

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1911-05
- 품목 : 콤부차 (Kombucha)
- 국가 : 싱가포르 (SINGAPORE)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 싱가포르 콤부차 시장규모	5
2. 싱가포르 콤부차 수출입 시장규모	6
3. 싱가포르 콤부차 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 싱가포르 언론매체, 저칼로리 및 디카페인 음료로 차(Tea) 소개	17
2. 콤부차, ‘장 건강’과 ‘피부 미용’에 효과적	18
3. 전체 차(Tea) 상품 중 콤부차 인기 점유율은 높지 않은 편	19
4. 콤부차, 디톡스 상품으로서도 허브차, 녹차와 경쟁해야 해	20

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 싱가포르 콤부차 유통구조	23
2. 싱가포르 콤부차 주요 유통업체	24
3. 싱가포르 콤부차 B2C 소매채널	26

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 싱가포르 콤부차 인증 취득	48
2. 싱가포르 콤부차 업체·제품 등록	51
3. 싱가포르 콤부차 라벨 심의	52
4. 싱가포르 콤부차 서류 준비	56
5. 싱가포르 콤부차 세금 납부	57
6. 싱가포르 콤부차 검역 심사	58

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 오가닉 딜리버리(Organic Delivery)	63
Interview ② 리틀 팜스(Little Farms)	65
Interview ③ 페어 프라이스(Fair Price)	67
Interview ④ 네이처스 글로리(Nature's Glory)	68
Interview ⑤ 라자다(Lazada)	70

* 참고문헌	71
--------	----

I . Market Size

SUMMARY

1. 싱가포르 콤부차 시장규모
2. 싱가포르 콤부차 시장규모
3. 싱가포르 콤부차 소비 시장규모



Market Size

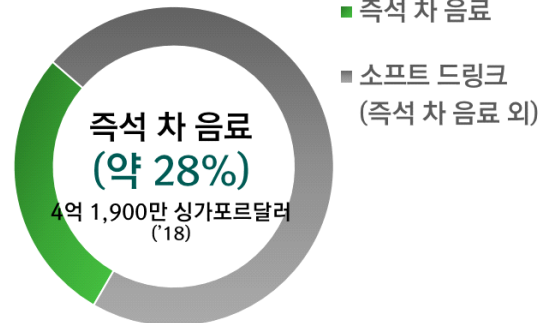
(시장규모)

싱가포르 (SINGAPORE)

콤부차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(차 음료), 형태(캔 음료)

- 싱가포르 소프트 드링크¹⁾ 시장규모
..... 14억 8,400만 싱가포르달러('18)
- 싱가포르 즉석 차 음료²⁾ 시장규모
..... **4억 1,900만 싱가포르달러('18)**

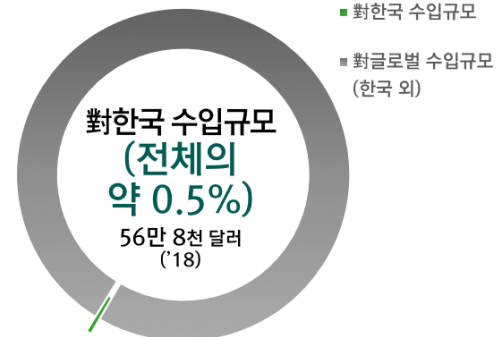


(*) Euromonitor International

콤부차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품 성분(정제수, 유기농 사탕수수원당 등)

- HS 2202.10³⁾
싱가포르 對 글로벌 '향/감미료 첨가한 물 음료' 수입 규모
..... 1억 419만 8천 달러('18)
- HS 2202.10
싱가포르 對 한국 '향/감미료 첨가한 물 음료' 수입 규모
..... **56만 8천 달러('18)**



(*) International Trade Center

콤부차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 콤부차는 디톡스 효능을 보유한 다이어트 제품임. 이에, 주요 소비자층으로 예상되는 '20~40대 여성 거주자 규모'를 조사함. 또한 성별 차 음료 소비량 파악을 위해 '남녀성비'와 '1인당 차 음료 소비현황'을 조사함

① 싱가포르 거주자 성비 ('18)

전체 거주자	3,994,283명(100%)
여성 거주자	2,038,445명(51.0%)
남성 거주자	1,955,838명(49.0%)

② 20~40대 여성 거주자 비율 ('18)

여성 전체	2,038,445명 (100%)
20~29세	273,433명 (13.4%)
30~39세	307,681명 (15.1%)
40~49세	315,693명 (15.5%)

③ 연간 1인당 차 음료 소비량 ('18)

침출차 & 고형차	0.336kg
액상차	24.7l

(*) Euromonitor, Department of Statistics Singapore

- 1) 소프트 드링크(Soft Drinks): 탄산음료, 과일/야채주스, 생수, 기능 음료, 농축 음료, 즉석 차 음료, 즉석 커피 음료, 아시아 음료 등을 모두 포괄하는 품목
- 2) 즉석 차 음료(RTD Tea): 침출차 또는 추출차로서 즉석에서 음용 가능하도록 포장된 차 음료를 가리킴. 감미료나 탄산, 다양한 맛을 내는 첨가제 포함할 수 있음
- 3) HS CODE 2202.10: 설탕 및 기타 감미료와 향 등을 첨가한 물로서 탄산수와 광천수를 포함함. 콤부차 제품은 우려낸 차에 유기농 사탕수수원당과 같은 단당류를 첨가한 제품으로 해당 HS CODE를 선정함

1. 싱가포르 콤부차 시장규모

싱가포르 국가 일반 정보⁶⁾

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

조사 시장: 조사제품 ‘콤부차’는 유기농 녹차를 우려낸 뒤 유기농 사탕수수원당을 넣어 유산균과 효모를 발효시킨 캔 형태의 탄산음료임. 이에 제품의 품목(차 음료)과 형태(캔 음료)를 기준으로 ‘소프트 드링크’ 및 ‘즉석 차 음료’ 시장의 시장규모를 조사함

▶ ‘소프트 드링크’ 시장규모, 2014-2018년 연평균성장률(CAGR) -1.2%

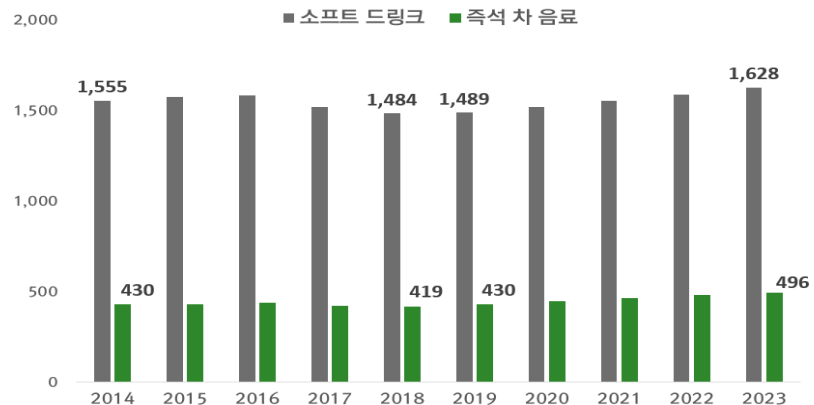
2018년 기준, 싱가포르 ‘소프트 드링크’ 시장규모는 14억 8,400만 싱가포르달러, ‘즉석 차 음료’ 시장규모는 4억 1,900만 싱가포르달러를 기록함. 각 시장은 2014년부터 2018년까지 연평균성장률 1.2%, 0.6%의 감소세를 기록함

▶ 2023년 ‘즉석 차 음료’ 시장규모 4억 9,600만 싱가포르달러 예상

2023년 기준 싱가포르 ‘즉석 차 음료’ 시장규모는 4억 9,600만 싱가포르달러로 추산됨. 2018년 싱가포르 ‘즉석 차 음료’ 시장의 선도 기업인 Pokk Corp사가 ‘즉석 탄산 차 음료’ 브랜드인 Teazzle을 출시하였으나, 2018년 말까지 싱가포르 ‘즉석 탄산 차 음료’ 시장은 매우 작은 규모로 추산됨

[표 1.1] ‘소프트 드링크’, ‘즉석 차 음료’ 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위: 백만 싱가포르달러



분류		2014	2015	2016	2017	2018	CAGR (‘14~’18)
상위 품목	소프트 드링크	1,555 (1.37조 원)	1,577 (1.38조 원)	1,583 (1.39조 원)	1,520 (1.33조 원)	1,484 (1.30조 원)	-1.2%
해당 품목	즉석 차 음료	430 (3,775억 원)	432 (3,793억 원)	437 (3,837억 원)	422 (3,705억 원)	419 (3,678억 원)	-0.6%
전망		2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR (‘19~’23)
상위 품목	소프트 드링크	1,489 (1.31조 원)	1,518 (1.33조 원)	1,553 (1.36조 원)	1,590 (1.40조 원)	1,628 (1.43조 원)	2.3%
해당 품목	즉석 차 음료	430 (3,775억 원)	445 (3,907억 원)	462 (4,056억 원)	479 (4,205억 원)	496 (4,354억 원)	3.6%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

4) 1싱가포르달러=877.92원 (2019.12.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 싱가포르 콤부차 수출입 시장규모

HS CODE 2202.10: 해당 HS CODE는 설탕 및 기타 감미료와 향 등을 첨가한 물로서 탄산수와 광천수를 포함함. 콤부차 제품은 우려낸 차에 유기농 사탕수수원당과 같은 단당류를 첨가한 제품으로 해당 HS CODE로 품목을 분류함

▶ 2014-2018년, 싱가포르 對글로벌 수입액 연평균성장률 14%

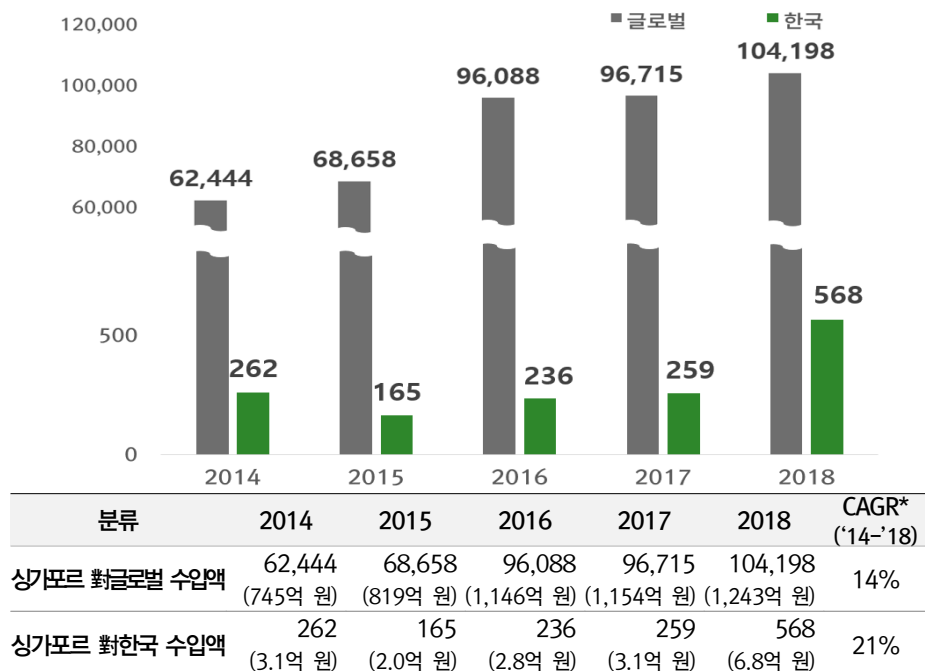
2018년 기준, 싱가포르의 HS CODE 2202.10 품목 對글로벌 전체 수입액은 1억 419만 8천 달러이며, 최근 5년(2014-2018년)간 연평균 14%의 성장률을 기록함. 2014년 이후 지속적으로 수입액 규모가 증가함

▶ 2014-2018년, 싱가포르 對한국 수입액 연평균 성장률 21%

2018년 기준 HS CODE 2202.10 품목의 싱가포르 對한국 수입액은 약 56만 8천 달러로 집계됨. 이는 전체 수입액의 약 0.5%로, 수입액 규모 전체 국가 중 8위를 기록함. 對한국 수입액은 2015년 전년대비 37%의 감소세를 보였으나, 이후 2015년-2018년 꾸준히 증가함. 특히 2018년 전년대비 119%의 높은 성장률을 보임

[표 1.2] HS CODE 2202.10 수입 규모⁷⁾⁸⁾

단위: 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2202.10 기준

7) 1달러=1,193.10원 (2019.12.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 싱가포르 콤부차 소비 시장규모

1) 싱가포르 거주자 성비

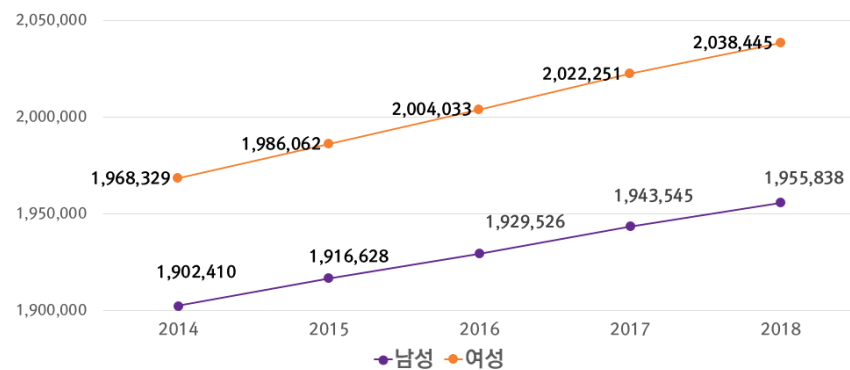
조사제품 콤부차는 디톡스 효능을 보유한 다이어트 제품임. 이에, 주요 소비자층으로 예상되는 '20-40대 여성 거주자 규모'를 조사함. 또한 성별 차 음료 소비량 파악을 위해 '싱가포르 거주자 남녀성비'와 '1인당 차 음료 소비현황'을 조사함

▶ 싱가포르 거주자 성비, 남성 49.0%, 여성 51.0%

2018년 기준, 싱가포르 남성 거주자 수는 195만 5,838명, 여성 거주자 수는 203만 8,445명으로, 여성이 남성보다 8만 2,607명 많음. 2018년 싱가포르 남녀 거주자 비율은 각각 전체 거주자 수의 49.0%, 51.0%를 차지함. 지난 5년(2014-2018년)간 싱가포르 남성 거주자 수와 여성 거주자 수는 각각 0.7%, 0.9%의 연평균성장률로 꾸준히 증가함

[표 1.3] 싱가포르 남녀 거주자 비율⁹⁾

단위: 명



	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR (14~18)
전체	3,870,739 (100.0%)	3,902,690 (100.0%)	3,933,559 (100.0%)	3,965,796 (100.0%)	3,994,283 (100.0%)	0.8%
남성	1,902,410 (49.1%)	1,916,628 (49.1%)	1,929,526 (49.1%)	1,943,545 (49.0%)	1,955,838 (49.0%)	0.7%
여성	1,968,329 (50.9%)	1,986,062 (50.9%)	2,004,033 (50.9%)	2,022,251 (51.0%)	2,038,445 (51.0%)	0.9%

자료: 싱가포르 통계부(Department of Statistics Singapore)

9) 해당 자료는 싱가포르 통계부에서 발표한 수치로, 싱가포르 거주자(싱가포르 시민과 영주권자)의 남녀 비율을 집계하였으며 비거주자 수를 제외함. 이에 해당 표의 전체 인구수는 국가일반정보에 기재된 싱가포르 인구수(거주자와 비거주자의 합)와 차이가 있음

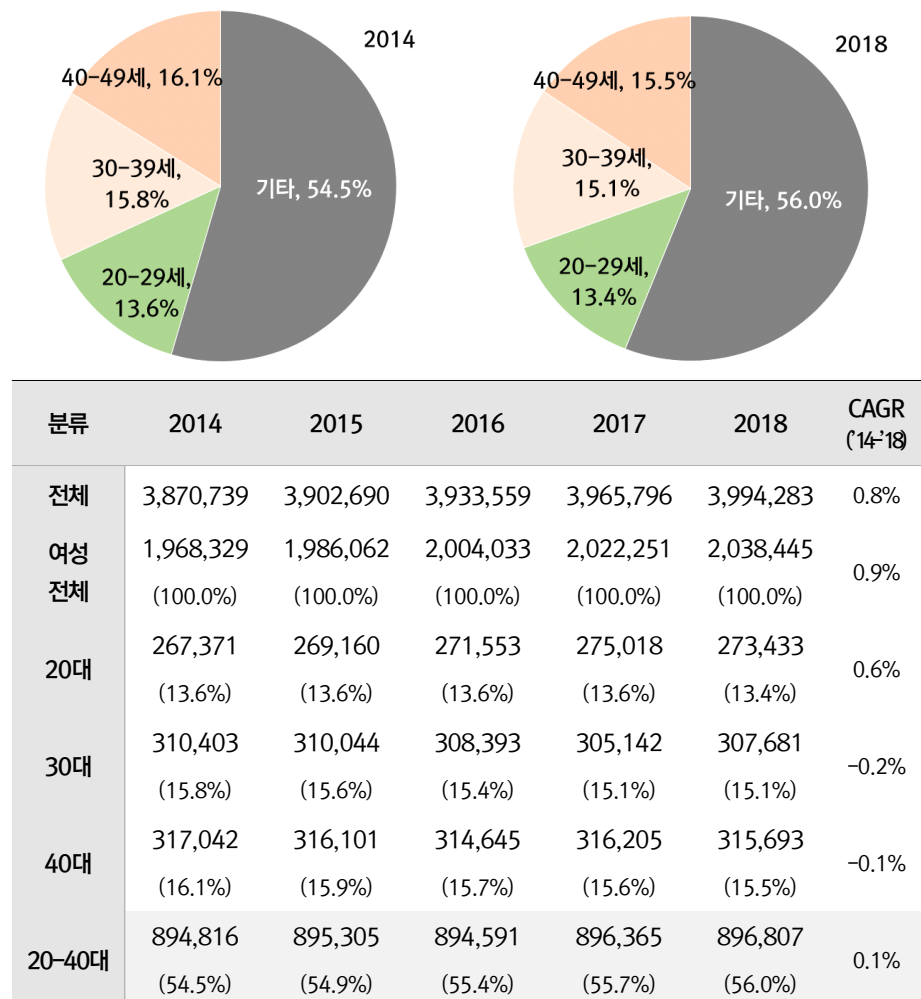
2) 싱가포르 20-40대 여성 거주자 규모

▶ 2014-2018년, 싱가포르 20-40대 여성 거주자 규모 연평균성장률 0.1%

2018년 기준 싱가포르 20-40대 여성 거주자 수는 89만 6,807명으로, 전체 여성의 56.0%를 차지하며, 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 0.1%로 증가함. 20-40대 여성 거주자 중 40대 여성이 31만 5,693명(여성인구의 15.5%)으로 가장 많음. 30대 여성 거주자는 30만 7,681명(15.1%), 20대 여성 거주자는 27만 3,433명(13.4%)임. 20-40대 여성 거주자 중 지난 5년간 연평균 0.6%로 성장한 20대를 제외하고, 나머지 연령대는 모두 지난 5년간 감소세를 기록함

[표 1.4] 싱가포르 20-40대 여성 거주자¹⁰⁾

단위: 명



자료: 싱가포르 통계부(Department of Statistics Singapore)

10) 해당 자료는 싱가포르 통계부에서 발표한 수치로, 싱가포르 거주자(싱가포르 시민과 영주권자) 중 20-40대 여성인구를 집계하였으며 비거주자 수를 제외함. 이에 해당 표의 전체 인구수는 국가일반정보에 기재된 싱가포르 인구수(거주자와 비거주자의 합)와 차이가 있음

3) 싱가포르 연간 1인당 차 음료 소비량

▶ 2014-2018년, 침출차 및 고형차 1인당 소비량 연평균성장률 -0.1%

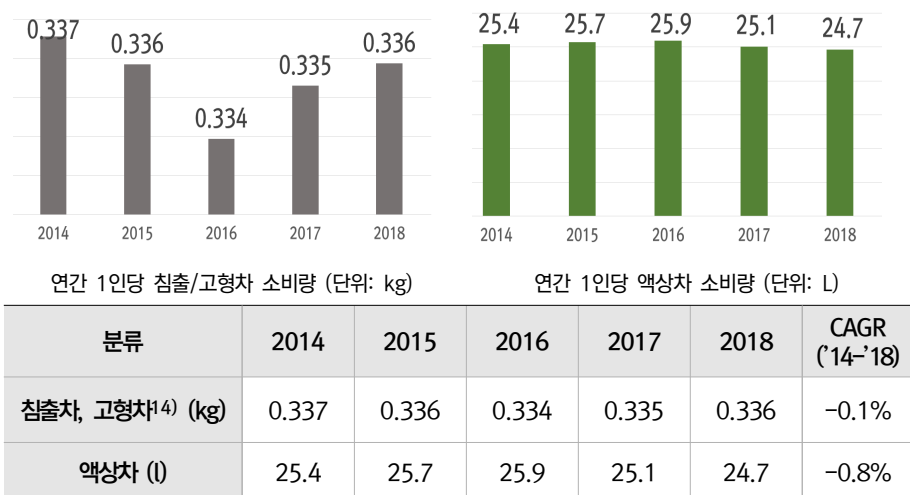
싱가포르 침출차 및 고형차 1인당 소비량은 지난 5년간 0.1%의 감소세를 보였으며, 2018년 0.336kg를 기록함. 유로모니터에 따르면¹¹⁾, 싱가포르 침출차 및 고형차 제품 구매 시 가장 중요하게 여기는 요소는 기능성으로, 항산화 작용이 뛰어난 녹차가 가장 빠르게 성장 중임. 녹차, 홍차와 다르게 카페인을 함유하지 않은 루이보스, 침출차 등의 차종도 소매 채널 내에서 점점 더 일반화되고 있으며, 추후 높은 성장률을 보일 것으로 예상됨. 차 소비량은 감소하는 반면, 차 시장의 프리미엄화로 인해 시장 규모는 성장할 것으로 예상됨

▶ 2014-2018년, 액상차 1인당 소비량 연평균성장률 -0.8%

즉석에서 음용 가능한 액상차 제품의 1인당 소비량은 지난 5년간 연평균 0.8%로 감소하여 2018년 24.7리터를 기록함. 2018년 5월 자판기에서 판매되는 소프트ドリンク의 100ml당 설탕 함유량이 6g을 초과하지 못하는 정부 정책이 도입됨에 따라, 설탕 대신 과일 향료, 과즙 등을 첨가한 액상차의 등장이 활발해질 것으로 예상됨¹²⁾

[표 1.5] 연간 1인당 차 음료 소비량¹³⁾

단위: 킬로그램(kg), 리터(l)



자료: 유로모니터(Euromonitor), 싱가포르 통계부(Department of Statistics Singapore)

11) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Singapore」, 2019.12

12) 유로모니터(Euromonitor), 「RTD Tea in Singapore」, 2019.03

13) 해당 수치는 유로모니터에서 집계된 침출차, 고형차, 액상차의 연간 소비량을 싱가포르 통계부에서 발표한 싱가포르 인구수(싱가포르 시민, 영주권자, 거주 외국인의 합)로 나눈 수치임

14) 본 보고서에서는 기존 침출차, 고형차에 액상차 내 시럽 제품까지 포함하며, 액상차는 '즉석 차 음료(RTD Tea)'를 지칭함

침출차: 식물의 어린 싹이나 잎, 꽃, 줄기, 뿌리, 열매 또는 곡류 등을 주원료로 하여 가공한 제품. 물에 침출하여 그 여액을 음용함

고형차: 고형차는 식물성 원료를 주원료로 하여 가공한 것으로 분말 등 고형의 기호성 제품

액상차: 액상차는 식물성 원료를 주원료로 하여 추출 등의 방법으로 가공한 것(추출액, 농축액 또는 분말)이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 시럽상 또는 액상의 기호성 제품

II. Market Trend

SUMMARY

1. 싱가포르 언론매체, 저칼로리 및 디카페인 음료로 차(Tea) 소개
2. 콤부차, '장 건강'과 '피부 미용'에 효과적
3. 전체 차(Tea) 상품 중 콤부차 인기 점유율은 높지 않은 편
4. 콤부차, 디톡스 상품으로서도 허브차, 녹차와 경쟁해야 해



Market Trend

(시장트렌드)

싱가포르 (SINGAPORE)

콤부차 시장 트렌드



죄책감이 덜 드는 디저트(Guilt-free dessert)가 트렌드로 떠올라
‘건강 고려도 높은 소비자를 위한 저칼로리 음료 출시’



피부 미용에도 효과적인 콤부차
‘피부 장벽 강화 등에 도움을 주는 프로바이오틱스’

■ SINGAPORE Issue ①

싱가포르 언론매체,
저칼로리 및 디카페인 음료로 차(Tea) 소개
‘체중, 다이어트, 칼로리 이슈 관심 높아’

■ SINGAPORE Issue ②

콤부차,
‘장 건강’과 ‘피부 미용’에 효과적
‘장 건강에 좋은 발효차’



콤부차, ‘유기농’ 관련 언급이 많아
‘디카페인, 건강, 프리미엄 차 인기 다’



디톡스 관련해 차 종류 빈출
‘디톡스 상품으로서 콤부차의 경쟁력 높지 않아’

■ SINGAPORE Issue ③

전체 차(Tea) 상품 중
콤부차 인기 점유율은 높지 않은 편
‘차(Tea) 카테고리 내 콤부차의 인기 높지 않은 편’

■ SINGAPORE Issue ④

콤부차, 디톡스 상품으로서도
허브차, 녹차와 경쟁해야 해
‘허브차, 녹차, 홍차 키워드 순으로 빈출’

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원

(싱가포르 매체 21개)

●
데이터 분류
키워드집
(콤부차 연관 키워드집)


●
데이터 분석
- 연관어 분석

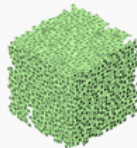
농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집
5,037건

- ① 싱가포르 콤부차 관련 기사 데이터 수집(*)
 - 수집원 : 싱가포르 언론 매체 및 온라인 쇼핑몰
- ② 싱가포르 콤부차 관련 소비자 데이터 수집(*)
 - 수집원 : 아마존(www.amazon.sg)
 - 비즈니스인사이드(www.businessinsider.sg)
 - 나일론(www.nylon.com.sg)

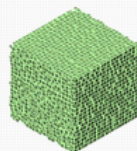
콤부차
(검색어)



데이터 정제
2,391건

- ① 수집 데이터 정의
 - 수집 키워드 : 콤부차(Kombucha)
- ② 수집 데이터 정제
 - 정제데이터추출 : 콤부차(Kombucha) 관련 데이터 2,391건추출

빈도 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
콤부차(Kombucha)
시장 트렌드 분석

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
 - 싱가포르 콤부차(Kombucha) 시장에 대한 소비자의 선호와 그에 따른 제품 트렌드
- ② 데이터 분석 기법 선정
 - 키워드 분석
 - 콤부차(Kombucha) 관련 키워드집 구축(**)
 - 키워드별 발생 빈도 및 문건 빈도 분석(***)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
 - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.11
수집 데이터	5,037

데이터 정제

정제 키워드	콤부차 (Kombucha)
정제 데이터	2,391

○ 데이터 수집

- 싱가포르 콤부차 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 싱가포르 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Business Insider	www.businessinsider.sg	언론매체
02	Shape	www.shape.com.sg	언론매체
03	The Finder	www.thefinder.com.sg	언론매체
04	Harpers Bazaar	www.harpersbazaar.com.sg	언론매체
05	Healthy Food	www.healthyfood.com	언론매체
06	YP	www.yp.sg	언론매체
07	Womens Weekly	www.womensweekly.com.sg	언론매체
08	Foodpanda	magazine.foodpanda.sg	언론매체
09	NYLON	www.nylon.com.sg	언론매체
10	Daily Vanity	dailyvanity.sg	언론매체
11	Channel News Asia	www.channelnewsasia.com	언론매체
12	Lifestyle Asia	www.lifestyleasia.com	언론매체
13	Health Hub	www.healthhub.sg	언론매체
14	Lazada (RedMart)	www.lazada.sg	온라인 쇼핑몰
15	Qoo10	www.qoo10.sg	온라인 쇼핑몰
16	Cold Storage	coldstorage.com.sg	온라인 쇼핑몰
17	Fair Price	www.fairprice.com.sg	온라인 쇼핑몰
18	Amazon	www.amazon.sg	온라인 쇼핑몰
19	Honestbee	www.honestbee.sg	온라인 쇼핑몰
20	Sasha's Finefoods	sashasfinefoods.com	온라인 쇼핑몰
21	Giant	giant.sg	온라인 쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 싱가포르 콤부차 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 싱가포르 콤부차 관련 매체 리스트



현지 언론매체, 콤부차 관련 이슈		현지 언론매체, 콤부차 관련 이슈		현지 온라인 쇼핑몰, 콤부차 인기 제품 유형	
키워드 ①	건강	키워드 ①	건강	키워드 ①	유기농
키워드 ②	소화	키워드 ②	스킨케어	키워드 ②	레몬
키워드 ③	체중	키워드 ③	아름다움	키워드 ③	디톡스
키워드 ④	글루텐프리	키워드 ④	에센스	키워드 ④	라임

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 싱가포르 콤부차 관련 데이터 분석 키워드집

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

[표 2.3] 싱가포르 콤부차 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(영어)	참여기업	경쟁기업	기타
차	건강	Health	0		
	설탕	Sugar	0	0	
	커피	Coffee		0	0
	우유	Milk		0	
	체중	Weight		0	0
	다이어트	Diet		0	0
	칼로리	Calories	0		
	잠	Sleep	0		
	콤부차	Kombucha	0		
콤부차	발효	Fermented	0		
	피부	Skin	0		
	유기농	Organic		0	
	맛	Taste	0		
	장	Gut	0		
	프로바이오틱스	Probiotics	0		
	아름다움	Beauty	0		
	스킨케어	Skincare			0
디톡스	차	Tea	0		
	꿀	Honey		0	0
	생강	Ginger		0	0
	오일	Oil			0
	효소	Enzyme			0
	페퍼민트	Peppermint		0	

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 싱가포르 언론매체 내 콤부차 게시물 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF* 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출

* TF-DF란 '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

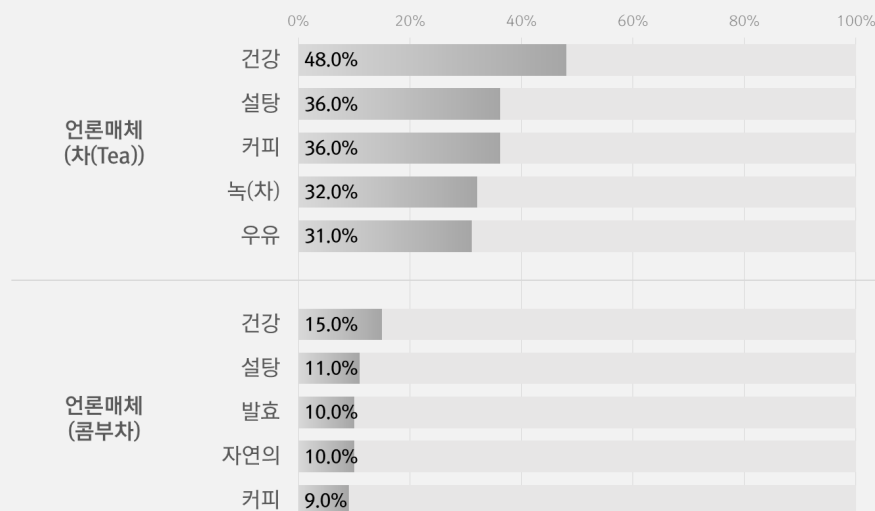
※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[DF 기준 데이터 분석 결과 요약]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 싱가포르 온라인 쇼핑몰 내 '콤부차'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열
2. 인기순으로 나열된 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10page까지의 인기 상품 정보를 크롤링 함

(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)

3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

(상품명의 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

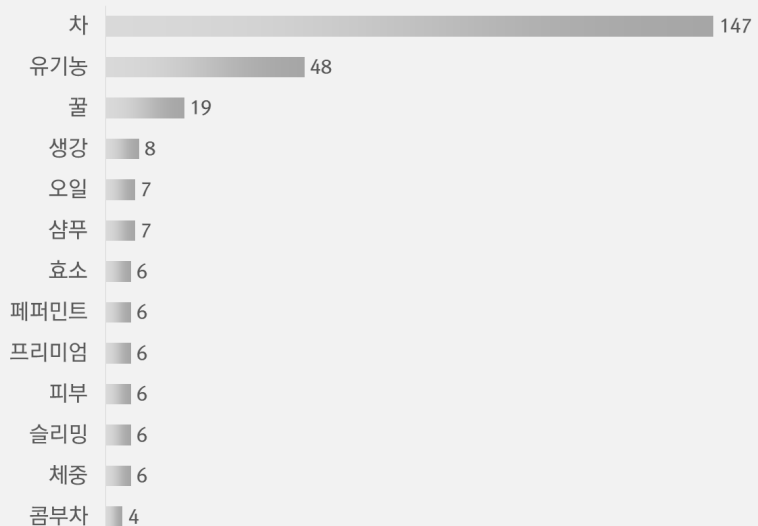
※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



1. 싱가포르 언론매체, 저칼로리 및 디카페인 음료로 차(Tea) 소개

칼로리 낮춘 버블티 신메뉴



당(糖) 함량을 낮추고 토핑을 없애,
더욱 건강하게 즐길 수 있는
버블티

출처: Shape

▶ 칼로리 높은 밀크티와 버블티, 건강 고려도 높은 소비자 위해 신메뉴 출시
싱가포르 언론매체 내 차 관련 이슈는 ‘건강’으로 나타남. 특히 ‘체중’, ‘다이어트’, ‘칼로리’에 대한 관심이 높은 것으로 보임. 최근 싱가포르에서는 죄책감이 덜 드는 (Guilt-free) 저설탕, 저칼로리 디저트가 트렌드 식품으로 떠오름.¹⁵⁾ 이에 따라 칼로리가 높은 밀크티, 버블티 브랜드에서는 설탕 함량을 낮추고 토핑을 적게 넣은 신메뉴를 개발하기도 함¹⁶⁾

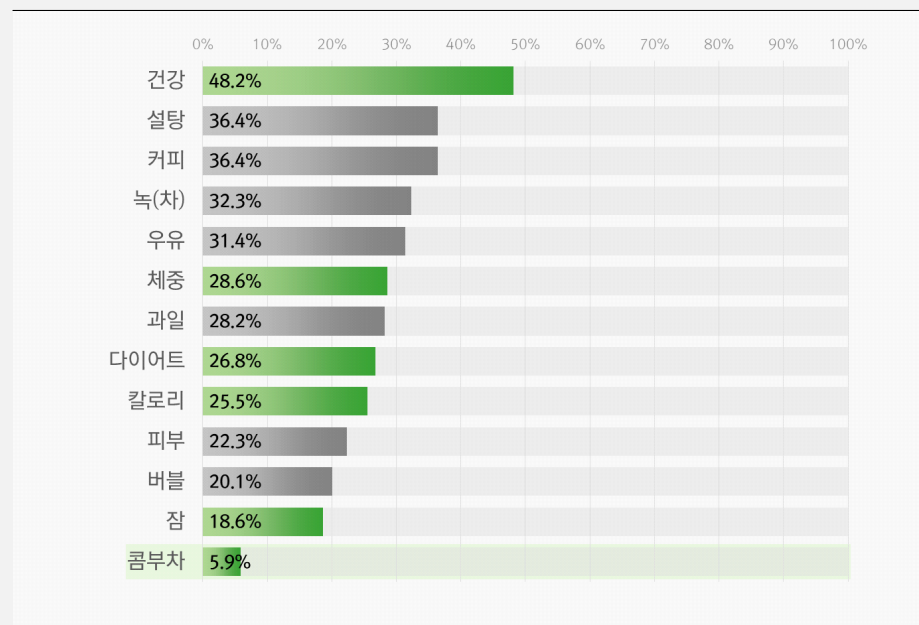
▶ 수면 질(Quality) 향상을 위해 커피 대신 차(Tea) 음용 권장

차와 관련해 ‘수면’ 키워드가 빈출한 점은 눈 여겨 볼만함. 해당 키워드의 원문을 살펴보면, 싱가포르 국민의 수면부족과 불면을 우려하는 기사가 많음. 오후 2시 이후에 커피를 마시면 수면 장애를 유발할 수 있기 때문에, 커피 대신 녹차나 콤부차를 음용하는 것이 대안이 될 수 있음. 한편, 콤부차 언급은 5.9%로 전체 차 중에서는 많지 않은 편임¹⁷⁾

▶ 싱가포르 언론매체 내 ‘차(Tea)’ 관련 주요 이슈

① 건강 ② 체중 ③ 칼로리

[표 2.4] 싱가포르 언론매체 내 ‘차(Tea)’ 주요 키워드



자료 : 싱가포르 언론매체 내 ‘차(Tea)’ 관련 기사 220건 분석 (18.01 - 19.11)

값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

15) 「7 Food Trends to Watch for in 2019」, Shape, 2019.03.25.

16) 「Gong Cha Singapore Launches 13 Healthier Choice Tea Drinks」, Shape, 2018.01.30.

17) 「5 Ways to Boost Your Energy Levels in the New Year」, Shape, 2018.01.07.

2. 콤부차, ‘장 건강’과 ‘피부 미용’에 효과적

싱가포르 트렌드 식품 Top7



- 1 김 (Seaweed)
- 2 **프로바이오틱스 (Probiotics)**
- 3 죄책감이 덜 드는 디저트 (Guilt-free dessert)
- 4 지속가능한 음식 (Sustainable Food)
- 5 채식주의/비건 지향 (Going meat-free)
- 6 멀티/복합 쇼핑몰 (Eat & shop in one place)
- 7 파스타 보울 (Pasta bowls)

출처: 웨이브(shape.com.sg)

▶ 콤부차, 장 건강에 좋은 차로 다양한 발효 음식과 함께 소개돼

언론매체 내 콤부차 관련 키워드 역시 건강과 관련이 높음. ‘건강’과 함께 ‘발효’, ‘장’, ‘박테리아’, ‘프로바이오틱스’ 키워드가 빈출됨. 그 중에서도 발효차라는 특징으로 인해 장 건강에 좋다는 글이 다수임.¹⁸⁾ 콤부차에 함유된 프로바이오틱스는 장 환경을 안정화시키며 면역체계를 강화하는 기능을 함

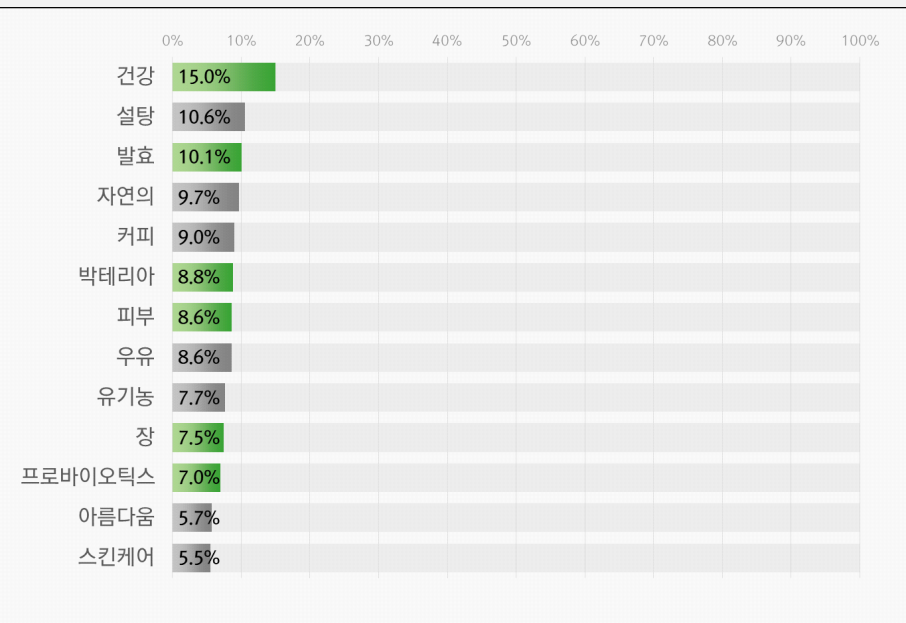
▶ 피부 미용에도 효과적인 콤부차

흥미로운 점은 콤부차 관련해 ‘피부’, ‘아름다운’, ‘스킨케어’ 키워드가 빈출했다는 점임. 이를 통해 콤부차가 피부 미용에 좋음을 알 수 있음. 실제 원문을 살펴보면, 프로바이오틱스는 피부 pH를 조절하고 세포 염증을 감소시키는 원리로 피부에 긍정적 효과를 주는 것으로 나타남.¹⁹⁾

▶ 싱가포르 언론매체 내 ‘콤부차’ 관련 주요 이슈

① 건강 ② 발효 ③ 피부

[표 2.5] 싱가포르 언론매체 내 ‘콤부차’ 주요 키워드



자료 : 싱가포르 언론매체 내 ‘콤부차’ 관련 게시물 149건 분석 (18.01 - 19.11)

값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

18) 「I Drank Kombucha Every Day for Two Weeks and My Digestive Problems Disappeared」, Shape, 2018.03.01.

19) 「Probiotics in Skincare – All Hype Or Actually Helpful?」, Shape, 2019.03.22.

3. 전체 차(Tea) 상품 중 콤부차 인기 점유율은 높지 않은 편

저카페인, 에너지 차



브랜드	바담(Vahdam)
제품명	다즐링썸머 (Dazzling Summer)
가격	54.38달러 ²⁰⁾ (약 64,881원)
용량	1.06oz
정보	따뜻한 차, 아이스 차 그리고 콤부차로도 내려 마실 수 있음

출처: Lazada(Singapore)

콤부차 에너지 음료



브랜드	레메디(Remedy)
제품명	굿에너지(Good Energy)
가격	12.95달러 (약 15,451원)
용량	250ml x 4개
정보	무설탕 스파클링 에너지 음료

출처: Lazada(Singapore)

▶ 디카페인, 건강, 프리미엄 차 인기 多

인기 차 종류로는 녹차의 언급이 가장 많고, 이어 허브차, 밀크티 순임. 콤부차는 전체 인기 차(Tea) 상품 중 0.001%로 높지 않은 편임. 전반적으로 건강한 제품이나 프리미엄 차 종류를 즐겨 마시며, 카페인 농도를 중요시 여기는 것으로 보임

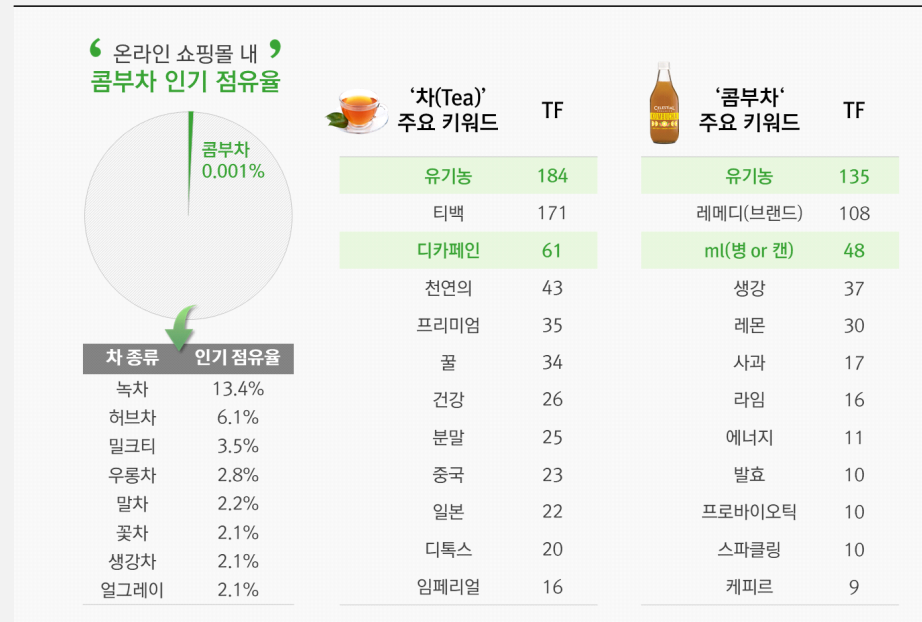
▶ 콤부차, 음료 형태(캔 또는 병)로 판매되는 경우 多

콤부차 역시 유기농 키워드가 가장 많이 빈출함. 주목할만한 점은 차는 티백 유형이 일반적이는데 반해 콤부차는 병이나 캔에 담긴 음료 형태로 판매된다는 점임. 또한 생강, 레몬, 사과 등의 향이 첨가된 제품이 많아 소비자에게 콤부차가 차(Tea)라는 개념보다 음료라는 인식이 강할 수 있음

▶ 싱가포르 온라인 쇼핑몰 내 ‘차(Tea)’ 및 콤부차’ 관련 주요 이슈

① 유기농 ② 디카페인 ③ 프리미엄

[표 2.6] 싱가포르 온라인 쇼핑몰 내 ‘차(Tea)’ 및 콤부차’ 주요 키워드



자료 : 싱가포르 온라인 쇼핑몰 내 ‘차(Tea)’ 제품 1222건, ‘콤부차’ 제품 454건 분석 (18.01 - 19.11)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합

20) 1달러=1,193.10원 (2019.12.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

4. 콤부차, 디톡스 상품으로서도 허브차, 녹차와 경쟁해야 해

디톡스용 허브차



브랜드	이퀄리브라(Equilibra)
제품명	디톡스 허브차(Detox Herbal Tea)
가격	4.90달러 (약 5,846원)
용량	32g

출처: Lazada(Singapore)

키노히미츠 디톡스 생강차



브랜드	키노히미츠(Kinohimitsu)
제품명	디톡스 생강차 (D'Tox Tea, Ginger)
가격	14.90달러 (약 17,777원)
용량	28g

출처: Amazon(Singapore)

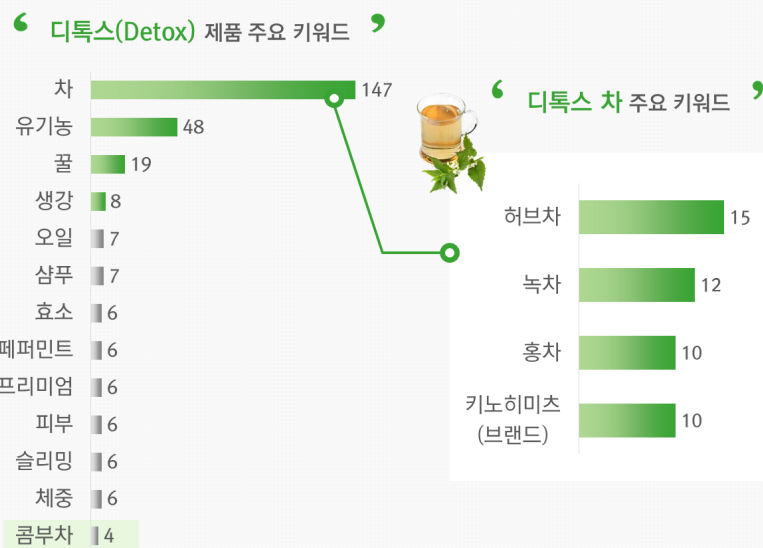
- ▶ 싱가포르 온라인 쇼핑몰, 디톡스 상품으로 차(Tea), 삼푸 빈출
- ▶ 디톡스 용 차(Tea)로 콤부차보다 허브차, 녹차가 더 인기

콤부차는 디톡스 효과가 있는 것으로 널리 알려져 있음. 싱가포르 내에서도 디톡스 상품으로 포지셔닝이 가능한지를 알아보기 위해 온라인 쇼핑몰 내 인기 디톡스 상품 346건을 추출해 상품명을 분석함. 디톡스와 관련해 ‘차(Tea)’와 ‘삼푸’가 빈출했으며, 그 중 차가 압도적으로 많음. 허브차, 녹차, 홍차 그리고 키노히미츠(kinohimitsu) 브랜드가 빈출했으며, 콤부차는 4건에 불과함. 이에 따라 디톡스 상품으로 인지도가 낮아 홍보가 필요할 것으로 판단됨

- ▶ 싱가포르 온라인 쇼핑몰 내 ‘디톡스(Detox)’ 관련 주요 이슈

① 차 ② 유기농 ③ 삼푸

[표 2.7] 싱가포르 온라인 쇼핑몰 내 ‘디톡스(Detox)’ 주요 키워드



자료 : 싱가포르 온라인 쇼핑몰 내 ‘디톡스’ 제품 346건 분석 (18.01 - 19.11)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합

III. Distribution Channel

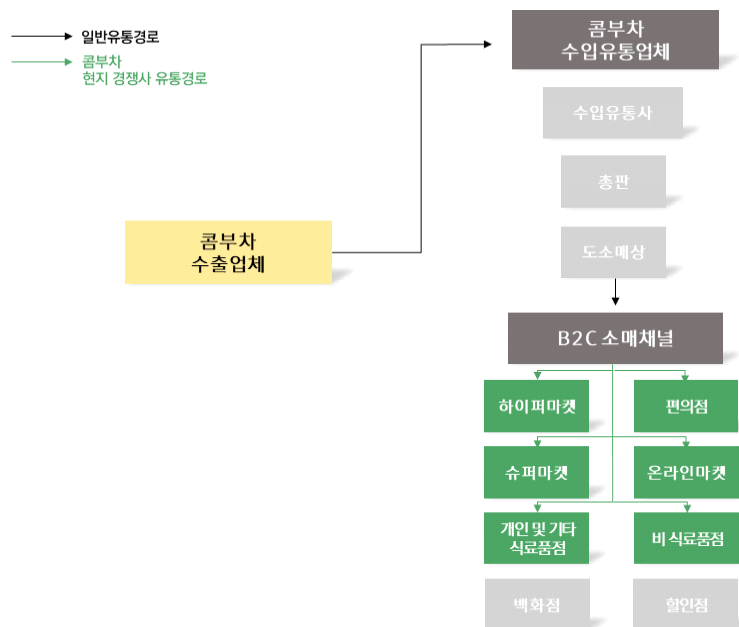
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



싱가포르 (Singapore)

콤부차²¹⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²²⁾	주요 채널 ²³⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	37.5%	페어프라이스(FairPrice), 생시옹(Sheng Siong), 콜드스토리지(Cold Storage), 자이언트(Giant), 프라임 슈퍼마켓(Prime Supermarket), 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons), 빅박스(Big Box), 까르푸(Carrefour)
	편의점	31.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 치얼스(Cheers),
	개인 및 기타 식료품점 ²⁴⁾ ²⁵⁾	18.7%	메이디아(Meidi-Ya), 돈돈돈키(DonDon Donki)
	온라인	12.5%	라자다(Lazada), 아마존(Amazon), 탕스(Tangs)
	비 식료품점	0.2%	(-)

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

21) 2018년 기준, 싱가포르 내 RTD 차(RTD Tea)의 유통채널 점유율임

22) '콤부차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 'RTD 차(RTD Tea)'의 정보를 확인함

23) 채널 분류에 따른 싱가포르 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

24) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

25) 개인 식료품점의 경우, 본 보고서에서는 아시안마트를 조사함

1. 싱가포르 콤부차 유통구조

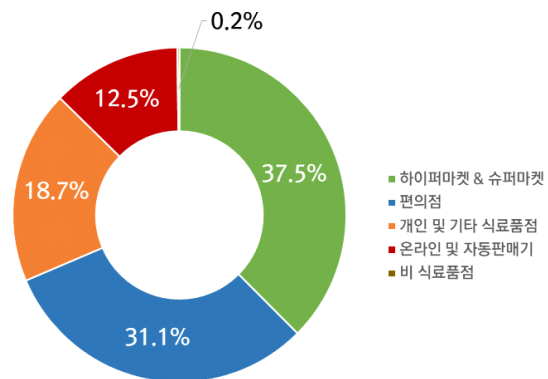
품목 구분 및 분류

품목	콤부차
구분	즉석 탄산 차 음료
범주	RTD Tea

▶ 싱가포르 콤부차 주요 채널

‘슈퍼마켓(37.5%), 편의점(31.1%), 개인 및 기타 식료품점(18.7%)’

[표 3.1] 싱가포르 콤부차 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 싱가포르 콤부차 유통채널 현황

채널 유형	콤부차 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	37.5%	페어프라이스(FairPrice), 생시옹(Sheng Siong), 쿨드스토리지(Cold Storage), 자이언트(Giant), 프라임 슈퍼마켓(Prime Supermarket), 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons), 빅박스(Big Box), 까르푸(Carrefour)
	편의점	31.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 치얼스(Cheers),
	개인 및 기타 식료품점	18.7%	메이디아(Meidi-Ya), 돈돈돈키(DonDon Donki)
	온라인	12.5%	라자다(Lazada), 아마존(Amazon), 탕스(Tangs)
	비 식료품점	0.2%	(-)

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

2. 싱가포르 콤부차 주요 유통업체

- ▶ 슈퍼마켓, 편의점, 개인 및 기타 식료품점이 대표적
추가로, 온라인에서 유사 품목 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 싱가포르 콤부차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁶⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	페어프라이스 (FairPrice)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 23억 8,372만 달러 (약 2조 8,440억 원)	록콤부차 (Rok Kombucha), 포카(Pokka), 어센틱티하우스 (Authentic Tea House), 나그리골드(Narigold), 헤븐앤얼스 (Heaven&Earth), 예오스(Yeo's)	0
2	생시옹 (Sheng Siong)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 6억 5,557만 달러 (약 7,821억 6,056만 원)	시즌스(Seasons), 예오스(Yeo's), 헤븐앤얼스 (Heaven&Earth), 포카(Pokka)	0
3	콜드스토리지 (Cold Storage)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 20억 4,300만 달러 (약 2조 4,375억 원)	모조(MOJO), 포카(Pokka), 아리조나(Arizona), 시즌스(Seasons), 헤븐앤얼스 (Heaven&Earth)	0
4	자이언트 (Giant)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 4억 5,300만 달러 (약 5,404억 7,430만 원)	포카(Pokka), 아리조나(Arizona), 예오스(Yeo's), 헤븐앤얼스 (Heaven&Earth), 시즌스(Seasons)	0
5	프라임 슈퍼마켓 (Prime Supermarket)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 500만 달러 (약 59억 6,550만 원)	헤븐앤얼스 (Heaven&Earth), 시즌스(Seasons), 글라소(Glaceau)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

26) 1달러=1,193.10원 (2019.12.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

[표 3.4] 싱가포르 콤부차 취급 주요 유통업체

순 번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 29억 7,300만 달러 (약 3조 5,471억 원)	세븐일레븐오가닉티 (7-Eleven Organic Tea), 예오스(Yeo's), 헤븐앤얼스 (Heaven&Earth)	0
7	치얼스 (Cheers)	편의점	약 23억 8,372만 달러 (약 2조 8,440억 원)	예오스(Yeo's), 시즌스(Seasons), 포카(Pokka)	0
8	메이디아 (Meidi-Ya)	아시안마트	약 3,700만 달러 (약 441억 4,470만 원)	기린(KIRIN), 이토엔(ITO EN), 순토리(Suntory), 포카(Pokka),	0
9	돈돈돈키 (Don Don Donki)	아시안마트	약 2억 7,005만 달러 (약 3,221억 9,665만 원)	코차카덴(Kochakaden), 순토리(Suntory), 립톤(Lipton)	0
10	라자다 (Lazada)	온라인	약 2억 5,000만 달러 (약 2,982억 7,500만 원)	지티스(GT's), 록콤부차 (Rok Kombucha), 바이오나오가닉 (Biona Organic), 콤부차마마 (Kombucha Mama), 레메디(Remedy), 크래프트앤컬처 (Craft&Culture)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 싱가포르 콤부차 B2C 소매채널

1) 슈퍼마켓&하이퍼마켓



① 페어프라이스(FairPrice)

기업 기본 정보	기업명	페어프라이스(FairPrice)	
	홈페이지	www.fairprice.com.sg	
	위치	주 쿤(Joo Koon)	
	규모	매출액('18)	약 23억 8,372만 달러 ²⁷⁾ (약 2조 8,440억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 230개 - 직원 수('18): 약 10,000명
기업 요약	- 1973년 설립 - 싱가포르에서 가장 큰 규모의 유통사 - 싱가포르 전국노동자연합(NTUC) 산하의 협동조합 - FairPrice Supermarkets, FairPrice Xpress, FairPrice Xtra, FairPrice Finest, Fairprice Shop, Fairprice Online, Cheers(편의점)의 총 6가지 유통브랜드 보유 - 사업자 고객용 온라인 포털 별도 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 10월 지주사인 싱가포르 전국노동자연합(NTUC)에 의해 외식 프랜차이즈 업체 Foodfare社, 커피/음료 프랜차이즈 업체 Kopitiam社와 그룹화됨. 그룹화 프로젝트의 결과로 Fair Price社는 외식 프랜차이즈 업체 두 곳에 동결한 가격으로 식자재 등을 납품하게 됨 - 2019년 9월 싱가포르 소비자 협회(Consumer Association of Singapore)에서 출시된 가격 비교 앱(Price Kaki)을 통해 페어프라이스 포함한 다양한 유통업체에서 판매하는 식료품, 생활용품 가격 확인 가능		
유사제품 정보		제품명	진저팝 (Ginger Pop)
		종류	콤부차
		용량	365ml
		원산지	호주

자료: 페어프라이스(Fair Price) 홈페이지, 스탯티스타(Statista), 크런치베이스(Crunchbase), 더스트레잇타임즈(The Straits Times), 더뉴스페이퍼(The Newspaper)

사진 자료: 페어프라이스(Fair Price) 홈페이지, 더허니컴버스(The Honey Combers)

27) 페어프라이스 소속 통합 매출액

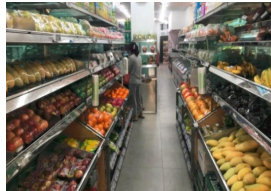
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 유제품, 육류, 해산물, 냉동식품, 곡류, 면류, 차류, 음료류, 주류 등 - 일반: 유아용품, 장난감, 생활용품, 청소용품, 가전용품 등 • 선호 제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 - 다양한 자체제작상품 판매		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 페어프라이스 기업 홈페이지를 통한 문의 (fairprice.com.sg/wps/portal/corporate/corpHome) - 홈페이지 우측 상단 Contact Us 클릭 - 정보 가입 후 제출 - 홈페이지 가입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 첨부파일 등 2. 로컬 에이전트를 통한 등록	
	특이사항	- 문의사항 연락처 (본사) 전화: +65 6888 1888 팩스: +65 6397 4001 - 입점 후 공급업체 포털 이용 (sptest.pracbiz.com/Supplier_Portal)	
벤더 리스트	• Naspac Marketing Pte Ltd (식품 브로커) - 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: 페어프라이스(Fair Price) 홈페이지, 나스팩(Naspac Marketing Pte Ltd), 싱롱푸드스터프(Sing Long Foodstuff Pte Ltd)



② 생시옹(Sheng Siong)

기업 기본 정보	기업명	생시옹(Sheng Siong)	
	홈페이지	www.shengsiong.com.sg	
	위치	선게이 카두(Sungei Kadut)	
	규모	매출액('18)	약 6억 5,557만 달러 (약 7,821억 6,056만 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 60개 - 직원 수('18): 약 1,900여 명
기업 요약	- 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	- 2019년 3분기 순이익 전년 대비 16.4% 증가한 1,500만 달러를 기록 - 싱가포르 소비자 협회(Consumer Association of Singapore)에서 출시된 가격 비교 앱(Price Kaki)을 통해 생시옹을 포함한 다양한 유통업체가 판매하는 식료품, 생활용품 가격 확인 가능 - 2019년 11월 흑설탕 버블티맛 모찌 스낵을 대만으로부터 수입, 유통 시작		
유사제품 정보		제품명	푸얼크리샌더멈 (Pu Erh Chrysanthemum)
		종류	혼합차 (보이차, 국화차)
		용량	380ml
		원산지	말레이시아

자료: 생시옹(Shengsiong) 홈페이지, 줌인포(Zoominfo), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia), 더뉴스페이퍼(The Newspaper)

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 유제품, 육류, 해산물, 곡류, 면류, 건조식품, 음료류, 냉동식품, 건강기능식품, 차류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 애견용품, 의약품 등 • 선호 제품 - 신선, 유기농 제품 • 특이사항 - 음료, 과일류 대용량(Cartons) 상품 판매		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭하여 Enquiry Form 선택 - 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입정보 : 담당자명, 기업명, 이메일 주소, 연락처	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: contact@shengsiong.com.sg 전화: +65 6895 1888 팩스: +65 6269 8265	
벤더 리스트	• Naspac Marketing Pte Ltd (식품 브로커) - 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) 홈페이지, 반춘(Ban Choon Marketing PTE LTD)홈페이지



③ 콜드스토리지(Cold Storage)

기업 기본 정보	기업명	콜드스토리지(Cold Storage)	
	홈페이지	www.coldstorage.com.sg	
	위치	탐피니스(Tampines)	
	규모	매출액('18)	약 20억 4,300만 달러 ²⁸⁾ (약 2조 4,375억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 53개 - 직원 수('18): 약 7,500여 명
기업 요약	- 1903년 설립 - 홍콩계 Dairy Farm Group 소속 - Cold Storage, Market Place, Jasons의 총 3가지 유통 브랜드 보유 - 프리미엄 신선식품 전문 유통		
	 		
기업 최근 이슈	- Dairy Farm Group은 5,000명 이상의 소매점, 물류창고 직원들을 대상으로 디지털 업무 교육을 실시할 예정 - 지난 2월, 싱가포르에서 가장 큰 쇼핑몰인 비보시티(VivoCity)에 입점해 있던 자이언트(Giant) 하이퍼마켓과 콜드스토리지 슈퍼마켓이 폐점하고, 경쟁사 NTUC FairPrice가 새로 개점		
유사제품 정보		제품명	크래프트콤부차진저 (Crafted Kombucha Ginger)
		종류	콤부차
		용량	330ml
		원산지	호주

자료: 콜드스토리지(Cold Storage) 홈페이지, 데어리팜그룹(Dairy Farm Group), 에이치알엠아시아(Hrmasia), 블룸버그(Bloomberg), 커넥티드투인디아(Connected to India), 더뉴스페이퍼(The Newspaper)

사진 자료: 콜드스토리지(Cold Storage) 홈페이지, 아시아원(Asiaone)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 유제품, 음료류, 유아용식품, 한국식품, 차류 등 - 일반: 유아용품, 헬스용품, 생활용품, 애견용품, 뷰티용품 등 • 선호 제품 - 프리미엄 식품류 • 특이사항 - 한국식품 판매		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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	- 문의사항 연락처 이메일: custsvc@coldstorage.com.sg 전화: +65 1800 8918 100	
벤더 리스트	• Sing Long Foodstuff Pte Ltd (식품 브로커) - 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) 홈페이지, 싱롱푸드스터프(Sing Long Foodstuff PTE LTD)



④ 자이언트(Giant)

기업 기본 정보	기업명	자이언트(Giant)	
	홈페이지	www.giant.sg	
	위치	템피니스(Tampines)	
	규모	매출액('18)	약 4억 5300만 달러 (약 5,404억 7,430만 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 62개 - 직원 수('18): 약 380여명
기업 요약	- 1944년 말레이시아 설립 - 홍콩계 Dairy Farm Group 자회사 (1998년 지분 90% 인수) - Giant Express, Giant Supermarket, Giant Hypermarket, Giant Online의 총 4가지 유통 브랜드 보유		
	 		
기업 최근 이슈	- 말레이시아와 싱가포르를 넘어, 인도네시아, 브루나이, 베트남으로 사업 확장 중 - Dairy Farm Group은 5,000명 이상의 소매점, 물류창고 직원들을 대상으로 디지털 업무 교육을 실시할 예정 - 지난 2월, 싱가포르에서 가장 큰 쇼핑몰인 VivoCity에 입점해 있던 Giant 하이퍼마켓과 Cold Storage 슈퍼마켓이 폐점하고, 경쟁사 NTUC FairPrice가 새로 개점		
유사제품 정보		제품명	그린티 자스민 (Green Tea Jasmine)
		종류	녹차
		용량	500ml
		원산지	일본

자료: 자이언트(Giant) 홈페이지, 데어리팜그룹(Dairy Farm Group) 홈페이지, 투데이온라인(Todayonline), 아울러(Owler), 에이치알엠아시아(hrmasia), 커넥티드투인디아(Connected to India), 더뉴스페이퍼(The Newspapaer)

사진 자료: 자이언트(Giant) 홈페이지, 캐피탈랜드(Capitaland), 그레이트딜스싱가포르(Great deals Singapore), 피엔지플라이(PNGfly)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 곡류, 면류, 차류, 주류, 음료류, 스낵류, 신선식품, 유제품, 육류 등 - 일반: 유아용품, 헬스용품, 뷰티용품, 주방용품, 가전제품, 문구류, 가구용품, <u>스포츠용품</u>, 애완용품 등 • 선호 제품 - 저렴한 제품, 다양한 카테고리의 제품 • 특이사항 - 식품뿐만 아니라 가구, 소비자 가전 등 다양한 품목 취급		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 하단 메뉴 Contact Us 클릭 - 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 - 입점 후 Dairy Farm B2B Portal(https://sphub.igo.com.sg) 이용	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: service@giantssingapore.com.sg 전화: +65 6891-8000	
벤더 리스트	• Sing Long Foodstuff Pte Ltd (식품 브로커) - 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: 데어리팜그룹(Dairy Farm Group) 홈페이지, 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 500만 달러 (약 59억 6,550만 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 21개 - 직원 수('18): 약 50명
기업 요약	- 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	- 싱가포르 소비자 협회(Consumer Association of Singapore)에서 출시된 가격 비교 앱(Price Kaki)을 통해 프라임 슈퍼마켓을 포함한 다양한 유통업체가 판매하는 식료품, 생활용품 가격 확인 가능		
유사제품 정보		제품명	해븐 앤 어스 자스민그린티 (Heaven and Earth Jasmine Green Tea)
		종류	녹차
		용량	500ml
		원산지	싱가포르

자료: 프라임슈퍼마켓(PrimeSupermarket) 홈페이지, 줌인포(Zoominfo), 링크드인(Linkedin),
 벌칸포스트(Vulcanpost), 더뉴스페이퍼(The Newspaper)
 사진 자료: 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket) 홈페이지, 커머셜구루(Commercialguru),
 벌칸포스트(Vulcanpost), 코카콜라싱가포르(Cocacola)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 차류, 소스류, 스낵류, 음료류, 주류 등 - 일반: 생활용품, 청소용품 등 • 선호 제품 - 신선한 제품, 합리적인 가격의 제품		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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	- 문의사항 연락처 이메일: enquiries@primesupermarket.com 전화: +65 6282-5349 팩스: +65 6284-9248	

자료: 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket) 홈페이지

2) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-eleven.com.sg	
	위치	탐피니스(Tampines) / 싱가포르	
	규모	매출액('18)	약 29억 7,300만 달러 ²⁹⁾ (약 3조 5,471억 원)
		기타 규모('18)	매장 수('18): 약 393개
기업 요약	- 1983년 1호 지점 오픈 - 글로벌 편의점 체인 - 홍콩계 Dairy Farm Group 소유 - 24시간 운영		
			
기업 최근 이슈	- 2018년 Dairy Farm Group社は 보유하고 있던 세븐일레븐 매장 14곳을 글로벌 부동산 기업 JLL을 통해 매각 - 2019년 12월 한국, 일본, 미국 등으로부터 다양한 제품 수입하여 스낵류 및 음료 품목 확장		
유사제품 정보		제품명	오가닉루이보스티 (Organic Rooibos Tea)
		종류	루이보스차
		용량	550ml
		원산지	일본

자료: 세븐일레븐(7eleven) 홈페이지, 제이엘엘(JLL), 미국 농무부(USDA Gain Report: Singapore Retail Foods 2018), 야후뉴스(Yahoo News)

사진 자료: 세븐일레븐(7eleven) 페이스북, 에브리데이온세일(Everydayonsale), 시리우스잇(Seriouseat)

29) Dairy Farm 기업 편의점 부문 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 스낵류, 캔디류, 즉석식품, 차류, 음료류 등 - 일반: 위생용품, 화장품 등 • 선호 제품 - 간편 식품, Ready-to-Eat 식품류, 테이크아웃 음료류 • 특이사항 - 일본산 고급 견과류 등을 세븐일레븐 PL상품으로 패키징하여 판매 중 - 버거, 파스타, 커리, 오니기리 등 폭 넓은 Ready-to-Eat 제품 판매 중 - 테이크아웃 음료를 브랜드화(탄산음료: Gulp, 슬러쉬: Slurpee, 커피류: 7Cafe)하여 판매 중		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	세븐일레븐 Range Me 포털 통한 등록 (app.rangeme.com/suppliers/register/7-eleven) - 포털에서 필요한 정보 기입하여 프로필 및 기업 등록 - 등록 정보 ① 공급자 정보 (프로필 기입정보) (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 기업명) 기업 기입정보 : 업력, 매출액, 소속 산업, 업태, 브랜드명, 기업 주소 ② 제품 정보 업로드 ③ 국가설정 및 유통정보(기존의 유통망, 콜드체인 여부 등) 제출 ④ 제품 PL(Private Label) 가능 여부 및 프로모션/마케팅 예산 제출	
	특이사항	- 세븐일레븐 싱가포르 법인 문의사항 연락처 이메일: pr@7-eleven.com.sg 전화: +65 1800 891 8100	

자료: 세븐일레븐(7eleven) 홈페이지



② 치얼스(Cheers)

기업 기본 정보	기업명	치얼스(Cheers)	
	홈페이지	www.cheers.com.sg	
	위치	주 쿤(Joo Koon)	
	규모	매출액('18)	약 23억 8,372만 달러 ³⁰⁾ (약 2조 8,440억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 129개
기업 요약	- 1998년 1호 지점 오픈 - NTUC FairPrice 협동조합 소속 유통 브랜드 - 24시간 운영		
			
기업 최근 이슈	- 지난 2018년 5월 싱가포르의 NTUC FairPrice社와 베트남의 Saigon Co-op社의 합작으로 베트남 치어스 편의점 3호점이 개점		
유사제품 정보		제품명	크리샌더멈 티 (Chrysanthemum Tea)
		종류	국화차
		용량	1,500ml
		원산지	싱가포르

자료: 치어스(Cheers) 홈페이지, 페어프라이스(Fairprice) 홈페이지, 잡스트리트(Jobstreet), 미국 농무부(USDA Gain Report: Singapore Retail Foods 2018)

사진 자료: 페어프라이스(Fairprice) 홈페이지, 채널뉴스아시아(Channelnewsasia)

30) 페어프라이스 소속 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 스낵류, 즉석식품, 음료류, 주류(와인, 진, 보드카, 위스키) 등 - 일반: 문구류, 위생용품, 청소용품, 소형가전제품 등 • 선호 제품 - 간편 식품, 즉석 식품 • 특이사항 - 한국 스낵 제품, 도시락 김 제품 판매		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- FairPrice Supplier Portal 문의 (sptest.pracbiz.com/Supplier_Portal) 연락처 이메일: b2buat@pracbiz.com 전화 : +65 6275 6073 - 페어프라이스 본사 직접 문의 전화: +65 6888 1888 팩스: +65 6397 4001	
	특이사항	- 치얼스 본사 문의사항 연락처 이메일: general.feedback@fairprice.com.sg 전화: +65 6552 2722 팩스: +65 6397 4033	

자료: 치어스(Cheers) 홈페이지, 페어프라이스(FairPrice) 홈페이지, 나스팩(Naspac Marketing Pte Ltd) 홈페이지, 싱롱푸드스터프(Sing Long Foodstuff Pte Ltd) 홈페이지

3) 아시안마트



① 메이디아(Meidi-Ya Supermarket)

기업 기본 정보	기업명	메이디아(Meidi-Ya Supermarket)	
	홈페이지	www.meidi-ya.com.sg	
	위치	리앙 코트(Liang Court)	
	규모	매출액('18)	약 3,700만 달러 (약 441억 4,470만 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 2개 - 직원 수('18): 약 120명
기업 요약	- 일본계 유통 체인 MEIDI-YA의 싱가포르 지점 - 일본산 프리미엄 쇠고기, 과일 등 식자재와 가공식품 등 취급 - 매장 내 푸드 코트에서 다양한 일본 음식 서비스 - 온라인 주문 및 배달 서비스 가능		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 6월, 싱가포르 내 메이디아 2호점 개점		
유사제품 정보		제품명	고고노코-차 (午後の紅茶)
		종류	액상차
		용량	1,500ml
		원산지	일본

자료: 메이디아(Meidi-ya) 홈페이지, 블룸버그(Bloomberg), 후버스(Hoovers), 투데이온라인(Today Online)

사진 자료: 메이디아(Meidi-ya) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 육류(일본산, 미국산, 호주산), 일본산 수산물 및 어묵, 두부, 낫토, 채소류, 쌀, 면류(우동, 소바 등), 일본산 차, 사케, 조미료 등 - 일반: 생활용품, 위생용품 등 • 선호 제품 - 일본산 프리미엄 제품 • 특이사항 - 한국산 식품(참외, 꾀감 등 과일류와 과자, 라면 등 가공식품)도 일부 취급		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	- 메이디아 기업 홈페이지(www.meidi-ya.com.sg) 직접 문의 ① 홈페이지 상단 Contact 클릭 ② Contact 클릭 후 필요한 정보 기입하여 제출 ③ 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일 주소	
	특이사항	- 메이디아 본사 문의사항 연락처 : +65 6552 2722, (FAX) +65 6397 4033 - 메이디아 일본 본사 측 관련 사업부에서 제품의 수입/수출을 총괄함 - 사업부명: Brand Products & International Business Unit - 사업부 주소: 2-8, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8302 - 사업부 연락처: +81 03 3271 1120	

자료: 메이디아(Meidi-ya) 홈페이지



② 돈돈돈키(Don Don Donki)

기업 기본 정보	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)	
	홈페이지	www.dondondonki.sg	
	위치	오차드 센트럴(Orchard Central)	
	규모	매출액('18)	약 2억 7,005만 달러 ³¹⁾ (약 3,221억 9,665만 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 7개
기업 요약	- 일본계 유통업체 PPIH社の 동남아 타겟 유통 체인 - 싱가포르, 태국, 홍콩에 지점 보유 - 매장 내 푸드 코트에서 다양한 일본 음식 서비스 - 24시까지 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- 지난 9월 1일, Don Don Donki의 싱가포르 7호점이 개점		
유사제품 정보		제품명	로얄 밀크티 (Royal Milk Tea)
		종류	밀크티
		용량	470ml
		원산지	일본

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki) 홈페이지

사진 자료: 돈돈돈키(Don Don Donki) 홈페이지, 식스밀스퍼데이(sixmealsperday)

31) PPIH社 2018년 해외 매출액 총계

입점 및 협력 정보

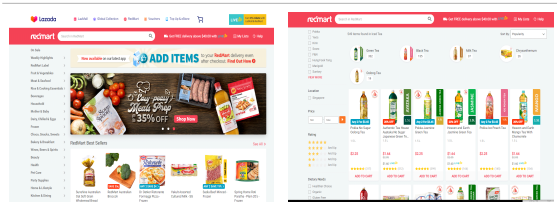
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 스낵류, 조리식품(회, 스시, 롤, 돈까스, 오코노미야끼, 모찌 등), 소스류, 즉석식품, 신선식품, 건조식품 등 - 일반: 생활용품, 화장품, 문구류, 청소용품, 잡화류, 기타 아이디어 상품 • 선호 제품 - 일본산 제품, 저렴한 제품	
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	- 돈돈돈키 기업 홈페이지(www.dondondonki.sg) 직접 문의 ① 홈페이지 상단 Help 클릭 ② Contact 클릭 후 필요한 정보 기입하여 제출 ③ 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일 주소
	특이사항	- 싱가포르 본사 문의사항 연락처 이메일: support.sg@dondondonki.com - PPIH社(일본 모기업) 산하 타 자회사에서 제품의 수입/수출을 총괄함 - 기업명: Pan Pacific International Trading Co., Ltd. - 사업부 주소: 2-8, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8302 - 사업부 연락처: +81 03 3271 1120

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

4) 온라인



① 라자다(Lazada)

기업 기본 정보	기업명	라자다(Lazada)	
	홈페이지	www.lazada.sg	
	위치	다운타운 코어(Downtown Core)	
	규모	매출액('18)	약 2억 5,000만 달러 (약 2,982억 7,500만 원)
		기타 규모	- 직원 수('18): 약 6,000여 명
기업 요약	- 2011년 설립 - 알리바바 그룹 소속 - 2016년 식료품 전문 온라인 유통기업 레드마트(Red Mart) 인수		
			
기업 최근 이슈	- Lazada 모바일 앱은 동남아 지역에서 2번째로 인기 있는 모바일 전자상거래 앱으로 뽑혔으며, 말레이시아, 싱가포르, 필리핀, 태국에서는 1위로 선정됨		
유사제품 정보		제품명	오가닉콤부차 오리지널로-칠드 (Organic Kombucha Original Raw - Chilled)
		종류	콤부차
		용량	473ml
		원산지	미국

자료: 라자다(Lazada) 홈페이지, 후버스(hoovers), 아울러(owler), 레미디드링크스(Remedy Drinks), 마케팅인터렉티브(Marketing-interactive)
사진 자료: 라자다(Lazada) 홈페이지

입점 및 협력 정보

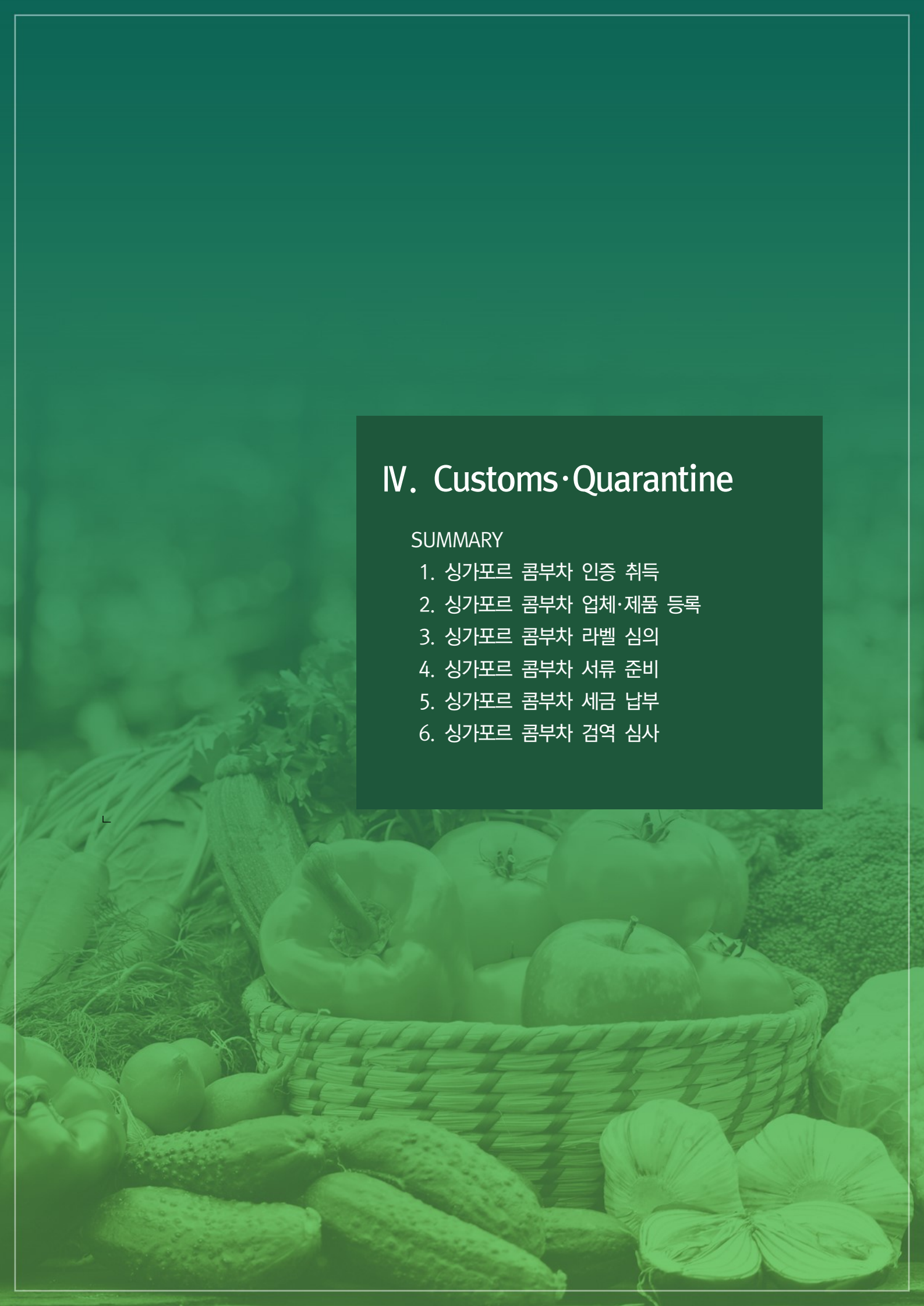
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 주류, 음료류, 스낵류, 신선식품(RedMart) 등 - 일반: 가전제품, 생활용품, 뷰티용품, 의류, 잡화류 등 • 선호 제품 - 타 온라인 쇼핑몰에 비해 가전제품(소비자 가전)을 다양하게 취급함 • 특이사항 - 식료품 전문 온라인 마켓 RedMart이 입점 되어있음 - 우리나라 소주와 막걸리를 판매하고 있음 (카테고리: Soju & Korean Wine)	
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	- Lazada 셀러 등록 ① Lazada.sg 홈페이지 접속 ② 홈페이지 최상단의 SELL ON LAZADA 클릭 ③ LazGlobal Seller 클릭하여 진행
	등록 조건	- Lazada 소속 식료품 전문 온라인 마켓 RedMart의 입점은 싱가포르 기반의 벤더만 가능하며, 초청을 통해서만 입점 가능 - 셀러 등록은 알리페이 계정이 있는 경우에만 가능

자료: 라자다(Lazada) 홈페이지

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 싱가포르 콤부차 인증 취득
2. 싱가포르 콤부차 업체·제품 등록
3. 싱가포르 콤부차 라벨 심의
4. 싱가포르 콤부차 서류 준비
5. 싱가포르 콤부차 세금 납부
6. 싱가포르 콤부차 검역 심사



Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 강제 인증 無	(-)
Step 02. 사전 심사	• 사전 심사 無	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	• 식품 수입 업체 등록 - 식품 수입을 위한 수입업체 등록 필요	(*) 싱가포르 기업청 - 문의처 : www.acra.gov.sg
Step 04. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 싱가포르 식품청 규정 준수	(*) 싱가포르 식품청 - 라벨 규정 - 문의처 : www.sfa.gov.sg
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지 증명서	(*) 싱가포르 식품청 - 문의처 : www.sfa.gov.sg (*) 싱가포르 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.sg
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입신고 - 전자통관시스템을 이용하여 신청 - 상업송장, 포장명세서 등	(*) 싱가포르 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.sg (*) 싱가포르 식품청 - 문의처 : www.sfa.gov.sg
Step 08. 세금 납부	• 납세 신고 • 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 0% • 판매세 7%	(*) 싱가포르 관세청 - 문의처 : www.customs.gov.sg
Step 09. 검역 심사	• 제품 검사 - 제출 받은 서류를 바탕으로 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

1. 싱가포르 콤부차 인증 취득

인증 취득

싱가포르로 제품 수입 시,
위해 필요하거나 선택
가능한 인증 정보 제공

콤부차

콤부차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 싱가포르 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

싱가포르는 식품 수입 및 유통을 위한 별도의 강제 인증을 요구하지 않아 절차가 전반적으로 간편함. 2019년 4월에 신설된 싱가포르 식품청(Singapore Food Agency, SFA)은 기존의 농식품수위청(AVA), 보건과학청(HSA)의 업무를 이관 받음. HACCP 인증의 경우 식품청의 식품 안전 관리 시스템(FSMS)을 통해 싱가포르의 모든 식품 소매점 시설에서 필수적으로 취득해야 하는 인증임

싱가포르의 할랄 인증도 강제 받는 인증은 아니지만 싱가포르 인구의 15%가 무슬림이기 때문에 식품 수입 시 수입 업체나 유통업체가 해당 인증을 요구하는 곳이 늘고 있음. 할랄 인증은 싱가포르의 할랄 인증기관인 무이스(Majlis Ugama Islam Singapore, MUIS)를 통해 온라인으로 신청 가능함. 무이스는 싱가포르 법률에 의하여 설립된 싱가포르의 할랄 인증기관임

[표 4.1] 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	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
HALAL	식품 생산 인증	선택	MUIS	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 싱가포르 식품 인증 취득

	절차	기간
	서류	비용
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원
HALAL	신청서제출>서류 평가>인증 비용 산정>현장평가(미팅)>서류 재검토>현장검사>마무리 미팅>평가서 작성>승인여부 결정	-
	제품 상세정보, 사용 원료 정보, 위생관련 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증 싱가포르에서 인정한 해외 인증기관 이용

싱가포르로 유기농 식품을 수출하기 위해서 검사와 조사 시스템 하의 '유기농(Organic)'이라고 명시되어 있는 라벨이 필요함. 코덱스 국제식품규격(Codex Guidelines)을 준수하고 식품 검사를 통과한 경우에 싱가포르에서 유기농으로 표시할 수 있음. 싱가포르 정부는 별도로 유기농 인증기관을 지정하고 있지 않으며, 적절하게 유기농 인증을 할 수 있는 해외의 인증기관을 통해서 유기농 인증을 획득할 수 있음

식품법의 라벨링 규정에 따라 해당 요건을 준수하지 않은 채로 유기농 라벨링을 한 후 판매하게 되는 경우 5,000달러 이하의 벌금이나 3개월 이하의 징역형에 처할 수 있음. 유기농 인증을 소지한 제품의 경우 식품 제조기업의 자체적인 표기 방식에 따라 유기농을 표시할 수 있음

[표 4.3] 싱가포르 유기농 정보

인증명	관련 규정	인증 Mark
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		
- 적절하게 유기농 인증을 획득한 제품은 'Organic'이라는 명칭을 라벨에 표기할 수 있음 - 별도의 지정된 마크나 표기 방법은 없음		

자료 : 싱가포르 식품청(SFA)

2. 싱가포르 콤부차 업체·제품 등록

업체·제품 등록

싱가포르로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

콤부차

콤부차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 일반가공식품 통관을 위해 사전 업체 및 등록 필요
- ▶ 싱가포르 등록 사이트를 통해 온라인으로 등록 가능

싱가포르로 식품을 수입하기 위해서 식품의 수입과 유통에 대한 허가증 및 등록이 필요함. 육류, 어류의 수입, 수출 및 환적, 신선 과일 및 야채의 수입 및 환적, 달걀의 수입 시에는 해당 제품에 대한 수입 허가증과 수입업체 등록이 이루어져야 함. 다만 가공된 식품 및 식품관련 장비를 수입 시에는 수입 업체 등록만 요구됨

제품에 관해서는 별도의 등록 절차를 요구하고 있지 않기 때문에 싱가포르로 일반가공식품을 수출하고자 하는 기업은 해당 제품에 대한 수입업체 등록증을 보유한 기업의 선정이 필요함

[표 4.4] 싱가포르 수입업체 등록 절차

적용 규제	식품 판매법(Sale of Food Act)
등록 전 필수 조건	1. 싱가포르 기업청(Accounting and Corporate Regulatory Authority, ACRA)에 업체를 등록한 후 사업자 등록번호(Unique Entity Number, UEN)를 부여받아야함 2. 부여받은 사업자 등록번호를 싱가포르 관세청(Singapore Customs)에 등록 및 활성화하여야 함 3. 지로(General Interbank Recurring Order, GIRO) 계정을 보유하여 식품청에 비용을 지불할 수 있어야함
등록 절차	1. 싱가포르의 기업 등록 사이트(GoBusiness Licensing Website)를 방문하여 허가증 혹은 등록을 위한 신청서를 제출해야 함 2. 허가증의 경우 지로 혹은 전자 결제를 통해 비용을 지불하여야함
등록 비용	무료
등록 소요 시간	영업일 기준 하루

자료 : 싱가포르 식품청 (SFA)

3. 싱가포르 콤부차 라벨 심의

▶ 싱가포르 라벨 규정

[표 4.5] 싱가포르 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	The Sale of Food Act, Food Regulations
싱가포르로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원료 정보 · 알레르기 정보 · 용량 (순중량) · 제조업체 정보 (현지 제조업체, 생산자 혹은 수입업자의 이름과 주소) · 원산지 · 유통기한 · 식품이 포함하고 있는 특정 감미료 · 특별한 목적을 지닌 식품 라벨 · 영양정보 · 특정 카테고리 식품에 대한 라벨링 · 특정 원료에 대한 정보 표기
콤부차		영어로 표기할 것 표기언어 제품명 또는 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것 제품명 제품의 일반명 또는 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기할 것 원료 정보 모든 원료 및 첨가제 정보를 함량 순서대로 열거할 것 혼합 원료인 경우 뒤에 원료들을 나열해야함 알레르기 정보 알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것 글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 어류 및 어류 제품, 땅콩, 콩과 같은 제품, 호두 제품 등 용량 순중량으로 표기 최소 수량 기준 또는 평균 수량 기준으로 작성 액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기 제조업체 정보 제조업체의 정보로 국내 제조업체, 생산자 혹은 수입업자의 이름과 주소 표기 수입 제품의 경우 현지 수입업자, 유통업자 혹은 대행사의 이름과 주소 필수 표기 원산지 수입 식품에 대한 원산지 표기 필수 도시, 군, 구와 같은 행정 단위 표기 불가
콤부차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	세부 내용	

자료 : 싱가포르 식품청(SFA)

[표 4.6] 싱가포르 라벨 관리 규정

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	유통기간	유통기간은 반드시 지워지거나, 오염되는 등의 훼손되지 않는 형태로 표시 되어야 하며, 최소 3mm 이상의 크기로 표시
		감미료 표기	아세설팜-K, 사카린 등의 특정 감미료를 포함하고 있는 제품의 경우 최대 섭취 허용량에 대한 정보 표기
		특정용도식품	저칼로리, 당뇨병 식품 등 특정 목적을 위한 식품의 경우 해당하는 특정목적을 명확하게 표기할 것
		영양정보	포장 식료품의 경우 영양정보를 필수적으로 표기할 것 열량, 나트륨, 단백질과 아미노산, 탄수화물, 전분, 당, 지방, 산화지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민 또는 무기질, 기타 영양성분 등
		기타	방사능 조사 식품, 홀그레인(Whole grain), 우유, 와인 등의 제품은 각 해당 식품별로 별도로 요구되는 요구사항을 지킬 것 알레르기를 일으키는 성분 등 특정 성분을 함유하고 있는 경우 해당하는 내용을 고지할 것
			건강 기능성에 경우 법률이 정하는 가이드에 따라 작성할 것

자료 : 싱가포르 식품청(SFA)

▶ 싱가포르 음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 브랜드명 : POKKA
② 제품명 : Green Tea Jasmine



[옆면1 라벨링]

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : POKKA
② 제품명 : 녹차 자스민

옆면1(영어)

- ① 제조사정보(Manufactured by) : POKKA Corporation (S) Pte. Ltd., 39 Quality Road, Singapore 618810
② 유통사정보(Distributed by) : Singapore POKKA International Pte. Ltd., 4 Benoi Crescent, Singapore 629970.
③ 수입사정보(Imported by) : Malaysia POKKA Corporation (S) Pte. Ltd., Malaysia Branch, Suite 11.06, Level 11, Menara Trend, Intan Millennium Square, No. 68, Lalan Batai Laut 4, Taman Intan, 41300 Klang, Selangor, Malaysia. Brunei Darussalam Cataleya Trading Company, Lot 20007, Taman Alam, Jin Gadong, Kg Beribi BE1118, Brunei Darussalam.

옆면2(국문)

- ① 제조사정보 : POKKA Corporation (S) Pte. Ltd., 39 Quality Road, Singapore 618810
② 유통사정보 : Singapore POKKA International Pte. Ltd., 4 Benoi Crescent, Singapore 629970.
③ 수입사정보 : Malaysia POKKA Corporation (S) Pte. Ltd., Malaysia Branch, Suite 11.06, Level 11, Menara Trend, Intan Millennium Square, No. 68, Lalan Batai Laut 4, Taman Intan, 41300 Klang, Selangor, Malaysia. Brunei Darussalam Cataleya Trading Company, Lot 20007, Taman Alam, Jin Gadong, Kg Beribi BE1118, Brunei Darussalam.

① 설명

② 영양정보

③ 원료정보

④ 인증



[옆면2 라벨링]

- ④ 용량(NET) : 10.1 Fl.oz. (300ml)
 ⑤ 원산지 : Product of Singapore
 ⑥ 유통기한(Best Before) : On bottom of can (DD/MM/YYYY)

- ④ 용량 : 10.1 액량온스 (300ml)
 ⑤ 원산지 : 싱가포르
 ⑥ 유통기한(Best Before) : 캔의 밑면을 확인하십시오 (일/월/년)

옆면2(영어)

- ① 설명 : A long-time favourite, POKKA Jasmine Green Tea is now available in a calmingy aromatic No Sugar option ..
 ② 영양정보(Nutrition Information) :

Serving per can : 1		
Serving size: 300ml(1 can)		
	per serving	per 100ml
Energy	0 kcal (0kj)	0 kcal (0kj)
Protein	0.0g	0.0g
Total Fat	0.0g	0.0g
-Saturated Fat	0.0g	0.0g
-Trans Fat	0.0g	0.0g
Cholesterol	0mg	0mg
Carbohydrate	0.0g	0.0g
-Total Sugar	0.0g	0.0g
Dietary Fibre	0.0g	0.0g
Sodium	21mg	7mg
Tea Polyphenols	120mg	40mg

All food additives are sourced from plant/synthetic origin, Colour change and sediments are natural and do not affect quality.

- ③ 원료정보(Ingredients) : Water, freshly brewed jasmine green tea, ascorbic acid, flavourings
 ④ 인증 : MUIS Halal, HACCP, ISO 22000, ISO 9001

옆면2(국문)

- ① 설명 : 오랜 시간동안 사랑받은 POKKA 자스민 녹차는 설탕이 무첨가된 조용한 향기를 즐길 수 ...하락..
 ② 영양정보(Nutrition Information) :

캔 제공량 : 1		
1회 제공량 : 300ml(1 캔)		
	1회 제공량당	100ml당
열량	0 kcal (0kj)	0 kcal (0kj)
단백질	0.0g	0.0g
총 지방	0.0g	0.0g
-포화지방	0.0g	0.0g
-트랜스지방	0.0g	0.0g
콜레스테롤	0mg	0mg
탄수화물	0.0g	0.0g
-총 당	0.0g	0.0g
식이섬유	0.0g	0.0g
나트륨	21mg	7mg
차 폴리페놀	120mg	40mg

모든 식품 첨가물은 식물/화합물 유래 성분입니다. 색상 변화와 침전물은 자연적인 것이며 제품의 품질에 영향을 끼치지 않습니다.

- ③ 원료정보(Ingredients) : 물, 깨끗하게 우려진 자스민 녹차, 아스코르브산, 감미료
 ④ 인증 : MUIS Halal, HACCP, ISO 22000, ISO 9001

4. 싱가포르 콤부차 서류 준비

서류 준비

싱가포르로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

콤부차

콤부차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 싱가포르 현지 등록된 사업자를 통해서 통관 진행 가능

싱가포르에서 수입통관을 진행하기 위해서는 싱가포르 당국에 기업 또는 사업자 등록이 필수적으로 되어 있어야함. 기업 등록을 담당하는 싱가포르 기업청(ACRA)을 통해 사업자 등록번호(UEN)을 발급받아 싱가포르 세관에 등록을 진행해야함. 수입통관절차는 온라인 통관시스템인 TradeXchange를 통해서 진행됨

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 한국의 관세청이나 상공회의소를 통하여 원산지 증명서의 발급이 가능함. 양식의 경우 양국에서 지정하고 있는 별도의 증명양식이 있으며, 발급받은 원산지 증명서는 1회 사용을 원칙으로 함. 별도의 포괄증명 규칙이 없기 때문에 수출 시 매회 제출해야함

[표 4.7] 싱가포르 통관 서류

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

자료 : 싱가포르 관세청

5. 싱가포르 콤부차 세금 납부

세금 납부

싱가포르로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

콤부차

콤부차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 일반가공식품 HS-CODE 2202.99.50, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-싱가포르 FTA 발효로 협정세율 적용

일반가공식품 중 음료류의 경우 싱가포르에서는 HS-CODE 2202.99 (설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)의 2202.99.50(희석 없는 즉각적 소모를 위해 준비된 기타 비통기식 음료) 세번을 사용하여 수입됨. 싱가포르 수입 시 기본 세율은 0% 세율을 적용받으며, 한국산 제품의 경우 2006년에 발효된 한-싱가포르 FTA 협정으로 0%의 협정 세율이 적용됨. 관세 외에도 판매세(Goods and Services Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최대 7%임

- 수입 서류 심사비용에 40달러(한화 약 4만 원)³²⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 220달러(한화 약 26만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 33시간 소요

[표 4.8] 한국·싱가포르 HS CODE 비교 및 싱가포르 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	
	2202.99	기타	
	2202.99.9000	기타	
싱가포르	2202.99.50	희석 없는 즉각적 소모를 위해 준비된 기타 비통기식 음료	
관세	기본관세율	0%	
	협정 세율	0%	
판매세		최대 7%	

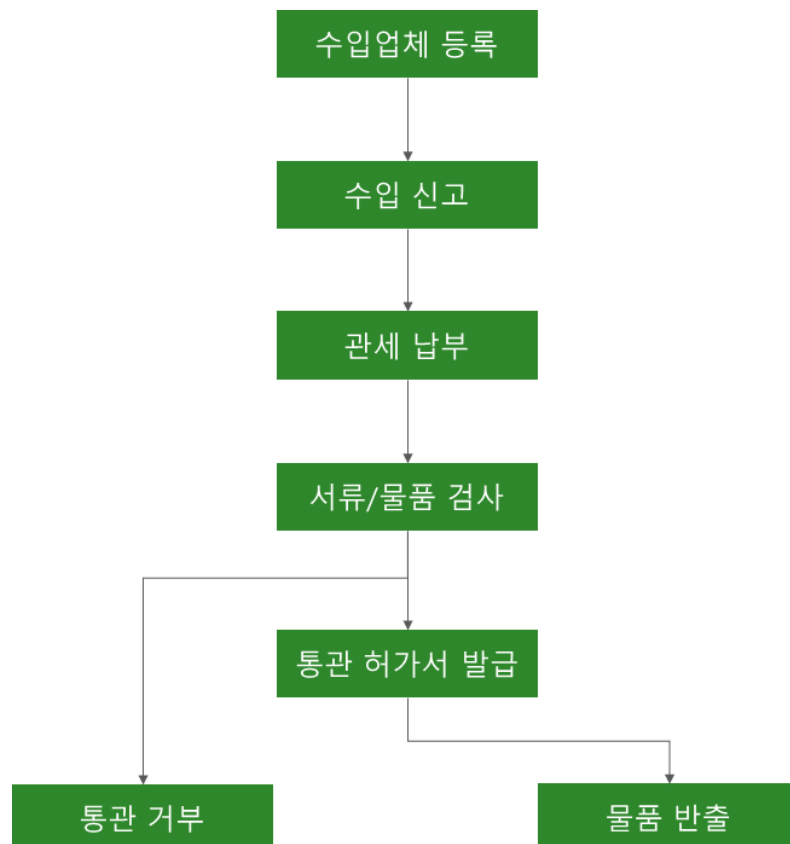
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 싱가포르 관세청

32) 1달러=1,193.10달러 (2019.12.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 싱가포르 콤부차 검역 심사 절차

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

[표 4.9] 싱가포르 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Calcium L-methylfolate	GMP
		Caustic caramel	GMP
	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2 (total))	5ppb

자료 : 싱가포르 관세청, KATI농식품수출정보

식품 첨가물 규정

싱가포르로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

콤부차

콤부차 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중
음료류의 발효음료류로
분류하여 발효음료류에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 싱가포르 식품청의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

[표 4.10] 싱가포르 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
산도조절제	아세트산	acetic acid	GMP ³³⁾
유화제	스테아르산암모늄	ammonium stearate	GMP
향료, 발효제, 산도조절제	아디프산	adipic acid	GMP
향미증진제, 산도조절제	시트르산암모늄	triammonium citrate	GMP
착색료	아조루빈	azorubine	GMP
산화방지제	아스코르브산	ascorbic acid	GMP
보존료	아세트산칼슘	calcium acetate	비율의 제한 없이 사용 가능 ³⁴⁾
보존료	아스코르브산칼슘	calcium ascorbate	비율의 제한 없이 사용 가능
보존료, 고결방지제 등	염화칼슘	calcium chloride	GMP

자료 : KATI농식품수출정보

33) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

34) 해당하는 용도로 사용하는 경우에 비율의 제한 없이 사용 가능함

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 오가닉 딜리버리(Organic Delivery)

Interview ② 리틀 팜스(Little Farms)

Interview ③ 페어 프라이스(Fair Price)

Interview ④ 네이처스 글로리(Nature's Glory)

Interview ⑤ 라자다(Lazada)



Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Product



- 인터뷰 기업 : 오가닉 딜리버리
(Organic Delivery)
소매유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Johnson
(Sales Manager)

싱가포르 내 콤부차의 인지도는 낮은 편

콤부차는 싱가포르 시장에 진출한 지 얼마 되지 않은 식품이어서, 인지도가 매우 낮으며 제품에 대해 알고 구매하는 소비자들이 많지 않습니다.

현지 시장에서 판매하는 콤부차는 대부분 음료

싱가포르에서 판매하는 콤부차는 대부분 음료로 되어있으며, 캡슐이나 분말 형태의 제품은 본 적이 없습니다. 저희는 그 중 호주산 파커 제품을 취급하고 있습니다.

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 리틀 팜스
(Little Farms)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Wayne
(Sales Manager)

전반적인 콤부차의 수요는 낮은 편

콤부차의 수요는 계속해서 증가하고 있으나 아직 낮은 수준에 머물러있습니다. 지금까지 싱가포르에서 콤부차 판매를 위해 적극적인 홍보 활동을 펼친 업체가 없어서, 콤부차에 대해 잘 모르는 사람들이 많습니다.

콤부차 소비자들은 대부분 제품을 꾸준히 구매

콤부차의 수요는 낮지만, 콤부차를 구매하는 소비자들은 콤부차를 꾸준히 구매합니다. 콤부차는 건강에 좋은 효능으로 인해 구매하는 소비자들의 만족도가 높습니다.

Market Trend and Customers



- 인터뷰 기업 : 페어 프라이스
(Fair Price)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Mala
(Administrator)

싱가포르 내 콤부차의 판매량은 낮음

콤부차는 최근에 판매하기 시작한 제품이어서 판매량이 낮습니다. 콤부차는 아직 싱가포르 시장에서 수익을 창출하기엔 어려운 제품인 것 같습니다.

콤부차는 주로 10~20대의 소비자들이 구매

현재 콤부차를 구매하는 소비자들은 10~20대로 한정되어 있습니다. 그 이상의 소비자들은 콤부차에 대해 잘 알지 못하며, 어린 아이들은 콤부차의 신 맛을 선호하지 않습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 네이처스 글로리
(Nature's Glory)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Christopher
(Manager)

콤부차의 수요는 빠르게 증가하는 추세

콤부차를 두 달 가량 판매한 결과, 콤부차의 수요는 빠르게 증가하고 있으며 콤부차를 구매하는 소비자들은 대부분 정기적으로 제품을 구매합니다.

현지 시장 내 수입산 콤부차의 수가 증가하고 있음

현재 많은 싱가포르 현지 업체들이 콤부차를 출시하기 위해 준비 중에 있으며, 해외로부터 수입되는 콤부차의 수도 늘어나고 있습니다.

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 라자다
(Lazada)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Joye
(Service Manager)

인지도가 높은 콤부차는 대부분 호주산 제품

현재 싱가포르에서 판매하는 콤부차 제품 중 가장 인기가 많은 제품들은 거의 다 호주산이며, 알오케이, 요차 크래프트 앤 컬쳐, 레메디 등이 있습니다.

콤부차를 판매하는 매장은 많지 않음

싱가포르 내 콤부차를 판매하는 곳이 많지 않습니다. 오프라인 매장 중에서는 일부 음료 전문 매장과 마트에서 판매하며, 오프라인 매장보다는 온라인 매장에서 콤부차를 더 쉽게 구매할 수 있습니다.

Interview ① 오가닉 딜리버리(Organic Delivery)

35)

오가닉 딜리버리
(Organic Delivery)

전문가 소속

오가닉 딜리버리
(Organic Delivery)
소매유통업체

전문가 정보

Mr. Johnson
(Sales Manager)



오가닉 딜리버리(Organic Delivery) Sales Manager, Mr. Johnson

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

오가닉 딜리버리는 2014년에 설립된 소매유통업체로, 유기농 식품을 전문적으로 판매하고 있습니다. 취급 품목으로는 신선 과일, 채소, 유제품, 쌀, 해조류, 음료수 등이 있습니다. 제품은 싱가포르 내 70여 개의 슈퍼마켓으로 유통하고 있으며, 온·오프라인 판매를 병행하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 콤부차의 인지도가 어느 정도인가요?

콤부차는 싱가포르 시장에 소개된 지 얼마 되지 않은 식품이어서, 대부분의 소비자들에게 생소합니다. 콤부차를 구매하는 일부 소비자들은 면역력 개선 및 소화기능 개선 등의 효능을 알고 있지만, 이러한 소비자들은 많지 않습니다. 현지에서 콤부차를 판매하는 매장은 점차 늘어나고 있지만, 제품의 인지도가 워낙 낮아 현지 소비자들을 상대로 활발한 홍보가 필요합니다.

Q. 싱가포르에는 어떠한 콤부차 제품이 판매되고 있나요?

싱가포르에서 유명한 콤부차 브랜드로는 파커(Parker), 레메디(Remedy), 지바(Jiva) 등이 있으며, 저희는 그 중 파커 제품만 취급하고 있습니다. 파커의 콤부차는 음료 형태로 병에 담겨 있으며 다양한 맛으로 출시되어 인기가 높습니다. 저희 매장에서 가장 수요가 많은 콤부차 맛은 패션후르츠 맛입니다. 싱가포르에서 판매하는 콤부차는 대부분 음료로 되어있으며, 캡슐이나 분말 형태의 제품은 본 적이 없습니다.

35) 사진자료: 오가닉 딜리버리(Organic Delivery) 홈페이지 (organicdelivery.sg)

Q. 콤부차의 인지도가 낮은 이유는 무엇인가요?

콤부차의 인지도가 낮은 이유는 싱가포르 현지산 콤부차 제품이 아직 없어서 제품의 노출 정도가 굉장히 낮기 때문입니다. 따라서 콤부차를 효과적으로 판매하기 위해서는 온·오프라인 플랫폼을 다양하게 활용하여 제품을 최대한 노출시켜야 합니다. 제품의 인지도가 올라가야 제품의 수요도 많아질 수 있습니다. 아직 싱가포르에는 콤부차 제품이 많지 않기 때문에, 제품의 품질이 좋고 가격대가 적당하다면 쉽게 현지 시장에 진출하여 성공할 수 있습니다.

Q. 콤부차 수출 시 취득해야 하는 인증이 있나요?

저희가 취급하는 파커 콤부차 제품은 모두 100% 유기농으로 되어있으며, NASAA³⁶⁾와 USDA 유기농 인증이 부착되어 있습니다. 유기농 인증을 취득할 경우 소비자들의 신뢰도가 높아지겠지만, 유기농 인증은 필수가 아닌 선택사항에 불과합니다.

