



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202009-01

품목 | 새싹보리(Barley Grass)

국가 | 싱가포르(Singapore)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 싱가포르 새싹보리 시장규모	13
2. 싱가포르 새싹보리 수출입 시장규모	14
3. 싱가포르 새싹보리 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 싱가포르 다이어트 제품, 단백질 파우더 인기	23
2. 싱가포르 소비자, 새싹보리를 슈퍼푸드로 인식	24
3. 싱가포르 새싹보리, 파우더 형태의 미국산, 일본산 제품 인기	25
4. 싱가포르 새싹보리 주요 효능, 소화 및 면역력 기능	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 싱가포르 새싹보리 유통구조	28
2. 싱가포르 새싹보리 주요 유통업체	29
3. 싱가포르 새싹보리 B2C 소매채널	31

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 싱가포르 새싹보리 인증 취득	52
2. 싱가포르 새싹보리 사전 절차	57
3. 싱가포르 새싹보리 라벨 심의	58
4. 싱가포르 새싹보리 서류 준비	61
5. 싱가포르 새싹보리 세금 납부	62
6. 싱가포르 새싹보리 검역 심사 절차	63
7. 싱가포르 관련 규제 정보	65

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 가디언(Guardian)	67
Interview ② 레드마트(Redmart)	69
Interview ③ 오즈헬스(Oz Health)	71
Interview ④ 싱가포르 보건과학청(HSA, Health Sciences Authority)	73
Interview ⑤ 원네이처(One Nature)	75

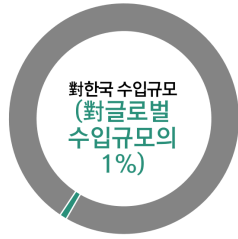
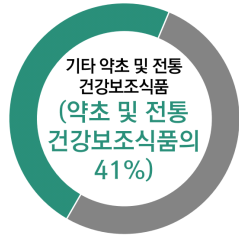
VII. 시장진출제언(Export Insights) 77

※ 참고문헌	80
--------	----

I . 요약(Summary)

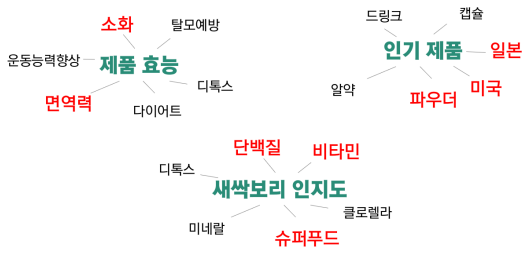
Summary

▶ 수요 분석



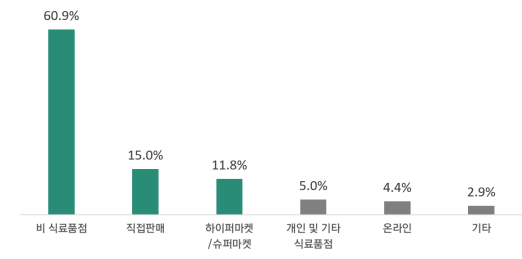
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	약초 및 전통 건강보조식품	1,510억 원	주요 타깃층은 다이어트 및 디톡스에 관심이 있는 여성 소비자 - 급격한 기후변화로 면역력이 낮아져 더욱 주목받고 있음
	기타 약초 및 전통 건강보조식품	623억 원	
수입규모	글로벌	23억 원	
	한국	1,400만 원	
소비 시장규모	30-50대 여성	133만 명 (전체 여성의 49%)	
	1인당 연간 건강관리 지출	193만 원	

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



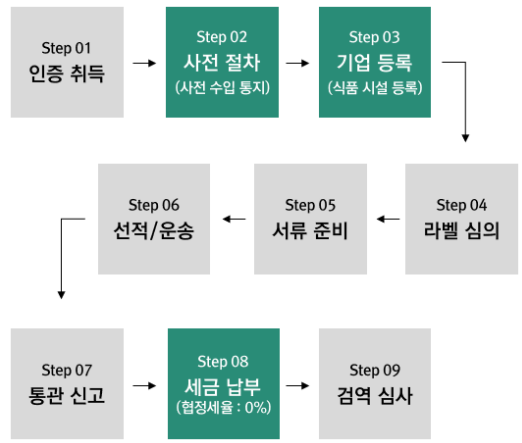
		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
제품 효능	소화	2nd / 83건	다이어트 및 디톡스, 향암기능 기대 - 새싹보리를 포함한 슈퍼푸드 인기 상승 추세 - 음료보다 분말 형태 제품이 인기가 높음
	면역력	3rd / 66건	
새싹보리 인지도	비타민	2nd / 27건	
	단백질, 슈퍼푸드	4th / 21건	
인기 제품	파우더	1st / 452건	
	미국, 일본	1st, 2nd	

▶ 유통채널



		시장 점유율	전문가 인터뷰
비(非) 식료품점		60.9%	건강기능식품 전문매장에서 무료로 상담 서비스 제공 - 온라인 프로모션을 통해 저렴한 제품 구매
직접판매		15.0%	
하이퍼마켓/슈퍼마켓		11.8%	
개인 및 기타 식료품점		5.0%	
온라인		4.4%	
기타		2.9%	

▶ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	필수인증 없음	일반가공식품 또는 건강기능식품으로 모두 등록 가능 - 통상적으로 음료형태는 일반가공식품, 분말형태는 건강기능식품으로 분류 - 건강기능식품의 경우 통관 시 별도 인증 및 허가가 필요하지 않음
	선택	HACCP, ISO HALAL, 유기농	
사전절차	필수	사전 수출업체 등록, 현지 수입업체 선정	
	선택	제품 등록	
라벨 표기사항		싱가포르 식품 판매법	
서류 준비사항		원산지증명서 외 3건	
세금납부	기본관세율	20%	
	협정세율	0%	
	부가가치세	7%	

- ▶Point 01. 전반적인 면역력 증진을 위한 슈퍼푸드의 인기는 상승 추세
- ▶Point 02. 음료보다 분말 제품이 인기 있으며 분말 제품의 경우 주로 건강기능식품으로 분류됨
- ▶Point 03. 전문 마케터가 상주하는 전문매장으로 유통, 무료 상담을 통한 마케팅이 효과적

Market Size

(시장규모)

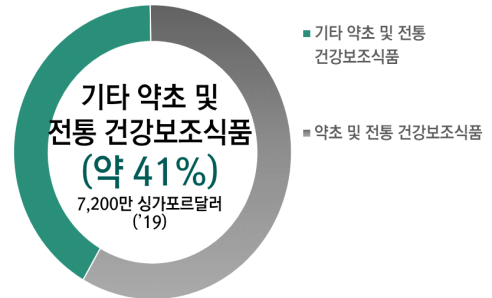
싱가포르(Singapore)

새싹보리 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 용도(건강보조식품)

- 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements)¹⁾ 시장규모
..... 1억 7,400만 싱가포르달러('19)
- 기타 약초 및 전통 건강보조식품(Other Herbal/Traditional Dietary Supplements)²⁾ 시장규모
..... **7,200만 싱가포르달러('19)**

(*) Euromonitor International

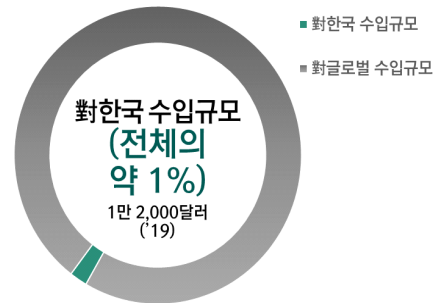


새싹보리 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(식물 혼합물)

- HS 1212.99³⁾ '약초 및 전통 건강보조식품' 싱가포르 對 글로벌 수입규모
..... 201만 1,000달러('19)
- HS 1212.99 '약초 및 전통 건강보조식품' 싱가포르 對 한국 수입규모
..... **1만 2,000달러('19)**

(*) International Trade Centre



새싹보리 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '새싹보리'는 새싹보리를 가공한 분말이며 특히 구매력을 보유한 여성 소비자들에게 다이어트 및 건강유지 기능이 널리 알려짐. 이에 타깃 소비층 규모를 파악하기 위해 '싱가포르 월별 가구별 소득 분포율'과 '싱가포르 성별 및 연령대별 인구규모'를 조사함. 또한, 건강을 고려한 싱가포르인의 소비 규모를 파악하기 위해 '싱가포르 1인당 건강관리지출'을 조사함

- ① 싱가포르 월별 가구별 소득 분포율('19) ② 싱가포르 성별 및 연령대별 인구규모('19) ③ 싱가포르 1인당 건강관리지출('19)

		남/여			
SGD 6,000 미만	41%	30대 미만	32%/31%	2015년	SGD 973
SGD 6,000이상				2016년	SGD1,091
13,000미만	30%	30대-50대	49%/49%	2017년	SGD1,274
				2018년	SGD1,527
SGD 13,000이상	29%	60대 이상	19%/20%	2019년	SGD1,637

(*) 싱가포르통계청(Department of Statistics Singapore), 스태티스타(Statista)

1) 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements): 약초 또는 전통 재료로 만든 건강보조식품을 포괄함
 2) 기타 약초 및 전통 건강보조식품(Other Herbal/Traditional Dietary Supplements): 약초 및 전통 건강보조식품 하위 품목으로 단일 성분, 약초 등으로 만들어진 건강보조식품을 포괄함
 3) HS CODE 1212.99 : 조사제품 '새싹보리'는 보리를 가공하여 만든 조제품임. 이에 제품의 유형(식용에 적합한 식물성 생산품)을 기준으로 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타'인 HS CODE 1212.99를 지표로 선정함

Market Trend

(시장 트렌드)

싱가포르 (Singapore) 새싹보리 소비 실태 분석 결과

싱가포르 '다이어트 제품, 새싹보리' 주요 연관어 분석

싱가포르 '다이어트 제품' 온라인 쇼핑물 키워드

연관어	발생량
단백질	315
에너지	109
근육	69
지방	67
초콜릿	46
유기농	37
간편함	36
케토	32
비건	29
...	
크레아틴	25

싱가포르 온라인 쇼핑물 다이어트 제품 상세정보 100건 분석

싱가포르 '새싹보리' 언론매체 및 온라인 쇼핑물 키워드

연관어	발생량
파우더	364
유기농	223
슈퍼푸드	119
일본	47
단백질	40
비건	38
대체품	38
캡슐	37
드링크	35
...	
추출물	33

싱가포르 언론매체 및 온라인 쇼핑물 새싹보리 1,062건 분석

다이어트 제품 특징 단백질 315건

운동 애호가 타겟팅
제품 다수



새싹보리 주요 이슈 슈퍼푸드 119건

비타민, 유기농 등
건강 관련 이슈 다수



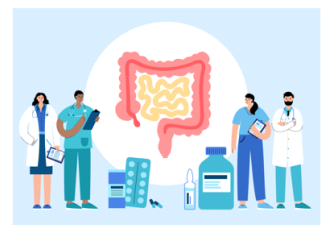
새싹보리-제형 파우더 452건 캡슐/발포제 34건

파우더형 이어
캡슐, 발포제 유형 주류



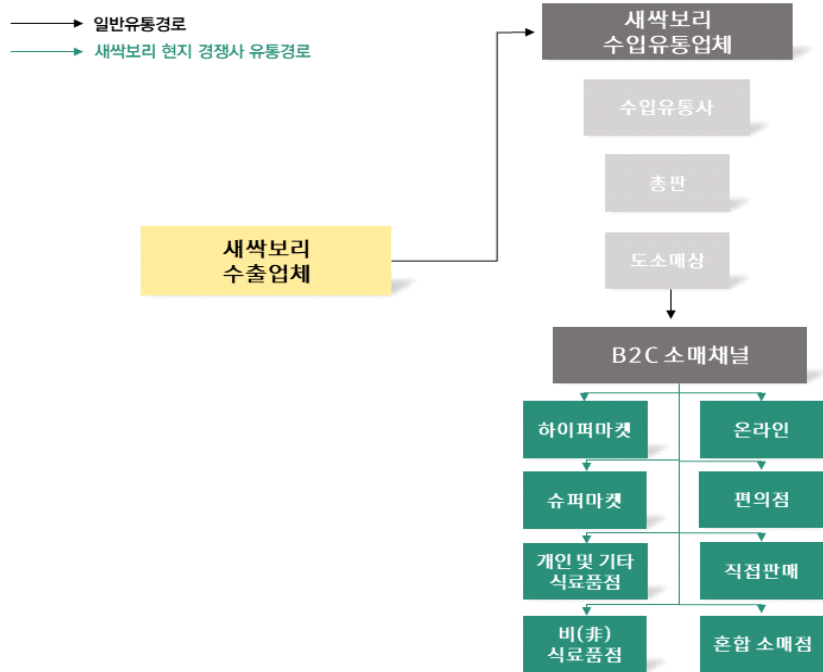
새싹보리 효능 소화 83건 면역 66건

면역력 및
소화 기능 강화 강조



Distribution Channel

(유통채널)



싱가포르(Singapore) 새싹보리 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점 ⁷⁾	60.9%	가디언(Guardian), 왓슨스(Watsons), 사사(Sasa)
	직접판매	15.0%	허벌라이프(Herbal Life), 암웨이(Amway)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	11.8%	페어프라이스(FairPrice), 생시옹(Sheng Siong), 콜드스토리지(Cold Storage), 자이언트(Giant)
	개인 및 기타 식료품점 ⁸⁾	5.0%	메이디아(Meidi Ya), 돈돈돈키(DonDon Donki)
	온라인	4.4%	아마존(Amazon), 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)
	편의점 ⁹⁾	2.0%	세븐일레븐(7-eleven), 치얼스(Cheers)
	혼합 소매점 ¹⁰⁾	0.9%	무스타파(Mustafa)

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

- 4) 2020년 기준, 싱가포르 내 ‘약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/traditional dietary supplements)’의 유통채널 점유율임
- 5) ‘새싹보리’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/traditional dietary supplements)’의 정보를 확인함
- 6) 채널 분류에 따른 싱가포르 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨
- 7) 비(非) 식료품점은 드럭스토어, H&B, 약국 등을 포함함
- 8) 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트를 포함함
- 9) 편의점은 주유소 매점을 포함함
- 10) 혼합 소매점은 백화점, 할인점을 포함함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 새싹보리 제품 강제 인증 無 - 싱가포르 식품청의 심사에 따름 - 싱가포르 자발적 HALAL 인증 심사 	(*) 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"> - 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 1212.99-9000 사용 • 협정 관세 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 Customer



- 인터뷰 기업 : 가디언
(Guardian)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Adeline Lim
(Sales Associate)

음료보다 분말 형태의 새싹보리 제품의 인기가 높음

분말 형태는 새싹보리를 100% 분쇄하여 만들어진 제품이기 때문에 영양성분 섭취에 효과적이며 섭취 시 양 조절도 용이합니다. 또한, 영양성분은 그대로 유지하면서 우유나 오트밀 등 다른 음식과 섞어 먹을 수 있어 인기가 높습니다.

녹즙, 건강을 중시하는 소비자와 채소를 꺼리는 소비자들이 주로 섭취

녹즙/청즙은 주로 건강관리를 중요시하는 소비자들에게 수요가 있습니다. 또는, 녹색채소를 직접 섭취하기는 꺼리는 소비자들이 농축된 녹즙으로 영양소 보충을 대신하기도 합니다.

