

# 2023 농식품 수출 국가 정보조사 「싱가포르」

2023.12.

# 1 국가 및 시장정보

## 1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

## 2 식품 시장규모

## 3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

## 4 식품 시장전망

## 5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

## 6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

## 7 對싱가포르 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

# 2 식품 유통현황

## 1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

## 2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

## 3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

## 4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

# 3 수출품목 및 소비 트렌드

## 1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

## 2 소비 트렌드

# 4 수출절차

## 1 수출입절차

## 2 통관 및 검역제도

## 3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

# 5 비관세장벽

## 1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

## 2 인증제도

## 3 통관거부사례

## 4 비관세장벽 이슈

# 6 요약

## 1 보고서 소개

# 1 국가 및 시장정보

## 1.1 | 국가 개황

### 1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	5,975,383명, 전 세계 113위
민족구성 (2021년 추정치)	중국인 74.2%, 말레이인 13.7%, 인도인 8.9%, 기타 3.2%
언어	영어 48.3%, 중국어 29.9%, 기타 중국어 방언(호키엔어, 광둥어, 테오슈어, 학카어 포함) 8.7%, 말레이어 9.2%, 타밀어 2.5%, 기타 1.4%
종교 (2020년 추정치)	불교 31.1%, 기독교 18.9%, 이슬람교 15.6%, 도교 8.8%, 힌두교 5%, 기타 0.6%, 무교 20%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 14.82% (남성 458,019/여성 427,364) 15~64세: 71.49% (남성 2,148,471/여성 2,123,102) 65세 이상: 13.7% (남성 379,373/여성 439,054)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 35.6세, 전 세계 82위 남성: 35.4세 여성: 35.7세

\*주: 2023.11. 조희 기준

\*출처: CIA Factbook

### 1.1.2 경제지표

실질GDP	\$578.254십억 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 38위 \$537.341십억 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$560.566십억 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	7.61% (2021년 추정치), 전 세계 46위 -4.14% (2020년 추정치) 1.1% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$106,000 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 4위 \$94,500 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$98,300 (2019년 추정치)

\*주: 2023.11. 조희 기준

\*출처: CIA Factbook

### 1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	0% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	0.7% (2017년 추정치)
주요 생산품	가금류, 계란, 야채, 돼지고기, 오리고기, 시금치, 돼지 내장, 새알, 돼지 비계, 양배추 등		

\*주: 2023.11. 조회 기준

\*출처: CIA Factbook

### 1.1.4 FTA 체결현황

#### <싱가포르의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
EU, 인도, 일본, 한국, 뉴질랜드, 파나마, 페루, 호주, 코스타리카, 요르단, 스리랑카, 튀르키예, 영국, US, CPTPP, EFTA, GCC, TPSEP, ASEAN, RCEP  (ASEAN) (발효 및 서명) 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 호주·뉴질랜드, 홍콩, RCEP	EAEU, PA	해당사항 없음

\*주: 2023.10. 조회 기준

\*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

#### <우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
한-싱가포르 FTA 한-ASEAN FTA RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

\*주: 2023.11. 조회 기준

\*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

## 1.2 | 식품 시장규모

### 1.2.1 식품 시장규모

#### 개요

싱가포르 식품 시장은 2018년 106억 달러에서 연평균 1.8% 성장하여 2022년 114억 달러로 집계되었다.

#### 육류

육류 시장규모는 2018년 30억 달러에서 연평균 4.9% 성장하여 2022년 36억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 31.7% 비중을 차지하고 있다.

#### 수산물

수산물 시장규모는 2018년 14억 달러에서 연평균 0.4% 감소하여, 2022년 14억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 11.9% 비중을 차지하고 있다.

#### 낙농품

낙농품 시장규모는 2018년 10억 달러에서 연평균 1.2% 성장하여, 2022년 11억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 9.6% 비중을 차지하고 있다.

<싱가포르 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	10.6	10.8	10.9	11.0	11.4	100.0	3.8	1.8
육류	3.0	3.1	3.3	3.4	3.6	31.7	5.0	4.9
수산물	1.4	1.4	1.4	1.3	1.4	11.9	1.5	-0.4
낙농품	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	9.6	3.8	1.2
채소류	1.1	1.1	1.1	1.0	1.1	9.4	3.9	0.5
베이커리 및 곡물류	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	9.1	2.0	0.0
스낵류	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	8.0	3.4	0.3
과일 및 견과류	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	8.0	3.4	0.6
편의식품	0.6	0.6	0.6	0.5	0.6	4.9	3.7	0.5
소스 및 향신료	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	2.0	4.5	1.1
유지류	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1.8	0.0	-1.2
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.2	7.7	3.9
펫푸드	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.1	8.3	9.6
스프레드 및 당류	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.1	0.0	-3.8

\*출처: STATISTA

## 1.3 | 식품 소비규모

### 1.3.1 1인당 식품 소비액

#### 개요

싱가포르의 1인당 식품 소비액은 2018년 1,840달러에서 연평균 1.0% 성장하여 2022년 1,913달러로 집계되었다.

#### 육류

육류 소비액은 2018년 약 514달러에서 연평균 4.1% 성장하여 2022년 약 605달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 31.7% 비중을 차지하고 있다.

#### 수산물

수산물 소비액은 2018년 약 238달러에서 연평균 1.1% 감소하여 2022년 약 227달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 11.9% 비중을 차지하고 있다.

#### 낙농품

낙농품 소비액은 2018년 약 180달러에서 연평균 0.5% 성장하여 2022년 약 184달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 9.6% 비중을 차지하고 있다.

<싱가포르 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,840.0	1,864.0	1,866.0	1,857.0	1,913.0	100.0	3.0	1.0
육류	514.9	535.6	565.6	581.1	605.5	31.7	4.2	4.1
수산물	238.1	237.8	231.8	226.0	227.8	11.9	0.8	-1.1
낙농품	180.6	182.3	180.0	178.2	184.1	9.6	3.3	0.5
채소류	183.1	183.4	179.4	175.4	180.2	9.4	2.7	-0.4
베이커리 및 곡물류	179.5	179.5	175.3	171.1	173.9	9.1	1.6	-0.8
스낵류	156.0	156.2	152.6	148.8	153.4	8.0	3.1	-0.4
과일 및 견과류	154.6	155.1	151.9	148.8	152.8	8.0	2.7	-0.3
편의식품	95.8	95.9	93.8	91.6	94.8	5.0	3.5	-0.3
소스 및 향신료	38.7	38.9	38.2	37.5	38.6	2.0	3.2	-0.1
유지류	37.8	37.6	36.5	35.5	35.9	1.9	1.2	-1.2
영유아식품	21.3	21.4	21.7	22.3	22.7	1.2	2.1	1.6
펫푸드	14.8	16.8	17.5	20.1	22.0	1.2	9.5	10.4
스프레드 및 당류	24.5	23.4	21.8	20.6	20.9	1.1	1.6	-3.9

\*출처: STATISTA

### 1.3.2 1인당 식품 소비량

#### 개요

싱가포르의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 371kg에서 연평균 1.6% 감소하여 2022년 약 348kg으로 집계되었다.

#### 채소류

채소류 소비량은 2018년 약 84kg에서 연평균 2.3% 감소하여 2022년 약 77kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 22.1% 비중을 차지하고 있다.

#### 육류

육류 소비량은 2018년 약 53kg에서 연평균 3.1% 성장하여 2022년 약 60kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.5% 비중을 차지하고 있다.

#### 베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 61kg에서 연평균 3.0% 감소하여 2022년 약 54kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 15.6% 비중을 차지하고 있다.

<싱가포르 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	371.6	373.9	373.1	349.4	348.3	100.0	-0.3	-1.6
채소류	84.5	84.6	83.4	77.7	77.1	22.1	-0.8	-2.3
육류	53.9	57.1	61.7	59.7	60.8	17.5	1.9	3.1
베이커리 및 곡물류	61.2	61.0	59.8	55.3	54.3	15.6	-1.8	-3.0
낙농품	56.2	56.5	56.1	52.5	52.3	15.0	-0.4	-1.8
과일 및 견과류	40.2	39.8	39.0	36.2	36.0	10.3	-0.4	-2.7
스낵류	18.8	18.8	18.4	17.0	16.9	4.9	-0.5	-2.7
편의식품	14.5	14.5	14.2	13.2	13.2	3.8	-0.1	-2.4
수산물	14.1	13.9	13.6	12.5	12.2	3.5	-2.6	-3.6
펫푸드	6.7	6.9	6.5	6.8	7.2	2.1	5.7	1.8
소스 및 향신료	7.4	7.4	7.4	6.9	6.9	2.0	0.1	-1.9
스프레드 및 당류	7.6	7.3	6.8	6.1	6.0	1.7	-2.0	-5.9
유지류	5.7	5.6	5.5	5.0	4.9	1.4	-2.6	-4.0
영유아식품	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.2	1.4	0.0

\*출처: STATISTA

## 1.4 | 식품 시장전망

### 1.4.1 식품 시장전망

#### 개요

싱가포르 식품 시장은 2022년 이후 연평균 4.8% 성장하여 2026년 137억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 5.9% 성장하여 2026년 45억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 수산물

수산물 시장규모는 2022년 이후 연평균 2.5% 성장하여 2026년 15억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 7.2% 성장하여 2026년 14억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<싱가포르 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	11.4	12.0	12.6	13.1	13.7	100.0	4.6	4.8
육류	3.6	3.9	4.1	4.3	4.5	33.0	5.3	5.9
수산물	1.4	1.4	1.4	1.4	1.5	10.9	3.5	2.5
베이커리 및 곡물류	1.0	1.1	1.2	1.3	1.4	9.9	6.3	7.2
낙농품	1.1	1.1	1.2	1.3	1.3	9.6	5.6	4.9
채소류	1.1	1.1	1.2	1.2	1.3	9.2	4.1	4.2
스낵류	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	8.0	3.8	4.9
과일 및 견과류	0.9	1.0	1.0	1.0	1.1	7.7	3.9	3.9
편의식품	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	4.5	1.6	2.6
유지류	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	2.0	7.7	7.5
소스 및 향신료	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	2.0	3.8	4.1
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	1.1	7.1	1.7
펫푸드	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	1.1	0.0	3.6
스프레드 및 당류	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	1.1	7.1	5.7

\*출처: STATISTA

## 1.5 | 식품 수출현황

### 1.5.1 수출국

#### 개요

2022년 싱가포르의 식품 수출액은 약 146억 5,429만 달러로 2021년 대비 2.0% 증가하였다. 또한, 2018년 약 132억 6,947만 달러에서 연평균 2.5% 증가하였다.

#### 對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 1.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2억 6,135만 달러로 2021년 대비 33.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.8% 증가하는 추세를 보인다.

