

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-30
품목 | 단감(Persimmon)
HS CODE | 0810.70-1000
국가 | 싱가포르(Singapore)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

1. 싱가포르 단감 경쟁제품 선정	06
2. 싱가포르 단감 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 싱가포르 단감 경쟁제품 현지조사 결과	11

III. 경쟁기업

1. 싱가포르 단감 경쟁기업 선정	26
2. 싱가포르 단감 경쟁기업 현지화 분석 기준	27
3. 싱가포르 단감 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	29

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 페어 프라이스 탄종파가 플라자(FairPrice Tanjong Pagar Plaza)	35
2. 네이처스 글로리(Nature's Glory)	38
3. 리틀 팜스(Little Farms)	41



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 기업 마케팅 벤치마킹	50
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	51

※ 참고문헌	54
--------	----





HS CODE : 0810.70-1000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

싱가포르 단감 경쟁력분석

온라인 인기 제품

쇼피

라자다

페어 프라이스



퍼시몬 프롬 스페인



카키 퍼시몬



샤론 퍼시몬

프로스트 드롭 필드
퍼시몬 파이

퍼시몬 프롬 코리아



차이나 퍼시몬

오프라인 주요 경쟁제품

퍼시몬(시드리스) 백
(와카야마현 농협연합)샤로니 퍼시몬
(인터 테라 S.A.T)가격 9.90싱가포르달러
(10,201원)

중량 160g

'프리미엄 일본산 단감'

가격 11.95싱가포르달러
(12,313원)

중량 900g

'스페인산 대용량 제품'

경쟁기업 3개사 분석

와카야마현 농협연합

JA 아이치 미카와

인터 테라 S.A.T

포장 현지화 ○

포장 현지화 ○

포장 현지화 ①

홍보 현지화 ○

홍보 현지화 ○

홍보 현지화 ①

오프라인 매장 입점

오프라인 매장 입점

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ① 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ① 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

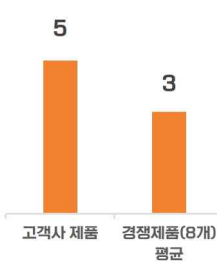
소비자가격

단위 : 싱가포르달러

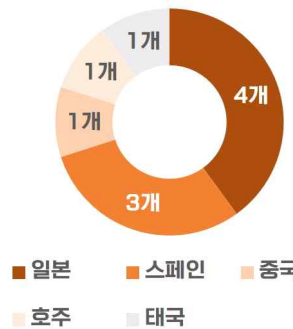


포장 수량

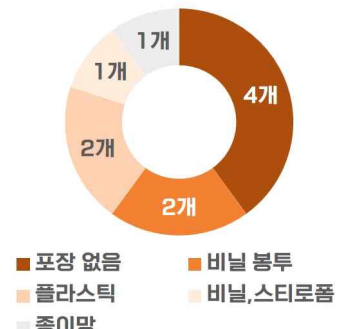
단위 : 개



원산지



포장 형태



요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격은 8.44싱가포르달러(8,696원)이며, 평균 포장 수량은 3개로 확인됨
- 2) 일본산 경쟁제품 4개 중 3개는 기타 표기사항으로 '항공 운송' 이라는 문구를 사용하여 신선도를 강조하였음

Point 02.

- 1) 바이어 인터뷰 수취 결과, 단감 1개의 적정 가격은 3~5싱가포르달러 수준이 적절할 것이라는 의견을 확인함
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 소비자들은 신선과일 구입 시 '풍부한 과즙'에 대한 선호도를 확인함

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 싱가포르 단감 경쟁제품 선정
2. 싱가포르 단감 경쟁제품 조사지표 선정
3. 싱가포르 단감 경쟁제품 현지조사 결과

1. 싱가포르 단감 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징	
제품명	단감
제품 종류	단감
소비자가격	(-)¹
중량	10kg/ 5개입 팩 포장
특징	한국의 경상남도 지역에서 주로 재배되는 한국산 단감. 과육이 단단하고 달콤한 맛

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 단감
 - 제품 종류: 단감
 - 중량: 10kg(5입팩 포장)
 - 특징: 과육이 단단하고 달콤한 맛

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 쇼피(Shopee)
 2. 라자다(Lazada)
 3. 페어 프라이스(Fair Price)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품 구매 순위 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 아시안마트, 슈퍼/ 하이퍼마켓
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 제품
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 기업 마케팅 벤치마킹
 - 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 해당 시즌의 시장가로 정해짐

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 단감 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 단감 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

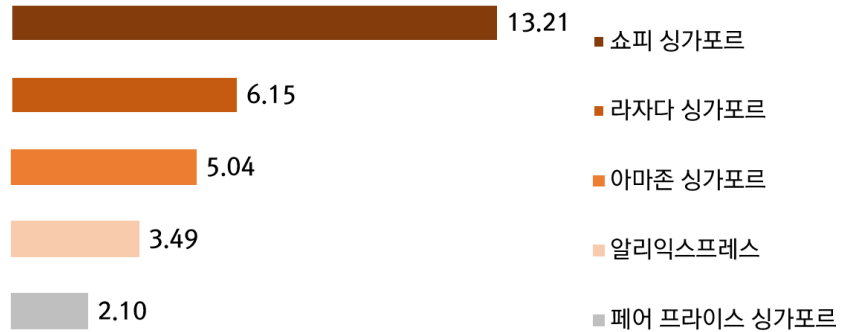
앞서 선정한 경쟁제품군 내 싱가포르 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 쇼피, 라자다, 페어 프라이스 모두 스페인산 감 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

싱가포르 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 쇼피	건강, 뷰티, 생활용품, 식품, 전자제품 등
 라자다	전자제품, 생활용품 패션, 건강, 액세서리, 식품 등
 페어 프라이스	식품, 음료, 주류, 즉석식품, 소스류 등

[표 2.1] 2024년 싱가포르 인기 온라인 쇼핑몰 방문자 수

(단위: 백만)



자료: 스탯ISTA(Statista)

[표 2.2] 싱가포르 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

쇼피 입점 상위 3개 제품 리스트(판매 순위 기준)²⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	감	프루트라이브 (Fruit Alive)	퍼시몬 프롬 스페인 (Persimmon From Spain)	스페인	12.80싱가포르달러 (13,189원 ³⁾)	(-)	
2	감	(-)	프로스트 드롭 필드 퍼시몬 파이 (Frost Drop Filled Persimmon Pie)	(-)	13.57싱가포르달러 (13,982원)	1kg	
3	감	(-)	드라이드 스위트 퍼시몬 (Dried Sweet Persimmon)	한국	24.72싱가포르달러 (25,471원)	70g*5팩	

2) 조사일(2024.11.06) 기준

3) 1싱가포르달러=1,030.37원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 싱가포르 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

라자다 입점 상위 3개 제품 리스트(관련성 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	감	(-)	카키 퍼시몬 (Kaki Persimmons)	스페인	7.95싱가포르달러 (8,191원)	450g	
2	감	프루탈라이브 (Fruit Alive)	퍼시몬 프롬 코리아 (Persimmon From Korea)	한국	8.28싱가포르달러 (8,531원)	5개	
3	감	프루탈라이브 (Fruit Alive)	스페인 퍼시몬 기프트 박스 (Spain Persimmon Gift Box)	스페인	24.80싱가포르달러 (25,553원)	6개	
페어 프라이스 입점 상위 3개 제품 리스트(관련성 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	감	샤로니 (Sharoni)	샤론 퍼시몬 (Sharon persimmon)	스페인	11.95싱가포르달러 (원)	(-)	
2	감	SLH	차이나 퍼시몬 (China Persimmon)	중국	5.00싱가포르달러 (12,313원)	(-)	
3	감	SLH	스페인 퍼시몬 (Spain Persimmon)	스페인	4.50싱가포르달러 (4,637원)	(-)	

자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 페어 프라이스(FairPrice) 홈페이지
 사진 자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 페어 프라이스(FairPrice) 홈페이지

4) 조사일(2024.11.06) 기준

5) 조사일(2024.11.06) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 싱가포르 정보⁶⁾

인구	566만 명
면적	719km ²
인구밀도	7,873명/km ²

▶ 싱가포르, 방문지역으로 선정

싱가포르는 지리적으로 동남아시아에 속하지만, 동남아시아 국가에 비해 경제적으로 월등히 발달함. 다민족성을 띄고, 중국계 싱가포르인이 인구 대다수를 차지하는 중화권 국가이면서 제도적으로는 영미권에 속하는 독특한 특징을 가짐. 동남아, 서남아, 중동을 잇는 지리적 요충지로 한국과 교역·투자·건설 부문에서 긴밀한 경제협력 관계를 유지하고 있음. 작은 국토와 도시국가 특성으로 서비스업이 싱가포르 GDP의 75% 이상을 차지하며 식품, 소비재 등은 주로 해외에서 수입함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 아시안마트

