



MINI Market Report

국가	싱가포르
제품	쌀국수

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 싱가포르 마케팅 방안	1
1. 싱가포르 시장 특징	1
2. 싱가포르 시장 진출 TIP	2
II. 싱가포르 시장 정보	3
1. 싱가포르 수입 추이	3
2. 싱가포르 라면 시장 동향	4
3. 싱가포르 식품 관련 트렌드	4
III. 싱가포르 가격 정보	7
1. 주요 온라인 매장 판매가격	7
IV. 싱가포르 유통 정보	14
1. 싱가포르 유통구조	14
2. 주요 유통업체 현황	15
V. 싱가포르 통관 정보	18
1. 관세율	18
2. 통관 절차	18
VI. 싱가포르 검역 정보	21
VII. 싱가포르 라벨링 정보	24
VIII. 싱가포르 바이어 정보	27

※ 참고자료

I 싱가포르 마케팅 방안

1. 싱가포르 시장 특징

1) 싱가포르 라면 시장 특징

즉석 쌀국수 수입 증가 추세

- 싱가포르의 2013년 즉석 쌀국수 수입량은 전년 대비 58% 급증한 것으로 조사

한국산 즉석 쌀국수 수입 급증

- 한국의 싱가포르의 5위 즉석 쌀국수 수입국으로, 한국 즉석 쌀국수 수입량이 전년 대비 47% 가량 급증한 것으로 집계되었음

라면 시장 경쟁 치열

- 싱가포르 시장이 이미 다양한 라면류 제품이 출시되어 있고 기업간 경쟁도 매우 치열한 상황
- 한스코리아가 출시하고자 하는 쌀국수 제품이 시장에 이미 유사한 제품이 판매되고 있음

2) 싱가포르 식문화 특징

간편 포장 제품 선호

- 맛별이 문화가 보편적이기 때문에 간편한 식사 대응 제품이 인기를 모으고 있음

저렴한 제품 선호

- 지난 금융위기 이후 소비가 위축되었으며 높은 국민소득에도 불구하고 식품 구입 시 가격을 매우 중요시하고 있음

건강식품 선호

-
- 바쁜 생활 속에서도 건강을 유지하기 위해 건강식품 구매가 증가하고 있음

2. 싱가포르 시장 진출 TIP

□ 무슬림 시장 진출 시, 할랄이 관세를 대체하는 새로운 진입장벽으로 작용¹⁾

- 싱가포르 또한 인도네시아와 마찬가지로 무슬림 인구가 많기 때문에 할랄 인증을 획득하는 것이 바람직함
- 할랄 인증은 초반에 관습법적인 측면이 강했지만 점차 ISO 같은 인증과 같이 식품의 안전성을 보장하는 인증화되고 있음
- 서구 시장에 ISO 등이 없이 진입하기 어려운 것과 같이 이슬람 국가에는 할랄 인증 없이 진입이 용이하지 못함
- 최근 전세계적으로 FTA로 인해 국가간 무역장벽이 사라지고 있는 상황에서 할랄이 새로운 진입장벽의 역할을 하고 있다고 해석할 수도 있음
- 한류의 영향으로 한국에 대한 인식이 높아지고 있지만 여전히 한국 식품은 현지에서 낯선 식품이기 때문에 현지 소비자들이 더욱 할랄 인증 여부를 확인하여 구매할 수 있기 때문에 유념해야 할 것임

□ 라면 할랄 인증 획득 어려움

- 라면(국수)를 할랄 인증 받는 경우, 면 뿐만 아니라 스프 원료에 대해서도 인증을 모두 받아야 하는 점을 유의해야 함
- 라면의 경우 스프에 들어가는 재료가 매우 다양하기 때문에, 각각의 재료 제조업체도 할랄 인증을 받아야 하기 때문

1) 풀무원 시장개척팀 담당자 제언

II 싱가포르 시장 정보

1. 싱가포르 수입 추이

- 쌀국수는 전체 식품 카테고리에서 「가공식품」으로 분류되며 가장 근접한 HS CODE는 「HS코드 1902.30.20」로 파악되었음

< HS CODE >

1902.30.20	즉석 쌀국수 (INSTANT RICE VERMICELLI)
------------	-------------------------------------

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

- HS CODE 「1902.30.20」에 대한 싱가포르 수입 추이
 - 싱가포르는 2013년 총 84만 1,012 달러 규모의 즉석 쌀국수를 수입하였고, 주요 수입국으로는 중국, 태국, 말레이시아, 한국, 대만 등이 있음
 - 싱가포르의 최대 수입국은 중국이고, 2013년 61만 8,462 달러 규모의 즉석 쌀국수를 수입하였고, 이는 전년대비 73.26% 증가한 수치임
 - 중국에 이어 태국으로부터, 9만 3,780 달러 규모의 즉석 쌀국수를 수입하였고, 이는 전년대비 30.06% 증가한 수치임
 - 싱가포르는 한국으로부터 2013년 1만 3,382 달러 규모의 즉석 쌀국수를 수입하였고, 이는 전년대비 47.86% 증가한 수치임

Singapore Import Statistics					
Commodity: 1902.30.20, Instant Rice Vermicelli					
Calendar Year: 2012 - 2013					
Partner Country	United States Dollars		% Share		% Change
	2012	2013	2012	2013	2013/2012
World	531,761	841,012	100.00	100.00	58.16
1 China	356,950	618,462	67.13	73.54	73.26
2 Thailand	72,106	93,780	13.56	11.15	30.06
3 Malaysia	32,402	72,722	6.09	8.65	124.44
4 Korea South	9,051	13,382	1.70	1.59	47.86

5	Taiwan	39,465	12,339	7.42	1.47	- 68.73
6	India	1,029	11,678	0.19	1.39	1035.18
7	Myanmar	3,480	9,045	0.65	1.08	159.92
8	Japan	12,465	4,966	2.34	0.59	- 60.16
9	Hong Kong	2,257	1,703	0.42	0.20	- 24.55
10	Bangladesh	0	1,661	0.00	0.20	0.00

출처: GTA (<http://www.gtis.com/>)