#### 주요 수출국

미국으로의 식품 수출액은 28.1%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 41억 1,648만 달러로 2021년 대비 6.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.4% 증가하는 추세를 보인다.

말레이시아로의 식품 수출액은 7.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 11억 3,744만 달러로 2021년 대비 24.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 0.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 중국(7.2%), 일본(6.6%), 인도네시아(6.2%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<싱가포르 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	13,269,478	13,706,374	12,807,272	14,362,948	14,654,296	100.0	2.0	2.5
1 미국	3,099,305	3,120,322	3,551,791	3,877,951	4,116,487	28.1	6.2	7.4
2 말레이시아	1,097,149	949,700	836,640	911,423	1,137,447	7.8	24.8	0.9
3 중국	725,264	800,837	1,026,579	1,327,921	1,055,553	7.2	-20.5	9.8
4 일본	866,913	901,554	845,338	945,546	968,697	6.6	2.4	2.8
5 인도네시아	613,683	595,554	638,686	785,415	912,111	6.2	16.1	10.4
6 태국	876,353	924,608	865,770	846,544	911,296	6.2	7.6	1.0
7 베트남	1,329,138	1,369,590	869,395	1,055,430	825,186	5.6	-21.8	-11.2
8 호주	864,596	819,410	753,983	836,543	823,275	5.6	-1.6	-1.2
9 필리핀	534,143	543,933	554,641	640,204	708,907	4.8	10.7	7.3
10 홍콩	495,446	524,061	351,069	516,888	432,866	3.0	-16.3	-3.3
:								
12 대한민국	208,835	234,070	182,919	195,436	261,351	1.8	33.7	5.8

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

## 1.5.2 수출품목

### 개요

2022년 수출액 기준으로 **조제식료품, 포도주, 위스키류, 맥아 추출물 기타, 발포성 포도주** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

### 주요 수출품목

**조제식료품** 수출액은 46.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 68억 1,003만 달러로 2021년 대비 5.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.4% 증가하는 추세를 보인다.

**포도주** 수출액은 6.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 9억 4,973만 달러로 2021년 대비 23.9% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 3.6% 감소하는 추세를 보인다.

**위스키류** 수출액은 5.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 8억 3,829만 달러로 2021년 대비 7.5% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 1.6% 감소하는 추세를 보인다.

**맥아 추출물 기타** 수출액은 4.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 6억 1,197만 달러로 2021년 대비 16.0% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 14.8% 감소하는 추세를 보인다.

**발포성 포도주** 수출액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 1,375만 달러로 2021년 대비 1.9% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 1.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **초콜릿(1.5%), 초콜릿 조제품 기타(1.3%), 맥아 추출물(1.3%)** 등을 수출하였다.

### <싱가포르 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	13,269,478	13,706,374	12,807,272	14,362,948	14,654,296	100.0	2.0	2.5
1 조제식료품	4,754,049	5,173,579	5,798,884	6,430,706	6,810,035	46.5	5.9	9.4
2 포도주	1,099,072	1,153,501	855,597	1,248,331	949,738	6.5	-23.9	-3.6
3 위스키류	894,676	921,913	696,246	779,825	838,294	5.7	7.5	-1.6
4 맥아 추출물 기타	1,163,082	1,152,438	683,868	527,617	611,975	4.2	16.0	-14.8
5 발포성 포도주	388,001	403,369	272,185	421,903	413,753	2.8	-1.9	1.6
6 초콜릿	195,146	212,110	189,548	224,291	225,641	1.5	0.6	3.7
7 초콜릿 조제품 기타	138,538	155,014	162,058	170,680	196,438	1.3	15.1	9.1
8 맥아 추출물	233,014	225,001	291,162	240,457	193,820	1.3	-19.4	-4.5
9 포도주(2% 이하)	113,416	111,218	94,567	173,222	158,182	1.1	-8.7	8.7
10 우유	103,966	120,234	106,764	112,062	145,888	1.0	30.2	8.8

\*주: HS CODE(2106.90, 2208.20, 2208.30, 1901.90, 2204.10, 1806.20, 1806.90, 1901.10, 2204.21, 0402.21)

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

## 1.6 | 식품 수입현황

### 1.6.1 수입국

#### 개요

2022년 싱가포르의 식품 수입액은 약 166억 7,167만 달러로, 2021년 대비 8.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 127억 7,775만 달러에서 연평균 6.9% 증가하였다.

#### 대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 1.3% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2억 2,237만 달러로 2021년 대비 13.6% 감소하였다. 그러나 2018년 약 1억 3,118만 달러에서 연평균 14.1% 증가하는 추세를 보인다.

#### 주요 수입국

말레이시아에서의 식품 수입액은 16.2%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 27억 738만 달러로 2021년 대비 16.6% 증가하였다. 또한, 2018년 약 19억 6,965만 달러에서 연평균 8.3% 증가하는 추세를 보인다.

프랑스에서의 식품 수입액은 10.1% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 16억 8,127만 달러로 2021년 대비 2.5% 감소하였다. 그러나 2018년 약 15억 3,623만 달러에서 연평균 2.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 중국(9.8%), 미국(9.7%), 호주(7.1%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<싱가포르 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	12,777,756	12,754,714	13,074,158	15,342,003	16,671,672	100.0	8.7	6.9
1 말레이시아	1,969,657	1,965,654	1,987,549	2,322,088	2,707,382	16.2	16.6	8.3
2 프랑스	1,536,235	1,480,514	1,268,900	1,724,340	1,681,274	10.1	-2.5	2.3
3 중국	1,007,836	1,101,759	1,196,229	1,406,933	1,641,544	9.8	16.7	13.0
4 미국	957,002	1,090,540	1,310,107	1,483,829	1,614,586	9.7	8.8	14.0
5 호주	904,064	762,264	990,187	1,221,922	1,175,396	7.1	-3.8	6.8
6 인도네시아	906,611	869,437	920,961	1,105,699	1,160,735	7.0	5.0	6.4
7 영국	738,961	704,809	664,144	718,476	815,879	4.9	13.6	2.5
8 태국	609,116	623,353	682,689	672,985	734,945	4.4	9.2	4.8
9 브라질	424,851	433,666	492,582	507,262	662,659	4.0	30.6	11.8
10 뉴질랜드	487,980	461,902	483,847	561,654	620,190	3.7	10.4	6.2
:								
15 대한민국	131,188	181,857	167,773	257,441	222,374	1.3	-13.6	14.1

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

## 1.6.2 수입품목

### 개요

2022년 수입액 기준 포도즙 증류주, 소의 지방 기타, 조제식료품, 위스키류, 포도주(2ℓ 이하) 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

### 주요 수입품목

**포도즙 증류주** 수입액은 5.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 8억 6,944만 달러로 2021년 대비 9.4% 감소하였다. 또한, 2018년 이후 보합세를 보인다.

**소의 지방 기타** 수입액은 4.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 7억 5,453만 달러로 2021년 대비 24.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 678.9% 증가하는 추세를 보인다.

**조제식료품** 수입액은 4.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 7억 5,092만 달러로 2021년 대비 보합세를 보였다. 그러나 2018년 이후 연평균 11.2% 증가하는 추세를 보인다.

**위스키류** 수입액은 4.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 7억 3,741만 달러로 2021년 대비 18.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 2.4% 증가하는 추세를 보인다.

**포도주(2ℓ 이하)** 수입액은 2.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 3,909만 달러로 2021년 대비 1.0% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 10.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **발포성 포도주(2.4%)**, **절단한 냉동 닭고기(2.1%)**, **빵 기타(1.5%)** 등을 수입하였다.

<싱가포르 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	12,777,756	12,754,714	13,074,158	15,342,003	16,671,672	100.0	8.7	6.9
1 포도즙 증류주	868,984	846,461	702,487	960,153	869,441	5.2	-9.4	0.0
2 소의 지방 기타	205	262	477,562	604,335	754,536	4.5	24.9	678.9
3 조제식료품	490,716	609,801	648,132	750,724	750,922	4.5	0.0	11.2
4 위스키류	671,355	634,198	568,266	621,071	737,414	4.4	18.7	2.4
5 포도주(2ℓ 이하)	289,811	273,532	273,597	443,741	439,092	2.6	-1.0	10.9
6 발포성 포도주	363,661	342,792	262,040	403,019	399,655	2.4	-0.8	2.4
7 절단한 냉동 닭고기	201,243	214,781	226,481	209,452	348,587	2.1	66.4	14.7
8 빵 기타	190,454	194,156	199,544	232,524	244,804	1.5	5.3	6.5
9 코코아두	213,485	216,230	227,346	263,430	234,761	1.4	-10.9	2.4
10 냉장 돼지고기	200,778	192,174	256,824	245,177	231,305	1.4	-5.7	3.6

\*주: HS CODE(2208.20, 1502.90, 2106.90, 2208.30, 2204.21, 2204.10, 0207.14, 1905.90, 1801.00, 0203.29)

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

## 1.7 | 對싱가포르 한국산 수출현황

### 1.7.1 부문별 수출현황

#### 개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 1억 9,032만 달러로 2018년 약 1억 3,597만 달러에서 연평균 8.8% 증가하였다.

#### 농산물

농산물 수출액은 70.9% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 3,490만 달러로 2021년 대비 12.6% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 5.6%의 증가세를 보이고 있다.

#### 축산물

축산물 수출액은 15.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,910만 달러로 2021년 대비 38.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 106.7%의 증가세를 보이고 있다.

#### 수산물

수산물 수출액은 12.6% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,390만 달러로 2021년 대비 12.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 3.2%의 증가세를 보이고 있다.

#### 임산물

임산물 수출액은 1.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 241만 달러로 2021년 대비 6.0% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 15.8%의 감소세를 보이고 있다

<한국산 對싱가포르 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	135,972	145,216	171,357	198,828	190,329	100.0	-4.3	8.8
농산물	108,525	119,443	143,471	154,286	134,905	70.9	-12.6	5.6
축산물	1,595	1,255	5,392	20,943	29,101	15.3	38.9	106.7
수산물	21,043	18,953	17,174	21,319	23,906	12.6	12.1	3.2
임산물	4,809	5,566	5,320	2,280	2,417	1.3	6.0	-15.8

\*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

## 1.7.2 수출품목

### 개요

2022년 수출액 기준 **동식물성 유지 기타, 조제식료품 기타, 신선 딸기, 라면, 혼합조미료** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '동식물성 유지 기타'와 '베이커리 제품' 등이 있으며, 2022년 '동식물성 유지 기타'는 최근 5년간 연평균 성장률 2,137.6%를 기록했다. '베이커리 제품' 역시 같은 기간 동안 연평균 38.7%의 성장률을 보였다.

### 주요 수출품목

**동식물성 유지 기타** 수출액은 13.2%의 비중을 차지하며, 2022년 약 2,507만 달러로 2021년 대비 48.7% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 1위를 차지하였다.

**조제식료품 기타** 수출액은 9.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,786만 달러로 2021년 대비 16.2% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 24.5% 증가하는 추세를 보인다.

**신선 딸기** 수출액은 6.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,191만 달러로 2021년 대비 20.8% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 1.5% 증가하는 추세를 보인다.

**라면** 수출액은 4.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 856만 달러로 2021년 대비 6.8% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 2.1% 증가하는 추세를 보인다.

**혼합조미료** 수출액은 3.2%의 비중을 차지하며, 2022년 약 613만 달러로 2021년 대비 6.7% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 9.5% 증가하는 추세를 보인다.

<한국산 對싱가포르 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	135,972	145,216	171,357	198,828	190,329	100.0	-4.3	8.8
1 동식물성 유지 기타	0.1	0	2,024	16,861	25,070	13.2	48.7	2,137.6
2 조제식료품 기타	7,426	12,725	20,899	21,326	17,862	9.4	-16.2	24.5
3 신선 딸기	11,236	13,740	14,040	15,047	11,910	6.3	-20.8	1.5
4 라면	7,875	6,844	9,374	9,192	8,563	4.5	-6.8	2.1
5 혼합조미료	4,271	6,958	5,472	6,575	6,136	3.2	-6.7	9.5
6 조미 김	N/A	544	3,083	3,891	3,890	2.0	0.0	N/A
7 맥주	4,271	3,960	5,029	3,078	3,603	1.9	17.1	-4.2
8 인스턴트 커피	2,233	2,602	2,912	2,557	3,201	1.7	25.2	9.4
9 김치	1,694	2,252	4,030	3,723	3,193	1.7	-14.3	17.2
10 베이커리 제품	821	994	2,591	3,583	3,040	1.6	-15.2	38.7

\*주: HS CODE(1518.00-9090, 2106.90-9099, 0810.10-0000, 1902.30-1010, 2103.90-9030, 2008.99-5010, 2203.00-0000, 2101.11-1000, 2005.99-1000, 1905.90-1090)

\*출처: KATI 농식품 수출정보([www.kati.net](http://www.kati.net))

## 2

## 식품 유통현황

## 2.1 | 오프라인 유통현황

## 2.1.1 싱가포르 오프라인 유통채널 규모

## 개요

싱가포르의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 79억 400만 싱가포르 달러에서 연평균 2.0% 성장하여 2022년 85억 6,300만 싱가포르 달러로 집계되었다.

## 슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 34억 5,300만 싱가포르 달러에서 연평균 6.4% 성장하여 2022년 44억 2,800만 싱가포르 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 51.7% 비중을 차지하고 있다.

## 소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 15억 2,800만 싱가포르 달러에서 연평균 2.5% 감소하여 2022년 13억 7,900만 싱가포르 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 16.1% 비중을 차지하고 있다.

## 하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 12억 6,400만 싱가포르 달러에서 연평균 2.2% 감소하여 2022년 11억 5,700만 싱가포르 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 13.5% 비중을 차지하고 있다.

&lt;싱가포르 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)&gt;

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	7,904	7,771	8,292	8,302	8,563	100.0	3.1	2.0
슈퍼마켓	3,453	3,512	4,591	4,532	4,428	51.7	-2.3	6.4
소규모 식료품점	1,528	1,507	950	1,098	1,379	16.1	25.6	-2.5
하이퍼마켓	1,264	1,085	1,365	1,259	1,157	13.5	-8.2	-2.2
전문 판매점	880	879	591	593	754	8.8	27.2	-3.8
편의점	523	522	515	536	556	6.5	3.9	1.5
창고형 매장	150	158	193	177	173	2.0	-2.0	3.6
포코트리테일러	105	107	87	108	117	1.4	8.2	2.6

\*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

\*출처: 「Retail in Singapore」(유로모니터)

## 2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

### 개요

싱가포르의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 3,924개에서 연평균 0.2% 감소하여 2022년에 3,894개로 집계되었다.

### 전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 1,445개에서 연평균 1.0% 감소하여 2022년에 1,388개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 35.6%를 차지하고 있다.

### 소규모 식료품점

소규모 식료품점 매장 수는 2018년 1,412개에서 연평균 1.3% 감소하여 2022년에 1,340개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 34.4%를 차지하고 있다.

### 편의점

편의점 매장 수는 2018년 514개에서 연평균 2.3% 증가하여 2022년에 563개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 14.5%를 차지하고 있다.

<싱가포르 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,924	3,914	3,851	3,837	3,894	100.0	1.5	-0.2
전문 판매점	1,445	1,430	1,380	1,359	1,388	35.6	2.1	-1.0
소규모 식료품점	1,412	1,396	1,346	1,323	1,340	34.4	1.3	-1.3
편의점	514	533	553	559	563	14.5	0.7	2.3
슈퍼마켓	349	355	371	387	401	10.3	3.6	3.5
포코트리테일러	187	184	186	192	186	4.8	-3.1	-0.1
하이퍼마켓	16	15	14	16	15	0.4	-6.3	-1.6
창고형 매장	1	1	1	1	1	0.0	0.0	0.0

\*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

\*출처: 「Retail in Singapore」(유로모니터)

### 2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

#### ①Sheng Siong

Sheng Siong Group Ltd 소속으로, 2022년 14.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 6.5% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 6.5% 증가하였다.

#### ②FairPrice

NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd 소속으로, 2022년 13.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 12.2% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 0.7% 감소하였다.

#### ③FairPrice Xtra

NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd 소속으로, 2022년 9.0%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 13.5% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 2.1% 감소하였다.

#### ④FairPrice Finest

NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd 소속으로, 2022년 7.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 9.9% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 13.7% 증가하였다.

#### ⑤7-Eleven

Seven & I Holdings Co Ltd 소속으로, 2022년 5.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.8% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 1.7% 감소하였다.

<싱가포르 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Sheng Siong	12.0	15.8	15.5	14.5	-6.5	6.5
2 FairPrice	14.0	16.5	15.6	13.7	-12.2	-0.7
3 Fairprice Xtra	9.6	11.4	10.4	9.0	-13.5	-2.1
4 FairPrice Finest	5.3	6.5	7.1	7.8	9.9	13.7
5 7-Eleven	5.9	5.3	5.5	5.6	1.8	-1.7
6 Cold Storage	-	-	5.2	5.0	-3.8	N/A
7 Giant	-	-	4.5	4.2	-6.7	N/A
8 Giant Super	-	-	2.7	2.8	3.7	N/A
9 Warehouse Club	2.0	2.3	2.1	2.0	-4.8	0.0
10 Prime	1.5	1.8	1.8	1.5	-16.7	0.0

\*출처: 「Retail in Singapore」(유로모니터)

### 2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Sheng Siong	창립연도	1985년
	점유율	14.5%	브랜드 국적	싱가포르
	웹사이트	corporate.shengsiong.com.sg	매장 수	66개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Sheng Siong Group Ltd 산하 브랜드</li> <li>- 신선, 가공 등 다양한 종류의 식료품뿐만 아니라 일반 가정용품 또한, 판매함</li> <li>- 온라인 판매 사이트 또한, 함께 운영하는 옴니채널 방식</li> <li>- softess, happy family 등 식품 및 비식품 카테고리에서의 자체 브랜드(PB) 출시</li> <li>- 생송의 홍보 및 판매 촉진 목적으로 자체 TV 프로그램 'The Sheng Siong Show'을 방송하고 있음</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

\*출처 : 「Retail in singapore」(유로모니터), 싱가포르 Sheng Siong 홈페이지(corporate.shengsiong.com.sg), Sheng Siong 소셜미디어 계정

	브랜드명	FairPrice	창립연도	1973년
	점유율	13.7%	브랜드 국적	싱가포르
	웹사이트	www.fairprice.com.sg	매장 수	105개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd(싱가포르 전국 노동자 연합) 산하 협동조합</li> <li>- 온라인 판매 사이트인 페어프라이스온(FairPrice On) 또한, 함께 운영하는 옴니채널 방식</li> <li>- 다양한 종류의 식품뿐만 아니라 여러 생활용품 또한, 함께 판매함</li> <li>- 2020년, 비자(Visa)와 협업하여 인공지능 기반의 무인 매장 개점</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

\*출처 : 「Retail in singapore」(유로모니터), 싱가포르 FairPrice 홈페이지(www.fairprice.com.sg), FairPrice 소셜미디어 계정

	브랜드명	Fairprice Xtra	창립연도	1973년		
	점유율	9.0%	브랜드 국적	싱가포르		
	웹사이트	www.fairprice.com.sg	매장 수	24개		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 하이퍼마켓 브랜드로, NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd 산하(싱가포르 전국 노동자 연합) 산하 협동조합</li> <li>- 식료품, 생활용품, 전자제품, 의류 등 광범위한 카테고리의 제품 판매</li> <li>- 국가 명절 기념 구조물 설치, 푸드코트 등 여러 즐길 거리를 제공함</li> <li>- 지점 차가 있으나 늦은 시간까지 영업하는 경향이 있음</li> </ul>					
매장 사진						
	외부 전경		내부 매대 전경		내부 푸드코트	

\*출처 : 「Retail in singapore」(유로모니터), 싱가포르 Fairprice 홈페이지(www.fairprice.com.sg), Fairprice Xtra 소셜미디어 계정

	브랜드명	FairPrice Finest	창립연도	1973년		
	점유율	7.8%	브랜드 국적	싱가포르		
	웹사이트	www.fairprice.com.sg	매장 수	35개		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 하이퍼마켓 브랜드로, NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd 산하 (싱가포르 전국 노동자 연합) 산하 협동조합</li> <li>- 식료품, 가전제품, 생활용품 등 Fairprice 매장의 제품뿐만 아니라 유기농 및 와인 등 전세계의 신선한 식재료들 또한, 함께 판매함</li> <li>- 고급 칵테일 바, 지역 유명 카페 등 여러 음식점들이 입점되어 있음</li> </ul>					
매장 사진						
	외부 전경		내부 전경			

\*출처 : 「Retail in singapore」(유로모니터), 싱가포르 FairPrice Finest 홈페이지(www.fairprice.com.sg), FairPrice Finest 소셜미디어 계정

	브랜드명	7-Eleven	창립연도	1927년	
	점유율	5.6%	브랜드 국적	미국	
	웹사이트	www.7-eleven.com.sg	매장 수	432개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 편의점 브랜드로, Seven &amp; I Holdings Co Ltd 산하 브랜드</li> <li>- 즉석식품, 스낵 및 음료류, 위생용품, 화장품 등의 다양한 상품이 입점되어있음</li> <li>- 데어리팜인터내셔널의 자사 브랜드인 메도우스(Meadows) 제품을 다수 구비함</li> <li>- 컨비니언스엣슈퍼마켓프라이스(Convenience at Supermarket Prices), \$1 균일가 이벤트 등과 같은 다양한 프로모션과 새해 행사 등을 진행함</li> <li>- 2022년 7Café 컨셉 매장을 오픈하였음</li> </ul>				
매장 사진					
	외부 전경		내부 매대 전경		7Cafe 매장

\*출처 : 「Retail in singapore」(유로모니터), 싱가포르 7-Eleven 홈페이지(www.7-eleven.com.sg), 7-Eleven 소셜미디어 계정

## 2.2 | 온라인 유통현황

### 2.2.1 온라인 유통채널 규모

#### 개요

2022년 싱가포르의 식품 온라인 시장 규모는 4억 5,700만 싱가포르 달러 규모로 전년 대비 14.5% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 25.5% 성장했다.

#### <싱가포르 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
184	213	364	399	457	14.5	25.5

\*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

\*출처: 「Retail in Singapore」(유로모니터)

### 2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

#### ① Shopee Marketplace

Sea Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 28.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 19.7% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 51.0% 증가하였다.

### ② Lazada Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 9.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 6.7% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 12.9% 감소하였다.

### ③ NTUC FairPrice

NTUC FairPrice Co-operative Pte Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 8.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.1% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 22.4% 증가하였다.

### ④ Amazon

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 7.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 10.1% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 3.5% 성장하였다.

### ⑤ Qoo10 Marketplace

Glosis Group에서 운영하는 사이트로, 2022년 5.0%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 41.2% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 33.9% 감소하였다.

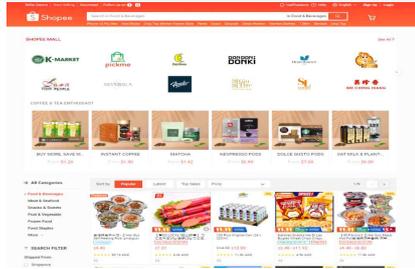
<싱가포르 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

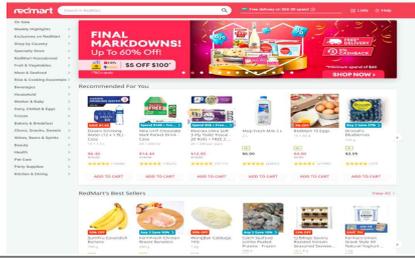
구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1   Shopee Marketplace	8.3	15.3	23.9	28.6	19.7	51.0
2   Lazada Marketplace	14.4	10.0	8.9	9.5	6.7	-12.9
3   NTUC FairPrice	4.8	8.7	8.7	8.8	1.1	22.4
4   Amazon	6.4	6.8	7.9	7.1	-10.1	3.5
5   Qoo10 Marketplace	17.3	11.7	8.5	5.0	-41.2	-33.9
6   RedMart	4.3	5.0	4.4	4.8	9.1	3.7
7   Amazon Marketplace	5.0	4.0	4.3	3.8	-11.6	-8.7
8   Lazada	1.6	1.5	1.3	1.4	7.7	-4.4
9   Tangs	1.2	0.9	0.8	0.8	0.0	-12.6
10   Cold Storage	-	-	1.0	0.8	-20.0	N/A

\*출처: 「Retail in Singapore」(유로모니터)

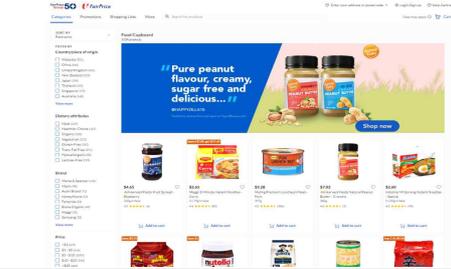
### 2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Shopee	운영업체	Sea Ltd
	점유율	28.6%	웹사이트	shopee.sg
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sea Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼</li> <li>- 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 건조식품 등의 다양한 식료품과 의류, 가전, 식기류 등의 비식품 제품군까지 다양하게 판매</li> <li>- 판매자와의 실시간 채팅 기능을 통해 가격협정, 대량 구매 등의 판매 협상이 가능함</li> <li>- 식료품 업체와의 파트너십, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공</li> </ul>			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

\*출처 : 「Retail in singapore」(유로모니터), 싱가포르 Shopee 홈페이지(shopee.sg)

	사이트명	Lazada	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	9.5%	웹사이트	lazada.sg
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼</li> <li>- 식료품, 항공권, 의류, 건강제품, 가전제품, 생활용품 등 다양한 카테고리의 제품을 판매함</li> <li>- 생일 할인, 휴가 프로모션 등 신규고객 유입 목적의 마케팅을 시행함</li> <li>- 브랜드 정품관인 '라즈몰(Laz Mall)' 카테고리 존재함</li> </ul>			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

\*출처 : 「Retail in singapore」(유로모니터), 싱가포르 Lazada 홈페이지(lazada.sg)

	사이트명	NTUC FairPrice	운영업체	NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd
	점유율	8.8%	웹사이트	www.fairprice.com.sg
<ul style="list-style-type: none"> <li>- NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼</li> <li>- 농식품, 가정용품, 유아용품, 와인 등 다양한 제품을 판매함</li> <li>- 집으로 배송받거나 원하는 Fairprice 매장에서 원하는 시간대에 픽업이 가능함</li> <li>- \$1 특가, 주간 및 당일 핫딜 할인 등 다양한 프로모션 상시 진행함</li> <li>- 식품 및 비식품 카테고리에서의 자체 브랜드(PB)를 출시함</li> </ul>				
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

\*출처 : 「Retail in singapore」(유로모니터), 싱가포르 NTUC FairPrice 홈페이지(www.fairprice.com.sg)

## 2.3 | 유통채널 전망

### 2.3.1 오프라인 유통채널 전망

#### 개요

싱가포르의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 85억 6,300만 싱가포르 달러에서 연평균 0.1% 감소하여 2026년에는 85억 3,000만 싱가포르 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년에 44억 2,800만 싱가포르 달러에서 연평균 0.1% 감소하여 2026년에는 44억 200만 싱가포르 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년에 13억 7,900만 싱가포르 달러에서 연평균 0.4% 감소하여 2026년에는 13억 5,900만 싱가포르 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년에 11억 5,700만 싱가포르 달러에서 연평균 3.1% 감소하여 2026년에는 10억 2,000만 싱가포르 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

## &lt;싱가포르 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)&gt;

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	8,563	8,477	8,520	8,529	8,530	100.0	0.0	-0.1
슈퍼마켓	4,428	4,237	4,296	4,351	4,402	51.6	1.2	-0.1
소규모 식료품점	1,379	1,427	1,405	1,383	1,359	15.9	-1.7	-0.4
하이퍼마켓	1,157	1,124	1,090	1,056	1,020	12.0	-3.4	-3.1
전문 판매점	754	833	858	855	852	10.0	-0.4	3.1
편의점	556	570	583	594	603	7.1	1.6	2.1
창고형 매장	173	167	168	170	171	2.0	0.7	-0.3
포코트리테일러	117	119	120	122	123	1.4	1.2	1.3

\*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

\*출처: 「Retail in Singapore」(유로모니터)

## 2.3.2 온라인 유통채널 전망

## 개요

싱가포르의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 5.6%로 성장하여, 2026년 5억 6,700만 싱가포르 달러에 이를 것으로 전망된다.

## &lt;싱가포르 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)&gt;

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
457	492	521	546	567	3.9	5.6

\*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

\*출처: 「Retail in Singapore」(유로모니터)

## 2.4 | 유통채널 연계정보

### 2.4.1 국가보고서

싱가포르 식품 유통구조 (2021.09)	- 식품 유통 현황 및 특징
싱가포르 온·오프라인 식품 유통채널 (2021.09)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오프라인 유통채널 유형               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 백화점: ①Takashimaya ②Mustafa, OG</li> <li>· 편의점: ①7-Eleven ②Cheers ③HAO Mart</li> <li>· 슈퍼마켓: ①FairPrice ②Sheng Siong ③FairPrice Finest</li> <li>· 하이퍼마켓: ①Giant Hypermarket ②fairprice xtra hypermarket ③HAO Megamart</li> <li>· 전통식: ①Breadtalk ②Four Leaves</li> </ul> </li> <li>- 온라인 유통채널 유형               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 주요 유통채널: ①Qoo10 ②Lazada, NTUC FairPrice</li> <li>· 홈쇼핑: ①JML ②Noel</li> </ul> </li> </ul>

### 2.4.2 품목보고서

싱가포르 가공식품 유통정보 (2023.10)	<p>[닭가슴살]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 유통채널 점유율</li> <li>- 싱가포르 가공식품의 주요 유통채널               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 주요 유통채널: ①페어프라이스 ②생송 ③세븐일레븐 ④치얼스 ⑤가디언 ⑥왓슨스 ⑦아마존 싱가포르 ⑧쇼피 싱가포르</li> </ul> </li> </ul>
싱가포르 건강기능식품 유통정보 (2023.02)	<p>[홍삼 스틱]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 건강기능식품의 유통구조</li> <li>- 싱가포르 건강기능식품의 주요 유통채널               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 드럭스토어: ①가디언 ②왓슨스</li> <li>· 하이퍼/슈퍼마켓: ①페어프라이스</li> <li>· 온라인 쇼핑몰: ①아마존 싱가포르 ②쇼피</li> </ul> </li> </ul>
싱가포르 신선식품 유통정보 (2023.03)	<p>[감귤]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 유통구조 및 현황               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 주요 유통채널 현황</li> <li>· 온·오프라인 유통채널</li> </ul> </li> <li>- 주요 유통채널 분석               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 하이퍼/슈퍼마켓: ①페어프라이스 ②마켓플레이스바이제이슨스 ③콜드스토리지</li> <li>· 한인마트: ①솔마트 ②돈돈돈키</li> <li>· 유기농 매장: ①스쿱홀푸드 ②슈퍼네이처</li> <li>· 온라인 유통채널: ①아마존 ②쇼피</li> </ul> </li> </ul>

### 2.4.3 해외지사 발간 보고서

싱가포르	
------	--

# 3

## 수출품목 및 소비 트렌드

### 3.1 | 수출품목

#### 3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

### 3.1.2 한국산 수출품목

#### ① 천일염(현지시장 이슈품목)

##### 시장현황

2021년 싱가포르 조미료, 드레싱 및 소스 시장 규모는 1억 1,530만 달러로, 연간성장률 약 4% 이상 성장할 것으로 예측된다.

싱가포르 보건 증진 위원회(Health Promotion Board, HPB)는 싱가포르인의 나트륨 섭취를 줄이기 위해 정제 소금 대신 저나트륨 대체제로의 전환을 촉진하고 있다. 싱가포르 주민들은 하루 평균 3,600mg의 나트륨, 즉 한 스푼 반 이상의 소금을 섭취하고 있으며, 이는 세계보건기구(WHO)가 권장하는 하루 나트륨 섭취량 2,000mg의 거의 두 배에 달한다. 싱가포르 주민들의 나트륨 섭취량의 약 75%는 식사에 첨가된 소금에서 비롯되며, 나머지 25%는 가공식품에 숨겨진 나트륨으로 서구 국가들의 주된 나트륨 섭취원이 가공식품인 것과 대조된다. 현재 싱가포르의 저나트륨 소금 대체제 시장 점유율은 약 2%에 불과하지만, HPB의 노력으로 이 비율이 50%까지 증가할 것으로 예상된다.

##### 시사점

싱가포르 보건 증진 위원회의 강력한 저나트륨 보급 정책은 한국 천일염 생산 업체에는 하나의 기회로 볼 수 있다. 따라서 HPB 정책을 잘 분석하여 현지 유통업체와의 협력을 통해 소포장을 통한 접근성 향상과 꾸준한 온·오프라인 마케팅을 통해 시장에 진입한다면 성공적으로 안착할 수 있을 것으로 예상된다.

		
ORIGINS Organic Sea Salt	GREEN EARTH ORGANIC French Celtic Sea Salt	MAISON GOURMET Pure Cooking Sea Salt

\*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

##### ▶ 출처

Replace regular salt with alternatives, says HPB in push to reduce sodium intake in Singapore, Channel News Asia

2023. 3. 17. 2022 싱가포르 천일염(시장 분석형)

2021년 국가조사 싱가포르, 한국농수산물유통공사

## ② 아이스크림(해외지사 추천품목)

### 시장현황

2023년 싱가포르 아이스크림 시장 규모는 예상 매출액 1억 7,000만 싱가포르 달러로 2022년보다 6.83% 증가할 것으로 예상되며, 2028년까지 2억 1,000만 싱가포르 달러 규모로 성장할 것으로 예상된다.

특히 싱가포르 아이스크림 시장에서 다양한 식물성 비건 아이스크림과 유기농 아이스크림 제품들도 출시되어 소비자의 선택 폭을 넓히고 있다. 싱가포르에서 아보카도, 코코넛, 흰콩, 캐슈너트, 헤이즐넛, 콩, 쌀, 밀, 땅콩, 아몬드 등 다양한 식물성 원료를 사용한 제품들이 출시되고 있다. 식물성 아이스크림은 유제품 기반 아이스크림과 견줄만한 맛과 품질로 채식주의자 소비자뿐만 아니라 유당불내증을 가진 소비자와 일반 소비자들에게도 다양한 선택지를 제공하고 있다.

### 시사점

현지 아이스크림 생산업체는 다양한 혼합물과 토핑을 시도하여 소비자의 입맛을 사로잡기 위해 노력 중이며 식물성 비건 유기농 제품을 추구함으로써 프리미엄 이미지를 더해가고 있다. 그러므로 진출하고자 하는 관련 기업은 현지 소비자의 기호에 맞는 혼합물과 토핑을 개발하고, 식물성 아이스크림의 신제품 개발로 젊은 소비자들에게 어필할 필요가 있다.

		
Deebee's Organic Italian Ice	CALLI Vegan Icecream	KIND KONES Vegan Icecream

\*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

#### ▶ 출처

Where is ice cream headed – and where's the growth?, Tera Pak

Ice Cream in Singapore, 유로모니터

2023. 3. 10. 2022 싱가포르 아이스크림(경쟁력 분석형)

2023. 7. 28. 싱가포르 무더위에 아이스크림 판매 증가

### ③ 맥주, 소주(수출상위 품목)

#### 시장현황

2023년 현재, 싱가포르의 알코올 시장 규모는 39억 달러에 달하며, 향후 5년간 연간 6.56%의 고성장이 예상된다. 특히, 2023년 총 시장 매출의 3.1%가 온라인 판매를 통해 이루어지고 있다.

알코올 시장은 맥주, 와인, 증류주의 세 가지로 구분할 수 있다. 맥주가 가장 인기가 높아 28억 달러의 시장 가치를 차지하고 있으며, 와인은 6억 9,000만 달러, 증류주는 3억 9,000만 달러 규모이다. 라거 맥주는 싱가포르인들이 가장 선호하는 맥주이며, 다크 맥주와 스타우트가 그 뒤를 따르고 있다. 또한, 무알코올 및 저알코올 맥주의 인기도 점차 증가하고 있다. 증류주 시장에서는 위스키, 소주, 진 보드카 순으로 인기가 많으며 증류주 판매량은 2027년까지 940만 리터에 이를 것으로 예상된다.

2023년 현재 싱가포르 인구의 약 86%가 법적 음주 연령에 해당하지만, 인구의 15%는 무슬림으로 알코올 구매 및 섭취를 자제하고 있다. 다만 구매력이 높은 국가 특성상 프리미엄 품질의 고급 알코올을 구매하는 것을 선호한다.

#### 시사점

싱가포르는 다양한 인종과 문화가 공존하는 곳으로 취할 때까지 마시는 것보다 질 좋은 음식과 즐기면서 소비하는 음주 문화를 가지고 있다. 따라서 소주와 잘 어울리는 음식과 어울리는 문화를 만들 수 있도록 스타 셰프와의 협업과 한식 레시피를 공유하는 마케팅을 강화한다면 좋은 성과를 보일 수 있을 것으로 보인다.

		
JINRO Bottle Soju	LOTTE Peach Soju	CHUGA Jeju Soju

\*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

#### ▶ 출처

What's popular in Singapore's alcoholic beverages market?, myNZTE

#### ④ 건강보조식품(현지매체 이슈품목)

##### 시장현황

싱가포르의 건강보조식품 시장은 팬데믹과 'kiasu'라는 싱가포르 특유의 경쟁적 성향에 의해 증가한 예방적 조치에 대한 관심으로 인해 성장하고 있다.

싱가포르는 전자상거래를 통한 건강보조식품 구매 증가와 더불어 제품군도 개인 맞춤형으로 다양하게 세분화되어 있다.

특히, 약초 및 전통 건강보조식품은 향후 5년간 연평균 5.3%의 성장을 예상하며, 비타민 및 미네랄 시장도 연평균 4.9% 성장할 것으로 전망된다. 팬데믹 기간 중 면역체계 강화를 위한 비타민 C와 멀티비타민 수요가 크게 증가했다.

싱가포르는 고령화 사회로의 진입과 젊은 세대의 건강보조식품에 대한 수요 증가로 연령층에 부합하는 차별적 제품이 싱가포르 건강보조식품의 성장을 견인할 것으로 예상된다. 특히, 전자상거래 또는 SNS에 대한 홍보가 활성화 되면서 이를 통한 기회가 기대된다.

##### 시사점

싱가포르의 건강보조식품 시장은 건강에 대한 증가된 관심과 고령화 사회로의 진입으로 성장을 이끌고 있다. 이러한 배경을 바탕으로, 전자상거래를 활용한 기능에 대한 홍보 및 설명은 신규 브랜드에게 효과적인 전략이 될 수 있다.

		
정관장 에브리타임 밸런스	굿베이스 홍삼담은 석류 스틱	Dr. Elizabeth's 비타민C 500

\*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

##### ▶ 출처

Singapore's Health Supplement eCommerce Trends: Vitamin Demand Spikes, Herbal Capsules, and Global Brands

2022 수출기업 맞춤형 조사 홍삼스틱 싱가포르, 한국농수산물유통공사

## ⑤ 간편식(수출상위 품목)

### 시장현황

Moroodor Intelligence에 따르면 싱가포르 간편조리식품 시장(Ready Meals) 규모는 2023년 기준 8억 7,000만 달러이며, 2028년까지 향후 5년 동안 연평균 성장률은 2.85%로 예상된다. 그 중 냉동 즉석식품 시장은 향후 5년간 연평균 2.26% 성장할 것으로 기대되고 있다.

그랩(Grab)의 최근 발표된 2022년 싱가포르 음식 및 식료품 배달 동향 분석 보고서에 따르면 2022년 음식 배달 부문의 평균 구매 비용은 2019년 대비 15% 상승했으며, 2020년 대비 54% 증가해 팬데믹 종료 이후에도 꾸준한 증가 추세를 보이고 있다. 특히 2021년 온라인 식품 구매는 전년동기 대비 785%나 폭증하여 1억 5,170만 달러에 이르렀다. 이는 팬데믹 기간 소비자들의 온라인 쇼핑 의존도가 증가했음을 나타낸다. 1인 가구가 증가하고 여성의 지위가 올라가면서 바쁜 일과 속에서 간편하게 먹을 수 있는 가정 간편식을 온라인을 통해 구매하는 생활방식의 변화로 인해 간편조리식에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있는 것으로 보인다.

### 시사점

팬데믹 시기 급성장한 배달 서비스가 야외 활동이 자유로워진 시점에도 소비자의 편의성 추구가 지속됨에 따라 꾸준한 성장 잠재력을 가지고 있는 만큼 다양한 영양소가 들어 있는 신제품 개발과 건강을 중시하는 젊은 세대들에게 어필할 수 있는 한식 레시피를 공유하는 체험 공유형 마케팅도 주요할 것으로 보인다.

		
BIBIGO Japchae Steamed Dumpling	OTTOGI Frozen Cheeze Pizza	SAJO Mozzarella Corndogs

\*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

#### ▶ 출처

Convenience Food, Statista

Commentary: Why aren't Singaporeans cooking at home anymore?, Channel News Asia

2022. 12. 9. 해외시장 동향 싱가포르 2022년 그램푸드 소비자가 가장 많이 검색한 음식 3위 한식, 한국농수산물유통공사

## ■ 3.2 | 소비 트렌드

### ① 온라인 식료품 쇼핑 시장 성장세 지속

#### 이슈배경

최근 싱가포르에서는 온라인 식료품 쇼핑의 급격한 성장이 관찰되고 있다. 2027년까지 싱가포르의 전자상거래 사용자 수가 433만 명에 이를 것으로 예상되는 가운데, 이미 현재 약 333만 명의 소비자들이 온라인 쇼핑을 사용하고 이어 디지털 기술의 발달과 소비자들의 생활 방식 변화에 크게 기여하고 있다.

#### 이슈내용

2022년에 3.6% 성장한 싱가포르 경제는 2023년에는 상당히 완만한 성장을 보일 것으로 예상되며 2023년에 GDP 성장률이 0.5%에서 2.5% 사이가 될 것으로 예측한다. 이러한 지속적인 경제성장은 소비 지출에도 영향을 주고 있으며, 프리미엄, 유기농 및 신선식품에 대한 수요에 관심이 쏠리고 있다.

팬데믹 동안의 상점 폐쇄로 인해 2020년과 2021년에 온라인에서의 식품 및 음료 소비가 급증하였다. 2021년 온라인에서의 식품 구매는 전년 동기 대비 785%나 폭증하여 1억 5,170만 달러의 가치에 이르렀으며, 음료의 경우에도 68.1%의 증가세를 보이며 4,279만 달러의 시장성을 보여 팬데믹 기간 소비자들은 온라인 쇼핑 의존도가 많이 증가했음을 나타낸다. 특히 싱가포르의 중산층 디지털 활용 시간이 하루 평균 약 9시간인만큼 온라인 식료품 구매는 꾸준히 성장하여 연간 19.02%의 성장률을 보일 것으로 예상된다.

한편 팬데믹 이후 외식이 다시 회복되고 있지만, 편의성을 추구하는 소비자들 사이에서는 GrabFood와 FoodPanda와 같은 음식 배달 서비스가 여전히 인기를 끌고 있어, 온라인 음식 배달 서비스의 성장세도 지속될 것으로 전망된다.

#### ▶ 출처

Singapore Online Grocery Market Share and Size, Growth Opportunity, Competition, Trends Analysis and Future Scope 2023-2033: SPER Market Research, .linkedin

Frequency of online grocery shopping in Singapore as of March 2023, Statista

Food and Beverage Industry Singapore: Top Trends Driving the Industry in 2023, Exabytes

## ② 자연 건강식품 수요 증가

### 이슈배경

팬데믹 동안 환경과 건강에 대한 인식이 커지면서 식품 구입에도 영향을 미치고 있다. 싱가포르인들이 매일 더 건강한 식단을 위한 지출을 늘리고 있으며 대체육, 저당 음료, 정제되지 않은 쌀, 통곡물 빵, 비건 재료 등에 대한 수요가 지난 몇 년간 크게 증가하였다.

### 이슈내용

최근 싱가포르에서 진행된 조사에 따르면, 코로나19 팬데믹은 싱가포르인들의 건강에 대한 인식과 식품 소비 행태에 중대한 변화를 가져왔다. 2020년 6월 증권사 AIA가 실시한 조사에 의하면, 무려 93%의 싱가포르인이 코로나19로 인한 이동 제한 조치인 '서킷브레이커' 기간 동안 건강을 가장 중요하게 여겼다고 답했으며, 65%의 싱가포르인이 팬데믹을 통해 자신의 건강을 당연시했다는 것을 깨달았다고 응답했다. 해당 조사에서 싱가포르인들이 매달 평균 470 싱가포르 달러, 즉 생활비의 약 34%를 건강식에 소비하고 있는 것으로 나타났다. 이는 팬데믹 동안 건강에 대한 관심이 얼마나 증가했는지를 보여주는 단적인 예로 싱가포르인들이 건강한 식습관을 위해 상당한 비용을 지출할 수 있음을 시사한다.

또한, 배달 업체 딜리버루 싱가포르가 2020년 4분기에 약 1,000명을 대상으로 진행한 설문조사에서도 48%의 응답자들이 대체육 또는 비건 재료 식품이 계속해서 핵심적인 식품 트렌드로 남길 바라며, 43%는 특정 육류 요리를 식물성 요리로 대체할 의향이 있다고 답하였다. 대체육을 선택한 응답자 중 49%는 콩, 귀리, 아몬드와 같은 대체 단백질을 식단에 포함할 계획이라고 답변했다.

싱가포르인들은 비건을 선택하는 또 하나의 이유는 환경에 미치는 영향 때문이다. 대체육을 선택함으로써 육류를 생산하기 위한 토지, 물 에너지와 같은 자원 훼손을 막고 탄소 배출을 줄여 지구생태계에 긍정적으로 기여한다는 생각으로 대체육을 선택하고 있다.

### ▶ 출처

Healthier Dining Programme, Health Promotion Board

Improving Good Health and Wellbeing in Singapore: Challenges, Solutions, and Entrepreneurial Opportunities, GCPIT

Inclusivity Is Healthy: The Rising Popularity Of Vegan Food In Singapore, Creative eateries

### ③ 식물성 대체육에 대한 소비

#### 이슈배경

Bloomberg Intelligence의 2021년 보고서에 따르면 식물성 식품 시장은 2030년까지 1,620억 달러에 이를 것으로 예상되며, 이는 2020년의 294억 달러에서 크게 증가한 수치이다. 앞으로 더 많은 식당들이 비건 대체육을 도입하여 외식 산업의 중요한 부분으로 형성될 것으로 전망된다.

#### 이슈내용

비건식과 환경친화적 소비에 관한 Enterprise Singapore에 따르면, 사회적 책임 있는 소비에 관한 관심은 2019년부터 2020년까지 두 배 이상 증가했으며, 싱가포르의 식물성 식품 시장은 건강과 지속 가능성 인식 증가와 함께 식물성 식품 수요는 앞으로도 계속 증가할 것으로 보인다.

싱가포르에서는 소비자의 수요와 정부의 지원으로 최근 몇 년 동안 대체육 생산을 위한 혁신적인 시도가 증가하였다. 예를 들어, 샌프란시스코에 본사를 둔 Eat Just는 일본 다음으로 싱가포르에 실험실 재배된 닭고기를 제공했으며, 도쿄 기반의 Next Meats는 싱가포르에서 식물성 야키니쿠를 출시했다.

식물성 식품은 단순히 샐러드나 채소를 먹는 것 이상이다. 'Love Handle'의 CEO 겸 공동 창립자인 켄 쿠구루는 "소비자가 해야 할 실험을 우리가 대신 한다"라고 이야기하며 고객들이 쉽게 비건 식품을 접할 수 있도록 접근성을 향상시켜야 한다고 주장하였다.

'Love Handle'은 과거에는 기름진 버거를 제공하던 버거 전문점이었으나 현재는 싱가포르 최초의 식물성 전문 매장으로 성과를 내고 있다. 'Love Handle'은 소비자들에게 비건 음식이 심심하다는 인식을 바꾸기 위해 동네 정육점의 따뜻함을 재현하려고 노력하며, 다양하고 신선한 건강한 재료들을 제공하는 비건 정육점을 표방하고 있다.

#### ▶ 출처

Singapore's love for plant-based meat still strong, PEAK  
Alternative Proteins: "Impossibly Real" Plant-Based Meat, Challenge

#### ④ 과일(냉동/가공/건조) 소비 증가

##### 이슈배경

싱가포르의 가공 및 냉동 과일 시장은 건강과 환경에 대한 인식 증가와 함께 소비가 빠르게 증가하고 있다. 이러한 변화는 식품 산업에 새로운 기회를 제공하며, 건강한 식습관과 지속 가능한 소비를 추구하는 트렌드에 의해 성장할 것으로 전망된다.

##### 이슈내용

싱가포르의 가공 및 냉동 과일 시장 규모는 2023년에 5,400만 달러에 이를 것으로 예상되며, 2023년부터 2027년까지 연평균 1.89%의 성장률을 보일 것으로 전망된다. 건조 과일 시장 규모 역시 2017년 760만 달러에서 2022년에는 900만 달러로 꾸준히 확대되고 있어, 시장 성장의 여력이 충분한 것으로 예상된다.

싱가포르에서는 건강과 환경 인식이 높아지면서 비건 및 채식 관련 식품 수요가 증가하고 있다. 식물성 제품이 친환경적이며 영양소가 풍부하고 칼로리가 낮다는 인식이 확산되고 있으므로 2022년부터 2027년까지 다양한 환경과 건강을 고려한 식품들이 시장에 출시될 것으로 전망된다.

특히 말린 과일은 동결 건조 기술을 활용한 과일 자체를 건조하여 상품화한 것으로 인공적인 감미료를 사용하지 않고 바삭한 식감을 구현한다. 또한, 싫어하는 과일도 호불호 없이 다양하게 섭취할 수 있어 유아용 간식으로도 손색이 없다.

이러한 트렌드를 선도하는 기업 중 하나가 2018년에 설립된 싱가포르의 건조 채소 및 과일 칩 전문 업체 'Hey Chips'이다. 이 업체는 지난 2년 동안 300%의 성장률을 기록하였으며 2022년에는 연간 18만 팩을 판매하여 싱가포르 시장에서 가장 높은 실적을 달성하였다. 현재는 말레이시아, 중국, 몰디브, 몰타, 미국으로의 진출을 계획하고 있다. 해당 기업 제품은 설탕 및 지방 함량이 낮은 건강한 간식으로 인식되며 싱가포르 소비자들 사이 입소문이 나면서 판매량이 증가한 것으로 보인다.

##### ▶ 출처

From niche to mainstream: Singapore brand taps healthy snacking trend with guilt-free chips, Food Navigator Aisa

2023년 해외 시장 동향 싱가포르, 건조 채소 및 과일 건강 간식으로 인기, 한국농수산물유통공사

# 4

## 수출절차

### 4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 품목별 수입요건 파악</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출 품목에 대한 싱가포르의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 <b>관련 요건을 사전에 파악</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국내 수출업체</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출신고 및 운송수단 선적</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 <b>전자적으로 세관에 제반서류 제출</b></li> <li>· 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등</li> <li>· 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, <b>수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국내 수출업체</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입업체 및 식품 등록</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 싱가포르 수입업체는 싱가포르 식품청에 무역 라이선스 취득 및 등록 필요</li> <li>· 육류, 달걀 수입 시 생산업체는 사전에 싱가포르 식품청에 식품등록 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 싱가포르 수입업체</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입신고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 온라인으로 <b>제반서류를 싱가포르 세관에 제출</b></li> <li>· 제출서류: ①상업송장 ②선하증권 ③포장 명세서 ④화물통관 허가서 ⑤원산지 증명서(필요 시) ⑥검역증명서(필요 시) 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 싱가포르 수입업체</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 관세 납부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 일반적으로 식품 수입 시 무관세가 적용되나, <b>주류의 경우 관세 납부</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 싱가포르 수입업체</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입검사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 싱가포르 식품청에 온라인으로 <b>수입식품 검사 신청</b></li> <li>· 수입검사 시행 시 화물통관 허가증, 건강증명서 및 관련 서류, 검사 대상 제품 제출 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 싱가포르 수입업체</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 물품 반출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 물품 반출 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 싱가포르 수입업체</li> </ul>

## 4.2 | 통관 및 검역제도

### ① 국내 수출 통관 절차

#### ▶ 수출 전 준비사항

<b>품목별 수입요건 파악</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수출 품목에 대한 싱가포르 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요</li> <li>· 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함</li> </ul>
<b>원산지증명서 발급</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 싱가포르 수출 시 한-싱가포르 및 한-아세안 FTA 또는 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요</li> <li>· FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수</li> <li>· 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 한-아세안 FTA 활용 시 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함</li> </ul>

#### ▶ 국내 수출통관 절차

<b>수출신고</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수</li> <li>· 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음</li> <li>· 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;수출신고 수리 유형&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; padding: 5px;">· 서류 심사 후 수리</td> <td style="padding: 5px;">실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">· 현품 검사 후 수리</td> <td style="padding: 5px;">우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">· 자동 수리</td> <td style="padding: 5px;">세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함</li> <li>· 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함</li> </ul>	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
<b>수출검역</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 싱가포르 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요</li> <li>· 싱가포르 수입업체가 수출검역을 요구할 경우 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함</li> <li>· 수출검역 신청 시 수출검역신청서 및 제반 서류를 제출해야 함</li> </ul>						

	<p style="text-align: center;">&lt;수출검역 신청 시 제출 서류&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>식물검역</td> <td>           ①수출식물검사신청서            ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우)            ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우)            ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)         </td> </tr> <tr> <td>축산물검역</td> <td>           ①수출 검사신청서            ②선적관련 서류            ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)         </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함</li> <li>· 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음</li> </ul>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)				
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)				
운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요</li> <li>· 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함</li> </ul>				

## ②싱가포르 수입제도 및 통관·검역 절차

### ▶싱가포르 수입통관·검역 절차

수입업체 등록 및 수입허가 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수입자는 수입업체 등록 및 수입허가 취득 필요</li> <li>· 싱가포르 식품청의 무역 라이선스 취득 또는 등록이 필요함</li> <li>· 육류, 달걀 수입 시 수출의향서 제출 후 ①1차 서류 심사 ②2차 현지심사를 거쳐 식품청에 식품을 등록해야 함</li> <li>· 수입요건 확인 후 수입허가를 취득해야 함</li> </ul>	
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 싱가포르 수입신고는 온라인 신고가 가능함</li> <li>· 전자통관시스템(TradeNet)을 통해 온라인으로 신고할 수 있음</li> <li>· 컨테이너 화물과 비컨테이너 화물을 구분하여 수입신고함</li> <li>· 제출 서류는 다음과 같음</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;싱가포르 수입신고 제출서류&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>           ①상업송장            ②선하증권            ③포장 명세서            ④화물통관 허가서            ⑤원산지증명서(필요 시)            ⑥검역증명서(필요 시)         </td> </tr> </table>	①상업송장 ②선하증권 ③포장 명세서 ④화물통관 허가서 ⑤원산지증명서(필요 시) ⑥검역증명서(필요 시)
①상업송장 ②선하증권 ③포장 명세서 ④화물통관 허가서 ⑤원산지증명서(필요 시) ⑥검역증명서(필요 시)		
관세납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 일반적으로는 무관세가 적용되나 일부 항목에서의 관세 납부 필요</li> <li>· 일반적으로 주류 등을 제외한 식품에는 무관세가 적용되나, 상품 및 서비스세(GST)를 납부해야 함</li> <li>· Inter-Bank GIRO를 통해 싱가포르 세관에 납부함</li> </ul>	
수입검역	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 일반적으로 모든 식품이 수입검사 대상에 해당</li> <li>· 싱가포르 식품청의 온라인 시스템(SFA Inspection &amp; Laboratory e-services)을 통해 수</li> </ul>	

	<p>입식품 검사 신청이 가능함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품 검사 시 화물통관 허가증, 건강증명서 및 관련 서류, 검사 대상 제품 등을 제출해야 함</li> <li>· 검사 결과, 요건을 충족하지 못하는 제품은 반송 또는 폐기 처분되며 경우에 따라 수출이 중지될 수 있음</li> </ul> <p>● <b>싱가포르 식품청은 위생증명서 요구 등 품목별 수입 요건을 규정</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 육류의 경우 식품청이 승인한 국가 및 시설에서만 수입하고 있으며 육류 수입 시 수출국에서 발행한 위생증명서 첨부을 요구하고 있음</li> <li>· 난류의 경우 승인된 시설 및 농장에서 생산된 제품만 수입하며 수입일 7일 이내에 발급된 위생증명서 첨부을 요구함</li> <li>· 신선 농산물의 경우 금지된 농약을 사용하지 않아야 하며 국제식품규격위원회(CODEX)의 잔류물질허용 기준을 충족한 경우에만 수입 가능함</li> <li>· 식수, 유아용 시리얼 및 조제분유, 가공 과일 및 채소 등의 가공식품의 경우 수출국 식품 당국의 적절한 감독하에 제조되어야 하며 일부 품목의 경우 이를 증명하는 서류가 첨부되어야 함</li> <li>· 가공식품에 대해, 필요에 따라 HACCP 인증서, GMP 인증서, 위생증명서, 수출증명서, 제조공장 면허 등을 요구할 수 있음</li> </ul>
<p><b>물품 반출</b></p>	<p>● <b>검사 결과 이상이 없는 경우 반출 허가</b></p>

## ■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

### 4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 곡 류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수</li> <li>- 과실류 : 감(단감), 감귤, 밤, 복숭아, 배, 사과, 유자, 참다래, 포도, 망고</li> <li>- 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마, 감자</li> <li>- 종자류 : 가지, 고추, 당근, 무, 멜론, 브로콜리, 배추, 상추, 수박, 양배추, 양파, 오이, 참외, 토마토, 파, 호박</li> <li>- 버섯류 : 느타리, 만가닥, 송이, 새송이, 양송이, 영지, 표고, 팽이</li> <li>- 절화류 : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 심비디움, 장미, 카네이션, 튜립, 팔레놉시스</li> <li>- 화훼류 기타(재배매체 포함) : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 선인장(접목 선인장), 심비디움, 장미, 철쭉속, 카네이션, 튜립</li> <li>- 묘목류: 딸기묘</li> </ul>
-----	--

\*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

### 4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 주요 신선·건조 농산물 중 수출이 금지되어 있는 품목은 없음
-----	-------------------------------------

\*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

## 5.1 | 라벨링 제도

### 5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원재료명 · 순중량 · 원산지	· 수입업체 및 유통업체 정보 · 영양정보 · 사용방법 · 영양·건강 강조표시	· 기타
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>영어를 원칙으로 하며, 영어로 표기된 정보와 어긋나지 않고 규정을 위반하지 않는다면 외국어 병기가 가능함</li> </ul>	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품의 일반적인 이름 혹은 적절한 일반적인 이름을 사용할 수 없는 경우엔 소비자에게 정보 전달 목적으로 상품의 설명을 라벨에 명시해야 함(브랜드 이름, 상표 이름, 복잡한 이름, 판매 이름 혹은 영어가 아닌 이름은 상기 설명에 포함되지 않음)</li> </ul>	
	원재료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품에 사용된 모든 성분 목록은 중량 기준 내림차순으로 표기하며, 물은 포함되어있음을 나타낼 필요 없음</li> <li>성분명은 특징적인 이름 혹은 설명을 의미함</li> <li>두 가지 이상의 성분으로 만들어진 원재료가 포함되어 있을 경우, 해당 혼합물 혹은 부산물의 적절한 명칭을 표기해야 함</li> </ul>	
	순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품의 순중량은 절대값으로 표기하며, 액체 식품의 경우 ml, L를 이용한 부피, 고형 식품의 경우 g 또는 kg을 이용한 무게를 표기. 반고체·점성 식품의 경우엔 부피 혹은 무게 중 하나로 표현</li> <li>통조림과 같이 액체를 포장한 식품의 경우 순중량 및 배출된 식품 중량을 함께 표기</li> </ul>	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입 식품의 경우 제품의 원산지와 더불어 수출국의 식품사업체 이름과 주소를 반드시 표기</li> </ul>	
	수입업체 및 유통업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입 식품의 경우 현지 수입업체, 유통업체 혹은 대리인의 이름과 주소를 라벨에 반드시 표기</li> </ul>	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>'Use by', 'Expiry date', 'Best before' 혹은 'Sell by'로 표기</li> <li>최소 3mm 이상의 글씨로 영구적으로 표기 혹은 양각되어야 함</li> <li>부패하기 쉽거나 유통기한이 짧은 상품, 시간 경과에 따른 품질 변화 및 오염 가능성이 높은 제품 그리고 유아용 제품들에 한해 의무적으로 표기</li> </ul>	
	영양정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>영양·건강 강조표시 제품에 한해서, 100g(혹은 100ml) 또는 제품 1회 제공량당 영양소 함량에 대한 정보를 필수적으로 기입</li> <li>영양·건강 강조 표시의 대상이 되는 영양소 등에 관한 정보 표시</li> </ul>	
	사용방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전 포장제품의 조리법, 사용방법, 그림 및 설명을 라벨에 표기 가능</li> </ul>	
	기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>스티커 라벨은 제품에 단단히 부착되어 있으며 다른 필수 정보를 가리지 않는다면 허용됨. 단, 기존의 라벨과 다른 정보를 포함해선 안 되며, 유통기한을 변조하는 것은 금지됨</li> </ul>	

\*출처: KATI농식품수출정보

## 5.1.2 라벨링 예시

## 가공육류

라벨링 사진



표기항목	표기내용																																																														
명칭	Tender Chicken Breast		부드러운 닭가슴살																																																												
성분목록	-Chicken Breast -Seasoning Garlic & Rosemary(Maltodextrin, Starch, Garlic, Salt Sugar, Rosemary, Parsley Flakes, Yeast Extract, Modified Starch, Onion, Natural Ravcuring, Black Pepper, Paprika, INS 500(ii), INS 551, INS 415) -Modified Starch -Dextrose Monohydrate -Garlic Paste -Salt -Acidity Regulator(INS 262(i), INS365 INS 260) -Flavour Enhancer(NS 640) -Sugar -INS 621 -D-Xylose -INS 325 -INS 551		-닭가슴살 -간장 마늘과 로즈마리(말토덱스트린, 전분, 마늘 소금, 설탕, 로즈마리, 파슬리 플레이크, 효모 추출물, 변성 전분, 양파, 천연 케어링, 후추, 파프리카, INS 500(ii), INS 551, INS 415) -변성 전분 -감미료 -간장 페이스트 -소금 -산도 조절제(INS 262(i), INS365 INS 260) -감미료(NS 640) -설탕 -INS 621 -D 자일로스 -INS 325 -INS 551																																																												
순중량	90g																																																														
유통기한	Exp 09/08/2023		유통기한 2023년 8월 9일까지																																																												
보관방법	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Nutritional Information</th> </tr> <tr> <td colspan="3">Serving Package:1</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Serving Size: 90g(1 bag)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Per serving</td> <td>per 100g</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energy</td> <td>108kcal (412kJ)</td> <td>120kcal (504kJ)</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>20.8g</td> <td>23.1g</td> </tr> <tr> <td>Total fat</td> <td>2.0g</td> <td>2.2g</td> </tr> <tr> <td>-Saturated Fat</td> <td>0.6g</td> <td>0.7g</td> </tr> <tr> <td>-Trans fat</td> <td>0g</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol</td> <td>86mg</td> <td>95mg</td> </tr> </tbody> </table>		Nutritional Information			Serving Package:1			Serving Size: 90g(1 bag)				Per serving	per 100g	Energy	108kcal (412kJ)	120kcal (504kJ)	Protein	20.8g	23.1g	Total fat	2.0g	2.2g	-Saturated Fat	0.6g	0.7g	-Trans fat	0g	0g	Cholesterol	86mg	95mg	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">영양정보</th> </tr> <tr> <td colspan="3">제공 포장:1</td> </tr> <tr> <td colspan="3">제공량: 90g(1 bag)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1회 제공량당</td> <td>100g당</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>108kcal (412kJ)</td> <td>120kcal (504kJ)</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>20.8g</td> <td>23.1g</td> </tr> <tr> <td>총 지방</td> <td>2.0g</td> <td>2.2g</td> </tr> <tr> <td>-포화지방</td> <td>0.6g</td> <td>0.7g</td> </tr> <tr> <td>-트랜스지방</td> <td>0g</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>콜레스테롤</td> <td>86mg</td> <td>95mg</td> </tr> </tbody> </table>	영양정보			제공 포장:1			제공량: 90g(1 bag)				1회 제공량당	100g당	열량	108kcal (412kJ)	120kcal (504kJ)	단백질	20.8g	23.1g	총 지방	2.0g	2.2g	-포화지방	0.6g	0.7g	-트랜스지방	0g	0g	콜레스테롤	86mg	95mg
Nutritional Information																																																															
Serving Package:1																																																															
Serving Size: 90g(1 bag)																																																															
	Per serving	per 100g																																																													
Energy	108kcal (412kJ)	120kcal (504kJ)																																																													
Protein	20.8g	23.1g																																																													
Total fat	2.0g	2.2g																																																													
-Saturated Fat	0.6g	0.7g																																																													
-Trans fat	0g	0g																																																													
Cholesterol	86mg	95mg																																																													
영양정보																																																															
제공 포장:1																																																															
제공량: 90g(1 bag)																																																															
	1회 제공량당	100g당																																																													
열량	108kcal (412kJ)	120kcal (504kJ)																																																													
단백질	20.8g	23.1g																																																													
총 지방	2.0g	2.2g																																																													
-포화지방	0.6g	0.7g																																																													
-트랜스지방	0g	0g																																																													
콜레스테롤	86mg	95mg																																																													

	Carbohydrate	1.7g	1.9g	탄수화물	1.7g	1.9g
	-Total sugar	0g	0g	-총 당	0g	0g
	Dietary Fibre	1.2g	1.3g	식이섬유	1.2g	1.3g
	Sodium	355mg	394mg	나트륨	355mg	394mg
원산지	Country Origin: Product of Thailand			원산지: 태국		
제조회사	Produced By: BETAGRO MF DELI Co. Ltd			제조사: BETAGRO MF DELI Co. Ltd		
주소	333 Mu 5, Chong Sarika, Phatthananihom, Lopburi 1522C Thailand			333 Mu 5, Chong Sarika, Phatthananihom, Lopburi 1522C 태국		
수입·유통사	Imported By: CS Tay foods Pte Ltd			수입사: CS Tay foods Pte Ltd		
주소	64 Woodlands Terrace, Woodlands East Industrial Estate			64 Woodlands Terrace, Woodlands East Industrial Estate		
보관 방법	Storage Condition: Keep Refrigerator at 0-4°C			보관 시: 0-4°C에서 냉장 보관		

## ■ 5.2 | 인증제도

### ① MUIS 할랄 인증

싱가포르는 무슬림 인구의 안전한 할랄 식품 섭취를 위해 할랄 인증제도를 도입했다. 할랄 품질경영시스템(Hal-MQ)을 중심으로 할랄 식품에 대해 심사하고, 음식이나 식품관련 산업의 성격에 따라 7종류의 할랄 인증이 가능하다. MUIS에서 인증제도를 관리하며, 산하 Warees Halal기관에서 시험 및 인증서 발급의 실질적 업무를 담당하고 있다.

인증명	MUIS 할랄 인증	인증로고	
발행·검사기관	· 국내 인증대행기관 · Warees Halal	필수 여부	권장
목적	무슬림 인구의 안전한 할랄 식품 섭취를 위해 도입		
취득절차	온라인 신청 → 신청 수수료 지급 → 서류심사 및 현장 실사 → 승인 및 인증서 발급 → 정기 감사/사후관리		
필요서류	업체별로 상이		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

## ■ 5.3 | 통관거부사례

## ■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

### [규정·제도]

#### 비즉석섭취식품 기준 추가 개정안 공개(2024년 3월 4일 시행)

싱가포르 식품청(SFA)은 2023년 9월 4일 싱가포르 정부 관보에 비즉석섭취식품 미생물 표준에 관한 규정인 「2023년 식품(개정 3호) 규정」을 공개했다. 미생물적 기준을 준수해야 하는 식품의 범위를 확대하고 세부 규정을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98582](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98582)

### [규정·제도]

#### 2023년 7월 19일부터 한국산 가금류 및 가금류 제품 수입 재개

싱가포르 식품청(SFA)은 일시 수입 제한 조치를 적용했던 한국산 가금류 및 가금류 제품(달걀 포함)의 수입을 2023년 7월 19일부로 재개한다는 무역안내문을 게시했다. 이는 2022년 11월 7일 발표되었던 한국산 가금류 및 가금류 제품의 수입 제한 조치를 해제한 것이다. 이에 따라 한국은, 2023년 7월 19일 이후 생산된 가금류 및 가금류 제품(달걀 포함)을 싱가포르로 수출할 수 있다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98280](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98280)

### [규정·제도]

#### 영아용 곡류제품의 수입 전 규제조치에 대한 신규 자발적 계획 도입(2023년 3월 27일)

신규 자발적 계획(Voluntary Scheme)에 따른 수입업체는 수입 허가 신청 중 모든 화물에 대한 아플라톡신 B1 검사 관련 실험실 보고서 제출이 면제되었다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=97417&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97417&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun)

### [규정·제도]

#### 비즉석섭취식품의 미생물 기준을 변경하는 식품 규정 개정 초안 공개

싱가포르 식품청은 《식품 규정안(the Food Regulations)》 35조 미생물 기준(Microbiological standards) 조항에 비즉석섭취식품(Non-RTE)의 새로운 미생물 기준을 추가하는 《2023 식품 규정 개정 초안(비즉석섭취식품 미생물 기준)(Draft Food (Amendment No. Y) Regulations 2023 (Non-RTE Micro Standards))》을 공개했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=97281](http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97281)

**[규정·제도]****2023년 말부터 즉석제조음료에 적용되는 뉴트리그레이드(Nutri-Grade) 요건 확대**

싱가포르 보건부는 2023년 말부터 싱가포르의 특정 판매 환경에서의 즉석제조음료에 뉴트리그레이드(Nutri-Grade) 라벨링 요건 및 광고 금지 사항이 확대 적용될 예정이다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=97190&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97190&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun)

**[규정·제도]****유아용 시리얼 제품에 사전 수입 통제 조치 도입 예정**

싱가포르 식품청(SFA)은 수입 유아용 시리얼 제품의 사전 수입 통제 조치(pre-import control measures)로 공급업체 등록 관련 조치를 도입할 예정이라고 밝혔다. 사전 수입 통제 조치에 추가되는 공급업체 등록 관련 조치는 식품 안전 관리 및 보증 프로그램을 시행하는 식품 공급업체 (제조업체/생산업체)를 싱가포르 식품청에 등록하는 것으로, 해당 제도를 활용할 경우 아플라톡신 B1(Aflatoxin B1) 검사 보고서를 포함한 수입 허가 신청 서류를 제출하지 않아도 된다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96861](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96861)

**[위생·안전]****<식품 규정 2022(수의약품 잔류물)>의 개정 초안 공고**

싱가포르 식품청(SFA)은 《식품 규정 2022(수의약품 잔류물)(Food Regulations 2022(Veterinary drug residues))》의 일부 내용을 개정하는 초안을 공고했다. 해당 초안에는 “수의약품”의 정의 및 식품 내 잔류 수의약품에 대한 최대 잔류한계 기준(MRL) 설정, “항생제” 용어의 수정사항 및 “니신” 성분 조항의 변경 사항이 포함되어 있으며, 2023년 2월까지 이에 대한 의견을 수취했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96793](http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96793)

**[규정·제도]****한국의 일부 지역 가금류 및 가금류 제품 수입 잠정 중단**

싱가포르 식품청은 고병원성 조류인플루엔자 H5N1가 발생한 한국 일부 지역에서 생산된 가금류 및 가금류 제품의 수입을 2022년 10월 17일부터 잠정 중단한다고 발표했다.

## ▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96465&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96465&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun)

**[라벨링]****식품별 세부 라벨 표시 규정 삭제 제안**

싱가포르 식품청(SFA)은 <<식품 판매 규칙>>에서 식품 유형별 상세 라벨 표시 기준을 규정하는 '제품 식별 기준' 규정 항목(제5장 39조~260조)을 삭제하는 개정안을 공고했다. 해당 조치는 2단계로 진행되며, 1단계 조치사항은 2022년 4분기 이내에 완료될 예정이며 2단계는 2023년을 목표로 하고 있다.

## ▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96303&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96303&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun)

**[규정·제도]****식용 곤충의 수입 허용 및 수입 요건에 대한 의견 수렴 제안**

싱가포르 식품청(SFA)은 식용 곤충 및 사료용 곤충의 수입을 허용하고, 해당 제품의 수입 및 현지 생산/가공 요건에 대한 공개 의견 수렴안을 공고했다.

## ▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96304](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96304)

## 6.1 | 보고서 소개

싱가포르 식품시장은 2022년 약 114억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 3.8% 증가했다.

싱가포르의 식품 수입액은 약 167억 달러로, 말레이시아·프랑스·중국 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 15위를 차지했다. 주요 수입품은 ①포도즙 증류주 ②소의 지방 기타 ③조제식품으로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 2억 달러로 전년 대비 4.3% 감소했으며, 주요 수출품목은 ①동식물성 유지 기타 ②조제식품 기타 ③신선 딸기이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 95%, 온라인 유통채널은 5%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Sheng Siong ②FairPrice ③FairPrice Xtra, 온라인 유통채널의 경우 ①Shopee Marketplace ②Lazada Marketplace ③NTUC FairPrice로 나타났다.

그래프로 보는 싱가포르 식품시장

