



No. 2022-225
품목 신선 감귤(Fresh Citrus)
HS CODE 0805.21.00
국가 싱가포르(Singapore)



C.O.N.T.E.N.T.S

| | | |
|------------|---|----|
| I | 시장 현황 및 통계 | 3 |
| | 1. 시장 규모 2. 수출입 통계 | |
| II | 트렌드 | 12 |
| | 1. 식문화 및 소비 트렌드 | |
| III | 유통 | 16 |
| | 1. 유통채널 구조 및 현황 2. 유통채널 분석 | |
| IV | 통관 및 제도 | 30 |
| | 1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 농약 잔류물 규정 | |
| V | 시사점 | 00 |

I

시장 현황 및 통계



01 시장 규모

식품 시장 규모

2021년 기준 싱가포르 식품 시장 규모는 전년 대비 1.2% 감소한 81억 5,000만 달러(약 10조 5,917억 원)를 기록함

- 육류 시장이 전체의 19.6%의 비중을 나타내며 가장 큰 비중을 차지했으며, 뒤를 이어서 낙농품 시장, 채소류 시장은 전체의 각각 12.8%, 12.6%의 비중을 차지하고 있음

한편, 2021년 기준 소스 및 향신료 시장 규모는 전년과 비슷한 수준인 2억 2,000만 달러를 기록하여 전체의 약 2.7%의 비중을 차지함



표 1

싱가포르 식품 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

| 구분 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 비중 (2021년) | 증감률 (22/21) |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|----------------|
| 1 육류 | 1,560 | 1,620 | 1,640 | 1,620 | 1,600 | 19.6 | -1.2 |
| 2 낙농품 | 990 | 1,030 | 1,050 | 1,040 | 1,040 | 12.8 | 0.0 |
| 3 채소류 | 1,020 | 1,050 | 1,060 | 1,050 | 1,030 | 12.6 | -1.9 |
| 4 베이커리 및 시리얼류 | 1,000 | 1,030 | 1,040 | 1,020 | 1,010 | 12.4 | -1.0 |
| 5 스낵류 | 870 | 900 | 910 | 890 | 880 | 10.8 | -1.1 |
| 6 과일 및 견과류 | 860 | 890 | 900 | 890 | 880 | 10.8 | -1.1 |
| 7 영유아용 식품 | 590 | 620 | 630 | 630 | 620 | 7.6 | -1.6 |
| 8 간편식품 | 530 | 550 | 560 | 550 | 540 | 6.6 | -1.8 |
| 9 소스 및 향신료 | 210 | 220 | 230 | 220 | 220 | 2.7 | 0.0 |
| 10 유지류 | 210 | 220 | 220 | 210 | 210 | 2.6 | 0.0 |
| 11 스프레드 및 당류 | 140 | 140 | 140 | 130 | 120 | 1.5 | -7.7 |
| 전체 | 7,980 | 8,270 | 8,380 | 8,250 | 8,150 | 100.0 | -1.2 |

자료: Statista

식품 소비 규모

2021년 기준 싱가포르 인구 수는 전년 대비 약 4.2% 감소한 545만 명을 기록했으며, 1인당 연간 식품 소비액은 전년 대비 2.1% 감소한 1,382달러로 조사됨. 품목별 1인당 연간 소비액이 높은 품목은 육류, 낙농품, 채소류, 베이커리 및 시리얼류 순으로 집계됨

육류의 1인당 연간 소비액은 전년 대비 2.0% 감소한 271달러로 집계됨. 낙농품의 1인당 연간 소비액은 전년 대비 1.4% 감소한 176달러로 집계됨. 채소류의 1인당 연간 소비액은 전년 대비 2.2% 감소한 175달러로 집계됨

- 한편, 소스 및 향신료 품목의 1인당 연간 소비액은 전년 대비 1.9% 감소한 37달러를 기록함

 표 2 싱가포르 품목별 1인당 연간 소비액(2017-2021년)

(단위: 달러, %)

| 구분 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 비중 (2021년) | 증감률 (22/21) |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|----------------|
| 1 육류 | 273 | 281 | 282 | 276 | 271 | 19.6 | -2.0 |
| 2 낙농품 | 174 | 179 | 181 | 179 | 176 | 12.7 | -1.4 |
| 3 채소류 | 178 | 183 | 183 | 179 | 175 | 12.7 | -2.2 |
| 4 베이커리 및 시리얼류 | 175 | 180 | 180 | 175 | 171 | 12.4 | -2.4 |
| 5 스낵류 | 152 | 156 | 156 | 153 | 149 | 10.8 | -2.5 |
| 6 과일 및 견과류 | 150 | 155 | 155 | 152 | 149 | 10.8 | -2.0 |
| 7 영유아용 식품 | 103 | 107 | 109 | 107 | 106 | 7.7 | -1.2 |
| 8 간편 식품 | 93 | 96 | 96 | 94 | 92 | 6.6 | -2.3 |
| 9 소스 및 향신료 | 38 | 39 | 39 | 38 | 37 | 2.7 | -1.9 |
| 10 유지류 | 37 | 38 | 38 | 37 | 36 | 2.6 | -2.8 |
| 11 스프레드 및 당류 | 25 | 25 | 23 | 22 | 21 | 1.5 | -5.8 |
| 전체 | 1,398 | 1,438 | 1,442 | 1,412 | 1,382 | 100.0 | -2.1 |

자료: Statista

신선 과일 시장 규모 및 전망

(매출액) 2022년 기준 싱가포르 과일 산업 매출액 기준 시장 규모는 7억 5,885만 달러에 이를 것으로 예상됨. 품목군은 사과 및 배, 바나나, 포도 및 베리류, 감귤류, 기타 신선 과일로 구분됨

- 2022년 이후 향후 5년간 2027년까지 연평균 성장률 약 0.7% 성장해 2027년 기준 7억 8,582만 달러의 규모를 형성할 것으로 전망됨

(수입액) 2021년 기준 싱가포르 신선 과일 수입액은 5억 6,900만 달러로 집계됨. 2021년 국가별 수입 비중은 중국 14%, 말레이시아 14%, 미국 12%, 호주 12% 순으로 나타남

 표 3 싱가포르 과일 시장 규모(2018-2022년)

(단위: 백만 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022(F) | 연평균 성장률 |
|------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| 전체 시장 규모 | 753.01 | 760.98 | 750.64 | 740.20 | 758.85 | 0.2 |
| - 사과 및 배 | 187.20 | 189.00 | 186.30 | 183.50 | 187.70 | 0.1 |
| - 바나나 | 122.20 | 124.40 | 123.60 | 122.70 | 128.50 | 1.3 |
| - 포도 및 베리류 | 155.20 | 156.80 | 154.60 | 152.40 | 155.70 | 0.1 |
| - 감귤류 | 53.51 | 54.08 | 53.34 | 52.60 | 53.35 | -0.1 |
| - 기타 신선 과일 | 234.90 | 236.70 | 232.80 | 229.00 | 233.60 | -0.1 |

자료: Statista

 표 4 싱가포르 과일 시장 전망(2022-2026년)

(단위: 백만 달러, %)

| 구분 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 연평균 성장률 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 전체 시장 규모 | 768.53 | 788.10 | 803.28 | 820.65 | 785.82 | 0.6 |
| - 사과 및 배 | 189.60 | 194.00 | 197.30 | 201.40 | 191.10 | 0.2 |
| - 바나나 | 132.80 | 138.60 | 143.50 | 147.80 | 151.40 | 3.3 |
| - 포도 및 베리류 | 157.20 | 160.70 | 163.40 | 166.60 | 157.00 | 0.0 |
| - 감귤류 | 53.53 | 54.50 | 55.18 | 56.05 | 51.42 | -1.0 |
| - 기타 신선 과일 | 235.40 | 240.30 | 243.90 | 248.80 | 234.90 | -0.1 |

자료: Statista

2022년 기준 싱가포르 감귤류 시장 매출액 기준 시장 규모는 5,335만 달러에 달할 것으로 예상됨. 이는 최근 5년간(2018~2022년) 연평균 0.1% 감소한 수치로, 최근 5년간 감귤류 시장 규모는 비슷한 수준을 유지하고 있는 것으로 분석됨. 향후 5년간(2023~2027년) 연평균 1.0% 하락해 5,142만 달러를 기록할 것으로 전망됨

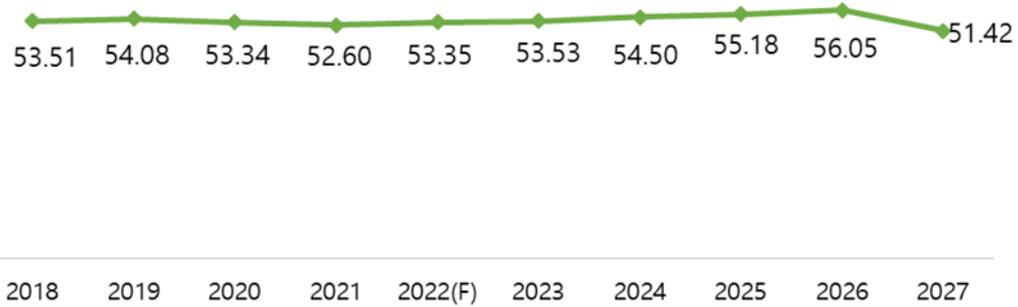
싱가포르 과일 산업에서 감귤류가 차지하는 비중은 2018년 이후 2021년까지 7.11%를 기록함. 2022년부터 전체 과일류 매출액에서 감귤류가 차지하는 비중은 점차 하락해 2027년에는 전체 과일 시장 매출액의 약 6.54%의 비중을 차지할 것으로 전망됨



표 5

싱가포르 감귤류 시장 규모 및 전망(2018-2027년)

(단위: 백만 달러)



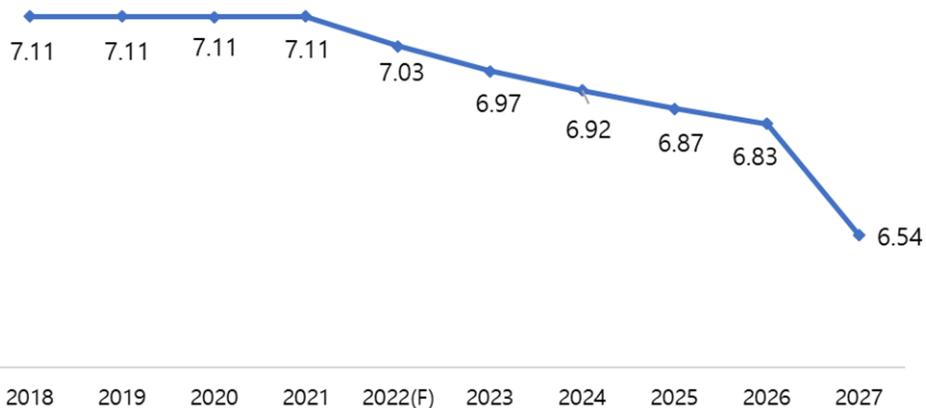
자료: Statista



표 6

싱가포르 감귤류 시장 비중 추이 및 전망(2018-2027년)

(단위: %)



자료: Statista

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE 정보

지원 기업의 조사 대상 품목은 신선 감귤로 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 0805

- 감귤류의 과일(신선하거나 건조한 것으로 한정한다)

HS CODE 0805.21

- 만다린(mandarins)[탄제린(tangerines) · 세트수머(satsumas)를 포함한다]

HS CODE 0805.21.1000

- 감귤

국가별 HS CODE

- 글로벌: 0805.21
- 싱가포르: 0805.21
- 한국: 0805.21.1000

글로벌 수입 규모

2021년 글로벌 신선 감귤(HS CODE 0805.21) 수입 규모는 최근 5년간 연평균 15.1% 성장해 34억 3,194만 8,000달러를 기록함

- 러시아는 2021년 기준 4억 6,565만 6,000달러를 수입하여 전체 수입 규모의 약 13.6%를 차지하였으며, 최근 5년간 연평균 성장률은 6.6%를 기록함
- 이어서 미국(11.8%), 독일(6.6%), 프랑스(6.4%), 영국(5.7%) 순으로 높은 비중을 차지함. 싱가포르를 21위 수입국으로 전체 수입 규모의 약 1.0%를 차지함



표 7

글로벌 신선 감귤 수입 규모(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

| 국가 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 연평균 성장률 |
|----------------|-----------|--------------|---------------|---------------|---------------|----------|
| 글로벌 | 1,954,247 | 2,376,400 | 2,381,716 | 2,931,398 | 3,431,948 | 15.1 |
| 1 러시아 | 361,116 | 383,149 | 423,060 | 433,381 | 465,656 | 6.6 |
| 2 미국 | 277,271 | 309,656 | 288,292 | 419,546 | 403,325 | 9.8 |
| 3 독일 | 121,675 | 165,618 | 136,913 | 212,265 | 226,075 | 16.8 |
| 4 프랑스 | 141,742 | 150,510 | 142,208 | 194,003 | 220,604 | 11.7 |
| 5 영국 | 183,475 | 203,588 | 188,810 | 205,024 | 194,972 | 1.5 |
| 21 싱가포르 | 0 | 5,998 | 25,630 | 21,869 | 32,664 | - |
| 기타 | 868,968 | 1,157,881 | 1,176,803 | 1,445,310 | 1,888,652 | 21.4 |

