



2021

해외시장 맞춤형조사

No.		202202-04
품목		단백질 바(Protein Bar)
HS CODE		2008.19-9000
국가		싱가포르(Singapore)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 싱가포르 스낵 바 시장규모	06
2. 싱가포르 단백질/에너지 바 시장규모	07
3. 싱가포르 스낵 바 시장점유율	08
4. 싱가포르 단백질 바 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 스낵 바 경쟁제품, 초콜릿 바 최다 빈출	12
2. 스낵 바 경쟁브랜드, 퀘스트 압도적 1위	13
3. 스낵 바 맛, 초콜릿 최다 빈출	14
4. 스낵 바 성분, 영양소 중 지방 1위, 원료 중 설탕 1위	15
5. 싱가포르 단백질 바 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 싱가포르 단백질 바 유통채널 비교	18
2. 싱가포르 단백질 바 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 싱가포르 단백질 바 주요 온라인 유통채널 | 24 |
| 2. 싱가포르 단백질 바 주요 오프라인 유통채널 | 30 |

VI. 진입장벽

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 싱가포르 단백질 바 통관 및 검역 절차 | 39 |
| 2. 싱가포르 단백질 바 품질 인증 | 42 |
| 3. 싱가포르 단백질 바 라벨링 | 43 |
| 4. 싱가포르 단백질 바 성분 및 유해물질 | 49 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

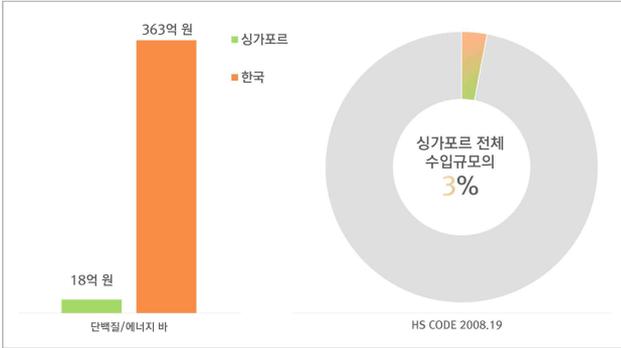
- | | |
|----------------------------------|----|
| Interview ① 자이언트(Giant) | 54 |
| Interview ② 페어프라이스(FairPrice) | 56 |
| Interview ③ 콜드스토리지(Cold Storage) | 58 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 62 |
|--------|----|

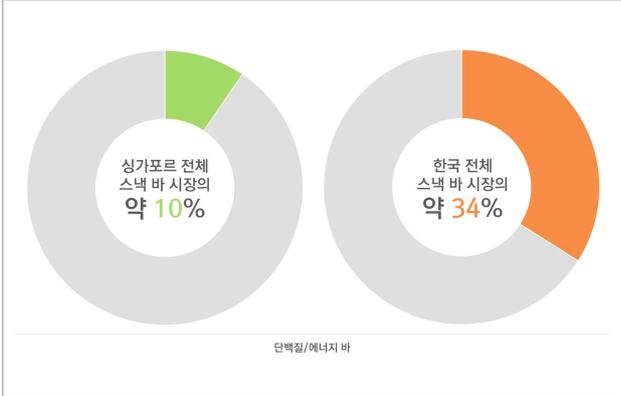
Summary

■ 수요 분석

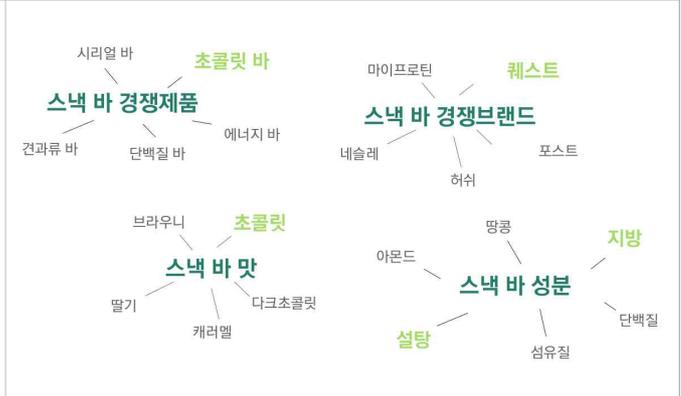


	싱가포르	한국
스낵 바 시장규모	149억 원	1,081억 원
단백질/에너지 바 시장규모	18억 원	363억 원
	수입(출)액	점유율
싱가포르 對한국 단백질 바 수입 현황	12억 원	3%

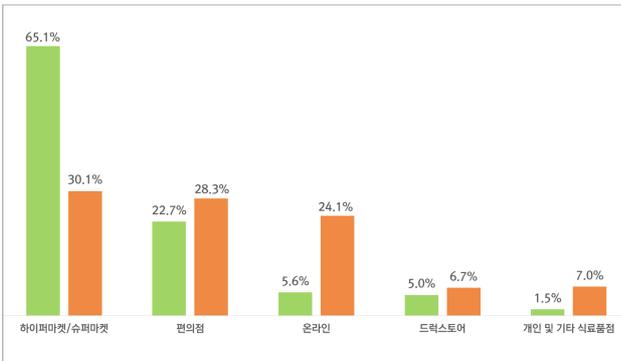
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 엔티유씨페어프라이스 및 데어리팜인터내셔널 코로나19 이후 높아진 현지 소비자들의 가격 민감도에 따라 식료품 가격 동결 및 인하 시행
편의점	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 데어리팜인터내셔널 및 엔티유씨페어프라이스 코로나19 이후 감소한 소비자 이동량 및 관광객 감소에 대응해 주거지 근처로의 진출 확대를 꾀함
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 쇼피 및 아마존 코로나19 이후, 기존에 제품 정보 습득 창구 역할이었던 것에서 나아가 온라인 쇼핑만을 이용하는 소비자가 증가함에 따라 매출 급증

■ 진입장벽

검역 및 인증	수입자는 사전에 싱가포르 식품청에 수입업체 면허 취득 또는 등록을 완료해야 함 모든 수입 가공식품은 현지 샘플 검사 대상임
라벨링	싱가포르 식품청(SFA) 기준에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

인기 스낵 바	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 바가 가장 인기 많으며 수요도 높음 식사 대체용으로의 소비가 많음 네이처밸리, 베어벨스, 테이스티 브랜드가 인기
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 수입산임을 고려했을 때 가격이 적당함 할랄 및 채식 관련 인증 취득 추천 곡물 함량 증가 통해 칼로리 높이는 것을 추천
추천 유통채널	<ul style="list-style-type: none"> 아마존, 라자다, 쇼피 등 온라인 채널 진출 추천 단백질 바 특성을 고려했을 때 스포츠 용품 매장 유통도 추천함 오프라인 진출은 소수 매장에 전시용으로 활용

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 싱가포르 단백질/에너지 바 시장규모는 한국의 약 5%, 단백질 바가 포함된 HS CODE 2008.19 기준 싱가포르 수입액 중 對한국 수입 비중은 3%인 것으로 나타남 단백질 바 제품의 주요 유통채널로 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 편의점이 도출됨
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 싱가포르 단백질 바 진출을 위해 수입업체 사전 면허 취득 또는 등록이 필수임 현지에서 단백질 바는 스낵 바 중 가장 인기가 많으며, 식사 대체용으로의 소비가 많은 것으로 나타남 고객사 제품은 할랄, 채식 관련 인증 취득 및 곡물 함량 증가 통해 칼로리를 높이는 것을 추천함

II. 시장규모

1. 싱가포르 스낵 바 시장규모
2. 싱가포르 단백질/에너지 바 시장규모
3. 싱가포르 스낵 바 시장점유율
4. 싱가포르 단백질 바 수입규모

1. 싱가포르 스낵 바 시장규모

싱가포르 국가 일반 정보¹⁾

면적	718km ²
인구	577만 명
GDP	3,400억 달러
1인당 GDP	58,902달러

▶ 싱가포르 스낵 바 시장규모 약 149억 원, 한국의 14% 수준

2020년 기준 싱가포르 스낵 바 시장규모는 약 149억 원으로, 약 1,081억 원을 기록한 한국 시장의 14% 수준으로 집계됨. 특히 2020년에는 재택근무와 자가격리로 집에서 머무는 시간이 늘면서 스낵 바 수요가 일시적으로 증가한 것으로 확인됨. 싱가포르 스낵 바 시장은 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 5%를 기록함

▶ 싱가포르 스낵 바 시장, 향후 5년간 연평균성장률 1% 전망

싱가포르 스낵 바 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 1%씩 성장해 2025년에 약 158억 원 규모에 이를 것으로 보임. 코로나19로부터 점차 일상이 회복되면서 가정에서 주로 소비되던 스낵 바에 대한 수요가 낮아져, 스낵 바 시장의 성장 속도가 둔화될 것으로 관측됨²⁾³⁾

[표 2.1] 싱가포르 '스낵 바' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 싱가포르달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '단백질 바'는 식물성 단백질과 통견과류로 구성된 100% 식물성 단백질 바 제품임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '단백질/에너지 바'와 상위 카테고리인 '스낵 바'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Singapore」, 2021.07

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1싱가포르달러=877.14원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 싱가포르 단백질/에너지 바 시장규모

▶ 싱가포르 단백질/에너지 바 시장규모 약 18억 원, 한국의 5% 규모

2020년 기준 싱가포르 단백질/에너지 바 시장규모는 약 18억 원으로, 약 363억 원을 기록한 한국의 5% 수준에 불과한 것으로 확인됨. 싱가포르 단백질/에너지 바 시장은 2017년 전년 대비 100% 성장한 이후 더 이상 성장하지 않고 시장규모를 유지하며 연평균성장률 19%를 기록함

▶ 싱가포르 단백질/에너지 바 시장, 향후 현 시장규모 유지 전망

싱가포르 단백질/에너지 바 시장은 향후 5년간에도 현재의 시장규모를 유지될 것으로 관측됨. 식사 대용이나 식사 전후 건강한 간식으로 즐기는 시리얼 바가 주류인 싱가포르에서 단백질/에너지 바 시장의 규모는 작지만 일정 수준을 꾸준히 유지할 것으로 예상됨⁷⁾

[표 2.2] 싱가포르 '단백질/에너지 바' 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 싱가포르달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
단백질/에너지 바	1	2	2	2	2	19%
(한화추정액)	(9억 원)	(18억 원)	(18억 원)	(18억 원)	(18억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
단백질/에너지 바	2	2	2	2	2	0%
(한화추정액)	(18억 원)					

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Singapore.」, 2021.07

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 싱가포르 스낵 바 시장점유율

▶ 싱가포르, ‘단백질/에너지 바’ 시장점유율 9.5%

싱가포르 스낵 바(약 149억 원) 세부 시장과 한국 스낵 바(약 1,081억 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘단백질/에너지 바’는 싱가포르(9.5%)가 한국(33.6%)에 비해 점유율이 낮은 것으로 확인됨. 한편 상위 카테고리인 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵’에서 ‘스낵 바는 싱가포르(7%), 한국(8%)이 모두 유사한 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남⁹⁾

한국의 경우 향후 2025년까지 ‘단백질/에너지 바’의 비중이 43%로 확대되며 시장에서 영향력을 확대할 것으로 예상되는 상황과 달리 싱가포르의 경우 현 9.5% 안팎으로 유지되다 2025년에는 8.9%까지 그 비중이 축소될 것으로 예상됨. 이는 싱가포르에서는 시리얼 바, 과일 및 견과류 바와 같은 스낵 바 카테고리가 소비자들 사이에서 명확하게 구분되지 않아 시장이 아직 세분화되지 않았기 때문일 것으로 판단됨. 향후 싱가포르 시장에서 ‘단백질/에너지 바’로 포지셔닝하려면 ‘시리얼 바’와 확연히 차별화되는 셀링포인트가 필요할 것임¹⁰⁾

[표 2.3] 2020년 싱가포르, 한국 ‘스낵 바’ 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)



분류	스낵 바	
	단백질/에너지 바	시리얼 바
싱가포르	9.5	90.5
한국	33.6	66.4

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 싱가포르 스낵 바 시장(약 149억 원)과 한국 스낵 바 시장(약 1,081억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Singapore」, 2021.07

11) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 싱가포르 단백질 바 수입규모

HS CODE 2008.19

조사제품 ‘단백질 바’는 ‘그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분’으로 규정된 제 2008호에 속하며, 이에 ‘기타 (혼합물을 포함한다)’에 해당하는 HS CODE 2008.19를 지표로 선정함

▶ 싱가포르 HS CODE 2008.19 對글로벌 수입액, 약 483억 원

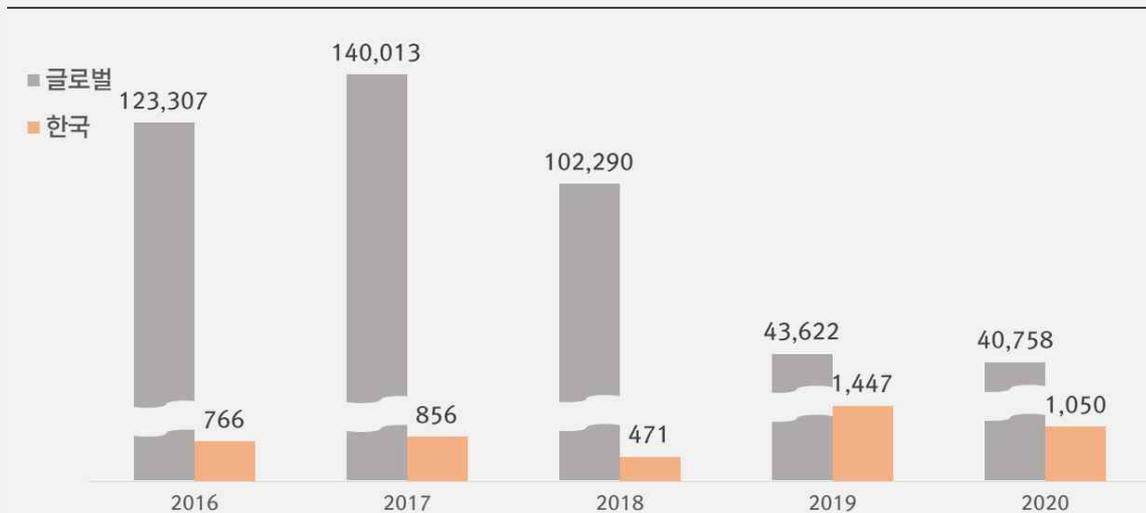
2020년 기준 싱가포르 HS CODE 2008.19 품목의 對글로벌 수입액은 약 483억 원을 기록함. 對글로벌 수입액은 지난 2017년 전년 대비 14% 증가한 이후 역성장하여 연평균성장률은 24%의 감소세를 기록함

▶ 싱가포르 HS CODE 2008.19 수입액 중 한국산 점유율 미미

2020년 기준 싱가포르 HS CODE 2008.19 품목의 對한국 수입액은 약 12억 원으로, 점유율 3%를 기록해 7위로 집계됨. 對한국 수입액은 뚜렷한 경향성 없이 등락을 반복하는 양상을 나타냄. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 말레이시아(약 259억 원, 54%), 2위 중국(약 83억 원, 17%), 3위 미국(약 27억 원, 6%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 싱가포르 HS CODE 2008.19 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
싱가포르 對 글로벌 수입액	123,307	140,013	102,290	43,622	40,758	-24%
(한화추정액)	(1,462억 원)	(1,660억 원)	(1,213억 원)	(517억 원)	(483억 원)	
싱가포르 對 한국 수입액	766	856	471	1,447	1,050	8%
(한화추정액)	(9억 원)	(10억 원)	(6억 원)	(17억 원)	(12억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.19 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 스낵 바 경쟁제품, 초콜릿 바 최다 진출
2. 스낵 바 경쟁브랜드, 퀘스트 압도적 1위
3. 스낵 바 맛, 초콜릿 최다 진출
4. 스낵 바 성분, 영양소 중 지방 1위, 원료 중 설탕 1위
5. 싱가포르 단백질 바 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 싱가포르 온라인매장 입점 단백질 바 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 스낵 바(Snack Bar)
- 데이터 수집량 : 2,420건
- 데이터 수집원 : 쇼피(Shopee)

▶ 싱가포르 온라인매장 입점 단백질 바 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 맛 ④ 성분

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	초콜릿 바	Chocolate Bar	802	시리얼 바	Cereal Bar	59
	에너지 바	Energy Bar	196	옥수수 바	Corn Bar	9
	단백질 바	Protein Bar	165	과일 바	Fruit Bar	6
	견과류 바	Nut Bar	62	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	퀘스트	Quest	359	켈로그	Kellogg's	10
	포스트	Post	62	캘리포니아 골드뉴트리션	California Gold Nutrition	8
	허쉬	Hershey	55	마켓오	Market O	6
	네슬레	Nestle	41	소이조이	Soyjoy	4
	마이프로틴	My Protein	22	곰곰	Gomgom	4
	앳킨스	Atkins	11	마더어스	Mother Earth	3
맛	초콜릿	Chocolate	1,685	딸기	Strawberry	103
	다크초콜릿	Dark Chocolate	291	브라우니	Brownie	42
	캐러멜	Caramel	138	그린티	Green Tea	39
성분	지방	Fat	351	설탕	Sugar	605
	단백질	Protein	304	아몬드	Almond	300
	섬유질	Fiber	144	땅콩	Peanut	258
	비타민	Vitamins	68	코코넛	Coconut	133

1. 스낵 바 경쟁제품, 초콜릿 바 최다 빈출

▶ 초콜릿 바 키워드 802건으로 압도적 1위

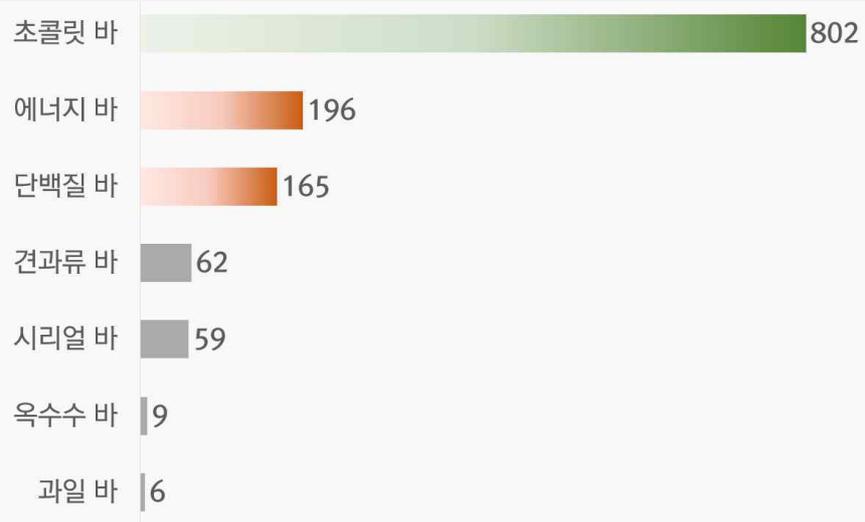
- 2위인 에너지 바 키워드 건수의 4배 이상
- 쇼피(Shopee)에 초콜릿 바 검색 결과, 킷캣(Kit Kat)의 초콜릿 바와 같은 길쭉한 바 형태 제품과 일반 초콜릿 제품 비율은 50:50 정도임

▶ 에너지 바와 단백질 바 각 2, 3위

- 단백질 바 키워드가 에너지 바에 비해 31건 적음
- 쇼피에 단백질 바 검색 결과 대부분의 상품이 단백질 바
- 에너지 바 검색 결과 단백질 바, 시리얼 바, 견과류 바 등이 같이 검색됨
- 에너지 바를 단백질 바의 상위 개념처럼 쓰는 경우가 많은 것으로 보임

1위 초콜릿 바		2위 에너지 바		3위 단백질 바	
					
브랜드	킷캣(Kit Kat)	브랜드	켈로그(Kellogg's)	브랜드	마이프로틴(My Protein)
용량	42g	용량	30g*12개입	용량	60g*12개입
가격	2.30싱가포르달러 (약 2,017원 ¹⁵⁾)	가격	16.95싱가포르달러 (약 14,867원)	가격	37.14싱가포르달러 (약 32,576원)

[표 3.1] 싱가포르 판매 스낵 바 경쟁제품 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 '스낵 바' 관련 게시물 2,420건 분석

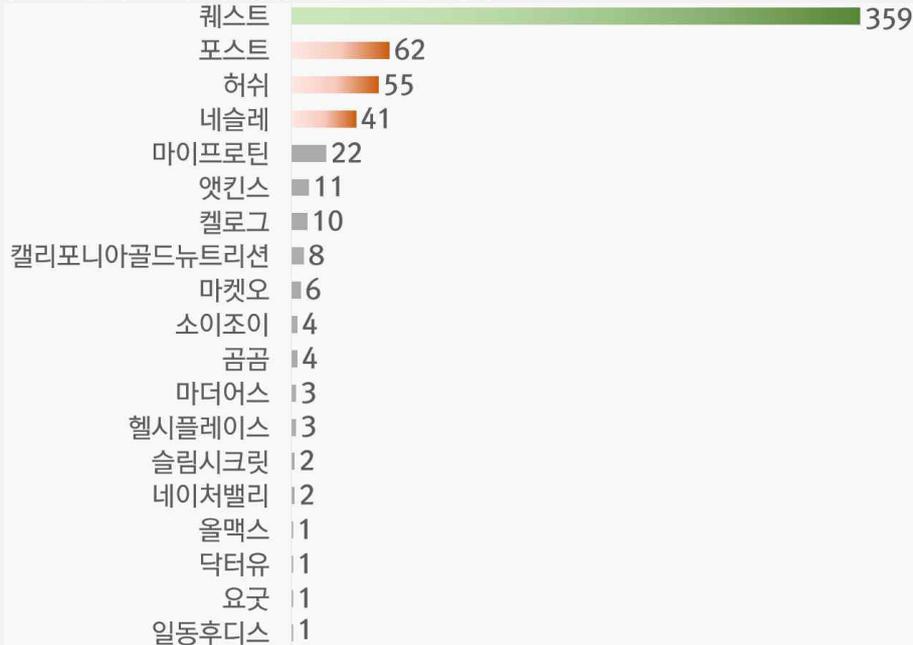
15) 1싱가포르달러=877.14원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 스낵 바 경쟁브랜드, 퀘스트 압도적 1위

- ▶ 2010년에 설립된 미국 브랜드 퀘스트(Quest) 1위
 - 2위 키워드의 약 6배로 큰 차이로 1위
 - 생일 케이크, 초콜릿 도넛, 레몬 케이크 맛 등 16개 맛의 단백질 바 출시
 - 단백질 쿠키, 칩, 파우더, 셰이크 등 단백질 라인업이 다양함
- ▶ 120년 역사의 미국 브랜드 포스트(Post) 2위
 - 단백질 함량보다는 9가지 비타민과 3가지 미네랄을 강조
- ▶ 허쉬(Hershey's)와 네슬레(Nestle), 초콜릿 가공품이 더 많아
 - 세계적인 기업 허쉬와 네슬레는 스낵 바보다는 초콜릿 가공품이 더 많이 검색되며, 스낵 바로는 네슬레 마일로(Milo)의 시리얼 바가 있음

1위 퀘스트		2위 포스트		4위 네슬레	
					
제품명	단백질 바	제품명	콘푸라이트 바	제품명	시리얼 바
용량	60g*3개입	용량	27g*3개입	용량	23.5g*2개입
가격	14.95싱가포르달러 (약 13,113원)	가격	4.66싱가포르달러 (약 4,087원)	가격	2.49싱가포르달러 (약 2,184원)

[표 3.2] 싱가포르 판매 스낵 바 경쟁브랜드 관련 키워드



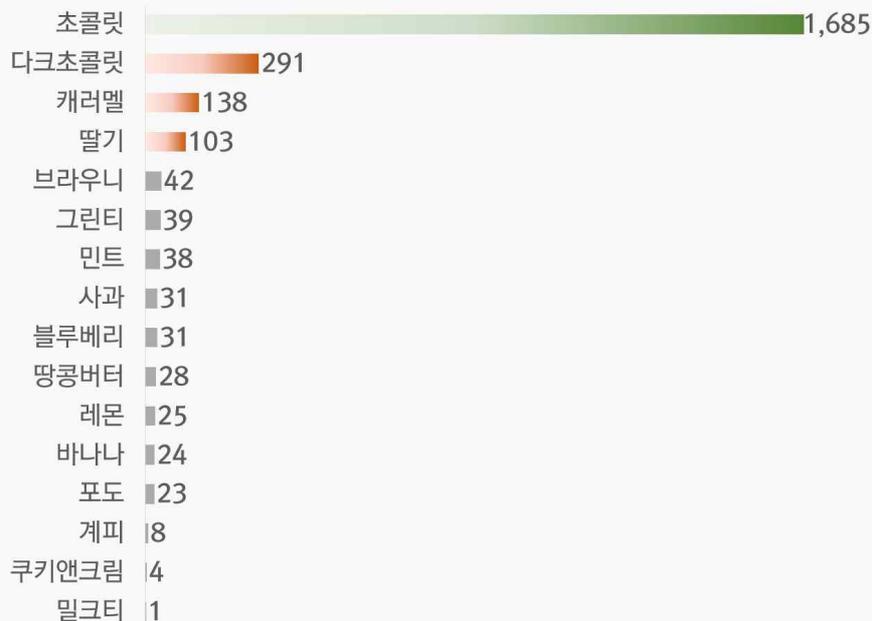
자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 '스낵 바' 관련 게시물 2,420건 분석

3. 스낵 바 맛, 초콜릿 최다 빈출

- ▶ 초콜릿 키워드 1,685건으로 압도적인 1위
 - 2위는 다크초콜릿으로 키워드 291건
 - 100건 이상 나온 키워드는 캐러멜, 딸기까지 총 4가지
- ▶ 과일 맛 중 ‘딸기’ 최다 빈출
 - 딸기 키워드 103건으로 4위
 - 딸기 이하 과일 맛은 사과, 블루베리, 레몬, 바나나, 포도 순
- ▶ 땅콩버터와 쿠키앤크림 하위권
 - 스낵 바 브랜드에서 주로 출시하는 맛인 땅콩버터 맛과 쿠키앤크림 맛은 하위권으로 키워드 각 28, 4건이며 16개 키워드 중 10위, 15위임

1위 초콜릿		3위 캐러멜		4위 딸기	
					
제품명	프로틴 스낵 바	제품명	에너지 바	제품명	라이스 시리얼 바
브랜드	올맥스(Allmax)	브랜드	스트라이브(Strive)	브랜드	크리스피(Crispy)
용량	57g	용량	40g*6개입	용량	35g
가격	2.90싱가포르달러 (약 2,543원)	가격	18.50싱가포르달러 (약 16,227원)	가격	3.50싱가포르달러 (약 3,069원)

[표 3.3] 싱가포르 판매 스낵 바 맛 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 ‘스낵 바’ 관련 게시물 2,420건 분석

4. 스낵 바 성분, 영양소 중 지방 1위, 원료 중 설탕 1위

▶ 영양소 중 지방이 1위

- 초콜릿 바의 지방 함유에 민감한 소비자들을 겨냥해 지방 함유량을 홍보 키워드로 활용하는 제품으로 인해 도출 수가 가장 높게 나온 것으로 보임
- 2위는 단백질이며 지방 키워드와 약 50건 차이 남

▶ 아몬드와 땅콩보다 설탕 키워드가 더 많아

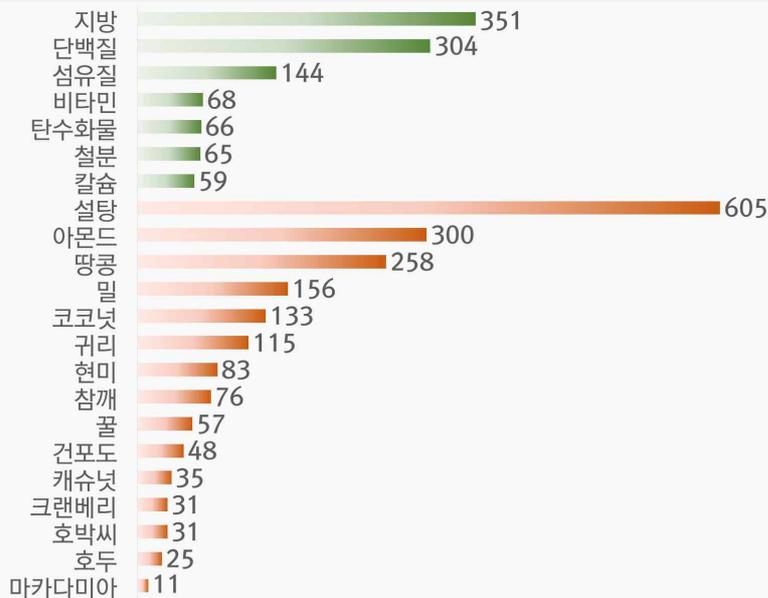
- 주원료인 아몬드나 땅콩보다 설탕 키워드가 2배 이상 많음
- 곡물류보다는 견과류가 다양하고 많으며 원료 중 2, 3위 모두 견과류
- 견과류는 아몬드, 땅콩, 캐슈넛, 호두, 마카다미아 순

▶ 스낵 바 성분으로 흔치 않은 코코넛 상위권

- 키워드 133건으로 원료 중 5위이며 코코넛 바를 출시한 브랜드도 있음

원료 1위 설탕		원료 2위 아몬드		원료 5위 코코넛	
					
제품명	하이 퍼지 브라우니 바	제품명	아몬드 & 코코넛 바	제품명	코코넛 바
브랜드	앳킨스(Atkins)	브랜드	비카인드(Be-Kind)	브랜드	초코테이너(Chocotainer)
용량	40g*5개입	용량	40g*3개입	용량	50g*13개입
가격	17.90싱가포르달러 (약 15,700원)	가격	10.50싱가포르달러 (약 9,209원)	가격	6.90싱가포르달러 (약 6,052원)

[표 3.4] 싱가포르 판매 스낵 바 성분 관련 키워드 (녹색: 영양소 / 주황색: 원료)



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 '스낵 바' 관련 게시글 2,420건 분석

5. 싱가포르 단백질 바 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 올리고당으로 단 맛을 낸 No 초콜릿, 저지방 단백질 바

- 올리고당으로 담백하게 단 맛을 낸 당 함량 당 2g의 건강한 간식
- 저칼로리 제품으로 체중 감량을 원하는 소비자에 어필

▶ 컨셉 ② _ 비건도 즐길 수 있는 100% 식물성 단백질 바

- 콩에서 단백질만 정제해 건조한 분리대두단백질을 사용해 100% 식물성임
- 비건은 물론 유제품을 섭취하지 못하는 소비자도 즐길 수 있는 점 강조

▶ 컨셉 ③ _ 통 견과류를 사용해 식감이 뛰어난 No 초콜릿 에너지 바

- 견과류를 통으로 사용해 식감이 뛰어난 점 강조
- 초콜릿 대신 올리고당으로 건강하게 단 맛을 낸 에너지 바로 운동할 때 먹기 좋은 간식을 찾는 소비자에 어필

경쟁제품	맛	성분	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	초콜릿	지방	24건	블루베리와 올리고당으로 단 맛을 내 당 함량이 당 2g인 No [초콜릿], [저지방] 단백질 바
단백질 바	(-)	단백질	24건	콩에서 [단백질]만 정제해 건조한 분리대두단백질을 사용해 비건도 즐길 수 있는 100% 식물성 [단백질 바]
에너지 바	초콜릿	설탕	17건	[설탕] 대신 블루베리와 올리고당으로 담백하게 달콤한 맛을 낸 No [초콜릿] [에너지 바]
에너지 바	초콜릿	아몬드	8건	[아몬드], 캐슈넛, 호두 등의 견과류를 통으로 사용해 놀라운 식감을 살린 No [초콜릿] [에너지 바]
초콜릿 바	(-)	단백질	7건	건강한 간식은 맛이 없을 거라는 편견은 No! 당류 당 2g으로도 [초콜릿 바]만큼 맛도 좋은 건강한 [단백질] 바

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/맛/성분 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 싱가포르 단백질 바 유통채널 비교
2. 싱가포르 단백질 바 유통채널 특징

1. 싱가포르 단백질 바 유통채널 비교

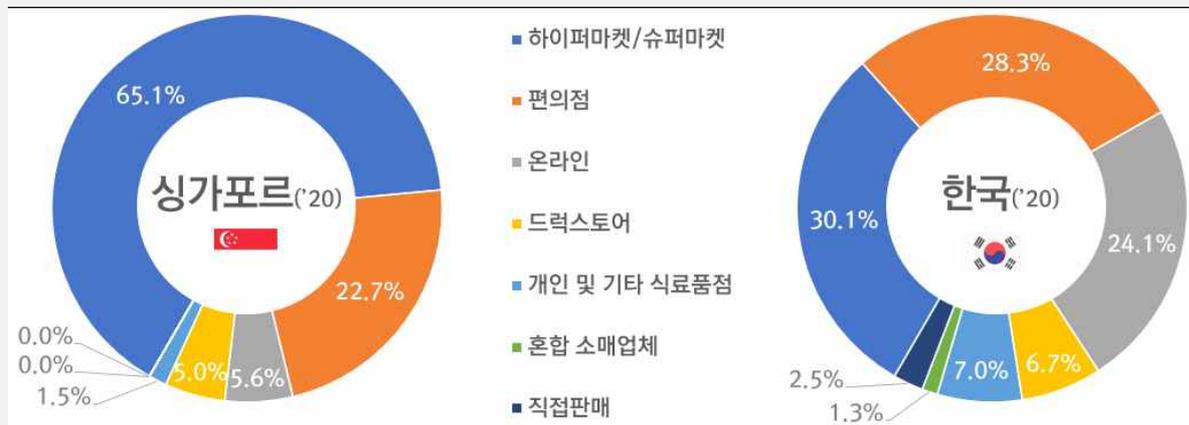
▶ 싱가포르 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율, 타 유통채널 대비 크게 높은 편

2020년 싱가포르 ‘스낵 바’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 65.1%를 점유한 반면 한국에서는 30.1%에 그침. ‘편의점’의 점유율은 싱가포르에서 22.7%, 한국에서 28.3%로 싱가포르의 점유율이 약 5.6%p 낮았음. ‘드럭스토어’를 통한 유통은 싱가포르에서 5.0%, 한국에서 6.7% 점유율을 보였으며 ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율은 싱가포르 1.5%, 한국 7.0%로 나타나 싱가포르가 5.5%p 낮은 것으로 나타남. ‘혼합 소매업체’와 ‘직접판매’의 점유율은 싱가포르에선 0%로 조사되었으나, 한국에선 각각 1.3%, 2.5%의 점유율을 보임

▶ 싱가포르 단백질 바 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 싱가포르 ‘스낵 바’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 5.6%로 한국의 24.1% 대비 크게 낮아 아직 단백질 바의 온라인 소비시장이 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 싱가포르 단백질 바 소매유통채널 점유율



싱가포르 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁶⁾¹⁷⁾ 비교¹⁸⁾

싱가포르	유형	한국
65.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	30.1%
22.7%	편의점	28.3%
5.6%	온라인	24.1%
5.0%	드럭스토어	6.7%
1.5%	개인 및 기타 식료품점	7.0%
0.0%	혼합 소매업체 ¹⁹⁾	1.3%
0.0%	직접판매	2.5%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

16) 2020년 기준, 싱가포르 및 한국 ‘스낵 바(Snack Bars)’의 소매유통채널 점유율임

17) ‘단백질 바’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘스낵 바(Snack Bars)’의 정보를 확인함

18) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

19) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 싱가포르 단백질 바 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

●
콜드스토리지 내 고급 식료품
전문 취급 브랜드 제이슨



사진자료: 콜드스토리지

▶ 싱가포르 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 엔티유씨페어프라이스 및 데어리팜인터내셔널²⁰⁾

싱가포르의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 엔티유씨페어프라이스(NTUC FairPrice)는 2020년 싱가포르의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출 58억 4,900만 싱가포르달러(약 5조 1,304억 원²¹⁾)의 47.9%를 점유함. 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International)은 2020년 싱가포르 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액의 22.3%를 차지함

▶ 슈퍼마켓 업계, 경제 침체로 인한 소비자 구매 성향 변화에 동참²²⁾

코로나19로 경제적 여건이 나빠져 소비자 대부분이 식료품을 더욱 신중하게 구매함. 싱가포르 주요 슈퍼마켓 업체는 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) ²³⁾	산하 주요 브랜드
1	엔티유씨페어프라이스 (NTUC FairPrice)	47.9%	페어프라이스(FairPrice), 페어프라이스파이너스트(FairPrice Finest), 페어프라이스엑스트라(Fairprice Xtra)
2	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	22.3%	자이언트(Giant), 콜드스토리지(Cold Storage), 마켓플레이스바이제이슨스 (Market Place by Jasons)
3	셹시옹슈퍼마켓 (Sheng Siong Supermarket)	20.8%	셹시옹 (Sheng Siong)
4	프라임슈퍼마켓 (Prime Supermarket)	2.9%	프라임 (Prime)
5	유스타즈 (U Stars)	2.4%	유스타즈슈퍼마켓 (U Stars Supermarket)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

20) 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

21) 1싱가포르달러=877.14원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 유로모니터(Euromonitor), 『Supermarkets in Singapore Country Report』, 2021.02

23) 싱가포르 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 드럭스토어

● 대형 쇼핑몰 내에 입점한 가디언 매장



사진자료: 가디언

▶ **싱가포르 주요 드럭스토어 업체, 데어리팜인터내셔널**

싱가포르 주요 드럭스토어 업체 데어리팜인터내셔널은 2020년 싱가포르 드럭스토어 전체 매출액 20억 8,800만 싱가포르달러(약 1조 8,315억 원)의 21.1%를 점유했으며, 산하에 가디언(guardian) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 왓슨스퍼스널케어스토어즈(Watson's Personal Care Stores)는 2020년 전체 매출액의 19.8%를 점유했으며 왓슨스(watsons) 1개 브랜드를 보유함

▶ **소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²⁴⁾**

코로나19로 외출 빈도가 줄어들자 소비자들은 기존에 드럭스토어에서 구매하던 제품들을 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등의 유통채널에서 식료품과 함께 구매하는 경향을 보임. 드럭스토어 업계의 매장 운영방식도 이러한 소비자 행동 변화에 알맞은 형태로 변화함. 먼저, 슈퍼마켓과 드럭스토어 브랜드를 모두 보유한 데어리팜인터내셔널은 산하 브랜드 자이언트 내에 가디언 매장을 개설함.

[표 4.3] 싱가포르 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁵⁾	산하 주요 브랜드
1	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	21.1%	가디언(Guardian)
2	왓슨스퍼스널케어스토어즈 (Watson's Personal Care Stores)	19.8%	왓슨스(Watsons)
3	엔티유씨헬스케어 (NTUC Healthcare)	6.5%	유니티(Unity)
4	세포라싱가포르 (Sephora Singapore)	4.7%	세포라(Sephora)
5	혹쿠아그룹 (Hockhua Group)	3.3%	혹쿠아토닉(Hockhua Tonic)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Singapore Country Report」, 2021.02

25) 싱가포르 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 편의점

▶ 싱가포르 주요 편의점 업체,

데어리팜인터내셔널 및 엔티유씨페어프라이스

싱가포르 주요 편의점 업체 데어리팜인터내셔널은 2020년 싱가포르 편의점 전체 매출액 5억 900만 싱가포르달러(약 4,465억 원)의 86.5%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 엔티유씨페어프라이스는 2020년 전체 매출액의 9.9%를 점유했으며 치얼스(Cheers) 1개 브랜드를 보유함

▶ 접근성과 가격 경쟁력 확보에 무게를 두는 편의점 업계²⁶⁾²⁷⁾

싱가포르 내에서 편의점은 소비자들의 원스탑 쇼핑 선호에 따른 하이퍼마켓/슈퍼마켓 선호도 증가 및 24시간 운영되는 슈퍼마켓의 등장, 온라인 쇼핑 증가 등으로 인해 입지가 모호해졌고, 시장 규모가 위축되고 있었음. 이러던 중 2020년 코로나19로 인한 소비자 이동량 및 관광객 감소로 매출액이 전년 대비 약 2.6% 하락함. 2020년의 경우 매장 위치가 매출에 큰 영향을 미쳤는데, 학교나 회사 근처에 위치한 매장의 매출은 크게 감소했고, 주거지 근처에 위치한 매장의 매출은 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 대안 역할을 수행하며 코로나19에 따른 매출 영향을 비교적 적게 받아 주거지 근처로의 진출 확대를 꾀함. 이외에 코로나19로 소비자 가격 민감도가 상승하는 만큼 편리함보다는 가격 자체에 더 중점을 두고 있어 현재 싱가포르 편의점 업계는 다양한 품목에 대한 할인 및 프로모션을 실시하거나 자체 브랜드 상품을 제작하여 대형 유통업체 유통 시와 동일한 가격으로 이를 제공함

[표 4.4] 싱가포르 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	86.5%	세븐일레븐 (7-Eleven)
2	엔티유씨페어프라이스 (NTUC FairPrice)	9.9%	치얼스 (Cheers)
3	하오 (Hao Corp)	3.2%	하오마트 (Hao Mart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 한국농수산물유통공사(aT), 「신남방정책 싱가포르 편의점 트렌드 조사 및 시사점」, 2019.08

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Singapore Country Report」, 2021.02

28) 싱가포르 편의점 점유율 부문 상위 3개 기업

4) 온라인

▶ **싱가포르 주요 온라인 유통채널, 쇼피 및 아마존**

싱가포르 주요 온라인 유통채널 쇼피(Shopee)는 2020년 약 3,730만 달러(약 442억 원²⁹⁾)의 매출을 기록함. 아마존(Amazon)은 동기간 약 9,280만 달러(약 1,100억 원)의 매출을 기록함. 이외 주요 유통채널로는 중국 온라인 유통채널 선두기업인 알리바바(Alibaba)가 약 90%의 지분을 소유한 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 필요³⁰⁾³¹⁾**

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% 증가하였음. 또한 전통 시장의 소셜커머스 진출, 배송 전문 업체와의 협업을 통한 배송 서비스 확대, 오프라인 매장 · SNS 채널 · 메일 · 모바일 등의 다양한 플랫폼을 연계한 옴니채널형 운영 등을 주요 변화로 짚을 수 있음. 싱가포르 소비자들은 보통 온라인을 통해 제품 관련 정보를 습득한 후 오프라인 매장에서 실제 구매로 이어지는 쇼핑 습관을 지니고 있었으나, 코로나19 이후 다수의 소비자가 온라인 쇼핑만을 이용하기 시작함. 또한 높은 소득에 비해 제품 가격에 민감한 경향을 보여 프로모션 기간에 할인된 가격에 제품을 구매하는 쇼핑 습관을 지니고 있으므로, 해당 시기에 쇼핑이 집중된다는 점에 유념할 필요가 있음

[표 4.5] 싱가포르 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액('20)	산하 주요 브랜드
1	씨 (Sea)	약 3,730만 달러 (약 442억 원)	쇼피 (Shopee)
2	알리바바 (Alibaba)	약 339억 1,700만 위안 (약 6조 2,095억 원)	라자다 (Lazada)
3	아마존 (Amazon)	약 9,280만 달러 (약 1,100억 원)	아마존 (Amazon)

자료: 스탯티스타(Statista), 시밀러웹(Similarweb), 이커머스디비(EcommerceDB)

29) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

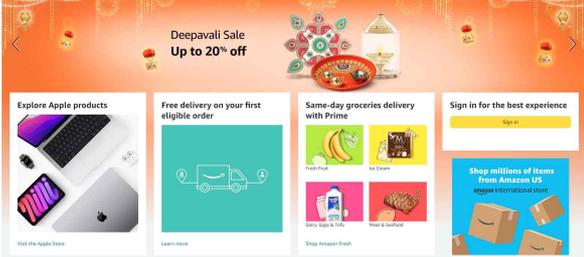
30) 농식품수출정보(KATI), 「싱가포르 온라인 시장 분석 및 한국식품 진출 확대방안 보고서」, 2020.09

31) 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in Singapore Country Report」, 2021.02

V. 온·오프라인 유통채널

1. 싱가포르 단백질 바 주요 온라인 유통채널
2. 싱가포르 단백질 바 주요 오프라인 유통채널

1. 싱가포르 단백질 바 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

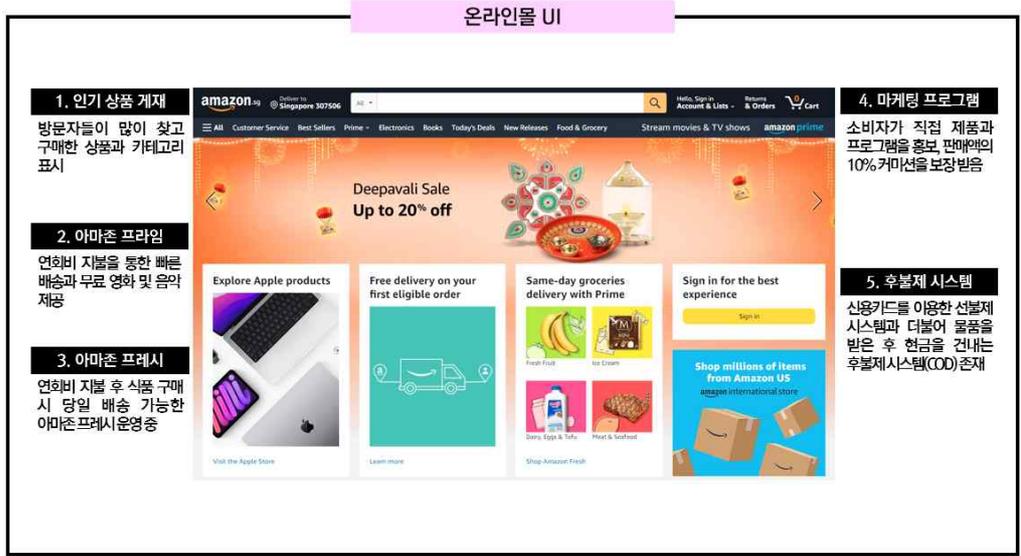
기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.sg		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	700만 회	
		앱다운로드수('20)	500만 회	
매출('20)		약 9,280만 달러(약 1,100억 원 ³²⁾)		
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	퀘스트(Quest), 마이프로틴(My Protein) 등	
		해외 판매	해외 판매 불가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	기프트 카드 제공, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 및 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Sell on Amazon' 클릭 후 'Start Selling' 클릭 - 아마존 싱가포르 웹사이트 회원가입 혹은 로그인 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) 결제 정보 (신용카드 정보) 공급 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량 등) - 아래 주소에서 문의사항 입력 가능 (sell.amazon.com.sg/contact-us) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 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

32) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01., 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 개수별로 제품 정렬 가능

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

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)³³⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	단백질 바	알라니누 (Alani Nu)	스낵프로틴바 (Snack Protein Bar) *글루텐프리 *단백질, 초콜릿	미국	62.90싱가포르달러 (약 5만 5,172원)	40g * 12개입	
2	단백질 바	매트릭스 (Met-Rx)	빅100젤리크런치 (Big 100 Jelly Crunch) *글루텐프리 *단백질, 라즈베리	미국	62.90싱가포르달러 (약 5만 5,162원)	100g * 9개입	
3	단백질 바	마이프로틴 (My Protein)	말차프로틴바 (Match Protein Bar) *단백질, 콜라겐, 말차	영국	67.31싱가포르달러 (약 5만 9,040원)	60g * 12개입	
4	단백질 바	비카인드 (Be-Kind)	피넛버터다크초콜릿바 (Peanut Butter Dark Chocolate Bar) *글루텐프리 *단백질, 땅콩, 초콜릿	미국	31.11싱가포르달러 (약 2만 7,288원)	40g * 12개입	
5	단백질 바	퀘스트 (Quest)	퀘스트바쿠키앤크림 (Quest Bar Cookies & Cream) *수크랄로스, 에리스리톨	미국	40.28싱가포르달러 (약 3만 5,331원)	60g * 12개입	
6	단백질 바	그레네이드 (Grenade)	화이트초콜릿솔티드피넛바 (White Chocolate Salted Peanut Bar) *땅콩, 초콜릿, 단백질	미국	61.99싱가포르달러 (약 5만 4,374원)	60g * 12개입	
7	단백질 바	아로하 (Aloha)	오가닉플랜트베이스프로틴 바 (Organic Plant Based Protein Bar) *글루텐프리, 유기농, Non-GMO	미국	102.77싱가포르달 러 (약 9만 144원)	56g * 12개입	

자료: 아마존(Amazon) 싱가포르 단백질 바 조사

사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르 단백질 바 조사

33) 조사일(2022.01.20) 기준 아마존(Amazon) 싱가포르 단백질 바 조사

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	shopee.sg		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1,500만 회	
		앱다운로드수('20)	3만 회	
매출('20)		약 3,730만 달러(약 442억 원)		
	운영방식	온라인마켓		

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	마이프로틴(My Protein), 베어벨(Barebells) 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보



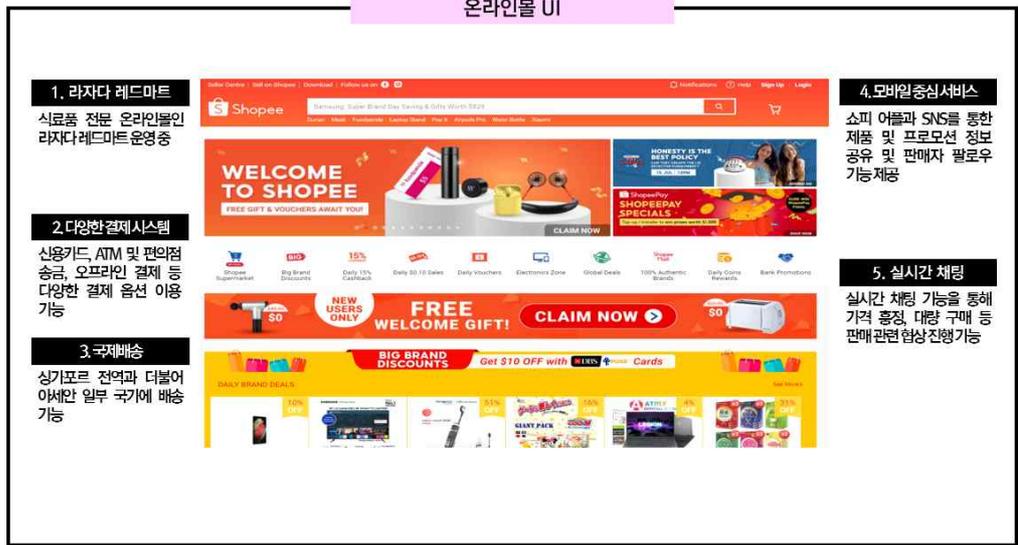
식품업체와의 파트너십, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 상단 'Sell on Shopee' 클릭 - 하단의 'Sign up as a Shopee Mall Seller' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (이름, 연락처, 주소, 우편번호, 회사 홈페이지, 제품 카테고리, 브랜드 로고, 온라인 판매 경험 등) 싱가포르 사업 허가서 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority) 허가서 (Letter of Authorization) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6206-6610
-------------	---------------------	---

자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

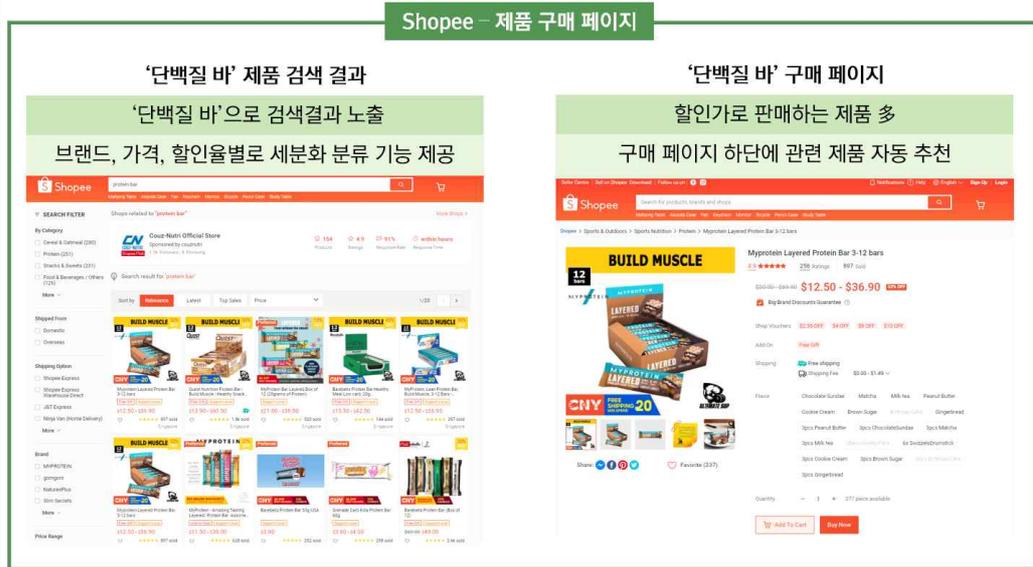
사진 자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어 언어 지원

온라인몰 UI ②



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

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

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	단백질 바	마이프로틴 (My Protein)	레이어드프로틴바 (Layered Protein Bar) *단백질, 콜라겐, 땅콩, 초콜릿	영국	37.90싱가포르달러 (약 3만 3,244원)	50g * 6개입	
2	단백질 바	베어벨 (Barebells)	프로틴바헬시밀 (Protein Bar Healthy Meal) *단백질, 콜라겐, 코코아, 해바라기오일	미국	42.50싱가포르달러 (약 3만 7,278원)	55g * 12개입	
3	단백질 바	퀘스트 (Quest)	퀘스트바초콜릿칩 (Quest Bar Chocolate Chip) *수크랄로스, 에리스리톨	미국	48.50싱가포르달러 (약 4만 2,541원)	60g * 12개입	
4	단백질 바	그레네이드 (Grenade)	카브킬라프로틴바 (Carb Killa Protein Bar) *땅콩, 초콜릿, 단백질	미국	4.00싱가포르달러 (약 3,508원)	60g	
5	단백질 바	머슬팜 (Muscle Pharm)	컴뱃크런치프로틴바 (Combat Crunch Protein Bar) *글루텐프리 *땅콩, 우유, 단백질	미국	53.50싱가포르달러 (약 4만 6,927원)	63g * 12개입	
6	단백질 바	무사시 (Musashi)	디럭스프로틴바 (Deluxe Protein Bar) *땅콩, 초콜릿, 단백질	호주	49.20싱가포르달러 (약 4만 3,155원)	60g * 12개입	
7	단백질 바	칼로바이 (Calobyte)	13g퍼펙트프로틴바 (13g Perfect Protein Bar) *대두단백질	한국	18.89싱가포르달러 (약 1만 6,569원)	35g * 10개입	

자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르 단백질 바 조사

사진 자료: 쇼피(Shopee) 싱가포르 단백질 바 조사

34) 조사일(2022.01.20) 기준 쇼피(Shopee) 싱가포르 단백질 바 조사

2. 싱가포르 단백질 바 주요 오프라인 유통채널 ① 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 285억 원) ³⁵⁾		
기업 요약	기타 규모	• 매장 수('21): 5개			
	기업 요약	• 프리미엄 신선식품 등 중고가의 제품을 전문적으로 취급하는 콜드스토리지(Cold Storage) 산하 브랜드로 운영되고 있으며, 싱가포르 내 부유층 및 외국인을 타겟으로 수입 식품을 주로 유통함			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	주재원·주부
		연령대	30-50대	소득수준	중상류층



방문매장 정보	영업시간	08:30-22:00		
	주소	5 Stadium Walk #B1-01/05 Leisure Park Kallang		
	상권	주거 지역 인근에 위치해 유동인구 및 매장 이용객 많음		
	VMD	취급 브랜드	퀘스트(Quest), 퓨어핏(PureFit)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 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)

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

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



해당 매장 점원과의 인터뷰 결과, 가장 인기 있는 제품은 퀘스트(Quest)의 화이트초콜릿라즈베리프로틴바(White Chocolate Raspberry Protein Bar)인 것으로 나타남. 매장 주요 방문 고객은 현지 주민인 것으로 나타났으며, 해당 매장에서 단백질 바 제품 판촉행사는 현재 이뤄지지 않고 있는 것으로 조사되었음

입점 제품 리스트

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	단백질 바	퀘스트 (Quest)	초콜릿칩쿠키도우프로틴바 (Chocolate Chip Cookie Dough Protein Bar)	미국	4.95싱가포르달러 (약 4,342원)	60g	
2	단백질 바	퀘스트 (Quest)	화이트초콜릿라즈베리프로틴바 (White Chocolate Raspberry Protein Bar)	미국	4.95싱가포르달러 (약 4,342원)	60g	
3	단백질 바	베어벨스 (Barebells)	프로틴바쿠키앤크림 (Protein Bar Cookies&Cream)	미국	5.00싱가포르달러 (약 4,386원)	55g	
4	단백질 바	퓨어핏 (Pure Fit)	초콜릿브라우니프리미엄프로틴바 (Chocolate Brownie Premium Protein Bar)	미국	4.50싱가포르달러 (약 3,947원)	57g	
5	단백질 바	마이프로틴 (My Protein)	레이어드초콜릿선데 (Layered Chocolate Sundae)	미국	4.50싱가포르달러 (약 3,947원)	60g	

자료: 마켓플레이스바이제이슨스(Market Place by Jasons) 현지 매장 방문조사

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

② 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 6,274억 원)		
	기타 규모	• 매장 수('21): 약 230개 ³⁶⁾			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 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	타겟 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	영클토비스(Uncle Tobys), 카르멘스(Carmen's)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
	매장 전경	 		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 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), 한국농수산물유통공사(aT)

사진 자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

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

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	견과류 바	영클토비스 (Uncle Tobys)	츄이포레스트푸르츠바 (Chewy Forest Fruits Bar)	호주	6.55싱가포르달러 (약 5,745원)	31g*6개입	
2	견과류 바	영클토비스 (Uncle Tobys)	요거트스트로베리바 (Yoghurt Strawberry Bar)	호주	6.55싱가포르달러 (약 5,745원)	31g*6개입	
3	단백질 바	카르멘스 (Carmen's)	프로틴다크초코앤크랜베리 (Protein Dark Choc&Cranberry)	호주	7.10싱가포르달러 (약 6,228원)	40g*5개입	
4	단백질 바	카르멘스 (Carmen's)	프로틴솔티드다크초코앤아몬드 (Protein Salted Dark Choc&Almond)	호주	7.10싱가포르달러 (약 6,228원)	40g*5개입	
5	견과류 바	네이처밸리 (Nature Valley)	크런키그레놀라바 (Crunchy Granola Bars)	미국	5.85싱가포르달러 (약 5,131원)	21g*12개입	

자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문조사

사진 자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문조사

③ 가디언

기업 기본 정보	기업명	가디언(Guardian)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.guardian.com.sg		
	위치	싱가포르(Singapore)		
	규모	매출액('20)	약 4억 4,057만 싱가포르달러(약 3,864억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('21): 113개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르, 인도네시아, 베트남 등 동남아시아 5개국에서 매장 운영 중 • 자사 홈페이지 통해 뷰티 및 건강 관련 지식 제공 • 다양한 자체 제작 상품 판매 중 • 2019년 CJ올리브영과 업무 협약을 맺고, 현재 가디언 내 입점하여 판매 중 			
매장 정보	입점 가능 품목	• 스낵류, 음료류, 건강보조식품, 화장품, 향수류 등		
	선호 제품	• 건강 기능 식품, 뷰티 관련 제품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 페이지 하단 메뉴의 Contact Us 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출(guardian.com.com-sg/contact-us) - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 문의 내용) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6-891-8100 - 이메일: customerservice@guardian.com.sg 		

자료: 가디언(Guardian)

사진 자료: 가디언(Guardian) 현지 매장 방문 조사, 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

④ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.watsons.com.sg			
	위치	싱가포르(Singapore)			
	규모	매출액('20)	약 4억 1,342만 달러(약 4,901억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('21): 100개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1841년 홍콩에서 설립되었으며, 중국, 터키, 러시아 등 25개국에서 약 1만 5,000개 매장 운영 중 • 매장에서는 약 6,000개, 온라인몰에서는 약 8,000개 제품 판매 중 • 온라인몰 주문 후 오프라인 매장 픽업 서비스 제공 중 				

매장 정보	입점 가능 품목	• 밀키트나 즉석조리가 가능한 즉석 식품, 스낵류, 음료류, 위생용품, 화장품 등		
	선호 제품	• 즉석 식품, 가격 경쟁력이 있는 제품		
	매장 전경	 		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - A.S. Watson 기업 홈페이지 접속 - 상단 메뉴 'Suppliers & Partners'의 'Becoming A.S. Watson Suppliers' 클릭하여 입점 절차 확인 - 왓슨스 공급업체 포털에서 'Apply here' 클릭하여 필요 정보 기재 		
		<ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 이메일, 담당자 연락처, 기업정보, 사업자등록증, 설립연도, 주거래처, 제조시설 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 브랜드 정보, 제품명, 제품 샘플 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) <ul style="list-style-type: none"> • 등록 조건 <ul style="list-style-type: none"> - A.S. Watson 품질 보증 승인 • 문의사항 연락처(본사; 입점 관련 사항은 본사로 직접 문의) <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6337-3433 - 이메일: grouppr@aswatson.com 		

자료: 왓슨스(Watsons)

사진 자료: 왓슨스(Watsons) 현지 매장 방문 조사

⑤ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	7-eleven.com.sg		
	위치	싱가포르(Singapore)		
	규모	매출액('20)	약 42억 2,400만 달러(약 5조 76억 원) ³⁷⁾	
	기타 규모	• 매장 수('20): 411개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1983년 어퍼창이로드(Upper Changi Rd.) 지역에 싱가포르 내 첫 매장 개점 • 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International) 산하 편의점 브랜드로 운영되고 있으며, 데어리팜인터내셔널의 자사 브랜드인 메도우스(Meadows) 제품을 다수 구비해두고 있음 • 컨비니언스앳슈퍼마켓프라이스(Convenience at Supermarket Prices), 1\$ 균일가 이벤트 등과 같은 다양한 프로모션 진행 중 • 2022년 새해 맞이 주류 이벤트 중 한국산 주류(소주) 패밀리 팩 판매 		
매장정보	입점 가능 품목	• 밀키트나 즉석조리가 가능한 즉석 식품, 스낵류, 음료류, 위생용품, 화장품 등		
	선호 제품	• 즉석 식품, 가격 경쟁력이 있는 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 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 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일(데어리팜인터내셔널): DFcontactus@DFIretailgroup.com - 이메일(싱가포르 세븐일레븐): pr@7-eleven.com.sg 		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 싱가포르, 세븐일레븐(7-Eleven) 본사 홈페이지

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 싱가포르, 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 아시아원(Asia One)

37) 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International) 2020년 통합 매출액 중 편의점 부문 점유율을 기준으로 계산한 결과임

⑥ 하오마트

기업 기본 정보	기업명	하오마트(Hao Mart)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	haomart.com.sg	
	위치	싱가포르(Singapore)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 31개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 항공 우주 산업에서 식료품 소매유통업으로 업종을 전환한 하오(Hao Corp)의 대표 브랜드이며, 2016년 설립됨 • 싱가포르인 대다수가 거주하는 HDB(Housing and Development Board) 블록 내에 입점하고 있으며, 24시간 운영 정책을 실시 중이고, '슈퍼 미니 마트'라는 기치 아래 약간 더 넓은 공간과 일반 편의점보다 더 많은 품목의 제품을 제공 중임. 이에 따라 일반 하이퍼마켓/슈퍼마켓 대체재로 자리잡아가고 있음 • 이외에도 무슬림을 위한 할랄 음식만을 취급하는 하오할랄허브(HAO Halal Hub), 수입 식료품을 주로 취급하는 하오엑셀LEN테(HAO Eccellente) 등의 다양한 브랜드를 운영함 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 주류, 스낵류, 생활용품, 전자기기, 잡화류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 경쟁력이 있는 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 카탈로그를 포함하여 하오마트 구매부서로 이메일 발송 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hao-buyers@haomart.com.sg 	

자료: 하오마트(Hao Mart)

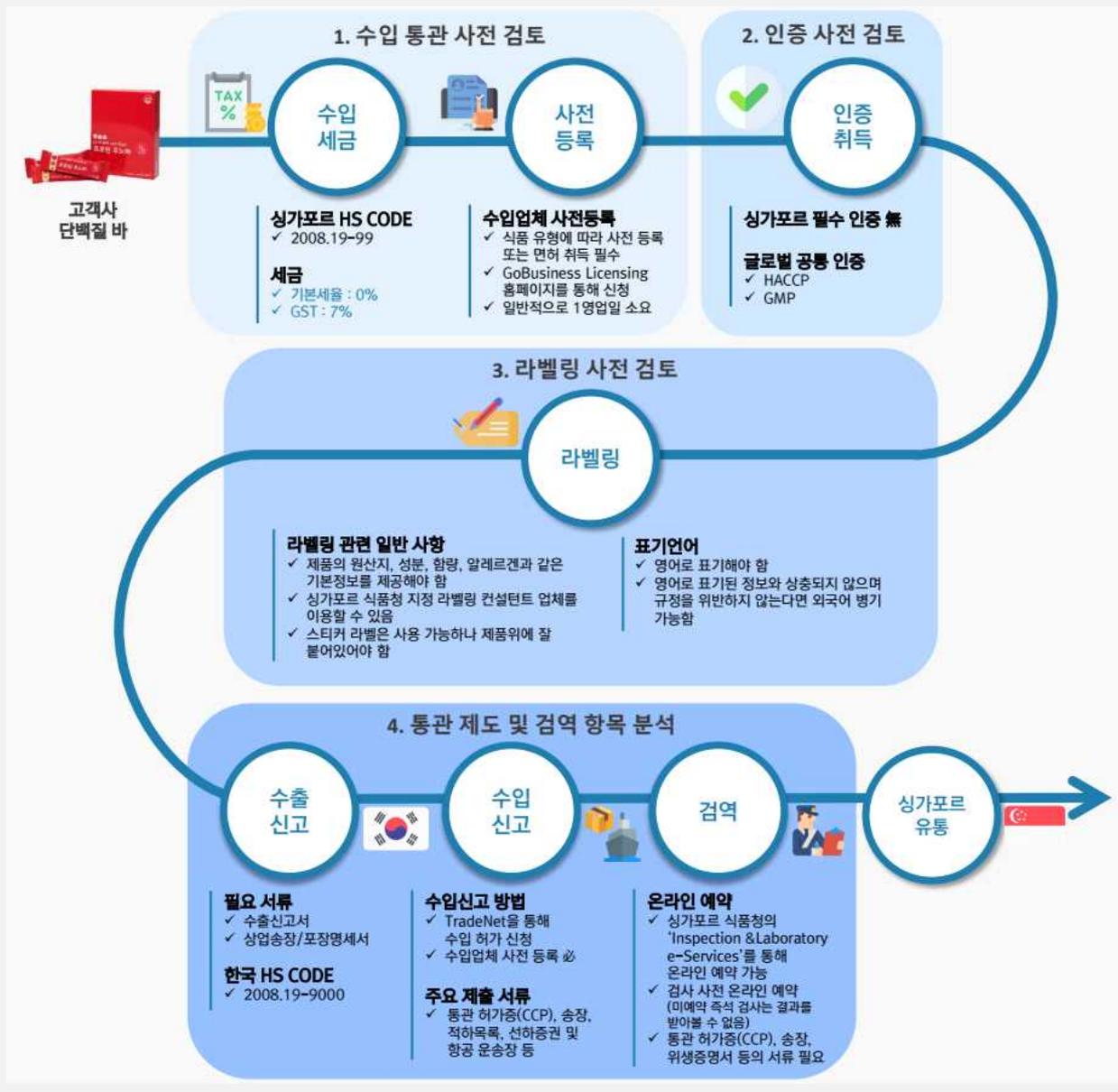
사진 자료: 하오마트(Hao Mart), 구글맵(Google Maps)

1. 싱가포르 단백질 바 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 싱가포르 단백질 바 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, Insurance and Freight)³⁹⁾를 상품 및 서비스 세금(GST, Goods & Service Tax)으로 부과하고 있음

[표 6.1] 싱가포르 단백질 바 통관 검역 절차



자료: 관세청, 싱가포르 관세청(Singapore Customs), 싱가포르 식품청(SFA)

38) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

39) 싱가포르 정부는 2018년 예산안에서 2025년까지 GST를 9%까지 올릴 계획을 밝힘

▶ 싱가포르 단백질 바, 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 단백질 바에 필요한 제품코드는 ZNP0NA0R700⁴⁰⁾로, 고객사 원재료 중 수입 금지항목은 없는 것으로 확인됨

[표 6.2] 싱가포르 수입 허가 절차

절차
<ul style="list-style-type: none"> • 수입업체 사전등록 또는 면허 번호, 제품 및 HS 코드 준비 • 기관 코드(Establishment Code) 확인 <ul style="list-style-type: none"> - 한국의 기관 코드는 KR99999 • 싱가포르 식품청에서 수입 제품 코드(Product Code) 확인 • TradeNet을 통해 수입 허가 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 과정에서 받은 고유 참조번호(Unique Reference Number) 확인 • 필요한 경우 TradeNet을 통해 추가 서류 제출 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 허가증은 싱가포르 식품청 수입 허가증의 역할도 수행함 • 화물 통관 허가증 및 사본 인쇄 <ul style="list-style-type: none"> - 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)

40) HS CODE 2008.19-99와 고객사 단백질 바 원재료에 따라 견과류와 아몬드가 포함된 OTHER NOT ROASTED NUTS & SEEDS INCLUDING MIXTURES PREPARED OR PRESERVED NOT ELSEWHERE SPECIFIED (KGM)에 해당하는 제품 코드로 확인됨

[표 6.3] 싱가포르 수입업체 사전등록 정보

등록 정보	
사전 준비 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number) 발급 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> • GoBusiness Licensing 홈페이지를 통해 신청서 제출 • GIRO 또는 온라인 전자 결제를 통해 비용 납부 • TradeNet 시스템을 통해 등록번호 확인
비용	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 가공식품 수입업체의 사전등록 무료
소요 기간	<ul style="list-style-type: none"> • 1영업일
갱신	<ul style="list-style-type: none"> • 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 단백질 바 품질 인증

▶ 싱가포르 단백질 바, 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 단백질 바 인증 취득 정보

취득 정보	
인증이 필수인 품목	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 위 아홉 가지 유형 이외의 식품도 인증 서류를 유지하고 싱가포르 식품청에서 요청 시 서류를 제출해야 함
적용 가능한 인증 예시	<ul style="list-style-type: none"> 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 단백질 바 라벨링

[표 6.5] 싱가포르 단백질 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 영어로 표기해야 함 • 영어로 표기된 정보와 어긋나지 않으며 규정을 위반하지 않는다면 외국어 병기 가능함
	2. 상품명	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자에게 식품의 실제 특징을 알려주기 위하여 식품의 일반적인 이름, 적절한 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 진정한 특성을 잠재 구매자에게 알려줘야 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 단백질 바 라벨링

<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>6. 수입업체 및 유통업체 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> 수입 식품의 경우, 현지 수입업체, 유통업체, 또는 대리인의 이름과 주소를 라벨에 반드시 명시해야 함 이는 제품이 소비자에게 공중 보건 및 안전 문제를 발생시켰을 때 식품 리콜을 위해 사용될 수 있음
<p>라벨 선택 표시 사항 및 기준</p>	<p>7. 유통기한</p>	<ul style="list-style-type: none"> 식품 제조업체는 유통기한의 설정 및 개봉되지 않은 식품의 안전 보장을 해야 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 표시해야 함 ‘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
	<p>8. 영양 정보 패널</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<p>9. 추천 사용방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> ‘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 단백질 바 라벨링

<p>라벨 선택 표시 사항 및 기준</p>	<p>10. 영양 강조 표시 및 건강 강조 표시</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> - 신체의 성장, 발달 및 정상적인 기능에 대한 영양소의 건강 효과를 설명하는 영양소 기능 강조 표시 - 전반적인 건강한 식단으로써 음식을 섭취할 때 질병이나 건강 관련 문제가 발생할 위험이 감소함을 설명하는 질병 위험 감소 강조 표시 - 식품 구성성분의 건강 효과를 설명하는 기타 기능 강조 표시
<p>일반 사항</p>	<p>11. 라벨링 관련 일반 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 상이함⁴¹⁾ <p>12. 제품 광고에 금지되는 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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)

41) 싱가포르 식품청(SFA), 「Labelling Guidelines for Food Importers & Manufacturers」

▶ 싱가포르 단백질 바 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

[앞면 - 국문]

- ① Quest Protein Bar
- ② 21g Protein
- ③ Chocolate Chip Cookie Dough Flavour
- ④ Net WT 2.12 OZ (60g)

- ① 퀘스트 단백질 바
- ② 단백질 21g
- ③ 초콜릿 칩 쿠키 반죽 맛
- ④ 중량 2.12 온즈 (60g)

[뒷면 - 영문]

- ① 21g Carbs - 14g Fiber - 3g Erythritol = 4g Net Carbs
- ② Expiry Date Format : MM/DD/YY
- ③ Imported By :
Nutrition Asia Group P/L
1 Genting Link Singapore 349518
Tel : 9168 4298
- ④ Nutrition Facts
- Serving Size 1 Bar (60g)
- Calories Per Serving : 200

	Amount /Serving	% DV
Total Fat	9g	12%
- Saturated Fat	3g	15%
- Trans Fat	0g	-
Cholestrol	5mg	2%
Sodium	200mg	9%
Total Carb	21g	8%
- Dietary Fiber	14g	50%
- Total Sugar	1g	-
-- Incl. 0g Added Sugars	-	0%
Erythritol	3g	-
Protein	21g	42%
Vitamin D	0mcg	0%
Calcium	120mg	1%
Iron	0.6mg	4%
Potassium	150mg	4%

- ⑤ PB-CCD-TLCUS070819
- ⑥ Ingredients :
- Protein Blend (Milk Protein isolate, Whey Protein Isolate)
- Soluble Corn Fiber
- Almonds
- Water
- Unsweetened Chocolate
- Erythritol
- Natural Flavours
- Cocoa Butter
- Contains less than 2% of the following : Sea Salt, Sunflower, Stevia Sweetener, Sucralose

[뒷면 - 국문]

- ① 21g 탄수화물 - 14g 식이섬유 - 3g 에리스리톨 = 4g 순 탄수화물
- ② 유통기한 형태 : 월/일/년
- ③ 수입업체 :
뉴트리션 아시아 그룹
1 젠팅 링크 싱가포르 349518
전화번호 : 9168 4298
- ④ 영양 정보
- 1회 제공량 1개 (60g)
- 제공량 당 칼로리 : 200

	함량	% DV
총 지방	9g	12%
- 포화 지방	3g	15%
- 트랜스 지방	0g	-
콜레스테롤	5mg	2%
나트륨	200mg	9%
총 탄수화물	21g	8%
- 식이섬유	14g	50%
- 총 당	1g	-
-- 첨가당	0g	0%
에리스티톨	3g	-
단백질	21g	42%
비타민 D	0mcg	0%
칼슘	120mg	1%
철	0.6mg	4%
칼륨	150mg	4%

- ⑤ PB-CCD-TLCUS070819
- ⑥ 재료 :
- 단백질 혼합 (분리 우유 단백질, 분리 유청 단백질)
- 가용성 옥수수 섬유
- 아몬드
- 물
- 무가당 초콜릿
- 에리스티톨
- 천연 향료
- 코코아 버터
- 다음의 재료는 2% 미만으로 함유됨 : 해염, 해바라기, 스테비아 감미료, 수크랄로스

- ⑦ Contains : Milk, Almonds
- ⑧ Processed in a facility that also processes eggs, peanuts, soy, wheat, and other tree nuts
- ⑨ Distributed by :
Quest Nutrition LLC.
- EL Segundo, CA 90245
- 888-212-0601
- Questnutrition.com
- ⑩ Best By : 09/09/2022
- ⑪ Made in USA with Domestic and imported ingredients
- ⑫ @Questnutrition
#ONAQUEST
Questnutrition.com

- ⑦ 함유 : 우유, 아몬드
- ⑧ 이 제품은 계란, 땅콩, 콩, 밀 및 기타 견과류를 가공하는 시설에서 가공되었습니다
- ⑨ 유통업자 :
퀘스트 뉴트리션
- 이엘 세군도, 캘리포니아 90245
- 888-212-0601
- Questnutrition.com
- ⑩ 유통기한 : 2022년 9월 9일
- ⑪ 국산 재료와 수입산 재료를 사용해 미국에서 만들어졌습니다
- ⑫ @Questnutrition
#ONAQUEST
Questnutrition.com

4. 싱가포르 단백질 바 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, 사용량은 싱가포르 식품 규제인 식품판매법(Sale of Food Act)에서 규정한 기준치를 준수해야 함. 해당 규정에 따르면, 식품첨가물은 기술상 타당한 이유가 있고 해당 첨가물의 사용이 소비자의 오해를 일으키지 않아야 하며, 소비자의 건강을 위협하지 않아야 함. 고객사 단백질 바에 적용되는 싱가포르 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 자세한 규정 및 기준치는 싱가포르 식품판매법 식품첨가물 기준 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지를 통해 확인할 수 있음

[표 6.6] 고객사 단백질 바에 적용되는 싱가포르 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	로즈마리 추출물	Rosemary extract	200ppm	가공 견과류
2	린덴	Lindane	Codex EMRLs (Extraneous MRL) 적용	모든 식품 ⁴²⁾
3	칼슘 레보폴산	Calcium L-methylfolate	GMP	
4	인산염	Phosphates		
5	메나퀴논(비타민 K2)	Menaquinone		
6	필로퀴논(비타민 K1)	Phylloquinone		
7	부분 가수분해 레시틴	Partially hydrolysed lecithin	사용 금지	
8	프로필파라벤 나트륨	Sodium propyl para-hydroxybenzoate		

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

42) 한국 식품 유형이 땅콩 또는 견과류가공품류인 식품이 해당하는 싱가포르 식품 내 식품첨가물 규정임

▶ **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 단백질 바에 적용될 것으로 예상하는 싱가포르 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임. 전체 규정 및 기준치는 싱가포르 식품판매법 식품첨가물 기준 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지를 통해 확인할 수 있음

[표 6.7] 고객사 단백질 바에 적용되는 싱가포르 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	아플라톡신	Aflatoxin (total)	5ppb	
2	비소	Arsenic	1ppm	
3	납	Lead	2ppm	
4	항생제 잔류물 또는 그 분해 산물	Antibiotic residues or degradation products	불검출	모든 식품 ⁴³⁾
5	디엘드린	Dieldrin		
6	알드린	Aldrin	Codex EMRLs (Extraneous MRL) 적용	
7	헵타클로르	Heptachlor		

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

43) 한국 식품 유형이 땅콩 또는 견과류가공품류인 식품이 해당하는 싱가포르 식품 내 유해물질 규정임

▶ 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 표기해야 함. 하기 표는 싱가포르 식품청이 규정하는 알레르겐 필수표기 성분 목록에 따라 고객사 성분을 분석한 결과임. 고객사 제품에는 싱가포르로 식품 수출 시 라벨에 반드시 표기해야 하는 알레르겐 성분이 포함되어 라벨링 시 주의해야 함

[표 6.8] 고객사 단백질 바 알레르겐 성분 분석

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

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 자이언트(Giant)

Interview ② 페어프라이스(FairPrice)

Interview ③ 콜드스토리지(Cold Storage)

싱가포르(Singapore)	자이언트 (Giant)	페어프라이스 (FairPrice)	콜드스토리지 (Cold Storage)
인터뷰 대상 선정	유통업체	유통업체	유통업체
인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○ · 스낵 바 및 단백질 바 취급 경험 ○	스낵바 제품 ▶ 취급	스낵 바	단백질 바
			
	스낵 바	단백질 바	단백질 바
사진 자료:	해당 업체 판매 페이지		

싱가포르(Singapore)	자이언트 (Giant)	페어프라이스 (FairPrice)	콜드스토리지 (Cold Storage)
유통업체 인터뷰 요약	인기 스낵 바	제품 피드백	추천 유통채널
고객사	인기 스낵 바	제품 피드백	추천 유통채널
자이언트 (Giant) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 바 가장 인기 주로 벌크로 구매 온라인 쇼핑몰 통해 구매 네이처밸리의 그레놀라 바 로스티드 아몬드가 인기 	<ul style="list-style-type: none"> 수입산이기 때문에 가격 적당 소비자 고단백, 고칼로리, 무지방 제품 선호 일반 지방 대체 추천 할랄 인증 취득 추천 식물성 기반 제품 선호 증가 중 	<ul style="list-style-type: none"> 편의점, 슈퍼마켓 및 백화점 추천 -인구 90%가 이용하는 핵심 유통 플랫폼 단백질 바 특성을 고려했을 때 스포츠 용품 매장 추천
페어프라이스 (FairPrice) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 바 가장 인기, 수요 높음 환자, 운동인에게 필수재 베어벨스의 프로틴 바가 인기 -헤이즐넛, 크런치, 땅콩, 초콜릿 원료 사용 	<ul style="list-style-type: none"> 가격 다소 비쌘 -0.6달러 선의 가격이 적당 설탕, 지방 최소화 필요 섬유질, 분해용 단백질 추가 다양한 견과류, 곡물 섞은 새로운 맛 추천 할랄, 채식 관련 인증 추천 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 채널 매우 활발 팬데믹 시기 판매하기 가장 적합한 채널 오프라인은 소수 매장에 제품 전사용으로 진출
콜드스토리지 (Cold Storage) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 바 가장 인기 식사 대체용으로 소비 많음 접근성 뛰어나며, 간편한 단백질 공급원 테이스티의 프로틴 바 다크초코 -원료로 다크초콜릿, 땅콩, 아몬드, 씨리얼, 오트 사용 	<ul style="list-style-type: none"> 가격 적당 곡물 함량 증가를 통해 칼로리 높이는 것 추천 자연 설탕 사용 추천 우유 맛 추천 식물성 기반 제품 셀링포인트로 활용 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 쇼핑몰 추천 -아마존, 라자다, 쇼피 등 슈퍼마켓, 편의점 추천
(*) 현지 경쟁품 취급 업체 인터뷰 3개사			

Interview ① 자이언트(Giant)

44)

자이언트(Giant)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 싱가포르 내 위치한 유통업체로 한국, 일본, 중국, 미국 등에서 물품들을 수입하여 판매 중임
 - 자사 온라인 몰 및 오프라인 대형 소매점을 통해 냉동식품, 가공식품, 건강보조식품 등을 판매 중임

담당자 정보

Sales Manager



자이언트(Giant) Sales Manager

Q. 싱가포르 시장에서 가장 인기가 많은 스낵 바 종류는 무엇이며, 현황은 어떠한가요?

스낵 바 중 단백질 바와 같은 에너지 바가 가장 인기가 많습니다. 한국산 단백질 바로는 인테이크사의 ‘슈퍼바(Korean Healthy Low Carbs Protein Bar)’와 베노프(Benof)사의 프로틴 바가 가장 인기가 많으며, 소비자들은 해당 제품을 ‘저칼로리, 저당, 체중관리 및 다이어트용; 운동 전후 보조제; 지속적인 에너지 공급’ 제품으로 인식하고 있습니다. 소비자들은 단백질 바를 주로 벌크로 구매를 하며, 코로나19 초기에는 오프라인 매장 방문에 제한이 있었기 때문에 판매량이 감소했지만 현재는 온라인 쇼핑몰 등을 통해 구매가 이루어지고 있습니다.

Q. 싱가포르 시장에서 가장 인기가 많은 단백질 바 제품은 무엇인가요?

싱가포르에 가장 인기가 많은 단백질 바 제품은 네이처밸리의 ‘그래놀라 바 로스티드 아몬드(Granola Bars Roasted Almond)’ 제품입니다. 해당 제품의 원료는 피넛버터, 오토, 초콜릿, 팥이며 현재 42g * 6개입을 5.95싱가포르달러(한화 약 5,219원⁴⁵)에 판매하고 있습니다. 네이처밸리 브랜드는 싱가포르 현지에서 최근 가장 인기가 있는 단백질 바 브랜드이며 오토&꿀 맛은 적당히 달콤해서 인기가 많습니다. 브랜드의 특징으로는 다양한 단백질 바 제품라인과 190칼로리, 그리고 싱가포르 인기 온라인 쇼핑몰인 쇼피(Shopee)와 라자다(Lazada)에서 구매가 가능하다는 점이 있습니다.

44) 사진자료: 자이언트(Giant) 홈페이지

45) 1싱가포르달러=877.14원 (2022.01.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 FOB가격인 40g에 0.74달러(한화 약 877원⁴⁶⁾)는 수입산 단백질 바이기 때문에 적당하다고 생각합니다. 용량 또한 타 제품들과 유사합니다. 원료는 타 제품들과 유사하지만, 소비자들이 고단백, 고칼로리, 무콜레스테롤, 무지방 제품을 선호하기 때문에 고객사 제품의 경우 일반 지방을 다른 건강한 지방으로 대체할 수 있다는 점에서 추천할 만합니다. 인증의 경우 HACCP는 싱가포르 시장에서 제품을 판매하기 위해 의무적으로 취득해야 하는 인증이며, 할랄 인증을 받은 제품이 인기가 많기 때문에 할랄 인증을 취득하는 것을 추천합니다. 또한, 소비자들은 최근 식물성 기반 제품들에 대한 선호가 증가하여 동물성 기반 제품들을 이로 대체하고 있는 추세입니다.

Q. 고객사의 식물성 기반 원료 및 건강 관련 문구들을 홍보문구로 사용하는 것에 대해 어떻게 생각하나요? 또한, 추천하는 홍보 채널이 있나요?

고객사의 홍보문구는 매우 적합하다고 생각하며, 제품의 간편성을 강조하는 문구를 추가한다면 더욱 좋을 것 같습니다. 싱가포르는 인터넷이 매우 발달했기 때문에 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등의 소셜 미디어를 통한 제품 홍보가 가장 효과적입니다.

Q. 고객사 제품에게 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

편의점, 슈퍼마켓, 백화점 등의 현대적 유통채널을 추천합니다. 해당 채널들은 싱가포르 인구 90%가 이용하는 주요 소매채널이자 핵심 유통 플랫폼이기 때문입니다. 단백질 바의 경우 대다수의 소비자가 슈퍼마켓이나 스포츠 건강용품 매장에서 구입합니다.

Q. 고객사의 단백질 바 제품을 수입할 의향이 있나요?

지금은 현재 베스트 셀러 제품들이 매장 재고로 남아있기 때문에 고객사 제품의 수입 의향은 없으며, 추후에 고려해보겠습니다.

46) 1달러=1185.50원 (2022.01.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

Interview ② 페어프라이스(FairPrice)

47)

페어프라이스 (FairPrice)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 싱가포르 내 위치한 대형 유통업체로 한국, 일본, 중국, 미국 등에서 물품들을 수입하여 판매 중임
 - 자사 온라인 몰 및 오프라인 대형 소매점을 통해 냉동식품, 가공식품, 건강보조식품 등을 판매 중임

담당자 정보

Sale Manager



페어프라이스(FairPrice) Sales Manager

Q. 싱가포르 시장에서 가장 인기가 많은 스낵 바 종류는 무엇이며, 현황은 어떠한가요?

대다수의 스낵 바는 단백질 바와 유사한 성분과 효능을 지니게 때문에 단백질 바로 분류가 되며, 수요 또한 높은 편입니다. 한국산 단백질 바의 경우 인테이크, 닥터 유 등이 주로 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되고 있지만, 오프라인에서 판매되는 한국산 단백질 바는 많지 않은 것으로 알고 있습니다. 단백질 바의 주요 효능이 에너지 보충과 건강증진이기 때문에 당뇨병이 있는 환자나 운동을 하는 사람들에게는 필수재입니다. 또한, 단백질 바는 맛있고, 편리하고, 부드럽고, 기름지지 않고 달콤하다는 특징을 가지고 있습니다.

Q. 싱가포르 시장에서 가장 인기가 많은 단백질 바 제품은 무엇인가요?

싱가포르에 가장 인기가 많은 단백질 바 제품은 미국의 베어벨(Barebells)사의 제품입니다. 개당 55g에 5싱가포르달러(한화 약 4,386원), 12개입에 60싱가포르달러(한화 약 5만 2,628원)에 판매되고 있으며 아몬드, 헤이즐넛, 크런치, 땅콩, 초콜릿을 원료로 사용하고 있습니다. 제품의 인기 배경으로는 풍부한 단백질과 건강한 원료, 식사 대체 가능, 뛰어난 맛 등이 있으며 홍보문구로는 무설탕, 20g의 단백질이 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 FOB가격인 40g에 0.74달러(한화 약 877원)는 다소 비싸며, 미국 및 호주산 제품들과 경쟁하기 위해서는 0.6달러(한화 약 711원)까지 인하해야 한다고 생각합니다. 신제품이 시장에 진입할 때는 낮은 가격을 책정해야 합니다. 용량은 다이어트를 하는 소비자들에게 적합하며, 사용된 원료의 개수 또한 적당합니다. 그러나 설탕과 지방은 최소화하는 것이 필요하며, 섬유질과 분해용 단백질을 추가한다면 장년층들이 섭취하기에 적합할 것입니다. 맛의 경우 다양한 견과류와 곡물을 섞어 새로운 맛을 만드는 것을 추천합니다. HACCP 인 증은 싱가포르 시장에서 필수이며, 소비자들이 관심을 가질만한 인증으로는 할랄, 당뇨병 환자들에게 안전한, 채식 등의 인증이 있습니다. 또한, 싱가포르 소비자들은 하나의 원산지국에서 생산된 제품을 좋아하기 때문에 시장 진출 시 이를 고려해야 할 것입니다.

Q. 고객사의 식물성 기반 원료 및 건강 관련 문구들을 홍보문구로 사용하는 것에 대해 어떻게 생각하나요? 또한, 추천하는 홍보 채널이 있나요?

고객사의 홍보문구는 매우 간결하고 구체적이기 때문에 아주 적합하다고 생각합니다. 제품의 특징 및 원료를 강조한다면 소비자들이 관심을 가질 것이라 예상합니다. 개인적으로, 대중매체가 아직까지 제품을 홍보하는 데 가장 유효하다고 생각합니다. 연예인, 운동선수 등을 홍보 모델로 활용하여 소비자들의 주목을 받거나 차량 전시행사 등의 행사를 이용하는 것도 괜찮습니다.

Q. 고객사 제품에게 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

현재 싱가포르의 온라인 채널은 매우 발달하여 많은 소비자들이 이를 이용합니다. 팬데믹 시기와 디지털 시대에 물품을 판매하기 가장 적합한 채널이라고 생각합니다. 오프라인에 광범위한 유통채널을 보유할 필요는 없으며, 소수의 매장에 전시용 제품만 비치하되 실질적인 판매는 온라인을 통해 판매하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사의 단백질 바 제품을 수입할 의향이 있나요?

현재 판매되고 있는 제품 라인에 신제품을 추가할 생각은 없습니다.

Interview ③ 콜드스토리지(Cold Storage)

48)



콜드스토리지 (Cold Storage)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 싱가포르 내 위치한 유통업체로 한국, 일본, 중국, 미국 등에서 물품들을 수입하여 판매 중임
 - 자사 온라인 몰 및 오프라인 대형 소매점을 통해 냉동식품, 가공식품, 건강보조식품 등을 판매 중임

담당자 정보

Sales Manager

콜드스토리지(Cold Storage)

Sales Manager

Q. 싱가포르 시장에서 가장 인기가 많은 스낵 바 종류는 무엇이며, 현황은 어떠한가요?

스낵 바 중 가장 인기가 많은 제품은 단백질 바입니다. 씨리얼, 곡물 바의 경우 체중 감량을 하려는 사람들을 위한 제품이며 에너지 바는 운동하는 사람들을 위한 제품이지만, 단백질 바의 경우 이들 모두에게 수요가 있는 제품이기 때문입니다. 싱가포르에서 판매되고 있는 한국산 단백질 바는 베노프, 곰곰, 인테이크가 있으며, 주로 온라인에서 판매되고 있으며 후기가 대체로 긍정적인 편입니다. 단백질 바가 싱가포르에서 인기가 있는 이유는 식사 대체용으로 적합하며 단백질 공급에 매우 용이한 제품이기 때문입니다. 저희 매장은 온라인에서 판매를 하기 때문에 코로나19에 큰 타격을 받지 않았으며, 되려 건강에 대한 인식이 증가하며 건강 관련 제품들의 판매량은 증가했습니다.

Q. 싱가포르 시장에서 가장 인기가 많은 단백질 바 제품은 무엇인가요?

싱가포르에 가장 인기가 많은 단백질 바 제품은 테이스티(Tasti)의 '프로틴바 다크 초코(Protein Bar Dark Choco)'입니다. 40g의 제품을 5개에 6.95싱가포르달러(한화 약 6,096원)에 판매하고 있으며 주 원료는 다크초콜릿, 땅콩, 아몬드, 씨리얼, 오토입니다. 다크초콜릿과 견과류의 조합은 제품의 단맛을 중화하며, 높은 칼로리와 부드러우면서도 바삭한 식감, 그리고 굉장히 저렴한 가격 때문에 인기가 많습니다. 해당 제품이 주로 사용하는 홍보문구로는 '높은 단백질과 섬유질', '정제 설탕 및 인공 보존료 미첨가', '운동 전후로 좋은 제품' 등이 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

건강 원료를 많이 함유한 제품은 일반 제품보다 비싼 편이기 때문에, 이를 감안했을 때 고객사 제품의 가격은 적당한 수준이라고 생각합니다. 용량과 포장 또한 시장 내 타 제품들과 유사하며, 원료 또한 마찬가지로입니다. 소비자들은 높은 칼로리의 단백질 바를 선호하기 때문에 곡물 함량을 높여 칼로리를 더욱 높이고, 인공 설탕 대신 자연 설탕을 사용하고, 맛은 우유 맛을 추천합니다. 또한, 시장 내 100% 식물성 기반 제품이 많지 않기 때문에 이를 셀링포인트로 삼는 것을 추천합니다.

Q. 고객사의 식물성 기반 원료 및 건강 관련 문구들을 홍보문구로 사용하는 것에 대해 어떻게 생각하나요? 또한, 추천하는 홍보 채널이 있나요?

고객사의 홍보문구는 적합하다고 생각하지만 ‘무설탕’, ‘무지방’, ‘무보존제’, ‘100% 천연’, ‘인공 감미료 무첨가’ 등의 구체적인 문구를 추가하는 것을 추천합니다. 제품의 원료, 가격, 맛을 중심으로 홍보하되, ‘온라인 구매 가능’ 등의 구매의 편리성 또한 강조하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품에게 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

최근 온라인 플랫폼들이 인기를 얻으며 오프라인 유통채널들을 대체하고 있습니다. 코로나19 이후 아마존, 라자다, 쇼피, 왓슨 등의 온라인 플랫폼을 이용하는 소비자들이 매우 많아졌기 때문에 온라인 쇼핑몰을 추천합니다. 슈퍼마켓과 편의점 또한 최근 온라인 서비스를 시작했기 때문에 해당 채널들에 유통한다면, 제품의 판매채널 확대 및 유통비용을 최소화할 수 있습니다.

Q. 고객사의 단백질 바 제품을 수입할 의향이 있나요?

현재 새로운 제품을 수입할 의향은 없습니다.

VIII. 시사점

키워드	빈도
퀘스트	359
포스트	62
허쉬	55
네슬레	41
마이프로틴	22

싱가포르 온라인매장 스낵 바 경쟁브랜드 관련 키워드

소비 특징 ①

스낵 바 경쟁브랜드 주요 키워드, 퀘스트 및 포스트

온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 스낵 바의 경쟁제품 주요 키워드로 초콜릿 바(802건) 키워드가 빈출되는 것으로 나타남. 에너지 바(196건) 및 단백질 바(165건) 키워드 역시 견과류 바, 시리얼 바 등 다른 경쟁제품 키워드보다 도출량이 많았음. 판매 중인 스낵 바의 경쟁브랜드 주요 키워드로는 미국의 퀘스트 브랜드 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 퀘스트는 생일 케이크, 초콜릿 도넛, 레몬 케이크 등 다양한 맛의 단백질 바를 출시한 것으로 나타남. 퀘스트에 이어 미국 포스트 브랜드 및 허쉬 브랜드 관련 키워드가 다수 도출되었음

한편 싱가포르 현지 단백질 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과 취급하고 있는 주요 경쟁브랜드로 네이처벨리, 베어벨스 및 테이스트 브랜드가 언급되었으며, 각각 아몬드, 헤이즐넛 및 땅콩을 주요 견과류 원료로 활용하고 있는 것으로 나타남

키워드	빈도
초콜릿	1,685
다크초콜릿	291
캐러멜	138
딸기	103
브라우니	42

싱가포르 온라인매장 스낵 바 맛 관련 키워드

소비 특징 ②

스낵 바 맛 주요 키워드, 초콜릿류 및 캐러멜

온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 스낵 바 맛 주요 키워드로 초콜릿, 다크초콜릿 등 초콜릿류 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 뒤이어 캐러멜, 딸기, 브라우니 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 견과류 관련 키워드는 땅콩버터 외에는 도출되지 않았음. 땅콩버터 관련 키워드 도출량은 28건으로, 초콜릿류나 캐러멜 관련 키워드 도출량에 비해 현저히 낮은 도출량을 보였음

싱가포르 현지 단백질 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들이 선호하는 단백질 바 경쟁브랜드로 언급된 3개 제품 중 2개의 맛이 초콜릿 맛인 것으로 나타남. 나머지 1개 제품은 오토 및 꿀 맛이었음. 제품 맛과 관련해 담당자 1명은 자연 설당을 사용한 우유 맛 제품을 출시할 것을 추천하였음. 또한 식물성 기반 100% 제품이 현지 시장에 많이 없기 때문에 이를 셀링포인트로 활용할 것을 언급하였음

성분	빈도
설탕	605
지방	351
단백질	304
아몬드	300
땅콩	258

싱가포르 온라인매장 스낵 바 성분 관련 키워드

소비 특징 ③

스낵 바 성분 주요 키워드, 영양소는 지방, 원료는 설탕

온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 스낵 바의 성분 주요 키워드 중 영양소 관련 키워드로 지방 키워드가 가장 많이 나타남. 이는 스낵 바 주요 경쟁제품인 초콜릿 바의 지방 함유에 민감한 소비자들을 겨냥해 패키징에 지방 함유량을 홍보 키워드로 활용하는 제품이 많기 때문인 것으로 분석됨. 원료 관련 키워드로는 설탕 키워드가 가장 많이 나타났으며, 이는 제품의 주 원료인 아몬드, 땅콩 키워드 대비 약 2배 가량 많은 수치임

한편 싱가포르 현지 단백질 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들은 고단백, 고칼로리, 무지방 제품을 선호하는 것으로 나타남. 이와 관련해 담당자 1명은 고객사 단백질 바 제품의 곡물 함량 증가를 통해 칼로리를 높이는 것을 추천하였음

유통채널	점유율
하이퍼마켓/슈퍼마켓	65.1%
편의점	22.7%
온라인	5.6%
드럭스토어	5.0%
개인 및 기타 식료품점	1.5%

싱가포르 '스낵 바' 유통채널 점유율

주요 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점

단백질 바를 포함하는 '스낵 바' 카테고리의 싱가포르 현지 유통채널 점유율을 조사한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 65.1%로 가장 많은 점유율을 차지했으며, 편의점이 22.7%, 온라인이 5.6%, 드럭스토어가 5.0%의 점유율로 뒤를 이었음. 개인 및 기타 식료품점의 점유율은 1.5%로, 다른 유통채널보다 상대적으로 낮은 점유율을 차지하는 것으로 나타남

한편 싱가포르 현지 단백질 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 주요 온라인 쇼핑몰인 아마존, 라자다, 쇼피 등으로의 진출을 추천받음. 이와 관련해 담당자 1명은 온라인 유통채널이 팬데믹 시기 제품을 판매하기 가장 적합한 채널이기 때문이라는 설명을 했으며, 오프라인 유통채널로는 소수 매장에 제품 전시용으로 진출하는 것을 언급했음

진입장벽

- ▶ Point 01. 싱가포르 수출 위해 수입업체 사전 면허 취득 및 등록 필요
- ▶ Point 02. 싱가포르 수출 제품 라벨링, 싱가포르 식품청 기준 규정 준수

단백질 바와 같은 수입 가공식품을 싱가포르에 수출 시, 수입업체가 사전에 싱가포르 식품청에 수입업체 면허 취득 또는 등록을 완료해야 함. 고객사 제품은 일반 가공식품에 해당되어, 면허 취득은 별도로 필요하지 않으며, 등록 과정만 거치면 되는 것으로 나타남. 또한 수입 가공식품에 적용되는 필수 인증은 없으나, 모든 수입 가공식품은 싱가포르 입국 시 샘플 검사 대상인 것으로 확인되었음. 한편 싱가포르로 수출하는 제품의 라벨링은 싱가포르 식품청의 기준에 따른 라벨링 규정을 준수해야 하는 것으로 조사되었음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Singapore」, 2021.07
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Singapore Country Report」, 2021.02
3. 한국농수산물유통공사(aT), 「신남방정책 싱가포르 편의점 트렌드 조사 및 시사점」, 2019.08
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Singapore Country Report」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Singapore Country Report」, 2021.02
6. 농식품수출정보(KATI), 「싱가포르 온라인 시장 분석 및 한국식품 진출 확대방안 보고서」, 2020.09
7. 싱가포르 식품청, 「식품판매법(Sale of Food Act」, 2021
8. 싱가포르 국세청, 「IRAS s-Tax Guide」, 2021
9. 싱가포르 식품청, 「SALE OF FOOD ACT(CHAPTER 283, SECTION 56(1))」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 쇼피(Shopee) (shopee.sg)
5. 퀘스트(Quest) (www.questnutrition.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
9. 이커머스데이터베이스(EcommerceDB) (ecommercedb.com)
10. 아마존(Amazon) (www.amazon.sg)
11. 쇼피(Shopee) (shopee.sg)
12. 마켓플레이스바이제이슨스(Market Place by Jasons) (www.marketplacebyjasons.com)
13. 콜드스토리지(Cold Storage) (coldstorage.com.sg)
14. 페어프라이스(FairPrice) (www.fairprice.com.sg)
15. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
16. 가디언(Guardian) (www.guardian.com.sg)
17. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.com.sg)
18. 세븐일레븐(7-Eleven) (7-eleven.com.sg)
19. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretailasia.com)
20. 하오마트(Hao Mart) (haomart.com.sg)
21. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
22. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
23. 싱가포르 관세청(Singapore Customs) (www.customs.gov.sg)
24. 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency) (www.sfa.gov.sg)
25. 싱가포르 온라인 법령(SSO, Singapore Statutes Online) (sso.agc.gov.sg)
26. 싱가포르 할라인증위원회(MUIS, Islamic Religious Council of Singapore) (www.muis.gov.sg)
27. 자이언트(Giant) (www.giant.sg)
28. 콜드스토리지(Cold Storage) (www.coldstorage.com.sg)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2022.02.04

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea