한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2021
해외시장 맞춤조사

No.	202201-06
품목	티백 조미료(Broth Pack)
HS CODE	2103.90-9030
국가	싱가포르(Singapore)
구분	시장분석형

KaTi
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. 요약 04

Ⅱ. 시장규모

1. 싱가포르 부용 시장규모 06
2. 싱가포르 조리용 재료 시장점유율 07
3. 싱가포르 부용 시장점유율 08
4. 싱가포르 티백 조미료 수입규모 09
5. 한국 티백 조미료 수출규모 10

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 다양한 채식 육수 제품 상위권 차지 13
2. 해산물 및 채소 성분 키워드 빈출 14
3. 큐브 및 분말 제형의 육수 제품 대다수 15
4. 홍보문구 1위 '천연유래의', '한국의'도 상위권 16
5. 싱가포르 티백 조미료 진출 컨셉 17

Ⅳ. 유통채널 특징

1. 싱가포르 티백 조미료 유통채널 비교 19
2. 싱가포르 티백 조미료 유통채널 특징 20

Contents

Ⅴ. 온·오프라인 유통채널

1. 싱가포르 티백 조미료 주요 온라인 유통채널 24
2. 싱가포르 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널 30

Ⅵ. 진입장벽

1. 싱가포르 티백 조미료 통관 및 검역 절차 38
2. 싱가포르 티백 조미료 품질 인증 41
3. 싱가포르 티백 조미료 라벨링 42
4. 싱가포르 티백 조미료 성분 및 유해물질 49

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

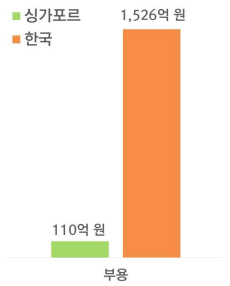
Interview ① 자이언트(Giant) 54
Interview ② 콜드 스토리지(Cold Storage) 56
Interview ③ 페어 프라이스 온라인(Fair Price Online) 58

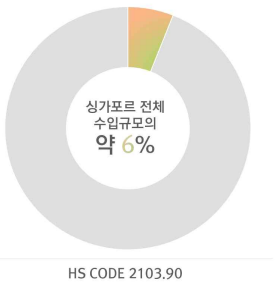
Ⅷ. 시사점 60

※ 참고문헌 63

Summary

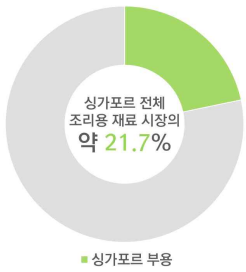
■ 수요 분석

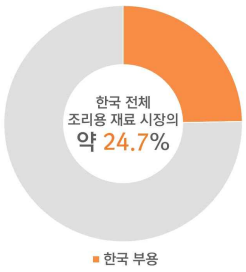




	싱가포르	한국
부용 시장규모	110억 원	1,526억 원
	수입(출)액	점유율
싱가포르 對한국 HS CODE 2103.90 수입 현황	96억 원	6%
한국 對싱가포르 HS CODE 2103.90-9030 수입 현황	65억 원	17%

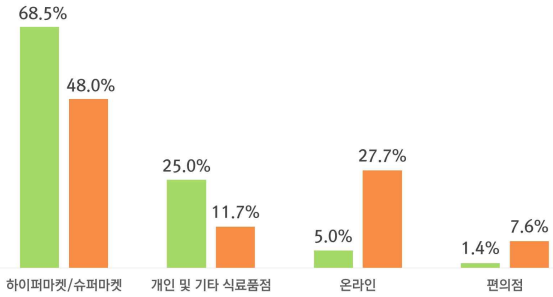
■ 시장점유율





■ 소비 특징

■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	• 코로나19 이후 식료품 및 필수품 가격 동결 및 가격 인하 정책 시행
아시안마트/한인마트	• 대다수 업체가 배송 서비스 제공 중
온라인	• 코로나19의 영향으로 온라인 소비시장 빠른 성장 • 오프라인 매장과 SNS 채널, 모바일 등 다양한 플랫폼을 연계한 옴니채널형 서비스 제공

■ 진입장벽

인증/사전등록	싱가포르 필수 인증 無. 수입업체 사전등록 필수
라벨링	영어 표기 필수, 외국어 병기 가능. 스티커 라벨 허용
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

조미료 및 시즈닝 수요	• 싱가포르 내 조미료 및 시즈닝 수요 높은 편 • 한국산 조미료, 매운 맛이라는 인식 강해
고객사 제품 피드백	• 티백 형태의 제품에 대한 의견 다양 • 현지 경쟁제품 대비 고객사 제품 가격 비싼 편
유통채널	• 온라인 판매 효과적 • 오프라인 채널로는 백화점, 슈퍼마켓 등 대형 유통업체 추천

■ 요약

Point 01.	• 싱가포르 부용 시장 향후 5년(2021-2025)간 연평균 4% 성장 전망 • 코로나19의 장기화로 가정 내 조리 빈도가 늘어나 조미료 및 소스류 수요 증가
Point 02.	• 고객사 제품의 티백 형태, 싱가포르 시장에서 육수 제품에 흔하지 않은 형태로, 편리성 측면에서 현지 소비자의 관심을 끌 수 있을 것으로 기대 • 고객사 제품 FOB, 현지 경쟁제품 대비 다소 높은 편

II. 시장규모

1. 싱가포르 부용 시장규모
2. 싱가포르 조리용 재료 시장점유율
3. 싱가포르 부용 시장점유율
4. 싱가포르 티백 조미료 수입규모
5. 한국 티백 조미료 수출규모

1. 싱가포르 부용 시장규모

싱가포르 국가 일반 정보[1)]

면적	718㎢
인구	577만 명
GDP	3,400억 달러
1인당 GDP	58,902달러

▶ 싱가포르 부용 시장규모 약 110억 원, 한국의 7% 수준

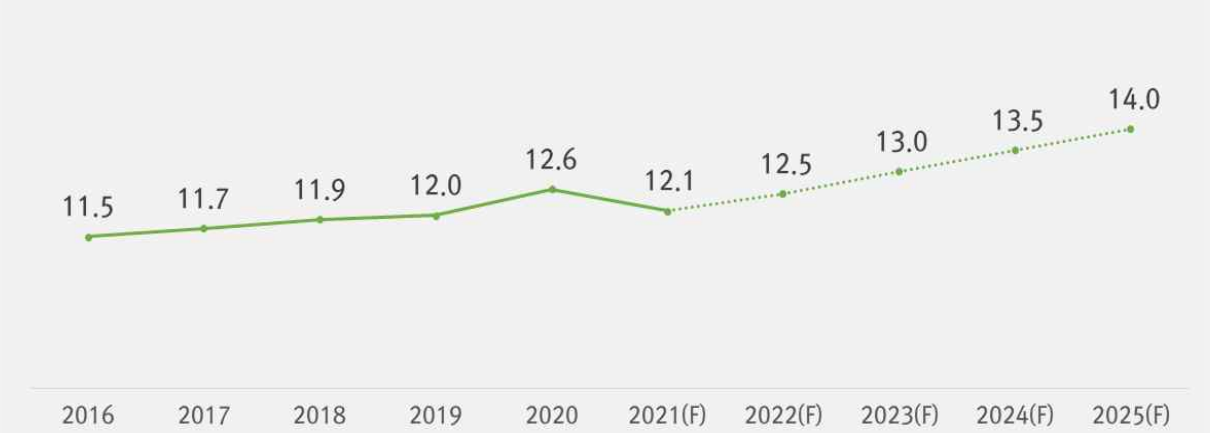
2020년 싱가포르 부용 시장규모는 전년 대비 5% 성장한 약 110억 원으로, 약 1,526억 원을 기록한 한국 시장의 7% 규모임. 싱가포르 부용 시장은 지난 4년(2016-19년)간 유사한 규모를 유지하다가 2020년 소폭 성장하여 지난 5년(2016-20)간 연평균성장률 2%를 기록함

▶ 싱가포르 부용 시장, 향후 5년간 연평균성장률 4% 전망

싱가포르 부용 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 4% 성장하여 2025년 기준 약 122억 원 규모를 달성할 것으로 예상됨. 인도네시아, 말레이시아, 태국 등 주변국 요리의 영향을 많이 받는 싱가포르의 지리적 특성상 향신료와 다양한 소스를 이용한 주변국의 요리를 하기 위해 부용 카테고리에 대한 소비자들의 수요 또한 꾸준히 상승할 것으로 예측됨[2)3)]

[표 2.1] 싱가포르 '부용' 시장규모[4)5)]

단위 : 백만 싱가포르달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR[6)]
부용	11.5	11.7	11.9	12.0	12.6	2%
(한화추정액)	(100억 원)	(102억 원)	(104억 원)	(104억 원)	(110억 원)	
분류	**2021(F)**	**2022(F)**	**2023(F)**	**2024(F)**	**2025(F)**	**CAGR**
부용	12.1	12.5	13.0	13.5	14.0	4%
(한화추정액)	(105억 원)	(109억 원)	(113억 원)	(118억 원)	(122억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
2) 조사시장: 조사제품 '티백 조미료'는 공정과정을 통해 분말 형태의 원재료들을 티백에 담은 제품으로, 이에 따라 육류, 생선, 채소, 향신료 등을 넣고 맑게 우려낸 육수를 의미하며 스톡(stock)과 같은 의미인 '부용'의 시장규모를 조사함
3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in the Singapore Country Report」, 2021.12
4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
5) 1싱가포르달러=870.49원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 싱가포르 조리용 재료 시장점유율

▶ 싱가포르, '부용' 시장점유율 21.7%로 한국보다 비중 낮아

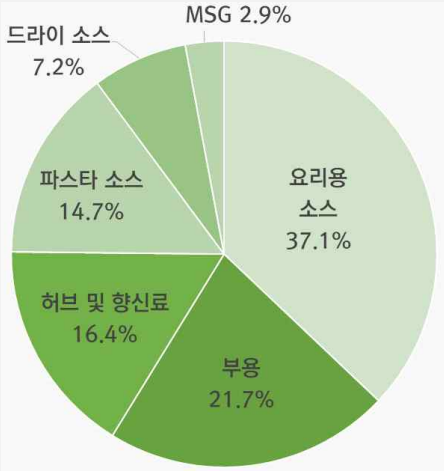
양국의 부용 시장점유율을 확인하기 위하여 상위 시장인 조리용 재료의 세부 시장을 조사함. 싱가포르 조리용 재료(505억 원) 세부 시장과 한국 조리용 재료(6,170억 원) 세부 시장을 비교한 결과, '부용'의 점유율은 싱가포르(21.7%)가 한국(24.9%)보다 낮은 것으로 확인됨

한국은 부용 다음으로 요리용 소스(23.0%), 드라이 소스(20.0%) 순으로 점유율 비중이 높은 반면, 싱가포르는 요리용 소스가 37.1%로 가장 높은 점유율을 차지하고, 다음으로 부용(21.7%), 허브 및 향신료(16.4%) 순으로 높게 조사됨. 코로나19의 장기화로 식당 영업이 중지되거나 포장, 배달로 대체되면서 음식 배달 서비스의 주문이 증가하였으며, 식재료, 홈베이킹, 홈카페 관련 주문도 늘어남. 이외에도 가정 내 조리 빈도가 늘어나면서 싱가포르 부용 시장의 성장세도 탄력을 받을 것으로 기대됨[7)8)]

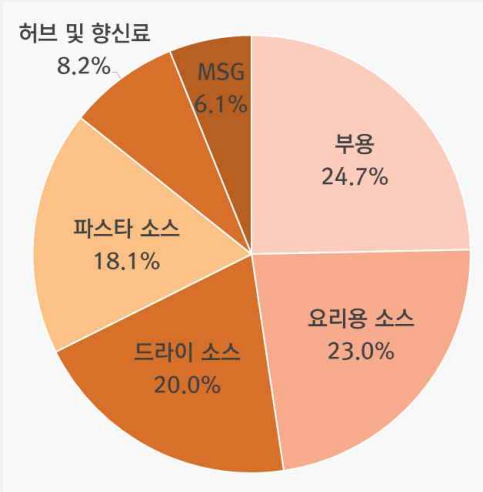
[표 2.2] 2020년 싱가포르, 한국 '조리용 재료' 시장점유율[9)]

단위 : 백분율(%)

싱가포르 조리용 재료 세부 시장



한국 조리용 재료 세부 시장



분류	조리용 재료					
	부용	드라이 소스	허브 및 향신료	MSG	파스타 소스	요리용 소스
싱가포르	21.7	7.2	16.4	2.9	14.7	37.1
한국	24.7	20.0	8.2	6.1	18.1	23.0

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 유로모니터상 싱가포르 조리용 재료 시장(505억 원)과 한국 조리용 재료 시장(6,170억 원)의 시장점유율을 나타냄
8) 자료 : KOTRA 해외시장뉴스, 「싱가포르 소비자의 뉴노멀 쇼핑트렌드」, 2020.09
9) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

3. 싱가포르 부용 시장점유율

▶ 싱가포르, '고체 및 분말 타입 부용' 시장점유율 57.1%

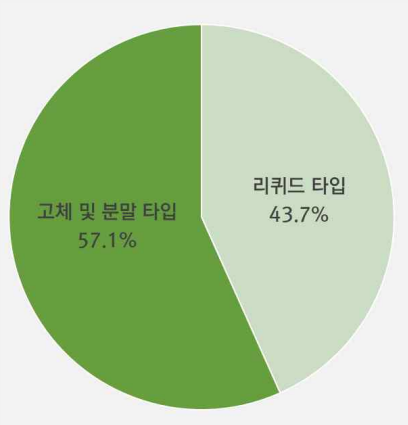
싱가포르 부용(약 110억 원) 세부 시장과 한국 부용(약 1,526억 원) 세부 시장을 비교했을 때, '고체 및 분말 타입 부용'은 양국 모두에서 절반 이상의 점유율을 차지하고 있는 것으로 확인됨. 다만, 한국은 '고체 및 분말 타입 부용' 비중이 70% 이상인 것으로 나타났으나, 싱가포르는 '고체 및 분말 타입(57.1%)'과 '리퀴드 타입(43.7%)'의 비중이 한국 대비 고르게 분포된 것으로 조사됨

코로나19의 영향으로 가정 내 요리 빈도가 증가하면서 소스, 드레싱 및 조미료의 판매도 함께 증가하고 있음. 그 일례로 2020년 8월 싱가포르 온라인 쇼핑몰인 큐텐(Qoo10)에서 판매 중인 3,485개의 한국 식품 중 한생원 천연버섯육수팩이 인기순위 6위를 차지함. 이를 통해 현지에서 티백 조미료 수요가 존재하는 것을 확인함[10)11)12)]

