

KOTRA 쿠알라룸푸르 무역관

해외 인턴십 보고서

한양대학교 일반대학원 경영컨설팅학과

석사 2기 원종벽 / 석사 2기 최용희

● 목차

I. 국가개요

1. 일반 사항
2. 주요 경제 지표
3. 최근 5개년 경제개발계획

II. 말레이시아 내 국내 컨설팅기업 및 중소·중견기업이 진출 가능한 분야에 대한 현황 및 진출 전략

1. 시장 특성 및 전략적 가치
2. 산업 환경
3. 분야별 시장진출전략

III. 글로벌 기업(MIS)의 말레이시아 거점화 사례 및 시사점

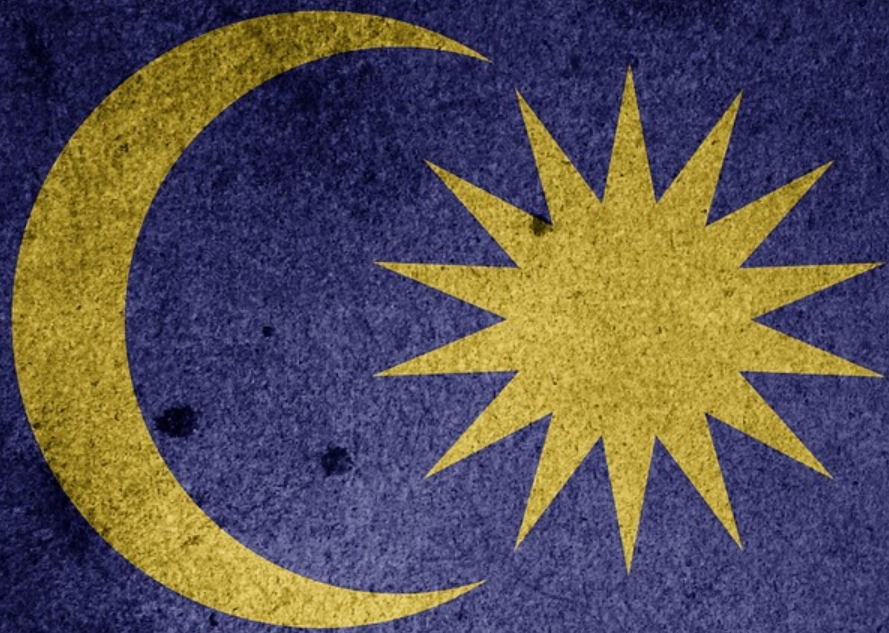
1. LG CNS 사례
2. HSBC 사례

IV. 대외무역 관련 물류/수송 현황 및 주요 기업전략 사례

1. 대외무역 현황
2. 주요기업 사례

V. 별첨

1. 인터뷰
2. 인턴 기간 동안 참가한 박람회 리뷰



I. 국가개요

1. 일반사항
2. 주요 경제 지표
3. 최근 경제개발 계획

1. 일반사항



· 국가명

말레이시아 연방 (Federation of Malaysia)

· 면적

330,252km² (한반도의 1.5배)

· 수도

쿠알라룸푸르 (Kuala Lumpur)

· 기후

전형적인 열대우림형 (고온다습)



· 인구

약 3,095만 명 (2016.07)

· 민족

말레이계 68%, 중국계 23%

인도계 7%, 외국인 2%

· 종교

이슬람교(국교) 62%, 불교 21%,

기독교 9%, 힌두교 6%, 기타 2%



· 정부형태

연방 입헌군주제, 내각책임제

· 국가원수

국왕 : 무하마드 5세 (2016.12~)

총리 : 나집 라작 (2009.04~)

