



No. 2022-57
품목 가공 딸기(Processed Strawberry)
HS CODE 2005.99.9000
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. 트렌드 2. 빅데이터 분석	
III	유통	19
	1. 유통채널 현황 2. 주요 유통채널 분석	
IV	바이어 인터뷰	29
	1. 바이어 인터뷰	
V	시사점	32
	1. 수출 확대 방안	

I

시장 현황 및 통계



01 시장 규모 및 현황

식품 시장 규모

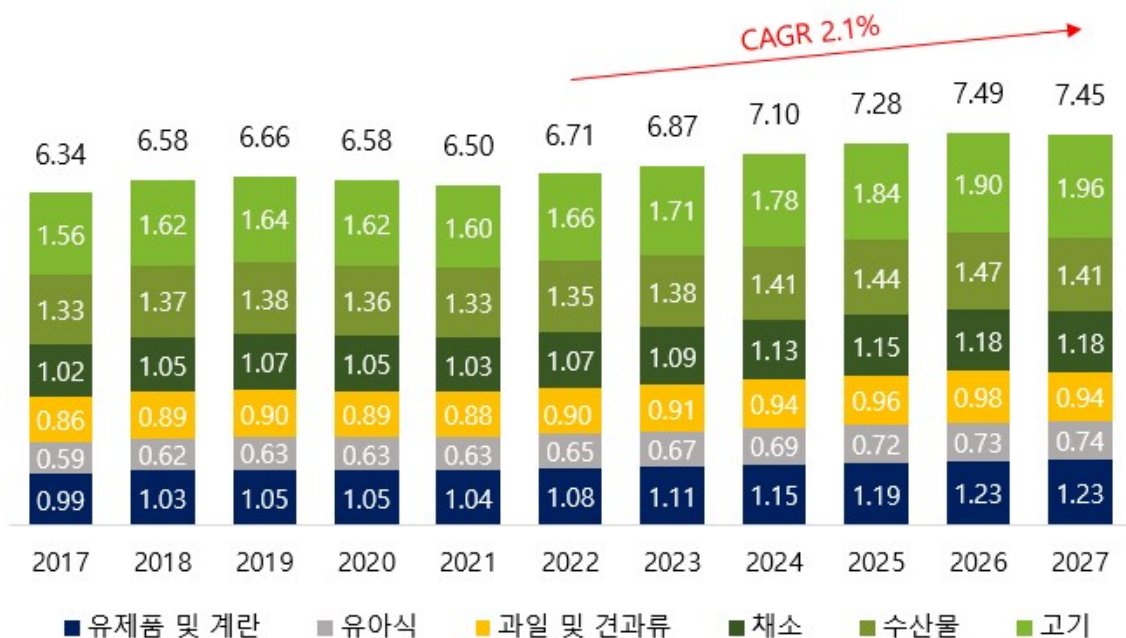
지원 기업 품목은 동결 건조 딸기로, 딸기에 대한 수요를 살펴보기 위해 신선 과일 시장을 우선 조사하고 이어서 동결 건조 딸기가 포함된 '비스킷, 스낵바 및 과일 스낵' 시장을 조사함

Statista에 따르면, 싱가포르 신선식품 시장 규모는 2022년 67억 1,000만 달러에서 2027년까지 연평균 2.1% 성장하여 74억 5,000만 달러를 기록할 것으로 전망됨

- 2022년 가장 큰 비중을 차지한 부문은 고기로 16억 6,000만 달러를 기록하였으며, 이어서 수산물이 13억 5,000만 달러를 기록함
- 과일 및 견과류 부문은 9억 달러를 기록하였으며, 2027년에는 9억 4,000만 달러를 기록할 것으로 전망됨

표 1 싱가포르 신선식품 시장 규모 추이(2017-2027년)

(단위: 십억 달러)



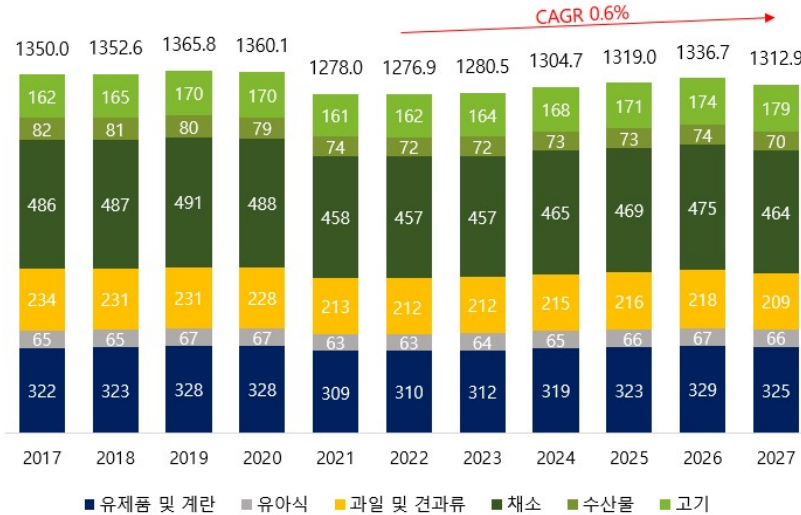
자료: Statista

신선식품 판매량은 2022년 전체 12억 7,690만kg에서 향후 6년간(2022-2027년) 연평균 0.6% 성장하여 13억 1,290만kg을 기록할 것으로 전망됨

- 2022년 가장 큰 비중을 차지한 부문은 채소로 2022년 4억 5,700만kg을 기록하였으며, 이어서 유제품 및 계란이 3억 1,000만kg을 기록함

표 2 싱가포르 신선식품 판매량 추이(2017-2027년)

(단위: 백만 kg)



