

II

사 과

인도네시아

1. 시장개요	39
2. 유통동향	39
3. 소비동향	42
4. 수입동향	43
5. 통관 및 수입절차	45
6. 한국산 및 경쟁국 유통동향	47
7. 한국산 수출확대 방안	48

1. 시장개요

- 온대성 과일인 사과는 연평균 기온이 9~14℃ 지역에 적합한 과일로, 인도네시아에서는 생산이 불가능하여 소비되는 전량을 수입에 의존하고 있음
- 사과는 매년 14~15만톤 정도 수입되고 있으며, 수입과일 중 가장 인기가 있는 품목으로 매년 수입량이 증가추세임
- 주 소비층은 전체 인구의 10~15%를 차지하고 있는 중산층으로 주로 자카르타, 수라바야, 족자, 반둥, 스마랑, 매단 등의 주요 도시에서 소비가 이루어지고 있음

2. 유통동향

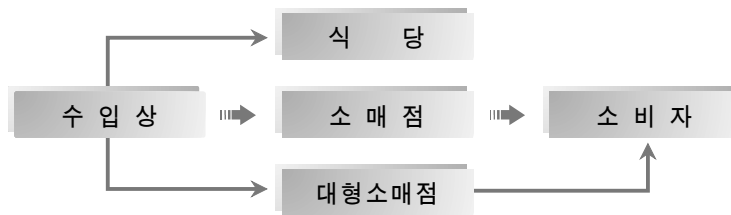
■ 유통구조

- 현지 수입 유통경로는 대형 유통도매시장이 없어 중·소형 도매상들이 자체 냉장 창고를 보유하고 있는 전문 수입상으로부터 직구매를 하는 형태이며, 대형업체의 경우 수입업체에서 주문서에 따라 배달하는 형태임
- 물류저장 창고 부족 및 낙후된 도로사정으로 육로를 통한 내륙운송은 거의 불가능하므로 대부분의 수입과일은 자카르타와 일부 근교도시 등에서 소비됨

【 화교수입상 유통경로 】



【 한국교민상 유통경로 】



■ 유통현황

- 수입산 사과 유통은 연중 이루어지고 있으며, 뉴질랜드산은 주로 4~12월, 칠레산은 3~5월, 미국산은 연중 수입되어 유통되고 있음
 - 미국산의 경우 지속적인 홍보와 시장개척으로 수입이 증가추세임
- 한국산은 주로 추석을 전후하여 수입되어 유통되며, 한국산과 경쟁이 되는 중국산 후지의 경우 7~10월에 수입되어 유통
 - 중국산 후지사과는 가장 하급품이 Rp10,400/kg, 고급품이 Rp27,500/kg에 판매되고 있어 다양한 구매층을 확보하고 있음
- 뉴질랜드산은 퍼시픽 로즈, 로얄갈라가 주 수입품종으로, 매년 4~12월까지 수입되고 있으며, 수입단가는 10kg당 US\$9~11임
- 호주산은 로얄갈라가 주 수입품종으로 수입시기는 뉴질랜드와 비슷하나 수입단가는 10kg당 US\$20~23로 최고가임
- 미국산 주 수입품종은 로얄갈라 및 레드딜리셔스, 그레이니 스미스로 주로 11~익년 5월에 수입되고 있으며 수입단가는 10kg당 US\$8~9로 저렴한 편임

【 인도네시아 사과 판매가격 】

(단위 : 루피아(Rp)/kg)

원산지	품 명	규 격	판매가격	판매처
중 국	Fuji Premium	중	25,300	까르푸
		중	27,500	푸드홀
		중	22,350	파머스마켓
	Fuji RRC	중	19,500	푸드홀
		중	18,700	까르푸
		중	14,950	롯데마트
		중	15,290	파머스마켓
미 국	Granny smith	중	25,650	까르푸
		중	23,900	파머스마켓
		중	26,500	푸드홀
	Royal Gala	중	26,300	까르푸
		중	19,950	롯데마트
		대	28,150	파머스마켓
	Red Delicious	대	28,950	푸드홀
일 본	Japan kuning	대	35,500	푸드홀
호 주	Royal Gala	중	25,400	푸드홀
뉴질랜드	Red Delicious	중	21,950	파머스마켓

※ 조사시점 : '10. 8월초





3. 소비동향

■ 소비형태

- 냉장보관에 의한 신선도 유지가 중요하기 때문에 총 소비량의 70%이상이 까르푸, 해로, 등의 대형 슈퍼마켓이나 대형소평몰에 입점해 있는 FARMER'S MARKET, DIAMON, FOOD MART 등의 중형슈퍼 체인에서 이루어짐