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 아시안마트를 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 싱가포르 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼/슈퍼마켓	자이언트(Giant), 페어 프라이스(Fair Price), 페어 프라이스 엑스트라(Fair Price Xtra), 쉹시옹(Sheng Siong), 힐뷰 마켓 플레이스(Hillview Market Place), 콜드 스토리지(Cold Storage)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 치어스(Cheers), 아이콘(IEcon)
아시안/한인마트	돈 돈 돈키(Don Don Donki), 고려 마트(Koryo Mart), 케이마켓(K-Market), 샤인 코리아 슈퍼마켓(Shine Korea Supermarket)
온라인	쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 쿠팡(Qoo10), 아마존(Amazon), 페어 프라이스(FairPrice)

고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 외교부

2. 싱가포르 단감 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*)돈 돈 돈키, 페어 프라이스, 생시웅, 페어 프라이스 엑스트라, 힐부 마켓 플레이스
- 단감: 아삭하고 달콤한 맛이 특징인 감으로, 뚝은맛이 없어 후속 없이 바로 먹을 수 있는 품종을 의미함. 푸유(Fuyu), 로조 브릴리언트(Rofo Brillante)와 같은 품종이 있음
- 신선과일: 본 보고서에서 언급된 신선과일은 단감을 제외한 나머지 모든 종류의 생과실을 의미함

▶ 싱가포르 단감 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 싱가포르 단감 경쟁제품 조사지표 선정

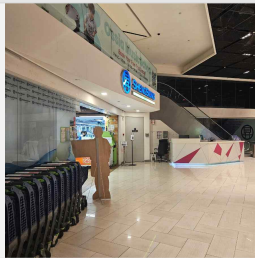
조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명	제품명	제품의 한국어, 원어 명칭
제조사	제조사	제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류	제품 종류	단감 또는 신선과일
중량/개수	중량(g)/개수	제품의 포장 단위
가격	소비자가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격/1개당 가격	제품의 100g당 가격/제품 1개당 가격
원산지	원산지	제품의 원산지
포장 형태	포장 형태	제품의 포장
기타 표기사항	기타 표기사항	제품의 기타 표기사항
수입자	수입자	제품의 수입자
홍보문구	홍보문구	제품 포장지에 표기된 홍보문구
원료 및 첨가물	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

3. 싱가포르 단감 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 싱가포르에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 아시안마트

싱가포르에 위치한 아시안마트인 돈 돈 돈키, 슈퍼마켓인 페어 프라이스와 쉹시옹, 하이퍼마켓인 페어 프라이스 엑스트라와 힐뷰 마켓 플레이스에 방문함. 돈 돈 돈키는 주로 대형 쇼핑몰에 입점해 있는 아시안마트 체인이며, 페어 프라이스는 싱가포르의 최대 매장을 보유한 슈퍼마켓 체인 브랜드임. 쉹시옹은 비교적 작은 규모의 매장을 운영하는 슈퍼마켓 체인이며, 페어 프라이스 엑스트라는 하이퍼마켓 체인 브랜드로 대형 쇼핑몰에 위치해 있음. 힐뷰 마켓 플레이스는 프리미엄 하이퍼마켓 체인임

[표 2.5] 싱가포르 방문 매장 및 특징

방문 매장명	돈 돈 돈키 (Don Don Donki)	페어 프라이스 (Fair Price)	셹시옹 (Sheng Shiong)
방문 매장 전경			
구분	아시안마트	슈퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	3개	2개	3개
조사 매장 특징	- 일본 브랜드를 주로 취급하는 아시안마트 체인 - 싱가포르에 16개 매장 운영	- 싱가포르 최대 슈퍼마켓 체인 - 싱가포르에 100개 이상의 매장 보유	- 싱가포르의 24시간 운영 슈퍼마켓 체인 - 싱가포르에 74개의 매장 운영
방문 매장명	페어 프라이스 엑스트라 (Fair Price Xtra)		힐뷰 마켓 플레이스 (Hillview Market Place)
방문 매장 전경			
구분	하이퍼마켓		하이퍼마켓
조사 제품 수	1개		1개
조사 매장 특징	- 페어 프라이스 그룹에서 운영하는 하이퍼마켓 체인 브랜드 - 싱가포르에 9개 매장 운영		- 싱가포르의 프리미엄 하이퍼마켓 체인 - 고급 식료품을 주로 취급

▶ 경쟁제품, 10개 중 1개 제품만 복수 매장에서 판매

돈 돈 돈키, 페어 프라이스, 쟁시옹, 페어 프라이스 엑스트라, 힐뷰 마켓 플레이스 총 5개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 단감 경쟁제품 10개 중 1개 제품만 페어 프라이스와 페어 프라이스 엑스트라에서 중복 판매되고 있으며, 나머지 9개 제품은 개별 매장에서만 판매되고 있는 것으로 확인됨. 또한 10개 중 1개의 제품은 온라인 매장에서도 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

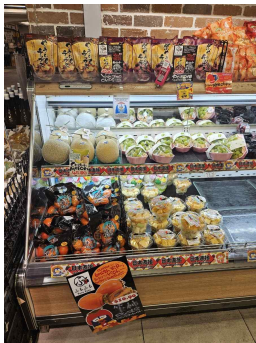
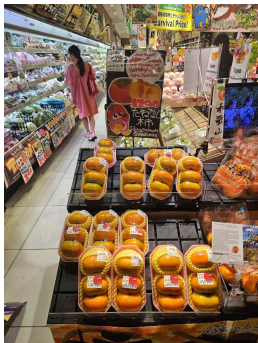
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	갑	신선과일
① 퍼시몬 (-)	○ (돈 돈 돈키)	(-)	○	
② 퍼시몬(시드리스)백 (와카야마현 농협연합)	○ (돈 돈 돈키)	(-)	○	
③ 퍼시몬(푸데가키) (JA 아이치 미카와)	○ (돈 돈 돈키)	(-)	○	
④ 재팬 퍼시몬 (-)	○ (페어 프라이스)	(-)	○	
⑤ 스페인 카키 퍼시몬 (-)	○ (페어 프라이스, 페어 프라이스 엑스트라)	(-)	○	
⑥ 차이나 푸유 퍼시몬 (-)	○ (쟁시옹)	(-)	○	
⑦ 샤로니 퍼시몬 (인터 테라 S.A.T)	○ (페어 프라이스 엑스트라)	○ (라자다, 페어 프라이스)	○	
⑧ 카키 퍼시몬 (-)	○ (힐뷰 마켓 플레이스)	(-)	○	
⑨ 타일랜드 수수 망고 (-)	○ (쟁시옹)	(-)		○
⑩ 망고 (-)	○ (쟁시옹)	(-)		○

(*) 현지 판매 단감 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 돈 돈 돈키(Don Don Donki)

매장 정보

- 유형: 아시안마트
- 판매 제품 특징:
생활용품, 식품, 음료, 주류,
위생용품, 화장품, 장난감 등의
제품 판매
- 매장 주변 특징:
대형쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보			돈 돈 돈키는 일본의 글로벌 리테일 기업 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트의 해외 진출 브랜드로, 주로 일본에서 생산되거나 일본 시장을 위해 디자인된 제품을 판매하고 있음. 싱가포르에 16개의 매장을 운영하고 있으며, 주로 대형 쇼핑몰에 입점해 있음	
	조사 제품 수: 4개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	싱가포르	
		상세주소	181 Orchard Road, Orchard Central, #B2 01-10/30/43 & #B1 15-29/K7/K8, Singapore 238896	
매장 내부				
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
진열 방식		과일 제품군 그룹 진열		
상·하단 제품 구성		상·하단: 멜론, 포도, 감 등		
제품 판매 정보				
	퍼시몬 (-)	퍼시몬(시드리스)백 (와카야마현 농협연합)	퍼시몬(푸데가키) (JA 아이치 미카와)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① 돈 돈 돈키(Don Don Donki)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	퍼시몬 (Persimmon)	퍼시몬(시드리스)백 (Persimmon (Seedless) Bag)
제조사 (현지어)	(-)	와카야마현 농협연합 (和歌山県農協連)
제품 종류	감	감
중량/개수	3개	160g
소비자가격	12.90싱가포르달러 (13,292원)	9.90싱가포르달러 (10,201원)
100g당 가격/ 1개당 가격	4.30싱가포르달러 (4,431원)	6.19싱가포르달러 (6,375원)
원산지	일본	일본
포장 형태	비닐, 스티로폼/과일망	비닐 봉투
기타 표기사항	일본에서 항공 운송된	와카야마현산
수입자	Pan Pacific Retail Management (Singapore) Pte Ltd	Pan Pacific Retail Management (Singapore) Pte Ltd
홍보문구	꿀처럼 달콤하고 매우 맛있다는 평가를 받습니다.	뷰티 앤 헬스. 와카야마현의 씨 없는 감으로 가을의 피로를 이겨내세요.
원료 및 첨가물	감	감