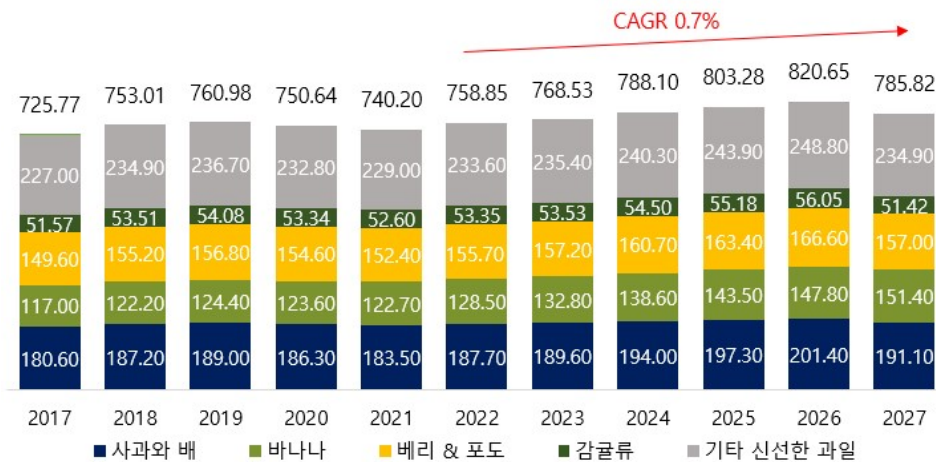
자료: Statista

신선 과일 시장 규모는 2022년 7억 5,885만 달러를 기록하고 2027년까지 연평균 0.7% 성장하여 7억 8,582만 달러를 기록할 것으로 전망됨

- 딸기가 포함된 베리&포도 시장 규모는 2027년 1억 5,700만 달러를 기록할 것으로 전망됨

표 3 싱가포르 신선 과일 시장 규모 추이(2017-2027년)

(단위: 백만 달러)



자료: Statista

신선 과일 판매량은 2022년 1억 9,280만kg에서 2027년까지 연평균 0.4% 감소하여 1억 8,940만kg을 기록할 것으로 전망됨

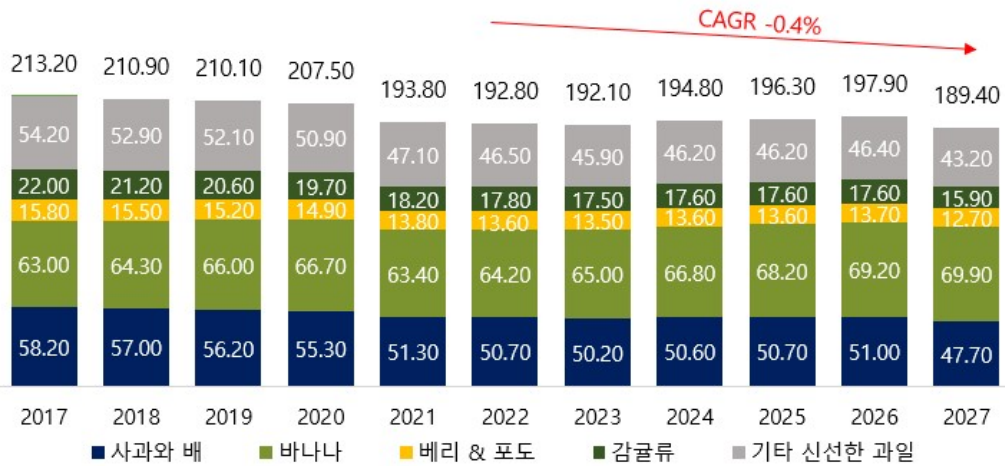
- 딸기가 포함된 베리&포도 시장 판매량은 2027년 1,270만kg을 기록할 것으로 전망됨



표 4

싱가포르 신선 과일 판매량 추이(2017-2027년)

(단위: 백만 kg)



자료: Statista

비스킷, 스낵바 및 과일 스낵 시장 규모는 2023년 1억 9,170만 달러에서 2027년까지 연평균 3.2% 성장하여 2억 1,780만 달러를 기록할 것으로 전망됨



표 5

싱가포르 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵 시장 규모 추이(2017-2027년)

(단위: 백만 달러)



자료: Statista

지원 기업 품목이 포함된 건조 과일 시장 규모는 2023년 930만 싱가포르 달러(약 88억 8,363만 원¹⁾)에서 2027년까지 연평균 3.3% 성장하여 1,060만 싱가포르 달러(약 101억 2,543만 원)를 기록할 것으로 전망됨



표 6

싱가포르 건조 과일 시장 규모 추이(2017-2027년)



자료: Statista

1) 2023년 2월 11일 하나은행 매매기준율(1싱가포르 달러=955.23원)

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2005: 조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소(식초나 초산으로 처리한 것은 제외하고, 냉동하지 않은 것으로 한정하며, 제2006호의 물품은 제외한다)

HS CODE 2005.99.9000: 기타

글로벌 및 싱가포르의 HS CODE는 다음과 같음

국가별 HS CODE

- 글로벌: 2005.99
- 싱가포르: 2005.99.90
- 한국: 2005.99.9000

글로벌 수입 규모

2021년 글로벌 가공 채소(HS CODE 2005.99) 수입 규모는 36억 1,356만 4,000달러를 기록함

- 2018년 전년 대비 3.5%, 2019년 1.0%, 2020년 7.0%, 2021년 5.1% 증가하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 4.1% 성장함

수입국 1위는 미국으로, 2021년 6억 8,614만 6,000달러를 수입하여 전체의 19.0%를 차지함

싱가포르는 38위로, 1,229만 7,000달러를 수입하여 전체의 0.3%를 차지함



표 1

글로벌 가공 채소 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

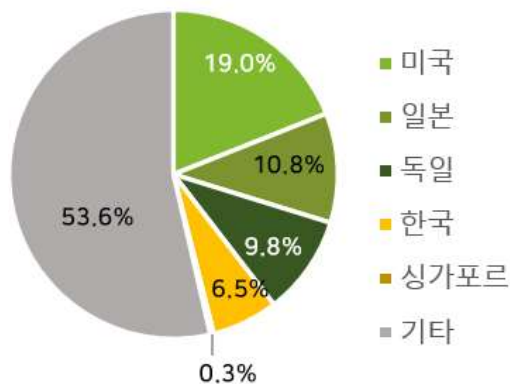
국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균성장률
글로벌	3,073,365	3,180,754	3,211,165	3,436,603	3,613,564	4.1
1 미국	662,611	606,879	535,089	621,538	686,146	0.9
2 일본	350,775	373,439	368,488	378,094	389,174	2.6
3 독일	272,267	293,485	296,109	355,866	353,224	6.7
4 한국	173,037	194,637	198,391	221,946	235,650	8.0
38 싱가포르	11,311	11,301	11,833	15,188	12,297	2.1
기타	1,603,364	1,701,013	1,801,255	1,843,971	1,937,073	4.8

자료: ITC



그림 2

글로벌 가공 채소 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC

싱가포르 수입 규모

2021년 싱가포르 가공 채소(HS CODE 2005.99.90) 수입 규모는 859만 3,000달러를 기록함

- 2018년 전년 대비 3.0%, 2019년 0.5% 감소하였으나, 2020년 17.2% 증가하고, 2021년 16.7% 감소함

수입국 1위는 한국으로, 對한국 수입 규모는 2021년 334만 달러로 전체의 38.9%를 차지함



표 3

싱가포르 가공 채소 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

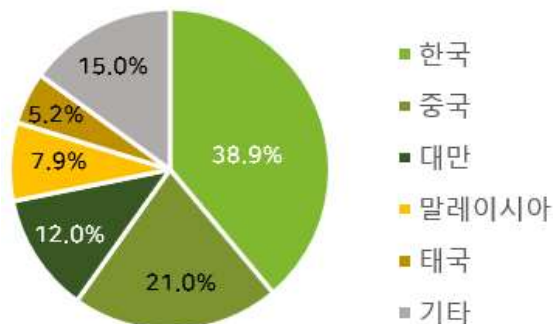
국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균성장률
글로벌	9,122	8,849	8,803	10,314	8,593	-1.5
1 한국	1,405	1,575	1,874	3,222	3,340	24.2
2 중국	2,504	2,078	1,707	2,533	1,804	-7.9
3 대만	1,264	1,282	1,235	1,296	1,030	-5.0
4 말레이시아	1,001	1,854	1,981	1,174	678	-9.3
5 태국	1,396	501	604	732	451	-24.6
기타	1,552	1,559	1,402	1,357	1,290	-4.5

자료: ITC



그림 4

싱가포르 가공 채소 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC

한국 수출 규모

2021년 한국 가공 채소(HS CODE 2005.99.9000) 수출 규모는 1,429만 6,000달러를 기록함

- 2018년 전년 대비 13.9% 증가하고 2019년 0.7% 감소하였지만, 2020년 36.2%, 2021년 30.7% 증가하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 19.1% 증가함

수출국 1위는 미국으로, 對미국 수출 규모는 2021년 453만 3,000달러로 전체의 31.7%를 차지함

싱가포르는 9위로, 2021년 對싱가포르 수출 규모는 45만 달러로 전체의 3.1%를 차지함



표 5

한국 가공 채소 수출 규모 추이(2017-2021년)

국가		2017	2018	2019	2020	2021	연평균성장률
글로벌		7,104	8,090	8,030	10,940	14,296	19.1
1	미국	1,990	2,679	2,755	3,236	4,533	22.9
2	필리핀	1,400	758	300	1,067	1,338	-1.1
3	베트남	359	660	1,203	1,251	1,061	31.1
4	캄보디아	27	137	359	700	1,013	147.5
9	싱가포르	39	136	178	237	450	84.3
기타		3,289	3,720	3,235	4,449	5,901	15.7

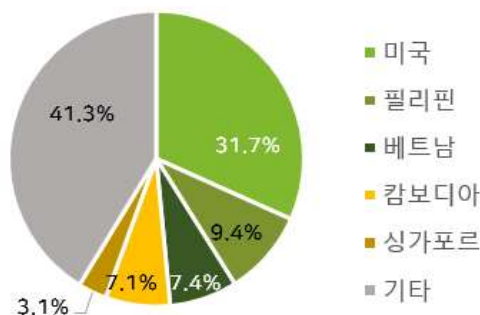
(단위: 천 달러, %)

자료: ITC



그림 6

한국 가공 채소 국가별 수출 비중(2021년)



자료: ITC

II

트렌드



01 트렌드

식품 트렌드

싱가포르 식품 산업은 건강 및 웰빙, 친환경이라는 글로벌 트렌드에 맞추어 변화하고 있음. 최근 몇 년 동안 식물성 식단이 큰 인기를 끌었으며, 특히 지중해식 식단이 심혈관 질환 및 치매, 당뇨병 등의 위험을 감소시킨다는 장점으로 인해 유행함

- Next Gen 및 Growthwell Group 등의 식물 기반 식품 전문 제조업체가 시장에 진입해 있으며, Beyond Meat와 Impossible 등이 식물 단백질을 이용한 대체육 시장을 성장시키고 있음
- 싱가포르는 특히 문화적, 종교적인 원인으로 고기보다 채소 및 과일 소비량이 훨씬 많아 식물 기반 식품의 비중이 매우 높은 식품 산업 구조를 가지고 있음. 이러한 특성에 따라 싱가포르 대체육 시장은 새로운 레시피들이 개발되며 지속 성장하고 있음



그림 1

싱가포르의 식물 기반 식단




자료: Root the Future

코로나19로 인한 락다운 조치로 집에 머무는 시간이 증가하면서 가정 내에서의 요리 빈도가 증가함

- 가정 내에서 요리하여 먹는 횟수가 증가함에 따라 멀티 쿠키와 에어프라이어 등의 기기 판매가 증가하고 있음. 이러한 다양한 조리 도구의 판매가 가정 내 레시피의 다양화로 이어지고, 새로운 식재료 이용과 기존 식재료에 새로운 레시피를 적용하는 소비자가 증가하고 있음