2. 주요 경제 지표



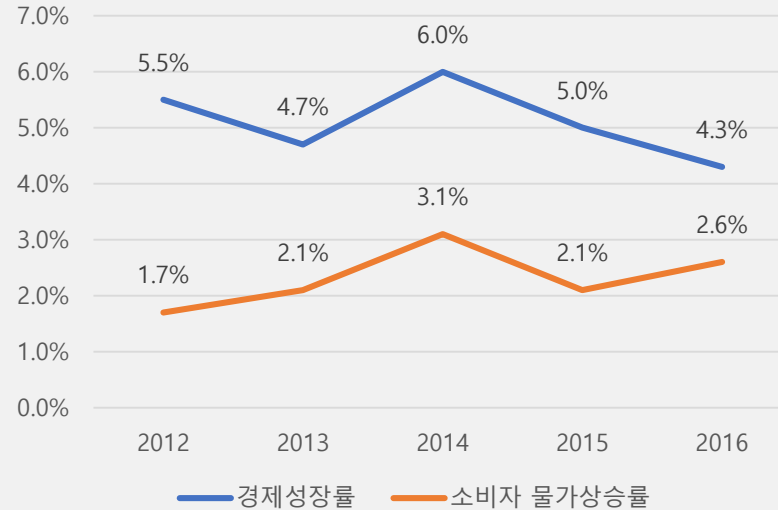
1인당 명목 소득 (2016년 기준)

11,028 달러



실업률 (2015년 기준)

3.2%



(2012~2016 기준)

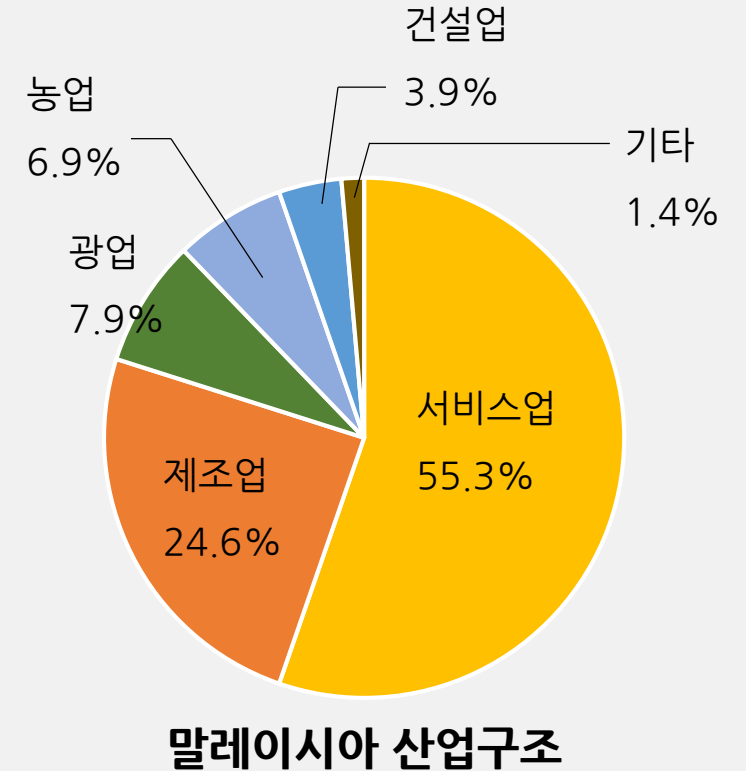
연평균 경제성장률

5.1%

>

연평균 물가상승률

2.3%



- ▶ 원유, 천연가스 등 풍부한 부존자원을 기반으로 하여 전기전자 산업 / 서비스업 중심으로 성공
- ▶ 민간소비 증가와 대규모 인프라 투자에 힘입어 연평균 경제성장률 5%대를 상회

3. 최근 경제개발계획

10th Malaysian Plan (2011~2015)

개괄

2020년까지 고소득 국가 진입을 위한 비전인 Vision2020을 달성하기 위한 수단

결과

- 연평균 경제성장률 5.3% 기록
- 서비스업의 성장기여도가 상승
(2010년 51.2% ⇒ 2015년 53.8%)
- 부진한 노동생산성, 불충분한 재정, 가계소득 불균형 등 문제 발생


11th Malaysian Plan (2016~2020)