2. 싱가포르 라면 시장 동향

- 싱가포르에 이미 다양한 라면 제품이 판매되고 있는 가운데, 경쟁이 매우 치열한 것으로 관측
 - 특히, 채식주의자를 위한 라면, 버섯맛, 해물맛, 닭고기, 커리, 태국의 톰얌(tomyam), 간장 맛 등 종류가 매우 다양
 - 또한, 일본과 한국산의 다소 고가의 라면이 시장에 등장해서 판매되고 있음
 - 싱가포르에 라면 제조사로는 「Nissin Foods」가 있음
 - 현지 바이어들은 소량의 다양한 제품 수입을 선호하는 경향이 다분하며, 현지 바이어 접촉 결과, 식품 수출을 위해서는 한국의 식품 제조업자가 다양한 품목군을 보유하고 있을수록 유리하게 작용할 것으로 판단됨
 - 라면의 소매가는 봉지 5개짜리가 S\$1.00 ~ 3.20으로 상당히 저렴한 편이고 대부분이 인도네시아와 말레이시아로부터 수입하고 있음

3. 싱가포르 식품 관련 트렌드

- 바쁜 싱가포르인, 간편한 포장식품 선호
 - 맛별이 문화가 이미 보편화된 싱가포르에서 간단한 식사 대용 포장식품의 수요는 꾸준히 증가
 - 건강에 대한 관심이 집중되면서 포장식품에도 건강 친화적 개념은 중요한 요소로

부각

□ 2008년 세계 금융위기 이후 위축된 소비심리 영향, 저렴한 가격 선호

- 싱가포르 국민들은 기본적으로 소비 시에 가격을 중시하는 성향을 가지고 있음. 싱가포르의 고령인구들은 고소득을 영위함에도 소비를 결정할 때, 가격에 민감하게 반응함
- 2008년부터 불어온 금융위기 상황은 저렴한 가격 코드를 지속화
- 유통업계는 상시 할인행사 등으로 가격위주 프로모션 강화
- 하지만 싱가포르는 속한 지역권에서 1인당 식품소비량이 가장 높으며 이를 통해 싱가포르의 식음료 시장이 많이 성숙했음을 알 수 있음
- 또한 증가하는 관광객과 낮은 실업률과 같은 싱가포르의 긍정적인 장기 경제 전망을 고려했을 때, 국내 식음료 소비량은 높게 유지될 것. 국내 굳건한 소비량이 투자를 유인하기 때문에 꾸준한 투자가 발생해 기업들이 신흥시장으로 계속 진입하고 있음

□ 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 선호

- 싱가포르 소비자들은 더 저렴하고 쇼핑이 편리한 하이퍼마켓으로 유통채널 선호하고 있음

□ 건강식품 열풍 추세

- 싱가포르인의 바쁜 라이프스타일로 인해 전통음식의 준비와 가족과 함께 집에서 먹는 식사는 보통 식당에서 즐기는 음식으로 변화하였고 바빠진 일정을 유지하기 위해 더욱 건강하고 편리한 음식을 요구하는 식습관의 서구화
- 정부는 소비자들이 더욱 영양가 있는 음식을 선택 할 수 있도록 건강 증진원(Health Promotion Board)을 통하여서 식품업계와 협력 요식업 소매업자들은 증가하는 건강식품 트렌드에 반응하기 시작하였고 소비자들의 원하는 저염, 저당, 저지방 류의 건강식품 메뉴를 제공

- 소비자들은 건강 증진원의 기준에 맞는(예를 들면 설탕과 소금을 줄이고 과일/야채를 추가) 상품에 붙여지는 'Healthier Choice' 로고로 건강식품을 선택할 수 있게 되었으며, 이로 인해 싱가포르에 상당한 유기농 매장이 생겨날 것으로 예상됨
- 포장, 가공식품(예를들면 냉동식품, 다 만들어진 음식, 건조식품)의 대형 소비자들이지만, 최근 소비 트렌드는 고칼로리, 고염분 음식보다는 건강식품 구매의 증가를 보여줌
- 건강식품 대체제로는 생선, 해물 통조림이나 모닝 시리얼, 파스타 그리고 요거트 등이 인기를 끌고 있으며, 소비자들은 가격이 높더라도 더 높은 품질과 영양소가 풍부한 음식을 선호

□ 이슬람 인구 多

- 싱가포르 전체 인구 중 66만명에 달하는 이슬람인구는 Halal(이슬람 계율에 따른 음식)식품 제조업자에게 상당한 기회가 되는 곳
- 싱가포르의 이슬람교도 소비자들은 전체 요식업 중 대략 15 ~ 20%를 차지하고 있으며, 당 국의 다른 소비자그룹보다 높은 1인당 지출액을 보여줌
- 더 많은 요식업계 종사자들이 증가하고 있는 이 부유하고 수익성 높은 소비자 그룹을 노리고 halal식품에 관한 자격증을 따고 있음. 자격증 취득으로 판매가 20 ~ 30%가량 오를 것이라고 예상됨
- 싱가포르 시장에서 기회를 잡게 된 특정 농식품은 고품질 레디메이드 식품과 냉동 식품(양념된 육류와 가금류); 가공된 야채; 신선한 과일; 수프; 나무 견과류; 과일, 야채즙; 냉장되어 저장이 안전한 디저트와 아이스크림; 비스킷과 달고 짭짤한 스낵; 애완동물 식품 등을 포함

III 싱가포르 가격 정보

1. 주요 온라인 매장 판매가격




1) Qoo10 온라인 매장 라면 판매 현황

- Qoo10 개요

- Qoo10(큐텐)은 지오 시스 그룹(Giosis Group)이 아시아 지역에서 인터넷 통신 판매를 전개하기 위해 설립된 회사. 지오시스 그룹은 G마켓 설립자 구영배와 이베이의 조인트 벤처로 2010년 설립되었음
- 현재 싱가포르 및 일본, 인도네시아, 말레이시아, 중국, 홍콩 등 총 6 개 지역에서 인터넷 쇼핑몰을 운영하고 있음

- 쌀국수 판매 현황

(2014년 7월 30일 기준 환율 - S\$ 1 = 826.49원)