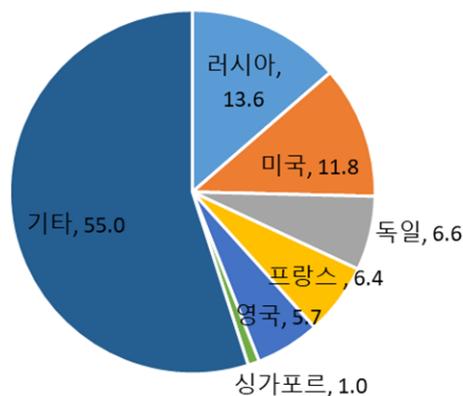
자료: ITC World Trademap



표 8

글로벌 신선 감귤 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

싱가포르 수입 규모

2021년 싱가포르의 신선 감귤(HS CODE 0805.21) 수입 규모는 최근 5년간 연평균 75.9% 성장해 3,266만 4,000달러를 기록함

對중국 수입액은 1,703만 3,000달러로 전체 수입 규모의 52.1%를 차지함
- 이어서 호주(10.6%), 대만(10.2%), 남아공(8.0%), 일본(4.0%) 순으로 높게 나타남

한국은 8위 수입국으로 2021년 對한국 수입 규모는 80만 3,000달러를 기록하며 전체 수입 규모의 2.5%를 차지함



표 9

싱가포르 신선 감귤 수입 규모 추이(2018-2021년)

(단위: 천 달러, %)

| 국가 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 연평균 성장률 |
|-------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| 글로벌 | 5,998 | 25,630 | 21,869 | 32,664 | 75.9 |
| 1 중국 | 1,895 | 13,820 | 11,815 | 17,033 | 107.9 |
| 2 호주 | 1,636 | 2,760 | 2,096 | 3,458 | 28.3 |
| 3 대만 | 142 | 2,970 | 1,389 | 3,328 | 186.2 |
| 4 남아공 | 1,222 | 1,569 | 1,896 | 2,612 | 28.8 |
| 5 일본 | 348 | 930 | 907 | 1,294 | 54.9 |
| 8 한국 | 285 | 511 | 594 | 803 | 41.2 |
| 기타 | 470 | 3,070 | 3,172 | 4,136 | 106.5 |

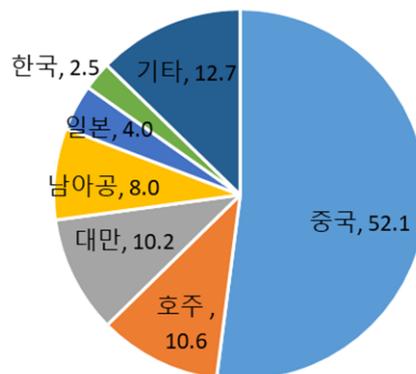
자료: ITC World Trademap



표 10

싱가포르 신선 감귤 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

한국 수출 규모

2021년 한국의 신선 감귤(HS CODE 0805.21.1000) 수출 규모는 654만 5,000달러, 수출량은 6,637톤을 기록함

- 최근 5년간(2017-2021년) 수출액은 연평균 성장률 33.0%를 기록하며 빠르게 성장함
- 수출량 또한 최근 5년간 연평균 성장률 40.2%를 기록하며 빠른 성장세를 나타냄

2021년 한국의 對싱가포르 신선 감귤 수출액은 28만 달러, 수출량은 174톤을 기록함

- 對싱가포르 수출액은 최근 5년간 연평균 성장률 3.1%, 수출량은 2.3%를 기록함



표 11

한국의 對글로벌 및 對싱가포르 신선 감귤 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

| 구분 | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 연평균 성장률 |
|---------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| 對 글로벌 | 수출액 (YoY) | 2,093 | 2,365 | 2,932 | 5,983 | 6,545 | 33.0 |
| | | - | 13.0 | 24.0 | 104.0 | 9.4 | - |
| 對 싱가 포르 | 수출액 (YoY) | 1,716 | 1,763 | 2,305 | 5,996 | 6,637 | 40.2 |
| | | - | 2.8 | 30.7 | 160.2 | 10.7 | - |
| 對 싱가 포르 | 수출액 (YoY) | 248 | 239 | 398 | 228 | 280 | 3.1 |
| | | - | -3.6 | 66.7 | -42.7 | 22.9 | - |
| 對 싱가 포르 | 수출량 (YoY) | 159 | 152 | 267 | 149 | 174 | 2.3 |
| | | - | -4.4 | 75.3 | -44.4 | 17.1 | - |

자료: 농식품수출정보(KATI)

II

트렌드



01

식문화 및 소비 트렌드

건강에 대한 인식 증가

2020년 6월 AIA가 진행한 조사 결과에 의하면 93%의 싱가포르 소비자가 코로나19로 싱가포르의 이동 제한 조치인 서킷브레이커(Circuit Breaker) 동안 건강을 가장 중요시했다고 응답함. 동 조사 결과를 통해서 싱가포르 현지 소비자는 매달 평균 470싱가포르 달러를 건강식에 소비하고 있는 것으로 나타남

건강한 식습관에 대한 인식의 증가와 함께 신선과일의 수요도 증가하고 있음. 국토 면적이 좁아 신선식품의 해외 의존도는 약 90% 정도로 매우 높은 편에 속하며, 신선식품 조달이 어려워지는 상황에 대비하기 위해서 싱가포르 정부는 수입경로를 다각화하고 있음

- 한편, 소비자들은 한국산 신선 과일에 긍정적인 인식을 갖고 있는 것으로 나타남

농업개발 적극 지원

싱가포르 시장에서는 자원 및 토지 면적의 제한 등 외부적인 환경 요인에도 불구하고 지역 농업의 개발을 적극적으로 지원하고 있음. 현재 10% 수준의 식량 자급 수준을 2030년 30%까지 높여서 식량 공급 탄력성을 확보하는 것을 주요 과제로 꼽고 있음

싱가פור는 식품의 90% 이상을 글로벌 170여 개 국가, 지역에서 수입하고 있음. 그리고 농지로 사용이 가능한 면적은 전체 면적의 1%에 불과한 것으로 조사됨. 이에 싱가포르 식품청은 식량안보의 강화를 위해서 수입원의 다변화, 국내농업 성장, 해외 농업 기반 마련 및 자국으로의 재수입 등을 중요 전략으로 추구하고 있음

코로나19로 인해서 식량안보에 대한 우려가 증가함에 따라, 도시 농업 활성화가 주요 과제로 부상함. 교역 및 물류 환경에 차질이 발생하면서, 수입 식품 가격이 상승하는 등 식량안보에 문제가 발생하며, 식량 공급 안정화를 위한 요구가 증가하고 있음

- 도시 농업 확대의 일환으로 건물 옥상 혹은 빈 건물 등을 활용하거나, 수경재배 등의 방식을 도입함. 수직형 농장을 설립해서 통제된 환경에서 안전한 농작물을 생산하기도 함
- 2020년 6월부터, 싱가포르 국립공원위원회는 'Gardening With Edibles(식량으로 정원 가꾸기)'라는 프로젝트를 시작함. 주요 내용은 각종 야채와 과일 씨앗을 시민들에게 배포하고, 공동 텃밭의 수를 늘려서 자국 내 식량 자급률을 상승시키기 위함임

신선 감귤 주요 제품

싱가포르에서 유통되는 신선 감귤의 원산지를 살펴보면, 중국산이 6개로 전체의 50%의 비중을 차지하며 1위를 기록함. 이어서 한국산은 2개, 스페인산 1개, 파키스탄 1개, 호주산 1개, 이스라엘산 1개로 조사됨

- 현지산 제품은 유통되지 않는 것으로 보임

수입산 제품 중에서 100g당 가격 단가가 가장 비싼 제품은 이스라엘산(0.98싱가포르 달러)으로 분석됨. 이어서, 호주산(0.88싱가포르 달러), 중국산(0.86싱가포르 달러), 스페인산(0.78싱가포르 달러) 순으로 나타남

- 한편, 한국산(0.72싱가포르 달러) 제품은 수입산 평균 단가인 0.84싱가포르 달러 보다 낮게 형성되어 있어, 싱가포르 내 수입산 신선 감귤 시장에서 가격 경쟁력이 있을 것으로 판단됨

표 12 싱가포르에서 유통되는 신선 감귤

| | | | |
|-------|---|---|---|
| 이미지 |  |  |  |
| 원산지 | 스페인 | 파키스탄 | 중국 |
| 제품명 | Gold Mandarin Bag | Global Seasons Pakistan Kinno Mandarin | Fresh China Mandarin with Leaves |
| 브랜드 | Gold | GLOBAL SEASONS | Fresh |
| 가격 | 3.90싱가포르 달러 (약 3,790원) | 3.00싱가포르 달러 (약 2,920원) | 3.45싱가포르 달러 (약 3,360원) |
| 중량/개수 | 500g | 5개 | 750g |
| 이미지 |  |  |  |
| 원산지 | 중국 | 한국 | 중국 |
| 제품명 | XiaoSan Mandarin Orange | Korea Jeju Mandarin | Fresh China Jumbo Mandarin |
| 브랜드 | XiaoSan | K브랜드 | Fresh |
| 가격 | 9.00싱가포르 달러 (약 8,760원) | 4.99싱가포르 달러 (약 4,850원) | 5.45싱가포르 달러 (약 5,300원) |
| 중량/개수 | 5개 | 500g | 1팩 |

| | | | |
|-------|--|---|--|
| 이미지 |  |  |  |
| 원산지 | 중국 | 한국 | 호주 |
| 제품명 | XiaoSan China Lukan Lucky Gift Pack | Korean Jeju Mandarin Oranges | Pasar Mandarin Orange |
| 브랜드 | XiaoSan | J브랜드 | Pasar |
| 가격 | 3.15싱가포르 달러 (약 3,060원) | 3.90싱가포르 달러 (약 3,790원) | 7.90싱가포르 달러 (약 7,690원) |
| 중량/개수 | 2개 | 900g | 900g |
| 이미지 |  |  |  |
| 원산지 | 이스라엘 | 중국 | 중국 |
| 제품명 | Israel Orri Mandarin Orange | Orgo Fresh Lukan Prosperity Mandarin Orange Honey Ponk | XiaoSan China Lukan Fortune Gift Bag |
| 브랜드 | - | Orgo Fresh | XiaoSan |
| 가격 | 5.90싱가포르 달러 (약 5,740원) | 29.89싱가포르 달러 (약 2만 9,080원) | 3.15싱가포르 달러 (약 3,060원) |
| 중량/개수 | 600g | 20개 | 250g |

자료: www.fairprice.com.sg

III

유통



01 유통채널 구조 및 현황

신선 감귤 유통구조

신선 감귤은 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 중심으로 유통되고 있음

- Euromonitor International에 따르면, 2020년 소매 판매액 기준 소매 유통과 비소매 유통은 각각 전체의 96.9%, 3.1%를 차지함
- 소매 유통은 다시 현대식 유통과 전통식 유통으로 구분되며, 2020년 소매 판매액 기준 현대식 유통이 전체의 72.3%를 차지함. 현대식 유통의 세부 유통채널별 시장 점유율은 슈퍼마켓(51.3%), 하이퍼마켓(14.2%), 편의점(5.7%), 포코트 소매점(1.1%) 순임

최근 5년간(2016-2020년) 가장 높은 연평균 증가율을 기록한 유통채널은 온라인(31.2%)임

- 그 외 슈퍼마켓(8.6%)이 전체 유통채널 연평균 증가율(3.7%)을 상회하는 성장세를 나타낸 반면, 포코트 소매점(-2.6%)과 편의점(-1.5%)은 감소세를 나타냄

따라서 신선 감귤의 주요 유통채널인 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 중점적으로 분석함

 표 13 싱가포르 식품 유통채널별 시장 점유율 추이(2016-2020년)

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

| 국가 | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2020년 기준 비중 | 연평균 성장률 |
|-----------|------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------|---------|
| 점포 소매 | 현대식 유통채널 | 5,205.2 | 5,360.6 | 5,416.4 | 5,275.3 | 6,453.0 | 72.3 | 5.5 |
| | - 편의점 | 540.7 | 521.3 | 523.2 | 523.1 | 509.3 | 5.7 | -1.5 |
| | - 포코트소매점 | 104.8 | 104.9 | 105.3 | 107.3 | 94.4 | 1.1 | -2.6 |
| | - 하이퍼마켓 | 1,268.1 | 1,307.9 | 1,263.9 | 1,084.7 | 1,270.0 | 14.2 | 0.0 |
| | - 슈퍼마켓 | 3,291.6 | 3,426.5 | 3,524.0 | 3,560.2 | 4,579.3 | 51.3 | 8.6 |
| | - 전통식 유통채널 | 2,405.9 | 2,395.6 | 2,408.2 | 2,386.7 | 2,191.3 | 24.6 | -2.3 |
| 점포 소매 합계 | | 7,611.1 | 7,756.2 | 7,824.6 | 7,662.0 | 8,644.3 | 96.9 | 3.2 |
| 무점포 소매 | 온라인 | 84 | 106.5 | 124.2 | 141 | 249.1 | 2.8 | 31.2 |
| | 홈쇼핑 | 26.8 | 27 | 27.2 | 27.6 | 27.4 | 0.3 | 0.6 |
| 무점포 소매 합계 | | 110.8 | 133.5 | 151.4 | 168.6 | 276.5 | 3.1 | 25.7 |
| 총합계 | | 7,721.9 | 7,889.7 | 7,976.0 | 7,830.6 | 8,920.8 | 100.0 | 3.7 |

자료: Euromonitor International

싱가포르 식품 유통, 주로 오프라인 유통채널 위주 유통

싱가포르 시장 내 식품의 유통은 오프라인 유통채널 중심으로 이뤄지는 것으로 보임. 2020년 기준 오프라인 식품 시장 규모는 전년 대비 13.6% 성장한 86억 4,420만 싱가포르달러로 집계됨. 이는 최근 5년간 연평균 3.2% 성장한 것으로 분석됨