개괄

- 인적자원에 초점을 맞춘 경제개발계획안
- 국민의 복지 수준 개선, 사회기반시설 강화, 공정사회 구현 등을 목표로 함

시사점

- 기존 경제개발계획의 방향성 유지
(민간 중심의 성장과 정부 차원의 적극적 지원정책을 추진)
- 교통 및 통신 등 인프라 투자 확대, 금융 및 할랄 등과 관련된 새로운 비즈니스 기회 발생 가능



II. 말레이시아 내 국내 건설팅기업 및 중소·중견기업이 진출 가능한 분야에 대한 현황 및 진출 전략

1. 시장 특성 및 전략적 가치
2. 산업 환경
3. 시장진출전략

1. 시장 특성 및 전략적 가치

① 동남아의 경제부국

- 1인당 국민소득이 약 1만 달러로
동남아의 경제부국으로 분류됨
- 경제, 사회, 문화 면에서 글로벌 트렌드를
빠르게 흡수하는 특성

③ 화교의 막대한 영향력, 말레이계 기업 우대환경

- 화교(중국계)가 전체 인구의 약 25%이며
전체 상권의 절반 이상을 장악
- 부미푸트라 정책 : 경제, 교육 등 전 분야에
걸쳐 말레이계를 우대하는 정책

② 대외 개방적 경제구조

- 인구 규모에 비해 큰 교역 규모
- 글로벌 기업의 비즈니스 환경으로서 양호
- 동남아시아 역내 수출 비중이 높음

④ 인프라 프로젝트에 적극적 투자

- 육상교통, 건설 산업에의 투자 유치 급증
- 대표적으로 수도권 경전철(LRT, MRT),
보르네오 고속도로, 말-싱 고속철도
프로젝트 등이 있음

2. 산업 환경

1) 한국 기업의 투자진출 동향

주요내용

- 한국의 주요 기업들이 진출, 주로 제조업 비중이 높음
- 플랜트 산업에 대한 진출 활발
- 현지 부존자원을 활용한 진출 전략이 돋보임

업종	주요기업
제조업	고려제강, 호남석유화학, 삼성전자, 삼성코닝, 삼성SDI, 포스코, 한화큐셀, CJ제일제당, 동화기업, KCC, 현대자동차, 기아자동차, 삼성중공업, 엘피온, 동부메탈, 코웨이, 롯데케미칼, 한국타이어, 휴켄스, 아모레 화장품, OCI 등
도소매업	대우 인터내셔널, 삼성물산, SK네트웍스, 현대종합상사, 효성, GS글로벌
운수업	대한항공, 한진해운, 고려해운, 현대상선, CJ GLS, 범한판토스 등
건설업	대우건설, 현대건설, 삼성엔지니어링, 쌍용건설, 태영, 대림산업, GS건설 등
공기업	KOTRA, 한국관광공사, 한국가스공사
금융업/통신	우리은행, SK텔레콤

(말레이시아에 진출한 주요 한국기업 현황)

2. 산업 환경

2) 분야별 산업환경

정부 주도의 적극적 인프라 구축과 더불어 성장잠재력이 큰 4가지 산업

① 전력 플랜트 및 공공 인프라 분야

- 안정적인 전력공급 필요성 및 전력 수요 증가
- 발전차액보조금이 예산이 크게 확충되어 있어 태양광 발전소 및 스마트그리드 프로젝트 등에 사업 기회가 열려 있다고 판단 가능
- 2차 MRT 및 3차 LRT 건설 프로젝트 추진 중

③ IT 서비스 분야

- 전자상거래 시장은 아직 초기 단계
- 유무선 인프라의 발달 속도가 빠르고 새로운 IT 서비스 수요층이 두터워 성장 잠재력이 크다고 볼 수 있음

② Offshore 및 석유화학 플랜트 분야

- 국제 유가 하락을 이유로 추가 개발에 소극적인 상황
- 말레이계 기업과의 파트너십이 필수적
- 업스트림 사업 추진할 경우 PETRONAS의 라이선스 취득해야 함