업체명	yours truly food industry pte ltd	yours truly food industry pte ltd	칠갑농산
제품 이미지			
제품명	TOM YAM RICE NOODLE (55g X 30 Pack 1 Box)	TOM YAM VERMICELL (55g X 30 Pack 1 Box)	Chilkab Korean Rice Noodle (12pcs)
가격	S\$ 18	S\$ 13	S\$ 49

출처 : Qoo10 온라인매장 (<http://list.qoo10.sg/>)

업체명	칠갑농산	칠갑농산
제품 이미지		
제품명	Chilkab Anchovy Korean Rice Noodle (12pcs)	Chilkab Dried Pollack Korean Rice Noodle (12pcs)
가격	S\$ 49	S\$ 49

출처 : Qoo10 온라인매장 (<http://list.qoo10.sg/>)




– 인스턴트 라면 판매 현황

업체명	농심	농심	농심
제품 이미지			
제품명	Soup Big Cup Ramen (112g X 16 Pack)	Noodle Soup Cup Ramen (86g X 6 Pack)	Korea Squid Ramyun Champong Ramen Instant Noodles (124g X 20 Pack)
가격	S\$ 47.99	S\$ 17.27	S\$ 52.79

출처 : Qoo10 온라인매장 (<http://list.qoo10.sg/>)

업체명	농심	농심	풀무원
제품 이미지			
제품명	Korea SHIN Ramyun Ramen Instant Noodles (120g X 30 Pack)	Saewootang Big Bowl Shrimp flavor Cup Ramen (115g X 16 Pack)	ramen noodles raw and natural (18 pack)
가격	S\$ 63.69	S\$ 48.99	S\$ 24.20

출처 : Qoo10 온라인매장 (<http://list.qoo10.sg/>)

업체명	--		Tat Hui Foods
제품 이미지			
제품명	ZOW ZOW INST DUCK NOODLES	SUPERKIDS CUP NOODLES NON-MSG (45 X 13pack)	Koka Bowl 90gX12pack (Chicken / Tom Yam)
가격	S\$ 5.50	S\$ 48.99	S\$ 15.80

출처 : Qoo10 온라인매장 (<http://list.qoo10.sg/>)

업체명	MYOJO	MYOJO	MYOJO
제품 이미지			
제품명	Myojo Thai Tom Yam (18pack)	Myojo Singapore Curry (18pack)	Myojo Singapore Laksa (18pack)
가격	S\$ 28.50	S\$ 28.50	S\$ 28.50

출처 : Qoo10 온라인매장 (<http://list.qoo10.sg/>)

업체명	Nissin	Nissin	Nissin
제품 이미지			
제품명	Cup Chicken Noodles (75g x 24pack)	Cup Tom Yam Veg Noodles (75g x 24pack)	Cup Tom Yam Seafood Noodles (75g x 24pack)
가격	S\$ 41.60	S\$ 41.60	S\$ 41.60

출처 : Qoo10 온라인매장 (<http://list.qoo10.sg/>)

업체명	Maggi	Maggi	Maggi
제품 이미지			
제품명	Maggi Chicken 2 minutes noodles (77g X 6pack)	Maggi Curry 2 minutes noodles (77g X 6pack)	Maggi Assam laksa 2 minutes noodles (77g X 6pack)
가격	S\$ 13	S\$ 13	S\$ 13

출처 : Qoo10 온라인매장 (<http://list.qoo10.sg/>)

2) FAIRPRICE 온라인 매장 판매 현황

- 쌀국수 판매 현황

업체명	Tat Hui Foods	Tat Hui Foods
제품 이미지		
제품명	KOKA BOWL RICE NOODLES - CHICKEN ABALONE	KOKA BOWL RICE NOODLES - LAKSA SINGAPURA
가격	S\$ 1.4	S\$ 1.4

출처 : FAIRPRICE 온라인매장 (<http://www.fairprice.com.sg/>)

- 인스턴트 라면 판매 현황

업체명	FAIRPRICE	FAIRPRICE	FAIRPRICE
제품 이미지			
제품명	FAIRPRICE CUP NOODLE - CHICKEN	FAIRPRICE CUP NOODLE - CURRY	FAIRPRICE CUP NOODLE - MUSHROOM
가격	S\$ 0.9	S\$ 0.9	S\$ 0.9

출처 : FAIRPRICE 온라인매장 (<http://www.fairprice.com.sg/>)

업체명	FAIRPRICE	FAIRPRICE	FAIRPRICE
제품 이미지			
제품명	FAIRPRICE CUP NOODLE - SEAFOOD	FAIRPRICE CUP NOODLE - TOM YAM	FAIRPRICE INSTANT NOODLE - CHICKEN 5'S
가격	S\$ 0.9	S\$ 0.9	S\$ 1.7

출처 : FAIRPRICE 온라인매장 (<http://www.fairprice.com.sg/>)

업체명	FAIRPRICE	FAIRPRICE	FAIRPRICE
제품 이미지			
제품명	FAIRPRICE INSTANT NOODLE - CHICKEN ABALONE 5'S	FAIRPRICE INSTANT NOODLE - CURRY 5'S	FAIRPRICE INSTANT NOODLE - MUSHROOM 5'S
가격	S\$ 1.7	S\$ 1.7	S\$ 1.7

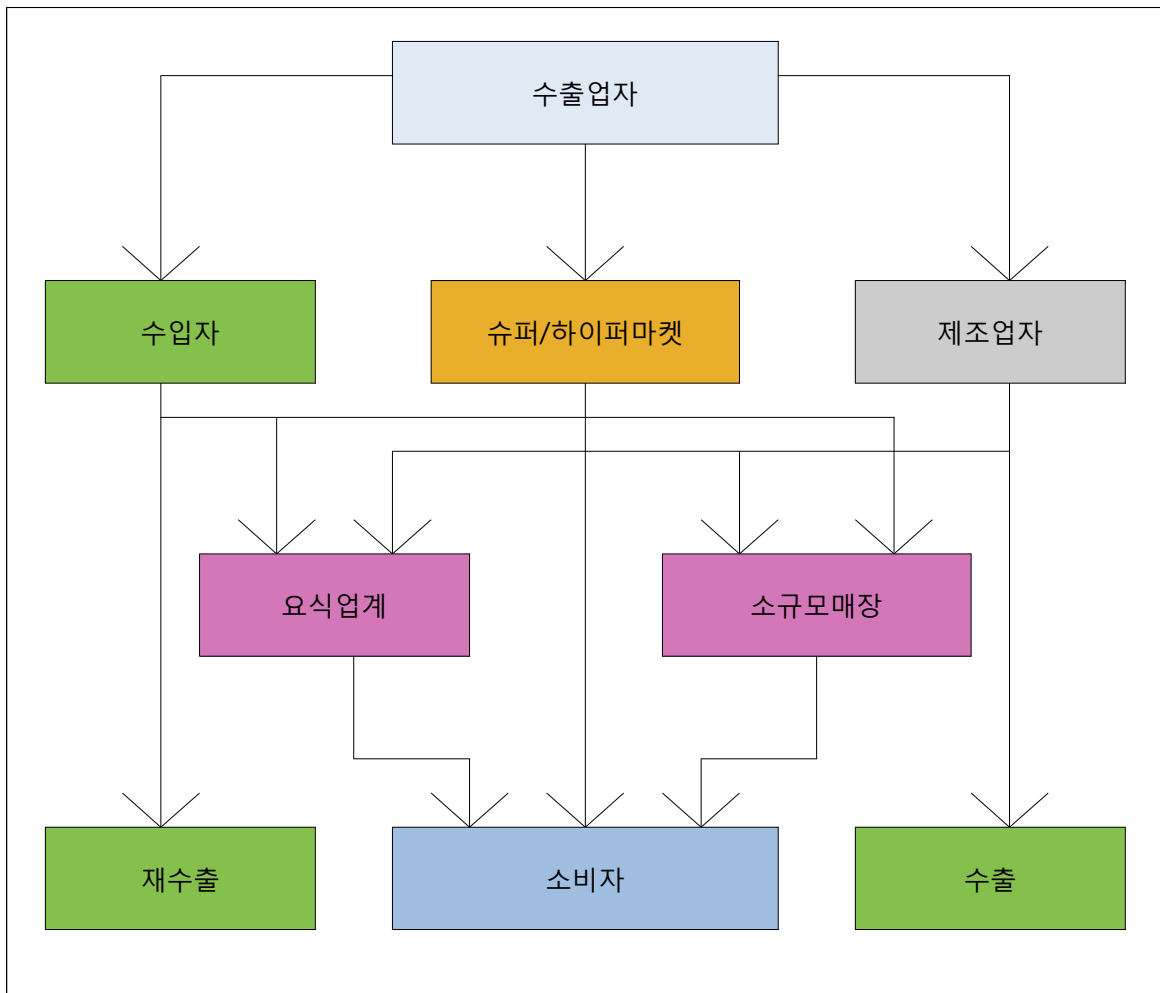
출처 : FAIRPRICE 온라인매장 (<http://www.fairprice.com.sg/>)

IV 싱가포르 유통 정보

1. 싱가포르 유통 구조

□ 유통구조

< 식품의 유통구조 >



출처 : KATI (www.kati.net)

- 싱가포르는 도매업이 발달되지 않은 시장임. 유통구조를 보면, 대부분 수입업체로부터 도매업자를 거치지 않고 직접 소매업체로 연결되고 있으며, 도매상은 주류, 음료, 농산물 등 일부 분야로 제한되어 있음
- 싱가포르는 동남아의 소원도로 일찍이 자유무역정책을 펴와 진입장벽이 거의 없으며 세계 일류 브랜드는 물론 중국, 동남아산 저가 제품을 망라한 전세계 상품이

집결하는 거대한 진열장이 되고 있어 제품간의 경쟁도 치열하며 제품 및 관련정보의 전파속도도 매우 빠른 특징을 가지고 있음

- 소매업의 경우, 싱가포르 소비자는 물론 연간 1,400만명에 달하는 관광객의 소비력을 바탕으로 안정적인 성장을 지속하고 있는데, 특히 관광객을 대상으로한 프로모션 행사들을 개발하여 이들이 많은 소비를 할 수 있도록 유도하고 있음
- 유통업 형태는 백화점, 쇼핑몰, 면세점, 할인점, 전문용품점 등으로 다양

2. 주요 유통업체 현황

□ 주요 대형 유통 업체

< 주요 대형 유통업체 >



	매장수	Finest 10개점, xtra 5개점, supermarket 96개점
	특 징	싱가포르 유통부분 1위 / 정부 물가정책 적극 참여(국영 슈퍼마켓 성격 강함) / 지역별 소득별 고객계층에 따른 점포형태 다양화 / 연매출액 2,134백만달러
	고객층	모든 계층
	매장수	Market Place(고급) 7개점, Cold Storage 48개점
	특 징	고급 수입식품 다수 취급/ 고급스러운 매장 / Daliy Farm Gtoup 계열
	고객층	중산층
	매장수	Giant 9개점
	특 징	중저가 상품 위주 취급 / 넓은 매장 공간 확보 Daily Farm Group 계열
	고객층	중산층
	매장수	Supermarket 33개점
	특 징	저가 상품 위주 취급 / 외곽 주거단지 위치 / 연매출액 462백만 달러
	고객층	중산층 이하

	매장수	68개점(Giant로 통합 - Giant hyper7, Giant super39, GiantExpress stores 22)
	특징	편의점 형태의 소규모 슈퍼 / 연매출액 264백만 달러
	고객층	모든계층

출처 : KATI (www.kati.net)

일본계 유통업체

< 일본계 유통업체 >

	매장수	Supermarket 1개점
	특징	일본계 슈퍼마켓으로 일본제품은 일본으로부터 직수입, 나머지 제품은 싱가포르 로컬 벤더를 통한 소싱. 일본 식품 다수 입점
	고객층	중산층 이상
	매장수	Supermarket 1개점
	특징	일본계 이세탄 백화점 내 입점한 고급 식품전문매장
	고객층	중산층 이상

출처 : KATI (www.kati.net)