현대식 유통채널의 경우 오프라인 유통채널의 74.7%의 비중을 차지하며, 전년 대비 22.3% 수준의 상승세를 나타냄. 현대식 유통채널 중에서 슈퍼마켓의 비중이 53.0%로 가장 크게 나타났으며, 매출액 역시 유일하게 증가세를 보임. 하이퍼마켓의 매출액은 12억 7,400만 싱가포르달러로 전년 대비 17.1% 증가함. 편의점 매출은 전년 대비 2.6% 감소를 기록했으며, 포코트 리테일러 매출액도 12.0% 감소를 나타냄

- 전통식 유통채널의 경우에는 전체의 25.3%의 비중을 차지하고 있음. 매출액은 전년 대비 8.2% 감소를 나타냄

표 14 싱가포르 오프라인 식품시장 규모(2016-2020년)

(단위: 백만 싱가포르달러, %)

| 구분 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 비중 ('20) | YoY |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|-------|
| 합계 | 7,611.0 | 7,756.2 | 7,824.5 | 7,611.9 | 8,644.2 | 100.0 | 13.6 |
| 현대식 유통채널 | 5,205.1 | 5,360.6 | 5,416.4 | 5,275.2 | 6,452.9 | 74.7 | 22.3 |
| - 편의점 | 540.7 | 521.3 | 523.2 | 523.1 | 509.3 | 5.9 | -2.6 |
| - 포코트 리테일러 | 104.8 | 104.9 | 105.3 | 107.3 | 94.4 | 1.1 | -12.0 |
| - 하이퍼마켓 | 1,268.1 | 1,307.9 | 1,263.9 | 1,084.7 | 1,270.0 | 14.7 | 17.1 |
| - 슈퍼마켓 | 3,291.6 | 3,426.5 | 3,524.0 | 3,560.2 | 4,579.3 | 53.0 | 28.6 |
| 전통식 유통채널 | 2,405.9 | 2,395.6 | 2,408.2 | 2,386.7 | 2,191.3 | 25.3 | -8.2 |

자료: Euromonitor International

싱가포르 온라인 식품 시장 규모는 2020년 2억 7,650만 싱가포르달러를 나타냄. 이는 최근 5년간 연평균 성장률 25.7% 성장한 수치로 분석됨. 온라인 식품 시장에서 전자상거래 시장이 차지하는 비중은 90.1%이며, 시장 규모는 2억 4,910만 싱가포르달러로 집계됨. 최근 5년간 연평균 31.2% 성장한 수치로 분석됨

- 홈쇼핑 시장은 전체 시장에서 9.9%의 비중을 차지하고 있음. 2020년 기준 싱가포르 홈쇼핑 시장규모는 2,740만 싱가포르달러를 기록했는데 이는 전년 대비 0.7% 감소한 수치임



표 15

싱가포르 온라인 식품시장 규모(2016-2020년)

(단위: 백만 싱가포르달러, %)

| 구분 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 비중 (`20) | YoY |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------|------|
| 합계 | 110.8 | 133.5 | 151.4 | 168.6 | 276.5 | 100.0 | 64.0 |
| 전자상거래 | 84.0 | 106.5 | 124.2 | 141.0 | 249.1 | 90.1 | 76.7 |
| 홈쇼핑 | 26.8 | 27.0 | 27.2 | 27.6 | 27.4 | 9.9 | -0.7 |

자료: Euromonitor International

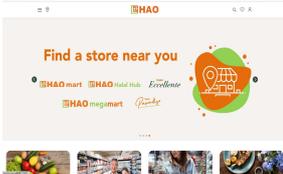
주요 유통채널 현황

1. 오프라인 유통채널

싱가포르 내 현대식 오프라인 유통채널의 성장이 둔화되는 추세를 보임에 따라서, 각 유통채널별 경쟁력 강화를 위한 다양한 움직임이 나타나고 있음

(편의점) 편의점 유통채널은 싱가포르 다른 식품 유통채널들과 차별화를 위한 전략을 구사하고 있음. 2020년 싱가포르 편의점 업계의 시장 규모는 전년 대비 2.6% 하락하여 5억 900만 싱가포르 달러를 기록함. 코로나19로 인해서 여행객이 감소하며 단기 방문객 수가 줄어들고, 특히 공항 혹은 관광지 근처에 위치한 편의점 지점들 매출액이 큰 타격을 받은 것으로 보임

표 16 주요 편의점 브랜드

| 매장명 | 7-Eleven | Cheers | HAO Mart |
|-------|---|--|---|
| 이미지 |  |  |  |
| 설립 연도 | 1983년 | 1998년 | 2016년 |
| 매장 수 | 406개 | 95개 | 30개 |
| 홈페이지 | 7-eleven.com.sg | cheers.com.sg | haomart.com.sg |

자료: Euromonitor International

(슈퍼마켓) 코로나19로 싱가포르 소비자들이 가격을 중시하는 경향으로 인해 대형 슈퍼마켓 유통 채널들은 필수 식료품의 가격을 동결시키고 있음. 2020년 슈퍼마켓 업계의 시장규모는 전년 대비 28.6% 증가한 45억 7,900만 싱가포르 달러를 기록함

표 17 싱가포르 주요 슈퍼마켓 브랜드

| 매장명 | FairPrice | Sheng Siong | FairPrice Finest |
|-------|---|--|---|
| 이미지 |  |  |  |
| 설립 연도 | 1973년 | 1985년 | 2007년 |
| 점유율 | 30.1% | 26.6% | 11.0% |
| 홈페이지 | fairprice.com.sg | corporate.shengsing.com.sg | fairprice.com.sg |

자료: Euromonitor International

(하이퍼마켓) 코로나19가 싱가포르 시장 내 식료품 및 필수품 비축에 대한 수요를 주도함에 따라서 2020년 소매업에서 탁월한 성과를 나타냄. 2020년 기준 하이퍼마켓 시장 규모는 전년 대비 17.1% 증가한 12억 7,000만 싱가포르 달러를 기록함

 표 18 싱가포르 주요 하이퍼마켓 브랜드

| 매장명 | Giant Hypermarket | fairprice xtra hypermarket | HAO Megamart |
|-------|---|--|---|
| 사진 |  |  |  |
| 설립 연도 | 1944년 | 1973년 | 2019년 |
| 홈페이지 | giant.sg | fairprice.com.sg | haomart.com.sg |

자료: Euromonitor International

2. 온라인 유통채널

(전자상거래) 싱가포르 전자상거래 시장에서는 코로나19로 식료품, 홈오피스 가구, 전자 제품 등이 수혜를 받음. 통계청에 의하면 서킷브레이커의 절정이었던 2020년 5월 기준 총 소매 거래 비중은 24.9%를 나타냄. 2020년 5월 온라인에서 가장 많이 구매된 품목은 식료품, 통조림, 냉동식품 등으로 조사됨

 표 19 주요 온라인 유통 브랜드

| 매장명 | Qoo10 | Lazada | NTUC FairPrice |
|-------|----------|-----------|------------------|
| 설립 연도 | 2010년 | 2012년 | 1973년 |
| 점유율 | 20.1% | 14.7% | 8.8% |
| 홈페이지 | qoo10.sg | lazada.sg | fairprice.com.sg |

자료: Euromonitor International

02 유통채널 분석

1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓

주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 업체는 NTUC FairPrice임. NTUC FairPrice는 2021년 기준 하이퍼마켓·슈퍼마켓 전체 매출액 44억 4,660만 싱가포르 달러의 51.3%에 해당하는 22억 8,111만 싱가포르 달러를 기록함. 뒤를 이어서 Sheng Siong Group은 전체 매출액의 21.9%에 해당하는 9억 7,381만 싱가포르 달러를 기록함

 표 20 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓

| 구분 | 기업명 | 주요 산하 브랜드 | 매출액 점유율 (2021년) |
|----|-------------------|--|-----------------|
| 1 | NTUC FairPrice | 페어프라이스(FairPrice), 페어프라이스 파이니스트(FairPrice Finest), 페어프라이스 엑스트라(FairPrice Xtra) | 51.3% |
| 2 | Sheng Siong Group | 셱시옹(Sheng Siong) | 21.9% |
| 3 | DFI Retail Group | 자이언트(Giant), 콜드스토리지(Cold Storage), 마켓플레이스 바이 제이슨스 (Market Place by Jasons) | 18.9% |
| 4 | Prime Supermarket | 프라임(Prime) | 2.1% |
| 5 | U Stars | 유스타즈 슈퍼마켓 (U Stars Supermarket) | 1.3% |

자료: Euromonitor International

2. 아시안/한인마트

싱가포르 시장 내 주요 아시안/한인마트에는 DON DON DONKI, Lee Mart 등이 있음. DON DON DONKI는 일본계 아시안마트이며, Lee Mart는 한인마트임. 2021년 기준 싱가포르 전역에 각각 12개, 4개의 매장을 보유하고 있는 것으로 조사됨. 대다수의 아시안마트 및 한인마트는 기타 소매 유통채널과 마찬가지로 배송 서비스를 제공하고 있음

 표 21 주요 아시안마트·한인마트

| 구분 | 기업명 | 홈페이지 | 매장 수(2021년) |
|----|---------------|--------------------|-------------|
| 1 | DON DON DONKI | dondondonki.com/sg | 12개 |
| 2 | Lee Mart | leemart.sg | 4개 |
| 3 | Solmart | solmart.com.sg | 4개 |
| 4 | Meidi-Ya | meidi-ya.com.sg | 2개 |

자료: 기업 홈페이지

3. 유기농 매장

싱가포르 시장 내 주요 유기농 매장으로는 Scoop Wholefoods, Zenxin Organic, Super Nature 등이 있음. 2013년 호주에서 설립된 유기농 전문 업체인 Scoop Wholefoods는 호주에 7개 매장, 영국에 2개 매장을 보유하고 있음. Zenxin Organic은 말레이시아 유기농 전문업체로, 말레이시아에서 13개의 매장을 운영하고 있는데, 2006년 싱가포르에 진출해서 1개의 매장을 운영 중임

- 싱가포르 주요 유기농 매장 업체 3개 모두 오프라인 매장과 온라인 물을 동시에 운영하고 있음

 표 22 주요 유기농 매장

| 구분 | 기업명 | 홈페이지 | 매장 수(2020년) |
|----|------------------|------------------------|-------------|
| 1 | Scoop Wholefoods | sg.scoopwholefoods.com | 8개 |
| 2 | Zenxin Organic | zenxin.com.sg | 1개 |
| 3 | Super Nature | supernature.com.sg | 2개 |

자료: 기업 홈페이지

4. 온라인 유통채널

싱가포르 시장 내 주요 온라인 유통채널인 쇼피는 2020년 기준으로 3,730만 달러의 매출액을 기록함. 아마존의 경우에는 2020년 기준으로 약 9,280만 달러의 매출액을 나타냄. 그 외에 중국 온라인 쇼핑몰 선두기업인 알리바바가 약 90%의 지분을 소유한 Lazada가 있음. 그리고 지마켓과 이베이의 합작회사인 지오시스가 운영하는 Q10 등도 싱가포르 내 주요 유통채널 중 하나에 속함

싱가포르 현지 소비자들은 온라인 소비에 익숙함. 온라인 소비에 익숙한 싱가포르 현지 소비자에 맞는 맞춤형 마케팅이 필요할 것으로 판단됨. 빠른 인터넷 속도 및 국제 배송 허브 등 다양한 원인으로 이전부터 꾸준한 성장세와 높은 이용률을 보인 싱가포르 온라인 유통채널 소비시장은 코로나19의 영향으로 인해서 2020년 기준 전년 대비 53% 증가를 나타냄. 싱가포르 시장의 온라인 유통은 옴니채널형 운영의 대표적인 예시인 대형마트 인터넷 몰과 온라인 B2C 플랫폼으로 구분됨

- 대형마트 인터넷 몰의 예시로는 페어프라이스의 페어프라이스온(FairPrice On) 등이 있으며, 온라인 B2C 플랫폼의 예시로는 Shopee 등을 들 수 있음
- 싱가포르 소비자들은 높은 소득에 비해서 제품 가격에 민감한 경향을 보임. 그리고 프로모션 기간에 할인가로 제품을 구매하는 쇼핑 습관을 갖고 있으므로 이를 주의할 필요가 있음



표 23

싱가포르 주요 온라인 유통채널 업체

| 구분 | 기업명 | 산하 주요 브랜드 | 매출액(2020년) |
|----|---------|-----------|------------------|
| 1 | Sea | Shopee | 약 3,730만 달러 |
| 2 | Alibaba | Lazada | 약 339억 1,700만 위안 |
| 3 | Amazon | Amazon | 약 9,280만 달러 |

자료: KATI

주요 유통채널: 하이퍼/슈퍼마켓

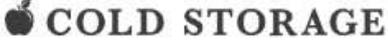
1. 페어프라이스

| | | | | | |
|-------------|------------|---|--------|-------|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 페어프라이스(FairPrice) | | |  |
| | 기업 구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | | |
| | 홈페이지 | www.fairprice.com.sg | | | |
| | 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 1973년 설립된 싱가포르 전국노동자연합(NTUC) 산하의 협동조합임 - 2020년 사회적 소수 계층 전용 매장 운영 시간을 할당함 - 2020년 Visa와 협업하여 인공지능 기반의 무인 매장을 개점함 - 온라인몰인 FairPrice On을 통해서 주문 시, 온디맨드 딜리버리 (On-Demand Delivery) 서비스를 제공함 - 2021년 기준 매장 수: 약 230개 | | | |
| 소비자 정보 | 타겟 소비자 | 성별 | 남성, 여성 | 직업 | 학생, 직장인, 주부, 중산층 |
| | | 연령대 | 전 연령대 | 소득 수준 | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 공급자 포털을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - spe.fairprice.com.sg/supreg/home.action - 'Register Now'를 클릭 - 공급자 포털 내의 정보 기입 후 제출 - 포털 기업 정보: 기업명, 소재지, 영역별(경영, 재무, 물류 등) 담당자 연락처 등 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +65-6275-6073 - 이메일: fpsupport@pracbiz.com, eprocbriefing@fairprice.com.sg | | | |

