



No. 2022-122
품목 빵(Bread)
HS CODE 1905.90.1010
국가 싱가포르(Singapore)



C.O.N.T.E.N.T.S

I	시장 현황 및 전망	3
	1. 시장 규모 2. 수출입 통계	
II	트렌드	10
	1. 소비 트렌드	
III	유통	17
	1. 유통구조 2. 주요 유통채널 분석	
IV	통관 및 제도	30
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생요건	
V	시사점	58
	1. 수출 확대 방안	

I

시장 현황 및 전망



01 시장 규모

싱가포르 구운 식품 시장 규모

2021년 싱가포르 구운 식품¹⁾ 시장 규모는 소매 판매액 기준 4억 9,720만 싱가포르 달러(약 4,693억 원²⁾)를 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 3.6%를 기록함

- 최근 밀가루, 식용 오일, 식물성 지방 등의 가격이 올라가면서 구운 식품의 가격이 모두 상승하였으며, 구운 식품에 대한 수요가 지속 증가함에 따라 시장 규모가 확대됨

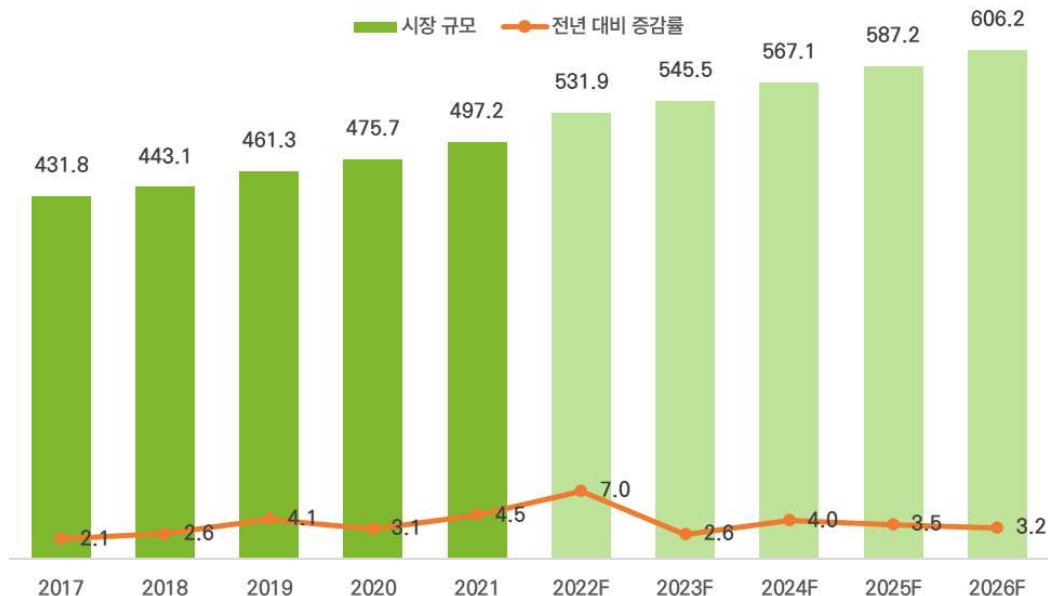
향후 5년간(2022-2026년) 구운 식품은 연평균 성장률 3.3%를 기록하며 지속 성장하여 2026년에는 6억 620만 싱가포르 달러(약 5,722억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 1

싱가포르 구운 식품 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)



자료: Euromonitor International

1) 빵, 페이스트리, 디저트 믹스, 냉동 구운 식품, 케이크 등을 포함함

2) 1싱가포르 달러=943.86원(2023년 1월 8일 하나은행 매매기준율 기준)

싱가포르 냉동 제과류 시장 규모

지원 기업의 제품은 냉동 빵으로 냉동 제과류³⁾에 속하여 해당 시장 규모를 조사함

2021년 싱가포르 냉동 제과류 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 3.0% 증가한 690만 싱가포르 달러(약 65억 1,263만 원)를 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 4.0%를 기록함

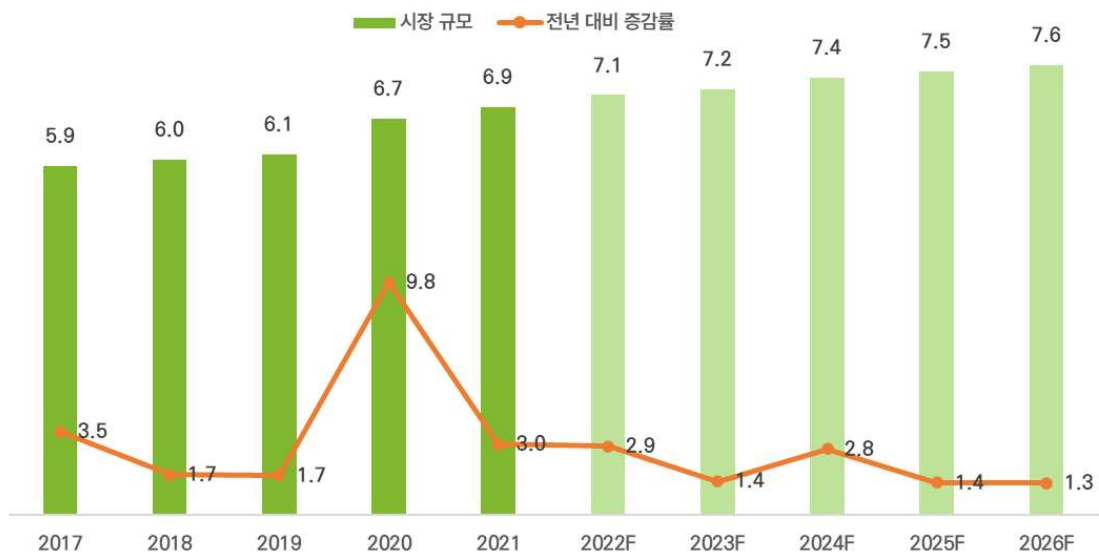
향후 5년간(2022-2026년) 냉동 제과류의 판매액은 연평균 성장률 1.7%를 기록하며 지속 성장하여 2026년에는 760만 싱가포르 달러(약 71억 7,334만 원)에 달할 것으로 전망됨



그림 2

싱가포르 냉동 제과류 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)



자료: Euromonitor International

3) 냉동하여 판매하는 빵, 피자, 반조리 제과류, 페이스트리 시트, 도우 등을 포함하며 냉동 케이크, 파이 및 타르트는 제외함

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 1905

- 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품

HS CODE 1905.90

- 기타

HS CODE 1905.90.1010

- 빵

국가별 HS CODE

- 글로벌: 1905.90
- 싱가포르: 1905.90
- 한국: 1905.90.1010

글로벌 빵 수입 규모

2021년 글로벌 빵(HS CODE 1905.90) 수입 규모는 279억 3,367만 2,000달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 8.3% 증가함

- 1위 수입국은 미국으로, 51억 2,718만 5,000달러를 수입하여 전체 수입 규모의 약 18.4%를 차지함
- 이어서 영국(7.6%), 독일(7.1%), 프랑스(6.1%), 캐나다(4.8%) 순으로 높은 비중을 차지하였으며, 싱가포르는 29위 수입국으로 전체 수입 규모의 약 0.8%를 차지함



표 1

글로벌 빵 수입 규모 추이(2017-2021년)

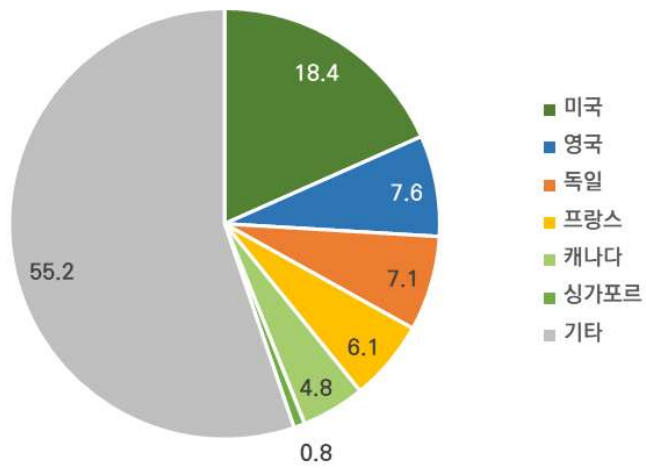
(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	20,340,527	22,506,863	23,559,237	24,158,383	27,933,672	8.3
1 미국	3,200,404	3,608,843	3,934,369	4,212,368	5,127,185	12.5
2 영국	1,726,553	1,917,228	2,127,508	2,173,185	2,119,767	5.3
3 독일	1,454,276	1,602,581	1,692,254	1,752,475	1,991,277	8.2
4 프랑스	1,262,222	1,416,883	1,436,630	1,468,362	1,699,931	7.7
5 캐나다	1,114,577	1,172,807	1,233,812	1,265,167	1,335,280	4.6
29 싱가포르	178,367	190,454	194,156	199,544	232,524	6.9
기타	11,404,128	12,598,067	12,940,508	13,087,282	15,247,708	7.8

자료: ITC World Trademap

그림 3 글로벌 빵 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

싱가포르 빵 수입 규모

2021년 싱가포르의 빵(HS CODE 1905.90) 수입 규모는 전년 대비 16.5% 증가한 2억 3,252만 4,000달러를 기록함. 말레이시아는 싱가포르의 가장 큰 수입국으로, 對말레이시아 수입액은 1억 312만 7,000달러로 전체 수입 규모의 44.4%를 차지함

- 이어서 일본(13.1%), 중국(6.0%), 미국(4.6%), 태국(3.7%) 순으로 높게 나타남

2021년 對한국 수입 규모는 565만 5,000달러를 기록하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 16.6%를 기록함



표 2

싱가포르 빵 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	178,367	190,454	194,156	199,544	232,524	6.9
1 말레이시아	75,829	87,156	88,397	91,077	103,127	8.0
2 일본	21,090	21,253	21,093	21,286	30,547	9.7
3 중국	8,277	8,879	10,244	10,535	13,873	13.8
4 미국	16,456	10,907	11,105	12,262	10,748	-10.1
5 태국	8,647	9,905	9,176	7,440	8,705	0.2
9 한국	3,063	2,420	2,905	4,061	5,655	16.6
기타	45,005	49,934	51,236	52,883	59,869	7.4

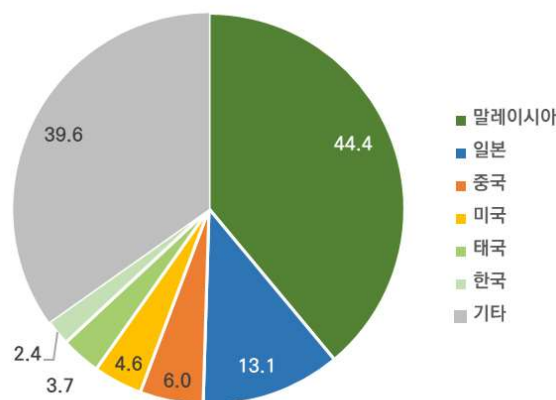
자료: ITC World Trademap



그림 4

싱가포르 빵 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

한국 빵 수출 규모

2021년 한국의 빵(HS CODE 1905.90.1010) 수출 규모는 474만 7,000달러, 수출량은 634톤을 기록함

- 최근 5년간(2017-2021년) 수출액은 연평균 성장률 27.2%, 수출량은 연평균 성장률 12.6%를 기록함

2021년 한국의 對싱가포르 빵 수출 규모는 5만 1,000달러, 수출량은 1톤을 기록함

- 수출액은 최근 3년간(2019-2021년) 연평균 성장률 137.8%를 기록함

- 수출량은 최근 3년간 연평균 성장률 10.6%를 기록함



표 3

한국의 對글로벌 및 對싱가포르 빵 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對 글로벌	수출액 (YoY)	1,813	1,980	1,989	2,877	4,747	27.2
		90.1	9.2	0.4	44.6	65.0	-
	수출량 (YoY)	394	460	474	537	634	12.6
		94.4	16.6	3.1	13.3	18.1	-
對 싱가포르	수출액 (YoY)	0	1	9	2	51	-
		-	-	718.2	-73.3	2,020.8	-
	수출량 (YoY)	0	0	1	0	1	-
		-	-	350.0	-100.0	-	-

자료: 농식품수출정보(KATI)

II

트렌드



01 소비 트렌드

싱가포르 빵 소비 트렌드

최근 밀가루, 식용 오일, 식물성 지방 등의 공급 부족으로 원재료 가격이 상승하면서 빵의 가격이 상승하고 있음

- 싱가포르의 일부 베이커리에서는 빵의 가격을 인상하는 한편, 견과류, 치즈, 고급 우유 등 다양한 식재료를 추가하여 영양을 강화하였음을 강조하며 인상된 가격을 정당화하고자 하는 추세임
- 현지 주요 브랜드인 Fair Price California Raisin은 섬유질이 풍부하게 함유된 빵을 경쟁 업체보다 높은 가격에 출시하여 판매 중임

싱가포르 식품 배달 서비스 제공업체 Grab Food에 따르면, 2022년 상반기 싱가포르에서 주문량이 가장 많은 제품은 베이커리 번과 롤 케이크였음

최근 당뇨병 환자가 증가함에 따라, 싱가포르 정부에서는 당뇨병 예방 차원으로 설탕 섭취를 제한하는 규제 조치를 취함

- 2018년 싱가포르 건강진흥위원회(Health Promotion Board)는 싱가포르 국민 설탕 섭취량을 2020년까지 최대 25% 감소시키고자 하는 계획을 발표한 바 있음
- 정제 탄수화물, 설탕 대신 통밀 등 비정제 탄수화물을 섭취할 수 있도록 지원함
- 이에 따라 현지 주요 베이커리 업체에서는 밀가루로 만든 빵 외에 통밀 빵을 제조하여 판매 중임
- 또한, 설탕이 많이 들어가는 달콤한 맛의 빵보다 짭짤한 맛의 빵을 출시하는 추세임



싱가포르 보건부(Ministry of Health)는 싱가포르 국민의 건강한 식습관을 위해 2021년까지 정제가공유지(PHOs)를 함유한 모든 식품 판매를 금지한다는 규제를 발표한 바 있음

- 정제가공유지는 식물성 기름을 가공식품으로 제조하면서 만들어지는 지방으로 식품의 유통기간을 늘리기 위한 수소 추가 과정에서 트랜스 지방이 생성됨
- 싱가포르 국민의 트랜스 지방 섭취의 대부분이 잼과 크림, 포장식품, 베이커리 식품, 과자를 통해 이뤄지고 있음
- 규제 대상은 싱가포르에서 판매되는 모든 제조 식품으로 현지 및 해외 제조 제품을 포함함
- 싱가포르 건강진흥위원회에서 The Sale of Food Act의 규정에 따라 정기적으로 시장 모니터링을 실시하고 있음

건강에 관심이 높은 소비자들이 증가하면서 당뇨병 환자를 위한 식품, 비건 식품 등에 대한 수요가 높아지고 있음. 아직은 싱가포르 내 저당, 비건 빵 시장이 주류 제품이 아니지만 해당 제품을 전문으로 하는 브랜드가 늘어나고 있음

- 당뇨병 환자를 타깃 소비자로 하는 Nuvojoy는 글루텐프리 제품을 제조하여 판매 중임
- 영국 브랜드 Boostball은 탄수화물 함량이 낮고 지방 함량이 높은 키토 빵을 판매 중임

표 4 싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 건강빵 제품

제품명	제품 특징
 <p>Boostball Lemon Drizzle Cake Protein Bites</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 100% 천연재료 사용 - 고단백질 빵 - 글루텐 프리 식품, 비건 식품 - 팜유 무첨가
 <p>Ready-to-Eat Madeleine</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 혈당 지수(GI)가 낮은 마들렌 - 프랑스산 무염 버터 및 프리미엄 달걀을 사용하여 제조

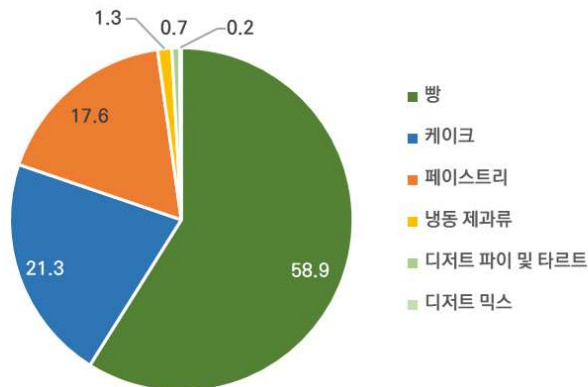
자료: Lazada Singapore, Nuvojoy 홈페이지

싱가포르 구운 식품은 빵, 케이크, 페이스트리, 냉동 제과류, 디저트 파이 및 타르트, 디저트 믹스로 분류할 수 있음

- 2022년 기준, 구운 식품 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 카테고리는 빵으로 전체 시장의 58.9%를 차지함
- 이어서 케이크(21.3%), 페이스트리(17.6%), 냉동 제과류(1.3%), 디저트 파이 및 타르트(0.7%), 디저트 믹스(0.2%) 순임

그림 5 싱가포르 구운 식품 카테고리별 시장 점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

빵의 상위 시장인 싱가포르 구운 식품 시장의 기업별 시장 점유율을 살펴보면, Gardenia Foods가 전체 시장의 22.4%로 시장 점유율 1위를 차지함

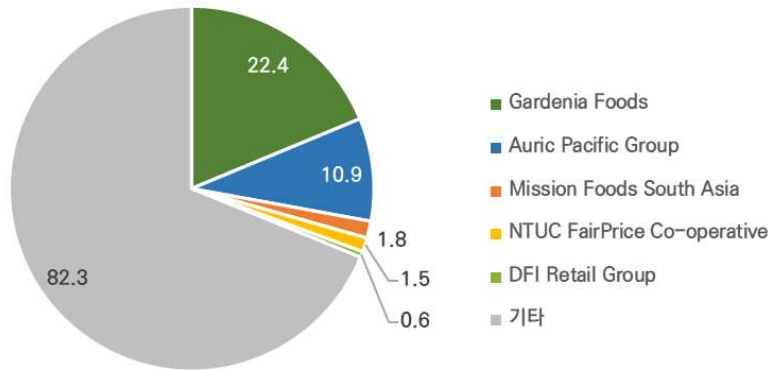
- 이어서 Auric Pacific Group이 10.9%, Mission Foods South Asia가 1.8%, NTUC Fair Price Co-operative가 1.5%, DFI Retail Group이 0.6% 순으로 조사됨



그림 6

싱가포르 구운 식품 기업별 시장 점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

싱가포르 구운 식품 시장의 브랜드별 점유율을 살펴보면, Gardenia Foods사의 Gardenia가 전체 시장의 19.5%를 차지하며 시장 점유율 1위를 차지함

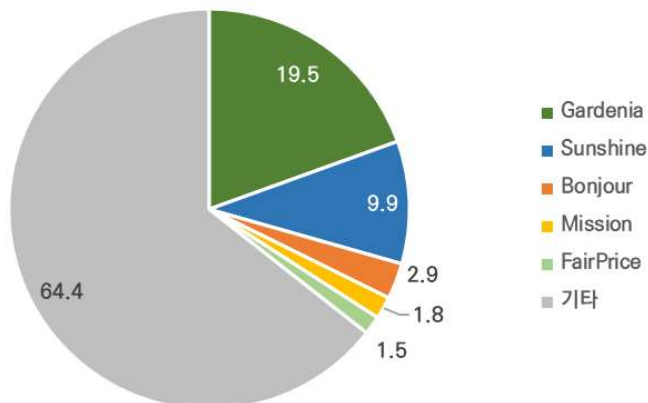
- 이어서 Auric Pacific Group사의 Sunshine이 9.9%, Gardenia Foods사의 Bonjour가 2.9%, Mission Foods South Asia사의 Mission이 1.8%, NTUC FairPrice Co-operative사의 FairPrice가 1.5%를 차지함



그림 7

싱가포르 구운 식품 브랜드별 시장 점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

빅데이터 분석

1. 개요


싱가포르 내 웹트래픽 수가 높은 아마존에서 빵에 대한 분석을 진행함

- 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석 순임
- 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보 문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 33건, 소비자 반응 452건임


2. 제품 특성 주요 키워드 추출

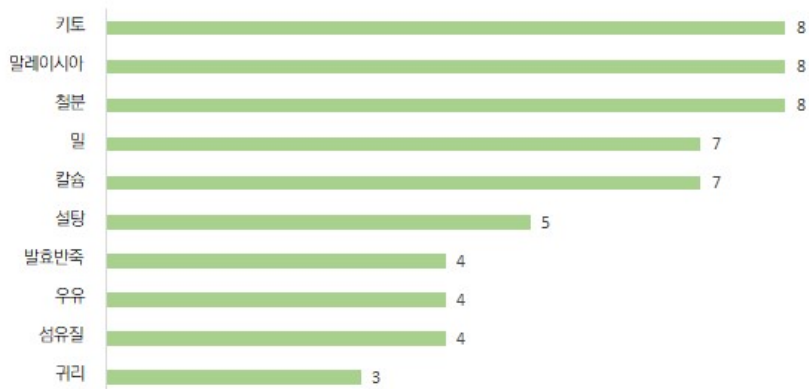
빵 제품 소개 출현 단어빈도는 '철분' 8건, '말레이시아' 8건, '키토' 8건 등이 출현함. 그 뒤로 '칼슘', '밀', '설탕', '섬유질', '우유', '발효반죽', '귀리' 등 이 출현함

빵 소개 시 다양한 영양성분과 재료들에 대한 언급이 있었음

 그림 8 제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	철분	8
2	말레이시아	8
3	키토	8
4	칼슘	7
5	밀	7
6	설탕	5
7	섬유질	4
8	우유	4
9	발효반죽	4
10	귀리	3

 그림 9 제품 특성 출현단어 빈도



3. 동시출현단어 분석

동시출현단어 빈도는 아래 같으며 가장 자주 나타난 키워드는 칼슘 철분, 그 뒤로는 비타민 미네랄, 콜레스테롤 트랜스, 섬유질 비트, 핫카이드 우유, 선택 귀리, 밀 호밀, 효모 발효, 발효반죽, 씨앗 바나나 등이 도출됨. 제품의 검색에선 빵과 관련한 영양성분이 가장 높은 빈도를 보였으며, 제빵을 위해 활용하는 다양한 곡류도 검색됨



그림 10 제품 특성 연관단어 출현빈도

순위	연관단어	빈도
1	칼슘 철분	7
2	비타민 미네랄	3
3	콜레스테롤 트랜스	3
4	섬유질 비트	3
5	핫카이드 우유	2
6	선택 귀리	2
7	밀 호밀	2
8	효모 발효	2
9	발효반죽	2
10	씨앗 바나나	1

4. 리뷰 출현 단어 분석

소비자들의 리뷰에서는 다양한 빵의 맛 중 바나나에 관련된 키워드가 가장 많이 검색되었음. 또한 제빵에 관련된 다양한 식재료와 빵과 함께 섭취가 이루어지는 음식들이 도출됨.



그림 11 소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	바나나 빵	20
2	바나나 그라놀라	8
3	감탄 방목	7
4	블루베리 스콘	7
5	식감 맛	6
6	그라놀라 시리얼	5
7	냄비 팬	4
8	아이스 크림	3
9	코코넛 설탕	3
10	계란 버터	3

III

유통



01 유통구조


싱가포르 구운 식품 유통구조

지원 기업 품목의 상위 카테고리인 구운 식품의 유통채널을 분석함

Euromonitor에 따르면, 구운 식품은 전문점, 슈퍼마켓, 소형 식료품점, 편의점, 하이퍼마켓, 온라인 쇼핑몰 등을 통해 유통되고 있음

싱가포르에서 구운 식품은 주로 전문점을 통해 유통되고 있음. 2021년 기준, 전문점의 유통 비중은 전체 유통채널의 48.0%를 차지함

- 이어서 슈퍼마켓(25.4%), 소형 식료품점(13.7%), 편의점(6.0%), 하이퍼마켓(5.4%), 온라인 쇼핑몰(1.5%) 순임
- 전문점의 유통 비중은 2017년 대비 5.2%p 감소함
- 반면, 슈퍼마켓의 점유율은 2017년 대비 6.0%p, 하이퍼마켓의 점유율은 1.2%p 상승함

 표 5 싱가포르 구운 식품 유통경로별 점유율

(단위: %)

유통채널	2017년	2021년	2017년 대비 증감률
전문점	53.2	48.0	-5.2
슈퍼마켓	19.4	25.4	6.0
소형 식료품점	15.9	13.7	-2.2
편의점	6.7	6.0	-0.7
하이퍼마켓	4.2	5.4	1.2
온라인 쇼핑몰	0.6	1.5	0.9
전체	100	100	-

자료: Euromonitor International

02 주요 유통채널 분석

싱가포르 빵 유통채널

1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓

싱가포르에서 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업은 NTUC FairPrice로, 2021년 기준 전체 시장의 51.3%를 차지함

- 이어서 Sheng Siong Supermarket이 21.9%, Dairy Farm International이 18.9%, Prime Supermarket이 2.1%, U Stars가 1.3%의 비중을 차지함
- NTUC Fair Price 산하 브랜드로는 FairPrice, FairPrice Finest, Fairprice Xtra가 있음
- 코로나19 영향으로 소비자들은 식료품 구매를 더욱 신중하게 하기 시작함. 이에 따라 다수의 브랜드에서 가격 할인 및 동결 정책을 내세우며 소비자들의 관심을 끌고 있음



표 6

싱가포르 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체별 시장 점유율(2021년)

(단위: %)

기업명	시장 점유율	주요 브랜드
NTUC FairPrice	51.3	Fair Price, FairPrice Finest, Fair Price Xtra
Sheng Siong Supermarket	21.9	Sheng Siong
Dairy Farm International	18.9	Giant, Cold Storage, Market Place by Jasons
Prime Supermarket	2.1	Prime
U Stars	1.3	U Stars Supermarket

자료: Euromonitor International

2. 편의점

싱가포르에서 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있는 편의점 업체는 Seven & I Holdings로, 2021년 기준 전체 시장의 71.3%를 차지함

- 이어서 NTUC FairPrice(15.1%), Royal Dutch Shell(5.1%), HAO Corp(3.8%), Singapore Petroleum(2.7%) 순임

코로나19로 인해 집에 머무는 시간이 길어지면서 집 주변에 위치한 편의점을 자주 이용하게 된 소비자들이 많아짐

- 2021년 편의점은 전체 매출액은 전년 대비 13.5% 성장함

최근 편의점 업체들은 제품군을 확대하며 타 업체와 차별화하고 있음

- 세븐일레븐(7-Eleven)과 치어스(Cheers)는 수입 식품을 판매하며 프리미엄 편의점을 지향하고 있음



표 7

싱가포르 주요 편의점 업체별 시장 점유율(2021년)

(단위: %)

기업명	시장 점유율	주요 브랜드
Seven & I Holdings	71.3	7-Eleven
NTUC FairPrice	15.1	Cheers, FairPrice Xpress
Royal Dutch Shell	5.1	Shell Select
HAO Corp	3.8	HAO Mart
Singapore Petroleum	2.7	Choices

자료: Euromonitor International

3. 아시안/한인마트

싱가포르의 주요 아시안 및 한인마트로는 돈돈돈키(DON DON DONKI), 리마트(Lee Mart) 등이 있음

- 싱가포르 전역에 12개 매장을 보유하고 있는 돈돈돈키는 일본계 아시안마트임
- 리마트는 한인마트로 싱가포르 내 4개 매장을 보유하고 있음



표 8

싱가포르 주요 아시안/한인마트 매장 수 현황(2021년)

(단위: %)

기업명	시장 점유율	설립연도
DON DON DONKI	71.3	2017년
Lee Mart	15.1	2009년
Solmart	5.1	2002년
Meidi-Ya	3.8	1980년

자료: 각 사 홈페이지

4. 온라인 쇼핑물

싱가포르 온라인 쇼핑 시장 규모는 코로나19 영향으로 비대면 쇼핑이 확산됨에 따라 2020년 전년 대비 53.7%, 2021년 전년 대비 17.6% 증가함

- 2020년 싱가포르 식품 온라인 유통 규모는 전년 대비 87.7% 증가함

싱가포르 온라인 유통채널 중 시장 점유율이 가장 높은 기업은 Shopee를 보유하고 있는 Sea로, 전체 온라인 유통채널의 18.0%의 비중을 차지함

- 이어서 Lazada, RedMart를 보유하고 있는 Alibaba Group(15.1%), Amazon(12.1%), NTUC FairPrice(8.8%), Qoo10을 보유하고 있는 Giosis Group(8.6%) 순임



표 9

싱가포르 주요 온라인 쇼핑물 시장 점유율(2021년)

(단위: %)

기업명	시장 점유율	주요 브랜드
Sea	18.0	Shopee
Alibaba Group	15.1	Lazada, RedMart
Amazon.com	12.1	Amazon
NTUC FairPrice	8.8	NTUC FairPrice
Giosis Group	8.6	Qoo10

자료: Euromonitor International

주요 오프라인/온라인 유통업체: (1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

1. 페어프라이스(FairPrice)

		개요 및 주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 1973년 설립한 싱가포르 전국노동자연합 산하의 협동조합 - 싱가포르의 대표적인 유통 기업 - 2020년 Visa와 협업하여 인공지능 기반의 무인 매장 개점 - 사업자용 온라인 포털 별도 운영
			본사 소재지 No.1 Joo Koon Circle #13-01 FairPrice Hub Singapore 629117
유통업체명	FairPrice	입점 절차	
홈페이지	www.fairprice.com.sg		

1) 공급자 포털을 통한 등록

- 홈페이지 주소: <https://sp.fairprice.com.sg/home.action>
- 공급자 포털 내 정보 기입 후 제출
- 포털 기입 정보: 기업명, 기업 주소, 영역별 담당자 연락처(경영, 재무, 물류 등)

2) 문의사항 연락처

- 전화번호: +65-6275-6073
- 이메일: fpsupport@pracbiz.com

주요 오프라인/온라인 유통업체: (2) 편의점

1. 세븐일레븐(7-Eleven)



개요 및 주요 이슈

- 1983년 싱가포르 내 첫 매장 개점
- Dairy Farm International 산하 편의점 브랜드로 자사 브랜드인 Meadows 제품을 다수 판매 중
- 밀키트, 즉석조리가 가능한 즉석식품, 스낵류, 음료류, 위생용품 등을 취급함
- 즉석식품, 가격 경쟁력이 있는 제품의 입점을 선호함

유통업체명	7-Eleven	본사 소재지 입점 절차	21 Tampines North Drive 2 #03-01 Singapore 528765
홈페이지	7-eleven.com.sg		

1) 이메일을 통한 문의

2) 등록 시 필요한 정보

- 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 타깃 고객 등
- 공급 제품 정보: 주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등
- 참고 자료: 회사소개서, 카탈로그 등

3) 문의사항 연락처

- 이메일(DFI): DFIcontactus@DFIretailgroup.com
- 이메일: pr@7-eleven.com.sg

2. 하오마트(HAO Mart)

		개요 및 주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2016년 설립 - 슈퍼 미니 마트를 지향하여 넓은 공간과 다양한 품목의 제품을 제공함 - 24시간 운영 - 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 주류, 스낵류, 생활용품, 전자기기, 생활잡화를 취급함 - 가격 경쟁력이 있는 제품을 선호함
			본사 소재지 25 Changi South Street 1, Singapore 486059
유통업체명	HAO mart	입점 절차	
홈페이지	https://haomart.com.sg/		

1) 이메일을 통한 문의

- 카탈로그 포함하여 하오마트 구매 부서로 이메일 송부

2) 등록 시 필요한 정보

- 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 타깃 고객 등
- 공급 제품 정보: 주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등
- 참고 자료: 회사소개서, 카탈로그 등

3) 문의사항 연락처

- 이메일: hao-buyers@haomart.com.sg

주요 오프라인/온라인 유통업체: (3) 아시안/한인마트

1. 돈돈돈키(Don Don Donki)

		개요 및 주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르 내 12개 매장 보유 - 일본 Pan Pacific International Holdings의 동남아 시장 유통 체인으로 싱가포르, 태국, 홍콩에서 매장 운영 - 매장 내 푸드코트에서 일본 음식 판매 - 스낵류, 조리식품, 소스류, 즉석식품, 신선식품, 생활용품, 문구류, 잡화 취급 - 일본산 제품, 저렴한 제품, 젊은 소비자 타깃 제품을 선호함
			본사 소재지
유통업체명	Don Don Donki	입점 절차	
홈페이지	www.dondondonki.com/sg		

- 홈페이지를 통한 문의
 - 홈페이지 상단 Help 클릭
 - Contact 클릭 후 필요한 정보 작성 및 제출
- 이메일을 통한 문의 및 등록 시 필요한 정보
 - 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 타깃 고객 등
 - 공급 제품 정보: 주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등
 - 참고 자료: 회사소개서, 카탈로그 등
- 문의사항 연락처
 - 이메일: support.sg@dondondonki.com
 - 참고: Pan Pacific International Holdings의 타 자회사에서 제품 수입 및 수출 총괄
기업명: Pan Pacific International Trading
전화번호: +81-3-3271-1120

주요 오프라인/온라인 유통업체: (4) 온라인 쇼핑몰

1. Amazon Singapore

		개요 및 주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2017년 싱가포르 시장 진출 - 수입 제품 및 싱가포르 현지 중소기업 제품을 판매 중 - 모바일 앱을 통해 빠른 배송 서비스를 제공하는 유료 회원 프로그램 Prime을 선보임 - 싱가포르 거주자는 40달러 이상 주문 시 2-3일 내 무료 배송
			본사 소재지
유통업체명	Amazon Singapore	입점 절차	
홈페이지	www.amazon.sg		

1) 홈페이지를 통한 직접 등록 및 문의

- 홈페이지 하단 'Sell on Amazon' 클릭 후 'Sell locally' 클릭
- 아마존 싱가포르 웹사이트 회원 가입 혹은 로그인

2) 등록 시 필요한 정보

- 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

2. 쇼피(Shopee)

		개요 및 주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2015년 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남 등 동남아시아를 중심으로 서비스를 시작 - 동남아시아의 열악한 인터넷 인프라를 고려하여 모바일 환경 및 SNS에 특화된 플랫폼 제공 - 20-30대 여성 고객이 주요 타깃임 - 화장품, 유아용품, 패션, 식품 등 다양한 제품을 취급함
			본사 소재지
유통업체명	Shopee	홈페이지	https://shopee.sg
연락처	+65-6727-5950	입점 절차	

1) 홈페이지를 통한 등록

- 홈페이지 왼쪽 상단 'Sell on Shopee' 클릭
- 하단의 'Sign up as a Shopee Mall Seller' 클릭

2) 등록 시 필요한 정보

- 공급자 정보: 이름, 연락처, 주소, 우편번호, 회사 홈페이지, 제품 카테고리, 브랜드 로고 등
- 싱가포르 사업 허가서 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority)
- 허가서(Letter of Authorization)

3) 문의사항 연락처

- 전화번호: +65-6206-6610

IV

통관 및 제도



01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
 - 목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
 - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
 - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
 - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
 - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출신고의 어려움을 해소할 수 있음
 - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세 환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상 일치 여부를 확인함
 - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

싱가포르 통관 절차

개요

- 싱가포르는 전통적으로 자유무역주의를 표방하면서 투명하고 개방된 무역정책을 추진하고 있어 수입규제 사례를 거의 찾을 수 없음. 담배, 주류, 자동차, 유류 등 4개 카테고리의 품목에 대해서만 소비세를 부과하고 있으며 나머지 모든 품목을 무관세로 수입하고 있음. 그리고 해상 및 항공으로 수입되는 모든 물품은 경제자유구역(FTZ, Free Trade Zones)을 거쳐 반입될 수 있음
- 다만 정상가격(수출국 시장의 일반시장가격)에 비해 현저히 낮은 가격으로 수입하여 싱가포르 내국 산업에 피해를 준다고 판단되는 경우 상계 반덤핑 관세법에 의거하여 반덤핑 관세를 부과할 수 있음
- 한편 싱가포르는 작은 영토로 인해 자국에서 소비하고 있는 농수산물의 대부분을 수입에 의존하고 있는 나라로, 안전성 검증에 대해 대단히 민감한 정책을 보이고 있음. 식품 수입 허가를 위해 사전에 승인이 되어 있는 국가와 철저한 샘플 분석을 통해 안정성이 확보된 품목에 한해서 수입을 허가하고 있음

수입 통관 절차도



수입 통관 절차

물품 도착 및
수입신고 전
준비
-
관세청 무역업
계정
활성화(Trade
Account
Activation)

- ① 개요
 - 싱가포르 법인이 해외에서 상품을 수입하기 위해서는 사전에 싱가포르 관세청에서 무역업 계정을 활성화해야 하며, 정보 변경 및 종료도 www.tradenet.gov.sg/tradenet/login.jsp에서 진행이 가능함
- ② 필요 정보 및 서류
 - 싱가포르 법인 사업자 등록번호(UEN: Unique Entity Number)
 - 싱가포르 법인의 CorpPass
 - 상품 기본 정보 및 HS Codes
- ③ 신청 절차
 - ㉠ 싱가포르 관세청에 무역업 계정 신청 시 일반적으로 1영업일 후에 승인 결과를 받음
 - ㉡ 무역업 계정 승인 후 Cargo Clearance Permit (CCP)를 받을 수 있음
 - ㉢ CCP에는 해당 수입품에 대한 추가적인 검사 필요 여부가 기재되어 있음

물품 도착 및
수입신고 전
준비
-
수입면허 취득

- ① 개요
 - 식품 수입하기 위해서는 식품 분류를 사전에 확인 후 사전에 싱가포르 식품청(SFA)의 무역 라이선스 취득 또는 등록해야 함
- ② 필요 정보 및 서류
 - 싱가포르 관세청 무역업 신청 완료
 - ACRA(싱가포르 기업청) 사업자 등록증(Business Profile)
 - 싱가포르 법인 이사의 CorpPass
 - Giro 신청서: 법인계좌 정보, 은행 서명권자 서명, 법인도장
- ③ 신청 절차
 - ㉠ GoBusiness Licensining에서 수입 제품 항목에 맞는 라이선스 신청 및 비용 결제
 - ㉡ 수입부가세 및 Import Fees 자동 이체를 위해 Giro 신청서를 제출함. Giro를 신청하지 않아도 라이선스 취득은 가능하지만 향후 수입 관련 세금 미납 발생 시 해당 금액이 완납될 때까지 상품 통관이 지연되므로 효율적인 업무처리를 위해 신청하는 것이 좋음
 - ㉢ 라이선스 취득에 1영업일이 소요되며 승인 익영업일부터 수입 통관이 가능함

물품 도착 및
수입신고 전
준비
-
수입허가

- 수입자는 물품을 수입하기 위해서는 사전에 수입허가를 받아야 함
- 수입허가 절차는 다음과 같음
- ① 수입업체 사전 등록 또는 면허 번호, 제품 및 HS 코드 준비
- ② 기관 코드 확인(한국의 기관 코드는 KR99999)
- ③ 싱가포르 식품청에서 수입 제품 코드(Product Code) 확인
- ④ TradeNet을 통해 수입 허가 신청하고 해당 과정에서 받은 고유 참조번호(Unique Reference Number) 확인
- ⑤ 필요한 경우 TradeNet을 통해 추가 서류(위생증명서, 실험보고서 등) 제출
- ⑥ 싱가포르 관세청과 식품청의 승인 이후, 화물 통관 허가증(CCP, Cargo Clearance Permit)을 발급받음. 해당 허가증은 싱가포르 식품청 수입 허가증의 역할도 수행함
- ⑦ 화물 통관 허가증 및 사본 인쇄하여 국경 검문소나 검역 등의 과정에서 사전에 구비
- ⑧ 수입 식품 한 건당 수수료를 부과하며 수입 수수료를 Giro 계정을 통해 납부

수입신고

- 수입신고서는 전자적 방법으로 작성되고 "TradeNet®"으로 EDI system을 통해 제출되어야 함. 컨테이너 화물(Containerised cargo)과 비컨테이너 화물(Conventional Cargo)로 구분되어 수입신고가 되며, 아래의 구비(증빙)서류를 함께 제출해야 함
- 컨테이너 화물의 경우 수입신고 시에 컨테이너 번호를 제출해야 함
- 수입신고 시에는 통관을 위해 유효한(valid) 허가 내용이 제출되어야 하며, 허가의 만기(expired) 또는 유효하지 않은(invalid) 허가인지 여부를 확인해야 함

〈수입신고 시 제출 서류〉

- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| · 수입신고서 | · 상업송장(Commercial Invoice) |
| · 선하증권/항공화물운송장 | · 포장명세서(Packing list) |
| · 원산지 증명서(Certificate of Origin) | · 기타 통관에 필요한 서류 |

관세 납부

관세는 관세 납부 대상(dutiable goods)에 한하여 납부하며, 물품이 반출되기 전에 납부되어야 함. 관세 대상 물품은 종가세(ad valorem) 또는 종량세(specific)가 적용됨

관세 등 조세는 inter-Bank GIRO(IBG)를 통해서 싱가포르 세관에 납부되어야 함

검사 및 검역

(1) 개요

일반적으로 모든 식품은 검사 대상에 해당됨. 싱가포르 식품청은 품목별 수입 요건을 규정하고 있어 사전 파악이 중요함. 식품 화물은 검사 대상이며, SFA에서 실험실 분석을 위해 샘플을 채취할 수 있음

(2) 온라인 신청

예약 없이 수행된 즉석 검사(ad hoc inspection)에 대하여는 결과를 받아볼 수 없으므로, 수입되는 식품의 검사를 위해 SFA Inspection & Laboratory e-Services⁴⁾를 통해 온라인 신청하는 것을 권장함

(3) 제출 서류

- 화물통관허가증(CCP: Cargo Clearance Permit)
- 인보이스, 검역증명서 등 관련 문서
- 검사 대상 식품 화물

물품 반출

컨테이너 화물의 경우 일반적으로 무서류(Paperless) 신고 및 신고 수리되어 반출됨

검사 대상이 된 수입 물품은 검사 후 이상이 없는 경우 물품 반출이 허가됨

4) ifast.sfa.gov.sg/eserviceweb

02 인증

싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency) 등록 (필수)

1. 개요

식품의 수입 의존도가 90% 이상인 싱가포르는 모든 식품을 수입면허를 취득하거나 등록을 완료하여야만 식품 수출이 가능함. 식품의 유형에 따라 수입면허 취득이 필요한 식품과 등록이 필요한 식품으로 구분됨

기존 AVA(Agri-food and Veterinary Authority: 농식품수의청)에서 수행하였으나 2019년 4월 식품 관리 체계를 통합하면서 싱가포르 식품청이 식품 안전 및 수입 식품 관리를 총괄함

2. 대상 품목

모든 수입식품으로서 육류 및 어류, 과일 및 채소류, 신선란, 가공 식품 등을 포함한 식품 전반

- License(수입허가 대상): 육류, 수산물, 신선 과일, 채소류, 신선 식용 계란
- Registration(업체 등록 대상): 가공식품, 식기류

구분	심사 절차
육류	<ul style="list-style-type: none"> · 동물 및 조류의 전체 혹은 일부 · 냉장, 냉동 및 통조림 형태로 수입되는 식육 가공품을 포함 (육류 함량 5% 이상인 제품과 동물성 기름 및 지방이 포함)
수산물	<ul style="list-style-type: none"> · 해수, 기수, 담수에서 잡히는 생선, 갑각류, 연체동물, 해면동물, 해삼 및 그 외 수생 생물(새끼와 알을 포함) · 냉장, 냉동 및 통조림 형태로 수입되는 수산물가공품 포함 (관상용 어종 제외)
과일 및 채소류	<ul style="list-style-type: none"> · 가공되지 않은 신선한 과일 및 채소 · 절단, 냉동 및 통조림으로 가공된 과일과 채소는 가공식품으로 분류됨
신선란	<ul style="list-style-type: none"> · 식용 계란 (SFA 승인 농장에서만 수출 가능)
가공란	<ul style="list-style-type: none"> · 염지란, 계란분말, 액상란, 삶은 계란 및 오믈렛 형태로 조리된 계란 포함 (SFA 승인 제조시설에서만 수출 가능)
가공식품	<ul style="list-style-type: none"> · 육류, 수산물, 과일 및 채소류를 제외한 모든 종류의 가공식품과 보조 식품 포함 · 예시: 와인, 유제품, 비스킷, 식용유, 음료수, 견과류
식기류	<ul style="list-style-type: none"> · 식품 및 음료와 접촉하며 작동 시 전기가 필요하지 않은 모든 품목 · 예시: 그릇, 컵, 접시, 팬, 냄비, 물병 및 젓가락, 포크, 숟가락 등

3. 인증 절차

- 사전 요건 - 싱가포르 식품청의 허가 또는 등록을 위해서는 다음의 사항들을 사전에 준비해야 함
- 싱가포르에서 사업 수행 전 법인을 회계기업청(ACRA)에 등록
 - 식품을 수출입, 환적 하려는 경우 싱가포르 세관에 UEN(사업자등록번호)을 등록 후 활성화
 - 수수료 및 허가 비용 등을 납부하기 위한 GIRO 계정을 개설함
(GIRO 계정이 필요한 경우: 육류 및 수산물, 신선한 과일 및 채소, 신선란)

1. GoBusiness Licensing 웹사이트⁵⁾에 접속하여 회사 계정으로 로그인



2. 회사 계정을 사용자 계정으로 선택 후 UEN 입력



3. Licence Application 탭에 들어가 희망하는 라이선스 취득 또는 등록 유형을 선택
(육류 및 수산물 또는 신선 과일 및 채소의 수출입 환적/ 가공식품 및 식기류 등록)



4. 하단의 확인란을 클릭하여 이용 약관에 동의



5. 신청인의 정보, 주소, 기업 연락처 및 메일 주소를 지정



6. 신청 정보들을 정확하게 기입 확인 후에 General 하단 박스에 체크 및 결제란 체크
(가공식품 및 식기류 수입인 경우에는 별도의 비용이 없으므로 제출란 체크)



7. SFA에 GIRO가 등록되어 있는 경우에는 GIRO 계좌를 통해 지불하거나
GIRO 계좌가 없는 경우 신용카드나 eNETS에서 결제



8. 예상 소요일은 평균 1~2영업일이며, 승인 공지가 메일로 송부됨. 승인 후에는 라이선스
사본을 발급하거나 웹사이트를 통해 부여된 SFA 등록 번호를 확인할 수 있음

4. 제출 서류

SFA와 GoBusiness Licensing 확인 결과 라이선스 취득 및 등록 과정에서 별도의 제출 서류 없음

5) <https://licence1.business.gov.sg/web/frontier/home>

5. 취득 비용

구분	비용
육류 및 수산물	· 연간 84싱가포르 달러 · Express 서비스: 당일 처리 가능하나 추가 비용 지불 필요
과일 및 채소류	· 연간 378싱가포르 달러 · Express 서비스: 당일 처리 가능하나 추가 비용 지불 필요
신선란	· 무료
가공식품 및 식기류	· 무료

6. 품목별 조건

구분	준비 사항
육류 및 수산물	육류 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 육류는 열처리한 돼지고기, 가금류 및 캔가공한 돼지고기, 가금류 수출 가능 (SFA 승인 국가 및 시설만 가능) - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음 - 일반적으로 건강 증명서의 발급(일반적으로 약 20싱가포르 달러)이 요구되며 SFA의 수의학 조건을 충족해야 함
	수산물 <ul style="list-style-type: none"> - 일반적으로 건강 증명서를 받지 않으며 모든 국가 및 지역 제품 수출 가능 - 단, 고위험 품목(굴, 게 포함) 및 멸종위기 종 예외 - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음
과일 및 채소류	<ul style="list-style-type: none"> - 신선 농산물은 금지된 농약을 사용하지 않아야 CODEX(국제식품규격위원회)의 잔류 물질 허용 기준을 충족해야 함 - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음
신선란	<ul style="list-style-type: none"> - 식품 등록 필요(생산 업체는 SFA에 수출 의향서를 제출, SFA에서 1차 서류 심사, 2차 현지 실사를 거친 생산 업체에 인증서 발급) - 식용란 수출 가능(SFA 승인 국가 및 시설만 가능) - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음 - 검사를 위해 최소 검사 하루 전 오후 12시 이전에 창이 동물 및 식물 검역소 (CAPQ)에서 검사를 위해 온라인으로 예약 필요
가공식품	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품은 수출국 식품 당국의 감독하에 제조되어야 함. 일부 품목은 관련 증빙 서류가 첨부되어야 함 - 일반적으로 식품 수입 검사의 대상이 될 수 있음
신선란	<ul style="list-style-type: none"> - 식용 계란(SFA 승인 농장에서만 수출 가능)

7. 인증 기관

- 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency)은 인증기관이 아닌 등록 관할 기관임
- 홈페이지: www.sfa.gov.sg
- 전화번호: +65-6805-2871

싱가포르 WAREES(MUIS) 할랄 인증(선택)

1. 개요

싱가포르는 젊은 무슬림 층의 비율이 높고 무슬림 관광객의 비율이 높은 비이슬람 국가로서 무슬림 인구의 안전한 할랄 식품 섭취를 위해 할랄 인증제도를 도입함

싱가포르 할랄 인증기관(MUIS)은 싱가포르의 유일한 할랄인증 기관이며 세계 3대 할랄인증 기관 중 하나로 신속하고 투명한 절차가 강점임

할랄 품질 경영 시스템 (HalMQ)에 초점을 맞추어 할랄 인증서를 발급하고 MUIS 할랄 인증 마크는 브루나이, 인도네시아, 말레이시아 등 주요 아시안 이슬람국가와 걸프 협력회의 (GCC) 국가의 교차인증을 통해 세계적 권위를 인정받고 있음

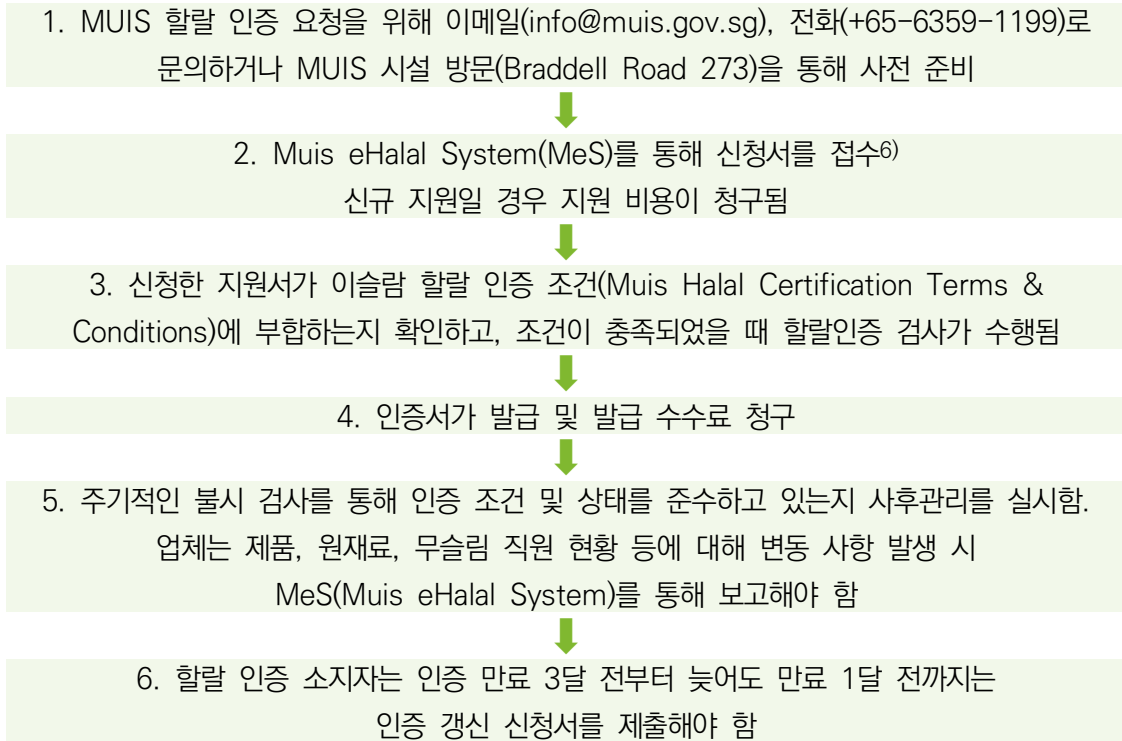
2. 대상 품목

음식, 음료뿐만 아니라 음식과 음료를 이루는 기초원료, 부자재 등 이슬람 율법 하에서 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품

할랄 품질경영시스템(Hal-MQ)을 중심으로 할랄 식품에 대해 심사하고, 음식이나 식품관련 산업의 성격에 따라 7개 유형의 할랄 인증이 발급됨

- 레스토랑, 푸드코트 등 식당
- 해외 할랄 인증을 받은 외국산 수입·수출품
- 주방 등의 음식 조리 공간
- 도축장
- 싱가포르 내에서 생산·가공된 제품
- 제조시설
- 창고 및 보관시설

3. 인증 절차



4. 제출 서류

- 제품/메뉴 항목 및 원료의 목록
- 제품 레이블 그림(제품/전체 공장 구성표)
- 배달 차량 사진(요식업/제품/전체 공장 구성표)
- 인증을 받을 건물의 평면도
- 할랄인증, 규격 및 시험 분석 보고서와 생산 원료의 할랄인증 사본
- 무슬림 직원(할랄 팀)이 승인한 모든 원료의 구매송장 및 배달 주문서
- 할랄팀 구성원의 임명장 또는 공고장
- 할랄팀 관리 회의록
- 무슬림 직원과 할랄팀 구성원 한명의 할랄 교육인증서
- 제품 생산과정 제조공정도
- Halal Assurance Points(HAP)s의 목록과 허용한계 및 처방지침
- 각 HAP에 대한 승인 모니터링 절차 및 기록
- 각 HAP에 대한 승인 시정조치 절차 및 기록
- 내부 감사 보고서 할랄 시스템 변화에 대한 기록
- 무슬림 직원 2명의 고용증명서

6) ehalal.muis.gov.sg

5. 할랄 인증 소요 기간 및 비용

소요 기간: 업체별 사전 준비 정도, 할랄 인증 기준 부합 정도에 따라 상이하며, 할랄 인증을 취득하는 데는 주로 약 2~3개월 정도 소요됨

비용: 비용은 처리 희망 속도와 발급 종류에 따라 산정되며 크게 신청비용, 발급비용, 기타 비용으로 나뉨

- 신청 비용: 일반접수 시 170싱가포르 달러(세금 포함), 급행접수 시 364싱가포르 달러(세금 포함)
- 발급 비용: 대상에 따라 60~2,100싱가포르 달러 사이(세금 포함)
- 기타 비용: 심사단의 현장실사 비용

6. Warees Halal

MUIS 할랄 인증을 취득하고자 하는 업체들은 Warees Halal의 현장실사 과정을 거쳐야 함
Warees Halal은 MUIS 산하 비영리기관임

싱가포르 외 다른 국가에 위치한 시설 및 제품에 대해 할랄 인증을 받고자 할 경우, Warees Halal을 통해 할랄 인증 신청

한국에서 할랄 인증을 받고자 할 경우 Warees Halal 및 한국 icc인증원을 통해 진행함. Warees Halal은 MUIS 할랄 인증을 받고자 하는 한국 업체들과의 원활한 커뮤니케이션을 위해 한국 IIC인증원(International Industrial Certification)을 한국 대표 에이전시로 지정해 협업하고 있음

1. 한국 ICC인증원에 문의 및 사전심사 신청



2. 공장 방문, 서류 검토(공장등록증, ISO 인증서, 제조공정도, 자재명세서 등),
제품 시험 의뢰 등 사전심사 진행



3. 사전심사 합격 시 Warees Halal에 신청 서류 제출



4. Warees Halal로부터 서류 합격 통보를 받은 후, 심사비 지불 및 심사 일정 협의



5. Warees Halal 담당자가 직접 방문해 현장 심사 진행



6. 심사 결과 승인 시 Warees-MUIS 할랄 인증이 발급됨

7. 인증 기관

(1) MUIS (Majlis Ugama Islam Singapura)

싱가포르 유일의 할랄 인증기관이며 할랄 인증 뿐만 아니라 모스크 개발 및 관리, 파트와 공표 등의 업무를 수행함

- 홈페이지: www.muis.gov.sg
- 전화번호: +65 6359 1199
- 이메일: info@muigov.sg

(2) Warees Halal

MUIS 산하 비영리 기관으로 싱가포르 내 현장실사, 할랄 관련 교육, 싱가포르 외 할랄 인증 업무를 수행함

- 홈페이지: wareeshalal.sg
- 전화번호: +65 6291 2702
- 이메일: info@wareeshalal.sg

농산물 우수관리 인증 (GAP: Good Agricultural Practices)(선택)

1. 개요

‘농산물 우수관리(GAP: Good Agricultural Practices)’란 농산물의 안전성을 확보하고 농업환경을 보전하기 위해 농산물의 생산, 수확 후 관리(농산물의 저장·세척·건조·선별·절단·조제·포장 등 포함) 및 유통의 각 단계에서 작물이 재배되는 농경지 및 농업용수 등의 농업환경과 농산물에 잔류할 수 있는 농약, 중금속, 잔류성 유기오염물질 또는 유해생물 등의 위해요소를 적절하게 관리하는 것을 말함

유럽, 미국, 칠레, 일본, 중국 등 주요 국가가 농산물우수관리(GAP)제도를 현재 시행 중이며 이에 따라, 우리나라도 농산물 안전성 강화를 위하여 농산물우수관리(GAP)제도를 2006년부터 본격 시행함

2. 대상 품목

식용(食用)을 목적으로 생산·관리하는 농산물(축산물은 제외)

HACCP은 수산물, 축산물 및 식품안전 관리 인증기준으로 수산물, 축산물, 식품업체 가공업이 대상이며, GAP은 식용 가능한 농산물이 대상임. 적용 대상이 식용 가능한 농산물을 생산하는 농가인 GAP과는 차이가 있음

3. 인증 절차

1. 개별생산농가 및 생산자단체 등은 우수관리인증농산물의 위해요소관리계획서, 사업운영계획서(생산자집단만 작성)와 기본교육 이수증 또는 이수 계획서를 구비하여 인증 신청서를 인증기관에 제출함



2. 인증기관은 접수 후 10일 이내에 심사원 편성, 일정확정, 심사대상 선정 등 심사계획을 수립하여 심사 일정을 통보함



3. 인증심사원은 접수 후 42일 이내에 농산물우수관리기준 적정성, 신청서 및 첨부서류 작성 적정성, 이력 추적 관리 여부 등의 사항들을 서류 및 현지방문하여 심사하고 심사 결과를 보고함



4. 인증 기관은 심사 결과 적합한 경우에는 인증 농가에 인증농산물 생산, 출하, 표지 및 표시사항을 표시하여 인증서를 교부하며 부적합 경우에는 부적합 사유를 통보함



5. 인증 기관은 전년도 말 기준으로 인증 건별로 연 1회 이상 인증농산물에 대해 생산 과정 조사를 실시하여 사후관리를 함

〈신청 시기〉

신청 대상 농산물이 인증 기준에 따라 생육 중인 농산물로, 최초 수확 예정일로부터 1개월 이전에 신청(동일한 재배 포장에서 인증 기준에 따라 생산 계획 중인 농림산물도 신청 가능)

동일 작물을 연속하여 2회 이상 수확하는 경우에는 생육 기간의 2/3가 경과되지 않은 경우에 신청

버섯류 및 새싹채소 등 연중 생산이 가능한 작물은 대상 농산물이 생육 중인 시기에 신청

4. 제출 서류

(1) 농산물우수관리인증 신청서

- 농산물 품질관리법 시행규칙 별지 제1호 서식

(2) 사업운영계획서(생산자집단만 작성)

- 농산물우수관리 인증 등에 관한 세부실시 요령 별지 제2호 서식

(3) 우수관리인증농산물의 위해요소관리계획서

- 농산물우수관리 인증 등에 관한 세부실시요령 별지 제1호 서식
- 유의 및 준수사항
 - 팀 구성원이 농산물우수관리(GAP)의 개념과 원칙, 절차 등과 각자의 역할에 대하여 충분히 이해하고 있어야 함
 - 농산물우수관리 인증품 생산계획 및 이용할 수확 후 관리시설을 기재함
 - 품목별 재배작기는 생육중인 농산물과 생육계획중인 농산물에 대하여 기재함
 - 발생가능한 위해요소를 충분히 도출하고, 발생원인을 구체적으로 기술하여야 하며 위해평가가 적절하게 이루어져야 함
 - 도출된 위해요소를 관리하기 위한 현실성 있는 예방조치 및 관리방법을 도출하여야 함
 - 중요관리점 결정도에 따라 중요관리점이 적절하게 결정되어야 함
 - 설정된 한계기준은 도출된 위해요소를 관리하기에 충분하여야 하며 점검 담당자가 설정된 한계기준을 잘 숙지하여야 함
 - 점검 방법은 한계기준을 충분히 관리할 수 있도록 설정되어야 함
 - 적절하게 문서 및 기록유지가 이루어져야 함

5. 취득 비용

GAP 인증을 취득하기 위해서는 신청 수수료 + 심사원 출장비 + 토양·수질·잔류농약 분석비를 인증신청서 접수 시 납부

항목	수수료(원)
우수관리인증 신규(갱신) 신청	50,000원 (생산자단체 또는 조직의 경우 6농가 이상부터는 농가당 2,000원씩을 추가하되, 최고 40만 원을 초과할 수 없음)
우수관리인증 유효기간 연장	30,000원 (생산자단체 또는 조직의 경우 6농가 이상부터는 농가당 1,000원씩을 추가하되, 최고 40만 원을 초과할 수 없음)
우수관리인증 변경 신청	20,000원 (생산자단체 또는 조직의 경우 6농가 이상부터는 농가당 1,000원씩을 추가하되, 최고 40만 원을 초과할 수 없음)

심사원 출장비(현장 심사 및 생산과정 조사에만 해당)

- 교통비: 「공무원 여비 규정」에 따른 5급 공무원 상당의 지급기준을 적용하여 인증기관에서 심사 대상 농가에 도착하는데 드는 교통비를 징수함
- 일비·식비·숙박비: 심사원 1인당 1일 2농가(생산자 단체 심사의 경우 사무국을 포함)를 심사하는 것을 원칙으로 하여 「공무원 여비 규정」에 따른 5급 공무원 상당의 지급기준을 적용하여 일비·식비·숙박비를 징수함
 - 「공무원여비규정」에 의한 5급 공무원 상당의 지급기준에 따라 인증신청서 접수 시 현금 또는 지로 등 인증기관의 장이 정하는 방법으로 수납하되, 반드시 소정의 영수증을 발급하여야 함
 - 서류심사 결과 부적합한 내용이 보완할 수 없는 사항일 경우 심사원 출장비는 신청자에게 반환함
 - 출장 기간은 인증심사에 소요되는 1일과 목적지까지 왕복에 소요되는 기간을 적용하되, 건당 농가 수가 많아 심사 기간이 더 소요되는 경우 실제 심사에 소요되는 일수 적용. 출장 인원은 2인 이하로 함

토양·수질·농산물의 안전성 검사비

해당 시료를 분석한 검사기관이 정한 분석 수수료로 함

(인증심사원이 필요하다고 판단하여 신청자의 동의를 받아 안전성 검사를 실시한 경우만 해당)

6. 인증 기관

국제적인 추세에 따라 민간 인증 기관을 통해 농산물우수관리 인증업무를 수행하도록 하고 있음

농림축산식품부장관으로부터 권한을 위임받은 국립농산물품질관리원장이 농산물우수관리 인증 업무를 원활히 수행하기 위해 인증에 필요한 조직과 인력, 시설, 업무규정을 갖춘 법인을 인증 기관으로 지정함

7. 위반자에 대한 조치

행정처분

① 시정명령 등의 처분 기준

인증농산물이 규격에 미달되거나 해당 표시품의 생산이 곤란하다고 인정하는 때 또는 표시방법을 위반하였을 때에는 시정명령, 판매의 금지, 표시의 정지 또는 인증·등록의 취소 등 필요한 처분을 할 수 있음

② 농산물우수관리인증의 취소 및 표시 정지에 관한 처분 기준

인증기관은 우수관리인증을 한 후 우수관리기준을 지키는지 조사·점검 등의 과정에서 다음 각 호의 사항이 확인되면 우수관리인증을 취소하거나 표시 정지를 할 수 있음

위반행위	위반 횟수별 처분기준		
	1차 위반	2차 위반	3차 위반
거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 우수관리인증을 받은 경우	인증취소	-	-
우수관리기준을 지키지 않은 경우	표시정지 1개월	표시정지 3개월	인증취소
전업, 폐업 등으로 우수관리인증농산물을 생산하기 어렵다고 판단되는 경우	인증취소	-	-

행정처분

① 과태료 부과

위반행위	과태료금액		
	1차 위반	2차 위반	3차 위반
농수산물 품질관리법 제13조제1항에 따른 수거·조사·열람 등을 거부·방해 또는 기피한 경우	100만 원	200만 원	300만 원
농수산물 품질관리법제31조제1항3호에 따른 표시방법에 대한 시정명령에 따르지 않은 경우	100만 원	200만 원	300만 원

부과권자는 위반행위의 정도, 위반 횟수, 위반행위의 동기와 그 결과 등을 고려하여 그 해당금액의 2분의 1의 범위에서 경감하거나 가중할 수 있음. 다만, 가중하는 경우에는 법 제123조제1항제1호에 따른 과태료 상한을 넘을 수 없음

② 벌칙

3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금(법 제119조)

- 제29조제1항을 위반하여 우수관리인증농산물이 아닌 농수산물에 우수관리인증농산물의 표시를 하거나 이와 비슷한 표시를 한 자
- 제29조제2항을 위반하여 다음에 해당하는 행위를 한 자 : 제6조제6항에 따라 우수관리인증의 표시를 한 농산물에 우수관리인증농산물이 아닌 농산물 또는 농산가공품을 혼합하여 판매하거나 혼합하여 판매할 목적으로 보관하거나 진열하는 행위

1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금(법 제120조)

- 제31조제2항에 따른 시정명령(제31조제1항제3호에 따른 표시방법에 대한 시정명령은 제외한다)이나 판매금지 조치에 따르지 아니한 자

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 선택)

1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해썬 또는 식품안전관리인증기준이라 함

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 하며, 국제적으로 인정받고 있는 위생관리체계임

한국에서는 식품의약품안전처 산하 공공기관인 한국식품안전관리인증원⁷⁾에서 진행하며, 아래 절차 등은 동 기관에서 제공하는 정보를 기초로 함

HACCP은 크게 식품, 축산물, 사료공장 분야로 나뉘며, 식품에 식품 제조·가공업이 포함됨. EU는 공통 식품 위생 규정을 운영하고 있으며, 해당 규정 제5조⁸⁾에서 EU 회원국이 아닌 제3국의 모든 식품제조업체는 HACCP의 원칙에 따라 제품 및 공정을 관리해야 한다고 명시하고 있음

2. 대상 품목

식품 및 축산물 안전관리인증기준 제4조에 따르면 이 기준은 「식품위생법」 및 같은 법 시행규칙, 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물 위생관리법」 및 같은 법 시행규칙에 따라 의무적으로 안전관리인증기준(HACCP)을 적용해야 하는 식품·축산물에 적용하며, 필요한 경우 그 이외의 영업장 또는 제품에 대해서도 적용할 수 있음. 다만 생산 식품이 해당 지역 내에서만 유통되는 도서지역의 영업자이거나 생산 식품을 모두 국외로 수출하는 영업자는 제외함

7) 한국식품안전관리인증원 <https://www.haccp.or.kr/>

8) (EC) No. 852/2004 제 5조 HACCP

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324>

1) 식품

- 식품제조·가공업, 식품제조·가공업(운반급식), 식품제조·가공업(주류제조)
- 즉석판매제조·가공업
- 식품첨가물제조업
- 건강기능식품제조업
- 식품소분·판매업(식품소분업, 기타식품판매업)
- 식품냉동·냉장업 등

2) 축산품

- 식육포장처리업
- 축산물가공·보관·운반·판매업
- 가축사육업
- 사료제조업 등

3. 인증 절차⁹⁾

1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성



2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성



3. 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험을 평가



4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA)을 파악



5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링

9) 식품제조업체 HACCP 적용절차
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5>

4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함

- HACCP 신청서
 - 식품인 경우 전품목 전업종 인증심사비용은 20만 원임
- 식품안전관리인증 계획서
 - 중요 관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선 조치 및 검증 방법을 기술한 자체계획서 등
- 영업등록증 사본
- 사업자등록등 사본
- 영업신고필증
 - 대표자, 업소명, 주소, 영업의 종류, 실제 운영 면적이 확인되어야 함
- HACCP 교육수료증
 - 경영인 과정(94시간 이상): 대표자
 - 종업원 과정(24시간 이상): 직원 중 1인
- 영업을 위해 필요한 서류
 - 일일 위생 점검기록, 위생교육 수료증 및 위생교육 기록
 - 종사자 건강검진 관련 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

한국의 HACCP은 식품, 축산물, 사료의 세 종류로 나뉘며 식품과 축산물은 식품의약품안전처에서, 사료의 경우 농림축산식품부에서 담당하여 관리하고 있음

- 식품의약품안전처: 식품의 원료 관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준임
- 농림축산식품부: 축산물의 원료관리, 처리·가공 및 유통의 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임

6. 의무 적용 대상

1) 개요

식품의약품안전처에 따르면 2021년 12월 1일부터 의무적용 식품이 확대됨. 기존에는 연매출액과 종업원 수에 따라 차등 적용해왔으나, 12월 1일부터는 매출 규모에 상관없이 의무 적용 대상 식품에 해당하면 반드시 적용하여야 함

2) 대상 식품

- 수산가공식품류의 어육가공품류 중 어묵·어육소시지
- 기타수산물가공품 중 냉동 어류·연체류·조미가공품
 - 어류·연체류: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 단순 절단, 가공하여 냉동한 식품(빵가루 입힘 포함)(절단하거나, 가공)
 - 조미가공품: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 하여 소스 등을 첨가, 조미하여 그대로 냉동하거나 가열·조리 등을 거쳐 냉동한 식품
- 냉동식품 중 피자류·만두류·면류
 - 냉동식품(면류): 생면, 숙면, 건 면을 냉동한 식품
- 과자류, 빵류 또는 떡류 중 과자·캔디류·빵류·떡류
- 빙과류 중 빙과
- 음료류(커피류는 제외한다)
- 레토르트식품
- 절임류 또는 조림류의 김치류 중 김치
 - 배추를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 이를 발효시킨 것이거나 발효시키지 아니한 것 또는 이를 가공한 것에 한.
- 코코아가공품 또는 초콜릿류 중 초콜릿류
- 면류 중 유탕면 또는 곡분, 전분, 전분질원료 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수로서 생면·숙면·건면
 - 국수: 곡분 또는 전분, 전분질원료, 변성전분 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수
 - 냉면, 당면, 파스타, 수제비, 만두피, 분모자(중국 동북 지방의 당면)는 의무대상 아님
- 특수용도식품(특수영양식품, 특수의료용도식품)
- 즉석섭취·편의식품류 중 즉석섭취식품
- 즉석섭취·편의식품류의 즉석조리식품 중 순대
 - 소나 돼지의 창자에 여러 가지 재료를 소로 넣어 삶거나 찐 제품(순대국, 순대볶음 제품에 들어가는 순대를 직접 제조하는 경우 의무적용에 해당)
- 식품 제조·가공업의 영업소 중 전년도 총 매출액이 100억원 이상인 영업소에서 제조·가공하는 식품

3) 유예 기간

식품의약품안전처는 식품안전관리인증(HACCP) 의무 적용 시행 시기를 2020년 12월 1일부터 2021년 12월 1일까지 1년 유예함. 다만, 의무 대상 식품 제조·가공업체로서 2020년 12월 1일부터 영업을 신규로 등록하려는 경우에는 사전에 반드시 인증을 받아야 함

4) 행정처분

HACCP 인증 의무 적용 대상임에도 불구하고 인증을 받지 않고 제품을 생산할 경우 1차 영업정지 7일, 2차 영업정지 15일, 3차 영업정지 1개월에 해당하는 행정처분을 받게 됨

03 라벨링



표 10

싱가포르 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> - 영어로 표기해야 함 - 영어로 표기된 정보와 어긋나지 않으며 규정을 위반하지 않는다면 외국어 병기 가능함
	식품명	<ul style="list-style-type: none"> - 소비자에게 식품의 실제 특징을 알려주기 위하여 식품의 일반적인 이름, 적절하거나 일반적인 이름을 사용할 수 없는 경우에는 상품의 설명을 라벨에 명시해야 함 - 브랜드 이름, 상표 이름, 복잡한 이름, 판매 이름, 또는 영어가 아닌 이름은 위의 상품 설명에 포함되지 않음
	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 정확한 특성을 잠재 구매자에게 알려야 함 - 식품에 물이 포함되어 있음을 나타낼 필요는 없음 - 두 가지 이상의 성분으로 만들어진 원재료를 포함하는 경우, 해당 구성 성분의 적절한 명칭을 나타내야 함 - 알레르기 반응을 유발할 수 있는 성분은 'contain(포함함)'이라는 설명을 이용하여 제품의 라벨에 해당 성분을 포함하고 있음을 명확하게 표기해야 함 - 아스파탐을 함유하는 제품은 '페닐케톤뇨제: 페닐알라닌을 함유함 (PHENYLKETONURICS: CONTAINS PHENYLALANINE)' 또는 이와 같은 의미의 경고를 명시해야 함
	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
	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: Singapore Food Agency

<p>라벨 필수 표시사항 및 기준</p>	<p>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 제품으로 인해 소비자에게 공중 보건 및 안전 문제가 발생했을 때 식품 리콜을 위해 사용될 수 있음
<p>라벨 선택 표시사항 및 기준</p>	<p>유통기한</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 식품 제조업체는 유통기한의 설정 및 개봉되지 않은 식품의 안전을 보장해야 함 - 유통기한 표시는 부패하기 쉽거나 유통기한이 짧은 제품, 시간이 지남에 따라 품질이 저하될 수 있는 제품, 오염되기 쉬운 제품, 유아용 식품 등 특정 사전포장 식품에 대해서는 반드시 표시 - ‘Use by’, ‘Expiry date’, ‘Best before’ 또는 ‘Sell by’ 등으로 표기할 수 있음 - 최소 3mm 이상의 글씨로 영구적으로 표시되거나 양각되어야 함 - 식품 사업자는 식품에 유통기한을 표시할 책임이 있으며, 특정한 보관 조건이 있는 경우에는 반드시 라벨에 명확한 보관 조건을 명시해야 함
	<p>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>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
	<p>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 - 신체의 성장, 발달 및 정상적인 기능에 대한 영양소의 건강 효과를 설명하는 영양소 기능 강조 표시 - 음식을 섭취할 경우, 질병이나 건강 관련 상태가 발생할 위험이 감소함을 설명하는 질병 위험 감소 강조 표시 - 식품 구성성분의 건강 효과를 설명하는 기타 기능 강조 표시

자료: Singapore Food Agency

일반 사항	라벨링 관련 일반사항	<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 상이함
	제품 광고에 금지되는 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 일반 가공식품에 제품의 성질, 안전성, 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: Singapore Food Agency

04 위생요건

식품 첨가물 규정

싱가포르 식품청은 식품 첨가물을 특정한 기술상의 기능을 위하여 식품에 의도적으로 추가되는 화학적 물질이라고 설명함

싱가포르에서 유통되는 식품에 포함된 첨가물은 반드시 사용 전에 안전 평가를 받아야 하며, 해당 식품 첨가물의 싱가포르 식품 규제인 식품판매법(Sale of Food Act)에서 규정한 기준치를 준수해야 함

- KATI에서 빵류의 식품 첨가물 관련 규정을 검색한 결과, 총 1,510건의 물질과 관련 기준이 검색됨
- 하기 표는 빵류에 적용되는 싱가포르 식품 첨가물 기준 중 일부이며, 더욱 자세한 식품 첨가물 규정은 KATI농식품수출정보에 접속하여 '식품 첨가물/유해물질 > 싱가포르 > 식품 유형 > 과자류, 빵류 또는 떡류 > 빵류'를 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음



표 11


빵류에 적용되는 식품 첨가물 기준

물질명	식품 유형	사용기준
acetic acid	곡분 당과	(화학보존료로 사용할 경우) / 비율의 제한 없이 사용 가능함
calcium hydrogen sulphite	곡분 당과	(화학보존료로 사용할 경우) / 불가
lactic acid	곡분 당과	(화학보존료로 사용할 경우) / 비율의 제한 없이 사용 가능함
methyl para-hydroxybenzoate	곡분 당과	(화학보존료로 사용할 경우) / 불가
potassium bisulfite	곡분 당과	(화학보존료로 사용할 경우) / 불가
potable spirits	곡분 당과	(화학보존료로 사용할 경우) / 비율의 제한 없이 사용 가능함
sodium acetate	곡분 당과	(화학보존료로 사용할 경우) / 비율의 제한 없이 사용 가능함

자료: 농식품수출정보(KATI)

유해물질

KATI에서 빵류의 유해물질 관련 규정을 검색한 결과, 총 31건의 물질과 관련 기준이 검색됨
 - 하기 표는 빵류에 적용되는 싱가포르 유해물질 기준 중 일부이며, 더욱 자세한 유해물질 규정은 KATI농식품수출정보에 접속하여 '식품첨가물/유해물질 > 싱가포르 > 식품 유형 > 과자류, 빵류 또는 떡류 > 빵류'를 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음

 표 12 빵류에 적용되는 유해물질 기준

물질명	식품 유형	잔류허용기준	분류
Antimon(y) (Sb)	곡분 당과	1ppm	O
Tin (Sn)	곡분 당과	250ppm	O
Aldrin & Dieldrin	모든 식품	Codex EMRLs(Extraneous MRL) 적용	P
DDT, DDT metabolites	모든 식품	Codex EMRLs(Extraneous MRL) 적용	P
Dieldrin	모든 식품	Codex EMRLs(Extraneous MRL) 적용	P
Endrin	모든 식품	Codex EMRLs(Extraneous MRL) 적용	P
heptachlor	모든 식품	Codex EMRLs(Extraneous MRL) 적용	P
melamine	모든 식품	2.5 ppm	O
Antibiotic Residues or degradation products	모든 식품	불가	V
Arsenic (As)	모든 식품	1ppm	H
Lead (Pb)	모든 식품	2ppm	H
Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	모든 식품	5ppb	O
Aflatoxin B1	모든 식품	5ppb	O
Mercury (Hg)	모든 식품	0.05ppm	H

*유해 물질 분류

농약(P): Pesticide / 동물용의약품(V): Veterinary medicine / 중금속(H): Heavy metal /기타(O): Others

자료: 농식품수출정보(KATI)

V

시사점



01

수출 확대 방안

시장 여건

2021년 싱가포르 구운 식품 시장 규모는 최근 5년간(2017~2021년) 연평균 성장률 3.6%, 냉동 제과류 시장 규모는 4.0% 성장을 기록하여, 향후에도 지속적인 성장이 기대됨

특히, 2021년 싱가포르의 빵 수입 규모를 국가별로 살펴보면 對한국 수입 규모는 565만 5,000달러, 최근 5년간(2017~2021년) 연평균 성장률은 16.6%를 기록함. 현재 싱가포르의 수입 빵 시장에서 한국 빵의 점유율은 2.4%에 불과하나 향후 점차 커질 것으로 예상됨

싱가포르에 수입되는 한국 빵의 경우 다소 일반적인 빵일 것으로 생각되나, 싱가포르의 한국 빵 수입 규모가 증가하는 것을 고려했을 때 현재까지 한국 제품에 대한 시장 반응은 좋은 것으로 판단됨

수출 가능성 진단 및 전략

지원 기업이 수출하고자 하는 빵은 위에서 언급한 바와 같이 국내에서도 특색이 있는 제품임. 각각의 빵 원재료에 한국 제주도 지역의 특색이 살아 있으며, 이러한 특색을 모양에도 반영하여 제품에 스토리가 부여되어 있다고 볼 수 있음. 이러한 제품은 일반 빵과는 달리 맛, 향, 모양 등에 매우 특색이 있기 때문에, 각각의 특징과 제품의 가치를 이해하는 소비자인 경우에 구매로 이어짐

- 이와 같은 구매 흐름은 싱가포르 소비자 역시 다르지 않을 것으로 판단되며, 그렇기 때문에 더욱 제품의 스토리에 대하여 싱가포르 소비자의 흥미를 끌 수 있는 마케팅이 중요함

일반 싱가포르 소비자에게 한국 제주 지역의 원재료 및 특산품이 사용되었으며, 지역 특색을 형성화한 모양을 가지고 있다는 점 등을 알리기 위한 노력을 할지라도 모든 소비자에게 해당 마케팅의 효과를 기대하기는 어려움

- 결론적으로 싱가포르에서 K-푸드에 관심을 가지고 있는 소비층, 한국에 방문해 본 경험자, 해외 각국의 에스닉 푸드에 관심이 있는 소비자가 주요 판매 대상이 될 것으로 보임

또한, 각각의 빵에 담겨있는 스토리(모닥치기 이용 등)는 국내에서조차 알고 있는 사람이 많지 않을 것으로 보임. 즉, 지원 기업 제품의 셀링 포인트는 국내 소비자가 이해할 수 있을 정도의 구체성을 가지고 있으며, 이를 싱가포르 소비자에게 어필하기는 매우 어려울 것으로 판단됨

- 따라서 구체적인 각각의 셀링 포인트를 활용하기 보다는 '제주'라는 지역 브랜드를 제품에 통합적으로 적용하여 마케팅에 활용할 필요가 있음

해당 제품의 맛의 특징상 데워서 판매할 시 그 맛이 더욱 풍부해지는 점, 간편하게 조리할 수 있다는 강점을 보여주기 위해서는 오프라인 판매에 집중을 할 필요가 있음. 위에서 언급한 바와 같이 싱가포르의 경우 웬만한 지역에서는 오프라인 마켓과 필요 제품들이 쉽게 접근되므로, 유통 채널을 다변화하기보다는 선택과 집중 전략을 구사하는 것이 효율적임

K-푸드에 상대적으로 큰 관심을 가지고 있는 청년층, 싱가포르에서 꾸준히 증가하고 있는 1인 가구의 경우 오프라인 유통 채널에서도 편의점 이용이 지속적으로 증가할 것으로 보임. 특히 편의점에서는 전자레인지 활용하여 즉석에서 데워서 먹을 수 있기 때문에 해당 제품을 판매하는 주력 유통채널로 적절해보임

- 특히, 최근 한국과 일본의 편의점에서 독특하고 새로운 빵을 선제적으로 출시하여 젊은 소비층의 큰 호응을 얻고 있는 것을 고려할 때 싱가포르 역시 이와 같은 트렌드가 형성될 수 있을 것으로 보임

이와 더불어 싱가포르의 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서 가장 높은 시장 점유율(2021년 기준 51.3%)을 차지하고 있는 NTUC FairPrice의 일부 매장 내에 안테나 슝 또는 시식코너를 운영하여 즉석에서 데워진 제품을 소비자에게 노출시키고 경험하게 하는 것이 필요함

각 제품의 유통기한을 정확히 가늠하기는 어려우나, 일본의 대표적인 만쥬 제품인 '히요코만쥬 병아리'와 같이 오랜 기간 동안 상온 유통이 가능하다면 해당 제품은 온라인 유통을 고려할 필요도 있음

제품 형태의 경우 1인 가구, 젊은 소비층이 구매하기 편하도록 소포장된 제품으로도 출시할 필요가 있음

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC World Trademap
3. 농식품수출정보(KATI)
4. Lazada Singapore
5. Singapore Food Agency

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023. 1

•본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.