

국외출장 결과보고서

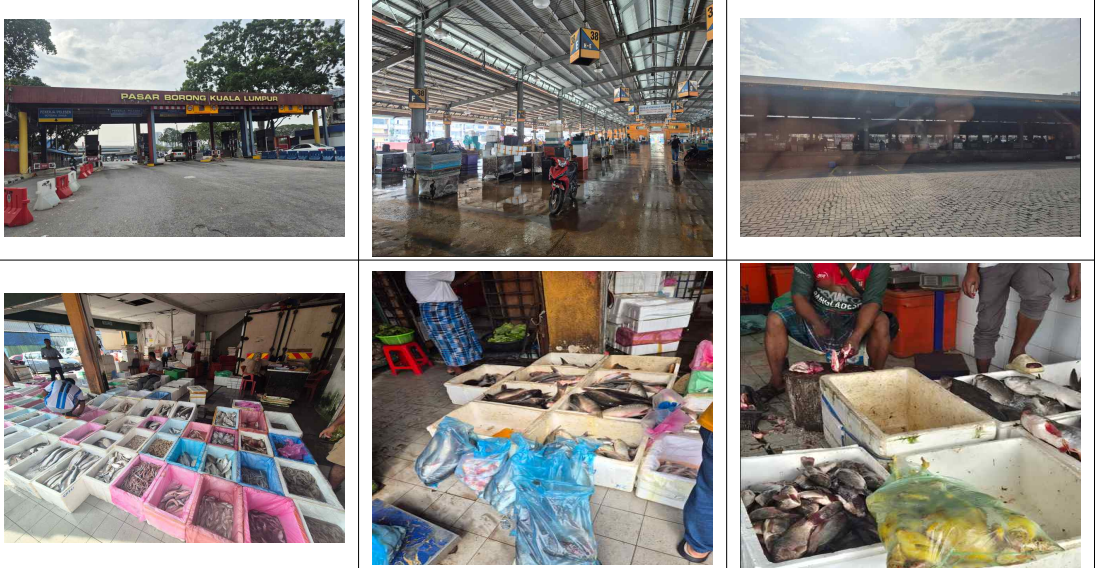
구 분	내 역					
출장자	소속	수산연구본부	성명	김문희	직급	전문연구원
	소속	수산연구본부	성명	강효슬	직급	전문연구원
출장목적 (중복선택 가능)	☒ 현지조사(현장, 전문가 회의) ☐ 국제행사 주최 ☒ 국제행사 참가 ☐ 국제회의(정부대표단) 참석 ☐ 세미나, 교육, 훈련 ☐ 기타 ()					
관련사업 (예산항목)	「해외시장분석센터 운영」(정부대행사업) (사업기간 : 2026.01.01. ~ 2026.12.31.)					
출장기간	2026. 7. 14.(화) ~ 2026. 7. 17.(금)			출장지	말레이시아(쿠알라룸푸르)	
출장일정	일자	방문지		주요업무*		항공편
	07.14(화)	부산(08:00) → 인천(11:00) → 쿠알라룸푸르(16:35)		항공 이동		KE1404, KE5671
	07.15(수)	오전: Pasar Borong Kuala Lumpur, Chow kit Market		현지 수산시장 유통 현황 조사		차량이동
		오후: Lotus's, Oceanwords trade		유통마트 내 수산식품 판매 동향 조사, 말레이시아 수산식품 소비 시장 및 수입 동향 조사		차량이동
	07.16(목)	오전: NSK grocer, cold storage, Jaya grocer		유통마트 내 수산식품 판매 동향 조사		대중교통 및 도보
		오후: aT 쿠알라룸푸르 지사, Kuala Lumpur Convention Centre		한국산 수산식품 수출 지원사업 운영 현황 조사, 말레이시아 국제식품 및 음료 박람회 참관		대중교통 및 도보
		쿠알라룸푸르(23:20) → 인천(+1 08:20) → 부산(09:30)		항공 이동		KE428, KE1403
	출장성과	○ 출장목적 달성 정도 - 말레이시아 수산물 유통채널 및 소비시장 조사와 MIFB 참관을 통해 현지 시장 특성과 한국 수산물의 진출 가능성을 파악함 ○ 주요 성과 - 유통채널별 소비 특성 및 시장 차이를 조사하고, 현지 업체·유관기관 면담을 통해 한국 수산물 수출 확대를 위한 시사점과 애로사항을 도출함				
향후계획	○ 출장 성과 공유 계획 - 본부 및 센터 내 관련 부서에 현지 조사 결과와 면담 내용을 공유할 예정임 ○ 정책화 등 활용 계획 - 조사 결과를 국가별 시장조사 보고서 및 수산식품 수출 지원 정책 수립, 해외시장 진출 전략 마련을 위한 기초자료로 활용할 예정임					
참고 등 특이사항 (건의사항)						