- 수입과일은 자국산 대비 상대적으로 가격이 높은 편이므로, 주 소비층은 중산층 이상(월소득 400불 이상) 현지인 및 소득수준이 높은 화교와 외국인임
- 한국산은 주로 교민들이 한국 슈퍼마켓을 통해 명절 전후 선물용으로 구매하고 있으며, 2008년부터는 한국계 슈퍼 이외 이메일 및 전화를 통한 통신판매를 통한 구매도 이루어짐
 - 통신판매는 슈퍼보다 상대적으로 저렴한 관계로 교민들이 많이 이용하고 있음
- 대과는 주로 한국인들이 명절 선물용이나 후식용으로 선호하며, 화교들이나 현지인들은 7~10cm 내외의 중과를 선호함

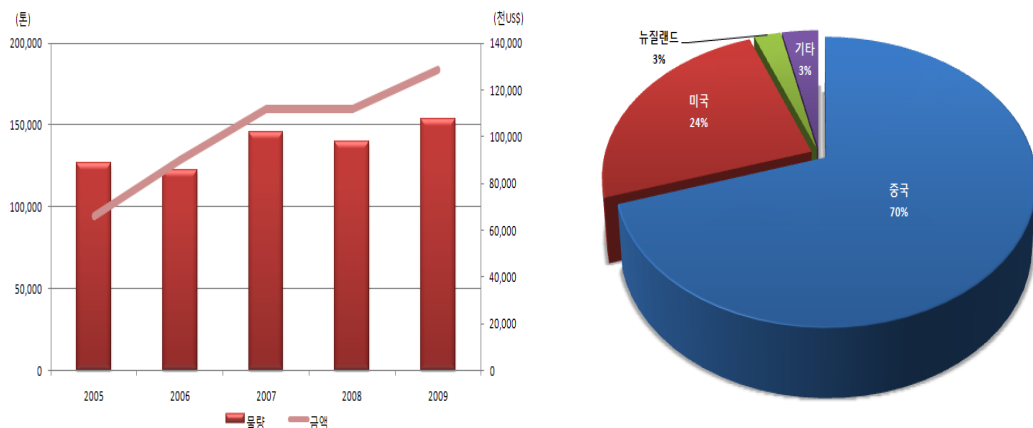
■ 향후 소비전망

- 인도네시아 투자활성화에 따른 외국인의 꾸준한 유입과 더불어 소득 수준 향상으로 소비자 구매력은 점점 향상되어 소비는 더욱 증가할 것으로 전망됨
 - 소비자 상품 구매시 식품 안전성과 신뢰성이 주요 선택 기준이 되었고, 일반 농산물의 경우 과다한 농약사용에 따른 병폐가 사회적 이슈가 되어 유기농 및 수입산에 대한 수요는 큰 폭으로 증가할 것으로 보임
- 일반 가공식품과 마찬가지로 농산물 또한 중국산에 대한 신뢰가 약하기 때문에 상대적으로 일본산과 한국산에 대한 소비자들의 신뢰도가 높으므로 홍보 및 광고를 통하여 소비층을 확산시키는 것이 효과적일 것으로 보임

4. 수입동향

- 연간 사과 수입량은 약 14~15만톤으로 주로 중국, 미국, 뉴질랜드, 프랑스 등으로 부터 수입되고 있으며, 수입은 연중 이루어지고 있음

【 인도네시아 사과 수입추이 및 '09 주요 수입국 】



(단위 : 톤, US\$, US\$/kg)

구 분	2007		2008		2009			
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	비 중(%)	단 가
전 체	145,302	111,686,210	139,819	111,688,075	153,512	128,457,990	100.0	0.8
중 국	109,388	81,826,556	107,345	83,112,704	108,399	89,801,729	69.9	0.8
미 국	30,185	23,853,019	26,127	21,299,408	38,641	31,257,580	24.3	0.8
뉴질랜드	2,565	2,440,198	2,545	2,563,044	3,111	3,145,871	2.4	1.0
프 랑 스	1,397	1,322,530	1,590	1,604,570	1,419	1,436,420	1.1	1.0
호 주	606	1,182,576	724	1,662,684	561	1,288,463	1.0	2.3
남 아 공	493	464,122	640	618,872	561	593,997	0.5	1.1
한 국	13	23,262	108	120,208	231	281,899	0.2	1.2
기 타	653	573,947	738	706,585	589	652,031	0.5	1.1

※ 자료 : Global Trade Atlas, HS Code : 080820

5. 통관 및 수입절차

■ 관 세

구 분	HS code	관 세	부가가치세(PPN)	소득세(PPH)	비고
신선사과	0808.10.00	5%	10%	2.5%	-

■ 신선품의 경우 식물검역 등 수입규제사항

- AAQ(The Agency for Agriculture Quarantine) : 농림부 산하 기관으로 2001년 인도네시아 대통령령 58호에 의거 설립되었으며, 현재는 인도네시아 전역의 200여개가 넘는 출입소에서 검역을 실시하고 있음
- 한국산 농산물에 대한 특별한 검역규정은 없으며, 현재까지 인도네시아로 수입된 한국산 농산물이 검역상의 이유로 수입이 거부된 적은 없음
 - 중국 등의 일부 후발 수출국 농산물에 대해서만 검역을 철저히 하고 있음
- 한국산 과일 등의 일반농산물의 경우 자국의 검역기관에서 발행한 검역 증명서로 통관이 가능하며 신선 농산물은 모든 검역서류를 완벽하게 준비할 시 별도로 인도네시아에서 검역을 받을 필요가 없음
- 인도네시아로 수입되는 모든 동식물의 질병과 유해 병균에 대한 검역을 위해서 다음과 같은 사항이 요구됨
 - 수출국가의 검역증명서
 - 지정된 장소로만 통관 가능
 - 검역 활동을 위해 통관 지역 관할 검역사무소에 신고 및 서류제출
- 검역신청서 기입사항
 - 수입자의 성명, 직업 및 주소

