

## シンガポールにおける日本産農産物の現状

シンガポールの百貨店、スーパーマーケット等を覗いてみると、明治屋、伊勢丹、高島屋(高島屋食品部門は現地大手の Cold Storage が入居)をはじめとする日系は勿論のこと、シンガポール最大の生協である NTUC Fair Price や Cold Storage 等の現地大手小売店でも非常に多くの日本産食品を目にします(現地では多くのスーパーマーケットチェーンがあるように感じられますが、上記 2 大グループの傘下であり、実質は 2 大グループによる寡占状態)。とりわけ、長野県産品では果実、きのこ類、味噌を目にすることが多いように感じます。

農産物については日本産農産物専門の陳列棚を設け、他国産とは別扱いとしているケースがほとんどです。ここシンガポールでも、日本産農産物は「安全、高品質で美味しい」と認知され、高い関心が寄せられています。

長野県においても高付加価値化への取り組みがなされている農産物について、シンガポールでのビジネスチャンスを探ってみました。

### 1. シンガポールにおける農林水産物の輸入状況

国土に限られるシンガポールでは自給率は 1 割程度と言われ、農林水産物のほとんどを海外からの輸入で賄っており、その輸入額は毎年、漸増しています。

また、日本からシンガポールへの農林水産物の輸出も、安倍内閣が日本経済再生に向け展開する「3本の矢」の 3 本目の矢となる「成長戦略」において「攻めの農林水産業」が掲げられ、農林水産業の 6 次産業化、輸出倍増計画が打ち出される中、為替変動による要因はあるものの漸増傾向にあります。

単位：百万ドル

	2010	2011	2012	2013	2014
シンガポールの農林水産物 輸入額	12,358.1	13,974.4	14,051.1	15,081.1	15,752.7
うち青果(野菜、果物)輸入額	1,523.1	1,665.6	1,723.5	1,874.4	2,012.9

※データ出所：International Enterprise Singapore(IE シンガポール(国際企業庁))

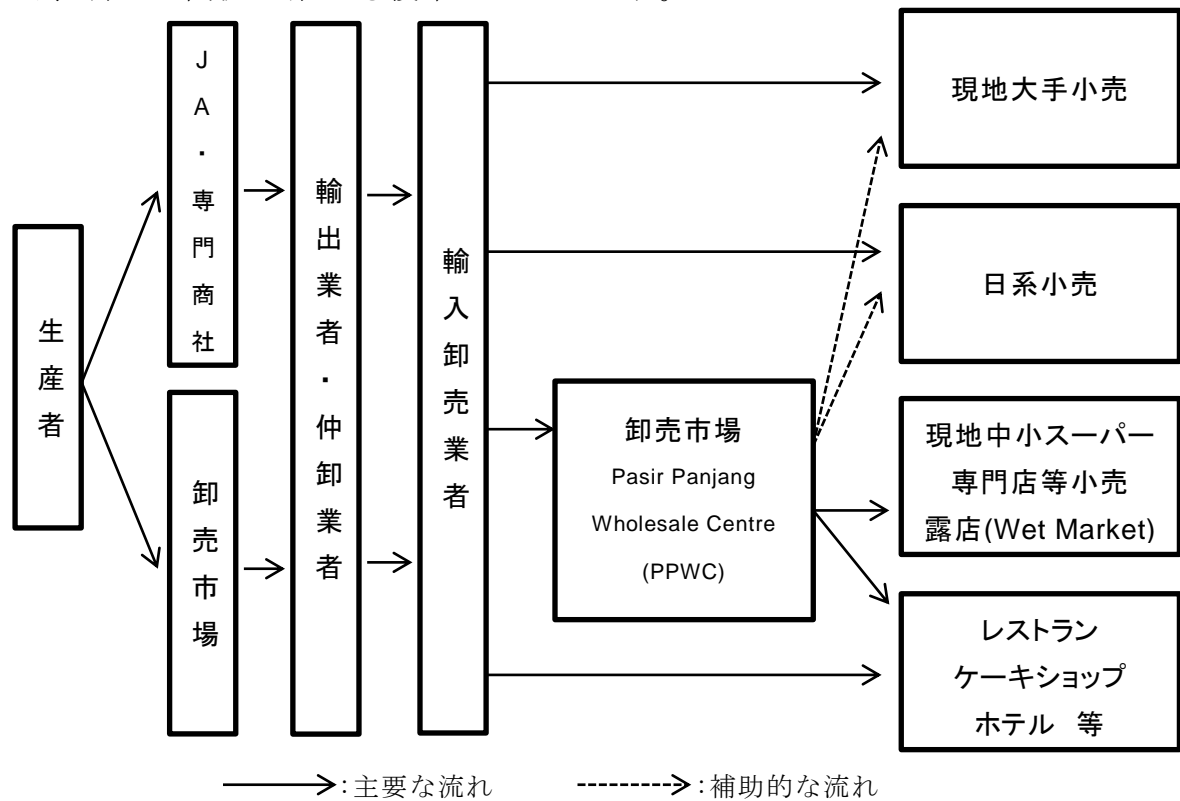
単位：百万円

	2010	2011	2012	2013	2014
日本からシンガポールへの 農林水産物輸出額	13,801	14,090	14,473	16,364	18,912

※データ出所：農林水産省

## 2. 流通経路

シンガポールでの農産物等の基本的な商流は図1のような流れとなり、最終消費形態は、レストラン、ケーキショップ、ホテル等の外食消費向け、百貨店、スーパーマーケット等の小売を通じた家庭消費向けです。商品の輸入は卸売を兼ねた輸入業者を介して行われるケースが殆どであり、取扱商品ごとに業者の棲み分けがされている状況ですが、中間業者の過多に起因するコスト高に対応するため、近時、新たな商流の確立も模索されています。



< 図1 農産物等の商流 >

家庭消費向け商品の経路は、①輸入卸売業者から直に現地大手小売、日系小売に流れるケース、②卸売市場(Pasir Panjang Wholesale Centre (PPWC))を介し、現地中小スーパーマーケット、“Wet Market”と呼ばれる現地住民がよく利用する露店(日本人駐在員の奥様方も愛用している Market もあります)に流れるケースがあります。また、日系小売の経路として、輸入卸売業者経由のほか、自社社内取引による仕入・調達も行われている様子です。

現地中小スーパーマーケット、Wet Market では日本産品が一部取り扱われていますが、その数は限られています。

一方、レストラン、ケーキショップ、ホテル等の外食消費では、近年、日本食レストランが急増しており、「統計局によると2013年の飲食店数は6,751店。うち日本食は約900店(推計)と、全体の約13%を占める」(ジェトロセンサー平成27年5月号より)となっており、日本食材の潜在的市場も拡大しています。



Pasir Panjang Wholesale Centre(PPWC)の様子

### 3. シンガポールにおける日本産農産物の現状と課題

現地で日本産農産物を取扱うにあたっては、以下のような課題も聞かれます。

- (1) 輸入業者が強い権限を持ち、かつ小売店との強力なパートナーシップを構築し販売ルートを寡占している状況の下、如何に優良輸入業者を発掘するか。
- (2) 現地大手小売店では日本産品を陳列するための棚代(リスティングフィー)が必要となる。
- (3) 「費用対効果」「どれだけの需要があるか」等について輸入業者にシビアに評価される。
- (4) ここ数年、シンガポールでも日本産品の輸入が増えてきており、現状、飽和状態の感がある。
- (5) シンガポールへの船便は、早くても2週間強かかる。1か月かかる場合もある。  
⇒品質保持の問題(場合によっては、輸出量の多くが品質不良となることもあるとか…また、現地小売店では棚持ちする商品、回転率が良く粗利が高い商品が好まれる傾向にある)
- (6) 空輸を活用すればコスト高となる。
- (7) 中国に加え、近隣ASEAN諸国(タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム等)の農産物供給国が多数ある上、それら地域の生産技術向上により品質も向上している。さらには日系企業も近隣諸国で農業生産を始めており、品質の差が小さくなりつつある。そのような状況で展開される価格競争では、コスト高の日本産品は分が悪い。  
⇒とりわけ葉物野菜は競争が厳しい模様(小売店、卸売市場でも日本産葉物野菜を目にする機会は少ないように感じられます)

日本産農産物の価格は他国産の数倍であり、現地業者もシビアにビジネスを検討しています。一通りの日本産品が揃う現在、単に「安全、高品質な日本産」かつ「高値で売れる」という認識だけではシンガポールでのビジネスは難しいとの声が多く聞かれます。

一方で、日本産品の「安全性、高品質」に加え、世界的な日本食ブームもあり、日本産品へは高い関心が寄せられています。今年10月には、生鮮品を中心とした日本食品を豊富に取り揃えたスーパーマーケットもオープンしています。また、高級日本料理店では、連日、シンガポリアンが常連客としてカウンターを占めるという店もあります。

シンガポールへの農産物の輸出には多くの課題があることも事実ですが、優良な現地輸入業者の発掘、ターゲットの明確化、他国産や多くの日本産品との差別化・オリジナリティの創出、テスト販売等の戦略によりビジネスチャンスもあるように思えます。

まずは、現状を踏まえ、ご自身の目で見て、肌で感じるため、現地マーケティングからスタートし、その可能性を探ってみては如何でしょうか。



豊富な日本食品を取り揃えるスーパーマーケット  
(本年10月グランドオープン)



Wet Marketの様子

【参考情報：シンガポールでの青果物の価格帯(調査日 平成27年11月18日 高島屋 Cold Storage 他)】

商品名	店頭売価	商品名	店頭売価
りんご大玉2個パック(シナノスイート、名月、秋映)	S\$9.90	す い か	S\$60.00
りんご小玉3個パック(名月)	S\$8.90	長野県産しめじ	S\$2.95
シャインマスカット	S\$30~S\$60	キャベツ(100gあたり)	S\$0.80前後
上記シャインマスカットWet Marketでの価格	S\$18.00	レタス(100gあたり)	S\$0.30~S\$0.50
梨(秋栄)大玉2個パック	S\$16.90	大根 1本	S\$6.90
梨(二十世紀)大玉2個パック	S\$12.90	ほうれん草(空輸)	S\$7.90