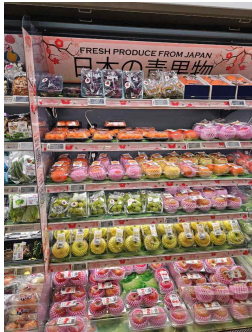
Shop ① 돈 돈 돈키(Don Don Donki)

	경쟁제품 ③
제품 사진	
제품명 (현지어)	퍼시몬(푸데가키) (Persimmon(Fudegaki))
제조사 (현지어)	JA 아이치 미카와 (JA아이치三河)
제품 종류	감
중량/개수	5개
소비자가격	10.90싱가포르달러 (11,231원)
100g당 가격/ 1개당 가격	2.18싱가포르달러 (2,246원)
원산지	일본
포장 형태	비닐 봉투
기타 표기사항	아이치현산, 일본에서 항공 운송된
수입자	Pan Pacific Retail Management (Singapore) Pte Ltd
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	감

Shop ② 페어 프라이스(Fair Price)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식품, 미용, 건강, 가정용품
등을 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			페어 프라이스는 페어 프라이스 그룹에서 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로, 싱가포르에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인임. 편의점, 약국, 프리미엄 마켓 등 다양한 형태의 매장을 운영하고 있음. 페어 프라이스 슈퍼마켓의 경우 싱가포르에 100개 이상의 매장이 있음
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	싱가포르
		상세주소	1 Jln Anak Bukit, #B1-01 & #B2-01, Bukit Timah Plaza, 1 Jln Anak Bukit, Singapore 588996
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	과일 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 포도, 감, 사과 등	
제품 판매 정보			
	재팬 퍼시몬 (-)		스페인 카키 퍼시몬 (-)

사진자료: 현지조사원 자료

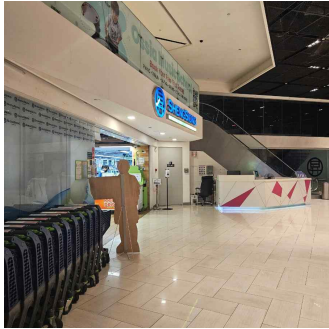
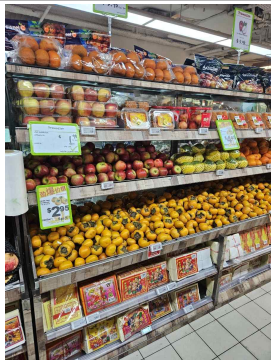
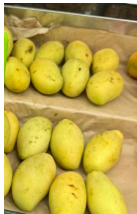
Shop ② 페어 프라이스(Fair Price)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진		
제품명 (현지어)	재팬 편시몬 (Japan Persimmon)	스페인 카키 퍼시몬 (Spain Kaki Persimmon)
제조사 (현지어)	(-)	(-)
제품 종류	감	감
중량/개수	2개	2개
소비자가격	14.90싱가포르달러 (15,353원)	5.95싱가포르달러 (6,131원)
100g당 가격/ 1개당 가격	7.45싱가포르달러 (7,676원)	2.98싱가포르달러 (3,065원)
원산지	일본	스페인
포장 형태	플라스틱	(-)
기타 표기사항	일본에서 항공 운송된, Japan's Gourmet	(-)
수입자	Ban Choon Marketing Pte Ltd	(-)
홍보문구	일본의 미식	가격을 낮춤, 바로 구매하세요.
원료 및 첨가물	감	감

Shop ③ 생시옹(Sheng siong)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 수산물,
음료, 생활용품 등의 제품 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			생시옹은 생시옹 슈퍼마켓 Pte Ltd에서 운영하는 마켓 브랜드로, 뛰어난 품질의 제품을 합리적인 가격에 제공하고 있음. 다양한 자체 브랜드 제품군을 보유하고 있으며, 현재 싱가포르에 74개의 매장을 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 3개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	싱가포르	
		상세주소	1 Woodlands Rd, #01-07 Junction 10, Singapore 677899	
매장 내부				
매대 분석	매대 분류		복도식 매대	
	진열 방식		과일 제품군	
	상·하단 제품 구성		상단·하단: 망고, 리치, 감, 사과 등	
제품 판매 정보				
	차이나 푸유 퍼시몬 (-)		타일랜드 수수 망고 (-)	망고 (-)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 생시옹(Sheng siong)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진		
제품명 (현지어)	차이나 푸유 퍼시몬 (China Fuyu Persimmon)	타일랜드 수수 망고 (Thailand Susu Mango)
제조사 (현지어)	(-)	(-)
제품 종류	감	신선과일
중량/개수	5개	1개
소비자가격	1.95싱가포르달러 (2,009원)	5.95싱가포르달러 (6,131원)
100g당 가격/ 1개당 가격	0.39싱가포르달러 (402원)	5.95싱가포르달러 (6,131원)
원산지	중국	호주
포장 형태	(-)	(-)
기타 표기사항	(-)	(-)
수입자	(-)	(-)
홍보문구	특가	특가
원료 및 첨가물	감	망고

Shop ③ 생시옹(Sheng siong)

	경쟁제품 ⑧
제품 사진	
제품명 (현지어)	망고 (Mango)
제조사 (현지어)	(-)
제품 종류	신선과일
중량/개수	5개
소비자가격	2.50싱가포르달러 (2,576원)
100g당 가격/ 1개당 가격	0.50싱가포르달러 (515원)
원산지	태국
포장 형태	(-)
기타 표기사항	(-)
수입자	(-)
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	망고

Shop ④ 페어 프라이스 엑스트라(Fair Price Xtra)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식품, 음료, 전자제품,
생활용품, 패션 등의 제품 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보			페어 프라이스 엑스트라는 페어 프라이스 그룹에서 운영하는 하이퍼마켓 체인 브랜드로, 일반 슈퍼마켓과 홈마트를 하나로 합친 매장임. 일반 슈퍼마켓에서 판매하는 품목 외에 전자제품과 의류, 가정용품 등의 품목을 취급하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	싱가포르
		상세주소	50 Jurong Gateway Road, #B1-21/22 & #B3-01, 50 Jurong Gateway Rd, Jem, Singapore 608549
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	과일 제품군	
	상·하단 제품 구성	상단·하단: 망고, 리치, 감 등	
제품 판매 정보			
	샤로니 퍼시몬 (인터 테라 S.A.T)		

사진자료: 현지조사원 자료

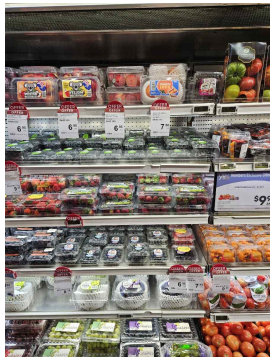
Shop ④ 페어 프라이스 엑스트라(Fair Price Xtra)

	경쟁제품 ⑨
제품 사진	
제품명 (현지어)	샤로니 퍼시몬 (Sharoni Persimmon)
제조사 (현지어)	인터 테라 S.A.T (Inter Terra S.A.T)
제품 종류	감
중량/개수	900g
소비자가격	11.95싱가포르달러 (12,313원)
100g당 가격/ 1개당 가격	1.33싱가포르달러 (1,368원)
원산지	스페인
포장 형태	종이 박스
기타 표기사항	1등급
수입자	(-)
홍보문구	달고 씨가 없습니다.
원료 및 첨가물	감

Shop ⑤ 힐뷰 마켓 플레이스(Hillview Market Place)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 수산물,
음료, 육류 등의 제품 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			힐뷰 마켓 플레이스는 싱가포르의 프리미엄 슈퍼마켓인 마켓 플레이스의 하이퍼마켓 버전임. 프리미엄 등급의 육류 및 국제 와인 컬렉션 등 세계 각국의 고급 식료품을 주로 취급하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	싱가포르 4 Hillview Rise, #02 - 07, Singapore 667979
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	과일 제품군	
	상·하단 제품 구성	상단·하단: 포도, 딸기, 블루베리, 토마토 등	
제품 판매 정보			
	카키 퍼시몬 (-)		

