



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202010-02

품목 | 울무차(Adlay Tea)

국가 | 싱가포르(Singapore)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

II. 시장규모(Market Size)

1. 싱가포르 울무차 시장규모	13
2. 싱가포르 울무차 수출입 시장규모	14
3. 싱가포르 울무차 소비 시장규모	15

III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 싱가포르 견과·곡물음료 수요, ‘보리’가 선도… 울무 비인기	24
2. 싱가포르 울무차, ‘한국’·‘A사’가 주요 키워드	25
3. 싱가포르 분말차, 녹차분말이 주류	26
4. 싱가포르 곡물음료, 액체형·신선함 키워드 중요	27

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 싱가포르 울무차 유통구조	29
2. 싱가포르 울무차 주요 유통업체	30
3. 싱가포르 울무차 B2C 소매채널	32

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 싱가포르 울무차 인증 취득	53
2. 싱가포르 울무차 사전 절차	58
3. 싱가포르 울무차 라벨 심의	59
4. 싱가포르 울무차 서류 준비	63
5. 싱가포르 울무차 세금 납부	64
6. 싱가포르 울무차 검역 심사 절차	65
7. 싱가포르 관련 규제 정보	67

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 콜드스토리지(Cold Storage)	70
Interview ② 페어프라이스(Fair Price)	72
Interview ③ 자이언트싱가포르(Giant Singapore)	74
Interview ④ 라이프위너스오가닉(Life Winner's Organic)	72
Interview ⑤ 통가든(Tong Garden)	75

VII. 시장진출제언(Export Insights) 78

※ 참고문헌	81
--------	----

I . 요약(Summary)

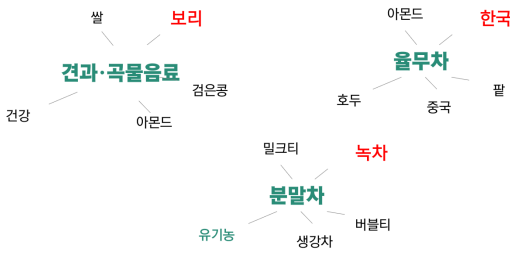
Summary

▶ 수요 분석



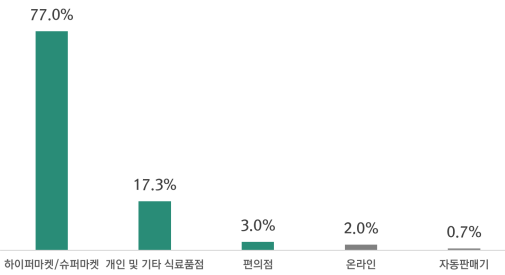
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	기타온음료	573억 원	최근 몇 년 사이 곡물 음료 수요 증가 - 반면 견과류는 음료보다 죽이나 수프 형태로 소비 - 한국산 곡물 음료, 견과류 음료 인지도 미미
	기타식물성원료온음료	15억 원	
수입규모	글로벌	7,156억 원	
	한국	136억 원	
소비 시장규모	인구 상위 지역	베독, 주룽웨스트, 탐파인스	
	점유율 상위 브랜드	수퍼, 네스텀, 비타맥스	
	1인당 건강관리지출	192만 원	

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



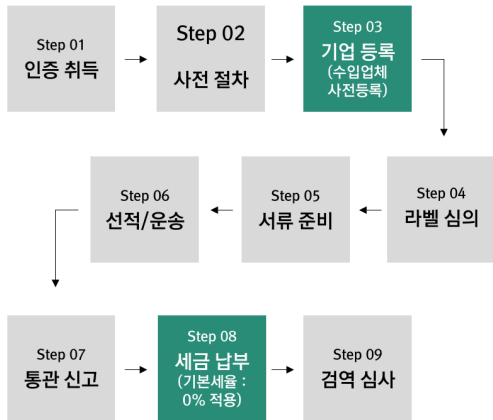
		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
견과·곡물 음료	보리	1st / 47건	싱가포르 소비자, 곡물 음료를 아침식사나 커피의 대체재로 인식 - 건강을 중시하는 소비자, 다이어터, 바쁜 직장인, 20대 후반-40대 여성이 주요 소비자
	건강	3st / 33건	
울무차	한국	1st / 60건	
	아몬드	2nd / 54건	
분말차	녹차	1st / 234건	
	유기농	3st / 63건	

▶ 유통채널



		시장 점유율	전문가 인터뷰
하이퍼마켓/슈퍼마켓		77.0%	식품 전문 온라인 스토어에는 이미 다양한 경쟁 브랜드 판매 중으로, 온라인 선 유통은 추천하지 않음 - 소비자들의 방문 빈도가 높은 오프라인 매장 판매 추천
개인 및 기타 식료품점		17.3%	
편의점		3.0%	
온라인		2.0%	
자동판매기		0.7%	

▶ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	필수인증 없음	(-)
	선택	HACCP, HALAL, 유기농 인증 등	
사전절차	필수	수입업체 사전등록 필요	
	인증기관	ACRA	
라벨 표기사항		영어 표기	
서류 준비사항		원산지증명서 외 6개 항목	
세금납부	기본관세율	0%	
	협정 세율	0%	
	GST	0%	

- ▶Point 01. 싱가포르 곡물 음료 시장 큰 편이며 성장 중이나 한국산 곡물, 견과류 음료 인지도 미미
- ▶Point 02. 견과류 음료, 곡물 음료, 분말차 카테고리에서 울무차의 인지도는 미미하나 울무차 제품 중 조사 기업 점유율 1위
- ▶Point 03. 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율이 가장 크며 온라인으로의 진출보다는 오프라인 매장으로의 유통 추천함

Market Size

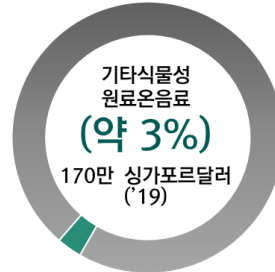
(시장규모)

싱가포르(Singapore)

울무차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(울무), 섭취방법(뜨거운 물)

- 싱가포르 기타온음료(Other Hot Drinks)¹⁾ 시장규모
..... 6,700만 싱가포르달러('19)
- 싱가포르 기타식물성원료온음료(Other Plant-based Hot Drinks)²⁾ 시장규모
..... **170만 싱가포르달러('19)**

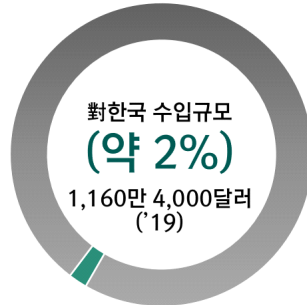


(*) Euromonitor International

울무차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(식용 조제품)

- HS 2106.90³⁾ '따로 분류되지 않은 조제품' 싱가포르 對 글로벌 수입규모
..... 6억 980만 1,000달러('19)
- HS 2106.90 '따로 분류되지 않은 조제품' 싱가포르 對 한국 수입규모
..... **1,160만 4,000달러('19)**



(*) International Trade Centre

울무차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품인 '울무차'의 싱가포르 내 잠재적 소비자규모를 파악하기 위해 '싱가포르 성별 및 연령대별 인구규모'와 '싱가포르 지역별 인구분포'를 조사함. 또한 건강 음료 시장에 대한 소비자들의 수요를 파악하기 위해 '싱가포르 1인당 건강관리 지출'과 '싱가포르 기타식물성온음료 브랜드 점유율'을 조사함

① 싱가포르 성별 및 연령대 별 인구규모('19)	② 싱가포르 지역별 인구분포('20)	③ 싱가포르 기타식물성 온음료 브랜드 점유율('20)	④ 싱가포르 1인당 건강관리 지출('20)
10대 52만 5,000명	베독 27만 6,990명	수퍼 67.3%	2015년 973달러
20대 84만 2,000명	주롱서부 26만 2,730명	네스텝 13.4%	2016년 1,091달러
30대 89만 9,000명	탐파인스 25만 9,900명	비타맥스 6.4%	2017년 1,274달러
40대 96만 5,000명	우드랜즈 25만 5,130명	골드루스트 0.7%	2018년 1,527달러
50대 94만 7,000명	셴강 24만 9,370명	프라이빗라벨 0.5%	2019년 1,637달러
60대 76만 3,000명			
70대 이상 39만 명			

(*) 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 싱가포르통계청(Singapore Department of Statistics), 스타티스타(Statista), 유로모니터(Euromonitor)

1) 기타온음료(Other Hot Drinks): 뜨겁거나 차갑게 마실 수 있는 향이 첨가된 분말 음료 및 식물성 분말음료를 포함함
 2) 기타식물성원료온음료(Other Plant-based Hot Drinks): 맥아, 초콜릿, 과일을 기반으로 하지 않은 뜨거운 식물성 음료를 포함함
 3) HS CODE 2106.90: 조사제품 '울무차'는 울무를 가공하여 만들어진 조제품임. 이제 제품의 종류(식용 조제품)를 중심으로 '전부나 일부가 식료품으로 이루어진 조제품으로서, 음료나 조제 식료품의 제조에 사용하는 것'을 포괄하는 HS CODE 2106.90을 지표로 설정함

Market Trend

(시장트렌드)

싱가포르 (Singapore) 율무차 소비 실태 분석 결과

싱가포르 '율무차' 주요 연관어 분석



싱가포르 '건과류/곡물음료' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
보리	47
쌀	38
건강	33
아몬드	20
검은콩	16
호두	13
유기농	11
팥	11
...	
율무	10

싱가포르 온라인쇼핑물 건과류/곡물음료 409건 분석



싱가포르 '율무차' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
아몬드/호두	54
담터	49
중국	45
단팥	40
검은콩	14
보리	13
스틱형	13
흑미	8
...	
일본	7

싱가포르 온라인쇼핑물 율무차 112건 분석

건과류 및 곡물음료 제품 유형

보리 47건
율무 10건

보리 함유 제품 인기
율무 함유 제품 하위권



율무차 유형

아몬드/호두 54건
담터 43건

아몬드/호두 첨가 인기
A사 제품 선도



분말차 유형

녹차 234건
밀크티 167건

녹차분말 제품
다수 판매



곡물음료 소비 트렌드

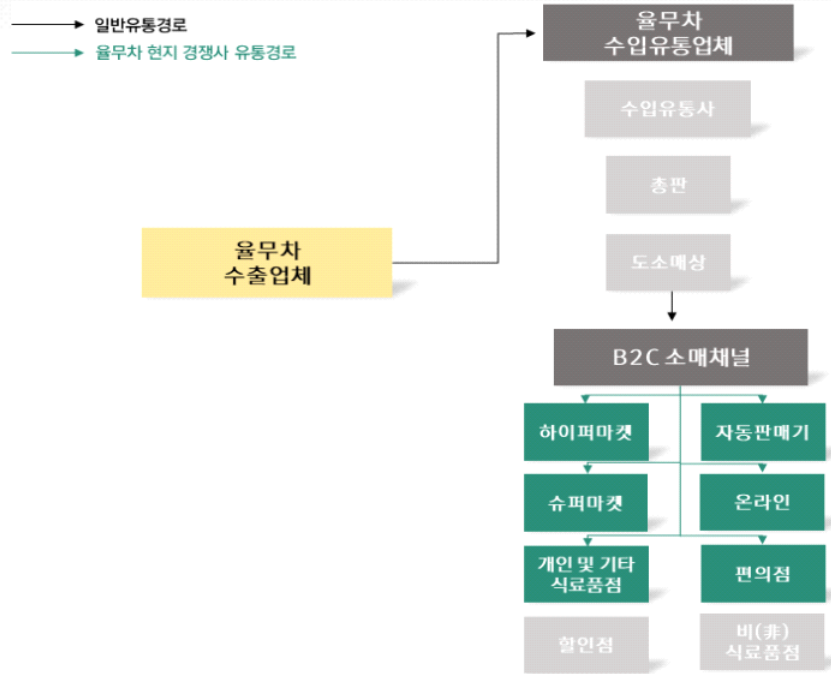
액체형 음료 0.37 (상관계수)
파우더 음료 0.19 (상관계수)

분말 보다 액체형 선호



Distribution Channel

(유통채널)



싱가포르(Singapore)

울무차 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	77.0%	페어프라이스(FairPrice), 생시옹(Sheng Siong), 콜드스토리지(Cold Storage), 자이언트(Giant), 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket)
	개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾	17.3%	돈돈돈키(DonDon Donki), 이마트(Lee Mart), 솔마트(Solmart)
	편의점 ⁸⁾	3.0%	세븐일레븐(7-eleven), 치얼스(Cheers)
	온라인	2.0%	아마존(Amazon), 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)
	자동판매기	0.7%	(-)

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

4) 2020년 기준, 싱가포르 내 ‘기타온음료(Other Hot Drinks)’ 점유율임

5) ‘울무차’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여 ‘기타온음료(Other Hot Drinks)’의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 싱가포르 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트와 아시안마트를 포함함

8) 편의점은 주유소 매점을 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"> • 율무차 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 2106.90-55 사용 • 기본 세율 0% • 판매세 0% 	(*) 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 Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 콜드스토리지 (Cold Storage) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Su (Bulk Purchase Incharge)

싱가포르 내 곡물 음료의 수요 높음

싱가포르에서 최근 몇 년 사이 곡물 음료의 인기가 높아졌으며 수요도 상당히 높은 편입니다. 최초 시장 진입 시, 이전까지는 없었던 아침식사 대용 음료, 소화에 도움이 되는 음료, 각종 곡물이 함유된 음료 등을 출시하여 틈새시장을 노린 것이 효과적이었습니다.