- 또한, 사람들이 직접 식재료를 구입하면서 유기농 신선식품에 대한 수요가 크게 증가하였으며, Hello Fresh, Mindful Chef, Gousto와 같은 가정용 밀키트 제품 시장도 성장함

 **그림 2** 싱가포르에서 판매 중인 밀키트 제품들



자료: 기업 홈페이지

환경친화적인 생산 및 소비가 글로벌 트렌드로 자리 잡으면서 싱가포르 식품 산업에서도 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 기술 개발이 지속적으로 이루어지고 있음. 또한, 탄소 발자국을 줄이기 위해 도심 주변이나 도심 내에서 생산하고 소비하기 위한 도심 농장의 수가 증가하고 있음

- 이에 따라 식품의 기원과 생산 및 유통 과정에 대한 소비자의 관심이 증가하였으며, 상품의 생산부터 소비까지 모니터링할 수 있도록 돕는 기술이 개발되어 적용되고 있음

 **그림 3** 싱가포르 도심 농업



자료: Vertivegies

스낵 트렌드

싱가포르는 비스킷과 크래커 등의 스낵을 아침 식사로 섭취함. 따라서 아침 식사용 비스킷 및 크래커 부문의 소비 및 섭취가 매우 안정적으로 생활화되어 있음

- 최근에는 기존 비스킷 및 크래커 제품의 글루텐 및 높은 당류 함량을 보완한 웰빙 제품이 출시되고 있음



그림 4

비스킷 및 크래커 시장의 1/3 이상을 점유하고 있는 Khong Guan의 제품



자료: 기업 홈페이지

스낵바의 경우, 간편한 식사 대응으로 포지셔닝되어 샌드위치, 주먹밥, 만두, 찐빵 등과 같은 제품과 경쟁하고 있음. 하지만 경쟁 제품군에 비해 상대적으로 덜 신선한 제품으로 인식되며, 신선 코너가 아닌 보존 식품 코너에 진열되어 시장 수요가 점차 감소하는 추세임

- 하지만, 단백질 섭취의 중요성이 강조되면서 영양 식품으로 주목을 받고 있으며, 최근 전 세계적인 ESG 유행의 영향으로 곤충 기반 단백질을 포함한 다양한 스낵바 제품이 출시되면서 관련 시장이 성장하고 있음



그림 5

싱가포르의 곤충 기반 스낵바 스타트업인 Altimate Nutrition의 제품



자료: 기업 홈페이지

식품 수출 트렌드

싱가포르는 최근 딸기, 감귤, 참외, 파프리카, 토마토 등 우리나라 농식품에 대한 수요가 성장하면서 주요 수출 시장으로 급부상하고 있음

- 싱가포르는 중국계, 말레이시아계, 인도계의 다양한 인구와 문화가 공존하는 다민족 국가로, 새로운 식문화에 대한 거부감이 적고 외국 문화에 대한 개방도가 높음
- 또한, 최근 한류의 영향이 커지면서 한식과 함께 한국 식재료 및 농식품에 대한 수요도 증가하고 있음

2022년 9월에 열린 '싱가포르 국제식품박람회'에서 감귤은 부드럽고 달콤한 식감으로 호평받았고, 참외는 생소한 이색 과일이라는 점에서, 파프리카는 맛이 달고 식감이 아삭하다는 점에서 참관객과 바이어들에게 큰 관심을 받았음

02 빅데이터 분석

빅데이터 분석

1. 개요


싱가포르 내 웹트래픽 수가 높은 아마존에서 동결 딸기에 대한 분석을 진행함

- 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석 순임
- 수집항목은 제품 소개란(성분, 홍보문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 13건, 소비자 반응 784건임


2. 제품 특성 주요 키워드 추출

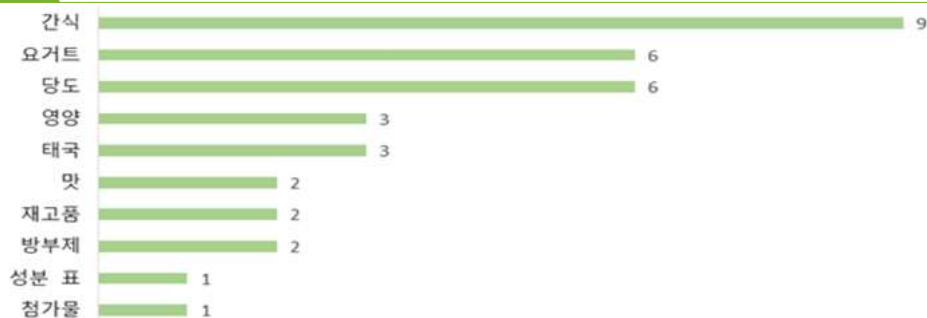
동결 딸기 제품 소개 출현 단어빈도는 '간식' 9건, '당도' 6건, '요거트' 6건 순임. 그 뒤로 '태국', '영양', '방부제', '재고품', '맛', '첨가물', '성분표'가 출현함

간식에 대한 언급이 가장 높았으며, 딸기 요거트의 재료로 쓰는 경향을 보임. 태국산의 점유율이 가장 높은 것으로 분석됨

 표 1 제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	간식	9
2	당도	6
3	요거트	6
4	태국	3
5	영양	3
6	방부제	2
7	재고품	2
8	맛	2
9	첨가물	1
10	성분표	1

 그림 3 제품 특성 출현단어 빈도



3. 동시출현단어 분석

동시출현단어 빈도는 아래 같으며 가장 자주 나타난 키워드는 만료 기간 그 뒤로는 태국산, 단맛, 간식, 첨가물, 성분표, 냉동기술, 당도, 위생관리 시스템, 급속 냉동 등이 도출됨. 태국산 제품의 점유율이 가장 높고, 제품의 냉동기술 및 위생 어필도 활발하게 하는 것으로 분석됨



표 4

제품 특성 연관단어 출현빈도

순위	연관단어	빈도
1	만료 기간	2
2	태국산	1
3	단맛	1
4	간식	1
5	첨가물	1
6	성분표	1
7	냉동 기술	1
8	당도	1
9	위생관리 시스템	1
10	급속 냉동	1