- 수입식물의 수량과 종류
- 방사선처리 및 유전자변형 여부
- 수출품의 국가 및 지방명
- 수확 시점
- 수하인의 성명 및 이름
- 하역장소 및 수입목적

■ 포장 및 라벨링

- 인도네시아 식품수입규정 따르면, 모든 수입 가공식품은 사전에 인도네시아 식약청에 신고를 하고 검사에 합격한 후 식품수입허가인자 ML(Makanan Luar)를 받아야 함
 - 동 절차를 거친 모든 수입식품은 라벨을 부착하여야 하며 라벨은 인도네시아어로 작성되어야 함
 - 제품명, 성분, 유효기간, 중량, 원산지표시, 수입자명 등이 필히 기재되어야 하나, 신선농산물인 과일의 경우에는 라벨링 법규를 적용하지 않기 때문에 과일 자체 및 포장상자에 별도의 라벨을 부착할 필요는 없음
- 포장상자에 대한 정부차원의 규정은 없으며, 대부분 국가에서 골판지 박스를 이용하며, 각국마다 저장성 확보 및 상품의 변질을 방지하기 위해서 노력을 기울이고 있음
 - 중국산 포장상자는 10kg 또는 20kg 골판지상자로 2단 또는 4단 적재방식 이용
 - 미국, 호주, 뉴질랜드의 포장상자는 10kg 골판지 상자로 2단 적재방식 이용

6. 한국산 및 경쟁국 유통동향

■ 한국산 유통동향

- '09년 기준 한국산 사과 수입물량은 전년대비 113.9% 증가한 231톤, 수입액은 전년대비 각각 134.5% 상승한 28만불로, 수입액 기준 약 0.2%의 시장점유율을 보임
 - 한국은 상위 10대 사과 수입국 중 가장 큰 성장세를 보이고 있으며, 이는 2008년부터 한국산 농산물에 대한 꾸준한 행사 개최와 한국계 수입상들이 늘어난 결과임
 - 한국산은 후지품종인 “부사”가 주력 품종으로 경쟁상대는 중국산 후지사과임
- 한국산은 추석 전후로 수입·유통되고 있으며, 한국계 슈퍼 중 규모가 가장 큰 무궁화 유통의 경우 보통 30~40톤을, 한일마트, K-MART, 뉴서울 슈퍼 등은 자체적으로 한국의 거래업체와 배, 사과, 포도 등을 혼적하여 20FT 컨테이너를 수입
 - 무궁화유통의 경우 교민대상 판매 이외에도 디아몬, 헤로, ALL FRESH, TOTAL BUAH(전문과일상회) 및 일본계 슈퍼(KAMOME, COSMOS)등에 납품하고 있음
- 한류열풍은 모든 한국산 상품의 수출증가를 확대시킬 수 있는 좋은 호재로 한국에 대한 국가 이미지는 꾸준히 상승하여 한국계 슈퍼에도 인도네시아 소비자들이 많이 늘어남
 - 특히, 중국산 식품에 대한 신뢰성이 약화되어 한국산 과일을 상대적으로 안심하고 먹을 수 있는 최고급의 과일로 인식하고 있으므로 이를 이용, 적극적인 홍보활동으로 시장 확대를 위한 노력 필요
- 판매시기 및 일반 매장에서의 판매기간이 1~2개월에 지나지 않기 때문에 한국산을 경험할 수 있는 기간이 너무 짧으며, 홍보행사 기간 중에도 시식행사는 일주일만 안 되기 때문에 중국산과의 차별화를 홍보할 시간 및 기회가 적음

- 한국산 사과 주 소비층인 중상류층 소비자들은 한국산 사과는 다소 가격 부담감이 있지만, 타국산에 비해 제품의 품질은 우수하다고 평가하고 있음

7. 한국산 수출확대 방안

■ 바이어 의견

- 현재 한국산 후지사과는 시장 경쟁력을 거의 상실한 상태임
 - 중국산과 비교 가격은 거의 두 배 수준이며, 포장 또한 중국산은 상품성 저하 방지를 위하여 날개에 포말 그물망으로 포장하고 포장 상자단을 견고한 우레탄 트레이로 포장하는 등 열대지방에서 판매하기 위한 노력을 하고 있으나, 한국산은 종래의 방식대로 수출
 - 중국산은 꾸준한 품질개선으로 한국산 대비 육질, 당도 등이 결코 떨어지지 않기 때문에 경쟁력이 상당히 떨어진 상태임
- 대부분 한국산 과일이 수확 후 수출이 가능한 10월은 인도네시아 현지인들에게 가장 저렴하면서도 당도가 좋고 친숙한 과일인 망고가 본격적으로 출하되는 시기와 겹치므로 매장에서의 모든 수입 과일의 매출이 현저하게 감소
- 한국산 품질은 중국산에 비해 우수한 것으로 인정받고 있으나, 현지시장에서는 품질과 함께 가격경쟁력 또한 갖추어야함
 - 수입업체나 유통업체는 보다 저렴한 가격의 상품을 선택함에 따라 한국산은 가격 조정 또는 수출 품종 변경이 있어야 수출 확대가 이뤄질 수 있을 것으로 전망

■ 수출확대방안

- 전문 에이전트 육성
 - 인도네시아 각 기업의 중요 담당자들은 거의 화교들로 이들은 인간관계와

신용을 가장 중시하기 때문에 한국 농산물의 중점 수출시기인 연말 이외에도 꾸준한 접촉을 통하여 우호적인 관계를 유지하는 것이 중요

- 이를 위해서는 현지에서 한국 농산물 수출을 총괄 관리할 수 있는 에이전트나 업체를 지정하여 모든 수입업무, 한국산 과일의 홍보, 신시장 개척, 바이어관리를 총괄하게 하여야 함
- 현재와 같이 연말에 일시적인 단기성 행사나 지자체별 개별 활동으로 시장을 확대하기에는 역부족이라 판단됨

● 브랜드 육성

- 대부분의 수입과일에는 스티커가 부착되어 있음
- 미국, 호주, 뉴질랜드, 중국 등 거의 모든 나라에서 품종명과 고유번호를 부여하고 브랜드명을 기입함으로써 상품가치를 높이고 있음
- 이는 소비자들에게 상품의 인지도와 품질에 대한 자신감을 보여줄 수 있어 판매 신장에 적지 않은 도움을 주므로 한국산을 대표할 브랜드명과 새로운 품종 도입이 절실함

● 홍보확대

- 2003년부터 본격적으로 관촉행사를 통하여 한국 농산물의 홍보를 시작하였으나 미국, 호주 등의 국가와 비교할 때 부족한 점이 많음
- 이들 국가는 연중 수시로 각종 매체를 통하여 자국과일의 우수성을 홍보하고 있으며, 특히 신문광고나 여성용 잡지 등에도 수시로 광고를 하고 있음
- 한국산 농산물이 본격적으로 수입되는 시기인 10월부터 1월 사이에는 이곳의 최대명절인 이슬람 신년, 크리스마스, 구정이 연이어 있어 최대의 대목 기간임
- 이 시기를 활용하여 조직화된 홍보·관촉 활동을 각 유명 매장별로 실시하여 수요를 개발하고 시장을 확대할 필요가 있음

【 참고 】

■ 관련 바이어 리스트

1. FOOD HALL, PT. PANEN RESTARI INTERNUSA

- 담 당 자 : Widaya Sulaksono (Merchandise Manager : Fresh Food)
- 주 소 : Jl. Jend Sudirman Kav.1 Wisma 46-Kata BNI Jakarta 10220
- 연 락 처 : ☎ 021-57993455 내선 262, Fax : 021-57993477
- 기업형태 : 유통업
- 설립연도 : 1982년
- 직 원 수 : 2500명
- 주 취급품목 : 신선과실
- 주 수입국 : 중국, 호주, 미국, 뉴질랜드, 남아공, 한국

2. FARMER'S MARKET (PT.SUPRA BOGA RESTARI)

- 담 당 자 : Mr. Iwan Tjandra
- 주 소 : Jl.Raya Pejuanan,Taman Kedoya Permai No.11 Kebun Juruk Jakarta 11530
- 연 락 처 : ☎ 021-5310059, Fax : 021-5310255
- 기업형태 : 유통 및 도소매
- 설립연도 : 1979년
- 직 원 수 : 450명
- 주 취급품목 : 신선 과실
- 주 수입국 : 중국, 일본, 남아공, 호주, 한국

3. PT.MATAHARI PUTRA PRIMA

- 담 당 자 : Mr. Mina Tjeong
- 주 소 : Jl. Bulevar Palem Raya No7 Lippo Karawaci Tangerang 15811

- 전 화 : ☎ 021-5469333 EXT (9638), Fax : 021-5475214
- 기업형태 : 도소매, 유통업
- 취급품목 : 식품 및 잡화
- 설립연도 : 1987년
- 직 원 수 : 1300명
- 수 입 국 : 중국, 미국, 일본, 남아공, 호주

싱가포르

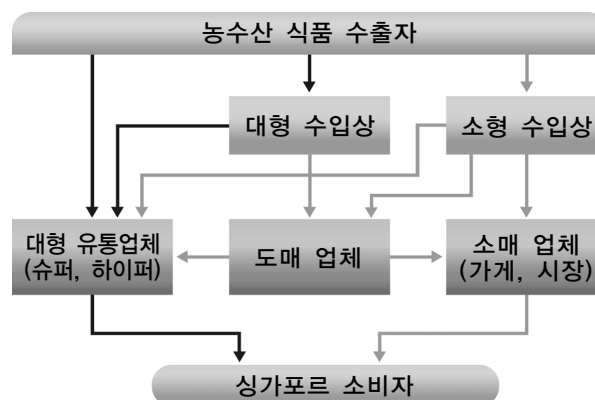
1. 시장개요	55
2. 유통동향	55
3. 소비동향	57
4. 수입동향	59
5. 통관 및 수입검사	60

1. 시장개요

- 싱가포르는 열대지방에 속해 있어 온대성 작물인 사과가 전혀 생산되지 않고 있으며, 소비되는 전량을 수입에 의존하고 있음
- 매년 약 4만6천톤의 사과를 수입하고 있으며, 주 수입국은 중국, 남아공, 미국, 뉴질랜드 등임

2. 유통동향

- 단일의 과일/채소 수출입업자 연합회²⁾가 존재하나, 청과류의 수입은 싱가포르 과일/채소 수출입업자 연합회 회원사가 아니더라도 가능
- 싱가포르 내 청과류 유통구조는 다음과 같음



2) Singapore Fruits & Vegetables Importers & Exporters Association(SFVIEA)

■ 판매는 묶음, 낱개, 깎아서 판매되는 등 다양한 형태로 이루어짐

【싱가포르 사과 판매 형태】

대형 유통 업체	 중국산(후지)	 미국산	 남아프리카산
일반 시장	  중국산		

■ 가격구조 및 가격동향

● 가격 구조는 다음과 같으며, 각 단계별 가격은 손상, 폐기, 반품, 결제기간 등을 감안한 것임

- 수입가 + 50% = 수입자가격 + 50% = 도매가격 + 100% = 소매가격

(예) 소매가 S\$ 4.00의 경우

도매가격=S\$2.00, 수입자가격=S\$1.33, 수입가(수출자가격)=S\$0.89

※ 자료 : USAID-AMARTA

【 싱가포르 사과 소매가격 】

구 분	'10/6/29 ~ 7/01	7/06 ~ 7/13	7/21 ~ 7/30	8/06 ~ 8/08	조사처
중 국	S\$ 3.20/4개(후지) S\$ 2.45/1kg/6개	S\$ 3.45/4개(후지) S\$2.85/5개	S\$ 3.55/4개(후지) S\$ 2.50/5개	S\$ 3.55/4개(후지) S\$ 2.85/5개	Wet Market Fairprice
미 국	S\$ 0.55/1개 S\$ 4.95/7개	S\$ 0.55/1개 S\$ 4.50~4.95/7개	-	S\$ 2.65/5개	Market Place Fairprice
남 아 공	S\$ 2.95/5개 S\$ 3.55/1kg/10개	S\$ 2.95/5개	S\$ 1.65~1.95/5개 S\$ 2.65/5개	S\$ 1.65~2.05/5개	Fairprice Cold stroage
뉴질랜드	S\$ 0.65/1개 S\$ 3.20/1kg/6개	S\$ 0.65/1개 S\$ 1.95/5개	S\$ 0.40/1개 S\$ 2.25/3개	S\$ 1.95~2.25/5개 S\$ 3.20/7개	Fairprice Cold stroage
뉴질랜드 (organic)	-	-	S\$ 4.20~4.50/8개	S\$ 4.25~4.90/7개	Market Place

3. 소비동향

■ 구매동향

- 정부는 “건강을 위한 과일 섭취” 캠페인을 통하여, 과일 섭취에 대한 인식을 높이려 하고 있음
 - 정부 건강증진청 (Health Promotion Board) 에서는 “건강증진” 홍보에서 다양한 청과류 중 사과, 배 등을 가장 먼저 언급하여 사과에 대한 인식이 높은 편임
- 싱가포르 과일가게는 과일을 미리 깎아서 판매하는 방식을 채택하기 때문에 평소에도 과일 섭취가 가능하며, 일부 학교에서는 깎아놓은 과일을 판매하는 자판기가 설치되어 있음
- 싱가포르는 저렴하고 쉽게 조달이 가능한 열대성 과일 위주로 소비가 이루어지며 싱가포르 1인당 과일 섭취량은 다른 OECD 국가에 비해 낮은 편임

【 국가별 1인당 과일소비량 】

구 분	1인당 소비량(kg)	비고(출처)
싱가포르	70.0	Health Promotion Board (2008)
미국	119.5	USDA (2007)
E U	95.5	Freshfel Consumption Monitor (2008)
캐나다	73.2	Statistics Canada (2008)
호주	135.0	Fresh Plaza (2008)
일본	59.0	New Zealand Trade (2008)
대만	135.0	Fresh Plaza (2008)

■ 상품 인지도

- 싱가포르 정부의 과일섭취권장 캠페인 덕분에, 사과는 연중 구매가 가능한 “일상적 과일”로 인식이 되어 있음
- 한국산 사과는 외관과 맛이 우수하여 신선형태로 소비가 이루어지고 있으며 저가의 중국, 미국 상품과 대비 가격 경쟁력이 약해 주스, 잼 등의 가공식품 시장 침투는 미미함

■ 경쟁국 마케팅전략 사례

- 일본의 경우 Singapore Food Festival 행사 중 스탠다드차터드 은행 신용카드 소지자에게 가맹식당 방문 시 “일본사과”를 증정하는 행사를 실시
- 미국의 경우 사과협회(USApple)를 중심으로 사과 효능 등에 대한 홍보 등 지속적인 홍보활동이 이루어지고 있음
- 중국은 중국-싱가포르 경제무역협약망(www.csc.mti-mofcom.gov.sg)을 통하여 자국산 사과 및 배에 대한 지속적인 광고를 하고 있음
 - 북부 생산지역을 중심으로 한국 후지사과 및 신고배 품종 등을 생산, 출하하여 한국산 시장을 잠식하고 있음

■ 싱가포르인들이 선호하는 사과는 다음과 같음

구 분	특 징
Sweetness	대부분의 동남인과 마찬가지로 싱가포르인들도 단 것을 좋아함 브릭스 약 10 ~ 12 내외
Crispy	아삭아삭하게 씹히는 맛을 찾음 맛있는 열대과일과 차별됨

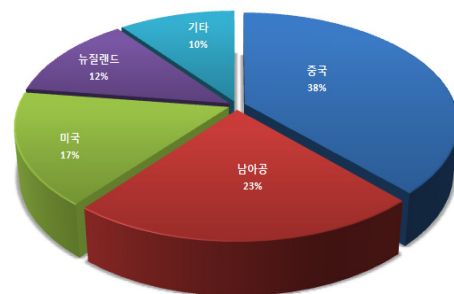
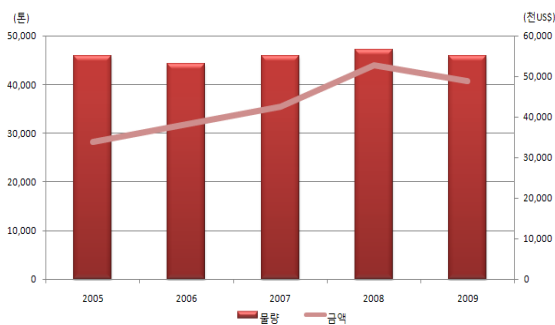
※ 자료 : Hupco, Kian Seng Yong

4. 수입동향

■ 싱가포르는 식품에 대하여서는 전면 무관세를 실시하며, 전 세계로부터 식품을 수입하고 있으며 사과의 경우 세계 1위 생산국인 중국, 2위 생산국인 미국 등을 포함한 전 세계 21개국으로부터 수입함

■ 연간 사과 수입량은 약 46천톤으로 주 수입국은 중국, 남아공, 미국, 뉴질랜드 등임

【 싱가포르 사과 수입추이 및 '09 주요 수입국 】



(단위 : 톤, US\$, US\$/kg)

구 분	2007		2008		2009			
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	비 중(%)	단 가
전 체	45,800	42,452,879	47,177	52,808,102	45,828	48,804,557	100.0	1.1
중 국	22,924	17,799,790	22,166	20,997,197	19,748	18,577,520	38.1	0.9
남 아 공	7,188	7,694,773	10,105	13,053,025	10,085	11,060,446	22.7	1.1
미 국	6,111	6,638,173	4,951	6,483,502	6,862	8,043,104	16.5	1.2
뉴 질 랜드	5,454	5,485,037	5,701	6,352,773	5,289	6,038,969	12.4	1.1
프 랑 스	2,527	3,031,481	2,894	3,777,873	2,737	3,170,059	6.5	1.2
말레이시아	148	93,415	32	137,716	374	667,111	1.4	1.8
일 본	90	371,456	103	449,193	102	463,193	0.9	4.5
한 국	0.1	416	84	101,301	231	301,742	0.6	1.3
기 타	1,357	1,338,338	1,138	1,455,522	400	482,413	1.0	1.2

※ 자료 : Global Trade Atlas, HS Code : 080810

5. 통관 및 수입검사

▣ 싱가포르로의 수입은 현지 ACRA(싱가포르 상업등기소)에 등록 된 업체로 제한됨

● 등록업체는 부여받은 고유번호(UEN)를 세관에 등록하여야 하며, AVA(싱가포르 검역국)에 수입업자 등록 및 신선과일 수입업등록 및 수입건별 허가서를 받아야 하며 그 내용은 다음과 같음

관할 기관	관할 업무	업무 내용	비 고
ACRA	회사 등록	고유번호 발급	-
Customs	통관 업무	서류 심사	신선과일은 무관세
AVA	수입 허가 업무 검역 업무	수입업자 등록	-
		신선과일 수출입면허	
		수입허가서	
		검역 및 수시검사	

※ 자료 : ACRA, Singapore Customs, AVA

■ 싱가포르 청과류 수입

- 싱가포르는 식량의 90% 이상을 수입해야하는 절대 수입국으로 식품의 수입에 대해서는 전면 무관세를 실시하고 있으며, 한국과는 2006년에 FTA를 체결하여 한국산 청과류에 대한 차별적 대우는 없음
- 단, 싱가포르로 수출하기 위해서는 현지 등록업체(ACRA : 상업등기소) 및 수출입업 허가(AVA : 검역국) 요건을 갖추어야 하며 2009년 9월 현재, AVA의 신청수수료 및 제비용은 다음과 같음

내 용	비 용	비 고
수입업자 신청	S\$21.5	처리기간 3일, 우편주소로 통보
수입업자 등록	무료	-
신선 과일/야채 수출입면허	S\$378/1년	처리기간 1일

- 담당부서 : AVA, Import & Export Division

5 Maxwell Road, #02-03, Tower Block, MND Complex

T: (65) 6325-7333 F: (65) 6325-7648

- 신선 과일/야채 수출입 면허

: <https://licences.business.gov.sg/SHINE/sop/WebPageHandler?p=OASIS&pn=SelectLicences&LicenceID=57>

※ 자료 : AVA

■ 관세 및 통관 절차

- 싱가포르는 식품의 수입/수출에 대하여 관세를 부과하지 않음
 - 신선 과일/야채는 Control of Plants Act(2000년)의 적용을 받으며, 수입신고는 싱가포르 세관에 Invoice 건별로 신청을 받으며 수입절차 및 비용 등은 다음과 같음

구분	절 차	방 법	비 고
1	수입신고	싱가포르 세관	- TradeNet System (www.tradexchange.gov.sg) - 신청 : S\$ 21.50/건 - 허가 : S\$ 3.00/건 - Cargo Clearance Permit 온라인 발급

구분	절 차	방 법	비 고
2	수입검사	지정 장소	- 수시 검사 실시 - 구비서류 (CCP/Invoice/포장명세/선하증권/잔류농약, 화학물질 검사서)
3	세금부과	계좌 이체	- 관 세 : 0% - 부가세 : 7% (Invoice참조한 추정 CIF 금액기준 부과)
4	출 고	희망 보관 장소	- 계약 저장소 또는 구매처

※ 자료 : AVA, TradeNet System

■ 규제사항

- 청과류의 잔류농약, 화학물질 등은 싱가포르 Food Regulations (Sale of Food Act, Chapter 283, Section 56(1), Food Regulations (2006))의 규제를 받음
- 잔류농약과 관련해서는 총 114가지가 규제되며, 각각의 농약 종류/식품 종류에 따라 허용수치가 명시되어 있음
- 잔류 화학물질에는 Mercury, Cadmium, Selenium 등과 같은 중금속 이외에, 각종 antibiotic 잔류량, oestrogen 잔류량, mycotoxin 등도 포함

» 예시

농약물질	식품종류	최대 잔류량(ppm)
Acephate	토마토, 양배추, 과일 등	5
Aldicarb	딸기, 과일	0.2
Captan	배, 사과	25
DDT (DDD, DDE 포함)	야채, 과일	1

※ 상세 목록은 Food Regulations : Ninth Schedule 참조

■ 포장 및 라벨링

- 싱가포르 라벨링 규정은 수입시점이 아닌 판매시점에 적용되며, 이는 수입 이후 재포장 제품에 대해서도 책임소재를 명확하게 하기 위한 제도임

● 청과류의 경우 포장 혹은 날개 판매 모두 가능하며 다음과 같은 규정이 적용됨

구 분	표기언어	표기 내용
포 장 판 매	영 어	원산지, 청과류명, 순중량, 수입자 상호 및 주소
날 개 판 매	영 어	원산지(표식 또는 팻말)

※ 자료 : AVA

6. 한국산 및 경쟁국 유통동향

■ 한국산 사과는 크기가 비교적 크고 맛 또한 상큼하여 주스, 잼 제조 또는 가공용으로 소비되는 미국, 중국산에 비해 소비자들의 인기가 높음

● 한국산 사과의 수입비중은 수입액 기준 2007년 0.001%, 2008년 0.2%, 2009년 0.6%를 기록

● 한국산 사과의 수입단가는 전체 평균을 상회하는 수준을 유지하고 있으며, 최대의 물량을 공급하고 있는 중국은 최저 평균 단가를 유지하고 있음

■ 주요 공급국인 중국, 남아프리카, 미국 등이 시장 점유율 1~3위를 차지하고 있으며 국가별 주요 공급 시기는 아래와 같음

【 싱가포르 사과 주요 수입국별 수확 및 공급 시기 】

구 분	1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
중 국												
남 아 공												
미 국												
뉴 질 랜드												
프 랑 스												
말레이시아												
일 본												
한 국												