유통채널 별 특성

- 백화점 및 쇼핑센터는 관광객이 많이 모이는 오차드 로드, 마리나베이, 선택 인근에 많이 분포되어 있으며, 나머지는 내국인들의 거주지역에 위치해 있음. 최근에는 거주지역을 중심으로 생성된 대규모 쇼핑몰들의 수준이 높아지면서 역으로 오차드 로드 지역의 소비층을 흡수하는 현상도 벌어지고 있다고 함. 보통 여러 쇼핑센터, 백화점들이 한데 모여 거대한 상가군을 이루고 있음.
- 식료품 및 생활용품 유통업체로는 FairPrice, ColdStorage, ShengSiong 등이 대표적이며 대규모 체인형태로 전국 어느지역을 가나 쉽게 찾을 수 있고 이중 FairPrice를 운영하는 NTUC와 Cold Storage를 운영하는 데어리팜그룹은 대형 하이퍼마트 부문에도 진출해 있음
- 또한 가구, 가전 등 특정 상품군을 중심으로 유통을 진행하고 있던 IKEA, Harvey Norman 등도 점차 식품, 생활용품 등으로 상품군을 점차 다양화, 대형화 하고있

-
- 업체간 경쟁도 그만큼 치열해, 2012년에는 15년간 싱가포르 중심부에서 사업을 운영하던 까르푸가 철수하기도 하였음.
 - 싱가포르는 초현대식 쇼핑 센터와 재래 시장이 공존. 보통 싱가포르 하면 초현대식 건물의 휘황 찬란한 백화점들을 연상하지만, 시내 곳곳에는 우리나라의 재래시장과 비슷한 형태의 시장들도 자리잡고 있고, 재래시장은 주로 HDB아파트 인근지역을 끼고 형성돼 있음(HDB아파트는 싱가포르 정부가 공급하는 공공주택이며 한국의 주공아파트 같은 개념에 해당함. 싱가포르 국민의 80%이상이 HDB에 거주)
 - 현지 유통업 진입에 대한 특별한 제한이 없기 때문에 외국자본이 대형 백화점을 중심으로 대거 진출해 있는 상황이며 특히 일본계 백화점의 진출이 두드러지고 있음
 - 일본계 백화점의 경우 1970~80년대부터 진출이 활발하였는데, 2000년을 전후로 대부분 철수하였지만, 현재까지 남아있는 업체들은 소매 유통부분의 대표주자로서 입지를 굳히고 있음
 - 남아있는 일본계 유통업체로는 다카시마야(TAKASHIMAYA), 소고(SOGO), 이세탄(ISETAN), 세이유(SEIYU) 등을 들 수 있으며, 영국계 유통조직은 ROBINSON, COURTS 등이 대표적임

V 싱가포르 통관 정보

1. 관세율

품목번호		1902.30.20
품명	국문	즉석 쌀국수
	원문	Instant rice vermicelli
	영문	Instant rice vermicelli
간이정액환급액		해당사항 없음
관세		기본세율 : 0%
협정세율		협정세율에 관한 사항이 없습니다.

출처 : 관세청(<http://www.customs.go.kr/>)

2. 통관 절차

□ 통관 개요

- 상품의 통관은 수화인 또는 수화인의 대리인을 통해 신청할 수 있고 반입 화물은 싱가포르 도착 후 24시간 이내에 세관에 통관 신청을 하여야 하고 반출 물품은 싱가포르를 출발하기 48시간 이전까지 통관 신청을 하여야 함
- 항구 및 공항의 자유 무역 지대에 장치되는 물품 중 환적용 화물에 대해서는 반입 시 세관에 신고할 필요가 없고 보세 구역을 벗어나는 경우 신고하면 됨

□ 정식 통관 절차

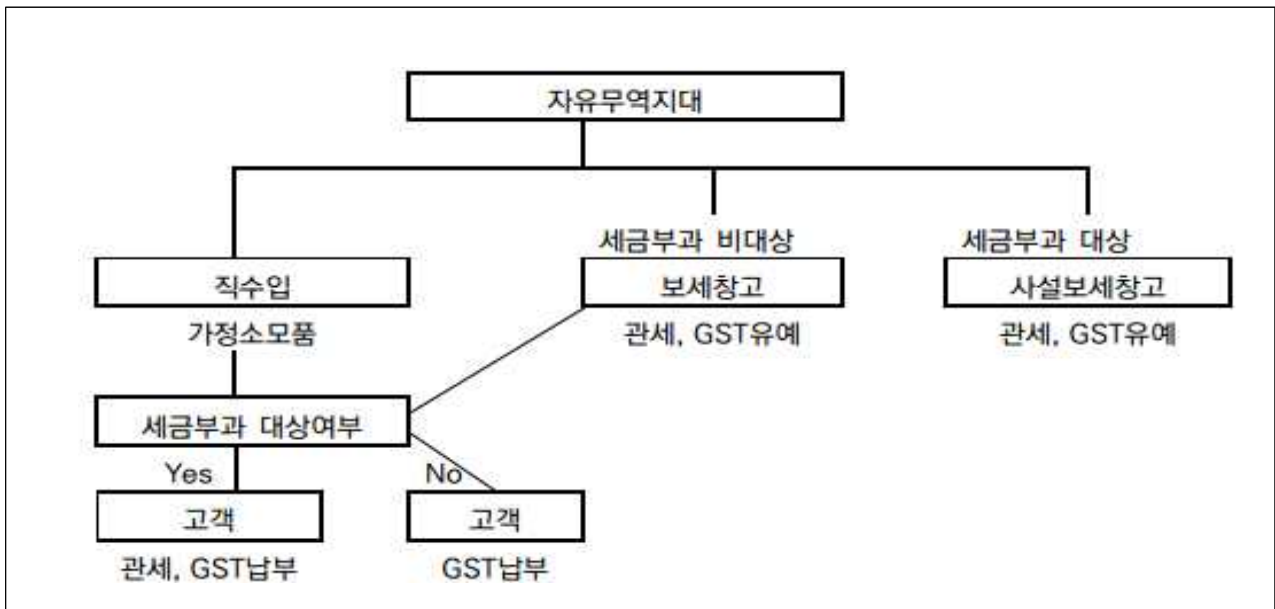
1. 물품도착 / 신고 전 준비	2. 수입신고	3. 관세납부	4. 물품검사 및 반출
수입허가증 및 라이선스 확인	수입신고, 증빙서류 제출	신고서처리, 관세납부	검사대상물품 검사 물품 반출

출처 : 글로벌윈도우

- 물품반출 및 반입신고는 모두 무역자동화망(TradeNet)을 통해 이루어지며 관세 등 각종 세금, 부과금은 은행간 지로 망을 통해 전자적으로 결제됨. 세관은 반출입 화물에 대해 선별적으로 검사할 수 있음

- 세관은 필요한 경우 수입물품에 대해 검사를 수행함. 검사 대상이된 수입 물품은 검사 후 이상이 없을 경우 반출이 허가됨. 싱가포르로 수출하는 종합인증 우수업체(AEO)는 수출시 한국 관세청으로부터 부여받은 AEO 인증번호를 싱가포르 관세청에 통보하면 검사비용 축소, 신속통관 등의 혜택을 받음

< 수입 흐름도 >



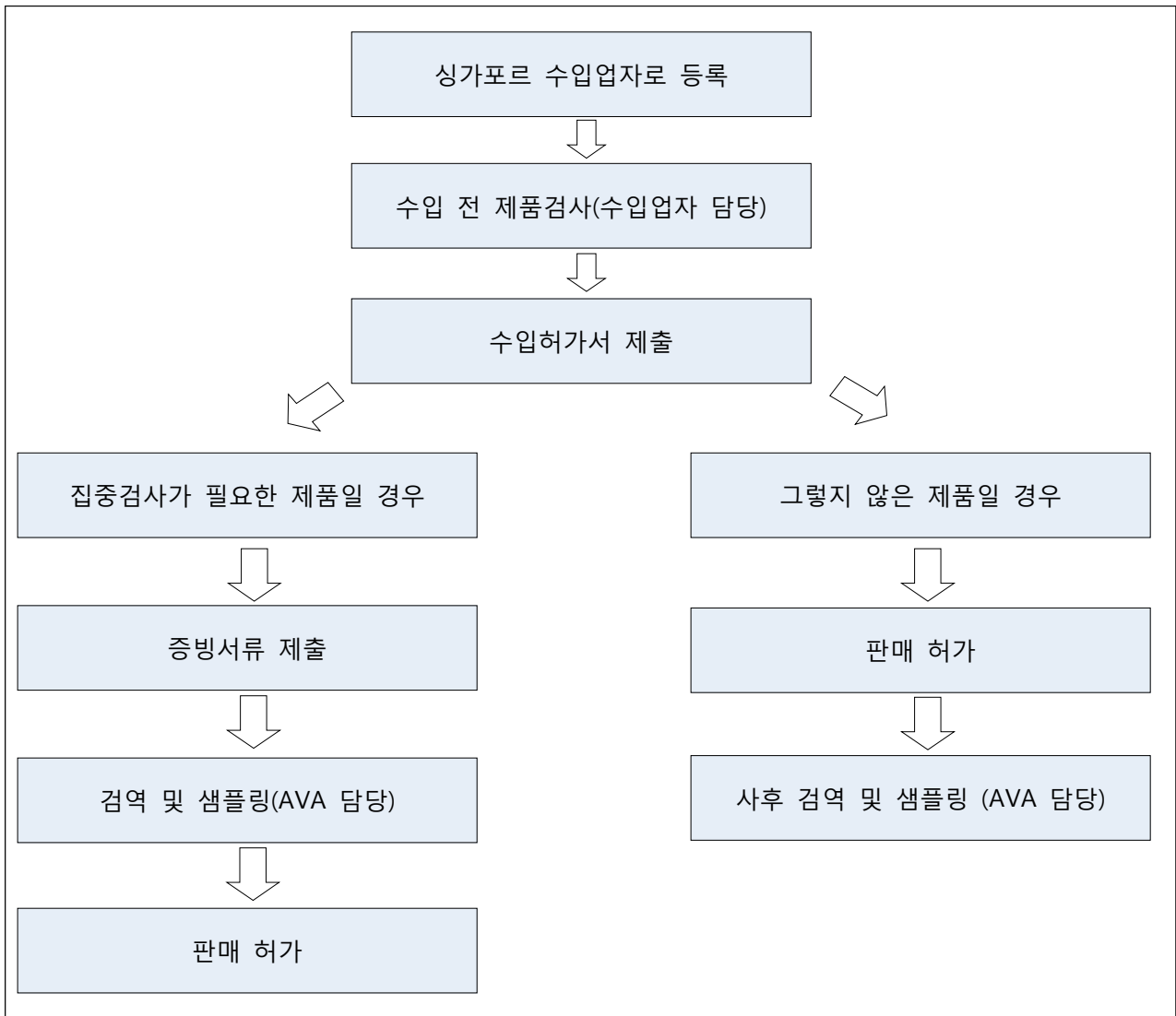
출처 : 글로벌윈도우

□ 통관에 필요한 선적서류

- 수입신고서는 TradeNet이라는 전자시스템을 통해 온라인으로 제출하며 컨테이너 화물(Containerised cargo)과 비컨테이너 화물(Conventional Cargo)로 구분되어 신고됨
- 통관에 필요한 선적서류는 상업송장(CI), 포장명세서(PL), 선하증권(BL) 혹은 항공화물 운송장(AWB) 그리고 기타 품목별 필요서류임. 컨테이너 화물의 경우, 수입신고시에 컨테이너 번호를 제출해야 하며, 수입신고시에는 통관을 위해 유효한 허가 내용이 제출돼야 함. 세관은 선박/항공기명, 원산지, 포장수 및 포장 단위당 수량, 운송 및 보험 비용 등과 같은 서류를 요구하고 있음
- 통관경비는 관세가 없는 품목의 경우 GST(CIF가격의 7%)외에 기타통관 수수료 약 50 싱가포르달러(건 당) 정도로 예상할 수 있음

□ 식품수입 흐름과 개요

< 식품수입 흐름도 >



출처 : 글로벌윈도우

- 수입규정에 따른 근거서류와 등록 절차를 숙지하고, 사전 검사가 필요한 품목 등은 제품 수출을 준비하는 과정에서 미리 서류작업을 준비해 시기가 늦어지지 않도록 주의해야 함. 소량이라도 5kg 이상 혹은 100 싱가포르 달러(약 9만원)를 초과하는 물품은 상업적인 수입으로 분류돼 수입허가가 필요함
- 식품, 식물의 위생에 대해 엄격한 검역을 실시하지만, 아시아 지역 물류운송의 허브에 걸맞는 발전된 시스템을 가지기 때문에 좋은 품질의 식품을 취급하는 기업이나 관련서류 준비를 미리 깔끔하게 할 수 있는 기업이라면 큰 어려움 없이 식품수출이 가능함. 또한 조금이라도 문제가 발생할 경우 자국민 보호를 위한 조치를 즉각 시행하기 때문에 사후 관리도 소홀히 하지 않도록 해야 함

VI 싱가포르 검역 정보

□ 식품류 수입관리 규정

- 자국에서 소비되는 식료품의 90% 이상을 수입에 의존하는 싱가포르는 자국으로 들어오는 물품의 위생과 안전에 민감할 수 밖에 없고, 현재 싱가포르에서는 국제적으로 통용되는 수입규정과 표준을 기초로 국내 상황 및 요건에 맞춰 수정된 식품규정을 만들어 사용 중이며, 그 중 싱가포르 내로 수입되는 모든 식품은 Sales of Food Act와 Food Regulations의 적용을 받고 있음
- 싱가포르 식품안전청인 AVA(Agri-food and Veterinary Authority)에서 모든 제조 수입식품, 어류, 육류, 가축류, 과일과 채소류에 대한 1차적인 검역을 담당하고, 탁송된 수입품의 검역은 AVA의 모니터링과 프로그램 검사를 통해 성분 분석을 수행하게 됨
- 탁송된 제품이 이 검역에서 탈락하게 되면 수입이 금지되며 AVA의 감독하에 폐기 처분하는 원칙을 따르고 있음. 모든 가공처리된 식품들은 식품안전청(AVA), 식품검역처(FCD)에 등록돼야 하며, 수입업체가 수입허락을 받기 위해서는 TradeNet System에 수입에 관한 등록을 해야 함
- 싱가포르의 음식 안전 요구사항은 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point Scheme)와 Codex의 국제표준에 맞춰져 있으며, 대부분의 싱가포르 F&B 공장은 EC 혹은 미국 FDA와 같은 외국의 식품관리 당국의 인증을 받음.

□ 수입 서류

- 가격 결정 목적의 정보 외에도 세관은 선박/항공기명, 원산지, 포장 수 및 포장 단위 당 수량, 운송 및 보험 비용 등과 같은 서류를 요구하고 있음.
- 관세청 서류관련 안내 웹페이지: <http://www.customs.gov.sg/trade/trde2.html>
- 수입자 면허 신청서에 명시되어 있는 서류 목록

- ① The original Import Certificate;
- ② End-user declaration;

- ③ Importer declaration;
- ④ Letter on the Transfer of Ownership (if applicable);
- ⑤ End-user Certificate or Statement (EUC/EUS);
- ⑥ Export Licence (if applicable);
- ⑦ Documents issued by your exporter or the relevant authority of the exporting country;
- ⑧ Bill of lading or airway bill;
- ⑨ Invoices issued in respect of the sale of the goods in respect of which the import certificate relates

- AVA에 수입자 등록 후, 수입업자는 제품 수입 전 품질관리검사를 위해 국가공인 검사소로 제품테스트 요청
- 수입허가신청은 TradeNet 시스템을 통해 이루어지며, 정확한 HS코드와 제품 코드, 사업자 등록번호 필요. 추가적으로 제출해야 할 문서로는 원산지 위생증명서 및 검사소의 식품 분석 리포트
- 외교용/개인용/샘플용은 별도 등록이 필요 없지만, 이 외의 상품을 등록하지 않고 판매할 경우, 초기 적발 시 최고 S\$1,000이며 2회 이상 적발시 S\$2,000의 벌금을 적용함

□ 수입업자 등록

- 싱가포르에서 식품을 수입하기 위해서는 Accounting and Corporate Regulatory Authority (ACRA, www.acra.gov.sg)에 사업자 등록을 하여야 함
- 사업자 등록하여 발급받은 Unique Entity Number (UEN)을 싱가포르 세관 (www.customs.gov.sg)에 등록하여야 함
- 수수료, 면허료 등의 지급을 위해서, 지로처리가 가능한 은행계좌를 가지고 있어야 함
- 싱가포르에 가공식품 (어류, 육류, 신선 과일 및 야채, 어류/육류가 함유된 식품 제외)을 수입하기 위해서는 수입업자 등록을 하여야 하며, 어류/육류 및 신선 과일/야채는 각각의 수출입 면허를 신청하여 승인을 받아야함

- 2009년 AVA의 신청수수료 및 제비용은 다음과 같음

< 수수료 >

내 용	비 용	비 고
수입업자 신청	S\$ 21.50	처리기간 3일, 우편주소로 통보
수입업자 등록	무료	
어류 / 육류 수출입면허	S\$ 84.00 / 1년	처리기간 1일
신선 과일 / 야채 수출입면허	S\$ 378.00 / 1년	처리기간 1일

Ⅶ 싱가포르 라벨링 정보

□ 싱가포르 라벨링의 일반 개요

- 싱가포르는 포장이나 라벨, 마킹과 관련한 일반적 규정을 가지고 있지 않으나 식품, 약품, 주류, 도료 등에 대해서는 특별한 라벨 규정을 운영하고 있음. 이에 따르면 라벨에 원산지를 표시해야 하며, 포장된 식품의 경우 최소한 1/16인치 이상의 영문 대문자로 식품 내용물 이 명기되어야 하고, 식품의 가공 처리 방법, 내용물의 최소수량, 제조업자 또는 판매업자 연락처 등이 표시되어야 함
- 단, 설탕제품, 초콜릿 제품의 경우에는 식품라벨 규정을 적용 하지 않아도 됨. 영문라벨 내용과 일치하는 내용의 다른 언어 표시라벨은 추가 가능하다. 표준에 따른 식품의 경우 해당 표준과 일치함을 표시하고 '강화된' (enriched, fortified) 또는 '비타민이 첨가된'(Vitaminated) 등을 표시할 경우 그 내용을 수치로 표시해야함
- 식용 동물성 유지를 포함하는 경우 식용 동물성 유지 제조업자 및 원산지를 표시하고 비식용 동물성 유지를 포함하는 제품은 'Not For Human Consumption' 이라고 명시해야 함. 주류의 경우는 라벨에 성분표시를 하지 않아도 되며, 구매자가 보는 앞에서 정량이 되는 식품이나, 소매업자 참관 하에 간단히 포장되는 식품의 경우도 라벨 규정을 따르지 않음

□ 기본 표시 사항

- ① 식품명 또는 설명
- ② 구성성분
- ③ 순중량
- ④ 제조자 또는 수입자의 상호 및 주소
- ⑤ 원산지
- ⑥ 포장식품의 평균중량 표시
- ⑦ 유효기간/유통기간

□ 라벨링 주의사항

- 비타민 혹은 미네랄의 정확한 함유량 (비타민 혹은 미네랄이 함유되었다고 선전할 경우)

- 칼로리, 단백질, 지방, 탄수화물 등의 함유량 (영양가에 대한 선전을 할 경우)

□ 싱가포르 법령으로 금지된 표시 사항

- 질병 혹은 질환의 치료가 가능하다는 내용
- 건강, 신체, 혹은 기능을 향상시킨다는 내용

□ Food Regulations에 따른 일반식품 라벨링 기본 표시 사항의 표시방법

< 기본 표시 사항의 표시방법 >

항 목	설명
1 표기 언어	영어
2 글자 크기 등	식품명, 구성성분, 순중량 및 Tartrazine 함유량은 글자 최소 높이가 1.5mm이어야 하며, 라벨이 보이도록, 바탕이 열을 때에는 짙은색, 바탕이 짙을 때에는 옅은색으로 인쇄되어야 함
3 제품명 또는 설명	식품의 일반 명칭으로, 실제 제품이 무엇인지 알 수 있어야 함 식품의 성질과 관계가 없는 상표 혹은 브랜드를 사용할 경우에는, 식품의 일반 명칭 혹은 설명이 별도로 표시되어야 함
4 구성 성분	제품을 구성하는 모든 재료를 기록해야함. 가급적 각각의 함유량을 표시하되, 함유량 표시가 어려우면, 함유량이 많은 성분부터 순차적으로 기록해야 함. Tartrazine 색소를 사용했다면, Tartrazine 혹은 색소 102 혹은 색소 FD&C Yellow #5 등으로 표시해야 함
5 순 중량	음료를 제외한 모든 식품에는 식품의 순중량이 표시되어야 함
6 제조자, 수입자, 포장자 또는 유통자의 상호 및 주소	싱가포르의 수입자, 유통자, 대리점 등은 자사의 상호, 주소, 전화번호 등을 첨부해야 함. 수입자는 해외 제조자 외에 별도의 라벨링을 해야 함. 싱가포르 내 생산자로 자사정보를 기록해야 함. 전신, 팩스, 우체국사서함 등은 불가함
7 원산지	수입식품은 원산지가 표시되어야 함. 국가를 표시해야하며, 도시, 지역 등의 명칭은 불가함
8 포장일자, 유통기한 등	식품의 유효기간은 "Use By","Sell By","Expiry By","Best Before" 등으로 반드시 표시되어야 하며, 글자 높이는 3mm 이상이어야 함
9 표시 위치	"쉽게 보여야 한다"라는 규정 이외에는 별다른 규정 없음

출처 : AVA, 미국 USDA

- AVA에서는, 국제기준에 맞게, 라벨링 규정의 순중량 조항을 평균중량(AQS : Average Quantity System) 으로 개정하려고 함. 2010년 개정을 목표로 하는

AQS(평균중량) 조항은, 호주, 뉴질랜드, 캐나다, 일본, 미국, EU 등에서 실시되는 포장제품의 평균중량 시스템으로 제조사, 포장자 및 소비자 모두에게 공정한 것으로 평가가 되고 있음

□ 라벨링의 예

< 라벨링 표시예 >

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 제품명칭 2. 중량표시 3. 영양정보(열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨) 4. 구성성분 표시 5. 제조자 상호 및 주소 6. 유통자 상호 및 주소 7. 유통기한 8. 보관방법
--	---

출처 : KATI (www.kati.net)

□ 라벨링 관련 문제

- 유통과정 문제 사례

- 라벨링 규정 위반에 따른 벌금은 초회 SGD 5,000, 2회부터는 SGD 10,000 혹은/ 및 3개월 이하의 징역이 적용 됨
- 라벨링의 책임소재는 수입업자 및 유통업자에게 있기 때문에 통관후, 유통 이전에 수입업자 및 유통업자들은 라벨링을 유의하여 보완하기 때문에, 유통과정에서 별다른 문제는 없음

VIII 싱가포르 바이어 정보

※ 최종 바이어 리스트 및 컨택 내역은 별도 엑셀 파일(바이어 상담내역)로 첨부하였습니다.

중간보고서에 기재된 바이어 리스트와 동일하지 않은 이유는 유효성 검증 작업 등을 진행하면서 축소/변경/추가되었기 때문입니다.

※ 참고자료

- 글로벌 윈도우 : [www.global window.org](http://www.globalwindow.org)
- 주한싱가포르기관 : www.jetro.go.jp/korea/co/jp
- 관세청 : www.customs.go.kr
- GTA : www.tradestatistics.com/gta
- 싱가포르 총무성 : www.soumu.go.jp
- 싱가포르 후생노동성 : www.mhlw.go.jp
- 싱가포르 농림수산성 : www.maff.go.jp
- 싱가포르 농축산업진흥기구 : www.alic.go.jp
- 라쿠텐 : global.rakuten.com
- 야후채판 : shopping.yahoo.co.jp
- 아마존채판 : www.amazon.co.jp
- KOTRA : [www.global window.org](http://www.globalwindow.org)
- KATI : www.kati.net
- fairprice : <http://www.fairprice.com.sg>
- qoo10 : <http://list.qoo10.sg>