

[싱가포르, 2013년 4월] 농식품 동향

1. 관할지역 현장 이슈 [싱가포르의 도시형 농업 모델]

□ 개요

- 2008년 식량파동을 겪은 싱가포르는, 2009년부터 식량의 안정적인 수급을 위하여 전향적인 수입선 다변화정책 이외에 식량원천을 개발하기 위하여 (가) 해외공급처를 늘리기 위한 식량다변화기금 및 (나) 국내 생산량을 증대시키기 위한 식량능력개발기금 등을 동시에 가동하였음.
- 좁은 국토면적 (714km²) 이 농업활동증대의 제한요소라는 여건으로 일반적인 수평적 토지개간으로는 한계가 있다는 판단에 따라, 싱가포르는 농업부문의 생산증대를 위해서 북유럽의 모델을 참조하여 수직형의 도시형농업모델에 대한 본격적인 투자 및 생산활동에 투자하기 시작함.

□ 싱가포르의 농업부문 현황

- 싱가포르는 토지의 효율적인 활용을 위하여 1986년부터 농업부문을 국가주도의 Agrotechnology Programme을 통해서 관리하고 있음. 동 프로그램의 관리를 받는 농업부문의 통계는 다음과 같음.

<싱가포르의 농림부문 통계>

		농장 수	면 적 (ha)
전 체		227	704
양 식 업	관 상 어	75	174
	새우 등	5	28
가 축	양 계	4	59
	기 타	21	44
원 예	채 소	53	116
	오키드 등	69	283

(출처 : AVA)

- 싱가포르의 식량능력개발기금 (Food Capability Development Fund) 의 목적은 농업부문의 경우, 채소 및 계란의 자급율을 각기 10% 및 30%로 높이고자하는 것 임. 이를 위해, 검토단계, 시험재배 단계, 출시단계 등에 걸쳐 각각의 지원금을 배정하고 있음. 세계 상위를 기록하고 있는 관상어 및 오키드 분야에 대해서는 지원책이 없음.

□ 싱가포르의 도시형농업

- 토지면적이 소요되는 수평적 농업기술로는 한계가 있다고 판단되어, 2011년부터 건축물을 이용한 수직형의 “도시형 농업”기술이 연구가 되어 ; 2012년에 세계 최초의 Vertical Farm체제를 갖춘 Sky Greens Farms가 제품출하를 시작하였음.

<Sky Greens Farms 사진>



- 새로운 개념의 수직형-도시형 농장이 문을 열자, 각국의 매스컴은 동 내용을 대서특필 하면서 향후 도시화 속의 농업부문의 나아갈 방향이라는 견해를 밝힘.

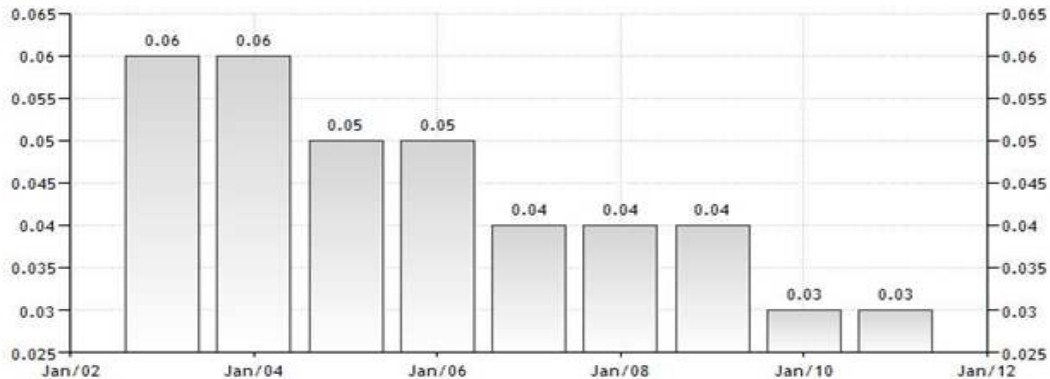
<보도 내용 사례>

매 체	사 이 트
Straits Times (2012-10-25)	http://www.straitstimes.com/breaking-news/singapore/story/first-vertical-farm-boost-supply-local-greens-20121025
미국 CNN (2012-12-28)	http://money.cnn.com/video/technology/2012/12/28/t-bg-vertical-farms.cnnmoney/
호주 Architecture (2012-11-13)	http://designbuildsource.com.au/vertical-farms-commercial-singapore
캐나다 CBC (2012-10-30)	http://www.cbc.ca/strombo/technology-1/farming-grows-up-the-world-s-first-commercial-vertical-farm-opens-in-singapore.html

□ 시장 전망

- 현재까지 단일의 농장으로, 생산량이 1톤/일 미만이고, 소비자가격이 수입제품에 비해 SGD 0.10~0.20 정도 비싸지만 ; 생산농산물을 전량 구매하여 판매하는 대형유통업체 FairPrice에 따르면 1~2월 사이에 매출량이 40%의 증가세를 기록하고 있어 ; 소비자호응도가 높은 것으로 나타남.
- 싱가포르 정부는 수직형-도시형 채소재배기술이 식량자급 및 자국생산증대에 기여한다는 점을 높게 판단하여, 현재 3개동으로 구성되어 있는 공장을 단계별로 300개동으로의 확장에 대하여 적극적인 지원을 할 것이라고 발표함. 이를 통하여 점점 낮아지고 있는 것으로 평가되는 싱가포르의 농업부문 GDP 기여도를 증대하려고 함.

<World Bank 발표 : 싱가포르의 농업부문 GDP 기여율>



(자료원: Straits Times, CNN, AVA, Business Times, Channel News Asia, NPR, World Bank, Wall Street Journal, E&T, Ecogeek, NPR)

2. 농식품 수입동향 및 전망

- '13. 3월말까지의 싱가포르 전체 농수축산물 수입액은 SGD 3,895,465 천불로 전년 동기대비 3.86% 감소
- 곡류의 수입이 전년 동기대비 34.83% 증가한 125,582천 싱가포르 달러로 가장 큰 폭으로 수입이 증가했으며, 식물성 기름은 전년 동기대비 95.54% 감소하여 가장 큰 폭으로 수입이 감소함.
- 싱가포르, 일본 식품 수입금지 일부 해제
 - 싱가포르는 일본 7개 현에 대한 식품 수입금지 조치를 지난 4월 8일부로 해제했음. 싱가포르 농수산 식품청은 이들 지역에서 생산 제조되는 식품에 대한 안전성이 확인되었다고 공식 발표함.
 - 앞서 싱가포르는 도쿄, 치바, 이바라키, 군마, 가나가와, 사이타마, 도치기 등 총 7개 현에서 생산제조 되는 우유 및 유제품, 육류 관련 제품, 달걀, 해산물, 과일, 야채 등 품목에 대하여 방사능 오염 가능성을 이유로 2011년 3월부터 수입을 금지해 왔음.
- 딸기
 - 한국산 딸기는 버스외벽광고, 현지 TV광고 등을 통한 지속적인 홍보와 맛과 우수성에 대한 현지 입지를 굳혀오며 판매 전년 동기 대비 14% 증가
 - 4월 이후 미국산 딸기의 점유율이 점차 높아질 것으로 전망
- 라면
 - 면류, 인스턴트, 즉석요리 제품에 대한 현지 소비자의 선호도가 지속 증가하는 추세로 전체적인 면류 수입은 다양화되고 물량도 증가될 것으로 전망
 - 한국산 라면은 다양한 신규 제품(하얀국물 제품, 쌀국수 등)의 대형유통업체 입점 확대에 의한 판매 성장(전년 동기 대비 8.48% 증가)

□ 주류

- 한국산 맥주는 대형 유통업체 PB상품 및 동남아 재수출로 꾸준한 성장세를 보이고 있음.
- 소주, 막걸리 등 전통주류는 신규 상품 입점 확대 및 한식당 증가 및 성행으로 지속 매출 확대

□ 버섯

- 팽이버섯이 주로 대형유통매장에 입점, 판매되고 있으며, 새송이 버섯은 고급 식자재 사용 증가 추세로 판매 증가. 대부분의 신선 채소의 수입은 계약 재배 등으로 말레이시아산 공급이 가장 많음.

□ 납치

- 한국산 납치는 교민 시장을 중심으로 한 활어 수요 증가로 소폭 증가추세

<품목 수입통계>

단위: 천 싱가포르 달러

품목	2012년 1~3월	2013년 1~3월	전년대비 (%)	1위		2위		3위		한국
				국가	금액	국가	금액	국가	금액	금액
농식품 전체	4,051,908	3,895,465	△3.86	말레이시아	722,989	중국	323,221	미국	236,527	37,110
딸기	9,189	10,427	13.47	한국	7,825	미국	2,034	이집트	337	7,825
버섯류	8,074	9,391	16.31	말레이시아	3,409	중국	2,891	태국	760	734
김	1,196	974	△18.56	중국	276	태국	272	일본	225	73
라면	9,346	8,734	△6.55	말레이시아	3,690	중국	1,416	태국	995	806
음료수	39,343	46,602	18.45	말레이시아	25,515	태국	6,865	대만	2,355	264
맥주	38,530	54,983	42.70	말레이시아	18,812	베트남	9192	인도	6,668	1,706

자료원 :IE Singapore Statistics

3. 타국산(관할지역 생산, 타국수입산) 경합품목 동향

□ 김

- 현지 생산 조미 김의 한국산 원재료 수요증가 및 한국산 조미김 완제품 수입 증가로 지속적인 성장세를 보이는 추세이나, 연초 전체적인 수입물량의 감소, 원재료용 수요의 수입가 변동으로 인한 전년도 재고 사전 확보 등으로, 전년 동기 대비 한국산 김은 53.50% 감소했고, 일본산은 10.71% 감소한 것으로 나타남.

□ 라면

- 기존에는 Cold Storage, NTUC Fairprice 등 대형유통업체 내에 중국산 한국 브랜드 라면의 비중이 높았으나, 최근 한류 등의 영향으로 한국산 라면을 요구하는 사례가 증가하고 있으며 중국산을 한국산이 대체하는 비중이 높아지고 있는 추세임
- 일본산 라면류에 대한 수요는 일정부분 여전히 있으나, 큰 폭의 증가세는 아니고, 한국산 신규 제품들(쌀국수, 하얀국물 제품 등)에 대한 현지 소비자의 수요가 지속 증가하는 것으로 추정됨

□ 딸기

- 한국산 딸기가 수출되는 10월~3월까지의 시장 내 점유율을 대부분 차지하고 있으나, 물량이 줄어드는 4월 이후 미국산 딸기가 점차 매장 점유율을 높이고 있는 추세임

□ 주류

- 맥주의 경우, 싱가포르 자체 맥주인 Tiger와 다양한 국가로부터 수입되는 유명 브랜드 제품과는 비교할 수 없을 정도의 소량이지만, 최근 대형유통업체 입점 확대, 인근 국가로의 재수출 확대 등을 통해 점차 비중을 늘려가고 있는 중
- 막걸리, 소주 : 전통주류는 대형유통업체 입점 품목 확대, 수입업체의 적극적인 프로모션 전개 등으로 지속 수입량이 확대되고 있으며, 한식당의 지속적인 증가 및 성행으로 인한 막걸리, 소주 등에 대한 현지 소비자의 인지도 병행 상승. 같은 카테고리에 있는 일본 사케와 비교할 경우, 현지 시장내 확산도는 우리 전통 주류가 매우 강한 모습을 보이고 있음

4. 동향 분석 [인삼]

□ 생산동향

- 인삼은 싱가포르의 자체 생산량이 없으며, 전량 수입에 의존하고 있음.

□ 소비동향

- 싱가포르의 화교들은 한국산 홍삼에 대하여 우수한 품질이라는 인식을 가지고 있음. 다만, 가격이 높고 판매처가 제한되어 있는 점 등으로 쉽게 구매하지 못함.
- 싱가포르에서 인삼제품은 다음과 같은 소비동향을 보임.

원 산 지	구별 호칭	구매처	형 태	용 도
한 국	Korean Ginseng	전문점	절편, 차, 엑기스	건강식품, 선물용
미국 / 캐나다	Wild Ginseng			
중국 / 홍콩	Ginseng	건과류상, 일반유통업체	손질된 상태	요리 첨가 재료

□ 수입동향

- 싱가포르의 2012년 인삼수입은 전년대비 금액은 3.5%, 물량은 88.5%를 감소하는 현상을 보였음. 동 현상은 약 10년주기로 10배 이상의 증가를 기록하는 중국산 제품의 증가가 2011년도에 기록되어 발생한 현상으로 ; 싱가포르의 연간평균수요인 약 110~130톤에는 큰 변화가 없음.

<싱가포르의 인삼 수입동향>

(단위 : USD 천, 톤)

		2010		2011		2012		증감율 (11/12)	
		금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량
	전 체	10,185	138.7	11,889	970.1	11,479	111.9	△ 3.5%	△ 88.5%
1	캐 나 다	1,761	31.2	2,226	40.2	3,392	52.7	52.4%	30.8%
2	중 국	2,677	82.1	2,124	901.6	2,454	39.6	15.5%	△ 95.6%
3	대한민국	2,541	13.4	3,885	12.6	2,379	4.39	△ 38.8%	△ 61.0%
4	미 국	2,991	8.7	2,164	4.4	1,885	1.0	△ 12.9%	△ 77.5%%
5	홍 콩	108	2.7	960	7.9	864	10.7	△ 10.0%	35.7%
	기 타	104	0.5	527	3.3	502	2.9	△ 4.7%	△ 11.5%

□ 유통동향

- 한국산 : 품질이 가장 우수한 것으로 평가가 되며, 차별성을 갖춘 별도의 제품으로 구분이 됨. 그러나, 고가의 제품으로 소비가 감소하고 있는 추세를 보임.
- 미국/캐나다산 : American Wild Ginseng (산삼)으로 소개가 되며, 화교들의 취향에 맞추어 절편, 엑기스, 차 등의 제품으로 판매가 되고 있음. 현지 업체와의 공급계약을 통해 점유율을 높여가고 있음.
- 중국/홍콩산 : 일반 백삼, 수삼 제품으로, 요리의 첨가자료로 사용이 됨. 일반요리 첨가재료로서 수요의 큰 변화는 없음.

원산지	포장		단위	가격
한국			엑기스 : 240g	SGD 325.00
			차 : 3g x 50포	SGD 65.00
미국/ 캐나다			정 : 50 capsules	SGD 126.00
			차 : 5g x 12포	SGD 39.20
			절편 : 75g	중 : SGD 24.00 대 : SGD 26.00
			차 : 5g x 24포	SGD 38.00
중국/홍 콩			건조 : 5.6g	SGD 5.85

□ 한국산 수입증감 사유

- 몸에 좋다는 인식에도 불구하고, 한국산은 고가의 제품이며 취급점포수가 적어 (일화제품 독점대리점 Tongil Singapore = 6개 점포 vs 싱가포르 Eu Yan Sang = 70개 점포 vs 싱가포르 Hock Hua = 48개 점포) 쉽게 구매하기 어려운 제품임. 제품의 우수성에 대한 자신감으로 홍보/판촉활동이 적었으며, 신규고객 확보를 위한 제품변화를 소홀히 하였음.
- 대부분의 중약재상에서는 한국산 인삼이 고가인 관계로 일부 구매 후, 소량 자체포장을 통해 재판매를 하거나, 현장에서 직접 탕약을 제조 판매 함으로 인해 브랜드 노출이 잘 안되고 있는 취약점이 있음
- 최근 싱가포르 창이공항 면세점 내 정관장 매장 오픈, 싱가포르 시내 쇼핑몰 내 정관장 매장 신규 오픈 등을 통한 한국산 브랜드 인삼제품의 홍보를 강화하고 있는 상황임
- 경쟁제품인 미국/캐나다산은 처음에는 Wild Ginseng (산삼)이라는 명칭을 사용하여 시장진입을 하였으며; 이후 화교 이외에 전체 Halal시장 (인구 18억)의 60% 이상을 점유하고 있는 아시아 회교권 (인구 10억)으로의 시장확대를 위해 Halal인증도 획득하여 빠르게 시장을 잠식하고 있음.

□ 시사점

- 제품의 우수성에 대한 자신감 이외에, 시장확대를 위해서는 소비자의 접근용이성을 위해 진열판매장의 확대가 요구 됨. 2012년 8월, 싱가포르 토종 백화점 Tangs에 한국산 인삼화장품인 “설화수”가 성공적인 런칭을 한 사례에서 나타나듯, 싱가포르 화교들은 인삼의 향에 따른 거부감이 아닌, 접근용이성의 문제로 구매를 하지 못하고 있는 것임.
- 더불어, 경쟁제품들의 마케팅전략을 참고하여, 한국산 인삼의 Halal인증도 진행하는 것이 권장됨. 모든 Halal 시장 관련 보고서들이 동의하는 것처럼 : Halal은 추정규모 인구 18억에 이르는 매우 거대한 시장임. 회교신자들도 가계소득의 상승으로 건강에 관심을 가지고 있으며, 순수 회교권 이외에 Halal제품을 친근해하는 채식주의의 수요자들도 커다란 잠재시장으로 판단이 됨.

(자료원: GTA, Canada Agri-Food, 중국 Ginseng Holdings, Wisconsin GinsengHerb Co-op, Eu Yan Sang, Hock Hua, Journal of Ginseng Research, Tongil Singapore, Tangs)