④ 물류 및 수송 분야

- 오프라인 유통망이 온라인 유통망에 비해 10배 정도 더 활성화되어 있는 상황
- 다국적 대형기업의 유통망을 중심으로 온라인 유통망의 성장성이 커질 전망

3. 분야별 시장진출전략

① 건설 및 플랜트 시장



- 현지 기업이 취급하지 않는 부자재 및 부품을 수출 (수입관세 면제 제도가 있음)
- 진출경험이 없을 경우 EPC(턴키) 방식으로 현지 프로젝트 참여를 모색
- EPC 능력이 부족할 경우 별도의 파이낸싱 파트너와 함께 PM 영역 진출 모색

② 석유화학 플랜트 분야



- 현지에서 열리는 유력 전시회 (OGA, OTC ASIA) 등에 참가하여 새로운 바이어 발굴
- KITA, KOTRA 등 준 정부기관을 통해 한국관 내 참가 및 제품 전시
- 석유가스 분야 주립 협회인 MOGSC와 ‘한-말련 Offshore Council’을 활용한 에이전트 발굴

③ 천연자원 및 원자재 분야



- 말레이시아 석유/가스 공기업인 PETRONAS의 하청 프로젝트 참여를 우선시
- 부미푸트라 정책에 대한 이해가 선행되어야 함
- 말레이계 기업과 협업할 경우 건설산업관리위원회(CIDB)에서 상대 바이어 정보를 조회 및 탐색

A nighttime photograph of the Petronas Towers in Kuala Lumpur, Malaysia. The towers are illuminated with warm lights, and their reflection is visible in the water below. The city skyline is visible in the background, with many other buildings lit up. The sky is dark with some clouds.

Ⅲ. 글로벌 기업(MIS)의 말레이시아 거점화 사례 및 시사점

1. LG CNS 사례

2. HSBC 사례

1. LG CNS 사례

기업 개요



법인 설립 | 1987년 1월

사업 분야 | 컨설팅, ERP/BI,
IT인프라 솔루션, IT컨버전스

매출액 | 3조 369억 원 (2016년 기준)

영업이익 | 1,565억 원 (2016년 기준)

해외법인 | 중국, 유럽, 미주, 말레이시아,
베트남, 인도, 일본 등

말레이시아 거점화 성공 사례

CASE1. 포스라주의 우편/물류 집중 처리센터 구축 사업 수주

2014년, 수작업으로 이루어지던
포스라주의 기존 택배 분류 시스템
⇒ ‘비바스터’(크로스벨트 소터) 솔루션 구축
⇒ 화물을 고속으로 자동 분류,
화물처리 효율 극대화



(비바스터 데모라인 전경)

CASE2. 도시철도(MRT) 건설 연계 사업

쿠알라룸푸르 MRT역 31개와 주거지역을 연계하
는 지선버스에 스마트 기술(FMS, AFC) 적용
⇒ 교통 흐름 최적화

FMS(Fleet Management system)

무선통신망으로 버스 위치, 운행속도 등을 중앙관제센터
로 실시간 전송, 실시간 모니터링으로 버스 운행을 효율화

AFC(Auto Fare Collection)

버스, 지하철, 도시철도 등 여러 대중교통을 포괄하는
요금 징수 시스템

1. LG CNS 사례

LG CNS의 현재

4차 산업 혁명에 따른 변화에 대응하기 위해

마이크로소프트 사의 Azure IoT Hub,
Azure Machine Learning 등을 도입

마이크로소프트의 데이터센터를
자사의 센터 대신 활용함으로써
센터 구축에 필요한 비용과 시간을 절약

스마트 팩토리 솔루션인 ezUMS를
클라우드 기반으로 전환

시사점

① 말레이시아 내의 자동화/MIS 도입에 대
한 수요와 국내 MIS 컨설팅 기업의
높은 경쟁력

② 거점화 성공 주요 요인은
**MIS를 근간으로 한 데이터 분류 및 처리에
따른 최적화/자동화 기술**

2. HSBC 사례

기업 개요



법인 설립 | 1865년

사업 분야 | 개인금융, 커머셜 뱅킹, 글로벌 뱅킹,
연금, 보안 감독, 보험 등

총 자산 | 약 2,730조 원 (2014년 기준)

해외법인 | 미주, 유럽, 중국 등
37개국 7,500여 개 지점

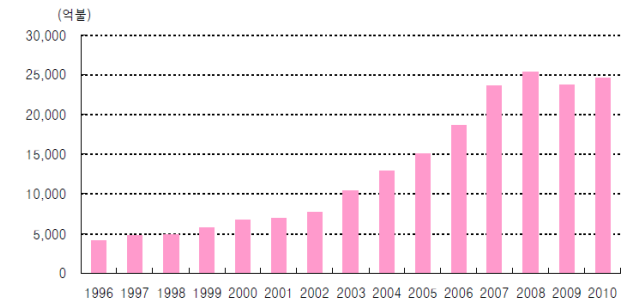
말레이시아 거점화 성공 사례

CASE1. M&A를 통한 시장 선도적 지위 확보 & IT 인프라 구축

확고한 지위를 갖춘 대형 금융회사 중
비용, 리스크 관리, 프로세스 개선여지를
모두 고려하여 인수 대상 선정

목표설정 가격 이상은 지불하지 않는다는
원칙 고수

국제전자금융 시스템인 ‘헥사곤’을 통해
전세계 고객의 금융정보를 간편하게 확인



(HSBC 자산 규모 추이 : 공격적인 M&A의 결과)

2. HSBC 사례

말레이시아 거점화 성공 사례

CASE2. MIS 도입과 새로운 금융 서비스 제공

독자적인 시스템을 통해

Business Process의 디지털화를 실현,

전체 거래의 9%가 온라인으로 진행

V-Banking(Value Banking) 시스템을 통해

고객들에게 새로운 전자 서비스 제공

(V-Banking : 개인고객에게 30회 이상의 텔레뱅킹과 인터넷 뱅킹, 포트폴리오 요약, 상세한 계좌정보를 제공하고 고객들은 회수수표, 신용카드명세서 등의 내용을 SMS를 통해 제공받음)

시사점


① **정보의 통합 관리가 중요함을 일찍이 인지하여**

이에 대한 구체적인 관리법을 체계적으로 진행해 옴

② 성공은 금융업 상품의 가격경쟁력 확보 뿐만 아니라

고객의 입장에서 편리함을 느낄 수 있는 부가서비스를 개발

및 제공하는 데에서 기인함

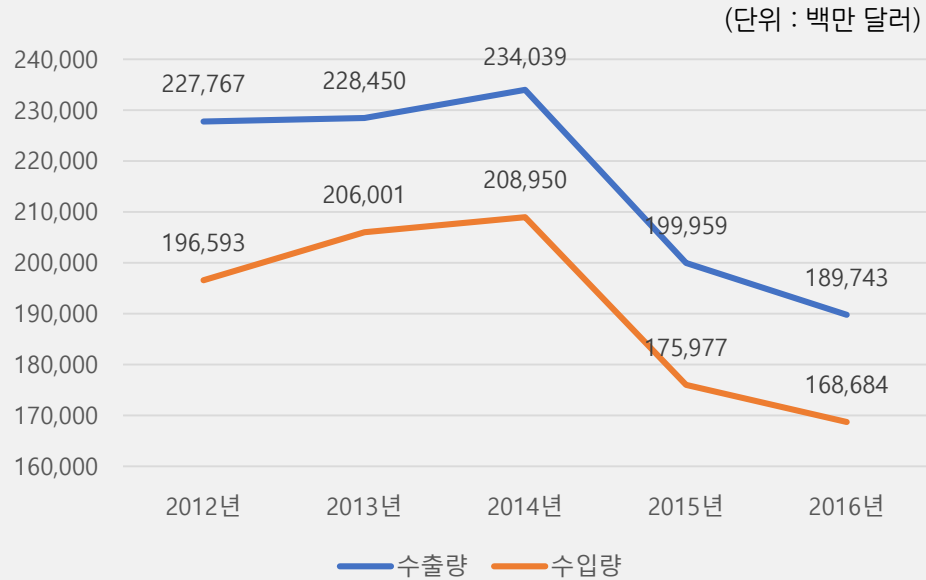


IV. 대외무역 관련 물류 / 수송 현황 및 주요 기업전략 사례

1. 대외무역 현황

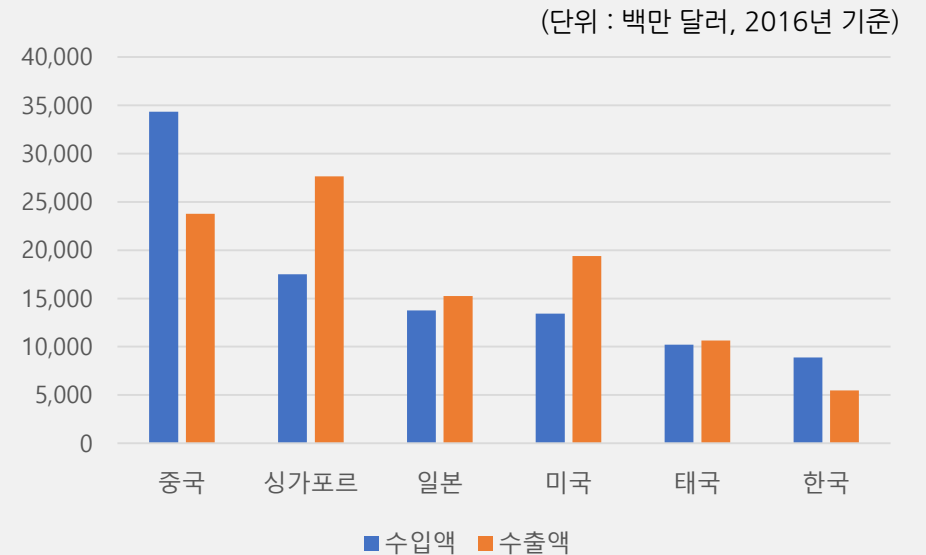
2. 주요기업 사례

1. 대외무역 현황



(최근 5개년 말레이시아 교역 동향)

2015년부터의 수출입량 감소세의 주요 원인은
세계적인 저유가 및 소비심리 위축



(말레이시아의 주요 수출입국 및 수출입규모)

최근 4개년 기준, 한국은 수입액 7위권에 위치
수출액 11위권에 위치

2. 주요 기업 사례

1) Korea Malaysia Trading (KMT) Sdn Bhd

기업 개요



말레이시아의 대표적인 한국식품 유통업체

농심, 오뚜기, 팔도 등의 상품을 말레이시아로
수입하여 현지 전역에 납품

1994년 법인 설립

연 매출 약 300억 원

종업원 수 약 130명

할랄(Halal) 개괄

할랄 : 이슬람 율법에 의해 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품을 총칭하는 용어

무슬림소비자는 보통 할랄 인증된 식품만 소비 및 섭취

말레이시아의 무슬림 소비자는 2000만 명에 육박,
할랄산업을 국가 핵심산업으로 육성 중



(할랄 인증마크)



(한국 할랄 인증마크)

2. 주요 기업 사례

1) Korea Malaysia Trading Sdn Bhd

기존 전략

**Non-Muslim을 대상으로 한
판매에 주력**

ex.한국인과 화교

무슬림 소비자층 공략 없이는
기업 성장성에 한계가 있음을
느낌

할랄 인증을 위한 노력

**할랄 인증을 실질적 성장을
위한 필수적 절차로 설정**

취급 품목 중 부분적으로
할랄 인증 취득에 우선 노력

2014년
할랄 인증

할랄 인증 직후의 전략

**직접 유통보다 샘플링 통한
우회 마케팅 전략을 취함**

(현지 시장 반응을 우선 확인한 후 예상 수요층
이 확실한 품목을 중심으로 수입)

국제 식품 박람회, 주요 백화점의
식품관 등에 샘플링 프로모션

2. 주요 기업 사례

1) Korea Malaysia Trading Sdn Bhd

현재의 전략

말레이시아 내 한류의 영향이 지속적으로
커지고 있으며 한류에 대해 긍정적인 시각
이 일반적

식품의 판매량이 한류 드라마, 영화 등
미디어 노출 정도와 크게 직결되어 있음



현지에서 주목받는 한류 식품을 모니터링,
실시간 주문 가능하도록 제조업체와의 유통망 설계에 노력

시사점

① 오랜 다문화 역사의 국가적 특성상 타 국가 음식에 대해 개방적이
며 한류에 대한 인식이 긍정적인 것을 고려했을 때
현지 시장 잠재력은 여전히 크다고 볼 수 있음

② 말레이시아 식품 시장 내 할랄 인증은 최우선시 되어야 할 업무

③ 식품 시장 구도, 잠재 소비자층 등을 고려했을 때
이슬람 소비자층을 대상으로 더욱 적극 공략할 필요가 있음

2. 주요 기업 사례

2) CJ 대한통운

기업 개요



법인 설립 | 1930년 11월

사업 분야 | CL(계약물류), 포워딩, 해운, 택배,
물류 신기술, IT 솔루션 등

매출액 | 약 5조 558억 원 (2015년 기준)

시가 총액 | 3조 7,754억 원 (코스피 76위)

최근 이슈

2016년 9월, 말레이시아 종합물류기업 ‘**센추리 로지스틱스**’의 지분 31.4%를 471억 원에 **인수**,
말레이시아 물류기업 1위에 오름
(센추리 로지스틱스는 할랄 물류 가능 기업)

2016년 9월, **동남아 1위 전자상거래 기업인 라자다그룹과 한국발 상품의 국제특송 계약 체결**
(라자다그룹은 인도네시아, 말레이시아, 필리핀 등에서 인지도 높은 온라인 쇼핑몰)

2. 주요 기업 사례

2) CJ 대한통운

전략

M&A를 통한 공격적 시장 지배

CJ 그룹 내 부문과의 네트워크를 통한

시너지 효과 증대

Ex. 식품(CJ제일제당), 홈쇼핑(CJ오쇼핑)

할랄, 한국 제품에 대한 수요가 증대되는 상황,
이에 초점을 맞춘 전략 수립

시사점

① 말레이시아 온라인 쇼핑 규모가 급증하는 상황에서
한국 제품에 대한 역직구 채널 운영이 핵심 전략 사안으로 떠오를 것으로 예상

② 동(同) 그룹 내 네트워크를 활용하여 추가적인 가격 경쟁력을
확보할 것으로 보임

② 물류 업계 또한 할랄에 주목할 필요가 대두됨,
까다로운 할랄 물동량 취급에 대한 시스템 구축이 필요함

V. 별첨

1. 인터뷰

2. 인턴 기간 동안 참가한 박람회 리뷰

1. 인터뷰

1) 말레이시아에 진출하고자 하는 한국 기업인의 고충과 현지 바이어의 특성 등에 관하여



김민주

· KOTRA KL 인턴

· 쿠알라룸푸르 1년 거주

Q1. KOTRA 업무 중 피부로 느낀 현지 바이어의 특성은 무엇인가?

A1. 무슬림 바이어들의 문화적 특성이 뚜렷하다.

이슬람 종교를 가진 남자 바이어들은 상대방이 남자일 경우 악수에 적극적이지만 부인이 아닌 여자와는 악수를 하지 않는다.

추가로, 무슬림 바이어를 상대할 경우 *라마단 기간에 식사 약속을 잡아서서는 안된다. 라마단 기간에 단식 중인 무슬림 바이어 옆에서 음식을 먹거나 물을 마시는 것도 삼가야 한다.