Market Trend and Customer



- 인터뷰 기업 : 레드마트
(Redmart)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Sarah
(Assistant Category
Manager)

새싹보리를 포함한 슈퍼푸드의 인기 상승 추세

새싹보리는 시금치, 케일, 밀싹, 스피룰리나, 블루베리 등과 같은 슈퍼푸드 중 하나입니다. 싱가포르 내 슈퍼푸드의 인기는 꾸준히 상승하고 있으며 최근 급격한 기후변화로 소비자들의 면역력이 낮아지고 있어 더욱 주목받고 있습니다.

주요 타깃층은 다이어트 및 디톡스에 관심이 있는 여성 소비자

싱가포르에서는 다이어트와 디톡스에 관심이 있는 여성 소비자들이 주로 새싹보리 제품을 구매하고 있습니다. 최근에는 허브분말 제품을 구매하는 노인 소비자의 비율도 늘어나고 있지만, 노인 소비자들은 새싹보리 제품보다 밀싹 제품을 더 선호하고 있습니다.

Market Distribution and Preference



- 인터뷰 기업 : 오즈헬스
(Oz Health)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Jes
(Sales Assistant)

새싹보리의 가장 일반적인 유통채널은 온라인

새싹보리 제품 판매 시, 가장 일반적인 유통채널은 온라인입니다. 온라인은 오프라인 채널보다 가격이 낮고 종종 세일 프로모션을 진행하기 때문에 소비자들의 선호도가 높은 편입니다.

품질이 가장 중요한 구매요인

새싹보리 제품은 가격이 높기 때문에 가장 중요한 구매요인은 품질입니다. 소비자들은 해당 가격에 상응하는 품질을 기대하고 구매하며 첨가물이 들어있지 않은 100% 제품과 최대한 농축된 분말 제품을 선호합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Barrier and Regulation



- 인터뷰 기업 : 싱가포르 보건과학청
(HSA, Health Sciences Authority)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Alicia
(In Charge of Licenses)

제품 성분에 따라 일반가공식품과 건강기능식품으로 분류

제품 성분에 따라 식품 유형 분류가 달라집니다. 통상적으로 음료 형태라면 일반가공식품으로, 분말 형태라면 건강기능식품으로 분류될 가능성이 크나 반드시 성분과 건강기능효과 등을 고려해야 합니다.

싱가포르로 건강기능식품 통관 시 인증 및 허가 불필요

건강기능식품의 경우 통관 절차 시, 별다른 인증 및 허가가 필요하지는 않습니다. 제품의 품질에 대한 홍보를 목적으로 인증을 취득하는 것은 제조업체의 선택 사항입니다

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 원네이처
(One Nature)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Chai
(Manager)

새싹보리보다 밀싹이나 스피루리나 제품의 선호도가 높음

시금치, 밀싹, 스피루리나 같은 타 슈퍼푸드의 수요가 더욱 높습니다. 새싹보리 제품이 비싼 편이기 때문에 비교적 가격이 낮은 밀싹이나 스피루리나 제품이 가격 측면에서 선호도가 높은 편입니다.

새싹보리는 다이어트, 디톡스, 항암효과 보유

현재 싱가포르에서 판매되고 있는 대부분의 새싹보리 제품은 다이어트 및 디톡스 기능이 있습니다. 식이와 관련된 기능 말고도 소비자들은 녹색채소에 들어있는 엽록소의 항암(Anti-Carcinogenic) 기능을 기대하며 구매하기도 합니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 싱가포르 새싹보리 시장규모

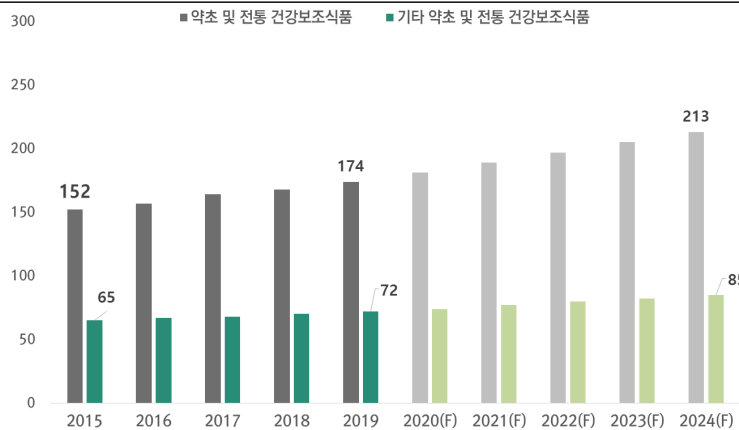
싱가포르 국가 일반 정보¹²⁾

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

조사 시장: 조사제품 ‘새싹보리’는 새싹보리 분말로 만들어진 체중 조절용 건강보조식품임. 이에 제품의 용도(건강보조식품)를 기준으로 단일 성분, 약초 등으로 만들어진 건강보조식품인 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’과 상위 품목인 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모를 조사함

- ▶ 2015-2019년, 싱가포르 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모 연평균성장률 3%
지난 5년(2015-2019년)간 싱가포르의 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모는 연평균 3% 증가하여 2019년 1억 7,400만 싱가포르달러를 기록하였으며, 동기간 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모는 연평균 2% 증가하여 2019년 7,200만 싱가포르달러를 기록함
- ▶ 2020-2024년, 싱가포르 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장 연평균성장률 3% 예측
향후 5년(2020-2024년)간 미국 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장은 연평균 4%씩 성장하여 2024년 2억 1,300만 싱가포르달러 규모에 이를 것으로 예상되며, ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장 또한 2024년 8억 5,000만 싱가포르달러를 기록할 것으로 예상함

[표 2.1] ‘약초 및 전통 건강보조식품’, ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장 규모¹¹⁾
단위: 백만 싱가포르달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-'19)
상위 품목	약초 및 전통 건강보조식품 (1.324억 원)	157 (1.365억 원)	164 (1,428억 원)	168 (1.462억 원)	174 (1,510억 원)	3%
해당 품목	기타 약초 및 전통 건강보조식품 (567억 원)	67 (581억 원)	68 (594억 원)	70 (610억 원)	72 (623억 원)	2%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR (20-'24)
상위 품목	약초 및 전통 건강보조식품 (1.576억 원)	189 (1.643억 원)	197 (1,713억 원)	205 (1.783억 원)	213 (1,854억 원)	4%
해당 품목	기타 약초 및 전통 건강보조식품 (644억 원)	77 (669억 원)	80 (692억 원)	82 (716억 원)	85 (738억 원)	3%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

11) 1싱가포르달러=869.79원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

12) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr), 2019

2. 싱가포르 새싹보리 수출입 시장규모

조사 시장: 조사제품 ‘새싹보리’는 새싹보리 분말로 만들어진 가공품임. 이에 주로 식용에 적합한 식물성 생산품으로서 따로 분류되지 않은 것인 HS CODE 1212.99의 수출입 규모를 조사함.

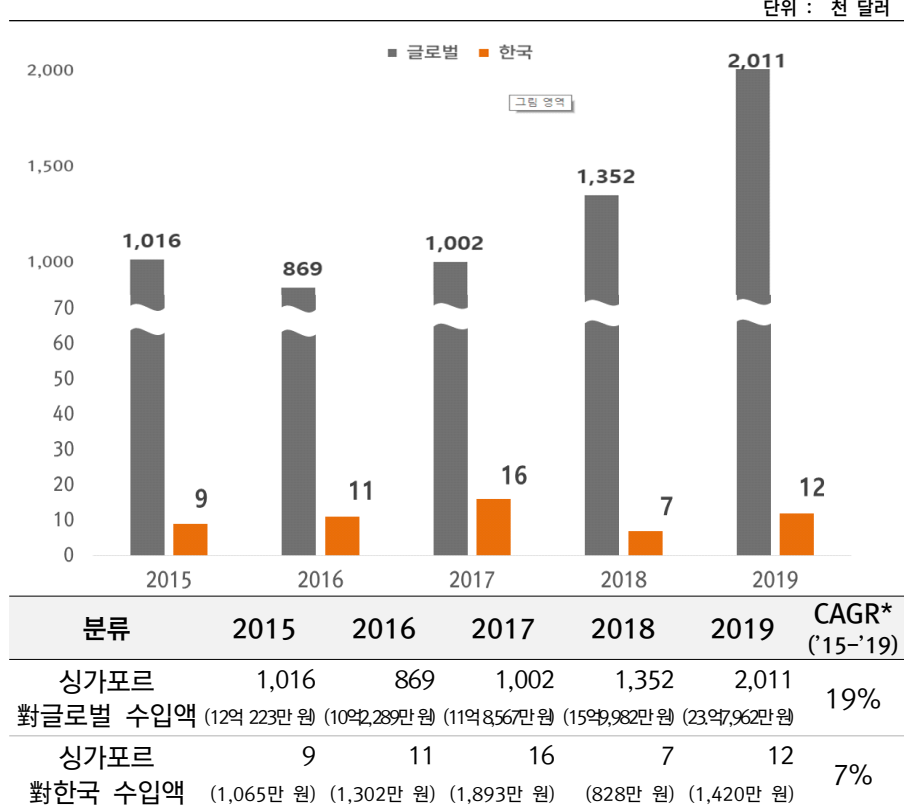
▶ 2015-2019년, 싱가포르 對글로벌 수입액 연평균성장률 19%

지난 5년(2015-2019년)간 싱가포르 HS CODE 1212.99 對글로벌 수입액은 연평균 19%의 성장률을 보임. 2015년 약 102만 달러였던 對글로벌 수입액은 2019년까지 꾸준히 증가함. 2019년 기준 對글로벌 수입액 1위 국가는 중국으로 전체 수입액의 77%에 해당하는 155만 5,000달러 (1억 8,341만 원)를 기록함¹³⁾

▶ 2015-2019년, 싱가포르 對한국 수입액 연평균성장률 7%

2019년 싱가포르 HS CODE 1212.99 품목의 對한국 수입액은 1만 2,000달러로 지난 5년간(2015-2019년) 연평균성장률은 對글로벌 수입액보다 낮은 7%를 기록함. 對한국 수입액은 전체 수입 규모의 1%를 차지함

[표 2.2] HS CODE 1212.99 수입 규모¹⁴⁾¹⁵⁾



13) 자료: ITC 홈페이지(www.trademap.org)

14) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 싱가포르 새싹보리 소비 시장규모

1) 싱가포르 성별 및 연령대별 인구 규모

조사 시장: 조사제품 '새싹보리'는 새싹보리 분말로 만들어진 체중 조절용 건강보조식품임. 이에 제품의 잠재적인 소비자가 될 수 있는 여성 소비자의 규모를 확인하기 위해 '싱가포르 성별 및 연령대별 인구규모'를 조사함

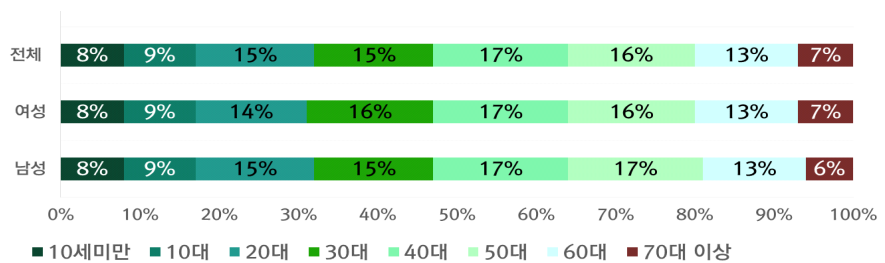
▶ 2019년 싱가포르 30-50대 여성 인구 132만 7,000명

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 싱가포르 총 인구는 약 580만 3,000명이며 남녀성비는 52대 48임. 전체 여성 인구 약 276만 6,000명 중 30-50대는 132만 7,000명으로 49%를 차지함. 60대 이상 여성 노년층의 경우 57만 7,000명으로 전체 여성 인구의 20%를, 남성의 경우 57만 6,000명으로 전체 남성 인구의 19%를 차지함¹⁶⁾

시장조사기관 PWC에서 발표한 자료에 따르면, 전 세계적으로 밀레니얼 세대와 자녀를 가진 세대가 다른 그룹보다 건강관리를 더 중시함. 또한, 도시에 거주하는 소비자의 51%가 COVID-19 사태로 인해 정신 건강 및 웰빙, 신체 건강과 식이 관리에 더 많은 관심을 갖게 됨¹⁷⁾

[표 2.3] 2019년 싱가포르 성별 및 연령대별 인구규모¹⁸⁾

단위 : %, 천 명



연령대	전체(천 명)	비율(%)	여성(천 명)	비율(%)	남성(천 명)	비율(%)
10대 미만	473	8%	229	8%	245	8%
10대	525	9%	254	9%	272	9%
20대	842	15%	380	14%	462	15%
30대	899	15%	432	16%	467	15%
40대	965	17%	458	17%	507	17%
50대	947	16%	437	16%	510	17%
60대	763	13%	355	13%	407	13%
70대 이상	390	7%	221	7%	169	6%

자료 : UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

16) 마이뉴스데스크(Mynewsdesk)

17) 피더블유씨(PWC), 「The Future of Workplace Health」, 2019

18) UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

2) 싱가포르
월별 가구별
소득 분포

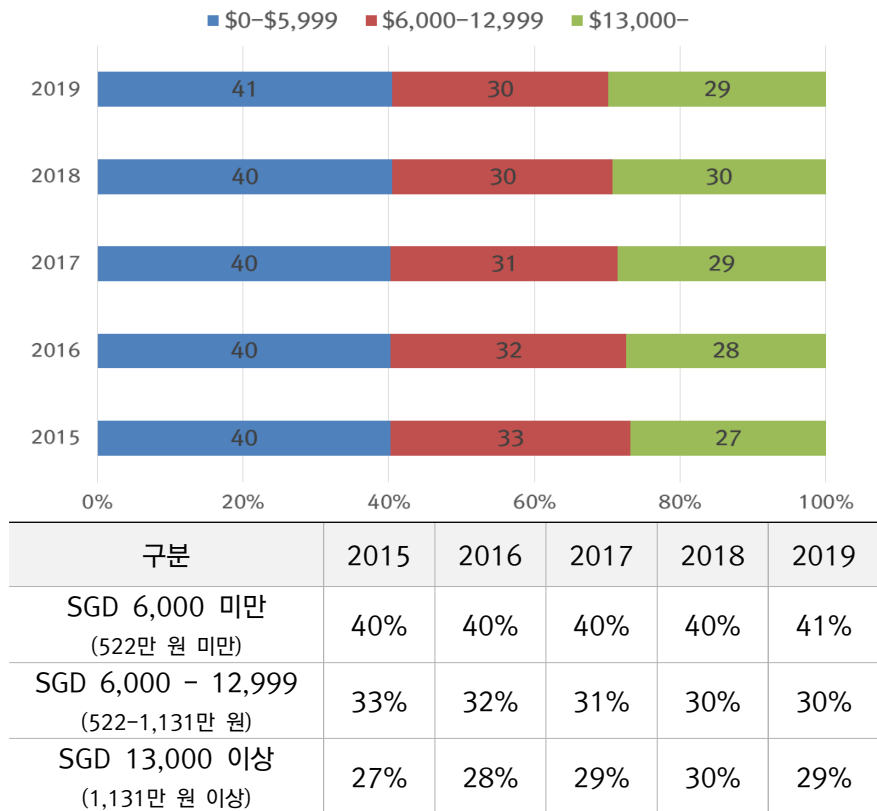
조사 사항: 싱가포르 내 구매력을 보유한 소비자 규모를 파악하기 위해 '싱가포르 월별 가구별 소득 분포율'을 조사함