36) NASAA(National Association for Sustainable Agriculture Australia) : 호주에서 발급하는 유기인증

Interview ② 리틀 팜스(Little Farms)

37)

리틀 팜스
(Little Farms)

전문가 소속

리틀 팜스
(Little Farms)
소매업체

전문가 정보

Mr. Wayne
(Sales Manager)

REMEDY
CHERRY PLUM ORGANIC
KOMBUCHA MULTIPACK 4 X
250ML
\$10.00 SGD - \$12.98
ADD TO CART



REMEDY
HIBISCUS KISS ORGANIC
KOMBUCHA 330ML
\$6.98 SGD
ADD TO CART



REMEDY
LEMON LIME MINT ORGANIC
KOMBUCHA 330ML
\$6.98 SGD
ADD TO CART

리틀 팜스(Little Farms)

Sales Manager, Mr. Wayne

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

리틀팜스는 2015년에 설립된 소매업체로, 취급 품목으로는 주유, 음료, 빵, 유제품, 육류, 해산물, 과일, 채소 등이 있습니다. 싱가포르 내 세 개의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매를 병행하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 콤부차의 수요가 어떻게 되나요?

콤부차의 수요는 계속해서 증가하고 있으나 아직 낮은 수준에 머물러있습니다. 지금까지 싱가포르에서 콤부차 판매를 위해 적극적인 홍보 활동을 펼친 업체가 없어서, 콤부차에 대해 잘 모르는 사람들이 많습니다. 그럼에도 콤부차의 수요 증가세는 안정적인 편이며, 싱가포르의 콤부차 수입량은 꽤 많은 편입니다. 따라서 나중에는 콤부차의 수요가 상당히 많아질 것으로 예상됩니다.

Q. 싱가포르 내 인지도가 높은 콤부차는 무엇인가요?

싱가포르 내 인지도가 높은 콤부차 브랜드는 레메디(Remedy), 지바(Jiva), 커뮤니티 브루(Kommunity Brew), 엘에이 브루어리(LA Brewery) 등이 있습니다. 모든 제품은 음료 형태이며, 캔이나 유리병에 담겨있습니다. 저희는 앞서 언급한 네 개의 브랜드 제품을 모두 취급하고 있으며, 제품의 맛은 15가지 이상으로 다양합니다. 대부분의 제품들은 설탕이 첨가되어 있지 않은 유기농 콤부차여서, 당뇨병을 앓고 있는 소비자들에게 특히 수요가 많으며, 위장 건강에 좋기로 알려져 있습니다.

37) 사진자료: 리틀 팜스(Little Farms) 홈페이지 (littlefarms.com)

Q. 콤부차의 선호도는 어느 정도인가요?

콤부차의 수요는 낮지만, 콤부차를 구매하는 소비자들은 제품에 대한 만족도가 높아 꾸준히 구매하는 경우가 많습니다. 콤부차는 건강적 효능으로 인해 구매하는 소비자들의 후기가 굉장히 좋습니다. 따라서 콤부차의 인지도만 높아진다면 제품의 수요는 금방 많아질 것으로 예상됩니다.

Q. 콤부차는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

아직 싱가포르에는 콤부차를 취급하는 업체가 많지 않습니다. 하지만 곧 호주산 콤부차가 싱가포르 시장에 대거 진출할 예정이어서, 콤부차의 인지도가 높아진다면 머지않아 대부분의 마트에서 콤부차를 판매할 것입니다. 그 전까지는 기존에 콤부차를 취급하고 있는 매장이나 유통업체를 찾아 A사 제품을 납품하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ③ 페어 프라이스(Fair Price)

38)

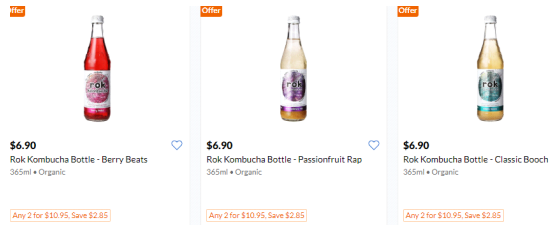
페어 프라이스
(Fair Price)

전문가 소속

페어 프라이스
(Fair Price)
소매업체

전문가 정보

Ms. Mala
(Administrator)



페어 프라이스(Fair Price)

Administrator, Ms. Mala

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

페어 프라이스는 1973년에 설립된 싱가포르에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인으로, 싱가포르 내 200개 이상의 매장을 운영 중에 있습니다. 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매도 병행하고 있으며, 취급 품목으로는 신선 과일, 채소, 육류, 해산물, 유제품, 주류, 가전제품, 화장품, 건강식품 등이 있습니다.

Q. 어떠한 종류의 콤부차를 판매하고 있나요?

저희는 호주산 알오케이(ROK) 콤부차를 판매하고 있습니다. 해당 제품은 콤부차 음료로, 클래식, 생강, 베리, 패션후르츠, 레몬, 총 다섯 가지 맛으로 판매하고 있습니다. 모두 유기농 제품이며, 가격은 한 병당 6.9싱가포르달러(6,058원)³⁸⁾입니다.

Q. 싱가포르 내 콤부차의 인지도가 어떻게 되나요?

싱가포르 내 콤부차의 인지도는 낮은 편입니다. 10대 학생들 사이에서는 어느 정도 인지도가 있지만, 그 이상의 소비자들은 콤부차에 대해 잘 알지 못합니다. 만약 싱가포르에 콤부차를 판매할 계획이라면, 면역력 향상 및 소화기능 개선 등의 효능을 적극적으로 홍보하는 것이 좋습니다.

Q. 매장 내 콤부차의 판매량은 어느 정도인가요?

콤부차는 최근에 판매하기 시작한 제품이어서 판매량이 낮습니다. 콤부차는 아직 싱가포르 시장에서 수익을 창출하기엔 어려운 제품인 것 같습니다. 어린 아이들은 콤부차의 신 맛을 선호하지 않으며, 30대 이상의 소비자들은 콤부차에 대해 잘 알지 못합니다. 따라서 현재 콤부차를 구매하는 소비자들은 10-20대로 한정되어 있기 때문에 판매량이 낮을 수 밖에 없습니다.

38) 사진자료: 페어 프라이스(Fair Price) 홈페이지 (www.fairpriceon.com.sg)

Interview ④ 네이처스 글로리(Nature's Glory)

40)

네이처스 글로리
(Nature's Glory)

전문가 소속

네이처스 글로리
(Nature's Glory)
소매업체

전문가 정보

Mr. Christopher
(Manager)



4-BKAC
ORGANIC KOMBUCHA
APPLE CRISP 330ML

Unit : 330ml

\$6.90

Qty :

네이처스 글로리(Nature's Glory) Manager, Mr. Christopher

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

네이처스 글로리는 1991년에 설립된 온·오프라인 소매업체로, 싱가포르 내 한 개의 매장을 운영하고 있습니다. 말레이시아와 인도네시아에도 매장을 운영하고 있으며, 주로 유기농 식품 및 건강보조식품을 취급하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 콤부차의 인지도가 어느 정도인가요?

콤부차를 두 달 가량 판매한 결과, 콤부차의 수요는 빠르게 증가하고 있습니다. 저희가 취급하는 레메디 제품은 콤부차를 식욕억제, 유산균 및 에너지 공급, 혈당 및 콜레스테롤 조절 등의 효능으로 홍보하고 있어서, 일부 소비자들은 콤부차를 유산균 제품 대신 구매합니다. 콤부차를 구매하는 대부분의 소비자들은 정기적으로 콤부차를 구매하는 편입니다. 이에 따라 콤부차의 판매량이 지속적으로 증가세를 보이고 있어, 저희도 두 달 만에 취급하는 콤부차 제품 종류를 11개로 늘렸습니다.

Q. 어떠한 종류의 콤부차를 판매하고 있나요?

저희는 레메디(Remedy)의 유기농 콤부차 음료를 판매하고 있으며, 제품의 맛은 복숭아, 레모네이드, 가과, 생강레몬, 히비스커스를 포함해 총 11가지입니다. 음료 외에도 미국 브랜드인 비타민 코드(Vitamin Code)의 콤부차 캡슐을 판매하고 있습니다. 하지만 현지 시장에는 캡슐형 콤부차보다 음료로 된 콤부차가 더 많이 판매됩니다.

39) 1싱가포르달러=877.92원(2019.12.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

40) 사진자료: 네이처스 글로리(Nature's Glory) 홈페이지 (www.natures-glory.com)

Q. 취급하는 콤부차 제품은 어떠한 인증을 보유하고 있나요?

레메디 제품은 저희 매장에서 별도로 지정하는 기준을 충족하여 유기농 제품으로 판매하고 있으나, 제품 자체가 유기농 인증을 보유하고 있는지는 잘 모르겠습니다. 하지만 콤부차 캡슐의 경우, Non-GMO, 글루텐프리, 유제품이 함유되어 있지 않다는 Dairy-free, 비건, 코셔 인증 등이 부착되어 있습니다.

Q. 향후 콤부차의 수요는 어떨 것 같나요?

두 달 동안 콤부차의 수요가 빠르게 증가한 것으로 미루어 보았을 때, 콤부차의 수요는 앞으로도 지속적으로 증가할 것 같습니다. 싱가포르 현지 업체들도 콤부차를 출시하기 위해 준비 중에 있으며, 해외로부터 수입하는 콤부차의 수량도 늘어나고 있습니다. 아직 콤부차는 젊은 소비자들에게만 수요가 있지만, 머지않아 다양한 연령대의 소비자들이 선호할 것 같습니다.

Interview ⑤ 라자다(Lazada)

41)

●
라자다
(Lazada)

전문가 소속

라자다
(Lazada)
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Joye
(Service Manager)



라자다(Lazada)

Service Manager, Ms. Joye

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

라자다는 2012년에 설립된 온라인 소매업체로, 현재 싱가포르를 포함해 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 태국, 베트남에서 판매를 진행하고 있습니다. 총 3,000여 개의 브랜드 제품을 취급하고 있으며 식품, 화장품, 의류, 전자기기, 생활품 등 다양한 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 콤부차의 수요가 어떻게 되나요?

콤부차의 수요는 낮지만, 지난 몇 년 사이에 빠르게 증가하고 있습니다. 대부분의 소비자들은 위장 건강을 향상시키고 면역력을 기르기 위해 콤부차를 구매합니다. 현재 싱가포르에서 판매하는 콤부차 제품 중 가장 인기가 많은 제품들은 거의 다 호주산이며, 알오케이(ROK), 요차(Yocha), 크래프트 앤 컬처(Craft and Culture), 레메디(Remedy) 등이 있습니다.

Q. 어떠한 종류의 콤부차를 판매하고 있나요?

저희는 콤부차 음료와 콤부차 티백을 판매하고 있습니다. 대다수의 소비자들은 콤부차 음료를 더 선호합니다. 그 외에 분말이나 캡슐 형태의 콤부차는 아직까지 본 적이 없습니다. 저희 매장에서는 대부분 10-20대의 젊은 소비자들이 콤부차를 구매합니다. 업체들이 콤부차의 건강적 효능을 적극적으로 홍보한다면, 제품의 소비자층이 확대될 것입니다.

Q. 콤부차는 주로 어디서 판매하나요?

아직 싱가포르 내 콤부차의 인지도는 낮은 편이어서, 판매하는 곳이 많지 않습니다. 오프라인 매장 중에서는 일부 음료 전문 매장과 마트에서 판매하며, 오프라인 매장보다는 온라인 매장에서 콤부차를 더 쉽게 구매할 수 있습니다.

41) 사진자료: 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.sg)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Tea in Singapore」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.12
2. 「RTD Tea in Singapore」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.03
3. 「Yearbook of Statistics, 2019」, 싱가포르 통계부(Department of Statistics Singapore), 2019
4. 「7 Food Trends to Watch for in 2019」, Shape, 2019.03.25.
5. 「Gong Cha Singapore Launches 13 Healthier Choice Tea Drinks」, Shape, 2018.01.30.
6. 「Sleep Habits of Singaporeans That May Surprise You」, Shape, 2018.03.16.
7. 「5 Ways to Boost Your Energy Levels in the New Year」, Shape, 2018.01.07.
8. 「I Drank Kombucha Every Day for Two Weeks and My Digestive Problems Disappeared」, Shape, 2018.03.01.
9. 「Probiotics in Skincare - All Hype Or Actually Helpful?」, Shape, 2019.03.22.
10. 「USDA Gain Report - Retail Foods, Singapore, Annual 2018」, USDA, 2018
11. 「2018 농식품 해외시장 맞춤형조사 No. 1902-09 품목: 천연 조미료, 국가: 싱가포르」, aT, 2019
12. 「2018 농식품 해외시장 맞춤형조사 No. 1902-03 품목: 숙취해소음료, 국가: 싱가포르」, aT, 2019
13. 「Intergrated Report 2018」, PPIH, 2018
14. 「Annual Report 2018」, Dairy Farm, 2018
15. 「Singapore - Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, USDA FAS, 2019.01.30.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 싱가포르 통계부(www.singstat.gov.sg)
5. 유로모니터 (portal.euromonitor.com)
6. 미국 농무부 정보포털 (gain.fas.usda.gov)
7. 페어프라이스(FairPrice) 홈페이지 (fairprice.com.sg)
8. 생시옹(Sheng Siong) 홈페이지 (shengsiong.com.sg)
9. 데어리팜 그룹(Dairy Farm Group) 홈페이지 (dairyfarmgroup.com)
10. 콜드 스토리지(Cold Storage) 홈페이지 (coldstorage.com.sg)
11. 자이언트(Giant) 홈페이지 (giant.sg)
12. 프라임 슈퍼마켓(Prime Supermarket) 홈페이지 (primesupermarket.com)
13. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (7-eleven.com.sg)
14. 치어스(Cheers) 홈페이지 (cheers.com.sg)
15. 메이디아(Meidi-ya) 홈페이지 (meidi-ya.com.sg)
16. 돈돈돈키(DonDon Donki) 홈페이지 (dondondonki.sg)
17. 라자다(Lazada) 홈페이지 (lazada.sg)
18. 후버스(hoovers.com)
19. 스타티스타 (statista.com)
20. 크런치베이스(crunchbase.com)
21. 아울러 (Owler.com)

■ 참고 사이트

22. 블룸버그 (Bloomberg.com)
23. 줌인포 (Zoominfo.com)
24. 링크드인 (LinkedIn.com)
25. 더스트레이트타임즈 (thestraighttimes.com)
26. 더뉴스페이퍼 (thenewspaper.com)
27. 인사이더리테일아시아 (insideretail.asia)
28. 에이치알엠아시아 (hmasia.com)
29. 커넥티드투인디아 (connectedtoindia.com)
30. 벌칸포스트 (vulcanpost.com)
31. 마케팅인터랙티브 (marketing-interactice.com)
32. 잡스트리트 (jobstreet.com.sg)
33. 싱가포르 기업청 (ACRA) (www.acra.gov.sg)
34. 싱가포르 식품청 (SFA) (www.sfa.gov.sg)
35. 싱가포르 관세청 (www.customs.gov.sg)
36. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
37. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
38. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.sg)
39. 네이처스 글로리(Nature's Glory) 홈페이지 (www.natures-glory.com)
40. 페어 프라이스(Fair Price) 홈페이지 (www.fairpriceon.com.sg)
41. 리틀 팜스(Little Farms) 홈페이지 (littlefarms.com)
42. 오가닉 딜리버리(Organic Delivery) 홈페이지 (organicdelivery.sg)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.12.31

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

