



シンガポール訪問調査報告書

2017年3月

Ten group

Ten Trang Co., Ltd.

はじめに

マレー半島の南端に位置するシンガポール共和国は、1965年の独立以降、強力なリーダーシップを有する指導者の下で急速な経済発展を成し遂げ、今日、世界的にも屈指の近代国家として知られている。国土面積は東京都より約1割程度大きいに過ぎず、東端に位置する国際空港から西端まで高速を利用すれば1時間で移動できる。この狭小な国土に約550万人が暮らし、うち7割を占めるシンガポール国民（および永住者）は、中国系、マレー系、インド系、その他の民族で構成されている。加えて国内には7000を超える多国籍企業が存在し、多民族、多言語、多宗教の社会を形成してきた。ゆえに、その食文化も多様な料理文化の影響を受けており、中華やマレー、インド料理の他、フレンチ、イタリアンなどの西欧料理、日本料理、エスニック料理等、さまざまな料理を楽しむことが出来る。歴史的にも、また現在においても男女の区別なく社会進出を果たしている同国の人々にとって、外食文化は必然的に形成されたものであり、且つその小さな国土ゆえに娯楽も少ないことから、「食」はいわばレジャーと同等の位置付けである。

いまや世界有数のグルメ大国といわれるほどに充実した同国食文化において、健康志向の高まりや日本人気に後押しされ、日本食の浸透度合いは高く、外食事業者や食関連団体、他国資本による和食ビジネスも増加傾向にある。国内には約1100店舗の日本食レストランがひしめき合い、日本の水産物はこれら日本食を扱う飲食店を中心に取引されているといわれる。

弊グループでは、日本産水産物の新たなマーケットの可能性を探り、今後のPR活動の多様化に向けた調査を実施する目的として同国を訪問、在シンガポールベトナム大使館貿易事務所訪問、食産業現場視察（飲食店、スーパーマーケット）、給食産業事業者等との面談を行い、本報告書に取り纏めた。

目 次

はじめに

1.	基礎データ	4
2.	水産品市場	8
3.	在シンガポール・ベトナム大使館訪問	12
4.	フォレストシティー	14
5.	現場視察 小売店	17
6.	現場視察 飲食店	30
7.	キャンティーン フードコート	48

基礎データ

面 積		719.1km ²
人 口		553.5万人 （2015年） うち、シンガポール国民および永住者は390.2万人であり、内訳は中華系約74%、マレー系約13%、インド系約9%、その他約3%となっている。
言 語		国語：マレー語 公用語：英語、中国語、マレー語、タミール語
宗 教		仏教、イスラム教、キリスト教、ヒンズー教、道教
主要産業		製造業（エレクトロニクス、化学関連、バイオメディカル、輸送機械、精密器械）、商業、ビジネスサービス、運輸・通信業、金融サービス業
名目GDP (billion US\$)		2016
		288,753
一人当たり名目GDP (US\$)		2016
		51,469
実質GDP成長率 (%)		2016
		2.0
消費者物価上昇率 (%)		2016
		-0.5
失業率 (%)		2016
		2.1
貿易額 (百万US\$)	輸出	2016
		320,476
	輸入	2016
		274,998

主要貿易品目	(1) 輸出：機械・輸送機器、鉱物性燃料、化学製品 (2) 輸入：機械・輸送機器、鉱物性燃料、原料別製品
主要貿易相手国	マレーシア、中国、インドネシア、米国、香港（2014年）
通貨/為替レート	シンガポールドル 約80円（2017年2月末）

経済概況

2001年 建国以来最悪の成長率（-1.2%）

（米国経済の減速、世界的な電子関連需要の減退の影響）

2002年 4.2%のプラス成長（第2四半期以降、プラス成長に）

2003年 前半はSARSの影響により低迷したが、後半は持ち直し4.6%のプラス成長を達成。

2004年 9.2%のプラス成長。経済は回復し、力強い経済成長を示した。

2005年 製造業、サービス業等の内需拡大により、7.4%のプラス成長。

2006年 製造業、建設業、サービス業等の内需拡大により、8.7%のプラス成長。

2007年 建設業、金融業等がシンガポール経済を牽引し、9.0%のプラス成長。

2008年 金融危機に端を発し、景気後退。主に製造業が不振。前年比1.7%のプラス成長。

2009年 年央から回復に転じたものの、通年では-0.8%のマイナス成長。

2010年 急速にV字回復を続けており、通年で14.8%の成長。

2011年 欧州債務危機の影響等により、通年で5.2%と減速。

2012年 欧米を始めとする世界経済の停滞により、通年で1.3%と落ち込んだ。

2013年 当初の政府予測を上回る4.4%の成長。

2014年 欧米をはじめ、世界経済回復に伴い経済は持ち直し始めるも、2.9%成長に留まる。

2015年 金融業、サービス業等が経済成長に寄与するも、2.0%成長に留まる。

日本との関係

- 経済

2002年11月に日本・シンガポール経済連携協定（JSEPA：日本初のEPA）、2007年9月に同協定改正議定書が発効。

対日貿易

A. 輸出入ともに、電子機器・電子部品が主要品目

B. 貿易額（単位：10億円）（出典：財務省統計（日本））

- 文化

2007年7月の安倍総理とリー・シェンロン首相との日・シンガポール首脳会談において、日本の文化を中心とする情報を発信する拠点としてシンガポールに「Japan Creative Centre（ジャパン・クリエイティブ・センター）」を設置することが合意され、2009年11月に両国首脳出席の下、開所。

- 在留邦人数（在シンガポール日本大使館への在留届数） 36,963名（2015年10月現在）
- 日系企業数（日本商工会議所登録企業数） 836社・個人（2017年1月現在）
- 在日シンガポール人数 7,232名（2016年6月末法務省統計）



水産品市場

食料自給率が1割未満といわれるシンガポールでは、食品の約9割を海外から輸入し、およそ550万人の国内居住者および年間約1千5百万人の同国訪問外国人の食を支えている。シンガポール人の魚介類消費量は年間約10万トン、一人当たりの消費量は約21kgで世界平均とほぼ同じである。食肉との比較では、鶏肉を中心とした食肉全体の消費とは差があるものの、アイテム別では鶏肉に次いで消費量が多く、豚・牛肉を上回る。フィッシュボールヌードルやチリクラブといったシンガポールの代表的なローカルフードを始めとして、中華やマレー料理にも魚介類を用いた料理が多く、日常的に水産物を口にする機会が多いものの、国内の水産物生産量は約7700トンと国内消費量の1割にも満たない。ゆえに、水産物の大部分も輸入に依るところが大きく、マレーシア、インドネシア、ベトナムといったASEAN域内の国々に加え、中国、ノルウェーなどから調達している。輸入額ベースではHS1605、0306、0302、0303、1604、輸入量ベースでは、0302、1604、0303、0304、0306の順に取扱量が多い（2015年 ITC）。全体の輸入額では、2013年～2015年にかけて増加傾向にある（下表）。

Fish, Seafood (Excl Marine Mammals) & Preparations					(thousand S\$)	
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
輸入額	1,435,763	1,316,834	1,318,517	1,387,031	1,482,427	1,533,776

魚介類供給					(tons)	
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
国内生産量	5,599	5,547	6,775	6,379	7,695	n/a
輸入量	132,937	128,147	126,567	123,107	124,369	120,184
輸出货量	32,311	29,649	26,334	17,237	23,064	19,729