Q2. 말레이시아에서 사업 중인 한국 중소기업 임원이 KOTRA로 연락해 자주 호소하는 애로사항은 무엇인가?

A2. 일반적으로 한국 기업인이 적절한 현지 바이어를 찾더라도 온라인 혹은 유선 상으로 소통을 할 때 어려움을 크게 느낀다.

대화를 할 때 관련 자료를 보며 대화해야 협상이 원활하게 이루어질 수 있는데 온라인/유선 상으로는 자료를 주고받는 단계, 특정 부분을 열람하는 단계 등에서 시간이 오래 걸리는 데에서 비롯되는 불편함을 호소한다.

보통은 업계마다 그들이 호소하는 애로사항이 다르다.(보고서 참고)

(*라마단 기간 : 이슬람교에서 행하는, 약 한 달 가량의 금식기간)

1. 인터뷰

2) 말레이시아에서의 비즈니스 시 유의해야할 점에 대하여



Brian Kim

- Executive Officer of QEL Shipping Service Sdn Bhd
- 쿠알라룸푸르 15년 거주

Q1. 말레이시아 바이어와의 상담 및 거래 시 유의할 점은 무엇인가?

A1. 현지 바이어와 상담 시 제품에 대해 상세한 설명이 되어 있는 카탈로그나 샘플을 준비하는 것이 좋다. 이는 한국에서도 기본적인 사항이기는 하나 말레이시아 바이어들은 카탈로그나 샘플을 직접 살펴봄으로써 신뢰감을 크게 느끼는 편이다. 만약 면대면 상담을 통해 실질적인 거래가 약속되지 않더라도 추후 이메일을 통해 정식으로 당사의 판매 제품, 거래 실적 등에 관하여 알리는 노력이 필요하다.

Q2. 말레이시아 현지 인력을 고용할 경우 유의할 점은 무엇인가?

A2. 말레이시아 현지인은 이직이 잦은 편이다. 경제발전이 급속도로 이루어지면서 고급 인력 시장에 대한 수요가 크기 때문이다. 특히 특정 기술에 대한 역량이 있거나 사무직 경험이 풍부한 현지인의 경우 이직률이 높다. **사업을 장기적으로 이끌어갈 계획이 있다면 사업 운영 초기 시점부터 최대한 빠르게 충성도 높은 책임자를 양성하는 것이 좋다.**

2. 인턴 기간 동안 참가한 박람회 리뷰

1) OGA 2017



- OGA 2017 (Oil and Gas Asia 2017)은 **석유, 가스 및 플랜트 분야**의 최신 기술 및 장비기계 등을 전시하는 시장 선두 박람회

- 참가국은 한국, 중국, 인도네시아, 말레이시아 등 60여 개국이며 참가업체는 약 2000여 곳, 개최지는 KL 컨벤션 센터, (2017.07.11 ~ 2017.11.13)

- 한국 기업은 KITA(한국무역협회)와 KOTRA(대한무역투자진흥공사)의 주관 하에 세진중공업, 트랜스가스 솔루션, GSOE 등이 참가함

2. 인턴 기간 동안 참가한 박람회 리뷰

2) Malaysia Cosmobeaute Asia 2017



- Cosmobeaute Asia는 동남아시아 시장에서 열리며 한국, 두바이, 말레이시아 등 세계 유수 기업들이 참가하는 **뷰티 품목 및 서비스 박람회**다.

- Cosmobeaute 2017은 이번으로 13번째 열리는 것이며 개최 지역은 말레이시아 KL PWTC (2017.07.17 ~ 2017.07.20)

- 한국 기업은 KITA(한국무역협회)와 KOTRA(대한무역투자진흥공사)의 주관 하에 올리브영, Acmedi Korea 등이 참가함



본 보고서는 중소기업청에서 시행한 컨설팅대학원 및
컨설팅 R&D센터 사업 지원으로 연구되었습니다.

경기도 안산시 상록구 한양대학로 55 한양대학교 경상대 529호

Tel. 031)400-5038 Fax. 031)400-5039