4. 리뷰 출현 단어 분석

소비자들의 리뷰에서는 제품 상태에 대한 언급이 가장 높았음. 동결 딸기의 특성상 배송에 신경 쓰는 모습을 보이며, 재구매율이 높은 상품으로 분석됨



표 5

소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	상태	18
2	재구매	12
3	만료 기간	10
4	배송기간	9
5	배송상태	8
6	코코넛 칩	6
7	간식	4
8	선물	3
9	홍보	3
10	아이들	1

III

유통



01 유통채널 현황

유통시장 현황

싱가포르 내 식품은 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 중심으로 유통되고 있음

- Euromonitor에서 싱가포르 식품 유통구조를 분석한 결과, 유통채널은 크게 오프라인 기반의 소매 유통과 온라인 기반의 비소매 유통으로 분류됨
- 2020년 소매 판매액 기준 소매 유통과 비소매 유통은 각각 전체의 96.9%, 3.1%를 차지함
- 소매 유통은 다시 현대식 유통과 전통식 유통으로 구분되며, 2020년 소매 판매액 기준 현대식 유통이 전체의 72.3%를 차지함. 현대식 유통의 세부 유통채널별 시장 점유율은 슈퍼마켓(51.3%), 하이퍼마켓(14.2%), 편의점(5.7%), 포코트 소매점(1.1%) 순

최근 5년간(2016-2020년) 가장 높은 연평균 성장률을 기록한 유통채널은 온라인(31.2%)임

- 그 외 슈퍼마켓(8.6%)이 전체 유통채널 연평균 성장률(3.7%)을 상회하는 성장세를 나타냄. 반면, 포코트 소매점(-2.6%)과 편의점(-1.5%)은 감소세를 나타냄

따라서 주요 유통채널인 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 중점적으로 분석함

- 또한, 지원 기업의 요청사항인 한인마트/아시안마트도 조사 범위에 포함함

 표 1 싱가포르 식품 유통채널별 시장 규모 및 점유율(2016-2020년)

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

국가		2016	2017	2018	2019	2020	2020년 기준 비중	연평균 성장률
점포 소매	현대식 유통채널	5,205.2	5,360.6	5,416.4	5,275.3	6,453.0	72.3	5.5
	편의점	540.7	521.3	523.2	523.1	509.3	5.7	-1.5
	포코트소매점	104.8	104.9	105.3	107.3	94.4	1.1	-2.6
	하이퍼마켓	1,268.1	1,307.9	1,263.9	1,084.7	1,270.0	14.2	0.0
	슈퍼마켓	3,291.6	3,426.5	3,524.0	3,560.2	4,579.3	51.3	8.6
	전통식 유통채널	2,405.9	2,395.6	2,408.2	2,386.7	2,191.3	24.6	-2.3
점포 소매 합계		7,611.1	7,756.2	7,824.6	7,662.0	8,644.3	96.9	3.2
무점포 소매	온라인	84	106.5	124.2	141	249.1	2.8	31.2
	홈쇼핑	26.8	27	27.2	27.6	27.4	0.3	0.6
무점포 소매 합계		110.8	133.5	151.4	168.6	276.5	3.1	25.7
총합계		7,721.9	7,889.7	7,976.0	7,830.6	8,920.8	100.0	3.7

자료: Euromonitor International

02 주요 유통채널 분석

슈퍼마켓 및 하이퍼마켓

싱가포르 매장형 오프라인 유통망은 NTUC Fairprice, Dairy Farm Group 및 Sheng Siong 3대 유통 대기업이 장악하고 있음

- NTUC FairPrice는 싱가포르의 최대 규모 슈퍼마켓 프랜차이즈로, NTUC(National Trade Union Congress)의 협동조합임. 싱가포르 전역에 100개 이상의 슈퍼마켓과 160개 이상의 Cheers 편의점을 보유하고 있음
- DFI Retail Group은 홍콩 기반의 글로벌 소매업체로 대만, 중국, 마카오, 싱가포르 등 아시아 지역을 중심으로 6,400개의 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점, 레스토랑 등을 운영 중임. 2022년 5월, 회사명을 Dairy Farm International에서 DFI Retail Group으로 변경한 바 있음
- Sheng Siong은 1985년에 설립되었으며, 냉장 돼지를 판매하는 식료품 가게에서 현재는 싱가포르 전역에 61개의 매장을 보유한 대형 슈퍼마켓 프랜차이즈로 성장함



표 1

싱가포르 대표 유통업체 현황

업체명	시장 점유율	산하 브랜드	독점 브랜드	PB 브랜드
NTUC Fairprice	35%	FairPrice, Finest, FairPrice Xtra, and FairPrice Xpress supermarkets or hypermarkets. Cheers convenience stores.	Kirkland Signature, 365, Tesco	FairPrice, Gold, Home Proud, Pasar and Pasar Organic
		- 싱가포르 최대 유통업체로 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, Gas-marts 및 편의점 유통 브랜드 보유 - 유통업자, 현지 수입업자 및 수출업자로부터 직접 제품 소싱 - 다양한 소득 범위의 소비자를 타겟으로 함		
DFI Retail Group (구 Dairy Farm Group)	15%	Cold Storage, CS Fresh and Giant supermarkets and 7 Eleven convenience stores.	Waitrose & Partners, Duchy Organics, and Alison's Pantry	Meadows, Papa Alfredo, Captain Catch, and Giant
		- 싱가포르 제2위 유통업체 - 유통업자, 현지 수입업자 및 수출업자로부터 직접 제품 소싱 - 중상위 소득의 소비자를 주요 타겟으로 하나 하이퍼마켓의 경우 저소득층이 주요 타겟		
Sheng Siong		-		Happy Family, Tasty Bites, Jean Fresh, Homeniks, Heritage Farm, Bake For You, and PowerPlus
		- 전통 재래시장(wet & dry)이 결합된 슈퍼마켓 형태의 유통채널 - 싱가포르 전역에 위치하고 있으나 주로 교외지역에 집중 분포돼 있음 - 중위 및 저소득층 소비자를 타겟으로 함		

자료: USDA(Retail foods: Singapore)

점유율 1위 업체는 NTUC FairPrice로, 2021년 하이퍼마켓·슈퍼마켓 매출액 점유율의 51.3%를 차지함

- 그 외, Sheng Siong Group(21.9%), DFI Retail Group(18.9%), Prime supermarket(2.1%) 순임

2020년 코로나19로 인해 식료품 및 필수품 비축에 대한 대량 수요가 발생하면서 하이퍼마켓 업체의 실적이 크게 증가함

- 코로나19 이후 싱가포르 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업계에서는 배달, 셔틀버스 운행과 같은 서비스를 확대함
- 또한, 하이퍼마켓은 신선식품을 대량으로 구매하고 다양한 수입 식품을 접할 수 있다는 점에서 수요가 증가함
- 2020년 하이퍼마켓 시장 규모는 전년 대비 17.1% 증가한 12억 7,000만 싱가포르 달러(약 1조 2,143억 4,860만 원²⁾)를 기록함



표 2

싱가포르 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 업체 점유율 및 산하 브랜드

(단위: %)

순위	업체명	2021년 점유율	산하 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 브랜드
1	NTUC FairPrice	51.3	페어프라이스(FairPrice), 페어프라이스파이니스트 (FairPrice Finest), 페어프라이스엑스트라(Fairprice Xtra)
2	Sheng Siong Group	21.9	셱시옹(Sheng Siong)
3	DFI Retail Group	18.9	자이언트(Giant), 콜드스토리지(Cold Storage), 마켓플레이스바이제이슨스 (Market Place by Jasons)
4	Prime Supermarket	2.1	프라임(Prime)
5	U Stars	1.3	유스타즈슈퍼마켓 (U Stars Supermarket)

자료: Euromonitor International

2) 2023년 2월 14일 하나은행 매매기준율(1싱가포르 달러=956.18원)

1. Cold storage



유통업체명	DFI Retail Group
연락처	+852-22993888
홈페이지	coldstorage.com.sg

간략 소개 및 주요 이슈

- 1903년에 설립된 홍콩 DFI Retail Group 산하 슈퍼마켓 체인 브랜드로, 2021년 기준 싱가포르 전역에 약 48개의 매장을 보유
- 싱가포르에서 가장 역사가 오래된 유통업체로, 싱가포르 전체 인구의 1/3을 점유하고 있는 외국인들 사이에서 인지도가 매우 높음
- 고급화 전략으로 중산층 이상에 집중하고 있으며, 중산층 이하는 Dairy Farm Group의 또 다른 그룹계열사인 Giant로 공략하고 있음

본사 소재지

5/F Devon Hse Taikoo Place 979 King's Rd Quarry Bay, Hong Kong SAR

매출액 및 종업원 수 매장 전경

약 358억 6,000만 달러 / 약 40만 명



2. FairPrice



유통업체명	NTUC FAIRPRICE CO-OPERATIVE LTD
연락처	+65-68881888
홈페이지	www.fairprice.com.sg

간략 소개 및 주요 이슈

- 1973년 설립, 싱가포르 전국노동자연합(NTUC) 산하의 협동조합
- 2021년 기준 싱가포르 전역에 136개의 매장 보유
- 2020년 비자(Visa)와 협업하여 인공지능 기반의 무인 매장 개점
- 자사 온라인몰인 FairPrice On을 통해 주문 시 On-Demand Delivery 서비스 제공

본사 소재지

1 Joo Koon Circle #13-01 Fairprice Hub Singapore, 629117 Singapore

매출액 및 종업원 수 매장 전경

약 32억 7,000만 달러 / 약 7,389명



3. Sheng Siong

			
유통업체명	SHENG SIONG GROUP LTD	간략 소개 및 주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르 정부가 양돈업을 중단하자 1985년 Lim Hock Chee와 그의 두 형제가 돼지고기 판매점인 Savewell을 인수하여 싱가포르에서 3번째로 큰 슈퍼마켓 프랜차이즈로 키움 - 'The Sheng Siong Show'라는 자체 TV 버라이어티 프로그램을 통해 자사 제품을 홍보 중 - 18개 브랜드의 1,200개 이상의 제품을 판매 중이며, 2014년에 식료품 온라인 쇼핑 플랫폼인 'allforyou.sg'를 시작함
연락처	+65-68951888	본사 소재지	1 Joo Koon Circle#13-01 Fairprice Hub Singapore, 629117 Singapore
홈페이지	www.shengsiong.com.sg	매출액 및 종업원 수	약 10억 200만 달러 / 약 100명
입점 절차			

1) 홈페이지를 통한 문의

- 홈페이지 상단 Contact Us 클릭하여 Enquiry Form 선택
- 필요한 정보를 기입하여 제출
- 홈페이지 기입정보: 담당자명, 기업명, 이메일 주소, 연락

2) 문의사항 연락처

- 이메일: contact@shengsiong.com.sg
- 전화번호: +65-6895-1888 / 팩스: +65-6269-8265

3) 벤더 리스트: Naspac Marketing Pte Ltd(식품 브로커)

- 홈페이지: www.sfma.org.sg
- 전화번호: +65-6511-1300 / 이메일: leeyen@naspac.com.sg
- 기업 소개: NTUC Fair Price, Cold Storage, Sheng Siong 등 리테일 기업의 납품 및 판매 활동 지원

4. Market Place by Jasons

		간략 소개 및 주요 이슈	- 1975년 싱가포르에서 사업을 시작했으며, 프리미엄 신선식품 등 중고가의 제품을 전문적으로 취급하는 Cold Storage 산하 브랜드로 운영 - Cold Storage 산하의 또 다른 브랜드인 제이슨스델리(Jason's Deli)와 함께 싱가포르 내 부유층 및 외국인을 타겟으로 수입 식품을 주로 유통하고 있음 - 싱가포르 전역에 약 41개의 매장을 보유 중이며, 온라인몰을 통해 수산식품을 비롯한 각종 신선식품 배달 서비스를 진행 중		
유통업체명	DFI Retail Group			본사 소재지	5/F Devon Hse Taikoo Place 979 King's Rd Quarry Bay, Hong Kong SAR
연락처	+852-22993888			매출액 및 종업원 수	약 358억 6,000만 달러 / 약 40만 명
홈페이지	marketplaces.sg	입점 절차			

1) 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의

- 등록 시 필요한 일반적 정보

- 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)

2) 문의사항 연락처

- 전화번호: +65-1800-8918-100
- 이메일: custsvc@coldstorage.com.sg

한인마트 및 아시안마트

싱가포르 현지 주요 아시안마트/한인마트 업체에는 돈돈돈키(DON DONDONKI)와 이마트(Lee Mart)가 있음

- 돈돈돈키는 일본계 아시안마트로 싱가포르 전역에 13개의 매장을 보유하고 있음
- 이마트는 한인마트로 4개 매장을 운영 중임. 대다수 아시안마트/한인마트 또한 기타 소매 유통채널과 마찬가지로 배송 서비스를 제공하고 있음
- 그 외, 한인마트로는 솔마트(Solmart), 고려마트(Koryo Mart), 초록마트(Chorokmarket), 레드마트(redmart) 등이 있음



표 3

싱가포르 주요 한인마트/아시안마트

순위	업체명	국적	설립연도	매장 수 (2021년 기준)	홈페이지
1	돈돈돈키 (DON DON DONKI)	일본	2017년	13개 (2022년 기준)	dondondonki.com/sg
2	이마트(Lee Mart)	한국	2009년	4개	leemart.sg
3	솔마트(Solmart)	한국	2002년	4개	solmart.com.sg
4	메이디야(Meidi-Ya)	일본	1980년	2개	meidi-ya.com.sg

자료: 각 사 홈페이지

1. 돈돈돈키(Don Don Donki)



<p>유통업체명</p>	<p>PAN PACIFIC RETAIL MANAGEMENT (SINGAPORE) PTE. LTD</p>	<p>간략 소개 및 주요 이슈</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 유통업체 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 동남아 타깃 유통 체인으로, 싱가포르, 태국, 홍콩 등에서 매장을 운영 중 - 매장 내 푸드코트에서 다양한 일본 음식을 판매하고 있음
<p>연락처</p>	<p>+65-64442122</p>	<p>본사 소재지</p>	<p>12 Marina Boulevard#34-03 Marina Bay Financial Centre Singapore, 018982 Singapore</p>
<p>홈페이지</p>	<p>www.dondondonki.com/sg</p>	<p>매출액 및 종업원 수</p>	<p>약 1억 5,156만 달러 / 약 35명 (일본 그룹사 기준 매출액은 156억 1,000만 달러)</p>
<p>입점 절차</p>			

1) 홈페이지 등록 및 문의

- 돈돈돈키 기업 홈페이지(www.dondondonki.sg) 직접 문의
- 홈페이지 상단 Help 클릭
- Contact 클릭 후 필요한 정보를 기입하여 제출
- 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일 주소

2) 문의사항 연락처

- 싱가포르 본사 이메일: support.sg@dondondonki.com
- PPIH사(일본 모기업) 산하 타 자회사에서 제품의 수입/수출을 총괄함

2. 솔마트(Solmart)

		간략 소개 및 주요 이슈 <ul style="list-style-type: none"> - 2002년에 설립되었으며, 싱가포르에 4개의 매장 보유 - 한국에서 1~4주 간격으로 제품을 수입하며, 신선 냉장품의 경우 2~4주 간격으로 수입함 - 매주 목요일, 금요일에 신선식품 입고 - 80싱가포르 달러 이상 구매 시 싱가포르 전역에 무료 배송 서비스 진행 - 주요 품목 10~20% 할인 및 1+1 행사 진행 - 한국산 과일, 야채 및 한국 조리 방식에 적합하게 손질된 수입 정육 제품을 판매 중 	
			유통업체명 Solmart Korean Marketplace
연락처	+65-64633096	본사 소재지	74 Sungei Kadut Loop, Singapore 729513
홈페이지	http://solmart.com.sg/	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 한국제품 및 한국산 과일 판매 - 매장 위치: 스퀘어2점/웨스트몰점/부킷티마점/주롱이스트점(총 4개)
입점 절차			

1) 등록방법 및 등록정보

- 유선 연락 또는 이메일 통한 문의
- 등록 시 필요한 일반적 정보
 - ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)
 - ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
 - ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등)

2) 문의사항 연락처

- 전화번호: +65-6467-4028
- 팩스번호: +65-6463-3509
- 이메일: solmart.info@gmail.com

IV

인터뷰



01

바이어 인터뷰

Watson 구매 담당자

1. 소개를 부탁드립니다.

안녕하세요, 저는 왓슨에서 근무 중인 쉐리입니다

2. 다양한 형태의 조사 제품 중 인기가 가장 높은 제품과 이유는 무엇인가요?

요즘 건강을 고려하는 간식이 인기가 좋습니다. 동결건조 딸기가 다른 맛에 비해서 인기가 좋고 다른 종류도 많이 찾는 편입니다. 태국에서 오는 물건의 가격이 다른 나라의 가격보다는 저렴해서 많이 찾습니다. 그리고 소량이 들어 있어서 한 번 먹는 간식으로도 좋습니다

3. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

양이 큰 차이가 없는데 가격이 너무 차이가 나네요. 가격 조정이 필요할 듯 합니다

4. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

저희 매장은 서민층이 주로 찾는 매장이어서 가격이 제일 중요하다고 생각합니다. 만약 건강 간식으로 어필한다면 유기농 매장이나 중산층 이상이 선호하는 매장을 알아보시는 것도 좋다고 생각합니다

5. 한국 기업의 수출 시 주의사항은 무엇인가요?

SFA 절차를 잘 준비하는 것이 필요합니다

6. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

젊은 층이나 가격보다는 건강을 생각하는 사람들이 늘어나고 있기에 그런 층을 고려해서 하는 홍보가 좋을 것 같습니다. 그리고 싱가포르 소비자들은 어린아이나 나이 드신 어르신들도 SNS를 합니다. 그런 부분을 적극 활용해야 합니다

Fair Price 구매 담당자

1. 소개를 부탁드립니다.

저는 페어프라이스에서 근무하고 있습니다

2. 다양한 형태의 조사 제품 중 인기가 가장 높은 제품과 이유는 무엇인가요?

태국 동결 과일칩 종류가 인기가 있으며, 종류도 다양하게 있어서 인기가 좋습니다

3. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

저희 매장에 한국 동결건조 딸기칩이 있지만 가격면에서 2배가 차이나 납니다. 한국 물건에 대한 믿음도 있지만 가격이 너무 차이가 나는 부분이 크다고 생각합니다. 가격 부분이나 용량 부분이 차별화가 조금은 있어야 된다고 생각합니다

4. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

가격면에서 차별화를 두고 건강을 어필해서 서민층뿐만 아니라 중산층에게도 어필이 가능하면 훨씬 더 좋다고 생각합니다. 그리고 간편을 위한 작은 용량도 좋고 대용량도 고려해본다면 어떨까 합니다. 싱가포르 소비자들은 대용량으로 구매해서 집에 두고 먹습니다. 주말마다 온 가족이 모이구요. 가족 모임용 대용량도 괜찮을 것입니다

5. 한국 기업의 수출 시 주의사항은 무엇인가요?

싱가포르는 철저하게 서류를 중요하게 여기는 나라입니다. 처음 서류를 가지고 모든 것을 판단하기 때문에 서류 준비가 잘 되어야 한다고 생각합니다

6. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

동결건조 딸기를 가지고 활용 가능한 레시피를 가지고 하는 홍보도 좋습니다. 예를 들면 한국 재료로 만든 것에 동결건조 식품을 첨가하면 맛이 더 좋아진다는 방식 등입니다

V

시사점



01 수출 확대 방안

시장 여건

싱가포르의 신선 과일 시장은 최근 5년 동안(2018~2022년) 정체되어 있음. 싱가포르의 경우 아주 소량을 제외하고는 거의 전량을 수입에 의존하기 때문에 매력적인 시장인 것은 사실이나 이미 포화 상태인 것으로 파악됨

다행인 점은 지원 기업 품목이 포함된 건조 과일 시장 규모는 2017년 760만 달러에서 2022년 900만 달러로 꾸준히 확대되어 시장 성장 여력이 아직 남아있는 것으로 보인다는 점임

한국으로부터의 해당 식품류의 수입 규모가 2020년부터 압도적인 1위를 차지할 만큼 수입량이 증가하고 있다는 점은, 새로운 식품이 진입하여 정착하기에 매우 긍정적인 시장 여건을 형성하고 있다는 신호임

수출 가능성 진단 및 전략

한국 딸기의 경우 포도와 더불어 과일 중 수출 대표 품목이며, 한국 딸기에 대한 프리미엄이 형성되어 있음. 최근 수출되는 한국 딸기의 경우 맛, 향, 크기, 색감 등 모든 측면에서 외국인 딸기에 비해 높은 수준의 품질을 자랑하고 있기 때문에, 한국 딸기에 대한 선호도와 수요는 계속 증가할 것으로 판단됨

이와 같이 한국 딸기에 대한 프리미엄이 형성되어 있는 상황에서, 이를 활용한 건조딸기 제품 역시 싱가포르 시장 및 소비자에게 환영을 받을 것으로 보임

특히, 위에서 언급한 바와 같이 싱가포르 국민의 소득 수준을 고려하면 스낵을 구매할 때 건강/영양/미용 등을 고려한 선택을 할 가능성이 크며, 이러한 경향도 점차 강해질 것으로 보임. 따라서 건조딸기가 가공식품이긴 하지만 천연재료를 기반으로 한 식품이기 때문에 이와 같은 싱가포르 소비트렌드에 부합하는 제품으로서 경쟁력이 있다고 판단됨

이미 스타벅스 등에 OEM으로 판매되고 있는 점이 프리미엄형 건강 스낵으로 시장에서 인지가 되고 있다는 것이며, 수출 시에도 스타벅스에 OEM으로 납품되고 있다는 사실과, 프리미엄형 건강 스낵이라는 점을 부각시킬 필요가 있음

한국산 딸기가 신선 과일로서도 큰 인기를 끌고 있는 사실과, 안전성 관리에 철저하게 생산되고 있다는 점도 강조해야 할 부분임

이러한 장점을 부각하며, 자녀 즉 유아, 어린이, 청소년 등에게 줄 수 있는 건강한 간식으로 어필하는 것도 소비층을 확대할 수 있는 방법으로 판단됨. 특히 이들에게 유제품, 시리얼들을 먹일 때 건조 딸기를 첨가하여 더 건강하고 맛있는 음식으로 업그레이드하여 줄 수 있다는 점을 강조하는 것도 필요해 보임(제품의 활용도를 높이기 위하여)

지원 기업 홈페이지를 확인해 본 결과 수출 지역의 언어별로 정보를 제공하고 있다는 점은 매우 칭찬할 점임. 다만 농산물 품종에 대해서는 설명이 제공되는 반면, 판매하는 가공식품에 대해서는 정보가 제공되지 않기 때문에 이 부분도 추가할 필요가 있다고 생각함

판매 채널의 경우 (위에서 언급한 바와 같이) 백화점, 하이퍼마켓과 같은 오프라인 유통 채널을 공략하는 것이 시장 점유율 측면에서 효율적이라고 생각하나, 건조 과일이라는 상품의 특성상 온라인 유통도 적절하다고 생각됨

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. Statista
4. 농식품수출정보(KATI)

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

- 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.