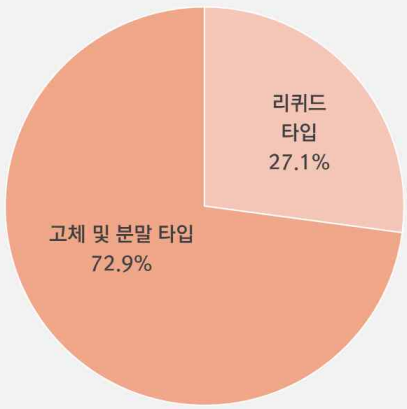
[표 2.3] 2020년 싱가포르, 한국 '부용' 시장점유율[13)]

단위 : 백분율(%)

싱가포르 부용 세부 시장



한국 부용 세부 시장



분류	부용	
	고체 및 분말 타입	리퀴드 타입
싱가포르	57.1	43.7
한국	72.9	27.1

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 유로모니터상 싱가포르 부용 시장(약 110억 원)과 한국 부용 시장(약 1,526억 원)의 시장점유율을 나타냄
11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in the Singapore Country Report」, 2021.12
12) 자료 : KATI 농식품수출정보, 「싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 인기 있는 한국식품」, 2020.09
13) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

4. 싱가포르 티백 조미료 수입규모

HS CODE 2103.90

조사제품 '티백조미료'는 '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자'로 규정된 제2103호에 속하며, 이에 '기타'에 해당하는 HS CODE 2103.90을 지표로 선정함

▶ 싱가포르 HS CODE 2103.90 對글로벌 수입액, 약 1,669억 원

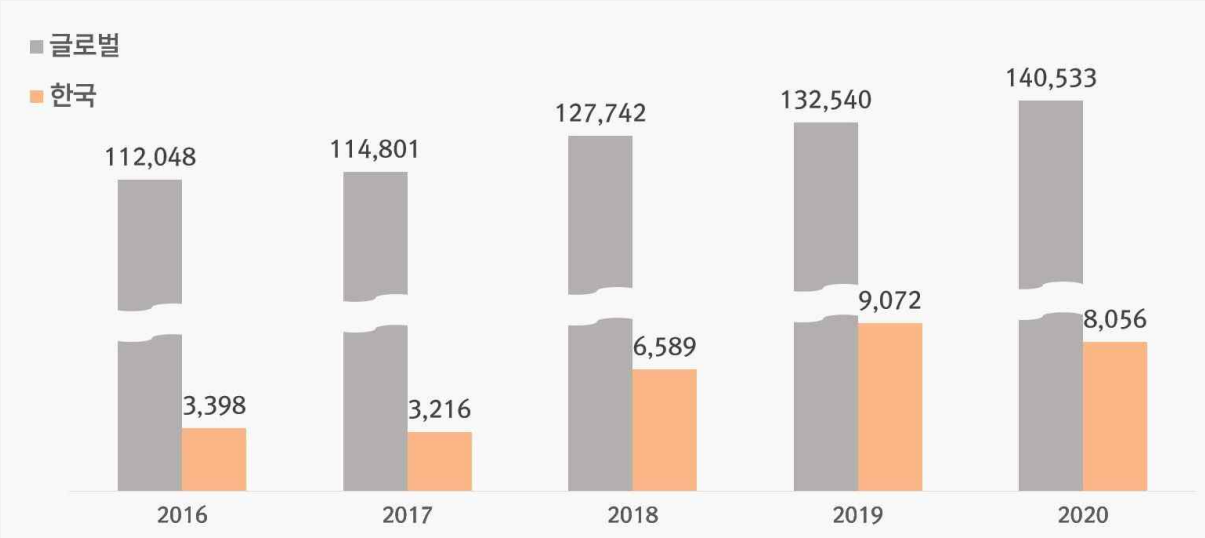
2020년 기준 싱가포르 HS CODE 2103.90 품목의 對글로벌 수입액은 약 1,669억 원으로 확인됨. 또한, 지난 5년(2016-20년)간 해당 품목의 對글로벌 수입액은 꾸준히 증가하여 연평균 6% 성장함

▶ 싱가포르 HS CODE 2103.90 수입액 중 한국산 점유율 5위

2020년 기준 싱가포르 HS CODE 2103.90 품목의 對한국 수입액은 약 96억 원으로, 싱가포르 전체 수입액의 6%를 점유하며 글로벌 수입액 기준 5위를 차지함. 對한국 수입액은 2018-19년 기준 크게 상승했으나, 2020년 기준 전년 대비 11% 감소하며 연평균성장률 24%를 기록함. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 말레이시아(약 599억 원, 36%), 2위 일본(약 209억 원, 13%), 3위 중국(약 187억 원, 11%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 싱가포르 HS CODE 2103.90 수입규모[14)15)16)]

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
싱가포르 對글로벌 수입액	112,048	114,801	127,742	132,540	140,533	6%
(한화추정액)	(1,331억 원)	(1,363억 원)	(1,517억 원)	(1,574억 원)	(1,669억 원)	
싱가포르 對한국 수입액	3,398	3,216	6,589	9,072	8,056	24%
(한화추정액)	(40억 원)	(38억 원)	(78억 원)	(108억 원)	(96억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2103.90 기준

14) 자료: ITC(International Trade Centre)
15) 1달러=1187.7원(2021.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 티백 조미료 수출규모

HS CODE 2103.90-9030

조사제품 '티백 조미료'에 해당하는 HS CODE 2103.90-9030(혼합조미료))의 한국 對글로벌, 對싱가포르 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출액, 지난 5년간 연평균 9% 성장

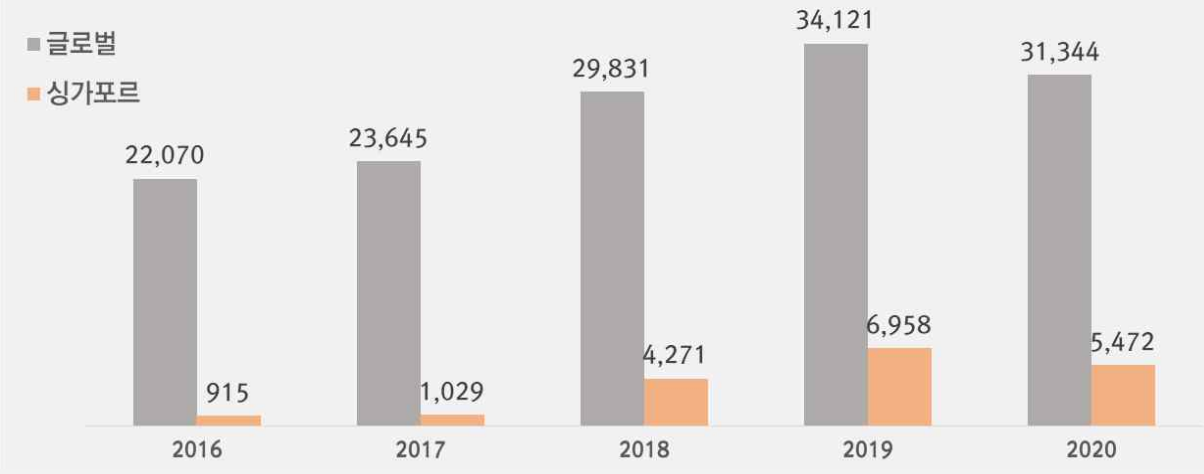
2020년 기준 한국 HS CODE 2103.90-9030 품목의 對글로벌 수출액은 약 372억 원으로 집계됨. 앞선 4년(2016-19년)간 對글로벌 수출액은 전년 대비 증가세를 이어왔으나, 2020년 기준 전년 대비 8% 감소하며 지난 5년(2016-20년)간 연평균 9% 성장함

▶ 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출액, 對싱가포르 점유율 2위

2020년 기준 한국 HS CODE 2103.90-9030 품목의 對싱가포르 수출액은 약 65억 원으로, 17%를 점유하며 글로벌 수출액 기준 2위를 차지함. 한국 對싱가포르 수출액은 지난 4년(2016-19년)간 비약적인 성장세를 보였으나, 2020년 기준 수출액이 21% 감소하며 연평균성장률은 56%로 기록됨. 점유율 기준 1위는 미국(약 75억 원, 20%), 3위는 일본(약 60억 원, 16%), 4위는 나이지리아(약 48억 원, 13%)인 것으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2103.90-9030 수출규모[17)18)]

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對글로벌 수출액	22,070	23,645	29,831	34,121	31,344	9%
(한화추정액)	(262억 원)	(281억 원)	(354억 원)	(405억 원)	(372억 원)	
한국 對싱가포르 수출액	915	1,029	4,271	6,958	5,472	56%
(한화추정액)	(11억 원)	(12억 원)	(51억 원)	(83억 원)	(65억 원)	

자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2103.90-9030 기준

17) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)
18) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 다양한 채식 육수 제품 상위권 차지
2. 해산물 및 채소 성분 키워드 빈출
3. 큐브 및 분말 제형의 육수 제품 대다수
4. 홍보문구 1위 '천연유래의', '한국의'도 상위권
5. 싱가포르 티백 조미료 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 싱가포르 온라인매장 입점 티백 조미료 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 육수(Bouillon, broth pack)
- 데이터 수집량 : 386건
- 데이터 수집원 : 싱가포르 온라인매장

▶ 싱가포르 온라인매장 입점 티백 조미료 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 성분 ③ 제형 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	야채 육수	vegetable bouillon	44	버섯육수팩	mushroom broth pack	5
	버섯 육수	mushroom bouillon	22	치킨 스톡 큐브	chicken stock cube	4
	해물육수팩	seafood broth pack	10	다시다	dasida	3
	닭육수	chicken bouillon	10	멸치해산물 육수팩	anchovy seafood broth pack	3
성분	버섯	mushroom	75	MSG	msg	26
	닭	chicken	57	마늘	garlic	25
	양파	onion	56	소고기	beef	23
	해물	seafood	45	강황	turmeric	14
	멸치	anchovy	44	토마토	tomato	13
	생선	fish	26	해초	seaweed	13
제형	큐브	cube	66	티백	tea bag	13
	분말	powder	42	(-)	(-)	(-)
	액상	liquid	14	(-)	(-)	(-)
홍보문구	천연유래의	natural	73	비건	vegan	24
	유기농	organic	61	채식주의	vegetarian	23
	한국의	korean	45	글루텐 프리	gluten free	22
	진한	rich	41	프리미엄	premium	22

1. 다양한 채식 육수 제품 상위권 차지

▶ 다양한 채식 육수, 상위권 차지

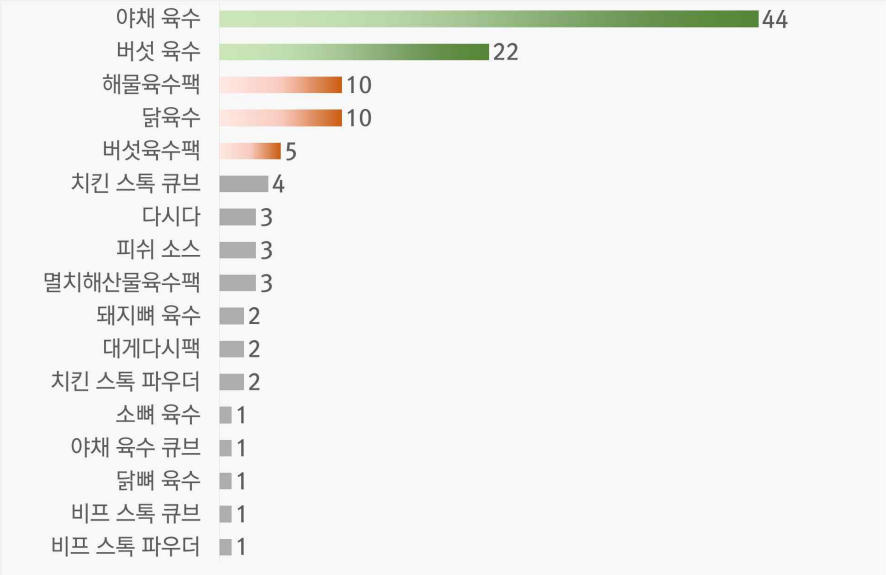
- '야채 육수' 44건, '버섯 육수' 22건으로 각 1, 2위
- 해물육수팩, 멸치해산물육수팩, 대게다시팩 등 다양한 해산물 채식 육수 제품 판매 중

▶ 육류를 이용한 육수 중 '닭육수' 빈출

- '닭육수' 키워드가 10건으로 전체 3위, 육류 기반 육수 중 1위
- 육류를 이용한 육수 종류는 다양하나 각 키워드 건수는 매우 낮은 편
- 종교의 영향(이슬람교 16.1%, 힌두교 6.5%[19])이 있을 것으로 예상

1위 야채 육수		2위 버섯 육수		3위 해물육수팩	
브랜드	퍼시픽푸드(Pacific Food)	브랜드	롱칭(LongQing)	브랜드	이어수산
용량	907gX2팩	용량	1000ml	용량	300g
가격	$17.40(15,14원)[20]	가격	$20(17,409원)	가격	$41.41(36,046원)

[표 3.1] 싱가포르 판매 티백 조미료 경쟁제품 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 '육수' 관련 게시글 386건 분석

19) 글로벌릴리져스퓨처(Globalreligiousfutures) (www.globalreligiousfutures.org)

2. 해산물 및 채소 성분 키워드 빈출

▶ **상위 5개 키워드 중 육류 성분은 한 가지**

- 채소 성분인 버섯, 양파가 1, 3위이며 해산물인 해물, 멸치는 4, 5위
- 육류 성분 중 1위인 닭은 전체 2위로 유일한 상위권 육류 성분

▶ **'멸치' 키워드 44건으로 5위**

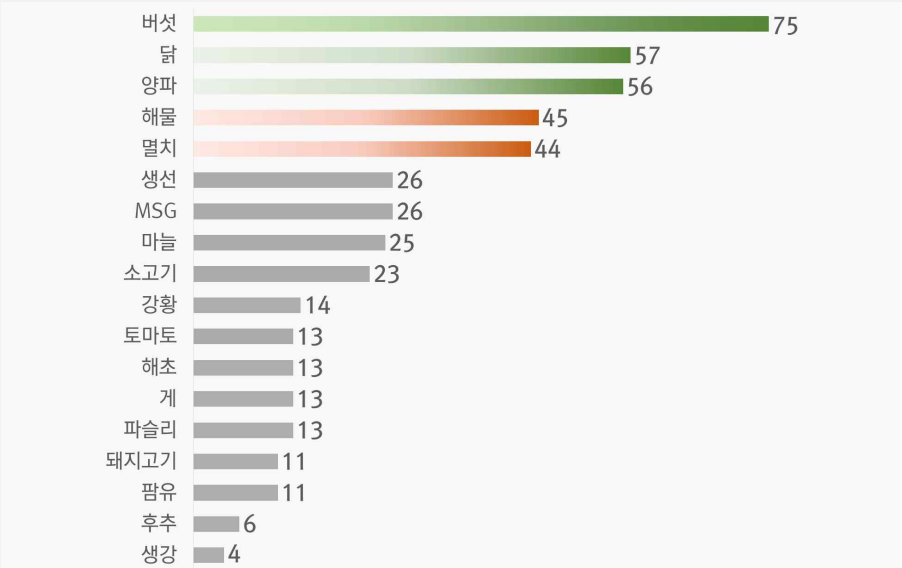
- 주요 성분이 멸치인 상품 다수 판매 중이며, 그중 대부분이 한국산
- 4~6위인 해물, 멸치, 생선은 함께 발견되는 경우가 대다수