ウェットマーケットの概要および水産加工施設

国内沿岸養殖場として、東部チャンギエリア、北西部リムチューカンがあり、シンガポール農食品・畜産庁(Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore(AVA))管轄のもと管理されている。

海水魚：スズキ・タイ・ハタ・ボラ・サバヒ・シーバス・シマアジ・ロブスター

淡水魚：ナマズ・チカダイ・ライギョ

また、シンガポールにはAVAが運営するジュロン漁港、セノコ漁港がある。1969年開設のジュロンは外国籍漁船のドック且つシンガポールにおける最大の卸売センター。マレーシアやインドネシア船に加え、中国や台湾、オーストラリアといった遠方の漁船も入港、毎晩、200～250トンの魚介類が水揚げされ、2000～3000人のバイヤーが午前2時～6時まで競りを行う。一方、1997年に開設されたセノコ漁港は国内漁船のホームベースであり、国内海域で漁獲された魚介類や輸入物などを取り扱っている。

ライセンスを取得した水産加工施設の数、2013年時点で113である。

ジュロン港 / セノコ港 水揚げ量		(tons)
港 名	水揚げ量 2009年	水揚げ量 2014年
ジュロン港 Jurong Fishery Port	64,209	51,200
セノコ港 Senoko Fishery Port	9,701	7,200

Market research report for sea fish industry authority, UK trade and investment

流通形態

日本産水産物の輸送は、冷凍品は海上輸送によるリーファー混載貨物、鮮魚は空輸便が主流。輸入水産品は基本的に輸入業者/問屋を介してウェットマーケットやフードコート、小売店へ供給されるが、大手小売業者は自社による輸入も行っている。大手はNTUC Fairprice（総合スーパー、コンビニ、オンラインストア）、Dairy Farm International（総合スーパー、コンビニ、オンライン。傘下にCold Storage、The Market Place、Giant、Three Sixty Gourmet Supermarket）、そしてSheng Siong（総合スーパー）の三社であり、これら三社によるマーケットシェア率が高い。その他では、日系のMeidi-Ya、Isetan、高島屋、リトルインディアにあるインド産品などを取り扱う

Mustafa Supermarket等。以上のような量販店が水産品供給の大方を占める一方、サプライヤーが産地で買い付ける場外流通も見受けられる。また、外食文化であることから、当然、フードコートや飲食店等での消費も多い。

市場で流通している魚類は鮮度に問題がある場合もあり、サプライヤー経由の魚類の方が鮮度が良い。

貨物の輸入申請はオンライン上での手続きが可能で容易ではあるが、検査証の費用が高いため、ロット数を増やすなどの対応が必要なケースも想定される。

シンガポール人の食習慣

シンガポール人は性別問わず、また既婚未婚に関わらず働きに出ている人が多いため、彼らの食生活に占める外食や中食の割合は大きい。彼らが日常的に利用しているのがホーカーセンター。ホーカーセンターはNational Environment Agency（環境庁）、Housing & Development Board（住宅開発庁）、JTC Corporation（総合開発計画公社）が管理をおこなっている、所謂、屋台を集約した複合施設である。政府が箱を用意し、事業者が賃料・管理費用を支払い出店。衛生面に関しては、まず、ホーカーセンターごとに清掃員が付いている。さらに店舗自体も衛生基準に反するようなケースがあった場合は罰金を支払うといったペナルティーに加え、政府により付けられた自店の衛生状況ランクを掲示する義務があることから、一定の衛生は保たれている。平均単価もS\$6程度と手頃だ。

人口の7割を占める国民および永住者が中国系、マレー系、インド系、フィリピン系等といった異なる複数の民族で構成されていることから国民の嗜好も多様化。自宅で調理することは殆ど無い(家政婦が調理する程度。また、外国人向けの賃貸住宅の中にはライトミール以外のキッチンでの調理を禁止している物件もあるほど)。中食は調理済み総菜やテイクアウト、ケータリングを利用。生鮮ラウンドやフィレ等調理を必要とするものはあまり買わない傾向にあるという。

また、シンガポールではEコマース市場が成長しており、2015年時点で小売市場全体の2.1%を占めている（およそ10億USドル規模）。TemasekおよびGoogleが昨年公表した資料によれば、シンガポール国内におけるEコマース市場は2025年に50億USドルに拡大し、2015年時点のカジノ産業を超える規模になる見通しである。決済やデリバリーシステムといったオンラインリテールといった点も整備され、小規模事業者にも参入しやすい環境であり、消費者に対してオフライン-オンラインを活用した双方向からのアプローチの機会が今後ますます増加していくものと思われる。

現地の飲食店オーナー等が最も頭を悩ます問題は労働力。人材確保が容易ではないという声が聞かれた。流行っているお店でも人材が確保できず、やむを得ず閉店を余儀なくされるケースも多数出ているという。

シンガポール人の味覚については、美味しさを感じる塩分濃度には国や地域で差があるが、シンガポール人は塩分の多いものが苦手らしい。日本人よりも塩分耐性が低い傾向にあるようで、塩辛、明太子は美味しさより塩分の濃さが先にくるようである。日本風の味噌汁でさえ塩辛く、苦手という人が多数とのこと。

魚種に関しては、高級日本料理店（寿司店等）以外の飲食店で供されるマグロは基本的にキハダが多く品質が良いとはいえない。理由は、シンガポール人がさほどマグロを好んで食べないことも一因ではないかとのことであった。（尚、現地ではCO2マグロの流通が規制されていないとのことである。）。高級料理店で供されるマグロは日本からの空輸による直接仕入れであり、クオリティとしては問題ないが、ローカルの人々の需要はさほど多くはないようである。他方、高級店等で需要の高い商材はブリやカンパチに加え、ひらめ等の白身魚。日本から直輸入しており、ローカルの人々にも受けが良い。白身魚については、従来より白身魚を食す文化があることから味覚的にも受け入れられやすい食材なのだろうという声が聞かれた。

一方、サーモンはシンガポールでも人気の食材である。近年は、新興マーケットにおける消費量増加に加え、ノルウェーではウオジラミ問題により成長が鈍化しているなかでの生産量落ち込み、さらに南部チリでは有害藻類ブルームによる大量死が発生し、グローバルマーケットへの供給は逼迫、価格が上昇を続けている。

寿司と刺身に対するシンガポール人の反応については、SASHIMI（刺身）はSUSHI（寿司）に比べて浸透度が低いため、メニュー食材としての水産物に関しては、まずは寿司ネタとしての提供が認知度向上に繋がる材料になり得ると思われる。尚、現地ではカリフォルニアロールといった欧米寿司もよく出ているため、ローカライズや現地の嗜好に留意した商材選定、および参考となるレシピ等の提案も検討を要するところである。

主要輸入先の一つであるベトナム産からは、すり身等HS0304の輸入が多い。（ITCの統計によれば、HS0304の輸入額・量、ともにベトナムが最大の輸入先である（2015年））ローカルの人々はドリーフィッシュ(Dory fish)と呼ばれるナマズのフィレをソテーなどにしてよく食べるが、ベトナムのメコン産パンガシウスも輸入されている。一部の消費者の間ではその安全性を疑問視する声も出ているが、ベトナムの2016年シンガポール向けパンガシウス輸出は、ASEAN主要輸出先であるタイやフィリピンへの輸出額が落ち込むなか対前年比2.8%増であった。



在シンガポール
ベトナム大使館所属
貿易事務所訪問

Embassy of the Social Republic of Viet Nam

所在地：10 Leedon Park, Singapore, 267887

貿易事務所商務官および第三秘書官と面談、意見交換を行った。

2015年現在、ASEAN加盟国中8カ国（シンガポール、マレーシア、タイランド、ブルネイ、インドネシア、フィリピン、ラオス、カンボジア）の対ベトナム投資額は560億USドルであり、その6割をシンガポールが占める。海外直接投資額全体の中でもシンガポールは韓国、日本に次いで第3位であり（2016年）、ベトナムにとって重要な戦略的パートナーの一つである。

ベトナムの対シンガポール水産物輸出は過去2年対前年比およそ3～4%で減少傾向。昨年はエビや二枚貝といった主要輸出品目が軒並み対前年比でマイナス成長、主要品目ではパンガシウスのみ前年を上回った（輸出額ベース）という結果であったものの、現在シンガポールの輸入水産物のおよそ3割はベトナム産が占めている。ベトナム産の魅力はパンガシウス等ローカルの人々に馴染みのある製品であることに加え水産加工国ゆえ大量生産が可能であり輸送コストも抑えられ、手頃な価格で流通させられることである。

今後はさらに乾燥品の輸入量増加も期待されている。農産物ではコメがシンガポールの輸入先第3位であり、成果物も好調、農林水産物全体では対前年比約20%程度で増加している。

前述の通り、シンガポールのジュロン港へ外国船籍が入港し、（ほぼマレーシアおよびインドネシア船とのこと）、生鮮魚が安価に取引され



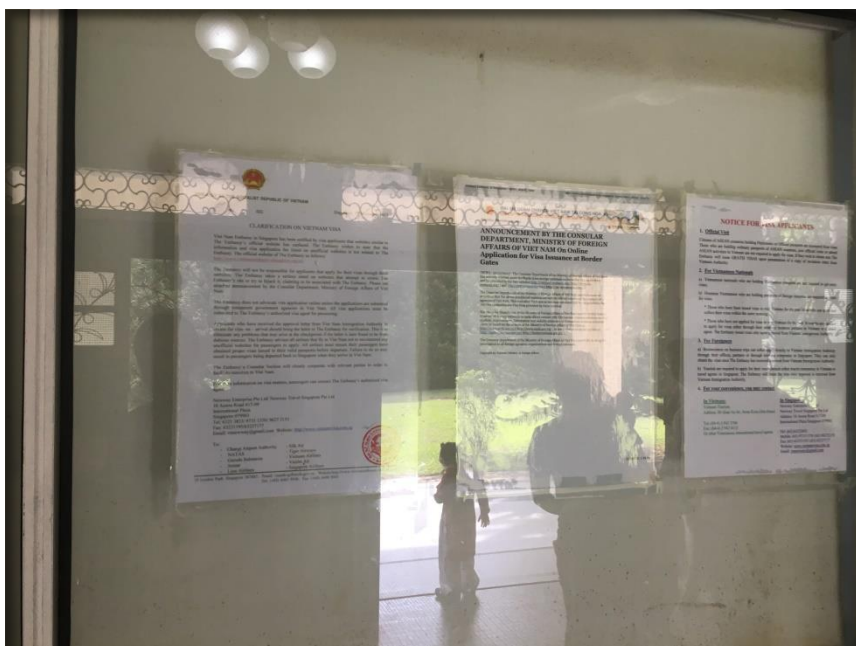
るため、冷凍ラウンド魚の輸出拡大は期待ほどに見込めないのではないかと意見もあったが、円安という追い風により、日本産サバのシンガポールへの輸出は昨年好調だった。日本のサバは、国内市場に出回らない小振りのサイズが安価で海外に出回ることが多いが、一昨年、昨年とボリュームは増加している一方でキロ当たり単価は随分と下がっている。天然物であるがゆえの難しさもあるため、将来に向け継続した輸出拡大には資源量の管理等、官民連携による取組みがますます必要となってくるだろう。

当該貿易事務所では商工会やシンガポールのカウンターパート等と提携し、ベトナム-シンガポール二国間の事業者らを支援する取組みも行われている。そういった事業者らと日頃から活発に交流している彼らより、シンガポール向けの日本産であれば、国内主力輸入企業三社向けとして需要が見込める高級魚にフォーカスした集中的取組みを行うことも提案された。対象を絞り、商材選定からフォローアップまでを含めた小回りの利く取組みを行うことも検討の余地があると思われる。



さらに、高級魚に的を絞る方向性であれば、ベトナム産製品との差別化が生じることから越日タイアップの合同セミナーといったイベント実施もより多面的なビジネス機会の創出および相乗効果に繋がる可能性もある。

その他では、日本産原料→ベトナム加工経由地としてのシンガポールへの輸出の可能性等について意見を交わした。



フォレストシティー

マレーシアおよびシンガポール両国家合同プロジェクトとなる「イスカンダル計画」。

そのイスカンダル経済特区に建設される「フォレストシティー」。昨年3月にグランド・オープニング式典が催されたフォレストシティーは、マレーシア・シンガポールを結ぶ「セカンドリンク」近くに敷地面積14km²、マカオの約半分ほどの大きさに等しい4つの人工島を建設するというイスカンダル計画下の大型プロジェクトである。住宅街や商業施設を始め、ホテル、病院、学校、国際会議場、免税ショッピングモールなどが島内に建設予定。

目玉の一つは域内における税優遇策 - 開発地の免税特区化、環境配慮型開発業者への法人税優遇、諸要件を満たしたサービス産業の雇用者、あるいは観光・ヘルスケア・教育の各事業者に対する法人税優遇、外国企業への無条件での税優遇策適用 - の4項目。これらの優遇税制により、2035年までに22万人の新規雇用を見込んでいる。さらに、独自の税関、出入国管理、検疫システムを持つ事が認められているという。



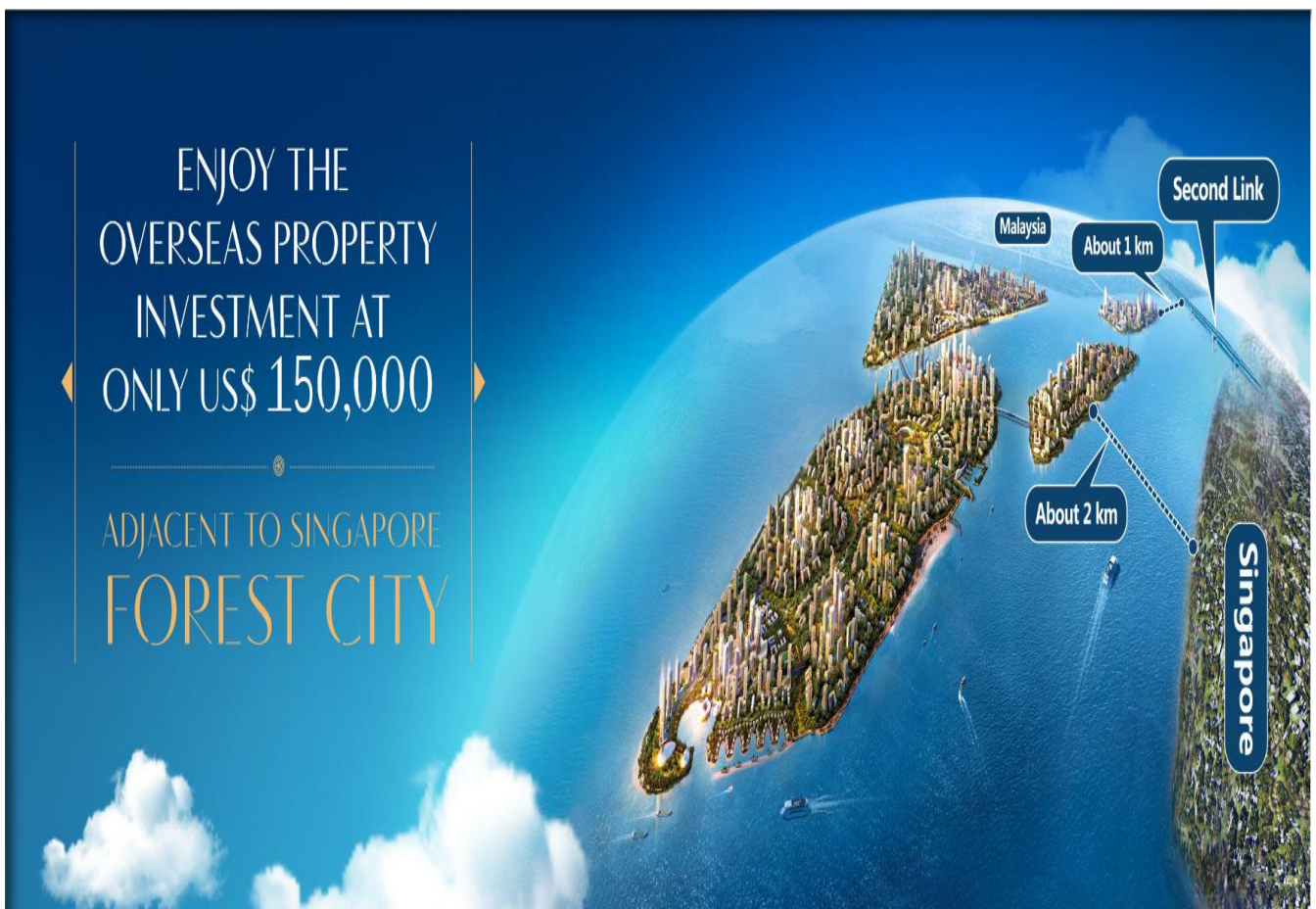
現在、商業施設やホテル、ビーチパーク等、島の一部が出来てきている状態であり、中国本土の中国人を中心に物件購入が進んでいる。中国系を中心とした人口構成になる予定であることから、ハラル対応も緩やかなものになる見通しで

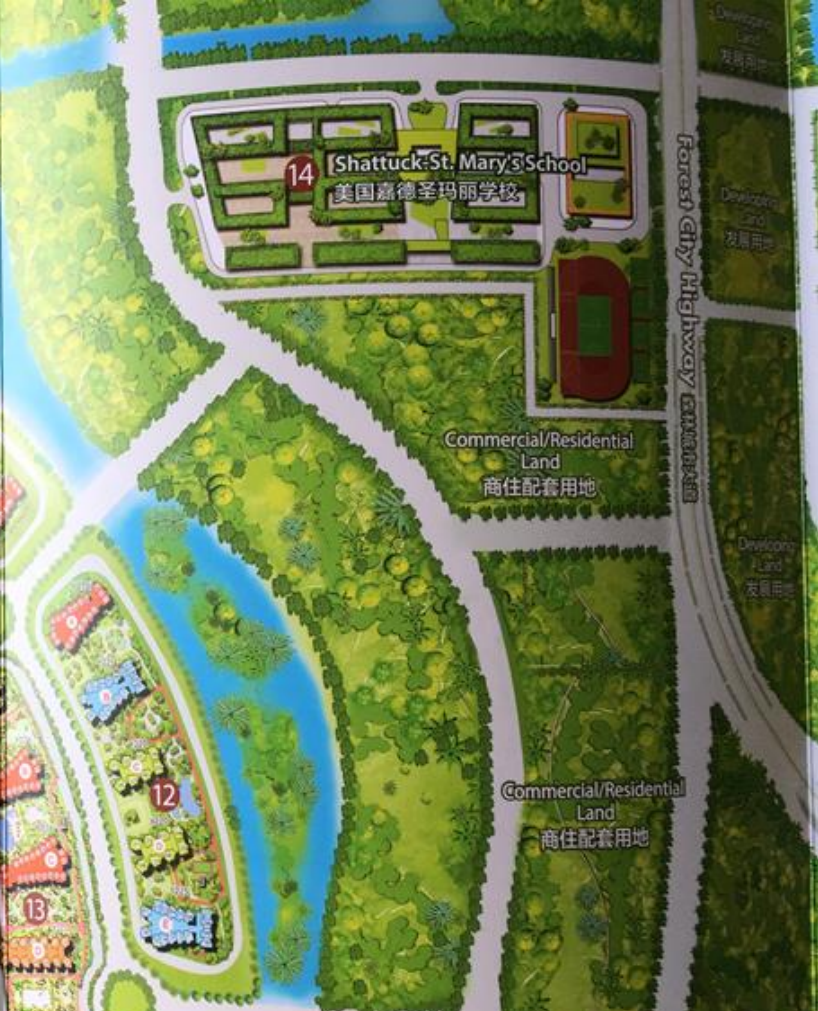
あり、新たな食需要が見込めるエリアとなる。

シンガポールから2kmという立地であり、現地（シンガポール）で日本食レストラン等を展開する事業者も出店を計画している。

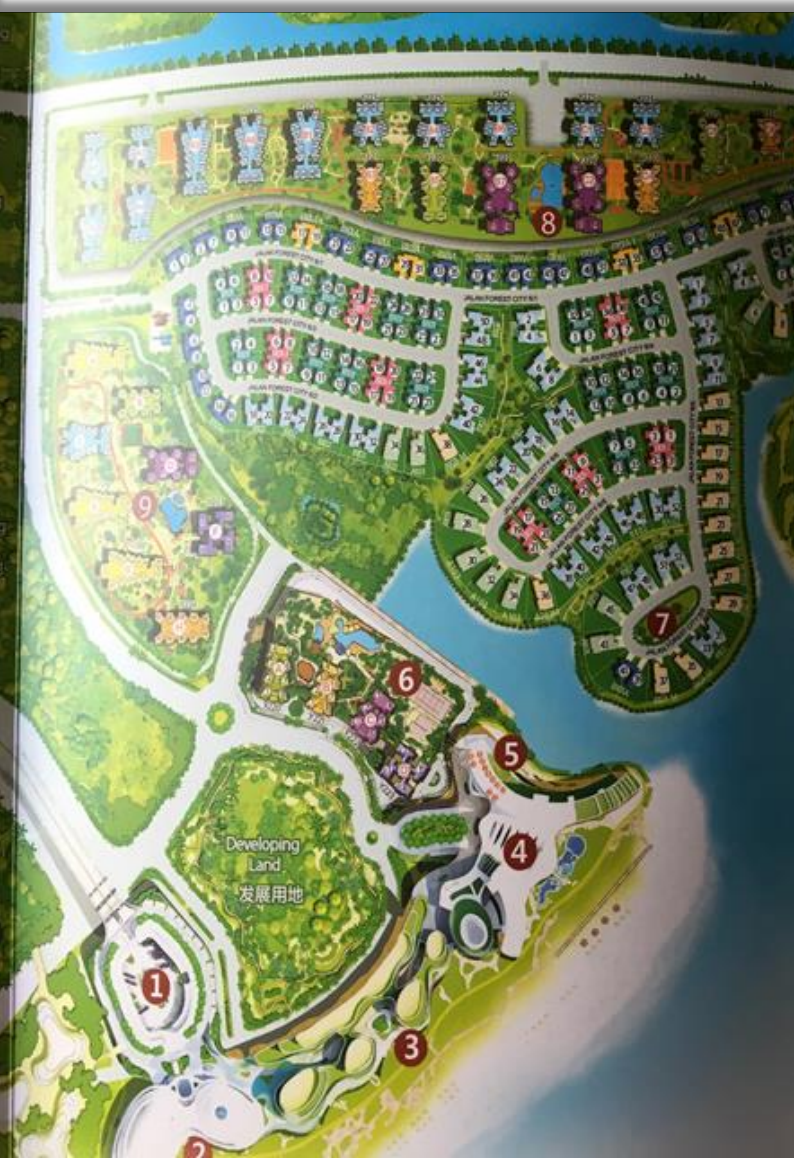
いまや1100店舗を超え、飽和状態と言われるシンガポールの日本食レストラン状況。近未来都市と言われる注目エリアでの活動を視野にいた事業者等は厳選された商材への関心も高く、このような事業者へのアプローチを試み、彼らの展開とタイアップしながら日本食材の卸先拡大に繋がる機会創出を図っていくことも一考に値するのではないだろうかと思われた。