초콜릿 드링크 제품의 인기 상당히 높음

싱가포르에서는 오발틴(Ovaltine)과 마일로(Milo) 등 초콜릿 드링크 제품이 특히 아이들에게 매우 인기 있습니다. 초콜릿 드링크에 비해 곡물 음료는 인기를 점점 얻고 있으며 초콜릿 드링크보다 다 건강한 음료로 여겨지고 있습니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 페어프라이스 (Fair Price) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Justin Seetoh (Purchasing Manager)

뉴트리원, 유니소이, 네슬레가 가장 인기

싱가포르에서 곡물 음료는 주로 인스턴트 시리얼이나 아침식사 대용 음료 카테고리로 분류되며 가장 인기 있는 브랜드는 뉴트리원(Nutrione), 유니소이(Unisoy), 네슬레(Nestle) 입니다.

곡물 음료의 주요 구매요인은 건강기능, 맛, 플레이크 여부

소비자들은 곡물 음료 구매 시 건강기능 효과가 있는지 고려하며 하루의 첫 식사인 아침 대용으로 먹을 때는 맛/플레이버도 중요시합니다. 또한, 플레이크가 포함된 제품이 인기 있는 편입니다.

Market Customer and Demand



- 인터뷰 기업 : 자이언트싱가포르 (Giant Singapore) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Sofia (Purchasing Manager)

곡물 음료의 주요 소비자는 20-40대 여성

곡물 음료의 주요 소비자는 20대 후반에서 40대 여성 소비자들입니다. 특히 다이어트를 하는 소비자들은 점심이나 간식을 곡물 음료로 대체하기도 합니다. 또한, 아이들의 식습관을 길러주기 위하여 아이 어머니들도 많이 구매하는 편입니다.

싱가포르 내 견과류 음료는 거의 없음

싱가포르에서 판매되고 있는 대부분의 제품은 곡물 베이스로, 견과류 음료는 잘 찾아볼 수 있습니다. 케이크오츠에서 호두와 캐슈넛으로 만든 제품이 있기도 하지만, 음료가 아니라 죽이나 수프 형태에 가깝습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Awareness and Strategy

LIFEWINNERS
ORGANIC & FINE FOODS

- 인터뷰 기업 : 라이프위너스오가닉
(Life Winner's Organic)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Deborah Ong
(Director)

한국산 곡물 음료(미숫가루)에 대한 인지도 매우 낮음

사실 대부분의 곡물 음료는 한국의 미숫가루에서 비롯된 제품입니다. 그러나 다른 곡물 음료 및 시리얼드링크가 미숫가루보다 먼저 싱가포르에 진출했기 때문에 싱가포르 소비자들은 미숫가루나 울무차에 대해 거의 모르고 있습니다.

시장 내 경쟁 제품 다, 차별화된 제품이 필요함

이미 싱가포르에는 수많은 곡물 음료 경쟁 제품이 판매되고 있습니다. 시장 진출을 위해서는 특별한 기능적인 효과가 있어야 합니다. 대부분의 곡물 음료 제품은식이섬유와 해독작용으로 홍보하고 있기 때문에 이와 다른 차별화된 제품 특징이 있다면 진입에 효과적일 것으로 예상됩니다.

Market Distribution and Strategy

TONG GARDEN

- 인터뷰 기업 : 통가든
(Tong Garden)
제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Ang
(Sales Executive)

온라인보다 오프라인 유통채널을 추천

최초 시장 진입 시 온라인으로 먼저 유통하는 것은 추천하지 않습니다. 온라인보다는 특히 건강을 중요시하는 아이 어머니를 포함한 소비자들의 방문 빈도가 높고 접근성이 좋은 오프라인 매장에서 판매하는 것이 더 효과적입니다.

유기농 틈새시장을 공략하는 것이 효과적

다수의 경쟁 제품 출시로 인해 곡물 음료의 품질이 상향평준화 되었지만, 사실상 유기적으로 생산되었거나 유기농 인증을 받은 곡물 음료 제품은 거의 없습니다. 그러므로 A사가 틈새시장을 공략한다면 시장 진출 시 매우 효과적일 것입니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 싱가포르 울무차 시장규모

조사 시장: 조사제품 '울무차'는 울무를 가공하여 만들어졌으며, 뜨거운 물에 녹여 음용 가능한 차 제품임. 이에 제품의 원료(울무), 섭취방법(뜨거운 물)을 기준으로, '기타식물성원료온음료'와 상위품목인 '기타온음료'의 시장규모를 조사함

싱가포르 국가 일반 정보¹¹⁾

면적	718km ²
인구	570만 명
GDP	3,721억 달러
GDP (1인당)	65,234달러

▶ 2015-2019년, 싱가포르 '기타온음료' 시장규모, 연평균성장률 0.4%

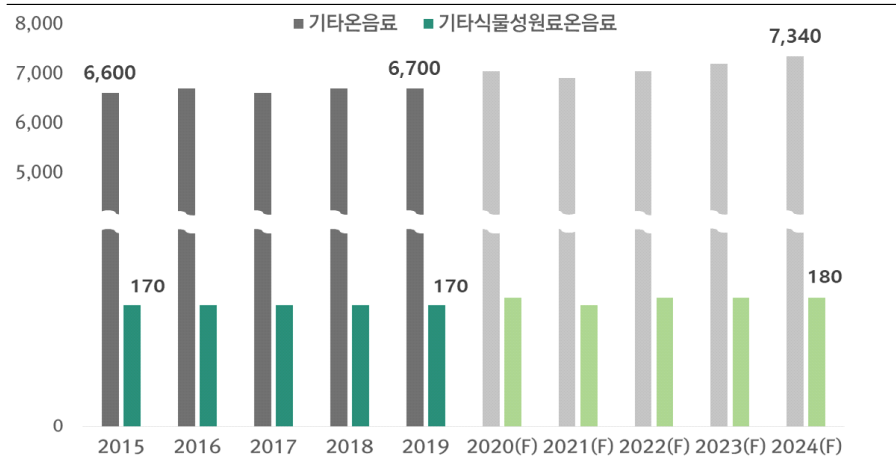
지난 5년(2015-2019년)간 싱가포르의 '기타온음료' 시장규모는 연평균 0.4%의 성장률을 보이며 2019년은 6,700만 싱가포르 달러를 기록함. 동기간 '기타식물성원료온음료' 시장은 동일한 규모를 유지함

▶ 2020-2024년, 싱가포르 '기타온음료' 시장규모, 연평균성장률 1% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 싱가포르 '기타온음료' 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 보이며 2024년에는 7,340만 싱가포르 달러를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 싱가포르의 '기타식물성원료온음료' 시장규모는 연평균 0%의 성장률을 보일 것으로 예상됨

[표 2.1] 싱가포르 '기타온음료', '기타식물성원료온음료' 시장규모⁹⁾¹⁰⁾

단위: 만 싱가포르달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 품목 기타온음료	6,600 (565억 원)	6,700 (573억 원)	6,600 (565억 원)	6,700 (573억 원)	6,700 (573억 원)	0.4%
해당 품목 기타식물성원료온음료	170 (15억 원)	170 (15억 원)	170 (15억 원)	170 (15억 원)	170 (15억 원)	0%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20-'24)
상위 품목 기타온음료	7,040 (602억 원)	6,910 (591억 원)	7,050 (603억 원)	7,190 (615억 원)	7,340 (628억 원)	1%
해당 품목 기타식물성원료온음료	180 (15억 원)	170 (15억 원)	180 (15억 원)	180 (15억 원)	180 (15억 원)	0%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 1싱가포르달러=855.35원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

11) 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020

2. 싱가포르 율무차 수출입 시장규모

싱가포르 HS CODE

2106.09 품목 수입규모 국가 순위

단위: 만 달러		
순위	국가	시장규모
1	미국	12,955
2	인도네시아	11,221
3	중국	6,403
4	뉴질랜드	5,629
5	말레이시아	5,562

자료: ITC

HS CODE 2106.90: 조식제품 ‘율무차’는 율무를 가공하여 만들어진 조제품임. 이에 제품의 종류(식용 조제품)를 기준으로 ‘전부나 일부가 식료품(Foodstuffs)으로 이루어진 조제품으로서, 음료나 조제 식료품의 제조에 사용하는 것’을 포괄하는 2106.90을 지표로 설정함

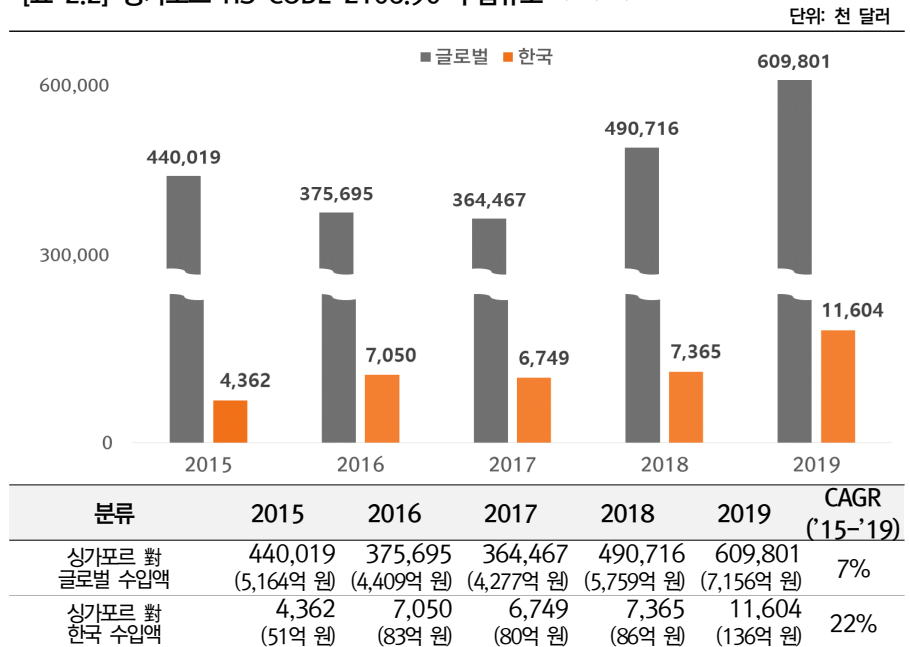
▶ 2015-2019년, 싱가포르 對글로벌 수입액 연평균성장률 7%

싱가포르 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년 (2015-2019년)간 연평균 7%의 성장세를 보이면서 2019년 약 6억 980만 달러를 기록함. 싱가포르의 HS CODE 2106.90 품목 수입상대국 1위는 미국으로 확인되며 2019년 기준 싱가포르 전체 수입액의 약 21%인 1억 2,955만 달러(약 1,520억 원)를 기록함

▶ 2015-2019년, 싱가포르 對한국 수입액 연평균성장률 22%

싱가포르 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 지난 5년 (2015-2019년)간 연평균 22% 증가하여 2019년 1,160만 달러를 기록함. 해당 품목의 對한국 수입량은 2016년과 2019년에 두 차례 크게 증가한 것으로 나타났으며, 2019년 싱가포르 전체 수입액의 약 2%를 차지하며 싱가포르 對글로벌 수입국 중 12위를 기록함

[표 2.2] 싱가포르 HS CODE 2106.90 수입규모¹⁾²⁾¹³⁾¹⁴⁾



자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2106.90 기준

12) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 싱가포르 율무차 소비 시장규모

1) 싱가포르 성별 및 연령대별 인구규모

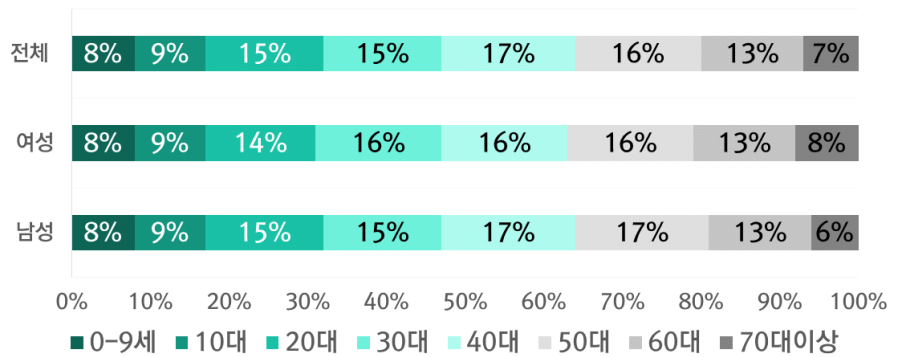
조사제품 ‘율무차’는 율무를 가공하여 만들어졌으며, 뜨거운 물에 녹여 음용 가능한 차 제품임. 이에 온음료를 선호하는 중장년층의 인구규모를 확인하기 위해 ‘싱가포르 성별 및 연령대별 인구규모’를 조사함

▶ 2019년 싱가포르 중장년층 인구비율 53%

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 싱가포르의 총 인구수는 580만 명으로 나타났으며, 율무차의 주 소비계층이 될 수 있는 중장년층의 인구 비율이 매우 높게 나타남. 특히, 전체 인구 비율 중 40대와 50대의 인구 비율이 각각 17%와 16%로 가장 높게 나타났으며, 40대 이상의 중장년층 인구는 약 307만 명으로 전체 인구의 53%에 달하는 것으로 나타남

[표 2.3] 2019년 싱가포르 성별 및 연령대별 인구규모¹⁵⁾

단위: 천 명, %



연령대	전체(천 명)	비율(%) ¹⁶⁾	여성(천 명)	비율(%)	남성(천 명)	비율(%)
0-9세	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	16	507	17
50대	947	16	437	16	510	17
60대	763	13	355	13	407	13
70대 이상	390	7	221	8	169	6

자료: 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

14) 자료: ITC 홈페이지(www.trademap.org)

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

16) 비율(%)은 1의 자리에서 반올림한 값임

2) 싱가포르 지역별 인구분포

조사제품 ‘올무차’는 온라인 보다 오프라인 소비가 활발한 제품이며, 도시 국가를 이루고 있는 싱가포르의 상황에 비추어 가장 인구밀도가 높은 지역 및 전반적인 소비자 규모를 파악하고자 ‘싱가포르 지역별 인구분포’를 조사함

▶ 2020년, 베독 인구규모 27만 6,990명으로 1위

싱가포르통계청(Singapore Department of Statistics)에 따르면, 싱가포르 내 34개 행정구역 중 인구가 가장 많은 지역은 베독(Bedok)으로 27만 6,990명이 거주하고 있으며, 베독은 각종 편의시설과 쇼핑몰 등이 잘 갖추어진 주거밀집지역임.¹⁷⁾ 그 뒤로는 주룽웨스트(Jurong West), 탐파인스(Tampines), 우드랜즈(Woodlands), 쟝강(Sengkang)의 인구 규모가 높게 나타나며, 총 34개 지역 중 인구수 상위 10개 지역의 인구가 전체 인구의 57%를 차지함

[표 2.4] 2020년 싱가포르 지역별 인구분포 상위 20개 지역¹⁸⁾

단위: 명

	지역	인구수	비율
1	베독(Bedok)	276,990	7%
2	주룽웨스트(Jurong West)	262,730	7%
3	탐파인스(Tampines)	259,990	6%
4	우드랜즈(Woodlands)	255,130	6%
5	쟝강(Sengkang)	249,370	6%
6	호우강(Hougang)	227,560	6%
7	이슌(Yishun)	221,610	5%
8	초추캉(Choa Chu Kang)	192,070	5%
9	푹골(Punggol)	174,450	4%
10	앙모키오(Ang Mo Kio)	162,280	4%
11	부킷바톡(Bukit Batok)	158,030	4%
12	부킷메라(Bukit Merah)	151,250	4%
13	파시르리스(Pasir Ris)	147,110	4%
14	부킷판장(Bukit Panjang)	138,270	4%
15	토아파요(Toa Payoh)	121,850	3%
16	세랑군(Serangoon)	116,900	3%
17	게일랑(Geylang)	110,110	3%
18	셈바왕(Sembawang)	102,640	3%
19	칼랑(Kallang)	101,290	3%
20	퀸즈타운(Queenstown)	95,930	3%

자료: 싱가포르통계청(Singapore Department of Statistics)

17) 자료: 아이프로퍼티닷컴싱가포르(iProperty.com.sg), 「Neighbourhood Guide: Bedok」, 2019

18) 자료: 싱가포르 통계청(Singapore Department of Statistics), 「Population Trends 2020」, 2020

3) 싱가포르
기타식물성온음료
브랜드 점유율

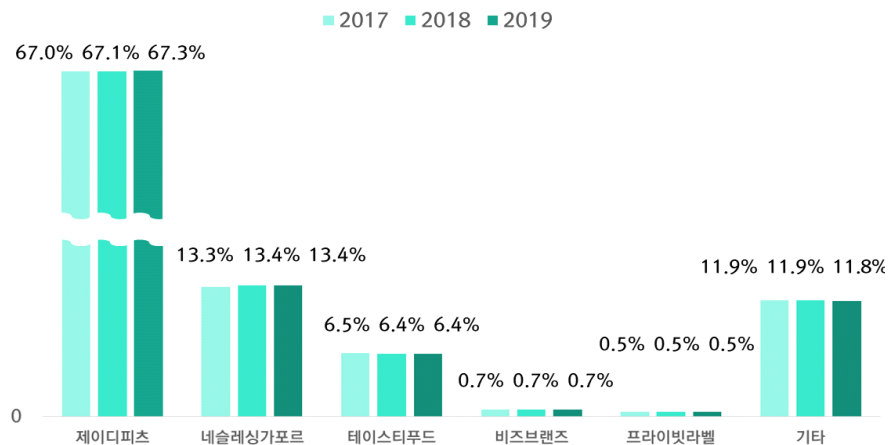
싱가포르 내 유사 제품에 대한 동향을 파악하기 위해 ‘싱가포르 기타식물성온음료 브랜드 점유율’을 조사함. 또한, 건강관리 관련 소비 규모를 확인할 수 있는 싱가포르 1인당 건강관리 지출을 조사함

▶ JDE 피츠 BV의 싱가포르 시장점유율 67.4% 육박

제이디피츠의 싱가포르 시장점유율은 67.4%에 육박하며 산하 브랜드 슈퍼(Super)의 슈퍼파워(Super Power) 음료 시리즈는 각종 허브, 인삼, 콜라겐 등을 혼합하여 건강한 음료의 이미지를 구축하고 있음.¹⁹⁾ 네슬레 싱가포르의 시장점유율은 13.4%이며, 특히 코코아 맥아 음료인 마일로(Milo)가 많은 인기를 끌고 있음. 특히, 기존제품에서 설탕 함유는 줄이고 단백질 포함은 늘린 제품을 출시하는 등 건강한 음료를 원하는 소비자들을 공략하고 있으며,²⁰⁾ 싱가포르의 온음료 시장은 지속적인 성장이 전망되고 있음

[표 2.5] 2019년 싱가포르 기타식물성원료온음료 브랜드 시장점유율²¹⁾

단위: %



기업명	브랜드명	대표제품	점유율		
			2017	2018	2019
제이디피츠 (JDE Peet's)	슈퍼 (Super)	슈퍼파워 (Super Power)	67.0%	67.1%	67.3%
네슬레싱가포르 (Nestlé SA)	네스툼 (Nestum)	마일로 (Milo)	13.3%	13.4%	13.4%
테이스티푸드 (Tastyfood Industries)	비타맥스 (Vitamax)	미스터티 (Mr Tea)	6.5%	6.4%	6.4%
비즈브랜즈 (Viz Branz Ltd)	골드루스트 (Gold Roast)	골드루스트 (Gold Roast)	0.7%	0.7%	0.7%
프라이빗라벨 (Private Label) ²²⁾	프라이빗라벨	-	0.5%	0.5%	0.5%
기타	기타	-	11.9%	11.9%	11.8%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 자료: 슈퍼그룹엘티디닷컴(Supergroupltd.com)

20) 자료: 아시아원(AsiaOne), 「AsiaOne reviews the new instant Milo Gao Siew Dai - yes, it exists」, 2017

21) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 본 조사에서 Private Label은 자체브랜드(PB)상품을 포함함

4) 싱가포르 1인당
건강관리 지출

싱가포르 건강관련 제품
시장규모

단위: 백만 싱가포르달러

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

자료: 유로모니터(Euromonitor)

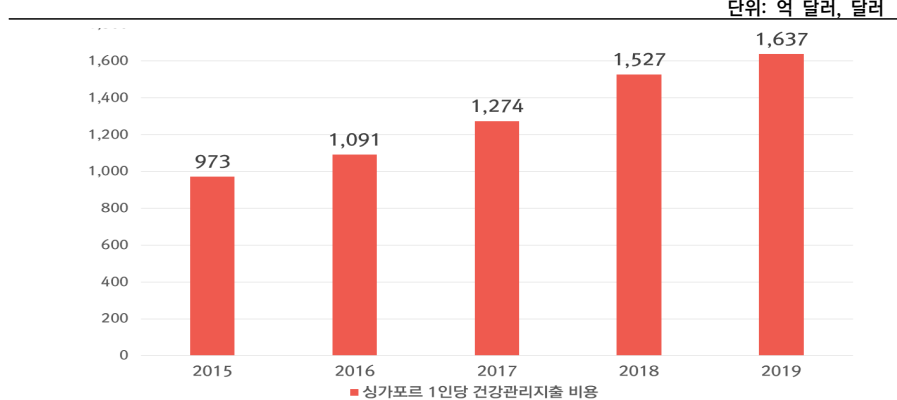
▶ 2015-2019년, 싱가포르 '1인당 건강관리 지출' 연평균성장률 27%

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

▶ 건강한 차 음료에 대한 싱가포르 소비자들의 관심 증가

싱가포르 보건부는 2016년 4월 '당뇨병과의 전쟁(War on Diabetes)'을 선포하고 당뇨병 발병을 줄이기 위한 노력을 지속해오고 있음. 이로 인해 당뇨병의 위험성을 높이는 설탕 함유량에 대한 규제가 강화되고 있으며, 건강에 대한 싱가포르 소비자들의 관심이 높아지고 있어 새롭고 건강한 차 음료에 대한 수요가 점차적으로 증가할 것으로 예상된다²³⁾

[표 2.5] 싱가포르 1인당 건강관리 지출²⁴⁾²⁵⁾²⁶⁾



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR('15-'19)
총 건강관리비용 (억 달러)	54 (6.3조 원)	61 (7.2조 원)	71 (8.3조 원)	86 (10조 원)	93 (11조 원)	15%
1인당 건강관리비용 (달러)	973 (114만 원)	1,091 (128만 원)	1,274 (150만 원)	1,527 (179만 원)	1,637 (192만 원)	27%

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

23) 자료: 푸드네비게이터아시아닷컴(Food Navigator-Asia.com), 「Singapore's War on Diabetes: How industry has played a key role in government's health battle」, 2020

24) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Healthcare consumer spending forecast in Singapore 2010-2025」, 2020

25) 1인당 건강관리비용은 싱가포르 총 건강관리비용을 인구수로 나눈 금액임

26) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 싱가포르 견과·곡물음료 수요, '보리'가 선도... 율무 비인기
2. 싱가포르 율무차, '한국'·'A사'가 주요 키워드
3. 싱가포르 분말차, 녹차분말이 주류
4. 싱가포르 곡물음료, 액체형·신선함 키워드 중요

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약


●

**데이터 수집
소스원**



(싱가포르 매체 5개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



**데이터 수집
3,087건**

- ① 싱가포르 견과류 및 곡물 음료 관련 기사 데이터 수집(*)
◦ 수집원 : 싱가포르 언론매체
- ② 싱가포르 견과류 및 곡물 음료 관련 소비자 데이터 수집(*)
◦ 수집원 : Shopee(www.shopee.sg)
Lazada(www.lazada.sg)
Qoo10 (www.qoo10.sg)

견과류 및 곡물 음료 식품
(검색어)



(율무차 연관 키워드집)



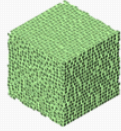
**데이터 정제
1,513건**

- ① 수집 데이터 정의
◦ 수집 키워드 : 율무차(Adlay Tea)
곡물 음료(Grain Drink)
견과류 음료(Nut Drink)
분말차(Tea Powder)
- ② 수집 데이터 정제
◦ 정제 데이터 추출 : 견과류 및 곡물 음료, 분말차 관련 데이터
1,513건 추출

연관어/상관계수 분석
(시장 트렌드 분석)

●

**데이터 분석
(연관어 분석)**



**데이터 분석
싱가포르 율무차
소비 실태 분석**

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
◦ 싱가포르 견과류 및 곡물음료/율무차 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
◦ 키워드 분석
◦ 견과류 및 곡물음료 관련 키워드집 구축(**)
◦ 키워드별 발생 빈도 및 상관 계수 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 - 20.10
수집 데이터	3,087건

데이터 정제

정제 키워드	율무차(Adlay Tea), 곡물음료 (Grain Drink), 견과류 음료 (Nut Drink), 분말차(Tea Powder)
정제 데이터	1,513건

○ 데이터 수집

- 싱가포르 율무차 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 싱가포르 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	www.shopee.sg	온라인쇼핑몰
02	Lazada	www.lazada.sg	온라인쇼핑몰
03	Qoo10	www.qoo10.sg	온라인쇼핑몰
04	Fair Price	www.fairprice.com.sg	온라인쇼핑몰
05	Asia One	www.asiaone.com	언론매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 싱가포르 율무차 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 싱가포르 율무차 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰
견과·곡물음료 유형

현지 온라인 쇼핑몰
율무차 유형

현지 뉴스매체
곡물음료 이슈

키워드 ①	보리	키워드 ①	아몬드	키워드 ①	액체형
키워드 ②	쌀	키워드 ②	호두	키워드 ②	단맛
키워드 ③	건강	키워드 ③	A사	키워드 ③	분말형
키워드 ④	유기농	키워드 ④	중국	키워드 ④	영양

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 싱가포르 울무차 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 싱가포르 울무차 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
			의미	영어	참여기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	건강·곡물음료 키워드	울무차	Adlay Tea	○	○
			보리	Barley		○
쌀	Rice			○		
건강	Health			○		
아몬드	Almond			○		
유기농	Organic			○		
울무차 키워드	A사		Damtuh	○	○	
	아몬드		Almond		○	
	호두		Walnut		○	
	중국		China		○	
	팥		Red Bean		○	
	검은콩		Black Bean		○	
분말차 키워드	녹차	Green Tea		○		
	밀크티	Milk Tea		○		
	생강차	Ginger Tea		○		
	버블티	Bubble Tea		○		
	레몬차	Lemon Tea		○		
	울무차	Adlay Tea	○	○		
곡물음료 키워드	액체형	Drink		○		
	분말형	Powder		○		
	단맛	Sweet		○		
	영양	Nutrition		○		

