미엄 외식, HORECA(호텔·레스토랑·케이터링)중심, 수입 고급육 선호
 - 주요지역 : 쿠알라룸푸르, 셀랑고르, 조호르 등
- 동말레이시아 : 현지 소고기(버팔로육) 생산기반 존재, 소규모 식당 중심
 - 주요지역 : 사라왁, 사바(코타키나발루) 등
- 북부지역 : 농업중심 지역으로 인도산 냉동 버팔로육을 주로 소비, 외식 비율 낮음
 - 주요지역 : 페르리스, 케다, 페낭 등



○ 한편, 말레이시아 전체 인구의 약 78%가 도시에 거주하고 있으며, 도시 중심의 경제 구조 속에서 GDP 성장에 따라 중산층 규모가 빠르게 확대되고 있어 전통시장보다 현대식 유통 채널을 선호하는 경향이 점점 뚜렷해지고 있음

□ 말레이시아 대상 소고기 수출국 마케팅 현황

- 말레이시아 고급육 시장은 호주산과 일본산 소고기가 주도하고 있으며, 호주는 HORECA 및 현대 유통채널 중심, 일본은 고급 레스토랑 중심으로 유통되고 있음.
 - 호주는 자국 내 JAKIM 인증 보유 수출시설을 약 25개소 보유하여 ‘호주산 소고기 = 할랄인증 고품질 소고기’ 이미지를 구축하였으며, 슈퍼마켓 및 외식업체, 케이터링 중심 유통망을 구축
 - 일본의 경우, 2016년부터 말레이시아 수출을 시작한 이후 2018년부터 수출량이 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있음
 - 일본산 와규는 ‘고베규·마쓰자카규·오미규’ 등의 프리미엄 브랜드 중심으로 고급 레스토랑에 유통되며, 마케팅 세미나 및 셰프 트레이닝 프로그램을 통해 브랜드 인지도를 높이고 있음
 - 와규 마케팅 세미나 : JETRO(일본무역진흥기구) 주관, 말레이시아 내 일본산 와규 판매 레스토랑 홍보 프로그램, 플랫폼 내 홍보 패키지(할인 커미션, 사진 촬영 서비스, SNS 인플루언서 캠페인 등) 진행
 - 셰프 트레이닝 프로그램 : AAH Nippon(일본 와규 전문 민간 수입회사) 주관, 일본 내 와규전문 셰프 및 정육 전문가를 초청하여 말레이시아 현지 셰프 및 외식업 종사자를 대상으로 와규 부위별 특징, 커팅 및 조리기법, 브랜드 스토리텔링 등 교육 진행
- 말레이시아 소매시장에서 호주산 소고기는 품종에 따라 kg당 45,000원(목초우)~120,000원(와규)에 판매되며, 일본산 와규는 등급 및 부위에 따라 kg당 300,000원을 약간 상회하는 고가로 유통 중
 - 2025년 7월 기준, Culina Kuala Lumpur 식품마켓에서 한우는 등심기준, kg당 약 300,000원 정도에 판매되어, 일본산 와규와 비슷하거나 약간 저렴한 수준

□ 말레이시아 축산 정책 및 질병관리 동향

- 최근 말레이시아 농림부(MAFS)는 2030년까지 소고기 자급률 50% 달성을 선언하며, 사료 기반 사육 확대 및 팜유 연계 통합 축산시스템 도입 정책 수립(2024년 5월, 말레이시아 농림부)
 - 농림부 정책수립에 따라 산하 기관인 DVS에서 팜유 연계 소 사육 프로젝트(Project for Integrating Cattle with Oil Palm/Rubber Crop)을 본격적으로 추진 중에 있음

- 유향 팜유 · 고무 농장지를 활용한 방목 및 반사료 사육(feedlot) 방식 기반 확대
- 팜유 부산물을 사료로 활용하여 비용 절감
- 농가 또는 협동조합 단위의 축산 · 농업 복합 경영모델 형태로 운영 예정

○ 말레이시아는 구제역(FMD) 청정국이며, 브루셀라증 역시 국내 가축에서는 확인된 바 없으나, 2024년 7월, 서말레이시아 트렝가누(Terengganu) 지역에서 태국산 밀수 가축을 통한 브루셀라균 양성 사례가 보고됨

- 2024년 7월 서말레이시아 트렝가누 지역에서 소 300마리와 염소 146마리를 대상으로 브루셀라균 양성반응이 확인되었으나, 해당 가축들은 대부분 태국에서 밀수입으로 들여온 개체로 확인됨
- 말레이시아는 미국 농무부 산하 동식물검역국(APHIS) 기준상 구제역 비발생국(FMD-free country)으로 분류됨

□ 최근 트렌드 현황

○ 말레이시아 젊은층을 중심으로 한류 문화 영향이 지속 확산됨에 따라 한식 및 한국산 고급육에 대한 수요가 증가하고 있는 상황

- 최근 서말레이시아 및 북부지역 젊은 소비자를 대상으로 ‘한류를 통한 한국 음식 문화에 대한 수용²⁾’ 연구 논문 결과에 따르면, 한류확산에 따라 한국 음식에 대한 구매의향이 증가하고 있는 것으로 나타났으며,
 - K-드라마 및 K-푸드 콘텐츠 노출이 한국 음식에 대한 매력을 각인시키고, 정서적 친숙감을 높여 소비 수용도 향상에 기여함
- 한류 문화에 대한 말레이시아 소비자들이 한류 스타의 식문화 행동을 모방하고 싶다는 의도가 높아지고 있는 것으로 조사됨³⁾
 - 한국 문화에 대한 긍정적 태도 → 모방심리로 작용 → 한식 소비 의도 상승으로 이어짐

○ 이러한 배경 아래, 말레이시아 현지에서 한식 및 한국산 고급육에 대한 인지도 및 관심도는 점차 확대되고 있는 상황

2) Acceptance of Korean Food Culture among Young Generations in Malaysia: Health and Authentic Taste Perspectives(2024, Nurul Afiah Abdul Razak 외)

3) The Impact of Hallyu on Korean food consumption: The role of imitation intention.(2024, Nur Nadhirah Zaini 외)

□ 말레이시아 소고기 시장 향후 전망

○ 수입 의존형 소고기 시장 구조 지속 전망

- 말레이시아의 소고기 자급률은 최근 5년간 15% 내외로 낮은 수준에 머물고 있으며, 생산량 감소와 수입량 증가 추세가 지속되고 있음
- 말레이시아 정부 정책에 따라 향후 자급률 향상이 가능할 수도 있으나, 현재의 생산 기반과 인프라 수준 등을 고려할 때 단기간 내 급격한 자급률 상승은 어려울 전망
- ▶ 향후에도 말레이시아 소고기 시장은 수입 의존형 구조를 지속할 것으로 예상되며, 수입산 소고기 시장 경쟁은 심화될 전망

○ 프리미엄 소고기 시장 확대 및 고급육 수요 증가 추세

- 도시화가 진전된 서말레이시아를 중심으로 HORECA(호텔·레스토랑·케이터링)와 외식 수요가 증가하고 있으며, 슈퍼·하이퍼마켓 등 고급육 중심 유통채널도 점차 확대되고 있음
- 호주산, 일본산 등 고품질 프리미엄 소고기의 수입과 소비는 지속적으로 증가 추세를 보임
- ▶ 이와 같은 소비 흐름은 한우 진출 가능성 확대의 기반으로 작용 가능

○ 한류 확산에 따른 한우에 대한 인지도 상승

- 말레이시아 현지 연구 결과에 따르면, K-푸드 및 K-콘텐츠 확산에 따라 한식과 한국산 고급육에 대한 관심이 젊은 소비자를 중심으로 확대되고 있음
- 한류 콘텐츠 노출은 식문화 모방 의도를 자극하며, 이는 한식 소비로 이어지는 긍정적 영향을 미침
- ▶ 한류의 확산은 한우의 차별화된 품질과 브랜드 이미지를 현지 소비자에게 각인시키는 데 유리하게 작용할 가능성이 있음

○ 한우 수출 확대를 위한 전략적 협업 필요

- 단기간 내 한우 수출량 증대를 위해서는 말레이시아 현지에 진출한 국내 기업들과의 전략적 협업을 통해 현지 법인의 소고기 조달처를 한우로 전환할 수 있도록 전략적 지원 필요

일본 소고기 수출 현황 및 정책

□ 소고기 수출 현황

○ 한·일 수출물량 비교

단위 : 톤

구분	한국	일본	일본/한국
2020	49	4,845	98.9
2021	39	7,879	202.0
2022	44	7,454	169.4
2023	62	8,421	135.8

* 자료 : 한국육류유통수출협회, 일본농림수산성, (무역통계 기준)

○ 주요 수출 지역(2023)

- 2022년 물량 기준, 주요 수출 지역은 ①대만(20%), ②홍콩(18%), ③미국(14%), ④캄보디아(13%), ⑤싱가포르(6%) 순
- 금액 기준은 ①대만(17%), ②미국(16%), ③캄보디아(15%), ④캄보디아(15%), ⑤유럽연합(EU)(9%) 순

일본의 소고기 수출 주요 지역

구 분	수출물량(톤)	수출액 (억 엔)
대 만	1,692(20%)	95(17%)
홍 콩	1,520(18%)	84(15%)
미 국	1,142(14%)	93(16%)
캄보디아	1,133(13%)	85(15%)
유럽연합(EU)	566(7%)	54(9%)
싱가포르	544(6%)	33(6%)
태 국	474(6%)	29(5%)
기 타	1,348(16%)	87(17%)
합 계	8,421(100%)	570(100%)