* 주요업무 수행 결과 별지 작성 후 첨부

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

업무유형	☒ 현지조사(현장, 전문가 회의) ☐ 국제행사 주최 ☒ 국제행사 참가 ☐ 국제회의(정부대표단) 참석 ☐ 세미나, 교육, 훈련 ☐ 기타 ()
업무①	07.15.(수) 수산물 시장(Pasar Borong Kuala Lumpur) 방문조사
수행계획	☐ 주요 업무 내용 · 주요 수산물 품목 및 판매 현황 조사 · 현지 수산물 소비 트렌드 및 시장 특성 파악
수행결과	☐ 시장 개요 · Pasar Borong Kuala Lumpur는 쿠알라룸푸르 북부 Selayang 지역에 위치한 대형 공영 도매시장으로, 농산물·축산물·수산물 등 신선식품이 집산·분산되는 수도권의 핵심 유통거점 역할을 하고 있음 · 시장은 품목별로 구역이 구분되어 운영되고 있으며, 수산물 거래는 새벽 시간대에 집중됨. 반입된 수산물은 현장에서 분류와 재포장을 거쳐 소매시장과 음식점, 유통업체 등으로 신속하게 공급되는 구조를 보였음 ☐ 시설 및 유통 형태 · 시장은 대량의 수산물을 효율적으로 처리할 수 있도록 점포별 작업공간과 넓은 물류동선을 갖춘 개방형 구조로 구성되어 있었음. 이를 통해 수도권 수산물의 집산·분산 기능을 수행하는 도매시장 역할을 하는 것으로 판단됨 · 수산물은 새벽 시간대 집중 거래 후 당일 소매시장, 음식점 및 유통업체 등으로 공급되는 회전형 유통구조로 보이며, 저장보다 신속한 물량 처리와 분산에 중점을 둔 운영방식이 특징으로 나타남 · 대부분의 수산물이 스티로폼 상자와 얼음을 활용해 선도를 유지하는 형태로 유통되고 있는 것으로 보아 장기 저장형 콜드체인보다 단거리·단시간 유통에 적합한 방식이 활용되는 것으로 판단됨 ☐ 인접 수산물 판매구역 동향 · 도매시장 인근에는 소규모 수산물 판매점이 형성되어 일반 소비자와 음식점, 소규모 소매상 등을 대상으로 도·소매 판매가 함께 이루어지는 것으로 보임 · 별도의 냉장 진열대 없이 스티로폼 상자를 바닥에 배열해 품목별로 얼음물 또는 물을 담아 판매하고 있음 · 판매 품목은 틸라피아, 잉어과 어류, 메기류, 전갱이류, 고등어류, 도미류, 병어류, 새우류 및 오징어류 등으로 구성되며 특히 담수어와 양식어로 추정되는 어종의 비중이 높음 · 현장에서 계량과 비늘 제거, 내장 제거 및 절단 등의 손질서비스를 제공하고 있었으나 가격과 원산지는 대부분 표기되어 있지 않았음

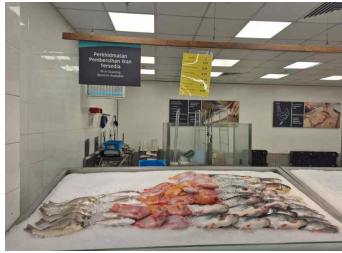
주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	
업무②	07.15.(수) 현지 재래시장(Chow kit Market) 방문조사
수행계획	□ 주요 업무 내용 · 주요 수산물 품목 및 판매 현황 조사 · 현지 수산물 소비 트렌드 및 시장 특성 파악
수행결과	□ 시장 개요 · Chow Kit Market은 쿠알라룸푸르 도심에 위치한 대표 전통시장으로, 신선 농산물·축산물·수산물을 함께 판매하는 생활형 시장임. 일반 소비자와 인근 음식점 등이 주요 고객층이며 수산물은 선어 중심으로 거래되고 있음 □ 판매 품목 및 판매 형태 · 현장 조사 결과, 고등어, 전갱이류, 삼치류, 참치류, 오징어, 새우, 조개류 등 다양한 수산물이 판매되고 있었으며 중·대형 선어의 비중이 높은 것으로 확인됨. 대부분 가격표를 부착하여 판매하고 있었으나 원산지는 표기되어 있지 않았으며 판매자 대부분이 판매 제품의 원산지를 파악하고 있지 않았음 · 수산물은 얼음을 깔 개방형 진열대에 전시하는 방식이 일반적이었으며, 동일 어종을 크기별로 구분하여 진열하고 소비자가 직접 선택할 수 있도록 판매하고 있음. 일부 판매대에서는 현장에서 손질 서비스를 함께 제공하고 있음 □ 시장 특성 및 시사점 · Chow Kit Market에서는 대부분의 수산물에 원산지 표시가 이루어지지 않고 있었으며, 현장 상인들도 원산지를 명확히 인지하지 못하는 사례가 확인됨. 이를 통해 소비자 역시 구매 시 원산지를 중요한 선택 기준으로 고려하지 않는 것으로 보이며 신선도와 가격을 중심으로 구매가 이루어지는 특성이 나타남 · 가격이 중요한 대중 소비시장으로 판단되며, 한국산 수산물은 품질과 안전성, 위생관리 등의 차별화 요소를 소비자에게 효과적으로 전달할 수 있는 판매 전략이 필요할 것으로 판단됨

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	     
업무③	07.15.(수) 현지 유통매장(lotus's) 방문조사
수행계획	□ 주요 업무 내용 · 매장 내 수산가공식품 유통·판매 현황 · 한국산 수산가공식품 판매 동향 · 현지 소비 트렌드 및 유통채널 특성 파악
수행결과	□ 매장 개요 · Lotus's는 말레이시아 전역에 매장을 운영하는 대형마트로, 신선식품과 냉동·가공식품을 함께 취급하는 대표적인 대중형 유통채널임. 가격 경쟁력을 바탕으로 일반 가정 소비자를 주요 고객층으로 하고 있으며 다양한 가격대의 수산물을 판매하고 있음 □ 판매 품목 및 판매 형태 · 신선 수산물 코너에서는 새우, 오징어, 고등어, 병어류, 조개류 등 다양한 수산물이 판매되고 있었으며, 대부분 얼음을 깔 개방형 진열대에서 판매되고 있음. 일부 품목은 손질된 형태로 판매하여 소비자의 편의성을 높이고 있음 · 냉동 수산물은 냉동 생선, 새우, 오징어 등을 중심으로 판매되고 있었으며, 소포장 제품과 대용량 제품을 함께 운영하여 소비자의 선택 폭을 넓히고 있음 · 가공식품 코너에서는 참치 통조림, 정어리 통조림 등 통조림 제품의 진열 면적이 매우 넓었으며 다양한 브랜드와 규격의 제품이 판매되고 있음. 또한 어묵, 맛살 등 냉장 연제품과 김, 냉동만두 등 아시아 식품도 함께 판매되고 있어 수산가공식품 비중이 높은 것으로 확인됨 □ 시장 특성 및 시사점 · Lotus's는 신선·냉동·가공 수산물을 모두 취급하는 유통채널로, 가격 경쟁력과 상품 다양성을 동시에 확보한 대중형 마트의 특성을 보임 · 한국산 제품은 김과 일부 냉동·가공식품 위주로 판매되고 있었으며, 프리미엄 제품보다

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	는 현지 소비자가 일상적으로 구매할 수 있는 가격대의 제품이 주를 이루고 있음. 향후 한국산 수산물은 간편식, 냉동식품 등 대중 소비형 가공제품을 중심으로 상품 구성을 확대할 필요가 있을 것으로 판단됨
	     
업무④	07.15.(수) 말레이시아 수산물 유통업체(Oceanwords trade) 면담조사
수행계획	□ 주요 업무 내용 · 말레이시아 수산식품 수입시장 동향 · 현지 수산식품 소비 트렌드 및 유통구조 변화 · 수산식품 수입 시 애로사항 및 향후 시장 전망
수행결과	□ 업체개요 및 취급품목 · Ocean Words Trade는 말레이시아 내 냉동수산물을 유통하는 업체로 외식업체와 유통업체를 대상으로 원물 및 반가공제품을 공급하고 있으며, 광둥산 틸라피아·팡가시우스류 필렛, 오징어링, 문어, 굴, 새우류 등 다양한 냉동수산물을 취급함 · 소비자용 완전조리제품보다 외식업체가 조리해 활용할 수 있는 냉동 원물, 필렛 및 절단품 중심으로 공급하고 있음 □ 말레이시아 수산물 시장 동향 · 주요 취급품목인 틸라피아의 경우 과거 약 150컨테이너 수준이던 취급물량이 최근 약 100컨테이너 수준으로 감소하였음. 이는 최근 말레이시아 내 중국 업체 간 경쟁이 심화되면서 중국산 공급 확대의 영향을 받은 것으로 보임 · 베트남산 틸라피아도 말레이시아로 공급되고 있으나, 기술 측면에서 중국산과 경쟁이 어려운 위치이며, 말레이시아 내 화교시장으로 공급되는 수산 식품은 대부분 중국 업체가 담당하고 있어 중국 업체 간 경쟁이 치열하고 타 수출국과의 경쟁은 크지 않음 · 중국 본토와 말레이시아 화교 시장의 소비 트렌드가 연동되어 있어 중국 본토에서의 소비 트렌드가 말레이시아 화교 시장에도 같이 적용되고 있음. 최근에는 찐차이위(酸菜鱼, 중국 사천식 매콤 새콤 수산물탕 요리)의 인기로 가물치 슬라이스의 수요가 높음

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	□ 시사점 · 말레이시아 냉동수산물 시장에서 중국산의 가격 및 공급 경쟁력이 매우 높다는 점을 보여주고 있으며 한국산은 틸라피아 등 범용 냉동원물 시장에서 직접 경쟁하기보다 전복·굴·장어 등 품질 차별화가 가능한 품목을 중심으로 호텔, 고급 중식당 및 중국계 프리미엄 소비시장을 공략할 필요가 있음 · 초기 거래 시에는 소량 주문, 혼적운송, 외식업체용 규격화 제품 및 현지 조리법을 반영한 제품 제안이 중요할 것으로 판단됨 · 수입 과정에서 통관상 큰 애로는 없는 것으로 나타나 현지시장에서는 통관보다 가격경쟁과 안정적인 판매처 확보가 더욱 중요한 것으로 보임  
업무⑤	07.16.(목) 유통업체(NSK grocer, cold storage, jaya grocer) 조사
수행계획	□ 주요 업무 내용 · 매장 내 수산가공식품 유통·판매 현황 · 한국산 수산가공식품 판매 동향 · 현지 소비 트렌드 및 유통채널 특성 파악
수행결과	□ 유통채널별 시장 특성 · Lotus's는 서민·대중 소비시장을 대상으로 하는 대표적인 대형마트로 조사됨. 신선 수산물도 판매하고 있었으나, 냉동식품과 통조림, 어묵류 등 가공식품의 비중이 높게 나타남. 특히 다양한 브랜드의 통조림과 냉동 간편식이 큰 비중을 차지하고 있었으며, 할인 행사와 프로모션을 적극 운영하는 모습이 확인됨. 대량 구매보다는 일반 가정의 일상 소비를 중심으로 상품 구성이 이루어지고 있음 · NSK Grocer는 화교 소비층의 이용 비중이 높은 유통매장으로 조사됨. 다른 유통매장과 달리 활어 수조를 별도로 운영하며 활어를 판매하고 있었고, 선어와 갑각류, 패류 등 신선 수산물의 품목도 가장 다양하게 취급하고 있었음. 대부분 kg 단위로 판매되고 있었으며, 벌크 형태의 진열이 많아 신선도를 중시하는 화교 소비문화가 반영된 것으로 판단됨 · Jaya Grocer는 중산층 소비자를 주요 고객으로 하는 유통매장으로 조사됨. 신선 수산물과 냉동·가공식품을 균형 있게 판매하고 있었으며, 연어와 새우 등 수입 수산물과 HMR(가정간편식), 즉석조리식품의 비중이 높게 나타났음. 상품 진열과 매장 환경도 현대적인 형태로 운영되고 있어 편의성과 품질을 함께 고려하는 소비층을 대상으로 하는 것으로 판단됨 · Cold Storage는 고소득층과 외국인을 주요 고객으로 하는 프리미엄 유통채널로 조사됨. 상품 수는 상대적으로 많지 않았으나, 수입 수산물과 프리미엄 브랜드 제품 비중이 높

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	았으며, 개별 포장과 원산지·브랜드 표시가 비교적 상세하게 이루어지고 있었음. 또한 상품 간 간격을 넓게 배치하고 정돈된 진열 방식을 적용하는 등 품질 중심의 판매 전략이 확인됨 □ 시사점 · 말레이시아 유통시장은 소비계층과 소비문화에 따라 취급 품목과 판매 방식이 뚜렷하게 구분되는 것으로 조사됨. 서민·대중시장을 대상으로 하는 Lotus's는 가격 경쟁력을 갖춘 가공식품 중심의 상품 구성이 두드러졌으며, NSK Grocer는 활어 수조 운영과 다양한 신선 수산물 판매를 통해 화교 소비층의 활어 선호 특성이 반영된 것으로 나타났음. 반면 Jaya Grocer와 Cold Storage는 수입식품과 프리미엄 제품 비중이 높고 상품 진열 및 포장 수준이 우수하여 중산층 및 프리미엄 소비시장을 형성하고 있음 · 따라서 한국산 수산물은 유통채널별 소비 특성을 고려한 차별화 전략이 필요할 것으로 보임. 대중형 유통채널에서는 가격 경쟁력을 갖춘 냉동·가공제품 중심의 접근이 적합하며, 화교 시장에서는 활어 또는 신선 수산물 중심의 상품 경쟁력 확보가 요구됨. 또한 중산층 및 프리미엄 시장에서는 품질과 안전성, 브랜드 이미지를 강조한 고부가가치 제품을 중심으로 시장을 확대할 필요가 있음									
	<table><tr><th>NSK grocer</th><th>Jaya grocer</th><th>Cold storage</th></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table>	NSK grocer	Jaya grocer	Cold storage						
NSK grocer	Jaya grocer	Cold storage								
										
										
업무⑥	07.16.(목) aT 쿠알라룸푸르지사 면담조사									
수행계획	□ 주요 업무 내용 · 말레이시아 식품 및 수산식품 시장 동향 · 한국산 수산물 인지도 및 수출 유망품목 조사 · 할랄 인증 및 현지 규제 관련 최근 이슈									
수행결과	□ 말레이시아 수산식품 시장 특징 · 말레이시아에서는 수산물을 폭넓게 소비하고 있으나, 김을 제외한 한국 수산물을 전문적으로 취급하는 수입·유통업체는 많지 않은 것으로 나타남. 김은 상온보관과 운송이 용이해 일반 농식품 유통업체도 취급할 수 있으나, 냉동생선과 전복 등은 별도의 콜드체인과 전문 유									

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	통망이 필요함 · 현지 소비자는 생선을 회보다 찜·탕·튀김 등 가열조리 형태로 섭취하는 경우가 많으며, 고급 횡감은 한국이나 일본에서 항공운송되어 높은 가격에 판매됨 · 민족별로 소비성향과 주로 이용하는 유통매장에 차이가 있음. 중국계 소비자는 생선과 고급 수산물을 상대적으로 선호하며, 한국산 활전복 역시 중국계 고급 외식시장을 중심으로 판매가 확대되고 있음 · Lotus's는 말레이계 대중 소비자, NSK는 중국계 소비자, Jaya Grocer는 중산층, Village Grocer-BIG-Mercato 등은 외국인과 고소득층을 주요 고객으로 하는 것으로 파악됨 □ 한국 수산식품 유통 현황 · 김은 라면·김치와 함께 말레이시아에서 가장 보편화된 한국식품 중 하나로, 식사용과 간식용 시장이 모두 형성되어 있음. 다만 한국산뿐 아니라 태국·중국산 제품과 한글·태극기를 활용한 한국 이미지 제품이 다수 판매되고 있어 경쟁이 매우 치열함 · 김 이외에는 한국산 활전복이 비교적 성공적인 시장개척 사례로 평가됨. 동말레이시아 관광 상품과 연계해 시작된 판매가 서말레이시아의 고급 중식당으로 확대되었으며, 활수조 지원과 메뉴개발 및 판촉사업이 시장 정착에 기여함 □ 시장진입 여건 · 말레이시아 유통시장은 소수의 대형 유통업체와 벤더를 중심으로 운영되어 신규 제품의 입점과 유지가 쉽지 않음. 매장 입점 후 판매가 부진하면 빠르게 퇴점될 수 있어 초기 시식·판촉과 현지 벤더와의 거래관계가 중요함 · 반면 주요 유통망 입점에 성공하면 다수 점포에 동시에 공급할 수 있어 시장 확대가 빠르게 이루어질 가능성도 있음 · 현지 바이어는 초기 시장위험을 줄이기 위해 소량 주문을 선호하며, 높은 최소주문수량은 신규 거래의 주요 장애요인으로 작용함 □ 시사점 · 말레이시아는 수산식품의 시장규모는 크지 않으나, 비교적 높은 구매력과 중국계 프리미엄 소비층, 한국식품에 대한 우호적 인식을 보유하고 있어 신규 수산식품의 시험시장으로 활용할 가능성이 있음 · 대중시장용 제품은 할랄 인증과 가격경쟁력이 중요하며, 전복·굴·장어 등 프리미엄 품목은 중국계 소비층과 호텔·고급 외식업체를 우선 타깃으로 설정할 필요가 있음 · 시장진입 초기에는 현지 전문 벤더를 통한 소량 테스트, 오프라인 시식·판촉 및 온라인 판매를 병행하는 단계적 접근이 적절할 것으로 판단됨
--	---

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

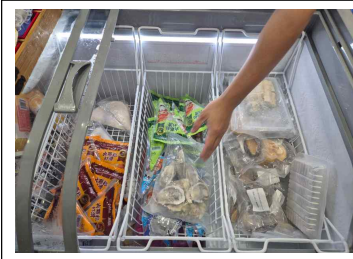
	 
업무⑦	07.16.(목) 말레이시아 국제 식품 및 음료 박람회(MIFB) 참관 및 식품 트렌드 조사
수행계획	□ 주요 업무 내용 · 전시 업체 및 품목 파악 · 말레이시아 내 식품 트렌드 조사 · 한국산 수산식품의 경쟁력 및 시장 진출 가능성 조사
수행결과	□ 취급 품목 및 제품 트렌드 · 박람회 참가업체들은 냉동 원물과 반가공 수산물을 중심으로 전시하고 있었으며, 필렛, 절단품, 어묵, 장어, 굴, 새우, 오징어 등 외식업체와 유통업체를 대상으로 한 제품 비중이 높았음 · 소비자용 완전조리(HMR) 제품보다 외식업체에서 추가 조리가 가능한 반가공 제품이 주류를 이루고 있었으며, 할랄 인증 제품과 전자레인지 조리가 가능한 간편식 제품도 일부 확인됨 □ 소비 특성 및 수요 동향 · 참가업체들은 최근 장어류와 갑각류의 소비가 비교적 양호한 것으로 평가하였으며, 중국계 소비층과 호텔·외식업체를 중심으로 프리미엄 수산물에 대한 수요가 지속되고 있다고 설명함 · 통조림은 샐러드용보다 양념이 가미된 밥반찬 형태의 소비가 일반적인 것으로 나타났고 중국식 소스를 활용한 제품이 현지 소비자의 기호에 맞춰 판매되고 있었음 · 대부분의 업체가 냉동제품 중심으로 취급하고 있고 소비자용 HMR 시장 확대보다는 기존 냉동 수산물 시장에 집중하는 전략을 유지하고 있는 것으로 나타남 □ 경쟁환경 및 시장 특성 · 박람회 참가업체들은 제품 경쟁력 확보를 위해 품목 특성에 맞는 시장을 공략하는 전략을 채택하고 있었으며, 일반 대중시장보다 호텔·외식업체, 중국계 소비시장 등 목표 소비층을 중심으로 판매를 확대하고 있는 것으로 나타남 · 중국계 소비시장은 오랜 기간 형성된 식문화와 브랜드 선호도가 강하게 작용하는 시장으로 조사되었으며, 특히 수산물 통조림의 경우 어린 시절부터 익숙하게 소비해 온 대표 브랜드로 인식되어 다른 국가 제품으로의 대체가 쉽지 않다는 의견이 제시됨 · 또한 일부 가공식품은 현지 소비방식에 맞춰 양념과 제품 형태를 차별화하고 있어, 단순히 동일 품목을 공급하는 것만으로는 시장 진입이 쉽지 않은 것으로 판단됨 □ 유통 및 거래 특성

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

- 제품은 냉동 상태로 유통되는 비중이 높았으며, 장어 가공품과 어묵류 등은 전자레인지 조리나 즉석 활용이 가능한 형태로 개발되어 편의성과 활용성을 높이고 있었음
- 일부 업체는 자체 생산뿐 아니라 해외에서 다양한 수산물을 수입하여 현지 유통망과 프리미엄 외식시장에 공급하는 등, 생산과 유통을 병행하는 사업모델을 운영하고 있는 것으로 나타남

□ 시사점

- 말레이시아 수산물 시장은 소비층과 유통채널에 따라 제품 선호와 구매 특성이 뚜렷하게 구분되는 시장으로 품목별 특성과 목표 소비층을 고려한 차별화된 진출전략이 필요한 것으로 판단됨
- 범용 제품은 가격경쟁이 치열한 반면, 소비문화와 브랜드 선호도가 형성된 시장에서는 단순한 가격경쟁보다 현지 식문화에 적합한 제품 개발과 브랜드 신뢰 확보가 시장 진입의 중요한 요소로 나타남
- 한국산 수산물은 가격 중심 경쟁보다 프리미엄 품질, 가공기술 및 현지 맞춤형 제품을 기반으로 호텔·외식업체와 중국계 프리미엄 소비시장을 중심으로 시장을 확대할 필요가 있음



* 주요 업무 내용을 10개 내외로 작성

* 업무별 수행 결과는 각 700자 이내로 작성(관련 사진, 도표 필요시 추가)

* 보고서 총 분량은 10페이지 내외로 작성(필요시 조정)