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 싱가포르 소비자의 울무차 소비 실태 분석

- ① 싱가포르 견과·곡물음료 제품 유형
- ② 싱가포르 울무차 제품 유형
- ③ 싱가포르 분말차 제품 유형
- ④ 싱가포르 곡물음료 소비트렌드

○ 빅데이터 분석 기법 선정

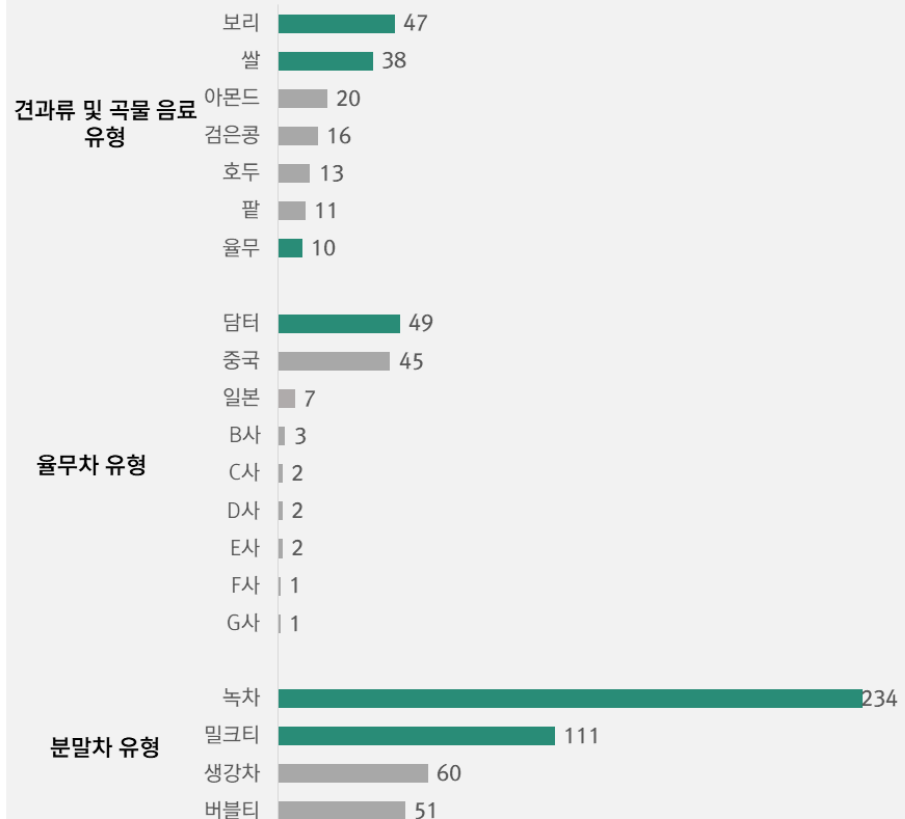
- 연관어 분석

- ① 온라인 쇼핑몰 ‘견과·곡물음료’ 연관어 분석
- ② 온라인 쇼핑몰 ‘울무차’ 연관어 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 ‘분말차’ 연관어 분석

- 상관계수 분석

- ④ 온라인 쇼핑몰·뉴스 매체 ‘곡물음료’ 상관계수 분석

[싱가포르 울무차 분석 결과]



1. 싱가포르 견과·곡물음료 수요, ‘보리’가 선도… 울무 비인기

싱가포르 ‘곡물음료’ 구매 후기

- 이 음료는 배고플 때 건강하지 않은 과자 대신 섭취하기에 좋습니다.

자료: 쇼피
(www.shopee.sg)

▶ 보리 및 쌀음료가 주류 형성

싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 판매중인 견과류 및 곡물음료를 분석한 결과 보리 및 쌀음료가 대세를 이루고 있다는 사실이 확인되었음. 이 외에도 아몬드 및 검은콩이 함유된 제품의 빈도가 높으나, 울무 함유 제품은 총 10건으로 견과류 및 곡물음료 카테고리에서 보편적인 제품은 아닌 것으로 확인됨

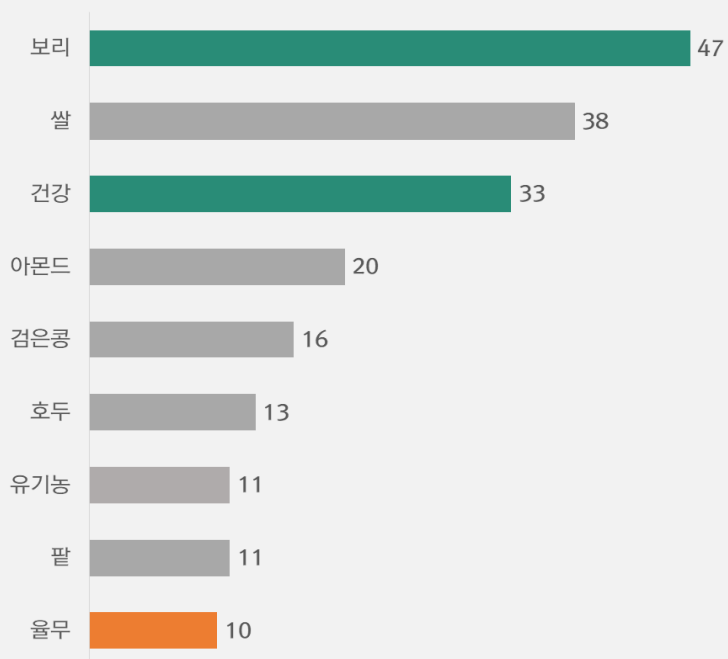
▶ 싱가포르 견과·곡물음료, 건강 키워드 강조

싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 판매중인 견과류 및 곡물음료 중 다수의 제품은 ‘건강’ 키워드를 강조한다는 사실이 확인되었음. 해당 키워드는 보통 제품 소개에서 가장 먼저 등장하며, ‘유기농’ 키워드와 동시에 등장하는 경우가 많았음. 실제로 제품 리뷰를 분석했을 때, 건강하지 않은 음식에 대한 대체품으로 구매했다는 의견이 발견되기도 함

▶ 싱가포르 내 견과·곡물음료 유형 및 특징

- ① 보리 ② 건강

[표 3.4] 싱가포르 온라인쇼핑몰, ‘견과·곡물음료’ 연관어



자료: 싱가포르 온라인쇼핑몰 ‘견과·곡물음료’ 409건 분석

2. 싱가포르 울무차, ‘한국’·‘A사’가 주요 키워드

▶ 싱가포르 내 울무차는 A사가 주도

싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 울무차 관련 제품을 판매중인 국가를 분석한 결과, 한국이 60건으로 1위를 차지했고, 중국이 45건, 일본이 7건으로 뒤를 이었음. 한국 울무차 판매사의 빈도를 보았을 때 A사가 총 49개의 제품을 판매하며 B사, C사, D사, E사 및 F사가 각각 1-3개의 제품을 판매하고 있다는 사실이 확인됨

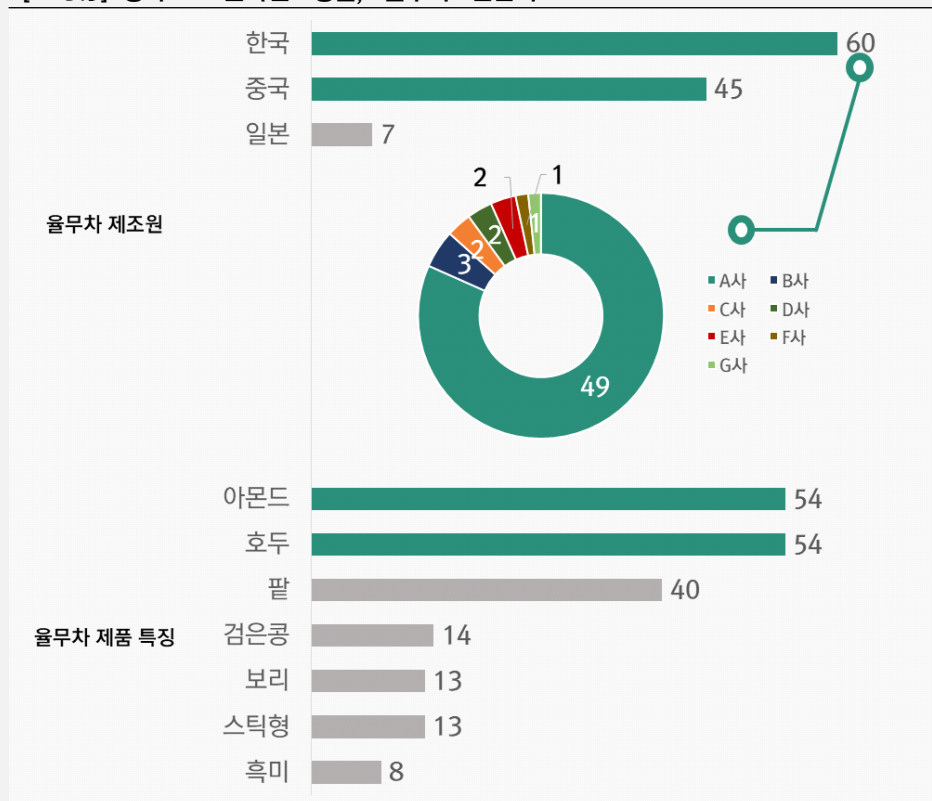
▶ 싱가포르 울무차, 아몬드·호두·팥 첨가 다수

싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 판매중인 울무차에 첨가되는 견과류 및 곡물을 분석했을 때 아몬드, 호두 및 팥이 상위권을 차지했음. 다수의 한국 제품은 울무차에 아몬드 및 호두가 동시에 첨가된 제품을 판매하고 있는 반면, 중국산 제품의 경우 보리, 흑미 등이 함유된 경우가 다수였음

▶ 싱가포르 울무차 제조원 및 특징

① 한국 ② 아몬드·호두

[표 3.5] 싱가포르 온라인쇼핑몰, ‘울무차’ 연관어



자료: 싱가포르 온라인쇼핑몰 ‘울무차’ 112건 분석

3. 싱가포르 분말차, 녹차분말이 주류

▶ 싱가포르 분말차, 녹차 및 밀크티 분말 주류

싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 분말차 카테고리에 속한 제품들을 분석했을 때, 녹차류 제품의 빈도가 두드러졌음. 녹차분말은 소비자가 다양한 방식으로 혼합 및 제조할 수 있는 특징이 있기도 함. 녹차에 이어 밀크티 분말의 빈도가 두드러지는데, 해당 제품군은 대다수가 다양한 맛을 제공하고 있음. 한편 ‘분말차’ 카테고리에서는 울무차의 빈도가 1건으로 매우 적다는 사실이 확인됨

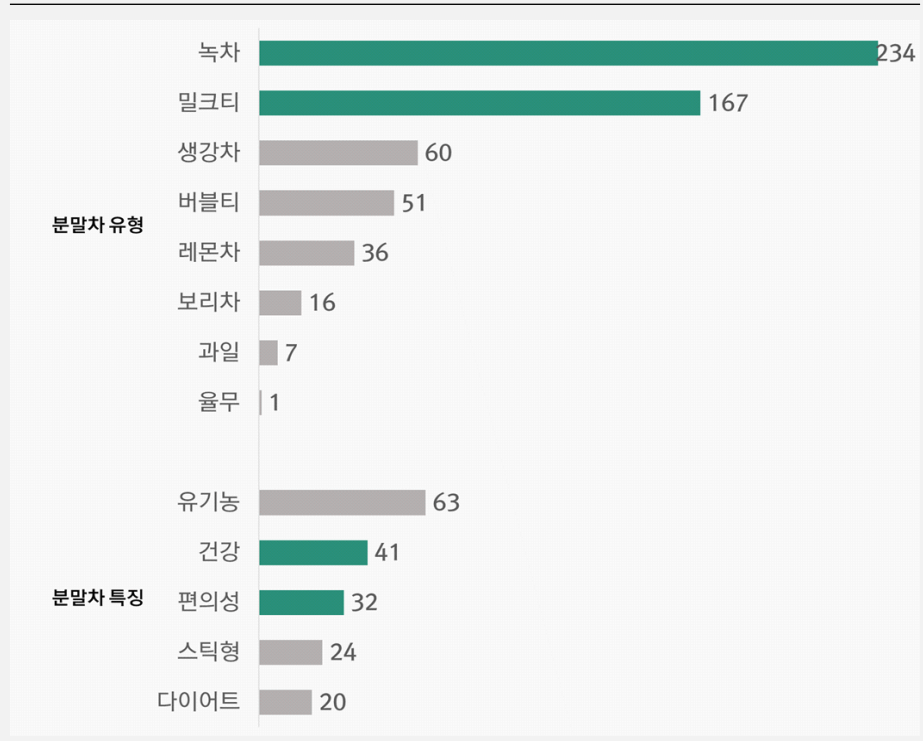
▶ 싱가포르 분말차, 건강 관련 키워드 다수

싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 분말차 연관어를 분석했을 때, ‘유기농’, ‘건강’ 및 ‘다이어트’와 같은 건강 관련 키워드가 두드러짐. 또한, 분말차의 ‘편의성’ 관련 키워드의 빈도 또한 높게 산출되었는데, 이는 ‘스틱형’ 키워드와 연관이 있는 것으로 확인됨

▶ 싱가포르 분말차 유형 및 특징

① 녹차 ② 건강

[표 3.6] 싱가포르 온라인쇼핑몰, ‘분말차’ 연관어



자료: 싱가포르 온라인쇼핑몰 ‘분말차’ 795건 분석

4. 싱가포르 곡물음료, 액체형·신선함 키워드 중요

싱가포르 '곡물음료' 구매 후기

- 검은콩 맛으로 구매했고, 건강을 위해 시리얼에 타서 먹습니다.
- 단 맛이 나지만, 설탕이 들어가지 않은 제품입니다. 커피에 넣어 먹기도 합니다.

자료: 쇼피 (www.shopee.sg)

▶ 싱가포르 곡물음료 섭취 액체형 선호

싱가포르 매체에서 '곡물음료' 키워드를 기준으로 상관분석을 시행한 결과 액체형(0.37)이 분말형(0.19)보다 큰 상관성을 띠. 이와 관련해 리뷰를 분석해 본 결과, 곡물음료를 단독으로 섭취하는 경우도 있지만 시리얼에 타먹기 위해 구매한다는 사실 또한 확인됨

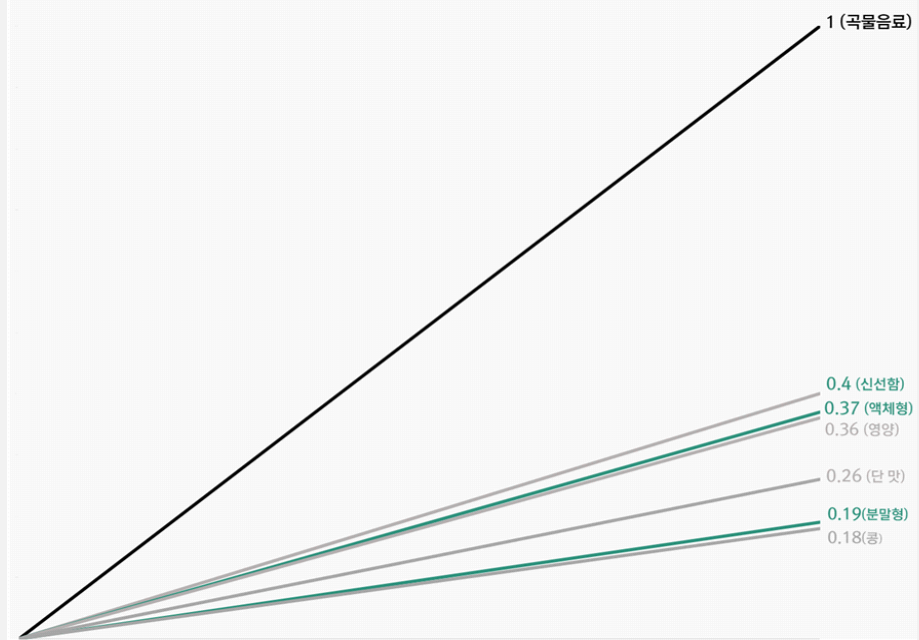
▶ 싱가포르 곡물음료, '신선함' 강조

곡물음료 키워드 관련 '신선함(0.4)' 키워드가 높은 상관도를 보여줌. 영양(0.36)에서 또한 비교적 높은 상관계수 값이 산출되어 '곡물음료'는 신선하고 영양이 있는 식품으로 인식된다는 사실을 알 수 있음. 단 맛과 관련된 키워드가 확인되어 소비자 리뷰를 분석해본 결과, 단 맛이 나지만 설탕이 함유되지 않았다는 면에서 긍정적인 후기들이 확인됨

▶ 싱가포르 곡물음료 소비 트렌드

- ① 액체형 ② 신선함

[표 3.7] 싱가포르 '곡물음료' 상관계수 분석



자료: 싱가포르 온라인쇼핑몰·뉴스매체 '곡물음료' 1,513건 분석 (18.01 - 20.10)
값 설명: 상관계수는 0~1의 값을 가지며, 1에 가까울수록 상관이 높음

IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

1. 싱가포르 울무차 유통구조

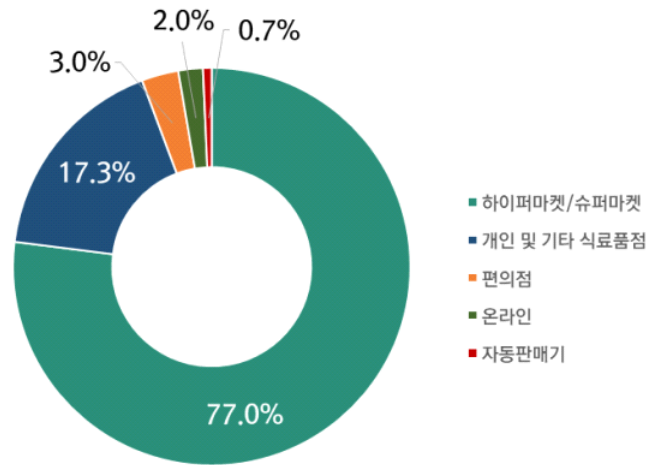
품목 구분 및 분류

품목	울무차
구분	기타식물성원료 온음료
범주	기타온음료 (Other Hot Drinks)

▶ 싱가포르 울무차 주요 유통채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(77.0%), 개인 및 기타 식료품점(17.3%)’

[표 4.1] 싱가포르 울무차 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 싱가포르 울무차 유통채널 현황

채널 유형	울무차 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	77.0%	페어프라이스(FairPrice), 생시옹(Sheng Siong), 콜드스토리지(Cold Storage), 자이언트(Giant), 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket)
	개인 및 기타 식료품점	17.3%	돈돈돈키(DonDon Donki), 이마트(Lee Mart), 솔마트(Solmart)
	편의점	3.0%	세븐일레븐(7-eleven), 치얼스(Cheers)
	온라인	2.0%	아마존(Amazon), 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)
	자동판매기	0.7%	(-)

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

2. 싱가포르 율무차 주요 유통업체

- ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점
- ▶ 추가로 백화점에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 싱가포르 율무차 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁷⁾ ²⁸⁾ , 매장 수	입점 브랜드	유사제품 취급경험
1	페어프라이스 (Fair Price)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 32억 8,800만 싱가포르달러 (약 2조 8,124억 원)	오에스케이(OSK), 혼세이(Honsei), 립톤(Lipton)	0
2	자이언트 (Giant)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 164억 달러 (약 19조 2,454억 원)	립톤(Lipton)	0
3	생시옹 (Sheng Siong)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 9억 9,100만 싱가포르달러 (약 8,476억 원)	마담킴(Madam Kim), 골드킬리(Gold Kili), 아이킵(Aik Cheong)	0
4	콜드스토리지 (Cold Storage)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 20억 4,300만 달러 (약 2조 3,975억 원)	H사, 메도우스(Meadows)	0
5	프라임슈퍼마켓 (Prime Supermarket)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 2,000만 달러 (약 219억 원)	3:15 PM	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

27) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

28) 1싱가포르달러=855.35원(2020.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점 브랜드	유사제품 취급경험
6	돈돈돈키 (Don Don Donki)	개인 및 기타 식료품점 (아시아마트)	매장 수('20): 8개	야마모토 (Yamamoto), 이토엔(伊藤園)	0
7	이마트(Lee Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 5개	I사, J사, K사	0
8	솔마트(Solmart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 4개	J사, H사, L사	0
9	쇼피 (Shopee)	온라인	약 8억 2,265만 달러 (약 9,654억 원)	그린맥스 (Greenmax), 아히아(Ejia), M사	0
10	타카시마야 (高島屋)	백화점	약 4억 7,561만 달러 (약 5,581억 원)	교쿠아(Gyokuoh)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 싱가포르 율무차 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 페어프라이스(FairPrice)

기업 기본 정보	기업명	페어프라이스(FairPrice)	
	홈페이지	www.fairprice.com.sg	
	위치	주쿤(Joo Koon)	
	규모	매출액('19)	약 32억 8,800만 싱가포르달러 ²⁹⁾ (약 2조 8,124억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 230개	
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	하토무기차 (はとむぎ茶)
		종류	율무차
		용량	120g
		원산지	일본

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

29) 페어프라이스 소속 통합 매출액

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, 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 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<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 	
<p>벤더 리스트</p>	<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 ³⁰⁾ (약 19조 2,454억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 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	밍지안칭(茗間情)
		종류	현미 녹차
		용량	36개
		원산지	대만

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

30) 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 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	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 <ul style="list-style-type: none"> : 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@giantssingapore.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)



③ 생시옹(Sheng Siong)

기업 기본 정보	기업명	생시옹(Sheng Siong)		
	홈페이지	www.shengsiong.com.sg		
	위치	선게이 카두(Sungei Kadut)		
	규모	매출액('18)	약 9억 9,100만 싱가포르달러 (약 8,476억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('18): 약 60개 직원 수('18): 약 1,900여 명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1985년 설립 싱가포르 3대 유통사 중 한 곳 신선식품 및 일반 생활 소비재 취급 식자재 보관, 가공, 재포장에 대한 HACCP 인증 보유 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 3분기 순이익이 코로나바이러스로 인한 식료품 수요 증가로 전년 동기 대비 약 54% 증가 2020년 정부에서 싱가포르 가계를 돕기 위해 15만 명 싱가포르 사람들에게 생시옹을 포함한 대형 슈퍼마켓 상품권 지급 			
유사제품 정보		제품명	홍자오구이유엔 (红枣桂圆)	
		종류	대추용안차	
		용량	18개	
		원산지	싱가포르	

자료: 생시옹(Shengsiong), 줌인포(Zoominfo), 더스트레이트타임즈(The Straits Times), 투데이온라인(Today Online)

사진 자료: 생시옹(Shengsiong), 싱가포르비즈니스리뷰(Singapore Business Review)

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, 유제품, 육류, 해산물, 곡류, 면류, 건조식품, 음료류, 냉동식품, 건강기능식품, 차류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 애견용품, 의약품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선, 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 음료, 과일류 대용량(Cartons) 상품 판매 			
	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭하여 Enquiry Form 선택 - 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입정보 : 담당자명, 기업명, 이메일 주소, 연락처 		
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: contact@shengsiong.com.sg - 전화번호: +65-6895-1888 - 팩스: +65-6269-8265 		
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Naspac Marketing Pte Ltd (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: www.sfma.org.sg - 전화번호: +65-6511-1300 / 이메일: leeyen@naspac.com.sg - 기업소개: NTUC Fair Price, Cold Storage, Sheng Siong을 포함한 리테일 기업의 납품 및 판매 활동 지원 			

자료: 생시옹(Shengsiong), 반춘(Ban Choon Marketing PTE LTD)



④ 콜드스토리지(Cold Storage)

기업 기본 정보	기업명	콜드스토리지(Cold Storage)	
	홈페이지	www.coldstorage.com.sg	
	위치	템피니스(Tampines)	
	규모	매출액('18)	약 20억 4,300만 달러 ³¹⁾ (약 2조 3,975억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('18): 약 53개 직원 수('18): 약 7,500여 명 	
	<ul style="list-style-type: none"> 1903년 설립 홍콩계 Dairy Farm Group 소속 Cold Storage, Market Place, Jasons의 총 3가지 유통 브랜드 보유 프리미엄 신선식품 전문 유통 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 자사 SNS페이지에 일본산 녹차 음료 홍보 2020년 6월 자사 인스타그램 페이지에 K-Drama를 테마로 한국 김치 라면 홍보 2020년 5월 약 2주간 농수산물유통공사와 함께 한국 음식 박람회 개최 		
유사제품 정보	제품명	보리차	
	종류	보리차	
	용량	300g	
	원산지	한국	

자료: 콜드스토리지(Cold Storage), 데어리팜그룹(Dairy Farm Group), 콜드스토리지(Cold Storage) 인스타그램
사진 자료: 콜드스토리지(Cold Storage), 아시아원(Asiaone)

31) Dairy Farm 기업 푸드(Food) 부문 통합 매출액임

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 유제품, 음료류, 유아용식품, 한국식품, 차(茶)류 등 - 일반: 유아용품, 헬스용품, 생활용품, 애견용품, 뷰티용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 식품류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국식품 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일 통한 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 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 입점 후 Dairy Farm B2B Portal(https://sphub.igo.com.sg) 이용
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 이메일: custsvc@coldstorage.com.sg 전화번호: +65-1800-8918-100
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: +65-6777-7333 / 이메일: enquiries@banchoon.com.sg - 기업소개: NTUC Fair Price, Cold Storage, Giant Hypermarkets, Minimart를 포함한 리테일 기업의 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 콜드스토리지(Cold Storage), 싱롱푸드스터프(Sing Long Foodstuff PTE LTD)



⑤ 프라임 슈퍼마켓(Prime Supermarket)

기업 기본 정보	기업명	프라임 슈퍼마켓(Prime Supermarket)		
	홈페이지	www.primesupermarket.com		
	위치	후강(Hougang)		
	규모	매출액('18)	약 2,000러 (약 219억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('18): 약 21개 직원 수('18): 약 50명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1984년 설립 100% 싱가포르 자본(가족 경영) 주로 주거지역 근처에 위치, 24시간 운영 시스템 매주 월, 금요일 시니어 시티즌 3% 할인 혜택 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 7월 비다다리(Bidadari) 지역에 신규 매장 오픈 2020년 6월 자사 SNS페이지에 한국 비비고 브랜드의 즉석냉동밥 홍보 2020년 6월 자사 SNS페이지에 오투기 브랜드의 현지화한 라면 제품 홍보 			
유사제품 정보		제품명	블랙라이스앤드블랙세사미 페이스트파워믹스 (Black Rice & Black Sesame Paste Power Mix)	
종류		흑미 흑참깨 티		
용량		15개		
원산지		대만		

자료: 프라임슈퍼마켓(PrimeSupermarket), 프라임슈퍼마켓(PrimeSupermarket) 페이스북, 줌인포(Zoominfo)

사진 자료: 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket), 커머셜구루(Commercialguru)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 차류, 소스류, 스낵류, 음료류, 주류 등 - 일반: 생활용품, 청소용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선한 제품, 합리적인 가격의 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"> • 유선 연락 또는 이메일 통한 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 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: enquiries@primesupermarket.com - 전화번호: +65-6282-5349 - 팩스: +65-6284-9248 	

자료: 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket)

2) 개인 및 기타 식료품점
(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 타깃 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 켄(Jem) 지역에 싱가포르 최대 규모 신규 점포 오픈 	
유사제품 정보	제품명	오무기와카바 (大麦若葉)	
	종류	새싹보리 파우더	
	용량	85g	
	원산지	일본	

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki), 마더쉽(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)

3) 개인 및 기타 식료품점

(한인마트)



① 이마트Lee Mart)

시장 기본 정보	기업명	이마트(Lee Mart)	
	홈페이지	leemart.online	
	위치	부킷판장(Bukit Panjang)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 5개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2009년 설립 • 초기에 타카시마야(Takashimaya) 백화점에서 한국산 반찬 및 요리를 판매 • 한국 식품 및 반찬을 판매하는 미니 한인마트 • 판매하는 모든 제품을 한국에서 직접 수입 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 3월 헐트랜드몰(Heartland Mall)에 신규매장 오픈 • 2020년 10월 농수산물유통공사와 한국 수산물 판촉전 행사 개최 		
유사제품 정보	제품명	결명자차	
	종류	곡물차	
	용량	160g	
	원산지	한국	

자료: 이마트(Lee Mart)
사진 자료: 이마트(Lee Mart)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 선식품, 유제품, 육류, 해산물, 냉동식품, 간편식품, 곡류, 면류, 차(茶)류, 스낵류, 소스류, 음료류, 주류 등 - 일반: 생활용품, 주방용품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 해산물, 어묵류 - 김치류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 직접 만든 한국 반찬 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"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Contact Us' 클릭 - 홈페이지 기입 내용: 이름, 연락처, 이메일, 문의내용 등 • 유선 연락 또는 이메일 통한 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 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6752-1124 - 이메일: info@leemart.sg

자료: 이마트(Lee Mart)



② 솔마트(Solmart)

	기업명	솔마트(Solmart)	
	홈페이지	www.solmart.com.sg	
	위치	순게이카두트(Sungei Kadut)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 4개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년 설립 • 한국 제품, 한국 김치 등 한국 식품을 판매하는 한인마트 • 한국에서 1-4주 간격으로 제품을 수입하여 판매 • 매주 목요일, 금요일에 신선식품 입고 • 배송 서비스 진행 • 홈페이지에서 한국 요리 레시피 공개 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 한국 주류 제품 입고 • 2020년 11월 일회용 유자차 할인 행사 진행 	
유사제품 정보		제품명	검정콩호두울무차
		종류	울무차
		용량	330g
		원산지	한국

자료: 솔마트(Solmart)

사진 자료: 솔마트(Solmart)

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, 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"> - 한국 제품 - 김치 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 제품만을 판매 - 한국산 과일 제품 판매 		
	<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일 통한 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 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처(본사) <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6467-4028 - 팩스번호: +65-6463-3509 - 이메일: solmart.info@gmail.com 	

자료: 솔마트(Solmart)

4) 온라인



① 쇼피(Shopee)

	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	www.shopee.sg	
	위치	싱가포르(Singapore)	
	규모	매출액('19)	약 8억 2,265만 달러 ³²⁾ (약 9,654억 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'³³⁾ 온라인 사이트 개설 	
유사제품 정보		제품명	야마지이른편 (亞麻籽薏仁粉)
		종류	율무 파우더
		용량	360g
		원산지	싱가포르

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

32) Sea Group 이커머스 부문 통합 매출액

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 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 	
	<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"> • 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: +65-6206-6610

자료: 쇼피(Shopee), 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 백화점



① 타카시마야(高島屋)

기업 기본 정보	기업명	타카시마야(高島屋)	
	홈페이지	www.takashimaya.com.sg	
	위치	니안씨티(Ngee Ann City)	
	규모	매출액('19)	약 4억 7,561만 달러 (약 5,581억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	매장 수('20): 1개
	<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 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	하우지차(ほうじ茶)
		종류	버섯녹차 파우더
		용량	(-)
		원산지	일본

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

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: +65-6738-1111 - 이메일: contact-csc@takashimaya.com.sg 	

자료: 타카시마야(高島屋)

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

1. 싱가포르 율무차 인증 취득

인증 취득

싱가포르로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

율무차

율무차 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(AVA, Agri-Food and Veterinary Authority of Singapore)과 보건과학청(HSA, 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 수출국 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 HACCP와 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 소비자를 대상으로 서비스(식품을 생산하여, 보관하고, 요리하여, 소비자에게 식사를 제공)를 한다면 해당되는 4가지의 HALAL 인증을 받아야 함

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 없어야 함
- 최소 2명의 무슬림 직원을 고용해야 하며, 1인을 HALAL팀의 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 587만원³⁷⁾ 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	인증마크
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=1,173.50원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 싱가포르 유통차 사전 절차

사전 절차

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

유통차

유통차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 식품 수출을 위해 수입업체의 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 수입허가와 해당 업체(수입업체·수출업체·운송업체)의 등록이 이루어져야 함

또한, 싱가포르로 가공된 식품 및 식품 관련 장비 수출하기 위해서는 수입업체의 등록이 요구되며 제품에 관해서는 별도의 등록 절차를 요구하고 있지 않음. 그러므로 싱가포르로 일반가공식품을 수출하고자 하는 기업은 수입업체를 찾아 수입업체 등록을 요구하거나 해당 제품에 대한 수입업체 등록증을 보유한 싱가포르 현지 기업을 선정해야 함

[표 5.5] 싱가포르 업체 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 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 GIRO 혹은 전자 결제를 통해 비용을 지불해야 함
등록 비용	무료
등록 소요 시간	영업일 기준 하루

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

3. 싱가포르 율무차 라벨 심의

▶ 싱가포르 율무차 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>율무차</p> <p>율무차 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>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>영어로 표기할 것</p> <p>표기언어</p> <p>제품명 또는 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것</p> <p>제품 포장의 눈에 잘 띄는 위치에 인쇄하거나 부착할 것</p> <p>제품명</p> <p>제품의 일반명 또는 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것</p> <p>원료 정보</p> <p>모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것</p> <p>혼합 원료인 경우 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것</p> <p>알레르기 정보</p> <p>알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것</p> <p>글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 어류 및 어류 제품, 땅콩, 콩, 호두 제품 등</p> <p>용량</p> <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>

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

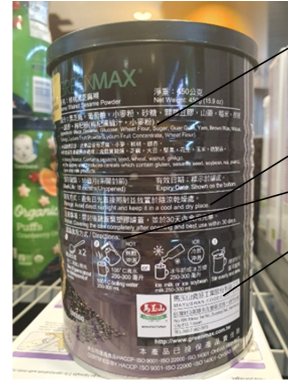
자료: 싱가포르 법률정보시스템(SSO)

▶ 싱가포르 울무차 라벨 샘플



- ① 제품명
- ② 용량

[앞면 라벨링]



- ① 원료 정보
- ② 보관방법
- ③ 사용방법
- ④ 제조업체 정보

[뒷면1 라벨링] - 스티커 부착

[앞면 - 영문]

- ① Product Name
: Walnut Sesame Powder
- ② Net Weight: 450g

[앞면 - 국문]

- ① 제품명: 호두 참깨 파우더
- ② 용량 : 450g

[뒷면1 - 영문]

- ① Ingredients
: Black Sesame, Glucose, Wheat Flour, Sugar, Guar Gum, Yam, Brown Rice, Walnut, lycium Fruit Concentrate
- ② Storage
: Avoid direct sunlight and keep it at cool and dry place
- ③ Directions
1. Pour about 2 table spoons of powder
2. Boiling Water(250-300 ml) Or Ice milk/Ice Soyabean milk (250-300ml)
3. Stir evenly and drink
- ④ Manufacturer
: Mayushan Foods. Co.,LTD

[뒷면1 - 국문]

- ① 원료 정보
: 참깨, 포도당, 통밀가루, 설탕, 구아검, Yam, 현미, 호두, 구기자 과일 농축액
- ② 보관방법
: 햇빛 노출을 피하고, 선선하고 건조한 곳에 보관하십시오
- ③ 사용방법:
1. 약 2테이블 스푼의 파우더를 넣으세요
2. 250-300ml의 끓는 물 혹은 찬 우유 /두유 250-300ml에 섞으십시오
3. 충분히 섞어 섭취하십시오
- ④ 제조업체 정보
: Mayushan Foods. Co.,LTD

▶ 싱가포르 울무차 라벨 샘플



① 영양정보



① 유통기한

[뒷면2 라벨링]

[밑면 라벨링] - 스티커 부착

[뒷면2 - 영문]

[뒷면2 - 국문]

① Nutrition Facts:

15 Servings per container		
Serving size about 2 tbsp. (30g)		
Amount per serving		
Calories	140	
%Daily value		
Total fat	6g	8%
Saturated fat	1g	5%
Trans fat	0g	
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	0mg	0g
Total Carbohydrate	19g	7%
Dietary Fiber	2g	7%
Total sugars	11g	
Added sugars	11g	22%
Protein	3g	
Vitamin D	0mg	0%
Calcium	108 mg	8%
Iron	0mg	0%
Potassium	49m g	1%

① 영양정보:

용기당 15인분		
1회 제공량 약 2 테이블스푼(30g)		
1회 제공량		
열량	140	
하루 섭취 권장량의 %		
총 지방	6g	8%
포화지방	1g	5%
트랜스지방	0g	
콜레스테롤	0mg	0%
나트륨	0mg	0g
총 탄수화물	19g	7%
식이섬유	2g	7%
총 설탕	11g	
첨가당	11g	22%
단백질	3g	
비타민 D	0mg	0%
칼슘	108 mg	8%
철분	0mg	0%
칼륨	49m g	1%

[밑면 - 영문]

[밑면 - 국문]

① Expiration date: 2022.03.03

① 유통기한: 2022.03.03

4. 싱가포르 율무차 서류 준비

서류 준비

싱가포르로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

율무차

율무차 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)를 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)
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
	포장 명세서	(-)
	구매주문서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청/상공회의소

자료: 싱가포르 관세청(Singapore Customs)

5. 싱가포르 율무차 세금 납부

세금 납부

싱가포르로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

율무차

율무차 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 율무차 HS-CODE 2106.90-55, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-싱가포르 FTA 발효로 협정 세율 '적용'

율무차의 경우 싱가포르에서는 HS-CODE 2106.90의 2106.90-55 세번을 사용하여 수입됨.³⁸⁾ 싱가포르 수입 시 기본 세율은 0%를 적용받음. 또한, 한국산 제품의 경우 2006년 3월 2일부로 발효된 한-싱가포르 FTA 협정으로 협정 세율을 적용받아 0%의 세율이 적용됨. 관세 외에도 판매세(GST, Goods and Services Tax)를 납부해야 하며 해당 세율은 7%이지만, 한국에서 싱가포르로 수출 시 한국 수출업자는 0%의 GST를 적용받음

- 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	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90-9099	기타	
싱가포르	2106.90-55	음료를 만들기 위한 물과 단순 희석을 위한 기타, 혼합의 농축물	
관세	기본관세율	0%	
	협정 세율	0%	
판매세		0%	

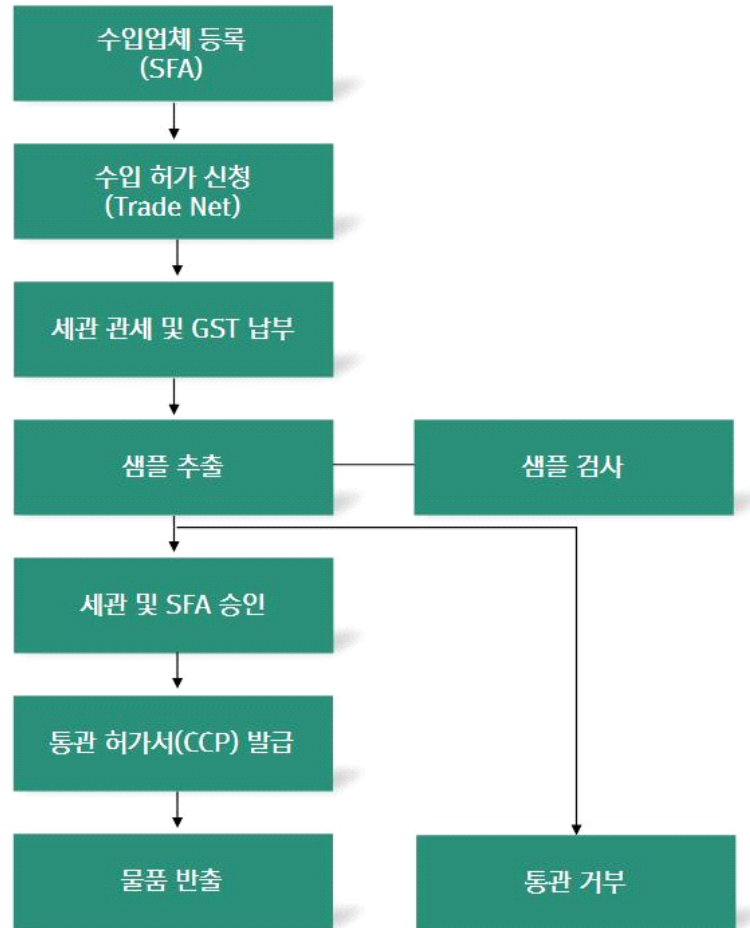
자료: 관세법령정보포털(UNIPASS), 싱가포르 관세청(Singapore Customs)

38) 싱가포르 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 율무차에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 싱가포르 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 싱가포르 관세청을 통한 확인이 필요함

6. 싱가포르 율무차 검역 심사 절차

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

[표 5.9] 싱가포르 통관 프로세스



- ▶ 싱가포르 율무차 식품첨가물 규정 확인 필요

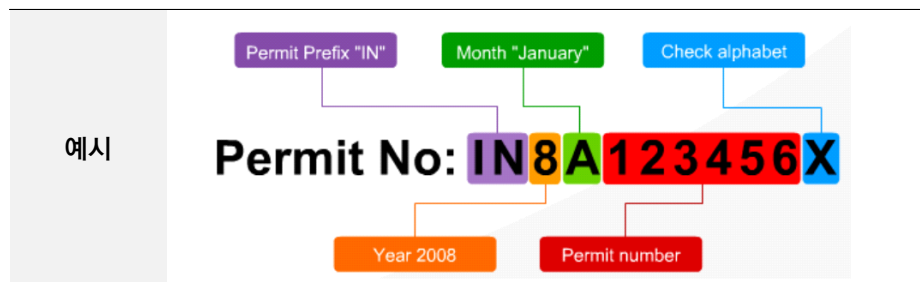
[표 5.10] 싱가포르 식품첨가물 규정 확인 방법

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

▶ 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 식품첨가물 및 성분 규제

싱가포르 수출 시 주의해야 할 식품첨가물은 싱가포르 식품청(SFA) 홈페이지의 식품첨가물 요구사항에 관한 지침정보(Guidance Information on Requirement for Food Additives)를 통하여 확인할 수 있음. 해당 지침정보에서는 각각의 식품첨가물의 사용 목적, 싱가포르가 허가하는 식품첨가물 목록, 신식품첨가물 등록 절차 등의 내용이 포함됨

싱가포르는 지속적으로 식품첨가물 관련 규제를 개정하고 있으며, 가장 최근 개정된 규제로는 2020년 08월 31일 식품 판매 규정의 개정안임. 해당 개정안은 기존 규정의 내용 중 일부 표현을 삭제하거나 식품첨가물, 색소 물질, 제품별 허가된 감미제의 목록을 수정함

허용 식품첨가물 및 허용량의 전체 정보는 싱가포르 식품청(SFA) 홈페이지³⁹⁾의 「싱가포르 허용 식품첨가물 목록(Food Additives Permitted under the Singapore Food Regulations)」 또는 KATI 식품첨가물 규정집에서 확인할 수 있음

[표 5.12] A사의 율무차 성분 관련 규제

물질명	영문	사용 가능 여부	최대허용량
카제이나트륨	Sodium caseinate	사용 가능	GMP ⁴⁰⁾
제이인산칼슘	Calcium phosphate, dibasic	사용 가능	GMP
레시틴	Lecithin	사용 가능	GMP
정제염	Sodium chloride	사용 가능	GMP
물엿	Hydrogenated glucose syrup	사용 가능	GMP

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

39) sfa.gov.sg

40) GMP(Good Manufacturing Practice)란 식품 규정을 기반으로 정확한 양을 규제하는 것이 아니라 해당 식품첨가물이 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 달성하는데 필요한 최소량으로 사용하여야 함을 나타내는 단위, 출처: KATI

▶ 싱가포르 포장 가당 음료 라벨링 규정 발표

싱가포르 보건부(MOH, Ministry of Health)는 2020년 03월 30일 포장된 가당 음료에 대한 필수 영양 표기와 이와 관련된 광고 금지 조치를 의무화하고 2021년 말부터 시행할 예정이라 발표함. 라벨링 부문은 모든 사전 포장 가당 음료를 A, B, C, D 총 4개 등급으로 분류할 예정임

A 등급은 초록색으로 당 함유량 및 포화지방 기준치가 최소임을 뜻하고 D 등급은 빨간색으로 당 함유량 및 포화지방 기준치가 최대임을 뜻함. 이때 A와 B 등급을 받은 가당 음료는 선택적으로 라벨링 표기를 할 수 있지만, C와 D 등급을 받은 가당 음료 제품은 라벨링 표기가 의무적임. 또한, D 등급 음료는 매장을 제외한 모든 미디어 플랫폼 광고를 금지할 예정임

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 콜드스토리지(Cold Storage)

Interview ② 페어프라이스(Fair Price)

Interview ③ 자이언트싱가포르(Giant Singapore)

Interview ④ 라이프위너스오가닉(Life Winner's Organic)

Interview ⑤ 통가든(Tong Garden)

Interview ① 콜드스토리지(Cold Storage)

41)

콜드스토리지 (Cold Storage)

전문가 소속

콜드스토리지
(Cold Storage)
유통업체

연락처

+65-3138-2626

전문가 정보

Ms. Su
(Bulk Purchase
Incharge)



콜드스토리지(Cold Storage)

Bulk Purchase Incharge, Ms. Su

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

콜드스토리지는 1903년에 설립된 식품 전문 유통업체로, 싱가포르 내 약 50여 개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 육류, 수산물, 유제품, 냉동식품, 스낵류, 음료류, 헬스&뷰티 제품, 유기농 식품 등 다양한 식자재를 취급하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 곡물 음료의 수요는 어떤가요?

싱가포르에서 최근 몇 년 사이 곡물 음료의 인기가 높아졌으며 수요도 상당히 높은 편입니다. 최초 시장 진입 시, 이전까지는 없었던 아침식사 대응 음료, 소화에 도움이 되는 음료, 각종 곡물이 함유된 음료 등을 출시하여 틈새시장을 노린 것이 효과적이었습니다. 진입 초기에 자리를 확고하게 잡아 현재까지 인기를 얻고 있으며 아이들부터 젊은 직장인, 중년층에서 수요가 있습니다.

Q. 싱가포르 내 곡물 음료의 소비 동향은 어떤가요?

싱가포르에서 곡물 음료는 주로 식사대용으로 여겨지고 있습니다. 네스탐(Nestum) 제품의 경우 아침식사 대응, 식이섬유 다량 함유, 소화에 효과적인 음료 등으로 홍보하고 있습니다. 곡물은 식이섬유가 많아 칼로리가 매우 낮고 소화기관의 해독작용을 도와주며 포만감을 주면서 다이어트에 도움이 되는 제품이기 때문에 채소를 많이 섭취하는 것과 효과가 비슷합니다.

현재 싱가포르에서 판매되고 있는 다수의 곡물 음료 제품은 유기농이고 나트륨 함량도 낮아, 건강을 중시하는 소비자들이 아침에 커피를 곡물 음료로 대체하기도 합니다.

41) 사진자료: 콜드스토리지(Cold Storage)

Q. 싱가포르에서 유명한 초콜릿 드링크에 비해 곡물 음료의 인기는 어떤가요?

오발틴(Ovaltine)과 네슬레(Nestle)의 초콜릿 파우더 제품인 마일로(Milo)가 현재 싱가포르에서 가장 유명한 초콜릿 드링크 제품입니다. 특히, 마일로는 아이들에게 가장 인기 있는 제품으로, 거의 모든 아이들이 해당 브랜드 제품을 마시고 있습니다.

일부 성인들도 아직 마일로를 마시기는 하지만 대부분은 아침에 커피나 주스를 마십니다. 초콜릿 드링크에 비해 곡물 음료는 인기를 점점 얻고 있는 추세이며, 커피 대용의 아침 식사 음료, 초콜릿 드링크보다 건강한 음료 등으로 여겨지고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 곡물 음료의 주요 소비자는 누구인가요?

곡물 음료는 주로 여성들이나 건강을 중시하는 소비자들에게 인기 있으며 체중 감량을 원하거나 너무 바빠 식사할 시간이 없는 소비자들도 간단하게 곡물 음료를 섭취합니다. 또한, 커피 소비량을 줄이고자 하는 사람들도 곡물 음료를 구매하여 커피 대신 마시기도 합니다.

한편, 곡물 음료는 커피보다는 저렴하지만, 마일로(Milo) 제품보다는 상대적으로 가격이 높아 어느 정도 경제력이 있는 소비자들이 구매하는 편입니다.

Interview ② 페어프라이스(Fair Price)

42)

페어프라이스 (Fair Price)

전문가 소속

페어프라이스
(Fair Price)
유통업체

연락처

+65-6468-8415

전문가 정보

Mr. Justin Seetoh
(Purchasing Manager)



페어프라이스(Fair Price)

Purchasing Manager, Mr. Justin Seetoh

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

페어프라이스는 1973년에 설립된 싱가포르에서 가장 큰 식료품점 중 하나로, 약 370여 개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지 페어프라이스온라인(Fair Price Online)에서 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 육류, 수산물, 과일, 채소, 쌀/면, 유제품, 음료류, 헬스&뷰티 제품 등입니다.

Q. 싱가포르 내 인기 있는 곡물 음료 브랜드와 울무/견과류차 제품은 무엇인가요?

싱가포르에서 곡물 음료는 주로 인스턴트 시리얼(Instant Cereal)이나 아침 식사대용 음료(Breakfast Drinks) 카테고리 분류되며 매우 다양한 브랜드 및 제품들이 있습니다. 그 중, 가장 인기 있는 브랜드는 뉴트리온(Nutrione), 유니소이(Unisoy), 네슬레(Nestle)로, 해당 브랜드의 곡물 베이스 제품들이 시장의 대부분을 점유하고 있습니다.

그러나 견과류 및 아몬드 제품은 매우 적으며 우유 형태의 아몬드 음료만 있을 뿐, 시리얼드링크(Cereal Drink)와 비슷한 제품은 없습니다.

Q. 인기 있는 곡물 음료 제품의 특징은 무엇인가요?

네슬레(Nestle)의 경우, 체내 건강부터 외적인 뷰티 부분까지 도움을 준다는 '뷰티 인사이드앤아웃(Beauty Inside and Out)'의 이미지로 마케팅하고 있습니다. 식이섬유가 다량 함유되어 있어 소화기관의 해독작용에 도움을 줌과 동시에 비타민, 미네랄, 우유 성분이 피부와 전반적인 미용에 효과적이라는 점을 주력으로 홍보하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 곡물 음료의 주요 구매요인은 무엇인가요?

첫 번째로 건강기능입니다. 거의 대부분의 곡물 음료는 식이섬유가 함유되어 있어 체중 감량 효과가 있으며 해독에 효과적이라는 점을 홍보하고 있습니다. 두 번째로 맛입니다. 곡물 음료는 주로 아침식사 대용으로 섭취하는데, 하루 중 처음으로 먹는 식사이기 때문에 특히나 맛이 더 중요합니다. 현재 판매되고 있는 대부분의 제품들은 초콜릿이나 오트밀 플레이버입니다.

마지막으로 플레이크는 다수의 소비자가 중요하게 생각하는 구매요인 중 하나로, 플레이크가 포함된 제품이 인기 있는 편입니다. 소비자들은 제품 위에 떠 있는 플레이크가 섬유질이 풍부한 부분이라고 생각하는 경향이 있으며 크런치한 식감을 선호합니다.

Q. 싱가포르로 한국산 울무차 수출 시, 시장성이 있을까요?

아직 싱가포르 시장에서 한국산 곡물 음료에 대해 들어본 적은 없습니다. 그러나 한국은 에스테틱과 뷰티 제품, 특히 화장품으로 잘 알려져 있기 때문에 앞서 말했던 네슬레(Nestle) 브랜드와 같이 전체적인 인앤아웃 뷰티를 중점으로 홍보를 진행한다면 시장 진입에 효과적일 것으로 예상합니다.

Interview ③ 자이언트싱가포르(Giant Singapore)

43)

자이언트싱가포르
(Giant Singapore)

전문가 소속

자이언트싱가포르
(Giant Singapore)
유통업체

연락처

+65-3129-2788

전문가 정보

Ms. Sofia
(Purchasing Manager)



자이언트싱가포르(Giant Singapore)

Purchasing Manager, Ms. Sofia

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

자이언트싱가포르는 1944년에 설립된 마트로, 싱가포르 내 약 50개 이상의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 과일, 채소, 육류, 수산물, 시리얼 및 스프레드, 스낵류, 음료류 등입니다.

Q. 싱가포르 내 곡물 음료의 수요는 어떤가요?

소비자들이 건강한 식습관을 추구함에 따라 곡물 음료의 수요는 점점 증가하고 있으며 푸짐한 아침 식사를 간단한 시리얼드링크로 대체하고 있는 추세입니다. 특히 다이어트를 하는 소비자들은 점심이나 간식을 곡물 음료로 대체하기도 합니다. 그러나 커피의 대체재로서는 부족하다는 의견이 많은데, 곡물 음료에는 카페인 효과가 없기 때문입니다.

Q. 싱가포르 내 곡물 음료의 주요 소비자는 누구인가요?

곡물 음료의 주요 소비자는 20대 후반에서 40대 여성 소비자들입니다. 다이어트를 하는 남성 소비자들도 마시긴 하지만, 여성과 비교했을 때 수요는 적습니다. 또한, 아이들의 식습관을 길러주기 위하여 아이 어머니들도 많이 구매하는 편입니다.

Q. 싱가포르 내 인기 있는 곡물 음료 브랜드와 울무/견과류차 제품은 무엇인가요?

퀘이커오츠(Quaker Oats)와 네슬레(Nestle)가 가장 인기 있는 브랜드입니다. 퀘이커오츠 제품은 오토(귀리)로, 네슬레는 수수나 밀로 만든 제품이 많으며 콩으로 만든 유니소이(Unisoy) 브랜드의 제품도 인기 있습니다. 그러나 싱가포르에서 판매되고 있는 대부분의 제품은 곡물 베이스로, 견과류 음료는 잘 찾아볼 수 없습니다. 퀘이커오츠에서 호두와 캐슈넛으로 만든 제품이 있기도 하지만, 음료가 아니라 죽이나 수프 형태에 가깝습니다.

43) 사진자료: 자이언트싱가포르(Giant Singapore)

Interview ④ 라이프위너스오가닉 (Life Winner's Organic)

44)

라이프위너스오가닉
(Life Winner's Organic)

전문가 소속

라이프위너스오가닉
(Life Winner's Organic)
유통업체

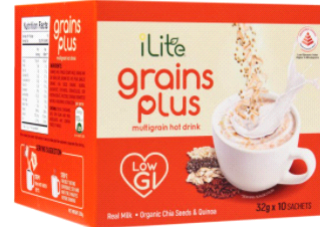
연락처

+65-6276-6535

전문가 정보

Ms. Deborah Ong
(Director)

LIFEWINNERS
ORGANIC & FINE FOODS



라이프위너스오가닉(Life Winner's Organic) Director, Ms. Deborah Ong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

라이프위너스오가닉은 2008년에 설립된 유기농 식품 전문 업체로, 주로 자사 온라인 홈페이지를 통해서 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 시리얼, 음료류, 감미료, 스프레드 및 잼 등이며 모든 제품은 Non-GMO이고 유기농 인증을 받은 제품입니다.

Q. 싱가포르 내 인기 있는 곡물 음료 제품은 무엇인가요?

싱가포르에는 다양한 현지 및 수입 브랜드가 판매되고 있으며 특히 네슬레(Nestle) 제품이 가장 인기 있습니다. 그러나 저희 업체는 유기농 곡물 음료 제품인 아이라이트그레인플러스(Lite Grain Plus) 제품을 취급하고 있는데, 이는 혈당수치를 낮춰주어 당뇨 환자에게 효과가 있다고 의학적으로 증명되어 인기 있는 제품입니다.