※ 자료 : Dole, USDA, WAPA, Scientia Horticulture, Freshworld, Fruit Today, Kymp.net

■ 경쟁국 마케팅 전략

- 일본은 고가 이미지로 식당체인 등과 연계하여 판촉활동을 하고 있음
- 미국 및 남아공은 Dole 등의 다국적 기업에 의한 홍보활동에 편승
- 호주 및 뉴질랜드, 그리고 한국 등은 정부차원의 지원을 받아 유통업체를 위주로 입점 판촉활동

【 국가별 마케팅 전략 】

국 가	상품가격	마케팅 방법
일 본	고 가	카드사/식당체인 연계 마케팅
미국, 남아공	저 가	협회/다국적기업 등의 홍보활동
뉴질랜드	저 가	협회/다국적기업 등의 홍보활동
호주, 한국	중 가	정부차원의 입점 판촉활동 주력

7. 한국산 수출확대 방안

■ 바이어의견

- 한국산은 크기와 맛에서 우수하다는 평가를 받고 있으나, 중국의 한국 품종 유입에 따라 외관의 차별성이 반감되어 한국산이라는 메시지 전달이 시급
- 주요 애로사항은 한국의 늦은 정보 제공(출하시기, 가격통보 등)으로 판매가능한 시기 전체를 활용하지 못한다는 것임

■ 수출확대 방안

- 상품으로 경쟁력을 갖추기 위해서는 싱가포르인들이 중시하는 다음과 같은 요인들을 고려해야 함

가 격	유통되는 단가 ± 10% 내외
품 질	신선도, 생김새 (크기, 외관)
맛	적당한 당도, 씹히는 맛
재 고	앞선 출하시기, 시장 선점
홍 보	사과 선택 요령, 사과를 이용한 식품

- 아울러, 시장진입을 위해서는 목표로 하는 주요경로에 대하여 검토 및 선정을 하여야 함

목표경로	가격형성	비 고
Retail	중 ~ 저가	슈퍼 및 시장
Food Service	고 ~ 중가	호텔, 레스토랑, 항공사, 유람선, 리조트, 외항선 등
식품 가공	저가	가공 식품
재수출	중 ~ 저가	인근 국가로 재수출 주변 국가들의 정치상황에 따른 대금결제 risk 관리

※ 자료 : 호주 AusTrade

- 현재 저가에 주로 소비되는 중국산 후지사과와의 차별성 부각을 위해서는 대중매체를 통한 대대적인 홍보 필요
- 저가의 중국산과 비교하여 가격경쟁력을 높이기 위해서는 국내에서 고가로 판매되는 대과보다는 중소과 위주로 수출함으로써 가격경쟁력 확보 필요
- 대형유통매장과 연계한 대규모 판촉행사 실시를 통해 현지 소비기반을 구축함으로써 대량 수출 추진

【 참고 】

■ 싱가포르 청과류 수입업체

회 사 명	전화번호/ 담당자	홈페이지	취급 상품
Aries Fresh Pte Ltd	전화 : 6773 6273 팩스 : 6773 6281 Mr. Ong Khim Hwa Ms. Chin Yoon Poh	www.ariesfresh.com	포도 (호주, 칠레)
Chop Nam Huat	전화 : 6779 4988 팩스 : 6779 6091 Mr. John Lim		키위 (뉴질랜드 Zespri)
Chuan Bee Seng Kee	전화 : 6776 7167 팩스 : 6778 9010 Mr. Tan Gek Soo		
eat Organic Pte Ltd (유기농제품 직수입)	전화 : 6219 7156 팩스 : 6219 7157	www.eat-organic.com.sg	사과 (미국, 뉴질랜드) 배, 포도
FreshDirect Pte Ltd	전화 : 6775 4454 Mr. Desmond Lee	www.freshdirect.com.sg	사과, 포도, 키위, 배
Freshmart Singapore Pte Lte	전화 : 6779 7111 팩스 : 6779 9237 Mr. Peter Koh	www.fmart.com.sg	사과 (뉴질랜드)
Geok Heng Enterprise Pte Ltd	전화 : 6742 0084 Mr. Tan Peng Huat Mr. Tan Gek Soo		과일 자판기 사업자
Hock Hoe Hin Pte Ltd	전화 : 6273 1091 6273 5563 Ms. Isabell	www.efreshfruit.com	사과 (중국, 호주), 포도 배 (중국, 한국, 호주) 키위, 만다린 (중국)
Huk Seng Marketing Pte Ltd	전화 : 6779 4089 팩스 : 6778 0953 Mr. Jimmy Pang	www.hukseng.com	
Kian Seng Yong Import & Export	전화 : 6873 0212 팩스 : 6779 7688 Mr. Clifford Sea Ms. Cheryl Sea	www.ksy.com.sg	사과 (뉴질랜드, 중국) 포도 (미국) 키위 (이태리) 배 (중국)