



No. 2022-213
품목 천일염(Solar Salt)
HS CODE 2501.00.9010
국가 싱가포르(Singapore)



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

I	시장 현황 및 통계	3
	1. 시장 규모 및 현황 2. 수출입 통계	
II	트렌드	12
	1. 시장 트렌드	
III	유통	18
	1. 유통채널 구조 및 현황 2. 주요 유통채널	
IV	통관 및 제도	27
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링	
V	시사점	51

I

시장 현황 및 통계



01 시장 규모 및 현황

식품 시장 규모

2021년 기준 싱가포르 식품 시장 규모는 전년 대비 1.2% 감소한 81억 5,000만 달러(약 10조 5,917억 원)를 기록함

- 육류 시장이 전체의 19.6%의 비중을 나타내며 가장 큰 비중을 차지했으며, 뒤를 이어서 낙농품 시장, 채소류 시장은 전체의 각각 12.8%, 12.6%의 비중을 차지하고 있음

한편, 2021년 기준 소스 및 향신료 시장 규모는 전년과 비슷한 수준인 2억 2,000만 달러를 기록하여 전체의 약 2.7%의 비중을 차지함



표 1

싱가포르 식품 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021년)	증감률 (22/21)
1 육류	1,560	1,620	1,640	1,620	1,600	19.6	-1.2
2 낙농품	990	1,030	1,050	1,040	1,040	12.8	0.0
3 채소류	1,020	1,050	1,060	1,050	1,030	12.6	-1.9
4 베이커리 및 시리얼류	1,000	1,030	1,040	1,020	1,010	12.4	-1.0
5 스낵류	870	900	910	890	880	10.8	-1.1
6 과일 및 견과류	860	890	900	890	880	10.8	-1.1
7 영유아용 식품	590	620	630	630	620	7.6	-1.6
8 간편식품	530	550	560	550	540	6.6	-1.8
9 소스 및 향신료	210	220	230	220	220	2.7	0.0
10 유지류	210	220	220	210	210	2.6	0.0
11 스프레드 및 당류	140	140	140	130	120	1.5	-7.7
전체	7,980	8,270	8,380	8,250	8,150	100.0	-1.2


자료: Statista

식품 소비 규모

2021년 기준 싱가포르 인구 수는 전년 대비 약 4.2% 감소한 545만 명을 기록했으며, 1인당 연간 식품 소비액은 전년 대비 2.1% 감소한 1,382달러로 조사됨. 품목별 1인당 연간 소비액이 높은 품목은 육류, 낙농품, 채소류, 베이커리 및 시리얼류 순으로 집계됨

육류의 1인당 연간 소비액은 전년 대비 2.0% 감소한 271달러로 집계됨. 낙농품의 1인당 연간 소비액은 전년 대비 1.4% 감소한 176달러로 집계됨. 채소류의 1인당 연간 소비액은 전년 대비 2.2% 감소한 175달러로 집계됨

- 한편, 소스 및 향신료 품목의 1인당 연간 소비액은 전년 대비 1.9% 감소한 37달러를 기록함

 표 2 싱가포르 품목별 1인당 연간 소비액(2017-2021년)

(단위: 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021년)	증감률 (22/21)
1 육류	273	281	282	276	271	19.6	-2.0
2 낙농품	174	179	181	179	176	12.7	-1.4
3 채소류	178	183	183	179	175	12.7	-2.2
4 베이커리 및 시리얼류	175	180	180	175	171	12.4	-2.4
5 스낵류	152	156	156	153	149	10.8	-2.5
6 과일 및 견과류	150	155	155	152	149	10.8	-2.0
7 영유아용 식품	103	107	109	107	106	7.7	-1.2
8 간편 식품	93	96	96	94	92	6.6	-2.3
9 소스 및 향신료	38	39	39	38	37	2.7	-1.9
10 유지류	37	38	38	37	36	2.6	-2.8
11 스프레드 및 당류	25	25	23	22	21	1.5	-5.8
전체	1,398	1,438	1,442	1,412	1,382	100.0	-2.1


자료: Statista

조미료 산업 동향 및 전망

2020년 싱가포르 조미료 시장 규모는 전년 대비 15.8% 증가하며 1억 5,000만 싱가포르 달러(약 1,452억 8,850만원)를 기록했으며, 2021년에는 전년 대비 3.4% 다소 감소한 1억 4,490만 싱가포르 달러(약 1,403억 4,869만원)를 기록함. 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 장기화되면서 싱가포르 시장 내에서도 외식을 자제하고, 가정에서 음식을 직접 조리하는 소비자들의 비율이 증가함에 따라 소금을 포함한 조미료 시장의 규모가 크게 확대된 것으로 분석됨. 가정에서의 요리 빈도가 증가하면서 소스, 드레싱 및 조미료 판매도 함께 증가하고 있는데, 싱가포르 소비자들은 조미료를 주로 스투 혹은 볶음 요리에 사용하는 것으로 보임

- 싱가포르는 조미료를 매우 많이 소비하는 국가이며, 소비자들은 향기롭고 강한 조미료를 선호함. 현지에서 잘 알려진 한국 조미료에는 양념장, 김치, 칠리, 갈릭 파우더 등이 있음


향후 5년간 연평균 3.5%의 성장률을 보이며 꾸준한 성장세를 이어갈 것으로 전망되어 2026년 기준으로는 1억 7,350만 달러의 시장 규모를 형성할 것으로 예상됨

 표 3 싱가포르 조미료 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 싱가포르 달러)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
조미료	120.7	124.1	129.5	150.0	144.9	4.7
- 요리용 재료 및 조미료	21.5	21.9	22.3	23.9	23.1	1.8
- 소스	81.6	84.0	85.9	95.6	92.3	3.1
- 기타	17.6	18.2	21.3	30.4	29.6	13.9

자료: Euromonitor International

 표 4 싱가포르 조미료 시장 전망(2022-2026년)

(단위: 백만 싱가포르 달러)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	연평균 성장률
조미료	151.3	156.9	162.8	168.4	173.5	3.5
- 요리용 재료 및 조미료	23.4	24.0	24.6	25.1	25.7	2.4
- 소스	95.8	98.6	102.1	105.4	108.6	3.2
- 기타	32.2	34.3	36.1	37.9	39.2	5.0

자료: Euromonitor International

주요 브랜드 시장점유율

2021년 싱가포르 5대 소스, 드레싱, 조미료 분야의 회사는 Lee Kum Kee Co Ltd, Unilever Group, D사, Fung Group, Nestlé SA이며, 각 회사별 브랜드 점유율은 각각 8.1%, 4.6%, 4.6%, 4.6%, 4.4%임

- 한국산 조미료 브랜드 C, B는 각각 시장 점유율 기준 3위, 8위를 기록함
- 싱가포르 상위 10대 브랜드 중에서 현지산 브랜드는 Tai Hua 1개로, 홍콩, 한국, 영국, 스위스, 미국 등 다양한 원산지 브랜드가 경쟁하고 있는 것으로 보임
- 특히, 5대 브랜드 중에서는 아시아 국가 브랜드인 홍콩산 Lee Kum Kee, Woh Hup과 한국산 C 브랜드의 비중이 높게 나타남



표 5

조미료 브랜드별 점유율(2022년)

(단위: %)

순위	기업명	국적	주요 브랜드	시장 점유율
1	Lee Kum Kee Co Ltd	홍콩	Lee Kum Kee	8.1
2	Unilever Group	영국	Knorr	4.6
3	D사	한국	C브랜드	4.6
4	Fung Group	홍콩	Woh Hup	4.6
5	Nestlé SA	스위스	Maggi	4.4
6	Tai Hua Food Industries Pte Ltd	싱가포르	Tai Hua	4.2
7	Kraft Heinz Co	미국	Heinz	3.1
8	C사	한국	B브랜드	3.1
9	Kraft Heinz Co	미국	Kraft	3.0
10	McCormick & Co Inc	미국	McCormick	2.8

자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2501

- 소금(식탁염과 변성염을 포함한다), 순염화나트륨[수용액(水溶液)인지 또는 고결(固結)방지제나 유동제를 첨가한 것인지에 상관없다]과 바닷물

HS CODE 2501.00

- 소금(식탁염과 변성염을 포함한다), 순염화나트륨[수용액(水溶液)인지 또는 고결(固結)방지제나 유동제를 첨가한 것인지에 상관없다]과 바닷물

국가별 HS CODE

- 글로벌: 2501.00
- 중국: 2501.00
- 한국: 2501.00.9090

글로벌 천일염 수입 규모

2021년 천일염(HS CODE 2501.00)의 對글로벌 수입 규모는 44억 8,232만 달러를 기록함. 최대 수입국은 미국으로 전체 글로벌 시장의 약 18.4%를 차지함. 뒤를 이어서 일본(7.4%), 중국(6.5%), 독일(5.2%), 한국(4.8%) 순으로 나타남. 글로벌 수입국 5개국의 비중이 전체 천일염 글로벌 수입 규모의 42.4%를 차지함

중국은 수입국 3위를 기록했음, 2021년 기준 천일염 수입 규모는 약 2억 9,321만 달러를 기록함

한국은 글로벌 수입국 중에서 5위를 나타냄. 2021년 기준 한국의 천일염 수입 규모는 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 13.0% 성장한 약 2억 1,574만 달러를 기록함

표 6 글로벌 천일염 수입 규모(2017-2021년)

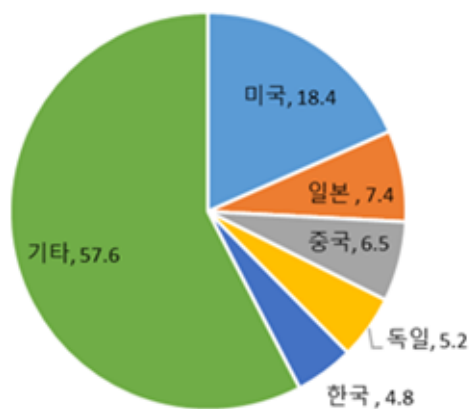
(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	3,678,824	4,247,187	4,256,971	3,959,612	4,482,322	5.1
1 미국	522,447	741,055	752,781	684,262	825,893	12.1
2 일본	300,072	281,742	324,950	296,193	332,341	2.6
3 중국	315,698	360,203	298,586	255,509	293,211	-1.8
4 독일	192,255	228,934	192,854	199,381	233,864	5.0
5 한국	132,491	162,496	166,706	165,091	215,743	13.0

자료: International Trade Centre

표 7 국가별 천일염 수입 비중(2021년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre

싱가포르 천일염 수입 규모

2021년 기준 싱가포르 천일염(HS CODE 2501.00) 품목의 對글로벌 수입액은 2,651만 2,000달러를 기록함, 전체 수입액은 2019년 감소세로 돌아섰으나, 2020년부터 다시 반등하여 최근 2년간은 증가세를 보이고 있음

2021년 기준 싱가포르 천일염 품목이 한국으로부터 수입된 규모는 12만 1,000달러임. 2017년 이후 수입액이 지속적인 증가세를 보이고 있으나, 2021년에는 전년 대비 감소세를 기록함

표 8 싱가포르 천일염(HS CODE 2501.00) 국가별 수입 규모(2017-2021년)

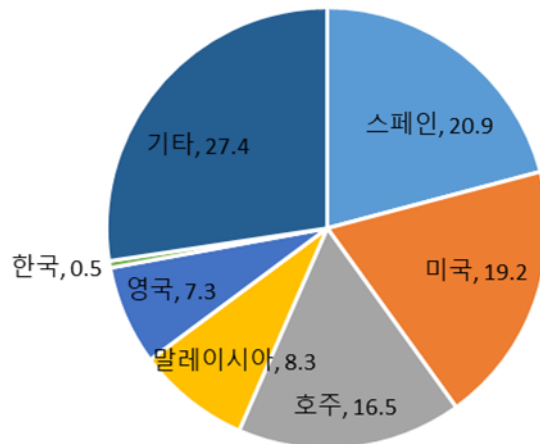
(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	19,336	27,801	22,718	23,210	26,512	8.2
1 스페인	65	126	2,833	4,862	5,546	203.9
2 미국	8,841	14,023	7,412	4,209	5,087	-12.9
3 호주	576	669	669	1,785	4,365	65.9
4 말레이시아	2,449	2,467	2,271	2,196	2,207	-2.6
5 영국	660	1,270	1,485	1,428	1,926	30.7
16 한국	87	119	147	144	121	8.6

자료: International Trade Centre

표 9 싱가포르 천일염 국가별 수입 비중(2021년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre

한국 천일염 수출 규모

한국 천일염(HS CODE 2501.00) 對글로벌 수출액은 2017년 934만 4,000달러를 기록했으며, 최근 5년간 연평균 성장률 7.6%를 기록하며 증가하여 2021년 기준으로는 수출액 1,251만 달러를 기록함

미국으로의 수출 비중은 39.2%를 차지하며 1위를 기록함. 최근 5년간 미국으로의 수출액은 큰 폭으로 증가했는데, 이는 다른 국가 대비 수출 단가가 높으며, 단가 또한 증가하는 추세에 있기 때문으로 분석됨

- 이어서 중국으로의 수출 비중은 14.8%를 나타내며 2위를 기록함. 다음으로 일본, 베트남, 캐나다로의 수출 비중은 각각 12.8%, 5.0%, 4.4%를 나타냄

싱가포르로의 수출 비중은 1.9%를 나타내며 전체 9위를 기록함. 對싱가포르 수출액은 2017년 13만 3,000달러를 기록했으며, 최근 5년간 연평균 성장률 16.3%를 나타내며 2021년 기준으로는 24만 3,000달러를 기록함

표 10 한국 천일염 국가별 수출 규모(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	9,344	10,163	10,811	10,555	12,510	7.6
1 미국	2,388	2,832	3,598	3,673	4,905	19.7
2 중국	1,915	1,709	1,887	1,430	1,850	-0.9
3 일본	1,524	1,792	1,508	1,422	1,603	1.3
4 베트남	838	766	732	602	625	-7.1
5 캐나다	309	274	362	425	546	15.3
9 싱가포르	133	177	171	172	243	16.3

자료: International Trade Centre

II

트렌드



01 시장 트렌드

식물성 조미료 등 식물성 식품에 대한 소비자 관심 증가

소비자들의 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라, 식물성 식단의 장점에 대한 인식 또한 제고되면서 식물성 식품이 주목받고 있음

2020년 6월 중순 증권사 AIA가 진행한 조사 결과에 의하면 93%의 싱가포르 소비자가 코로나19로 이동 제한 조치인 서킷브레이커(Circuit Breaker) 기간 동안 건강을 가장 중요시했다고 응답함. 동 조사 결과를 통해서 매달 평균 470싱가포르 달러를 건강식에 소비하고 있는 것으로 나타남

- 배달 서비스 기업 딜리버루 싱가포르(Deliveroo Singapore)가 2020년 4분기 기준 약 1,000명을 대상으로 진행한 설문조사 결과에 따르면 48%의 응답자들이 지속 가능한 식품이 계속해서 핵심적인 푸드 트렌드이기를 바라며, 43%는 특정 육류 요리를 식물성 요리로 대체할 의향이 있다고 답함. 그리고 49%는 콩, 귀리, 아몬드 등과 같은 대체 단백질을 식단에 포함시킬 계획이 있다고 응답함

싱가포르 소비자는 식물성 식품이 건강에 좋으면서 탄소 발자국도 적은 친환경적인 식품이라고 인식하고 있음. Rakuten Insight가 2021년 11월 APAC 국가 소비자 12만 4,100명을 대상으로 진행한 설문조사 결과에 의하면, 식물성 식품이 건강에 좋아서 소비한다고 응답한 소비자는 35%를 차지했고, 환경을 고려해서 식물성 식품을 소비한다고 응답한 소비자는 25%를 기록함

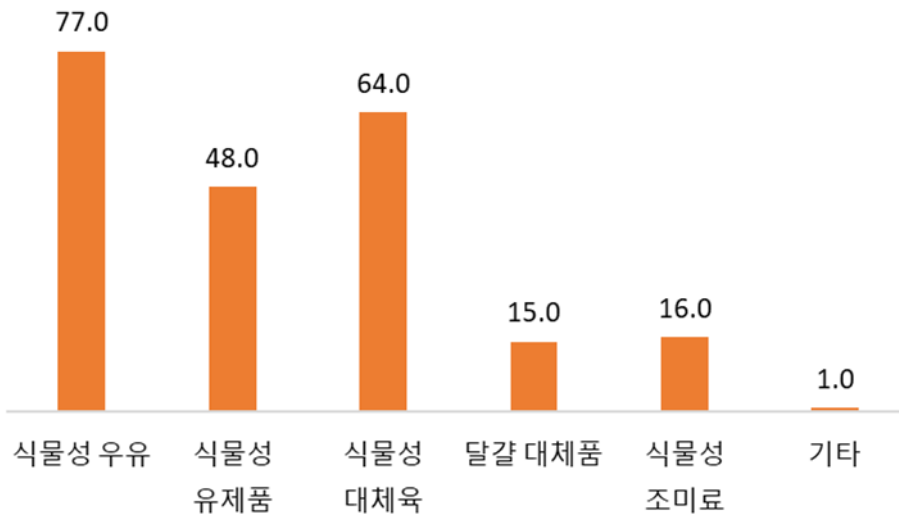
이와 같은 트렌드에 따라 싱가포르에서도 식물성 우유, 식물성 대체육 제품이 소비자에게 인기를 끌고 있는 것으로 조사됨. Rakuten Insight에 따르면, 77%의 응답자가 식물성 우유를 섭취한 경험이 있다고 응답했으며, 64%의 응답자가 식물성 대체육을 섭취한 경험이 있다고 응답함. **16%의 응답자는 식물성 조미료를 섭취한 경험이 있는 것으로 나타남**



표 11

식물성 식품 섭취 경험 응답 비중(2021년)

(단위: %)



자료: Rakuten Insight, Plant-based food alternatives: Future or Present?(2022)

요리용 조미료와 소스에서 친환경 패키지 선호

코로나19로 가정에서 조리하고 식사하는 빈도가 높아지면서 요리용 조미료 및 소스의 시장 규모가 확대되는 추세를 나타내고 있음

싱가포르 내 조미료 및 소스류 제품의 주요 구매자는 20-50대 여성 소비자이며, 제품 구매 시 맛은 물론 제품의 포장을 중요하게 고려하는 것으로 분석됨

소비자들은 소스 제품 구매 시 포장 용기 및 재질에 많은 영향을 받는 것으로 나타남. 포장 용기 중에서는 유리병이 선호도가 높는데, 이는 유리병이 고급스러우면서도 친환경적인 이미지로 인식되고 있기 때문임. 유연포장(Flexible Packaging) 소스류 제품은 1인 가구에서 선호되는 것으로 조사됐으며, 최근 음식 배달 수요의 증가로 소용량 제품이 인기를 끌면서 더욱 수요가 증가한 것으로 보임

- 조미료 및 소스류 제품의 유연포장은 유리병 포장에 비해서 경제적이고 1인분 등 작은 양을 보관할 수 있어서, 다회용의 경우에도 손으로 눌러서 쉽게 양 조절이 가능한 것도 장점임

최근 플라스틱 빨대 사용 제한 등 쓰레기 배출 감소를 위한 노력이 이어지고 있어서 이에 소스류 수출을 준비하는 우리 기업은 친환경 패키징을 염두할 필요가 있음

표 12 소스류 패키징 예시



자료: Lee Kum Kee Singapore

빅데이터 분석

1. 개요


싱가포르 내 웹트래픽 수가 높은 아마존에서 소금에 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 141건, 소비자 반응 2만 8,199건임


2. 제품 특성 주요 키워드 추출

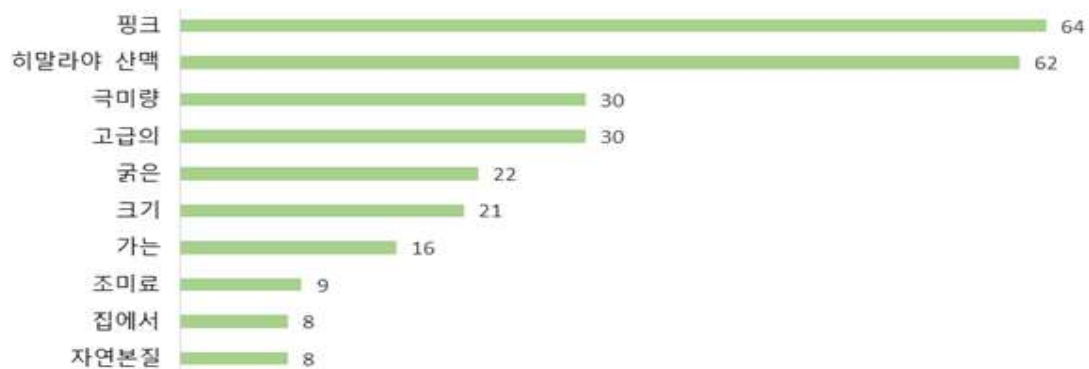
소금 제품 소개 출현 단어빈도는 '핑크' 64건, '히말라야 산맥' 86건, '고급의' 30건 순임. 그 뒤로 '극미량', '굵은', '크기', '가는', '조미료', '자연본질', '집에서' 등이 출현함

히말라야 핑크솔트 제품의 점유율이 가장 높은 것으로 분석됨. 그 뒤로 소금의 굵기에 대한 설명을 하였으며 천연 조미료 제품으로 홍보되고 있음

 표 13 제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	핑크	64
2	히말라야 산맥	62
3	고급의	30
4	극미량	30
5	굵은	22
6	크기	21
7	가는	16
8	조미료	9
9	자연본질	8
10	집에서	8

 표 14 제품 특성 출현 단어 빈도



3. 동시출현단어 분석

동시출현단어 빈도는 아래 같으며 가장 자주 나타난 키워드는 히말라야 소금이며, 이어서 극미량, 미네랄, 건강, 바다 이름, M사 소금, 굶기, 핑크, 자연산, 혼합체 등이 도출됨. M사 제품 중 히말라야 소금이 가장 많이 소개되고, 다음으로 천일염을 찾고 있다는 것을 알 수 있음



표 15 제품 특성 연관단어 출현빈도

순위	연관단어	빈도
1	히말라야 소금	22
2	극미량	15
3	미네랄	14
4	건강	13
5	바다 이름	9
6	M사 소금	8
7	굶기	8
8	핑크	7
9	자연산	5
10	혼합체	5

4. 리뷰 출현 단어 분석

소비자들의 리뷰에서는 가는 소금을 가장 많이 언급하였음. 소금 중에는 히말라야 소금을 가장 많이 찾았으며 M사 제품을 선호하는 것으로 보임. 해당 소금과 관련 바다에 대한 언급도 빈번하였음



표 16 소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	가는 소금	338
2	히말라야 소금	315
3	바다 소금	300
4	핑크 소금	194
5	M 사 소금	171
6	코셔 소금	170
7	고급진	144
8	다이아몬드 결정체	96
9	셀틱 해	93
10	음식 맛	65

III

유통



01 유통채널 구조 및 현황

조미료 산업 유통채널 비중 추이

지원 기업 품목인 천일염이 속한 조미료 제품군은 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 등 현대식 유통채널을 중심으로 유통되고 있음

- Euromonitor International에 따르면, 2022년 소매액 판매 기준 소매 유통과 비소매 유통은 각각 전체의 94.1%, 5.9%를 차지함
- 소매 유통은 다시 현대식 유통과 전통식 유통으로 구분되며, 2022년 소매 판매액 기준 현대식 유통이 전체의 70.1%를 차지함. 현대식 유통의 세부 유통채널별 시장 점유율은 슈퍼마켓(56.9%), 하이퍼마켓(11.7%), 편의점(1.5%) 순임

따라서 조미료의 주요 유통채널인 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 중점적으로 분석했으며, 또한 지원 기업의 의사를 반영해 백화점, 한인마트/아시안마트도 조사 범위에 포함함

 표 17 싱가포르 조미료 산업 유통채널별 판매 비중 추이(2017-2021년)

(단위: %)

유통채널	2017	2018	2019	2020	2021	2022
점포 소매	96.7	96.6	96.5	95.1	94.5	94.1
현대식 유통채널	70.3	70.3	70.2	70.1	70.0	70.1
편의점	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
슈퍼마켓	57.1	57.1	57.0	56.9	56.8	56.9
하이퍼마켓	11.7	11.7	11.7	11.7	11.7	11.7
전통적 유통채널	26.4	26.3	26.3	25.0	24.5	24.0
무점포 소매	3.3	3.4	3.5	4.9	5.5	5.9
온라인	3.3	3.4	3.5	4.9	5.5	5.9
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

주요 유통채널 현황

1. 오프라인 유통채널

싱가포르 내 현대식 오프라인 유통채널의 성장이 둔화되는 추세를 보임에 따라서, 각 유통채널별 경쟁력 강화를 위한 다양한 움직임이 나타나고 있음

(백화점) 이미 감소 추세를 보이던 백화점 폐업률이 코로나19로 인해서 가속화 되고 있음. 2020년 백화점 시장 규모는 전년 대비 42.2% 감소하여 13억 2,600만 싱가포르 달러를 기록함. 사회적 거리두기가 지속됨에 따라서 회복이 어려운 상황으로 판단됨. 이에 대형 백화점 유통채널은 전자상거래 플랫폼을 도입하면서 경쟁력 강화를 시도하고 있음



표 18

주요 백화점 브랜드

매장명	Takashimaya	Mustafa	OG
사진			
설립 연도	1993년	1995년	1962년
점유율	28.9%	12.6%	12.1%
홈페이지	www.takashimaya.com.sg	www.mustafa.com.sg	og.com.sg

자료: Euromonitor International

(슈퍼마켓) 2020년 슈퍼마켓 업계의 시장 규모는 전년 대비 28.6% 증가한 45억 7,900만 싱가포르 달러(약 4조 4,352억 원)를 기록함. 한편, 코로나19로 인해 소비자들이 가격을 중시하는 경향으로 인해 대형 슈퍼마켓 유통채널들은 필수 식료품의 가격을 동결시키는 등 코로나19를 경험하며 변화된 소비자의 소비 패턴을 반영한 가격 전략과 홍보 전략을 펼치고 있음

- 싱가포르에서 가장 큰 유통체인인 FairPrice는 2020년 6월 종료 예정이던 필수품 가격 동결을 2020년 12월까지 연장하기로 결정함
- 슈퍼마켓 체인 Giant는 '지속되는 낮은 가격(lower prices that last)' 전략을 내세우며 필수품 가격을 인하하기 위해서 지속적인 노력을 하고 있음

표 19 주요 슈퍼마켓 브랜드

매장명	FairPrice	Sheng Siong	FairPrice Finest
사진			
설립 연도	1973년	1985년	2007년
점유율	30.1%	26.6%	11.0%
홈페이지	fairprice.com.sg	corporate.shengsing.com.sg	fairprice.com.sg

자료: Euromonitor International

(하이퍼마켓) 코로나19가 싱가포르 시장 내 식료품 및 필수품 비축에 대한 수요를 주도함에 따라서 2020년 소매업에서 두드러진 성과를 나타냄. 2020년 기준 하이퍼마켓 시장 규모는 전년 대비 17.1% 증가한 12억 7,000만 싱가포르 달러를 기록함


표 20 주요 하이퍼마켓 브랜드

매장명	Giant Hypermarket	fairprice xtra hypermarket	HAO Megamart
사진			
설립 연도	1944년	1973년	2019년
홈페이지	giant.sg	fairprice.com.sg	haomart.com.sg

자료: Euromonitor International

2. 온라인 유통채널

(전자상거래) 싱가포르 전자상거래 시장에서는 코로나19로 식료품, 홈오피스 가구, 전자 제품 등이 수혜를 받음. 통계청에 의하면 서킷브레이커의 절정이었던 2020년 5월 기준 총 소매 거래 비중은 24.9%를 나타냄. 2020년 5월 온라인에서 가장 많이 구매된 품목은 식료품, 통조림, 냉동식품 등으로 조사됨

 표 21 주요 온라인 유통 브랜드


매장명	Qoo10	Lazada	NTUC FairPrice
설립 연도	2010년	2012년	1973년
점유율	20.1%	14.7%	8.8%
홈페이지	qoo10.sg	lazada.sg	fairprice.com.sg

자료: Euromonitor International

02 주요 유통채널

1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓

주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 업체는 NTUC FairPrice임. NTUC FairPrice는 2021년 기준 하이퍼마켓·슈퍼마켓 전체 매출액 44억 4,660만 싱가포르 달러의 51.3%에 해당하는 22억 8,111만 싱가포르 달러를 기록함. 뒤를 이어서 Sheng Siong Group은 전체 매출액의 21.9%에 해당하는 9억 7,381만 싱가포르 달러를 기록함

 표 22 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓

구분	기업명	주요 산하 브랜드	매출액 점유율 (2021년)
1	NTUC FairPrice	페어프라이스(FairPrice), 페어프라이스 파이너스트(FairPrice Finest), 페어프라이스 엑스트라(FairPrice Xtra)	51.3%
2	Sheng Siong Group	셹시옹(Sheng Siong)	21.9%
3	DFI Retail Group	자이언트(Giant), 콜드스토리지(Cold Storage), 마켓플레이스 바이 제이슨스 (Market Place by Jasons)	18.9%
4	Prime Supermarket	프라임(Prime)	2.1%
5	U Stars	유스타즈 슈퍼마켓 (U Stars Supermarket)	1.3%


자료: Euromonitor International

주요 유통채널: 하이퍼/슈퍼마켓

1. 페어프라이스

기업 기본 정보	기업명	페어프라이스(FairPrice)			
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.fairprice.com.sg			
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 1973년 설립된 싱가포르 전국노동자연합(NTUC) 산하의 협동조합임 - 2020년 사회적 소수 계층 전용 매장 운영 시간을 할당함 - 2020년 Visa와 협업하여 인공지능 기반의 무인 매장을 개점함 - 온라인몰인 FairPrice On을 통해서 주문 시, 온디맨드 딜리버리 (On-Demand Delivery) 서비스를 제공함 - 2021년 기준 매장 수: 약 230개 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	학생, 직장인, 주부
		연령대	전 연령대	소득 수준	중산층
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> 공급자 포털을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - spe.fairprice.com.sg/supreg/home.action - 'Register Now'를 클릭 - 공급자 포털 내의 정보 기입 후 제출 - 포털 기업 정보: 기업명, 소재지, 영역별(경영, 재무, 물류 등) 담당자 연락처 등 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +65-6275-6073 - 이메일: fpsupport@pracbiz.com, eprocbriefing@fairprice.com.sg 			

2. 마켓플레이스바이제이슨스

기업 기본 정보	기업명	마켓플레이스바이제이슨스 (Market Place by Jasons)			
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.marketplacebyjasons.com			
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 제품 등 중고가 제품을 주로 전문적으로 취급하는 Cold Storage 산하 브랜드를 운영함 - 콜드스토리지 산하의 또 다른 브랜드인 Jasons Deli와 함께 싱가포르 내 부유층 및 외국인을 타겟으로 수입 식품을 주로 유통함 - 2021년 기준 매장 수: 41개 				
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> 유선 연락 혹은 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) 공급제품 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 			

2. 아시안/한인마트

싱가포르 시장 내 주요 아시안/한인마트에는 DON DON DONKI, Lee Mart 등이 있음. DON DON DONKI는 일본계 아시안마트이며, Lee Mart는 한인마트임. 2021년 기준 싱가포르 전역에 각각 12개, 4개의 매장을 보유하고 있는 것으로 조사됨. 대다수의 아시안마트 및 한인마트는 기타 소매 유통채널과 마찬가지로 배송 서비스를 제공하고 있음



표 23


주요 아시안마트·한인마트

구분	기업명	홈페이지	매장 수(2021년)
1	DON DON DONKI	dondondonki.com/sg	12개
2	Lee Mart	leemart.sg	4개
3	Solmart	solmart.com.sg	4개
4	Meidi-Ya	meidi-ya.com.sg	2개


자료: 기업 홈페이지

주요 유통채널: 한인마트

1. 솔마트

기업 기본 정보	기업명	솔마트(Solmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	위치	싱가포르	
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 2002년에 설립된 한인마트로, 한국 식품 전문 판매 업체 - 한국에서 1~4주 간격으로 제품을 수입해서 판매함 - 온라인몰에서 주문 시, 배송 서비스를 제공하고 있음 - 2021년 매장 수: 4개 - 홈페이지: www.solmart.com.sg 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 유선 연락 또는 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> (1) 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객) (2) 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량) (3) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6467-4028 - 팩스: +65-6463-3509 - 이메일: solmart.info@gmail.com 	

2. 돈돈돈키

기업 기본 정보	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	위치	싱가포르	
	기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 유통업체 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 동남아 타깃 유통 체인, 싱가포르, 태국, 홍콩 등에서 매장을 운영하고 있음 - 매장 내 푸드코트에서 다양한 일본 음식 서비스를 운영하고 있음 - 2021년 기준 매장 수: 12개 - 홈페이지: www.dondondonki.com/sg 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단의 'Help'를 클릭 - 'Contact' 클릭 후, 필요한 정보를 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보(담당자명, 이메일 주소 등) 2. 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시, 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> (1) 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객) (2) 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량) (3) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: support.sg@dondondonki.com(싱가포르 본사) 	

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 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
 - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 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 서류 상 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-Services¹⁾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

1) 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

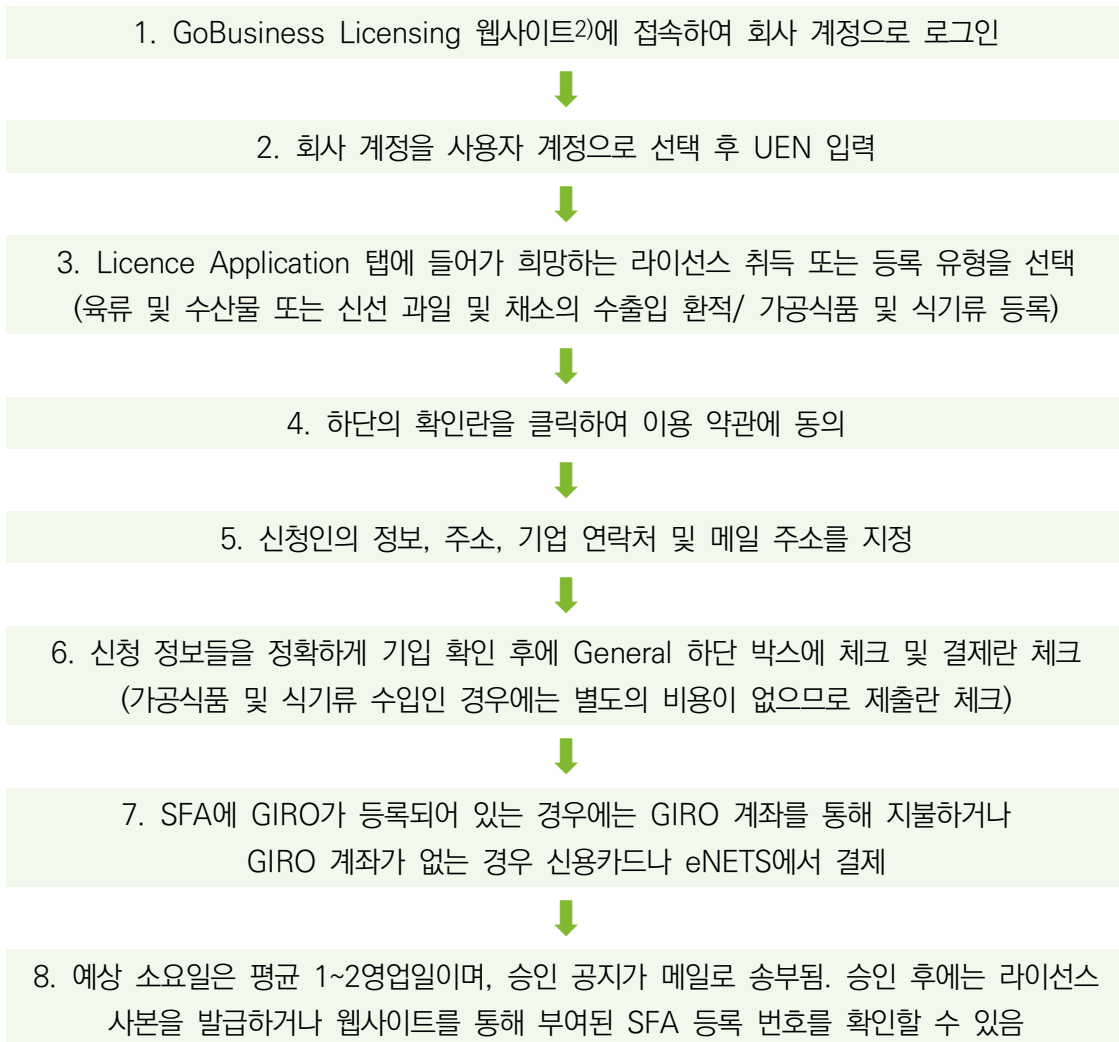
모든 수입식품으로서 육류 및 어류, 과일 및 채소류, 신선란, 가공 식품 등을 포함한 식품 전반

- 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)



4. 제출 서류

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

2) <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

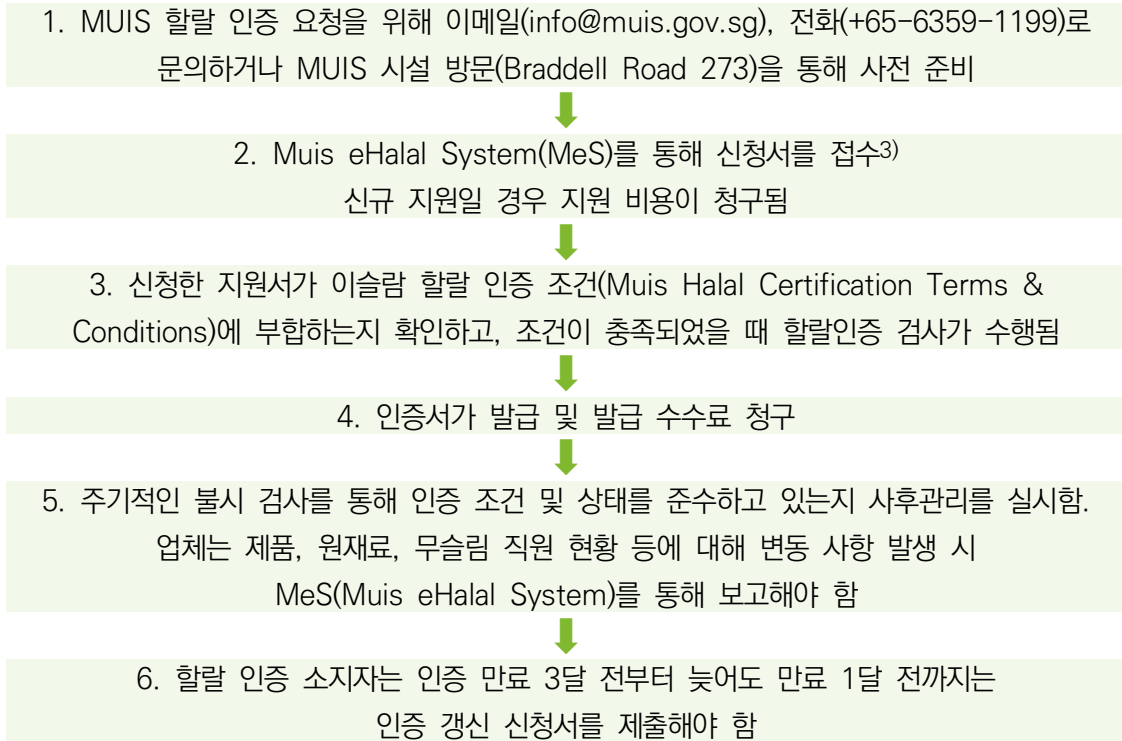
2. 대상 품목

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

3) 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

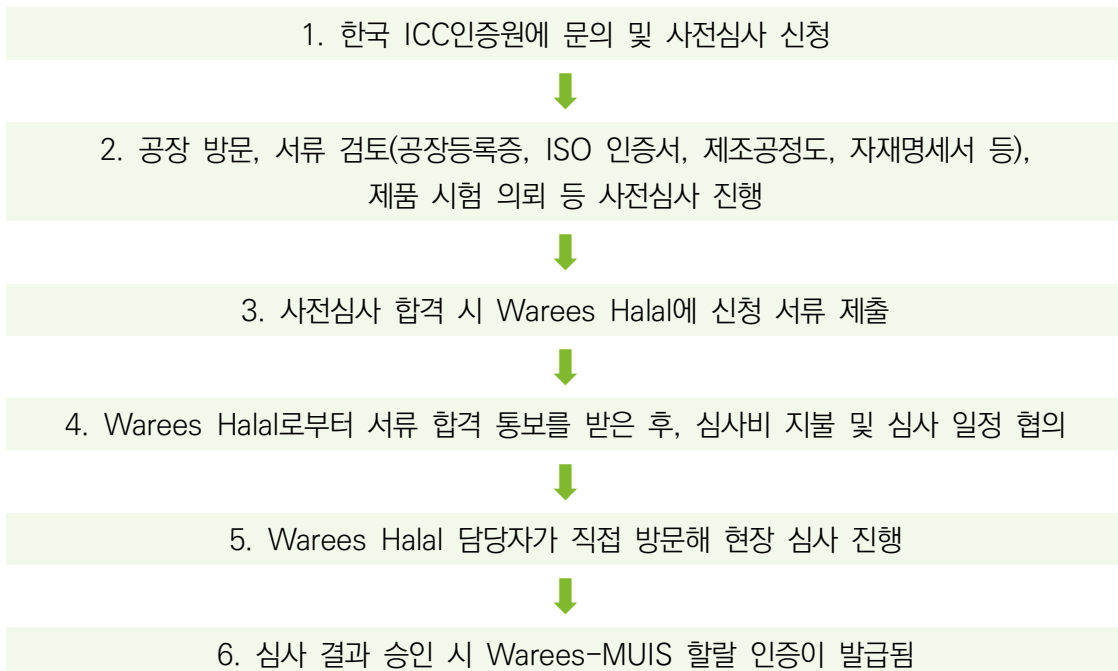
- 신청 비용: 일반접수 시 170싱가포르 달러(세금 포함), 급행접수 시 364싱가포르 달러(세금 포함)
- 발급 비용: 대상에 따라 60~2,100싱가포르 달러 사이(세금 포함)
- 기타 비용: 심사단의 현장실사 비용

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



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, 해섫 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 한국식품안전관리인증원⁴⁾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 제5조⁵⁾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

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

5) (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 절차⁶⁾

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

6) 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

주요 라벨링 표기 사항

1. 라벨 표기 사항(항목/가이드)

라벨 표기 사항(항목)		
<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 원료 정보 • 알레르기 정보 • 용량(순중량) • 제조업체 정보 	<ul style="list-style-type: none"> • 원산지 • 유통기한 • 사용방법 • 감미료 • 영양정보 	<ul style="list-style-type: none"> • 특별한 목적을 지닌 식품 라벨(저열량, 무가당 등) • 특정 카테고리 식품에 대한 라벨링 • 특정 원료에 대한 정보 표기

자료: 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online), KATI

번호	구분	설명
라벨 표기 사항(가이드)		
1	표기 언어	- 영어로 표기할 것 - 제품명 혹은 제품 설명, 원료 정보, 알레르기 정보, 순중량 정보는 최소 1.5mm 이상의 글자 크기로 표기할 것 - 제품 포장의 눈에 잘 띄는 위치에 인쇄하거나 부착할 것
2	제품명	- 제품의 일반명 혹은 식품의 설명을 포함하는 명칭으로 표기하며, 오해를 불러일으킬 표현을 사용하지 말 것
3	원료 정보	- 모든 원료 및 첨가제 정보를 함량이 높은 순서대로 나열할 것 - 혼합 원료인 경우, 해당 원료 뒤에 함유원료들을 나열할 것 - 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것
4	알레르기 정보	- 알레르기를 유발할 수 있는 식품 및 원료를 기재할 것 - 글루텐을 포함한 시리얼, 달걀 및 달걀 가공 제품, 어류 및 어류 제품, 땅콩, 콩, 호두 제품 등
5	용량	- 순중량으로 표기할 것 - 소포장 상품 패키지가인 경우 수량*소포장 중량으로 표기할 것 - 최소 수량 기준 혹은 평균 수량 기준으로 작성할 것 - 액체 제품의 경우 부피를 나타낼 수 있는 밀리리터 혹은 리터로 표기할 것
6	제조업체 정보	- 제조업체, 생산자 혹은 수입업자의 이름과 주소를 표기할 것 - 수입제품의 경우, 현지 수입업자, 유통업자 혹은 대행사의 이름과 주소를 필수적으로 표기할 것
7	원산지	- 수입 식품에 대한 원산지 표기는 필수임 - 도시, 군, 구와 같은 행정 단위 표기는 불가함
8	유통기한	- 유통기한은 반드시 지워지거나 오염되는 등의 훼손되지 않는 형태로 표시 - 최소 3mm 이상의 크기로 표시할 것
9	사용방법	- '사용방법' 혹은 '조리법'이라는 표기와 함께 제공 - 특정 원료가 포함되어 있음을 알리는 경우, 그림으로 표시할 것
10	감미료 표기	- 아세설팜-K, 사카린 등의 특정 감미료를 포함하고 있는 제품의 경우, 최대 섭취 허용량에 대한 정보를 표기할 것
11	특정 용도 식품	- 저칼로리, 당뇨병 식품 등 특정 목적을 위한 식품의 경우, 해당하는 목적을 명확하게 표기할 것
12	영양 정보	- 열량, 나트륨, 단백질, 아미노산, 탄수화물, 전분, 당, 지방, 산화지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민 혹은 무기질, 기타 영양성분 등

자료: 싱가포르 법률정보시스템(Singapore Statutes Online), KATI

V

시사점



01 수출 확대 방안

시장 여건

2022년 기준 싱가포르 조미료 브랜드별 시장점유율을 살펴보면 한국산 조미료 브랜드가 3위, 8위를 차지하여, 싱가포르 조미료 시장에서 한국 제품 입지가 이미 다져져 있는 것으로 파악됨

소스 시장과 소금을 포함한 조미료 시장은 다소 다르게 움직이고 있기 때문에 구분하여 분석할 필요가 있음.

- 다양한 메뉴를 편리하게 구현할 수 있는 소스의 경우 시장이 꾸준히 확대되고 있다고 볼 수 있으나, 조미료와 소금의 경우 건강에 부정적인 영향을 미친다는 인식이 있기 때문에 향후 성장 가능성이 크지 않음

싱가포르의 한국으로부터 천일염 수입 규모를 살펴보면, 2021년에는 전년 대비 다소 감소한 수치를 보이나, 2017~2021년 동안 연평균 성장률 8.6%를 기록하여 시장의 반응은 긍정적인 것으로 파악됨

수출 가능성 진단 및 전략

위에서 언급한 바와 같이 조미료와 소금의 경우 건강에 부정적인 영향을 미친다는 인식이 있어, 섭취를 자제하려는 소비자가 많을 것임. 이와 같은 경향은 싱가포르에서도 다르지 않을 것으로 예상됨

그러나 소금은 음식 조리 시 꼭 필요한 조미료이므로, 이왕 사용할 것이라면 좀 더 건강하고 영양적으로 우수한 제품을 구매하는 것이 낫다는 점을 강조할 필요가 있음

지원 기업 제품은 이미 미네랄의 함량이 타 제품에 비해 월등히 높으며, 나트륨 함량도 줄인 건강한 소금이라는 점을 강조하며 홍보하고 있음. 이러한 강점은 싱가포르 소비자에게도 충분히 어필 가능할 것으로 보임

또한, 트러플이 가미되어 있어 단순히 음식의 짠맛을 내기 위한 소금이 아닌, 음식의 풍미를 높일 수 있는 프리미엄 소금이라는 점을 강조하는 것도 매우 적절해 보임

특히, 이러한 트러플 소금을 어떠한 메뉴와 상황에 활용할 수 있는지 온·오프라인 판매 사이트에서 다양한 예시를 제공하여 홍보에 활용할 필요가 있음. 해당 제품은 스틱 파우치로 되어 있어 휴대와 사용이 간편하므로 점차 편리성을 추구하는(소포장 제품을 선호하는) 소비자들에게도 어필이 될 것으로 판단됨

다만, 수출할 경우 제품과 브랜드를 소개하는 사이트를 영문으로도 제공하여 이와 같은 강점을 싱가포르 소비자들이 쉽게 확인할 수 있도록 해야 함

마지막으로 트러플 향 외에도 다양한 향(복분자, 감귤 등)의 소금 제품이 출시되고 있는 것으로 보이는데, 파우치의 디자인 색이 모두 검정색과 하얀색으로 구성되어 있는 것이 의아함. 각 향 별로 패키지 색을 다양화시키는 것을 제안하며, 본래 화교 출신들인 싱가포르 국민들의 색 선호도를 반영하여 기본 색상을 검정색과 하얀색에서 다른 색상으로 변경하는 것을 제안함

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. OEC
4. Statista
5. 농식품수출정보(KATI)
6. Qoo10
7. Lazada
8. NTUC FairPrice
9. dondondonki.com/sg
10. leemart.sg
11. solmart.com.sg
12. meidi-ya.com.sg
13. www.fairprice.com.sg
14. www.marketplacebyjasons.com

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023. 02

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