▶ **상품 상세 설명에 마늘 첨가 여부가 표시된 경우 많아**

- 마늘은 불교에서 금하는 다섯 가지 음식물인 오신채 중 하나
- 2020년 기준 싱가포르 전체 인구 중 불교 신자 약 32.2%[21)]

1위 버섯		2위 닭		5위 멸치	
제품명	버섯 육수	제품명	배럴 댄 부용 구운 치킨 맛	제품명	멸치다시팩
브랜드	토토레(Totole)	브랜드	배럴 댄 부용 (Better than Bouillon)	브랜드	곰곰
가격	200g/$6.50(5,658원)	가격	227g/$17.50(15,233원)	가격	16gX20티백/35,010원

[표 3.2] 싱가포르 판매 육수 성분 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 '육수' 관련 게시글 386건 분석

20) 1싱가포르달러=870.49원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

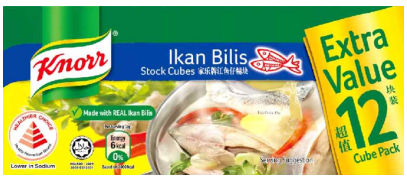
3. 큐브 및 분말 제형의 육수 제품 대다수

▶ **'큐브' 및 '분말' 키워드 빈출량 각각 1, 2위**

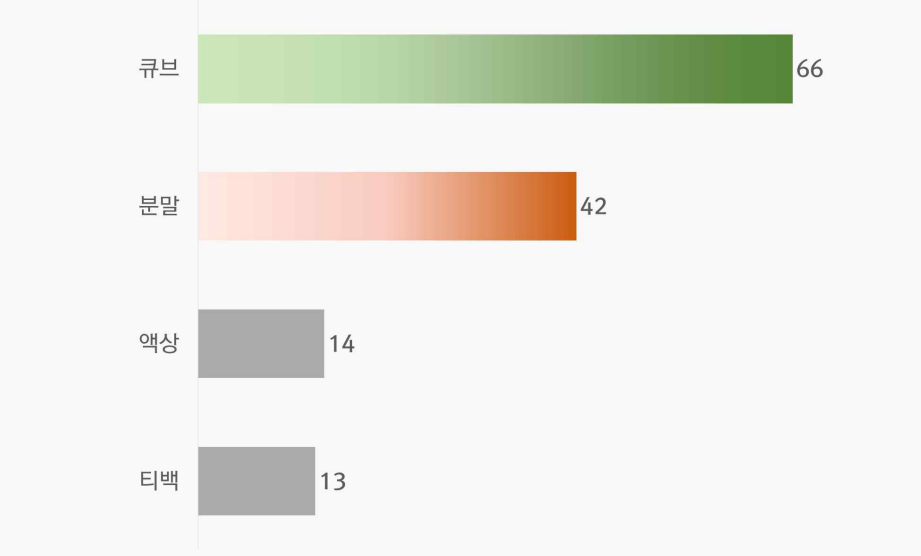
- '큐브' 키워드 66건, '분말' 키워드 42건
- 개별 포장한 큐브 타입 제품을 박스에 한 번 더 포장한 경우 대다수
- 분말은 파우치나 플라스틱 원통에 포장

▶ **'티백' 키워드 13건 발견**

- 청정원, 해표, 이어수산, 피콕, 국물애 등 원재료를 티백에 포장한 육수팩을 판매하는 한국브랜드 제품 다수 발견
- 일본의 카야노야(Kayanoya)도 티백에 포장한 육수팩 판매 중

1위 큐브		2위 가루		5위 백	
					
제품명	멸치 육수 큐브	**제품명**	유기농 야채 육수 분말	**제품명**	야채 다시팩
브랜드	크노르(Knorr)	**브랜드**	알체네로(Alchenero)	**브랜드**	해표
가격	120g/$2.45(2,132원)	**가격**	120g*12/$157.18(136,823원)	**가격**	150gX10/$11.92(10,376원)

[표 3.3] 싱가포르 판매 육수 제형 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 '육수' 관련 게시글 386건 분석

21) 글로벌릴리져스퓨처(Globalreligiousfutures) (www.globalreligiousfutures.org)

4. 홍보문구 1위 '천연유래의', '한국의'도 상위권

▶ '천연유래의' 및 '유기농', 빈출 1, 2위

- '천연유래의', '유기농' 키워드 빈출량 각각 73, 61건
- 특히, 한국산 제품은 원물을 사용했음을 강조하는 경우 대다수
- 마리골드(Marigold)의 '유기농 저염 야채 육수'와 같이 제품명에 '유기농'을 명시한 제품도 다수

▶ '비건' 키워드 24건으로 5위

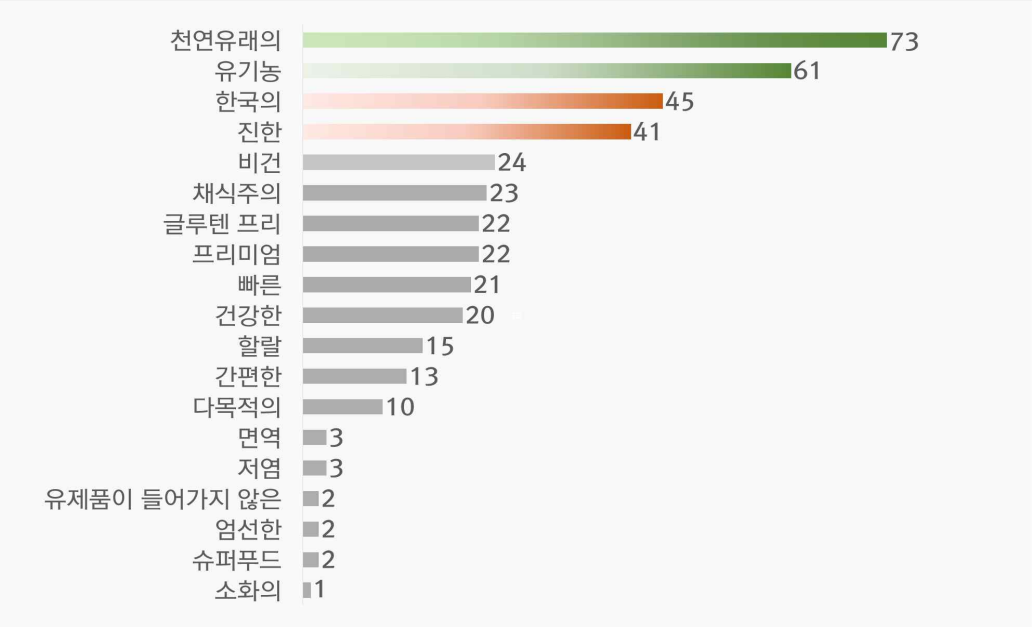
- '채식주의'는 '비건' 키워드 대비 1건 적은 23건 발견

▶ 효능 관련 키워드는 많지 않아

- '면역' 키워드가 빈출량 3건으로 효능 관련 키워드 중 1위

1위 천연유래의		2위 유기농		3위 한국의	
제품명	오가닉 프렌치 어니언 스톡 큐브	제품명	유기농 저염 야채 육수	제품명	멸치 디포리 다시팩
브랜드	칼로(Kallo)	브랜드	마리골드(Marigold)	브랜드	해표
가격	66g/$5.40(4,700원)	가격	120g/$4.09(3,560원))	가격	150g/$14(12,186원)

[표 3.4] 싱가포르 판매 육수 홍보문구 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 '육수' 관련 게시글 386건 분석

5. 싱가포르 티백 조미료 진출 컨셉

▶ **컨셉 ① _ 멸치 등 천연 원료로 재료 본연의 맛을 내는 명품 다시팩**

- 홍보문구 1위 '천연유래의' 활용
- 성분 키워드 중 5위인 '멸치'를 활용하여, 고객사 제품에 주성분으로 사용한 멸치 강조

▶ **컨셉 ② _ 멸치를 분쇄해 만든 한국산 티백 조미료**

- 천연 원료를 분쇄하여 티백에 담아 빠르게 깊은 맛이 우러나는 점 강조
- 홍보문구 중 '한국의'가 3위인 점을 참고하여 100% 한국산 원재료를 사용한 제품인 점 강조

▶ **컨셉 ③ _ 해산물을 티백에 담아 빠르게 진한 육수를 내는 다시팩**

- 멸치, 새우, 다시마 등 주원료로 들어간 해산물 성분 강조
- 천연 원료를 분쇄하여 티백에 담아 원재료로 육수를 내는 것보다 10배 빠르게 진한 육수를 낼 수 있는 점 강조

제형	성분	홍보문구	결합 키워드 발생량		제품 컨셉
(-)	멸치	천연의	10건	→	[멸치]를 비롯한 10가지 [천연 재료]로 만들어 재료 본연의 맛을 내는 명품 다시팩
티백	멸치	한국의	7건	→	[멸치] 등 천연 원료를 분쇄하여 [티백]에 담아 빠르게 깊은 맛을 내는 [한국산] 티백 조미료
(-)	해물	진한	4건	→	멸치, 새우 등 [해산물]을 티백에 담아 빠르게 맑고 [진한] 육수를 내는 멸치 다시팩
큐브	마늘	글루텐 프리	4건	→	[마늘]이 들어가지 않아 맛이 깔끔하고 [큐브] 타입 육수보다 맑은 국물을 내기 좋은 [글루텐 프리] 멸치 다시팩
티백	해초	한국의	4건	→	멸치, 새우, [다시마]를 분쇄해 [티백]에 담아 국물 맛이 깔끔한 [한국 고유의] 티백 조미료

★ 결합 키워드 발생량 : 제형/성분/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

Ⅳ. 유통채널 특징

1. 싱가포르 티백 조미료 유통채널 비교
2. 싱가포르 티백 조미료 유통채널 특징

1. 싱가포르 티백 조미료 유통채널 비교

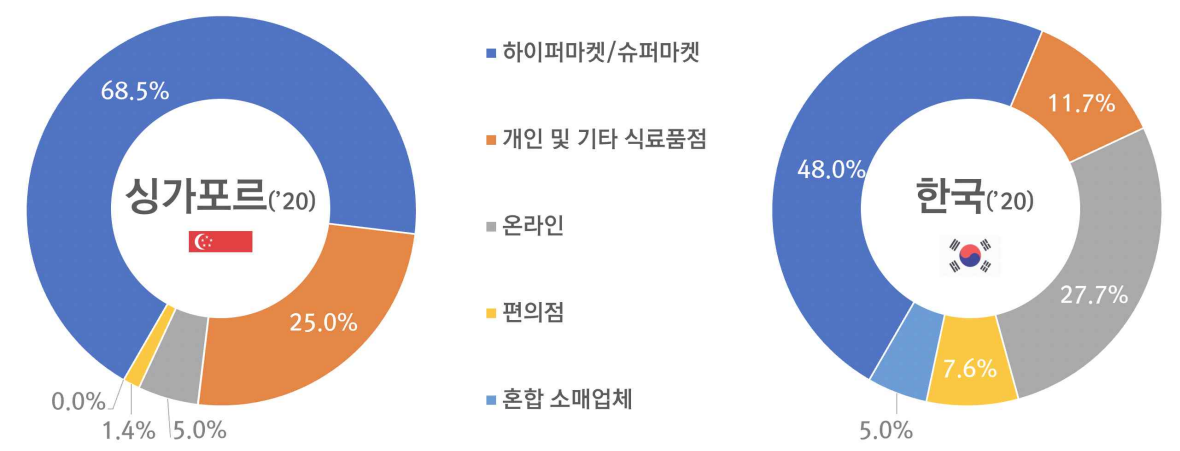
▶ 싱가포르 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 점유율 68.5% 차지

2020년 기준 싱가포르 '소스, 드레싱 및 조미료' 유통채널 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'의 점유율은 68.5%로 한국의 48.0% 대비 약 21%p 높은 것으로 나타남. '개인 및 기타 식료품점'의 점유율은 싱가포르가 25.0%, 한국이 11.7%로 약 13%p 차이를 보였으며, 이외 기타 오프라인 유통채널 중 '편의점'을 통한 유통은 싱가포르(1.4%)와 한국(7.6%) 모두에서 시행되었으나 '혼합 소매업체'를 통한 유통은 한국(5.0%)에서만 이루어진 것으로 조사됨

▶ 싱가포르 티백 조미료 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 싱가포르 '소스, 드레싱 및 조미료'의 '온라인' 유통채널 점유율은 5.0%로 한국의 27.7% 대비 낮아 싱가포르 티백 조미료의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 싱가포르 티백 조미료 소매유통채널 점유율



싱가포르 및 한국 소매유통채널 점유율[22)23)] 비교[24)]

싱가포르	유형	한국
68.5%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	48.0%
25.0%	개인 및 기타 식료품점[25)]	11.7%
5.0%	온라인	27.7%
1.4%	편의점	7.6%
0.0%	혼합 소매업체	5.0%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2020년 기준, 싱가포르 및 한국 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 소매유통채널 점유율임
23) '티백 조미료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 정보를 확인함
24) 각 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음
25) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

2. 싱가포르 티백 조미료 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

콜드스토리지 내 고급 식료품 전문 취급 브랜드 제이슨

사진자료: 콜드스토리지

▶ **싱가포르 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 엔티유씨페어프라이스 및 데어리팜인터내셔널**

싱가포르의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 엔티유씨페어프라이스(NTUC FairPrice)는 2020년 싱가포르의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 58억 4,900만 싱가포르달러(약 5조 915억 원[26])의 47.9%를 점유함. 또한, 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International)[27]은 2020년 싱가포르 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액의 22.3%를 차지함

▶ **슈퍼마켓 업계, 경제 침체로 인한 소비자 구매 성향 변화에 동참[28]**

코로나19의 영향으로 경제적 여건이 나빠지자 대다수의 싱가포르 소비자가 식료품을 더욱 신중하게 구매하기 시작함. 싱가포르 주요 슈퍼마켓 업체들은 이를 인식하고 필수품 가격 조정에 나섬. 먼저, 페어프라이스는 2020년 6월까지 예정되었던 식료품 및 필수품에 대한 가격 동결을 2020년 12월까지 연장하였으며, 자이언트는 '향후 6개월간 평균 20% 가격 인하'라는 정책을 내세움

[표 4.2] 싱가포르 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20)[29]	산하 주요 브랜드
1	엔티유씨페어프라이스 (NTUC FairPrice)	47.9%	페어프라이스(FairPrice), 페어프라이스파이니스트(FairPrice Finest), 페어프라이스엑스트라(Fairprice Xtra)
2	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	22.3%	자이언트(Giant), 콜드스토리지(Cold Storage), 마켓플레이스바이제이슨스 (Market Place by Jasons)
3	셍시옹슈퍼마켓 (Sheng Siong Supermarket)	20.8%	셍시옹 (Sheng Siong)
4	프라임슈퍼마켓 (Prime Supermarket)	2.9%	프라임 (Prime)
5	유스타즈 (U Stars)	2.4%	유스타즈슈퍼마켓 (U Stars Supermarket)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 1싱가포르달러=870.49원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
27) 데어리팜인터내셔널은 소득 및 구매력에 따라 다양한 형태의 매장을 운영하고 있음. 콜드스토리지는 중고가에 속하는 제품을 제공하며, 자이언트 계열 브랜드는 저소득층 및 가격에 민감한 고객을 대상으로 저렴한 상품이 주요 취급 품목임
28) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Singapore Country Report」, 2021.02
29) 싱가포르 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ 싱가포르 주요 아시안마트/한인마트, 돈돈돈키와 이마트

싱가포르 주요 아시안마트/한인마트로는 돈돈돈키(DON DON DONKI)와 이마트(Lee Mart)가 있음. 돈돈돈키는 현재 싱가포르 전역에서 11개 매장을 운영하고 있으며, 이마트는 5개 매장을 운영 중임. 돈돈돈키와 이마트를 포함한 대다수의 아시안마트/한인마트 업체는 현재 고객들에게 배송 서비스를 제공하고 있음

[표 4.3] 싱가포르 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	홈페이지
1	돈돈돈키 (DON DON DONKI)	2017년	11개	dondondonki.com/sg
2	이마트 (Lee Mart)	2009년	5개	leemart.sg
3	솔마트 (Solmart)	2002년	4개	solmart.com.sg
4	메이디야 (Meidi-Ya)	1980년	2개	meidi-ya.com.sg

자료: 기업 홈페이지

3) 온라인

▶ **싱가포르 주요 온라인 유통채널, 쇼피 및 아마존**

싱가포르 주요 온라인 유통채널 쇼피(Shopee)는 2020년 기준 약 3,730만 달러(약 434억 원[30])의 매출을 기록함. 아마존(Amazon)은 동기간 약 9,280만 달러(약 1,079억 원)의 매출을 기록함. 이외 주요 유통채널로는 중국 알리바바(Alibaba)의 라자다(Lazada), 지마켓(Gmarket)과 이베이(eBay)의 합작회사인 지오시스(Giosis)가 운영하는 큐텐(Qoo10) 등이 있음

▶ **온라인 소비에 익숙한 소비 성향 고려한 운영 전략 필요**[31)32)33)]

빠른 인터넷 속도 및 국제 배송 허브 등 다양한 이유로 이전부터 높은 이용률과 꾸준한 성장세를 보였던 싱가포르 온라인 소비시장은 코로나19의 영향으로 2020년 기준 전년 대비 약 53% 증가함. 또한, 전통 시장의 소셜커머스 진출, 배송 전문 업체와의 협업을 통한 배송 서비스 확대, 오프라인 매장과 SNS 채널, 모바일 등 다양한 플랫폼을 연계한 옴니채널 운영 등을 주요 변화로 짚을 수 있음. 싱가포르 소비자들은 보통 온라인을 통해 제품 관련 정보를 습득한 후 오프라인 매장에서 제품을 구매하는 쇼핑 습관을 지니고 있었으나, 코로나19 이후 다수의 소비자가 온라인 쇼핑만을 이용하기 시작함. 또한, 높은 소득 대비 가격에 민감한 경향을 보여 프로모션 기간에 할인된 가격에 제품을 구매하는 소비 성향을 보여, 해당 시기에 쇼핑이 집중된다는 점에 유념할 필요가 있음

[표 4.4] 싱가포르 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액('20)	산하 주요 브랜드
1	씨 (Sea)	약 3,730만 달러 (약 443억 원)	쇼피 (Shopee)
2	알리바바 (Alibaba)	약 339억 1,700만 위안 (약 6조 3,174억 원[34)])	라자다 (Lazada)
5	아마존 (Amazon)	약 9,280만 달러 (약 1,102억 원)	아마존 (Amazon)

자료: 스태티스타(Statista), 시밀러웹(SimilarWeb), 이커머스디비(ecommerceDB), 기업 홈페이지

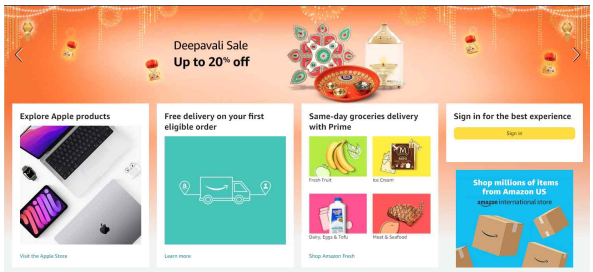
30) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
31) 농식품수출정보(KATI), 「싱가포르 온라인 시장 분석 및 한국식품 진출 확대방안 보고서」, 2020.09
32) 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in Singapore Country Report」, 2021.02
33) 한국농수산식품유통공사(aT), 「지구촌리포트 107호 코로나19가 싱가포르 온라인 시장에 미친 영향」, 2021.03
34) 1위안=186.26원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

V. 온·오프라인 유통채널

1. 싱가포르 티백 조미료 주요 온라인 유통채널
2. 싱가포르 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널

1. 싱가포르 티백 조미료 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	amazon
	홈페이지	www.amazon.sg	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	700만 회
		앱다운로드수('20)	500만 회
		매출('20)	약 9,280만 달러(약 1,102억 원[35])
		운영방식	온라인마켓

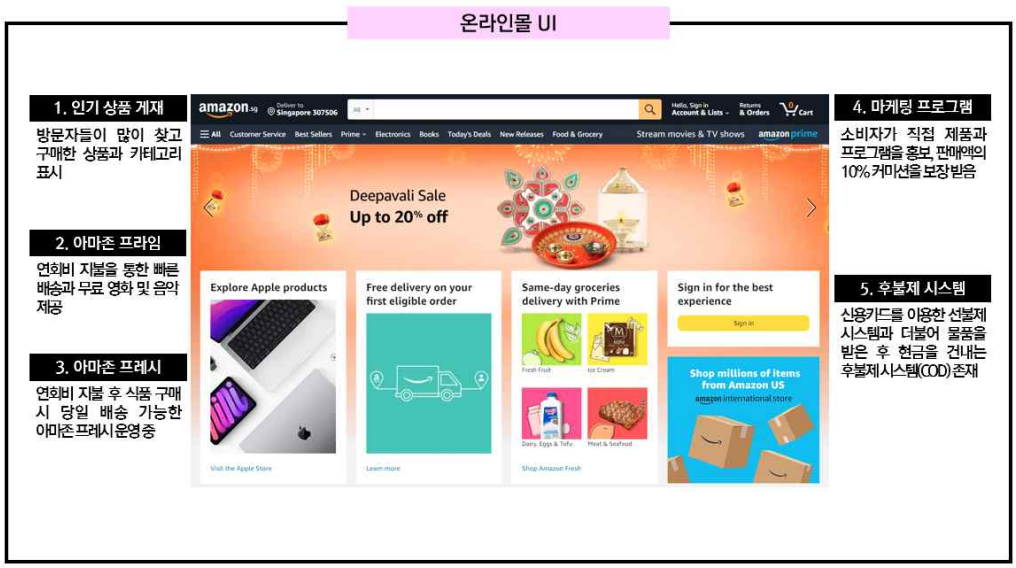
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	스완슨(Swanson), 에바라(Ebara)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	기프트 카드 제공, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 및 문의 - 홈페이지 하단 'Sell on Amazon' 클릭 후 'Start Selling' 클릭 - 아마존 싱가포르 웹사이트 회원가입 혹은 로그인 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) ② 결제 정보 (신용카드 정보) ③ 공급 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량 등) - 다음 주소에서 문의사항 입력 가능 (sell.amazon.com.sg/contact-us) • 평가 기준 - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증

자료: 아마존(Amazon) 싱가포르, 시밀러웹(SimilarWeb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

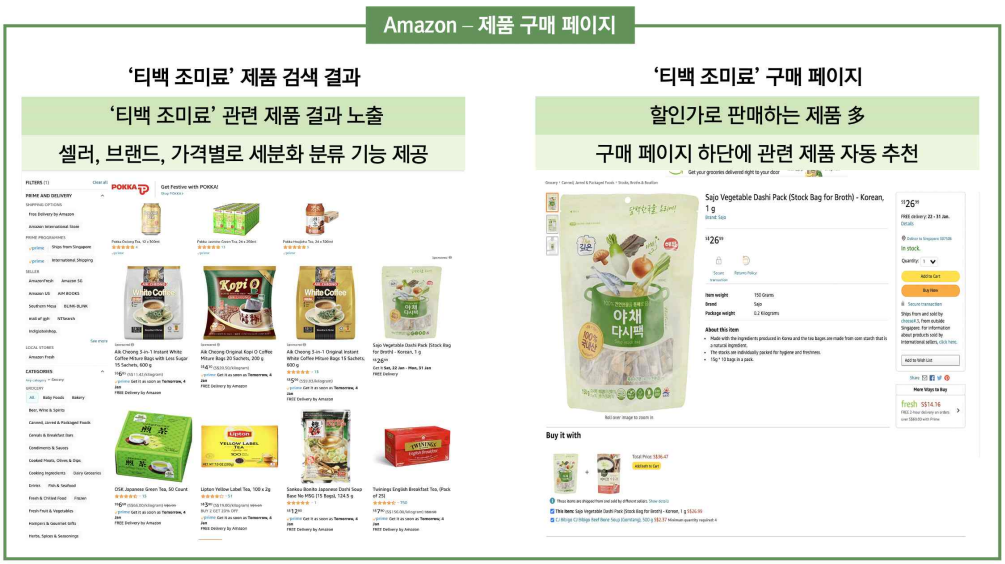
35) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon) 싱가포르
사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

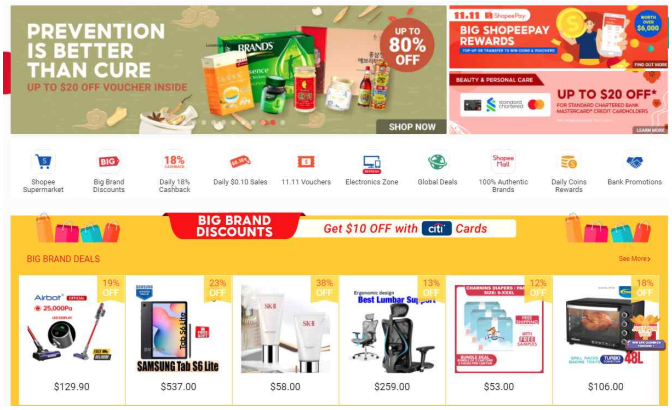
입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)[36]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격[37]	용량	이미지
1	조미 육수	스완슨 (Swanson)	스완슨치킨브로스 (Swanson Chicken Broth)	미국	3.45싱가포르달러 (약 3,003원)	1L	
2	조미 육수	에바라 (Ebara)	컨센트레이티드포크본 라멘스프베이스 (Concentrated Pork Bone Ramen Soup Base)	일본	6.79싱가포르달러 (약 5,910원)	500ml	
3	조미 큐브	크노르 (Knorr)	치킨노애디드 엠에스지스톡큐브 (Chicken No Added MSG Stock Cubes)	독일	3.15싱가포르달러 (약 2,742원)	120g	
4	조미 육수	하인즈 (Heinz)	치킨브로스 (Chicken Broth)	미국	4.15싱가포르달러 (약 3,612원)	1L	
5	조미 큐브	크노르 (Knorr)	포크불리온큐브포브로스 (Pork Bouillon Cubes for Broth)	독일	10.89싱가포르달러 (약 9,479원)	120g	
6	조미 육수	매기 (Maggi)	컨센트레이티드치킨스톡 (Concentrated Chicken Stock)	스위스	4.42싱가포르달러 (약 3,847원)	250g	
7	티백 조미료	산코우 (Sankou)	재패니즈다시스프베이스 (Japanese Dashi Soup Base)	일본	12.8싱가포르달러 (약 1만 1,142원)	176g	

자료: 아마존(Amazon) 싱가포르
사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

36) 조사일(2021.12.27.) 기준 아마존(Amazon) 싱가포르 티백 조미료 카테고리 평점 상위 제품 리스트
37) 1싱가포르달러=870.49원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	www.shopee.sg	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1,500만 회
		앱다운로드수('20)	3만 회
		매출('20)	약 3,730만 달러(약 443억 원)
		운영방식	온라인마켓

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	카야노야(Kayanoya), 푸드요(Food Yo)
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	식료품 업체와 파트너십, 휴일 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 왼쪽 상단 'Sell on Shopee' 클릭 - 하단의 'Sign up as a Shopee Mall Seller' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 주소, 우편번호, 회사 홈페이지, 제품 카테고리, 브랜드 로고, 온라인 판매 경험 등) ② 싱가포르 사업 허가서 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority) ③ 허가서 (Letter of Authorization) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6206-6610

자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르, 시밀러웹(SimilarWeb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르

온라인몰 UI ①	 세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능 영어 언어 지원
온라인몰 UI ②	 품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능 평점, 구매율, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르
사진 자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르

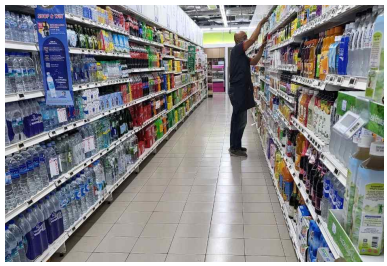
입접 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)[38]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	티백 조미료	카야노야 (Kayanoya)	슈림프다시스프스톡브로스 쿠바라혼케재패니즈푸드 (Kayanoya Shrimp Dashi Soup Stock Broth Kubarahonke Japanese food)	일본	32.15싱가포르달러 (약 2만 7,986원)	8g * 10개입	
2	조미 육수	푸드요 (Food Yo)	수페리어콜라겐브로스 (Superior Collagen Broth)	싱가포르	22.6싱가포르달러 (약 1만 9,673원)	250g * 4개입	
3	가루형 조미료	씨제이 (CJ)	다시다 (Dashida)	한국	10.99싱가포르달러 (약 9,566원)	8g * 12개입	
4	티백 조미료	사조 (Sajo)	코리안브로스팩앤초비 (Korean Broth Pack Anchovy)	한국	14싱가포르달러 (약 1만 2,186원)	15g * 10개입	
5	티백 조미료	청정원 (Chungjung one)	시푸드스톡브로스3타입 (Seafood Stock Broth 3 Types)	한국	12.21싱가포르달러 (약 1만 628원)	10g * 8개입, 9g * 8개입, 8g * 8개입	
6	티백 조미료	사조 (Sajo)	코리안브로스팩래디쉬 (Korean Broth Pack Radish)	한국	14.2싱가포르달러 (약 1만 2,360원)	15g * 10개입	
7	티백 조미료	피코크 (Peacock)	서울요리원다시팩시리즈 (Seoul Yoriwon Dashi Pack Series)	한국	15.99싱가포르달러 (약 1만 3,919원)	15g * 8개입, 16g * 8개입	