▶ 2019년, 싱가포르 중산층 가구 비율, 전체 가구의 30%로 축소

싱가포르 통계청(Department of Statistics Singapore)에 따르면, 지난 5년(2015-2019년)간 싱가포르의 중산층 비율은 줄어들고 있음. 고소득층에 해당하는 월소득 13,000싱가포르달러 이상의 가구 비율은 2015년 27%에서 2019년 29%로 상승하였으며, 저소득층에 해당하는 월소득 6,000 싱가포르달러 미만의 가구 비율 또한 2015년 40%에서 2019년 41%로 상승함. 반면 월소득 6,000 싱가포르달러 이상, 13,000싱가포르달러 미만에 해당하는 중산층의 비율은 2015년 33%에서 2019년 30%로 줄어들어 양극화 현상이 심화 되고 있음이 확인됨

[표 2.4] 싱가포르 가구별 월간 소득 분포¹⁾

단위 : %, 싱가포르 달러



자료: 싱가포르통계청(Department of Statistics Singapore)

3) 싱가포르 1인당 건강관리 지출

조사 시장: 조사제품 '새싹보리는 새싹보리 분말로 만들어진 체중 조절용 건강보조식품임. 이에 건강 관련 소비 규모를 확인할 수 있는 싱가포르 1인당 건강관리 지출을 조사함

싱가포르 연도별 인구수

단위: 만 명

연도	인구 수
2015	554
2016	561
2017	561
2018	564
2019	570

자료 : 스태티스타(Statista)

싱가포르 건강관련 제품 시장규모²³⁾

단위: 백만 싱가포르달러

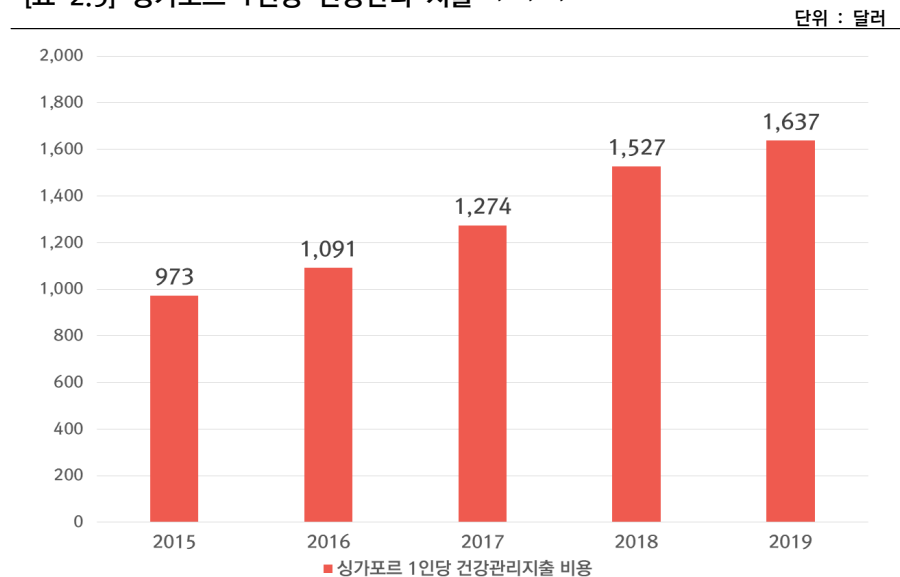
연도	시장규모
2015	853
2016	886
2017	922
2018	956
2019	992

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

▶ 2015-2019년, 싱가포르 '1인당 건강관리 지출' 연평균성장률 27%

2019년 싱가포르의 '1인당 건강관리 지출'은 1,637달러로 지난 5년간(2015-2019년) 연평균 27% 성장함. 이는 동기간 '총 건강 관리비용'의 연평균성장률인 15%를 웃도는 수치로 인구 고령화와 1인당 소득향상, 건강관리에 대한 관심 증대 등의 요소가 작용한 것으로 해석됨

[표 2.5] 싱가포르 1인당 건강관리 지출²⁰⁾²¹⁾²²⁾



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-'19)
총 건강 관리비용 (억 달러)	54억 (6.4조 원)	61억 (7.2조 원)	71억 (8.5조 원)	86억 (10조 원)	93억 (11조 원)	15%
1인당 건강 관리비용 (달러)	973 (115만 원)	1,091 (129만 원)	1,274 (150만 원)	1,527 (180만 원)	1,637 (193만 원)	27%

자료 : 스태티스타(Statista), 싱가포르통계청(Department of Statistics Singapore)

19) 자료 : 싱가포르통계청(Department of Statistics Singapore), 「Key Household Income Trends」, 2019

20) 스태티스타(Statista), 「Healthcare consumer spending forecast in Singapore 2010-2025」, 2020

21) 1인당 건강 관리비용은 싱가포르 총 건강 관리비용을 인구수로 나눈 금액임

22) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 싱가포르 다이어트 제품, 단백질 파우더 인기
2. 싱가포르 소비자, 새싹보리를 슈퍼푸드로 인식
3. 싱가포르 새싹보리, 파우더 형태의 미국산, 일본산 제품 인기
4. 싱가포르 새싹보리 주요 효능, 소화 및 면역력 기능

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

● 데이터 수집 소스원



농식품
(기사, 품목, 제품설명)



데이터 수집
3,808건

① 싱가포르 새싹보리 관련 기사 데이터 수집(*)

◦ 수집원 : 싱가포르 언론매체

② 싱가포르 새싹보리 제품 관련 데이터 수집(*)

◦ 수집원 : Amazon(www.amazon.sg)

Lazada(www.lazada.sg)

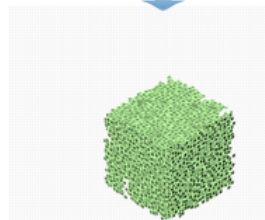
Qoo10(www.qoo10.sg)

● 데이터 분류 키워드집



(새싹보리 연관 키워드집)

새싹보리, 녹즙
(검색어)



데이터 정제
1,921건

① 수집 데이터 정의

◦ 수집 키워드 : 새싹보리(Barley Grass)

다이어트제품(Dietary Supplements),

녹즙(Green Juice)

② 수집 데이터 정제

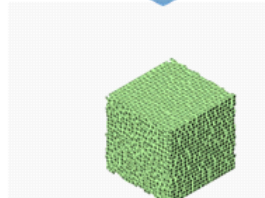
◦ 정제 데이터 추출 : 새싹보리, 다이어트 제품, 녹즙 관련 데이터

1,921건 추출

● 데이터 분석

— 연관어 분석

빈도 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
싱가포르 새싹보리
소비 실태 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적

◦ 싱가포르 새싹보리 소비 실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정

◦ 키워드 분석

◦ 케이크/디저트 관련 키워드집 구축(**)

◦ 키워드별 발생 빈도 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 - 20.09
수집 데이터	3,808건
데이터 정제	
정제 키워드	새싹보리 (Barley Grass Powder), 다이어트제품 (Dietary Supplements), 녹즙(Green Juice)
정제 데이터	1,921건

○ 데이터 수집

- 싱가포르 새싹보리 관련 언론매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 싱가포르 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.sg	온라인쇼핑몰
02	Lazada	www.lazada.sg	온라인쇼핑몰
03	Qoo10	www.qoo10.sg	온라인쇼핑몰
04	Asia One	www.asiaone.com	언론매체
05	Business Insider	www.businessinsider.sg	언론매체
06	Shape	www.shape.com.sg	언론매체
07	Harpers Bazaar	www.harpersbazaar.com.sg	언론매체
08	HealthyFood	www.healthyfood.com	언론매체
09	YP	www.yp.sg	언론매체
10	Greatist	greatist.com	언론매체
11	Health Hub	www.healthhub.sg	언론매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 싱가포르 새싹보리 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 싱가포르 새싹보리 관련 매체 리스트

					
<p>현지 온라인 쇼핑몰 새싹보리 특징</p>		<p>현지 온라인 쇼핑몰 다이어트제품 특징</p>		<p>현지 뉴스매체 새싹보리 이슈</p>	
키워드 ①	유기농	키워드 ①	단백질	키워드 ①	밀싹
키워드 ②	파우더	키워드 ②	에너지	키워드 ②	단백질
키워드 ③	비타민	키워드 ③	근육	키워드 ③	슈퍼푸드
키워드 ④	비건	키워드 ④	크레아틴	키워드 ④	유기농

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 싱가포르 새싹보리 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 싱가포르 새싹보리 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
			의미	영어	참여기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	다이어트 제품 키워드	파우더	Powder	○	○
			바	Bar		○
캡슐	Capsule			○		
엑기스	Extract			○		
젤리	Jelly			○		
드링크	Drink			○		
단백질	Protein			○		
에너지	Energy			○		
근육	Muscle			○		
유기농	Organic			○		
케토	Keto			○		
크레아틴	Creatine			○		
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	새싹보리 키워드	파우더	Powder	○	○
			알약/발포정	Tablet		○
			엑기스	Extract		○
			드링크	Drink		○
			캡슐	Capsule		○
			유기농	Organic		○
			슈퍼푸드	Superfood		○
			비건	Vegan		○
			대체식	Replacement		○
			일본	Japan		○
			디톡스	Detox		○
단백질	Protein		○			

빅데이터 분석 프로세스

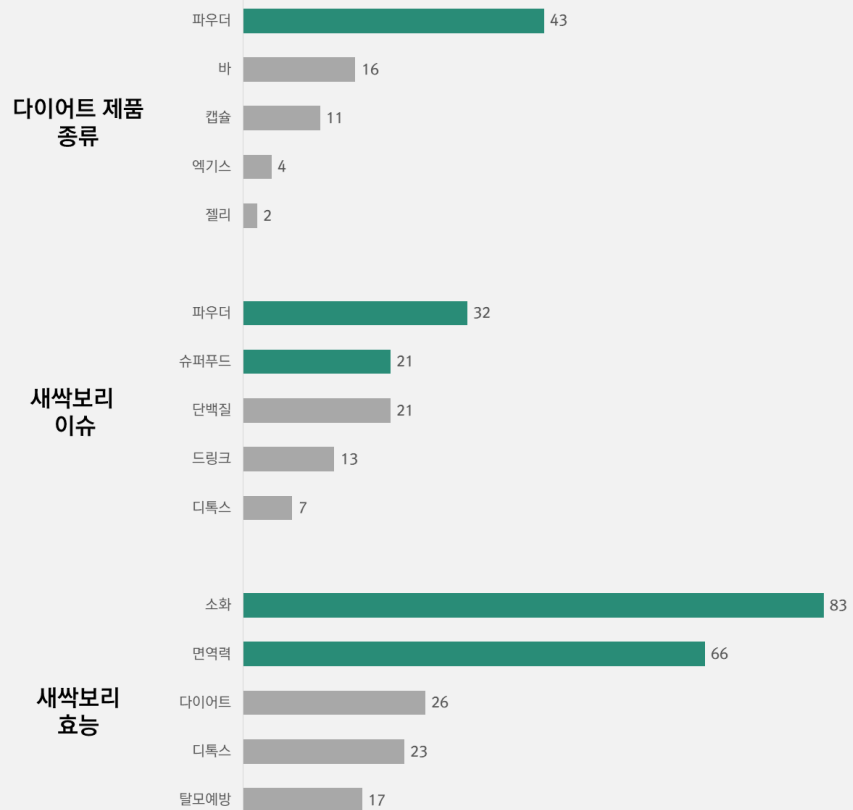
○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 싱가포르 소비자의 새싹보리 소비 실태 분석
 - ① 싱가포르 인기 다이어트 제품 특징
 - ② 싱가포르 새싹보리 관련 이슈 및 트렌드
 - ③ 싱가포르 새싹보리 종류 및 경쟁브랜드
 - ④ 싱가포르 새싹보리 주요 효능

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석
 - ① 온라인 쇼핑몰 인기 ‘다이어트 제품’ 키워드 분석
 - ② 언론매체 ‘새싹보리’ 키워드 분석
 - ③ 온라인 쇼핑몰 ‘새싹보리’·‘일본’ 키워드 분석
 - ④ 온라인 쇼핑몰 ‘새싹보리’ 키워드 분석

[싱가포르 다이어트 제품/새싹보리 키워드 분석 결과]



1. 싱가포르 다이어트 제품, 단백질 파우더 인기

▶ 싱가포르 인기 다이어트 제품, 파우더 형태가 주류

싱가포르 인기 다이어트 제품을 분석했을 때, 파우더 형태의 제품들이 주를 이루고 ‘바’, ‘캡슐’, ‘엑기스’, ‘드링크’, 및 ‘젤리’ 형태의 제품들이 파우더 다음으로 빈출함. 제품 특징과 관련해선 ‘유기농’, ‘Non-GMO’, ‘비건’, ‘비타민’ 등 건강 관련 키워드의 빈출도가 높음

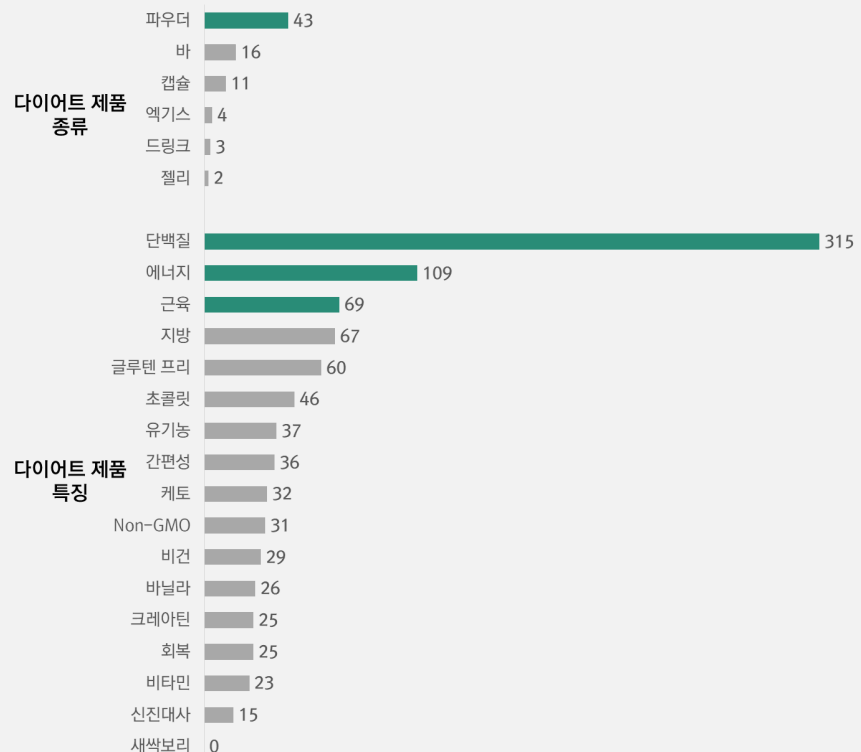
▶ 운동애호가를 위한 제품 다수, ‘새싹보리’는 상위 100건 안에 못 들어

싱가포르 인기 다이어트 제품설명을 분석했을 때, ‘단백질’, ‘에너지’, ‘근육’과 같은 운동 관련 키워드의 빈도가 높게 산출됨. 이 외에도 ‘회복’을 비롯해 운동 시 지구력 및 근력을 높이는 효과가 있다고 알려진 ‘크레아틴’ 키워드도 확인됨. 한편, 인기 다이어트 제품 중 ‘새싹보리’로 검색되는 키워드는 없으며 대부분의 새싹보리 함유 제품은 ‘허브보충제’ 및 ‘단백질보충제’로 분류되어 판매되고 있음

▶ 싱가포르 인기 다이어트 제품 유형 및 특징

① 파우더 ② 단백질

[표 3.4] 싱가포르 온라인쇼핑몰 인기 다이어트 제품 연관어



자료 : 싱가포르 온라인쇼핑몰 인기 다이어트 제품 100건 분석

2. 싱가포르 소비자, 새싹보리를 슈퍼푸드로 인식

▶ 싱가포르 새싹보리, 다양한 건강 관련 장점 강조 돼

싱가포르 새싹보리 관련 기사를 분석했을 때, ‘슈퍼푸드’ 키워드의 빈도가 높게 산출됨. ‘슈퍼푸드’의 연관어라고 할 수 있는 ‘비타민’, ‘미네랄’, ‘디톡스’, ‘영양’, ‘신진대사’와 같은 건강 관련 이슈 또한 부각되었으며, ‘밀싹’, ‘클로렐라’와 같이 새싹보리와 유사한 슈퍼푸드 키워드가 빈출됨

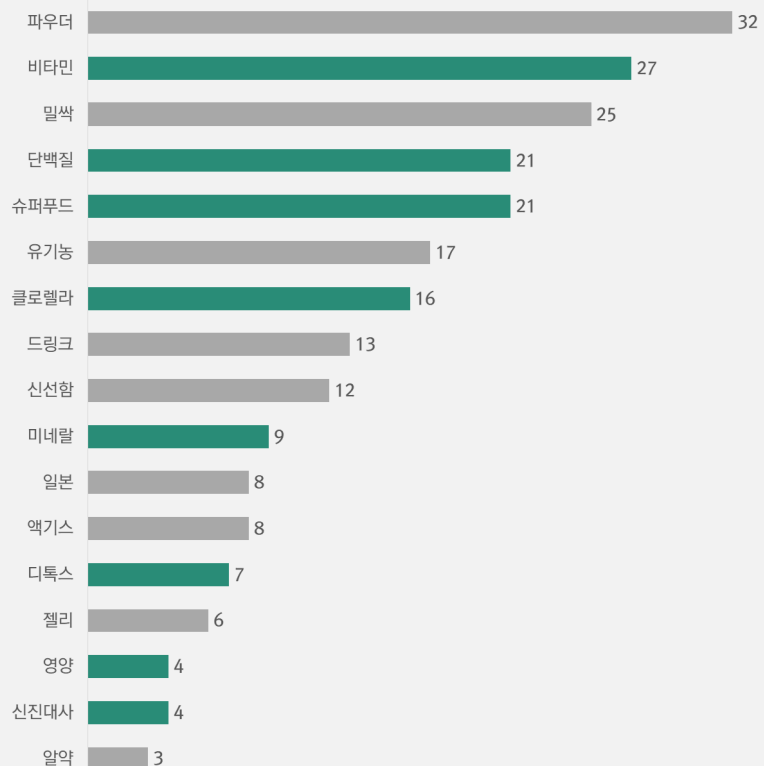
▶ 싱가포르 새싹보리, ‘단백질’ 함량 또한 주요 키워드

새싹보리의 여러 가지 건강 관련 키워드 중 ‘단백질’의 빈도가 두드러짐을 통해 새싹보리의 영양성분 중 단백질이 풍부하다는 인식이 보편적인 것으로 확인되며, 식물성 단백질의 수요가 존재하는 것으로 판단됨. 한편 제형 관련 키워드는 ‘파우더’, ‘드링크’, ‘젤리’, ‘알약’ 순으로 빈출함

▶ 싱가포르 새싹보리 관련 이슈 및 트렌드

① 슈퍼푸드 ② 단백질

[표 3.5] 싱가포르 뉴스매체 새싹보리 연관어



자료 : 싱가포르 온라인쇼핑몰 새싹보리 관련 기사 443건 분석 (18.01 - 20.09)

3. 싱가포르 새싹보리, 파우더 형태의 미국산, 일본산 제품 인기

● 싱가포르 청즙 국가별 제품 비중

순위	국가	등록제품
-	전체	750
1위	미국	135
2위	일본	65

자료 : 아마존 (www.amazon.sg)

● 싱가포르 진출 일본 청즙 조합 원료

순위	원료	건수
1위	보리	24
2위	케일	6
3위	클로렐라	2
4위	말차	2

자료 : 아마존 (www.amazon.sg)

▶ 싱가포르 새싹보리, 파우더 이 외 다양한 제형 존재

싱가포르 새싹보리 관련 키워드 분석 결과, 실제로 싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 판매중인 제품의 유형은 파우더가 주류임이 확인됨. 이 외에도 ‘알약/발포제’, ‘캡슐’, ‘액기스’ 및 ‘드링크’ 등의 제품 유형 키워드가 빈출됨

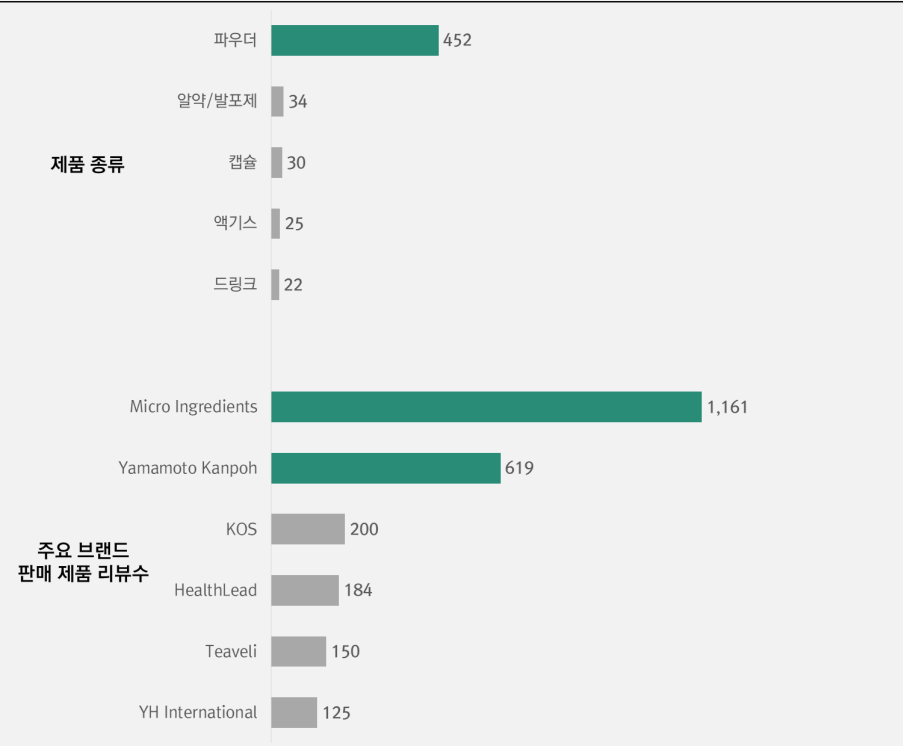
▶ 싱가포르 새싹보리, 미국 및 일본 브랜드 우세

싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 새싹보리 제품 중, 리뷰수가 많은 제품을 분석했을 때 미국 브랜드인 ‘Micro Ingredients’ 및 일본의 ‘Yamamoto Kanpoh’의 제품이 순위에 오름. 또한, 조사제품의 제조국을 확인한 결과 미국이 1위, 일본이 2위를 차지함. 한편 새싹보리를 주원료로 하는 일본 청즙 제품만을 따로 선별해 성분을 분석했을 경우, 보리의 빈도가 압도적으로 높고 이 외에도 케일, 클로렐라, 말차 등을 혼합한 제품이 존재함

▶ 싱가포르 새싹보리 제형 및 경쟁 브랜드

① 파우더 ② 미국 ③ 일본

[표 3.6] 싱가포르 온라인 쇼핑몰 새싹보리 제형 및 주요 브랜드 관련 키워드



자료 : 싱가포르 온라인 쇼핑몰 새싹보리 제품 505건 분석

4. 싱가포르 새싹보리 주요 효능, 소화 및 면역력 기능

● 싱가포르 온라인 쇼핑몰 ‘새싹보리’ 제품설명

- 새싹보리는 풍부한 식이섬유를 함유하고 있으며, 식욕억제를 통해 체중감량을 촉진 시킬 수 있습니다.
- 새싹보리는 케토, 채식과 같이 거의 모든 다이어트 방식에 완벽한 조건을 갖추고 있습니다.

자료 : 아마존
(www.amazon.sg)

▶ ‘소화’ 및 ‘면역력’ 등의 효능 중요

싱가포르 온라인 쇼핑몰에 등록된 새싹보리 제품의 설명을 분석했을 때, ‘슈퍼푸드’ 키워드의 빈도가 가장 높게 산출됨. 이어 ‘소화’ 및 ‘면역력’ 키워드와 같은 새싹보리 효능과 관련된 키워드의 빈도가 두드러짐. 이 외에도, ‘탈모예방’ 및 ‘운동능력향상’ 등의 효능 관련 키워드가 확인됨

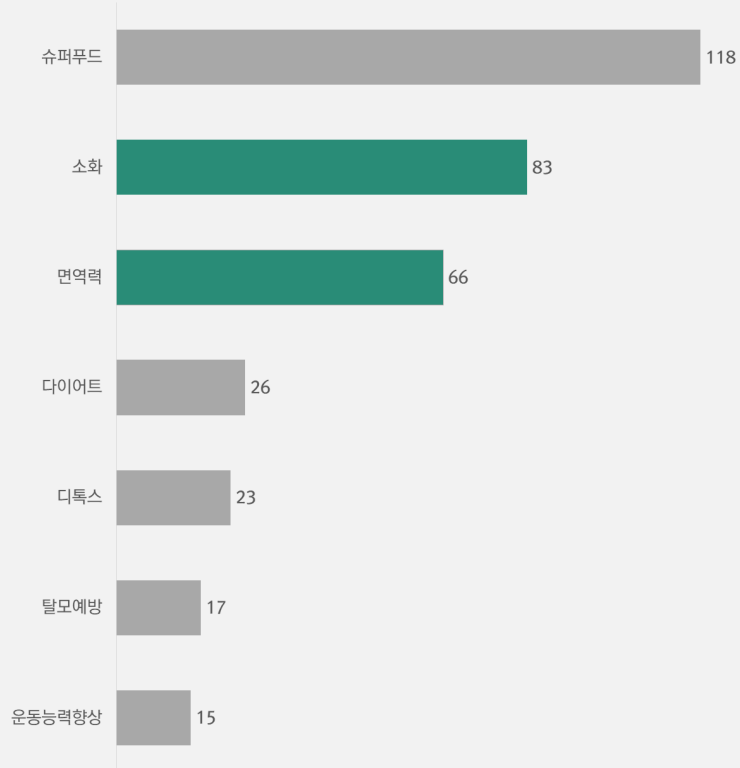
▶ 다이어트 관련 키워드 강조

싱가포르 새싹보리의 제품설명에서 다이어트 관련 키워드 또한 중요하다고 판단됨. ‘다이어트’를 비롯해 다이어트 방법 중 하나인 ‘디톡스’ 및 ‘운동능력향상’ 키워드가 새싹보리 효능 관련 키워드로 빈출됨

▶ 싱가포르 새싹보리 효능

① 소화 ② 면역력

[표 3.7] 싱가포르 새싹보리 효능 관련 키워드



자료 : 싱가포르 온라인 쇼핑몰 새싹보리 제품설명 101건 분석

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 싱가포르 새싹보리 유통구조
2. 싱가포르 새싹보리 주요 유통업체
3. 싱가포르 새싹보리 B2C 소매채널

1. 싱가포르 새싹보리 유통구조

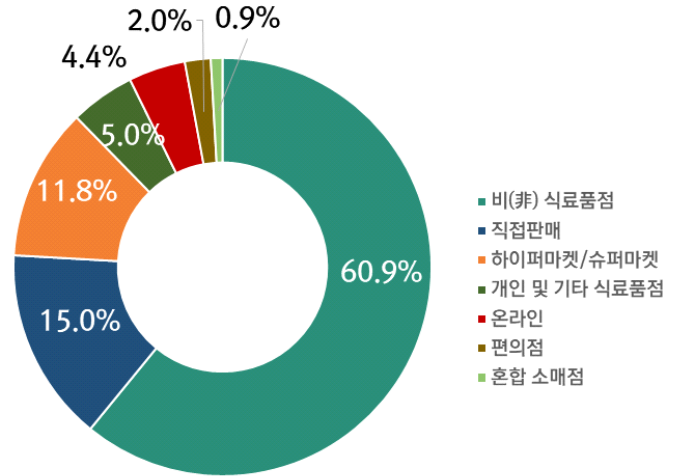
품목 구분 및 분류

품목	새싹보리
구분	기타 약초 및 전통 건강보조식품
범주	약초 및 전통 건강보조식품 (Herbal/ Traditional Dietary Supplements)

▶ 싱가포르 새싹보리 주요 채널

‘비(非) 식료품점(60.9%), 직접판매(15.0%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(11.8)’

[표 4.1] 싱가포르 새싹보리 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 싱가포르 새싹보리 유통채널 현황

채널 유형	새싹보리 진출 가능 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점	60.9%	가디언(Guardian), 왓슨스(Watsons), 사사(Sasa)
	직접판매	15.0%	허벌라이프(Herbal Life), 암웨이(Amway)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	11.8%	페어프라이스(FairPrice), 생시옹(Sheng Siong), 콜드스토리지(Cold Storage), 자이언트(Giant)
	개인 및 기타 식료품점	5.0%	메이디아(Meidi-Ya), 돈돈돈키(DonDon Donki)
	온라인	4.4%	아마존(Amazon), 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)
	편의점	2.0%	세븐일레븐(7-eleven), 치얼스(Cheers)
	혼합 소매점	0.9%	무스타파(Mustafa)

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

2. 싱가포르 새싹보리 주요 유통업체

▶ ‘비(非) 식료품점(60.9%)’, ‘직접판매(15.0%)’, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(11.8%)’

[표 4.3] 싱가포르 새싹보리 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁴⁾ ²⁵⁾ , 매장 수	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	가디언 (Guardian)	드럭스토어	약 38억 8,570만 달러 (약 4조 6,570억 원)	모라이프 (Morlife), 키노히미츠 (Kinohimitsu), 브이플러스(V Plus)	0
2	왓슨스 (Watsons)	드럭스토어	약 1,692억 2,500만 홍콩달러 (약 25조 8,372억 원)	키노히미츠 (Kinohimitsu), 그린푸드 (Green Foods), 엔에이치(NH)	0
3	사사 (Sasa)	드럭스토어	매장 수 ⁽²⁰⁾ : 약 230개	하다츠코 (肌つ子)	0
4	허벌라이프 (Herbal Life)	직접판매	48억 7,710만 달러 (약 5조 7,711억 원)	허벌라이프 (Herbal Life)	0
5	암웨이 (Amway)	직접판매	약 84억 달러 (약 9조 9,397억 원)	뉴트리라이트 (Nutrilite)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

24) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

25) 1홍콩달러=152.68(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	페어프라이스 (Fair Price)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 23억 8,372만 달러 (약 2조 8,440억 원)	피엔엘(P&L), 바이오파이너스트 (Bio Finest), 네이처랜드 (Nature Land)	0
7	자이언트 (Giant)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 164억 달러 (약 19조 4,061억 원)	화이보겔 (Fybogel)	0
8	돈돈돈키 (Don Don Donki)	아시안마트	매장 수('20): 8개	킨노아오지루 (金の青汁), 혹토(Hokto)	0
9	슈퍼네이처 (Super Nature)	유기농매장	매장 수('20): 2개	나비타스(Navitas), 파인즈(Pines)	0
10	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 25억 달러 (약 2조 9,582억 원)	뉴트리웰 (Nutriwell)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 싱가포르 새싹보리 B2C 소매채널

1) 드럭스토어



① 가디언(Guardian)

	기업명	가디언(Guardian)		
	홈페이지	www.guardian.com.sg		
	위치	탬피니스(Tampines)		
	규모	매출액('19)	약 38억 8,570만 달러 ²⁶⁾ (약 4조 6,570억 원)	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 데일리팜그룹(Dairy Farm Group)의 자회사인 드럭스토어 브랜드 • 캄보디아, 인도네시아, 베트남 등 5개국에서 매장을 운영 • 자사 홈페이지를 통해 뷰티 및 건강 관련 지식을 제공 • 자사 홈페이지를 통해 제품 프로모션 정보를 제공하며, 다양한 자체 제작 상품을 판매 		
		 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 인기 브랜드 투표인 가디언 어워즈2020(Guardian Awards 2020) 투표 진행 • 2020년 모기업 데일리팜그룹(Dairy Farm Group) 6월 전년 대비 영업이익 약 40% 감소 		
유사제품 정보		제품명	모라이프오가닉 발리그래스파우더 (Morlife Organic Barley Grass Powder)	
		종류	새싹보리파우더	
		용량	200g	
		원산지	호주	

자료: 가디언(Guardian), 유로모니터(Euromonitor), 데일리팜그룹(Dairy Farm Group), 캠페인아시아(Campaign Asia), 인사이드레테일아시아(Inside Retail Asia)
사진 자료: 가디언(Guardian)

26) 2019년 데일리팜그룹(Dairy Farm Group) 내 드럭스토어 사업 부문 전체 매출액임

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 캔디류, 스낵류, 건강보조식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 건조식품, 유제품 등 - 일반: 화장품, 향수류, 생활용품, 위생용품, 유아용품, 헤어케어용품, 구강청결용품, 육식용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 헬스 앤 뷰티 관련 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 스킨케어 및 메이크업 제품 취급 		
	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 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 페이지 하단 메뉴의 Contact us 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출 (guardian.com.com-sg/contact-us) - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 문의 내용) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: customerservice@guardian.com.sg - 전화: +65-6-891-8100 	

자료: 가디언(Guardian)



② 왓슨스(Watsons)

	기업명	왓슨스(Watsons)	
	홈페이지	www.watsons.com.sg	
	위치	탄종파가(Tanjong Pagar)	
	규모	매출액('19)	약 1,692억 2,500만 홍콩 달러 ²⁷⁾ (약 25조 8,372억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1841년 홍콩에서 설립 • A.S. WATSON 기업에서 운영되는 드럭스토어 체인으로 중국, 터키, 러시아 등 25개국에서 15,200개 매장 운영 • 매장에서 약 6,000개 제품 판매하며, 온라인몰에서는 약 8,000개의 제품 판매 • 온라인 몰 운영하여 매장 픽업서비스 제공 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 9월 전세계 22,000명의 소비자를 대상으로 코로나19 이후 소비패턴 관련 설문조사 진행 • 2020년 9월 중동 소매 기업 알푸타임(AI Futtaim)과 파트너십 	
유사제품 정보	제품명	키노히미츠키스카이그래스 수퍼그린푸드 (Kinohimitsu Sky Grass Super Green Food)	
	종류	새싹보리파우더	
	용량	75g	
	원산지	말레이시아	



자료: 왓슨스(Watsons), 에이에스왓슨그룹(A.S Watson), 코스메틱디자인아시아(Cosmetics Design Asia), 인사이드리테일(Inside Retail)
사진 자료: 왓슨스(Watsons)

27) 2019년 A.S.왓슨(A.S. Watson) 그룹사 내 유통 부문 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 차(茶)류, 음료류, 스낵류, 캔디류, 간편식품 등 - 일반: 화장품, 향수류, 의약품, 구강청결용품, 헤어용품, 스포츠용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 헬스 앤 뷰티 관련 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - AS. Watson 기업 품질 보증 상품에 한해 등록 가능 	
	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"> - A.S. WATSON 기업 홈페이지 접속 - 상단 메뉴 Suppliers & Partners 의 Becoming A.S. Watson Suppliers 클릭하여 입점 절차 확인 - 왓슨스 공급업체 포털에서 Apply Here 클릭하여 필요 정보 기재 - 등록 정보: <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 이메일, 담당자 연락처, 기업정보, 사업자등록증, 설립연도, 주거래처, 제조시설 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 브랜드 정보, 제품명, 제품 샘플 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 등록 조건 <ul style="list-style-type: none"> - A.S. Watson 품질 보증 승인
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 관련 사항은 본사로 직접 문의 • 문의사항 연락처(본사) <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: grouppr@aswatson.com - 전화: +65-6337-3433

자료: 왓슨스(Watsons)



③ 사사(Sasa)

	기업명	사사(Sasa)	
	홈페이지	www.sg.sasa.com	
	위치	리버밸리(River Valley)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 230개 ²⁸⁾
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1978년 설립 • 토탈 뷰티 전문점 • 홍콩, 마카오, 중국, 싱가포르, 말레이시아에 매장 운영 • 2015년 포브스가 선정한 '10억 이하 아시아 베스트 200' 기업 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 2월 온라인 매출 활성화를 위해 쇼피(Shopee) 입점 • 2020년 2월 코로나19로 인해 21개 지점 임시 영업정지 	
유사제품 정보		제품명	하다츠코무키코하다 (肌っ子麦肌子)
		종류	호밀파우더
		용량	130g
		원산지	일본

자료: 사사(Sasa), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 코스메틱디자인아시아(Cosmetics Design Asia)
사진 자료: 사사(Sasa)

28) 글로벌 통합 매장 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 간편식품, 스낵류, 차(茶)류, 음료류 등 - 일반: 화장품, 향수류, 유아용품, 헤어용품, 구강청결용품, 위생용품, 약세서리류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 헬스 및 뷰티 관련 품목 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 건강보조식품이나 유아용 간식 등이 대부분 	
	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"> - 다음 웹주소를 통해 입점 문의 관련 컨택 가능 (sg.sasa.com/SasaWeb/eng/issue/contact_us.jsp) - 문의 카테고리 선택 후 양식대로 정보 기입하여 제출 • 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처(홍콩 본사) <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +85-2-2975-3747

자료: 사사(Sasa)

2) 직접판매



① 허벌라이프(Herbal Life)

	기업명	허벌라이프(Herbal Life)	
	홈페이지	www.herbalife.com.sg	
	위치	써머셋(Somerset)	
	규모	매출액('19)	48억 7,710만 달러 ²⁹⁾ (약 5조 7,711억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1980년 미국 LA에서 설립 • 건강보조식품 및 식사대용식품을 판매하는 MLM (Multi Level Marketing) 기업 • 전 세계 94개 국가에서 영업 중 • 전 세계 통합 약 8,900명의 직원이 활동 중 • 모든 허벌라이프 판매 직원은 영양코치 트레이닝 교육과정을 이수 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 9월 아시아태평양 지역에 건강 관련 설문조사 '헬씨에이징서베이(Healthy Aging Survey)' 실시 • 2020년 5월 아시아 지역에 코로나19 지원금으로 약 18만 달러 (약 2억 원) 기부 	
유사제품 정보	제품명	허벌티컨센트레이트 (Herbal Tea Concentrate)	
	종류	허브티 파우더	
	용량	100g	
	원산지	미국	
			

자료: 허벌라이프(Herbal Life), 아시아원(Asia One), 코리아비즈와이어(Korea Bizwire)
사진 자료: 허벌라이프(Herbal Life)

29) 2019년 글로벌 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 차(茶)류, 음료류, 간편식품 - 일반: 식기류, 스포츠용품, 화장품, 헤어용품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 건강보조식품 및 다이어트 식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식사대용 간편식이 대표 상품 	
	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 양식에 필수 정보 기입 후 제출 (contact.herbalife.com.sg/?leadType=bo) - 등록 시 필요한정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보 (이름, 전화번호, 이메일, 우편번호 및 도시, 나이, 성별) ② 연락 가능 시간 ③ 판매 관련 정보 (판매자 카테고리, 판매 시작 가능 날짜) • 판매자 등록 후 판매자 비즈니스 서포트 툴 사용 가능 (herbalife.com.sg/business-opportunity/be-your-own-boss)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: memberservices_singapore@herbalife.com - 팩스: +65-6416-8458 - 전화: +65-6416-8448

자료: 허벌라이프(Herbal Life)



② 암웨이(Amway)

기업 기본 정보	기업명	암웨이(Amway)	
	홈페이지	www.amway.sg	
	위치	퍼시픽테크센터(Pacific Tech Centre)	
	규모	매출액('19)	약 84억 달러 ³⁰⁾ (약 9조 9,397억 원)
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1959년 미국 미시건(Michigan)에서 설립 • 헬스앤 뷰티 및 홈케어 제품을 판매하는 MLM (Multi Level Marketing) 기업 • 1974년 아시아 지역 진출 • 전 세계 약 100개 이상 국가에서 영업 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 9월 CBD 성분 뷰티 신제품 라인 론칭 • 2020년 5월 코로나19 진단 키트 약 3,000개 기증 		
유사제품 정보		제품명	뉴트리라이트 올플랜트프로틴파우더 (Nutralite All Plant Protein Powder)
		종류	식물성 단백질 파우더
		용량	900g
		원산지	미국

자료: 암웨이(Amway), 다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News), 더스타(The Star), 코스메틱디자인(Cosmetics Design)
사진 자료: 암웨이(Amway)

30) 2019년 글로벌 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 차(茶)류, 음료류, 간편식품 - 일반: 화장품, 구강청결용품, 헤어케어용품, 청소용품, 식기류, 세제류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 또는 가정에서 보편적으로 사용하는 제품군 	
	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"> - 암웨이 계정 생성 후 가입 절차 진행 - 등록 시 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 담당자 기본 정보 (이름, 생년월일, 이메일, 거주국가, 언어) ② 스폰서 정보 (스폰서 IBO 넘버, 스폰서 이름) ③ 비즈니스 형태 관련 정보 (International Sponser 또는 Multiple Business 중 선택) - 계정 정보 등록 - 결제 절차 진행 - 등록 정보 확인 후 전자서명
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: sghelpdesk@amway.com - 전화: +65-6550-9911

자료: 암웨이(Amway)

3) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 페어프라이스(FairPrice)

	기업명	페어프라이스(FairPrice)	
	홈페이지	www.fairprice.com.sg	
	위치	주 쿤(Joo Koon)	
	규모	매출액('19)	약 23억 8,372만 달러 ³¹⁾ (약 2조 8,440억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 230개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1973년 설립 • 싱가포르에서 가장 큰 규모의 유통사 • 싱가포르 전국노동자연합(NTUC) 산하의 협동조합 • 총 6개의 유통브랜드 보유 • 사업자용 온라인 포털 별도 운영 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 10월 현지 중소 식품 기업 지원 프로젝트를 10월 31일까지 연장 계획 발표 • 2020년 9월 현지 식품 기업들이 직접페어프라이스(Fairprice) 플랫폼에 제품 등록을 할 수 있는 야미에스지(YummySG) 프로젝트 론칭 	
유사제품 정보		제품명	피엔엘 위트그래스파우더 (P&L Wheatgrass Powder)
		종류	밀싹 파우더
		용량	100g
		원산지	싱가포르

자료: 페어프라이스(Fair Price), 스태티스타(Statista), 크런치베이스(Crunchbase), 더스트레이트타임즈(The Straits Times), 채널뉴스아시아(Channel News Asia)
사진 자료: 페어프라이스(Fair Price)


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, 육류, 해산물, 냉동식품, 간편식품 곡류, 면류, 차(茶)류, 스낵류, 소스류, 음료류, 주류 등 - 일반: 유아용품, 완구류, 생활용품, 청소용품, 위생용품, 가전제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 자체제작상품 판매 		
입점 등록 절차	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 페어프라이스 기업 홈페이지를 통한 문의 (fairprice.com.sg/wps/portal/corporate/corpHome) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 상단 Contact Us 클릭 - 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 첨부파일 등 • 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 (본사) <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +65-6888-1888 - 팩스: +65-6397-4001 • 입점 후 공급업체 포털 이용 (sptest.pracbiz.com/Supplier_Portal) 	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • Naspac Marketing Pte Ltd(식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.sfma.org.sg - 전화번호 : +65-6221-2438 / 이메일: enquiries@sfma.org.sg - 기업소개 : NTUC Fair Price, Cold Storage, Sheng Siong을 포함한 리테일 기업의 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 페어프라이스(Fair Price), 나스팍(Naspac Marketing Pte Ltd)



② 자이언트(Giant)

기업 기본 정보	기업명	자이언트(Giant)		
	홈페이지	www.giant.sg		
	위치	템피니스(Tampines)		
	규모	매출액('19)	약 164억 달러 ³²⁾ (약 19조 4,061억 원)	
		기타 규모	매장 수('18): 약 62개 직원 수('18): 약 380여명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1944년 말레이시아 설립 • 홍콩계 데일리팜그룹(Dairy Farm Group) 자회사 • 총 4가지 유통채널 보유: 편의점, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 온라인 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 9월 브랜드 로고 디자인 변경과 함께 식료품 650개 품목 가격 20%까지 인하 • 2020년 9월 싱가포르 내 경제 성장 둔화로 인해 자이언트를 포함한 저렴한 슈퍼마켓 브랜드의 인지도 증가 			
유사제품 정보		제품명	화이보겔 내추럴화이버드링크 (Fybogel Natural Fibre Drink)	
		종류	차전자피 파우더	
		용량	70g	
		원산지	영국	

자료: 자이언트(Giant), 데어리팜그룹(Dairy Farm Group), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Aisa)
사진 자료: 자이언트(Giant)

32) 2019년 데어리팜(Dairy Farm) 그룹사 내 슈퍼마켓 부문 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 곡류, 면류, 차(茶)류, 주류, 음료류, 스낵류, 신선식품, 유제품, 육류 등 - 일반: 유아용품, 헬스용품, 뷰티용품, 주방용품, 가전제품, 문구류, 가구류, 스포츠용품, 애완용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 저렴한 제품, 다양한 카테고리의 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품뿐만 아니라 가구, 소비자 가전 등 다양한 품목 취급 	
입점 등록 절차	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Contact Us 클릭 - 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 - 입점 후 Dairy Farm B2B 포털 (https://sphub.igo.com.sg) 이용
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - (일반문의) 이메일: service@giantsingapore.com.sg - (일반문의) 전화: +65-6891-8000 - (본사) 이메일: ocecomm@dairy-farm.sg - (본사) 전화: +65-3138-2626
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • Sing Long Foodstuff Pte Ltd (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : singlong.com - 전화번호 : +65-6284-5254/ 이메일: nya01@singlong.com - 기업소개 : NTUC Fair Price, Cold Storage, Giant Hypermarkets, Minimart를 포함한 리테일 기업의 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 데어리팜그룹(Dairy Farm Group), 싱롱푸드스터프(Sing Long Foodstuff Pte Ltd)

4) 아시안마트



① 돈돈돈키(Don Don Donki)

	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)	
	홈페이지	www.dondondonki.sg	
	위치	오차드 센트럴(Orchard Central)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 8개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 일본계 유통업체 PPIH의 동남아 타겟 유통 체인 싱가포르, 태국, 홍콩에 지점 보유중이며 대만과 말레이시아에 신규 점포 오픈 계획 올해 말까지 싱가포르에 10개 매장 오픈 계획 바코드 인식을 통해 제품 상세정보 번역 서비스 제공 매장 내 푸드 코트에서 다양한 일본 음식 서비스 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> 2020년 7월 싱가포르 9호 매장 오픈 계획 발표 2020년 1월 젬(Jem) 지역에 싱가포르 최대 규모 신규 점포 오픈 	
유사제품 정보		제품명	킨노아오지루 오므기와카바 (金の青汁金大麦若葉)
		종류	청즙 파우더
		용량	138g
		원산지	일본

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki), 마더십(Mothership)
사진 자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 소스류, 즉석식품, 신선식품, 건조식품 등 - 일반: 생활용품, 화장품, 문구류, 청소용품, 잡화류, 기타 아이디어 상품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 일본산 제품, 저렴한 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"> • 돈돈돈키 기업 홈페이지(www.dondondonki.sg) 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 Help 클릭 - Contact 클릭 후 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일 주소
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르 본사 문의사항 연락처: 이메일: support.sg@dondondonki.com • PPIH社(일본 모기업) 산하 타 자회사에서 제품의 수입/수출을 총괄함

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki), 피피아이에이치(PPIH)

5) 유기농매장



① 슈퍼네이처(Super Nature)

	기업명	슈퍼네이처(Super Nature)	
	홈페이지	www.supernature.com.sg	
	위치	오차드(Orchard)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 2개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년 설립 • 설립 초기에는 작은 유기농 제품 매장 형태로 운영 • 2007년 코모그룹(COMO Group)의 자회사로 등록. • 계열사에는 클럽21, 코모호텔앤리조트(COMO Hotels and Resorts), 코모샴발라(COMO Shambala) 등이 있음 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 싱가포르 딜리버리 플랫폼인 오들잇츠(Odle Eats)와 파트너십 계약 • 2020년 자사 음식 브랜드인 글로우(Glow) 배달 서비스 실시 • 2020년 멤버십 카드 발급 신청시 8% 추가 할인 혜택 제공 	
유사제품 정보		제품명	나비타스오가닉 위트그래스파우더 (Navitas Organic Wheatgrass Powder)
		종류	밀싹 파우더
		용량	280g
		원산지	미국

자료: 슈퍼네이처(Super Nature)
사진 자료: 슈퍼네이처(Super Nature)

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: 신선식품, 육류, 어류, 유제품, 음료류, 스낵류, 차(茶)류, 소스류, 캔디류, 건강보조식품 등 - 일반: 화장품, 헤어케어용품, 구강청결용품, 위생용품, 식기류, 주방용품, 유아용품, 청소용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 고품질의 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 비건(Vegan) 관련 제품 다수 입점 	
	<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"> • 유선 연락 또는 우편을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 플래그십 매장에 유선 또는 우편을 통해 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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

자료: 슈퍼네이처(Super Nature)

6) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	홈페이지	www.7-eleven.com.sg		
	위치	템피니스(Tampines)		
	규모	매출액('19)	약 25억 달러 ³³⁾ (약 2조 9,582억 원)	
		기타 규모('18)	매장 수: 약 393개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1983년 1호 지점 오픈 • 글로벌 편의점 체인 • 홍콩, 마카오, 싱가포르 및 중국 본토에서 매장 운영 • 홍콩계 Dairy Farm Group 소유 • 24시간 운영 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 9월 싱가포르, 홍콩, 마카오에 스누피 출시 70주년 기념 콜라보 콘셉스토어 해피니스이즈(Happiness Is) 매장 오픈 • 2020년 9월 싱가포르와 홍콩 일부 매장에 이벤트성 코카콜라 콘셉스토어 오픈 			
유사제품 정보		제품명	뉴트리웰 리듀스드슈거발리 (Nutriwell Reduced Sugar Barley)	
		종류	보리 드링크	
		용량	475ml	
		원산지	싱가포르	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 데어리팜그룹(Dairy Farm Group) 유로모니터(Euromonitor), 스태티스타(Statista), 마케팅인터랙티브(Marketing Interactive), 인사이드리테일(Inside Retail)
사진 자료: 세븐일레븐(7eleven) 페이스북

33) 2019년 데어리팜(Dairy Farm) 그룹사 내 편의점 부문 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 캔디류, 즉석식품, 차류, 음료류 등 - 일반: 위생용품, 화장품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 간편 식품, Ready-to-Eat 식품류, 테이크아웃 음료류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 일본산 고급 견과류 등을 세븐일레븐 PL상품으로 패키징하여 판매 중 - 버거, 파스타, 커리, 오니기리 등 폭 넓은 Ready-to-Eat 제품 판매 중 - PB 테이크아웃 음료(탄산음료: Gulp, 슬러쉬: Slurpee, 커피류: 7Cafe)판매 		
	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"> • 세븐일레븐 Range Me 포털 통한 등록 (app.rangeme.com/suppliers/register/7-eleven) - 포털에서 필요한 정보 기입하여 프로필 및 기업 등록 - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 프로필 (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 기업명) ② 기업 정보 (업력, 매출액, 소속 산업, 업태, 브랜드명, 기업 주소) ③ 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ④ 국가설정 및 유통정보(기존의 유통망, 콜드체인 여부 등) 제출 ⑤ 제품 PL(Private Label) 가능 여부 및 프로모션/마케팅 예산 제출 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 세븐일레븐 싱가포르 법인 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: pr@7-eleven.com.sg - 전화: +65-1800-891-8100 	

자료: 세븐일레븐(7eleven)

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

1. 싱가포르 새싹보리 인증 취득

인증 취득

싱가포르로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 싱가포르 수입 식품 ‘적용받는 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 이관받음

일반가공식품 중 싱가포르 식품법에서 정한 특정 유형의 제품³⁴⁾에 대해서는 필수 위생인증³⁵⁾을 반드시 제출해야 하지만, 이 외 경우에는 싱가포르 식품청(SFA)의 심사에 따름. 다만, 모든 수입 가공식품은 입국 시 샘플 검사 대상임

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

[표 5.1] 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

34) 사전 인증 대상 일반가공식품 : 영유아 이유식, 저온살균 우유, 최소 가공 처리된 과일과 채소, 전통 케이크.

35) HACCP 인증서, GMP 인증서 및 수출국가 관할 기관에서 발급한 식품 안전 증명, 수출 증명, 생산 공장 등록증

[표 5.2] 싱가포르 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	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

자료 : 각 인증기관

▶ 싱가포르 HALAL 인증 7가지 종류 중 해당되는 기준 확인 필요

싱가포르의 HALAL 인증은 자발적 인증으로, 국가 무슬림 담당 장관 산하 HALAL 인증 발급기관인 무이스(MUIS)에서 인증 및 관리하고 있음

싱가포르의 HALAL 인증은 ISO 및 HACCP과 같은 국제 식품 생산 안전 기준의 방식을 벤치마킹하여, 제품의 원료 수령부터 가공, 보관, 처리, 운송 및 제품 판매까지 프로세스 전반에 대한 감사를 진행하고 있음. 싱가포르의 HALAL 자격 기준(HCC, HALAL Certification Scheme Types & Eligibility Criteria)은 식품과 관련하여 7가지 종류³⁶⁾로 구분하고 있으므로, 수출 기업은 해당 종류 중 해당이 되는 기준에 대해 인증을 신청해야 함(복수 인증 대상 시 각각에 대한 인증 신청 필요함)

[표 5.3] 싱가포르 HALAL 인증 정보

인증명	발급 기관	유효기간	인증 Mark
HALAL	싱가포르 HALAL 인증 기관(MUIS)	1-2년	
절차			

- 온라인 신청: 무이스 온라인 시스템(MeS, MUIS eHALAL System)에서 신청
- 서류 심사 : 무이스 온라인 시스템(MeS) 서류 확인 및 서류 보완(요청 시)
- 현장 심사 준비
 - 무이스 (MUIS) 요청에 따라 HALAL 인증 약관 수행
 - 인증 획득에 요구되는 서류 준비 : 업체 정보, HALAL 담당팀과 무슬림 직원(최소 2인) 정보, 가공 공정도, 가공 공장 주소, 사내 교육 정보
- 현장 심사
 - HALAL 인증 신청 서류 검토
 - 공장 시설 방문, HALAL 담당팀과 무슬림 직원 인터뷰, 파견 심사인의 평가
- 승인 완료
 - HALAL 인증료 지불 (HALAL 인증 마크 \$ 0.75, 연간 사용료 \$ 308.16)
 - HALAL 인증 결과에 따라 인증서 수취
- 기타
 - 승인 완료 후에도 지속적으로 HALAL 인증 약관 수행 여부 확인을 위한 불시 현장 심사가 있을 수 있음

36) 싱가포르 무이스(MUIS)의 HALAL 인증 대상 : 식당 시설, 국내 생산 가공식품, 수출입 제품, 제품 보관 시설, 케이터링 서비스 주방 시설, 식품 생산 공장), 도축 가공 시설. 복수 대상의 서비스(식품을 생산하여, 보관하고, 요리하여, 소비자에게 식사를 제공)한다면 해당되는 4가지의 HALAL 인증을 받아야함

인증 요건

- 싱가포르의 MUIS HALAL 표준(SMHS, Singapore Muis HALAL Standards)에 근거
- HALAL 인증을 받고 증빙이 가능한 원료 및 식품 첨가제만을 사용해야 함
- 돼지고기 등 금지하는 원료(HARAM)를 사용하지 않을 것
- 도구 또는 생산 시설에 금지된 원료(HARAM)를 사용한 적이 없어야함
- 최소 2명의 무슬림 직원을 고용해야 하며, 1인을 HALAL 팀의 대표로 두어야 함
- 서류 준비
 - HALAL과 관련한 회사의 절차
 - 제품 원료의 HALAL 적용 여부
 - 부적합 원료 및 제품에 대한 취급 방법
 - 내부 감사 절차 등
- HALAL 기준에 대한 평가를 연간 1회 수행할 것

자료 : 싱가포르 HALAL 인증 기관 무이스(MUIS)

▶ 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 준수해야 하고 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 592만원³⁷⁾ 이하의 벌금이나 3개월 이하의 징역형에 처할 수 있음. 유기농 인증을 취득한 식품 제조업체는 자체적인 표기 방식에 따라 유기농 인증을 표시할 수 있음

[표 5.4] 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)

37) 1달러=1,183.30원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 싱가포르 새싹보리 사전 절차

사전 절차

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

새싹보리

새싹보리 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

또한, 싱가포르로 가공된 식품 및 식품 관련 장비를 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 선정해야 함

[표 5.5] 싱가포르 수입업체 등록 절차

적용 규제	싱가포르 법령, 「식품 판매법(Sale of Food Act)」, 2020
등록 전 필수 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르 기업청(ACRA, Accounting and Corporate Regulatory Authority)에 업체를 등록한 후 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number)를 부여 받아야함 • 부여받은 사업자 등록번호를 싱가포르 관세청(Singapore Customs)에 등록 및 활성화하여야 함 • 지로(GIRO, General Interbank Recurring Order) 계정을 보유하여 식품청에 비용을 지불할 수 있어야함. • 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 GIRO 혹은 전자 결제를 통해 비용을 지불하여야 함
등록 비용	무료
등록 소요 시간	영업일 기준 하루

자료: 싱가포르 식품청(SFA), 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online)

3. 싱가포르 새싹보리 라벨 심의

▶ 싱가포르 새싹보리 라벨 규정

[표 5.6] 싱가포르 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	싱가포르 법령, 「식품 판매법(Sale of Food Act)」, 2020
<p>싱가포르로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 원료 정보 • 알레르기 정보 • 용량(순중량) • 제조업체 정보
<p>새싹보리 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함</p>	<p>라벨 표기사항 (항목)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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>영어 표기할 것 제품명 또는 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</p> <p>제품명 제품의 일반명 또는 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것</p> <p>원료 정보 모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것 혼합 원료인 경우 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것</p> <p>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</p> <p>용량 순중량으로 표기할 것 소포장 상품 패키지인 경우 수량*소포장 중량으로 표기할 것 최소 수량 기준 또는 평균 수량 기준으로 작성할 것 액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기할 것</p>

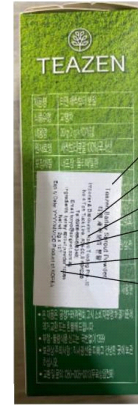
<p>세부 내용</p>	<p>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>제조업체, 생산자 혹은 수입업자의 이름과 주소를 표기할 것</p>
		<p>제조업체 정보 수입 제품의 경우 현지 수입업자, 유통업자 혹은 대행사의 이름과 주소를 필수적으로 표기할 것</p>
		<p>원산지 수입 식품에 대한 원산지 표기는 필수임 도시, 군, 구와 같은 행정 단위 표기는 불가함</p>
		<p>유통기간 유통기간은 반드시 지워지거나 오염되는 등의 훼손되지 않는 형태로 표시되어야 하며, 최소 3mm 이상의 크기로 표시할 것</p>
		<p>사용방법 '사용방법'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

자료: 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online)

▶ 싱가포르 새싹보리 라벨 샘플



- ① 제품명
- ② 용량



- ① 제품명
- ② 수입업체 및 유통업체 정보
- ③ 성분
- ④ 용량
- ⑤ 유통기한
- ⑥ 원산지

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링] - 스티커 부착

[앞면 - 영문]

[앞면 - 국문]

- ① Product Name
: Teazen Barley Sprout Powder
- ② Net wt : 2g * 10T

- ① 제품명
: 티젠 새싹보리 분말
- ② 용량 : 2g * 10개입

[뒷면 - 영문]

[뒷면 - 국문]

- ① Product Name
: Teazen Barley Sprout Powder
- ② Importer & Distributor
: Koryo Trading Pte.Ltd, No.4 Toh Tuck Link, #04-00, S 596226
Tel - 6268-8846-(6048)
Email : koryo@singnet.com.sg
- ③ Ingredients
: barley sprout powder 100%
- ④ Net wt : 2g * 10T
- ⑤ Expiry Date : YYYY/MM/DD
- ⑥ Origin : Product of KOREA

- ① 제품명
: 티젠 새싹보리 분말
- ② 수입업체 및 유통업체 정보
: Koryo Trading Pte.Ltd, No.4 Toh Tuck Link, #04-00, S 596226
Tel - 6268-8846-(6048)
Email : koryo@singnet.com.sg
- ③ 성분
: 새싹보리 분말 100%
- ④ 용량 : 2g * 10개입
- ⑤ 유통기한 : YYYY년 MM월 DD일
- ⑥ 원산지 : 한국

4. 싱가포르 새싹보리 서류 준비

서류 준비

싱가포르로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

새싹보리

새싹보리 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 있어야 함. 기업 등록을 담당하는 싱가포르 기업청(ACRA, Accounting and Corporate Regulatory Authority)을 통해 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number)을 발급받아 싱가포르 세관에 등록해야 함. 수입통관절차는 온라인 통관시스템인 ‘트레이드엑스체인지(TradeXchange)’를 통해서 진행됨

트레이드엑스체인지란, 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 제출해야 함

[표 5.7] 싱가포르 통관 서류

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

자료: 싱가포르 관세청(Singapore Customs)

5. 싱가포르 새싹보리 세금 납부

세금 납부

싱가포르로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 새싹보리 HS-CODE 1212.99-90, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-싱가포르 FTA 발효로 협정세율 '적용'

새싹보리의 경우 싱가포르에서는 HS-CODE 1212.99의 1212.99-90 세번을 사용하여 수입됨.³⁸⁾ 싱가포르 수입 시 기본 세율은 20%를 적용받으나 한국산 제품의 경우 2006년 3월 2일부로 발효된 한-싱가포르 FTA 협정으로 협정세율을 적용받아 0% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 부가가치세(GST, Goods and Services Tax)를 납부해야 하며 해당 세율은 최대 7%임

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

[표 5.8] 한국·싱가포르 HS CODE 비교 및 싱가포르 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1212	로커스트콩(locust bean) · 해초류와 그 밖의 조류(藻類) · 사탕무와 사탕수수(신선한 것 · 냉장한 것 · 냉동한 것 · 건조한 것으로서 잘게 부수었는지에 상관없다), 주로 식용에 적합한 과실의 핵(核)과 그 밖의 식물성 생산품[복지 않은 시코리엄 인티부스 새티범(Cichorium intybus sativum) 변종의 치커리(chicory) 뿌리를 포함한다]이므로 따로 분류되지 않은 것	
	1212.99-9000	기타	
싱가포르	1212.99-90	기타	
관세	기본관세율	0%	
	협정 세율	0%	
부가가치세		최대 7%	

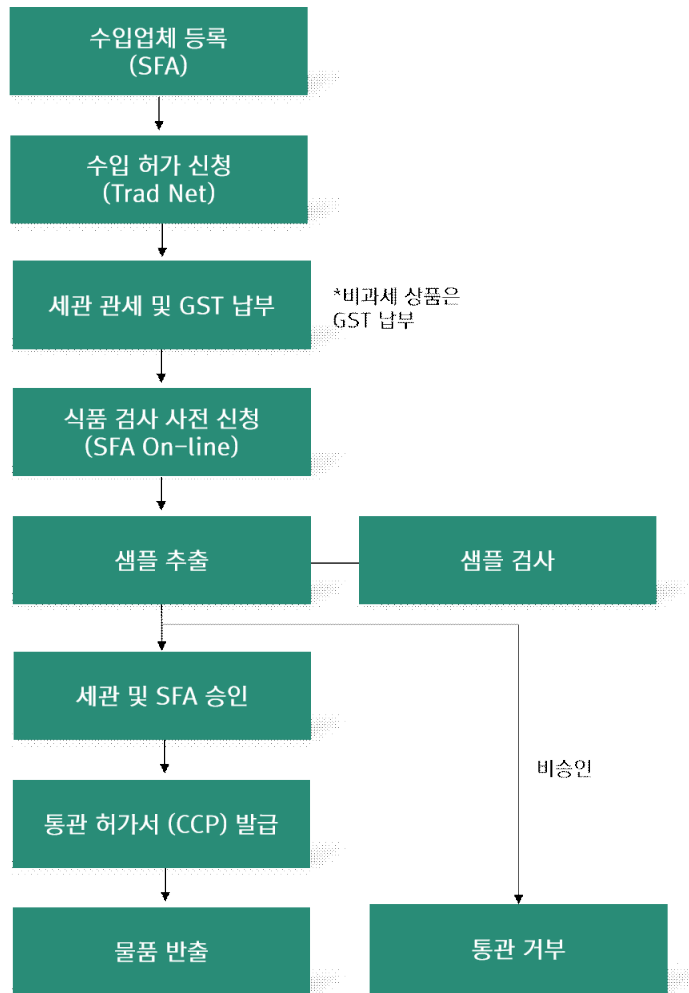
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 싱가포르 관세청(Singapore Customs)(customs.gov.sg)

38) 싱가포르 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1212.99 중 새싹보리에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 싱가포르 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 싱가포르 관세청을 통한 확인이 필요함

6. 싱가포르 새싹보리 검역 심사 절차

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

[표 5.9] 싱가포르 통관 프로세스



- ▶ 싱가포르 새싹보리 식품 첨가물 규정 확인 필요

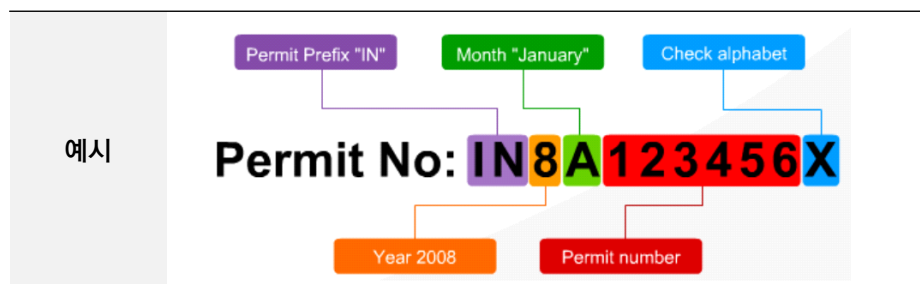
[표 5.10] 싱가포르 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	싱가포르
식품유형	농산가공식품류> 기타 농산가공품류

▶ **싱가포르 통관을 위한 모든 신청서는 통관 허가서(CCP)와 함께 발급**

싱가포르 수입 및 통관을 위한 모든 신청과 발급은 온라인 시스템인 트레이드넷(TradeNet)에서 진행됨. 승인된 모든 신청서는 11자리 숫자로 이루어진 통관 허가서(CCP, Cargo Clearance Permit) 번호와 함께 발급됨. 통관 시 다른 통관 서류와 함께 상기 통관 허가서(CCP) 제출이 요구됨

[표 5.11] 통관 허가서(CCP) 번호 예시



7. 싱가포르 관련 규제 정보

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

싱가포르는 식품의 90% 이상을 수입하는 나라로 식품안전에 대한 세세한 법적 규제를 세워 위험요소가 많은 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 규정³⁹⁾에서는 일반가공식품을 위한 식품 용기 규정을 다음과 같이 정하고 있음. 해당 규정을 위반할 시 1,000달러(한화 약 120만원) 이하의 벌금이 부과될 수 있으며, 반복 위반의 경우 2,000달러(한화 약 240만원) 이하의 벌금이 부과될 수 있으므로 싱가포르로 새싹보리 제품을 수출하고자 하는 기업은 주의해야 함

[표 5.12] 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 이어야 함 - 1.1리터 미만의 용기의 경우(컵과 머그컵은 제외), 납의 함량이 2.0 mcg/ml 이어야 함 - 1.1리터 이상의 용기의 경우(주전자 제외), 납의 함량이 1.0 mcg/ml 이어야 함 - 컵과 머그컵, 주전자의 경우 납의 함량이 0.5 mcg/ml 이어야함 	해당 조항은 세라믹 용기를 사용하는 식품의 수입, 판매, 운송, 배달 관련자에 모두 해당됨

자료 : 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online)

39) 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 가디언(Guardian)

Interview ② 레드마트(Redmart)

Interview ③ 오즈헬스(Oz Health)

Interview ④ 싱가포르 보건과학청(HSA, Health Sciences Authority)

Interview ⑤ 원네이처(One Nature)

Interview ① 가디언(Guardian)

40)

가디언
(Guardian)

전문가 소속

가디언
(Guardian)
유통업체

연락처
+65-1800-891-8100

전문가 정보

Ms. Adeline Lim
(Sales Associate)



가디언(Guardian)

Sales Associate, Ms. Adeline Lim

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

가디언은 싱가포르에서 가장 큰 H&B 체인점으로, 싱가포르 내 116개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지로도 9,000개 이상의 제품을 판매하고 있습니다. 주요 취급 품목은 화장품, 스킨/헤어/바디케어 제품, 영양제, 다이어트용 보조제 등입니다.

Q. 싱가포르 내 새싹보리 제품의 수요는 어떤가요?

싱가포르 내 새싹보리의 수요는 꾸준히 있는 편입니다. 특히 저희 업체에서는 건강기능식품 전문 호주 브랜드인 몰라이프(Morlife) 제품을 취급하고 있는데, 해당 브랜드는 싱가포르에서 매우 유명하며 소비자 신뢰도도 높습니다. 몰라이프(Morlife)는 새싹보리, 밀싹, 케일 등 다양한 새싹 및 허브류 제품을 판매하고 있으며 녹색채소분말 제품들은 모두 항산화효과가 있어 식이보충제로 섭취되고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 인기 있는 새싹보리 제품의 특징은 무엇인가요?

저희 업체에서는 몰라이프(Morlife) 외에도 일본산 야마모토칸포(山本漢方製藥) 제품을 판매하고 있는데, 두 제품 모두 첨가물 없이 100% 보리로 만든 분말 형태의 제품입니다. 새싹보리를 음료 형태로 가공하려면 필연적으로 다른 첨가물들이 포함될 수밖에 없지만, 분말 형태는 새싹보리를 100% 분쇄하여 만들어진 제품이기 때문에 영양성분 섭취에 더욱 효과적입니다. 또한, 분말은 섭취 시 양 조절도 쉽고 영양성분은 그대로 유지하면서 우유나オート밀 등 다른 음식과 섞어 먹을 수 있어 인기가 많습니다.

40) 사진 자료 : 가디언(Guardian)

Q. 싱가포르 내 건강기능효과를 가진 새싹보리 제품들이 있나요?

새싹보리는 신체 중 특정 일부분에 효과적이라기보다는 우리 몸을 전체적으로 건강하게 해주는 건강기능효과가 있습니다. 또한, 주로 섬유질이 많아 소화에 도움이 되며, 신선한 녹색채소 섭취를 꺼리는 소비자들에게 해당 영양성분을 보충해주는 목적으로 섭취되기도 합니다.

Q. 싱가포르 내 녹즙 및 일본산 청즙의 수요는 어떤가요?

녹즙/청즙은 주로 건강관리를 중요시하는 소비자들에게 수요가 있습니다. 또는, 녹색채소를 직접 섭취하기는 꺼리지만 녹색채소만이 가진 영양성분(엽록소 등)을 섭취하고자 하는 소비자들이 농축된 녹즙으로 영양소 보충을 대신하기도 합니다. 채소주스/즙 제품 중에서는 보리 제품보다는 밀싹 제품의 인기가 높은 편입니다.

Interview ② 레드마트(Redmart)

41)

●
레드마트
(Redmart)

전문가 소속

레드마트
(Redmart)
유통업체

연락처
+65-3157-1774

전문가 정보

Ms. Sarah
(Assistant Category
Manager)



레드마트(Redmart)

Assistant Category Manager, Ms. Sarah

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

레드마트는 싱가포르 내 가장 큰 식품 온라인 플랫폼 중 하나로, 2019년 라자다(Lazada) 그룹과 통합하여 동남아시아 지역의 대형 온라인 식료품 스토어가 되었습니다. 신선식품, 육류, 수산물, 스낵류, 음료류, 즉석식품 등 다양한 식자재를 취급하고 있으며 4,600개 이상의 건강식품을 판매하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 새싹보리의 수요는 어떠하며 주요 소비자 구매요인은 무엇인가요?

새싹보리는 시금치, 케일, 밀싹, 스피루리나, 블루베리 등과 같은 슈퍼푸드의 종류 중 하나입니다. 싱가포르 내 슈퍼푸드의 인기는 꾸준히 상승하고 있으며 최근 급격한 기후변화로 소비자들의 면역력이 낮아지고 있어 더욱 주목받고 있습니다. 슈퍼푸드의 주요 구매요인은 용량 대비 가격이며, 특히 새싹보리의 경우 소비자들은 디톡스 효과를 보기 위해 구매합니다.

Q. 새싹보리 제품의 주요 소비자는 누구인가요?

30-40대 다이어트에 관심 있는 여성층을 타겟 소비자로 설정하는 것은 효과적인 마케팅 방법입니다. 실제로 싱가포르에서는 다이어트와 디톡스에 관심이 있는 여성 소비자들이 주로 새싹보리 제품을 구매하고 있습니다. 최근에는 허브분말 제품을 구매하는 노인 소비자의 비율도 늘어나고 있지만, 노인 소비자들은 새싹보리 제품보다 밀싹 제품을 더 선호합니다.

41) 사진 자료 : 레드마트(Redmart)

Q. 싱가포르로 새싹보리 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

새싹보리 제품은 슈퍼마켓, 식료품점, 온라인 스토어에서 모두 판매될 수 있습니다. 그러나 가장 효과적인 마케팅 방법은 건강기능식품 및 식이보충제 전문매장에서 무료로 상담 서비스를 제공하는 것입니다. 소비자 개개인에게 맞는 효능 상담과 제품을 추천해준다면 소비자들의 구매 욕구를 상승시킬 수 있을 것입니다.

Q. A사의 제품이 싱가포르에서 시장성이 있을까요?

만약 A사 제품이 타 첨가물이 포함되지 않은 100% 새싹보리 분말이라면, 싱가포르 시장 내 성공 여부는 가격에 달려있을 것입니다. 예를 들어, 저희 업체에서 판매하고 있는 새싹보리 제품은 113g에 19싱가포르달러(약 16,530원⁴²⁾)입니다. 해당 제품은 용량에 비해 가격이 다소 높다는 소비자 의견이 많았습니다.

42) 1싱가포르달러 = 869.79원 (2020.09.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 오즈헬스(Oz Health)

43)

오즈헬스
(Oz Health)

전문가 소속

오즈헬스
(Oz Health)
유통업체

연락처
+65-6245-2926

전문가 정보

Ms. Jes
(Sales Assistant)

Oz Health



오즈헬스(Oz Health)

Sales Assistant, Ms. Jes

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

오즈헬스는 2002년에 설립된 H&B 전문점으로, 타 H&B, 드럭스토어, 온라인 플랫폼, 슈퍼마켓 등으로 제품을 유통하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 B2C 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 헬스/뷰티 식품, 스낵류, 음료류, 의약품 등입니다.

Q. 싱가포르 내 새싹보리의 수요 및 시장 트렌드는 어떤가요?

싱가포르에서 새싹보리는 점점 더 인기를 얻고 있습니다. 그 이유로는, 최근 알칼리 식품 다이어트⁴⁴⁾가 떠오르고 있고, 녹색채소가 가진 엽록소의 건강기능이 많이 알려졌으며, 화학적인 제품이나 약물을 쓰지 않는 디톡스 방법의 수요가 증가했기 때문입니다. 몇몇 유명인사도 새싹보리 제품을 섭취하고 있다고 알려져 있으며 녹색채소분말이 특정 질병을 치료해준다는 직접적인 언급은 할 수 없지만, 해당 제품을 실제로 사용해본 소비자들이 블로그를 통해 다수의 긍정적인 제품 후기를 남기고 있습니다.

Q. A사의 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

새싹보리 제품 판매 시, 가장 일반적인 유통채널은 온라인입니다. 온라인은 오프라인 채널보다 가격이 낮고 종종 세일 프로모션을 진행하기 때문에 소비자들의 선호도가 높은 편입니다. 그러나 건강기능식품 전문매장의 경우 관련 유사제품을 다수 취급하고 있고 매장에 전문 컨설턴트가 있어 소비자들에게 제품 상담 서비스를 제공하기도 하여 인기 있는 편입니다.

43) 사진 자료 : 오즈헬스(Oz Health)

44) 산성 식품을 알칼리 식품으로 대체하여 체내 산도를 알칼리성으로 조절함으로써 건강기능 및 체중감소 효과를 얻을 수 있다는 다이어트 방법 중 하나임. 알칼리 식품은 pH가 7(중성) 이상인 식품으로, 대부분의 채소가 포함됨

Q. 새싹보리 제품의 주요 구매요인은 무엇인가요?

싱가포르 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 녹색채소분말이 슈퍼푸드로서 인기를 얻고 있으며 소비량도 점차 상승하고 있습니다. 그 중 새싹보리분말 또한 최근 트렌드로 떠오르고 있는 식이보충제 중 하나입니다. 그러나 다양한 건강기능효과를 홍보하는 제품의 경우 가격이 높은 편입니다.

그러므로 가장 중요한 구매요인은 품질입니다. 가격이 높은 제품일수록 소비자들은 해당 가격에 상응하는 품질을 기대하고 구매합니다. 여기서 좋은 품질의 제품이란 첨가물이 들어있지 않은 100% 제품과 고농축 분말 제품을 말합니다. 저희 업체에서는 1kg에 120달러(한화 약 226,000원⁴⁵⁾ 이상의 100% 새싹보리분말 제품도 판매합니다만 너무 높은 가격으로 인해 일부 소비자들은 할인율을 고려하여 구매하기도 합니다.

45) 1달러 = 1,183.30원 (2020.09.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ④ 싱가포르 보건과학청 (HSA, Health Sciences Authority)

46)

싱가포르 보건과학청
(HSA, Health Sciences
Authority)

전문가 소속

싱가포르 보건과학청
(HSA, Health Sciences
Authority)

연락처

+65-6866-1111

전문가 정보

Ms. Alicia
(In Charge of Licenses)



싱가포르 보건과학청(HSA, Health Sciences Authority) In Charge of Licenses, Ms. Alicia

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

싱가포르 보건과학청은 싱가포르 보건부(Ministry of Health Singapore) 산하기관으로, 응용과학, 혈액 서비스 제공, 보건제품 관리 등의 3개 그룹으로 나뉘어 있습니다. 특히, 보건제품 관리 부문에서는 의약품과 건강기능식품의 제조/수입 허가, 판매 승인 및 감독, 안전성 모니터링 등의 유통 관리를 담당하고 있습니다.

Q. 싱가포르로 새싹보리 제품 수출 시, 일반가공식품과 건강기능식품 중 어떤 식품 유형으로 분류되나요?

제품 성분에 따라 식품 유형 분류가 달라집니다. 싱가포르에서 건강기능식품이란 일반적인 영양성분 이상의 건강효과를 제공하며 건강기능유지에 도움이 되는 식품을 의미합니다. A사의 제품이 해당 제품 정의와 일치한다면 비타민, 미네랄, 아미노산, 자연유래성분, 식물추출성분 등이 제품에 포함되어 있다는 점을 증명해야 합니다.

또한, 건강기능식품의 경우 적은 양의 섭취가 권장되기에 분말, 캡슐, 젤, 정, 액체, 시럽의 형태가 적합합니다. 통상적으로 음료 형태라면 일반가공식품으로, 분말 형태라면 건강기능식품으로 분류될 가능성이 크나 반드시 성분과 건강기능효과 등을 고려해야 합니다.

46) 사진 자료 : 싱가포르 보건과학청(HSA, Health Sciences Authority)

Q. 싱가포르로 새싹보리 제품 수출 시, 필요한 인증 및 허가가 있나요?

건강기능식품의 경우 통관 절차 시 별다른 인증 및 허가가 필요하지 않습니다. 제품의 품질에 대한 홍보를 목적으로 인증을 취득하는 것은 제조업체의 선택 사항입니다. 다만, 유기농 제품이라면 미국 농무부(USDA) 유기농 인증, Non-GMO, 코셔인증을 취득하는 것이 가장 일반적입니다.

Q. 싱가포르로 새싹보리 제품 수출 시, 라벨 필수 기재 항목은 무엇인가요?

만약 건강기능식품이라면 제품설명, 제품명, 성분명, 용량, 제조번호, 일일 권장량, 섭취방법, 유통기한, 경고문구, 제조업체 및 수입업체 정보, 원산지 등의 정보들이 영어로 기재되어야 하며 라벨에 의학적 목적과 관련한 홍보는 금지됩니다.

Interview ⑤ 원네이처(One Nature)

47)

원네이처 (One Nature)

전문가 소속

원네이처
(One Nature)
유통업체

연락처
+65-6286-2317

전문가 정보

Ms. Chai
(Manager)



원네이처(One Nature) Manager, Ms. Chai

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

원네이처는 2006년에 설립된 건강식품 전문 유통업체로, 싱가포르 하퍼로드에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해 도·소매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 허브티, 꿀, 슈퍼푸드, 에센셜 오일, 바디케어 제품 등입니다.

Q. 싱가포르 내 새싹보리 제품의 시장규모는 어떤가요?

다른 녹색채소와 비교하여 새싹보리 제품의 시장규모는 작은 편입니다. 새싹보리가 풍부한 영양성분이 함유되어 있다는 점을 홍보하고 있음에도 불구하고 케일, 시금치, 밀싹, 스피루리나(Spirulina) 같은 타 슈퍼푸드의 수요가 더욱 높습니다. 새싹보리 제품이 비싼 편이기 때문에 비교적 가격이 낮은 밀싹이나 스피루리나 제품이 가격 측면에서 선호도가 높은 편입니다.

Q. 싱가포르 내 인기 있는 새싹보리 제품의 형태는 무엇인가요?

분말 형태의 경우, 200g에서 1kg의 용량으로 판매되고 있으며 병이나 알루미늄 파우치에 지퍼백이 달린 형태로 판매되고 있습니다. 첨가물 없는 100% 새싹보리분말 제품은 제품 자체의 매우 쓴 맛을 가리기 위해 스무디나 샐러드 등에 섞어 먹습니다. 그러나 그렇게 해도 영양성분은 그대로이기 때문에 섭취에 도움이 되는 방법이라고 생각합니다. 새싹보리 제품은 전체적으로 가격이 높은 편이므로, 보다 효율적으로 섭취할 수 있는 분말 형태가 주스 형태보다 선호도가 높습니다. 이러한 이유로 A사의 제품은 싱가포르에서 시장성이 있을 것으로 예상됩니다.

Q. 싱가포르 내 녹즙/청즙의 수요는 어떤가요?

녹즙의 수요는 녹색채소분말 제품보다 낮은 편입니다. 녹즙을 제품 그대로 섭취할 시, 맛이 다소 쓰기 때문에 주로 다른 첨가물들을 섞어 먹습니다. 만약 A사의 제품이 녹즙이라면 바로 먹을 수 있는 형태이기 때문에 다른 맛이나 향이 첨가되는 편이 좋으며, 분말이라면 반드시 첨가물이 함유되지 않은 100% 제품이어야 합니다.

Q. 싱가포르 내 건강기능효과를 가진 새싹보리 제품들이 있나요?

현재 싱가포르에서 판매되고 있는 대부분의 새싹보리 제품은 다이어트 및 디톡스 기능이 있습니다. 그러나 아직 눈과 관련된 효과는 들어본 적은 없습니다. 식이와 관련된 기능 말고도 소비자들은 녹색채소에 들어있는 엽록소의 항발암물질 (Anti-Carcinogenic)의 기능을 기대하며 구매하기도 합니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

새싹보리 시장규모 약 632억 원
'15-'19년 연평균 2% 성장



02 제품 수요

1인당 연간 건강관리 지출액 현저히 상승
새싹보리, 슈퍼푸드 및 건강식품으로서의 인지도 높음



06 전문가인터뷰

가격이 높아 제품 효능이 가장 중요
100% 순수 새싹보리 파우더 제품 선호



A사 새싹보리 제품

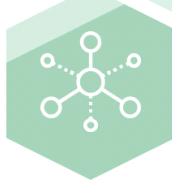
03 시장 트렌드

대체제로의 이탈 가능성 존재
미국, 일본산 파우더 제품이 인기



05 통관/검역

필수 인증 없으나 사전 절차에 유의



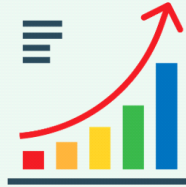
04 유통채널

H&B 및 드럭스토어를 통한 유통이 일반적
온라인 점유율 4.4%로 낮음

새싹보리 시장규모('19)

약 623억 원

전체 시장의 41%
향후 5년간 연평균 3%의 성장세를
보일 것으로 예상



싱가포르의 '기타 약초 및 전통 건강보조식품'의 시장규모는 전체 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장의 41%를 차지함.

해당 시장은 지난 5년간 2%의 연평균성장률을 보이며 서서히 성장해왔으며
향후 5년 또한 3%의 그리 높지 않은 성장대를 보일 것으로 예상됨

제품 수요

1인당 건강관리지출 상승
새싹보리 인지도 상당히 높아

건강관리에 대한 관심도 상승



싱가포르 국민의 1인당 건강관리지출은 지난 5년간 연평균 27%의 높은
상승세를 보였으며, 이는 고령화와 더불어 소비자의 건강관리에 대한 인식이
높아졌음을 알 수 있음. 새싹보리와 같은 슈퍼푸드 및 건강기능식품에 대한
인식 또한 상당히 높아 시중에 다양한 관련 제품이 판매되고 있음

시장 트렌드

미국, 일본산 제품 인기
파우더 제형 선호도 높아

한국산 제품도 소수 확인



빅데이터 조사 결과, 싱가포르 시장에서 인기있는 새싹보리 함유 제품은 주로
미국과 일본산 파우더 제형의 제품이며 그 외 드링크, 젤리, 알약 등도
연관검색어로 확인됨. 또한, 유기농과 같은 식품 관련 인증에 대한



Export Insights

새싹보리 유통채널 건강기능식품 전문점

전문가 추천 서비스를 통한 신뢰도 상승



싱가포르 소비자에게 있어 고가의 새싹보리 제품은 효능이 가장 중시되는 만큼 오프라인 건강기능식품 전문유통채널을 통해 고객의 신뢰를 얻는 것이 중요함. 전문 마케터가 상주하며 무료 상담을 진행하는 마케팅이 효과적일 것

통관 및 검역 사전 심사 단계

식품 업체 등록 및 수입업체 선정



싱가포르 식품청(SFA) 규정에 의해 싱가포르로 식품 수출 시 아래 필수 사전 절차를 따라야함
1) 사전 식품 업체 등록 2) 현지 수입업체 등록증을 보유한 기업 선정

전문가 인터뷰: 수요 및 트렌드 100% 순수 분말 선호 대체제로의 이탈 가능성

가격과 효능 사이



전문가 인터뷰에 따르면 싱가포르 소비자의 경우 혼합 제품보다는 순수 100% 새싹보리 파우더 제품을 선호하며 이는 제품 효능을 중시하기 때문인 것으로 파악됨. 시중 가격이 비교적 높은 만큼 비슷한 효능을 가진 스피루리나, 클로렐라 등 대체제로의 이탈 또한 이루어짐

진출제언



Point 01. 건강관리에 관심 있는 30-50대 중상위 소득 여성을 타겟팅 할 것을 제언함

Point 02. 대체품, 경쟁제품과의 차별된 기능을 강조한 마케팅 전략이 필요하므로 추가적인 식품인증 취득을 통해 객관성을 확보할 것을 추천함

Point 03. 전문 상담 마케터가 상주하는 건강기능식품 전문점에서의 유통을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
2. 피터블유씨(PWC), 「The Future of Workplace Health」, 2019
3. 스태티스타(Statista), 「Healthcare consumer spending forecast in Singapore 2010-2025」, 2020
4. 싱가포르 통계청(Department of Statistics Singapore), 「Key Household Income Trends」, 2019
5. 미국 농무부 해외식품서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report」, 2020
6. 미국 농무부 해외식품서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service), 「Halal in Singapore」, 2017
7. 싱가포르 무이스(Majlis Ugama Islam Singapura), 「Halal Endorsement Conditions」, 2017
8. 싱가포르 관세청(Singapore Customs), 「Introduction Guide for Newly Registered Traders」, 2016
9. 싱가포르 법령, 「식품 판매법(Sale of Food Act)」, 2020
10. 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. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부(www.mofa.go.kr)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 유엔 컴트레이드(UN Comtrade) (comtrade.un.org)
5. 마이뉴스데스크(Mynewsdesk) (www.mynewsdest.com)
6. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
7. 가디언(Guardian) (www.guardian.com.sg)
8. 데어리팜그룹(Dairy Farm Group) (www.dairyfarmgroup.com)
9. 캠페인아시아(Campaign Asia) (www.campaignasia.com)
10. 인사이드레테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretailasia.com)
11. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.com.sg)
12. 에이에스왓슨그룹(A.S Watson) (www.aswatson.com)
13. 코스메틱디자인아시아(Cosmetics Design Asia) (www.cosmeticsdesignasia.com)
14. 아시아원(Asiaone) (www.asiaone.com)
15. 사사(Sasa) (www.sg.sasa.com)
16. 허벌라이프(Herbal Life) (www.herbalife.com.sg)
17. 코리아비즈와이어(Korea Bizwire) (www.koreabizwire.com)
18. 암웨이(Amway) (www.amway.sg)
19. 다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News) (www.directsellingnews.com)
20. 더스타(The Star) (www.thestar.com.my)
21. 코스메틱디자인(Cosmetics Design) (www.cosmeticsdesign.com)
22. 페어프라이스(Fair Price) (www.fairprice.com.sg)
23. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
24. 크런치베이스(Crunchbase) (www.crunchbase.com)
25. 더스트레잇타임즈(The Straits Times) (www.straitestimes.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 채널뉴스아시아(Channel News Asia) (www.channelnewsasia.com)
27. 자이언트(Giant) (www.giant.sg)
28. 돈돈돈키(Don Don Donki) (www.dondondonki.com/sg)
29. 마더쉽(Mothership) (www.mothership.sg)
30. 슈퍼네이처(Super Nature) (www.supernature.com.sg)
31. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com.sg)
32. 마케팅인터랙티브(Marketing Interactive) (www.marketing-interactive.com)
33. 싱가포르 정부(Singapore Government) (www.gov.sg)
34. 싱가포르 식품청(Singapore Food Agency) (www.sfa.gov.sg)
35. 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online) (sso.agc.gov.sg)
36. 싱가포르 무이스(Majlis Ugama Islam Singapore) (www.muis.gov.sg)
37. 싱가포르 관세청(Singapore Customs) (www.customs.gov.sg)
38. 싱가포르 보건부(Ministry of Health) (moh.gov.vn)
39. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
40. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
41. 카티(Kati) (www.kati.net)
42. 레드마트(Redmart) (lazada.sg)
43. 오즈헬스(Oz Health) (ozhealth.com.sg)
44. 싱가포르 보건과학청(HSA, Health Sciences Authority) (hsa.gov.sg)
45. 원네이처(One Nature) (onenature.com.sg)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.11.06

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

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea