

## 2월 농식품 해외시장동향 및 전망 [싱가포르]

### 1. 농림수산물 수입동향

#### □ 농림수산물 수입 통계

(단위: 천 미국 달러)

| 구 분    | 2012년 연누계  |            |
|--------|------------|------------|
|        | 금액         | 전년동기 대비(%) |
| 농림축수산물 | 13,229,777 | 0.57       |
| 농 산 물  | 9,114,422  | 3.33       |
| 축 산 물  | 2,274,806  | △5.90      |
| 임 산 물  | 621,288    | △0.14      |
| 수 산 물  | 1,219,261  | △5.85      |

자료 : Global Trade Atlas

- 싱가포르의 주요 식품수입국으로는 말레이시아, 호주, 인도네시아, 미국, 중국, 태국 등이 있음. 특히 2012년 말레이시아산 수입은 2,574,499천 달러로, 전체 비중의 약 19.46%를 차지함.
- 2012년 수입 품목 중 식물성 추출물과 담배의 수입이 전년 대비 각각 46.09%, 14.14% 증가로 수입규모가 가장 큰 품목으로 증가함.

#### □ 주요품목 수입동향

(단위: 천 싱가포르 달러)

| 품목    | '12.1  | '13.1  | 증감%    | 1위   |        | 2위    |       | 3위  |       | 한국산<br>금액 |
|-------|--------|--------|--------|------|--------|-------|-------|-----|-------|-----------|
|       |        |        |        | 국가   | 금액     | 국가    | 금액    | 국가  | 금액    |           |
| 딸기    | 2,655  | 3,278  | 23.47  | 대한민국 | 2,789  | 미국    | 215   | 이집트 | 187   | 2,789     |
| 사과    | 6,127  | 5,894  | △3.80  | 중국   | 2,128  | 미국    | 1,655 | 프랑스 | 1,464 | 66        |
| 단감    | 450    | 400    | △11.11 | 이스라엘 | 251    | 대한민국  | 65    | 스페인 | 56    | 65        |
| 배     | 2,212  | 2,987  | 35.04  | 중국   | 2,043  | 아르헨티나 | 633   | 호주  | 134   | 69        |
| 인삼    | 875    | 1,100  | 25.71  | 중국   | 490    | 미국    | 432   | 캐나다 | 80    | 37        |
| 커피조제품 | 10,060 | 14,140 | 40.56  | 말련   | 5,769  | 브라질   | 1,758 | 인니  | 1,464 | 363       |
| 맥주    | 11,817 | 22,036 | 86.48  | 말련   | 7,710  | 베트남   | 4,353 | 인도  | 2,314 | 746       |
| 라면    | 2,712  | 3,167  | 16.78  | 말련   | 1,422  | 중국    | 545   | 태국  | 330   | 241       |
| 음료    | 16,550 | 26,035 | 57.31  | 말련   | 17,784 | 태국    | 2,143 | 중국  | 903   | 153       |
| 김     | 438    | 407    | △7.08  | 중국   | 180    | 대한민국  | 136   | 태국  | 86    | 136       |

자료 : IE Singapore Statlink 및 KATI 수출입 통계 자료

- 과실류: 제철을 맞은 딸기와 사과, 단감 그리고 배 등은 품목 수출시즌과 연계한 프로모션 전개로 수출이 꾸준히 이루어지고 있음.
  - 특히 딸기의 경우, 버스외벽 광고 및 국영방송 티비 광고를 통해 더욱더 많은 소비자들 이 찾은 품목 이 되었으며 한국 딸기의 우수성을 알리는데 성공한 것으로 평가됨. (전년 동기 대비 44% 증가)
  - 단감의 경우, 반건시와 감말랭이를 중국계 싱가포르인의 춘절 명절을 겨냥해 중국산과 차별화 되는 프리미엄 제품으로 집중 홍보하여 판매 증대가 기대됨. (전년 동기 대비 280% 증가)
- 라면류 : Cold Storage 신규 입점 및 신규제품 입점 확대로 인한 판매 성장(전년 동기 대비 48% 증가)
- 김 : 중국산 대체 원재료용 김 수출 물량 증가(전년 동기 대비 145% 증가)

- 인상 : 가디언, 창이공항 면세점 입점 등 판로 확대를 위한 수입상의 전년도 재고물량 부담으로 인한 연초 수입 물량 감소

## 2. 이슈현안 : 싱가포르의 기능성 식품 시장

### □ 개요

- 기능성식품이란 특정의 식품에 “건강증진”을 위한 추가적인 요소가 가미된 식품으로, 각국의 정부 규제 또는 표준 등에 따라 소량의 부재료가 추가된 일반식품 (예, 소금에 요오드 추가, 우유에 비타민 D 추가 등)과 구별이 됨. 2011년의 기능성식품 국제회의 (미국, 라스베이거스, 2011. 03. 15-17)에서는 기능성식품은 “현대적 질병의 예방, 관리 및 치료에 중요한 역할을 하는 것으로 검증이 된 규정된 양의 성분을 추가한 식품”을 기능성식품이라고 정의함.
- 기능성식품분야에서 가장 앞선 국가는 일본으로, 1991년에 기능성식품을 관리감독하기 위해 FOSHU (Foods for Specified Health Use, 특정 건강목적용을 위한 식품) 승인절차를 확정 제정하였음. BCC Research에 따르면, 2013년 전세계의 기능성식품시장 규모는 USD 1,767 억, 연평균 성장률 7.4%로 전망이 되는 유망시장임.

### □ 싱가포르의 기능성식품시장 현황

- 현재 ASEAN 국가 중, 인도네시아를 제외한, 나머지 9개 회원국가들에는 기능성식품에 관한 정의 또는 규정은 존재하지 않음. 인도네시아의 기능성식품 정의는 다음과 같음.

Processed food that contains one or more functional components based on scientific assessment and has certain physiological functions beyond basic functionality; is proven to have beneficial health effect and has no negative effects

기본적인 기능성 이외에 특정의 생리학적기능을 가지고 있으며, 유익한 건강효과가 있고 부작용이 없는 것으로 과학적으로 증명이 된 1개 이상의 기능적 요소를 함유하고 있는 가공식품  
(출처 : 인도네시아 National Agency for Food and Drug Control)

- 싱가포르의 경우, 기능성식품 제품은 2003년에 제정된 Nutrition Labelling (영양소 라벨링) 예하 Nutrition and Health Claims (영양소 및 건강 주장)에 따라 표기하도록 되어 있음. 그러나, 동 규정은 영양소표시와 관련된 규정의 성격이 강하고 ; 명시된 비타민, 미네랄 등 이외에는 표기를 금지하고 있어 기능성식품과 관련된 규정이라고 보기는 어려움. 또한, 상위법안인 Sale of Food Act 및 Food Regulations에서는 기능성식품에 관한 정의가 없음.
- 싱가포르 HPB (Health Promotion Board, 건강진흥청)은 자국의 기능성식품분야 개발을 위해 2012년 7월에 SPRING (싱가포르 기업진흥청), SFMA (싱가포르 식품가공업협회) 등과 공동으로 FINEST (Functional, Innovative, Nutritious, Effective, Science-based and Tasty) Food Programme을 발족하였음. 2012년 7월 10일 개최된 심포지엄의 기조연설에서 건강부의 Amy Khor 장관은, 향후 기대가 되는 기능성식품시장의 진흥을 위해서 다음과 같은 지원계획들을 발표함.

<싱가포르 HPB 발표 기능성식품 지원정책 : 2012년 7월 10일>

|   |               |                                                                                                   |
|---|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 산학 협동 연구소 지정  | Singapore Polytechnic, Temasek Polytechnic, Nanyang Polytechnic, Republic Polytechnic 등 4개 대학 연구소 |
| 2 | 중소기업 제품개발자금지원 | - 제품개발착수자금 : SGD 5,000.-<br>- 제품 HCS 인증자금 : SGD 5,000.-<br>- 제품개발자금 : 전체소요자금의 70%                 |

(출처 : HPB, Channel News Asia)

## □ 싱가포르의 기능성식품시장 규모

- 싱가포르의 기능성식품분야는 이제 막 인식되기 시작하는 시장으로 현재까지는 명확하게 파악되지 못하고 건강보조식품, 건강에 좋은 제품 등과 함께 포괄적으로 다루어져 왔음. 조사기관인 Stanton에서 파악한 싱가포르의 기능성식품시장의 규모는 다음과 같음.

<싱가포르의 기능성식품시장 규모>

| 2000     | 2002     | 2007     | 2008     |
|----------|----------|----------|----------|
| USD 350만 | USD 530만 | USD 470만 | USD 460만 |

(출처 :Stanton, Emms & Sia)

- 아시아의 다른 국가들과 마찬가지로, 현재 싱가포르 기능성식품시장의 제품들은 음료 위주의 구성을 보이고 있는 것으로 파악이 됨.

<아시아 국가들의 기능성식품 중 음료 구성 비율>

| 싱가포르 | 호 주 | 중 국 | 일 본 | 인 도 | 한 국 |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 75%  | 63% | 68% | 66% | 75% | 54% |

(출처 : Datamonitor)

- 싱가포르에 유통되고 있는 기능성식품 사례

| Milo Actigen-E (네슬레)                                                                | Farmhouse Omega Milk (F&N)                                                          | Yeo Hiap Seng                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |

- 기능성식품의 개발에 의욕을 보이기 시작한 HPB는 기업들에게 초기상품으로 싱가포르인들에게 필요한 것으로 파악된 저-Gluten 및 오메가-3 보강제품의 개발을 권유하고 있음. 더불어, 이를 위한 신규의 HCS (Healthier Choice Symbol) 표준을 제정하기로 함.

## □ 시장 전망

- 외식문화의 발달로 인한 현대적 질병 (당뇨병, 심장병 등)의 증가 및 사회노령화 등이 진행되고 있는 싱가포르에서 기능성식품의 시장규모는 급격하게 증가할 것으로 전망이 됨. 싱가포르 정부에서도 기능성식품의 필요성을 인식하고 있어 신규 표준의 입안 및 규정의 제정도 이어질 전망임.
- 서양의 경우, 기능성식품이 시리얼, 베이커리, 유제품 등에 집중되어있는 반면에 ; 화교국가인 싱가포르는 그 선호도가 달라, 국수제품, 두부/두유제품, 음료 등에서 기능성식품의 개발이 이루어질 것으로 전망이 되고 있음.
- 싱가포르 HPB의 계획은 2015년까지 자국기업들이 총 30개의 기능성식품들을 출시하여, 2012년 USD 152억, 연평균 23%대의 가파른 성장세를 기록하고 있는 아시아의 기능성식품시장에서 입지를 굳히려는 것임.

- 싱가포르의 표준 및 법규정은 현재까지는 기능성식품을 인지하지 못하고 있지만 ; 첨가제의 보강을 통하여 기능성을 소개하고 있는 제품들로 구성이 되는 기능성식품시장 규모는 다음과 같이 전망이 되고 있음.

<싱가포르의 기능성식품 시장전망>

| 2013     | 2014     | 2015     |
|----------|----------|----------|
| USD 586만 | USD 631만 | USD 722만 |

(출처 : Stanton, Emms & Sia)

(자료원: BCC Research, International Life Sciences Institute, 싱가포르 AVA, Asia One, Canada Agri-Food, Channel News Asia, Companies & Markets, Stanton Emms & Sia, Datamonitor, EAS, 싱가포르 HPB, 싱가포르 MOH, Nutraingredients, New Zealand Trade, Republic Polytechnic, 싱가포르 National Research Foundation)

### 3. 품목동향: 동남아 지역 화교 사회 및 감귤

#### □ 개요

- 동남아지역에 널리 분포하고 있는 화교들에게 설 (Chinese New Year, 2013년에는 2월 10일)의 필수적 과일은 감귤 (柑橘) 임. 서양에서 주종을 이루고 있는 오렌지 (Sweet Orange, 학명 : Citrus sinensis ) 와는 달리, 귤 (Mandarin Orange, 학명 : Citrus reticulata) 은 그 크기 및 껍질두께 등에서 서양의 Orange와는 확연한 차이를 보임
- 중국/대만제품은 Mandarin Orange, 일본제품은 Mikan, 유럽제품은 Clementine, 미주제품은 Tangerine 등으로도 불리우고 있는 감귤제품은 ; 화교들의 풍수사상에 따라 원형형태는 행운 (복), 금빛은 부를 상징하는 것으로 이해가 됨.

| 대만 Tonkan                                                                           | 일본 Mikan                                                                            | 유럽 Clementine                                                                       | 미주 Tangerine                                                                         | 한국 감귤                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |

#### □ 동남아지역의 귤 수요

- 동남아지역의 화교들 사이의 설 선물의 오랜 전통은 (1) Ang Pow (紅包) 및 (2) 감귤이며, 그 내용은 길한 숫자인 2, 6, 8의 짝수로 구성이 되어져야 함. Ang Pow는 소액권 두매로 구성이 되며 약 1-2만원 상당으로 하는 것이 실례가 되지 않으며 ; 마찬가지로 감귤도 짝수로 선물을 함.
- 감귤 제품은 원형의 금빛 제품이 가장 좋은 것으로 인식되고 있으며, 수입되는 제품의 가장 으뜸은 대만산 Tonkan (極柑) 제품으로 가장 큰 수요를 보임. 동남아 화교들의 수요에 맞추어 대만에서는 Tonkan 감귤제품을 설 이전에 대량 출하하며, 대만의 수확량 및 출하량이 설전후의 감귤제품 유통 가격결정에 직접적인 영향을 미침.

#### □ 귤 및 오렌지의 생산 및 수급

- 주스의 원료로 널리 사용되어 소비경로가 다양한 오렌지에 비해, 주로 생과일 상태로 소비되는 귤은 그 생산규모에서 오렌지 생산규모의 절반 정도 임.

<세계 귤 및 오렌지 생산규모>

(단위 : 천톤)

| 감 귤 (Tangerines, Mandarins : HS080520) |      |        |        |        | 오렌지 (Oranges : HS080510) |     |        |        |        |
|----------------------------------------|------|--------|--------|--------|--------------------------|-----|--------|--------|--------|
| 순위                                     | 국 가  | 2009   | 2010   | 2011   | 순위                       | 국 가 | 2009   | 2010   | 2011   |
|                                        | 전 체  | 19,876 | 21,845 | 20,096 |                          | 전 체 | 51,751 | 49,213 | 53,800 |
| 1                                      | 중 국  | 9,746  | 10,142 | 12,707 | 1                        | 브라질 | 17,619 | 18,503 | 19,811 |
| 2                                      | 스페인  | 2,026  | 1,708  | 1,584  | 2                        | 미 국 | 8,281  | 7,478  | 8,079  |
| 3                                      | 브라질  | 1,094  | 1,122  | 1,005  | 3                        | 중 국 | 4,865  | 5,003  | 6,214  |
| 4                                      | 일 본  | 1,003  | 786    | 928    | 4                        | 인 도 | 5,201  | 5,966  | 4,571  |
| 5                                      | 터 키  | 846    | 858    | 872    | 5                        | 멕시코 | 4,193  | 4,052  | 4,080  |
| 6                                      | 이태리  | 827    | 241    | 853    | 6                        | 스페인 | 2,618  | 3,120  | 2,825  |
| 7                                      | 이집트  | 810    | 797    | 848    | 7                        | 이집트 | 2,372  | 2,401  | 2,578  |
| 8                                      | 대한민국 | 753    | 615    | 681    | 8                        | 이태리 | 2,421  | 2,394  | 2,470  |

(출처 : FAOSTAT - 구 : <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>)

신 : [http://faostat3.fao.org/home/index.html#VISUALIZE\\_TOP\\_20](http://faostat3.fao.org/home/index.html#VISUALIZE_TOP_20))

- 동남아 국가들의 감귤 수입규모는 다음과 같음. 특기사항으로 : (1) 말레시아 및 태국에서 감귤의 생산이 소량으로 이루어지고 있으나, 형태 및 색상이 우수하지 못하여 일반소비 과일로 분류가 되고 있으며, (2) 각국의 감귤 수입은 생산시기의 문제로 설수요에 맞추어 12월-2월 사이에 집중되어 있음.

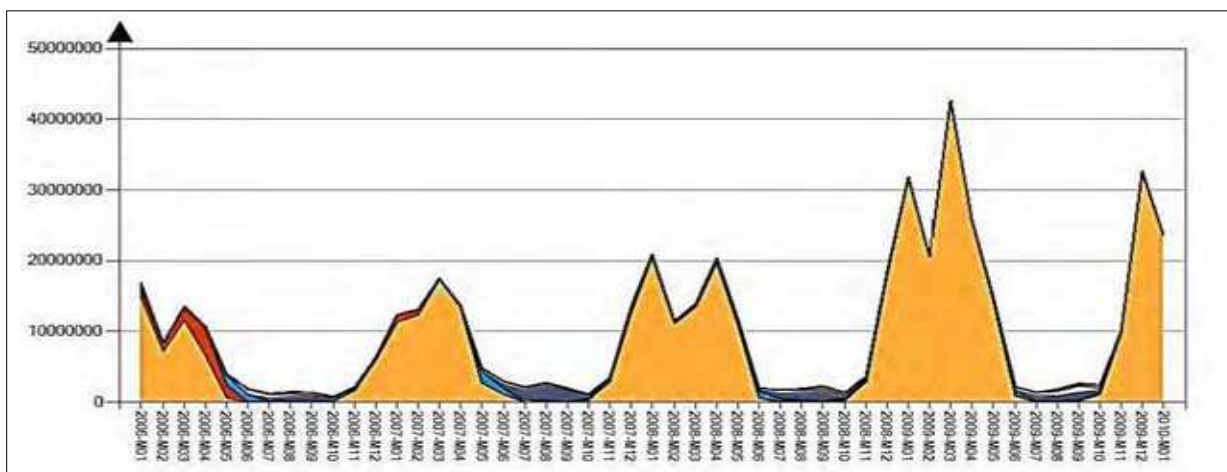
<동남아 국가들의 감귤 (HS080520) 수입규모>

(단위 : 톤)

|       | 2009    | 2010    | 2011    |
|-------|---------|---------|---------|
| 인도네시아 | 188,956 | 160,255 | 182,346 |
| 말레시아  | 65,898  | 75,324  | 72,784  |
| 싱가포르  | 19,468  | 19,805  | 17,509  |
| 필 리 핀 | 56,622  | 41,812  | 46,723  |
| 태 국   | 30,797  | 73,805  | 144,840 |

(출처 : GTIS)

<사례1 : 인도네시아 감귤 수입현황, 월별>

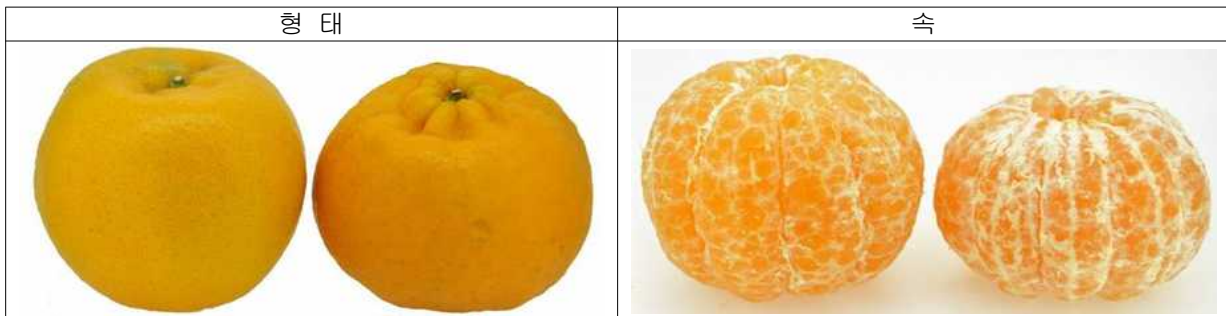


(출처 : ACDI/VOCA)

## □ 시장 전망

- 감귤 제품은 명절용 특수제품의 성격이 강하여, 총수요가 크게 변화하는 품목은 아님. 인구의 증가 및 생활수준의 향상 등으로 연평균 약 4%대의 증가가 전망이 되고 있음.
- 가장 우수한 것으로 인식되는 대만산 감귤제품의 경우 재배면적의 한계로 생산이 증가되지 못하는 상황에서, 중국산 제품이 제품개발을 통하여 시장잠식을 시도하고 있으나 : 아직은 제품형태에서 대만산을 추월하지 못하고 있음.

<대만산 Tonkan 및 중국산 Lokan 비교사진>



(출처 : MBG)

- 동남아 감귤시장에의 진입을 위해서는, 화교들이 선호하는 형태의 제품개발이 가장 중요함. 수입되는 감귤제품들의 가격을 비교하면 우수한 형태가 가격에 미치는 영향을 이해할 수가 있음.

<싱가포르내 감귤제품 판매가격 비교>

| 원산지  | 제품명    | 판매가격 (SGD)  | 포장단위   | 판매장소                      |
|------|--------|-------------|--------|---------------------------|
| 대 만  | Tonkan | 26.80       | 10/12개 | Cold Storage, Shop N Save |
| 대 만  | Ponkan | 16.80-24.80 | 20개    | Cold Storage, Shop N Save |
| 중 국  | Lonkan | 5.65        | 18/20개 | FairPrice, Cold Storage   |
| 중 국  | Swatow | 6.80        | 18/22개 | FairPrice, Cold Storage   |
| 파키스탄 | Kino   | 16.80       | 36/42개 | FairPrice, Cold Storage   |

(출처 : Asia One)

(자료원: Asia One, AusTrade, South Australia Primary Industries & Resources, Borneo Post, Canada AgriFood, India Ministry of Agriculture, Jakarta Post, Malaysian Times, MBG, Nanyang Post, USDA, FAOSTAT, GTIS, ACDI/VOCA )