자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르
사진 자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르

38) 조사일(2021.12.27.) 기준 쇼피(Shopee) 싱가포르 티백 조미료 카테고리 평점 상위 제품 리스트

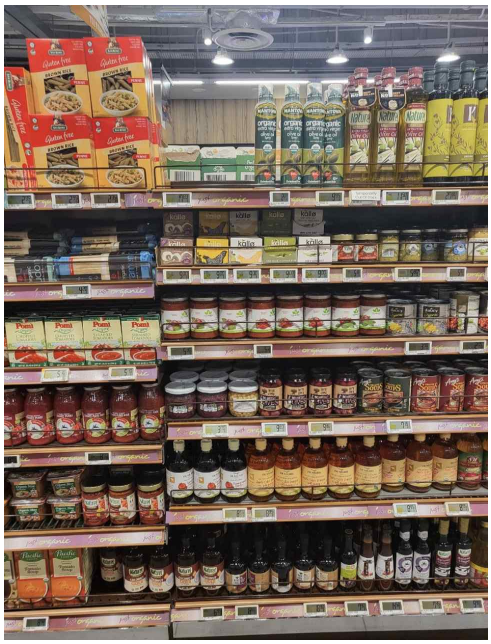
2. 싱가포르 티백 조미료 주요 오프라인 유통채널 ① 페어프라이스

기업 기본 정보	기업명	페어프라이스(FairPrice)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.fairprice.com.sg			
	위치	싱가포르(Singapore)			
	규모	매출액('20)	약 41억 3,553만 싱가포르달러(약 3조 5,999억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('21): 약 230개[39]		
	기업 요약	• 1973년 설립되었으며, 싱가포르 전국노동자연합(NTUC) 산하의 협동조합 • 2020년 당시 사회적 소수 계층 전용 매장 운영 시간 할당 • 2020년 비자(Visa)와 협업하여 인공지능 기반의 무인 매장 개점 • 자사 온라인몰인 페어프라이스온(FairPrice On)을 통해 주문 시 온디맨드딜리버리(On-Demand Delivery) 서비스 제공			
소비자 정보	타깃 소비자	성별	여성	직업	직장인·주부
		연령대	30·40대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	00:00~24:00	
	주소	17 Petir Road #B2-67, Hillion Mall Singapore 678278	
	상권	현지인이 가장 많이 이용하는 슈퍼마켓 브랜드로, 인근 쇼핑몰 안에 위치함	
	VMD	취급 브랜드	칼로(Kallo), 마끼(Maggi)
		진열 방식	카테고리별 진열
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 공급자 포털을 통한 등록 (spe.fairprice.com.sg/supreg/home.action) - 'Register Now' 클릭 - 공급자 포털 내 정보 기입 후 제출 - 포털 기입 정보 (기업명, 기업 주소, 영역별 담당자 연락처(경영, 재무, 물류 등)) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6275-6073 - 이메일: fpsupport@pracbiz.com / eprocbriefing@fairprice.com.sg

자료: 페어프라이스(FairPrice), 한국농수산식품유통공사(aT)
사진 자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황		
주력 입점 제품		
	방문 당시 싱가포르 현시 페어프라이스 매장에서는 7가지의 고체형 육수용 조미료와 1가지의 파우더형 육수용 조미료를 취급하고 있었음. 고체형 조미료의 경우 대다수 제품이 치킨 또는 야채 스톡 큐브였으며, 유기농이거나 글루텐 프리인 제품 또한 쉽게 찾아볼 수 있었음. 육수용 조미료 제품은 모두 상온 매대에 비치되어 있었으며, 주변에는 파스타 면 및 올리브유, 토마토 소스, 캔 수프 등이 함께 진열되어 있었음	

자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

39) 엔티유씨페어프라이스(NTUC Fairprice)가 운영 중인 여섯 브랜드의 매장 수 총합임

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	고체형 조미료	칼로 (Kallo)	오가닉베지터블큐브스 (Organic Vegetable) *글루텐 프리, 락토 프리	네덜란드	5.4싱가포르달러 (약 4,701원)	66g	
2	고체형 조미료	칼로 (Kallo)	오가닉베리로우솔트 오가닉베지터블큐브스 (Organic Very Low Salt Organic Vegetable) *글루텐 프리, 락토 프리	네덜란드	5.4싱가포르달러 (약 4,701원)	60g	
3	고체형 조미료	칼로 (Kallo)	오가닉베리로우솔트 오가닉치킨큐브스 (Organic Very Low Salt Organic Chicken) *글루텐 프리, 락토 프리	네덜란드	5.4싱가포르달러 (약 4,701원)	48g	
4	고체형 조미료	칼로 (Kallo)	오가닉치킨큐브 (Organic Chicken) *글루텐 프리, 락토 프리	네덜란드	5.4싱가포르달러 (약 4,701원)	66g	
5	고체형 조미료	칼로 (Kallo)	오가닉머쉬룸큐브 (Organic Mushroom) *글루텐 프리, 락토 프리	네덜란드	5.4싱가포르달러 (약 4,701원)	66g	
6	고체형 조미료	마끼 (Maggi)	이칸빌리스스톡큐브 (Ikan Bilis Stock Cube) *말린 멸치	말레이시아	1.6싱가포르달러 (약 1,393원)	60g	
7	고체형 조미료	마끼 (Maggi)	치킨스톡큐브 (Chicken Stock Cube)	말레이시아	1.6싱가포르달러 (약 1,393원)	60g	
8	파우더 조미료	이나파르만즈 키친 (Ina Paarman's)	치킨스톡파우더 (Chicken Stock Powder) *글루텐 프리, 비건	말레이시아	9.1싱가포르달러 (약 7,921원)	150g	

자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

② 마켓플레이스바이제이슨스

기업 기본 정보	기업명	마켓플레이스바이제이슨스 (Market Place by Jasons)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.marketplacebyjasons.com			
	위치	싱가포르(Singapore)			
	규모	매출액('20)	약 160억 5,100만 달러(약 19조 633억 원)[40]		
		기타 규모	• 매장 수('21): 5개		
	기업 요약	• 프리미엄 신선식품 등 중고가의 제품을 전문적으로 취급하는 콜드스토리지(Cold Storage) 산하 브랜드로 운영되고 있으며, 콜드스토리지 산하의 또 다른 브랜드인 제이슨스델리(Jasons Deli)와 함께 싱가포르 내 부유층 및 외국인을 타깃으로 수입 식품을 주로 유통함			
소비자 정보	타깃 소비자	성별	여성·남성	직업	주재원·주부
		연령대	30-50대	소득수준	중상류층

방문매장 정보	영업시간	08:00~23:00	
	주소	4 Hillview Rise, #02 - 07, Singapore 667979	
	상권	한인들이 다수 거주하는 힐뷰 지역의 주거 지역 근처에 위치하여 지역 주민들이 이용함	
	VMD	취급 브랜드	크노르(Knorr)
		진열 방식	카테고리별 진열
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-1800-8918-100 - 이메일: custsvc@coldstorage.com.sg

자료: 콜드스토리지(Cold Storage), 마켓플레이스바이제이슨스(Market Place by Jasons)
사진 자료: 마켓플레이스바이제이슨스(Market Place by Jasons) 현지 매장 방문 조사, 콜드스토리지(Cold Storage)

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	고체형 조미료	크노르 (Knorr)	베지터블스톡큐브스 (Vegetable Stock Cubes) *보존료 및 인공 향료 무첨가, 저염	말레이시아	1.9싱가포르달러 (약 1,654원)	60g	

자료: 마켓플레이스바이제이슨스(Market Place by Jasons) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 마켓플레이스바이제이슨스(Market Place by Jasons) 현지 매장 방문 조사

40) 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International) 2020년 통합 매출액 중 식료품 유통 부문 점유율을 기준으로 계산한 결과임

③ 솔마트

기업 기본 정보	기업명	솔마트(Solmart)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.solmart.com.sg
	위치	싱가포르(Singapore)
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 4개
	기업 요약	• 2002년 설립되었으며, 한국 제품 및 한국 김치 등 한국 식품 전문 판매 • 한국에서 1~4주 간격으로 제품을 수입하여 판매 진행 중 • 배송 서비스 제공 중 • 2020년 11월 일회용 유자차 할인행사 진행

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 차(茶)류, 간편식품, 스낵류, 유제품, 육류, 해산물, 냉동식품 등
	선호 제품	• 한국 제품만 판매하고 있음
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6467-4028 - 팩스: +65-6463-3509 - 이메일: solmart.info@gmail.com

자료: 솔마트(Solmart)
사진 자료: 솔마트(Solmart)

④ 돈돈돈키

기업 기본 정보	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.dondondonki.sg
	위치	도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('18) 약 2억 7,005만 달러(약 3,207억 원)
		기타 규모 • 매장 수('21): 11개
	기업 요약	• 일본 유통업체 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 동남아 타겟 유통 체인으로, 싱가포르, 태국, 홍콩 등에서 매장 운영 중 • 매장 내 푸드 코트에서 다양한 일본 음식 서비스

매장정보	입점 가능 품목	• 스낵류, 조리식품, 소스류, 즉석식품, 신선식품, 생활용품, 문구류, 잡화류 등
	선호 제품	• 일본산 제품, 저렴한 제품, 젊은 소비자를 대상으로 한 제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 상단 'Help' 클릭 - 'Contact' 클릭 후 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소 등) • 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: support.sg@dondondonki.com (싱가포르 본사) • 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 타 자회사에서 제품의 수입 및 수출 통괄 - 기업명: 팬퍼시픽인터내셔널트레이딩(Pan Pacific International Trading) - 전화번호: +81-3-3271-1120

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)
사진 자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)

VI. 진입장벽

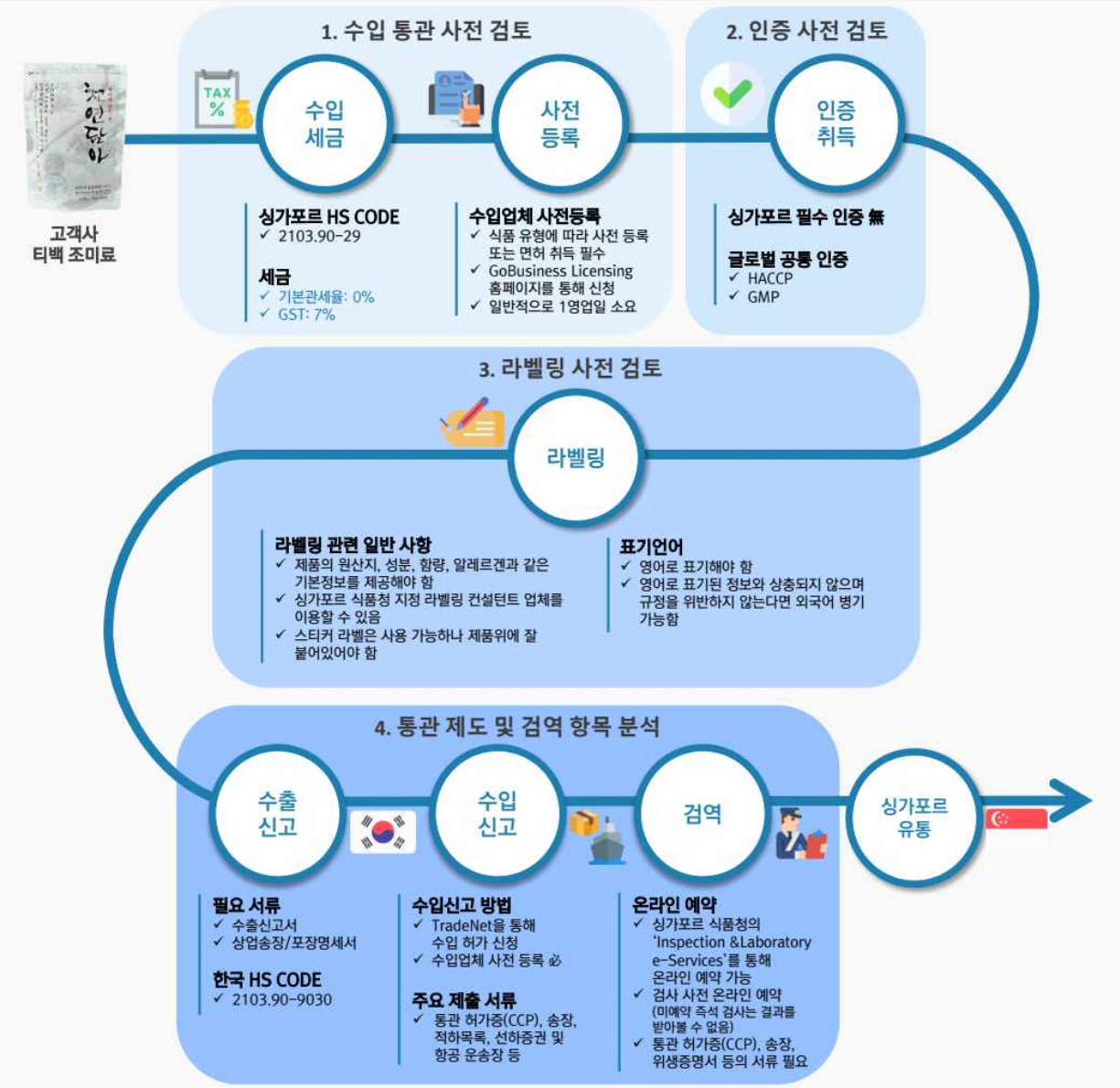
1. 싱가포르 티백 조미료 통관 및 검역 절차
2. 싱가포르 티백 조미료 품질 인증
3. 싱가포르 티백 조미료 라벨링
4. 싱가포르 티백 조미료 성분 및 유해물질

1. 싱가포르 티백 조미료 통관 및 검역 절차[41)]

▶ 싱가포르 티백 조미료 수출 시 통관 절차별 참고사항

싱가포르는 주류, 담배, 자동차, 석유 제품을 제외한 모든 수입품에 대하여 관세를 부과하지 않으나, 모든 수입 물품에 대해 7%의 CIF(Cost, Insurace and Freight)[42)]를 상품 및 서비스 세금(GST, Goods&Service Tax)으로 부과하고 있음

[표 6.1] 싱가포르 티백 조미료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 싱가포르 관세청, 싱가포르 식품청(SFA)

41) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.
42) 싱가포르 정부는 2018년 예산안에서 2025년까지 GST를 9%까지 올릴 계획을 밝힘

▶ 싱가포르 티백 조미료, 수입업체 사전등록 必

싱가포르에서 식품을 수입하기 전에 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency)에 수입업체 면허 취득 또는 등록을 사전에 완료해야 함. 고객사 티백 조미료는 일반 가공식품에 해당하여 면허는 별도로 필요하지 않으며 등록의 대상에 속함. 추가로, 온라인 홈페이지를 통해 수입 허가를 신청하여 통관 허가증(CCP)을 발급받아야 함. 또한, 싱가포르 식품청의 별도 요구 시 수입업자는 수출국 규제기관으로부터 생산 시설의 식품 안전 관리 수준 평가 서류를 발급받아 제출해야 하며, 제품 시험의 의무는 없으나 품질 관리를 위해 시험 기관에서 제품 분석을 받을 것을 권고하고 있음. 싱가포르 트레이드넷(TradeNet) 등록 시, 고객사 티백 조미료에 필요한 제품코드는 ZDP0XZ00000[43]로 확인되며, 고객사 원재료 중 수입 금지항목은 없는 것으로 확인됨