Q. 싱가포르 내 한국산 울무차 및 곡물 음료에 대한 인식은 어떤가요?

사실 대부분의 곡물 음료는 한국의 미숫가루에서 비롯된 제품입니다. 그러나 다른 곡물 음료 및 시리얼드링크가 미숫가루보다 먼저 싱가포르에 진출했기 때문에 싱가포르 소비자들은 미숫가루에 대해 거의 알지 못합니다. 그러므로 한국 브랜드가 동종 제품을 오리지널 시리얼드링크라는 것을 중점으로 홍보한다고 하더라도 미숫가루나 울무차에 대한 인지도가 매우 낮아 소비자층 형성이 어려울 것으로 예상됩니다.

Q. 싱가포르로 한국산 울무차 수출 시, 시장성이 있을까요?

이미 싱가포르에는 수많은 곡물 음료 경쟁 제품이 판매되고 있습니다. 시장 진출을 위해서는 아이라이트그레인플러스 제품과 같이 특별한 기능적인 효과가 있어야 합니다. 대부분의 곡물 음료 제품은 식이섬유와 해독작용으로 홍보하고 있기 때문에 이와 다른 차별화된 제품 특징이 있다면 진입에 효과적일 것으로 예상됩니다.

44) 사진자료: 라이프위너스오가닉(Life Winner's Organic)

Interview ⑤ 통가든(Tong Garden)

45)

● 통가든
(Tong Garden)

전문가 소속

통가든
(Tong Garden)
제조 및 유통업체연락처
+65-6264-8888

전문가 정보

Mr. Ang
(Sales Executive)통가든(Tong Garden)
Sales Executive, Mr. Ang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

통가든은 1963년에 설립된 견과류/스낵 전문 제조 및 유통업체로 싱가포르 내 슈퍼마켓 및 식료품점으로 납품하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 견과류, 씨앗, 건조 과일, 팥콩, 김, 스낵류, 음료류 등이며 노이(Noi), 선기프트(Sungift), 아모어(Amore), 뉴트리원(Nutrione) 브랜드를 보유하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 곡물 음료의 시장 동향과 수요는 어떤가요?

현재 싱가포르 시장에는 다양한 브랜드, 제품, 형태, 플레이버의 곡물 음료 제품이 판매되고 있으며 수요도 점점 증가하고 있는 추세입니다. 곡물 음료 관련 업체들도 상당히 많이 생겨나고 있으며 새로운 제품도 출시되고 있습니다. 그러므로 제품의 품질도 대체로 높아졌고, 각각의 건강기능효과를 가진 제품들도 많아지면서 브랜드들은 이를 중점으로 홍보를 진행하고 있습니다.

Q. 업체에서 취급하고 있는 곡물 음료의 특징은 무엇인가요?

저희 업체에서는 뉴트리원(Nutrione) 브랜드의 제품을 판매하고 있습니다. 타 브랜드의 제품은 주로 밀과 수수로 만든 제품이 많고 1-2개의 곡물이 혼합된 제품이 많습니다. 그러나 뉴트리원 제품은 호두, 은행씨, 보리, 아마씨, 구기자 등 총 25가지의 곡물이 함유된 제품입니다. 또한, 해당 제품은 곡물 플레이크가 없습니다. 물론 동종 제품 중 플레이크가 포함된 제품도 있지만, 플레이크가 없는 제품이 더 일반적입니다.

Q. 싱가포르로 울무차 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

식품 전문 온라인 스토어에는 이미 다양한 경쟁 브랜드 및 제품이 오래전부터 판매되고 있기 때문에 최초 시장 진입 시 온라인으로 먼저 유통하는 것은 추천하지 않습니다. 온라인보다는 특히 건강을 중요시하는 아이 어머니를 포함한 소비자들의 방문 빈도가 높고 접근성이 좋은 오프라인 매장에서 판매하는 것이 더 효과적입니다.

만약 A사의 제품이 유기농 제품이거나, 예를 들어 혈당수치 감소 등의 건강기능효과에 대한 의학적 증거가 되었다면 건강기능식품 전문매장이나 유기농 매장으로 유통하는 것을 추천합니다.

Q. 싱가포르로 울무차 수출 시, 제품에 관한 조언 사항이 있나요?

다수의 경쟁 제품 출시로 인해 곡물 음료의 품질이 상향평준화 되었지만, 사실상 유기적으로 생산되었거나 유기농 인증을 받은 곡물 음료 제품은 거의 없습니다. 그러므로 A사가 틈새시장을 공략한다면 시장 진출 시 매우 효과적일 것입니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

기타식물성원료온음료
시장규모 15억 원
'15-'19년 동일 규모 유지



02 소비특징

건과류 및 곡물음료, 보리와 쌀이 주 원료
싱가포르 내 울무차, 대다수가 A사 제품
분말차 건강음료로 인식되나 울무차 인지도 미미
곡물음료, 분말 형태보다 액체형이 다수

06 전문가인터뷰

아침식사, 커피 대체재로 부상
기능적 차별화 요소 필요
인앤아웃부터 중점 홍보 필요



A사 울무차

03 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓 77%
개인 및 기타 식료품점 17.3%
오프라인 유통 추천



05 세금/관세

FTA 발효로 관세율 0%



04 통관/검역

현지 수입업체, ACRA 사전등록 필수
원산지증명서 수출 시 매회 제출 필요

기타식물성원료온음료('19)

15억 원

전체 기타온음료 시장 중 3%
건강한 차 음료에 대한 관심 증가

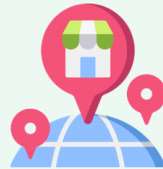


싱가포르 기타식물성원료온음료의 시장규모는 170만 싱가포르달러로, 2015-2019년 동일한 시장규모를 유지했으나, 건강한 차 음료에 대한 소비자 관심은 추후 꾸준히 증가할 것으로 예상됨. 기타식물성원료온음료 카테고리의 1위 기업은 제이디피츠로, 60% 이상의 압도적인 점유율을 보임

울무차 소비특징

울무차, 아직 싱가포르 내 인지도 미미

건과·곡물음료, 보리와 쌀이 주원료
분말차 중 울무차 인지도 미미
반면 울무차 대부분이 조사 기업 제품



싱가포르 내 건과·곡물음료는 대부분 보리, 쌀이 주 원료이며, 분말차는 녹차 및 밀크티가 주류로 울무차의 인지도는 아직 미미한 것으로 나타남. 하지만 싱가포르 온라인 쇼핑물 내 대부분의 울무차가 조사기업 제품이나, 이 외에도 10개 가량의 한국 브랜드가 진출한 것으로 확인됨. 싱가포르 내 건과·곡물음료, 분말차는 유기농 및 건강과의 키워드 연관성이 높았음

울무차 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓
점유율 70%이상

개인 및 기타 식료품점 17.3%
편의점 3.0%
온라인 2.0%



싱가포르 기타온음료 유통채널 중 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 77%의 압도적인 점유율을 보임. 다음으로 개인 및 기타 식료품점이 17.3%, 편의점이 3.0%의 점유율을 보임. 전문가 인터뷰 결과, 방문 빈도가 높고 접근성이 좋은 건강기능식품 전문매장이나 유기농 매장 등 오프라인 매장으로의 유통을 추천하는 답변을 확인함



Export Insights

통관 및 검역

싱가포르, 식품 수출 전 수입업자 등록 필수

필수 인증 없음
기본세율 0%



싱가포르 일반 가공식품 수출 시 적용받는 강제 인증은 없으나, 싱가포르 인구의 15%가 무슬림이기 때문에 수입업체나 유통업체가 HALAL 인증을 요구하는 경우가 많아지고 있음. 이 외에, 일반가공식품 수출 시 싱가포르 현지 수입업체의 ARCA를 통한 사전등록이 필수임. 율무차 수출 시 기본세율, 협정세율은 0%로 확인됨

전문가 인터뷰: 가격 및 진입장벽

01. 가격경쟁력 중요 02. 주요 진입장벽은 현지 제품의 강세

전문가 5인 중 3명 이상이 가격경쟁력·
현지 브랜드 강세·한국 브랜드의 낮은
인지도에 대해 언급



전문가 5명 중 3명 이상이 가격경쟁력의 중요성에 대해 언급함. 또한, 주요 진입장벽으로 현지 듀유 브랜드에 대한 높은 수요 및 신뢰도와 한국 듀유 브랜드의 낮은 인지도를 선정함. 전문가 인터뷰에 따르면, 재래시장에서 판매하는 듀유와 현지 브랜드 듀유의 낮은 가격·베트남의 낮은 1인당 소득으로 인해 현지 진출 시 가격 경쟁력을 갖추는 것이 중요할 것임

진출제언



- Point 01. 곡물 음료 제품은 아침식사와 커피의 대체재로 떠오르며 수요 상승세로, 인스턴트 시리얼이나 아침 식사대용식품 카테고리 분류됨
- Point 02. 반면 한국산 곡물·견과류 음료 인지도는 아직 부족하며, 오리지널 시리얼드링크로 홍보하더라도 소비자층 형성은 어려울 것으로 예상됨. 이미 많은 제품이 셀링포인트로 선정된 식이섬유, 해독작용 이 외에 특별한 기능적 차별화 포인트가 있어야 할 것임
- Point 03. 인앤아웃뷰티를 강조하는 현지 선도 기업을 벤치마킹하고, 한국이 뷰티 제품으로 잘 알려진 점을 활용하여 단순 식사대용식품이 아닌 뷰티&헬스 제품으로 포지셔닝하는 것을 추천함
- Point 04. 주요 소비자는 여성, 건강을 중시하는 소비자, 바쁜 직장인, 커피 소비량을 줄이고자 하는 소비자, 20대 후반-40대 여성이 언급됨
- Point 05. 견과류 음료, 곡물 음료, 분말차 주요 키워드로 유기농, 건강, 다이어트가 빈출했으며 싱가포르 내 유기농 인증 곡물 음료가 없다는 사실 반영해 틈새시장을 공략할 수 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
2. 싱가포르 통계청(Singapore Department of Statistics), 「Population Trends 2020」, 2020
3. 아시아원(AsiaOne), 「AsiaOne reviews the new instant Milo Gao Siew Dai - yes, it exists」, 2017
4. 아이프로퍼티(iProperty), 「Neighbourhood Guide: Bedok」, 2019
5. 푸드네비게이터아시아닷컴(Food Navigator-Asia.com), 「Singapore's War on Diabetes: How industry has played a key role in government's health battle」, 2020
6. 스태티스타(Statista), 「Healthcare consumer spending forecast in Singapore 2010-2025」, 2020
7. 미국 농무부 해외식품서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report」, 2020
8. 미국 농무부 해외식품서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service), 「Halal in Singapore」, 2017
9. 싱가포르 무이스(Majlis Ugama Islam Singapura), 「Halal Endorsement Conditions」, 2017
10. 싱가포르 관세청(Singapore Customs), 「Introduction Guide for Newly Registered Traders」, 2016
11. 싱가포르 법령, 「식품 판매법(Sale of Food Act)」, 2020

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
4. 슈퍼그룹(Supergroup) (supergroupltd.com/ltd.com)
5. 쇼피(Shopee) (www.shopee.sg)
6. 페어프라이스(Fair Price) (www.fairprice.com.sg)
7. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
8. 크런치베이스(Crunchbase) (www.crunchbase.com)
9. 더스트레이트타임즈(The Straits Times) (www.straitstimes.com)
10. 채널뉴스아시아(Channel News Asia) (www.Channel News Asia.com)
11. 나스팍(Naspac Marketing Pte Ltd) (www.naspac.com.sg)
12. 자이언트(Giant) (www.giant.sg)
13. 데어리팜그룹(Dairy Farm Group) (www.dairyfarm.com)
14. 인사이드레테일아시아(Inside Retail Aisa) (insideretail.asia)
15. 쉹시옹(Shengsiong) (www.shengsiong.com.sg)
16. 줌인포(Zoominfo) (www.zoominfo.com)
17. 투데이온라인(Today Online) (www.todayonline.com)
18. 반춘(Ban Choon Marketing PTE LTD) (www.banchoon.com.sg)
19. 콜드스토리지(Cold Storage) (www.coldstorage.com.sg)
20. 콜드스토리지(Cold Storage) 인스타그램 (www.instagram.com/coldstoragesg)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

21. 상롱푸드스터프(Sing Long Foodstuff PTE LTD) (www.singlong.com)
22. 프라임슈퍼마켓(PrimeSupermarket) (www.primesupermarket.com)
23. 프라임슈퍼마켓(PrimeSupermarket) 페이스북 (www.facebook.com/primesupermarketsg)
24. 돈돈돈키(Don Don Donki) (www.dondondonki.sg)
25. 마더십(Mothership) (mothership.sg)
26. 피피아이에이치(PPIH) (ppih.co.jp)
27. 이마트Lee Mart (leemart.online)
28. 솔마트(Solmart) (www.solmart.com.sg)
29. 쇼피(Shopee) (www.shopee.sg)
30. 타카시마야(高島屋) (www.takashimaya.com.sg)
31. 타카시마야(高島屋) 페이스북 (www.facebook.com/takashimayasg)
32. 싱가포르 정부(Singapore Government) (www.gov.sg)
33. 싱가포르 식품청(Singapore Food Agency) (www.sfa.gov.sg)
34. 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online) (sso.agc.gov.sg)
35. 싱가포르 무이스(Majlis Ugama Islam Singapore) (www.muis.gov.sg)
36. 싱가포르 관세청(Singapore Customs) (www.customs.gov.sg)
37. 싱가포르 보건부(Ministry of Health) (moh.gov.vn)
38. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
39. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
40. 카티(Kati) (www.kati.net)
41. 콜드스토리지(Cold Storage) (coldstorage.com.sg)
42. 페어프라이스(Fair Price) (fairprice.com.sg)
43. 자이언트싱가포르(Giant Singapore) (giant.sg)
44. 라이프위너스오가닉(Life Winner's Organic) (lifewinnersorganic.com)
45. 통가든(Tong Garden) (shop.tonggarden.com.sg)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.12.04

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