2. 마켓플레이스바이제이슨스

| | | | | | |
|-------------|------------|--|--|--|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 마켓플레이스바이제이슨스 (Market Place by Jasons) | | |  |
| | 기업 구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | | |
| | 홈페이지 | www.marketplacebyjasons.com | | | |
| | 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 제품 등 중고가 제품을 주로 전문적으로 취급하는 Cold Storage 산하 브랜드를 운영함 - 콜드스토리지 산하의 또 다른 브랜드인 Jasons Deli와 함께 싱가포르 내 부유층 및 외국인을 타겟으로 수입 식품을 주로 유통함 - 2021년 기준 매장 수: 41개 | | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 유선 연락 혹은 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 1) 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등 2) 공급제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등 3) 참고자료: 회사소개서, 카탈로그 등 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-1800-8918-100 - 이메일: custsvc@coldstorage.com.sg | | | |

3. 콜드스토리지

| | | | | | |
|-------------|---------------|--|--------|--|---------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 콜드스토리지(Cold Storage) | |  | |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | | |
| | 홈페이지 | coldstorage.com.sg | | | |
| | 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 신선식품 등 중고가 제품을 전문적으로 취급하는 유통채널 - 콜드스토리지 산하 브랜드인 마켓플레이스바이제이슨스(Market Place by Jasons)의 경우, 고소득층을 타겟으로 한 수입 식품 위주로 유통함 | | | |
| 소비자 정보 | 타겟 소비자 | 성별 | 여성 | 직업 | 직장인, 주부 |
| | | 연령대 | 30-40대 | 소득수준 | 중산층 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 유선 연락 혹은 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> 1) 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등 2) 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등 3) 참고 자료: 회사소개서, 카탈로그 등 2. 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +65-1800-8918-100 - 이메일: custsvc@coldstorage.com.sg | | | |

주요 유통채널: 한인마트

1. 솔마트

| | | | |
|-------------|---|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 솔마트(Solmart) |  |
| | 기업구분 | 아시안마트/한인마트 | |
| | 위치 | 싱가포르 | |
| 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 2002년에 설립된 한인마트로, 한국 식품 전문 판매 업체 - 한국에서 1~4주 간격으로 제품을 수입해서 판매함 - 온라인몰에서 주문 시, 배송 서비스를 제공하고 있음 - 2021년 매장 수: 4개 - 홈페이지: www.solmart.com.sg | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 유선 연락 또는 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> (1) 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객) (2) 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량) (3) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6467-4028 - 팩스: +65-6463-3509 - 이메일: solmart.info@gmail.com | |

2. 돈돈돈키

| | | | |
|-------------|--|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 돈돈돈키(Don Don Donki) |  |
| | 기업구분 | 아시안마트/한인마트 | |
| | 위치 | 싱가포르 | |
| 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 일본 유통업체 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 동남아 타겟 유통 체인, 싱가포르, 태국, 홍콩 등에서 매장을 운영하고 있음 - 매장 내 푸드코트에서 다양한 일본 음식 서비스를 운영하고 있음 - 2021년 기준 매장 수: 12개 - 홈페이지: www.dondondonki.com/sg | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단의 'Help'를 클릭 - 'Contact' 클릭 후, 필요한 정보를 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보(담당자명, 이메일 주소 등) 2. 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시, 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> (1) 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객) (2) 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량) (3) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: support.sg@dondondonki.com(싱가포르 본사) | |

주요 유통채널: 유기농 매장

1. 스쿱홀푸드

| | | | |
|-------------|---------------|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 스쿱홀푸드(Scoop Wholefoods) |  |
| | 기업구분 | 유기농매장 | |
| | 홈페이지 | sg.scoopwholefoods.com | |
| | 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 2013년 호주에서 설립된 유기농 전문 업체 - 2019년 영국과 호주에 진출해서 17개 매장을 운영중 - 유기농 식료품, 유기농 원료를 이용한 화장품, 생활용품 등을 취급함 - 2021년 기준 매장수: 8개(글로벌 17개) | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 페이지 상단 메뉴의 Get in touch 클릭 - 필요정보 기입후 제출(scoopwholefoodsshop.com/pages/get-in-touch) - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> 1) 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등 2) 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등 3) 참고 자료: 회사소개서, 카탈로그 등 2. 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@scoopwholefoods.com.sg | |

2. 슈퍼네이처

| | | | |
|-------------|---------------|---|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 슈퍼네이처(Super Nature) |  |
| | 기업구분 | 유기농매장 | |
| | 홈페이지 | www.supernature.com.sg | |
| | 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 2001년 설립된 유기농 제품 업체 - 2007년 코모그룹(COMO Group)의 자회사로 등록 - 계열사에는 클럽21, 코모호텔앤리조트(COMO Hotels and Resorts) 등이 있음 | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 유선 연락 혹은 우편을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 플래그십 매장에 유선 혹은 우편을 통해서 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> 1) 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등 2) 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등 3) 참고 자료: 회사소개서, 카탈로그 등 2. 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 주소: #B1-05/09 Forum the Shopping Mall 583 Orchard Road - 팩스: +65-6735-0366 - 전화: +65-6854-7399 | |

주요 온라인 유통채널: 아마존

1. 아마존

| | | | |
|-------------|---------------|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 아마존(Amazon) |  |
| | 기업구분 | 온라인 종합 쇼핑몰 | |
| | 홈페이지 | www.amazon.sg | |
| | 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르 내 주요 온라인 유통채널 - 기프트 카드 제공, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공 | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 및 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Sell on Amazon' 클릭 후 'Start Selling' 클릭 - 아마존 싱가포르 웹사이트 회원가입 혹은 로그인 - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보: 회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등 결제 정보: 신용카드 정보 공급 제품 정보: UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량 등 - 아래 주소에서 문의사항 입력 가능 : sell.amazon.com.sg/contact-us 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우, 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 또는 아마존 자체 검사 결과를 통해서 품질 기준 충족 인증 | |

2. 쇼피

| | | | |
|-------------|---------------|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 쇼피(Shopee) |  |
| | 기업구분 | 온라인 종합 쇼핑몰 | |
| | 홈페이지 | shopee.sg | |
| | 기업 소개 | <ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르 내 주요 온라인 유통채널 업체 - 식료품 업체와의 파트너십, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공 | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 상단 'Sell on Shopee' 클릭 - 하단의 'Sign up as a Shopee Mall Seller' 클릭 - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보: 이름, 연락처, 주소, 우편번호, 회사 홈페이지, 제품 카테고리, 브랜드 로고, 온라인 판매 경험 등 싱가포르 사업 허가서 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority) 허가서(Letter of Authorization) 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6206-6610 | |

IV

통관 및 제도



01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
 - 목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
 - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
 - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
 - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
 - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
 - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
 - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

싱가포르 통관 절차

개요

- 싱가포르는 전통적으로 자유무역주의를 표방하면서 투명하고 개방된 무역정책을 추진하고 있어 수입규제 사례를 거의 찾을 수 없음. 담배, 주류, 자동차, 유류 등 4개 카테고리의 품목에 대해서만 소비세를 부과하고 있으며 나머지 모든 품목을 무관세로 수입하고 있음. 그리고 해상 및 항공으로 수입되는 모든 물품은 경제자유구역(FTZ, Free Trade Zones)을 거쳐 반입될 수 있음
- 다만 정상가격(수출국 시장의 일반시장가격)에 비해 현저히 낮은 가격으로 수입하여 싱가포르 내국 산업에 피해를 준다고 판단되는 경우 상계 반덤핑 관세법에 의거하여 반덤핑 관세를 부과할 수 있음
- 한편, 싱가포르는 작은 영토로 인해 자국에서 소비하고 있는 농수산물의 대부분을 수입에 의존하고 있는 나라로, 안전성 검증에 대해 대단히 민감한 정책을 보이고 있음. 식품 수입 허가를 위해 사전에 승인이 되어 있는 국가와 철저한 샘플 분석을 통해 안정성이 확보된 품목에 한해서 수입을 허가하고 있음

수입 통관 절차도



수입 통관 절차

물품 도착 및
수입신고 전
준비
-
관세청 무역업
계정
활성화(Trade
Account
Activation)

① 개요

- 싱가포르 법인이 해외에서 상품을 수입하기 위해서는 사전에 싱가포르 관세청에서 무역업 계정을 활성화해야 하며, 정보 변경 및 종료도 www.tradenet.gov.sg/tradenet/login.jsp에서 진행이 가능함

② 필요 정보 및 서류

- 싱가포르 법인 사업자 등록번호(UEN: Unique Entity Number)
- 싱가포르 법인의 CorpPass
- 상품 기본 정보 및 HS Codes

③ 신청 절차

- ㉠ 싱가포르 관세청에 무역업 계정 신청 시 일반적으로 1영업일 후에 승인 결과를 받음
- ㉡ 무역업 계정 승인 후 Cargo Clearance Permit (CCP)를 받을 수 있음
- ㉢ CCP에는 해당 수입품에 대한 추가적인 검사 필요 여부가 기재되어 있음

물품 도착 및
수입신고 전
준비
-
수입면허 취득

① 개요

- 신선 과일 및 야채류를 수입하기 위해서는 식품 분류를 사전에 확인 후 사전에 싱가포르 식품청(SFA)의 무역 라이선스를 취득 또는 등록해야 함

② 필요 정보 및 서류

- 싱가포르 관세청 무역업 신청 완료
- ACRA(싱가포르 기업청) 사업자 등록증(Business Profile)
- 싱가포르 법인 이사의 CorpPass
- Giro 신청서: 법인계좌 정보, 은행 서명권자 서명, 법인도장

③ 신청 절차

- ㉠ GoBusiness Licensining에서 수입 제품 항목에 맞는 라이선스 신청 및 비용 결제
- ㉡ 수입부가세 및 Import Fees 자동 이체를 위해 Giro 신청서를 제출함. Giro를 신청하지 않아도 라이선스 취득은 가능하지만 향후 수입 관련 세금 미납 발생 시 해당 금액이 완납될 때까지 상품 통관이 지연되므로 효율적인 업무처리를 위해 신청하는 것이 좋음
- ㉢ 라이선스 취득에 1영업일이 소요되며 승인 익영업일부터 수입 통관이 가능함

물품 도착 및
수입신고 전
준비
-
수입허가

- 수입자는 물품을 수입하기 위해서는 사전에 수입허가를 받아야 함
- 수입허가 절차는 다음과 같음
- ① 수입업체 사전 등록 또는 면허 번호, 제품 및 HS 코드 준비
- ② 기관 코드 확인(한국의 기관 코드는 KR99999)
- ③ 싱가포르 식품청에서 수입 제품 코드(Product Code) 확인
- ④ TradeNet을 통해 수입 허가 신청하고 해당 과정에서 받은 고유 참조번호(Unique Reference Number) 확인
- ⑤ 필요한 경우 TradeNet을 통해 추가 서류(위생증명서, 실험보고서 등) 제출
- ⑥ 싱가포르 관세청과 식품청의 승인 이후, 화물 통관 허가증(CCP, Cargo Clearance Permit)을 발급받음. 해당 허가증은 싱가포르 식품청 수입 허가증의 역할도 수행함
- ⑦ 화물 통관 허가증 및 사본 인쇄하여 국경 검문소나 검역 등의 과정에서 사전에 구비
- ⑧ 수입 식품 한 건당 수수료를 부과하며 수입 수수료를 Giro 계정을 통해 납부

수입신고

- 수입신고서는 전자적 방법으로 작성되고 "TradeNet®"으로 EDI system을 통해 제출되어야 함. 컨테이너 화물(Containerised cargo)과 비컨테이너 화물(Conventional Cargo)로 구분되어 수입신고가 되며, 아래의 구비(증빙)서류를 함께 제출해야 함
- 컨테이너 화물의 경우 수입신고 시에 컨테이너 번호를 제출해야 함
- 수입신고 시에는 통관을 위해 유효한(valid) 허가 내용이 제출되어야 하며, 허가의 만기(expired) 또는 유효하지 않은(invalid) 허가인지 여부를 확인해야 함

〈수입신고 시 제출 서류〉

- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| · 수입신고서 | · 상업송장(Commercial Invoice) |
| · 선하증권/항공화물운송장 | · 포장명세서(Packing list) |
| · 원산지 증명서(Certificate of Origin) | · 기타 통관에 필요한 서류 |

관세 납부

관세는 관세 납부 대상(dutiable goods)에 한하여 납부하며, 물품이 반출되기 전에 납부되어야 함. 관세 대상 물품은 종가세(ad valorem) 또는 종량세(specific)가 적용됨

관세 등 조세는 inter-Bank GIRO(IBG)를 통해서 싱가포르 세관에 납부되어야 함

검사 및 검역

(1) 개요

일반적으로 모든 식품은 검사 대상에 해당됨. 싱가포르 식품청은 품목별 수입 요건을 규정하고 있어 사전 파악이 중요함. 식품 화물은 검사 대상이며, SFA에서 실험실 분석을 위해 샘플을 채취할 수 있음