* 자료 : 일본농림수산성, (무역통계 기준)

○ 2030년 수출 목표 : 3,600억엔 (한화 약 3조 3천억 원)

□ 일본 정부 정책

구분	설명
수출 컨트롤 타워	범정부 차원 수출본부 운영(8개 부처) - 업무 : 수출협상, 수출원활, 산지지원
ALL-JAPAN	주체별 경쟁에서 벗어나 일본 전체가 수출을 공동과제로 효율적 대응
FBI 전략	FROM, BY, IN, 머리글자를 따서 명명 세계요리 일식재료 활용(Made FROM Japan) 일 식문화·산업 해외로(Made BY Japan) 일 농축산식품 수출 (Made IN Japan)
GFP 프로젝트	GLOBAL FARMERS PROJECT 1억인에서 100억인을 위한 농축산업으로
수출지원 플랫폼	수출 현지 전문적·지속적 지원 체계 - 재외공관, JETRO/ 8개국 14개 도시
수출촉진 기본방침	수출촉진법(19)에 따라 기본방침 수립 - 방향, 수출 협상, 원활화, 단체 지원 등
24년 외규 수출예산	약 111억엔(약 1,000억원) 주요 사업 - 수출 산지구축 지원 - 수출 타겟국에서 수출지원 체계 구축 - 품목단체 수출력 강화 지원 - 방일 외국인 대응, 수출규제 대응 등
외규 수출지원 정책 (수출확대실행전략) 23.12.25. 개정	①수출 산지 육성(21개 산지, 컨소시엄 구축), ②식육 가공·유통시설 정비, ③품목단체 중심 판로개척(고객지향 수출) ■ 비관세 수출규제 해소에 범정부적 지원 - 이슬람권, 등심 이외 부위 신수요 개척

□ 일본 축산물수출촉진협회

구분	설명
사단법인화(23.9)	임의단체→법인화(품목단체 법적 지위 확보) - 축산물(외규) 수출 품목단체 역할
주요 사업	① 국산 축산물 수출 촉진을 위해 필요한 사업 ② 국산 축산물 수출에 관한 정보 수집, 분석·검토와 그 결과 제공
통일마크 관리	외규통일마크 제정(07), 중앙축산회, 소유 및 관리
해외홍보	기존 수출국·지역에 대한 'B to B' 와 소비자 대상 홍보 강화

한우고기 수출현황 및 애로점

□ 수출검역협정 체결현황

- 체결국 : 홍콩(마카오), 말레이시아, 캄보디아, UAE
- 진행국 : 싱가포르, 베트남, 사우디아라비아, 필리핀, 태국, EU
- 기타 : 몽골(수입허가증)
- ※ 와규 : 미국, 대만, 홍콩, 캄보디아, EU, 싱가포르 등 49개 지역

□ 수출 애로점

- 우리나라는 구제역 상시 발생국으로 수출가능 국가가 제한적
- 구이류에 수출이 집중되어 수출가격이 높고 잔여육 처리 어려움
 - 일본 와규는 전 품목 수출로 구이류 가격을 인하하여 수출이 가능하고, 한우 견제 목적으로 한우보다 약 30% 저렴하게 수출
- 와규보다 인지도가 낮은 상황에서 가격도 높아 수출확대 어려움
 - 홍콩 도착가격(채끝) : 와규 A5(약 80천원/kg), 한우 1**9(약 115천원/kg)
 - 홍콩 소매가격(채끝) : 와규 A5(약 420천원/kg), 한우 1**9(약 400천원/kg)
- 2019년 등급제 개정으로 1**등급의 품질이 균일하지 못함
- 연중 변동폭이 심한 한우 가격으로 안정적 수출 지남

□ 수출 활성화 방안

- 우리나라 여건 상 구제역 청정화는 지남할 것으로 보여, 지역화 개념을 도입하여 수출국 확대 필요
 - 최대 소비시장국인 EU, 미국, 중국 등과 적극적 협상 추진
- 캄보디아를 통한 우회수출을 목적으로 KOTRA, aT 등과 연계하여 바이어 적극 발굴 필요
- 한우 품질 균일화를 위한 노력(수출용 등급제 개정 등)
- 한우 구이류 뿐만이 아닌 정육을 이용한 현지에 맞는 요리 개발과 현지 홍보 필요
- 수출검역시행장에서 내수용으로 도축·가공한 제품이라도 사후 검역을 통해 수출할 수 있도록 검역절차 개선 필요
- 수출지원 예산 확대 : 일본 와규 수출관련 지원예산 약 180억 원