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ⑤ 힐뷰 마켓 플레이스(Hillview Market Place)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	카키 퍼시몬 (Kaki Persimmon)
제조사 (현지어)	(-)
제품 종류	감
중량/개수	2개
소비자가격	7.50싱가포르달러 (7,728원)
100g당 가격/ 1개당 가격	3.75싱가포르달러 (3,864원)
원산지	스페인
포장 형태	플라스틱
기타 표기사항	(-)
수입자	Eastern Green Marketing Pte Ltd
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	감

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



1. 싱가포르 단감 경쟁기업 선정
2. 싱가포르 단감 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 싱가포르 단감 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 싱가포르 단감 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 기업 3개사 선정

대표 경쟁기업으로 싱가포르 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 기업 3개사를 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 52년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 와카야마현 농협연합은 1951년에 설립되어 가장 오래된 73년의 업력을 보유하고 있음. JA 아이치 미카와는 2007년 설립 이후 17년째 사업을 이어오고 있으며 인터 테라 S.A.T는 1958년 설립되어 66년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 감 및 기타 신선과일 품목 종류 조사

싱가포르에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 과일 품목 수를 조사한 결과, 와카야마현 농협연합이 총 7개로 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 JA 아이치 미카와가 6개, 인터 테라 S.A.T가 3개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 단감 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
와카야마현 농협연합	일본	73년	7개
JA 아이치 미카와	일본	17년	6개
인터 테라 S.A.T	스페인	66년	3개

자료: 싱가포르 진출 단감 경쟁기업 3개사 분석

2. 싱가포르 단감 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	23년도 기업 매출액
	직원 수
	23년도 기업 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	신선 감, 기타 신선과일 제품군

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	돈 돈 돈키, 페어 프라이스, 생시옹, 페어 프라이스 엑스트라, 힐뷰 마켓플레이스
온라인	쇼피, 라자다, 페어 프라이스

3. 싱가포르 단감 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 싱가포르 오프라인 매장 진출

싱가포르에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 와카야마현 농협연합과 JA 아이치 미카와는 돈 돈 돈키 한 곳에 진출했으며, 인터 테라 S.A.T의 제품은 페어 프라이스 엑스트라 한 곳에 진출해있음. 또한, 인터 테라 S.A.T는 싱가포르 인기 온라인 쇼핑몰인 라자다와 페어 프라이스에도 입점하여 제품을 유통하고 있음

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지를 활용한 마케팅 진행

싱가포르 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 인터 테라 S.A.T는 스페인 계정의 페이스북과 인스타그램을 운영하며 활발하게 온라인 마케팅을 이어가고 있음. 3개사 모두 싱가포르 대상 홈페이지 또는 SNS를 별도로 운영하지는 않고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 원산지를 강조

싱가포르 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원산지를 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. ‘와카야마현산’, ‘아이치현산’, ‘일본에서 항공 운송된’ 등의 수식어가 사용됨. 또한, ‘달고 씨가 없습니다.’, ‘독특한 식감과 뛰어난 풍미’와 같이 제품의 맛과 식감을 설명하는 문구를 활용하여 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 싱가포르 단감 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
와카야마현 농협연합	- 오프라인 매장 - 돈 돈 돈키	자사 홈페이지 (일본)	- 와카야마현의 씨 없는 감으로 가을의 피로를 이겨내세요 - 뷰티 앤 헬스 - 와카야마현산	
JA 아이치 마카와	- 오프라인 매장 - 돈 돈 돈키	자사 홈페이지 (일본)	- 아이치현산 - 일본에서 항공 운송된	
인터 테라 S.A.T	- 오프라인 매장 - 페어 프라이스 엑스트라 - 온라인 매장 - 라자다 - 페어 프라이스	- 자사 홈페이지 (스페인/글로벌) - SNS 플랫폼 (스페인) - 페이스북 - 인스타그램	- 1등급 - 달고 씨가 없습니다. - 독특한 식감과 뛰어난 풍미	

자료: 싱가포르 진출 단감 경쟁기업 3개사 분석

① 와카야마현 농협연합

기업 기본 정보	기업명	와카야마현 농협연합		
	기업 설명	와카야마현 농협연합은 일본에서 반수율이 높은 지역인 와카야마현에서 귤, 감, 복숭아 등의 과실과 여러 채소를 재배하는 농업 협동 조합으로, 식품 연구소와 물류센터, 농산물 가공연구소 등을 직접 운영하고 있음		
	위치	〒640-8331 和歌山市美園町五丁目1番地の1 和歌山県JAビル		
	규모	동일 품목 수	7개	
		설립연도	1951년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 돈 돈 돈키		제품명	퍼시몬(시드리스) 백 (Persimmon(Seedless) Bag)
			중량	160g
			소비자가격	9.90싱가포르달러 (10,201원 ⁷⁾)
			제품 종류	감
현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본)		
	게시 주기	(－)		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 레시피 안내, 재배 품종 정보 소개 등		

사진자료: 현지조사원 자료

7) 1싱가포르달러=1,030.37원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

② JA 아이치 미카와

기업 기본 정보	기업명	JA 아이치 미카와		
	기업 설명	JA 아이치 미카와는 일본 아이치현의 오카자키시에서 쌀, 보리 등의 곡물과 딸기, 포도, 감 등의 과실, 장미 등의 화훼를 재배하여 유통하는 농업협동 조합임. 오카자키시의 농업의 유지 및 진흥을 도모해 지역 산업을 성장시키고 있음		
	위치	〒444-0213 愛知県岡崎市坂左右町字葦ノ部18番地1		
	규모	동일 품목 수	6개	
설립연도		2007년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 돈 돈 돈키		제품명	퍼시몬(푸데가키) (Persimmon(Fudegaki))
			중량	5개
			소비자가격	10.90싱가포르달러 (11,231원)
			제품 종류	감
현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용 경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	
	홍보 현지화	○ (하)		
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본)		
	게시 주기	(-)		
	게시물 유형	기업 소개, 사업 안내, 구매처 안내, 지역 농산물 소개 등		

사진자료: 현지조사원 자료

③ 인터 테라 S.A.T

기업 기본 정보	기업명	인터 테라 S.A.T		
	기업 설명	인터 테라 S.A.T는 스페인의 고품질 과일 유통업체로, 스페인 최초로 베리류를 재배하여 농업 부문에서 입지를 다짐. 1980년부터 감 재배를 시작하였으며, 타사와 차별화 되는 맛과 식감으로 시장을 개척해 나감. Sharoni와 Medina 2개의 브랜드를 보유하고 있음		
	위치	Ctra. Huelva-Ayamonte, Km 122,7 21440 Lepe · Huelva, Spain		
	규모	동일 품목 수	3개	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 페어 프라이스 엑스트라 〈온라인 매장〉 라자다 페어 프라이스		제품명	샤로니 퍼시몬 (Sharoni Persimmon)
			중량	900g
			소비자가격	11.95달러 (12,313원)
			제품 종류	감
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(스페인/글로벌), 페이스북/인스타그램(스페인)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 재배 품종 관련 정보 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 페어 프라이스 탄종파가 플라자(FairPrice Tanjong Pagar Plaza)
2. 네이처스 글로리(Nature's Glory)
3. 리틀 팜스(Little Farms)

Interview ①

8)



페어 프라이스 탄종파가 플라자 (FairPrice Tanjong Pagar Plaza) Manager

페어 프라이스
탄종파가 플라자
(FairPrice Tanjong
Pagar Plaza)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1973년에 설립된 슈퍼마켓으로 다양한 식료품을 취급하고 있음
 - 인도네시아, 미국, 태국, 중국 등에서 수입한 제품을 판매하고 있음

담당자 정보

Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	시장가
중량	10kg/ 5개입 팩 포장
인증	Global GAP 등
마케팅 슬로건	한국산 감만의 특별한 맛

Q1. 현지에서 인기있는 단감 또는 단감과 유사한 인기과일의 가격, 원산지, 홍보문구 등을 비교하여 고객사 제품에 대해 피드백해주세요.

현지에서는 파파야나 망고 같은 과일이 한국산, 일본산 감과 비교하였을 때 매우 저렴합니다. 이 과일들의 가격은 5싱가포르달러(5,152원⁹⁾)에서 6싱가포르달러(6,182원) 사이에 형성되어 있습니다. 반면, 서양산 감은 5싱가포르달러(5,152원)에서 8싱가포르달러(8,243원)대에 가격이 형성되어 있습니다. 홍보문구로는 “한국 프리미엄 감으로 하루를 달콤하게!”라는 슬로건을 사용하여 소비자에게 제품을 홍보할 수 있습니다. 가격대는 4싱가포르달러(4,121원)에서 6싱가포르달러(6,182원)사이로 책정하는 것이 좋으며, 한국산임을 강조하고 종이 상자 포장을 계속 사용하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q2. 현지에서 인기있는 단감 또는 유사 인기과일의 포장 형태와 소비자들이 선호하는 포장 규격, 형식이 있나요?

플라스틱 트레이는 과일을 보호하면서도 내용물을 쉽게 확인할 수 있어 매우 편리합니다. 이 용기는 과일의 신선도 유지에도 효과적이며, 환기 구멍이 있어 포장 내부의 수분 축적을 방지해 많은 소비자가 선호하는 방식입니다.

8) 사진자료: 페어 프라이스 탄종파가 플라자(FairPrice Tanjong Pagar Plaza) 공식 홈페이지

9) 1싱가포르달러=1,030.37원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 단감 또는 유사 인기과일을 판매하는 다양한 종류의 매장이 있는데, 매장마다 다른 판매 방식과 단감 및 기타 과일 진열 방식에 대해 알려주세요.

하이퍼마켓에서는 주로 감과 같은 다양한 과일을 무게 단위나 개별로 구매할 수 있으며, 프로모션 할인, 멤버십 카드 혜택, 대량 구매 시 할인 등이 제공됩니다. 과일은 대형 바구니나 선반에 진열되며, 잘 익은 감은 다른 이국적인 과일과 함께 놓이고, 가격이 잘 보이는 표지판이 설치됩니다. 계절 과일을 돋보이게 전시하는 방식은 소비자의 관심을 끌기에 효과적입니다. 슈퍼마켓에서도 유사한 판매 방식이 적용되며, 유기농 또는 수입 과일을 계절 특별 상품이나 패키지로 제공하기도 합니다. 감은 냉장 진열대나 상품 테이블에 배치되며, 치즈나 견과류처럼 궁합이 좋은 제품과 함께 진열해 소비자들이 두 제품을 함께 구매하도록 유도할 수 있습니다. 이러한 진열 방식은 감과 같은 계절 과일의 매력을 극대화하고 고객의 주의를 끄는 데 효과적입니다.

Q4. 현지에서 한국 신선과일 또는 신선식품에 대한 소비자들의 인식은 어떠한가요?

한국산 과일은 고품질이라는 인식이 있으며, 특히 단감과 딸기는 엄격한 농업 규제와 신선도 중심의 생산 방식 덕분에 최고 품질로 평가받고 있습니다. 많은 한국산 과일은 밝고 선명한 색감이 특징이며, 이러한 매력적인 외관이 소비자들을 끌어들이는 주요 요인이 됩니다.

Q5. 현지에서 주요 단감 소비층의 나이대와 소득 수준은 어떠한가요?

20대에서 35세 사이의 소비자들은 일반적으로 건강에 관심이 많고 다양한 과일을 경험하는 것을 즐깁니다. 이 소비자들의 소득 수준은 주로 중간 층에 속해 비교적 부담 없이 단감을 구매할 수 있습니다.

Q6. 현지 소비자들이 실제로 구매할 가능성이 높은 단감의 적정 가격대는 어느 정도인가요?

싱가포르에서 단감 한 개의 가격은 보통 크기와 종류에 따라 2싱가포르달러(2,061원)에서 5싱가포르달러(5,152원) 사이에 형성됩니다. 따라서 고객사 제품도 판매 촉진을 위해 가격을 3싱가포르달러(3,091원)에서 4싱가포르달러(4,121원) 수준으로 저렴하게 설정한다면 더 많은 소비자를 유치할 수 있을 것입니다.

Q7. 바이어, 유통업체 입장에서 구매 시 주요 고려요인과 고객사 제품이 추가로 받으면 판매에 도움이 될 인 증은 무엇이 있나요?

바이어와 유통업체는 품질을 최우선으로 고려합니다. 수입 과일은 완벽한 맛, 식감, 외관을 갖춘 우수한 품질이어야 하며, 유통업체들은 과일의 숙성도, 색상의 균일함 등 전반적인 상태를 평가합니다. 또한 건강을 중시하는 소비자가 늘면서 유기농 인증에 대한 수요도 증가하여, 이것이 제품의 매력을 높이는 중요한 요소로 자리 잡고 있습니다.

Interview ②

10)



네이처스 글로리(Nature's Glory) Seller Manager

네이처스 글로리 (Nature's Glory)

- 유형: 유기농 매장
- 업체 특징:
 - 2005년에 설립된 유기농 매장으로 식료품을 취급하고 있음
 - 뉴질랜드, 일본, 태국, 중국에서 수입한 제품을 판매하고 있음

담당자 정보

Seller Manager

고객사 제품 정보

소비자기격	시장가
중량	10kg/ 5개입 팩 포장
인증	Global GAP 등
마케팅 슬로건	한국산 감만의 특별한 맛

Q1. 현지에서 인기있는 단감 또는 단감과 유사한 인기과일의 가격, 원산지, 홍보문구 등을 비교하여 고객사 제품에 대해 피드백해주세요.

한국산 감은 풍부한 단맛과 뛰어난 풍미로 아직 경험하지 못한 잠재 고객을 쉽게 확보할 수 있는 경쟁력을 지니고 있습니다. 또한 한국산 감임을 강조함으로써 품질에 대한 신뢰를 강화하는 것도 좋은 전략이 될 수 있습니다. 이를 위해 홍보 문구로는 “한국산 감: 자연이 선사한 달콤함, 풍미와 영양이 가득!”을 추천드립니다. 3싱가포르달러(3,091원)에서 5싱가포르달러(5,152원) 사이로 설정하면 가격에 민감한 소비자들을 효과적으로 끌어들이 수 있을 것입니다. 다만, 서양산 감이 4싱가포르달러(4,121원)에서 8싱가포르달러(8,243원)에 판매되는 점을 고려할 때, 한국산 감을 이와 비슷하게 약간 높은 가격대로 책정하는 전략도 검토할 수 있습니다.

Q2. 현지에서 인기있는 단감 또는 유사 인기과일의 포장 형태와 소비자들이 선호하는 포장 규격, 형식이 있나요?

단감 포장에는 선호되는 유형과 형식이 있으며, 그 중 특히 환경친화적인 포장이 인기를 끌고 있습니다. 현지에서는 생분해, 퇴비화가 가능한 포장재가 주목받고 있으며, 지속 가능성을 중시하는 소비자들이 이런 친환경 포장을 선호하는 추세입니다.

Q3. 단감 또는 유사 인기과일을 판매하는 다양한 종류의 매장이 있는데, 매장마다 판매 방식과 단감 및 기타 과일 진열 방식에 대해 알려주세요.

과일 전문점은 주로 프리미엄 및 특색 있는 과일을 판매하며, 희소한 상품을 중심으로 홍보와 시식을 통해 판매를 촉진합니다. 이런 매장에서는 과일을 보기 좋게 배치해 소비자의 시선을 끌며, 단감과 같은 제품의 원산지와 효능을 설명하는 안내 문구를 활용해 관심을 유도할 수 있습니다. 반면, 유기농 매장은 건강을 중시하는 소비자들을 대상으로 유기농 인증을 받은 단감을 제공하며, 회원 혜택 프로그램이나 친환경을 강조한 광고로 마케팅합니다. 유기농 매장에서는 과일을 빈티지 나무 상자나 친환경 용기에 전시해 자연 친화적인 매력을 더하고, 유기농 인증 마크와 함께 건강에 유익한 점을 강조하는 홍보 자료도 함께 제공합니다.

Q4. 현지에서 한국 신선과일 또는 신선식품에 대한 소비자들의 인식은 어떠한가요?

싱가포르 소비자들은 과일, 음식, 의류, 전자제품 등 다양한 한국 제품을 매우 선호합니다. 특히, 한국 과일은 건강에 좋고 영양가가 높다는 점을 높이 평가하고 있습니다.

Q5. 현지에서 단감 주요 소비층의 나이대와 소득 수준은 어떠한가요?

36세에서 55세 사이 중년층 소비자들은 가족을 위해 신선한 과일과 채소를 구매하는 것을 선호하며, 특히 품질 높은 식품을 선택하는 경향이 있습니다. 이 소비자들은 여유 자금이 있어 고품질의 신선과일인 단감을 구매하는 경향이 크며, 보통 월 소득이 4,000싱가포르달러(4,121,480원)에서 1만 싱가포르달러(10,303,700원) 이상인 가정들입니다.