(2) 온라인 신청

예약 없이 수행된 즉석 검사(ad hoc inspection)에 대하여는 결과를 받아볼 수 없으므로, 수입되는 식품의 검사를 위해 SFA Inspection & Laboratory e-Services¹⁾를 통해 온라인 신청하는 것을 권장함

(3) 제출 서류

- 화물통관허가증(CCP: Cargo Clearance Permit)
- 인보이스, 검역증명서 등 관련 문서
- 검사 대상 식품 화물

(4) 위생 및 식물위생 조치

남미열대지방(South American Tropics) 및 멕시코 지역의 화물에만 해당하는 조건으로 해당 국가 또는 지역에서 수입하는 모든 화물에는 수입 농산물이 남미잎마름병(SALB: South American Leaf Blight)이 없거나 SALB가 없는 지역에서 공급 또는 재배되었음을 증명하는 식물위생증명서가 첨부되어야 함. 따라서 우리나라에서 수출되는 신선 농산물의 경우 식물위생증명서 발급 의무가 없음

물품 반출

컨테이너 화물의 경우 일반적으로 무서류(Paperless) 신고 및 신고 수리되어 반출됨

검사 대상이 된 수입 물품은 검사 후 이상이 없는 경우 물품 반출이 허가됨

1) ifast.sfa.gov.sg/eserviceweb

02 인증

싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency) 등록 (필수)

1. 개요

식품의 수입 의존도가 90% 이상인 싱가포르는 모든 식품을 수입면허를 취득하거나 등록을 완료하여야만 식품 수출이 가능함. 식품의 유형에 따라 수입면허 취득이 필요한 식품과 등록이 필요한 식품으로 구분됨

기존 AVA(Agri-food and Veterinary Authority: 농식품수의청)에서 수행하였으나 2019년 4월 식품 관리 체계를 통합하면서 싱가포르 식품청이 식품 안전 및 수입 식품 관리를 총괄함

2. 대상 품목

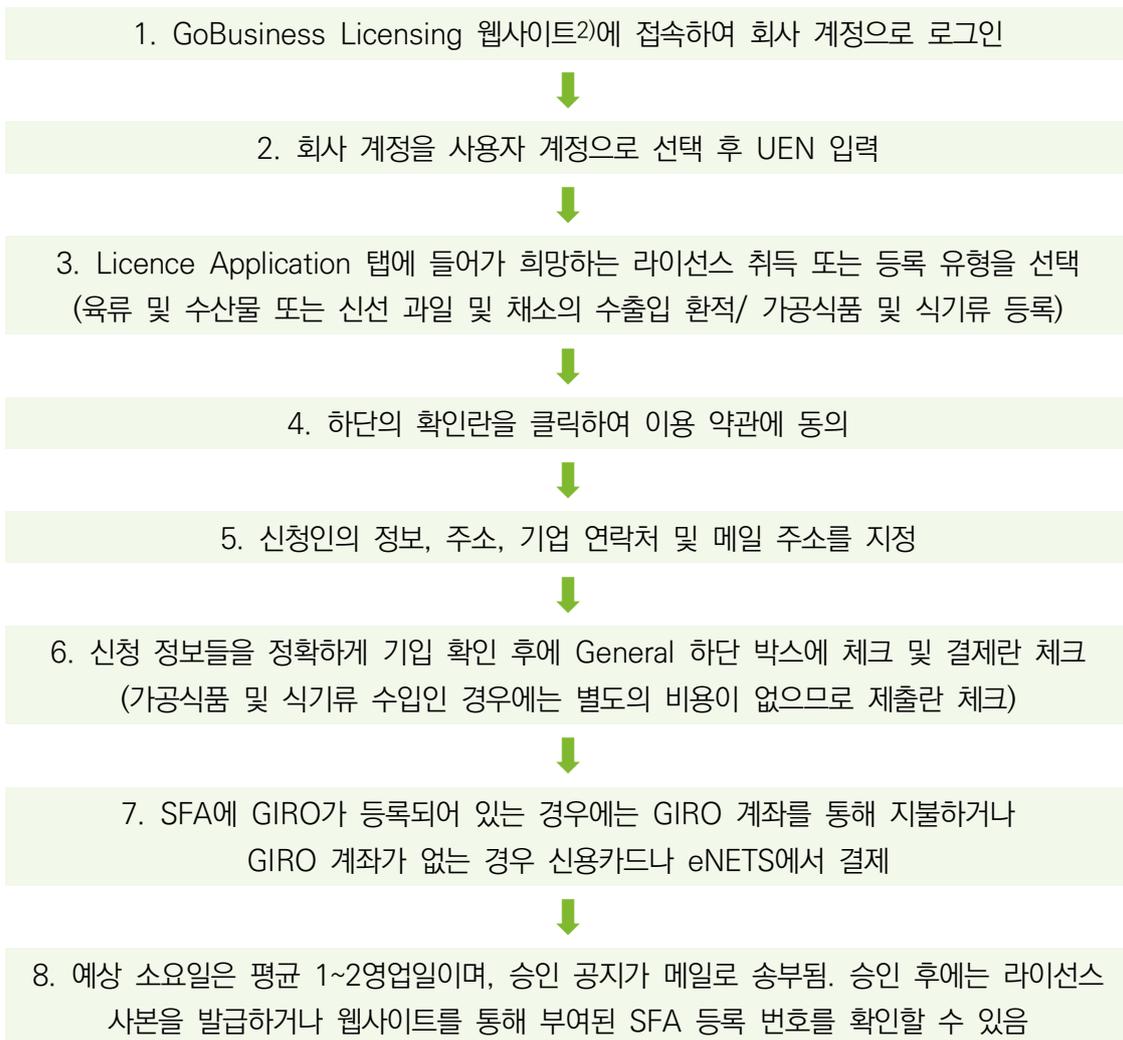
모든 수입식품으로서 육류 및 어류, 과일 및 채소류, 신선란, 가공 식품 등을 포함한 식품 전반

- License(수입허가 대상): 육류, 수산물, 신선 과일, 채소류, 신선 식용 계란
- Registration(업체 등록 대상): 가공식품, 식기류

| 구분 | 심사 절차 |
|----------|--|
| 육류 | <ul style="list-style-type: none"> · 동물 및 조류의 전체 혹은 일부 · 냉장, 냉동 및 통조림 형태로 수입되는 식육 가공품을 포함 (육류 함량 5% 이상인 제품과 동물성 기름 및 지방이 포함) |
| 수산물 | <ul style="list-style-type: none"> · 해수, 기수, 담수에서 잡히는 생선, 갑각류, 연체동물, 해면동물, 해삼 및 그 외 수생 생물(새끼와 알을 포함) · 냉장, 냉동 및 통조림 형태로 수입되는 수산물가공품 포함 (관상용 어종 제외) |
| 과일 및 채소류 | <ul style="list-style-type: none"> · 가공되지 않은 신선한 과일 및 채소 · 절단, 냉동 및 통조림으로 가공된 과일과 채소는 가공식품으로 분류됨 |
| 신선란 | <ul style="list-style-type: none"> · 식용 계란 (SFA 승인 농장에서만 수출 가능) |
| 가공란 | <ul style="list-style-type: none"> · 염지란, 계란분말, 액상란, 삶은 계란 및 오믈렛 형태로 조리된 계란 포함 (SFA 승인 제조시설에서만 수출 가능) |
| 가공식품 | <ul style="list-style-type: none"> · 육류, 수산물, 과일 및 채소류를 제외한 모든 종류의 가공식품과 보조 식품 포함 · 예시: 와인, 유제품, 비스킷, 식용유, 음료수, 견과류 |
| 식기류 | <ul style="list-style-type: none"> · 식품 및 음료와 접촉하며 작동 시 전기가 필요하지 않은 모든 품목 · 예시: 그릇, 컵, 접시, 팬, 냄비, 물병 및 젓가락, 포크, 숟가락 등 |

3. 인증 절차

- 사전 요건 - 싱가포르 식품청의 허가 또는 등록을 위해서는 다음의 사항들을 사전에 준비해야 함
- 싱가포르에서 사업 수행 전 법인을 회계기업청(ACRA)에 등록
 - 식품을 수출입, 환적 하려는 경우 싱가포르 세관에 UEN(사업자등록번호)을 등록 후 활성화
 - 수수료 및 허가 비용 등을 납부하기 위한 GIRO 계정을 개설함
(GIRO 계정이 필요한 경우: 육류 및 수산물, 신선한 과일 및 채소, 신선란)



4. 제출 서류

SFA와 GoBusiness Licensing 확인 결과 라이선스 취득 및 등록 과정에서 별도의 제출 서류 없음

2) <https://licence1.business.gov.sg/web/frontier/home>

5. 취득 비용

| 구분 | 비용 |
|------------|--|
| 육류 및 수산물 | · 연간 84싱가포르 달러 · Express 서비스: 당일 처리 가능하나 추가 비용 지불 필요 |
| 과일 및 채소류 | · 연간 378싱가포르 달러 · Express 서비스: 당일 처리 가능하나 추가 비용 지불 필요 |
| 신선란 | · 무료 |
| 가공식품 및 식기류 | · 무료 |

6. 품목별 조건

| 구분 | 준비 사항 |
|----------|--|
| 육류 및 수산물 | 육류 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 육류는 열처리한 돼지고기, 가금류 및 캔가공한 돼지고기, 가금류 수출 가능 (SFA 승인 국가 및 시설만 가능) - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음 - 일반적으로 건강 증명서의 발급(일반적으로 약 20싱가포르 달러)이 요구되며 SFA의 수의학 조건을 충족해야 함 |
| | 수산물 <ul style="list-style-type: none"> - 일반적으로 건강 증명서를 받지 않으며 모든 국가 및 지역 제품 수출 가능 - 단, 고위험 품목(굴, 게 포함) 및 멸종위기 종 예외 - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음 |
| 과일 및 채소류 | <ul style="list-style-type: none"> - 신선 농산물은 금지된 농약을 사용하지 않아야 CODEX(국제식품규격위원회)의 잔류 물질 허용 기준을 충족해야 함 - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음 |
| 신선란 | <ul style="list-style-type: none"> - 식품 등록 필요(생산 업체는 SFA에 수출 의향서를 제출, SFA에서 1차 서류 심사, 2차 현지 실사를 거친 생산 업체에 인증서 발급) - 식용란 수출 가능(SFA 승인 국가 및 시설만 가능) - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음 - 검사를 위해 최소 검사 하루 전 오후 12시 이전에 창이 동물 및 식물 검역소 (CAPQ)에서 검사를 위해 온라인으로 예약 필요 |
| 가공식품 | <ul style="list-style-type: none"> - 가공식품은 수출국 식품 당국의 감독하에 제조되어야 함. 일부 품목은 관련 증빙 서류가 첨부되어야 함 - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음 |
| 신선란 | <ul style="list-style-type: none"> - 식용 계란(SFA 승인 농장에서만 수출 가능) |

7. 인증 기관

- 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency)은 인증기관이 아닌 등록 관할 기관임
- 홈페이지: www.sfa.gov.sg
- 전화번호: +65-6805-2871

싱가포르 WAREES(MUIS) 할랄 인증(선택)

1. 개요

싱가포르는 젊은 무슬림 층의 비율이 높고 무슬림 관광객의 비율이 높은 비이슬람 국가로서 무슬림 인구의 안전한 할랄 식품 섭취를 위해 할랄 인증제도를 도입함

싱가포르 할랄 인증기관(MUIS)은 싱가포르의 유일한 할랄인증 기관이며 세계 3대 할랄인증 기관 중 하나로 신속하고 투명한 절차가 강점임

할랄 품질 경영 시스템 (HalMQ)에 초점을 맞추어 할랄 인증서를 발급하고 MUIS 할랄 인증 마크는 브루나이, 인도네시아, 말레이시아 등 주요 아시안 이슬람국가와 걸프 협력회의 (GCC) 국가의 교차인증을 통해 세계적 권위를 인정받고 있음

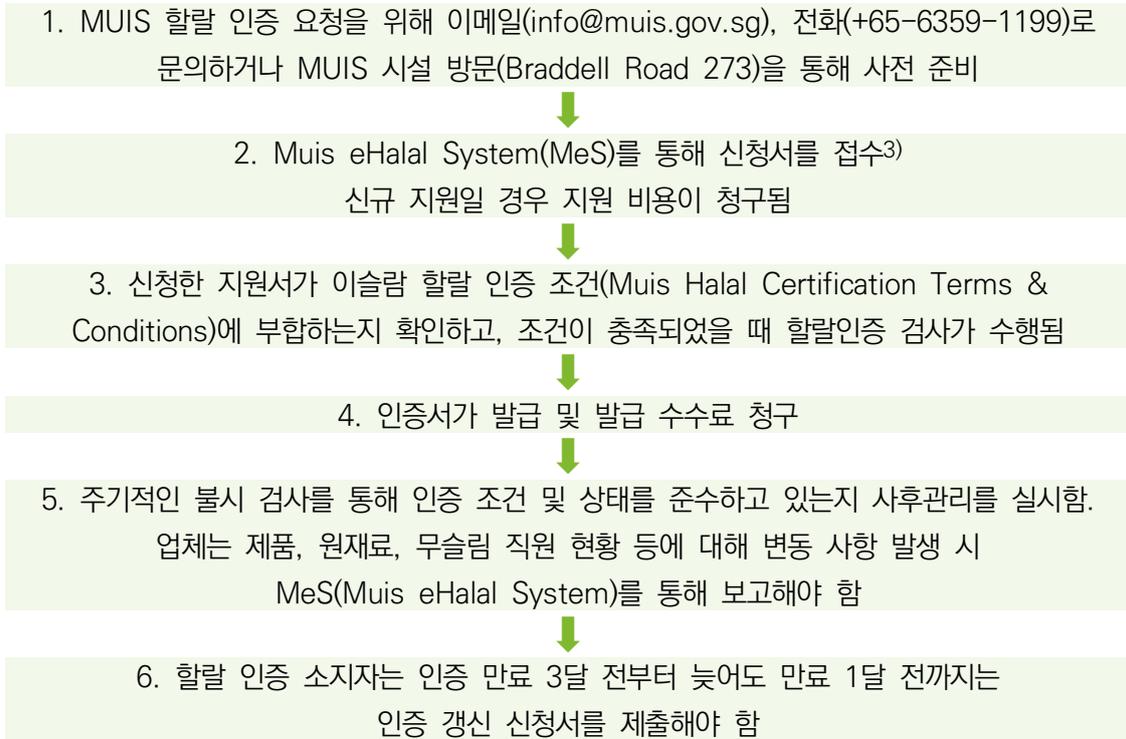
2. 대상 품목

음식, 음료뿐만 아니라 음식과 음료를 이루는 기초원료, 부자재 등 이슬람 율법 하에서 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품

할랄 품질경영시스템(Hal-MQ)을 중심으로 할랄 식품에 대해 심사하고, 음식이나 식품관련 산업의 성격에 따라 7개 유형의 할랄 인증이 발급됨

- 레스토랑, 푸드코트 등 식당
- 해외 할랄 인증을 받은 외국산 수입·수출품
- 주방 등의 음식 조리 공간
- 도축장
- 싱가포르 내에서 생산·가공된 제품
- 제조시설
- 창고 및 보관시설

3. 인증 절차



4. 제출 서류

- 제품/메뉴 항목 및 원료의 목록
- 제품 레이블 그림(제품/전체 공장 구성표)
- 배달 차량 사진(요식업/제품/전체 공장 구성표)
- 인증을 받을 건물의 평면도
- 할랄인증, 규격 및 시험 분석 보고서와 생산 원료의 할랄인증 사본
- 무슬림 직원(할랄 팀)이 승인한 모든 원료의 구매송장 및 배달 주문서
- 할랄팀 구성원의 임명장 또는 공고장
- 할랄팀 관리 회의록
- 무슬림 직원과 할랄팀 구성원 한명의 할랄 교육인증서
- 제품 생산과정 제조공정도
- Halal Assurance Points(HAP)s의 목록과 허용한계 및 처방지침
- 각 HAP에 대한 승인 모니터링 절차 및 기록
- 각 HAP에 대한 승인 시정조치 절차 및 기록
- 내부 감사 보고서 할랄 시스템 변화에 대한 기록
- 무슬림 직원 2명의 고용증명서

3) ehalal.muis.gov.sg

5. 할랄 인증 소요 기간 및 비용

소요 기간: 업체별 사전 준비 정도, 할랄 인증 기준 부합 정도에 따라 상이하며, 할랄 인증을 취득하는 데는 주로 약 2~3개월 정도 소요됨

비용: 비용은 처리 희망 속도와 발급 종류에 따라 산정되며 크게 신청비용, 발급비용, 기타 비용으로 나뉨

- 신청 비용: 일반접수 시 170싱가포르 달러(세금 포함), 급행접수 시 364싱가포르 달러(세금 포함)
- 발급 비용: 대상에 따라 60~2,100싱가포르 달러 사이(세금 포함)
- 기타 비용: 심사단의 현장실사 비용

6. Warees Halal

MUIS 할랄 인증을 취득하고자 하는 업체들은 Warees Halal의 현장실사 과정을 거쳐야 함
Warees Halal은 MUIS 산하 비영리기관임

싱가포르 외 다른 국가에 위치한 시설 및 제품에 대해 할랄 인증을 받고자 할 경우, Warees Halal을 통해 할랄 인증 신청

한국에서 할랄 인증을 받고자 할 경우 Warees Halal 및 한국 icc인증원을 통해 진행함. Warees Halal은 MUIS 할랄 인증을 받고자 하는 한국 업체들과의 원활한 커뮤니케이션을 위해 한국 IIC인증원(International Industrial Certification)을 한국 대표 에이전시로 지정해 협업하고 있음

1. 한국 ICC인증원에 문의 및 사전심사 신청



2. 공장 방문, 서류 검토(공장등록증, ISO 인증서, 제조공정도, 자재명세서 등),
제품 시험 의뢰 등 사전심사 진행



3. 사전심사 합격 시 Warees Halal에 신청 서류 제출



4. Warees Halal로부터 서류 합격 통보를 받은 후, 심사비 지불 및 심사 일정 협의



5. Warees Halal 담당자가 직접 방문해 현장 심사 진행



6. 심사 결과 승인 시 Warees-MUIS 할랄 인증이 발급됨

7. 인증 기관

(1) MUIS (Majlis Ugama Islam Singapura)

싱가포르 유일의 할랄 인증기관이며 할랄 인증 뿐만 아니라 모스크 개발 및 관리, 파트와 공표 등의 업무를 수행함

- 홈페이지: www.muis.gov.sg
- 전화번호: +65 6359 1199
- 이메일: info@muiss.gov.sg

(2) Warees Halal

MUIS 산하 비영리 기관으로 싱가포르 내 현장실사, 할랄 관련 교육, 싱가포르 외 할랄 인증 업무를 수행함

- 홈페이지: wareeshalal.sg
- 전화번호: +65 6291 2702
- 이메일: info@wareeshalal.sg

농산물 우수관리 인증 (GAP: Good Agricultural Practices)(선택)

1. 개요

‘농산물 우수관리(GAP: Good Agricultural Practices)’란 농산물의 안전성을 확보하고 농업환경을 보전하기 위해 농산물의 생산, 수확 후 관리(농산물의 저장·세척·건조·선별·절단·조제·포장 등 포함) 및 유통의 각 단계에서 작물이 재배되는 농경지 및 농업용수 등의 농업환경과 농산물에 잔류할 수 있는 농약, 중금속, 잔류성 유기오염물질 또는 유해생물 등의 위해요소를 적절하게 관리하는 것을 말함

유럽, 미국, 칠레, 일본, 중국 등 주요 국가가 농산물우수관리(GAP)제도를 현재 시행 중이며 이에 따라, 우리나라도 농산물 안전성 강화를 위하여 농산물우수관리(GAP)제도를 2006년부터 본격 시행함

2. 대상 품목

식용(食用)을 목적으로 생산·관리하는 농산물(축산물은 제외)

HACCP은 수산물, 축산물 및 식품안전 관리 인증기준으로 수산물, 축산물, 식품업체 가공업이 대상이며, GAP은 식용 가능한 농산물이 대상임. 적용 대상이 식용 가능한 농산물을 생산하는 농가인 GAP과는 차이가 있음

3. 인증 절차

1. 개별생산농가 및 생산자단체 등은 우수관리인증농산물의 위해요소관리계획서, 사업운영계획서(생산자집단만 작성)와 기본교육 이수증 또는 이수 계획서를 구비하여 인증 신청서를 인증기관에 제출함



2. 인증기관은 접수 후 10일 이내에 심사원 편성, 일정확정, 심사대상 선정 등 심사계획을 수립하여 심사 일정을 통보함



3. 인증심사원은 접수 후 42일 이내에 농산물우수관리기준 적정성, 신청서 및 첨부서류 작성 적정성, 이력 추적 관리 여부 등의 사항들을 서류 및 현지방문하여 심사하고 심사 결과를 보고함



4. 인증 기관은 심사 결과 적합한 경우에는 인증 농가에 인증농산물 생산, 출하, 표지 및 표시사항을 표시하여 인증서를 교부하며 부적합 경우에는 부적합 사유를 통보함



5. 인증 기관은 전년도 말 기준으로 인증 건별로 연 1회 이상 인증농산물에 대해 생산 과정 조사를 실시하여 사후관리를 함

〈신청 시기〉

신청 대상 농산물이 인증 기준에 따라 생육 중인 농산물로, 최초 수확 예정일로부터 1개월 이전에 신청(동일한 재배 포장에서 인증 기준에 따라 생산 계획 중인 농림산물도 신청 가능)

동일 작물을 연속하여 2회 이상 수확하는 경우에는 생육 기간의 2/3가 경과되지 않은 경우에 신청

버섯류 및 새싹채소 등 연중 생산이 가능한 작물은 대상 농산물이 생육 중인 시기에 신청

4. 제출 서류

(1) 농산물우수관리인증 신청서

- 농산물 품질관리법 시행규칙 별지 제1호 서식

(2) 사업운영계획서(생산자집단만 작성)

- 농산물우수관리 인증 등에 관한 세부실시 요령 별지 제2호 서식

(3) 우수관리인증농산물의 위해요소관리계획서

- 농산물우수관리 인증 등에 관한 세부실시요령 별지 제1호 서식
- 유의 및 준수사항
 - 팀 구성원이 농산물우수관리(GAP)의 개념과 원칙, 절차 등과 각자의 역할에 대하여 충분히 이해하고 있어야 함
 - 농산물우수관리 인증품 생산계획 및 이용할 수확 후 관리시설을 기재함
 - 품목별 재배작기는 생육중인 농산물과 생육계획중인 농산물에 대하여 기재함
 - 발생가능한 위해요소를 충분히 도출하고, 발생원인을 구체적으로 기술하여야 하며 위해평가가 적절하게 이루어져야 함
 - 도출된 위해요소를 관리하기 위한 현실성 있는 예방조치 및 관리방법을 도출하여야 함
 - 중요관리점 결정도에 따라 중요관리점이 적절하게 결정되어야 함
 - 설정된 한계기준은 도출된 위해요소를 관리하기에 충분하여야 하며 점검 담당자가 설정된 한계기준을 잘 숙지하여야 함
 - 점검 방법은 한계기준을 충분히 관리할 수 있도록 설정되어야 함
 - 적절하게 문서 및 기록유지가 이루어져야 함

5. 취득 비용

GAP 인증을 취득하기 위해서는 신청 수수료 + 심사원 출장비 + 토양·수질·잔류농약 분석비를 인증신청서 접수 시 납부

| 항목 | 수수료(원) |
|------------------|--|
| 우수관리인증 신규(갱신) 신청 | 50,000원 (생산자단체 또는 조직의 경우 6농가 이상부터는 농가당 2,000원씩을 추가하되, 최고 40만 원을 초과할 수 없음) |
| 우수관리인증 유효기간 연장 | 30,000원 (생산자단체 또는 조직의 경우 6농가 이상부터는 농가당 1,000원씩을 추가하되, 최고 40만 원을 초과할 수 없음) |
| 우수관리인증 변경 신청 | 20,000원 (생산자단체 또는 조직의 경우 6농가 이상부터는 농가당 1,000원씩을 추가하되, 최고 40만 원을 초과할 수 없음) |

심사원 출장비(현장 심사 및 생산과정 조사에만 해당)

- 교통비: 「공무원 여비 규정」에 따른 5급 공무원 상당의 지급기준을 적용하여 인증기관에서 심사 대상 농가에 도착하는데 드는 교통비를 징수함
- 일비·식비·숙박비: 심사원 1인당 1일 2농가(생산자 단체 심사의 경우 사무국을 포함)를 심사하는 것을 원칙으로 하여 「공무원 여비 규정」에 따른 5급 공무원 상당의 지급기준을 적용하여 일비·식비·숙박비를 징수함
 - 「공무원여비규정」에 의한 5급 공무원 상당의 지급기준에 따라 인증신청서 접수 시 현금 또는 지로 등 인증기관의 장이 정하는 방법으로 수납하되, 반드시 소정의 영수증을 발급하여야 함
 - 서류심사 결과 부적합한 내용이 보완할 수 없는 사항일 경우 심사원 출장비는 신청자에게 반환함
 - 출장 기간은 인증심사에 소요되는 1일과 목적지까지 왕복에 소요되는 기간을 적용하되, 건당 농가 수가 많아 심사 기간이 더 소요되는 경우 실제 심사에 소요되는 일수 적용. 출장 인원은 2인 이하로 함

토양·수질·농산물의 안전성 검사비

해당 시료를 분석한 검사기관이 정한 분석 수수료로 함

(인증심사원이 필요하다고 판단하여 신청자의 동의를 받아 안전성 검사를 실시한 경우만 해당)

6. 인증 기관

국제적인 추세에 따라 민간 인증 기관을 통해 농산물우수관리 인증업무를 수행하도록 하고 있음

농림축산식품부장관으로부터 권한을 위임받은 국립농산물품질관리원장이 농산물우수관리 인증 업무를 원활히 수행하기 위해 인증에 필요한 조직과 인력, 시설, 업무규정을 갖춘 법인을 인증 기관으로 지정함

7. 위반자에 대한 조치

행정처분

① 시정명령 등의 처분 기준

인증농산물이 규격에 미달되거나 해당 표시품의 생산이 곤란하다고 인정하는 때 또는 표시방법을 위반하였을 때에는 시정명령, 판매의 금지, 표시의 정지 또는 인증·등록의 취소 등 필요한 처분을 할 수 있음

② 농산물우수관리인증의 취소 및 표시 정지에 관한 처분 기준

인증기관은 우수관리인증을 한 후 우수관리기준을 지키는지 조사·점검 등의 과정에서 다음 각 호의 사항이 확인되면 우수관리인증을 취소하거나 표시 정지를 할 수 있음

| 위반행위 | 위반 횟수별 처분기준 | | |
|---|-------------|----------|-------|
| | 1차 위반 | 2차 위반 | 3차 위반 |
| 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 우수관리인증을 받은 경우 | 인증취소 | - | - |
| 우수관리기준을 지키지 않은 경우 | 표시정지 1개월 | 표시정지 3개월 | 인증취소 |
| 전업, 폐업 등으로 우수관리인증농산물을 생산하기 어렵다고 판단되는 경우 | 인증취소 | - | - |

행정처분

① 과태료 부과

| 위반행위 | 과태료금액 | | |
|--|--------|--------|--------|
| | 1차 위반 | 2차 위반 | 3차 위반 |
| 농수산물 품질관리법 제13조제1항에 따른 수거·조사·열람 등을 거부·방해 또는 기피한 경우 | 100만 원 | 200만 원 | 300만 원 |
| 농수산물 품질관리법제31조제1항3호에 따른 표시방법에 대한 시정명령에 따르지 않은 경우 | 100만 원 | 200만 원 | 300만 원 |

부과권자는 위반행위의 정도, 위반 횟수, 위반행위의 동기와 그 결과 등을 고려하여 그 해당금액의 2분의 1의 범위에서 경감하거나 가중할 수 있음. 다만, 가중하는 경우에는 법 제123조제1항제1호에 따른 과태료 상한을 넘을 수 없음

② 벌칙

3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금(법 제119조)

- 제29조제1항을 위반하여 우수관리인증농산물이 아닌 농수산물에 우수관리인증농산물의 표시를 하거나 이와 비슷한 표시를 한 자
- 제29조제2항을 위반하여 다음에 해당하는 행위를 한 자 : 제6조제6항에 따라 우수관리인증의 표시를 한 농산물에 우수관리인증농산물이 아닌 농산물 또는 농산가공품을 혼합하여 판매하거나 혼합하여 판매할 목적으로 보관하거나 진열하는 행위

1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금(법 제120조)

- 제31조제2항에 따른 시정명령(제31조제1항제3호에 따른 표시방법에 대한 시정명령은 제외한다)이나 판매금지 조치에 따르지 아니한 자

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 선택)

1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해썬 또는 식품안전관리인증기준이라 함

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 하며, 국제적으로 인정받고 있는 위생관리체계임

한국에서는 식품의약품안전처 산하 공공기관인 한국식품안전관리인증원⁴⁾에서 진행하며, 아래 절차 등은 동 기관에서 제공하는 정보를 기초로 함

HACCP은 크게 식품, 축산물, 사료공장 분야로 나뉘며, 식품에 식품 제조·가공업이 포함됨. EU는 공통 식품 위생 규정을 운영하고 있으며, 해당 규정 제5조⁵⁾에서 EU 회원국이 아닌 제3국의 모든 식품제조업체는 HACCP의 원칙에 따라 제품 및 공정을 관리해야 한다고 명시하고 있음

2. 대상 품목

식품 및 축산물 안전관리인증기준 제4조에 따르면 이 기준은 「식품위생법」 및 같은 법 시행규칙, 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물 위생관리법」 및 같은 법 시행규칙에 따라 의무적으로 안전관리인증기준(HACCP)을 적용해야 하는 식품·축산물에 적용하며, 필요한 경우 그 이외의 영업장 또는 제품에 대해서도 적용할 수 있음. 다만 생산 식품이 해당 지역 내에서만 유통되는 도서지역의 영업자이거나 생산 식품을 모두 국외로 수출하는 영업자는 제외함

4) 한국식품안전관리인증원 <https://www.haccp.or.kr/>

5) (EC) No. 852/2004 제 5조 HACCP

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324>

- 1) 식품
 - 식품제조·가공업, 식품제조·가공업(운반급식), 식품제조·가공업(주류제조)
 - 즉석판매제조·가공업
 - 식품첨가물제조업
 - 건강기능식품제조업
 - 식품소분·판매업(식품소분업, 기타식품판매업)
 - 식품냉동·냉장업 등

- 2) 축산품
 - 식육포장처리업
 - 축산물가공·보관·운반·판매업
 - 가축사육업
 - 사료제조업 등

3. 인증 절차⁶⁾

1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성



2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성



3. 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험을 평가



4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA)을 파악



5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링

6) 식품제조업체 HACCP 적용절차
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5>

4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함

- HACCP 신청서
 - 식품인 경우 전품목 전업종 인증심사비용은 20만 원임
- 식품안전관리인증 계획서
 - 중요 관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선 조치 및 검증 방법을 기술한 자체계획서 등
- 영업등록증 사본
- 사업자등록등 사본
- 영업신고필증
 - 대표자, 업소명, 주소, 영업의 종류, 실제 운영 면적이 확인되어야 함
- HACCP 교육수료증
 - 경영인 과정(94시간 이상): 대표자
 - 종업원 과정(24시간 이상): 직원 중 1인
- 영업을 위해 필요한 서류
 - 일일 위생 점검기록, 위생교육 수료증 및 위생교육 기록
 - 종사자 건강검진 관련 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

한국의 HACCP은 식품, 축산물, 사료의 세 종류로 나뉘며 식품과 축산물은 식품의약품안전처에서, 사료의 경우 농림축산식품부에서 담당하여 관리하고 있음

- 식품의약품안전처: 식품의 원료 관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준임
- 농림축산식품부: 축산물의 원료관리, 처리·가공 및 유통의 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임

6. 의무 적용 대상

1) 개요

식품의약품안전처에 따르면 2021년 12월 1일부터 의무적용 식품이 확대됨. 기존에는 연매출액과 종업원 수에 따라 차등 적용해왔으나, 12월 1일부터는 매출 규모에 상관없이 의무 적용 대상 식품에 해당하면 반드시 적용하여야 함

2) 대상 식품

- 수산가공식품류의 어육가공품류 중 어묵·어육소시지
- 기타수산물가공품 중 냉동 어류·연체류·조미가공품
 - 어류·연체류: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 단순 절단, 가공하여 냉동한 식품(빵가루 입힘 포함)(절단하거나, 가공)
 - 조미가공품: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 하여 소스 등을 첨가, 조미하여 그대로 냉동하거나 가열·조리 등을 거쳐 냉동한 식품
- 냉동식품 중 피자류·만두류·면류
 - 냉동식품(면류): 생면, 숙면, 건 면을 냉동한 식품
- 과자류, 빵류 또는 떡류 중 과자·캔디류·빵류·떡류
- 빙과류 중 빙과
- 음료류(커피류는 제외한다)
- 레토르트식품
- 절임류 또는 조림류의 김치류 중 김치
 - 배추를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 이를 발효시킨 것이거나 발효시키지 아니한 것 또는 이를 가공한 것에 한.
- 코코아가공품 또는 초콜릿류 중 초콜릿류
- 면류 중 유당면 또는 곡분, 전분, 전분질원료 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수로서 생면·숙면·건면
 - 국수: 곡분 또는 전분, 전분질원료, 변성전분 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수
 - 냉면, 당면, 파스타, 수제비, 만두피, 분모자(중국 동북 지방의 당면)는 의무대상 아님
- 특수용도식품(특수영양식품, 특수의료용도식품)
- 즉석섭취·편의식품류 중 즉석섭취식품
- 즉석섭취·편의식품류의 즉석조리식품 중 순대
 - 소나 돼지의 창자에 여러 가지 재료를 소로 넣어 삶거나 찐 제품(순대국, 순대볶음 제품에 들어가는 순대를 직접 제조하는 경우 의무적용에 해당)
- 식품 제조·가공업의 영업소 중 전년도 총 매출액이 100억원 이상인 영업소에서 제조·가공하는 식품

3) 유예 기간

식품의약품안전처는 식품안전관리인증(HACCP) 의무 적용 시행 시기를 2020년 12월 1일부터 2021년 12월 1일까지 1년 유예함. 다만, 의무 대상 식품 제조·가공업체로서 2020년 12월 1일부터 영업을 신규로 등록하려는 경우에는 사전에 반드시 인증을 받아야 함

4) 행정처분

HACCP 인증 의무 적용 대상임에도 불구하고 인증을 받지 않고 제품을 생산할 경우 1차 영업정지 7일, 2차 영업정지 15일, 3차 영업정지 1개월에 해당하는 행정처분을 받게 됨

03 라벨링

신선 농산물 라벨링 규정 및 표기사항

라벨링 기재 사항을 영어로 작성하여 부착함. 품목별 라벨링 요건에는 일부 차이가 있을 수 있음. 신선 농산물의 기본적인 라벨링 기재 사항은 다음과 같음. 생산자 이름 및 주소, 제품 설명, 수출 및 포장일자 등을 기재해야 함



표 24

싱가포르 신선 농산물 기본적인 라벨링 기재 사항

| 구분 | 설명 |
|--------|---|
| 신선 농산물 | <ul style="list-style-type: none"> - 생산자 이름 및 주소 - 제품 설명 - 수출 및 포장일자 |
| 가공 식품 | <ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 제품 설명 - 제조업체 혹은 수입업체의 이름 및 주소 - 순중량, 구성성분, 원산지 - 유통기한 등 |

자료: 싱가포르 식품청(www.sfa.gov.sg)



표 25

싱가포르 신선 농산물 라벨링 적용 규제 및 기본 표기사항

| 구분 | 설명 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|---|------|---|-----|--|-------|---|---------|--|----|--|---------|--|-----|--|------|---|------|--|--------|---|---------|---|------|--|----|
| 적용 규제 | 싱가포르 법령, 「식품 판매법(Sale of Food Act)」, 2020 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 라벨 표기사항 (항목) | <ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 원료 정보 - 알레르기 정보 - 용량(순중량) - 제조업체 정보 - 원산지 - 유통기한 - 사용방법 - 식품이 포함하고 있는 특정 감미료 - 특별한 목적을 지닌 식품 라벨(저열량, 무가당 등) - 영양정보 - 특정 카테고리 식품에 대한 라벨링 - 특정 원료에 대한 정보 표기 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <tbody> <tr> <td>표기언어</td> <td>*영어로 표기할 것 *제품명 혹은 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것 *제품 포장의 눈에 잘 띄는 위치에 인쇄하거나 부착할 것</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>*제품의 일반명 혹은 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며, 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것</td> </tr> <tr> <td>원료 정보</td> <td>*모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것 *혼합 원료인 경우, 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것</td> </tr> <tr> <td>알레르기 정보</td> <td>*알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것 *글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 어류 및 어류 제품, 땅콩, 콩, 호두 제품 등</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>*순중량으로 표기할 것 *소포장 상품 패키지가인 경우 수량x소포장 중량으로 표기할 것 *최소 수량 기준 혹은 평균 수량 기준으로 작성할 것 *액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>제조업체 정보</td> <td>*제조업체, 생산자 혹은 수입업자의 이름과 주소를 표기할 것 *수입 제품의 경우, 현지 수입업자, 유통업자 혹은 대행사의 이름과 주소를 필수적으로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>*수입 식품에 대한 원산지 표기는 필수 *도시, 군, 구와 같은 행정 단위 표기는 불가함</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>*유통기한은 반드시 지워지거나 오염되는 등의 훼손되지 않는 형태로 표시되어야 하며, 최소 3mm 이상의 크기로 표시할 것</td> </tr> <tr> <td>사용방법</td> <td>*'사용방법' 혹은 '조리법'이라는 표기와 함께 제공하며, 특정 원료가 포함되어 있음을 알리는 경우 그림으로 표시할 것</td> </tr> <tr> <td>감미료 표기</td> <td>*아세설팜-K, 사카린 등의 특정 감미료를 포함하고 있는 제품의 경우, 최대 섭취 허용량에 대한 정보를 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>특정용도 식품</td> <td>*저칼로리, 당뇨병 식품 등 특정 목적을 위한 식품의 경우, 해당하는 목적을 명확하게 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>영양정보</td> <td>*열량, 나트륨, 단백질, 아미노산, 탄수화물, 전분, 당, 지방, 산화지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민 혹은 무기질, 기타 영양성분 등</td> </tr> <tr> <td>기타</td> <td>*방사능 조사 식품, 홀그레인(Whole grain), 우유, 와인 등의 제품은 각 해당 식품별로 별도로 요구되는 사항을 지킬 것 *건강 기능성의 경우, 법률이 정하는 바에 따라서 작성할 것</td> </tr> </tbody> </table> | 표기언어 | *영어로 표기할 것 *제품명 혹은 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것 *제품 포장의 눈에 잘 띄는 위치에 인쇄하거나 부착할 것 | 제품명 | *제품의 일반명 혹은 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며, 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것 | 원료 정보 | *모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것 *혼합 원료인 경우, 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것 | 알레르기 정보 | *알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것 *글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 어류 및 어류 제품, 땅콩, 콩, 호두 제품 등 | 용량 | *순중량으로 표기할 것 *소포장 상품 패키지가인 경우 수량x소포장 중량으로 표기할 것 *최소 수량 기준 혹은 평균 수량 기준으로 작성할 것 *액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기할 것 | 제조업체 정보 | *제조업체, 생산자 혹은 수입업자의 이름과 주소를 표기할 것 *수입 제품의 경우, 현지 수입업자, 유통업자 혹은 대행사의 이름과 주소를 필수적으로 표기할 것 | 원산지 | *수입 식품에 대한 원산지 표기는 필수 *도시, 군, 구와 같은 행정 단위 표기는 불가함 | 유통기한 | *유통기한은 반드시 지워지거나 오염되는 등의 훼손되지 않는 형태로 표시되어야 하며, 최소 3mm 이상의 크기로 표시할 것 | 사용방법 | *'사용방법' 혹은 '조리법'이라는 표기와 함께 제공하며, 특정 원료가 포함되어 있음을 알리는 경우 그림으로 표시할 것 | 감미료 표기 | *아세설팜-K, 사카린 등의 특정 감미료를 포함하고 있는 제품의 경우, 최대 섭취 허용량에 대한 정보를 표기할 것 | 특정용도 식품 | *저칼로리, 당뇨병 식품 등 특정 목적을 위한 식품의 경우, 해당하는 목적을 명확하게 표기할 것 | 영양정보 | *열량, 나트륨, 단백질, 아미노산, 탄수화물, 전분, 당, 지방, 산화지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민 혹은 무기질, 기타 영양성분 등 | 기타 |
| 표기언어 | *영어로 표기할 것 *제품명 혹은 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것 *제품 포장의 눈에 잘 띄는 위치에 인쇄하거나 부착할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 제품명 | *제품의 일반명 혹은 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며, 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 원료 정보 | *모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것 *혼합 원료인 경우, 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 알레르기 정보 | *알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것 *글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 어류 및 어류 제품, 땅콩, 콩, 호두 제품 등 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 용량 | *순중량으로 표기할 것 *소포장 상품 패키지가인 경우 수량x소포장 중량으로 표기할 것 *최소 수량 기준 혹은 평균 수량 기준으로 작성할 것 *액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 제조업체 정보 | *제조업체, 생산자 혹은 수입업자의 이름과 주소를 표기할 것 *수입 제품의 경우, 현지 수입업자, 유통업자 혹은 대행사의 이름과 주소를 필수적으로 표기할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 원산지 | *수입 식품에 대한 원산지 표기는 필수 *도시, 군, 구와 같은 행정 단위 표기는 불가함 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 유통기한 | *유통기한은 반드시 지워지거나 오염되는 등의 훼손되지 않는 형태로 표시되어야 하며, 최소 3mm 이상의 크기로 표시할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 사용방법 | *'사용방법' 혹은 '조리법'이라는 표기와 함께 제공하며, 특정 원료가 포함되어 있음을 알리는 경우 그림으로 표시할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 감미료 표기 | *아세설팜-K, 사카린 등의 특정 감미료를 포함하고 있는 제품의 경우, 최대 섭취 허용량에 대한 정보를 표기할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 특정용도 식품 | *저칼로리, 당뇨병 식품 등 특정 목적을 위한 식품의 경우, 해당하는 목적을 명확하게 표기할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 영양정보 | *열량, 나트륨, 단백질, 아미노산, 탄수화물, 전분, 당, 지방, 산화지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민 혹은 무기질, 기타 영양성분 등 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 기타 | *방사능 조사 식품, 홀그레인(Whole grain), 우유, 와인 등의 제품은 각 해당 식품별로 별도로 요구되는 사항을 지킬 것 *건강 기능성의 경우, 법률이 정하는 바에 따라서 작성할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 세부 내용 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

자료: 싱가포르 법률정보시스템(SSO)

04 농약 잔류물 규정

잔류 농약 허용치

싱가포르로 신선 농산물을 수출하는 경우, 싱가포르 내 규정하고 있는 농약 잔류물 규정을 필수적으로 준수해야 함. 농약 잔류물 관련 규정은 싱가포르 식품 규정(Food Regulation)의 부록 9 농약 잔류물에 대한 기준 규정을 통해서 확인이 가능함

- 특히, 싱가포르 식품청이 2020년 발표한 2019년 수입 채소 및 과일 대상 샘플링 결과에 따르면 13%에 해당하는 제품에서 잔류농약 혹은 미생물이 허용기준치를 초과해서 검출되어 수입이 거부되었는데, 관련하여 한국 기업의 사례는 없었으나 싱가포르 현지 시장 진출 시 이에 대한 사전 확인이 필요함

신선 감귤의 싱가포르 잔류농약 허용 기준치는 다음과 같음

- 하기 표의 예시는 10개의 성분명과 최대 허용량(ppm)을 예시로 든 것이며, 자세한 사항은 농식품 안전안심 서비스(Safe Q) 홈페이지를 통해서 확인이 가능함

 표 26 싱가포르 신선 감귤 잔류농약 허용 기준

| 성분명 | 영문 | 최대 허용량(ppm) |
|--------|--|-------------|
| 아세페이트 | Acephate | 5 |
| 알디카브 | Aldicarb | 0.2 |
| 아트라진 | Atrazine | 0.1 |
| 아진포스메틸 | Azinphos-methyl | 2 |
| 베노밀 | Benomyl (determined as the sum of benomyl, carbendazim, and 2-aminobenzimidazole and expressed as carbendazim) | 10 |
| 브로마실 | Bromacil | 0.04 |
| 캡탄 | Captan | 15 |
| 카바릴 | Carbaryl | 7 |
| 카벤다짐 | Carbendazim | 10 |

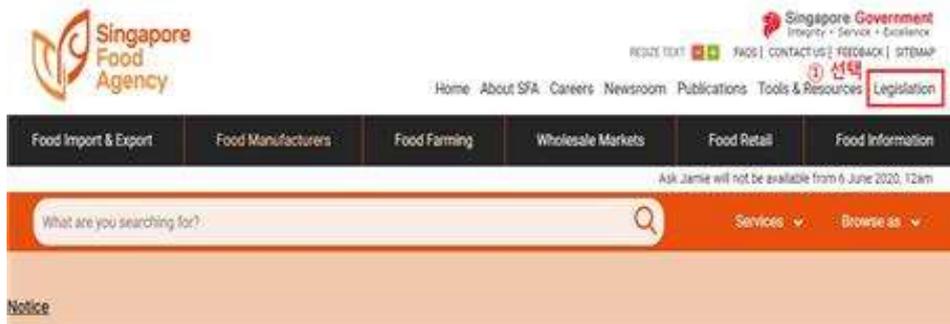
자료: 싱가포르 식품청(SFA)

잔류 농약 허용치 검색 방법

- 농식품 안전안심 서비스(Safe Q) 홈페이지에서는 수출농산물 안전성정보를 제공하고 있음
- 해당 사이트 내에서, 잔류허용기준을 관리하고 있는 국가별 사이트로 해당 배너를 클릭하면 농약별, 식품별로 잔류농약 허용기준을 조회할 수 있음
 - 관련 내용 URL 주소: <https://www.naqs.go.kr/safeq/info/marPermissioni.do>

싱가포르 잔류허용기준 검색 방법은 다음과 같음

- ① 주소창에 URL(www.sfa.gov.sg) 입력
- ② 메인 화면에 순서대로 ① → ② → ③을 선택하여 Food Regulations(식품판매법 식품규정) 파일을 다운로드



③ 다운로드한 PDF 파일에서 “NINTH SCHEDULE FOOD WITH MAXIMUM AMOUNTS OF PESTICIDES”를 검색해서 설정된 기준을 확인

p. 178 2005 Ed.] Food Regulations [CAP. 283, Rg 1

EIGHTH SCHEDULE — continued

¹⁴ *Klebsiella pneumoniae* - former name *Klebsiella aerogenes*.
¹⁵ *Salmonella enteritidis* (EC 3.4.21.14) (includes *serovar* EC 3.4.21.63) and *subsp.* EC 3.4.21.62).
¹⁶ *Streptococcus lactis* - former name *Streptococcus lactis*.

[S 59/2019 wef 01/02/2019]
 [S 152/2017 wef 01/04/2017]
 [S 816/2014 wef 15/12/2014]
 [S 493/2013 wef 01/08/2013]
 [S 444/2012 wef 03/09/2012]
 [S 195/2011 wef 15/04/2011]

NINTH SCHEDULE

Regulation 30(2) and (5)

FOOD WITH MAXIMUM AMOUNTS OF PESTICIDES

| Column 1 Substance | Column 2 Maximum residue limit (ppm) | Column 3 Type of food |
|-----------------------|---|--|
| Acephate | 10 | lettuce |
| | 5 | tomatoes, cottonseeds, broccoli, cabbages, cauliflowers, kale, Brussels sprouts, citrus fruits |
| | 1 | soya beans |
| | 0.5 | potatoes |
| | 0.2 | eggs, edible offal, fat of meat, meat |
| | 0.1 | milk, nuts |
| Acifluorfen | 0.1 | seed and pod vegetables, rice grain |
| | 0.5 | nuts |
| | 0.02 | milk, meat, eggs |
| Alachlor | 0.01 | wheat, barley, maize, seed and pod vegetables, cabbages, cauliflowers, nuts |
| | 0.001 | meat, milk |

Informal Consolidation – version in force from 3/4/2020

CAP. 283, Rg 1] Food Regulations [2005 Ed. p. 179

NINTH SCHEDULE — continued

| | | |
|--|------|---|
| Aldicarb | 0.5 | potatoes |
| | 0.2 | strawberries, citrus fruits |
| | 0.1 | coffee beans |
| | 0.05 | cottonseed, maize, onions, nuts |
| | 0.02 | sugar-cane, cereal grain, soya beans |
| Aluminium phosphide | 0.01 | meat |
| | 0.1 | cereal grain, nuts, coffee beans |
| Amitraz | 0.1 | meat, milk and milk products |
| Asulam | 0.4 | potatoes |
| | 0.1 | sugar-cane, hops, meat, milk |
| Atrazine | 0.1 | citrus fruits, grapes, maize, pineapples, sorghum, sugar-cane, sweet corn |
| | 0.01 | potatoes |
| Azinphos-methyl | 4 | kiwi fruit (whole fruit), grapes, peaches |
| | 2 | apricot, citrus fruits, celery |
| | 1 | fruits (except as otherwise listed), broccoli, Brussels sprouts |
| | 0.5 | vegetables (except as otherwise listed) |
| | 0.4 | kiwi fruits (in edible part) |
| Azocyclotin (the total residue arising from the use of azocyclotin and/or cyhexatin) | 0.2 | cereal grains, cottonseeds, potatoes, sunflower seed, soya beans (dry) |
| | 2 | peaches, grapes, apples, strawberries |
| | 0.2 | beans |
| | 0.1 | egg-plants |

Informal Consolidation – version in force from 3/4/2020

V

시사점



01 수출 확대 방안

시장 여건

싱가포르의 신선 과일 시장은 최근 5년 동안(2018~2022년) 정체되어 있음. 싱가포르의 경우 아주 소량을 제외하고는 거의 전량을 수입에 의존하기 때문에 매력적인 시장인 것은 사실이나 이미 포화 상태인 것으로 파악됨. 감귤류 시장 역시 최근 5년 동안(2018~2022년) 연평균 성장률 -0.1%를 기록하여 정체 상태를 보이고 있음

즉, 싱가포르의 신선 과일 시장 및 감귤 시장은 규모 측면에서 성장 없이 유지될 것으로 보이므로, 시장 성장에 따른 수출 여건 개선은 기대하기 어려움

다행스럽게도 한국으로부터의 신선 감귤 수입 규모는 동 기간 연평균 41.2% 성장하여 한국 감귤에 대한 소비자 만족도(신뢰)가 매우 상승하고 있는 것으로 판단됨

수출 가능성 진단 및 전략

감귤을 오렌지의 대체품으로 생각하는 소비자는 많지 않을 것으로 판단됨. 이미 한국, 중국, 스페인 등에서 수입한 다양한 신선 감귤이 유통되고 있기 때문에, 이러한 상품들이 한국 감귤의 대체품이자 경쟁 상품임

이러한 신선 과일은 수입 국가별 상품 간에는 다소 차이가 존재할 수 있으나, 한 국가에서 생산되는 경우 품종이 다르지 않는 한 차별성을 두기 어려움. 따라서 한국 감귤을 수출하는 업체 간 협력이 필요함

지원 기업이 각 농가에서 생산된 감귤을 모아서 수출 카운터 파트너로 역할을 하는 것은 매우 적절한 전략으로 보이며, 이러한 방식을 통해서 규모의 경제를 달성하고 가격 경쟁력을 높일 수 있다고 판단함

앞선, 조사 내용에 따르면 싱가포르에서 유통되는 신선 감귤 중 한국의 K브랜드와 J 브랜드의 가격 차이가 거의 두 배 가까이 나는 것을 알 수 있음. 한국 감귤 상품 또는 브랜드 간에 제 살 깎아 먹기 경쟁을 피하기 위해서는 수출 농업법인 또는 연합체 간 사전 협력을 통해 이러한 가격 차이를 좁혀야 하며, 기타 수입국의 감귤 대비 경쟁력을 높이는 방안을 모색해야 함

위에서 언급한 바와 같이, 싱가포르의 도시국가 수준의 규모와 신선 과일의 특성을 고려했을 때 온라인 채널보다는 오프라인 유통채널이 주요 공략 대상으로 판단됨. 오프라인 식품시장 규모를 살펴보면, 2020년 유통 채널 중 슈퍼마켓 비중이 53.0%를 차지하고 매출액 역시 유일하게 증가세를 보여, 양극화 현상이 나타나는 것을 확인 할 수 있음

따라서 유통채널을 다변화하기보다는 싱가포르 주요 슈퍼마켓 브랜드인 FairPrice, Shengsiang을 타깃으로 유통시키는 것이 가장 효율적, 효과적일 것으로 판단됨

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. Statista
4. 농식품수출정보(KATI)
5. fairprice.com.sg
6. 7-eleven.com.sg
7. cheers.com.sg
8. haomart.com.sg
9. corporate.shengsing.com.sg
10. giant.sg
11. qoo10.sg
12. lazada.sg
13. www.marketplacebyjasons.com
14. coldstorage.com.sg
15. www.solmart.com.sg
16. www.dondondonki.com/sg
17. sg.scoopwholefoods.com
18. www.supernature.com.sg
19. www.amazon.sg
20. shopee.sg

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023. 02

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락 하여 주시기 바랍니다.