現地での経営ノウハウを持つ飲食店運営者などは人脈が豊かであり、日本食材を取り扱う外国人サプライヤー等を含め、様々な同業異業態、異業種との横のつながりもある。このような現地で活動している業態・業種を組織化し、他方、日本側も窓口を一本化して商材情報・物流の集約化を図り、日本商材が流れやすい環境整備を裏から支えることも輸出拡大に繋がる一つの材料になるのではないかと思料される。





www.forestcitycgpv.com



APARTMENT 洋房

Y220	Approx 883-980sq.ft 约 82-91m ²	
Y221	Approx 743-786sq.ft 约 69-72m ²	
Y222	Approx 1130-1378sq.ft 约 105-128m ²	
Y223	Approx 1851-1862sq.ft 约 172-173m ²	
Y225	Approx 517sq.ft 约 48m ²	
Y288	Approx 603/635sq.ft 约 56/59m ²	
Y076	Approx 635sq.ft 约 59m ²	

VILLA 别墅

B101	Approx 4489-4682sq.ft 约 278-281m ²	
B102	Approx 6997sq.ft 约 377m ²	
A103	Approx 9236sq.ft 约 800m ²	

Location Map 区位图

- 1 Forest Central 交通中心
- 2 Endora Sales Gallery 海之贝销售中心
- 3 Harbor Commercial Street 港之滨商业街区
- 4 Country Garden Forest City Phoenix Hotel 碧桂园森林城市凤凰酒店
- 5 Country Garden Forest City Kylin Hotel Apartment 碧桂园凤凰公寓·森林城市
- 6 Aquablu Bay 海蓝湾
- 7 Amber Bay 海蓝湾
- 8 Starview Bay 星海湾
- 9 Grandeur Bay 阔景湾
- 10 Serene Bay 1 海悦湾1
- 11 Serene Bay 2 海悦湾2
- 12 Serene Bay 3 海悦湾3
- 13 Serene Bay 4 海悦湾4
- 14 Shattuck-St. Mary's School 美国嘉德圣玛丽学校

現地視察 小売店

小売セクターは、前述の通りNTUC、Dairy Farm、Sheong Siongの大手3社のマーケットシェアが高い。日系はMeidi-Ya、Isetan、Takashimaya等。Cold Storage、Jason's、Market PlaceやMeidi-Ya、Isetanはアッパークラス向けの高級スーパー、一方、NTUC FairPrice、Sheng Siong、Giant等は庶民派と言われている。大手は輸入業者や卸売業者からの仕入れに加え、海外サプライヤーとの直取引、自社輸入を行っている。ウェットマーケットやホーカーセンター、小規模小売店へは専ら卸売業者経由で商品が流れていく。

一般的にシンガポール人のシニア世代は水産品をウェットマーケットで購入し、中年世代、若年世代は利便性と種類の豊富さからスーパーマーケットで購入すると言われている。（若年～中年世代のシンガポール人に聞いたところでは、（時間的制約もあり）ウェットマーケットを利用するシンガポール人は滅多にいないとのことであった。）。その他、専門店やミニマート、オンラインストアがある。現状、オンラインによる購入より店舗での直接購入が主流であるが、大手小売のNTUCやCold Storage はEコマース市場に参入しており、Red Mart、Green Grocerといったオンラインストアは生鮮品、魚介類の販売も行っている。

大手Dairy Farm International傘下のCold Storageが展開する3つのブランドの一つ、アッパークラス向けといわれる**Jason's the Gourmet Grocer**を訪問した。

Jason's the Gourmet Grocer

所在地：#B4-17 ION Orchard, 2 Orchard Turn Singapore 238801

香港Jardine Matheson Holdings のDairy Farm International 傘下「Cold Storage」が展開する店舗ブランド。オーチャード駅に位置するショッピングモールIONオーチャード内にある。オーストラリアを始めとする欧米からの輸入品が充実しているのが特徴。

訪問時間は午後14時頃および20時頃。いずれも客層はアッパークラスらしきシンガポール人ばかりであった。

商品は国産および外国産。外国産が多く、日本産もかなりのシェアを占めていた。水産品の鮮度に関しては特別良いという訳ではない。この点については飲食店で供される水産品も同様であり、在住者および飲食店関係者も同じ意見であった。



(店内) デリカテッセン (上)、野菜売場 (下) (S\$4~S\$7程)





(店内) ショーケース 生鮮切り身の他、もずく、さつま揚げ、鰯干物、タラコ、豆腐等日本製品が並ぶ。





- 明太子 S\$180/kg (1パックあたり130g前後 S\$24程)
- サバフィレ 定価 S\$5.70/pack
- サンマラウンド 定価 S\$5.80/2pcs./pack



- サーモンヘッド ハーフ \$S\$5.0
- サーモンスライス \$S\$4.51
- カンパチヘッドハーフ \$S\$10.0
- 平目ヘッド \$S\$3.50
- タイヘッドハーフ \$S\$8.0



ボイルしたカニ脚、カニ脚むき身、ロブスター、海老、ブラウンクラブ等、調理の手間がかからない食材が並ぶ。





- カニカマ S\$1.19
- 調理済ブラウクラブ S\$12.0
- オイスター S\$3.1
- ロブスター S\$38.0







- 右上：うなぎ蒲焼や日本式弁当（サバ焼き、ホタテ）等が並ぶ、日本食コーナー
- 左：サーモンを使った寿司コーナー

セレクト品
冷凍 北海道産ホタテ貝柱 S\$49.90



冷凍 ボストンロブスター



スモークサーモン等



日本産含む、すり身製品



上：チルド水産加工品ショーケース
他：珍味等の加工品



現地視察 飲食店

2015年の飲食店数は以下の通りである。

飲食店数				
レストラン	ファーストフード	ケータリング	ホーカー	その他
2,660	470	407	14,055	3,723

（その他：コーヒーショップ、カフェ、バー、学食等キャンティーン等）

うち、日本食レストランの数は1105店（2015年6月末現在）。

シンガポールはフードパラダイスと言われるほど多様な料理が楽しめる。シンガポール人の一ヶ月当たり外食支出は2013年時点でS\$248（当時レートで198USドル）。同年のアジア太平洋地域の平均額は140USドルを60USドル近く上回る。

現状の外食産業の課題は、高い賃料、薄利、競争の激化、そして、最も頭を悩ます問題が労働力不足とのことであつた。先述の通り、利用者からの支持を集め、順調に集客が出来たとしても、シンガポール人従業員の定着率が低く、且つ人が集まらない状況により閉店せざるを得ない店舗も少なからずあるとのことである。

シンガポール内にある日本料理店は出店数も多いだけに、業態や価格帯も多様化しておりシチュエーションに応じた利用が可能。



2016年7月16日、オーチャード中心地であるシンガポール・ウイスマ・アトリアエリアにある伊勢丹 Wisma店4階に約1,900㎡の「JAPAN FOOD TOWN」がグランドオープン。

- 所在地：435 Orchard Rd, #04-39/54 Wisma Atria Shopping Centre, Singapore 238877

（一社）日本外食ベンチャー海外展開推進協会およびサポーター企業の出資からなる(株)JAOFインベストメントと(株)海外需要開拓支援機構の2社によりシンガポールに設立されたJapan Food Town Development Pte. Ltd.が事業主体会社として、日本の外食企業がテナント入りし、手頃な価格で本格日本料理を提供する。

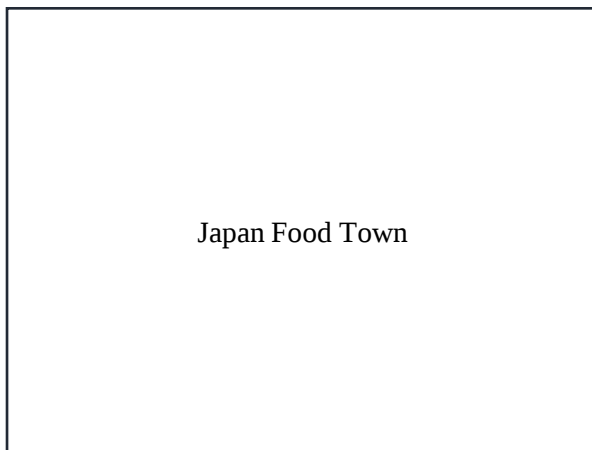
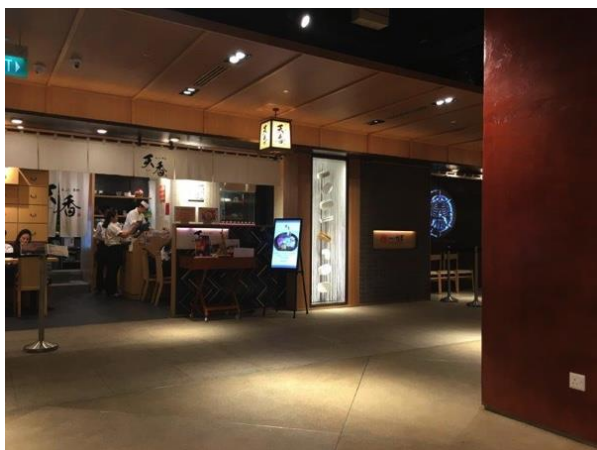
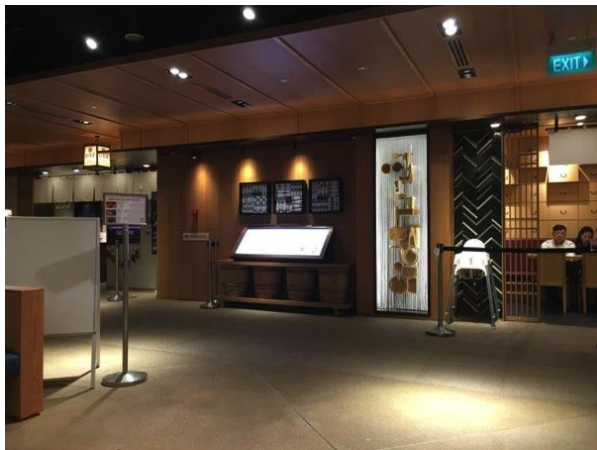
事業コンセプトは、食材調達や人材の確保、出店用地確保といった、海外進出する外食企業が直面する課題解決に向けたプラットフォームの構築およびその運営により、外食企業の進出を支援し、日本食文化の普及・拡大に貢献しようというもの。

出店テナントは、日本酒を提供するバルショップ、稲庭うどん、そば、おにぎり&定食店、鍋業態、鉄板焼き、寿司、ラーメン、天麩羅、焼肉、しゃぶしゃぶ・すき焼き、とんかつ、とろさば料理の専門店等、主要な日本食をほぼ網羅している。ランチ時に訪問したが、シンガポール人で賑わいを見せていた。同フロアにある多国籍レストランも混み合っており、相乗効果による集客効果に繋がっているようであった。

テナント一覧

店舗名	業態・備考
Bar Nippon	日本酒・ウィスキー、日本産フルーツを用いたカクテル等、東京のミシュラン二つ星レストランのダシおでん等。
Tonaktsu Anzu	伊万里焼の器で供される黒豚とんかつ、自家製ソース。九州産の上質・新鮮素材のみを使った料理を提供。
Rang Mang SHOKUDO	唐揚げ・サラダーカジュアルな雰囲気ながら、手間暇かけたワンランク上の唐揚げを提供。
Shabu saibu Gyu Jin	兵庫「牛太」が運営する二種類のスープで楽しめるしゃぶしゃぶ、すき焼き店。ブッフエスタイル。
Yakiniku HEIJYOEN	東京で24店舗展開している「平城苑」が運営。黒毛和牛など厳選和牛が楽しめる焼肉店。
Tempura TSUKIJI TENKA	天麩羅-2013年にはシンガポール校も開設した東京すしアカデミーが運営。アカデミーを卒業したシェフによる天麩羅と井ものを売りとした料理。
MACHIDA-SHOTEN	ラーメン。横浜家系（よこはまいえけい）ラーメン（豚骨醤油ベース、太いストレート麺が特徴）「町田商店」。
Tsukiji Sushi TAKEWAKA	寿司 築地で28年、築地すし竹若。世界一の卸売市場で培われた目利きによる厳選された素材と米による寿司提供。
Osaka Kitchen	鉄板。和牛の鉄板焼きを始め、大阪のお好み焼き等。2016年ミシュラン・ビブグルマンに選ばれた店（Bib Gourmandビブグルマン＝コストパフォーマンスの高い店に与えられる）。
SABAR	とろさば専門。とろさばを使った料理を提供する専門店。サバは昨今資源回復の取り組みが続けられている北太平洋で漁獲される日本産。脂乗りのよいサバを使った焼き鯖棒寿司等を提供。
Nabe SEIZAN	鍋。本家は東京にあるミシュラン二つ星懐石料理「晴山」。日本の鍋のほか、おまかせコース（昼夜とも1コースのみ）など提供。
Yomoda SOBA	蕎麦-「よもだそば」。長野産そば粉100%。各種蕎麦や天井などの井もの提供。
Bonta bonta	一等米おにぎり・定食 新精米法によって生まれ、ライスソムリエにより選ばれた「金芽米」のみを使ったおにぎり、井もの、定食提供。
Inaniwa Yosuke	宮内省御買上げで知られる、150年の歴史を持つ「佐藤養助」の稲庭うどん店。シンプルな釜揚げの他、角煮牛井とのセットや稲庭弁当プレミアムなど。
Hokkaido Izakaya	居酒屋。北海道各地からもたらされた海の幸が食べられるカジュアルな雰囲気の居酒屋。和牛もあり。

出店している店舗は上質な素材を売りに、それぞれローカルの人でも評価し易いセールスポイントを持つ。テナントで使用する食材の半分以上が日本から輸出されている。水産商材は、主に沖縄ハブ経由でシンガポールへ空輸。



Japan Food Town



- ❖ グランドメニュー
(一部)
- 寿司盛り合わせ
- 極 S\$32.60
- 匠 S\$45.30
- 鮭三味 S\$81.40
- 築地 S\$63.30
- 鮭&ネギトロ丼 S\$32.50
- 漬けマグロ&煮穴子丼 S\$32.50
- セットメニュー
- 檜 S\$75.90
- 葵 S\$63.30
- 天麩羅茶そば S\$25.00

- ❖ ランチメニュー
(一部)
- 江戸前握り 11貫 S\$24.10
- 江戸前握り 8貫 S\$14.40
- ちらし丼 S\$14.40
- 刺身定食 S\$30.00

築地すし竹若

創業28年、築地で店を構え続けてきた寿司店。確かな目利きで選ばれた素材と米を使い、江戸前寿司を提供。

客層はほぼシンガポール人。ディナータイムだけではなく、ランチもシンガポール人で盛況だった。

ランチ単価 S\$30~50程度。





(上・左右)

寿司店 ランチちらし丼、刺身盛合わせ

(中・左右)

居酒屋入り口、おにぎり屋入り口

(居酒屋ランチメニュー 一部)

ほっけ定食 S\$18

鮪ネギトロ丼 S\$15

鮭ハラス燻製焼き定食 S\$18

(下・おにぎり屋 店頭POP)

KANDA WADATSUMI 神田わだつみ

所在地：50 Tras Street, Singapore 078989

JF全漁連、フードビジネスを展開するポセイドングループの関連会社(有)トキオ・ジャパン、およびJSTT Foodが運営する日本料理店。日本の水産物の普及拡大の起点となる、いわばアンテナ・レストランであり地方自治体のフェアなども行われている。

ディナータイムに訪問。

水産商材は全漁連経由で輸入卸しされている。定期的に季節商材等を日本から輸入。板前が日本人であり、安心感を覚える。





❖ ランチメニュー (一部)

おまかせ8品 S\$120

おまかせ6品 S\$60

寿司おまかせ S\$52

ばらちらし S\$32

刺身 (7点) 定食 S\$48

❖ グランドメニュー (一部)

シェフおまかせコース S\$120

寿司おまかせコース S\$88

本鮪輪切り刺身 (大皿4名分) S\$128

県漁連直送の一品

愛媛県 宇和島鯛飯 S\$16

宮崎県 メヒカリから揚げ S\$14

❖ セットディナー (一部)

刺身セット S\$52

焼き魚定食 (ほっけ半身) S\$26

焼き魚定食 (にじます、はらす) S\$30



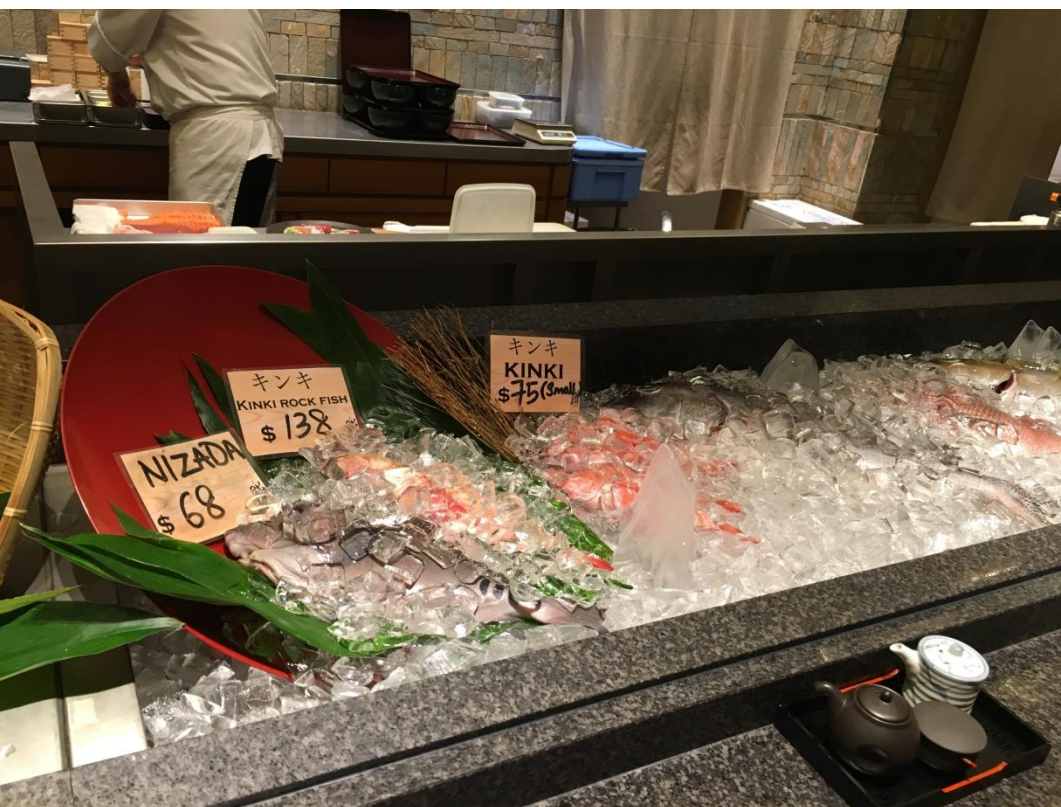
Ginza KUROSON 銀座黒尊

所在地：290 orchard Road, Takashimaya shopping centre #03-10 Singapore 238859

高島屋内テナント。日本料理。銀座黒尊のシンガポール店。Robertson Quay店（ロバートソン・キー（シンガポールリバー沿いの洗練されたエリア））も有り。

ランチタイムおよびディナータイム訪問。客層は大方がシンガポール人。ランチタイムは買い物帰りと思われるアップークラスの人々、ディナータイムはカップル風の男女が殆どであった。店舗の内装も然ることながら、素材のディスプレイや盛り付け、器とのバランス等、視覚効果も高い。素材は鮮魚仕入。尚、高島屋ホーチミンにも出店している。





❖ ランチメニュー (一部)

バラちらし S\$20

サーモンアソート丼 S\$24

うな井・刺身定食 S\$36

鮭三種 (大トロ、中トロ、赤身) 重 S\$48

カキフライ・刺身定食 S\$28

❖ グランドメニュー (一部)

コースメニュー S\$90~150

旬の刺身 (7点2~3人前) S\$48

本日の刺身盛り合わせ (うに、大トロ付き、2~3人前)
S\$88~110

寿司盛り合わせ8貫 S\$38

ウニ1貫 S\$15

ボタン海老 S\$12

ホタテ S\$9

アナゴとクリームチーズロール S\$20

炉端焼き 黒はんぺん S\$9

炉端 ししゃも S\$10

炉端 サーモン照焼 S\$16

炉端 ギンダラ照焼 S\$24



SHIRAISHI 白石

所在地：7 Raffles Avenue, the Ritz-Carlton, #03-01/02, Millenia Singapore

高級江戸前寿司店。ザ・リッツカールトン・ミレニア・シンガポール内。訪問時、日本人は皆無。シンガポール人の富裕層が接待で利用することが多いとのこと。ディナー単価はS\$300程。ディナー訪問。仕事が丁寧であり、料理が映える器やグラスに拘りを感じる。





❖ ランチメニュー (一部)

江戸前スペシャル S\$50

バラちらし S\$45

焼き魚御膳 S\$40

天麩羅セット S\$40

寿司コース (渚) S\$130

❖ グランドメニュー (一部)

刺身盛合わせ (1人前) S\$80~

〃 (2~3人前) S\$140~S\$180

寿司会席 S\$150、200、270

寿司江戸前コース S\$180

おまかせ 時価

KACYO 花蝶

所在地：46 Bukit Pasoh Road, Singapore 089858

JA全農と㈱フードワークスが運営する日本料理店。全農と㈱フードワークスは合弁で㈱わしょくワークスを設立しており、日本産食材を海外へ輸出。同社には㈱魚力が出資している。尚、ベトナムのHotel New World内にも出店している。内装が良い。チャイナタウンの近く。ランチタイム訪問。



❖ ランチメニュー (一部)

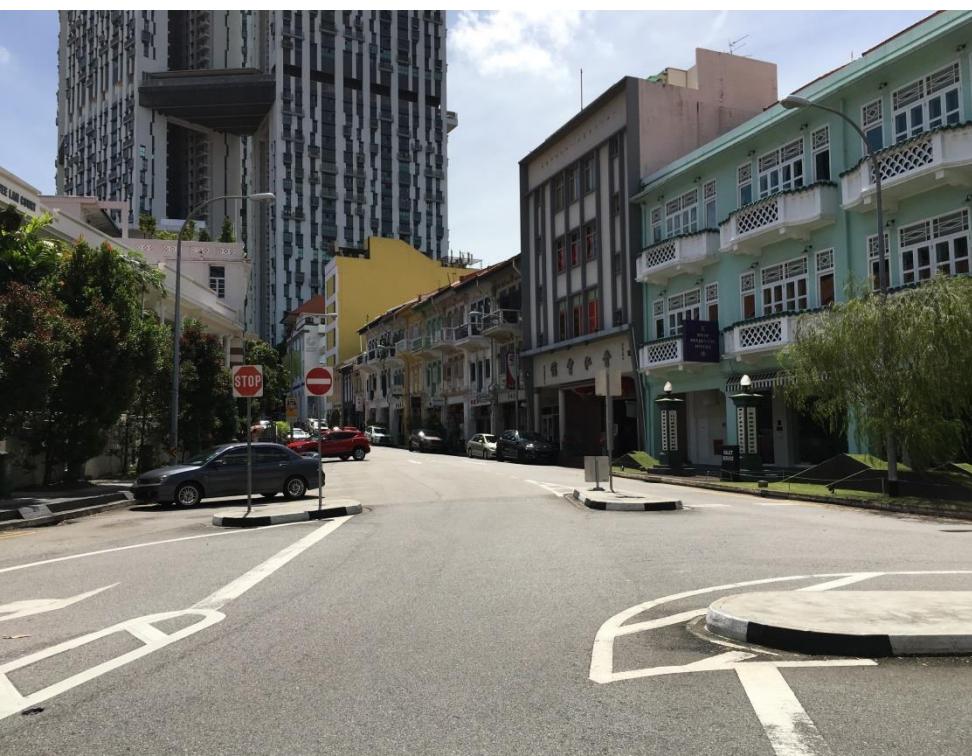
バラちらし S\$20

日本産鰻の蒲焼き重 S\$58

刺身御膳 S\$28

焼き魚御膳 S\$32

寿司御膳 S\$ 35



❖ ディナーメニュー (一部)

おまかせコース 約S\$180

寿司コース S\$148

上・店舗入り口 下・店舗周囲



PEKORIAN ペコリ庵

133 New Bridge Road #02-39 Chinatown Point Singapore 059413

チャイナタウンポイント内。

カジュアルな雰囲気を楽しめる居酒屋。店舗面積が広いこともあり、賃料は高いとのこと。刺身、鍋、焼き物等種類豊富なメニューが手頃な価格で楽しめる。ランチタイム、ディナータイム訪問。客層はシンガポール人、マレー人の中間層や若年世代が多い。





❖ グランドメニュー (一部)

- ほっけ焼き S\$11.8
- イカの丸焼き S\$9.8
- 海老焼 S\$2.8
- サーモン刺身 S\$15.8
- 刺身盛り合わせ S\$15.8
- 鮭カマ S\$9.80
- ぶり兜焼き S\$14.80

❖ セットメニュー (一部)

- 刺身定食 S\$12.80
- うな玉定食 S\$14.80
- ホッケ焼き定食 S\$12.80

SAGACHIKU さが竹

所在地：112 Oxley Rise Hollywood Apts Singapore 059413

3階建てのビルディングの1階にある路面店。



キャンティーン フードコート

National University of Singapore（シンガポール国立大学（NUS）1905年設立の総合大学。学生数約38000人。英国専門誌Times Higher Educationが公表したAsia University Rankings 2017では1位の評価を受けている）や複数の高校内のキャンティーン・フードコートで飲食事業等を行っている事業者と面談。

NUSフード&ビバレッジ：<http://www.nus.edu.sg/oca/Retail-And-Dining/Food-and-Beverages.html>

油分の多い料理や肉料理偏重の高カロリーな食生活により、昨今、同国では未成年者の肥満が問題視され、国も対応に乗り出している。PR会社Weber shandwichの報告書（2014年）においても8割近くのシンガポール人が肥満問題が深刻化しつつあると答えている。

国際的に水産物消費が増加している要因の一つに健康志向の高まりが挙げられるが、学生を対象とした食材として日本産の水産物は十分魅力的。マーケットとしても相当な量が捌けるとのことであるが、問題は価格。学生向けキャンティーンという性質上、価格が安い。且つ、仕入れ形態はフィレであり、在庫用の保管設備が構内に無い為、毎日の納品が必要となる。

魅力ある商品ではあるものの、国内に水揚げされる商材や近隣国から輸入される商材と価格面で競合できる素材が国内にあるかどうかということになる。

尚、マレー料理ブースにはハラル対応食が有り、食べ終わった後の食器回収場所もハラルとノンハラルは別となっている。マーケット拡大に向けては、ハラル対応も今後ますます積極的な取り組みが必要になってくるだろう。



Singapore in Figures 2016, Department of Statistics Singapore / International Enterprise Singapore / Agro-food & Veterinary authority of Singapore / 外務省 / The State of World Fisheries and Aquaculture 2014, FAO / Globefish highlight 2nd issue 2016, FAO / International Trade Centre / e-economy SEA Unlocking the \$200 billion digital opportunity in Southeast Asia, Google Temasek / Singapore Food & Beverage Services industry 2015, Department of Statistics Singapore / Singapore retail foods, USDA foreign agricultural service / Yearbook of Statistics Singapore 2016, Department of Statistics Singapore / Food Forward Trends Report 2014 Singapore, weber sandwich