Q6. 현지 소비자들이 실제로 구매할 가능성이 높은 단감의 적정 가격대는 어느 정도인가요?

단품 기준으로 고품질 또는 프리미엄 제품의 적정 가격은 4싱가포르달러(4,121원)에서 6싱가포르달러(6,182원) 사이입니다. 이러한 가격 다양성은 소비자들의 다양한 선호를 충족시키며, 더 나은 맛과 품질을 위해 추가 지출을 기꺼이 감수하려는 소비자들을 끌어들이습니다. 특히, 유기농 제품은 품질과 프리미엄 가치를 강조하면서 6싱가포르달러(6,182원)에서 8싱가포르달러(8,243원) 사이로 가격이 더 높게 책정되며, 소비자에게는 그만큼의 만족감을 줍니다.

Q7. 바이어, 유통업체 입장에서 구매 시 주요 고려요인과 고객사 제품이 추가로 받으면 판매에 도움이 될 인증은 무엇이 있나요?

주요 요인은 품질과 가격입니다. 품질이 매우 뛰어나고 당도가 높아야 하며, 가격은 소비자들이 기대하는 수준에 맞춰야 합니다. 유통업체들은 경쟁사의 가격과 가능한 소매가를 비교해 적정 가격을 책정합니다. 또한, ISO(국제 표준화 기구)와 같은 인증서는 싱가포르 시장에서 판매할 때 유리하게 작용할 수 있습니다. ISO 인증은 품질 관리와 운영의 우수성을 보여주는 중요한 증빙 자료가 됩니다.

Interview ③

11)

little farms

리틀 팜스(Little Farms)
Manager리틀 팜스
(Little Farms)

- 유형: 유기농 매장
- 업체 특징:
 - 2016년에 설립된 유기농 식료품 전문 매장
 - 일본, 중국, 뉴질랜드, 미국 등에서 수입한 신선한 식료품을 취급하고 있음

담당자 정보

Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	시장가
중량	10kg/ 5개입 팩 포장
인증	Global GAP 등
마케팅 슬로건	한국산 감만의 특별한 맛

Q1. 현지에서 인기있는 단감 또는 단감과 유사한 인기과일의 가격, 원산지, 홍보문구 등을 비교하여 고객사 제품에 대해 피드백해주세요.

단감은 주로 한국과 일본에서 수입됩니다. 가격대는 2.50싱가포르달러(2,576원)에서 6싱가포르달러(6,182원) 사이이며, 고객사는 “한 입 가득 달콤함!”과 같은 홍보 문구를 사용할 수 있을 것입니다. 또한 홍시는 3싱가포르달러(3,091원)에서 7싱가포르달러(7,213원) 수준에서 판매되며, “최고의 가을 과일!”과 같은 전통적인 맛을 강조하는 문구로 홍보할 수 있습니다. 서양 감은 4싱가포르달러(4,121원)에서 8싱가포르달러(8,243원)로 판매되며, “독특한 맛의 모험!”이라는 문구 등으로 개성을 강조합니다. 한편, 유사한 인기과일인 망고와 파파야는 단감보다 더 저렴한 가격대에서 판매되고 있으며, 이러한 과일 또한 건강상의 이점을 강조하는 경향이 있습니다. 고객사는 단감의 가격을 3싱가포르달러(3,091원)에서 5싱가포르달러(5,152원) 사이로 책정하여 경쟁력을 높일 수 있습니다. 높은 당도와 건강을 강조하는 문구, 시즌별 마케팅, 지속 가능성을 내세우면 건강을 중시하는 현지 소비자들에게 효과적으로 다가갈 수 있을 것입니다.

Q2. 현지에서 인기있는 단감 또는 유사 인기과일의 포장 형태와 소비자들이 선호하는 포장 규격, 형식이 있나요?

선호되는 포장 스타일 중 하나는 종이 또는 판지로 만든 상자입니다. 과일은 종이나 판지로 된 단단한 용기에 주로 포장되며, 대량 구매 시 자주 사용됩니다. 이런 용기는 쌓고 이동하기 쉬우며, 브랜드나 과일 종류를 보여주는 인쇄 디자인으로 시각적 매력을 더할 수 있습니다.

Q3. 단감 또는 유사 인기과일을 판매하는 다양한 종류의 매장이 있는데, 매장마다 판매 방식과 단감 및 기타 과일 진열 방식에 대해 알려주세요.

슈퍼마켓에서는 과일을 중량 단위나 개별 포장으로 판매하며, 유기농 및 수입 과일도 취급합니다. 계절별 프로모션과 묶음 할인도 자주 진행됩니다. 과일은 냉장 진열대나 과일 테이블에 주로 비치되지만, 단감은 치즈나 견과류 등과 함께 배치해 제품 간 궁합을 강조하며 눈에 잘 띄는 위치에 진열됩니다. 유기농 매장에서는 유기농 인증을 강조하고 소비자에게 인증에 대해 상세히 설명하는 방식으로 판매합니다. 진열 시 플라스틱 사용을 피하고 나무 접시나 천연 소재 용기를 활용해 자연적인 느낌을 더해 과일을 진열합니다.

Q4. 현지에서 한국 신선과일 또는 신선식품에 대한 소비자들의 인식은 어떠한가요?

최근 K-드라마의 인기가 현지 소비자들에게 큰 영향을 미치며 한국 제품에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 이에 따라 가정 요리에도 한국적인 요소를 더해 보려는 경향도 함께 늘어나고 있습니다. 이러한 트렌드는 소비자들이 한국 과일과 다양한 한국 제품을 새롭게 시도해보도록 자극하고 있습니다.

Q5. 현지에서 단감 주요 소비층의 나이대와 소득 수준은 어떠한가요?

주요 소비자는 40세 이상의 중년층으로, 해당 나이대의 소비자들은 가족과 아이들을 위해 단감과 같은 제품을 자주 구매합니다. 또한 주요 소비층의 월 소득은 중간 수준으로 예상되며 6,000싱가포르달러(6,182,220원)에서 7,000싱가포르달러(7,212,590원) 사이입니다.

Q6. 현지 소비자들이 실제로 구매할 가능성이 높은 단감의 적정 가격대는 어느 정도인가요?

싱가포르에서 단감 한 개의 가격은 2.50싱가포르달러(2,576원)에서 3.50싱가포르달러(3,606원) 사이로 형성됩니다. 이 가격대는 품질을 유지하면서도 비용을 중시하는 고객층에게 매력적으로 다가가며, 판매 증대와 더 넓은 고객층 확보에 효과적입니다.

Q7. 바이어, 유통업체 입장에서 구매 시 주요 고려요인과 고객사 제품이 추가로 받으면 판매에 도움이 될 인증은 무엇이 있나요?

구매 시 주요 고려요인은 안정적인 공급과 신속한 주문 대응 능력입니다. 이를 위해 효율적인 운송 및 배송 시스템이 필수적입니다. 따라서 공급망의 신뢰성이 가장 중요한 요소로 작용합니다. 또한, 유기농 인증을 받으면 잠재 고객에게 제품이 완벽한 유기농이며 건강에 좋다는 신뢰를 줄 수 있습니다. 따라서 유기농 인증을 받는다면 판매에 도움이 될 것입니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 소비자가격

경쟁제품(제조사)

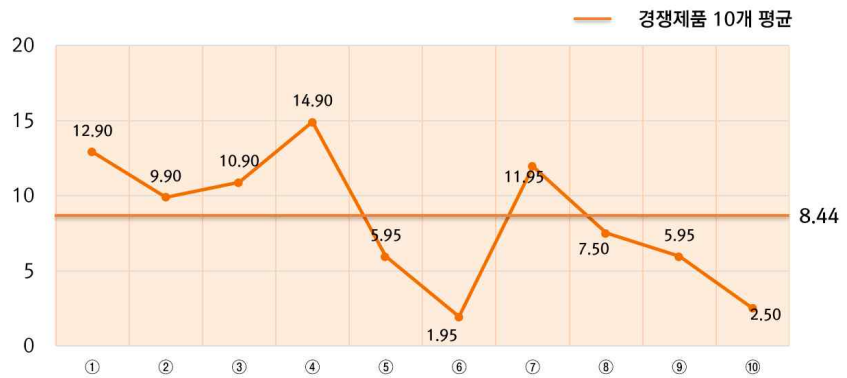
- ① 퍼시몬
(-)
- ② 퍼시몬(시드리스)백
(와카야마현 농협연합)
- ③ 퍼시몬(푸데가키)
(JA 아이치 미카와)
- ④ 재팬 퍼시몬
(-)
- ⑤ 스페인 카키 퍼시몬
(-)
- ⑥ 차이나 푸유 퍼시몬
(-)
- ⑦ 샤로니 퍼시몬
(인터 테라 S.A.T)
- ⑧ 카키 퍼시몬
(-)
- ⑨ 타일랜드 수수 망고
(-)
- ⑩ 망고
(-)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 가격, 8.44싱가포르달러

경쟁제품 10개의 평균 소비자가격은 8.44싱가포르달러(8,696원¹²⁾)로 나타남. 경쟁제품 중 고객사 제품과 같은 감 종류 제품의 평균 가격은 9.49싱가포르달러(9,782원)이며, 고객사는 이를 참고하여 경쟁력 있는 소비자가격을 책정할 것을 추천함

[표 5.1] 싱가포르 단감 가격 경쟁력 분석¹³⁾

(단위: 싱가포르달러)



12) 1싱가포르달러=1,030.37원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

13) 고객사 요청으로 고객사 제품 가격 블라인드 처리

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

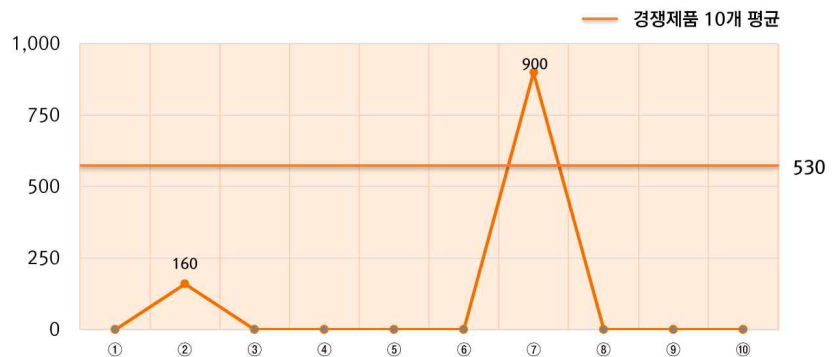
- ① 퍼시몬
(-)
- ② 퍼시몬(시드리스)백
(와카야마현 농협연합)
- ③ 퍼시몬(푸데가키)
(JA 아이치 미카와)
- ④ 재팬 퍼시몬
(-)
- ⑤ 스페인 카키 퍼시몬
(-)
- ⑥ 차이나 푸유 퍼시몬
(-)
- ⑦ 샤로니 퍼시몬
(인터 테라 S.A.T)
- ⑧ 카키 퍼시몬
(-)
- ⑨ 타일랜드 수수 망고
(-)
- ⑩ 망고
(-)

▶ 현지 선호 단감 제품 중량, 매우 다양

고객사 제품의 중량은 10kg 벌크 포장에 되어 유통되므로 현지 소매업체에서 판매되는 경쟁제품의 중량과 비교하기에는 어려움이 있음. 다만, 조사된 2개 경쟁제품의 중량 차이가 상당히 크다는 점을 감안한다면 싱가포르 현지에서 선호되는 단감 제품의 중량이 다양하다는 사실을 알 수 있음. 고객사는 이를 참고하여 다양한 옵션의 제품 중량을 설정할 것을 추천함

[표 5.2] 싱가포르 단감 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



3) 포장 수량

▶ 경쟁제품 평균 포장 수량, 3개

고객사 제품의 포장 수량은 5개로, 경쟁제품 10개 중 포장 수량 확인이 가능한 8개 제품의 평균 수량인 3개 대비 많은 양이 포장된 것으로 조사됨. 다만 조사된 경쟁제품의 수량 구성이 최소 1개부터 최대 5개까지 다양하다는 점과 고객사 제품과 마찬가지로 5개로 구성된 제품이 3개나 있다는 점을 고려한다면 고객사 제품의 포장 수량은 싱가포르 현지에서도 충분히 경쟁력이 있을 수 있을 것으로 판단됨

[표 5.3] 싱가포르 단감 개수 경쟁력 분석

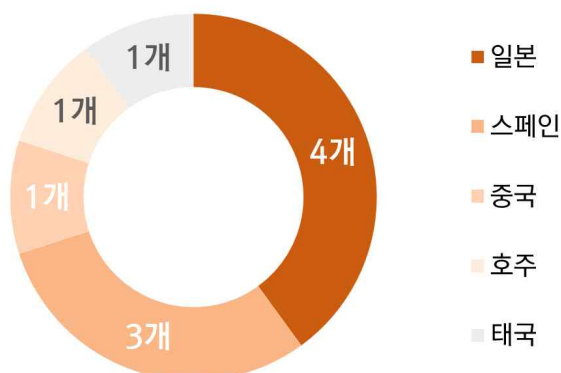


4) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 4개 제품, 일본산

싱가포르에서 판매되고 있는 단감 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 4개의 제품이 일본산이며 3개의 제품이 스페인산인 것으로 나타남. 이를 통해 일본산 단감의 수요와 인지도가 존재하는 것을 알 수 있음. 그 외에 중국산, 호주산, 태국산 제품이 각각 1개씩인 것으로 확인됨

[표 5.4] 싱가포르 단감 원산지 경쟁력 분석

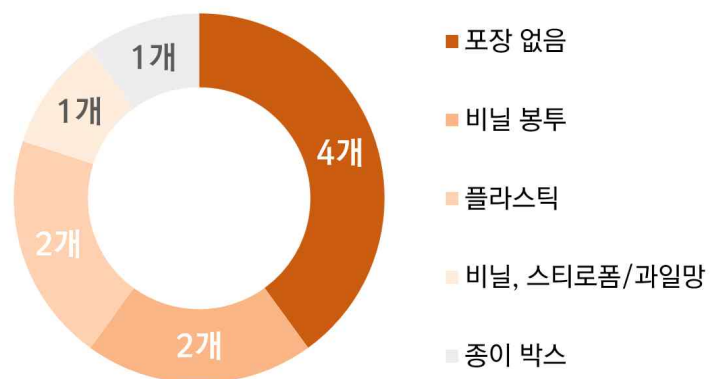


5) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 중 4개 제품, 별도의 포장 없음

싱가포르에서 판매 중인 단감 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 4개의 제품이 고객사 제품과 같이 별도의 포장이 없었으며, 2개의 제품은 비닐 봉투로 포장되어 있는 것으로 확인됨. 그 외에 플라스틱 포장된 제품과 종이박스로 포장된 제품이 있었으며, 외부는 비닐과 스티로폼으로 포장하고 내부는 과일망으로 포장된 제품이 있었음

[표 5.5] 싱가포르 단감 포장 형태 경쟁력 분석

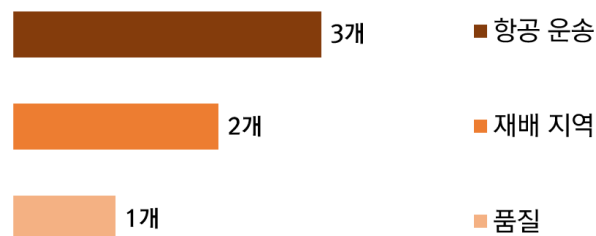


6) 기타 표기사항

▶ 경쟁제품 10개 중 3개 제품, '항공 운송'에 관한 표기 확인

싱가포르에서 판매 중인 단감 경쟁제품 10개의 기타 표기사항을 조사한 결과, 3개 제품이 '일본에서 항공 운송된'이라는 문구를 표기한 것으로 확인됨. 또한 '와카야마현산', '아이치현산'과 같이 재배 지역에 관한 문구를 표기한 제품이 2개로 나타났으며, '1등급'의 품질에 관한 문구를 표기한 제품은 1개로 나타남

[표 5.6] 싱가포르 단감 기타 표기사항 경쟁력 분석

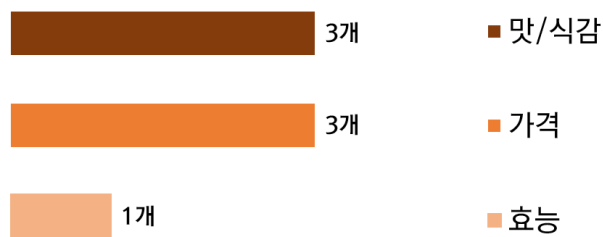


7) 홍보문구

▶ 10개 중 3개 제품, ‘맛’과 ‘식감’ 강조하는 홍보문구 활용

싱가포르에서 판매 중인 단감 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘꿀처럼 달콤한’과 같이 맛과 식감을 강조한 제품과 ‘특가’와 같이 저렴한 가격을 강조한 제품이 각각 3개씩인 것으로 나타남. 그 외에 ‘피로를 이겨내세요’와 같이 효능을 강조하는 홍보문구를 활용한 제품이 있는 것으로 확인됨

[표 5.7] 싱가포르 단감 홍보문구 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 단감 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	인터 테라 S.A.T
	기업 설명	인터 테라 S.A.T는 스페인의 고품질 과일 유통업체로, 스페인 최초로 베리류를 재배하여 농업 부문에서 입지를 다짐. 1980년부터 감 재배를 시작하였으며, 타사와 차별화 되는 맛과 식감으로 시장을 개척해 나감. Sharoni와 Medina 2개의 감 브랜드를 보유하고 있음
주요 마케팅 전략	제품 품질관리 과정 소개	 자사 제품의 품질관리 과정을 차례대로 자세하게 설명하고, 그 과정을 짧은 동영상으로 제공하여, 소비자들의 이해도와 신뢰도를 높임
	품질 인증 공개	 자사가 보유한 여러 가지 품질 인증을 공개하여 소비자들에게 자사 제품의 위생과 품질에 대한 확신을 줌
요약	판매채널	오프라인 매장(페어 프라이스 엑스트라) 온라인 매장(라자다, 페어 프라이스)
	홍보채널	자사 홈페이지(스페인/글로벌) SNS 플랫폼(페이스북/인스타그램)
	홍보문구	제품의 맛을 강조

3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Affordable, Expensive, Cost, Value 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Heavy, Weight, Size 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Option, Prefer, Best 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Delicious, Tasty, Savory 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Superior, Reliable, Quality 등

▶ 라자다에서 판매되고 있는 신선과일 제품 선정¹⁴⁾

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	라자다 (Lazada)	리뷰 수	1,759건
제품명	루오 한 시디드 구아바 (Luo Han Seeded Guava)		
제품 종류	기타 신선과일	소비자가격	1.88싱가포르달러 (1,937원 ¹⁵⁾)
중량	500g	포장	과일망
특징	말레이시아에서 재배된 구아바, 과일의 바삭함과 단맛을 위해 중간 크기의 과일 선택		

14) 온라인 인기 단감 제품 확인이 불가능하여 신선과일로 대체 조사를 진행함

15) 1싱가포르달러=1,030.37원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

● 조사 제품

사이트	라자다
분석 건수	1,759건
제품명	루오 한 시디드 구아바
제품 종류	기타 신선과일
소비자가격	1.88싱가포르달러 (1,937원)
중량	500g
포장	과일망
성분	말레이시아에서 재배된 구아바 과일의 바삭함과 단맛을 위해 중간 크기의 과일 선택

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 싱가포르 온라인 쇼핑몰 라자다에서 판매되고 있는 신선과일 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 343점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 그다음으로는 ‘제품 선호도’에 대한 긍정 점수가 255점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 싱가포르 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 신선과일 제품에 대하여 맛과 제품 선호도에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	65	19
맛	343	13
제품 선호도	255	20
중량	102	12
품질	228	23
종합	993	87

▶ 과즙이 풍부한 제품 선호

싱가포르 신선과일 인기 제품의 리뷰 키워드 분석 결과, ‘풍부한 과즙’, ‘맛있고 과즙이 풍부한 구아바’ 등의 키워드가 빈출되어, 과즙이 풍부한 제품에 대한 소비자의 관심도 및 선호도가 높은 것을 확인함

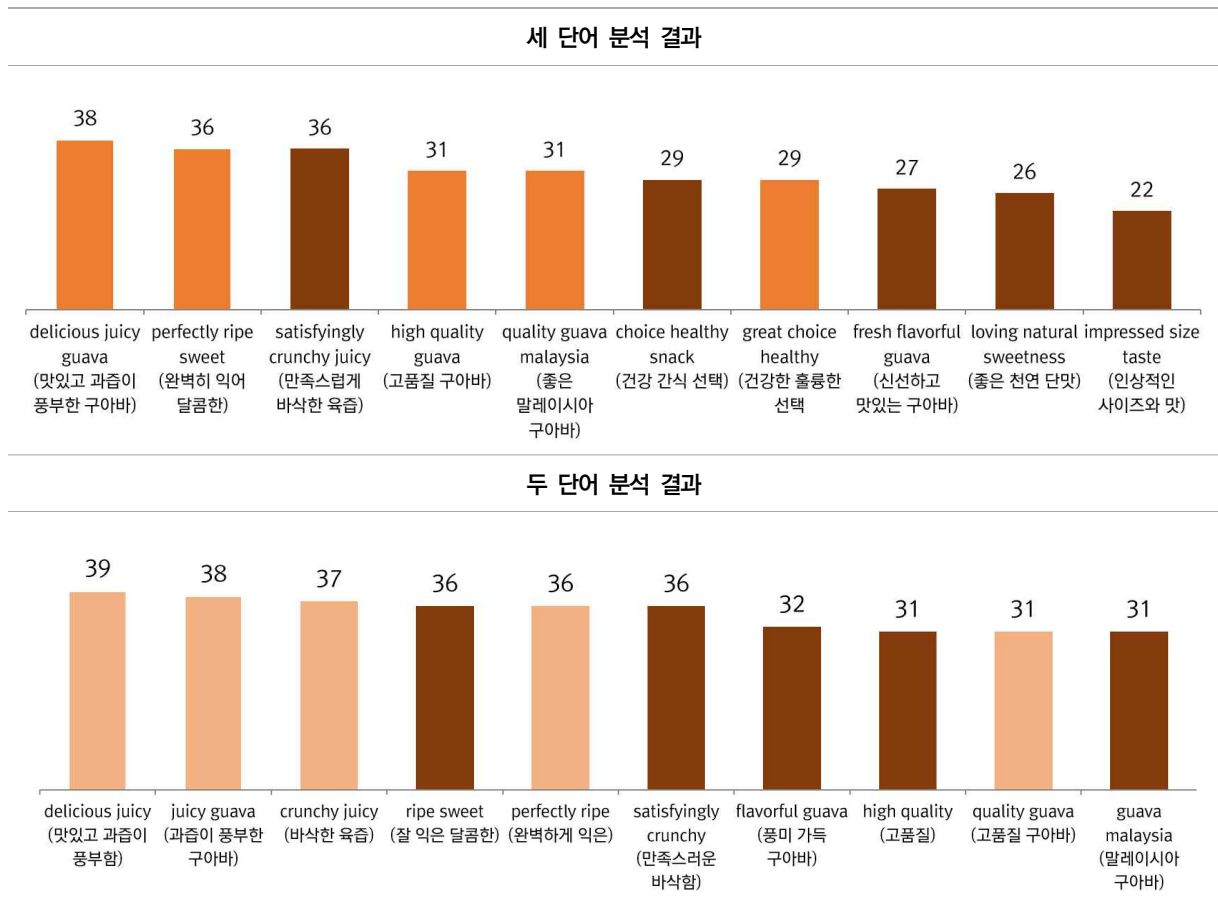
이 외, ‘잘 익은’, ‘완벽하게 익은’ 등의 키워드를 통해 삼키기 좋게 잘 익은 과일에 대한 선호 요인도 확인함

“Great choice for a healthy snack., Satisfyingly crunchy and juicy.”

“건강한 간식으로 훌륭한 선택, 만족스럽게 아삭하고 과즙이 풍부합니다.”

[표 5.12] 싱가포르 기타 신선과일 온라인 인기제품 리뷰 다빈출 키워드 분석¹⁶⁾

(단위: 개)



16) 싱가포르 구아바 인기제품의 리뷰에서 발생한 키워드의 빈도 수를 분석함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탓티스타 (www.statista.com)
2. 쇼피 (shopee.sg)
3. 라자다 (www.lazada.s)
4. 페어 프라이스 (www.fairprice.com.sg)
5. 외교부 홈페이지 (www.mofa.go.kr)
6. 돈 돈 돈키 (www.dondondonki.com)
7. 쉹시웅 홈페이지 (corporate.shengsiong.com.sg/)
8. 와카야마현 농협연합 홈페이지 (www.wk-kennoh.or.jp)
9. JA 아이치 미카와 홈페이지 (www.ja-aichimikawa.or.jp)
10. 인터 테라 S.A.T 홈페이지 (interterra.es)
11. 페어 프라이스 탄종파가 플라자 홈페이지 (www.fairprice.com.sg)
12. 네이처스 글로리 홈페이지 (www.natures-glory.com)
13. 리틀 팜스 홈페이지 (www.littlefarms.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.15

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

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea