

2024 말레이시아 딸기 이슈조사

aT 한국농수산물유통공사
쿠알라룸푸르지사



STRAWBERRY

보고서 목차

CONTENTS

1. 요약

1.1 조사 보고서 요약	01
---------------	----

2. 말레이시아 딸기 시장 규모

2.1 신선 과일 시장 규모	05
2.2 현지 딸기 시장 규모	09

3. 말레이시아 딸기 수입 동향

3.1 딸기 수입 규모	14
3.2 수입 딸기 경합 시기	16

4. 말레이시아 딸기 유통 현황

4.1 딸기 유통 현황	18
4.2 딸기 판매 유통채널	19
4.3 딸기 판매 현황	20
4.4 딸기 판매 가격 추이 동향	23
4.5 딸기 판매 품질 동향	24
4.6 딸기 경쟁력 비교표	25

5. 소비자 설문조사 분석

5.1 설문조사 주요 요약	27
5.2 설문조사 설계	28
5.3 수출 & 수입 업체 인터뷰	35

6. 통관 및 수입절차

6.1 딸기 통관 절차	39
6.2 라벨링	42

7. 확대 진출방안

7.1 SWOT 분석	44
7.2 말레이시아 진출여건 전망	46
7.3 확대 진출 전략 방안	46
부록 1. 딸기 유통 가격 조사	54



01

1. 요약

1.1 조사 보고서 요약

01

1. 말레이시아 딸기 시장 규모

'자국 생산량 1,000여 톤 규모, 전체 생산량의 99.8%가 카메론 하이랜드에서 재배'

말레이시아 농업부(DOA, Department of Agriculture) 통계 자료에 따르면 2022년 기준 말레이시아 딸기 수확량은 882톤에 이르며 말레이시아 딸기 공급의 약 27%를 차지하고 있음. 카메론 하이랜드는 2022년 기준으로 전국 딸기 생산량의 99.8%를 차지하며 재배면적은 2022년 기준 34.3ha로 2019년 27.2ha에 비하여 증가하는 추세이나 2022년 기준 재배 면적당(1ha) 딸기 연간 생산량은 25톤으로 2019년도 기준 재배 면적당(1ha) 딸기 연간 생산량 28톤 대비 단위 생산량은 줄어들었음.

표 1-5 2019년 - 2022년 말레이시아 딸기 생산 규모

재배지	2019년	2020년	2021년	2022년
생산량(톤)	767.1	945.5	1,104.5	882.7
재배면적(ha)	27.2	34.3	40.7	34.3

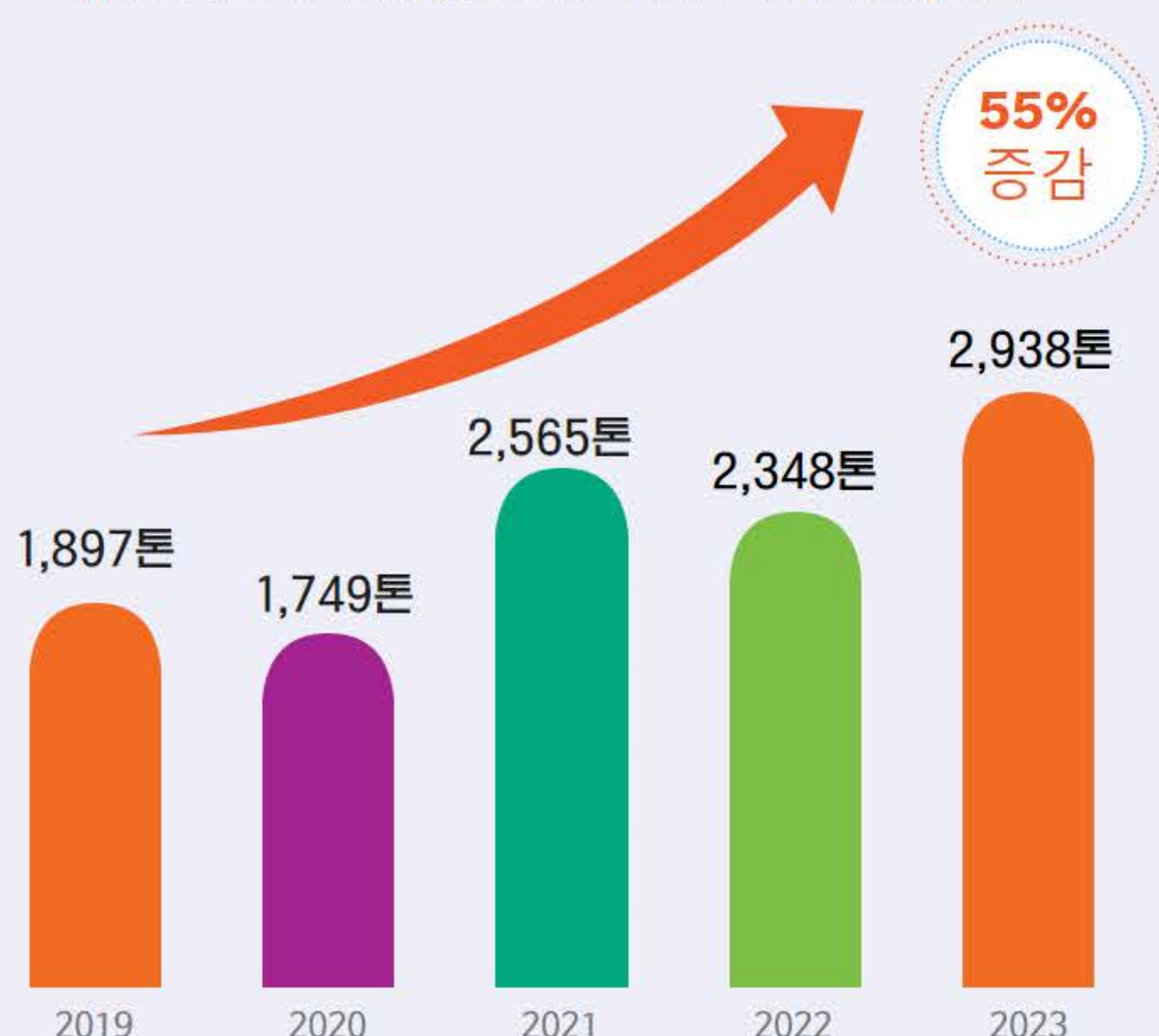
출처 : DOA, Department of Agriculture

2. 말레이시아 딸기 수입동향

'2023년 딸기 수입량 2,938톤으로 2019년 대비 55% 증가'

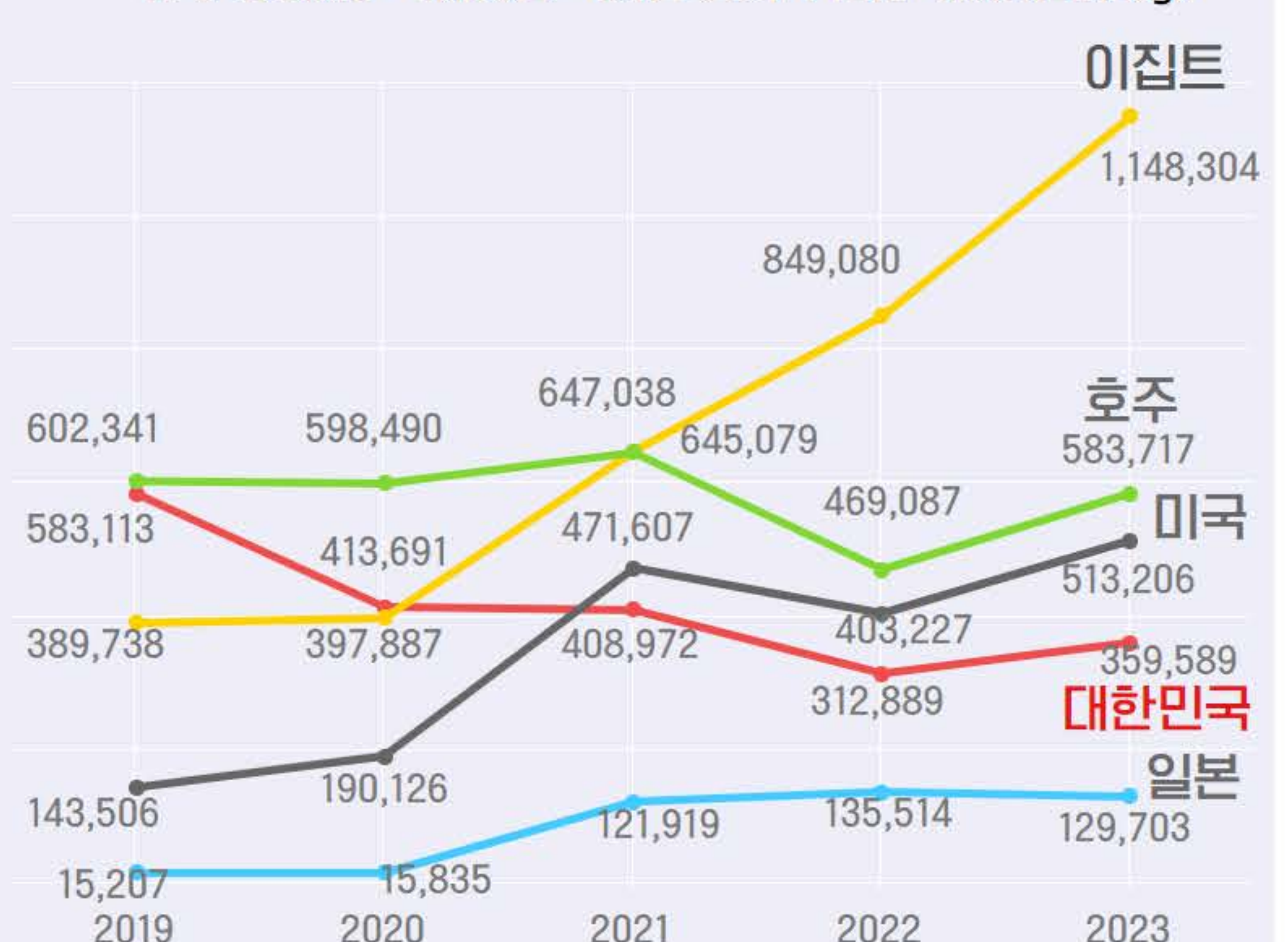
최근 5년간 딸기 수입량 추이를 분석해 보면 2019년 1,897톤에서 2023년 2,938톤으로 2019년 대비 약 55%가 증가하였음. 2023년 기준 총 19개 국가에서 말레이시아로 딸기를 수출하였으며 가장 수입량이 많은 딸기는 이집트산으로 전체 수입량의 39%(1,148톤)를 차지하였으며 그 뒤로 호주산이 20%(583톤), 미국산 17%(513톤), 한국이 12%(359톤)를 차지함.

표 2-1 2019 - 2023년 딸기 수입량 추이 (단위: 톤)



출처 : 말레이시아 통계청

표 2-2 2019 - 2023년 국가별 딸기 수입량 추이 (단위: kg)



출처 : 말레이시아 통계청

3. 말레이시아 딸기 판매 현황

'한국 딸기는 중·고소득층을 대상으로하는 하이퍼마켓에서 주로 유통'

2023년 12월부터 2024년 4월까지 현지 하이퍼마켓을 방문하여 조사결과 판매되는 딸기의 포장규격은 대부분 250g / 330g 단위의 플라스틱 팩에 소포장으로 판매되고 있음. 소매 판매 가격은 하이퍼마켓별, 중량별, 원산지별, 판매 시기별 등에 따라 다양함. 한국산 딸기의 경우도 같은 포장 규격임에도 불구하고 프로모션 및 판매 소매점에 따라 차이가 나고 있음. 일본산 딸기의 경우는 한국 딸기의 2~3배 높은 가격으로 판매가 되고 있으며 호주·미국산의 경우는 한국 딸기와 비슷하거나 저렴하게 판매되고 있음. 그 외 이집트 딸기, 말레이시아산 딸기 등은 저렴한 가격에 판매.

표 3-1 하이퍼마켓별 딸기 원산지 판매

구분	한국	말레이시아	일본	미국	이집트	호주
ISETAN	○	○	○			
JAYA GROCER	○	○	○	○	○	○
VILLAGE GROCER	○	○	○	○	○	○
AEON	○	○	○		○	○
B.I.G	○	○	○	○		○
GIANT		○			○	
LOTUS'S		○			○	

4. 소비자 설문조사

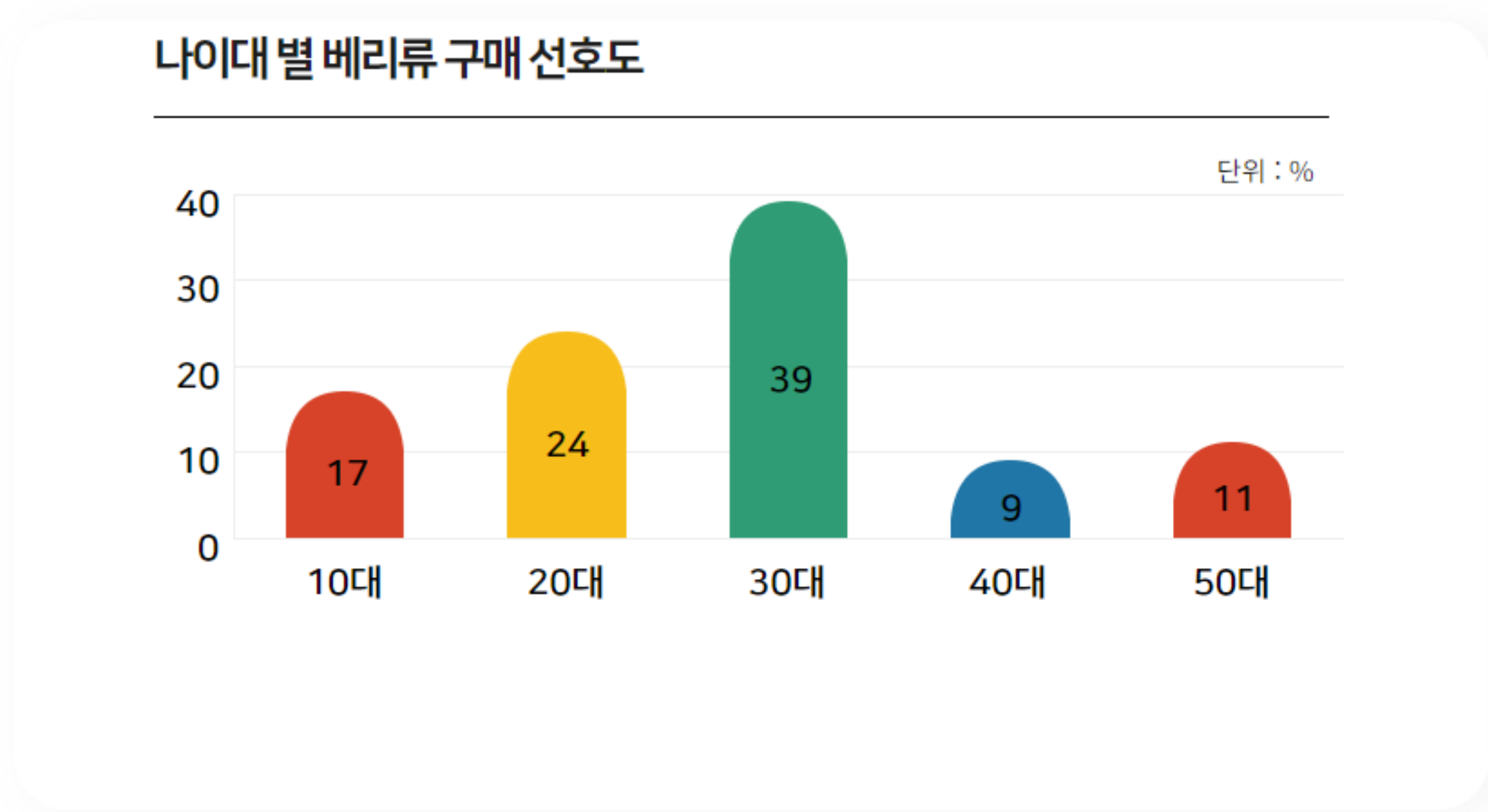
'딸기 구매에 대한 선호도는 20~30대의 연령층이 높으며 월평균 1~2회 딸기 구매'

말레이시아 딸기 소비추세 및 소비특성을 파악하기 위해 말레이시아 소비자 대상으로 설문조사를 시행함.

조사방법	오프라인
조사지역	Jaya Grocer 앞, One Utama Shopping Mall
조사대상	성별 남성, 여성
	연령대 10대-60대 이상
	선정이유 신선 딸기 소비가 많은 것으로 예상되는 소비 지역을 선정
표본구성	총 100 명
조사기간	2024.2.24-2.25

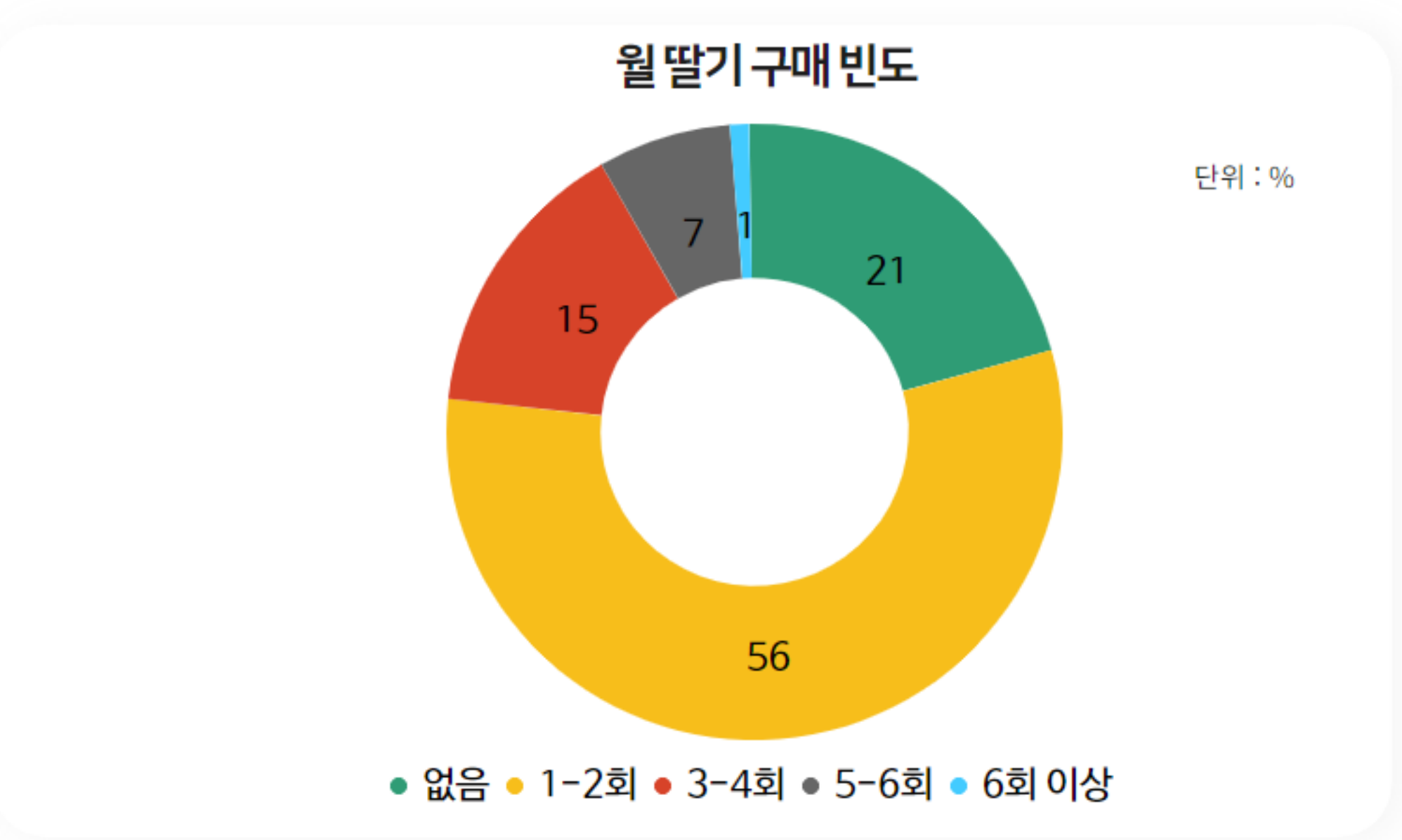
Q. 어느 연령대가 딸기를 선호할까?

A. 딸기 구매에 대한 선호도는 20-30대에서 높음



Q. 한 달에 딸기를 몇 번 살까?

A. 응답자의 56% 이상이 월 평균 1~2회 딸기를 구매한다고 응답함



5. 통관 및 수입 절차

'한-아세안 FTA 적용시 딸기 수입세 0%'

말레이시아로 수입되는 모든 물품은 세관을 거쳐 통관되며 법에 따라 제외된 물품을 제외하고는 관세, 판매세 및 소비세가 부과됨. 말레이시아는 전통적으로 저 관세 정책을 견지하여 35% 이상의 관세가 부과되는 물품은 극히 소수이며, 정부는 사치품 및 국내산업을 보호하기 위한 품목 이외 물품에 대한 수입 관세를 지속해서 인하·철폐하고 있음.

<말레이시아에서 신선 딸기(HS 0810100000) 수입 시 부과되는 관세 및 소비세

- 관세 - 0%(한-아세안 FTA 협정세율 적용 시), 5%(일반수입 시)

6. 한국산 딸기 수출 확대 방안

Phase 1 시장 여건을 고려한 상품성 강화 전략 수립	Phase 2 소비 특성을 고려한 상업성 강화 전략 추진	Phase 3 시장진출 미래 로드맵 대비 지속가능성 강화 전략	수출확대 지속 추진
생산 및 공급 여건 고려	차별화 전략 추진	효율성 생산기반 조성	
속도율 개선 더 맛있게 잘 익은 상태로 출하	판매 공급처 다양화 판매망 다양화 부분은 기존 소비 계층보다 젊은 소비자, 중저소득층을 타겟	스마트기술 + 여름딸기 활용 최적의 품종 탑재와 함께 적시적 판매 수확시기를 고려	R&D 투자 확대 (육성 품종수 증가)
안전생산 기술 신선도 유지 강화를 위한 포장재 개선	포장 차별화 명절이나 특정 기간에 소비량이 많이 촉진될 수 있으며 이러한 선물용 모양 포장재, 포장 방식 등 판매 전략	CA 컨테이너 활용방안 컨테이너를 활용하여 많은 물량을 소화하고 수출단계 면에서 경쟁력 향상	
정부지원 '대량 증식 기술 시범 사업', '선도 유지제', 안전생산 기술 시범 사업 등 적극적으로 활용	프로모션 차별화 말레이시아는 다인종, 다문화로 인종별, 지역별, 소득별 정보수집 및 시장 진출의 전략의 차별화	AI, 로봇 기술 적용 재배 도입 노동력을 줄이는 데 핵심 역할을 하고 있으며 한국에서는 각 지방자치단체와 협력을 확대	

최근 5년간 지속 상승한 딸기 수입량과 소비추세는 지속할 전망이며 현재까지 한국 딸기에 대한 좋은 이미지와 수출 품종 육성에 따른 시장 경쟁력이 우위를 가진 여건에서 말레이시아 한국 수출 딸기 잠재성을 현행 USD 400만 불(288톤)에서 50% 상승한 USD 600만 불로 전망해 보고자 함. 한국산 딸기의 말레이시아 시장 진출 확대를 위해서는 첫째, 시장 여건을 고려한 상품성 강화 전략을 수립하여 속도율 개선과 포장재 개선 등을 통하여 현지에 한국의 우수한 품위 딸기를 그대로 현지에 공급하여 한국 딸기에 대한 인지도 향상과 정부 지원을 통한 최적의 딸기 공급방안 마련. 둘째, 소비특성을 고려한 상업성 강화 전략은 말레이시아 시장 소비 현황 및 현지 조사를 반영하여 소비자 유형별 소비 특성 및 특징을 고려한 딸기 상품의 차별화 전략을 추진하여 판매 공급처 다양화, 포장 차별화, 프로모션 차별화 등 전략 수립. 셋째, 미래 로드맵 대비 지속가능성 강화전략은 '4차 산업', '스마트 팜'을 활용한 지속 가능한 경쟁력 강화 부분을 고려하여 수출단계 및 비용 절감 방안을 도출해 스마트기술 및 여름딸기 활용, CA 컨테이너 활용방안, AI, 로봇 기술 적용 재배 도입 등 고령화와 노동력 부족, 높아지는 인건비, 농자재나 에너지 비용의 상승, 기후변화 등 수출단가를 높이는 불안한 요소들에 대응할 수 있는 효율성 생산기반을 조성.



02

2. 말레이시아 딸기 시장 규모

2.1 신선 과일 시장 규모	05
2.2 현지 딸기 시장 규모	09

2. 말레이시아 딸기 시장 규모



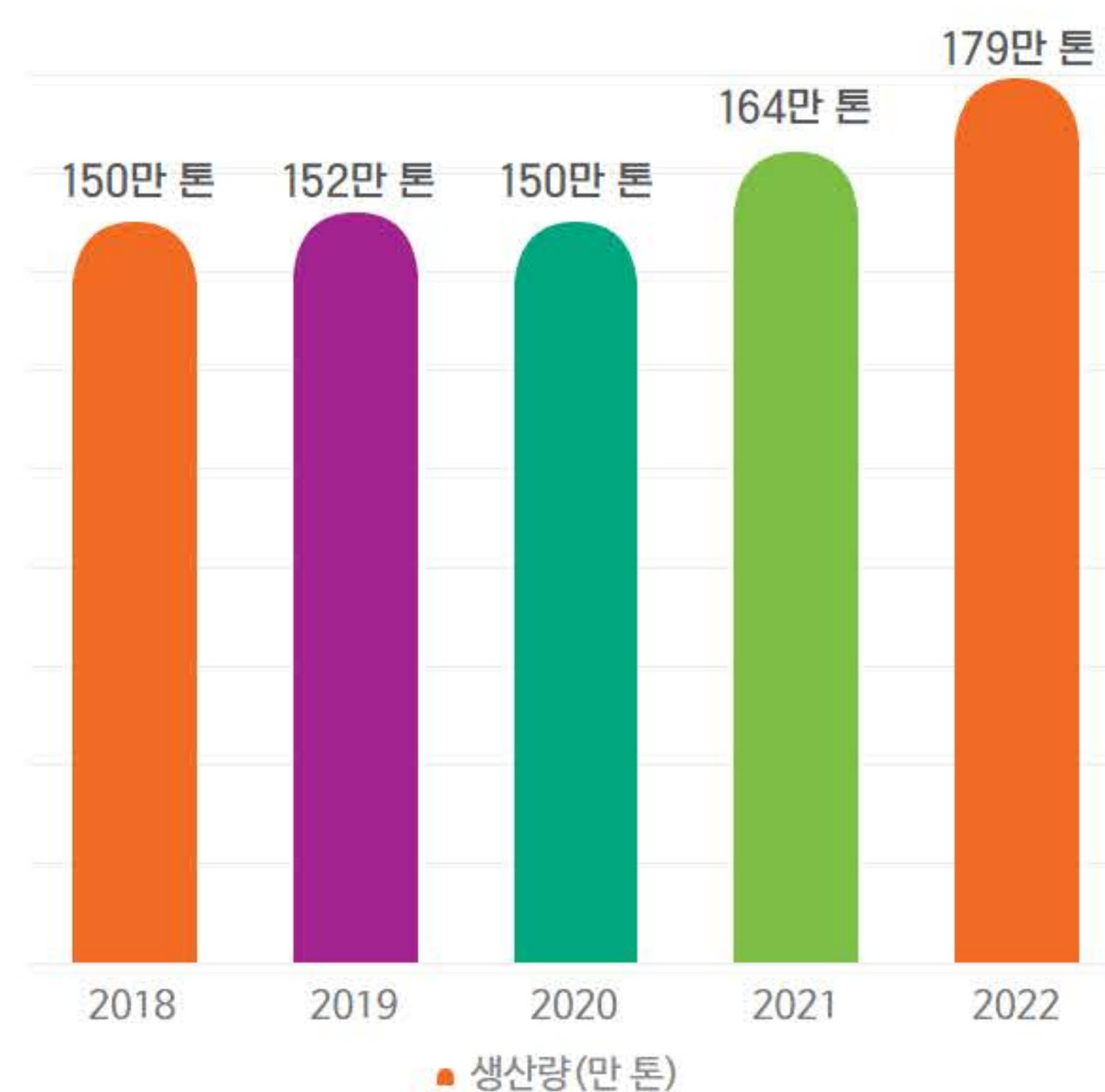
2.1 신선 과일 시장 규모

고온다습한 열대성 기후로 다양한 열대과일 생산지

말레이시아는 적도와 가까이 자리 잡고 있어 기온의 연간 변화가 적으며 낮과 밤의 길이가 연간 동일함. 사계절이 없고 아시아 계절풍의 영향으로 강우량은 시기지역에 따라 차이가 있지만 우기와 건기가 있는 고온다습한 열대성 기후에 속함. 이러한 특징으로 현지에서는 주로 두리안, 망고스틴, 람부탄, 잭프룻, 파파야, 코코넛 등 다양한 열대과일이 생산됨.

최근 5개년 말레이시아 열대과일 생산 규모를 살펴보면 2018년도 기준 연간 약 150만 톤 규모였던 말레이시아 신선 과일 생산 규모가 2022년 기준 총 179만 톤으로 증가하였음. 주요 수출작물 중인 하나인 두리안은 최근 중국에서 수요가 급격히 증가하여 두리안을 재배하는 농가도 증가하는 추세임. 이에 전체 열대과일 생산 규모도 커진 것으로 분석됨. 말레이시아에서 생산된 열대과일은 주 수출국인 싱가포르, 브루나이, 태국, 인도네시아 등으로 공급되고 있음.

표 2-1. 최근 5개년 말레이시아 열대과일 생산 규모



출처 : MINISTRY OF AGRICULTURE AND FOOD SECURITY

말레이시아 주요 열대과일

두리안, 망고스틴, 람부탄 등 성수기 시즌은 6~8월 사이

말레이시아 열대과일의 성수기는 6월에서 8월 사이며 비수기는 12월에서 2월 사이임. 시즌 과일은 두리안, 망고스틴, 람부탄 등이 있으며 연중 과일은 구아바, 파파야, 바나나와 같은 작물로 일 년 내내 재배가 가능함. 2022년 기준 전체적인 생산량은 연중 과일이 많지만 생산액은 시즌 과일이 약 3배 정도 높음.

표 2-2. 2022년 말레이시아 열대과일 생산량과 생산액

구분	경작지 면적(ha)	생산량(톤)	생산액(RM '000)
시즌 과일	1 28,711.35	599,552.11	9,868,759.59
연중과일	69,299.61	1,197,252.33	2,342,068.77

출처 : DOA(DEPARTMENT OF AGRICULTURE)



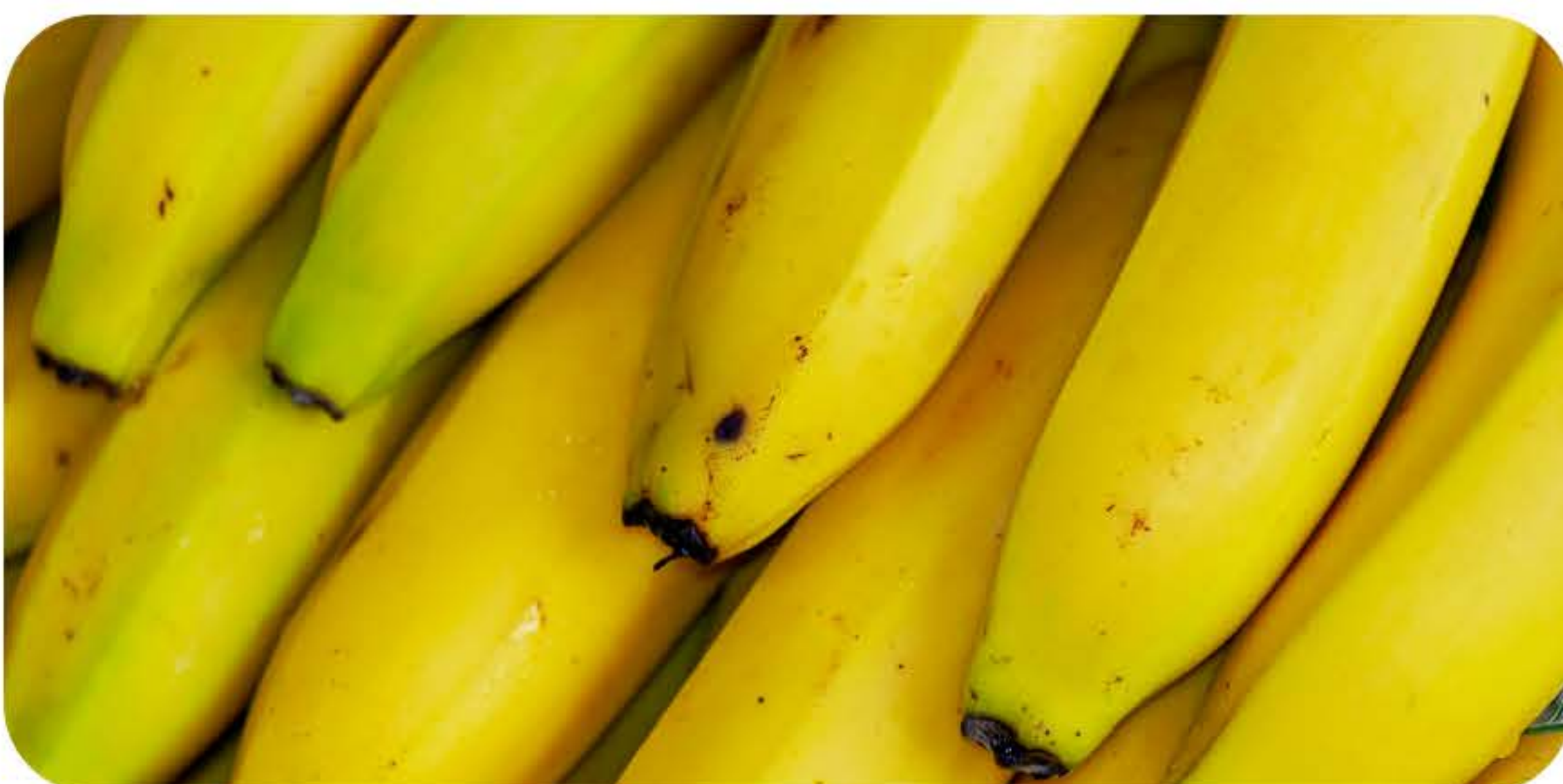
1위, 파인애플 54만 7천 톤

2022년 기준 말레이시아 파인애플 생산량은 54만 7천 톤으로 열대과일 생산량 중 가장 크며 당도가 높은 MD2 품종을 재배하고 있음. 주로 싱가포르, 이집트, 아랍에미리트, 중국 일본 쪽으로 수출되고 있으며 2025년까지 말레이시아 정부에서 약 70만 톤까지 생산량 증대 계획을 갖고 있음.



2위, 두리안 45만 4천 톤

2022년 기준 말레이시아 두리안 생산량은 45만 4천 톤으로 파인애플 다음으로 가장 많이 생산되는 열대과일 중 하나임. 중국에서 두리안에 대한 수요가 급격히 증가하면서 기존에 수출되던 냉동 두리안에서 2024년도부터 신선 과일로 수출이 확대될 전망이다. 향후 2025년까지 약 5만 3천 톤까지 생산량을 증대시킬 예정.



3위, 바나나 32만 9천 톤

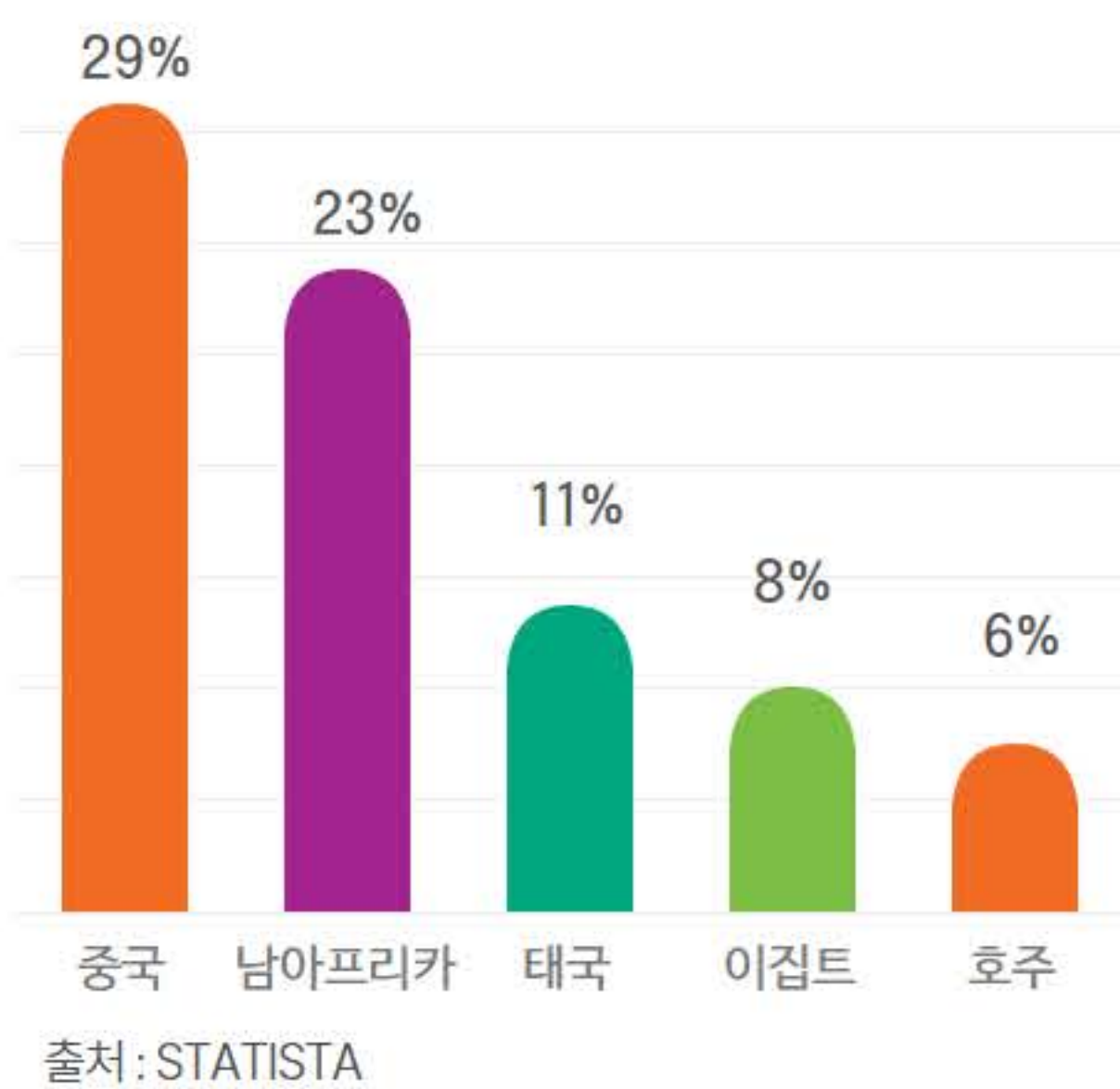
2022년 기준 말레이시아 바나나 생산량은 32만 9천 톤으로 열대과일 생산량 3위인 품목이며 주 수출국으로는 싱가포르, 브루나이, 아랍에미리트, 나이지리아 등으로 수출되고 있음. 말레이시아 바나나 자급률은 100%이며 경지 대비 생산성과 경작 효율성을 높이기 위해 정부에서 지속해서 투자와 육성 정책 등을 지원하고 있음.

점점 증가하는 온대과일 수요

가장 섭취량이 많은 과일은 사과, 바나나 다음으로 베리류가 많아

Statista 자료에 의하면 2022년 말레이시아 신선 과일 수입 규모는 9,436억 원 수준이며 말레이시아 신선 과일 수출 규모는 1,388억 원 수준으로 주요 열대 작물들을 제외하고는 대체로 말레이시아 내 재배가 어려운 온대 과일 품종 및 신선과일을 중심으로 수입의존도가 높음.

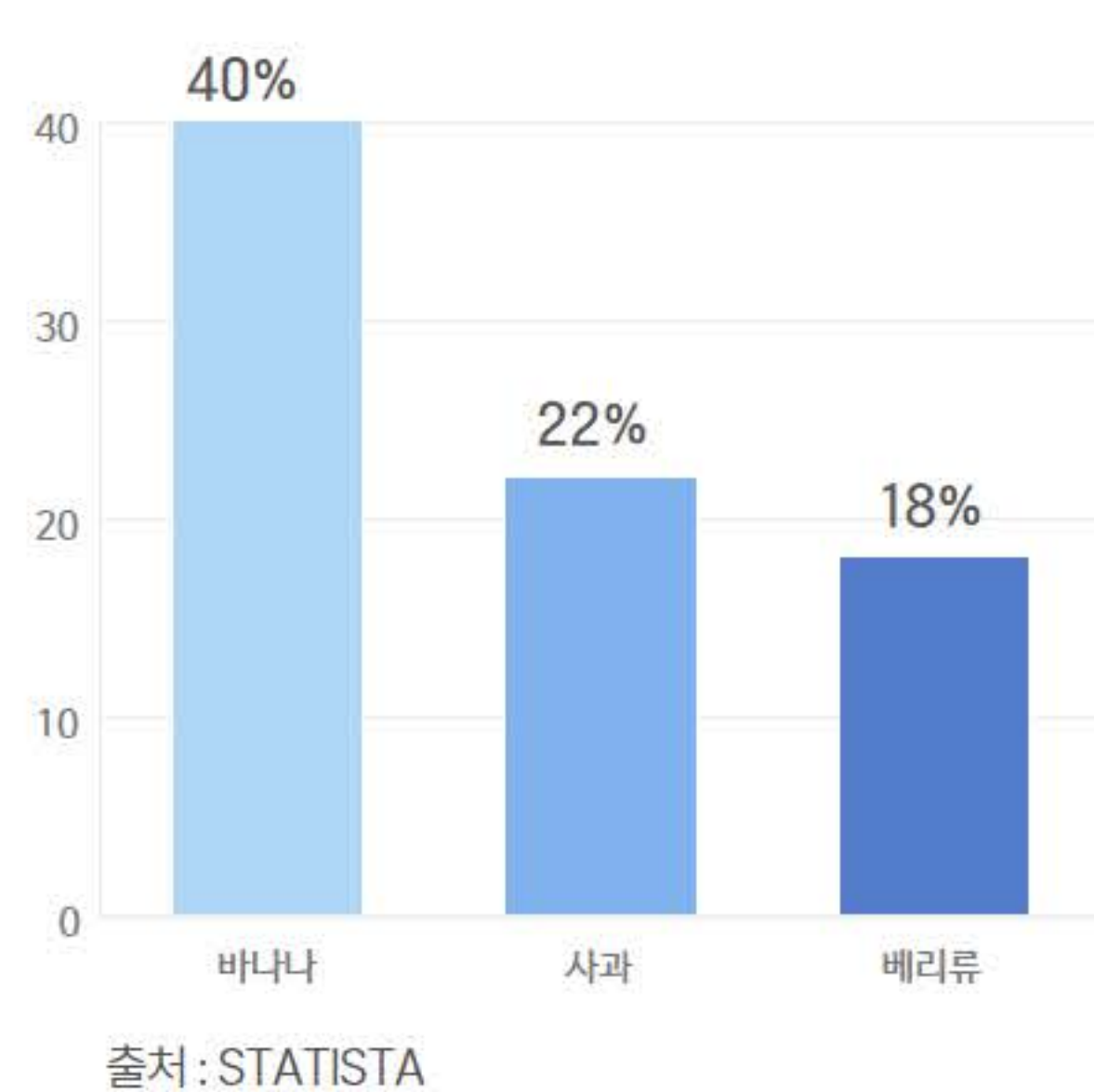
표 2-3 2022년 말련 상위 과일 공급 국가



주요 수입 국가

말레이시아의 주요 과일 수입국은 중국이며 수입 비중은 중국, 남아프리카, 태국, 이집트, 호주, 미국 순임.

표2-4 2022년 말련 상위 수입량 세부 품목 점유율



세부 수입품목

과일 수입품목으로는 포도, 사과, 오렌지, 키위, 바나나, 딸기, 블루베리, 망고, 복숭아, 아보카도 등이 있으며 단일 품목으로는 바나나 수입량이 가장 많음.

표2-5 2023년 말련 1인 기준 과일 소비량



인당 과일 섭취량

2023년 말레이시아 인당 과일 소비량은 29.7kg으로 예상. 1인 기준 가장 섭취량이 많은 과일은 사과(8.3kg)이며 뒤이어 바나나(7.4kg), 베리류(2.2kg)가 있음.





딸기 재배지

말레이시아 카메론 하이랜드



2.2 현지 딸기 시장 규모

'자국 생산량 1,000여 톤 규모, 전체 생산량의 99.8%가 카메론 하이랜드에서 재배'

쿠알라룸푸르에서 차를 타고 세 시간 남짓 구불구불 이어진 도로를 따라 올라가면 일 년 내내 30도를 웃도는 무더위에서 연 평균 기온 15~20도를 유지하는 고원지대인 카메론 하이랜드(Cameron Highlands)가 자리하고 있음. 1885년 영국 정부의 지질 조사원이었던 윌리엄 카메론(William Cameron)에 의해 지형이 발견되었고 1930년대에 개발되어 대규모 차밭이 조성됨. 이후 농장이 운영되고 유럽인들이 정착하여 세월을 거치면서 말레이시아의 대표적인 휴양지와 농업지대가 형성됨.

말레이시아에 딸기가 소개된 건 영국 식민지 시절 한 영국군 장교가 딸기를 가져와 관사에 심게 된 것을 계기로 1970년대 인도 남부에서 온 카시마니 팔리아(Kasimani Palliah)가 카메론 하이랜드 내 타나 라타(Tanah Rata) 지역에서 딸기 농장을 시작하여 Brinchang, Kea farm, Tringkap 지역까지 딸기 재배지가 발달하게 되고 말레이시아에서 유일하게 딸기가 생산되는 특산지로 자리 잡음.

2. 말레이시아 딸기 시장 규모

말레이시아 농업부(DOA, Department of Agriculture) 통계 자료에 따르면 2022년 기준 말레이시아 딸기 수확량은 882톤에 이르며 말레이시아 딸기 공급의 약 27%를 차지하고 있음. 2022년 기준 카메론 하이랜드는 전국 딸기 생산량의 99.8%를 차지하며 재배면적은 2019년 27.2ha에서 2022년 34.3ha로 증가하는 추세이나 연간 재배 면적당(1ha) 생산량은 2019년 28톤에서 2022년 25톤으로 감소함.

표 2-5 2019년 - 2022년 말레이시아 딸기 생산 규모

구분	2019년	2020년	2021년	2022년
생산량(톤)	767.1	945.5	1,104.5	882.7
재배면적(ha)	27.2	34.3	40.7	34.3

출처 : DOA(Department of Agriculture)

카메론 하이랜드 딸기 농장 유통 현황

약 52개의 딸기 농가 중 10여 개의 대형 농가를 제외한 대부분은 중·소규모 농가로 딸기 수확 체험, 관광 등으로 카메론 하이랜드를 방문하는 관광객에게 관광 상품과 연계하여 딸기를 판매 중.



말레이시아 딸기 재배 품종 및 방식

카메론 하이랜드 농가에서는 하우스의 윗면을 비닐로 피복하는 비 가림막을 설치하여 고설식 베드 재배 방식을 하고 있음. 고랭지 여름 재배환경으로 1년 내내 딸기를 생산할 수 있으며 카메론 하이랜드에서 주로 재배되는 품종은 미국 품종으로 페스티벌(Everbearer), 카마로사(Camarosa), 알비온(Albion) 등이 있으나 저장성 약화, 품질 저하 등 품종 퇴화 문제가 발생하고 있음.

■ 페스티벌(Everbearer)



출처 : 카메론 하이랜드 내 딸기 농가 촬영

말레이시아 농가에는 주로 페스티벌이라 불리며 정식명칭은 Everbearing으로 유럽의 야생딸기(*Fragaria vesca*)의 계통으로 여겨짐. 향이 진하고 달지만 신맛이 강한 편임. 카메론 하이랜드 대부분의 농가에서 주로 많이 재배되고 있음.

■ 카마로사(Camarosa)



출처 : 카메론 하이랜드 내 딸기 농가 촬영

미국 캘리포니아 주립대(UC)에서 육성한 딸기 품종이며 대부분 노지 형태로 재배가 되는 품종임. 큰 크기, 진한 붉은 색, 단단한 경도를 가진 특징이 있음. 주로 여름과 가을에 수확되며 디저트 및 가공 제품으로도 적합하여 냉동으로 가공시설 등에 공급되고 있음.

■ 알비온(Albion)



출처 : 카메론 하이랜드 내 딸기 농가 촬영

국립종자원 자료에 따르면 알비온은 과실 모양은 원추형이며 과실은 은은한 분홍색을 띠고 있음. 중간과 짙은 적색 사이임. 광택감이 있고 표면이 고른편이며 조금 단단한 경도를 가지고 있음. 말레이시아 농가에서 스노우 딸기라는 명칭으로 재배되고 있음.

그림 2-2 카메론 하이랜드 딸기 농가 재배 시설

재배 시설



재배 방식

1. 생육환경

주로 건기 시즌인 3월에서 9월 사이에 품위가 좋음. 일조량과 기상 여건에 따라 당도 및 경도 등이 영향을 많이 받음.

2. 재배환경

화분 또는 스트리폼 베드에 직접 모주를 정식하고 러너 발생 촉진. 자묘를 유인하고 개별 또는 연결 포트에 상토를 넣고 뿌리 발근을 유도. 고설 포트 방식을 활용함.

3. 수확환경

농가 선별장은 저온 저장시설이 없으며 직사광에 노출되지 않도록 통풍이 되는 적재장에서 이루어짐.

4. 유통환경

도매 및 물류 업체에서 신선제품을 운반할 냉장 트럭 등을 보유하고 있어 딸기를 비롯하여 각종 수확된 채소 등을 전국에 각 유통 센터로 운반함.



말레이시아 내 정부 방향 및 현지 딸기 시장성의 한계

말레이시아 GDP에서 농업의 비중은 지난 15년 동안 7~10%에 정체되어 있음. 현재 말레이시아 농지의 약 80%가 팜오일 생산에 할당되어 있어 팜오일 생산 면적은 총 590만 ha로 과일과 채소류 재배면적은 27만 ha에 불과함. 그 중 카메론 하이랜드는 말레이시아의 대표 농산물 생산지 중 하나이며 712km²의 면적을 차지하고 있으나 토지의 90%는 산지이며 실제로 채소, 차, 딸기 등 재배에 활용되는 토지는 8% 수준임. 말레이시아는 자국의 식품 안보를 강화하기 위해 농업의 역량 발전을 도모하고 있으며 선진국의 농산물 유통 공급망 벤치마킹과 스마트 농업 기술 도입 등 농업 분야에 많은 노력을 기울이고 있음. 2019년 부산 한-아세안 특별 정상 회의를 방한한 마하티르 빈 모하맛 말레이시아 총리는 “어떻게 해야 이렇게 맛있는 딸기를 재배할 수 있냐”며 재배기술 협력에 관심을 보이기도 함. 그러나 현재 카메론 하이랜드에서 수확되는 딸기는 상품성 및 당도가 떨어지고 수확 후 쉽게 물러져 유통 면에서도 어려움을 겪고 있음. 이에 따라 생산되는 딸기의 80%는 카메론 하이랜드를 방문하는 관광객에게 주로 판매가 되고 있음. 농업부 관계자의 인터뷰에 따르면 품종 개발 및 육묘기술, 제한된 재배면적 등에 대한 현실적인 어려움으로 인해 말레이시아 정부에서 딸기를 주요 수출작물로 육성하기에는 생산성과 시장성이 높은 다른 열대과일 품목들과 비교하면 가능성이 적다고 여김. 현재까지는 딸기 산업 육성을 위한 정부에서 계획하는 육성 정책과 생산량 확대에 대한 지원 없이 민간 주도 형식의 딸기 재배가 이루어지고 있는 실정임.



03

3. 말레이시아 딸기 수입 동향

3.1 딸기 수입 규모	14
3.2 수입 딸기 국가별 경합 시기	16

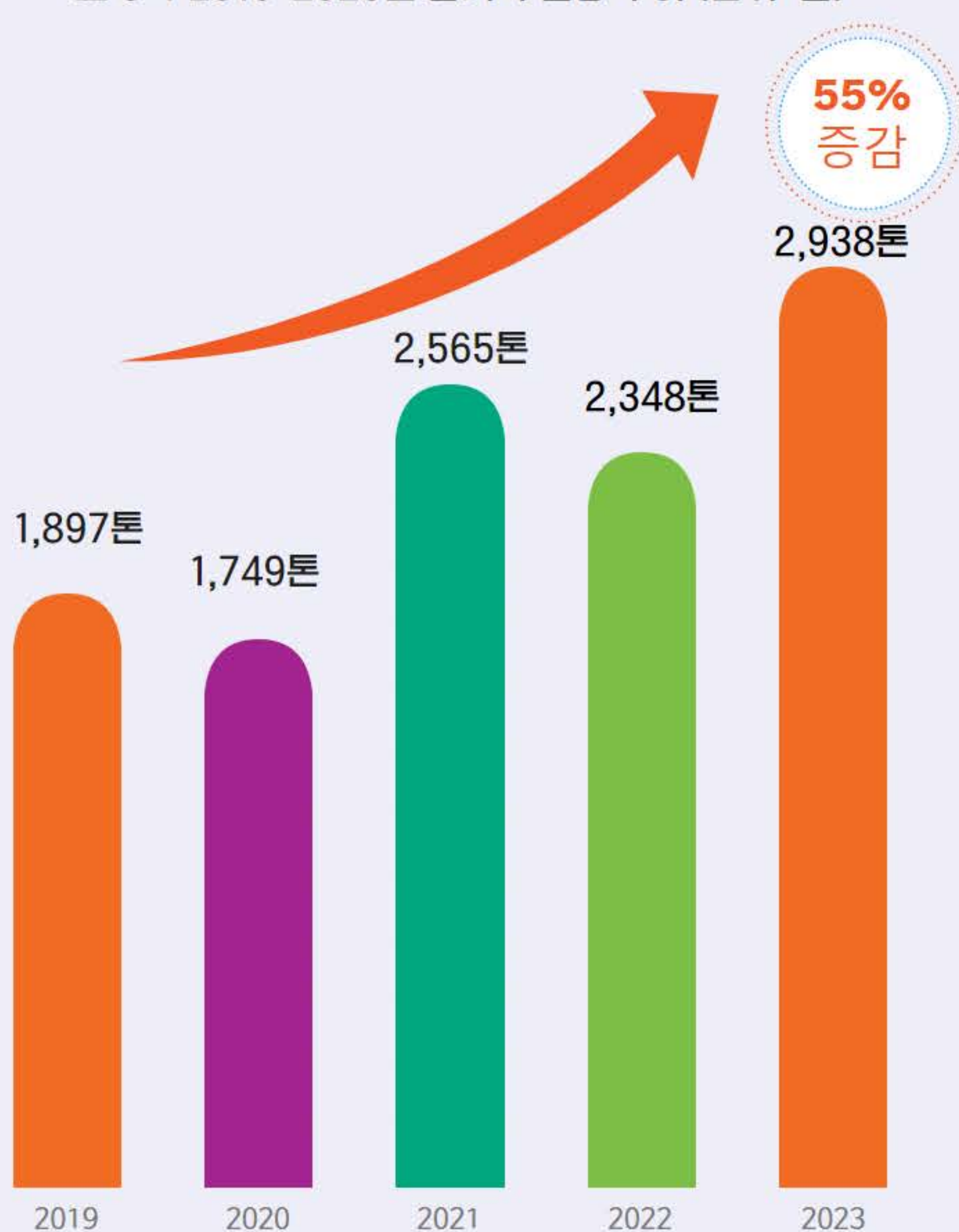
3.1 딸기 수입 규모

2023년 딸기 수입량 2,938톤으로 2019년 대비 55% 증가

최근 5년간 딸기 수입량 추이를 분석해 보면 2019년 1,897톤에서 2023년 2,938톤으로 2019년 대비 약 55%가 증가하였음. 2023년 기준 총 19개 국가에서 말레이시아로 딸기를 수출하였으며 가장 수입량이 많은 딸기는 이집트산으로 전체 수입량의 39%(1,148톤)를 차지하였으며 그 뒤로 호주산이 20%(583톤), 미국산 17%(513톤), 한국이 12%(359톤)를 차지함. 이집트, 미국, 일본 딸기는 2019년 대비 수입량이 대폭 증가해 2023년 각 195.1%(389톤->1,148톤), 258.7%(143톤->513톤), 760%(15톤->129톤) 증가율을 보임. 반면 호주, 한국 딸기 수입 증가량은 2019년도에 비해 2023년 다소 감소세를 보임.

말레이시아 대상 2019년도 국가별 딸기 수입량 점유율 중 한국 딸기는 약 30%로 전체 수입국 중 2위를 차지하였으나 2023년도에 12%로 감소하여 4위를 차지함. 2019년도부터 2023년까지 전체 수입국 중 수입량이 가장 많이 감소하였음. 이는 2019년 국내 딸기 생산량이 22만 톤까지 증가하였으나 최근 3개년은 생육여건의 악화로 생산량 감소에 따른 수출량과 이집트, 미국 일본 딸기 등의 수출량 증대에 따른 시장 경쟁의 영향으로 추정됨.

표 3-1 2019-2023년 딸기 수입량 추이 (단위: 톤)



출처 : 말레이시아 통계청

표 3-2 2019-2023년 국가별 딸기 수입량 추이 (단위:kg)



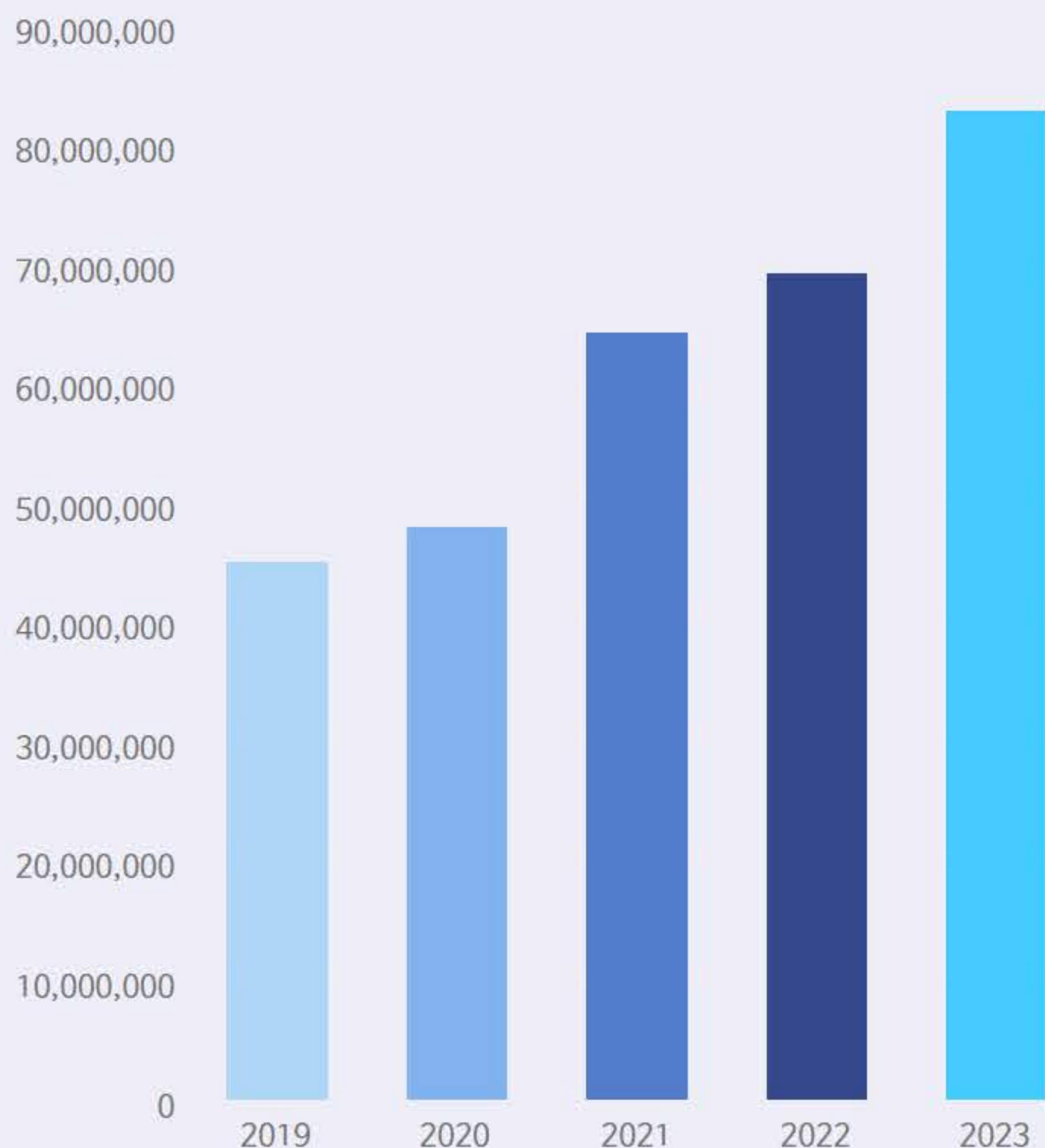
출처 : 말레이시아 통계청

총수입 규모 중 한국산 딸기 수입액이 전체 규모의 24% 점유

최근 5년간 말레이시아 전체 딸기 수입액은 2019년 RM44,911,000(약 127억 8천만 원)에서 2023년 RM82,677,000(약 253억 3천만 원)으로 2019년 대비 약 2배가량 증가하였음. 2019년 대비 수입량이 약 38%가량 감소했음에도 불구하고 최근 2~3년간 생육 부진으로 딸기 수확 초기 가격이 높아지는 등 여러 변수적인 요소들로 인해 2023년 수입액 규모는 증가함. 2023년 기준 가장 수입액이 높은 나라는 한국으로 RM20,137,917(약 56억 원)이며 그 뒤로 호주가 RM19,182,898(약 54억 원), 미국이 RM17,311,987(약 48억 원), 이집트가 RM16,975,477(약 45억 원)임. 한국산 딸기의 수입액 규모는 전체 수입국가 중 1위로 점유율의 24%를 차지함.

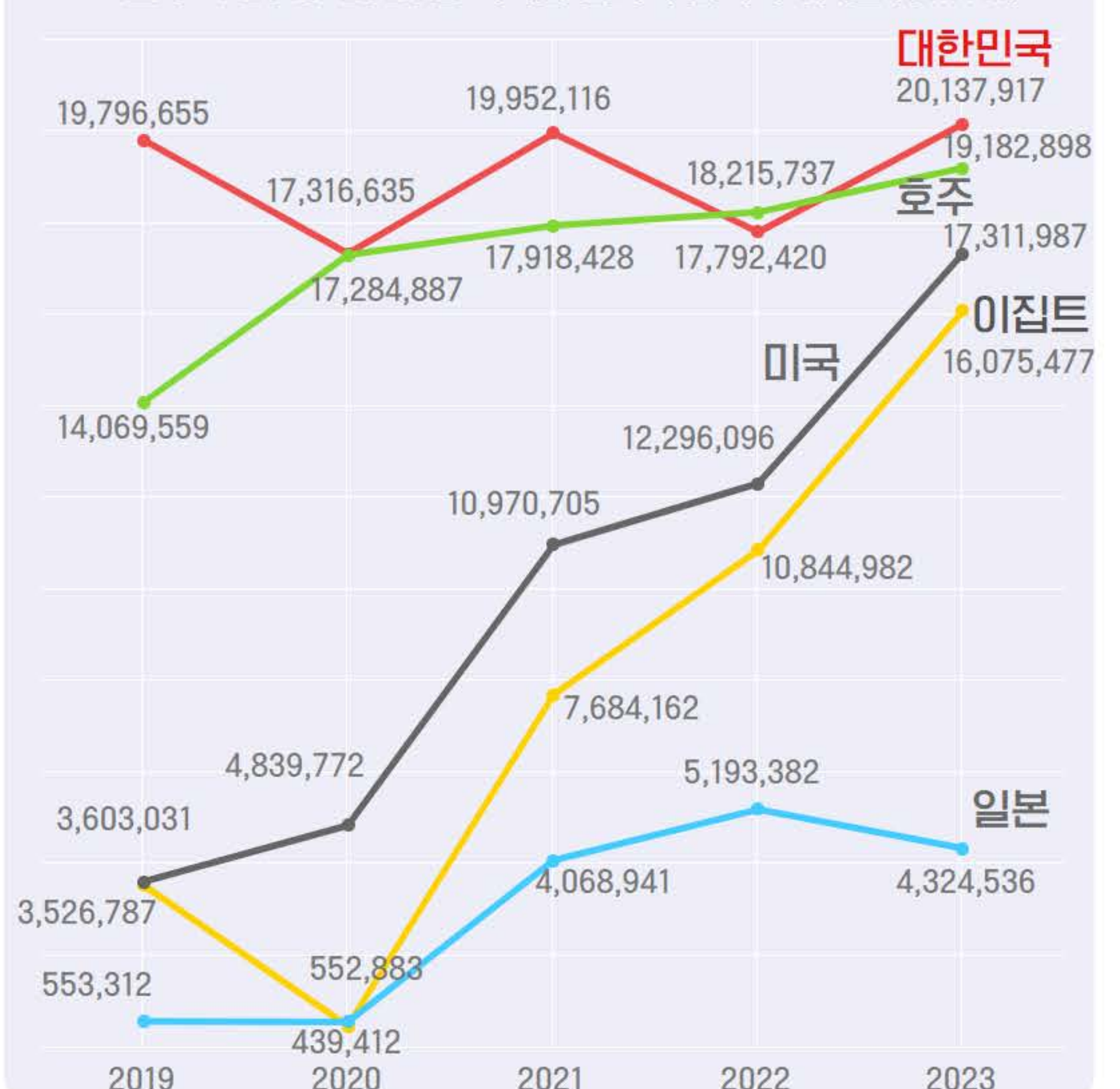
표 3-3 2019-2023년 딸기 수입액 추이

(단위:MYR)



출처 : 말레이시아 통계청

표 3-4 2019-2023년 국가별 딸기 수입액 추이 (단위:MYR)



출처 : 말레이시아 통계청

2023년 국가별 평균 중량 당 딸기 수입단가

2023년 말레이시아의 평균 신선 딸기 수입단가는 kg당 RM28.1(약 8,218원) 수준이지만 한국산 딸기 수입단가는 RM56.0(약 16,378원)으로 가장 높게 형성되어 있으며 주요국가 평균보다 2배가 높은 편임. 호주, 미국, 일본의 평균단가는 RM33.2(약 9,701원)으로 실제 유통 시장에서는 비슷한 한국산 딸기보다 비슷한 가격대이거나 높은 가격대를 보임.

표 3-5 2023년 국가별 수입량 대비 딸기 수입단가



출처 : 말레이시아 통계청 자료 재구성

3.2 수입 딸기 국가별 경합 시기

딸기 주 경합 시기는 11월에서부터 4월까지

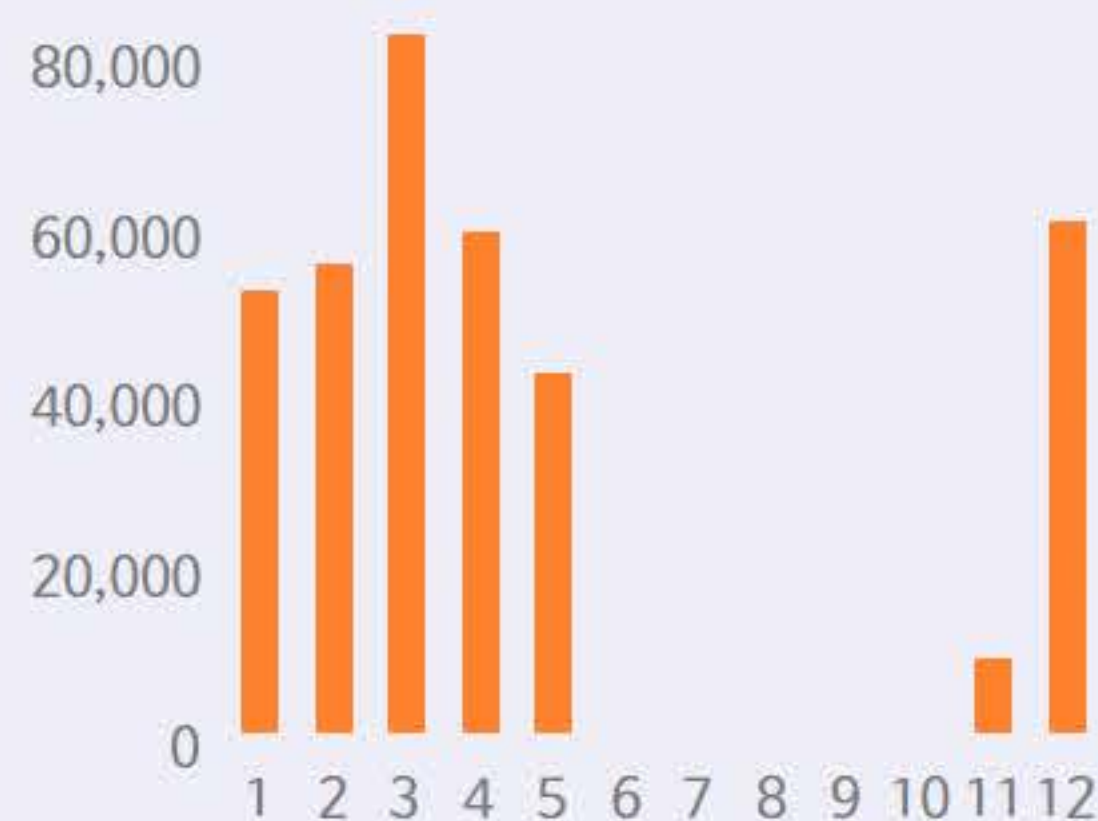
표 3-6 국가별 월별 수입 경합 시기

국가	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
한국	성수기	성수기	성수기	성수기	성수기	비수기	비수기	비수기	비수기	비수기	성수기	성수기
호주	성수기	비수기	비수기	비수기	비수기	비수기	성수기	성수기	성수기	성수기	성수기	성수기
이집트	성수기	성수기	성수기	성수기	비수기	비수기	비수기	비수기	비수기	비수기	성수기	성수기
미국	비수기	비수기	비수기	비수기	성수기	성수기	성수기	성수기	성수기	비수기	비수기	비수기
일본	성수기	성수기	성수기	성수기	성수기	비수기	비수기	비수기	비수기	비수기	성수기	성수기

출처 : 말레이시아 통계청 자료 재구성

2023년 한국 수출 물량 월별 동향

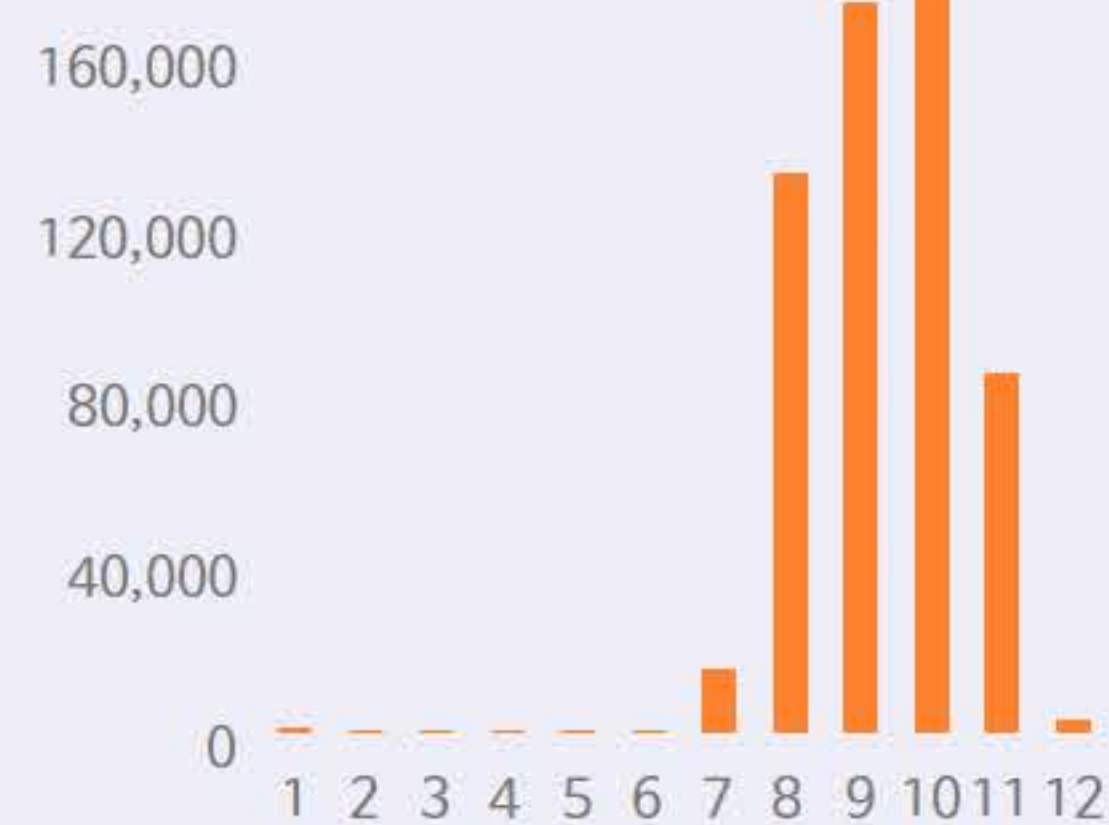
(단위:kg)



한국의 경우 12월부터 수출 출하가 되어 5월까지 수출이 이루어지며 6월부터 10월까지는 비수기임.

2023년 호주 수출 물량 월별 동향

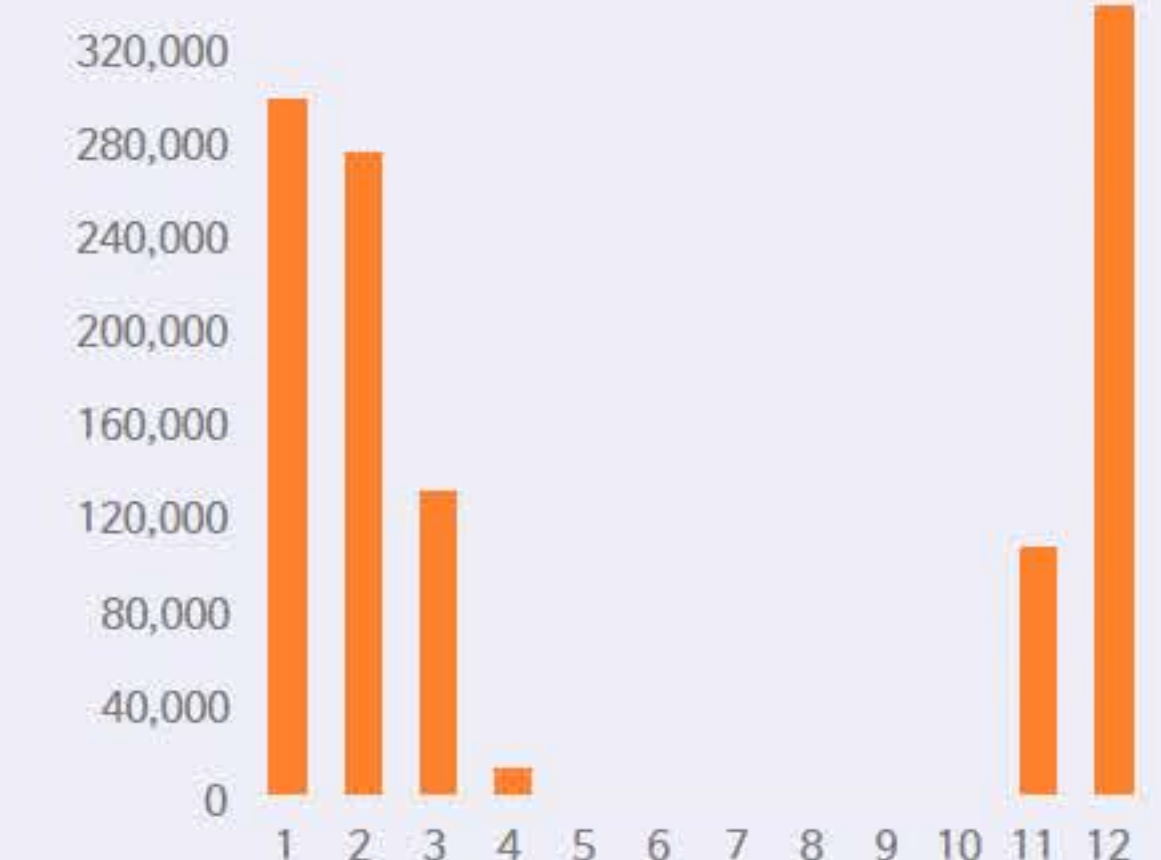
(단위:kg)



호주의 경우는 1년 내내 수출이 이루어지고 있지만 주 수출 시기는 7월부터 2월까지로 3월에서 6월까지는 비수기임.

2023년 이집트 수출 물량 월별 동향

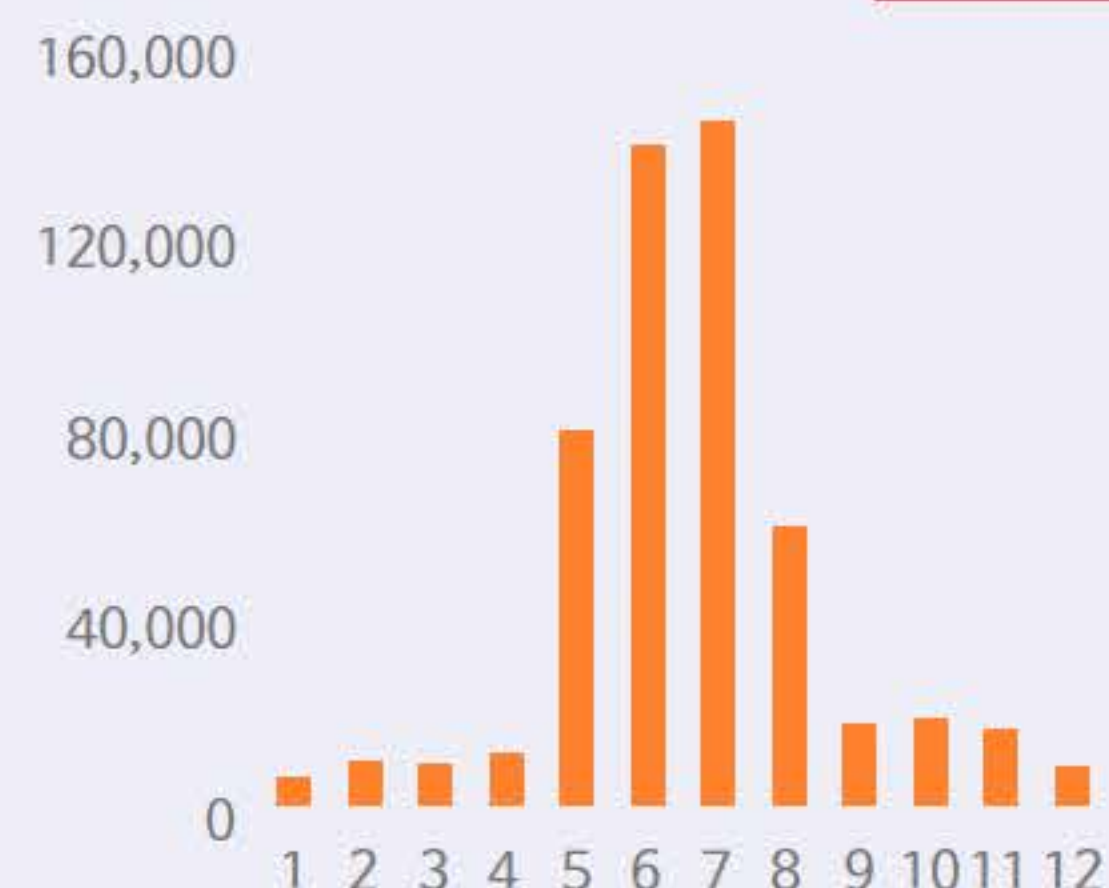
(단위:kg)



이집트의 경우 11월부터 4월까지가 말레이시아로 주 출하 시즌이며 5월부터 10월까지는 비수기임.

2023년 미국 수출 물량 월별 동향

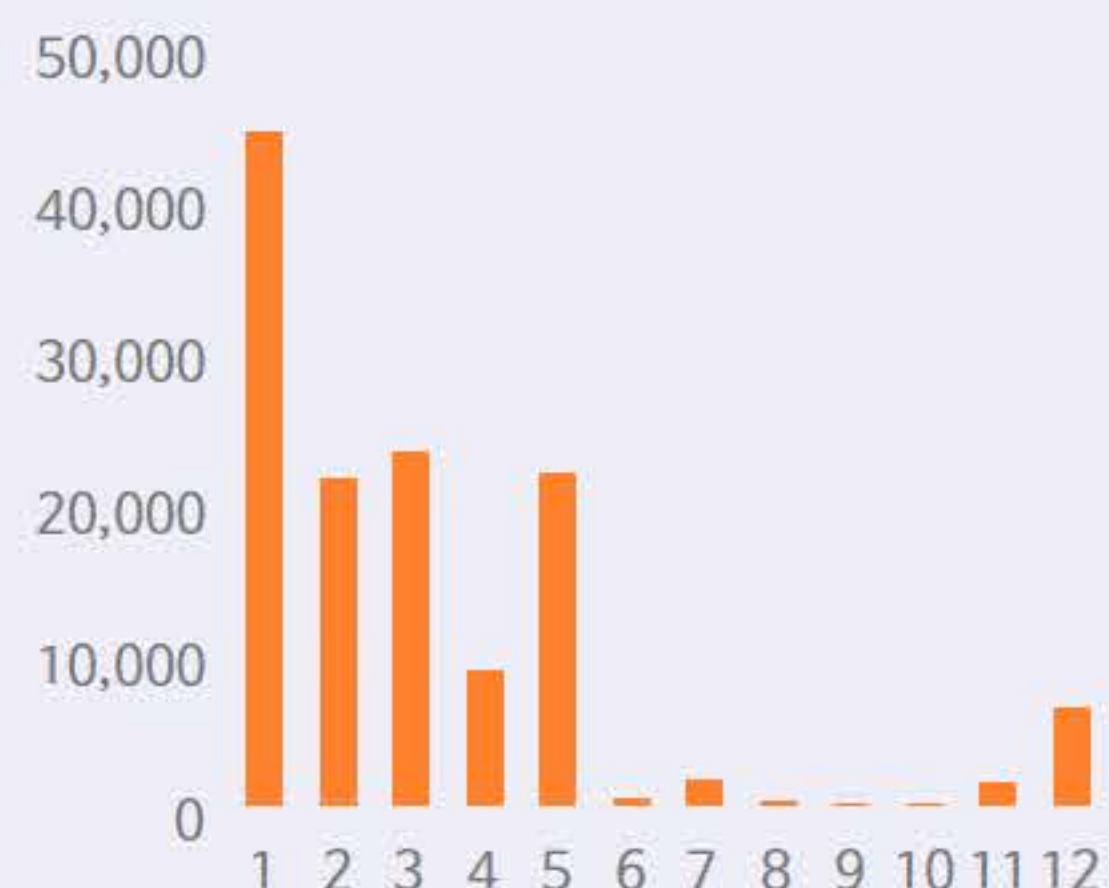
(단위:kg)



미국 딸기 수출의 경우 1년 내내 이루어지고 있지만 주 수출 시기는 5월부터 8월까지이며 20톤 이하는 9월부터 4월까지로 비수기임.

2023년 일본 수출 물량 월별 동향

(단위:kg)



일본의 경우 1년 내내 딸기를 공급하고 있으나 월평균 1톤 이상 말레이시아 딸기 수출 시기는 11월부터 5월까지이며 1톤 이하는 6월부터 10월까지로 비수기임.

2024년 현지 유통 경합 시즌 시장 조사

2023년 12월부터 2024년 4월 말까지 자체 조사를 통하여 현지 마켓에 유통되고 있는 국가별 딸기 동향을 조사한 결과 한국산 딸기는 11월~4월 동안 집중적으로 유통되며 해당 기간에 국가별로 가장 많이 딸기가 경합하는 시기임.

미국과 호주 딸기의 경우 한 개의 수입 유통사에서 유통하고 있으며 호주산의 경우 7월과 2월 사이에 주로 유통되고 있으며 미국산의 경우 그 이후 시즌인 3월부터 유통되고 있음.

일본산과 이집트산의 경우 한국과 마찬가지로 11월부터 4월까지가 말레이시아 주 유통시즌으로 분석됨.



04

4. 말레이시아 딸기 유통 현황

4.1 딸기 유통 현황	18
4.2 딸기 판매 유통채널	19
4.3 딸기 판매 현황	20
4.4 딸기 판매 가격 추이 동향	23
4.5 딸기 판매 품질 동향	24
4.6 딸기 경쟁력 비교표	25

4.1 딸기 유통 현황

딸기 신선도 유지를 위한 콜드체인 유통 인프라 활용도 높음



딸기는 품목 특성상 유통기간이 짧아 신선도 유지를 위해 수출 물량의 99%를 항공운송으로 들여오고 있음. 말레이시아는 콜드체인 인프라가 있는 국제공항 중에 말레이시아 최대 공항인 쿠알라룸푸르 국제공항(KLIA)에서 국내 및 국제 항공 화물의 74.6%가 취급되고 있음. 항공으로 들여온 딸기 및 신선 식품은 저온 시설이 잘 갖추어진 신선류 전용창고로 분류되며 수입유통 업체를 통해 냉장 탑차, 트레일러, 냉각장치가 설치된 화물, 컨테이너 등에 적재하여 목적지 유통 채널까지 운송함.

딸기를 수입하는 주요 현지 수입업체의 대부분은 쿠알라룸푸르와 셀랑고르주(Selangor State)에 있음. 열대과일류 등은 현지 길거리 노점 파사르(Pasar) 형태 등에서 많이 유통되고 있지만, 딸기의 경우 보관온도가 높으면 금방 무르기 때문에 딸기의 상품 신선도를 위해 저온냉장 시설이 갖추어진 하이퍼마켓 등이 주 판매 채널이며 딸기 입고 후 5일 이내로 판매를 하는 형식임. 말레이시아 내 현지 생산 농가의 경우 직접 대형 유통업체로 출하하거나 현지 도매상을 통하여 출하됨. 대부분이 직판 및 체험 형태로 직거래가 되는 비율이 높음.



그림 4-1 말레이시아 주요 딸기 수입사 냉장 컨테이너

4.2 딸기 판매 유통채널

한국 딸기는 중·고소득층을 대상으로 하는 하이퍼마켓에서 주로 유통

과일 유통채널은 전통적인 거주지 밀집 지역에서 과일 트럭, 재래시장, 슈퍼마켓 등에서 판매가 되는 소매상과 현대적 유통채널인 하이퍼마켓으로 구분할 수 있음. 하이퍼마켓은 외곽 지역 및 중·저소득층을 상대로 하는 하이퍼마켓과 각 중심가 지역 및 중·고소득층을 대상으로 하는 하이퍼마켓으로 구분되어있음. 말레이시아인들 사이에 한국산 과실류가 프리미엄 과실로 인식되면서 현지 고소득층과 젊은 층들을 중심으로 구매량 증가와 관련 시장도 점차 확대되는 추세임.



출처 : 말레이시아 AEON 매장 내 신선코너

■ 하이퍼마켓

말레이시아 내 7여 곳 하이퍼마켓을 조사한 결과 중·저소득층을 대상으로 하는 GIANT, LOTUS'S 등의 하이퍼마켓에서는 말레이시아 또는 이집트산 딸기만 판매하고 있었으며 대부분 한국산 딸기는 중·고소득층을 대상으로 하는 자야 그로서(Jaya Grocer), 빌리지그로서(Village Grocer), B.I.G, AEON, 이세탄(Isetan) 등에서 유통되고 있음.



출처 : 말레이시아 MBG 매장

■ 과일 소매점

말레이시아 내 냉장시설을 갖춘 신선 과일 소매점 MBG를 비롯하여 슈퍼마켓 등에서 한국산 딸기가 유통되고 있음. 각 쇼핑몰 안에 매장들이 입점되어 있으며 과일의 품질보다는 저렴한 가격에 판매하거나 과일주스 등을 만들어서 판매함. 중심가 부분에 위치한 플래그십 매장에서만 한국산 딸기를 판매하고 있음.



출처 : 말레이시아 Selayang 시장

■ 과일 도매시장

쿠알라룸푸르 근교인 말레이시아 최대 과일 도매 시장에 Selayang Fruit Market은 Kaishen, LST, Chop Tong Guan 등 냉장 창고 인프라를 갖춘 주요 과일 수입, 도매상들이 밀집해 있으며 각 중소 단위 소매점들에 신선 과일 등을 제공하고 있음. 구매 양에 따라 도매 및 소매 가격으로 한국 딸기를 비롯하여 각종 과일을 구매 할 수 있음.



한국 딸기유통 시기
11월 - 5월

주요판매 유통망
고급 식료품점

주요포장 규격
250g/330g

주 원산지
한국, 일본, 호주, 이집트

4.3 딸기 판매 현황

말레이시아 하이퍼마켓은 다채롭고 입체감 있는 비주얼로 소비자의 이목을 사로잡기 위해 매장 입구에 신선 식품 매대를 설치함. 고급 식품점일수록 과일, 채소코너에서 다양한 국가의 품종들을 확인할 수 있음. 11월과 5월 사이 한국 딸기가 판매되는 시즌에는 한국 딸기를 비롯하여 일본, 호주, 이집트, 말레이시아 딸기들이 매장 안 메인 신선 코너에 진열되어있음. 2023년 12월부터 2024년 4월까지 현지 하이퍼마켓을 방문하여 조사한 결과 판매되는 딸기의 포장 규격은 대부분 250g / 330g 단위의 플라스틱 팩에 소포장 상품으로 판매되고 있음. 소매판매 가격은 하이퍼마켓별, 중량별, 원산지별, 판매 시기별 등에 따라 다양함. 한국산 딸기의 경우도 같은 포장 규격임에도 불구하고 프로모션 및 판매 소매점에 따라 차이가 나고 있음. 일본산 딸기의 경우는 한국 딸기의 2~3배 높은 가격으로 판매가 되고 있으며 호주·미국산의 경우는 한국 딸기 가격과 비슷하거나 저렴하게 판매되고 있음. 그 외 이집트 딸기, 말레이시아산 딸기 등은 저렴한 가격에 판매되고 있음.

표 4-1 하이퍼마켓별 딸기 원산지 판매

구분	한국	말레이시아	일본	미국	이집트	호주
isetan	○	○	○			
JAYA GROCER	○	○	○	○	○	○
VILLAGE GROCER	○	○	○	○	○	○
AEON	○	○	○		○	○
B.I.G	○	○	○	○		○
GIANT		○			○	
LOTUS'S		○			○	

JAYA GROCER

특징

다양한 신선제품을 공급하며 동남아 최대 차량 공유 및 식품 배달 플랫폼인 그랩(Grab)에서 인수하여 온라인 신선과일 및 식료품 배달 가능

딸기 판매 원산지

한국, 일본, 말레이시아, 호주, 미국, 이집트

설립년도 2007년
매장수 50개



VILLAGE GROCER

특징

다양한 신선 식품 및 유럽 수입 가공, 유제품 등 고급식료품들이 진열되어 있음. 온라인 배달 플랫폼 운영

딸기 판매 원산지

한국, 일본, 말레이시아, 호주, 미국, 이집트

설립년도 2004년
매장수 30개



B.I.G

특징

Village Grocer와 같은 계열사이며 마켓 내에 키친 레스토랑을 운영 하고 온라인 배달 가능

딸기 판매 원산지

한국, 일본, 말레이시아, 호주, 미국

설립년도 2011년
매장수 6개



AEON

특징

자회사를 통하여 쇼핑몰, 슈퍼마켓 및 할인매장 등을 보유하고 있으며 여러 지방 도시까지 점포 구축이 잘 되어있음

딸기 판매 원산지

한국, 일본, 말레이시아, 호주, 미국, 이집트

설립년도 1984년
매장수 34개



ISETAN

특징

백화점 내에 슈퍼마켓을 운영하여 고급 일본산 신선 제품들을 진열

딸기 판매 원산지

한국, 일본, 말레이시아, 미국, 이집트

설립년도 2010년
매장수 3개



GIANT

특징

시내 중심가보다는 거주 지역과 지방 도시 위주로 점포 구축이 되어있음

딸기 판매 원산지

말레이시아, 이집트

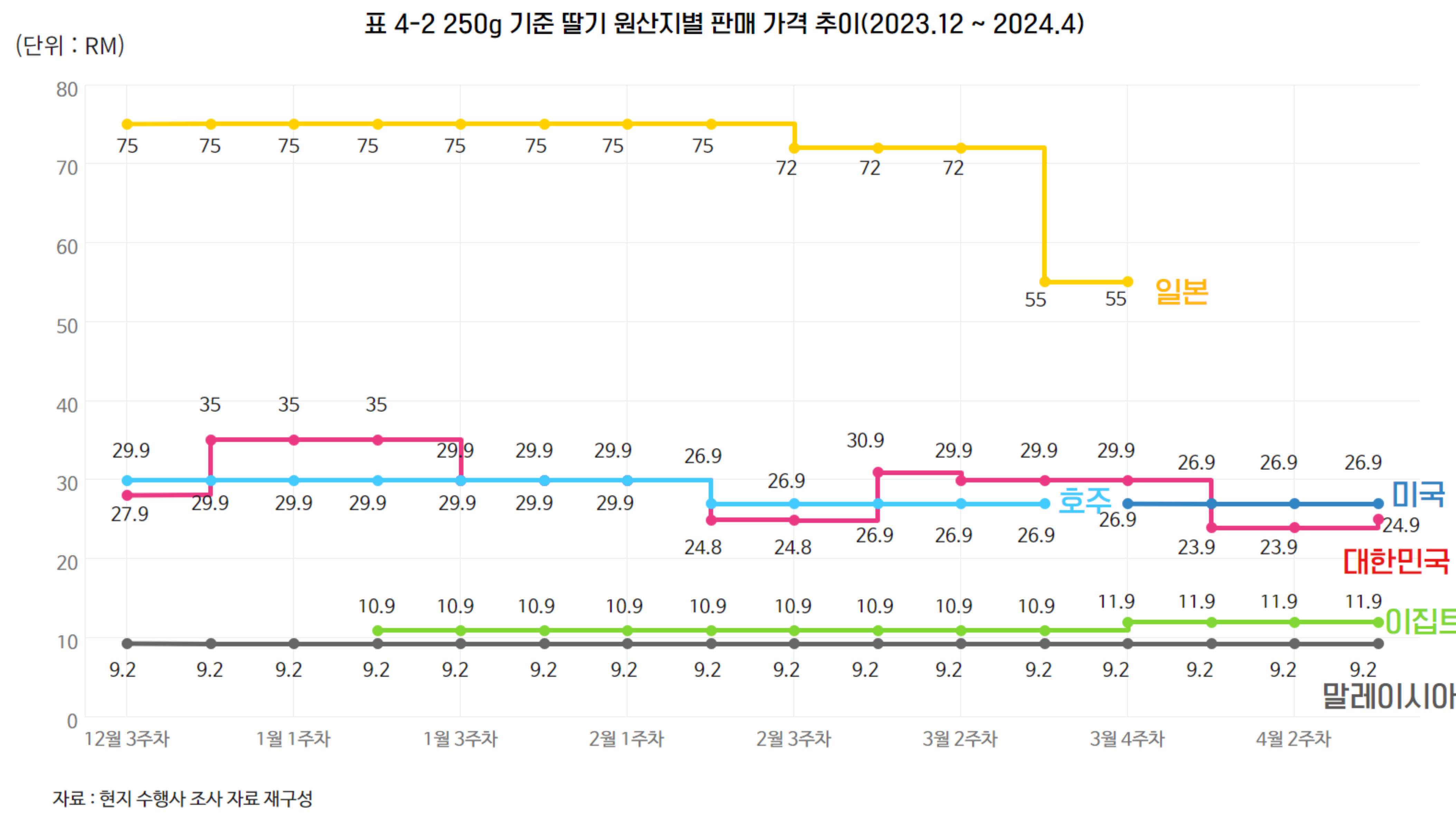
설립년도 1944년
매장수 80개



4.4 딸기 판매 가격 추이 동향

한국산 딸기는 일본산보다 저렴하고 호주 딸기 가격과 동급

2023년 12월 2주 차부터 2024년 4월 3주 차까지 딸기 판매 유통 가격 추이를 조사한 결과 가격은 일본, 한국, 호주, 이집트, 말레이시아 순으로 형성이 되어있으며 수입 딸기의 경우 2023년 12월부터 1월까지 높은 가격대가 형성됨. 1월 2주 차부터 전반적으로 딸기 가격이 내려가기 시작하여 4월 무렵이 가장 낮음. 4월경부터는 일본 및 호주 딸기가 나오지 않으면서 프리미엄 시장에 한국 딸기만 진열되어 있음. 딸기 소매 가격은 현지 유통 추세와 수입 동향에 따라 프로모션을 진행을 하며 일본 딸기의 경우 소매 가격 변동 폭이 가장 크게 나타남



	한국산 판매 추이 동향	일본산 판매 추이 동향	미국, 호주산 판매 추이 동향
가격	12월경 RM35로 시작하여 1월 말부터 RM29.9로 판매가가 하락하고 4월부터 RM23.9로 판매가가 가장 낮아지면서 전년도 수준의 가격을 유지하고 있음	유통되고 있는 딸기 중 가장 프리미엄 제품 포지셔닝을 하고 있음. 250g 패키징 기준 RM75.0 판매 가격대를 유지하면서 3월 중순부터 RM55.0으로 판매 가격이 낮아지며 4월 이후부터는 공급량이 줄어들	호주 딸기의 경우 가격 변동폭이 적은 편이며 250g 패키징 기준 RM29.9 - RM26.9 대의 판매 가격을 유지. 미국산의 경우 3월부터 유통되고 있으며 250g당 기준 RM26.9으로 판매 가격대를 형성
포장	· 250g · 330g	· 230g · 240g · 300g · 400g	· 250g · 454g
유통	· Euro-Atlantic, Zugar, Kaishen 등 업체들이 주로 수입 · 이세탄, 자야그로서, 빌리지그로서 등 고급 식료품점 위주 유통 판매	· Euro-Atlantic, Jmg trading 등 수입 업체들이 주로 수입 · 이세탄, 자야그로서, 빌리지그로서 등 고급 식료품점 위주 유통 판매	· Driscoll's 수입 업체에서 주로 수입 · 이세탄, 자야그로서, 빌리지그로서 등 고급 식료품점 위주 유통 판매

4.5 딸기 품질 동향

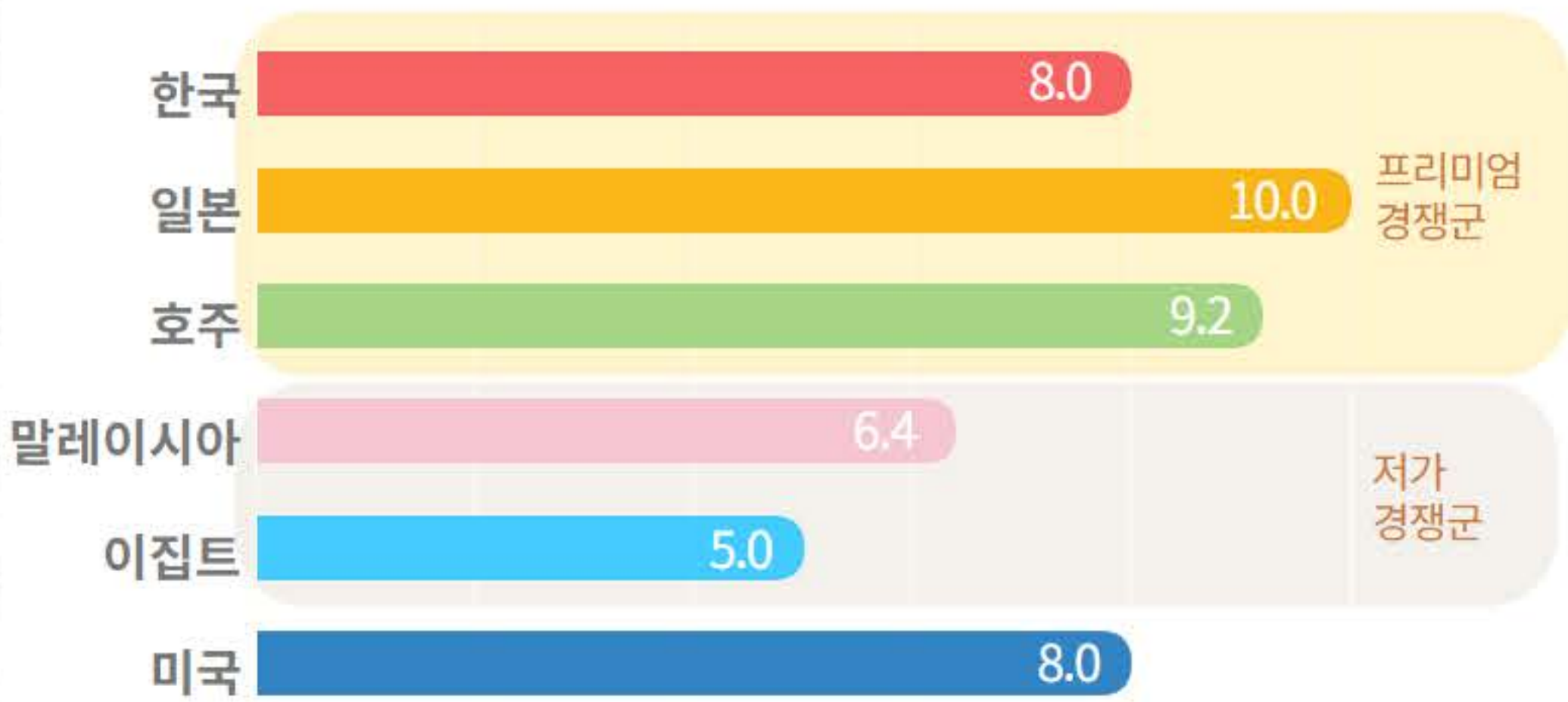
현지에서 당도는 일본산, 호주산이 우수하며 한국산 당도는 다소 떨어짐

표 4-3 시중 판매 딸기 원산지별 딸기 크기 조사



자료 : 말레이시아 chemlab 조사 결과 자료 재구성

표 4-4 시중 판매 딸기 원산지별 딸기 당도(Brix) 평가



자료 : 말레이시아 chemlab 조사 결과 자료 재구성

표 4-5 시중 판매 딸기 원산지별 결과 표

원산지	당도 BRIX (%)	산도(PH)	크기 (cm)	색상
한국	8.0	3.46	4.00	Red orange color
일본	10.0	3.72	3.83	Bright red color
호주	9.2	3.49	3.87	Red orange color
말레이시아	6.4	3.42	3.10	White, red color
이집트	5.0	3.22	4.82	White, bright red color
미국	8.0	3.45	4.28	White, bright red color

자료 : 말레이시아 chemlab 조사 결과 자료 재구성 (24년 3월 25일 시중 판매 딸기 무작위 11개 샘플 조사 의뢰)

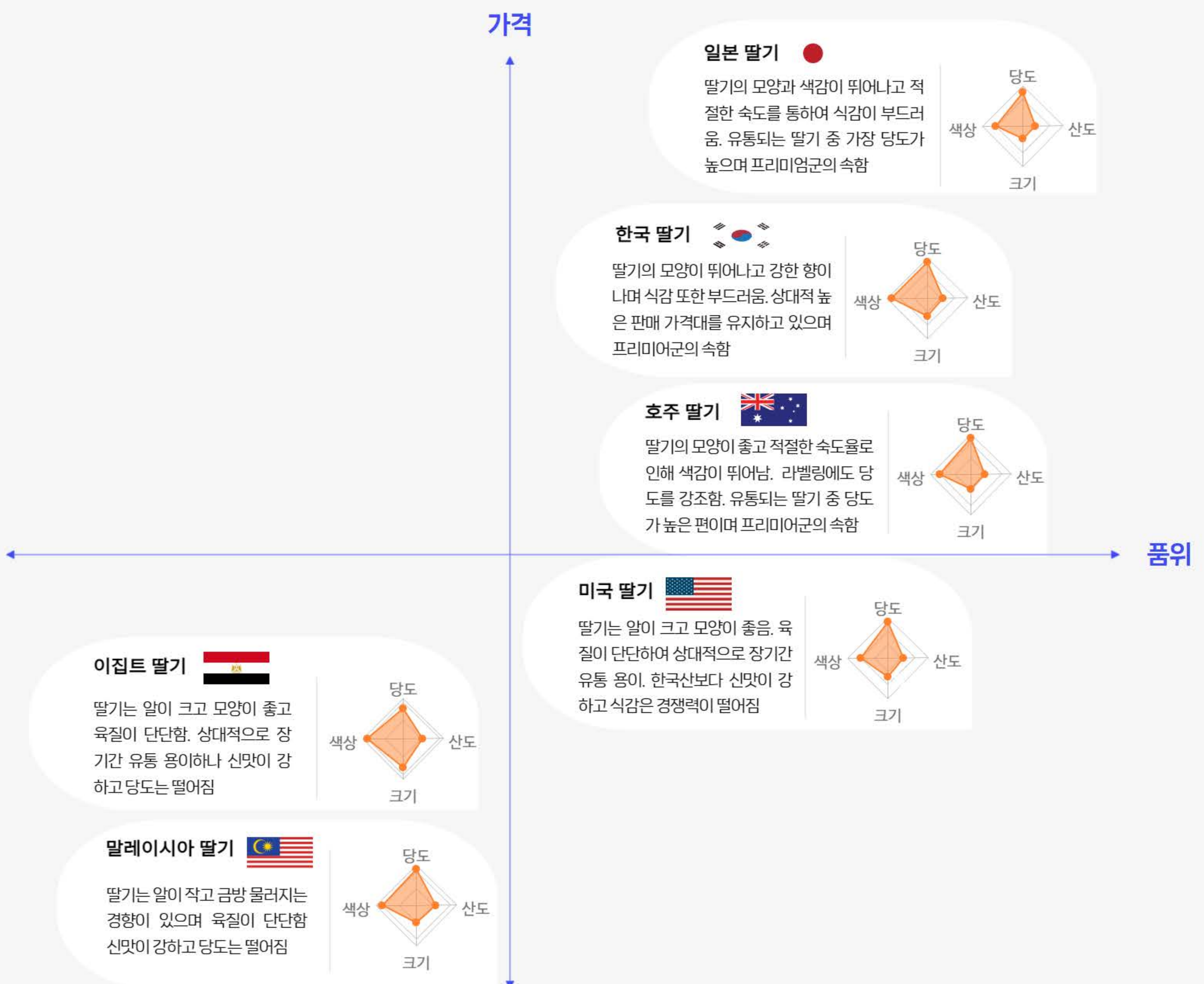
말레이시아 현지에서 유통되고 있는 딸기들의 품위 동향을 살펴보고자 시중에 판매되고 있는 한국, 일본, 호주, 말레이시아, 이집트, 미국 딸기를 구매하여 말레이시아 현지 연구소(Chemlab Sdn Bhd, ISO/IEC 17025 보유)에 총 11개 샘플의 당도 (BRIX), 색상, 산도(PH), 크기를 의뢰함. 조사 결과 당도(Brix) 수치가 가장 높게 나온 것은 일본 딸기(10.0%) 이며 그 뒤로 호주 딸기(9.2%), 한국 딸기(8.0%), 말레이시아 딸기(6.0%), 이집트 딸기(5.0%) 순으로 나타남. 이는 속도 차이에 따른 것으로 여겨지는데 조사 전 샘플을 살펴보면 일본과 호주의 속도는 90%에 수준이었으나 한국 딸기는 속도가 낮게 보이는 것으로 추정됨. 산도 수치가 가장 높게 나온 것은 일본 딸기 3.72pH였으며 그 뒤로 호주 딸기 3.49pH, 한국 딸기 3.46pH, 미국 딸기 3.45pH, 이집트 딸기, 3.22pH로 나타나 국가별로 큰 차이를 보이지는 않았음. 크기별로는 이집트 딸기가 가장 크며, 그 후 미국, 한국, 일본 딸기, 호주 순이나 나라별 품종에 따라 다양함. 육안으로 관찰하였을 때 과육의 색깔은 일본, 호주, 이집트산이 진한 빨간색을 띠었으며 한국 딸기의 경우 딸기 꼭지 주변 하얀 부분이 많아 후속도가 낮은 상태로 보임.

4.6 딸기 경쟁력 비교표

말레이시아 시장에서 한국산 딸기의 경쟁력을 살펴보면, 프리미엄군으로 분류되는 일본산, 호주산을 비교하였을 때 일본산 딸기가 품위 면에서 더 좋고 가격도 더 비싼 수준으로 판매가 되는 실정임. 또한, 호주산의 경우 품위가 좋고 속도를 높여 판매되고 있으며 가격대는 한국산 딸기와 비슷한 가격임. 금실 등 원물의 품위와 현지에서 유통되고 있는 한국산 딸기 품위와 비교하였을 때는 한국산의 낮은 속도로 인하여 타 국가 딸기와 경쟁력이 점차 낮아지고 있는 것으로 여겨짐. 저가군으로 분류되는 말레이시아와 이집트 딸기는 공급량도 많고 포장상태의 손상이 적은 편이어서 상대적으로 당도나 산도 면에서는 한국산보다 경쟁력이 낮지만, 말레이시아 현지인들에게 합리적인 가격으로 제공되어 판매량이 높은 편임.

한국산 딸기는 소비자 신뢰도와 만족도가 높은 편이나 외관 패키징을 일본, 호주산과 비교하여 볼 때 프리미엄 경쟁력이 절하되는 면이 있음. 한국에서 유통되는 딸기 품위 비교하였을 때 말레이시아에서 유통되는 딸기 품위 저하가 일어나 한국산 딸기의 맛을 아는 현지인들에게는 만족도가 높지 않은 실정임.

표 4-6 시중 딸기 원산지별 경쟁력 비교표





05

5. 소비자 설문조사 분석

5.1 설문조사 요약	27
5.2 설문조사	28
5.3 수출업체 & 바이어 인터뷰	35

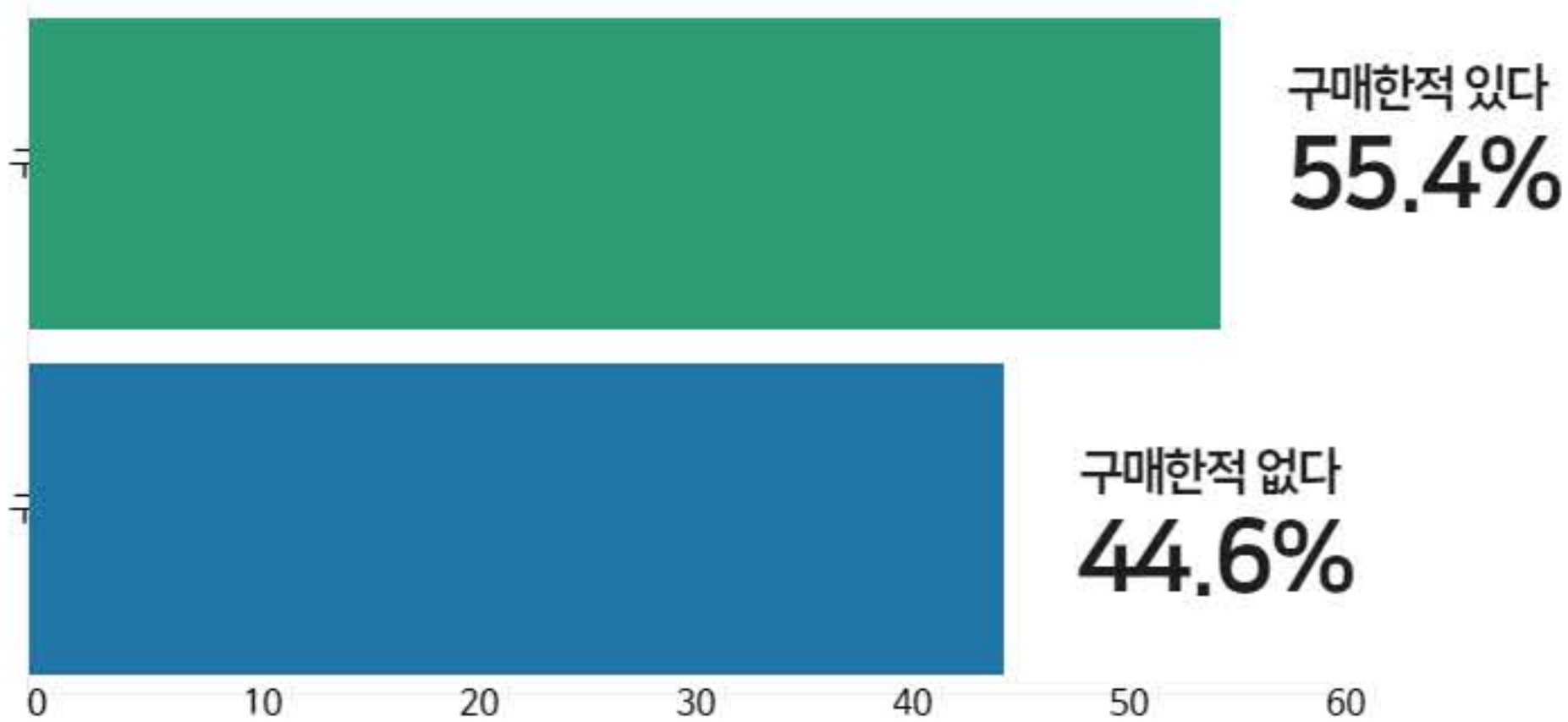
설문조사 요약

- 설문기간 - 2024년 2월 24일
- 조사대상 - 말레이시아 현지인 100명
- 설문장소 - Oneutama Shopping Mall

1. 소비자들은 딸기 구매를 해보았을까?

- A. 응답자의 55.4%가 구매한 적이 있으며 44.6%는 구매한 적이 없음

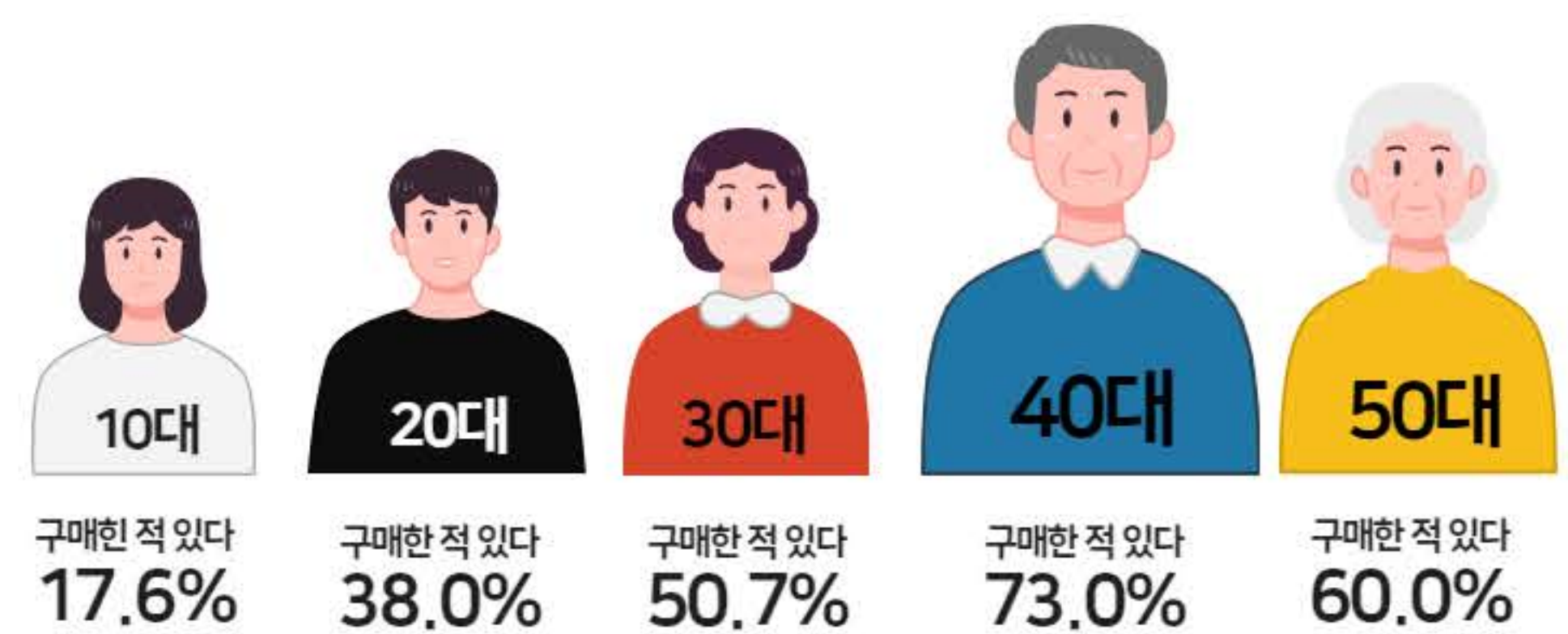
한국산 딸기를 구매해본 경험이 있습니까?



2. 어느 연령대가 딸기를 많이 구매할까?

- A. 딸기 구매는 주로 40~50대에서 구매 경험이 높음
소득수준 별 구매 경험은 큰 차이 없음

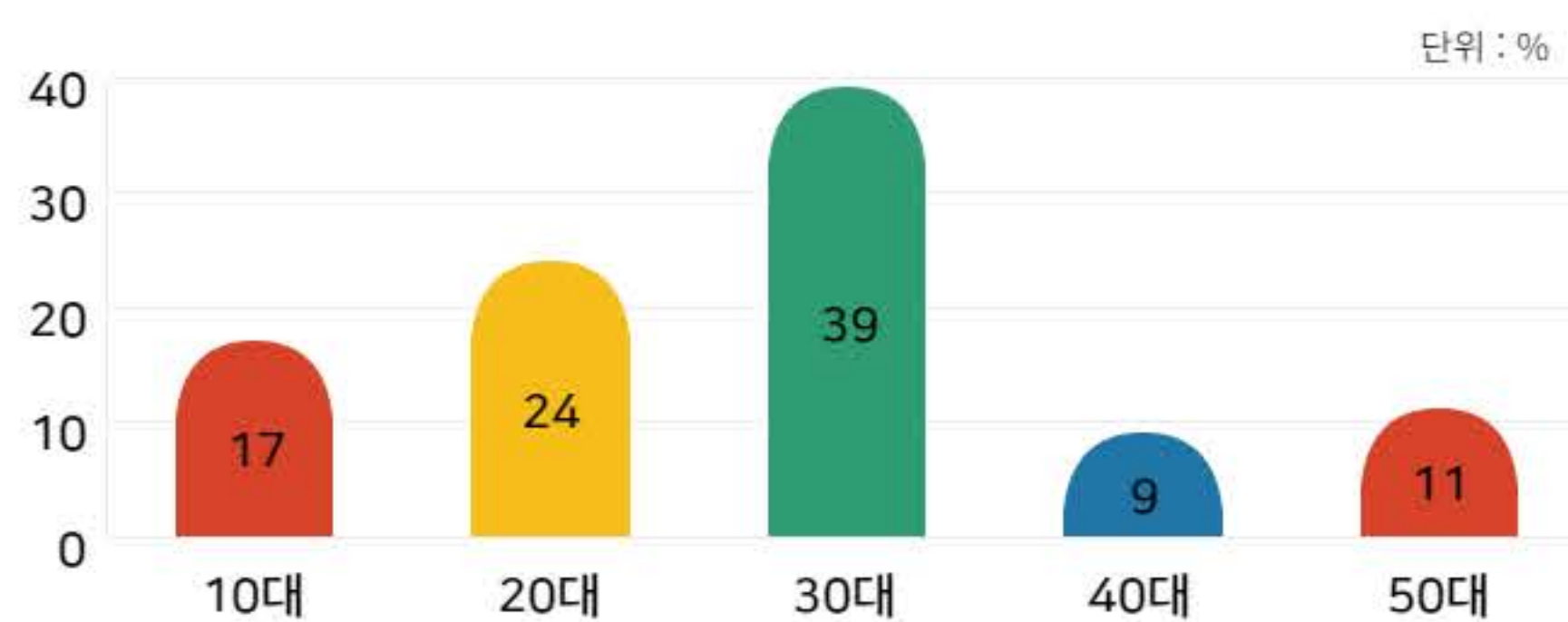
한국산 딸기 구매 경험도(연령대별)



3. 어느 연령대가 딸기를 선호할까?

- A. 딸기 구매에 대한 선호도는 20~30대에서 높음

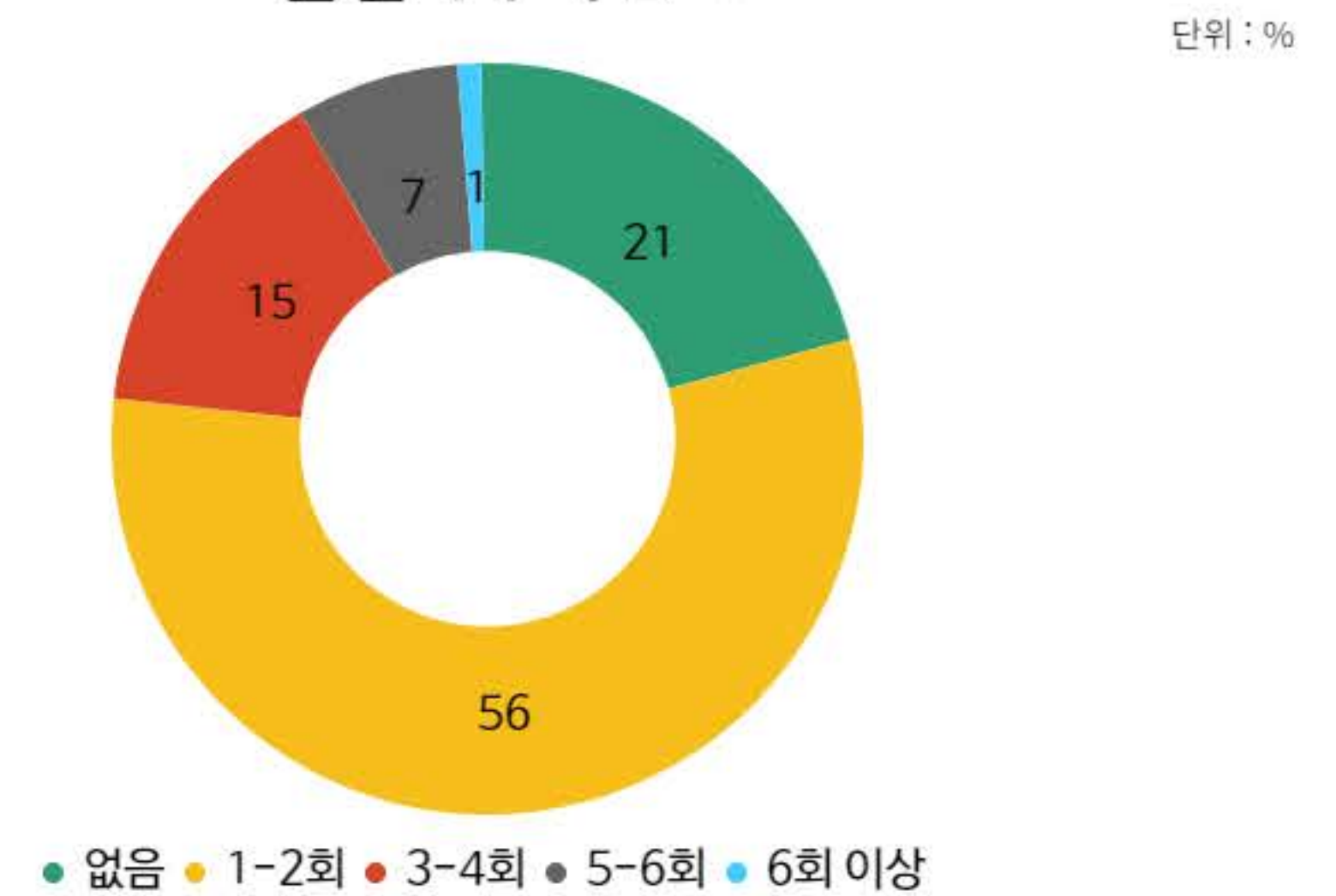
연령대별 장과류 구매 선호도



4. 한 달에 딸기를 몇 번 살까?

- A. 응답자의 56% 이상이 월평균 1~2회 딸기를 구매한다고 응답함

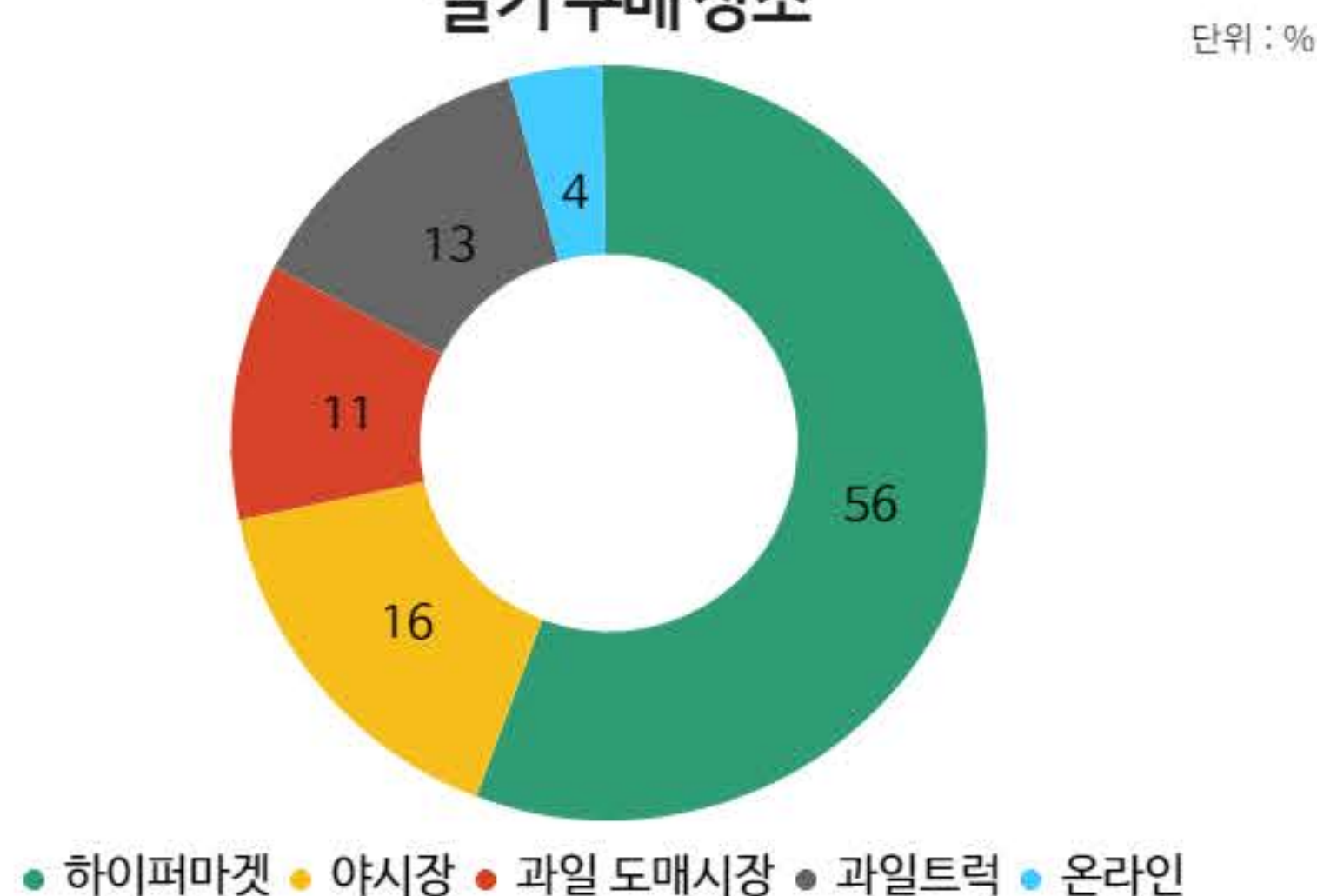
월 딸기 구매 빈도



5. 딸기는 주로 어디서 구매할까?

- A. 응답자의 딸기 오프라인 구매율이 90%를 넘으며
응답자의 절반은 하이퍼마켓에서 구매

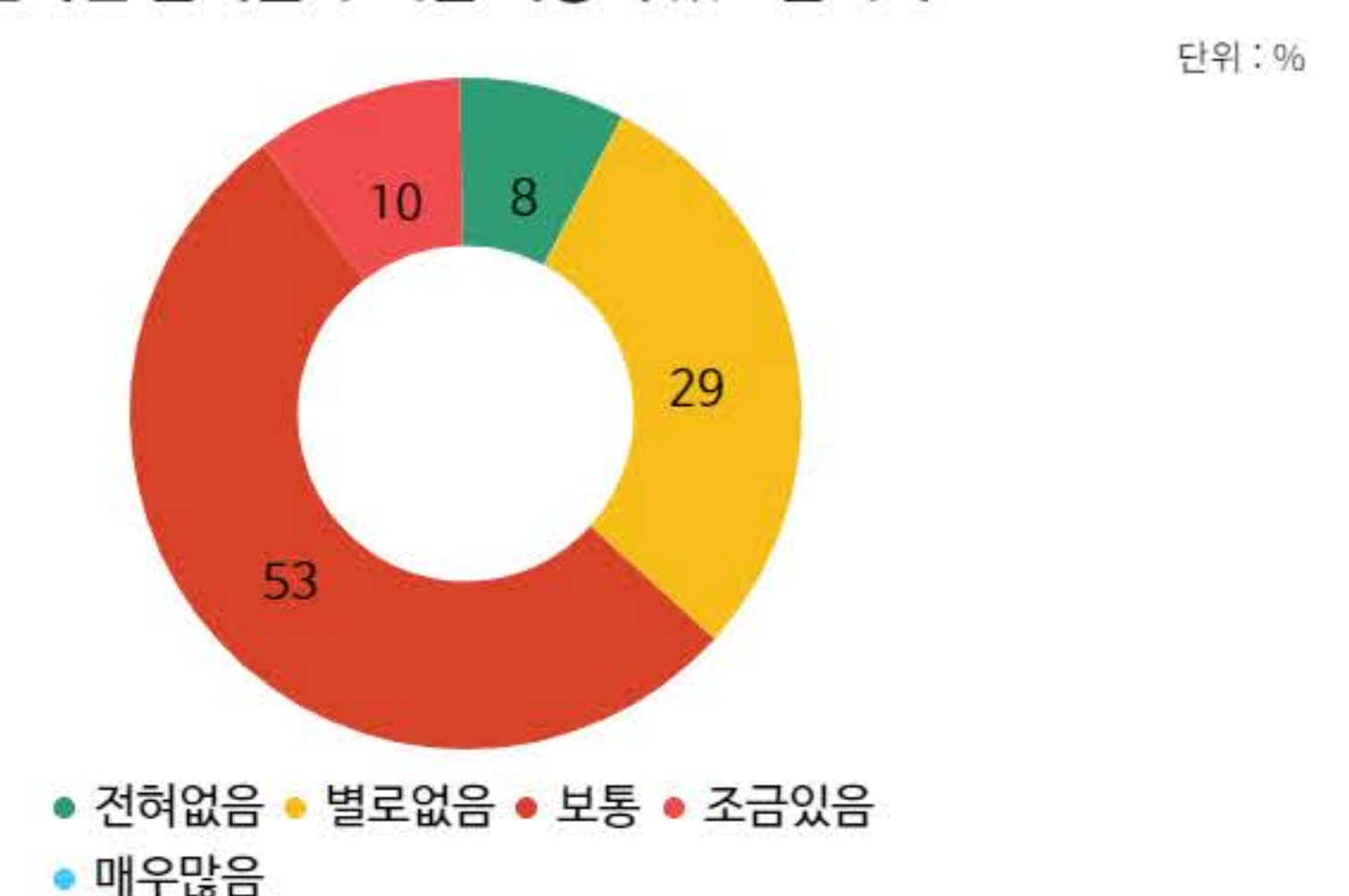
딸기 구매 장소



6. 시식 후 한국 딸기를 재구매 할까?

- A. 응답자의 50% 이상이 한국산 딸기를 재구매할 의향이 있다고 응답함

한국산 딸기를 구매할 의향이 있으십니까?



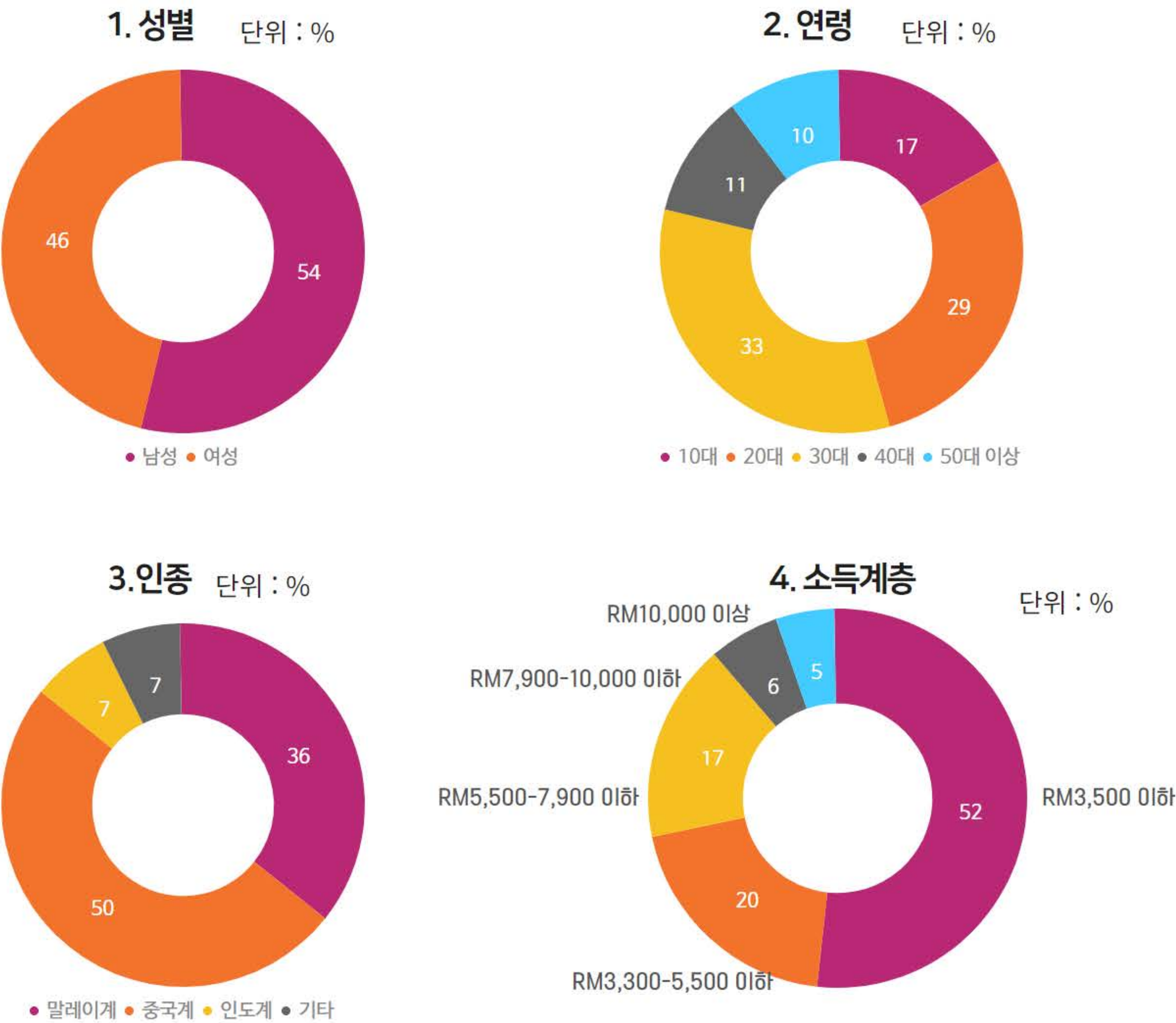
5.1 설문조사 설계

말레이시아 딸기 소비추세 및 소비특성을 파악하기 위해 말레이시아 소비자 대상으로 설문조사를 시행함. 주요 조사 내용은 신선 딸기를 구매할 때 고려하는 요인과 트렌드, 한국 딸기에 대한 구매 경험과 구매의향, 전망, 한국 딸기 시식 후 평가 등임. 설문조사 및 분석 결과는 상품화 방향 제시, 마케팅 전략 마련, 생산 및 공급 여건 요인과 연계하여 수출 증대 방안을 제시하는 데 활용하였음.

조사방법	오프라인	
조사지역	One Utama Shopping Mall, Jaya Grocer	
조사대상	성별	남성, 여성
	연령대	10대-60대 이상
	선정이유	신선 딸기 소비가 많은 것으로 예상되는 소비 지역을 선정
표본구성	총 100 명	
조사기간	2024.2.24-2.25	

5.2 응답자 특성

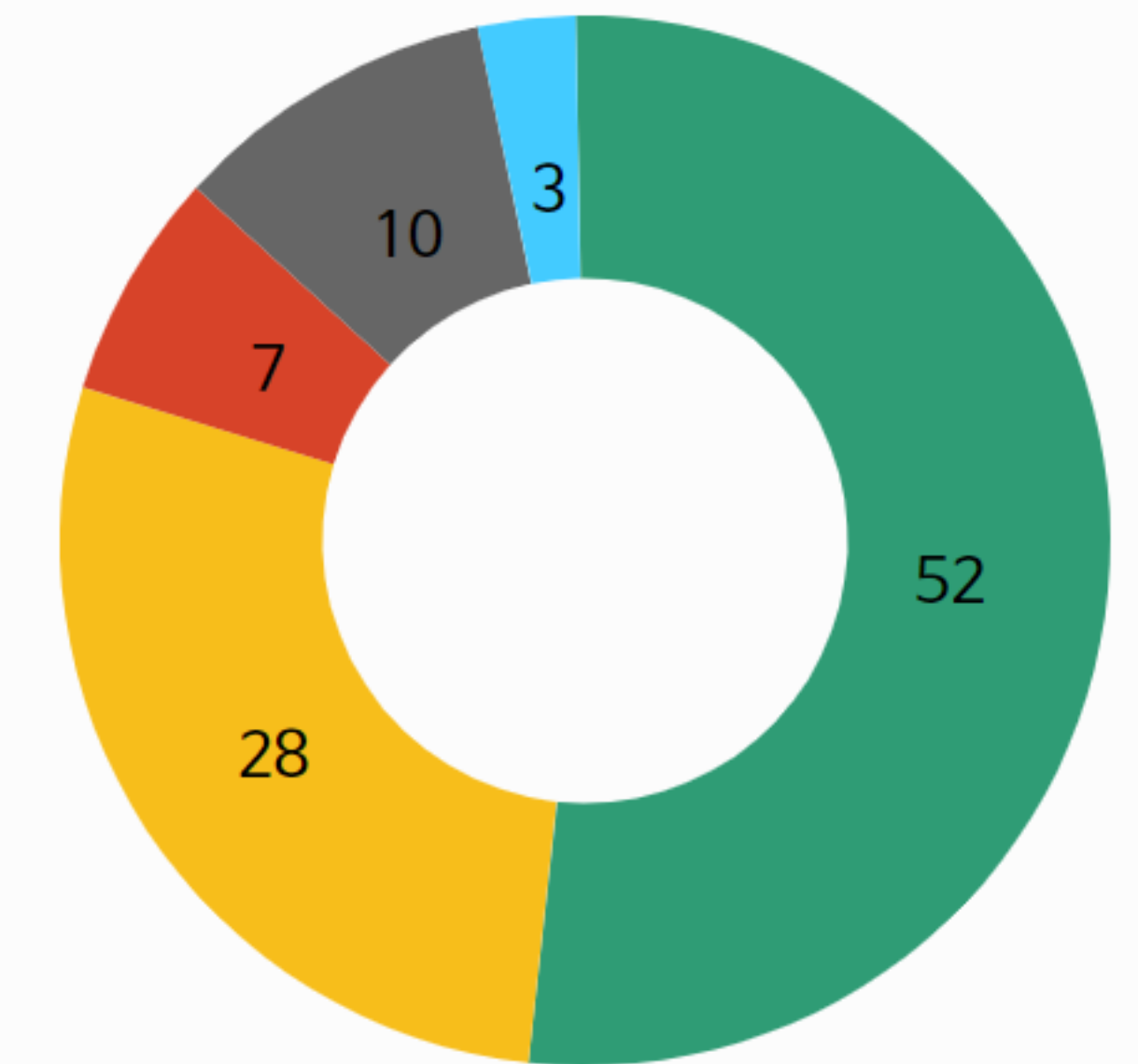
아래의 표는 말레이시아 소비자 조사의 응답자 특성을 정리한 것으로 말레이시아 조사 응답자의 남성 54%, 여성 46%로 나타났음. 20~30대의 연령층의 응답자가 63%를 차지하여 젊은 연령층의 응답률이 높음.



1. 소비자 인식 설문조사

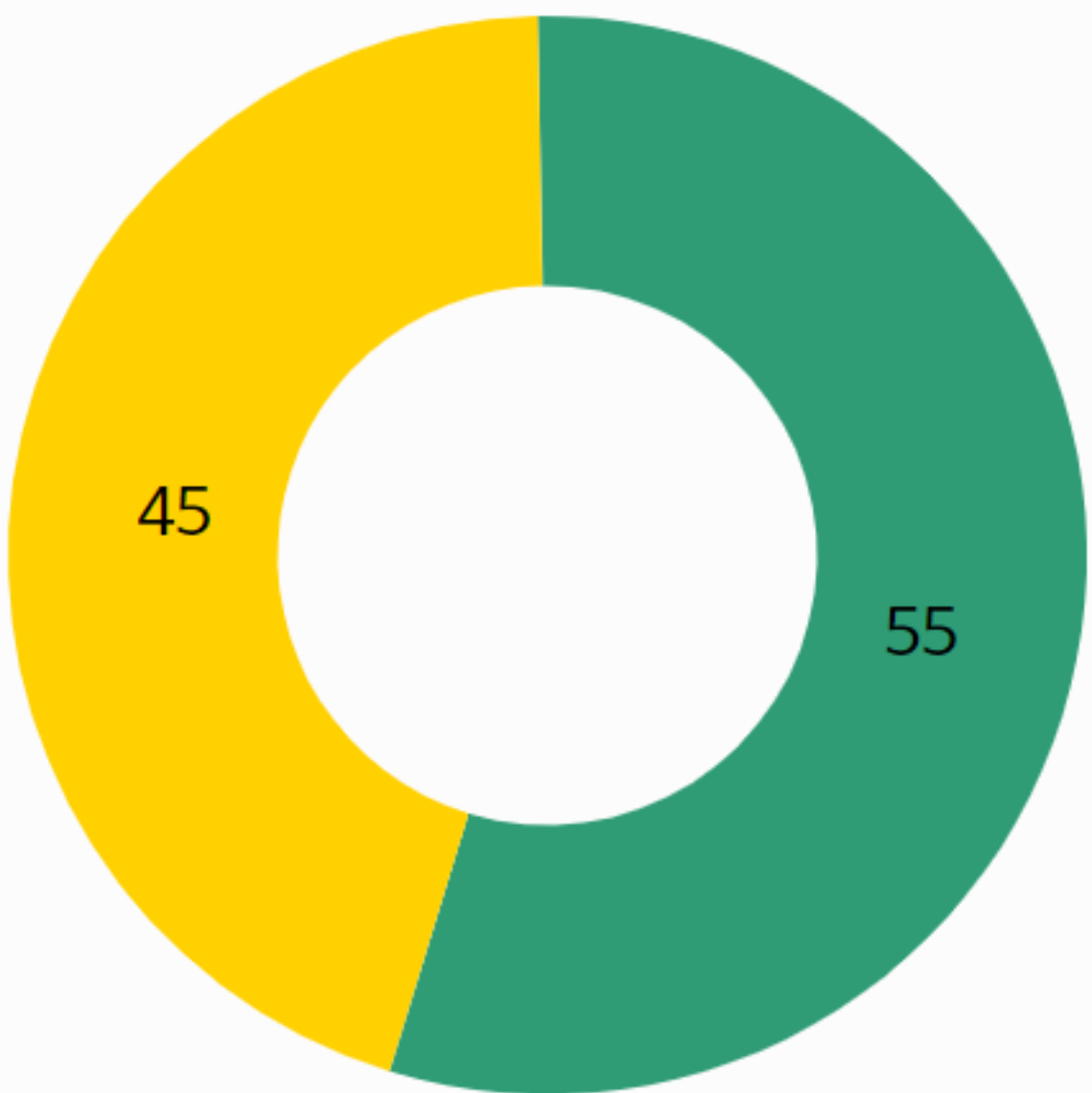
단위 : %

Q1. 과일은 한 달에 몇 번 구매하십니까?



• 1-2회 • 3-4회 • 5-6회 • 6회 이상 • 없음

Q2. 한국산 딸기를 구매해본 경험이 있습니까?



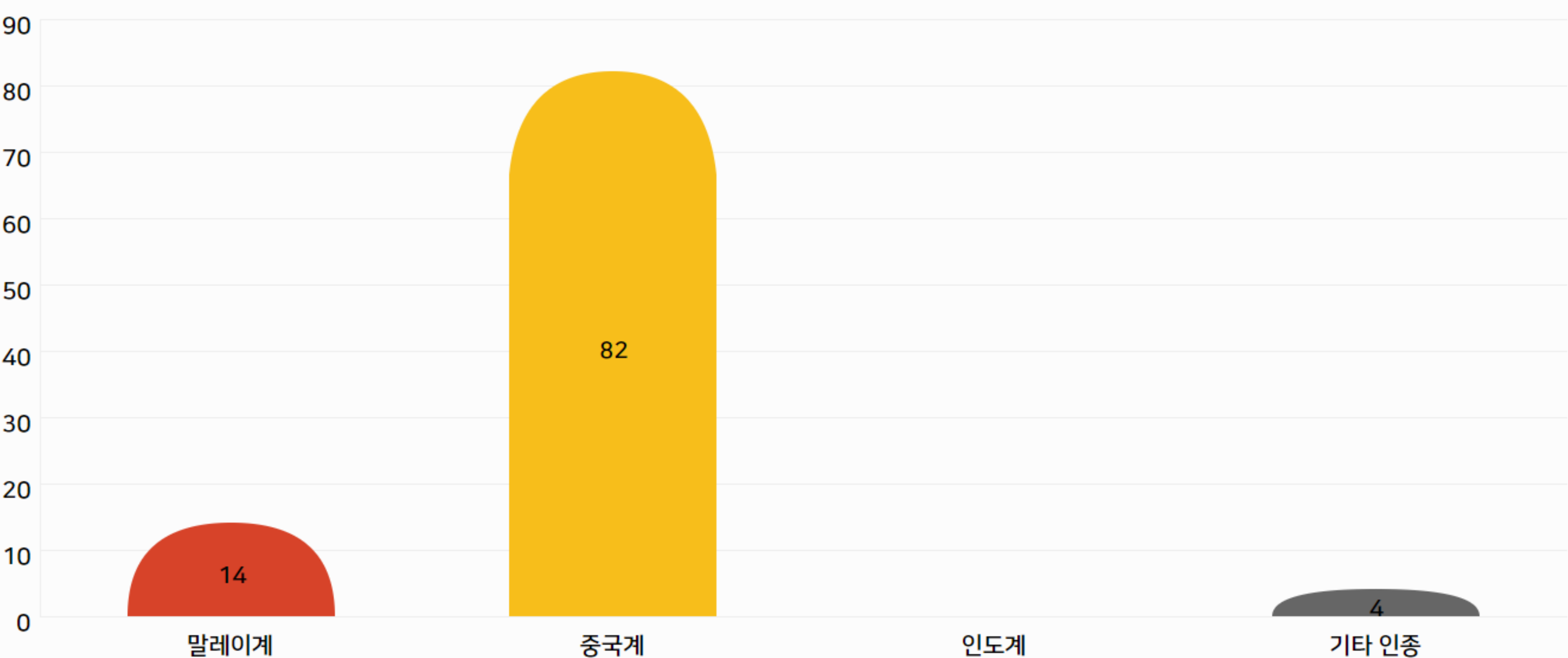
• 있다 • 없다

"말레이시아 소비자들의 대다수는 한 달에 1~2번 과일을 구매하며 타인종 대비 중국계 소비자들이 가장 자주 과일을 구매하는 것으로 확인됨"

말레이시아 내 소비자들에게 한 달 기준 과일 구매빈도를 묻는 설문을 진행한 결과 '한 달에 1~2회' 응답률이 52%를 차지하는 것으로 나타남. 뒤이어, '한 달에 3~4회'를 응답한 소비자가 28%를 차지함. '한 달에 3~4회'를 응답한 소비자 중 중국계 비율이 82%를 차지.

인종별 한 달 기준 과일 구매빈도(3~4회 이상)

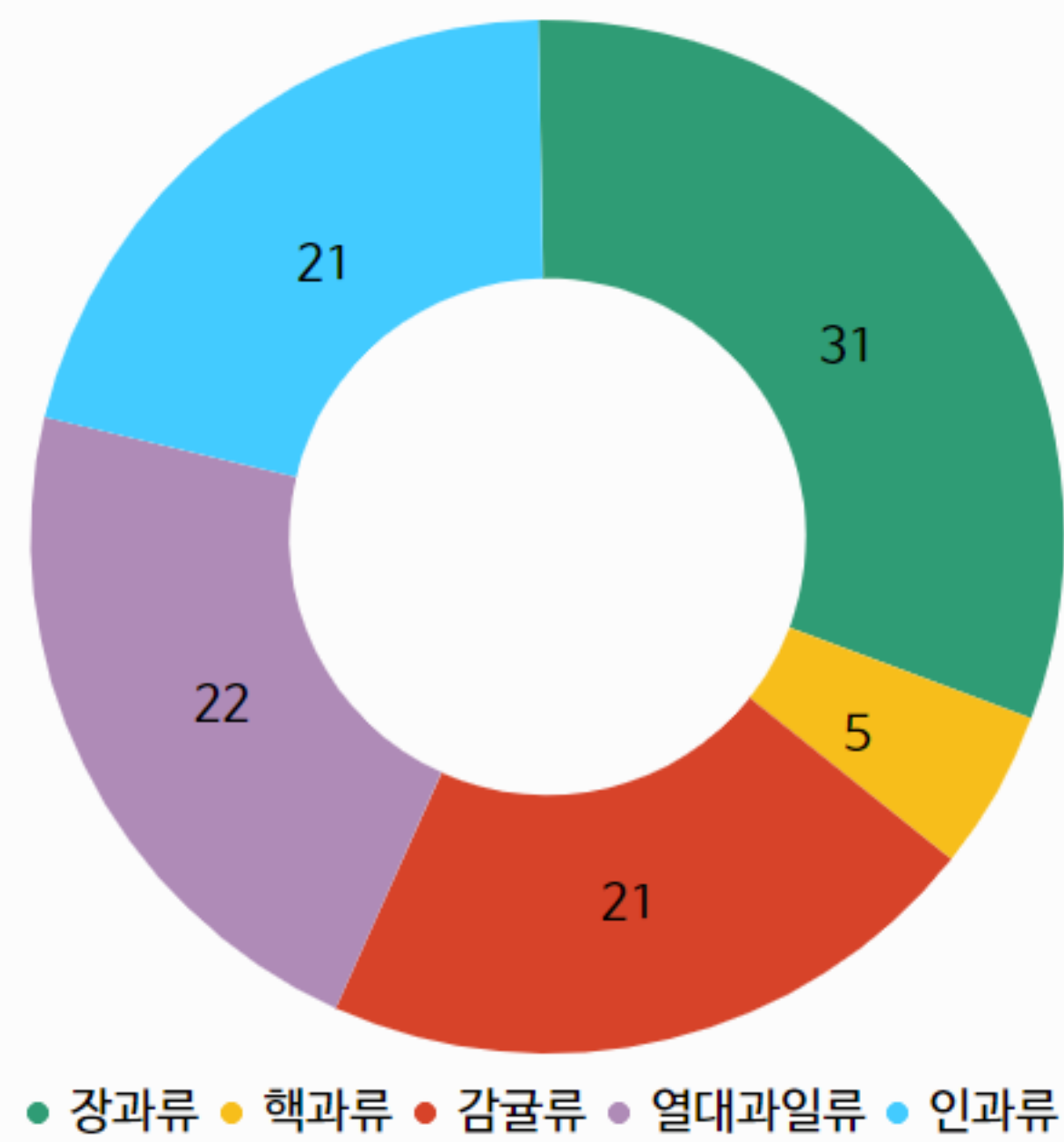
단위 : %



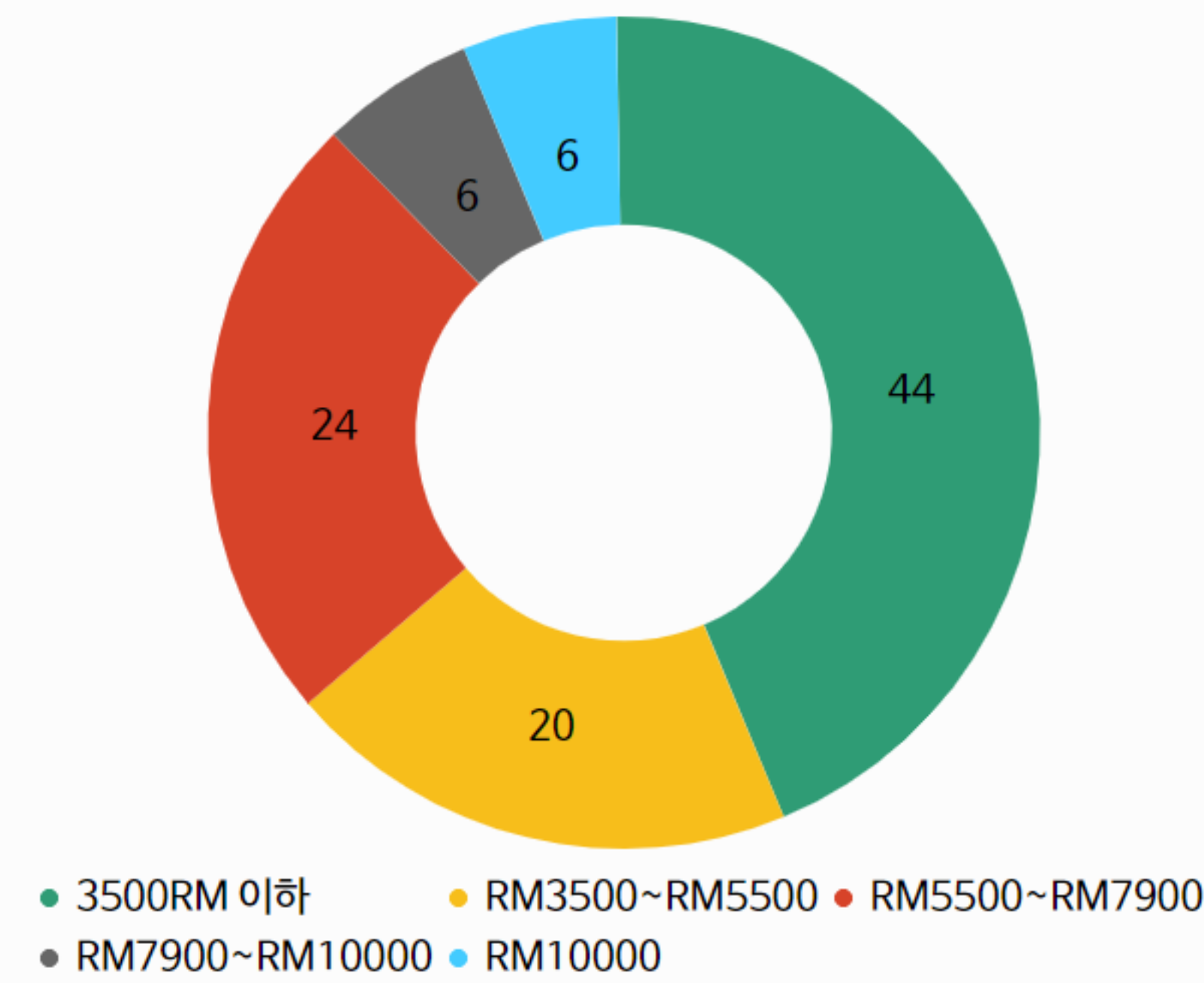
1. 소비자 인식 설문조사

단위 : %

Q3. 주로 구매하는 과일은 어떤 것입니까?



Q4. 소득수준의 따른 장과류 구매 선호도

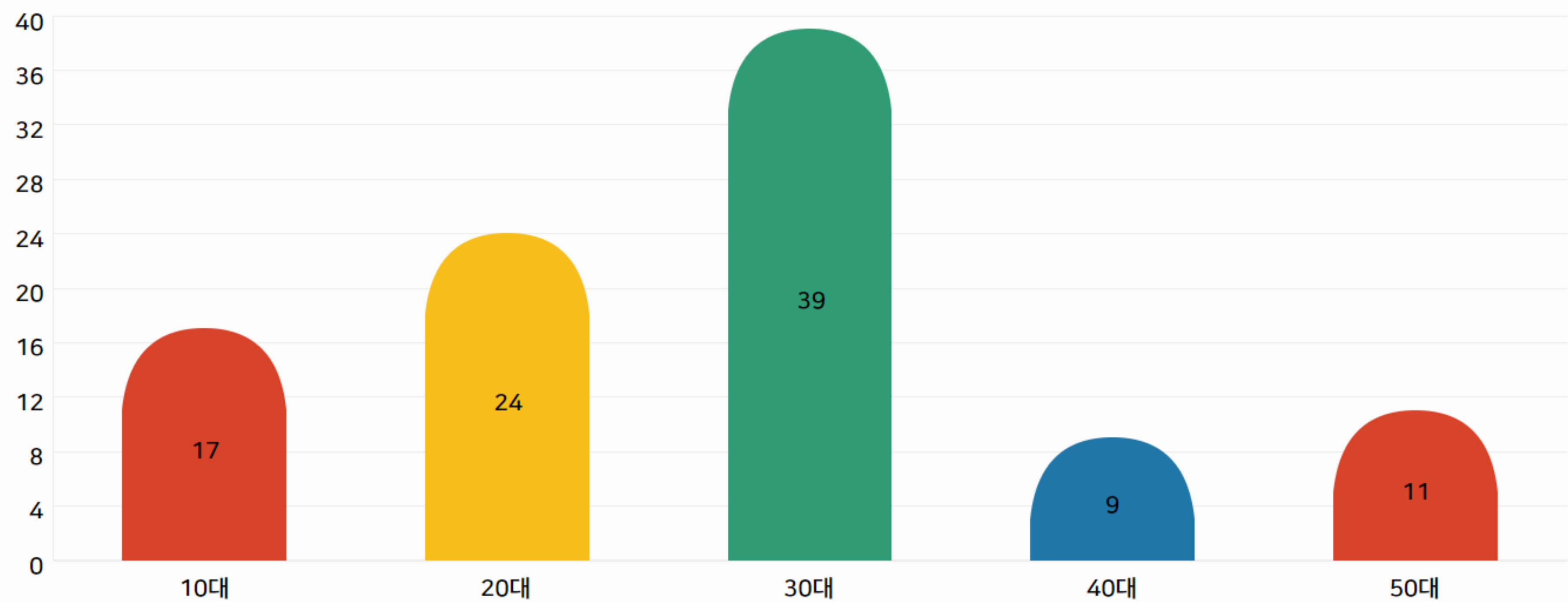


"과일 중 장과류에 대한 선호도가 가장 높으며 20~30대의 젊은 연령층이 가장 선호"

말레이시아 소비자를 대상으로 주로 구매하는 과일류를 묻는 설문을 진행한 결과, 말레이시아 소비자는 주로 장과류(31%), 열대과일류(22%), 감귤류(21%), 사과류(21%)를 선호하는 것으로 분석됨. 이를 통해 말레이시아 내에 딸기, 블루베리, 포도 등에 대한 수요가 높은 것으로 유추됨. 조사 결과에 따르면 20~30대의 젊은 연령층이 장과류 과일을 가장 선호하는 것으로 확인됨.

연령대별 장과류 구매 선호도

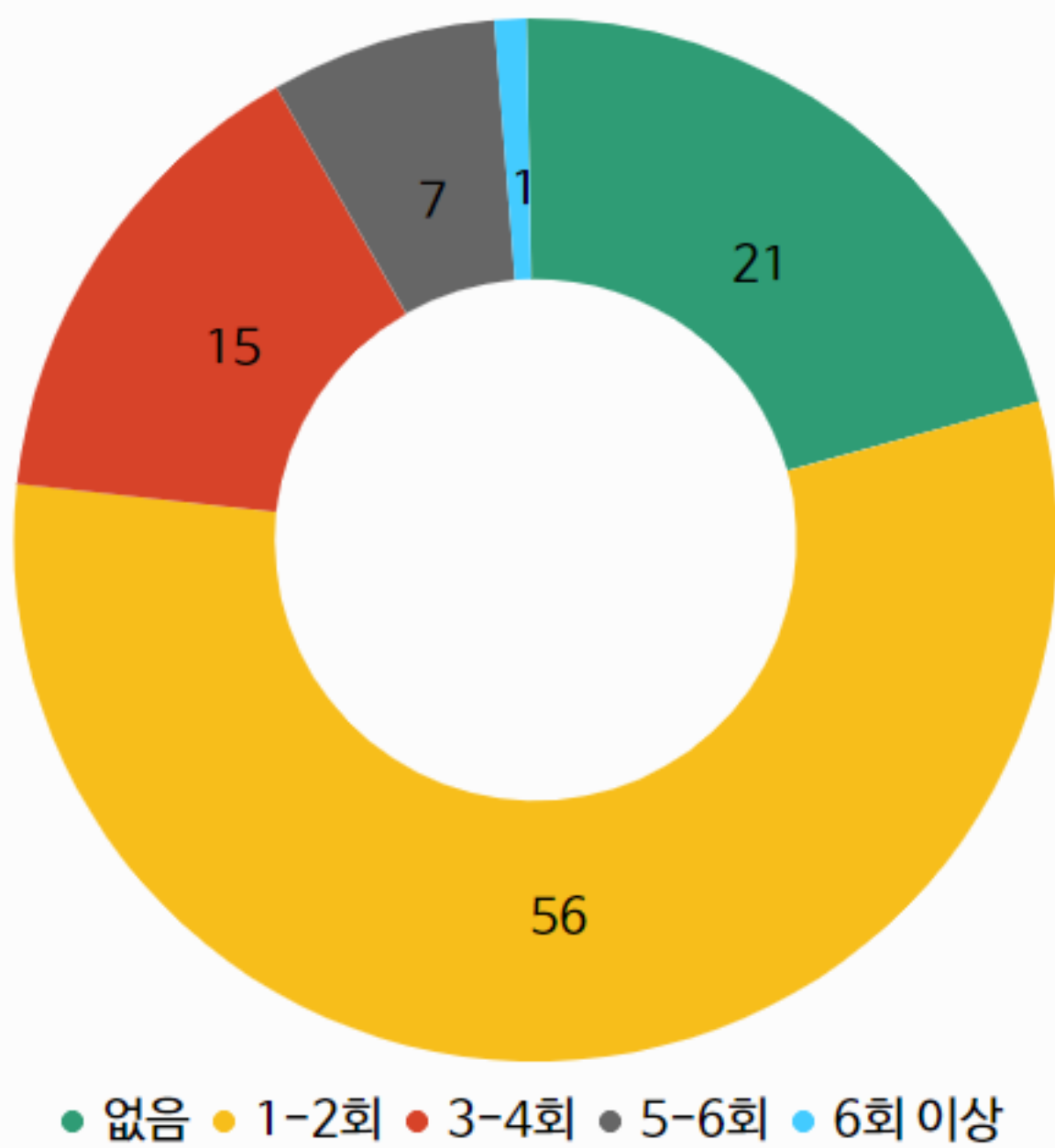
단위 : %



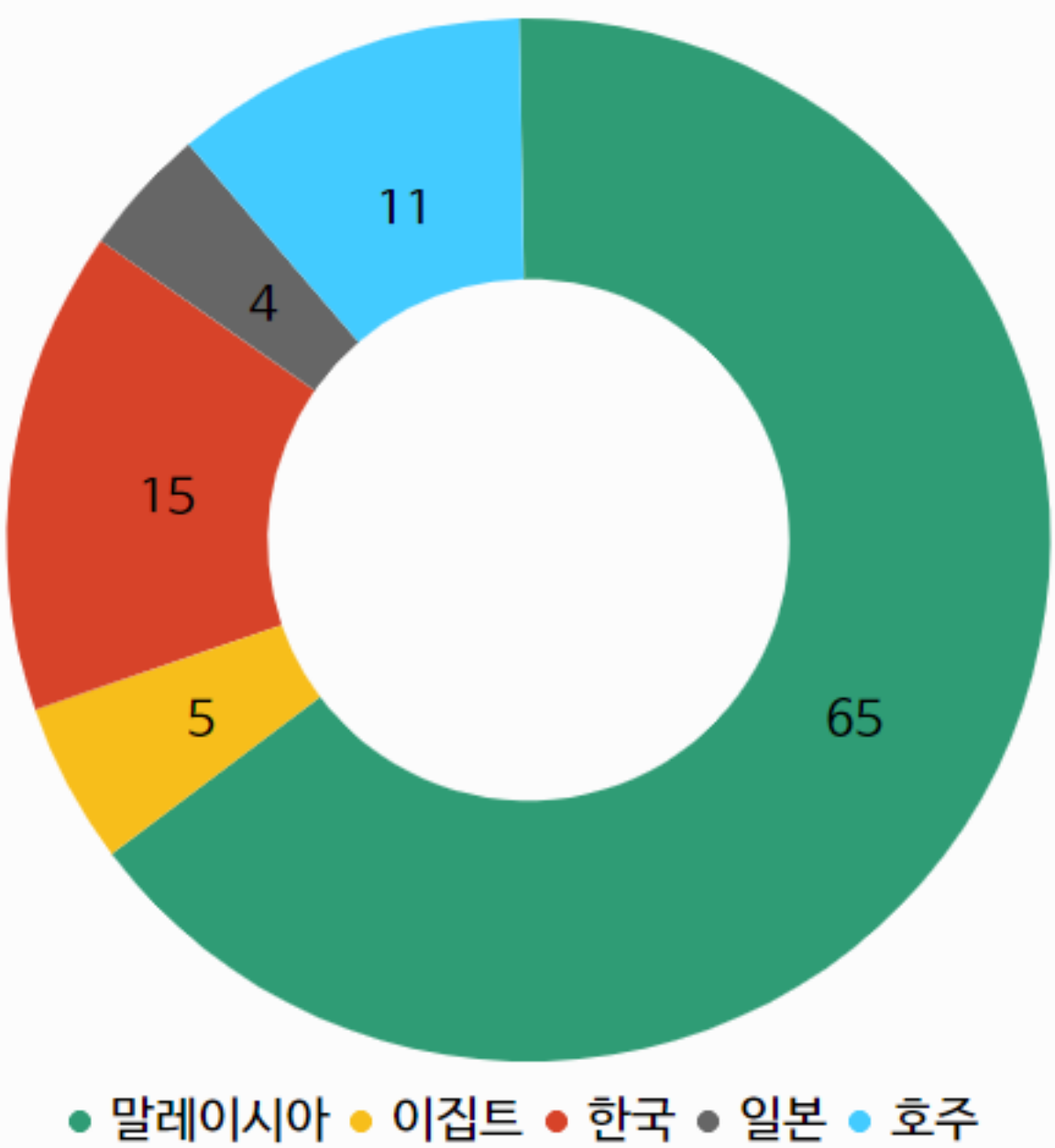
1. 소비자 인식 설문조사

단위 : %

Q5. 한 달에 딸기는 몇 번 구매하십니까?



Q6. 주로 구매하는 딸기의 원산지는 어디입니까?



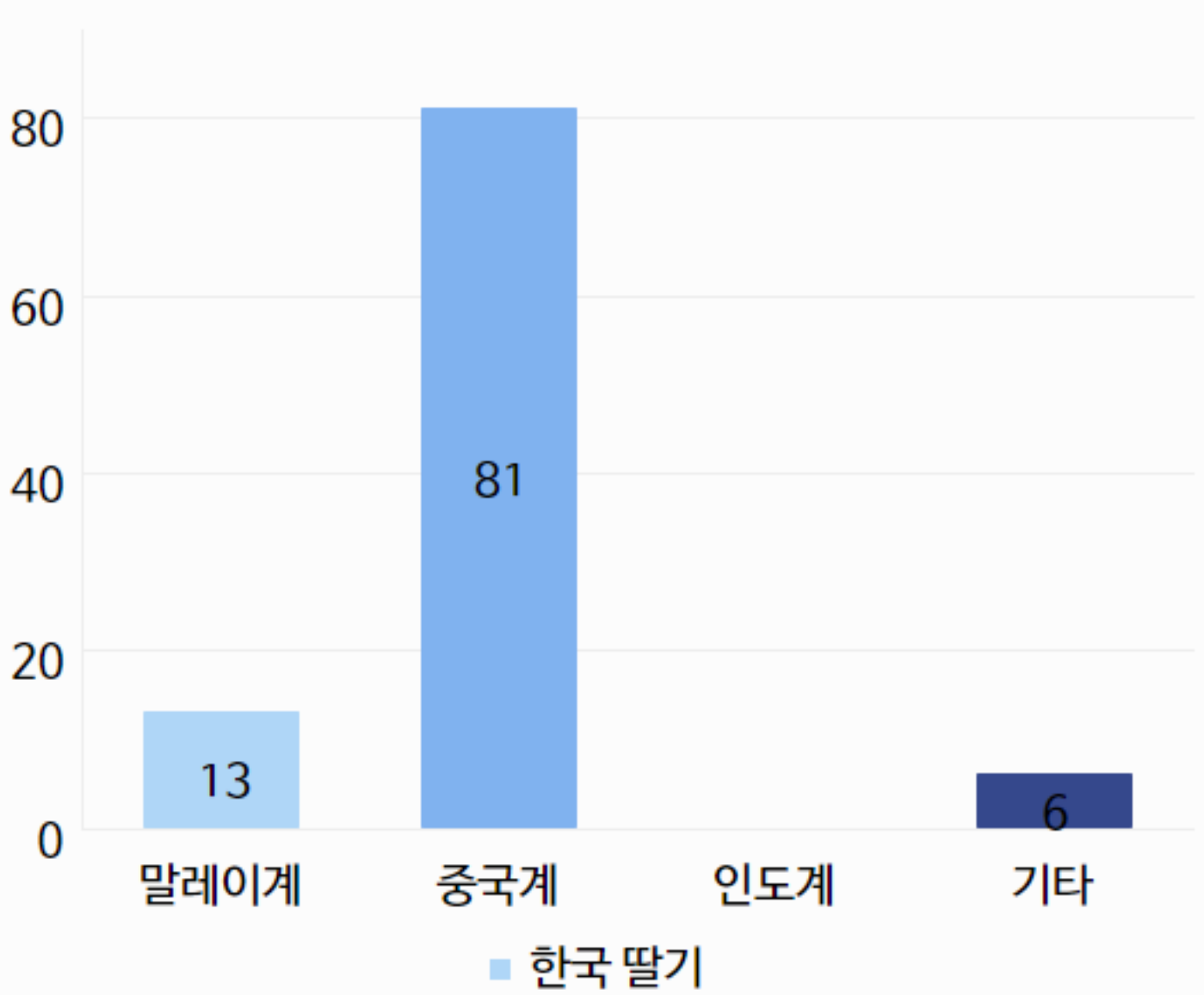
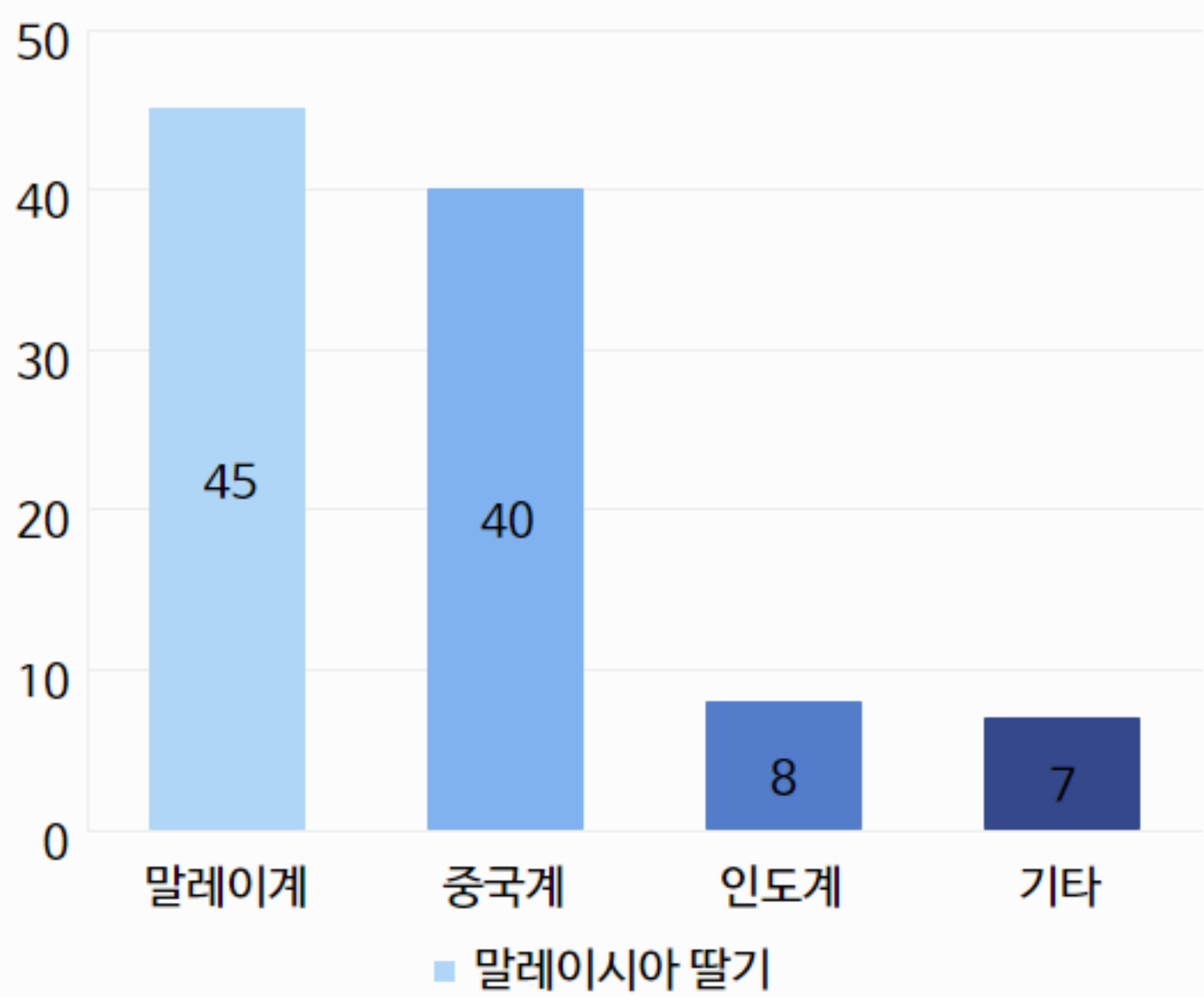
"말레이시아 소비자들은 보편적으로 한 달에 1~2번 딸기를 구매하여 말레이시아산을 가장 선호"

말레이시아 내 소비자를 대상으로 한 달 기준 딸기 구매빈도에 대한 설문을 진행한 결과 '한 달에 1~2회' 응답률이 56%를 차지하는 것으로 나타남. 뒤이어, '한 달에 3~4회' 구매한다는 소비자가 20%를 차지하여 과일 구매 시 딸기 구매율이 높은 것으로 유추됨.

말레이시아 소비자들에게 구매하는 딸기의 원산지를 설문한 결과, 말레이시아산 딸기를 구매한다고 응답한 소비자가 65.1%로 가장 많은 것으로 확인됨. 한국산 딸기에 대한 응답률은 14%로 수입산 딸기 중에서는 구매도가 가장 높은 것으로 나타남. 말레이산 딸기의 주 소비층은 말레이계로 확인되며 한국, 일본, 호주 등 수입산 딸기의 주 소비층은 중국계로 확인됨.

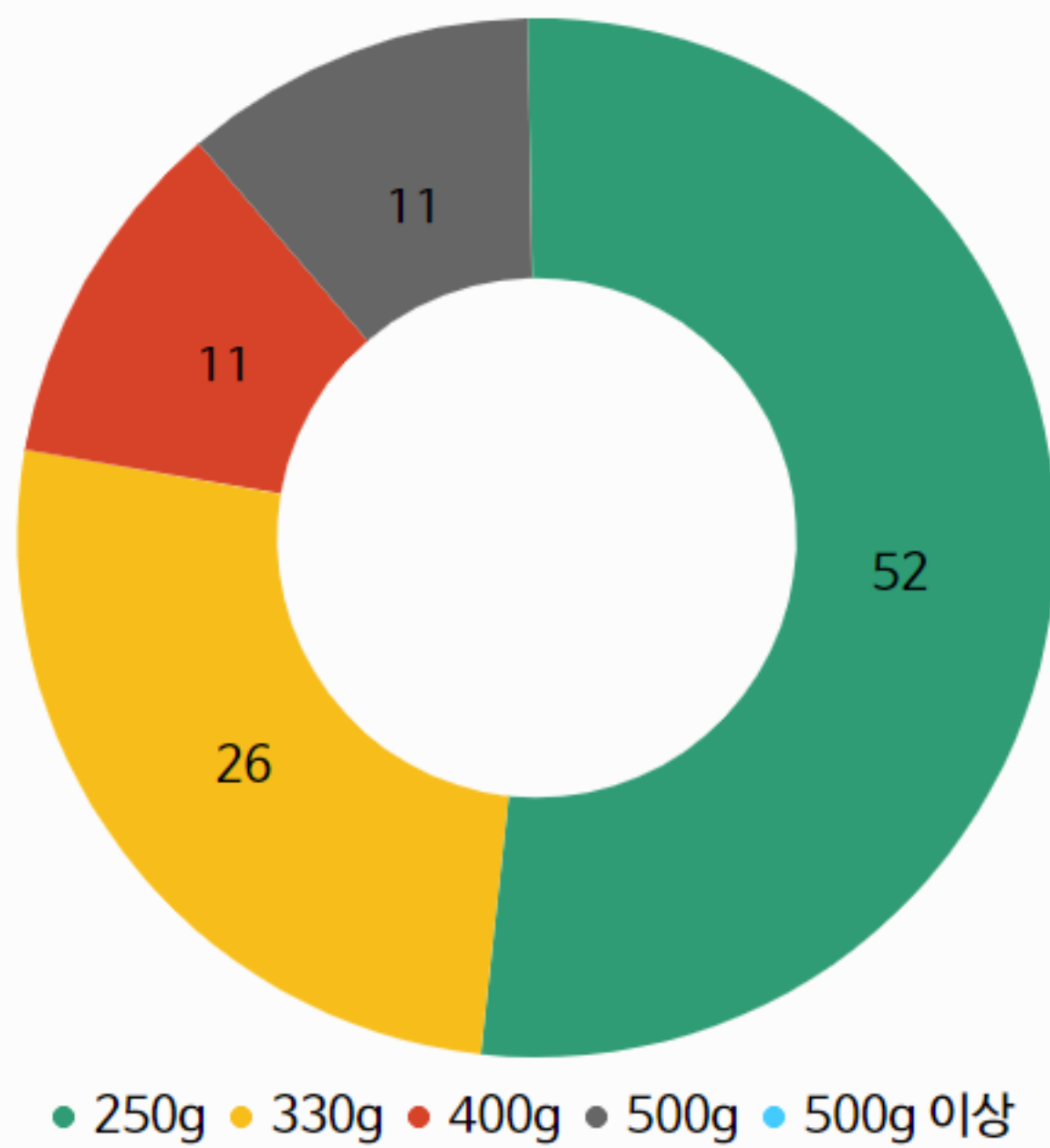
인종별 딸기 구매 비율

단위 : %

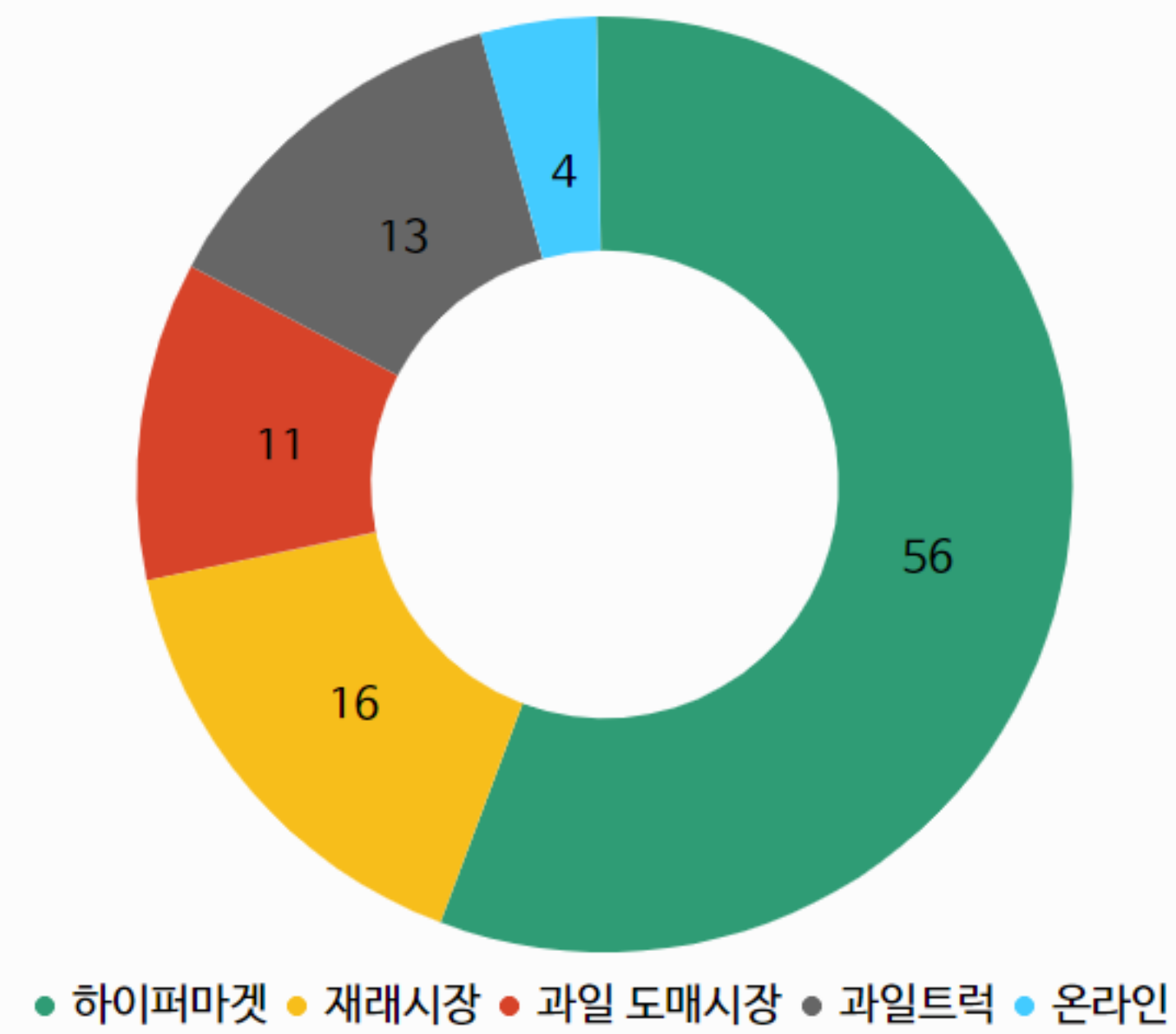


1. 소비자 인식 설문조사

단위 : %

Q7. 몇 g패키지가 구매하기에 적합하다고
생각하십니까?

Q8. 딸기를 주로 어디에서 구매하십니까?



"250g 패키지가 적합하다는 응답이 절반이 넘으며

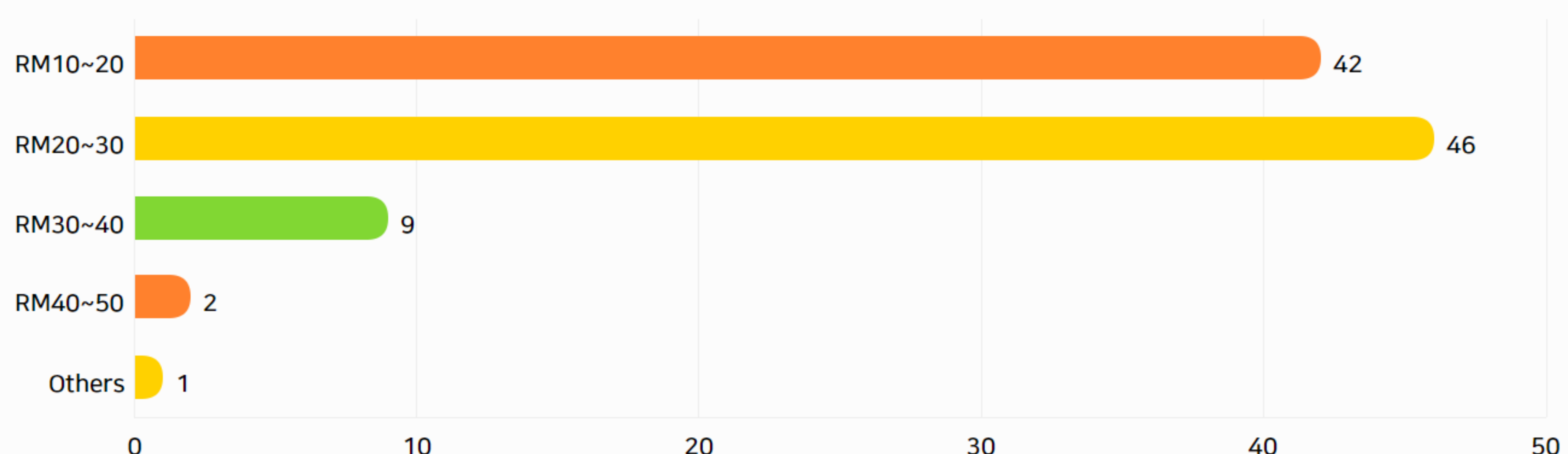
적정 가격대는 RM20-30대를 선호"

말레이시아 내 소비자들이 구매하기 적합하다고 판단되는 중량의 패키지는 응답자의 52%가 250g이라고 응답하였고 26%(330g), 10%(400g), 10%(500g) 이 적합하다고 응답함. 실제 매장에서 가장 많이 진열되는 딸기 패키지는 230~250g 임.

말레이시아 소비자들에게 딸기를 어디에서 구매하게 되었는지에 대해 설문한 결과, 응답자의 과반이 하이퍼마켓(56%)에서 구매한다고 하였으며 그다음으로는 재래시장(16%)에서 구매한다고 응답하였음. 말레이시아 소비자의 딸기(250g)의 적합한 가격을 설문한 결과, RM20-30(약 6,000~9,000원)으로 응답한 소비자가 47%를 차지하였으며 RM10-20(약 3,000~6,000원)을 응답한 소비자가 42%임.

딸기(250g)의 적합한 가격 조사

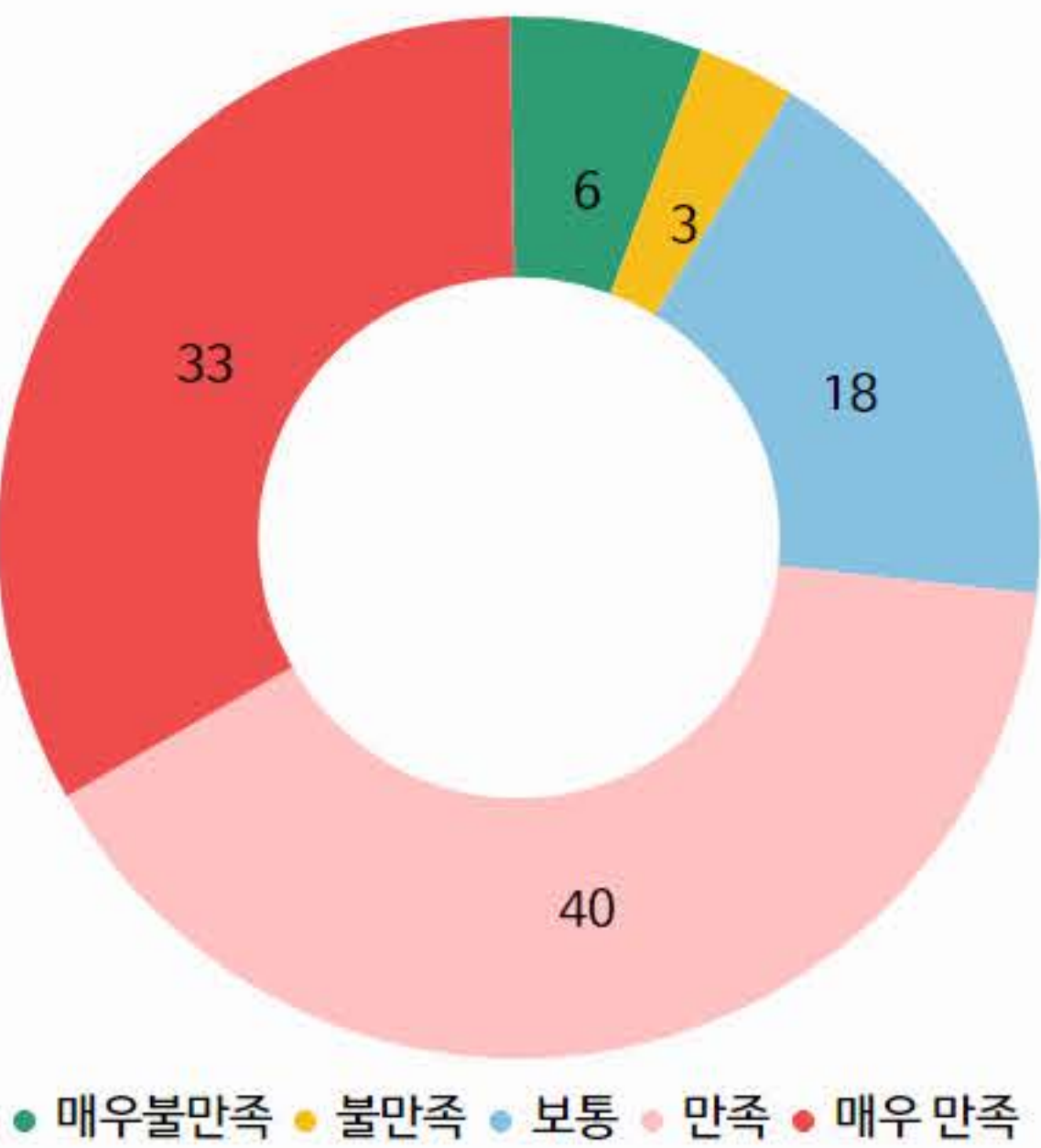
단위 : %



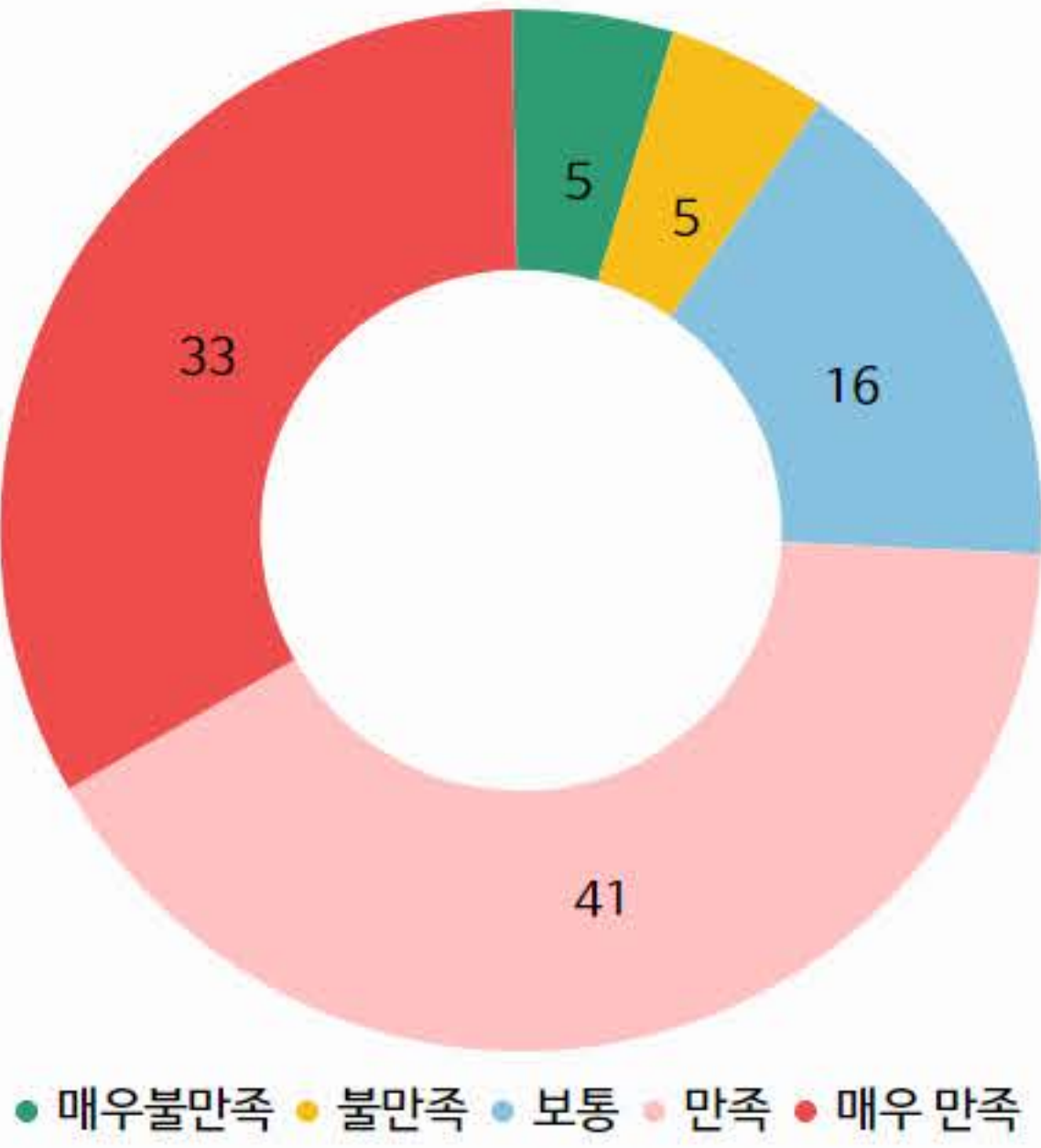
2. 시식 후 한국 딸기에 대한 평가

단위 : %

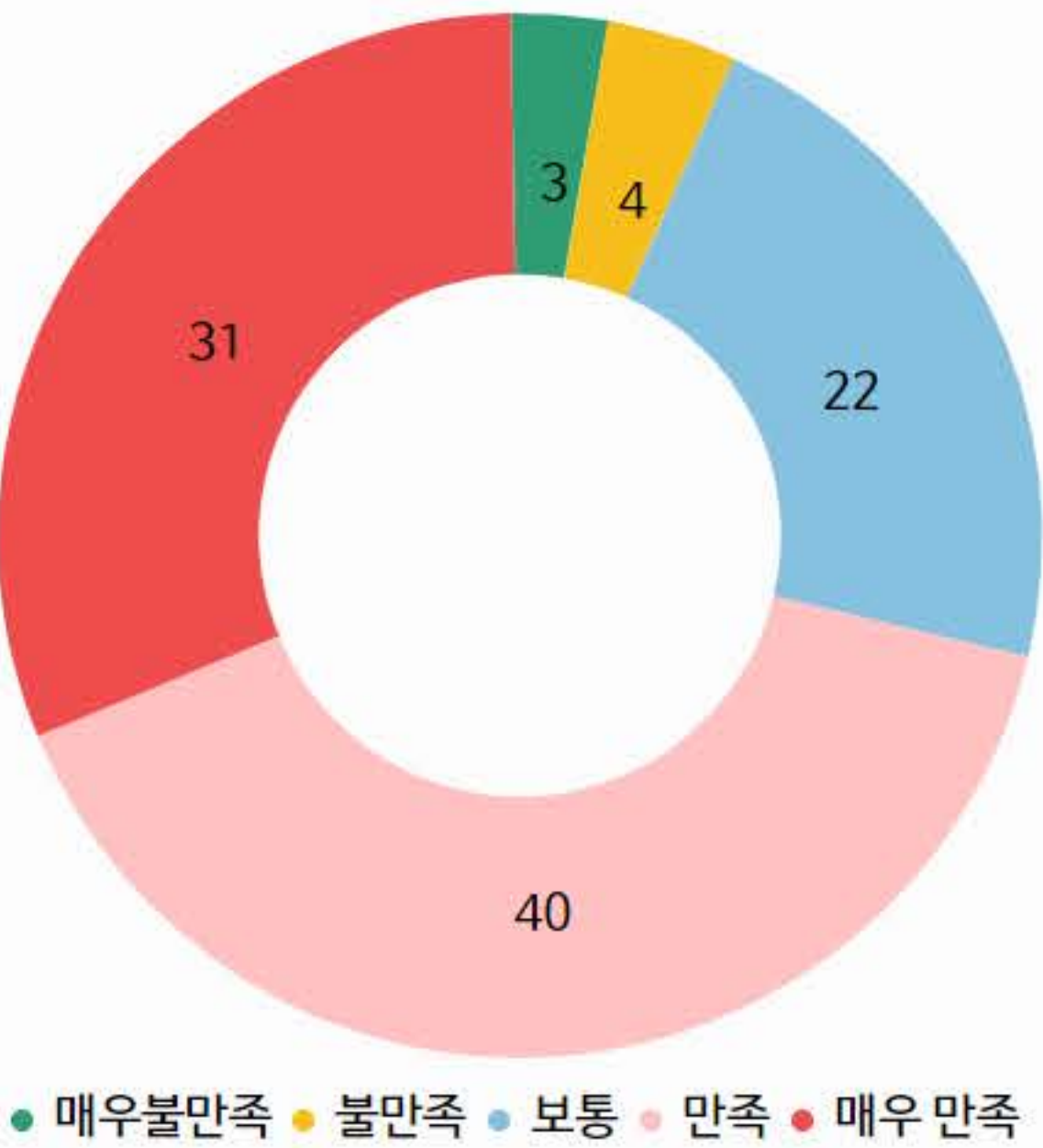
Q9-1. 딸기 색상 평가



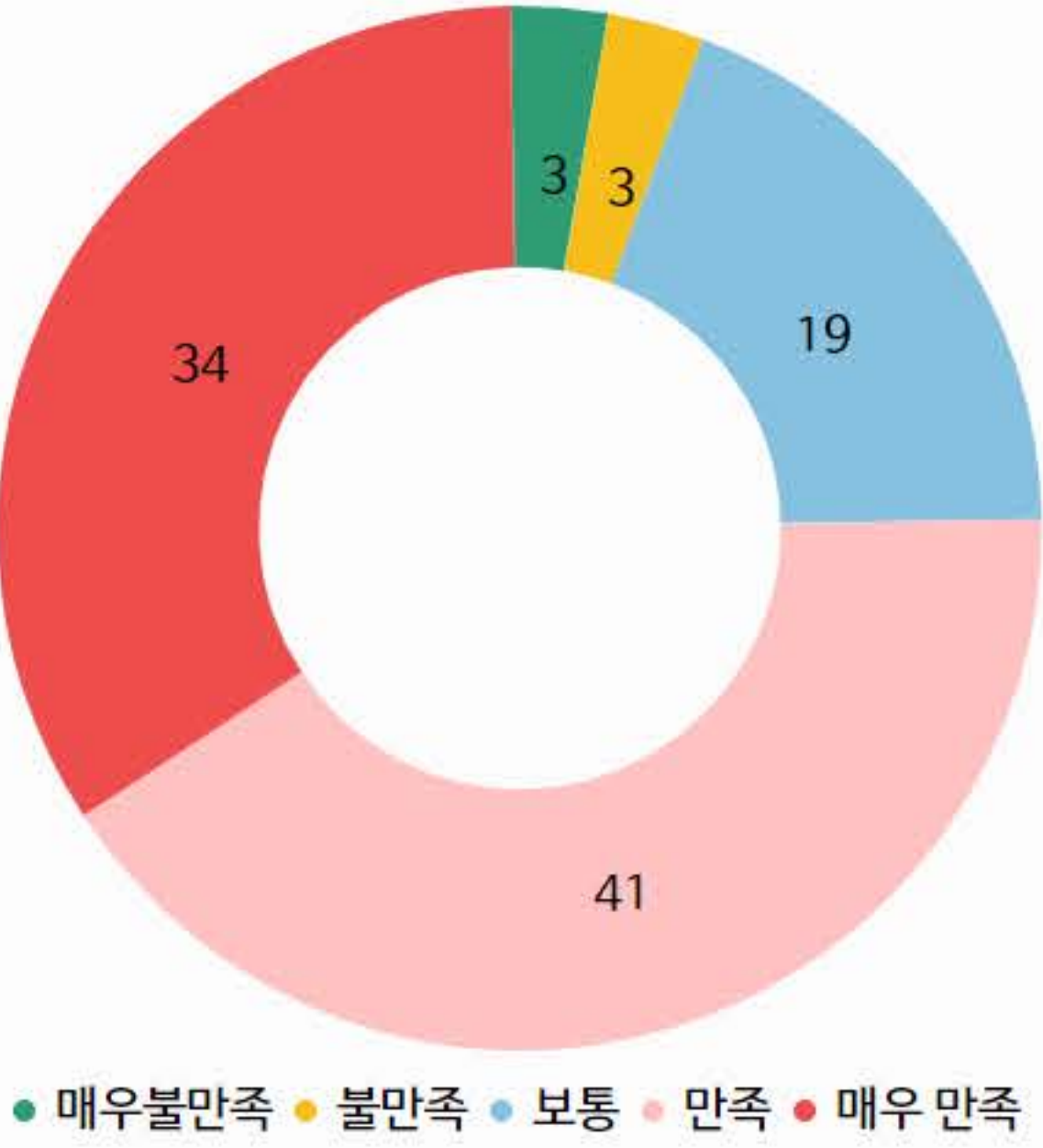
Q9-2. 딸기 향 평가



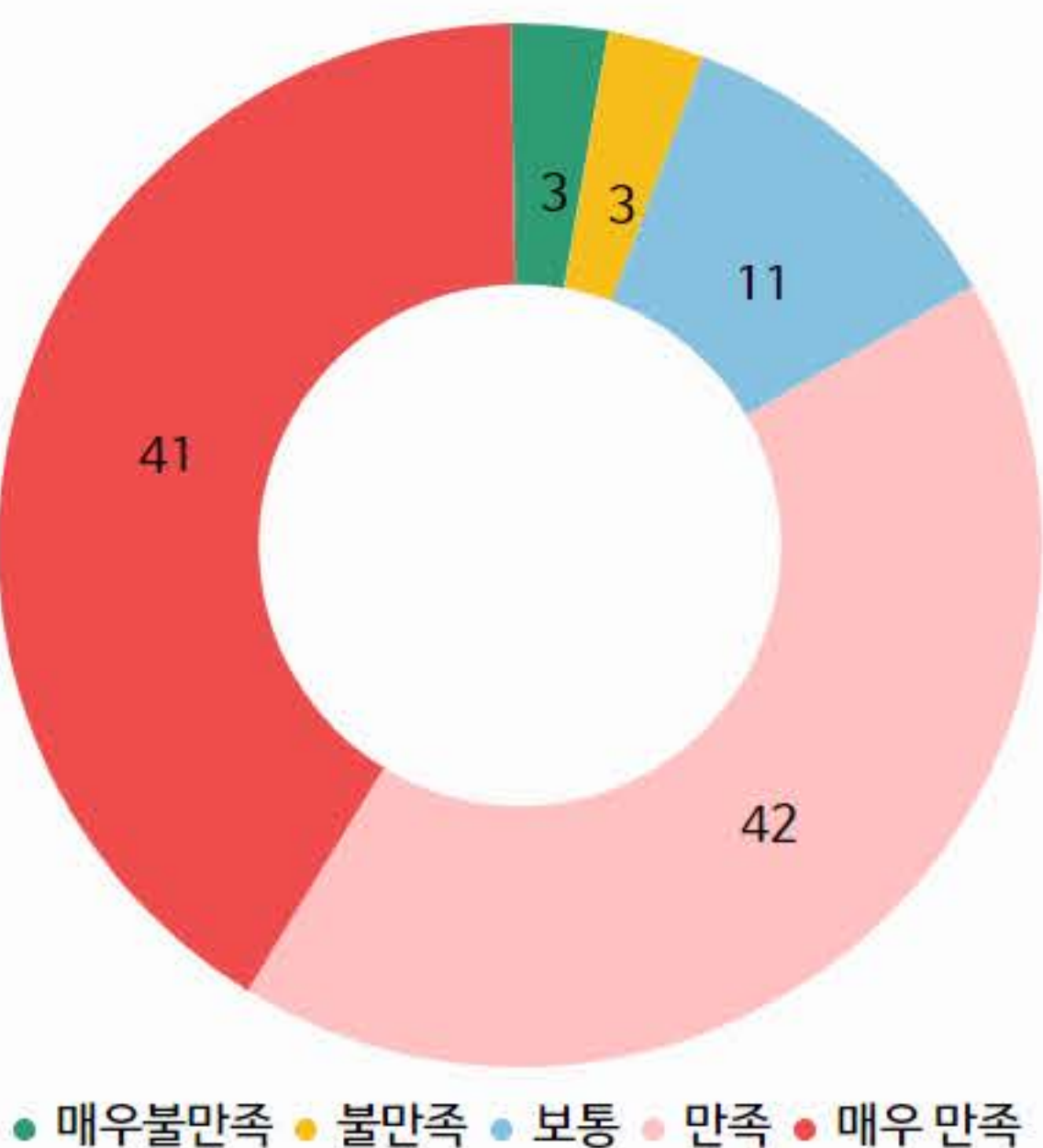
Q9-3. 딸기 산도 평가



Q9-4. 딸기 경도 평가



Q9-5. 딸기 당도 평가



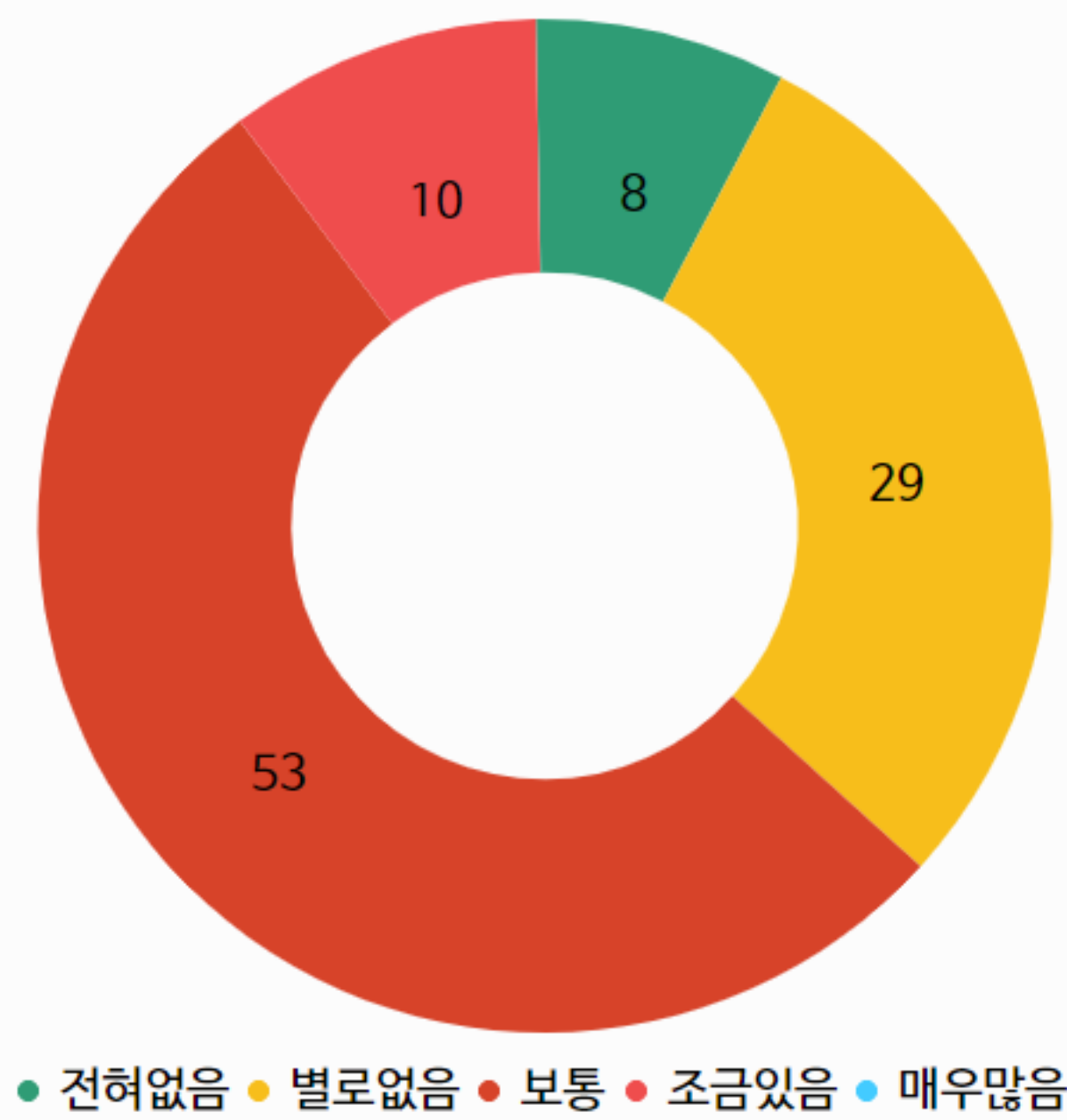
"시식 후 응답자의 절반 이상이 만족한다는
긍정적인 답변이었음"

대부분 딸기 자체 색상에 대해서는 긍정적인 반응을 보였지만 속도가 낮은 딸기에 대해 꼭지부분 중심으로 흰색 등이 많이 보여 다른 요소보다 만족하지 못한
다는 응답자가 있었음.

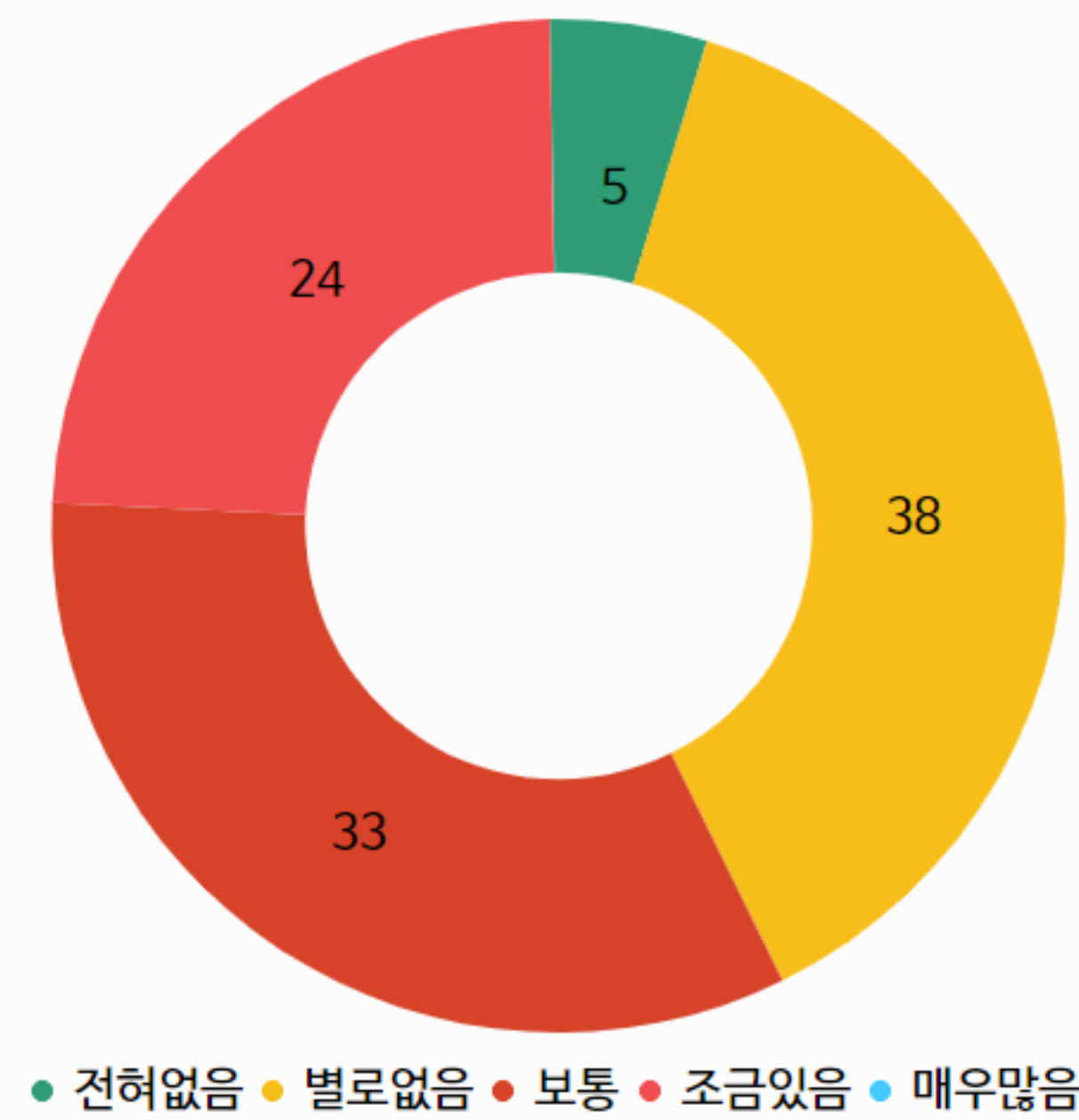
3. 미래 소비 예측

단위 : %

Q10. 한국산 딸기를 구매할 의향이 있으십니까?



Q11. 한국산 딸기의 시장성을 어떻게 평가하십니까?



"응답자의 50% 이상이 한국 딸기에 대한 구매의향이 높은 것으로 나타남"

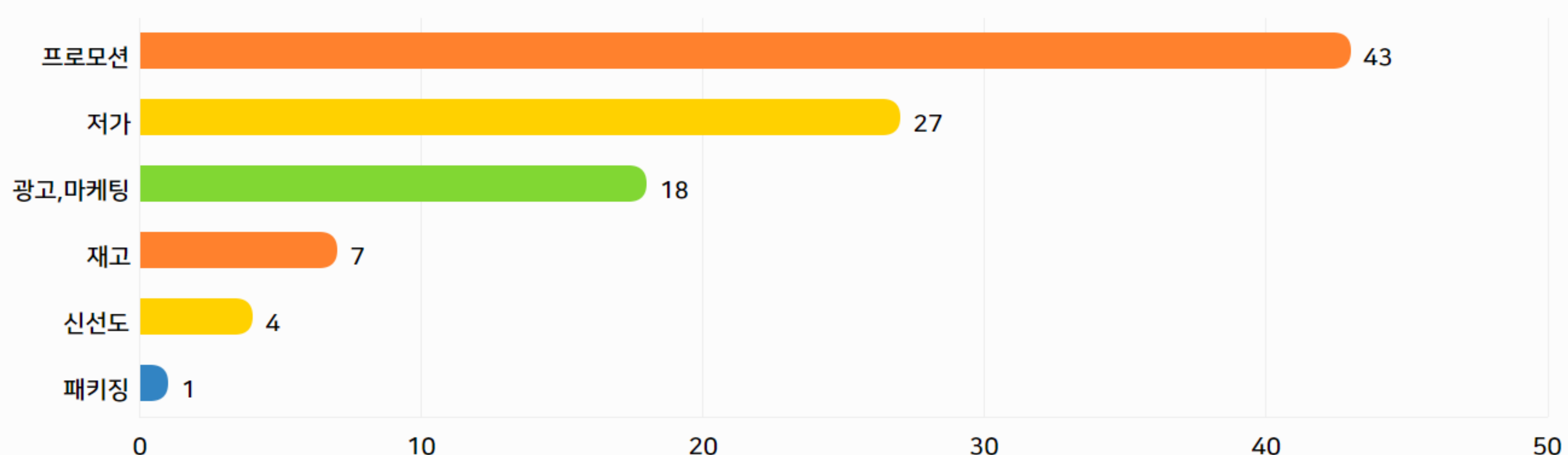
말레이시아 소비자를 대상으로 한국산 딸기의 구매의향을 조사한 결과 응답자의 53%가 구매할 의향이 조금 있다고 응답하였고 29%는 보통, 8%가 별로 없다고 응답함.

말레이시아 소비자들에게 한국산 딸기의 시장성을 어떻게 평가하는지에 대한 설문한 결과, 시장성이 조금 있다고 응답한 소비자가 32%이며 매우 많다고 응답한 소비자가 24%임. 앞으로도 한국 딸기에 대한 시장성이 높아질 것으로 여겨짐.

말레이시아 소비자들에게 한국 딸기의 시장성을 어떻게 평가하냐는 설문 결과, 응답자의 43%가 가격 할인이 필요하다고 응답하였으며 대부분 응답자가 할인행사, 낮은 가격, 광고 등 필요하다고 응답함.

Q12. 한국산 딸기의 시장성 평가

단위 : %



Interview

금번 작기 딸기 수출 10톤 이상 수출업체 대상
의견들을 들어보았습니다.

딸기 수출업체 A사

말레이시아 수출확대를 위해 수입금액 자체의 부담을 낮출 수
있는 방법이 강구되어야 한다고 생각함

1) 수출 현황 및 향후 전망

○ 최근 수출액 변화, 품종, 특이사항 등
최근 4월 말레이시아 수출물량이 늘어나
수출액이 증가하였으며 금실 위주의 수출
을 주로 하고 있음

○ 말레이시아 향후 수출 전망
말레이시아 측에 한국산 브랜드 이미지가
잘 자리 잡아가고 있으나, 현재로서는 프리미
엄 과일인 한국산을 소비할 수 있는 소비자
수가 한정적인 관계로, 여러 가지 측면에서
마케팅 지원 혹은 수출단가 인하를 기대

2) 바이어 요구 사항

○ 바이어 최근 동향 및 특이사항 등
최근 라마단 기간 일시적으로 축소했던 수입물량이
연휴 종료 후 늘어나는 추세. 이집트, 터키산 딸기가
많이 수입되어 3월까지 가격 우위가 떨어지는 편이
었으나 현재는 한국산 딸기의 경쟁력이 생겨 판촉
진행 등 판매량 확대를 계획하고 있음

○ 말레이시아 시장 상황 혹은 소비자 소비성향
말레이시아 상황이 좋지 않고, 소비심리가 위축되
었으며, 일반 소비자들 더 저렴한 상품을 소비하
려는 경향을 더 많이 보인다고 함. 스노우베리, 킹스
베리 등 다양한 프리미엄 딸기를 선보였으나, 높은
단가로 인해 수출량을 늘리는 데에 한계가 있었음

3) 수출확대 지원 필요사항

○ 말레이시아 수출확대 가능성
말레이시아 수출확대를 위해 수입금액의
부담을 낮출 방법이 강구되어야 한다고
생각함. 소비자가 부담할 수 없는 가격이라
면 다른 방법으로는 확대하기 어려운 실정

○ 정부 지원 요청사항
여러 가지 정부 판촉 지원사업 등이 있으
나, 좀 더 다양한 방법으로 수입자가 현지
에서 비용 절감이나 홍보할 수 있도록 방안
필요



딸기 수출업체 B사

한국산 딸기 출하 시기가 이집트산 딸기 출하 시기와 겹치고,
최근 터키산 딸기까지 수입되어 한국산 딸기의 경쟁력이 떨어지는 추세

1) 수출 현황 및 향후 전망

○ 최근 수출액 변화, 품종, 특이사항 등
말린 수출액은 감소하고 있음, 금실 딸기의
유통 기간이 매항보다 짧고 딸기 단가가 계
속 상승한 것이 감소의 주된 원인으로 생각
됨

○ 말레이시아 향후 수출 전망
한국산 딸기 출하 시기와 이집트산 딸기 출
하 시기가 겹치고, 최근에는 터키산 딸기
까지 수입되어 한국산 딸기의 말레이시아
판매를 어렵게 하고 있음

2) 바이어 요구 사항

○ 바이어 최근 동향 및 특이사항 등
바이어가 한국의 타 수출업체 여러 곳과도 거래
하고 있으며, 단가비교를 통하여 저렴한 가격의
업체에서 수입하고 있음

○ 말레이시아 시장 상황 혹은 소비자 소비성향 등
한국산 딸기를 선호하나 가격이 비싸서 소비확대
에 어려움이 있음(대부분의 말레이 소비자들은
저가의 이집트산 및 터키산 딸기를 구매)

3) 수출확대 지원 필요사항

○ 말레이시아 수출확대 가능성
딸기의 경우 항공으로 수출되고 있는데,
인천(ICN)~쿠알라룸푸르(KUL) 공항 간의
항공화물 운임이 싱가포르, 태국과 비교
하면 매우 높아 단가 상승의 요인이 되고
있음

○ 정부 지원 요청사항
항공 화물운임을 낮추기 위한 노력 필요

Interview

금번 작기 딸기 수출 10톤 이상 수출업체 대상
의견들을 들어보았습니다.

딸기 수출업체 C사

가격 경쟁을 통한 물량, 실적 위주의 거래보다는 차별성 있는 디자인과
품질로 브랜드화해서 고급시장을 늘려가는 것이 필요

1) 수출 현황 및 향후 전망

○ 최근 수출액 변화, 품종, 특이사항 등
`19~`20년 매향이 말레이시아 딸기 주력
시장이었으나, 현지 슈퍼마켓에서 저렴한
가격을 많이 요구하여 수입업체는 가격을
조금이라도 저렴하게 견적한 수출업체로
주문을 이동함, 현재 금실로 품종을 변경하
여 과실이 비교적 커지고, 물량 증가.

○ 말레이시아 향후 수출 전망
가격 경쟁을 통한 물량, 실적 위주의 거래
보다는 차별성 있는 디자인과 품질로 브랜
드화해서 고급시장 늘려가는 것이 필요
한국산을 취급하지 않는 저가 슈퍼
(LOTUS'S)를 표적으로 소포장(200g 등)
을 개발·공급하는 방안 필요
중국산 딸기 품질이 올라와 시장에 진입
되면 샤인머스켓처럼 수출이 어려워질 수
있음

2) 바이어 요구 사항

○ 바이어 최근 동향 및 특이사항 등
자체적으로 디자인한 스티커 부착을 원함

○ 말레이시아 시장 상황 혹은 소비자 소비성향 등
작은 과실은 경쟁적인 가격 요구(200g 소포장
또는 250g 16구 상품)

3) 수출확대 지원 필요사항

○ 말레이시아 수출확대 가능성
꾸준한 품질관리와 안정적인 공급을 통한
브랜드화로 초기에는 경쟁적인 가격을 측
정하고 정착 후 가격을 올리는 장기적 계획
필요

○ 정부 지원 요청사항
200g용 소포장 용기 개발사업 (금형비) 브
랜드화에 필요한 디자인 개발 지원, 입점용
판촉 지원, 경쟁력 있는 수출단가 위한 운임
과 기타 부대비용(통관비, 유류비 등) 지원
필요
가능하다면 말레이시아 공항에 딸기 통관
시, 현장에서 정부 관련 인력을 배치해 품검
및 가격(덤핑 여부) 등을 확인하면 좋겠음.



딸기 수출업체 D사

한류에 의한 한국산 수요는 있으나, 타 국가 대비 딸기 가격 경쟁력을
바이어 측에서 항상 이야기함

1) 수출 현황 및 향후 전망

○ 최근 수출액 변화, 품종, 특이사항 등
전년 대비 말레이시아 딸기 수출 상승
스노우베리 판매 진행
슈퍼마켓 8구, 도매 4구 및 스노우베리를
판매하고 있음

○ 말레이시아 향후 수출 전망
딸기의 경우 중국산, 이집트산과의 경쟁이
심화 되고 있음

2) 바이어 요구 사항

○ 바이어 최근 동향 및 특이사항 등
스티커 내 본인 브랜드 삽입 요청
이집트산 대비 가격 경쟁력 저하로 단가 인하 요구

○ 말레이시아 시장 상황 혹은 소비자 소비성향 등
한류에 의한 한국산 수요 있으나 중국산 대비 가격
경쟁력을 항상 이야기함

3) 수출확대 지원 필요사항

○ 말레이시아 수출확대 가능성
딸기뿐만 아니라 한국 고급 신선 과일 시장
인지도를 유지하도록 다른 과일 수출확대
필요

○ 정부 지원 요청사항
전광판 및 대중 미디어 홍보 필요

그렇다면 현지 바이어들은 시장에 대해 어떤 생각이 있을까요?

딸기를 수입하고 유통하는 현장의 의견을 들어보았습니다.

Interview

Q. 말레이시아 내 한국 딸기 수요는 어떤가요?

A. 말레이시아는 한국 딸기에 대한 선호도가 높은 편입니다. 한국의 적극적인 판촉 활동을 통해 말레이시아 소비자들에게 한국 딸기의 좋은 점이 많이 알려지게 되었다고 여겨집니다.



딸기 수입 유통업체
E사

Q. 한국 딸기 시장 확대에 대한 의견은 어떠신가요?

A. 현재 이집트 딸기를 유통하고 있으며 내부적으로 소비자들의 소비패턴을 분석을 위해 2시간 동안 딸기 코너에 서서 소비자들을 관찰했습니다. 약 2시간 동안 8명이 이집트 딸기를 구매했고 한국 딸기는 2명만 구매하였습니다. 현재 판매하는 이집트 딸기는 색깔, 크기 등이 좋아 보여 현지인들에게 매우 인기가 많습니다. 한국도 일본 딸기와 같이 프리미엄 제품을 유통할 수 있다고 여겨집니다. 프리미엄 제품은 프리미엄답게 패키징이나 디자인을 잘 구성하고 소비층이 넓지 않기 때문에 유통업체에 독점 판매권을 주어야 원활하게 마케팅이 가능할 것으로 생각합니다.

Q. 말레이시아 내 한국 딸기 수요는 어떤가요?

A. 한국 딸기는 말레이시아 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있는 신선 식품 중의 하나입니다. 한류의 영향으로 한국 제품에 대한 소비자들 인지도가 높아 일본 딸기도 저희가 유통을 하고 있지만 한국 딸기가 더 많이 판매되고 있습니다.



딸기 수입 유통업체
F사

Q. 한국 딸기 시장 확대에 대한 의견은 어떠신가요?

A. 몇 년 전보다 한국 딸기 단가가 많이 높아졌다고 생각합니다. 그리고 이전에는 정부의 물류 지원이 있었지만, 올해부터 지원이 중단되어 물류비용을 반영하다 보니 작년보다는 딸기 소비자 가격이 높아졌습니다. 이번 연도 소비자들이 체감하기에는 가격이 높아졌다고 여겨질 것 같습니다. 판매를 위하여 적극적인 프로모션을 진행할 계획입니다.



06

6. 통관 및 수입 절차

6.1 딸기 통관 절차	39
6.2 라벨링	42

6.1 딸기 통관 절차

1. 관세

말레이시아로 수입되는 모든 물품은 세관을 거쳐 통관되며 법에 따라 제외된 물품을 제외한 나머지는 관세, 판매세 및 소비세가 부과됨. 말레이시아는 전통적으로 저 관세 정책을 견지하여 35% 이상의 관세가 부과되는 물품은 극소수이며 정부는 사치품 및 국내산업을 보호하기 위한 품목 이외 다양한 물품에 대한 수입 관세를 지속해서 인하·철폐하고 있음

<말레이시아에서 신선 딸기(HS 0810100000) 수입 시 부과되는 관세 및 소비세

- 관세 - 0%(한-아세안 FTA 협정세율 적용 시), 5%(일반수입 시)

2. 수입통관 절차

수입신고 준비



3. 신선 과일 검역제도

말레이시아로 신선 과일을 수출하기 위해 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 수입품의 검사 및 검역은 「검역법(Malaysia Quarantine and Inspection Services Act 2011)」에 따라 검역처(MAQIS)에서 담당하며 식품 수입의 허가 여부를 결정함. 딸기의 경우 검역 신청 시 수입허가서(AP), 식물위생 증명서, 해충 검역검사 및 식물 위생 규제 준수 인증서를 제출해야 함

4. 비관세 장벽

1) 보존료 (Preservative)

말레이시아는 식품 규정법 1985(2020.12.23 발간) 별표6 표I 에서 특정 식품에 첨가할 수 있는 보존료와 최대 사용 기준을 규정하고 있음. 다음 세 가지 보존료를 사용한다면 사용기준을 반드시 준수해야 함. 보존료로 사용된 아황산염 또는 이산화황이 10mg/kg을 넘는 경우, 표시사항에 ‘이산화황 포함’이라는 문구를 기재해야 함

표 6-1 자르지 않은 신선 과일(식용 부분)에 적용되는 말레이시아 보존료 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	이산화황 (이산화황으로 환산한 아황산염)	Sulphur Dioxide (or sulphites calculated as sulphur dioxide)	30mg/kg	자르지 않은 신선 과일 (식용 부분)
2	벤조산 (벤조산으로 환산한 벤조산나트륨)	Benzoic acid (or sodium benzoate calculated as benzoic acid)	없음	
3	소르빈산 (소르빈산으로 환산한 나트륨, 칼슘 또는 칼륨염)	Sorbic acid (or its sodium, calcium or potassium salts calculated as sorbic acid)	없음	

출처: 말레이시아 식품규정 (FOOD REGULATIONS 1985)

2) 잔류농약 (PESTICIDE RESIDUE)

말레이시아는 식품 규정법 1985(2020년 12월 23일 발간) 별표16에서 잔류농약 기준을 규정하고 있음. 딸기에 적용되는 하기의 잔류농약 기준치를 준수해야 함. 다만, 해당 규정에서 다루지 않는 잔류농약의 경우 국제식품규격(Codex)에서 설정한 기준을 준수해야 하며, 해당 규격에도 기준이 없는 경우에는 0.01mg/kg 미만으로 함유해야 함

표 6-2 딸기에 적용되는 말레이시아 잔류농약 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	캡탄	Captan	20/mg/kg	딸기
2	비클로졸린	Vinclozolin (sum of vinclozolin and all metabolites containing the 3, 5 dichloroaniline moiety, expressed as vinclozolin)	10/mg/kg	딸기
3	테디온	Tetradifon	2/mg/kg	딸기
4	머탈더하이드	Metaldehyde	1/mg/kg	딸기

출처: 말레이시아 식품규정 (FOOD REGULATIONS 1985)

3) GPL 제도

말레이시아는 농산물에 대해 GPL(Grading, Packaging, Labelling) 제도를 운용 중이므로 등급 지정을 받고 포장 및 라벨링 기준을 충족할 필요가 있음. 해당 규정은 말레이시아 연방 농업 마케팅국(FAMA)에서 주관 및 관리하며, 그 내용은 하기 표와 같음

항목	내용
주관기관	말레이시아 연방 농업 마케팅국(FAMA)
제도명	GPL(Grading, Packaging, Labelling)
규제 농산물	채소(73종), 과일(56종), 꽃(6종), 콩류(2종), 코코넛, 곡물, 사탕수수
규제내용	- 등급 : 프리미엄 등급(Premium Grade), 1등급(Grade 1), 2등급(Grade 2) - 조건 : 균일한 성숙도, 신선도, 무결함 및 손상, 균일한 크기 - 포장 - 동일 종류 및 표준의 농산물 포장 - 30kg 미초과 - 취급 및 운송 중 손상으로부터 최대한 보호하기 위해 품질, 위생 및 내구성 기준 충족 - 포장된 농산물에 악영향을 주지 않는 재료 - 이미 표시되어있거나 라벨이 부착된 포장을 재사용하는 경우 기존 표시 제거 및 라벨 제거 - 라벨링

출처: 말레이시아 연방농업마케팅국(FAMA)

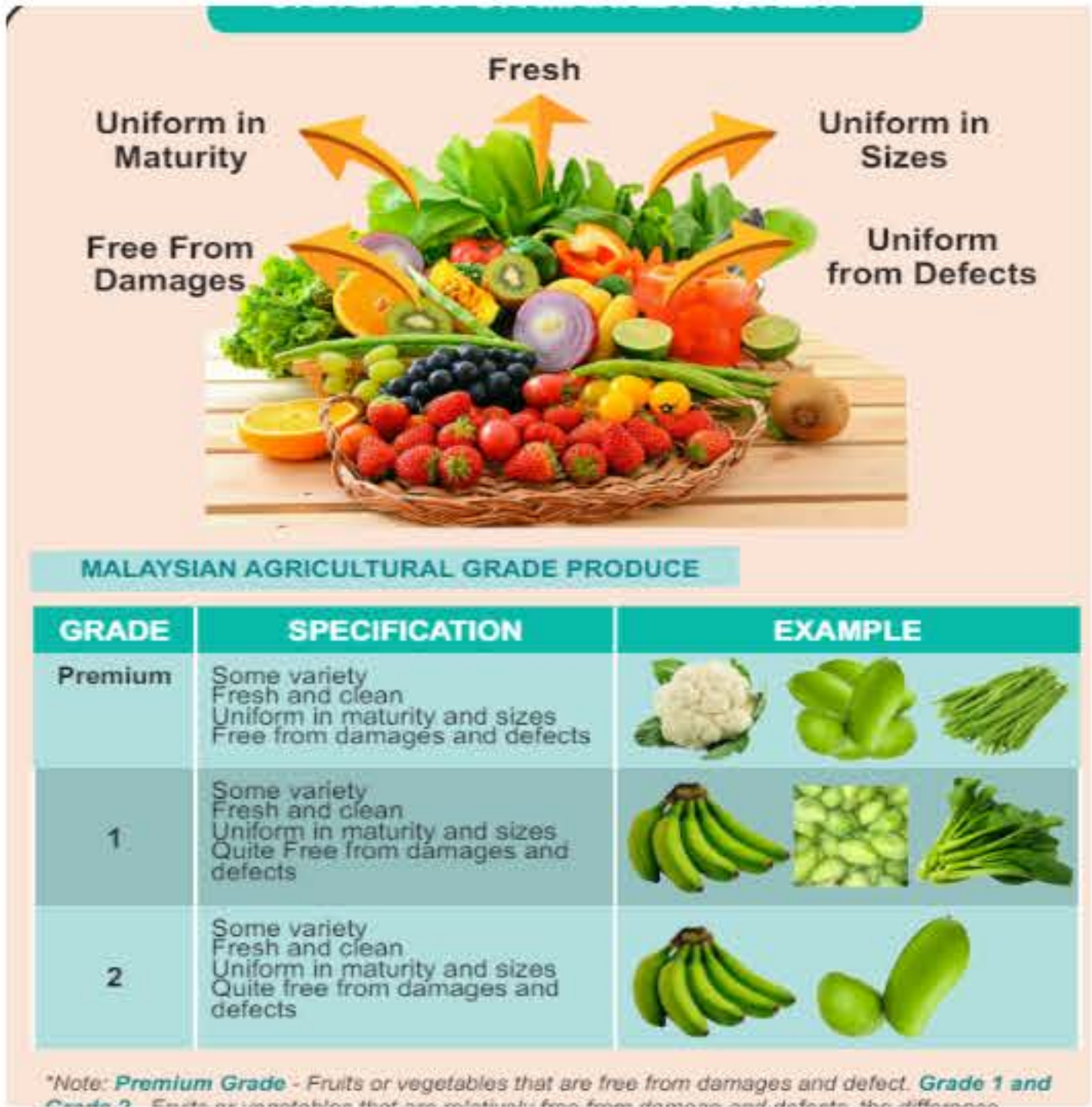


그림 6-1 GPL 제도 기준



그림 6-2 매장 내 적용 등급

5. 라벨링

말레이시아 신선 농산물 수출 시 상자 라벨링 제도가 있으며 주요 내용으로는 신선 농산물 상자에 말레이어와 영문으로 된 라벨 부착을 요구하는 내용임. 기재사항으로는 품목, 원산지, 등급, 규격, 총무게, 농산물 수입, 수출업자 및 주소 등이 있음.

표 6-3 딸기 라벨링 상세 표기사항

상품명(Brand)	딸기 브랜드 통칭
표준등급(Grade)	표준등급
크기(Size)	딸기 크기 (S, M, L, XL)
제조업체 및 수입업체(Manufacture, Importer)	농산물 수입업자, 수출업자, 대리인, 생산자 또는 유통업자의 이름 및 사업장 주소 (경우에 따라)
원산지(Origin)	딸기 원산지
무게 (Weight)	딸기 제품 포장 무게

표 6-4 신선 농산물 라벨링 제도

딸기 상자 라벨링 예시	라벨링 제도
	- 말레이어로 기재해야 하며 다른 언어를 병기할 수 있음 - 글꼴 크기는 20포인트 이상이어야 함 - 읽기 쉬어야 하며 내용이 있어야 함 - 라벨 크기는 11cm X 7cm 이상이어야 함 - 포장 윗면이나 측면에 표시되어야 함 - 단단히 부착되어 쉽게 볼 수 있어야 함



07

7. 확대 진출방안

7.1 SWOT 분석	44
7.2 말레이시아 진출여건 전망	45
7.3 확대 진출 전략 방안	46

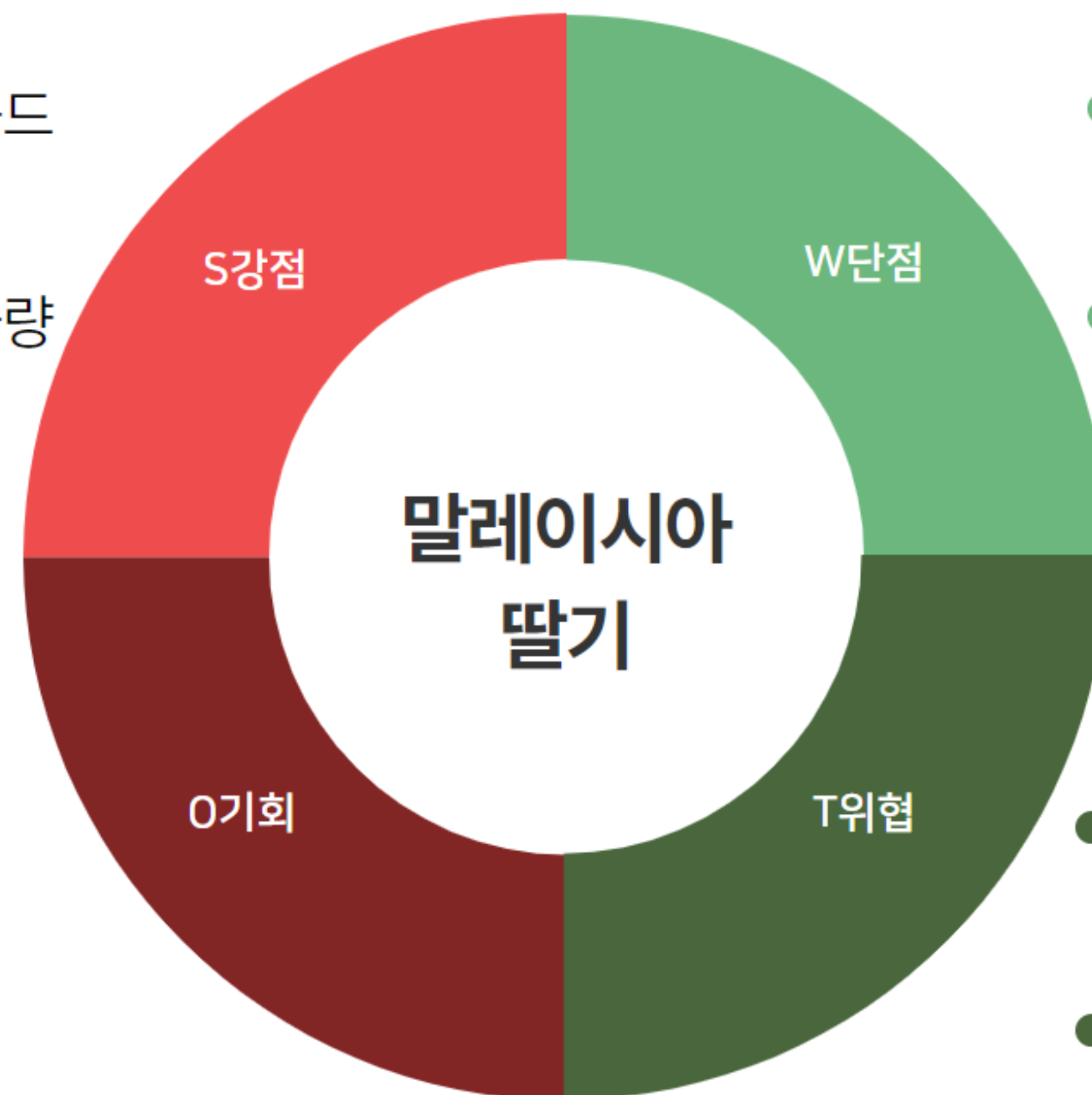
7.1 SWOT분석

S 강점

- 주력 수출품종인 '금실'은 높은 당도와 부드러운 식감 등 품위 우수
- 생산지에서 말린 소비지까지 콜드체인 시스템 활용 선도 유지
- 고급 식료품점 등으로 적절한 물량 공급 및 유통채널 보유

O 기회

- 높은 한류의 영향으로 한국 제품 브랜드 이미지 상승
- 말레이시아 현지 딸기 생산 부족으로 외국산 딸기 수요 지속
- 한국 편의점, 소매점, 프랜차이즈 등 새로운 유통채널 확장



W 약점

- 타 국산 대비 한국산 딸기의 높은 시장 공급가격
- 프리미엄 딸기 차별성 및 소비자 인지도 부족
- 제한된 수입 바이어 및 수출업체로 인해 시장 확장성 부족

T 위기

- 연중 공급이 가능해진 중국 딸기의 시장확대
- 이집트 저가 딸기 확장 및 호주 및 일본 프리미엄 딸기의 시장확대
- 품위가 낮은 한국산 딸기의 시장 유입 증대에 따른 인지도 저하

SWOT 분석에 의한 전략 방향

분석	현황	전략 방향
SO	고급 식료품점 등으로 적절한 물량공급 및 유통채널을 보유하고 한국 편의점 및 프랜차이즈 등으로 확장 가능성 증대	유통채널 다각화를 통한 신규수요 창출 등 소비 특성을 고려한 상업성 강화 전략
OW	현지 딸기 내수 생산의 한계로 수입산 딸기 수요가 높아지는 반면 타 국가 딸기 대비 한국 딸기의 차별성 및 소비자 인지도 부족	한국산 딸기 프리미엄 마케팅 추진 등 소비 특성을 고려한 상업성 강화 전략
TS	우수한 품질의 딸기 생산 능력에도 불구하고 품위가 낮은 한국산 딸기 수출 지속	우수한 품질의 한국산 딸기 수출 등 시장 여건을 고려한 상품성 강화 전략
WT	중국 등 타 국산 딸기의 공급물량 확대 및 시장 경쟁력 강화로 한국산 딸기의 수출확대 위협	CA 컨테이너 활용 수출 등 미래 로드맵 대비 지속가능성 강화 전략

말레이시아는 일찌감치 농산물 시장 개방화가 진전됨에 따라 각 국가로부터 다양한 과일들이 수입되었으며 또한 다 인종 다문화로 소비성향과 구매 패턴이 다양함 됨. 현재 말레이시아는 고급화, 편의화, 개성화와 동시에 건강과 웰빙 지향형, 고품질의 신선 과일에 대한 수요가 크게 증가하고 있으며 젊은 층을 중심으로 구매상품 형태, 구매량, 가공상품의 수요 증가 등 지속해서 변화하는 추세임.

한국 딸기는 생산 부분에서는 딸기 주산지를 중심으로 생산기반 조성에서 유통까지 일괄 지원하고, 거점 산지 유통 센터를 중심으로 동남아시아 시장 수출을 추진하고 있음. 말레이시아 시장은 유통 여건이 양호하여 딸기 시장에서 상대적으로 높은 포지션에 있었으나 경쟁력 제고를 위한 단기적 효과만을 기대하는 결과 실질적인 고객층의 인지도와 충성도로 연결되지 못하고 현지에서 품질관리의 미흡한 부분이 발생하는 등 한국 딸기만의 차별화가 이루어지지 못하고 있음.

표 7-1 한국 딸기 말레이시아 수출액 추이 및 전망



출처: KATI 농식품수출정보

7.2 말레이시아 진출여건 전망

말레이시아에서 주로 생산되고 있는 과일은 열대과일류 등이며 현지 딸기 생산의 99.9%를 차지하는 카메론 하이랜드 고산지대에서 생산되는 자국 딸기는 말레이시아 정부에서도 생산성과 상품 수출에 대한 기대감이 낮아 품종 육성에 대한 지원대책이 없는 상황이어서 딸기 수입 수요는 앞으로도 증가할 것으로 예상됨. 한편, 이집트, 터키 등 저가 딸기의 수입물량이 지난 3년간 눈에 띄게 증가하였으며 프리미엄 딸기 시장을 겨냥한 일본의 다양한 딸기 상품과 품질 경쟁력을 높인 호주산 딸기 등이 시장을 선점하여 경쟁이 치열함.

컨텐츠진흥원에서 발표한 '2024 해외 한류 실태조사' 보고서에 따르면 말레이시아는 한류에 대한 호감도가 높은 나라 중 26개국 중 6위를 차지하였으며 '음식'에 대한 대중적인 인지도가 높아 한국 제품 브랜드 이미지 상승과 더불어 한국 편의점, 프랜차이즈 등 한국 식품을 접할 수 있는 다양한 서비스, 유통채널 등이 점차 구축되어가고 있음. 말레이시아 딸기 소비에 대하여 긍정적인 전망은 말레이시아 소비자 조사 결과에서도 나타나고 있음. 설문조사에 의하면 한국산 딸기를 시식한 응답자의 54%가 한국산 딸기를 구매할 의향이 있다고 나타났으며 한국 딸기의 시장성을 어떻게 평가하느냐는 설문 결과에 대해서 응답자의 56%가 한국 딸기에 대한 시장성을 높게 평가한다고 답변함. 따라서 최근 5년간 지속해서 상승한 딸기 수입량과 소비추세는 지속할 전망이며 현재까지 한국 딸기에 대한 좋은 이미지와 수출품종 육성에 따른 시장 경쟁력이 우위를 가진 여건에서 말레이시아 한국 수출 딸기 잠재성을 현행 USD 400만 불(288톤)에서 50% 상승한 USD 600만 불로 전망해 보고자 함. 다만 고소득층뿐만 아니라 중·저 소득층까지도 공략 가능한 전략형 프리미엄 한국 수출 딸기 마케팅이 끊임없이 계속되어야 할 것임.

7.3 확대 진출 전략 방안



말레이시아 내 딸기 시장확대를 수행하기 위해서는 시장 여건을 자세히 살펴보고 기회 요인과 강점을 최대한 활용해야 할 것이며 한국의 우수한 품위의 딸기를 현지 사정에 맞게 최적화하여 공급하는 것을 중심으로 단기적으로 한국 딸기에 대한 상품성 향상과 공급 여건을 강화하는 노력이 요구됨. 중, 장기적으로는 말레이시아 시장 소비자와 수입 바이어들의 한국 딸기에 대한 선호도를 증대시키실 수 있는 차별화 전략을 추진하면서 지속적 수출거래가 가능한 인프라 기반 구축 및 비용 절감 및 생산 효율화가 요구됨.

1 시장 여건을 고려한 상품성 강화 전략

시장 여건을 고려한 상품성 강화 전략은 속도율 개선과 포장재 개선 등을 통하여 현지에 한국의 우수한 품위의 딸기를 그대로 현지에 공급하여 한국 딸기에 대한 인지도 향상과 정부 지원을 통한 최적의 딸기 공급방안 마련

2 소비 특성을 고려한 상업성 강화 전략

소비특성을 고려한 상업성 강화 전략 추진은 말레이시아 시장 소비 현황 및 현지 조사를 반영하여 소비자 유형별 소비특성 및 특징을 고려한 딸기 상품의 방향을 설정하여 마케팅 및 판촉 전략을 수립

3 미래 로드맵 대비 지속가능성 강화 전략

미래 로드맵 대비 지속가능성 강화 전략은 한국딸기 생산 및 공급 여건을 고려한 수출단가 및 비용 절감 방안 도출, 수송/물류 거리 등의 여건을 고려한 물류비용 절감 및 지속적 수출거래가 가능한 인프라 구축을 위한 스마트팜 시스템 계획 수립이 필요

이번 조사 샘플 기간에 국한되는 한계가 있으나 현지 연구실험실에 의뢰한 BRIX, 색상, 산도(pH), 크기 측정결과가 시사하는 바가 큼. BRIX는 일본→호주→한국→말련→이집트 순으로 나타났음. 말레이시아에서 판매되는 딸기 품질 조사 종합 결과 일본산이 우수하며 한국산은 일본, 호주 품종보다 떨어지는 것으로 나타남. 이는 일본과 호주산의 숙도가 90%에 가까웠으나 한국산은 그렇지 못한 결과로 보임. 육안으로 관찰한 과육의 색깔·품질은 일본, 호주, 이집트산이 진한 빨간색을 띠었으나, 한국산은 꼭지 부분의 하얀 부분이 덜 숙성된 상태로 판매되고 있었음. 한국산의 꾸준한 판매량 고려 시 공급량을 유지하기 위한 한국 수출업체들의 말레이시아 바이어 대상으로 클레임 방지를 위한 현실적인 상황인 것으로는 여겨짐. 국내에서 11월경부터 이듬해 5월까지 제철 딸기의 빨갛고 당도가 높은 상품 품질과 비교 시 매우 안타까우며 미래지향적 측면에서 볼 때 숙도(당도)를 과감히 높여야 할 것임.

1. 시장 여건을 고려한 상품성 강화 전략

주요 키워드 및 확대전략 - "한국 딸기 맛 그대로"

더 맛있게 잘 익은 상태로 출하
숙도를 개선

딸기 수출통합조직 케이베리와 경상남도 농업기술원 연구에 의하면 수출 딸기 숙도(당도)와 상품성 개선을 위한 다양한 R&D가 계속되어 그 해결 방안이 제안되고 있음. 최근 연구에 의하면 금실 품종 대상 수확 시 착색도(숙도)를 추운 11~2월까지 80~90%, 기온이 오르는 3~5월까지 70~80%(현행은 그 미만)로 준수하여 착색도를 증가시켜 당도와 풍미를 향상하는 예냉 강화 방안 제시

저장성과 상품성을 높이는
안전생산 기술

이동식 예냉창고를 통해 과실 품온의 빠른 하강, 저장성과 상품성 향상 및 수확 후 선별, 포장까지 소요기간 단축(2일→1일)이 제안되어 있음. 또한, 상품성 향상을 위해 1단 수확용기(현재는 1차 수확 후 원형 대야에 겹겹이 적재 후 예냉시설이 없는 차량으로 상온에서 선별장 APC 이동)를 사용하여 발생하는 눌림과 상처를 낮추고 저장성과 상품성을 높이는 제안도 작업장에 전파할 필요가 있음. 비닐하우스 수확 직후 이동식 예냉차량 장치로 상품성 변화를 조절하는 방법과 산지 선별장에서 수출을 위한 공항으로의 내륙 운송 중 무진동 차량 이용 및 원물 랩핑 방식으로 흔들림 없는 신선도 유지 강화를 위한 포장재 개선 제안

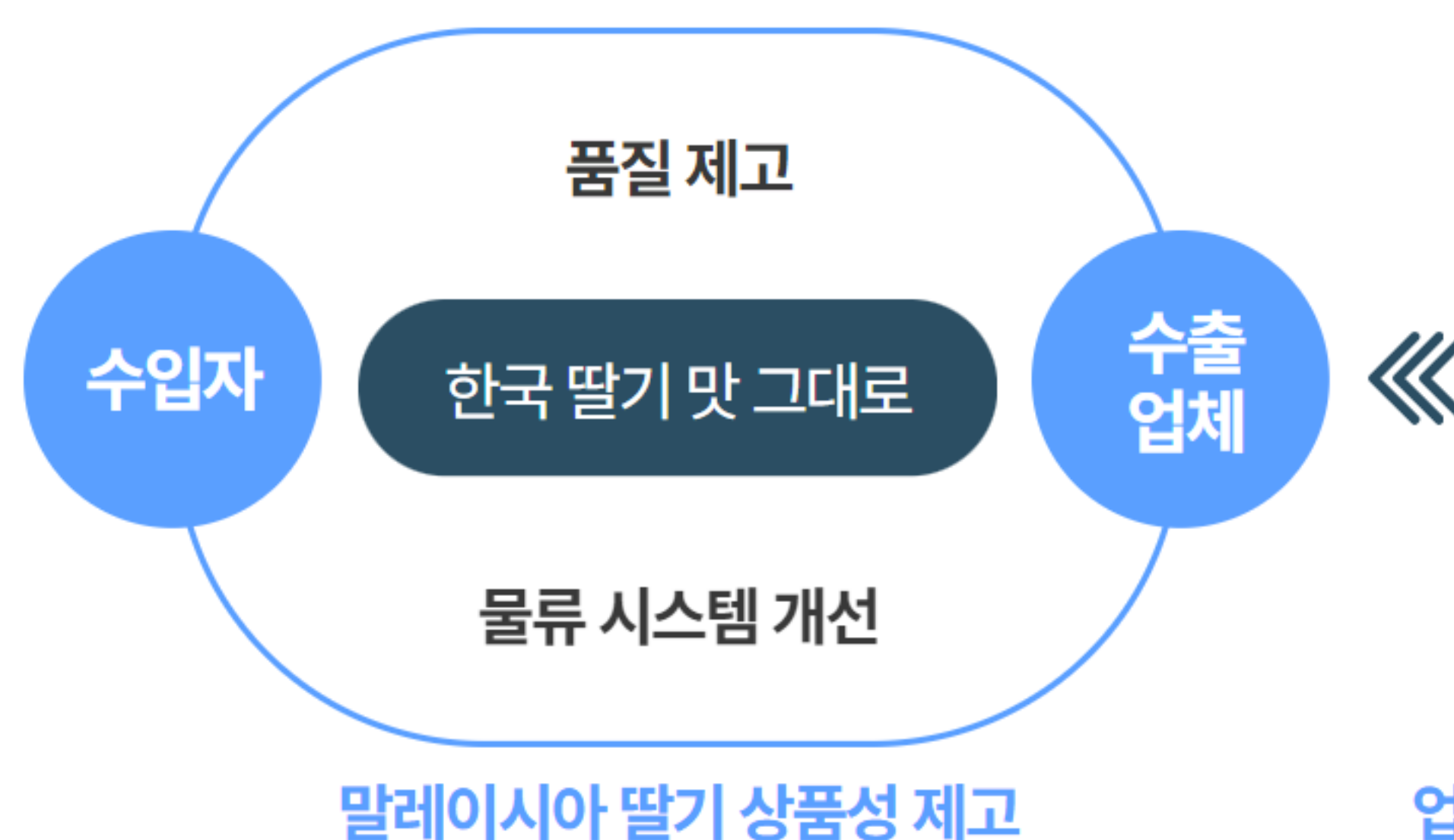
체질 개선으로 수출시장 확대
정부지원

그동안 추진해온 딸기 전용 항공기 운영으로 인하여 수출업체와 바이어측에 단가 부담을 완화하는 데에 도움이 되었지만 2024년부터 중단되면서 최종적으로 소비자가격에 전가되어 그만큼 시장 가격 경쟁력은 떨어지게 되었음. '대량 증식 기술 시범 사업', '선도유지제', '안전생산 기술 시범 사업' 등 적극적으로 활용 필요. 수출단가에 포함된 선별, 포장비 부분을 정부 사업비를 활용한 과감한 투자와 지자체 및 연구기관도 협력하여 간접보조 사업비를 확보하는 노력 필요

기존 상품성 전략

전용 항공기 물류지원
물량위주 수출
금실 품종 개발

상품성 확대 전략



업계 자체 노력 + 정부지원

본 조사 결과 현재 한국 딸기의 1위 수출국인 인근 국가 싱가포르에서 판매되는 딸기에서 동일하게 발견되는 사항은 한국수출 딸기의 타국가산 대비 특별한 차별화가 생각보다는 부각되지 못하는 점이라 할 수 있음. 글로벌 경쟁 딸기 수출시장에서 한국산은 고가·고품질의 일본산과 기타 다양한 타 국산(미국, 이집트, 호주 및 말레이시아) 사이에서 치열하게 경쟁하고 있는 것으로 분석되었음. 천혜의 재배 조건에서 고품질로 생산된 한국 고유의 장점을 갖고 있음에도 불구하고 말레이시아 수출시장에서는 차별성을 특별히 갖추지 못하여 고공행진 가능성이 잠시 멈추어 있는 한계에 있는 것 또한 사실로 보여짐. 프리미엄 차별화 공략을 위해서는 가격, 포장, 판매망 및 공급처 다양화, 가공품 출시(R&D) 등 분야별 심층 고민이 필요해 보임.

2. 소비특성을 고려한 상업성 강화 전략

딸기에 대한 말레이시아의 소비특성은 어떠한가?



현지 식문화 및 소비특성에 적합하게 딸기의 종류와 포장단위를 다양화할 필요가 있으며, 상위층들에게 구매 접근성을 높일 수 있도록 차별화된 프리미엄 형태로 상품화하는 방법이 필요함. 또한 중·저 소득층의 선호도가 높지만 주로 이용하는 유통매장에 한국 딸기 진열이 안 되어있는 곳들이 많으므로 구매 접근성을 높일 수 있도록 소포장 (200g 등)을 개발하여 공급하는 방안 등이 필요함.

마케팅/ 판촉 전략 키워드 3가지

말레이시아를 우리나라 딸기 판매의 수출시장으로 효율적으로 확대하기 위해서는 소비자들의 딸기 구입 요인 및 중요도 순서를 파악하여 우선순위를 정하고 추진할 필요가 있음. 딸기 판매 확대를 위하여 필요한 항목에 대한 조사 결과 프로모션, 할인, 광고 및 마케팅에 대한 중요도 순으로 주요하게 나타났음.



1. 프로모션 기회 확대



구매촉진 프로모션 전략

개요

한국 딸기를 아직 경험해보지 못한 소비층을 대상으로 한국산 딸기에 대한 긍정적인 인식을 심어주고 구매 동기를 부여

프로모션 대상

- 젊은 말레이계층이나 중·저 소득층 대상
- 구매 행동 : 월 1~2회 딸기 구매

프로모션 장소

- 냉장시스템이 갖추어졌으나 한국산 딸기 유통이 안되고 있는 중,저가 하이퍼 마켓

프로모션 전략

- '타임딜행사', '최저가챌린지' 등을 통해 가격에 대한 소비자들의 심리적인 거부감 최소화



종합구매, 반복구매 프로모션 전략

개요

한국 딸기를 구입하여 소비한 경험이 있는 소비층을 대상으로 한정된 기간 중에 많은 양의 제품을 구매하도록 촉진

프로모션 대상

- 중국계를 중심으로 한 중·고 소득층 대상
- 구매 행동 : 월 3~4회 딸기 구매

프로모션 장소

- 시내 중심지 및 중,고소득층을 대상 하이퍼 마켓 장소

프로모션 전략

- 비교적 경합 시기가 적고 단가가 낮아지는 4, 5월경에 추진하여 500g 소포장 등 활용

말레이시아는 다인종, 다문화이기 때문에 인종별, 지역별, 소득별 정보수집 및 시장 진출의 전략의 차별화가 필요함. 소비특성을 살펴보면 현재 유통되고 있는 한국 딸기는 고소득층을 중심으로 하는 지역 및 또는 중국계들이 상대적으로 많이 이용하는 유통매장에 판매가 되는 경향이 있음. 말레이계 사람들은 말레이시아 딸기를 선호하는 편인데 이는 가격 면이나 접근성 면에서 중저가 소득층을 대상으로 하는 LOTUS'S, GIANT 하이퍼마켓 등에서는 말레이시아산 딸기가 주로 진열이 되어있고 한국산 딸기 및 다른 프리미엄급 딸기는 판매가 되고 있지 않아 구매기회가 상대적으로 적은 것으로 판단됨. 딸기 단가와도 연결되어 있어 고정 바이어들과 지속해서 시장 정보를 수집하고 상품화 개발을 통하여 반영할 필요가 있음. 이에 따라 시장에 맞는 프로모션 마케팅 활동을 넓혀야 수출증대에 대한 본질적인 문제를 풀어나 갈 수 있음.

2. 프리미엄(기념품, 선물) 시장 공략

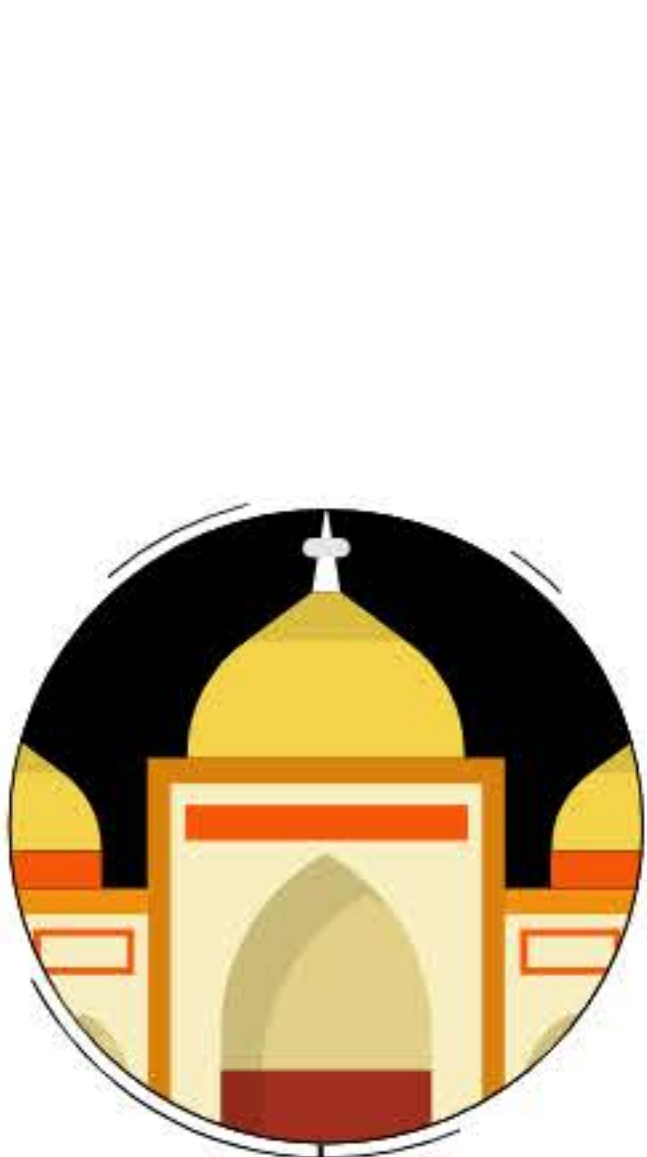
딸기는 하트 모양과 빨간색으로 사랑을 상징하며 중국인들이 좋아하는 색깔로 선물용으로 성탄절, 신정, 춘절, 밸런타인데이 등 명절이나 특정 기간에 선물용으로 소비량이 많이 촉진될 수 있으며 이러한 선물용 모양 포장재, 포장 방식 등 판매 전략이 필요함. 포장은 기존 출시되었던 프리미엄 기념품 선물 포장 팩을 더욱 고급화 및 다양화하여 말레이시아 국가기념일(각종 명절 및 공휴일, 하리라야, 종교행사 등) 및 생일·졸업 등 현지의 수요를 공략할 마케팅을 시도해 볼 것을 제안함. 현재 간헐적으로 출시되고 있는 한국 수출 딸기의 1단 포장을 확대하여 속도(당도)가 높은 큰 크기의 딸기(겨울딸기 21g 이상)를 대상으로 하되, 1단 포장인 만큼 내지(난자 포함) 디자인도 일본풍의 고급화보다 더 고급스러운 한국풍의 내지(난자 포함)도 신경 쓸 필요가 있음.

프리미엄 상품 개발 고려사항

항목	세부사항
제품 개발	네이밍, 로고, 캐릭터, 슬로건, 패키지 등의 제품의 시각적 이미지와 컨셉트 개발
마케팅 믹스	브랜드 상품화, 가격, 유통채널, 광고·홍보 등 마케팅 믹스 전략 개발, 목표시장 설정 등
제품 구조	딸기 시장 계층구조, 포트폴리오 구성 등
일정 조사	타겟 기념일 인식조사, 딸기 프로모션 포지셔닝 평가와 리포지셔닝 계획 등



주 수출시기 11월에서 5월 주요 명절('24~'25년 기준)



11월

디파발리(Deepavali)

힌두교를 믿는 인도인들에게 최고인 축제 디파발리 혹은 불의 축제는 힌두인 가정에서는 빛으로 집안을 밝히고, 선물을 교환하며, 음식을 나눠 먹고, 다산과 풍요의 신 락슈미(Lakshmi)와 같은 신들에게 푸자(pooja: 기도)를 올림.

12월

크리스마스(Christmas)

말레이시아는 국교가 이슬람이지만 다른 종교에 대해 특별한 차별이 없어 12월 25일을 말레이시아 공휴일로 지정. 크리스마스 전후로 쿠알라룸푸르 쇼핑몰과 거리는 크리스마스트리와 루돌프, 눈꽃 장식으로 꾸며 눈길을 끌

1월

설날, 춘절(Chinese New Year)

화교가 많이 거주하고 있는 말레이시아의 경우 설날에 선물하는 만다린(감귤류)을 통해 복을 빌어준다는 풍습이 있어 그 수요가 12월 말~다음 해 2월까지 절정에 이름.

3월

하리라야(Hari Raya)

말레이시아의 최고의 명절인 하리라야 아이딜피트리 혹은 하리라야 뿌아사는 집집마다 대대적으로 청소를 하고 특별하게 단장을 하여 한국의 설날처럼 새로운 옷을 입고 이슬람인들이 친구와 이웃들을 초청하는 문화가 있음.

3. 판매망 다양화

판매망 다양화 부분은 기존 소비 계층보다 젊은 소비자, 중저소득층을 표적으로 잡을 수 있으며 젊은 소비자들은 단순한 오프라인 구매보다 쇼피·라자다 등 온라인 구매를 선호함으로 온라인 커머스 등을 활용하여 접근성을 높이는 방향 제안함. 또한, 중·고소득층의 경우 서비스 체험을 중요시하는 경향이 있어 학교, 기업체 단체급식, 리조트 및 골프장 등 레저문화를 고려한 고급시장의 판로를 개척하고 말레이시아 항공사 기내식 납품 연결 등 기존의 대형유통업체 중심 판매처는 유지하되 새로운 소비판로를 창출할 필요성이 높아짐.

기존판로

B2C
오프라인 판매
기존 중·고소득층을 대상으로하는 하이퍼 마켓, 과일 소매점 등




판로확장

B2C	B2B
온라인 판매	호텔, 케이터링 서비스
· 말레이시아 최대 온라인 쇼핑 플랫폼인 쇼피, 라자다 등을 활용하여 소비자들에게 직접판매 · 그랩, 푸드판다 등 소비자들이 배달 플랫폼을 활용하여 구매하는 방향	· 호텔, 리조트, 골프장 등을 통하여 고급시장에 대한 접근성 강화 · 국제학교, 기업 단체급식 등에 이벤트 및 케이터링 제공
   	

가공품 딸기 출시는 현재 출시된 동결건조(초콜릿 딸기) 상품을 훨씬 뛰어넘는 다양한 제품 개발(R&D) 시도가 필요해 보이며 디저트 가공품 출시도 가능성 있는 소비 트렌드라 분석됨. 또한, 말레이시아에 기 진출해 있는 파리바게트 및 설빙 등 프랜차이즈, 편의점 및 한식당 등과의 협업 시도는 K-드라마·영화 등 한류를 적극적으로 활용하는 전략이 될 수 있을 것임. 소비자 조사 결과 딸기류와 딸기의 경우 20-30대 들이 주로 선호하고 있어 최근 확장이 활발한 한국 편의점과 및 젊은 층들이 좋아할 수 있는 판매망을 공략할 필요가 있음.

그림 7.1 말레이시아 진출 소매, 유통점 현황



말레이시아 E-MART 24 편의점



말레이시아 쇼핑몰 내 한국 딸기가 들어간 탕후루



한국산 딸기를 활용한 말레이시아 파리바게트 케이크



말레이시아 CU 편의점



한국산 딸기를 활용한 말레이시아 설빙



케이베리 동결건조 출시상품(초콜렛)

최근 열린 2024년 싱가포르 식품박람회(FHA, Food & Beverage Singapore Expo, 2024.4.23.~4.26)에서는 다소 충격적인 중국 딸기 업계의 발전이 모니터링 되었음. 중국은 항저우에 대규모의 유리온실을 보유하고 있으며, 산업 규모가 크고 연중 고른 딸기 생산이 가능하며 출품한 딸기의 속도(당도)도 매우 양호한 편이어서 한국 업계 관계자들을 긴장하게 함. 농산물의 경쟁력은 가격 경쟁력, 품질 경쟁력, 서비스 경쟁력으로 구분하여 볼 수 있는데 현재 한국 딸기의 맛과, 영양, 신선도 등이 전반적으로 우수하나 수출단가가 타 국가 딸기보다 높아 가격 경쟁력을 지속하기 어려운 측면이 있음. 현재 딸기 산업 방향은 생산성을 높이고 품종 개량에 힘써왔지만 고령화와 노동력 부족, 높아지는 인건비, 농자재 및 에너지 비용의 상승, 기후변화 등 수출단가를 높이는 불안한 요소들이 다수 공존하는 것이 사실임. 이에 '4차 산업혁명'과 '스마트 팜'을 활용한 지속 가능한 경쟁력 강화 부분을 제안함.



1. 스마트기술 + 여름딸기 활용

여름딸기 부활을 전략적으로 고려할 필요가 있음. 현재 겨울딸기가 주를 이루고 있으나 최초 한국은 '여름딸기'였음. 중국의 4계절 생산 동향의 모니터링이나, 이번 조사에서도 분석된 '국가별 말레이시아 수출 딸기 시기'에서 월별 공급량의 추이를 살펴볼 때 우리 고랭지 '여름딸기'를 수출전략용으로 생산하는 프로젝트를 제안함. 다만, 사전 충분한 업계 공감대가 있어야 할 것이며, 해외 바이어(유통업체)와도 교감이 선행되어야 할 것임. 현재 파프리카의 동기작·하기작의 생산 흐름과 궤를 같이하면 벤치마킹의 답을 찾을 수 있을 것임. 강원도 및 남부 고랭지(예, 남원) 등에서 최적의 품종 탑재와 함께 적시적기 판매·수확 시기를 고려하는 'Just In Time' 전략하에 베타테스트를 고려해 볼만 하다고 제안함



2. CA 컨테이너 활용방안

수출 물류비 지원 중단과 관련 신선농산물 수출에 따른 품질 유지기술 및 물류비 절감 차원에서 요구되고 있는 가운데 CA 컨테이너가 활용방안이 될 수 있음. 기존 항공 수송은 물류비가 많이 들고, 선박으로 이동할 때는 신선도가 떨어지는 문제점이 있었음. 이로 인해 신선농산물 수확 후 저장·운송 등의 과정에서 신선도 유지 및 유통 비용 절감을 위해 CA 기술을 활용한 수출 유통환경 구축지원이 실증조사를 거쳤으며 수확 후 21일째 현지 매장에 도착한 딸기는 처리 구간별로 촬영한 결과 이미지 데이터와 온도, 습도 등을 유지하여 품질을 우량하게 유지되는 사례 제시가 있었음. 컨테이너를 활용하여 많은 물량을 소화하고 수출단가 면에서 경쟁력 향상에 도움 될 것으로 보임. CA 컨테이너의 수출 비용은 비행기 수출의 20~30% 수준이므로 한국 생산지에서 동남아시아 홍콩까지 딸기 1톤을 비행기로 옮기려면 약 200만 원가량이 들지만, CA 컨테이너를 이용해 배로 옮기면 약 40만 원으로 가능할 것이라는 연구 사례는 시사하는 바가 큼. CA 컨테이너는 신선농산물을 혼합 수출해도 품질 유지가 가능해 물류비 등을 대폭 절감이 예상됨.

그림 6.2 모의 수송 후 선도유지 실험결과



출처: 물류신문

그림 6.3 CA컨테이너



출처: 물류신문

3. AI, 로봇 기술 적용 재배 도입

딸기 수확은 알맞게 잘 익은 딸기만 골라 사람이 일일이 수작업으로 따내야 하는 작업으로 시간이 오래 걸리고 사람이 신체를 구부리고 딸기를 수확해야 하므로 작업이 힘들어 로봇화가 요구되고 있는 분야 중 하나임. 또한, 딸기 재배에 필요한 노동력도 1000㎡를 농사짓는데 620~650시간으로 다른 작물을 재배한 데 비해 높은 수준을 나타내 딸기 수확을 위한 AI를 활용한 로봇 수확 시스템의 연구가 국내외에서 활발히 진행 중임. 상품 출하까지 걸리는 시간, 노동 시간, 인력, 인건비 등을 절감시켜 농가의 이익을 최대한 보장하는 대안으로 한국에서는 각 지방자치단체와 협력을 확대하여 수출단가를 높이는 불안한 요소들에 대해 해결 방안 마련이 필요함.

표 6.2 스마트팜 딸기 농가 적용 사례

지역	사례
충남 논산	딸기 재배 2년 차에 주변 농가보다 생산량이 25.0%, 3년 차에는 48.3% 증가했다고 밝혔다. 특히 딸기 재배 3년 차에는 겨울철 기온이 많이 떨어져 대응이 어려웠으나, 서비스를 참고해 환경을 잘 관리한 덕분에 주변 농가보다 피해를 덜 입은 것 같다고 분석
충남 홍성군	홍성군은 농업기술센터 내 통합관제 서버를 구축하고 지역 및단위별 EC, PH, 온습도 측정이 가능한 작물 생육 분석 시스템을 각 농가에 설치해 총 1·2차에 걸쳐 정밀 데이터 추출
전남 담양	담양군 딸기 '죽향'과 '메리퀸' 품종에 대해 2021년 시험 재배를 거친 결과를 바탕으로 AI 기술과 로봇을 본격적으로 투입



출처: 홍주포커스

KEY POINT



말레이시아에 유통되는
딸기 종류는 약 34가지

2023년 12월부터 4월까지 말레이시아에서 유통되고 있는 딸기 브랜드는 약 34가지임. 한국 8개, 일본 8개, 호주 1개, 미국 1개, 멕시코 1개, 말레이시아 9개, 이집트 6개임



패키징 중량 230~250g
이 가장 많음

이 중 230g 패키징은 2개, 240g 2개, 250g 패키징 21개로 가장 많음. 454g 패키지 2개, 330g 패키지 2개로 대용량 패키지는 적고 230~250g 사이에 패키징이 가장 많이 진열되어있음



한국 및 호주, 일본 딸기는
프리미엄으로 포지셔닝

주로 한국 딸기 등은 신선 코너 중 가장 눈에 띄는 좋은 자리에 있음. 또는 고급 신선 과일로 분류되는 일본산 한국산 등으로 구분되어 위치하여 있음

말레이시아 주요 하이퍼마켓 판매 딸기 리스트(2023.12 ~ 2024.4월 기준)

순번	브랜드	원산지	무게(g)	가격(MYR)	이미지
1	Kumamoto Strawberry (Minori Koi)	일본	230	75	
2	Kumamoto Strawberry (Yubeni)	일본	230	75	
3	JMG Strawberry (Akihime)	일본	400	588	
4	Japan Tochiaika Strawberry	일본	240	109	
5	Uluu-Noen Japan(Amao) Strawberry	일본	240	79	
6	Sanuki Princess Strawberry	일본	230	129	
7	Nara Strawberry Lab	일본	230	179	

순번	브랜드	원산지	무게(g)	가격(MYR)	이미지
8	Mana Kokoro	일본	300	77	
9	Korean Strawberry	한국	250/330	35/43.8	
10	Korean Strawberry	한국	250/330	29.9/45.9	
11	1LPrimo Pinkbell Strawberry	한국	350	133.6	
12	Morning Farm Korean Strawberry	한국	250	33.9	
13	1LPrimo Korean Maehyang Strawberry	한국	250	29.9	
14	Premium Strawberry	한국	250	33.9	
15	Berry Licious	한국	250	32.9	

순번	브랜드	원산지	무게(g)	가격(MYR)	이미지
16	Deme-per	한국	250	32.9	
17	Driscolls (sweetest batch limited edition)	호주	250	29.9	
18	Driscolls (Mexico)	멕시코	454	47.2	
19	Driscolls (USA)	미국	250/454	29.9/44.3	
20	Cameron Strawberry	말레이시아	200	9.95	
21	Freshness Cameron Highland Strawberry	말레이시아	200	8.9	
22	Cameron Garden	말레이시아	250	9.2	
23	Nuovoland	말레이시아	250	12.3	
24	Chitose Strawberry	말레이시아	200	28.00	
25	Natureliss Cameron Premium Strawberry	말레이시아	250	12.4	

순번	브랜드	원산지	무게(g)	가격(MYR)	이미지
26	VEFresh	말레이시아	250	11.9	
27	Natureliss Jap Lacto Pearl Strawberry	말레이시아	250	28.9	
28	Nature Co Cameron Strawberry	말레이시아	250	12.4	
29	Gouda Gresh Strawberry	이집트	250	13.9	
30	Sandt Farms	이집트	250	10.9	
31	More Fresh	이집트	250	11.9	
32	Pico Family	이집트	250	10.9	
33	Egypt Strawberry	이집트	250	9.9	
34	Delicious Strawberry	이집트	250	10.9	

참고자료

1. 2022년 농식품 수출 이슈조사 보고서(말레이시아)
2. 2022 STATISTIK TANAMAN BUAH – BUAHAN
3. nutrition quality and processing of Malaysian strawberries, 10.02.2020
4. AN OVERVIEW OF FRUIT SUPPLY CHAIN IN MALAYSIA, 06.2014
5. A Comparison of Strawberry Cultivation: Case Study of Selected Farms in Malaysia and Japan, 30.01.2020
6. Explanatory Notes on the Application of the Federal Agricultural Marketing Authority (Grading, Packaging And Labelling of Agricultural Produce)
7. FOOD REGULATIONS 1985
8. 2024 해외한류실태조사(한국국제문화교류진흥원), 01.2024
9. 딸기-농업기술길잡이(농촌진흥청), 28.12.2018

참고 사이트

1. 스타티스타(Statista) (www.statista.com)
2. 말레이시아 통계청 (<https://www.dosm.gov.my/>)
3. 물류신문 (<https://www.klnews.co.kr/>)
4. 한경닷컴(<https://www.hankyung.com/>)
5. 농민신문(<https://www.nongmin.com/>)
6. 농사로(<http://www.nongsaro.go.kr/>)
7. 국립종자원 (<https://www.seed.go.kr/sites/seed/index.do>)
8. 농식품수출정보(KATI) (<https://www.kati.net/index.do>)