[표 6.2] 싱가포르 수입 허가 절차

절차
• 수입업체 사전등록 또는 면허 번호, 제품 및 HS 코드 준비 • 기관 코드(Establishment Code) 확인 - 한국의 기관 코드는 KR99999 • 싱가포르 식품청에서 수입 제품 코드(Product Code) 확인 • TradeNet을 통해 수입 허가 신청 - 해당 과정에서 받은 고유 참조번호(Unique Reference Number) 확인 • 필요한 경우 TradeNet을 통해 추가 서류 제출 - 실험 보고서 또는 위생 증명서가 필요할 수 있음 - 반드시 허가 신청 기간 내에 서류 제출을 완료해야 함 • 싱가포르 관세청과 식품청의 승인 이후, 화물 통관 허가증(CCP, Cargo Clearance Permit)을 발급받음 - 해당 허가증은 싱가포르 식품청 수입 허가증의 역할도 수행함 • 화물 통관 허가증 및 사본 인쇄 - 국경 검문소, 검역 등의 과정에서 해당 문서 필요 • 수입 수수료 지불 • 수입 식품 한 건당 수수료 부과 • GIRO 계정을 통해 비용 납부

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

43) HS CODE 2103.90-29에 따라 SEASONINGS FOR SOUPS, CUBES/POWDER에 해당하는 제품코드임

[표 6.3] 싱가포르 수입업체 사전등록 정보

등록 정보	
사전 준비 사항	• 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number) 발급 - 싱가포르 기업청(ACRA, Accounting and Corporate Regulatory Authority) 등록 및 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number) 발급 - 싱가포르 세관에 사업자 등록번호(UEN)를 등록하고 활성화해야 함 • 수입 물품 확인 - 수입 물품이 싱가포르 관할 당국의 통제 대상 상품인지 확인. 싱가포르 관세청 홈페이지에서 HS 코드 또는 CA 제품 코드를 이용하여 검색 가능 - HS 코드 분류에 대한 상담이 필요한 경우, 공식 분류 판정 신청 가능 - 비용은 제품당 85 싱가포르 달러임 • Inter-Bank GIRO(IBG) 계정 생성 - 싱가포르 관세청과 식품청에 Inter-Bank GIRO(IBG)를 신청해야 함. 싱가포르 관세청에 해당 신청서를 작성하여 송부 - 싱가포르 식품청에 GIRO 계정을 유지하지 않을 경우, 승인이 정지될 수 있음
등록 절차	• GoBusiness Licensing 홈페이지를 통해 신청서 제출 • GIRO 또는 온라인 전자 결제를 통해 비용 납부 • TradeNet 시스템을 통해 등록번호 확인
비용	• 일반 가공식품 수입업체의 사전등록 무료
소요 기간	• 1영업일
갱신	• 싱가포르 식품청에서 만료 2개월 전에 이메일 또는 문자로 갱신 안내문을 전송 • GoBusiness Licensing 홈페이지를 통해 갱신 신청서 제출 • 식품 리콜에 대비하여 식품 리콜 플랜 준비 - 첫 갱신 시점, 그리고 2년마다 식품 리콜 플랜이 요구됨 • GIRO 또는 온라인 전제 결제를 통해 비용 납부 • 싱가포르 식품청에서 이메일을 통해 갱신 완료 알림 전송

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

2. 싱가포르 티백 조미료 품질 인증

▶ 싱가포르 티백 조미료, 적용받는 필수 인증 無

싱가포르로 수입되는 식품 중 특정유형 제품은 수출국 관할 당국의 적절한 감독하에서 제조되었거나 싱가포르 식품청에 적용 가능한 품질 보증 프로그램을 지니고 있음을 증명해야 함. 상기 특정유형에 속하지 않는 경우에는 싱가포르 식품청의 심사에 따라 규제 서류를 제출해야 함. 모든 수입 가공식품은 입국 시 샘플 검사대상이며, 이외에 의무적으로 취득해야 하는 제품 인증은 없는 것으로 확인됨. 고객사가 기존에 취득한 인증인 FCCS22000과 HACCP 인증에 더하여 싱가포르 할랄인증기관(MUIS)에서 할랄인증을 취득할 수 있으며, 싱가포르 할랄인증은 한국 내 공식 지정 기관을 통해 간편하게 신청할 수 있음

[표 6.4] 싱가포르 티백 조미료 인증 취득 정보

취득 정보	
인증이 필수인 품목	• 포장된 미네랄 및 식용 물과 얼음, 코코넛 밀크, 간 코코넛, 나시 르막, 영유아용 시리얼 및 분유, 육지 달팽이, 최소한으로 가공된 과일 및 채소, 저온 살균 우유, 전통 구움과자(kueh ku도), 자른 사탕수수, 월병 • 해당 유형의 식품은 위생적인 조건에서 생산되었다는 인증서가 필요함
기타 품목	• 위 아홉 가지 유형 이외의 식품도 인증 서류를 유지하고 싱가포르 식품청에서 요청 시 서류를 제출해야 함
적용 가능한 인증 예시	• HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) 인증서 • GMP (Good Manufacturing Practices) 인증서 • 건강 증명서 (수출국 식품 관할 당국 및 동물 검역 당국이 발행한 문서) • 수출 증명서 (수출국 식품 관할 당국 및 동물 검역 당국이 발행한 문서) • 공장 등록증 (수출국 규제 기관에서 발행한 문서)

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

3. 싱가포르 티백 조미료 라벨링

[표 6.5] 싱가포르 티백 조미료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	• 영어로 표기해야 함 • 영어로 표기된 정보와 어긋나지 않으며 규정을 위반하지 않는다면 외국어 병기 가능함
	2. 식품명	• 소비자에게 식품의 실제 특징을 알려주기 위하여 식품의 일반적인 이름, 적절하거나 일반적인 이름을 사용할 수 없는 경우에는 상품의 설명을 라벨에 명시해야 함 • 브랜드 이름, 상표 이름, 복잡한 이름, 판매 이름, 또는 영어가 아닌 이름은 위의 상품 설명에 포함되지 않음
	3. 원재료명	• 식품에 사용된 모든 성분 목록을 중량의 내림차순으로 표기해야 함. 즉, 가장 먼저 나열된 성분은 식품에서 가장 많은 부분을 차지함 • 성분명은 일반적인 이름 또는 설명이 아니라 특징적인 이름 또는 설명을 의미하며, 성분의 정확한 특성을 잠재 구매자에게 알려야 함 • 식품에 물이 포함되어 있음을 나타낼 필요는 없음 • 두 가지 이상의 성분으로 만들어진 원재료를 포함하는 경우, 해당 구성 성분의 적절한 명칭을 나타내야 함 • 알레르기 반응을 유발할 수 있는 성분은 'contain(포함함)'이라는 설명을 이용하여 제품의 라벨에 해당 성분을 포함하고 있음을 명확하게 표기해야 함 • 아스파탐을 함유하는 제품은 '페닐케톤뇨제: 페닐알라닌을 함유함(PHENYLKETONURICS: CONTAINS PHENYLALANINE)' 또는 이와 같은 의미의 경고를 명시해야 함
	4. 순중량	• 일반적으로 제품의 순중량은 절댓값으로 표시해야 하며, 값 범위를 넘어서는 안 됨 • 액체 식품의 경우에는 밀리리터(mL) 또는 리터(L)를 이용한 부피, 고형 식품의 경우에는 그램(g) 또는 킬로그램(kg)을 이용한 무게, 반고체 또는 점성 식품의 경우에는 무게 또는 부피, 그리고 통조림과 같이 액체로 포장된 식품의 경우 순중량 및 배출된 식품의 중량도 표기해야 함
	5. 원산지	• 수입 식품의 경우 제품의 원산지를 라벨에 반드시 표기해야 함 • 원산지와 함께 수출국의 제조업체, 포장업체 등과 같은 식품 사업체의 이름과 주소 또한 라벨에 표기해야 함

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

[표 6.5] 싱가포르 티백 조미료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 수입업체 및 유통업체 정보	• 수입 식품의 경우, 현지 수입업체, 유통업체, 또는 대리인의 이름과 주소를 라벨에 반드시 명시해야 함 • 이는 제품이 소비자에게 가능한 공중 보건 및 안전 문제가 발생했을 때 식품 리콜을 위해 사용될 수 있음
라벨 선택 표시 사항 및 기준	7. 유통기한	• 식품 제조업체는 유통기한의 설정 및 개봉되지 않은 식품의 안전을 보장해야 함 • 유통기한 표시는 부패하기 쉽거나 유통기한이 짧은 제품, 시간이 지남에 따라 품질이 저하될 수 있는 제품, 오염되기 쉬운 제품, 유아용 식품 등 특정 사전포장 식품에 대해서는 반드시 표시 • 'Use by', 'Expiry date', 'Best before' 또는 'Sell by' 등으로 표기할 수 있음 • 최소 3mm 이상의 글씨로 영구적으로 표시되거나 양각되어야 함 • 식품 사업자는 식품에 유통기한을 표시할 책임이 있으며, 특정한 보관 조건이 있는 경우에는 반드시 라벨에 명확한 보관 조건을 명시해야 함
	8. 영양 정보 패널	• 영양 또는 건강 강조 표시를 포함한 제품인 경우에만 필수임 • 영양 정보 패널은 소비자에게 100g(액체 식품의 경우에는 100mL) 또는 제품 1회 제공량당 식품의 영양소 함량에 대한 정보를 제공함 • '1회 제공량'과 '패키지당 제공량'은 영양소가 1회 기준으로 표시된 경우에만 요구됨 • 열량(kcal, KJ, 또는 둘 다), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 영양 강조 표시 또는 건강 강조 표시의 대상이 되는 영양소(g) 등에 관한 정보를 표시해야 함 • 소금, 나트륨, 칼륨, 또는 이들 중 두 가지 이상에 대한 영양 강조 표시를 포함하며 그 외 다른 영양소에 대한 영양 강조 표시를 포함하지 않는 경우, 나트륨 및 칼륨 이외의 에너지 또는 영양소에 대한 언급은 패널에서 생략할 수 있음
	9. 추천 사용방법	• '레시피(Recipe)' 또는 '추천 사용방법(Serving Suggestion)' 등의 단어를 이용하여 사전 포장제품의 조리법, 사용방법, 그림 설명 등을 라벨에 포함할 수 있음 • 제품이 특정 식품 성분을 포함한다는 것을 암시하는 그림 설명은 제품의 내용물을 정확하게 표현해야 함

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

[표 6.5] 싱가포르 티백 조미료 라벨링

라벨 선택 표시 사항 및 기준	10. 영양 강조 표시 및 건강 강조 표시	• 식품에 대한 모든 영양 및 건강 강조 표시는 반드시 과학적 증거에 근거하고 검증 가능해야 함 • 영양 강조 표시는 '고섬유질', '저지방', '무설탕' 등과 같이 식품에 영양적 특성이 있음을 나타내는 것임 • 건강 강조 표시는 식품의 소비와 건강 사이에 관계가 있음을 나타냄 - 신체의 성장, 발달 및 정상적인 기능에 대한 영양소의 건강 효과를 성명하는 영양소 기능 강조 표시 - 전반적인 건강한 식단으로써 음식을 섭취할 때 질병이나 건강 관련 상태가 발생할 위험이 감소함을 설명하는 질병 위험 감소 강조 표시 - 식품 구성성분의 건강 효과를 설명하는 기타 기능 강조표시
일반 사항	11. 라벨링 관련 일반 사항	• 라벨은 모든 식품의 패키지의 눈에 잘 띄는 위치에 읽기 쉽도록 안전하게 부착해야 함 • 스티커 라벨이 제품에 단단히 부착되어 있으며 다른 필수 정보를 가리지 않는다면 허용됨 • 스티커 라벨을 사용할 경우 기존의 라벨과 다른 정보를 포함하지 않아야 하며, 특히 유통기한을 변조하는 것은 금지됨 • 식품 기업이 식품 라벨 및 광고 측면에서 싱가포르의 식품 규정을 준수하도록 지원하기 위해 싱가포르 식품청에서는 식품 라벨 컨설팅 서비스를 제공하고 있음. 지정된 4개 기관에서 사전 검토가 가능하며 비용은 제공 서비스에 따라 상이함[44]
	12. 제품 광고에 금지되는 사항	• 일반 가공식품에 제품의 성질, 안정성, 품질, 순도, 중량, 원산지 등을 나타내기 위해 거짓되거나 오해를 불러일으킬 수 있는 내용은 따로 명시되지 않는 한 라벨과 광고에 허용되지 않음 • 치료 또는 예방 조치를 위한 사용, 한 사람의 의학적 조언으로 해석될 여지가 있는 내용, 인체에 영향을 미치는 질병이나 상태를 예방, 완화 또는 치료에 도움이 된다는 주장, 식품 섭취로 건강이나 신체 상태가 개선된다는 내용은 금지됨

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

44) 싱가포르 식품청(SFA), 「Labelling Guidelines for Food Importers & Manufacturers」, https://www.sfa.gov.sg/food-information/labelling-packaging-information/labelling-guidelines-for-food-importers-manufacturers

▶ 싱가포르 티백 조미료 라벨 샘플

[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
[앞면 – 영문]	**[앞면 – 국문]**
① Kallo	① 칼로
② Organic Vegetable	② 유기농 채소
③ 6 Stock Cubes	③ 스톡 큐브 6 개입
④ Gluten + Lactose Free	④ 글루텐 및 유당 미첨가
[뒷면 – 영문]	**[뒷면 – 국문]**
① Kallo	① 칼로
② No artificial colours, flavours or preservatives	② 인공 색소, 향료, 방부제 무첨가
③ No added MSG	③ MSG 무첨가
④ Vegetarian and vegan friendly	④ 채식주의자와 비건에게 적합
⑤ Gluten and lactose free	⑤ 글루텐 및 유당 미포함
⑥ Organic Vegetable Stock Cubes	⑥ 유기농 채소 스톡 큐브
⑦ How to use : Dissolve one Kallo Organic Vegetable Stock Cube in 500ml of boiling water and add to receipt.	⑦ 사용방법 : 칼로의 유기농 채소 스톡 큐브를 500ml의 끓는 물에 넣고 레시피를 추가하세요.

⑧ Nutrition Facts

Typical values per 100ml	
Energy	27kJ/7kcal
Fat	0.4g
of which saturates	0.2g
Carbohydrates	0.7g
of which sugars	0.3g
Protein	0.0g
salt	0.0g

⑨ Drop us a line :
- Kallo Foods Ltd
- River View, Suurey GU17 9AB
- 0345 602 1519
- consumerservices@kallofoods.com
- For all things Kallo, visit: www.kallo.com

⑩ Store in a cool dry place

⑪ Design : bigfish.co.uk

⑫ 66g

⑬ certified RSPO 1106070

⑧ 영양 정보

100ml 당	
열량	27kJ/7kcal
지방	0.4g
포화지방	0.2g
탄수화물	0.7g
당류	0.3g
단백질	0.0g
나트륨	0.0g

⑨ 연락처 :
- 칼로 푸드
- 리버뷰, 수레이 GU17 9AB
- 0345 602 1519
- consumerservices@kallofoods.com
- 칼로에 대한 모든 정보는 이곳을 방문하세요: www.kallo.com

⑩ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요

⑪ 디자인 : bigfish.co.uk

⑫ 66g

⑬ 지속 가능한 팜유 인증 번호 1106070

[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[옆면 3 라벨링]

[옆면 1 - 영문]	[옆면 1 - 국문]
① ADD TASTE. NOTHING ELSE	① 오로지 맛만 더했습니다.
[옆면 2 - 영문]	**[옆면 2 - 국문]**
① Ingredients : - Sea salt - Potato starch* - Sustainable palm oil* - Sugar* - Vegetables 6.8%* (**Celery***, onion*, parsnip*, tomato*) - Sunflower oil* - Yeast extract - Caramelized sugar* - Herbs* and spices* (Lovage*, turmeric*, parsley*, black pepper*) *Organic ingredients ② Allergen Advice : See ingredients list for allergens in **bold** ③ Just so you know : Our palm oil is responsibly sourced and we're certified by Roundtable on Sustainable Palm Oil	① 재료 : - 바다소금 - 감자 전분* - 지속 가능한 팜유* - 설탕* - 채소 6.8%* (**셀러리***, 양파*, 파스닙*, 토마토*) - 해바라기유* - 효모 추출물 - 캐러멜화 설탕* - 허브*와 향신료* (로바지*, 강황*, 파슬리*, 후추*) *표시는 유기농 재료입니다. ② 알레르겐 조언 : 재료의 **굵은** 글씨로 된 재료를 확인하세요. ③ 유의사항 : 저희가 사용하는 팜유는 지속 가능한 팜유에서 인증되었고 책임감 있게 사용하고 있습니다.

[옆면 3 – 영문]	[옆면 3 – 국문]
① Before End : 08-2022	① 유통기한 : 2022년 8월
② 0405B1	② 0405B1
③ Imported/ Distributed by : - Ban Choon Marketing Pte Ltd - 30 Quality Road Singapore 618803 - Tel : (65) 6777 7333 - Fax : (65) 6777 1430 - Email : enquiries@banchoon.com.sg	③ 수입유통업체 : - 반 쿤 마케팅 주식회사 - 30 퀄리티 로드 싱가포르 618803 - 전화번호 : (65) 6777 7333 - 팩스 : (65) 6777 1430 - 이메일 : enquiries@banchoon.com.sg

4. 싱가포르 티백 조미료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

싱가포르 식품청은 식품첨가물을 특정한 기술상의 기능을 위하여 식품에 의도적으로 추가되는 화학적 물질이라고 설명함. 싱가포르에서 유통되는 식품에 포함된 첨가물은 반드시 사용 전에 안전 평가를 받아야 하며, 해당 식품첨가물의 사용량은 싱가포르 식품 규제인 식품판매법(Sale of Food Act)에서 규정한 기준치를 준수해야 함. 식품판매법에 따르면, 식품첨가물은 기술상 타당한 이유가 있고 해당 첨가물의 사용이 소비자의 오해를 유발하지 않아야 하며, 소비자의 건강을 위협하지 않아야 함. 고객사 티백 조미료에 적용되는 싱가포르 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 자세한 규정 및 기준치는 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 싱가포르 식품판매법 식품첨가물 기준을 통해 확인할 수 있음

[표 6.6] 고객사 티백 조미료에 적용되는 싱가포르 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	아세설팜-K	Acesulfame-K	110ppm	향신료 가공품
2	사카린	Saccharin	110ppm	
3	네오탐	Neotame	5ppm	
4	칼슘 L-메틸폴레이트	Calcium L-methylfolate	GMP	
5	아황산나트륨	Sodium sulfite	150ppm	
6	벤조산	Benzoic acid	불가[45]	
7	소르빈산칼륨	Potassium sorbate		

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

45) 화학보존료로 사용하는 경우

▶ 유해물질

싱가포르 식품청은 식품 안전법에 따라 어떤 방식으로든 식품에 추가되는 외부 물질, 독성 물질, 살충제, 중금속, 진균독소 등의 정의 및 기준치를 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 티백 조미료에 적용될 것으로 예상하는 싱가포르 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임. 전체 규정 및 기준치는 싱가포르 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 식품판매법 유해물질 기준을 통해 확인할 수 있음

[표 6.7] 고객사 티백 조미료에 적용되는 싱가포르 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	아플라톡신	Aflatoxin (total)	5ppb	향신료 가공품
2	비소	Arsenic	1.5ppm	
3	납	Lead	2.0ppm	
4	항생제 잔류물 또는 그 분해 산물	Antibiotic residues or degradation products	불검출	
5	디엘드린	Dieldrin	Codex EMRLs (Extraneous MRL) 적용	
6	엔드린	Endrin		
7	헵타클로드	Heptachlor		

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

싱가포르는 식품 안전에 대하여 정부와 산업, 그리고 소비자가 공유하는 공동 책임이라고 설명하고 있음. 싱가포르 식품판매법에 따라 신체의 과민 반응을 유발할 수 있는 성분을 포함한 사전포장 식품은 반드시 제품 포장의 라벨에 해당 알레르기 유발물질을 함유하고 있다는 사실을 표기해야 함. 하기 표는 싱가포르 식품청이 규정하는 알레르겐 필수표기 성분 목록에 따라 고객사 성분을 분석한 결과임

[표 6.8] 고객사 티백 조미료 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 티백 조미료 포함 여부
1	의무	글루텐을 함유한 곡물	-
2	의무	갑각류 및 갑각류 제품	V (새우)
3	의무	달걀 및 달걀 제품	-
4	의무	어류 및 어류 제품	V (멸치)
5	의무	땅콩, 대두 및 그 제품	-
6	의무	우유 및 유제품(유당 포함)	-
7	의무	견과류 및 견과류 제품	-
8	의무	10mg 이상의 아황산염 농축물	-

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 자이언트(Giant)

Interview ② 콜드 스토리지(Cold Storage)

Interview ③ 페어 프라이스 온라인(Fair Price Online)

싱가포르(Singapore)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
- **유통업체 ○**
- **이커머스○**

	자이언트 (Giant)	콜드 스토리지 (Cold Storage)	페어 프라이스 온라인 (Fair Price Online)
업태 ▶	유통업체	유통업체	이커머스
조미료 제품 취급 ▶			
	고체 스톡 제품	시즈닝 제품	시즈닝 제품
사진 자료:	해당 업체 판매 페이지		

싱가포르(Singapore)

유통업체 및 인터뷰 요약

고객사	제품 수요	제품 피드백	유통채널
자이언트 (Giant) 유통업체	• 시즈닝 수요 높음 • 한국산 시즈닝 수요 낮음	• 티백 형태 긍정적 • 가격 비쌈	• 온라인 판매 효과적 • 백화점, 슈퍼마켓 추천
콜드 스토리지 (Cold Storage) 유통업체	• 시즈닝 수요 높음 • 한국산 시즈닝 수요 낮음	• 가격 비쌈	• 슈퍼마켓 추천
페어 프라이스 온라인 (Fair Price Online) 이커머스	• 시즈닝 수요 높음 • 한국산 시즈닝 수요 낮음	• 티백 형태 부정적 • 가격 비쌈	• 온라인 판매 추천 • 슈퍼마켓, 대형 유통업체 추천

(*) 현지 경쟁품 취급 업체 인터뷰 3개사

Interview ① 자이언트(Giant)

46)

자이언트(Giant)

- **유형: 유통업체**
- **업체 특징:**
  - 1944년에 말레이시아에 설립된 기업을 모기업으로 2000년에 설립된 유통업체
  - 한국, 중국, 일본, 호주, 말레이시아 등의 수입 제품 판매 중
  - 현재 오프라인 매장과 자사 온라인 몰을 통해 판매 중
  - 냉동식품, 가공식품, 건강 보조식품 등 취급

담당자 정보

Sales Manager

자이언트(Giant)
Sales Manager

Q. 싱가포르 내 조미료 및 소스류의 수요는 어떠한가요? 한국산 시즈닝의 수요는 존재하나요?

싱가포르에서 조미료는 필수재이기 때문에 대다수 소비자들이 일상 요리를 위해 사용하고 있습니다. 싱가포르 소비자들은 말린 형태나 거친 알갱이 형태의 가공되지 않은 조미료를 선호하며 스튜나 조리가 필요한 음식에 많이 사용합니다. 한국산 조미료의 경우, 대부분이 맵거나 하나의 재료만을 사용한 제품이 많습니다. 반면, 싱가포르 조미료는 시나몬, 정향나무 등 여러 재료를 섞은 제품이 많아, 싱가포르 소비자들은 이러한 조미료를 선호합니다. 제가 아는 바로는, 한국산 조미료에 대한 수요는 높은 편은 아니며, 칠리 파우더나 갈릭 파우더 등이 싱가포르 소비자들에게 비교적 잘 알려져 있습니다.

Q. 싱가포르 소비자들이 중요하게 생각하는 조미료 제품의 요소는 무엇인가요? 선호하는 원산지 제품이 있나요?

싱가포르 소비자들이 조미료 제품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 것은 조미료에 사용된 원재료입니다. 싱가포르 현지인들은 각각의 요리에 알맞은 고유한 조미료가 필요하다고 생각하기 때문입니다. 주로 가볍고 휴대성이 뛰어난 플라스틱 용기를 선호하며, 싱가포르 요리와 궁합이 좋은 인도, 중국, 싱가포르산 조미료를 가장 선호합니다.

Q. 기존의 파우더 형태가 아닌 티백 형태의 고객사 제품에 대해 어떻게 생각하시나요? 가격은 적당한가요?

보통 육수 제품은 파우더나 고체형태이기 때문에 티백 형태의 육수 제품은 싱가포르 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것입니다. 고객사 제품의 FOB 3.05달러(한화 약 2,655원[47])는 싱가포르 시장에서 판매 중인 경쟁제품들보다 약 두 배 비쌉니다.

46) 사진자료: 자이언트(Giant) 홈페이지
47) 1싱가포르달러=870.49원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품은 100% 한국산 해산물을 원재료로 사용했는데, 해당 요소가 싱가포르 소비자들의 마음을 사로잡을 수 있을까요?

싱가포르 소비자들은 100% 한국산 원료라는 것에 크게 영향을 받지 않습니다. 현지인의 입맛에 맞는 인도나 중국산 조미료를 주로 사용하기 때문입니다. 또한, 개인적으로 해산물 맛이 크게 좋다고 생각하지 않습니다. 주로 닭고기 맛이 육수 제품 중 가장 흔하며 많이 사용되는 제품입니다.

Q. 고객사 제품은 FSSC22000 인증을 취득했으며 HACCP 인증을 취득 중에 있는데, 이에 대해서는 어떻게 생각하시나요? 추천하는 제품의 홍보문구로는 무엇이 있을까요?

해당 인증 외에 할랄 인증을 추가로 받으면 좋을 것이라고 생각합니다. '건강한 원료'는 괜찮지만, 여기에 추가로 '편리함', '빠름', '맛있게 만듦' 정도의 문구를 추가하는 것을 추천합니다.

Q. 최근 싱가포르 내 온라인 시장이 급격하게 성장을 이룬 것으로 알고 있는데, 사실인가요? 고객사 제품과 같은 육수를 내기 위한 제품에 추천하는 유통 경로는 무엇인가요?

최근 싱가포르 온라인 시장이 급격하게 성장한 것은 사실이며, 고객사 제품과 같은 신규 브랜드 제품의 온라인 판매는 매우 효과적입니다. 한국산 제품이 싱가포르 내에서 특별하고 대중성이 있는 제품이라는 인식은 없어, 작은 소매상들을 통한 유통은 추천하지 않으며, 백화점이나 슈퍼마켓 등을 통해 유통하는 것을 추천합니다.

Interview ② 콜드 스토리지(Cold Storage)

48)

콜드 스토리지 (Cold Storage)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 한국, 중국, 일본, 호주, 말레이시아 등의 수입 제품 판매 중
  - 현재 오프라인 매장과 온라인 자사몰을 통해 판매 중
  - 냉동식품, 가공식품, 건강 보조식품 등 취급

담당자 정보

Sales Manager

콜드 스토리지(Cold Storage)

Sales Manager

Q. 싱가포르 내 조미료 및 소스류의 수요는 어떠한가요? 한국산 시즈닝의 수요는 존재하나요?

최근 코로나19의 여파로 싱가포르 내 조미료에 대한 수요가 증가했습니다. 외식을 줄이고 가정에서 직접 요리하여 식사하는 빈도가 증가하여, 요리에 필요한 조미료의 수요도 증가했습니다. 싱가포르에서는 주로 스튜나 볶음 요리에 조미료를 사용합니다. 싱가포르 소비자들은 한국산 조미료를 주로 매운 맛의 칠리 파우더라고 생각하며 다양성이 부족하다는 인식이 강합니다.

Q. 싱가포르 소비자들이 중요하게 생각하는 조미료 제품의 요소는 무엇인가요? 선호하는 원산지 제품이 있나요?

싱가포르 소비자들이 조미료 제품 구매 시 중요하게 생각하는 것은 가격이지만, 가격이 저렴하면서도 맛있어야 한다는 인식이 강하기 때문에 원재료 또한 중요한 요소입니다. 조미료 제품을 장기간 보관하고자 하는 소비자들은 유리 용기를 가장 선호하며, 최근 말레이시아 조미료 제품들이 다채로운 색과 풍부한 맛으로 인기를 끌고 있습니다.

Q. 기존의 파우더 형태가 아닌 티백 형태의 고객사 제품에 대해 어떻게 생각하시나요? 가격은 적당한가요?

티백 형태의 육수 제품은 편리하며, 소비자들의 눈을 사로잡을 요인이 될 것이라고 생각합니다. 고객사 제품 가격의 경우, FOB 3.05달러(한화 약 2,655원)는 다소 비싼 편이라고 생각합니다.

Q. 고객사 제품은 100% 한국산 해산물을 원재료로 사용했는데, 해당 요소가 싱가포르 소비자들의 마음을 사로잡을 수 있을까요?

싱가포르 소비자들은 100% 한국산 원료라는 것에 큰 영향을 받지 않습니다. 해산물 맛의 경우, 태국 제품이 더욱 다양해 싱가포르 소비자들은 태국산 조미료 제품을 선호합니다.

48) 사진자료: 콜드 스토리지(Cold Storage) 홈페이지

Q. 고객사 제품은 FSSC22000 인증을 취득했으며 HACCP 인증을 취득 중에 있는데, 이에 대해서는 어떻게 생각하시나요? 추천하는 제품의 홍보문구로는 무엇이 있을까요?

싱가포르에는 무슬림 신도들이 많기 때문에 할랄 인증을 취득하는 것을 추천합니다. 또한, 맛을 설명하는 홍보문구가 추가된다면 좋을 것 같습니다.

Q. 싱가포르로 100% 한국산 원재료를 사용한 고객사의 티백 조미료 제품 수출 시, 어떠한 유통 경로를 추천하시나요?

슈퍼마켓을 가장 우선적으로 고려할 것을 추천합니다. 조미료 제품 업체들은 주로 광고, 홍보 영상, 소셜 미디어 홍보를 통해 제품을 홍보하며 작은 소매상들을 통한 유통도 가능하나 주된 유통채널로 추천하지는 않습니다.

Q. 고객사 제품과 같은 조미료 제품을 싱가포르로 수출할 때 고려해야 하는 요소는 무엇인가요?

해당 분야의 전문가는 아니지만, 제가 알기로는 포장 기준과 영문으로 된 제품 설명서, 그리고 HACCP와 할랄 인증 등이 필요한 것으로 알고 있습니다.

Interview ③ 페어 프라이스 온라인(Fair Price Online)

49)

페어 프라이스 온라인 (Fair Price Online)

- 유형: 이커머스
- 업체 특징:
  - 싱가포르 내 이커머스 플랫폼으로, 한국, 미국, 싱가포르, 말레이시아 제품들을 판매 중
  - 오프라인 매장 외에도 자사 온라인 플랫폼 운영 중
  - 냉동식품, 가공식품, 건강 보조식품 등 취급

담당자 정보

Sales Manager

페어 프라이스 온라인(Fair Price Online)

Sales Manager

Q. 싱가포르 내 조미료 및 소스류의 수요는 어떠한가요? 한국산 시즈닝의 수요는 존재하나요?

싱가포르는 조미료를 매우 많이 소비하는 국가이며, 섬 국가에서 조미료는 필수재나 다름없습니다. 조미료는 요리에 직접 첨가되는 재료이기 때문에 현지 소비자들은 강하고 향기로운 조미료를 선호합니다. 개인적으로 한국 조미료는 싱가포르 현지 소비자들에게 적합하지 않다고 생각합니다. 한국 조미료는 주로 매운 맛에 치중해 있는데, 싱가포르 소비자들은 다채롭고 강한 맛을 선호하기 때문입니다. 싱가포르에서 잘 알려진 한국 조미료에는 칠리 파우더, 김치 파우더, 양념장 등이 있습니다.

Q. 싱가포르 소비자들이 중요하게 생각하는 조미료 제품의 요소는 무엇인가요? 선호하는 원산지 제품이 있나요?

싱가포르 소비자들이 조미료 구매 시 중요하게 생각하는 것은 가격과 맛입니다. 맛있지만 비싸면 안되고, 저렴하지만 맛이 없으면 안되는 제품이 조미료입니다. 주로 플라스틱 용기가 휴대하기 간편해 많이 사용되며, 말레이시아, 인도, 중국 제품들이 인기가 많습니다.

Q. 기존의 파우더 형태가 아닌 티백 형태의 고객사 제품에 대해 어떻게 생각하시나요? 가격은 적당한가요?

티백 형태는 육수 제품에 적합하지 않다고 생각합니다. 육수는 국이나 요리에 바로 넣어서 끓여야 하는데, 육수 제품에 티백을 사용하는 이유를 잘 모르겠습니다. 또한, 고객사 제품 대비 중국 경쟁제품들이 월등히 저렴합니다.

Q. 고객사 제품은 100% 한국산 해산물을 원재료로 사용했는데, 해당 요소가 싱가포르 소비자들의 마음을 사로잡을 수 있을까요?

싱가포르 소비자들은 100% 한국산 원재료를 사용했다는 점에 큰 영향을 받지 않습니다. 다른 조미료보다 맛과 향이 특별히 좋지 않은 경우에는 현지 소비자에게 외면받을 가능성이 큽니다. 한국산 조미료는 맛에 있어서 다양성이 부족하며, 해산물 맛의 제품은 직접 맛을 보지 못해 확답을 드리지는 못하겠습니다.

49) 사진자료: 페어 프라이스 온라인(Fair Price Online) 홈페이지

Q. 고객사 제품은 FSSC22000 인증을 취득했으며 HACCP 인증을 취득 중에 있는데, 이에 대해서는 어떻게 생각하시나요? 추천하는 제품의 홍보문구로는 무엇이 있을까요?

싱가포르에서 무슬림 소비자들을 사로잡기 위해서 할랄인증은 필수적인 인증입니다. 싱가포르에서 판매하는 제품에 할랄 인증은 매우 중요한 요소입니다. 원산지보다 건강한 원재료를 포함하는 것이 더욱 중요하며, '조리하기 매우 간편함' 등의 문구가 포함되면 좋을 것 같습니다.

Q. 싱가포르로 100% 한국산 원재료를 사용한 고객사의 티백 조미료 제품 수출 시, 어떠한 유통 경로를 추천하시나요?

슈퍼마켓, 그리고 대형 유통업체를 통한 오프라인 판매와 온라인 판매를 추천합니다. 코로나19 시기인 것을 고려하면 온라인 채널은 좋은 유통 경로입니다.

Q. 고객사 제품과 같은 조미료 제품을 싱가포르로 수출할 때 고려해야 하는 요소는 무엇인가요?

싱가포르는 수입 물품에 그다지 엄격하지 않기 때문에 통관 절차에는 크게 문제가 없을 것입니다. 수입 물품은 싱가포르 정부에서 규정하는 최소한의 요구사항과 기준 등을 충족해야 하며, 식품 라벨 규정과 수입 관세, 비관세장벽 등을 고려할 필요가 있습니다.

Ⅷ. 시사점

시장수요

싱가포르 부용 시장, 연평균 4% 성장 전망

2020년 싱가포르 부용 시장규모는 약 110억 원으로, 약 1,526억 원 규모의 한국 시장 대비 약 7% 수준으로 확인됨. 싱가포르의 해당 시장은 향후 5년(2021-25)간 연평균 4% 성장할 것으로 예측됨. 싱가포르는 지리적 특성상 인도네시아, 말레이시아, 태국 등 주변국 요리의 영향을 많이 받아, 향신료와 다양한 소스를 이용한 요리를 하기 위해 부용 카테고리에 대한 현지 소비자의 수요 또한 꾸준히 상승할 것으로 예상됨. 또한, 코로나19의 장기화로 인해 가정 내 직접 조리 빈도가 늘어나며 해당 시장은 향후에도 성장할 것으로 기대됨

현지 수입유통업체에 따르면, 싱가포르에서는 요리에 다양한 조미료 및 소스류를 사용하여 해당 카테고리 식품의 수요가 많은 것으로 확인됨. 또한, 현지 소비자들은 여러 재료를 섞어 다채롭고 강한 맛이 나는 조미료를 선호하는 것으로 보임. 2020년 8월, 싱가포르 온라인 몰 큐텐(Qoo10)에서 판매 중인 약 3,000개의 한국 식품 중 한생원의 천연버섯육수팩이 인기순위 6위를 차지하여, 싱가포르 내 티백 조미료에 대한 수요가 존재하는 것을 확인함

소비 특징

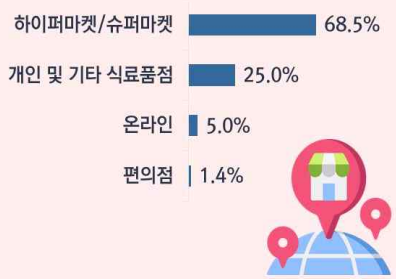
싱가포르 온라인 티백 조미료 홍보문구 키워드

싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 육수 제품의 홍보문구 분석 결과, '천연유래의', '유기농', '건강한' 등 원재료 및 건강 관련 키워드가 빈출함. 이를 통해 싱가포르 내 건강한 육수 제품에 대한 수요를 확인함. '비건', '채식주의', '글루텐 프리', '할랄' 등 성분 및 인증 관련 키워드도 다수 등장함. '빠른', '간편한'과 같이 쉽고 빠른 조리를 홍보하는 키워드도 찾아볼 수 있으며, 현지 수입유통업체 또한 '조리하기 간편함', '빠름', '맛있음' 등을 고객사 제품의 홍보문구로 추천함. 따라서 싱가포르에서 고객사 제품 홍보 시 '천연 원재료만을 사용한 간편한 티백형 육수 제품'으로 포지셔닝 할 수 있음

성분과 경쟁제품 키워드로는 비육류 키워드가 상위권에 포진함. 특히, 고객사 제품의 주요 원재료인 양파, 해물, 멸치 등이 성분 키워드 최상위권을 차지하였으며, 육류 제품 중에서는 '닭육수', '치킨 스톡 큐브', '치킨 스톡 파우더' 등 닭을 이용한 육수 제품이 많이 사용되는 것으로 조사됨. 고객사 제품에 사용된 티백 형태는 제형 관련 키워드 빈출량 최하위권을 차지함. '큐브' 키워드가 66건으로 제형 관련 키워드 1위를 차지하였으며, 온라인 및 오프라인 몰에서도 가장 흔한 형태의 육수 제품인 것으로 조사됨. 다만, 티백 형태의 조미료는 현지에서 흔하지 않고 편리해 보여 소비자의 관심을 사로잡을 수 있을 것이라는 현지 수입유통업체 의견이 다수인 것을 고려할 필요가 있으며, 제품 홍보 시 티백 형태의 '편리함'을 중점적으로 강조할 필요가 있어 보임

Export Insights

유통채널



싱가포르 티백 조미료 유통채널 점유율

2020년 싱가포르 '소스, 드레싱 및 조미료' 유통채널 확인 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 68.5%로 점유율 1위를 차지함. 코로나19의 영향으로 싱가포르 소비자들의 가처분소득이 감소하자, 주요 슈퍼마켓 업체들은 가격 인하 및 동결을 통하여 식료품 및 필수품 가격 조정을 시행하였으며, 오프라인 및 온라인 플랫폼의 연계를 통해 옴니채널형 채널로 변화해가고 있음. 또한, 정부의 지원, 빠른 인터넷 속도 등 다양한 이유로 이전부터 인터넷 이용률이 높았던 싱가포르는 코로나19 이후 온라인 소비시장에 있어 큰 성장세를 보임

싱가포르 온라인 몰 조사 결과, 평점 상위 제품에 티백 형태의 조미료 제품이 다수 존재하며 모두 한국 및 일본 제품인 것으로 조사됨. 이외에도 큐브나 육수, 파우더 형태의 육수용 조미료를 제품을 판매 중임. 오프라인 매장에서 판매 중인 육수용 조미료 제품은 대다수가 고체 형태였으며 조사 당시 티백형 조미료는 판매하지 않고 있었음. 현지 수입유통업체는 오프라인 채널로는 슈퍼마켓, 백화점 등의 대형 유통업체를 추천하였으며, 싱가포르 시장에 새로 진입하는 브랜드에게는 특히 온라인 시장이 적절하다고 언급함

수출 확대 전략

천연 원재료만을 사용한 간편한 티백형 육수 제품

싱가포르에서는 전통적으로 조리 시 조미료를 많이 사용하며, 지리적인 영향으로 태국, 인도네시아 등 주변국 요리의 영향을 많이 받아 다채로운 조미료를 사용하는 것이 특징임. 또한, 코로나19의 영향으로 가정 내 요리 빈도가 증가하여 부용에 대한 수요가 많아졌으며, 해당 시장은 향후에도 성장할 것으로 예상됨. 고객사 제품은 간편하게 육수를 만들 수 있는 티백형 조미료 제품으로, 이러한 외부 환경이 고객사 제품에 긍정적으로 작용할 수 있을 것으로 기대됨. 또한, 현지 소비자의 건강한 육수 제품에 대한 수요를 고려하여 티백형 제품의 편리함에 더해 천연 원재료를 강조하여 제품을 홍보할 수 있음

현지 수입유통업체 인터뷰 결과, 싱가포르에서 판매 중인 육수 제품 대다수가 고체 또는 파우더 형태로, 티백 형태의 고객사 제품 형태는 싱가포르 시장에서 흔하지 않으나 편리함을 이유로 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것이라는 의견이 대부분이었음. 또한, 고객사 제품의 FOB는 현지에서 판매 중인 경쟁제품 대비 비싼 편으로 가격 경쟁력을 제고할 필요가 있으며 싱가포르 진출 시 할랄 인증 취득을 추천한다고 언급함

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in the Singapore Country Report」, 2021.12
2. KATI농식품수출정보, 「싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 인기 있는 한국식품」, 2020.09
3. KOTRA 해외시장뉴스, 「싱가포르 소비자의 뉴노멀 쇼핑트렌드」, 2020.09
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Singapore Country Report」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Singapore Country Report」, 2021.02
6. KATI농식품수출정보, 「싱가포르 온라인 시장 분석 및 한국식품 진출 확대방안 보고서」, 2020.09
7. 한국농수산식품유통공사(aT), 「지구촌리포트 107호 코로나19가 싱가포르 온라인 시장에 미친 영향」, 2021.03
8. 싱가포르 식품청, 「식품판매법(Sale of Food Act」, 2021
9. 싱가포르 국세청, 「IRAS s-Tax Guide」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 라자다(Lazada) (www.lazada.sg)
5. 쇼피(Shopee) (shopee.sg)
6. 글로벌릴리져스퓨쳐스(Globalreligiousfutures) (globalreligiousfutures.org)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 시밀러웹(SimilarWeb) (www.similarweb.com)
9. 아마존(Amazon) (www.amazon.sg)
10. 페어프라이스(FairPrice) (www.fairprice.com.sg)
11. 마켓플레이스바이제이슨스(Market Place by Jasons) (www.marketplacebyjasons.com)
12. 콜드스토리지(Cold Storage) (www.coldstorage.com.sg)
13. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.org)
14. 솔마트(Solmart) (www.solmart.com.sg)
15. 돈돈돈키(Don Don Donki) (www.dondondonki.sg)
16. 인사이드리테일아시아(Inside Retial Asia) (www.insideretailasia.com)
17. 리테일뉴스프롬아시아(Retail News from Asia) (www.retailnewsfromasia.com)
18. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
19. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
20. 싱가포르 관세청(Singapore Customs) (www.customs.gov.sg)
21. 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency) (www.sfa.gov.sg)
22. 싱가포르 온라인 법령(SSO, Singapore Statutes Online) (sso.agc.gov.sg)
23. 싱가포르 할랄인증위원회(MUIS, Islamic Religious Council of Singapore) (www.muis.gov.sg)
24. 자이언트(Giant) (www.giant.sg)
25. 콜드 스토리지(Cold Storage) (www.coldstorage.com.sg)
26. 페어 프라이스 온라인(Fair Price Online) (www.fairprice.com.sg)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사

· 발 행 일 자 | 2022.01.07

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

Copyright 2021 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea