



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202007-14

품목 | 커피(Coffee)

국가 | 싱가포르(Singapore)

구분 | 시장분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤형조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 싱가포르 커피 시장규모	13
2. 싱가포르 커피 수출입 시장규모	14
3. 싱가포르 커피 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 싱가포르 소비자, 전반적으로 약한 산미 선호	22
2. 드립 커피, 디카페인 제품 강세 보여	23
3. 스페셜티 커피, 일반 커피 대비 고급스러운 인식	24
4. 싱가포르 소비자, 스페셜티 커피에서도 약한 산미 선호	25
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 싱가포르 커피 유통구조	27
2. 싱가포르 커피 주요 유통업체	28
3. 싱가포르 커피 B2C 소매채널	30
4. 싱가포르 커피 B2B 도매채널	48

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 싱가포르 커피 인증 취득	53
2. 싱가포르 커피 사전 절차	56
3. 싱가포르 커피 라벨 심의	57
4. 싱가포르 커피 서류 준비	62
5. 싱가포르 커피 세금 납부	63
6. 싱가포르 커피 검역 심사 절차	64
7. 수출 대상국가(싱가포르) 관련 규제 정보	65

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 나일론커피로스터스(Nylon Coffee Roasters)	67
Interview ② 스미튼스페셜티커피앤티(Smitten Specialty Coffee & Tea)	69
Interview ③ 싱가포르커피서비스(Singapore Coffee Service Pte. Ltd.)	71
Interview ④ 커먼맨커피로스터스(Common Man Coffee Roasters)	72
Interview ⑤ 램여스페셜티커피(Lam Yeo Specialty Coffee)	74

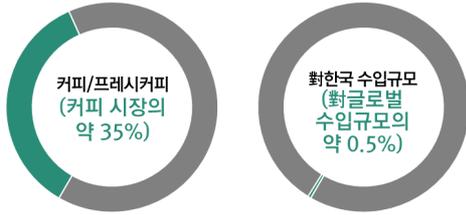
VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고 문헌	79
---------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 주요 분석



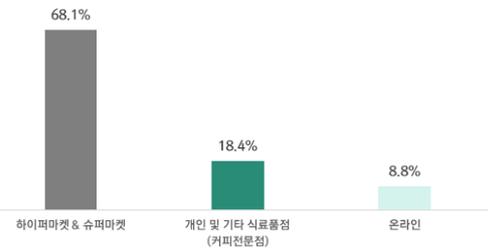
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	커피	1,316억 원	스페셜티 커피를 찾는 소비자는 한정적임 - 드립백 커피는 대중적이지 않으나 시장 잠재력 있음
	프리패키지 커피	464억 원	
커피 수입규모	글로벌	372억 원	
	한국	4억 5,000만 원	
소비 시장규모	카페/바 매장 수	2,365개	
	카페/바 시장규모	2조 1,000억 원	

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



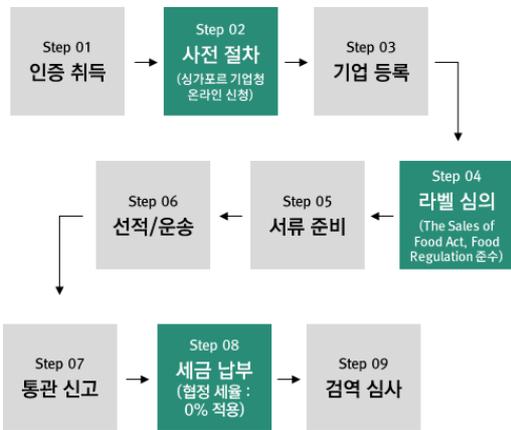
		연관 키워드 순위/건	전문가 인터뷰
커피 구매요인	맛	1st / 3,524건	싱가포르 소비자들은 커피 소비 시 '간편함'을 중요시 - 일년 내내 더운 날씨로 차가운 커피 선호 - 개인 소비자는 드립백 커피에 대한 수요가 적음
	산미	3rd / 1,174건	
드립 커피 선호요인	에스프레소	1st / 97건	
	디카페인	3rd / 81건	
스페셜티 커피 인지도	부드러운	1st / 148건	
	산미	3rd / 123건	

▶ 유통 채널



		시장 점유율	전문가 인터뷰
하이퍼마켓 & 슈퍼마켓		68.1%	커피전문점 및 식당으로 먼저 유통해 소비자 반응 먼저 살피고 다른 유통채널로 확대 - 코로나19로 인한 영향으로 온라인 판매가 효과적
개인 및 기타 식료품점 (커피전문점)		18.4%	
온라인		8.8%	

▶ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	필수인증 없음	HACCP, GMP, ISO 등의 인증 취득 시 통관 수월 - 무슬림 인구 위한 할랄 인증이나 채식주의자 인구 위한 비건 관련 인증 추천
	선택	HACCP, ISO 22000, GMP 등	
사전절차	필수	싱가포르 기업창업체 사전 등록	
	신청 방법	온라인 신청	
라벨 표기사항		The Sale of Food Act, Food Regulations 준수	
서류 준비사항		수입신고서 등 6건	
세금납부	기본 세율	20%	
	협정 세율	0%	
	판매세	최대 7%	

- ▶Point 01. 싱가포르 소비자들은 커피 구매 시 '간편함'을 중요하게 생각함
- ▶Point 02. 싱가포르 수출 시 커피에 적용되는 라벨 표기 규제가 별도로 존재함
- ▶Point 03. 싱가포르 수출 시 강제 인증은 없으나 HACCP 등 식품안전인증 취득 시 통관이 수월함

Market Size

(시장규모)

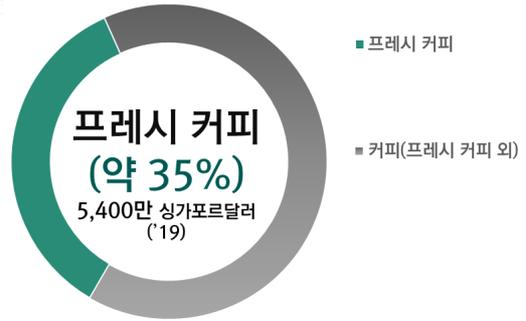
싱가포르 (Singapore)

커피 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(분쇄된 커피)

- 싱가포르 커피(Coffee) 시장규모¹⁾
..... 1억 5,300만 싱가포르달러 ('19)
- 싱가포르 프레스시 커피(Fresh Coffee)²⁾ 시장규모
..... **5,400만 싱가포르달러 ('19)**

(*) Euromonitor International

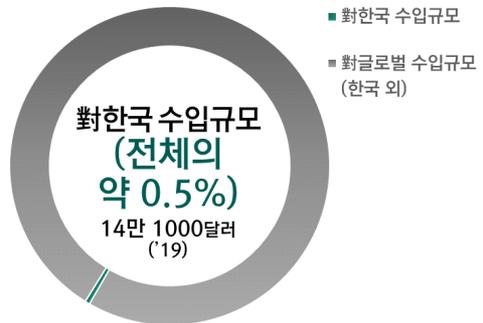


커피 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(커피)

- HS 0901.21³⁾ '커피, 커피의 껍데기와 껍질'
싱가포르 對 글로벌 수입규모
..... 3,106만 1,000달러 ('19)
- HS 0901.21 '커피, 커피의 껍데기와 껍질'
싱가포르 對 한국 수입규모
..... **14만 1,000달러 ('19)**

(*) International Trade Centre



커피 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '커피'는 분쇄 커피를 원료로 하는 드립백 형태의 커피 제품임. 이에, 조사 제품의 잠재 유통채널과 시장 규모 확인을 위해 '싱가포르 유형별 음식점 매장 수'와 '싱가포르 유형별 음식점 시장규모'를 조사함

① 싱가포르 유형별 음식점 매장 수 ('18)

전체	2만 8,088개(100%)
노점상/키오스크	2만 2,384개(80%)
카페/바	2,365개(8%)
풀서비스 식당	1,734개(6%)
일부서비스 식당	1,598개(6%)
셀프서비스 카페테리아	7개(0%)

③ 싱가포르 유형별 음식점 시장규모 ('18)

전체	83억 싱가포르달러(100%)
노점상/키오스크	22억 싱가포르달러(27%)
카페/바	24억 싱가포르달러(28%)
풀서비스 식당	21억 싱가포르달러(26%)
일부서비스 식당	15억 싱가포르달러(18%)
셀프서비스 카페테리아	1억 싱가포르달러(1%)

(*)DBS

1) 커피: 프레스시 커피와 인스턴트 커피를 지칭함

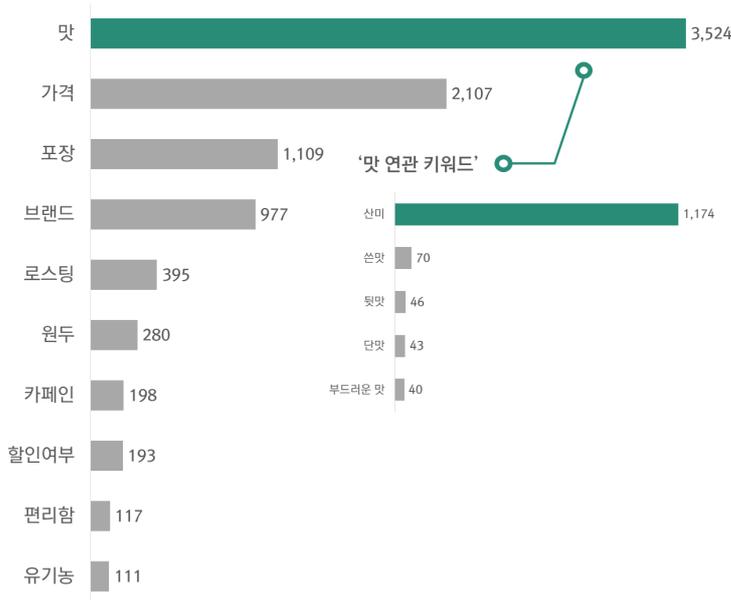
2) 프레스시 커피: 프레스시 그라운드 커피와 프레스시 커피 원두를 지칭함. '로스트&그라운드' 커피라고도 지칭함. 인스턴트 커피와 녹는 커피를 제외함. 해당 제품은 '티백형태의 커피'이므로 프레스시 커피 중 인스턴트/가용성 커피를 제외한 '프레스시 커피' 카테고리 분류함

3) HS CODE 0901.21 : 커피, 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물 중 카페인을 제거하지 않은 것

Market Trend

(시장 트렌드)

싱가포르 (Singapore) 커피 소비실태 분석 결과



■ 싱가포르 커피 특징 '구매요소로 맛 중요'

맛 중에서도 산미에 대해 중요시
약한 산미 제품 전반적으로 선호
(건강상의 문제, 기호도 영향)

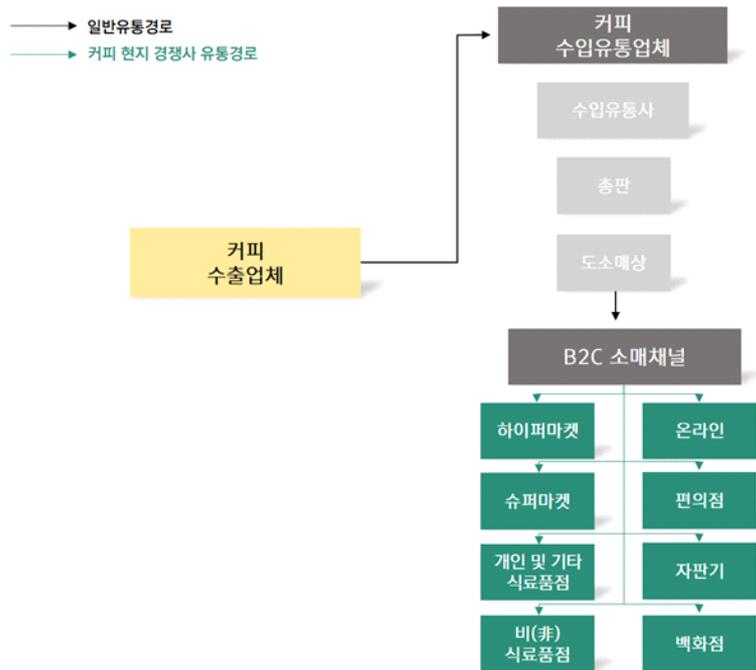


■ 싱가포르 드립 커피 및 스페셜 =티 커피 소비 트렌드

①	②	③
<p>드립 커피 디카페인 인기</p> <p>'일리(Illy) 디카페인 드립커피 인기' '드립 커피 에스프레소 진한 맛 기대'</p>	<p>스페셜티 커피 고급 컨셉</p> <p>'일반 커피 - 저렴·편의성 강조' '스페셜티 커피 - 프리미엄·유기농 강조'</p>	<p>스페셜티 커피, 약한 산미 선호</p> <p>'싱가포르, 약한 산미 커피 선호' '일부 비싼 스페셜티 커피 불만'</p>

Distribution Channel

(유통채널)



싱가포르(Singapore) 커피 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾	주요 채널 ⁵⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	68.1%	페어프라이스(FairPrice), 생시옹(Sheng Siong), 콜드스토리지(Cold Storage), 자이언트(Giant), 프라이머슈퍼마켓(Prime Supermarket)
	개인 및 기타 식료품점 (커피전문점) ⁶⁾⁷⁾	18.4%	더커피로스터(The Coffee Roaster), 피피피커피(PPP Coffee), 파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo), 더막스커피(The Maks Coffee)
	온라인	8.8%	아마존(Amazon), 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)
	편의점	2.7%	세븐일레븐(7-eleven), 치얼스(Cheers)
	자판기	1.2%	코카콜라(Coca-Cola)
	백화점	0.4%	타카시마야(Takashimaya), 무스타파(Mustafa)
B2B 도매 채널	비(非) 식료품점 ⁸⁾	0.4%	창이국제공항(Changi Airport), 싱가포르에어라인(Singapore Airlines)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

4) 2019년 기준, 싱가포르 내 커피(Coffee)의 유통채널 점유율임

5) 채널 분류에 따른 싱가포르 채널로 현지 외 외국계 기업도 포함됨

6) 개인 및 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 식료품점과 키오스크를 포함함

7) 본 보고서에서는 개인 및 기타 식료품점을 커피 전문점으로 조사함

8) 본 보고서에서는 비(非) 식료품점을 '창이국제공항' 및 '싱가포르에어라인' 입점 정보로 대체함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 커피 제품 강제 인증 無 - 싱가포르 식품청의 심사에 따름 - 싱가포르 유기농 인증 규정 준수 필요 	(*) 싱가포르 식품청 - 문의처 : www.sfa.gov.sg
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 사전 심사 불필요 • 식품 수입 업체 등록 필요 	(*) 싱가포르 기업청 - 문의처 : www.acra.gov.sg
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨 표기사항 - 싱가포르 라벨 규정 준수 의무 	(*) 싱가포르 식품청 - The Sale of Food Act, Food Regulations - 문의처 : www.sfa.gov.sg (*) 싱가포르 법률정보시스템 - 문의처 : sso.agc.gov.sg
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> • 필요 서류 - 일반 서류 - 원산지증명서 	(*) 싱가포르 식품청 - 문의처 : www.sfa.gov.sg (*) 싱가포르 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.sg
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 신고 - 전자통관시스템으로 진행 	(*) 싱가포르 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.sg (*) 싱가포르 식품청 - 문의처 : www.sfa.gov.sg
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • HS-CODE 0901.21-20 사용 • 관세율 0% • 부가가치세 7% 	(*) 싱가포르 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.sg
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사 및 검사 진행 - 서류 심사 진행 후 제품에 따라 싱가포르 식품청을 통한 검역 진행 	(*) 싱가포르 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.sg (*) 싱가포르 식품청 - 문의처 : www.sfa.gov.sg

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Promotion



- 인터뷰 기업 : 나일론커피로스터스
(Nylon Coffee Roasters)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Bingwen
(Product Manager)

스페셜티 커피, 소수의 커피 매니아 층이 선호

스페셜티 커피는 스페셜티커피협회에서 정한 기준 및 등급이 있으며 품질 기준에 의해 엄격히 관리됩니다. 그렇기 때문에 스페셜티 커피는 일반 커피보다 가격이 높습니다. 스페셜티 커피는 금전적, 시간적 여유가 있는 소수의 커피 매니아가 주로 구매합니다.

브랜드 인지도를 먼저 높이는 것이 효과적

싱가포르로 처음 커피 제품을 수출하고자 한다면, 인플루언서 마케팅을 통해 브랜드 인지도를 먼저 높이는 방법이 효과적입니다. 만약 젊은 층을 겨냥한다면 이벤트 형식으로 싱가포르 내 유명 카페와 협업하여 캐릭터 등을 이용한 테마샵을 여는 것도 하나의 방법입니다.

Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 스미튼스페셜티커피앤티
(Smitten Specialty Coffee & Tea)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Timothy
(Manager)

싱가포르에서는 차가운 커피 및 음료를 테이크아웃 하여 마시는 편

싱가포르에서 커피 및 음료는 대부분 카페에서 테이크아웃 하여 마십니다. 연중 따뜻한 싱가포르 날씨로 인해 사람들은 간편하게 빨리 마실 수 있는 음료를 선호하여 대부분 차가운 음료를 마시는 편입니다.

드립백 커피는 주로 카페 및 호텔에서 사용

싱가포르에서 드립백 커피는 주로 호텔이나 고급 카페 등에서 사용할 뿐 소비자들이 직접 드립백 커피 제품을 구매하지는 않습니다. 호텔 및 카페에서도 드립백 커피를 직접 소비자에게 바로 제공하기 보다는 드립백으로 커피를 우려낸 후 완성된 커피를 제공하는 방식을 사용합니다.

Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 싱가포르커피서비스
(Singapore Coffee Service
Pte. Ltd)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Edward
(Sales Department)

싱가포르에서는 커피 구매 시 간편함을 중시

싱가포르 소비자들은 커피 구매 시 간편함을 제일 중시합니다. 소비자들은 카페, 티하우스, 호텔 등에서 커피를 구매하는 것을 가장 선호하며, 직접 타먹는 커피 제품을 구매할 때에도 편리하고 빠르게 먹을 수 있는 인스턴트 커피 믹스 제품을 주로 구매합니다.

직접 추출해야 하는 드립백 커피는 잘 구매하지 않는 편

대부분의 소비자들은 바로 마실 수 있는 커피를 구매하기 때문에 직접 시간을 들여 추출해 먹어야 하는 드립백 커피는 잘 구매하지 않으며 드립백 커피는 주로 고급 호텔에서 사용됩니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Promotion and Certification



- 인터뷰 기업 : 커먼맨커피로스터스
(Common Man Coffee Roasters)
도·소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kristo
(Manager)

커피 판매에 있어 광고는 매우 중요

소비자들은 기분에 따라 오늘 마실 커피 및 음료 메뉴를 결정하기 때문에 TV 광고, 옥외광고, 신문광고 등은 소비자들의 음료 구매에 있어 매우 중요한 요소입니다. 소비가 쉬운 만큼 대체제도 많기 때문에 특하나 음료 제품에서는 광고가 필수적입니다.

식품안전인증 및 비건·할랄 인증은 수출 및 유통에 효과적

싱가포르로 커피 수출을 희망하는 업체는 HACCP, GMP, ISO 등의 식품안전인증을 받는 것이 효과적입니다. 또한 비건 인증 및 할랄 인증이 필수는 아니지만 해당 인증 취득 시, 소비자의 선호를 얻을 수 있고 판매 마케팅 시 유리하게 작용될 수 있습니다.

Market Consumer and Demand



- 인터뷰 기업 : 램어스페셜티커피
(Lam Yeo Specialty Coffee)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Michael
(Sales Department)

스페셜티 커피의 주 소비자는 40대 이상

대부분의 카페는 학교 및 회사 근처에 위치하고 있으며 커피의 주 소비자는 2-30대 학생 및 직장인입니다. 그러나 스페셜티 커피의 경우, 일반 커피에 비해 가격대가 높고 더 고급스러운 커피라는 인식이 있어 소수의 카페에서만 판매하고 있으며 주로 40대 이상의 소비자들이 많습니다.

드립백 커피, 잠재력이 있는 시장

드립백 커피는 잠재력이 있는 시장이며 드립커피의 대중화에 도움 될 것이라 예상합니다. 드립백 커피는 다른 커피머신 및 도구의 도움 없이 간단하게 우려먹을 수 있기 때문에 스페셜티를 간단하게 마시고 싶어 하는 소비자들에게 충분한 대체제가 될 수 있을 것 같습니다.

II. 시장규모(Market Size)

1. 싱가포르 커피 시장규모
2. 싱가포르 커피 수출입 시장규모
3. 싱가포르 커피 소비 시장규모

1. 싱가포르 커피 시장규모

싱가포르 국가 일반 정보¹¹⁾

면적	718km ²
인구	564만 명
GDP	3,446억 달러
GDP (1인당)	61,230달러

조사 시장: 조사 제품 '커피'는 알루미늄 포일을 사용해 포장한 드립백 형태의 커피 제품임. 이에, 제품의 종류(분쇄된 커피)를 반영하여 싱가포르 '커피' 시장과 '프레시 커피' 시장규모를 조사함

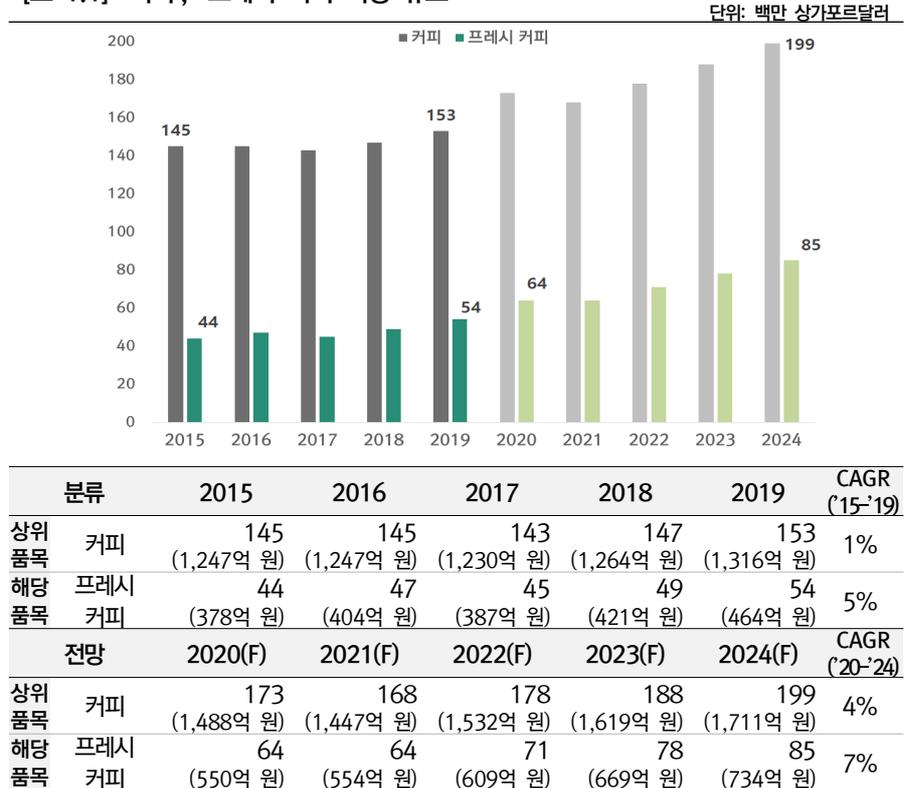
▶ 2015-2019년, 싱가포르 '커피' 시장규모, 연평균성장률 1%

지난 5년(2015-2019년)간 싱가포르의 '커피' 시장규모는 연평균 1% 증가하여 2019년 1억 5,300만 싱가포르달러를 기록함. 동기간 '프레시 커피' 시장은 연평균 5%의 성장률을 보였으며 2019년 5,400만 싱가포르달러를 기록함

▶ 2020-2024년, 싱가포르 '커피' 시장, 연평균성장률 4% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 싱가포르 '커피' 시장규모는 4%의 연평균성장률을 보여 2024년 1억 9,900만 싱가포르달러를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '프레시 커피' 시장규모는 연평균 7% 성장해 2024년 8,500만 싱가포르달러를 기록할 것으로 예상됨

[표 1.1] '커피', '프레시 커피 시장 규모⁹⁾¹⁰⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

9) 1싱가포르달러=860.03원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

11) 자료 : 외교부 홈페이지 (www.mofa.go.kr)

2. 싱가포르 커피 수출입 시장규모

HS CODE 0901.21: 조사 제품 ‘커피’는 분쇄 커피를 원료로 하는 드립백 형태의 커피 제품임. 이에 제품의 원료(커피)를 반영하여 ‘커피, 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물’을 의미하는 HS CODE 0901.21을 지표로 선정함

▶ 2015-2019년, 싱가포르 對글로벌 수입액 연평균성장률 8%

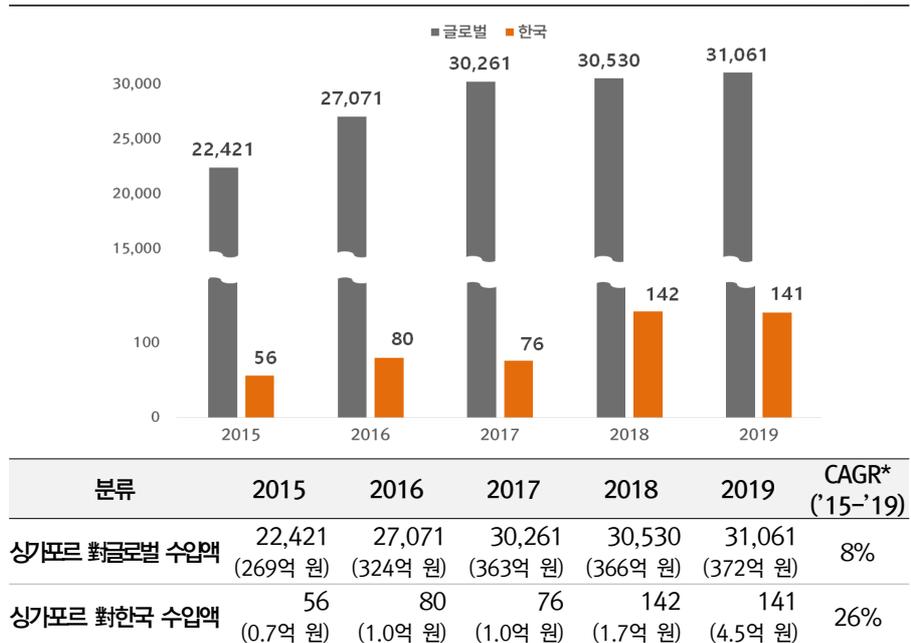
싱가포르 HS CODE 0901.21 품목의 對글로벌 수입규모는 2015-2019년 동안 연평균 8% 증가해 2019년 3,106만 1,000달러를 기록함. 2019년 수입액 기준 1위 국가는 미국으로, 전체 수입액의 36% 규모인 1,111만 2,000달러(약 133억 원)를 기록함

▶ 2015-2019년, 싱가포르 對한국 수입액 연평균성장률 26%

싱가포르 HS CODE 0901.21 품목의 수입 국가 중 한국은 14위 수입 국가로, 對한국 수입액은 對글로벌 수입액의 약 0.5%를 차지함. 對한국 수입액은 2018년 전년대비 87%의 높은 성장률을 기록했지만, 2019년 전년대비 1% 감소하여 14만 1,000달러를 기록함

[표 1.2] 싱가포르 HS CODE 0901.21 수입 규모¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 0901.21 기준

12) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 싱가포르 커피 소비 시장규모

1) 싱가포르 유형별 음식점 매장 수

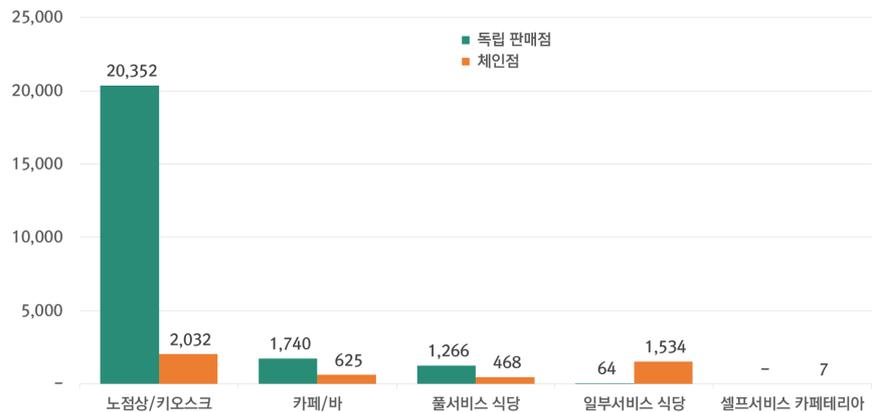
조사 제품 '커피'는 분쇄 커피를 원료로 하는 드립백 형태의 커피 제품임. 이에, 조사 제품의 잠재 유통채널과 시장 규모 확인을 위해 '싱가포르 유형별 음식점 수'와 '싱가포르 유형별 음식점 시장규모'를 조사함

▶ 2018년, 싱가포르 음식점 매장 수 총 약 2만 8,000개로 확인돼

싱가포르 현지 다국적 은행인 DBS 은행에서 제공하는 보고서에 따르면, 2018년 싱가포르 음식점 매장은 약 2만 8,000개이며, 지난 10년간 연평균 4.2%씩 증가해옴. 전체 매장 중 약 80%가 '노점상/키오스크' 유형이며, 이들은 주로 호커(Hawker) 또는 소규모 식당의 형태임. '카페/바' 매장 수는 2,365개로, 전체 매장의 8%를 차지함. '일부서비스 식당(Limited Service Restaurant)'을 제외한 나머지 유형 모두, '체인점' 형태보다 '독립 판매점' 형태의 매장이 보편적임¹⁴⁾

[표 1.3] 2018년 싱가포르 유형별 식품 판매점 수

단위: 개



분류	노점상/키오스크	카페/바	풀서비스 식당 ¹⁵⁾	일부서비스 식당 ¹⁶⁾	셀프서비스 카페테리아	총 개수
독립 판매점	20,352 (72%)	1,740 (6%)	1,266 (5%)	64 (0%)	0 (0%)	23,422 (83%)
체인점	2,032 (7%)	625 (2%)	468 (2%)	1,534 (5%)	7 (0%)	4,666 (17%)
총 개수	22,384 (80%)	2,365 (8%)	1,734 (6%)	1,598 (6%)	7 (0%)	28,088 (100%)

자료: DBS

14) 자료 : DBS, 「Singapore Downstream F&B」, 2019.10

15) 풀서비스 레스토랑(Full Service Restaurant) : 상대적으로 넓은 범위의 메뉴, 테이블, 카운터, 대기 직원을 갖춘 레스토랑 시설을 지칭함. 주로 식당 내에서 섭취하는 형태의 식사와 서비스를 제공함

16) 일부서비스 레스토랑(Limited Service Restaurant): 고객이 일반적으로 메뉴를 주문하고 식사 전에 지불하는 형태의 시설을 지칭함. 식당 내 섭취/포장/배달 형태의 서비스를 모두 제공함

2) 싱가포르 유형별 음식점 시장규모

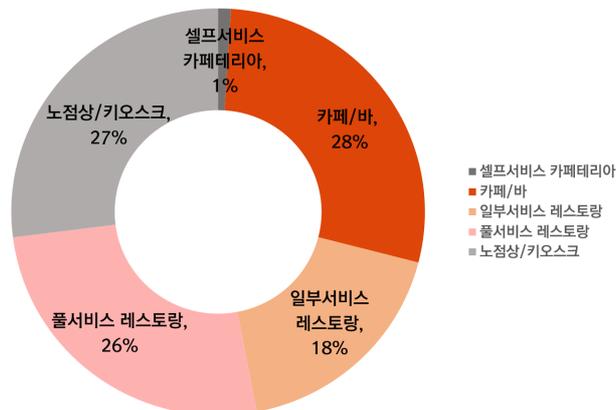
▶ 2018년, 싱가포르 카페/바 시장규모 24억 싱가포르달러

2018년 싱가포르 외식업 시장규모는 83억 싱가포르달러로 확인되며, 2023년까지 연평균 2.1%의 성장률을 기록할 것으로 예상됨. ‘카페/바’ 규모가 24억 싱가포르달러(전체 규모의 28%)로 1위를 차지했으며, 다음으로 ‘노점상/키오스크’(22억 싱가포르달러), ‘풀서비스 식당’(21억 싱가포르달러)이 각각 2위, 3위를 차지함

‘풀서비스 식당’은 지난 5년(2018-2023년)간 둔화된 GDP로 인해 유일하게 연평균 0.3%의 감소세를 보임. 추후 ‘풀서비스 식당’에 대한 수요가 ‘패스트푸드점’, ‘키오스크’, ‘노점’, ‘카페/바’와 같은 보다 경제적인 형태의 외식 서비스로 옮겨가는 현상이 지속될 것으로 예상됨. 2018년 ‘풀서비스 식당’을 제외한 외식업 시장규모는 전체 외식업 시장의 74%에 해당함¹⁷⁾

[표 1.4] 2018년 싱가포르 음식점 유형별 시장규모¹⁸⁾

단위: 십억 싱가포르달러, 백분율(%)



분류	노점상/키오스크	카페/바	풀서비스 식당	일부서비스 식당	셀프서비스 카페테리아	전체
수익	2.2 (1.9조 원)	2.4 (2.1조 원)	2.1 (1.8조 원)	1.5 (1.3조 원)	0.1 (0.1조 원)	8.3 (7.1조 원)
CAGR(F) (‘18-’23)	2.7%	2.6%	0.4%	2.8%	2.7%	2.1%

자료: DBS

17) 자료 : DBS Bank, 「Singapore Downstream F&B」, 2019.10

18) 1싱가포르달러=860.03원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 싱가포르 소비자, 전반적으로 약한 산미 선호
2. 드립 커피, 디카페인 제품 강세 보여
3. 스페셜티 커피, 일반 커피 대비 고급스러운 인식
4. 싱가포르 소비자, 스페셜티 커피에서도 약한 산미 선호

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●

**데이터 수집
소스원**



(싱가포르 매체 7개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



**데이터 수집
13,248건**

- ① **싱가포르 커피 관련 기사 데이터 수집^(*)**
◦ 수집원 : 싱가포르 온라인 쇼핑몰
- ② **싱가포르 커피 관련 소비자 데이터 수집^(*)**
◦ 수집원 : Qoo10(www.qoo10.sg)
Lazada(www.lazada.sg)
Amazon(www.amazon.sg)

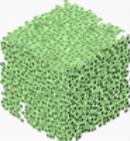
●

**데이터 분류
키워드집**



(커피 연관 키워드집)

커피
(검색어)



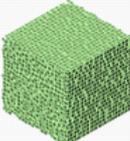
**데이터 정제
9,950건**

- ① **수집 데이터 정의**
◦ 수집 키워드 : 커피
- ② **수집 데이터 정제**
◦ 정제 데이터 추출 : 커피 관련 데이터 9,950건 추출

●

**데이터 분석
(연관어 분석)**

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



**데이터 분석
커피 소비 실태 분석**

- ① **데이터 분석 배경 및 목적**
◦ 싱가포르 커피 소비 실태 분석
- ② **데이터 분석 기법 선정**
◦ 키워드 분석
◦ 커피 관련 키워드집 구축^(**)
◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석^(***)
- ③ **데이터 분석 값 도출 및 검증**
◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집	
수집 기간	18.01 - 20.07
수집 데이터	13,248건
데이터 정제	
정제 키워드	커피(Coffee)
정제 데이터	9,950건

○ 데이터 수집

- 싱가포르 온라인쇼핑몰 리스트

[표 2.1] 싱가포르 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Qoo10	www.qoo10.sg	온라인쇼핑몰
02	lazada	www.lazada.sg	온라인쇼핑몰
03	Fair Price	www.fairprice.com.sg	온라인쇼핑몰
04	Amazon	www.amazon.sg	온라인쇼핑몰
05	Honestbee	www.honestbee.sg	온라인쇼핑몰
06	Sasha's Finefoods	sashasfinefoods.com	온라인쇼핑몰
07	Giant	giant.sg	온라인쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 싱가포르 커피 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 싱가포르 커피 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰 현지 온라인 쇼핑몰 현지 온라인 쇼핑몰
커피 특징 및 소비자 후기 커피 특징 및 소비자 후기 커피 특징 및 소비자 후기

키워드 ①	산미	키워드 ①	산미	키워드 ①	산미
키워드 ②	에스프레소	키워드 ②	로스팅	키워드 ②	스페셜티
키워드 ③	콜드브루	키워드 ③	원산지	키워드 ③	유기농
키워드 ④	합리적인	키워드 ④	세일여부	키워드 ④	프리미엄

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 싱가포르 커피 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 싱가포르 커피 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
			의미	영어	참여기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	커피 키워드	커피	Coffee	0	0
	기타		시장 사전 조사 결과 기반 수립	드립	Drip	0
스페셜티			Specialty		0	
콜드브루			Cold Brew		0	
캡슐			Capsule		0	
로스팅			Roasting		0	
에스프레소			Espresso		0	
인스턴트			Instant		0	
카푸치노			Cappuchino		0	
카페라떼			Caffe Latte		0	
카페모카			Caffe Mocha		0	
아메리카노			Americano		0	
커피 구매요인 키워드			맛	Taste		0
	산미		Acid		0	
	쓴맛	Bitter		0		
	뒷맛	Aftertaste		0		
	단맛	Sweet		0		
	브랜드	Brand		0		
	가격	Price		0		
	편리한	Convenience		0		
	포장	Package		0		
	원산지	Origin		0		
유기농	Organic		0			
세일여부	Sale		0			
디카페인	Decaffeine		0			

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 싱가포르 소비자의 커피 소비 실태 분석

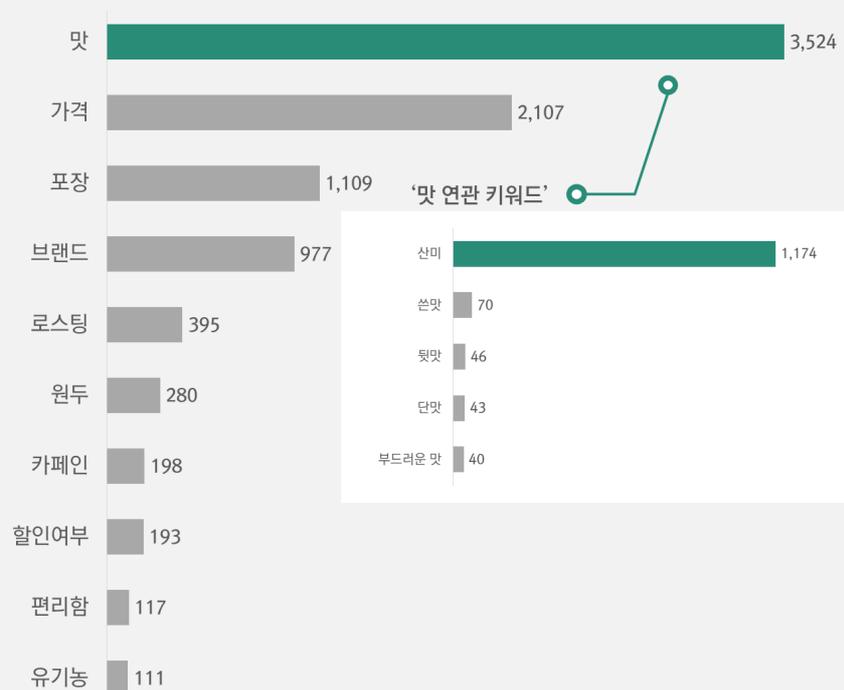
- ① 싱가포르 소비자들이 커피를 선택할 때 고려하는 요소
- ② 드립백 커피에 대한 싱가포르 성인들의 선호도 및 인식
- ③ 스페셜티 커피와 일반 커피 만족도 비교
- ④ 스페셜티 커피에 대한 싱가포르 소비자들에 대한 인지도 및 인식

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인 구매후기 ‘커피’ 구매요인 빈도 분석
- ② 온라인 구매후기 ‘드립백 커피’ 빈도 분석
- ③ 온라인 구매후기 ‘스페셜티 커피’ vs ‘일반커피’ 빈도 분석
- ④ 온라인 구매후기 ‘스페셜티 커피’ 빈도 분석

[싱가포르 커피 구매요인 분석 결과]



1. 싱가포르 소비자, 전반적으로 약한 산미 선호

● 싱가포르 소비자 커피 구매후기

- 신맛이 덜하고 부드러운 느낌의 에스프레소를 선호한다
- 평소 약한 산미의 커피를 즐겨 마셨기 때문에 해당 제품을 구입했다.
- 방광염 진단 후 산미가 약한 커피를 섭취해야만 했다, 다시 커피를 즐길 수 있어 좋다.
- 가슴통증 문제 때문에 산미가 약한 커피를 찾아 구매하고 있다. 평소 커피에 크리머와 휘핑크림을 많이 넣어 풍미가 부족한 부분은 큰 문제가 되지 않는다.

자료 : 아마존(www.amazon.sg)

▶ 싱가포르 소비자 커피 고려요소, '맛'

싱가포르 소비자들의 커피 구매후기 내에서 가장 많이 언급된 구매요인은 맛으로 확인되었음. 전반적으로 산미에 대한 고려요소가 높은 것으로 확인되었으며 쓴맛, 뒷맛, 단맛 등에 대해 고려하고 있는 것으로 나타남

이 외에 싱가포르 소비자들이 커피 구매 시 고려하는 요소는 가격·포장·브랜드 등이었으며 로스팅·원두·유기농 여부 또한 고려요소로 나타남

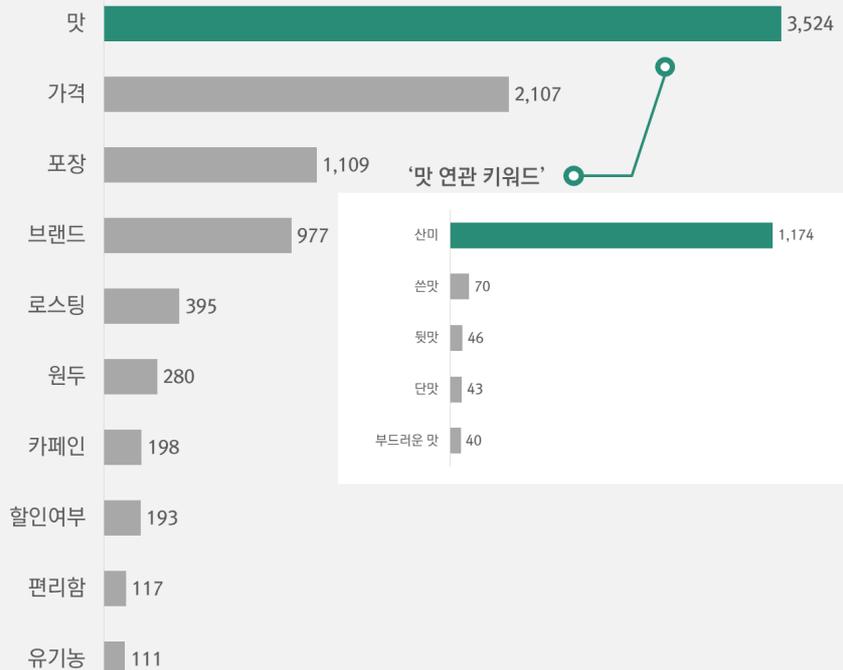
▶ 싱가포르 소비자, 커피 맛으로 약한 산미 고려

대다수의 싱가포르 소비자들은 커피의 맛으로 약한 산미를 고려하고 있다고 응답함. 약한 산미 커피를 구입하는 소비자들은 로스팅 과정에서 발생하는 신맛을 좋아하지 않는 경우나 건강상의 이유로 약한 산미의 커피를 고려하는 소비자들이었음

▶ 싱가포르 커피 주요 구매요인

① 맛(약한 산미) ② 가격·포장·브랜드

[표 2.4] 싱가포르 온라인쇼핑몰, '커피' 구매요인



자료 : 싱가포르 온라인쇼핑몰 '커피' 포함 문서 9,950건 분석 (18.01 - 20.07)

2. 드립 커피, 디카페인 제품 강제 보여

● 싱가포르 소비자 드립 커피 구매후기

- 일리의 드립커피 제품은 내가 유일하게 먹는 디카페인 커피이다.
- 일리 드립커피 제품은 부드럽고 매우 맛있다.
- 라바자(Lavazza) 드립커피는 내 입맛에 맞지 않지만 디카페인인 점이 좋았다.

자료 : 아마존(www.amazon.sg)

▶ 드립 커피, 디카페인 제품 강제

싱가포르 드립 커피 제품의 경우, 디카페인 제품이 많았으며 이에 대한 소비자들의 긍정적인 구매후기를 다수 확인할 수 있었음. 이탈리아 커피 브랜드 일리(Illy)의 디카페인 드립 커피를 선호하는 소비자들이 많았음

일리 디카페인 드립 커피는 카페인 함량을 낮추는 대신 원두의 맛을 유지해 많은 싱가포르 소비자들이 선호하고 있는 제품임. 하지만 일부 제품은 기존 소비자들이 희망하는 커피 맛이 나지 않는다는 의견도 있어 호불호가 갈리는 것으로 드러남

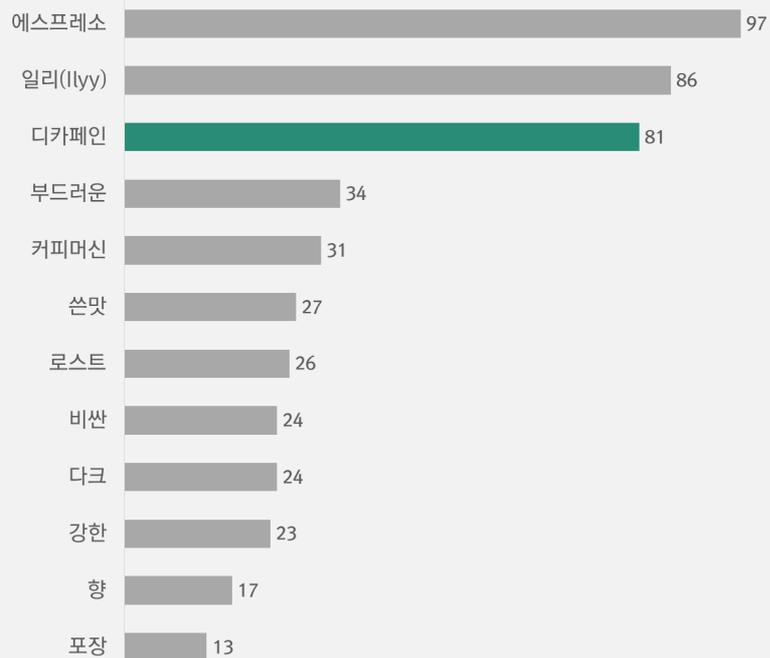
▶ 드립 커피, 에스프레소 맛 그대로 느낄 수 있는 커피

싱가포르 소비자들은 드립 커피의 경우 일반 커피와는 달리 신 맛에 대한 언급을 하지 않았으며 에스프레소의 진한 맛을 토대로 쓴 맛을 많이 언급함. 싱가포르 소비자들은 드립 커피를 통해 에스프레소의 진한 맛과 향을 느낄 수가 있었다는 의견이 많았음

▶ 싱가포르 드립 커피 선호 요인

① 디카페인 인기 ② 에스프레소 맛을 느낄 수 있음

[표 2.5] 싱가포르 '커피' 인식 키워드



자료 : 싱가포르 온라인쇼핑몰 '커피' 포함 문서 9,950건 분석 (18.01 - 20.07)

3. 스페셜티 커피, 일반 커피 대비 고급스러운 인식

●
싱가포르 소비자
커피 구매후기

[일반 커피]

- 비싼 프랜차이즈 커피보다도 훨씬 저렴합니다.
- 모카와 같이 마시고 있습니다. 단 맛이 잘 어울리는 장점이 있으며, 식료품점보다 저렴한 가격 또한 장점입니다.

[스페셜티 커피]

- 다크 로스팅이 일품이다.
- 이 스페셜티 유기농 커피의 프리미엄 가격을 지불하는 건 가치가 있다고 생각한다. 부드러운 맛과 향이 아주 좋다.

자료 : 아마존(www.amazon.sg)

▶ 일반 커피 - ‘저렴한’ ‘간편한’ ‘블렌딩’ 키워드 강세

싱가포르 소비자의 일반 커피 및 스페셜티 커피 키워드를 대조하여 분석한 결과, 일반 커피의 경우 스페셜티 커피 대비 저렴하다는 키워드가 빈출했으며, 상대적으로 프리미엄·유기농 등의 키워드는 낮게 도출됨

또한 편의성 키워드는 일반 커피가 스페셜티 커피보다 비중이 높았고 맛과 관련된 키워드에서는 원두 로스팅 키워드보다 초콜릿, 모카 등과의 블렌딩 키워드가 상대적으로 높게 도출됨

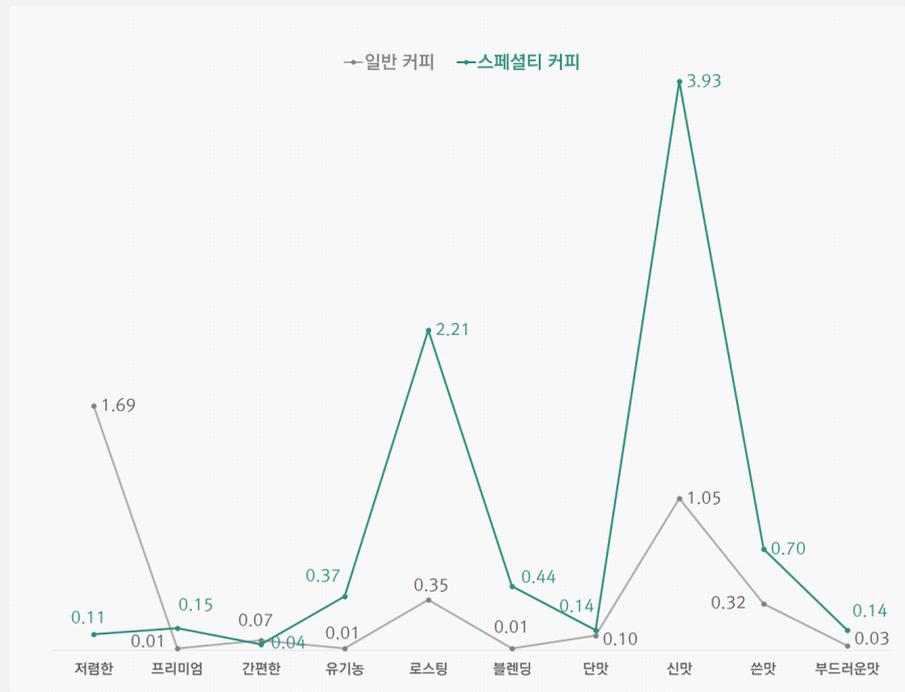
▶ 스페셜티 커피 - ‘프리미엄’ ‘유기농’ ‘로스팅’, ‘신맛’, ‘쓴맛’ 강세

스페셜티 커피는 프리미엄, 유기농, 로스팅, 신맛, 쓴맛 등의 키워드에서 일반 커피 대비 강세를 보였음. 스페셜티 커피는 일반 커피대비 까다로운 로스팅 기준 등을 반영했기 때문에 해당 인식이 좀 더 높은 것으로 확인됨

▶ 싱가포르 일반 커피 vs 스페셜티 커피 분석 결과

- ① 일반 커피 - 저렴한, 간편한, 블렌딩
- ② 스페셜티 커피 - 프리미엄, 유기농, 로스팅, 신맛, 쓴맛, 부드러운맛

[표 2.6] 싱가포르 소비자 ‘일반 커피 vs 스페셜티 커피’ 구매요인 키워드



자료 : 싱가포르 온라인쇼핑몰 ‘커피’ 포함 문서 9,950건 분석 (18.01 - 20.07)
값 설명 : 키워드 비율 = ‘해당 키워드/전체 키워드’

4. 싱가포르 소비자, 스페셜티 커피에서도 약한 산미 선호



싱가포르 소비자 스페셜티 커피 구매후기

- 산미가 약한 커피 제품이자 유기농 및 공정무역 컨셉의 커피이다. 매우 만족스럽다
- 평소에 위염을 겪는 아내를 위해 산미가 약한 스페셜티 커피를 구입했다.
- 간질성 방광염을 겪고 있는 저에게 있어서 해당 약한 산미의 커피는 가히 최고의 커피입니다.

자료 : 아마존(www.amazon.sg)

- ▶ 싱가포르 소비자, 스페셜티 커피 부드러운 비싼 커피로 인식
- ▶ 일부 소비자, 비싼 가격으로 가격대비 실망감 피력

싱가포르 소비자들은 스페셜티 커피를 고급 로스팅 및 브루잉을 기반으로 한 부드러운 커피로 인식하고 있음. 스페셜티 커피는 고급 컨셉에 맞게 ‘유기농’· ‘디카페인’ 등 건강한 컨셉을 활용하고 있음

한편 일부 소비자들은 스페셜티 커피가 지나치게 비싸 가격대비 만족도가 떨어진다는 의견을 제시하기도 함

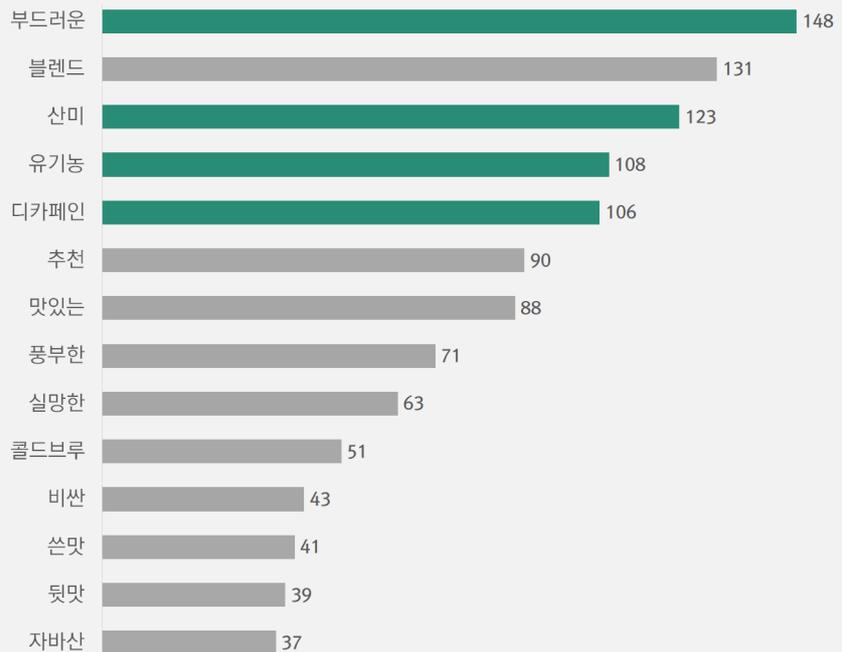
- ▶ 싱가포르 스페셜티 커피, 약한 산미 강조

일반적으로 스페셜티 커피는 로스팅과 브루잉에서 산미의 특색을 살려 산미가 강해지는 경향이 있지만 싱가포르는 예외인 것으로 드러남. 전반적으로 약한 산미의 커피를 선호하는 경향이 스페셜티 커피에서도 동일하게 나타났음

▶ 싱가포르 스페셜티 커피 인지도

- ① 고급 프리미엄 커피 ② 약한 산미 중요

[표 2.7] 싱가포르 ‘스페셜티 커피’ 구매후기 키워드 분석결과



자료 : 싱가포르 온라인쇼핑몰 ‘커피’ 포함 문서 9,950건 분석 (18.01 - 20.07)

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 싱가포르 커피 유통구조
2. 싱가포르 커피 주요 유통업체
3. 싱가포르 커피 B2C 소매채널
4. 싱가포르 커피 B2B 도매채널

1. 싱가포르 커피 유통구조

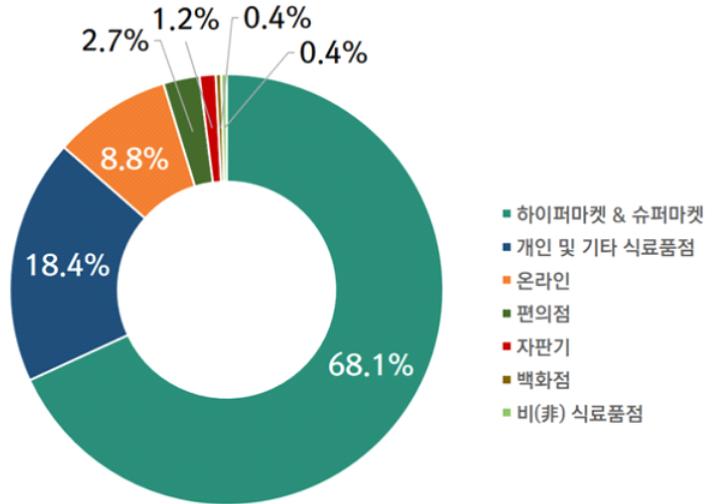
품목 구분 및 분류

품목	커피
구분	커피
범주	커피(Coffee)

▶ 싱가포르 커피 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(68.1%), 개인 및 기타 식료품점(18.4%), 온라인(8.8%)’

[표 3.1] 싱가포르 커피 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 싱가포르 커피 유통채널 현황

채널 유형	커피 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	68.1%	페어프라이스(FairPrice), 생시옹(Sheng Siong), 콜드스토리지(Cold Storage), 자이언트(Giant), 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket)
	개인 및 기타 식료품점 (커피전문점)	18.4%	더커피로스터(The Coffee Roaster), 피피커피(PPP Coffee), 파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo), 더막스커피(The Moks Coffee)
	온라인	8.8%	아마존(Amazon), 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)
	편의점	2.7%	세븐일레븐(7-eleven), 치얼스(Cheers)
	자판기	1.2%	코카콜라(Coca-Cola)
	백화점	0.4%	타카시마야(高島屋), 무스타파(Mustafa)
	B2B 도매 채널	비(非) 식료품점	0.4%

자료 : 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 싱가포르 커피 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점, 온라인이 대표적

[표 3.3] 싱가포르 커피 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ¹⁹⁾ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	더커피로스터 (The Coffee Roaster)	개인 및 기타 식료품점 (커피전문점)	매장 수('20): 2개	더커피로스터 (The Coffee Roaster)	0
2	피피피커피 (PPP Coffee)	개인 및 기타 식료품점 (커피전문점)	매장 수('20): 3개	피피피커피 (PPP Coffee), 슈퍼노바(Supernova)	0
3	파이프바이하텐도 (Pipes by Hattendo)	개인 및 기타 식료품점 (커피전문점)	매장 수('20): 1개	파이프바이하텐도 (Pipes by Hattendo)	0
4	더막스커피 (The Maks Coffee)	개인 및 기타 식료품점 (커피전문점)	매장 수('20): 1개	더막스(The Maks)	0
5	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,805억 달러 (약 336조 1,793억 원)	골드로스트 (Gold Roast), 마운틴위트니커피로스터 (Mt. Whitney Coffee Roasters), 슈퍼커피에센소 (Super Coffee Essenso)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

19) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	라자다 (Lazada)	온라인	약 2억 5,000만 달러 (약 2,996억 원)	파인커피 (Fine Coffee), 씨이오카페 (CEO Cafe), 슈퍼커피 (Super Coffee)	0
7	쇼피 (Shopee)	온라인	약 8억 2,265만 달러 (약 9,859억 원)	바리스타커피 (Barista Coffee), 마이커피(My Cofe), 유씨시재팬쇼쿠닌커피 (UCC Japan Shokunin Coffee)	0
8	타카시마야 (高島屋)	백화점	약 4억 7,561만 달러 (약 5,700억 원)	바차커피 (Bacha Coffee)	0
9	제이엠엘 (JML)	홈쇼핑	약 1억 1,237만 달러 (약 1,347억 원)	카이초(Kaicho)	0
10	창이국제공항 (Changi Airport)	비(非) 식료품점	(-)	훅커피 (Hook Coffee), 바차커피 (Bacha Coffee), 빌라스(Villars)	0
11	싱가포르에어라인 (Singapore Airlines)	비(非) 식료품점	약 159억 5,500만 싱가포르달러 ²⁰⁾ (약 13조 7,218억 원)	본카페 (Boncafe)	0

자료 : 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

20) 싱가포르달러=860.03원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 싱가포르 커피 B2C 소매채널

1) 개인 및 기타 식료품점 (커피전문점)



① 더커피로스터(The Coffee Roaster)

기업 기본 정보	기업명	더커피로스터(The Coffee Roaster)	
	홈페이지	www.thecoffeeroaster.sg/cafe	
	위치	싱가포르(Singapore)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 2개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2014년 설립된 싱가포르 스페셜티 커피 전문점 • 카페 외에도 워크샵을 진행하는 TCR Academy 보유 • 다양한 기업, 공공단체에서 커피 워크샵 진행 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 온라인 커피 강좌 개설 • 2020년 싱가포르 KPMG에서 워크샵 진행 • 2020년 어버이날을 맞아 콜드브루커피 20% 할인 행사 진행 		
유사제품 정보	제품명	드립백스-더인피니트블렌드 (Drip Bags-The Infinity Blend)	
	종류	드립커피	
	용량	10개	
	원산지	싱가포르	

자료 : 더커피로스터(The Coffee Roaster) 홈페이지, 더커피로스터(The Coffee Roaster) 인스타그램 홈페이지
사진 자료 : 더커피로스터(The Coffee Roaster) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 드립커피류, 액상커피류, 디저트류 등 - 일반: 바리스타 용품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 커피 관련 제품 		
	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'Contact Us' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 (이름, 이메일, 연락처, 관심분야, 문의내용) • 유선연락을 통한 입점 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 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : thecoffeeroaster@live.com - 전화번호 : +65-(0)8700-7958 	

자료 : 더커피로스터(The Coffee Roaster) 홈페이지



② 피피피커피(PPP Coffee)

기업 기본 정보	기업명	피피피커피(PPP Coffee)	
	홈페이지	pppcoffee.com	
	위치	싱가포르(Singapore)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 3개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2009년 설립된 스페셜티 커피 전문점 • 2019년 Papa Palheta에서 PPP Coffee로 리브랜딩 • 싱가포르와 말레이시아에 매장 보유 • 커피 워크샵을 진행할 수 있게 커피 도구들을 갖춘 C-Platform 장소를 보유하여 대여 서비스 제공 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 월 \$26를 지불하면 서프라이즈 박스 형태의 상품을 배송해주는 구독 서비스 진행 		
유사제품 정보		제품명	쓰로우백블렌드 (Throwback Blend)
		종류	드립커피
		용량	9개
		원산지	싱가포르

자료 : 피피피커피(PPP Coffee) 홈페이지, 피피피커피(PPP Coffee) 인스타그램 홈페이지
사진 자료 : 피피피커피(PPP Coffee) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 드립커피류, 액상커피류, 유제품, 초콜릿류 등 - 일반: 바리스타 용품, 커피 용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 커피 관련 제품 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 유선연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 이메일을 통한 입점 문의
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : hello@pppcoffee.com - 전화번호 : +65-(0)6299-4321

자료 : 피피커피(PPP Coffee) 홈페이지



③ 파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo)

기업 기본 정보	기업명	파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo)	
	홈페이지	hattendo.oddle.me/en_SG	
	위치	싱가포르(Singapore)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1933년 설립된 일본계 베이커리 카페 • 2015년 싱가포르 내 매장 설립 • 일본산 로스팅 기계를 사용하여 커피 판매 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 4월 싱가포르에 플래그십 스토어 '파이프스바이하텐도' 오픈 • 2020년 신메뉴 '레몬 치즈 빵' 출시 • 2020년 커피콩 로스팅 과정을 비디오프로젝션으로 생중계하는 프로모션 진행 		
유사제품 정보		제품명	드립백커피 (Drip Bag Coffee)
		종류	드립커피
		용량	1개
		원산지	싱가포르

자료 : 파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo) 홈페이지, 파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo) 페이스북 홈페이지
사진 자료 : 파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 베이커리류, 드립커피류, 액상커피류, 유제품, 주류 등 - 일반: 바리스타 용품, 커피 용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 일본산 제품 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 입점 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 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 유선 연락을 통한 입점 문의
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : hsg_info@hattendo.net - 전화번호 : +65-(0)8113-6096

자료 : 파입스바이하텐도(Pipes by Hattendo) 홈페이지



④ 더막스커피(The Maks Coffee)

기업 기본 정보	기업명	더막스커피(The Maks Coffee)	
	홈페이지	www.themakscoffee.com	
	위치	싱가포르(Singapore)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개 ²¹⁾
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 설립된 스페셜티 커피 전문점 • 프리미엄 아라비카 커피 농장들로부터 직접 원두 수입 • 제품 구독 서비스 진행 • 주로 웹사이트를 통해 제품 판매 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 Weekender²²⁾에서 베스트 드립 백 커피에 선정 • 2020년 더막스커피 창업자가 페이스북 라이브 중계를 통해 참가하게 될 디지털 행사에 대해 정보 공유 		
유사제품 정보		제품명	더막스커피 미디엄 블렌드 (The Maks Coffee Medium Blend)
종류		드립커피	
용량		8개	
원산지		싱가포르	

자료 : 더막스커피(The Maks Coffee) 홈페이지, 더막스커피(The Maks Coffee) 인스타그램 홈페이지
사진 자료 : 더막스커피(The Maks Coffee) 홈페이지

21) 시음 공간이며 예약을 통해 방문 가능

22) 싱가포르 음식 전문 미디어

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 원두커피류, 드립커피류, 액상커피류 등 - 일반: 커피 용품, 식기류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 커피 관련 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 커피를 시음할 수 있는 세션을 진행 		
	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'Contact Us' 클릭 - 홈페이지 기입 정보: 이름, 이메일, 문의내용 • 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : hello@themakscoffee.com - 전화번호 : +65-(0)8812-3450 	

자료 : 더막스커피(The Maks Coffee) 홈페이지

2) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)								
	홈페이지	www.amazon.sg								
	위치	토구안(Toh Guan)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('19)</td> <td>약 2,805억 달러²³⁾ (약 336조 1,793억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>직원 수('19): 약 79만 8,000명²⁴⁾</td> </tr> </table>	매출액('19)	약 2,805억 달러 ²³⁾ (약 336조 1,793억 원)	기타 규모	직원 수('19): 약 79만 8,000명 ²⁴⁾				
매출액('19)	약 2,805억 달러 ²³⁾ (약 336조 1,793억 원)									
기타 규모	직원 수('19): 약 79만 8,000명 ²⁴⁾									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 아마존 싱가포르 사이트를 개설함으로써 동남아시아 지역에 진출 • 2017년부터 프라임 멤버십 프로그램을 통해 미국 아마존 사이트에서 싱가포르에 배달 서비스 진행 • 판매자의 25%가 중국인 • \$40이상을 구입하면 무료 배송 서비스 제공 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 싱가포르 중소기업을 위한 학습 포털 출시 • 2020년 국제 여성의 날을 맞이하여 4명의 여성 기업가와 그들의 이야기를 소개하는 전용 웹 페이지를 생성 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>골드로스트코피오 (Gold Roast KopiO)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>드립커피</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>20개</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>싱가포르</td> </tr> </table>	제품명	골드로스트코피오 (Gold Roast KopiO)	종류	드립커피	용량	20개	원산지	싱가포르
제품명	골드로스트코피오 (Gold Roast KopiO)									
종류	드립커피									
용량	20개									
원산지	싱가포르									

자료 : 아마존(Amazon) 싱가포르 홈페이지, 정글스카우트(Junglescout), 야후파이낸스(Yahoo finance), 스태티스타(Statista), 더스트레이트타임즈(The Straits Times), 더비즈니스타임즈(The Business Times)
 사진자료 : 아마존(Amazon) 싱가포르 홈페이지

23) 글로벌 통합 매출액

24) 글로벌 통합 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 커피류, 음료류, 차(茶)류 등 - 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Sell on Amazon' 클릭 후 'Start selling' 클릭 - 아마존 싱가포르 웹사이트 회원가입 혹은 로그인 - 공급자 정보 입력 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일, 회사 URL) ② 결제정보 (신용카드 정보) ③ 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) 	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 • 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인 검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증²⁵⁾ 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능 	

자료 : 아마존(Amazon) 싱가포르 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

25) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인정



② 라자다(Lazada)

기업 기본 정보	기업명	라자다(Lazada)	
	홈페이지	www.lazada.sg	
	위치	다운타운코어(Downtown Core)	
	규모	매출액('18)	약 2억 5,000만 달러 (약 2,996억 원)
기업 요약	기타 규모	직원 수('18): 약 6,000명	
	<ul style="list-style-type: none"> • 2012년 설립 • 2016년 알리바바(Alibaba) 그룹에 인수됨 • 동남아시아 최대 규모의 이커머스 기업으로 베트남, 인도네시아, 말레이시아 등 동남아 6개국에서 운영 • 2016년 싱가포르 식료품 전문 온라인 유통기업 레드마트(Red Mart) 인수 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 4월 코로나바이러스로 인한 주문 급증으로 식료품 주문을 일시적으로 중단 		
유사제품 정보		제품명	카페핀지아이 (cà phê Phin Giấy)
		종류	드립커피
		용량	15개
		원산지	베트남

자료 : 라자다(Lazada) 홈페이지, 알리질라(Alizila), 비즈니스타임즈(Businesstimes), 앱애니(App Annie), 마케팅인터랙티브(Marketing-interactive)
 사진 자료 : 라자다(Lazada) 홈페이지

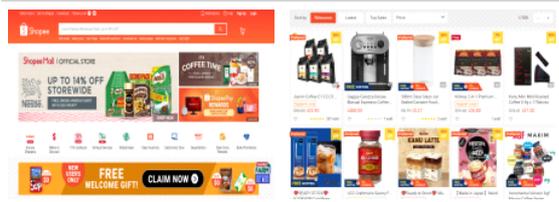
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 주류, 음료류, 스낵류, 커피류, 신선식품 등 - 일반: 가전제품, 생활용품, 뷰티용품, 의류, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 타 온라인 쇼핑몰에 비해 다양한 가전제품(소비자 가전) 품목 보유 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식료품 전문 온라인 마켓인 레드마트(RedMart)가 입점 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 'Lazada.sg' 홈페이지 접속 - 홈페이지 최상단의 'SELL ON LAZADA' 클릭 - 'Sign up as a LazGlobal Seller' 클릭 계정 생성 후 입점 문의 진행 - 입점 절차는 크게 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포털 가입으로 진행됨 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 은행 계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (제품명, 제품 사진, 판매 가격, 원산지, 물류창고 주소 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 라자다 소속 식료품 전문 온라인 마켓 레드마트(RedMart)의 입점은 싱가포르 기반의 벤더만 가능하며, 초청을 통해서만 입점 가능 • 셀러 등록은 알리페이 계정이 있는 경우에만 가능 	

자료: 라자다(Lazada) 홈페이지



③ 쇼피(Shopee)

	기업명	쇼피(Shopee)
	홈페이지	www.shopee.sg
	위치	싱가포르(Singapore)
	규모	매출액(*19) 약 8억 2,265만 달러 ²⁶⁾ (약 9,859억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • Sea Group의 자회사로 2015년 싱가포르에서 처음으로 개시했으며, 현재 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 대만 등 7개국에서 홈페이지 운영 • 현재 동남아시아에서 이커머스 부문 1위이며, 7개국 홈페이지 일평균 방문자 수 약 2억 명 • 2018년 11월 블랙핑크를 첫 홍보대사로 위촉 • 알리바바 그룹의 라자다와 경쟁구도
		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 축구선수 크리스티아누 호날두와 홍보 계약 종료 • 2020년 '다이소'²⁷⁾ 온라인 사이트 개설
유사제품 정보	제품명	바리스타고메드립커피 (Barista Gourmet Drip Coffee)
	종류	드립커피
	용량	5개
	원산지	대만

자료 : 쇼피(Shopee) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료 : 쇼피(Shopee) 홈페이지

26) Sea Group 이커머스 부문 통합 매출액

27) 일본계 할인 매장

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 건조식품, 소스류, 음료류, 건과류 등 - 일반: 의류, 유아용품, 전자제품, 가전제품, 식기류, 화장품, 주방용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul 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 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 제품 카테고리, 브랜드로고, 주소, 우편번호, 회사 홈페이지, 온라인 판매 경험 등) ② 싱가포르 사업 허가서 ACRA (Accounting and Corporate Regulatory Authority) ③ 허가서(Letter of Authorization)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +65-(0)6206-6610

자료 : 쇼피(Shopee) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 백화점



① 타카시마야(高島屋)

	기업명	타카시마야(高島屋)	
	홈페이지	www.takashimaya.com.sg	
	위치	니안씨티(Ngee Ann City)	
	규모	매출액('19)	약 4억 7,561만 달러 (약 5,700억 원)
기타 규모		매장 수('20): 1개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> 일본 미쓰시비 UFJ 파이낸셜그룹(Mitsubishi UFJ Financial Group)의 계열사 1993년 싱가포르에 설립 싱가포르 내 가장 큰 백화점 2019년 소매업계 5위 기업으로 시장점유율 2% 차지 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 중국, 싱가포르, 베트남 등에 매장 보유 		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 자사 SNS 홈페이지에 'NESPRESSO' 브랜드 홍보 		
유사제품 정보		제품명	바차커피 (Bacha Coffee)
		종류	드립커피
		용량	12개
		원산지	싱가포르

자료 : 타카시마야(高島屋) 홈페이지, 타카시마야(高島屋) 페이스북 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 타카시마야(高島屋) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 차(茶)류, 커피류, 음료류, 건강보조식품 등 - 일반: 커피머신류, 화장품, 약세사리류, 가정용품, 유아용품, 스포츠용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 고급 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 백화점 내 커피 전문 매장 보유 - 다양한 럭셔리 브랜드 매장이 입점되어 있음 - 매장 내 고급, 럭셔리 상품을 구매하는 소비자가 많음 		
	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 웹사이트 상단의 'Contact Us'를 클릭하여 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 유선 연락을 통한 입점 문의 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +65-(0)6738-1111 - 이메일 : contact-csc@takashimaya.com.sg 	

자료 : 타카시마야(高島屋) 홈페이지

4) 홈쇼핑



① 제이엠엘(JML)

기업 기본 정보	기업명	제이엠엘(JML)		
	홈페이지	www.jml.sg		
	위치	싱가포르(Singapore)		
	규모	매출액('19)	약 1억 1,2371만 달러 (약 1,347억 원)	
기업 요약	기타규모	매장 수('20): 4개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1960년대 영국에서 설립 • 약 70개 국가에서 방송 판매 • TV와 오프라인 매장 스크린에서 제품 홍보 • 오프라인 매장과 서비스센터 보유 • 2019년 기준 싱가포르 홈쇼핑 점유율 17.1% 기록 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 'Deals For Joy' TV프로그램을 제작해 제품 홍보 			
유사제품 정보		제품명	카이초클렌징티 (Kaicho Cleansing Tea)	
		종류	티백	
		용량	18개	
		원산지	일본	

자료 : 제이엠엘(JML) 홈페이지, 제이엠엘(JML) 페이스북 홈페이지

사진 자료 : 제이엠엘(JML) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 차(茶)류, 건강보조식품 등 - 일반: 청소용품, 주방용품, 가정용품, 헬스뷰티용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 가정용품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 유선 연락을 통한 입점 문의 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +65-(0)6742-1771 - 이메일 : enquiries@jmldirect.com.sg 	

자료 : 제이엠엘(JML) 홈페이지

4. 싱가포르 커피 B2B 도매채널

1) 비(非) 식료품점



① 창이국제공항(Changi Airport)

	기업명	창이국제공항(Changi Airport)		
	홈페이지	ishopchangi.com		
	위치	싱가포르(Singapore)		
	규모	기타규모	입점 카페 수('20) : 46개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 Skytrax²⁸⁾가 선정한 세계 최고 공항 • 2018년 기준 이용객 약 6560만 명 • 2017년 세계 공항 면세점 매출 3위 기록 			
기업 요약	 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 7월 적외선 센서를 이용한 비접촉 시스템 도입 • 2020년 코로나19로 인한 탑승객 감소로 제2터미널 일시적 폐쇄 			
유사제품 정보		제품명	스페큐로스유어마인드골드 (SpecuLose Your Mind Gold)	
		종류	드립커피	
		용량	5개	
		원산지	싱가포르	

자료 : 창이국제공항(Changi Airport) 홈페이지
 사진 자료 : 창이국제공항(Changi Airport) 홈페이지

28) 영국 항공 서비스 전문 조사기관

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 커피류, 주류, 디저트류 등 - 일반: 전자기기, 약세사리류, 의류, 화장품, 유아용품, 식기류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - चा이국제공항 공급자 네트워크 'ZYCUS' 접속 (https://zsn.zycus.com/guest/genericRegister/CHA030) - ZYCUS 회원가입 (공급자 이름, 직위, 전화번호, 이메일, 주소, 주거래 통화, 사용 언어, 숫자·날짜·시간 표기 양식) - 회사 프로필 작성 (회사 이름, 주소, 국가, 우편번호, 전화번호, 회사등록번호, 회사등록명, 회사등록 증명서, 법인화 국가, 제품&서비스 유형) - चा이국제공항그룹(CAG)에서 프로필 검토 후 승인 및 연락 - ZYCUS 홈페이지에서 신규 소싱·입찰 정보 확인 가능 - 참고자료 (https://www.changiairport.com/content/dam/cacorp/partnership/media/Supplier%20guide.pdf) • 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 'Commercial Department' 부서로 이메일 송부 - 답장을 받는데 약 7일 소요 - 등록 시 필요한 일반 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 코로나 19로 담당 부서 직원들 재택근무 중 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +65-(0)659-568-68 - 이메일 : enquiry@changiairport.com 	

자료 : चा이국제공항(Changi Airport) 홈페이지, 자이커스(ZYCUS), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 싱가포르에어라인(Singapore Airlines)

기업 기본 정보	기업명	싱가포르에어라인(Singapore Airlines)		
	홈페이지	www.singaporeair.com		
	위치	싱가포르(Singapore)		
	규모	매출액('19)	약 159억 5,500만 싱가포르달러 (약 13조 7,218억 원)	
		기타 규모	· 항공기 수 ('20): 128대	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1972년 설립된 싱가포르 국영 항공사 • 창이 공항이 허브 공항 • 35개국 104개 도시 취항 • 싱가포르에어라인카고, 스쿠트, 실크에어를 계열사로 두고 있음 • 세계 최장 노선 노스톱 운항 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2016년 이코노미클래스 승객 대상으로 제공되는 커피와 관련해, 태국 커피제조업체 본카페 인터네셔널(Boncafe International)을 독점 공급 업체로 선정 • 2020년 세계 20대 항공사 선정 • 2020년 1분기 코로나19 영향으로 10억 싱가포르달러 손실 기록 			
유사제품 정보		제품명	본카페고메커피 (Boncafe Gourmet Coffee)	
		종류	분쇄커피	
		용량	200g	
		원산지	태국	

자료 : 싱가포르항공(Singapore Airlines), 에어라인레이팅스(Airline Ratings), 커뮤니카페(Comunicaffe)
사진 자료 : 싱가포르항공(Singapore Airlines), 에어버스(Airbus), 본카페(Boncafe)

입점 및 협력 정보

입점 등록 절차	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 유선 연락을 통한 입점 문의 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호 : +65-(0)633-311-88 이메일 : customercare@sesami.com 	

자료 : 싱가포르에어라인 유통채널 담당자와의 인터뷰

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 싱가포르 커피 인증 취득
2. 싱가포르 커피 사전 절차
3. 싱가포르 커피 라벨 심의
4. 싱가포르 커피 서류 준비
5. 싱가포르 커피 세금 납부
6. 싱가포르 커피 검역 심사 절차
7. 수출 대상국가(싱가포르) 관련 규제 정보

1. 싱가포르 커피 인증 취득

인증 취득

싱가포르로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

커피

커피 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 싱가포르 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

싱가포르는 식품 수입 및 유통을 위한 별도의 강제 인증을 요구하지 않음. 2019년 4월에 신설된 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency)은 기존 농식품수의청(Agri-Food and Veterinary Authority of Singapore)과 보건과학청(Health Sciences Authority)의 업무를 이관 받음

일반가공식품 중 영유아 이유식, 신선농산물, 저온살균 우유 등 9개 제품에 대해서는 위생인증이 반드시 필요하지만, 이 외 경우에는 싱가포르 식품청(SFA)의 심사에 따름. 식품청의 요구에 따라 수출국의 관할 당국이 규제하는 인증을 제출할 수 있음(HACCP, GMP, 수출국의 식품 안전 증명, 수출 증명, 생산 공장 면허 등)

할랄 인증의 경우, 강제성은 없으나 싱가포르 인구의 15%가 무슬림이기 때문에 식품 수입 시 수입업체나 유통업체가 해당 인증을 요구하는 경우가 많아지고 있음. 할랄 인증은 싱가포르의 할랄 인증기관인 무이스(MUIS, Majlis Ugama Islam Singapore)를 통해 온라인으로 신청 가능함

[표 4.1] 싱가포르 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 및 의약품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처	
HALAL	식품 생산 인증	선택	MUIS	

자료: 각 인증기관

[표 4.2] 싱가포르 식품 인증 취득

	절차	기간
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원
HALAL	절차	기간
	신청서제출>서류 평가>인증 비용 산정>현장평가(미팅)>서류 재검토>현장검사>마무리 미팅>평가서 작성>승인여부 결정	-
	서류	비용
	제품 상세정보, 사용 원료 정보, 위생관련 정보 등	-

자료: 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증, 싱가포르에서 인정한 해외 인증기관 이용

싱가포르로 유기농 식품을 수출하려면 ‘유기농(Organic)’이라고 명시되어 있는 라벨을 부착해야 함. 이를 위해서는 코덱스 국제식품규격(Codex Guidelines)을 준수해야하고 싱가포르 식품 검사를 통과해야 함. 싱가포르 정부는 별도로 유기농 인증기관을 지정하고 있지 않으며, 적절하게 유기농 인증업무를 수행할 수 있는 해외의 인증기관을 통해서 유기농 인증을 획득할 수 있음

싱가포르 식품법의 라벨링 규정에 따라 해당 요건을 준수하지 않은 채로 유기농 라벨링을 한 후 판매하게 되는 경우, 5,000달러(한화 약 599만원²⁹⁾) 이하의 벌금이나 3개월 이하의 징역형에 처할 수 있음. 유기농 인증을 취득한 식품 제조업체는 자체적인 표기 방식에 따라 유기농 인증을 표시할 수 있음

[표 4.3] 싱가포르 유기농 정보

인증명	관련 규정	인증 마크
Organic	Sale of Food ACT(CHAPTER 283, SECTION 56(1)) FOOD REGULATIONS, Section 9B(5)	없음
발급 기관		
코덱스 가이드라인(GL 32-1999)에 따라 적절하게 유기농 제품에 대한 인증을 수행할 수 있는 인증기관		
라벨 사용		
<ul style="list-style-type: none"> 적절하게 유기농 인증을 획득한 제품은 ‘Organic’이라는 명칭을 라벨에 표기할 수 있음 별도의 지정된 마크나 표기 방법은 없음 		

자료: 싱가포르 식품청(SFA)(sfa.gov.sg)

▶ 싱가포르, 커피에 관한 수입 규정 발표

싱가포르 식품청(SFA)에서 2020년 발표한 특정 수입 식품에 대한 규정³⁰⁾에 따르면 사향 커피(Civet Coffee) 또는 루왁 커피(Kopi Luwak)의 경우에는 ①수출국의 관할 당국이 규제하는 인증 ②커피가 완전히 세척, 건조 및 로스팅³¹⁾되었다는 것을 증빙하는 공정흐름도 ③싱가포르 식품청(SFA)이 요구하는 미생물 및 화학 시험에 대한 보고서를 제출하도록 하고 있음

29) 1달러=1,198.50달러 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

30) 싱가포르 식품청(SFA), 「Import Regulation of Specific Food Products」, 2020

31) 200도씨 이상의 온도에서 20분 이상 또는 220도씨 온도에서 10분 이상

2. 싱가포르 커피 사전 절차

사전 절차

싱가포르로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

커피

커피 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 식품 수출을 위해 사전업체 등록 '필요'
- ▶ 싱가포르 등록 사이트를 통해 온라인으로 진행 가능

싱가포르로 식품을 수출하기 위해서는 식품의 수입, 수출, 유통에 대한 허가증 및 등록이 필요함. ①육류 및 어류의 수입/수출/환적 시 ②신선 과일 및 야채의 수입/환적 시 ③달걀의 수입 시에는 해당 제품에 대한 수입 허가증과 해당 업체(수입업체·수출업체·운송업체)의 등록이 이루어져야 함. 싱가포르로 가공된 식품 및 식품 관련 장비 수출하기 위해서는 수출업체의 등록이 요구됨

제품에 관해서는 별도의 등록 절차를 요구하고 있지 않기 때문에 싱가포르로 일반가공식품을 수출하고자 하는 기업은 해당 제품에 대한 수입업체 등록증을 보유한 싱가포르 현지 기업을 선정해야함

[표 4.4] 싱가포르 수입업체 등록 절차

적용 규제	식품 판매법(Sale of Food Act)
등록 전 필수 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르 기업청(ACRA, Accounting and Corporate Regulatory Authority)에 업체를 등록한 후 사업자등록번호(UEN, Unique Entity Number)를 부여받아야 함 • 부여받은 사업자 등록번호를 싱가포르 관세청(Singapore Customs)에 등록 및 활성화하여야 함 • 지로(GIRO, General Interbank Recurring Order) 계정을 보유하여 식품청에 비용을 지불할 수 있어야 함. <ul style="list-style-type: none"> - GIRO 계정이 없는 경우 수입업체 승인이 정지될 수 있음
등록 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르의 기업 등록 사이트(GoBusiness Licensing Website)를 방문하여 허가증 혹은 등록을 위한 신청서를 제출해야 함 • 허가증의 경우 지로 혹은 전자 결제를 통해 비용을 지불하여야 함
등록 비용	무료
등록 소요 시간	영업일 기준 하루

자료: 싱가포르 식품청(SFA)(sfa.gov.sg), 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online)(sso.agc.gov.sg)

3. 싱가포르 커피 라벨 심의

▶ 싱가포르 커피 라벨 규정

[표 4.5] 싱가포르 라벨 관리 규정

<p>● 라벨 심의</p> <p>싱가포르로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공</p>	<p>● 커피</p> <p>커피 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함</p>	<p>적용 규제</p> <p>The Sale of Food Act, Food Regulations</p>										
		<p>라벨 표기사항 (항목)</p> <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 										
<p>세부 내용</p>		<p>라벨 표기사항 (가이드)</p> <table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">표기언어</td> <td> <p>영어로 표기할 것</p> <p>제품명 또는 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것</p> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">제품명</td> <td> <p>제품의 일반명 또는 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것</p> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원료 정보</td> <td> <p>모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것</p> <p>혼합 원료인 경우 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것</p> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">알레르기 정보</td> <td> <p>알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것</p> <p>글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 아류 및 어류 제품, 땅콩, 콩, 호두 제품 등</p> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">용량</td> <td> <p>순중량으로 표기할 것</p> <p>소포장 상품 패키지가인 경우 수량*소포장 중량으로 표기할 것</p> <p>최소 수량 기준 또는 평균 수량 기준으로 작성할 것</p> <p>액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기할 것</p> </td> </tr> </table>	표기언어	<p>영어로 표기할 것</p> <p>제품명 또는 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것</p>	제품명	<p>제품의 일반명 또는 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것</p>	원료 정보	<p>모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것</p> <p>혼합 원료인 경우 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것</p>	알레르기 정보	<p>알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것</p> <p>글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 아류 및 어류 제품, 땅콩, 콩, 호두 제품 등</p>	용량	<p>순중량으로 표기할 것</p> <p>소포장 상품 패키지가인 경우 수량*소포장 중량으로 표기할 것</p> <p>최소 수량 기준 또는 평균 수량 기준으로 작성할 것</p> <p>액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기할 것</p>
표기언어	<p>영어로 표기할 것</p> <p>제품명 또는 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것</p>											
제품명	<p>제품의 일반명 또는 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것</p>											
원료 정보	<p>모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것</p> <p>혼합 원료인 경우 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것</p>											
알레르기 정보	<p>알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것</p> <p>글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 아류 및 어류 제품, 땅콩, 콩, 호두 제품 등</p>											
용량	<p>순중량으로 표기할 것</p> <p>소포장 상품 패키지가인 경우 수량*소포장 중량으로 표기할 것</p> <p>최소 수량 기준 또는 평균 수량 기준으로 작성할 것</p> <p>액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기할 것</p>											

<p>세부 내용</p>	<p>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>제조업체 정보</p>	<p>제조업체, 생산자 혹은 수입업자의 이름과 주소를 표기할 것</p> <p>수입 제품의 경우 현지 수입업자, 유통업자 혹은 대행사의 이름과 주소를 필수적으로 표기할 것</p>
		<p>원산지</p>	<p>수입 식품에 대한 원산지 표기는 필수임</p> <p>도시, 군, 구와 같은 행정 단위 표기는 불가함</p>
		<p>유통기간</p>	<p>유통기간은 반드시 지워지거나 오염되는 등의 훼손되지 않는 형태로 표시되어야 하며, 최소 3mm 이상의 크기로 표시할 것</p>
		<p>사용방법</p>	<p>‘사용방법’ 또는 ‘조리법’이라는 표기와 함께 제공하며, 특정 원료가 포함되어 있음을 일러는 경우 그림으로 표시할 것</p>
		<p>감미료 표기</p>	<p>아세설팜-K, 사카린 등의 특정 감미료를 포함하고 있는 제품의 경우 최대 섭취 허용량에 대한 정보를 표기할 것</p>
		<p>특정용도식품</p>	<p>저칼로리, 당뇨병 식품 등 특정 목적을 위한 식품의 경우 해당하는 목적을 명확하게 표기할 것</p>
		<p>영양정보</p>	<p>열량, 나트륨, 단백질과 아미노산, 탄수화물, 전분, 당, 지방, 산화지방, 콜레스테롤, 비타민 또는 무기질, 식이섬유, 기타 영양성분 등</p>
		<p>기타</p>	<p>방사능 조사 식품, 홀그레인(Whole grain), 우유, 와인 등의 제품은 각 해당 식품별로 별도로 요구되는 사항을 지킬 것</p> <p>건강 기능성에 경우 법률이 정하는 바에 따라 작성할 것</p>

자료: 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online)(sso.agc.gov.sg)

[표 4.6] 싱가포르 커피 제품 라벨 표기 규정

적용규제	The Sale of Food Act, Food Regulations (CHAPTER 283, SECTION 56(1))	
세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	<p>커피 다양한 커피 종 중 하나 이상의 종류로 된 원두 또는 이를 분쇄한 것을 의미함</p>
		<p>커피와 치커리 분쇄된 커피와 분쇄된 치커리의 혼합으로 커피의 함량이 50% 이상이어야 함 '커피와 치커리'라는 단어가 다른 단어보다 큰 글자 크기여야 함</p>
		<p>커피 혼합물 각 혼합물의 성분 함량은 높이 3mm 이상의 크기로 표기해야 함 분쇄된 커피와 분쇄된 식품과의 혼합물로, 커피의 함량이 50% 이상이어야 함</p>
		<p>인스턴트 커피 또는 가용성 커피 '커피 혼합물'이라는 단어가 다른 단어보다 큰 글자 크기여야 함 커피를 용해한 용액의 추출물을 건조시킨 가용성 고형물로 커피의 색상, 맛, 향을 갖는 분말 형태이어야 함</p>
		<p> 5% 이하의 수분, 12% 이하의 진여물, 2.25% 이상의 무수 카페인을 함유해야 함 끓는 물에 30초 이상 저었을 때 모두 용해되어야 함</p>
		<p> 무수 카페인이 0.1% 이하인 커피를 의미함</p>
		<p> 무수 카페인이 0.3% 이하여야 함</p>
		<p> 디카페인 인스턴트 커피 또는 디카페인 가용성 커피는 수분이 없는 기준으로 무수 카페인이 0.3% 이하여야 함</p>

자료: 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online)(sso.agc.gov.sg)

▶ 싱가포르 커피 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[왼쪽 면 라벨링]

[앞면 - 영문]

- ① Product Name :
OWL KopitiamKopi O Gao
- ② Product type :
Roast & Ground Coffee with Arabica Beans,
Stronger Black Coffee
- ③ Manufacturer : OWL
- ④ Uniqueness : Sugar in filter bag
- ⑤ Volume : 20 Bags, Net WT 400g, 14oz

[앞면 - 국문]

- ① 제품명 :
OWL KopitiamKopi O Gao
- ② 제품 종류 :
로스팅한 아라비카종 혼합 커피,
진한 블랙 커피
- ③ 제조업체 : OWL
- ④ 특이사항 : 커피 티백에 설탕 포함
- ⑤ 용량 : 20개 티백, 순중량 400g, 14oz

[왼쪽 면 - 영문]

- ① Origin and Importer :
Manufactured in Malaysia For:
OWL INTERNATIONAL PTE LTD.
- ② Company Information :
30 TuasLink 2, Super Group Building Singapore 638568
Tel: (65) 6268 8100
Fax: (65) 6268 5988
www.owi.com.sg
Email: reachus@owl.com.sg
www.facebook.com/OWLINT
- ③ Volume : Net Wt: 400g (20*20 bags)
- ④ ISO Certification : ISO 22000 Certificate
- ⑤ HALAL Certification : HalalCertificate

[왼쪽 면 - 국문]

- ① 원산지 및 수입업체 :
말레이시아 생산,
OWL INTERNATIONAL PTE LTD. 수입.
- ② 업체 정보 :
30 TuasLink 2, Super Group Building Singapore 638568
전화번호 : (65) 6268 8100
팩스 : (65) 6268 5988
홈페이지 : www.owi.com.sg
이메일 : reachus@owl.com.sg
페이스북 :www.facebook.com/OWLINT
- ③ 용량 : 순중량 400g (20g*20개 티백)
- ④ ISO 22000 인증됨
- ⑤ 할랄 인증됨

▶ 싱가포르 커피 라벨 샘플



[뒷면 라벨링]

① Nutrition Information

NUTRITION INFORMATION

Servings per package: 20

Serving size 1 bag / 20g

	20g per serving	per 100ml
Energy	82 kcal*	55 kcal*
Protein	0.8g	0.6g
Total Fat	0.7g	0.5g
Saturated Fat	0.3g	0.2g
Trans Fat	0g	0g
Cholesterol	0mg	0mg
Carbohydrate	18.0g	12.0g
Sugars	12.9g	8.6g
Dietary Fibre	0.3g	0.2g
Sodium	3gm	2mg

② Material :

Coffee Mixture Powder (Coffee Beans, Sugar, Salt), Sugar

③ Edible Method :

1. Place a coffee mixture bag into an empty cup.
2. Add 150ml boiled water.
3. Gently press & release coffee mixture bag with spoon for 3 minutes
4. Stir well and coffee is ready to serve

④ Storage Method :

Keep in dry and cold condition

⑤ Shelf Life :

Production date(DD/MM/YYYY)

Expiry Date(DD/MM/YYYY)

① 영양성분표

영양 성분표

패키지 내 사용 분량 20 티백

1 티백 당 20g

	20g 사용 시	100ml 사용 시
영량	82 kcal*	55 kcal*
단백질	0.8g	0.6g
총지방	0.7g	0.5g
포화지방	0.3g	0.2g
트랜스 지방	0g	0g
콜레스테롤	0mg	0mg
탄수화물	18.0g	12.0g
당질	12.9g	8.6g
식이섬유	0.3g	0.2g
나트륨	3gm	2mg

② 재료 :

커피 혼합 파우더 (커피 원두, 설탕, 소금), 설탕

③ 식용방법 :

1. 커피백을 빈 컵에 넣습니다.
2. 150ml의 끓는 물을 넣습니다.
3. 컵 속의 커피백을 티스푼을 이용하여 3번 가량 부드럽게 눌렀다 떼었다를 반복합니다.
4. 잘 저어준 후에 맛있는 커피를 맛보실 수 있습니다.

④ 보관방법 : 건조하고 서늘한 곳에 보관

⑤ 유통기한 :

생산일(날짜/월/연도)

유통기한(날짜/월/연도)

4. 싱가포르 커피 서류 준비

서류 준비

싱가포르로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

커피

커피 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 싱가포르 현지 등록 사업자를 통한 통관 진행 가능

싱가포르에서 수입통관을 진행하기 위해서는 반드시 싱가포르 당국에 기업 또는 사업자 등록이 되어 있어야함. 기업 등록을 담당하는 싱가포르 기업청(ACRA, Accounting and Corporate Regulatory Authority)을 통해 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number)을 발급받아 싱가포르 세관에 등록해야함. 수입통관절차는 온라인 통관시스템인 '트레이드엑스체인지(TradeXchange)'를 통해서 진행됨

트레이드엑스체인지만, 싱가포르의 무역 및 물류를 위한 단일 통합 플랫폼으로 종합적인 무역 서비스를 제공하고 있음. 무역 신고 서비스의 핵심 어플리케이션인 '트레이드넷(TradeNet)', 화물 네트워크 및 항공/해상 운송 연계를 통한 배송 상황 추적, 주요 기관 연계, 화물 운송 예약 등 다양한 온라인 서비스를 제공하고 있음

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 한국의 관세청이나 상공회의소를 통하여 발급받을 수 있음. 양식의 경우 양국에서 지정하고 있는 별도의 증명양식이 있으며, 발급받은 원산지증명서는 1회 사용을 원칙으로 함. 별도의 포괄증명 규칙이 없기 때문에 수출 시 매회 제출해야함

[표 4.7] 싱가포르 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서	(-)
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
	포장 명세서	(-)
	구매주문서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청/상공회의소

자료: 싱가포르 관세청(Singapore Customs)(customs.gov.sg)

5. 싱가포르 커피 세금 납부

세금 납부

싱가포르로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

커피

커피 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 커피 HS-CODE 0901.21-20, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-싱가포르 FTA 발효로 협정 세율 '적용'

커피의 경우 싱가포르에서는 HS-CODE 0901.21의 0901.21-20(잘게 부순 것) 세번을 사용하여 수입됨.³²⁾ 싱가포르 수입 시 기본 세율은 20%를 적용받으나 한국산 제품의 경우 2006년 3월 2일부로 발효된 한-싱가포르 FTA 협정으로 협정 세율을 적용받아 0% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 판매세(Goods and Services Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최대 7%임

- 수입 서류 심사비용에 40달러(약 5만 원)³³⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 220달러(약 26만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 33시간 소요

[표 4.8] 한국·싱가포르 HS CODE 비교 및 싱가포르 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0901	커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없음), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물(커피의 포함비율은 상관없음)	커피엑스, 커피추출물 (에센스 등), 카페인 제외
	0901.21-0000	카페인을 제거하지 않은 것	
싱가포르	0901.21.20	잘게 부순 것	
관세	기본 세율	20%	
	협정 세율	0%	
판매세		최대 7%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 싱가포르 관세청(Singapore Customs)(customs.gov.sg)

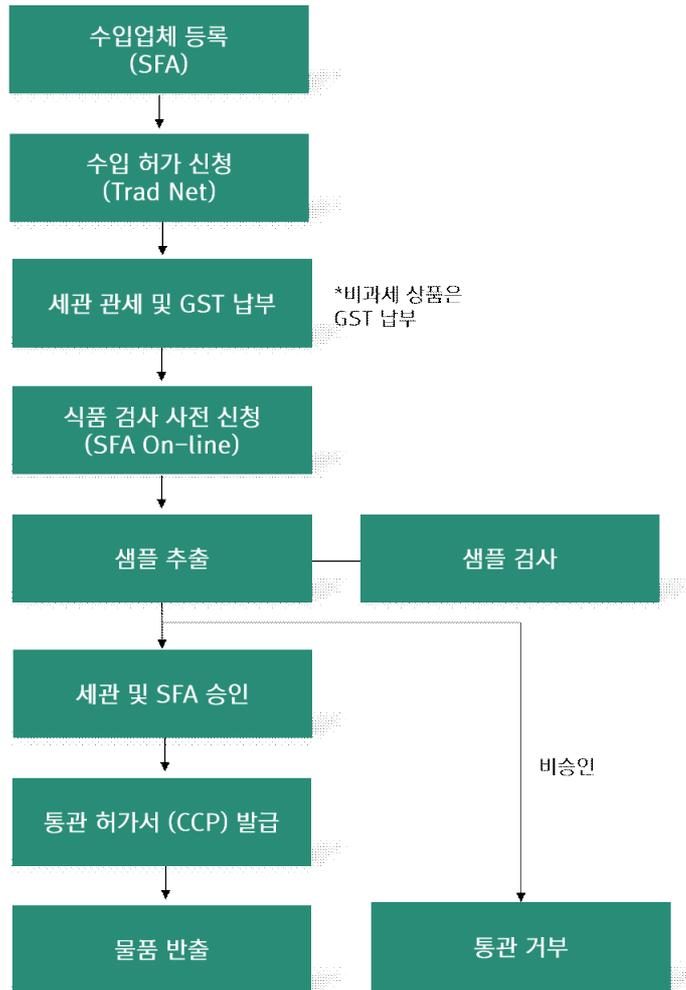
32) 싱가포르 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 0901.21 중 드립백 커피에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 싱가포르 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 싱가포르 관세청을 통한 확인이 필요함

33) 1달러=1,198.50달러 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 싱가포르 커피 검역 심사 절차

- ▶ 싱가포르 일반가공식품, 서류 검사에 따라 물품 검사 실시
- ▶ 등록된 업체를 통하여 통관 진행 가능

[표 4.9] 싱가포르 통관 프로세스



- ▶ 싱가포르 커피 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 4.10] 싱가포르 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	싱가포르
식품유형	음료류 > 커피

7. 수출 대상국가(싱가포르) 관련 규제 정보

- ▶ 싱가포르 진출 희망 기업, 식품 안전 규정 확인 필요
- ▶ 싱가포르 커피 제품 수출을 위한 식품 포장 규정 준수

싱가포르는 식품의 90% 이상을 수입하는 나라로서 식품 안전에 대한 세세한 법적 규제를 가지고 위험이 높은 해외 식품의 인증, 현지 식품 시설에 대한 철저한 검사, 이에 따른 허가 및 관리를 하고 있음

특히, 식품 안전과 관련하여 2020년 3월 3일 개정된 식품 규정³⁴⁾에서는 일반가공식품을 위한 식품 용기 규정을 다음과 같이 정하고 있음. 해당 규정을 위반할 시 1,000달러(한화 약 120만 원) 이하의 벌금이 부과될 수 있으며, 반복 위반의 경우 2,000달러(한화 약 240만 원) 이하의 벌금이 부과될 수 있으므로 싱가포르로 커피 제품을 수출하고자 하는 기업은 주의해야 함

[표 4.11] 싱가포르 식품 용기 규정

구분	내용	주의 및 활용
식품 용기 내 함유 물질	<ul style="list-style-type: none"> • 1ppm 초과인 비닐클로라이드모노머(vinyl chloride monomer)를 포함해서는 안 됨 • 발암물질, 돌연변이나 기형을 유발하는 물질, 독성물질 또는 유해물질을 포함해서는 안 됨 	해당 조항은 식품의 제조, 포장, 보관, 수입, 판매, 배송 중 사용되는 모든 포장 용기에 해당됨
식품 관련 기기, 포장, 용기에서 발생 가능한 물질	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 보관, 조리 준비, 조리과 관련된 기기나 포장, 용기는 납, 압티몬, 비소, 카드뮴 또는 그와 유사한 독소를 발생 시켜서는 안 됨 	해당 조항은 식품의 수입, 판매, 운송, 배달 관련자에 모두 해당됨
세라믹 식품 용기	<ul style="list-style-type: none"> • 무작위 6개 제품을 침출 검사 시, <ul style="list-style-type: none"> - 내부 깊이가 25mm 이하인 평판의 제품의 경우 납의 함량이 3.0 mcg/ml 이어야함 - 1.1리터 미만의 용기의 경우(컵과 머그컵은 제외), 납의 함량이 2.0 mcg/ml 이어야함 - 1.1리터 이상의 용기의 경우(주전자 제외), 납의 함량이 1.0 mcg/ml 이어야함 - 컵과 머그컵, 주전자의 경우 납의 함량이 0.5 mcg/ml 이어야함 	해당 조항은 세라믹 용기를 사용하는 식품의 수입, 판매, 운송, 배달 관련자에 모두 해당됨
음료 배송관	<ul style="list-style-type: none"> - 맥주, 사이다 등 음료, 액체류 식품 배송에 납으로 된 배송관을 사용해서는 안됨 	

자료 : 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online)(sso.agc.gov.sg)

34) 싱가포르 환경수자원부(Ministry of the Environment and Water Resources), 「G.N. No. S 237/2020—Food (Amendment) Regulations 2020 3 April 2020」, 2020

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 나일론커피로스터스(Nylon Coffee Roasters)

Interview ② 스미튼스페셜티커피앤티(Smitten Specialty Coffee & Tea)

Interview ③ 싱가포르커피서비스(Singapore Coffee Service Pte. Ltd.)

Interview ④ 커먼맨커피로스터스(Common Man Coffee Roasters)

Interview ⑤ 람여스페셜티커피(Lam Yeo Specialty Coffee)

Interview ① 나일론커피로스터스 (Nylon Coffee Roasters)

35)

● 나일론커피로스터스 (Nylon Coffee Roasters)

전문가 소속

나일론커피로스터스
(Nylon Coffee Roasters)
소매업체

연락처

+65 06 6200 2330

전문가 정보

Mr. Bingwen
(Product Manager)



나일론커피로스터스(Nylon Coffee Roasters)

Product Manager, Mr. Bingwen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

나일론커피로스터스는 2012년에 개업한 카페로, 다양한 스페셜티 커피 메뉴와 함께 싱글오리진 및 블렌딩 커피 원두를 판매하고 있습니다. 싱가포르 에버턴 파크에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 싱가포르에서 스페셜티 커피의 시장은 어떤가요?

싱가포르에서 커피는 어린 아이를 제외한 모두에게 대중적인 음료입니다. 스페셜티 커피는 스페셜티커피협회에서 정한 기준 및 등급이 있으며 품질 기준에 의해 엄격히 관리됩니다. 그렇기 때문에 스페셜티 커피는 일반 커피보다 가격이 높습니다. 현재 싱가포르의 스페셜티 커피 시장은 대형 프랜차이즈 업체의 제품이 대부분을 차지하고 있습니다. 스페셜티 커피는 금전적, 시간적 여유가 있는 소수의 커피 마니아가 주로 구매합니다.

Q. 싱가포르에서 드립백 커피의 수요는 어떤가요?

대부분의 소비자들은 카페에서 커피를 테이크아웃 하여 걸어 다니면서 마시거나 하루 일과 중에 마십니다. 드립백 커피는 추출 과정에서 시간이 걸리기 때문에 카페에 앉아 천천히 마실 경우, 호텔에서 마실 경우, 집에서 내려먹는 경우 등에는 적합하지만 테이크아웃 용도의 드립백 커피는 싱가포르에서 거의 찾아 볼 수 없고 바로 구매하여 마실 수 있는 커피를 선호하는 싱가포르 소비자들에게 적합하지 않습니다.

35) 사진자료: 나일론커피로스터스(Nylon Coffee Roasters) 홈페이지

Q. 싱가포르 소비자들의 주요 커피 구매 요인은 무엇인가요?

거의 매일 커피를 마시는 학생 및 직장인에게 커피 구매에 있어 가장 중요한 것은 맛과 편리함입니다. 싱가포르 사람들은 아침에는 집에서 따뜻한 커피를 내려 마시고 점심 일과 중에는 마시기 편리한 차가운 커피를 마십니다. 물론 싱가포르의 커피 마니아들은 ‘맛있는 커피’를 위해 시간과 노력을 투자하지만, 스페셜티를 찾는 소비자들은 한정적이며 그 중에서도 드립백 스페셜티 커피의 수요는 매우 적습니다.

Q. 싱가포르로 커피 수출 시 유통 과정에서 조연사항이 있나요?

싱가포르로 처음 커피 제품을 수출하고자 한다면, 인플루언서 마케팅을 통해 브랜드 인지도를 먼저 높이는 방법이 효과적입니다. 만약 젊은 층을 겨냥한다면 이벤트 형식으로 싱가포르 내 유명 카페와 협업하여 캐릭터 등을 이용한 테마샵을 여는 것도 하나의 방법입니다. 그러나 최근 코로나19로 인해 소비자들이 카페에 직접 방문하는 횟수가 현저히 줄었으며 이로 인해 싱가포르의 배달 시장과 이커머스 (E-Commerce) 시장이 활성화되었습니다. 현재 시기에는 배달 및 온라인을 통한 판매가 가장 효과적인 유통 방법입니다.

Interview ② 스미튼스페셜티커피앤티 (Smitten Specialty Coffee & Tea)

36)

스미튼스페셜티커피앤티
(Smitten Specialty
Coffee & Tea)

전문가 소속

스미튼스페셜티커피앤티
(Smitten Specialty
Coffee & Tea)
수입유통업체

연락처

+65 9876 2347

전문가 정보

Mr. Timothy
(Manager)



스미튼스페셜티커피앤티(Smitten Specialty Coffee & Tea) Manager, Mr. Timothy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

스미튼스페셜티커피앤티는 2011년에 설립된 수입유통업체이며 싱가포르 후강에서 카페 매장을 운영함과 동시에 자사 홈페이지를 통해서도 제품을 판매하고 있습니다. 주요 취급 제품으로는 수입 커피 원두, 차, 커피머신 및 기기 등이 있으며 커피 관련 비즈니스 컨설팅 및 트레이닝도 진행하고 있습니다.

Q. 싱가포르 사람들의 커피에 대한 선호도는 어떤가요?

싱가포르 사람들은 커피를 자주 마시지만, 최근 커피보다는 차의 수요가 늘어나고 있습니다. 커피보다 차를 선호하는 가장 이유는 가격, 맛, 건강 등입니다. 차는 커피보다 가격이 저렴하고 단맛이 강하며 원하는 대로 다양한 맛을 골라 마실 수 있어 커피보다 소비자층이 넓은 편입니다. 또한 싱가포르는 2017년에 고령사회로 접어들었으며 세계적으로 고령화가 심각한 편에 속하는 나라입니다. 싱가포르 내 노년층의 비율은 매년 늘어나고 있는 추세로, 노년층으로 갈수록 커피보다는 건강티를 선호합니다.

Q. 싱가포르 내 커피 소비 동향은 어떤가요?

싱가포르에서 커피 및 음료는 대부분 카페에서 테이크아웃하여 마십니다. 연중 따뜻한 싱가포르 날씨로 인해 사람들은 간편하게 빨리 마실 수 있는 음료를 선호하여 대부분 차가운 음료를 마시는 편입니다. 따뜻한 음료는 빨리 마실 수 없고 가지고 다니기에 불편하기 때문에 따뜻한 커피를 선호하는 사람들은 대부분 카페에 앉아 천천히 마십니다.

36) 사진자료: 스미튼스페셜티커피앤티(Smitten Specialty Coffee & Tea) 홈페이지

Q. 싱가포르 사람들의 스페셜티 커피에 대한 선호도는 어떤가요?

싱가포르에서 스페셜티 커피는 대중화되어 있습니다. 그러나 인지도가 높은 것에 비해 판매량 및 선호도는 그다지 높지 않습니다. 대부분의 소비자들은 가격 및 접근성의 이유로 쉽게 구매할 수 있는 일반 커피를 마시며, 스페셜티 커피의 주 소비자들은 카페 및 호텔에서 여유롭게 커피 마시기를 즐기는 사람들입니다.

Q. 싱가포르에서 드립백 커피가 대중화되어 있나요?

싱가포르에서 드립백 커피는 많이 알려져 있고 소비자 인지도도 높지만, 주로 호텔이나 고급 카페 등에서 사용할 뿐 소비자들이 직접 드립백 커피 제품을 구매하지는 않습니다. 호텔 및 카페에서도 드립백 커피를 소비자에게 바로 제공하기 보다는 드립백으로 커피를 우려 낸 후 완성된 커피를 제공하는 방식을 사용합니다.

Interview ③ 싱가포르커피서비스 (Singapore Coffee Service Pte. Ltd.)

37)

싱가포르커피서비스
(Singapore Coffee
Service Pte. Ltd.)

전문가 소속

싱가포르커피서비스
(Singapore Coffee
Service Pte. Ltd.)
수입유통업체

연락처
+65 04 9616 0888

전문가 정보

Mr. Edward
(Sales Department)



싱가포르커피서비스(Singapore Coffee Service Pte. Ltd.) Sales Department, Mr. Edward

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

싱가포르커피서비스는 커피 전문 수입유통업체로, 싱가포르 캄퐁 유비에 매장을 운영하고 있으며 자사 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주로 네스프레소 캡슐 제품, 원두, 분쇄커피 등을 판매하며 카페, 레스토랑, 호텔, 편의점 등으로 유통하고 있습니다.

Q. 싱가포르 소비자들은 커피 구매 시 어떤 점을 가장 중요시하나요?

싱가포르 소비자들은 커피 구매 시 간편함을 제일 중시합니다. 소비자들은 카페, 티하우스, 호텔 등에서 커피를 구매하는 것을 가장 선호하며, 직접 타먹는 커피 제품을 구매할 때에도 편리하고 빠르게 먹을 수 있는 인스턴트 커피 믹스 제품을 주로 구매합니다.

Q. 싱가포르 내 커피 원두 제품 시장은 어떤가요?

싱가포르에서는 주로 블렌디드 원두를 많이 구매하는데, 소비자들은 이탈리아, 호주, 케냐, 아라빅 커피 등을 선호합니다. 싱가포르의 커피 시장은 이미 다수의 경쟁제품 및 유명제품이 독과점했기 때문에 새로운 제품의 시장 진입 시 소비자들의 인지도를 얻는데 어려움이 있을 수 있습니다.

Q. 싱가포르 내에서 드립백 커피에 대한 인식은 어떤가요?

대부분의 소비자들은 바로 마실 수 있는 커피를 구매하기 때문에 직접 시간을 들여 추출해 먹어야 하는 드립백 커피는 경쟁력이 떨어집니다. 드립백 커피를 맛있게 내리기 위해서는 특정 시간 및 특정 방법이 필요하며 추출 후 쓰레기가 생기기 때문에 소비자들은 잘 구매하지 않는 편입니다. 이러한 이유로 드립백 커피는 주로 고급 호텔에서 사용됩니다.

37) 사진자료: 싱가포르커피서비스(Singapore Coffee Service Pte. Ltd.) 홈페이지

Interview ④ 커먼맨커피로스터스 (Common Man Coffee Roasters)

38)

●
커먼맨커피로스터스
(Common Man
Coffee Roasters)

전문가 소속

커먼맨커피로스터스
(Common Man
Coffee Roasters)
도·소매업체

연락처
+65 6836 4695

전문가 정보

Mr. Kristo
(Manager)




커먼맨커피로스터스(Common Man Coffee Roasters) Manager, Mr. Kristo

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

커먼맨커피로스터스는 스페셜티 커피 전문업체로, 싱가포르와 말레이시아에 카페 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 싱글오리진, 블렌디드, 디카페인 등의 다양한 커피 종류를 취급하며 해당 커피 원두 및 커피 관련 기기를 도·소매로 판매하고 있습니다.

Q. 싱가포르에서 커피의 선호도는 어떤가요?

절반 이상의 싱가포르 사람들은 커피와 함께 하루를 시작합니다. 커피 소비자의 대부분은 18-32세 사이로, 싱가포르에서는 ‘밀레니얼 세대를 위한 카페’ 라는 말이 있을 만큼 젊은 층들은 커피를 매우 선호합니다.

Q. 싱가포르에서 어떤 종류의 커피가 인기 있나요?

최근 들어 싱가포르 내에서 건강과 웰빙에 대한 인식이 확산되어 식습관과 더불어 음료섭취습관을 바꾸려는 사람들이 늘어나고 있습니다. 소비자들은 유해한 식품첨가제 및 색소가 들어가지 않은 음료를 찾고 있으며 고카페인, 설탕, 고지방우유 등이 들어간 커피 및 음료의 섭취를 자제하고 있습니다.

Q. 싱가포르로 커피 수출 시 조연사항이 있나요?

소비자들은 기분에 따라 오늘 마실 커피 및 음료 메뉴를 결정하기 때문에 TV 광고, 옥외광고, 신문광고 등은 소비자들의 음료 구매에 있어 매우 중요한 요소입니다. 소비가 쉬운 만큼 대체제도 많기 때문에 특히나 음료 제품에서는 광고가 필수적입니다. 최근에는 카페 배달이 늘어나고 있는 추세라 온라인 및 모바일 마케팅이 트렌드로 떠오르고 있는 중입니다.

38) 사진자료: 커먼맨커피로스터스(Common Man Coffee Roasters) 홈페이지

Q. 싱가포르로 커피 제품을 수출하기 위해서 받아야 할 인증이 있나요?

싱가포르로 커피 수출을 희망하는 업체는 HACCP 인증을 받는 것이 효과적입니다. 이외에도 커피가 안전하고 위생적인 환경에서 제조되었다는 것을 증명하는 GMP, ISO 등의 식품안전인증을 취득했을 시, 통관 과정을 수월하게 진행할 수 있습니다. 싱가포르의 약 20%의 사람들은 채식주의자이며 약 14%의 사람들은 무슬림입니다. 식품 수출에 있어 비건과 할랄 인증이 필수는 아니지만 해당 인증 취득 시, 소비자의 선호를 얻을 수 있고 판매 마케팅 시 유리하게 작용될 수 있습니다.

Q. 싱가포르에서 커피 제품의 포장 규제가 있나요?

싱가포르 정부는 지속가능한 포장 폐기물 관리(Sustainable packaging waste management)를 위한 정책을 도입하였으며 이에 따라 싱가포르로 수출하는 업체에게 포장 폐기물 배출 감소 계획의 제출을 요구합니다. 수출기업은 알루미늄 호일, 플라스틱 등 다양한 포장용기에 대하여 특정 규제조건을 지켜야 합니다. 예를 들어 식품포장용기에 1ppm 초과인 비닐클로라이드모노머(Vinyl chloride monomer), 발암성 물질, 돌연변이 및 기형 유발성 물질, 독성 물질이 포함되어서는 안됩니다.

Interview ⑤ 람여스페셜티커피 (Lam Yeo Specialty Coffee)

39)

●
람여스페셜티커피
(Lam Yeo Specialty
Coffee)

전문가 소속

람여스페셜티커피
(Lam Yeo Specialty
Coffee)
소매업체

연락처

+65 6256 2239

전문가 정보

Mr. Michael
(Sales Department)

EST. 1959
LAM YEO
SPECIALTY COFFEE



람여스페셜티커피(Lam Yeo Specialty Coffee) Sales Department, Mr. Michael

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

람여커피파우더(Lam Yeo Coffee Powder)는 1959년에 설립된 커피전문업체로 카페 매장과 동시에 자사 홈페이지에서 커피 원두를 판매하고 있습니다. 주 취급 제품으로는 람여커피만의 80년 전통방법으로 로스팅한 람여전통블렌디드와 브라질, 에티오피아, 콜롬비아에서 수입한 프리미엄 원두로 로스팅한 스페셜티 블렌디드가 있습니다.

Q. 싱가포르 내 스페셜티 커피 시장은 어떤가요?

스페셜티 커피의 차별성은 신선한 원두, 아로마 향미, 다양한 플레이버 등입니다. 그러나 스페셜티 커피의 판매에는 ‘달레마’가 있습니다. 스페셜티 커피의 추출 시, 최상의 맛을 위한 최적의 시간이 필요한데 카페에서 이러한 추출 과정들을 미리 준비하여 판매하면 커피의 맛과 향이 떨어질 수밖에 없습니다. 그러나 소비자들은 빠르게 마실 수 있는 커피를 원하기 때문에 커피 추출 시간을 단축해야만 하는데 그렇게 되면 스페셜티 커피의 차별성을 잃게 됩니다. 해당 달레마로 인하여 스페셜티 커피보다 일반커피가 더 대중화되어 있는 것이고 소비자 또한 일반커피를 더욱 선호합니다.

Q. 싱가포르 내 스페셜티 커피 시장은 어떤가요?

대부분 카페는 학교 및 회사 근처에 위치하고 있으며 커피의 주 소비자는 20-30대 학생 및 직장인입니다. 그러나 스페셜티 커피의 경우, 일반 커피에 비해 가격대가 높고 더 고급스러운 커피라는 인식이 있어 소수의 카페에서만 판매하고 있으며 주로 40대 이상의 소비자들이 많습니다.

39) 사진자료: 람여스페셜티커피(Lam Yeo Specialty Coffee) 홈페이지

Q. 싱가포르 내 드립백 커피의 인지도는 어떤가요?

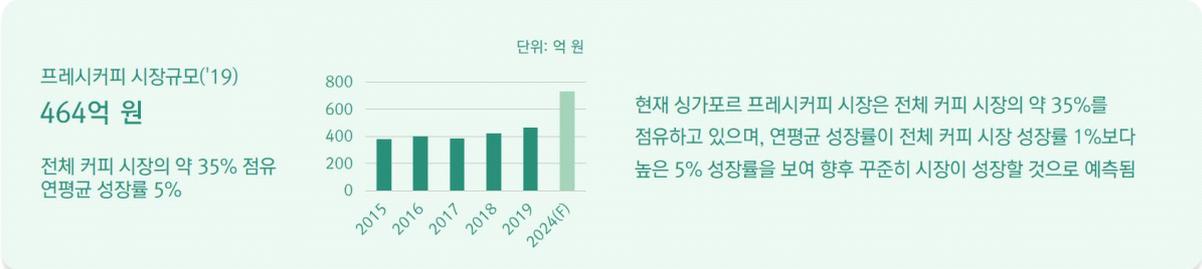
커피머신으로 커피를 내려먹거나 카페에서 구매하여 마시는 것이 일반적인 싱가포르에서 드립백 커피는 많이 알려져 있지 않습니다. 그러나 드립백 커피는 잠재력이 있는 시장이며 드립커피의 대중화에 도움이 될 것이라 예상합니다. 드립백 커피는 다른 커피머신 및 도구의 도움 없이 간단하게 우려먹을 수 있기 때문에 스페셜티 커피를 간단하게 마시고 싶어 하는 소비자들에게 충분한 대체 상품이 될 수 있을 것 같습니다.

Q. 싱가포르로 드립백 커피 수출 시 유통 및 판매 관련 조언사항이 있나요?

TV, 유튜브, 페이스북 같은 미디어를 이용하여 커피 원두의 원산지와 품질을 강조하는 것이 중요합니다. 또한 소비자 인지도를 높일 수 있는 가장 좋은 방법은 카페와 식당으로 먼저 유통하여 일정기간 판매를 진행하는 것입니다. 카페 및 식당을 통해 해당 제품에 대한 소비자 반응을 살피고 그에 맞는 유통채널을 설정하는 것이 효과적일 것입니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights



스페셜티 드립백 커피 소비특징
산미가 약한 제품 선호

싱가포르 소비자, 커피와 스페셜티 커피 소비에서 모두 약한 산미 제품 선호

싱가포르 온라인쇼핑몰에서 커피 관련 문서 9,950건을 분석한 결과 '맛' 키워드가 3,524건으로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타남. 이 중 '산미' 키워드가 1,174건으로 가장 많았으며, 건강상의 이유 등으로 전반적으로 강한 산미에 대해 부정적인 반응이었음

한편 스페셜티 커피의 경우, 로스팅과 브루잉에서 산미의 특색을 살리는 경향이 있지만 싱가포르 소비자들은 스페셜티 커피 역시 약한 산미의 커피를 선호하는 경향이 나타났음

스페셜티 드립백 커피 유통채널
진출 가능 유통채널 '커피전문점 및 온라인'

커피전문점 포함
개인 및 기타 식료품점 18.4% 점유
온라인 8.8% 점유

싱가포르 커피 진출 가능 유통채널로는, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(78.1%), 커피전문점을 포함하는 개인 및 기타 식료품점(18.4%) 및 온라인 채널(8.8%) 등이 있음

이 중 스페셜티 드립백 커피 유통채널에 대해, 전문가들은 드립백 커피의 개인 소비가 활성화되지 않은 현지 시장에서 드립백 커피의 주 수요처인 커피전문점과, 코로나19 영향으로 더 큰 성장이 전망되는 온라인 채널을 향후 진출 유통채널로 언급함



비관세장벽

라벨규제 및 포장용기규제

커피 제품 라벨 규제 별도 존재
올해 식품 안전 관련 개정 규정 중,
식품 용기 규정이 엄격함



싱가포르 수출 시, 커피에 대한 라벨 규제는 일반가공식품 라벨 규제에 더해 별도로 커피 제품 라벨 표기 규제가 존재함. 'The Sale of Food Act, Food Regulations(CHAPTER 283, SECTION 56(1))'에 따라, 커피, 커피혼합물, 인스턴트 커피 등의 분류별 라벨 표기 규제를 따라야 함

또한 올해 개정된 싱가포르 식품 안전 관련 규정 중, 식품 용기 규정이 엄격한 것으로 조사됨. 식품 용기의 유해물질 함유 규제가 주된 내용이며, 위반 시 한화 약 120만 원 이하의 벌금이 부과될 수 있음

인증

'HACCP, GMP, ISO' '비건, 할랄'

싱가포르 커피 수출 시 강제 인증은 없으나,
HACCP 등 인증 취득 시 통관 수월



싱가포르 커피 수출 시 강제되는 인증은 없는 것으로 조사됨. 단, 커피가 안전하고 위생적인 환경에서 제조되었다는 것을 증명하는 HACCP, GMP, ISO 등의 식품안전 인증을 취득할 시 통관이 수월하게 진행될 수 있음

한 전문가는, 기타 추천되는 인증에 대해, 인구의 약 20%를 차지하는 채식주의자를 위한 비건 관련 인증이나 인구의 약 14%를 차지하는 무슬림을 위한 할랄 인증이 소비자들의 선호를 얻을 수 있다고 언급함

전문가피드백

01. 싱가포르 소비자, '간편함' 중시
02. 개인 소비자, 드립백 커피 수요 적음

전문가 5인 중 4인 이상이 공통으로 언급한
싱가포르 커피 소비 실태



전문가 5명 중 4명이 현지 소비자가 커피 구매 시 중요하게 생각하는 요소로 '간편함'을 언급함. 이는 연중 내내 더운 날씨가 지속되는 현지 환경에 따른 것으로 보이며, 이 중 2명은 싱가포르 소비자가 차가운 커피를 선호한다고 말함

또한 전문가 5명 중 4명이 개인 소비자의 드립백 커피 수요가 적다고 언급함. 드립백 커피는 주로 커피전문점에서 소비되며 개인 구매 비중은 적은 편인데, 그 이유에 대해 드립백 커피 사용 방법, 소요 시간 등에 신경쓰는 것에 불편을 느끼기 때문이며 사용 시 발생하는 쓰레기에 대해서도 부정적이라고 설명함

진출제언



Point 01. 싱가포르 소비자들은 커피 구매 시 '간편함'을 중요하게 생각하며, 드립백 커피는 사용 방법, 소요 시간 등으로 인해 선호하지 않음

Point 02. 싱가포르 수출 시 커피에 적용되는 라벨 표기 규제가 별도로 존재하며, 올해 식품 안전 관련 규정 개정으로 제품 용기에 대한 규제가 엄격함

Point 03. 싱가포르 수출 시 강제 인증은 없으나, HACCP 등 식품안전인증 취득 시 통관이 수월하며, 채식주의자, 무슬림 대상 인증이 소비자들에게 선호됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「Singapore Downstream F&B」, DBS Bank, 2019.10
2. 싱가포르 식품청(SFA), 「Import Regulation of Specific Food Products」, 2020
3. 싱가포르 식품청(Singapore Food Agency), 「A Guide to Food Labelling and Advertisements」, 2020 개정
4. 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online), 「SALE OF FOOD ACT (CHAPTER 283, SECTION 56(1)) FOOD REGULATIONS」, 2020 개정
5. 싱가포르 관세청(Singapore Customs), 「NEW TRADENET® VERSION 4.0 AND TRADEXCHANGE® TO ENHANCE SINGAPORE'S COMPETITIVENESS」, 2007
6. 싱가포르 관세청(Singapore Customs), 「ADENET® SERVICE REGISTRATION PROCEDURES」, 2017
7. 싱가포르 환경수자원부(Ministry of the Environment and Water Resources), 「G.N. No. S 237/2020—Food (Amendment) Regulations 2020 3 April 2020」, 2020

■ 참고 사이트

1. 관세정보법령포털 홈페이지(unipass.customs.go.kr)
2. 국제무역센터(International Trade Center) 홈페이지 (www.trademap.org)
3. 나일론커피로스터스(Nylon Coffee Roasters) 홈페이지(www.nyloncoffee.sg)
4. 더막스커피(The Maks Coffee) 인스타그램 홈페이지(www.instagram.com/themakscoffee)
5. 더막스커피(The Maks Coffee) 홈페이지(www.themakscoffee.com)
6. 더비즈니스타임즈(The Business Times) 홈페이지(www.businesstimes.com.sg)
7. 더스트레이트타임즈(The Straits Times) 홈페이지(www.straitstimes.com)
8. 더커피로스터(The Coffee Roaster) 인스타그램 홈페이지(www.instagram.com/thecoffeeroaster)
9. 더커피로스터(The Coffee Roaster) 홈페이지(www.thecoffeeroaster.sg/cafe)
10. 두잉비즈니스(Doing Business) 홈페이지(doingbusiness.org)
11. 라자다(Lazada) 홈페이지(www.lazada.sg)
12. 램여스페셜티커피(Lam Yeo specialty Coffee) 홈페이지(lamyeo.com)
13. 마케팅인터랙티브(Marketing-interactive) 홈페이지(www.marketing-interactive.com)
14. 본카페(Boncafe) 홈페이지(www.boncafe.com)
15. 쇼피(Shopee) 홈페이지(www.shopee.sg)
16. 스미튼스페셜티커피앤티(Smitten Specialty Coffee & Tea) 홈페이지(www.smittencoffeetea.com)
17. 스탯istica(Statista) 홈페이지(www.statista.com)
18. 싱가포르 관세청(Singapore Customs)(www.customs.gov.sg)
19. 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online)(sso.agc.gov.sg)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

20. 싱가포르 보건부(Ministry of Health)(moh.gov.vn)
21. 싱가포르 식품청(Singapore Food Agency)(www.sfa.gov.sg)
22. 싱가포르에어라인(Singapore Airlines) 홈페이지(www.singaporeair.com)
23. 싱가포르 정부(Singapore Government)(www.gov.sg)
24. 싱가포르커피서비스(Singapore Coffee Service Pte. Ltd.) 홈페이지(scs.coffee)
25. 아마존(Amazon) 싱가포르 홈페이지(www.amazon.sg)
26. 알리질라(Alizila) 홈페이지(www.alizila.com)
27. 앱애니(App Annie) 홈페이지(www.appannie.com)
28. 야후파이낸스(Yahoo finance) 홈페이지(www.finance.yahoo.com)
29. 외교부 홈페이지 (www.mofa.go.kr)
30. 에어라인레이팅스(Airline Ratings) 홈페이지(www.airlineratings.com)
31. 에어버스(Airbus) 홈페이지(services.airbus.com)
32. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
33. 자이커스(ZYCUS) 홈페이지(zsn.zycus.com)
34. 정글스카우트(Junglescout) 홈페이지(www.junglescout.com)
35. 제이엠엘(JML) 페이스북 홈페이지(www.facebook.com/jmlsgp/)
36. 제이엠엘(JML) 홈페이지(www.jml.sg)
37. 창이국제공항(Changi Airport) 홈페이지(www.changiairport.com)
38. 카티(Kati) 홈페이지(www.kati.net)
39. 커먼맨커피로스터스(Common Man Coffee Roasters) 홈페이지(commonmancoffeeroasters)
40. 커뮤니카페(Comunicaffe) 홈페이지(www.comunicaffe.com)
41. 타카시마야(高島屋) 페이스북 홈페이지(www.facebook.com/takashimayasg/)
42. 타카시마야(高島屋) 홈페이지(www.takashimaya.com.sg)
43. 트레이드맵 홈페이지(www.trademap.org)
44. 파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo) 페이스북 홈페이지(www.facebook.com/HattendoSingapore)
45. 파이프스바이하텐도(Pipes by Hattendo) 홈페이지(hattendo.oddle.me/en_SG)
46. 피피피커피(PPP Coffee) 인스타그램 홈페이지(www.instagram.com/ppp.coffee)
47. 피피피커피(PPP Coffee) 홈페이지(ppppcoffee.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.09.04

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사 로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.

Printed in Korea