

# 「シンガポールにおける日本食レストランの 出店状況及び日本食材の流通状況調査」

## 報告書

2016年3月

日本貿易振興機構(ジェトロ)  
シンガポール事務所

### 【御利用にあたって】

本報告書に掲載している規制等を含む全ての情報は、あくまでも調査時点のものであることに御留意いただき、必要に応じ、関係機関への照会又は関連法令等を参照するなど、最新情報を御確認ください。

### 【免責条項】

本報告書で提供している情報は、御利用される方の御判断・責任において御使用ください。ジェトロでは、可能な限り正確な情報の提供を心掛けておりますが、本報告書で提供した内容に関して、御利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、御了承ください。

# < 目 次 >

## 1. 外食産業の概況

### (1) 外食レストランの店舗数・形式

①料理別外食店舗の内訳	9
②店舗形態別出店数	10
③主要メニュー別店舗数内訳	11
④平均メニュー価格帯別店舗数内訳	12
⑤日本料理店の主要メニュー・価格帯別店舗数	13
⑥立地地区別店舗数内訳、⑦セントラル地区内店舗分布状況	14

### (2) シンガポールの一般マクロ情報

①基本情報	15
②シンガポールの人口推移と伸び率	16
③シンガポールのGDP成長率、④シンガポールの一人当たりGDP	17
⑤年代別平均月額世帯収入、⑥年代別平均月額世帯支出	18
⑦月額世帯支出の内訳	19

### (3) 外食サービス業統計

①業態別事業所数推移、②業態別売上高推移	20
③業態別営業利益推移、④業態別付加価値額推移	21
⑤外食形態別売上高営業利益率	22
⑥年商別事業所数の推移、⑦年商別営業利益の推移	23
⑧外食サービスの営業支出内訳	24

## < 目 次 >

### 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

(1) 日本食大手チェーン店の出店状況（概要）	26
(2) 日本食レストランの出店状況（概要）	
①ブランド別オーナー区分、②ブランド別シェフ区分、 ③事業者別店舗展開区分、④店舗別立地地区区分	29
⑤店舗別立地施設区分、⑥ブランド別顧客分類（男女比）	
⑦ブランド別顧客分類（人種比）、⑧ブランド別顧客分類（セグメント）	30
⑨ブランド別顧客分類（年齢層）、⑩ブランド別メニュー平均価格帯、 ⑪ブランド別客単価	31
⑫経営課題	32
(3) 日本食レストランの食材調達状況（概要）	
①日本産食材の取扱い比率と客単価の相関性	
②経費に占める食材コストと客単価の相関性	33
③日本産青果物の利用状況、④地場・外国産青果物の原産国	34
⑤日本産水産物の利用状況、⑥地場・外国産水産物の原産国	35
⑦日本産食肉の利用状況、⑧地場・外国産食肉の原産国	36
⑨日本産加工食品の利用状況、⑩地場・外国産加工食品の原産国	37
⑪日本産米の利用状況、⑫地場・外国産米の原産国	38
⑬状況説明	39
(4) 日本産食材利用の課題	40

## < 目 次 >

### (5) 日本食レストランの出店状況（個別）

①麻布茶房	4 1
②辻利	4 5
③塚田農場	4 9
④秋葉亭	5 3
⑤クリエイト・レストランツ	5 7
⑥ヘンリーブロス	6 1
⑦地ビール	6 5
⑧樗	6 9
⑨寿	7 3
⑩モスバーガー	7 7
⑪中せい	8 1
⑫神田わだつみ	8 5
⑬さむらいす	8 9
⑭サッポロライオン	9 3
⑮S F B I	9 8
⑯サイゼリヤ	1 0 3
⑰富寿し	1 0 7
⑱ヤキニクエスト	1 1 1
⑲A社	1 1 5

## < 目 次 >

### 3. 規制等による輸入制限又は禁止品目

(1) 水産物	1 1 9
(2) 牛肉	1 1 9
(3) 米・米加工品	1 2 0
(4) 茶	1 2 0
(5) 青果物	1 2 0
(6) 参考（原発事故関連規制）	1 2 0

### 4. 飲食店開業コスト

(1) 物件月額賃料	1 2 3
(2) 導入した付帯設備	1 2 5
(3) 外装・内装工事費	1 2 6
(4) 現地雇用者	1 2 7
(5) 取得した各種許認可	1 2 8
(6) 開業に際しての専門家費用	1 2 9
(7) 初期投資額総計	1 2 9

### 5. 飲食店の開店等（各種手続き）

(1) ビザ申請	1 3 1
(2) 会社登記（株式有限責任会社の場合）	1 3 2
(3) 税務	1 3 3
(4) -1 労務（現地人雇用）	1 3 4
(4) -2 労務（外国人雇用）	1 3 5
(5) 営業許可	1 3 6

## < 目 次 >

(6) アルコール販売許可	137
(7) 輸入許可	138
(8) 商標登録	139
(9) 電気・水道・ガス	140
(10) ハラル認証	141
6. 主な外食関連企業、業界団体	
(1) 飲食を主たるビジネスとしている地元有力企業	143
(2) 日本食FCを展開している主要なフランチャイジー	145
(3) 飲食関係の業界団	147

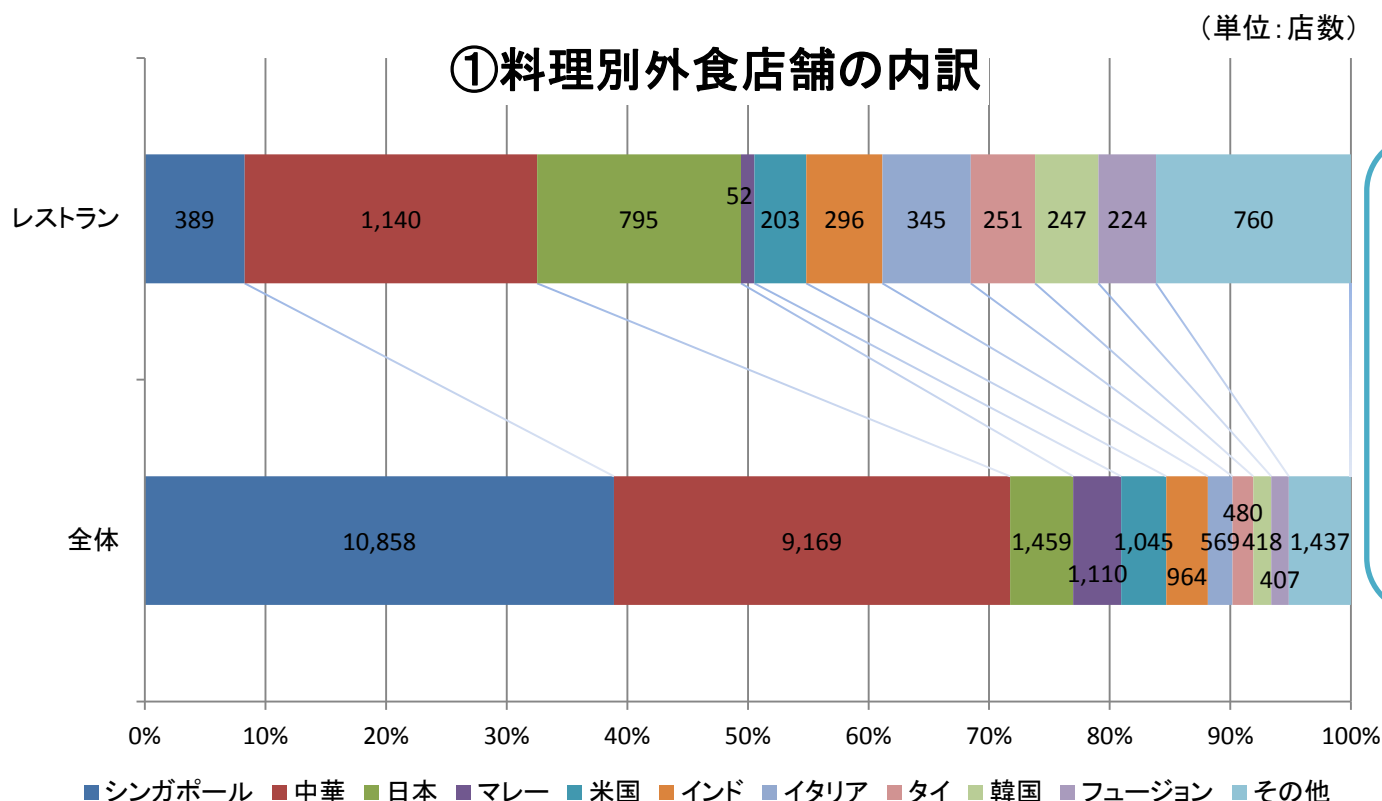
# 1. 外食産業の概況



# 1. 外食産業の概況

## (1) 外食レストランの店舗数・形式

2016年1月時点で外食店舗総数が約2万6,600店超あり、うち1,400店余りの日本料理店が存在する。外食店舗のうち、レストラン形態での出店総数は4,700店あり、そのうち日本食レストランは790店舗と日本料理店総数の約半数強を占め、中華料理に次ぐ17%のシェアを持つ。



Openrice Group社によるレストランレビューサイトで、シンガポールの掲載店舗総数は2万6,000店超。最も広範に飲食店をカバーしていることから、総数を把握するソースとして利用。

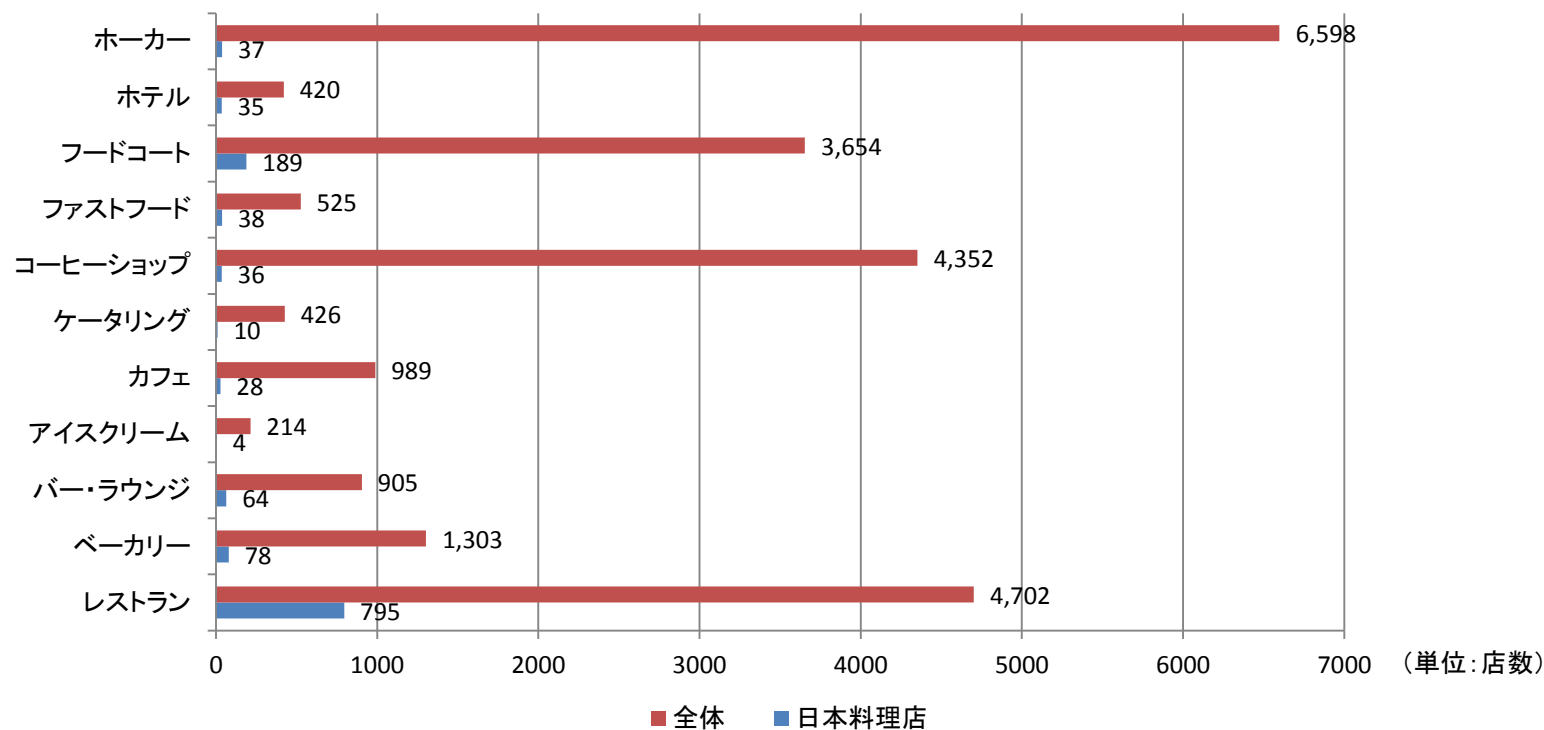
出所: レストランレビューサイト「OpenRice」 16年1月調査時点 <http://sg.openrice.com/>

# 1. 外食産業の概況

## (1) 外食レストランの店舗数・形式

外食店全体ではホーカーセンター(Hawker Center)内の屋台がもっとも多く、次いでレストラン、コーヒーショップ(Coffee Shop)、フードコート(Foodcourt)、ベーカリー、カフェなどが続く。日本料理店ではレストラン形態での出店がもっとも多い。

### ②店舗形態別出店数



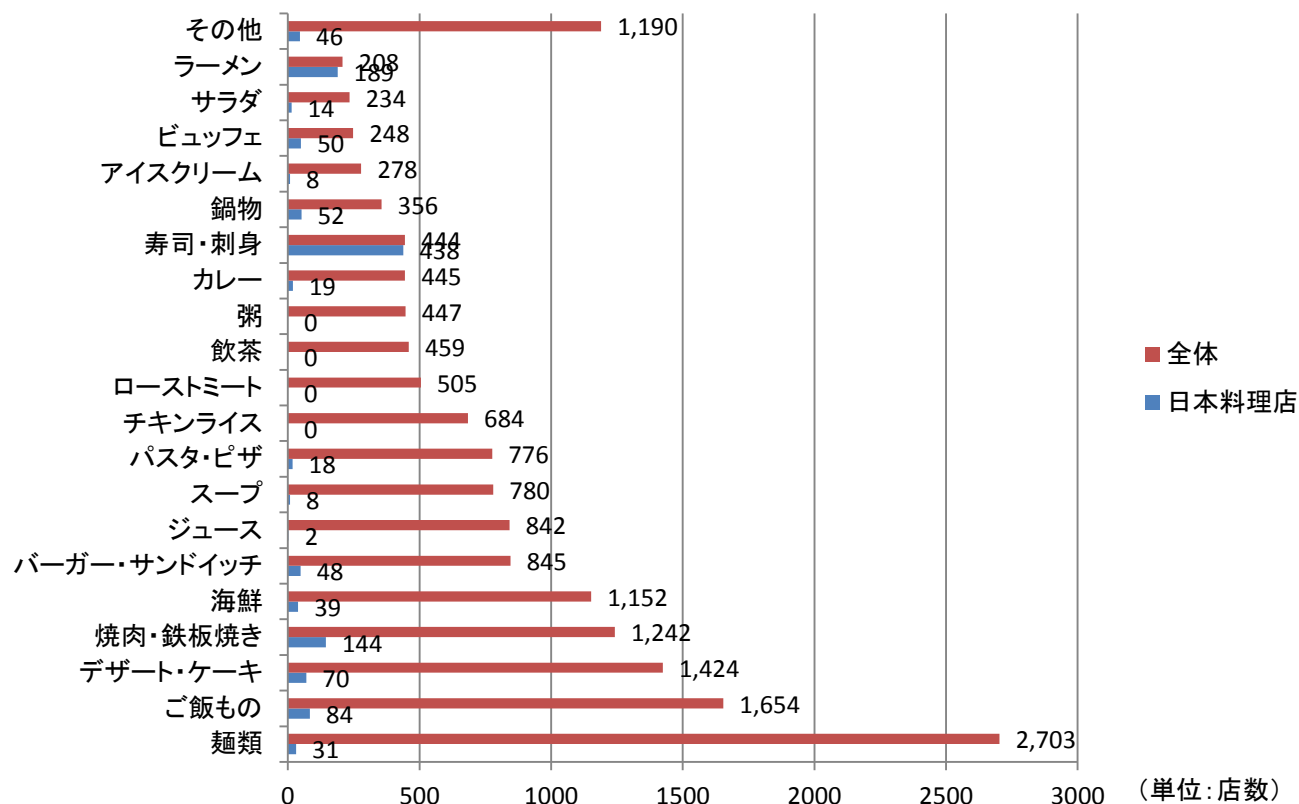
出所: レストランレビューサイト「OpenRice」 16年1月調査時点 <http://sg.openrice.com/>

# 1. 外食産業の概況

## (1) 外食レストランの店舗数・形式

外食店の主要メニューは中華を主体とする麺類やご飯もので構成されている。日本料理店では、寿司・刺身を主要メニューとする外食店が圧倒的に多く、日本料理店全体の34%を占める。

### ③主要メニュー別店舗数内訳



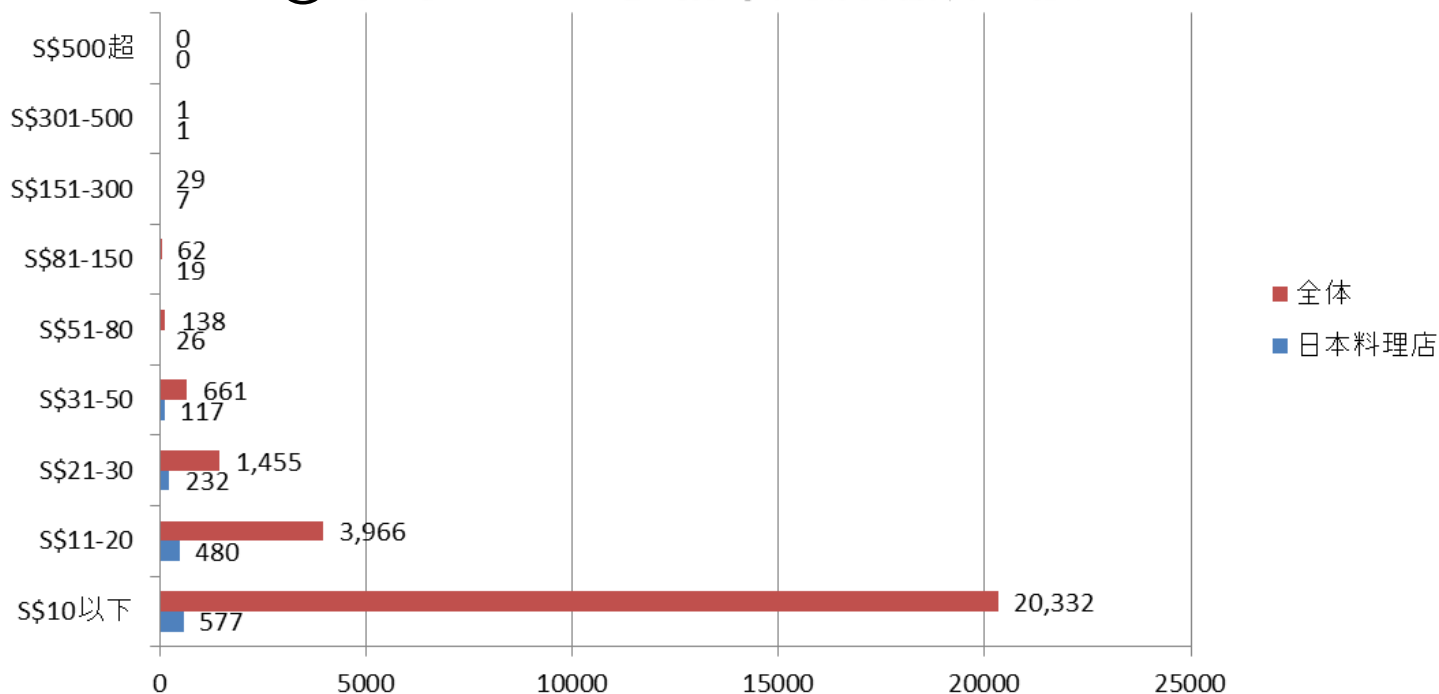
出所: レストランレビューサイト「OpenRice」 16年1月調査時点 <http://sg.openrice.com/>

# 1. 外食産業の概況

## (1) 外食レストランの店舗数・形式

平均メニュー価格帯から見た店舗数内訳では、S\$10(850円)以下の店舗数が圧倒的に多く、価格帯が上昇するほど店舗数は少なくなっている。日本料理店でも同じ傾向がある。中間値をもとに平均メニュー価格を割り出すと、全体の平均メニュー価格がS\$9.30(790円)であるのに対し、日本料理店のそれはS\$18.10(1,540円)とほぼ2倍になっている。

### ④ 平均メニュー価格帯別店舗数内訳



出所: レストランレビューサイト「OpenRice」 16年1月調査時点 <http://sg.openrice.com/>

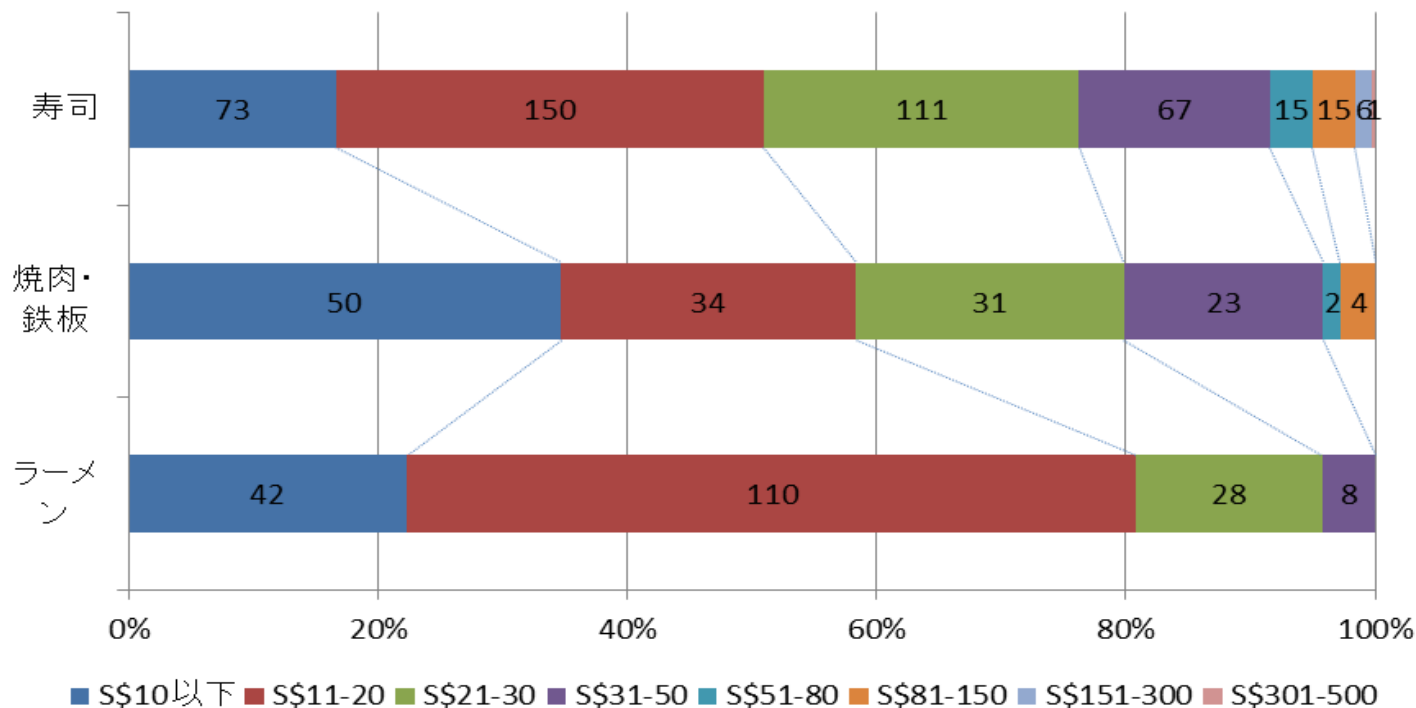
# 1. 外食産業の概況

## (1) 外食レストランの店舗数・形式

日本料理店のうち店舗数の多い寿司、ラーメン、焼肉・鉄板焼きを主要メニューとする店舗のメニュー価格帯構成を見ると、ラーメン店では80%が20ドル以下の価格帯で平均価格は15.30ドル(1,310円)、焼肉・鉄板焼き店では80%が30ドル以下の価格帯で平均価格は21.10ドル(1,800円)、寿司店では90%が50ドル以下の価格帯で平均価格は28.60ドル(2,440円)であった。

### ⑤ 日本料理店の主要メニュー・価格帯別店舗数

(単位: 店舗数)



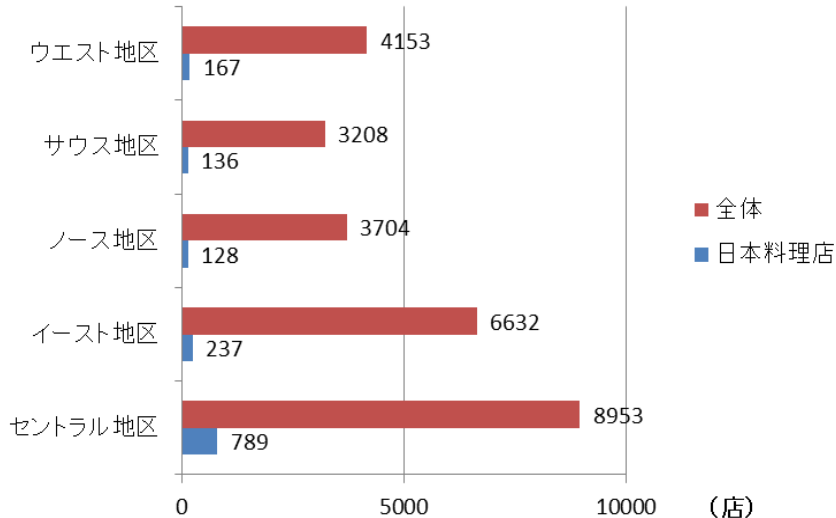
出所: レストランレビューサイト「OpenRice」16年1月調査時点 <http://sg.openrice.com/>

# 1. 外食産業の概況

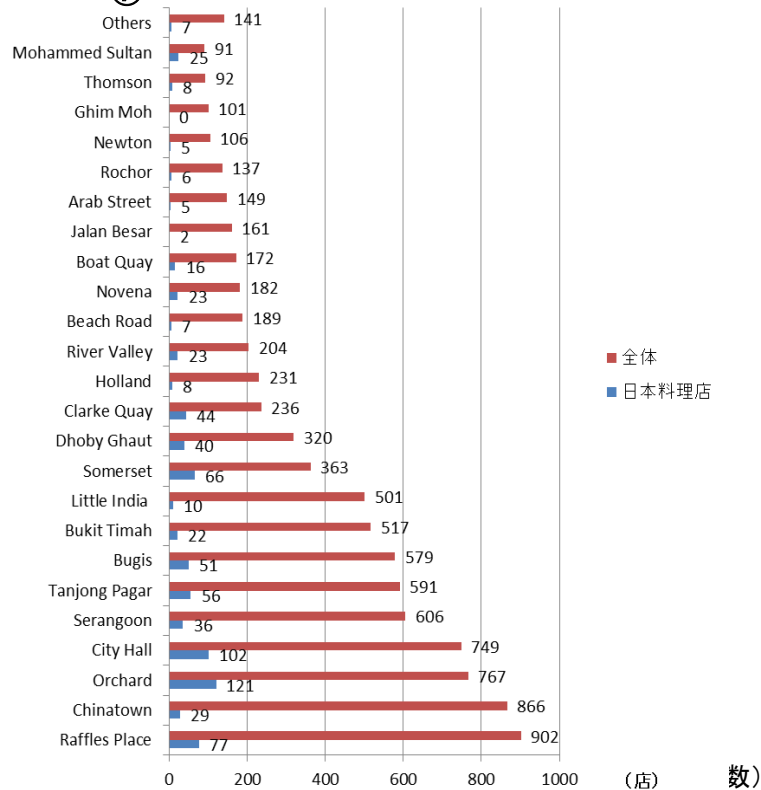
## (1) 外食レストランの店舗数・形式

外食店の立地地区別内訳を見ると、ビジネス中心地であるセントラル地区に外食店も集積している。特に日本料理店はその54%がセントラル地区に所在する。セントラル地区内のうち主要ショッピング街では日本料理店の比率が10%を超えている。

⑥ 立地地区別店舗数内訳



⑦ セントラル地区内店舗分布状況



出所: レストランレビューサイト「OpenRice」 16年1月調査時点 <http://sg.openrice.com/>

# 1. 外食産業の概況

## (2) シンガポールの一般マクロ情報

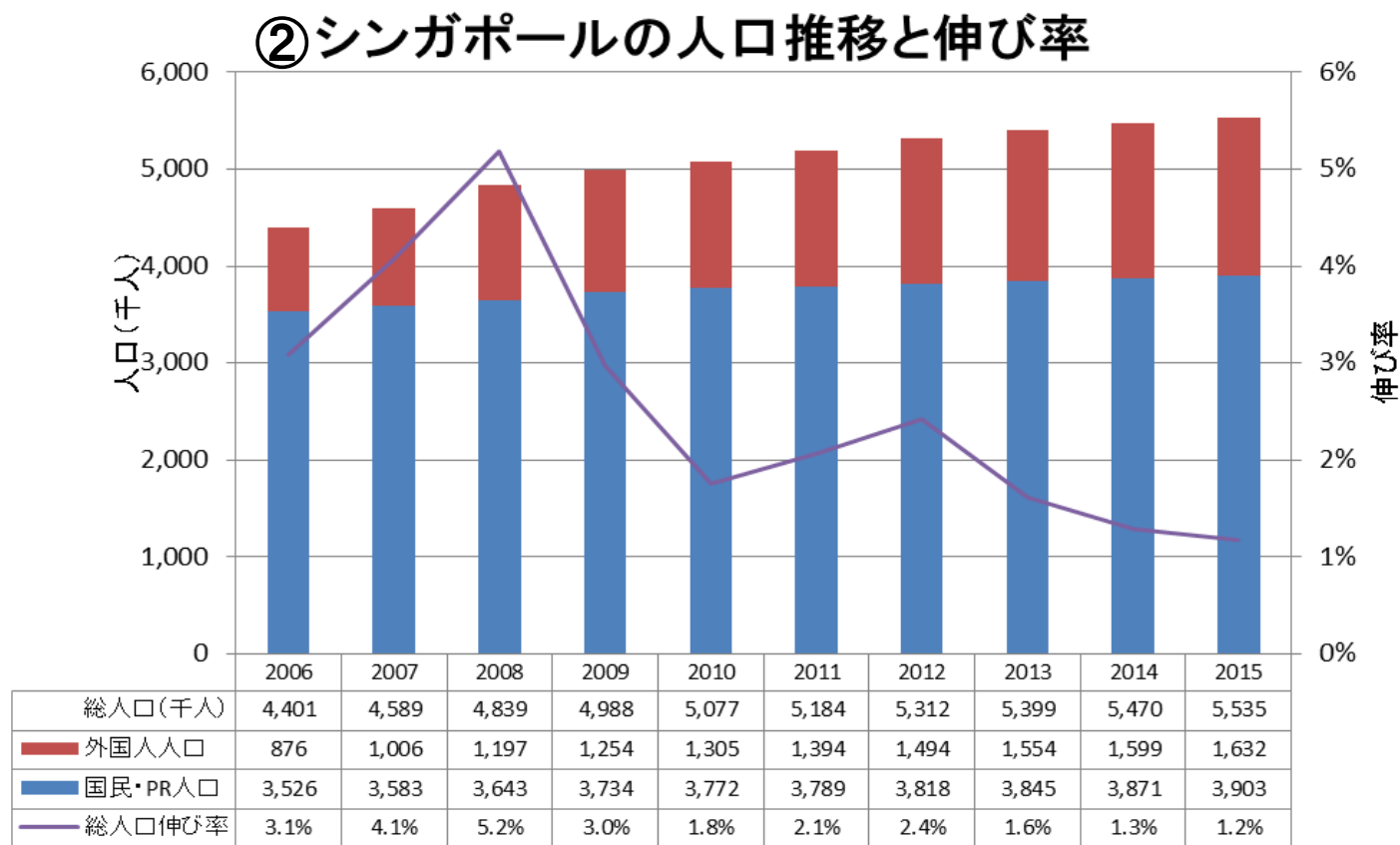
### ① 基本情報

項目	内容	調査時点、単位、出所など
人口(千人)	553万人	2015年6月末 シンガポール統計局 ※国民、永住者、および長期滞在(1年超)の外国人が含まれる。
実質GDP成長率	2.9%	2014年 シンガポール貿易産業省
一人当たりのGDP	56,284米ドル	2014年 IMF(国際通貨基金)
平均世帯所得(月/世帯)	10,503 ドル	2014年9月 シンガポール統計局
平均世帯支出(月/世帯)	4,724 ドル	2014年9月 シンガポール統計局
人種構成(%)	中華系74%、 マレー系13%、 インド系9%、 その他	2015年6月末 シンガポール統計局
在留邦人数	3万5,982人	外務省「海外在留邦人数調査統計」平成27年 要約版
外食産業市場規模(売上高)	101億7,100万ドル	2014年12月末 シンガポール統計局 2014年12月末シンガポール観光局
外食産業常時雇用者数	13万7,100人	2014年6月 シンガポール統計局
外食支出額(月/世帯)	754 ドル	2014年9月 シンガポール統計局

# 1. 外食産業の概況

## (2) シンガポールの一般マクロ情報

総人口の伸び率は2008年の5.2%をピークに、近年は1%台の低い成長となっている。国民の少子化が進む中で、主に1年以上滞在する外国人の比率が高まり、2015年には30%近くまで達している。



出所:シンガポール統計局 <https://www.singstat.gov.sg/>

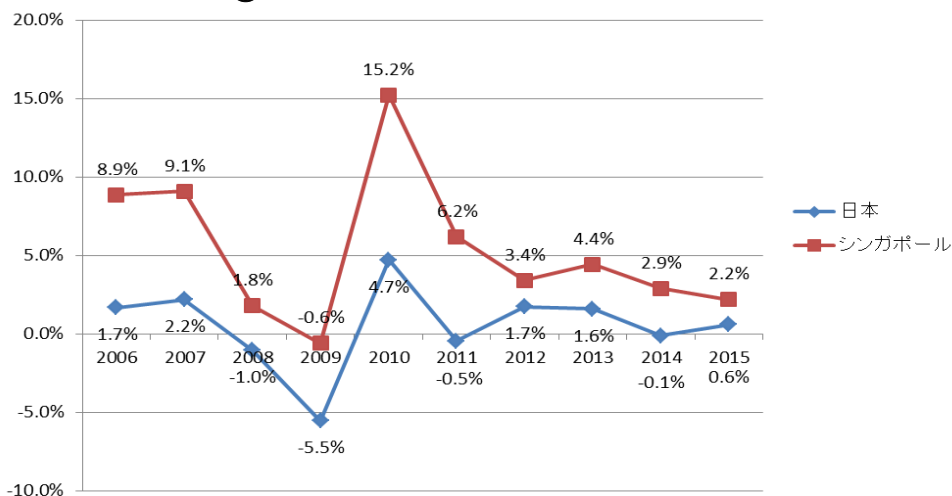


# 1. 外食産業の概況

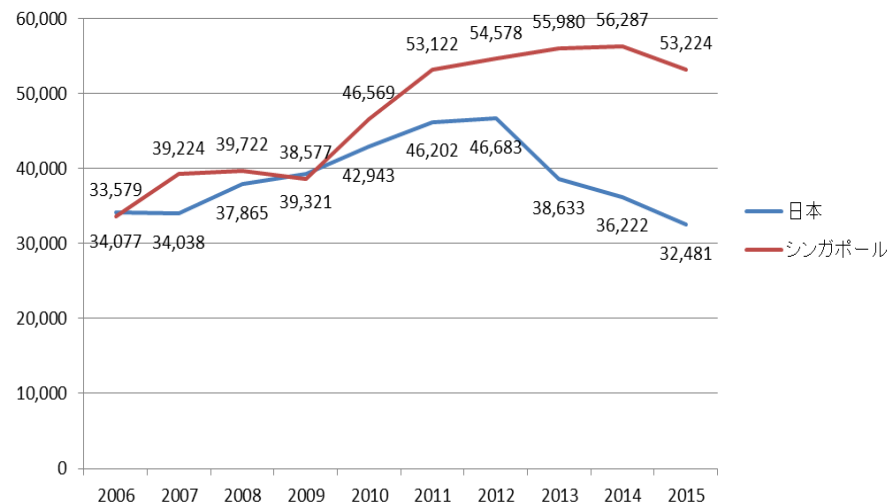
## (2) シンガポールの一般マクロ情報

シンガポールではリーマンショック後の2010年に15.2%という過去最高の成長率を達成して以来、5%を下回る低成長を続けているが、国民1人当たりの国内総生産(GDP)は5万3,224米ドル(2015年推定値)と、日本における国民1人当たりのGDP(3万2,481米ドル)を大きく上回っている。

### ③ シンガポールのGDP成長率



### ④ シンガポールの一人当たりGDP (US\$)



出所: IMF World Economic Outlook Database

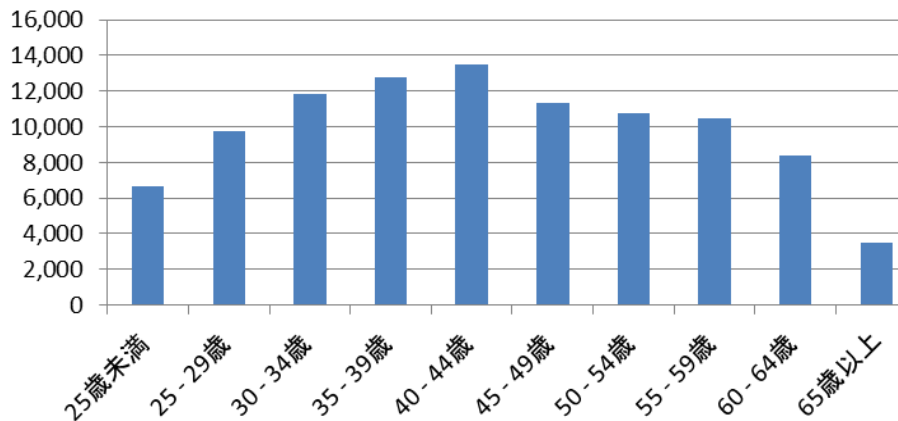
# 1. 外食産業の概況

## (2) シンガポールの一般マクロ情報(家計)

シンガポール統計局が5年毎に実施している家計調査の最新調査結果によると、世帯収入の月額平均値は1万503ドル(年率5.3%増)、世帯支出の月額平均値は4,724ドル(年率4.4%増)であった。世帯主の年代別に見ると、収入は40～44歳代で、支出は35～39歳代でピークに達している。

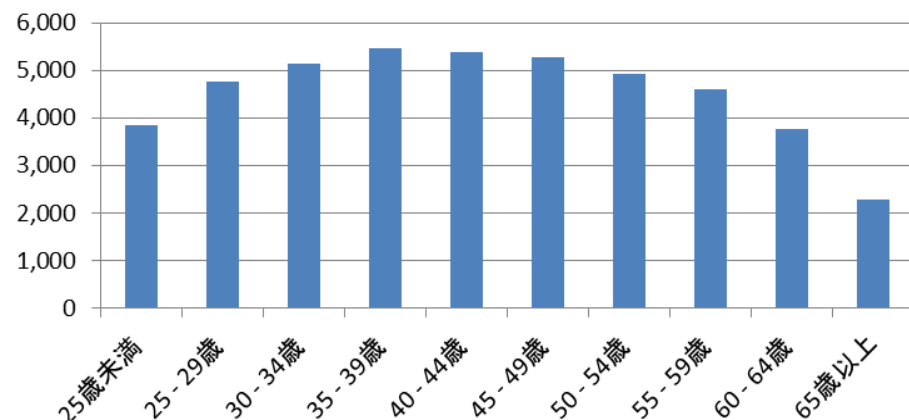
### ⑤年代別平均月額世帯収入

世帯総数119万戸、世帯収入総平均\$10,503



### ⑥年代別平均月額世帯支出

世帯総数119万戸、世帯支出総平均\$4,724



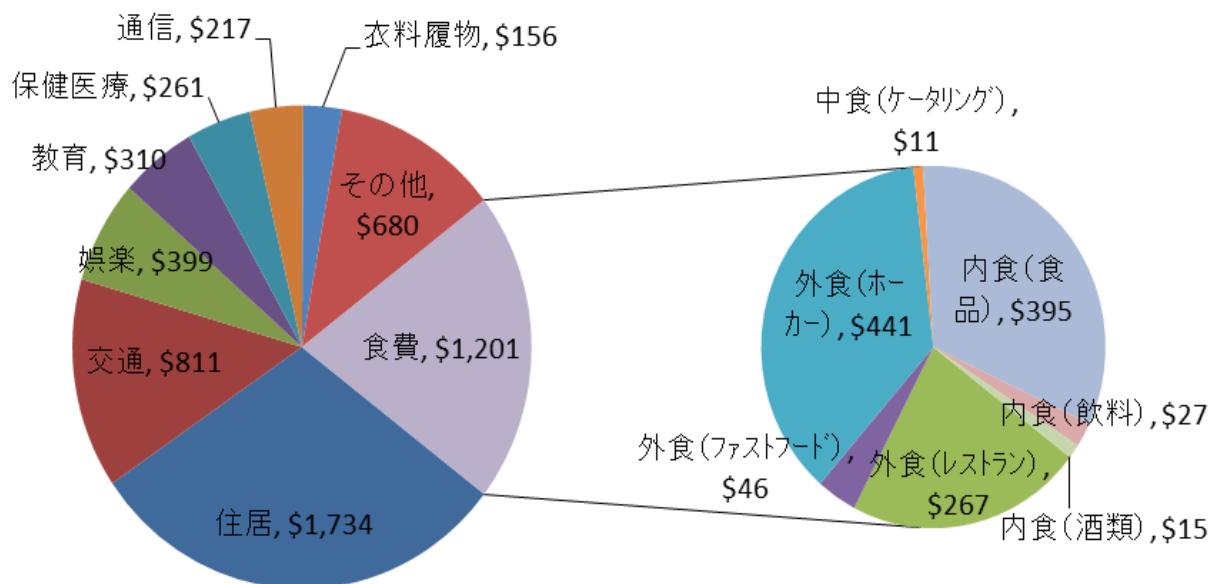
出所：シンガポール統計局「家計調査2012/13」 <https://www.singstat.gov.sg/>

# 1. 外食産業の概況

## (2) シンガポールの一般マクロ情報(家計)

支出項目を見ると、食費支出額は住居関連支出に次ぐ支出項目。食費のうち外食の占める比率が64%と極めて高い。また、外食のうち、ホーカーセンター、フードコート、コーヒーショップ、持ち帰り専用店への平均支出額が月間441ドル、レストラン、カフェ、パブへの支出額が月間267ドル、ファストフードへの支出額が月間46ドルだった。

### ⑦ 月額世帯支出の内訳



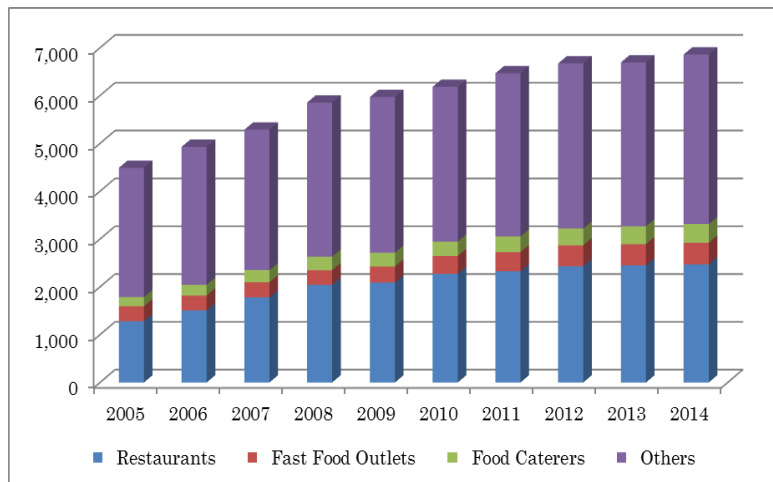
出所: シンガポール統計局「家計調査2012/13」 <https://www.singstat.gov.sg/>

# 1. 外食産業の概況

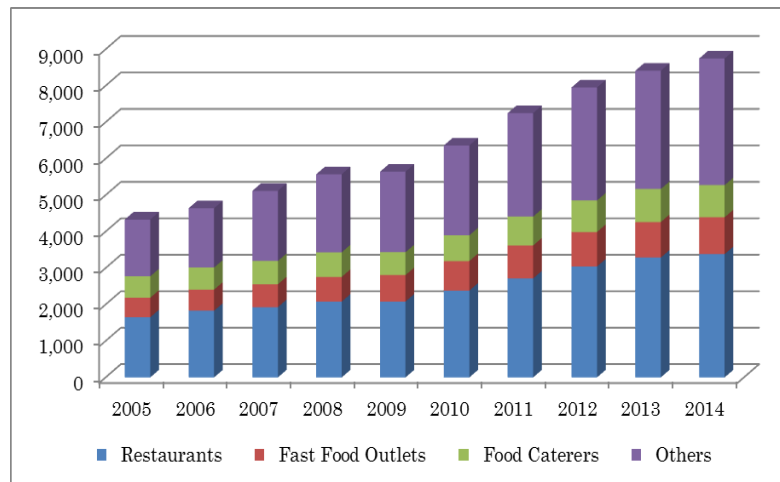
## (3) 外食サービス業統計

2014年の外食サービスにおける事業所総数は前年比2.5%増の6,860店舗で、売上高が前年比4.0%増の87億4,600万Sドル（約7,304億円）だった。14年の事業所数の業態別内訳はレストラン2,469店、ファストフード450店、ケータリング394店、その他3,546店。その他には、カフェ、コーヒーショップ、フードコート、（学生・社員）食堂、パブ、キオスク（テイクアウト店）が含まれるが、ホテル内に所在するレストランやカフェ・パブは含まれない。また、ホーカーセンター、フードコートやコーヒーショップ内に所在するフード・ストールで法人登記されていない個人事業主やパートナーシップは含まれない。

① 業態別事業所数推移（2005-2014年、軒）



② 業態別売上高推移（2005-2014年、百万S\$）



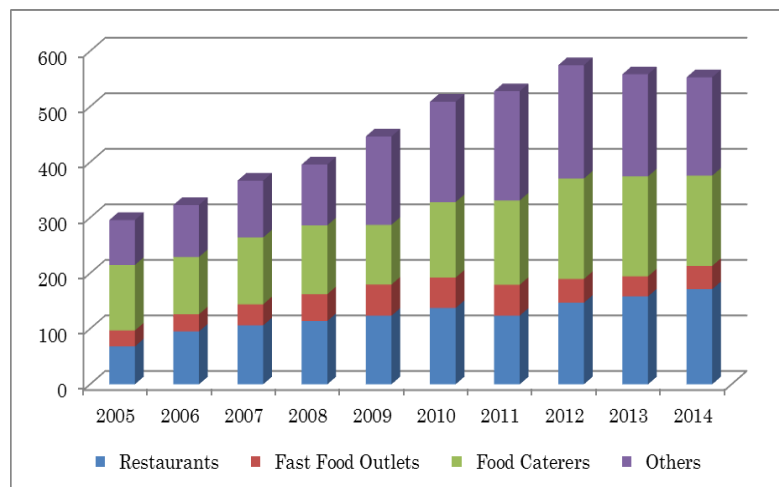
出所: シンガポール統計局「2014年外食サービス業調査」 <https://www.singstat.gov.sg/>

# 1. 外食産業の概況

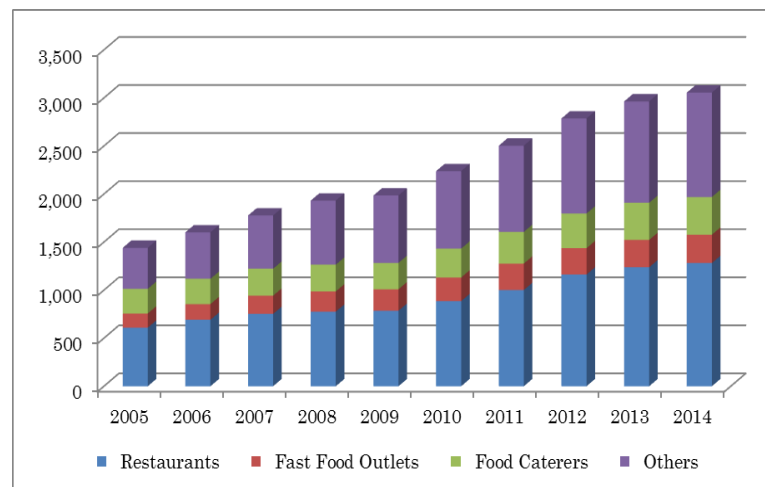
## (3) 外食サービス業統計

2014年の外食サービスにおける営業利益は12年をピークに縮小し、前年比1.0%減の5億5,300万ドル(約462億円)だった。付加価値額は同3.1%増の30億5,500万ドル(約2,551億円)だった。業態別に見ると、2014年の営業利益はケータリング部門、その他外食サービス部門で前年比減少した。レストラン部門は付加価値額において全体の42.0%と最大のシェアを占めた。2014年の一店舗当たりの年間平均売上高が127万ドル、営業利益が8万ドルとなった。

③業態別営業利益推移(2005-2014年、百万S\$)



④業態別付加価値額推移(2005-2014年、百万S\$)



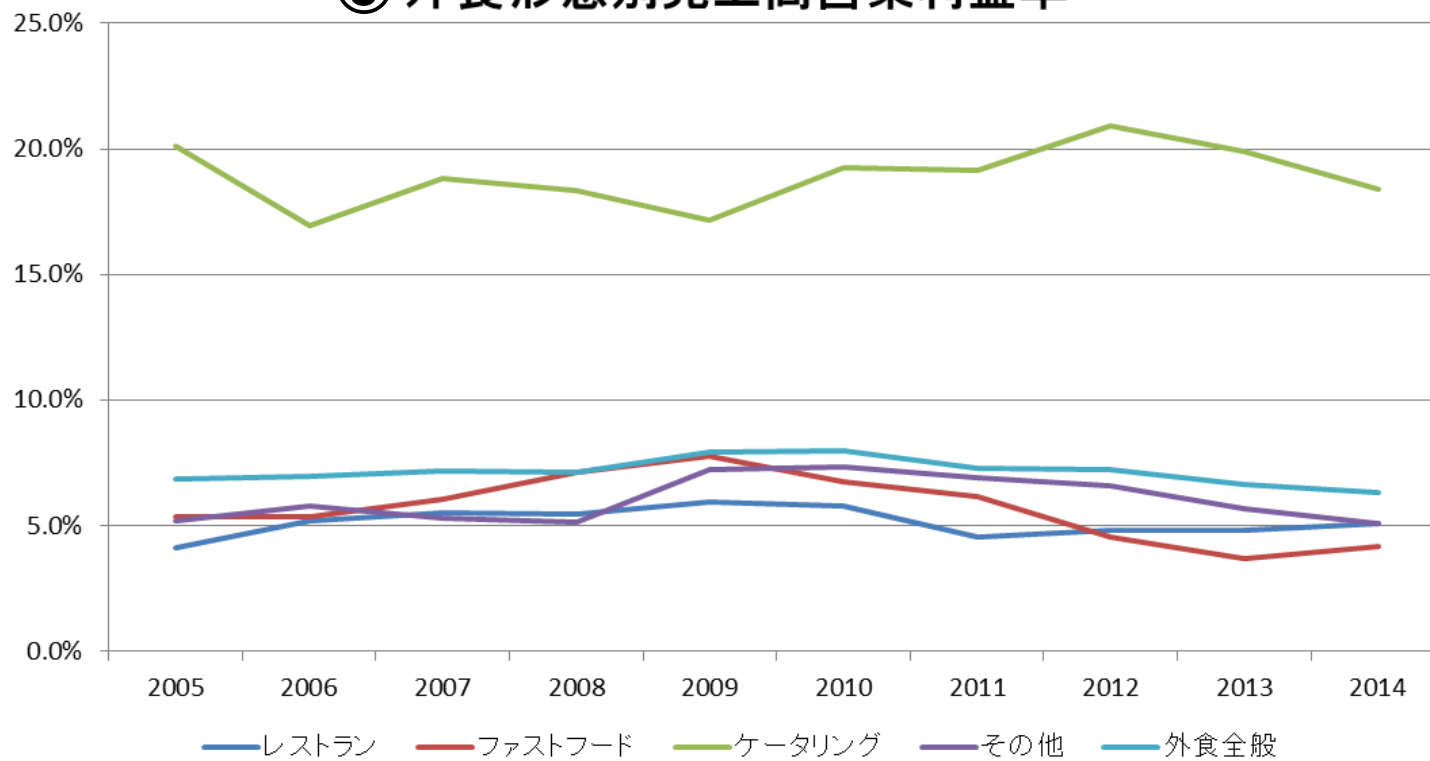
出所:シンガポール統計局「2014年外食サービス業調査」 <https://www.singstat.gov.sg/>

# 1. 外食産業の概況

## (3) 外食サービス業統計

2014年の外食サービス全般の売上高営業利益率は6.3%だった。業態別ではケータリング事業が18.4%と最も高い営業利益率を示し、その他の業態では営業利益率は4.1%から5.1%に留まっている。

### ⑤ 外食形態別売上高営業利益率

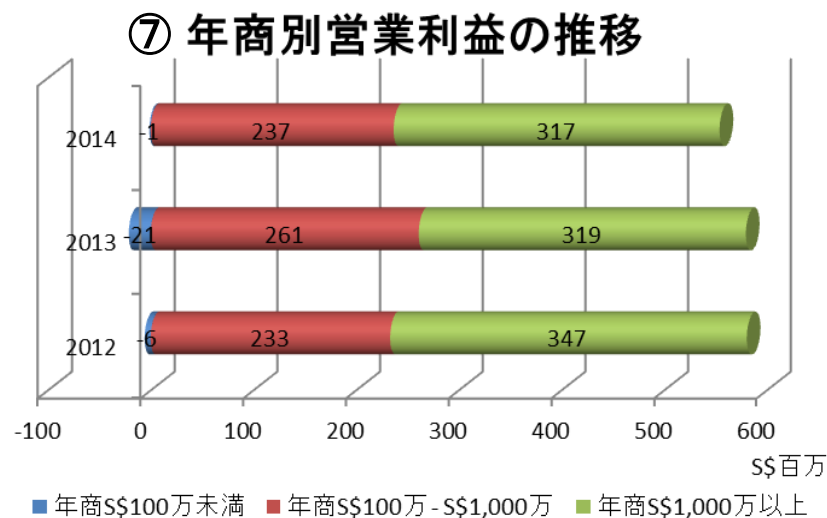
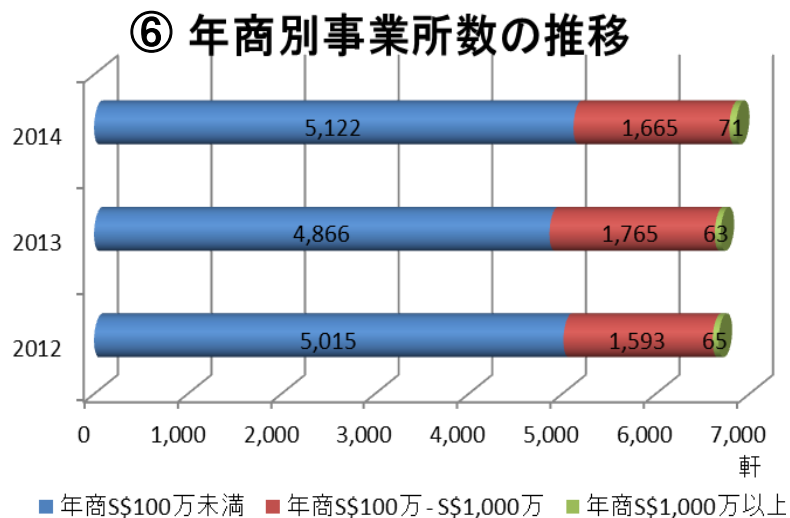


出所: シンガポール統計局「2014年外食サービス業調査」 <https://www.singstat.gov.sg/>

# 1. 外食産業の概況

## (3) 外食サービス業統計

2014年には年商100万ドル未満の小規模事業所が全体の75%を占めた。これら事業所の付加価値額への貢献度は27%だった。他方、年商100万ドル以上の事業所は全体の25%だったが、付加価値額への貢献度は73%だった。また営業利益を見ると、年商100万ドル未満の小規模事業者は若干の損失を計上しており、事業所数で1%余りにすぎない年商1,000万ドル以上の大規模事業者が営業利益全体の57%に貢献している。



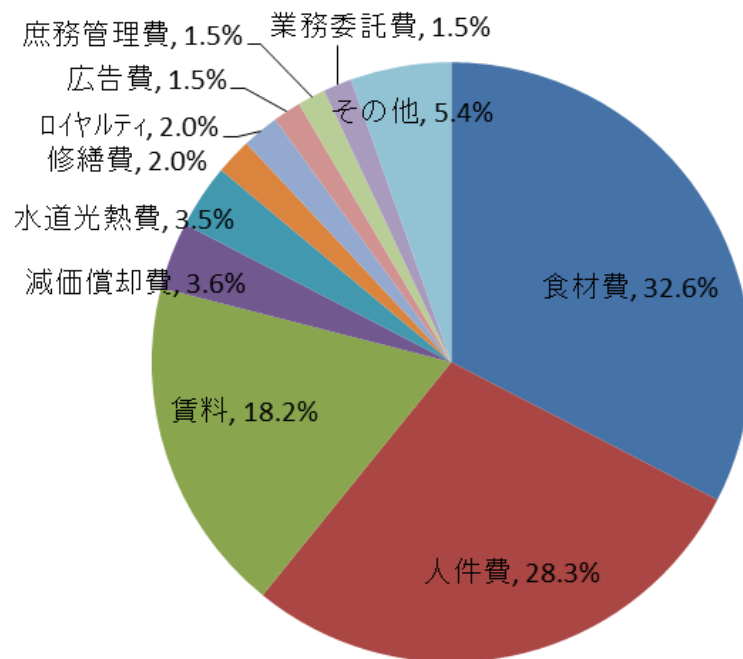
出所:シンガポール統計局「2014年外食サービス業調査」 <https://www.singstat.gov.sg/>

# 1. 外食産業の概況

## (3) 外食サービス業統計

2014年の外食サービスの項目別営業支出内訳を見ると、食材費が32.6%と最大の支出項目となっている。次いで、人件費が28.3%、店舗賃料が18.2%、減価償却が3.6%だった。食材費に人件費を加えたFL(Food & Labor)比率は60.9%となり、適正水準(55~60%)を若干上回っている。

### ⑧ 外食サービスの営業支出内訳



出所:シンガポール統計局「2014年外食サービス業調査」 <https://www.singstat.gov.sg/>



## 2. 日本食レストランの出店状況 と食材の調達状況

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (1) 日本食大手チェーン店の出店状況(概要)

大手チェーン店は、その殆どが直営店で多店舗展開している。日系フランチャイズ店で現地パートナーにシンガポールにおける独占的フランチャイズ権を付与しているケースはあるものの、原則、サブフランチャイズは認めておらず、現地パートナーが直営展開している。

オーナー	現地運営会社	ブランド/業態/店舗数
地元	Akashi Japanese Restaurant	日本料理店「あかし」、炉端焼き「紅乃家」など5業態7店舗を直営展開
日系	Akinori Singapore	和洋食レストラン「マ・メゾン」、とんかつ店「とんかつマ・メゾン」など5業態7店舗を直営展開
地元	Bakery Cuisine	どら焼きテイクアウト店「ドラ・ケーキ」7店舗を直営またはフランチャイズ展開
地元	Creative Eateries	しゃぶ鍋レストラン「すき屋」、焼肉「但馬屋」など4業態11店舗を直営展開
日系	Create Restaurants Asia	しゃぶ鍋レストラン「しゃぶ菜」など4業態9店舗を直営展開
日系	D&N Singapore	カフェ「星乃珈琲」「ドトールコーヒー」やパスタ店「洋麺屋五右衛門」など5業態12店舗を直営展開
地元	Edo Sushi	寿司テイクアウト店「江戸すし」、麺類・丼・寿司のイートイン・テイクアウト店「麺麺丼丼」など4業態9店舗を直営展開
現地日系	En Holdings	日本料理店「えん」、カレー店「モンスター・カレー」など5業態11店舗を直営展開
地元	Epicurean Concepts	「エンポリウム食品」内にある日本食店8業態8店舗を直営展開
日系	Four Leaves	ベーカリー「フォーリーブス」など5業態30店舗を直営展開
台湾系	Go Sushi	回転寿司店「争鮮回転寿司」12店舗を直営展開

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (1) 日本食大手チェーン店の出店状況(概要)

オーナー	現地運営会社	ブランド/業態/店舗数
日系	Henrybros Singapore	海鮮居酒屋「銀座黒尊」など5業態7店舗を直営展開
日系	Ippudo Singapore	ラーメン店「一風堂」など3業態7店舗を直営展開
香港系	Itacho BV	寿司店「板長寿司」など3業態10店舗を直営展開
現地日系	Japan Foods Holding (現地上場企業)	ラーメン店「味千拉面」「麵屋武蔵」、餃子店「大阪王将」などのフランチャイズ権を獲得し、15業態56店舗を直営展開
地元	Jollibean Foods	寿司テイクアウト店「スシ デリ」9店舗を直営展開
日系	Keisuke Singapore	ラーメン店「けいすけ豚骨王」、居酒屋「竹田商店」など6業態9店舗を直営展開
現地日系	Kotobuki Restaurant	定食・居酒屋店「寿」6店舗を直営展開
地元	Ministry of Food	居酒屋チェーン「マイ居酒屋」、カフェ「ドルチェトーキョー」など4業態9店舗を直営展開
日系	MOS Foods Singapore	ハンバーガー店「モスバーガー」、カフェ「モスカフェ」の2業態28店舗を直営展開
地元	Neo Group (現地上場企業)	子会社「Niwa Sushi」を通して、寿司テイクアウト店「umisushi」、居酒屋「イッシュイザカヤ」など3業態27店舗を直営展開
現地日系	Oedo Food Services	焼き鳥テイクアウト店「とり丸」、タコ焼「タコ八」など2業態14店舗を直営展開
現地日系	Patisserie Glace	生ケーキ店「パティスリー・グラッセ」7店舗を直営またはフランチャイズ展開

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

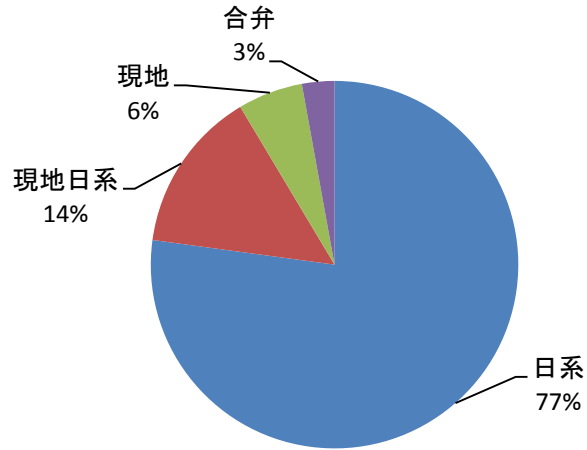
### (1) 日本食大手チェーン店の出店状況(概要)

オーナー	現地運営会社	ブランド/業態/店舗数
現地日系	PJ Partners	寿司懐石「鮎みえ田」「匠」、和食フードコート「まつりグルメ横町」など7業態7店舗を直営展開
現地日系	RE&S Enterprises	日本料理「厨ダイニング」「いちばんぼし」「くいしんぼう」「厨 日本鮮魚市場」など20業態68店舗を直営展開
日系	REINS International	焼肉「牛角」、しゃぶしゃぶ「温野菜」の2業態7店舗を直営展開
地元	Sakae Holdings(現地上場企業)	回転寿司店「栄寿司」、ハラル寿司店「へいすし」、鉄板焼き「栄鉄板焼き」など4業態47店舗を直営展開
日系	Sapporo Lion	ビアホール「銀座ライオン」、とんかつ店「とん吉」、生ケーキ店「リヴゴースユ・パティスリー」の3業態15店舗を直営展開
日系	SFBI (Asia-Pacific)	自社ブランド「東京和食 さん」とフランチャイズブランドのカジュアル鉄板&ステーキレストラン「ペッパーランチ」等3業態36店舗を直営展開
日系	Singapore Saizeriya	ピザ・パスタ店「サイゼリヤ」15店舗を直営展開
地元	Suki Sushi	ビュッフェスタイル和食店「桜花」「もみじ」、居酒屋「日本村」など6業態22店舗を直営展開
現地日系	Sushi-Tei	回転寿司「すし亭」12店舗を直営展開
韓国系	Wow Tako	たこ焼きテイクアウト店「Wow Tako」13店舗を直営またはフランチャイズ展開
地元	Yoshinoya (S)	牛丼店「吉野家」15店舗を直営展開

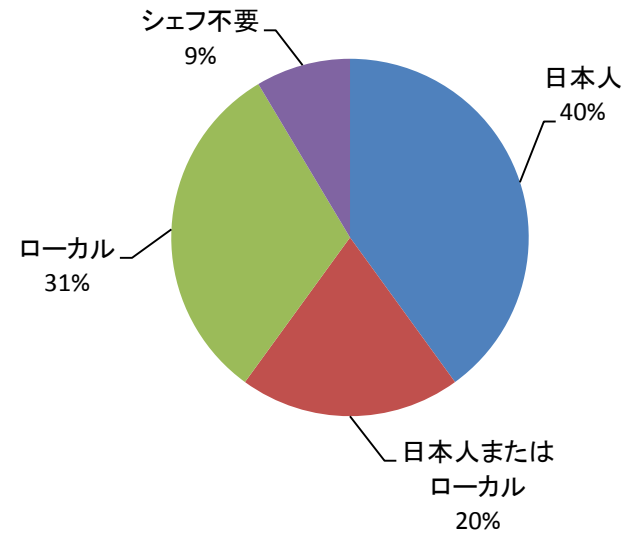
## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (2) 日本食レストランの出店状況(概要)

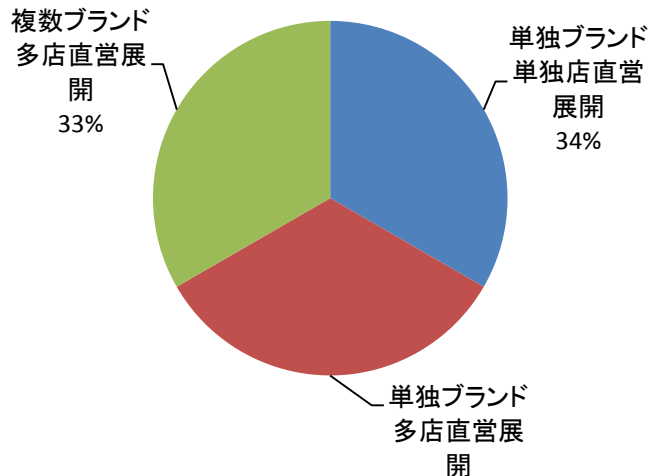
#### ①ブランド別オーナー区分



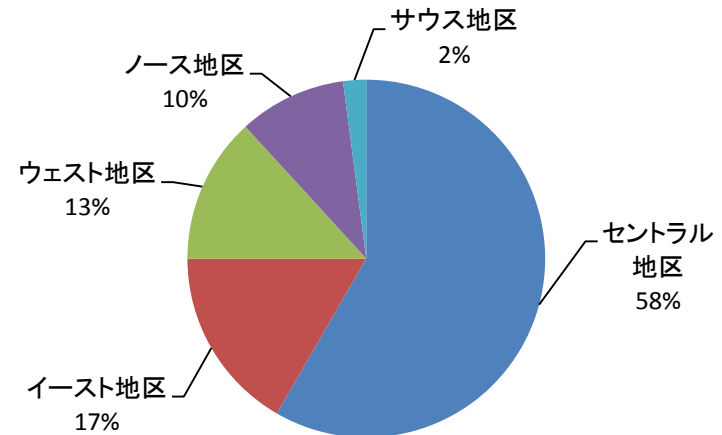
#### ②ブランド別シェフ区分



#### ③事業者別店舗展開区分



#### ④店舗別立地地区区分

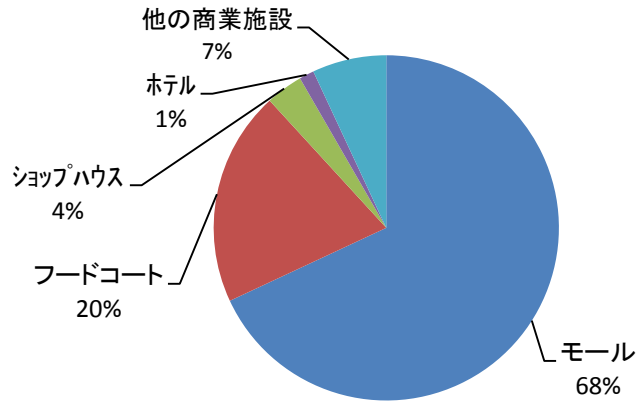


(21社、35ブランド、144店舗) 29

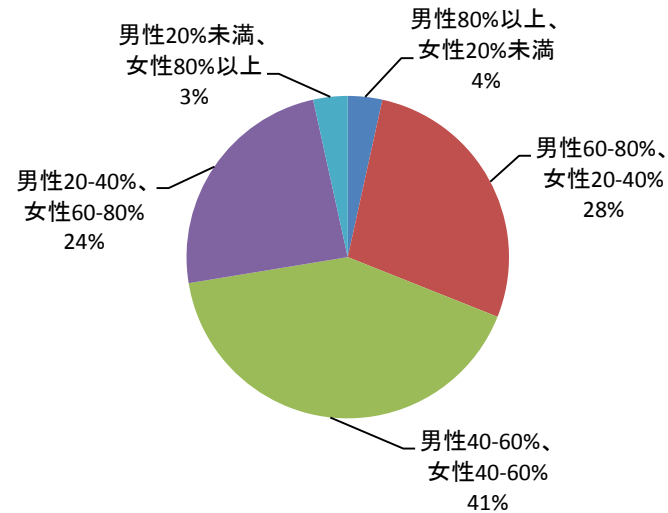
## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (2) 日本食レストランの出店状況(概要)

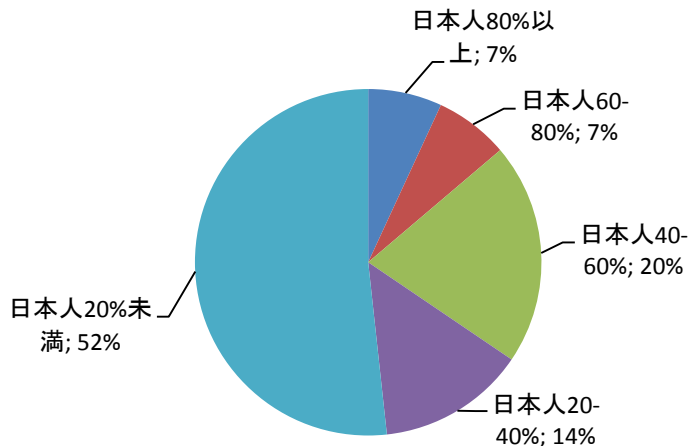
⑤店舗別立地施設区分



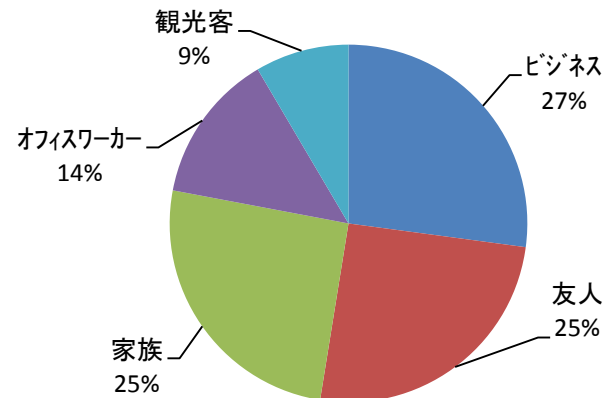
⑥ブランド別顧客分類(男女比)



⑦ブランド別顧客分類(人種比)



⑧ブランド別顧客分類(セグメント)

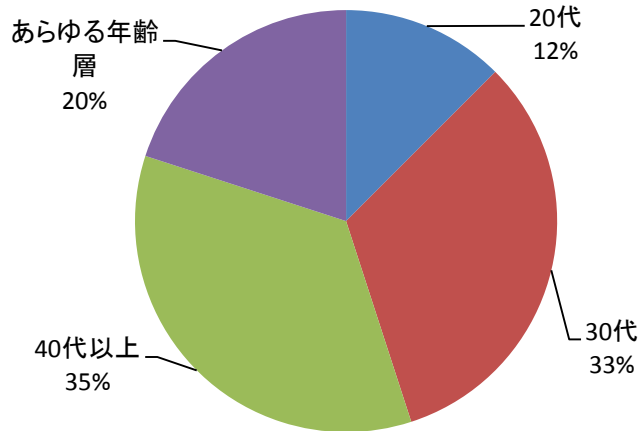


(21社、35ブランド、144店舗)

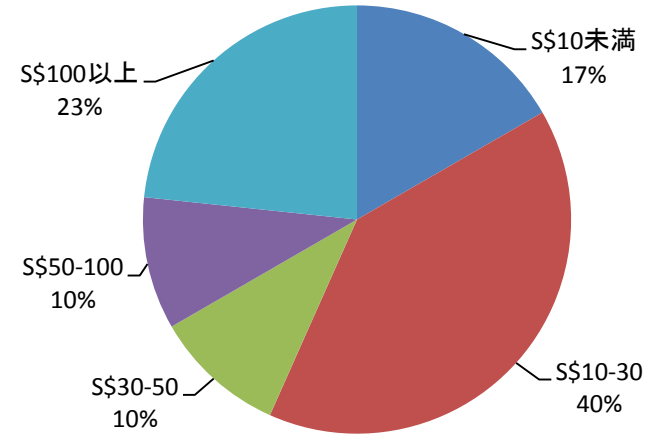
## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (2) 日本食レストランの出店状況(概要)

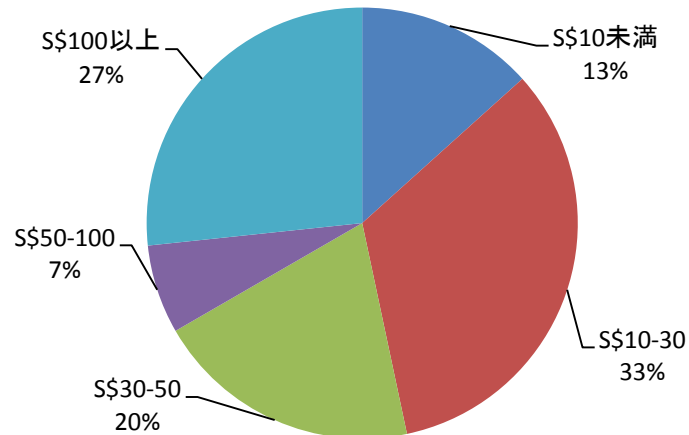
⑨ブランド別顧客分類(年齢層)



⑩ブランド別メニュー平均価格帯



⑪ブランド別客単価



(21社、35ブランド、144店舗)

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (2) 日本食レストランの出店状況(概要)

日本食レストランの抱えるもっとも多い経営課題(複数回答)は人材確保で、21社中18社が課題としている。これは政府による近年の外国人労働者の流入規制が主要因となっているが、外食産業がシンガポール人に好まれる職種でないという構造的な要因もある。反面、食材調達に関して経営課題としている企業は3社と少なく、いずれも特殊な指定食材の調達にこだわりを持っている事業者であった。

⑫経営課題	回答者数
人材確保	18
人件費・食材費・賃料など事業コストの上昇	10
店舗確保	7
政府の外国人労働者の流入規制	7
従業員のスキルアップ	7
政府による食材等輸入規制	7
同業態間での競争	6
食材調達	3
最新技術導入による生産性向上	3
メニュー開発・ブランド化	2
他店との差別化	2
衛生管理	1
消防法など政府が頻繁に変更	1
高い酒税や酒類販売店の営業時間制限	1
コストパフォーマンス	1

(21社、35ブランド、144店舗)

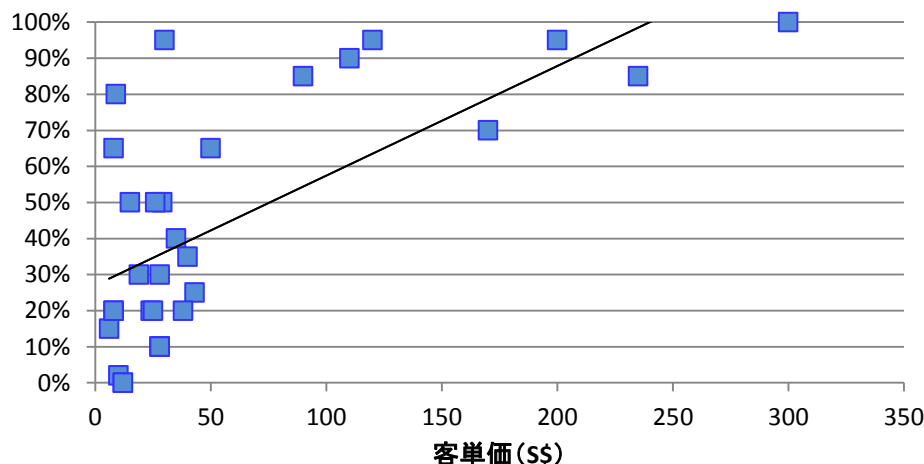


## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

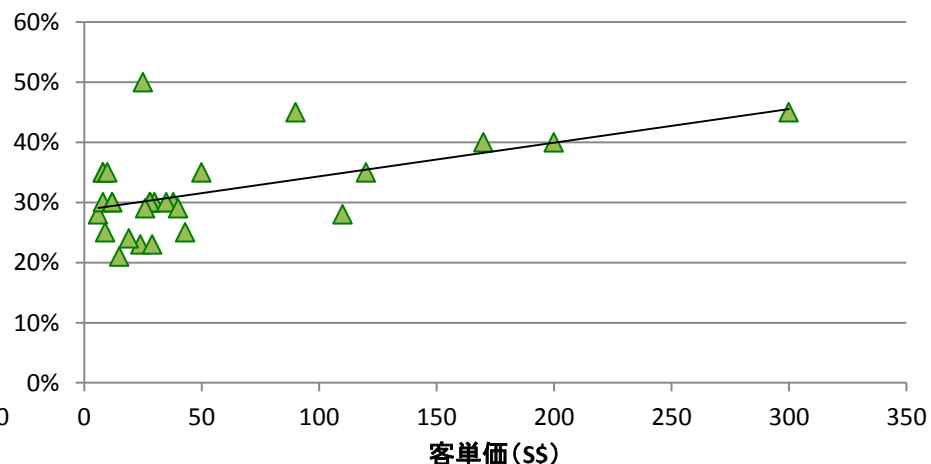
### (3) 日本食レストランの食材調達状況(概要)

日本産食材の取扱い比率は高級店ほど高いといえる。ヒアリング先ブランドの日本産食材取扱い比率の中央値は35%だったが、その比率が100%に近いブランドは客単価が100ドルを超えるブランドであり、客単価と日本産食材の取扱い比率に一定の相関性が見られた。また、経費に占める食材コストの中央値は30%であった。客単価の高い高級店ほど、経費に占める食材コストは上昇し、客単価と食材コスト比率においても一定の相関性が見られた。

①日本産食材の取扱い比率(中央値35%)と客単価の相関性



②経費に占める食材コスト(中央値30%)と客単価の相関性



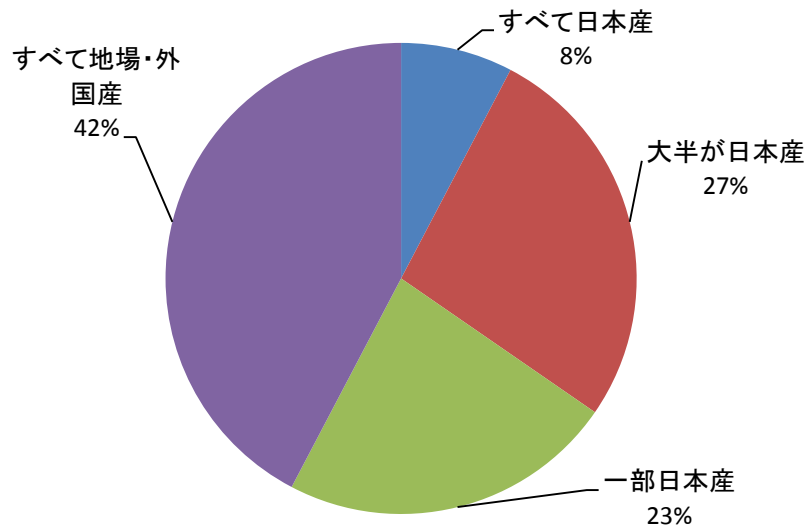
(21社、35ブランド、144店舗)

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

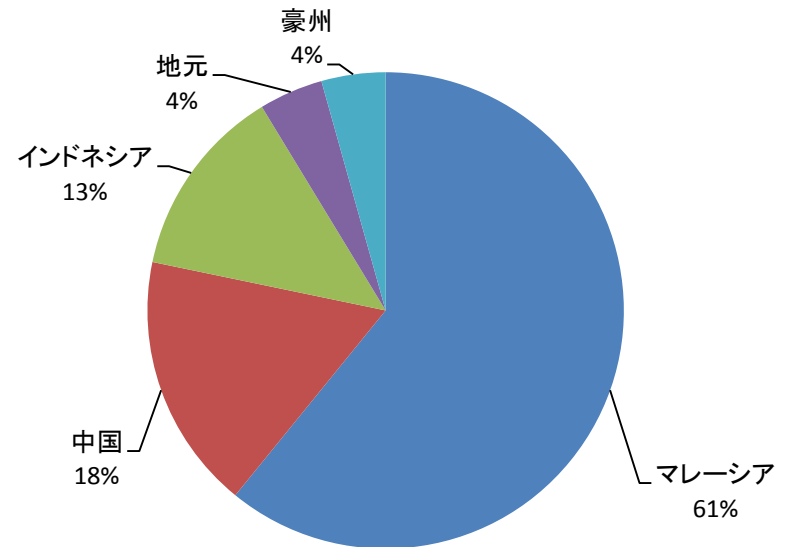
### (3) 日本食レストランの食材調達状況(概要)

青果物ではすべて日本産または大半が日本産と回答したブランドは35%であった。第三国産で代替できない大葉、水菜等一部を除いて、マレーシア、中国、インドネシア等の第三国産を使用している事例が多い。

#### ③日本産青果物の利用状況



#### ④地場・外国産青果物の原産国



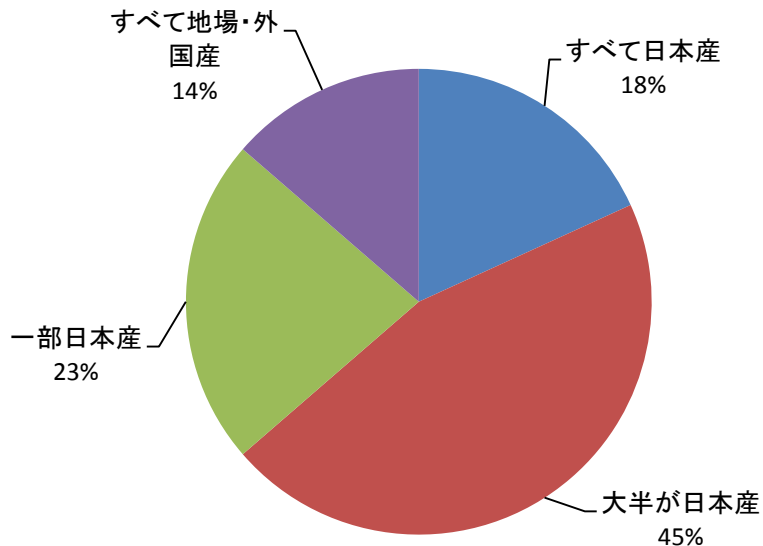
(21社、35ブランド、144店舗)

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

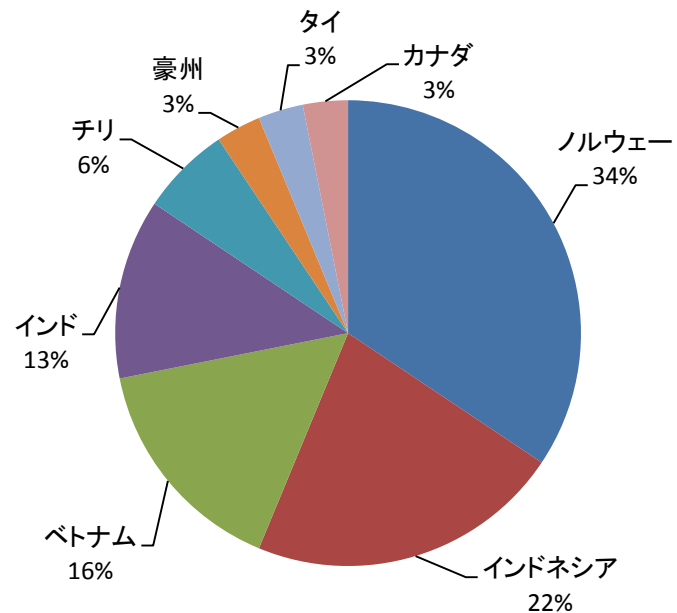
### (3) 日本食レストランの食材調達状況(概要)

水産品の日本産使用事例は大半以上が63%と多いが、サーモン、エビ、イカでは第三国産が圧倒的で、マグロ(赤身)では日本産以外の使用事例もある。特に、ノルウェー産サーモンはシンガポール人にもっとも好まれる寿司ネタとして定着した感がある。

#### ⑤ 日本産水産物の利用状況



#### ⑥ 地場・外国産水産物の原産国



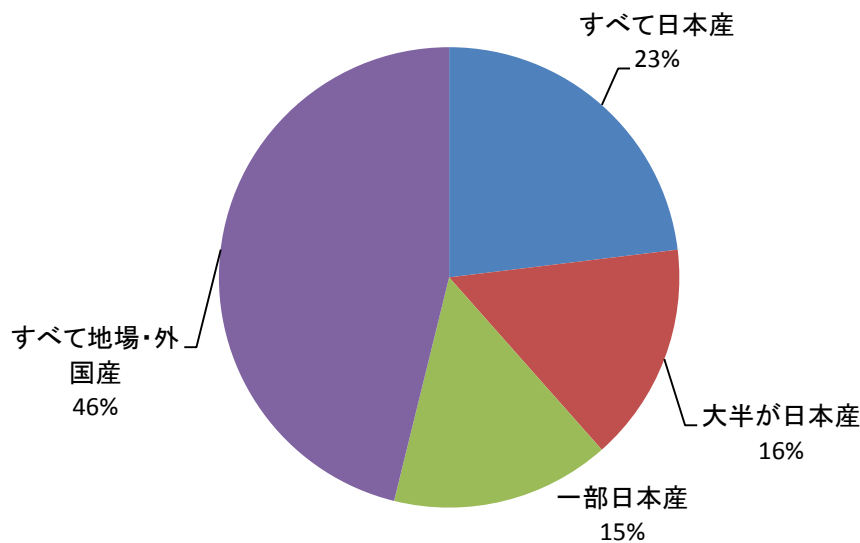
(21社、35ブランド、144店舗)

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

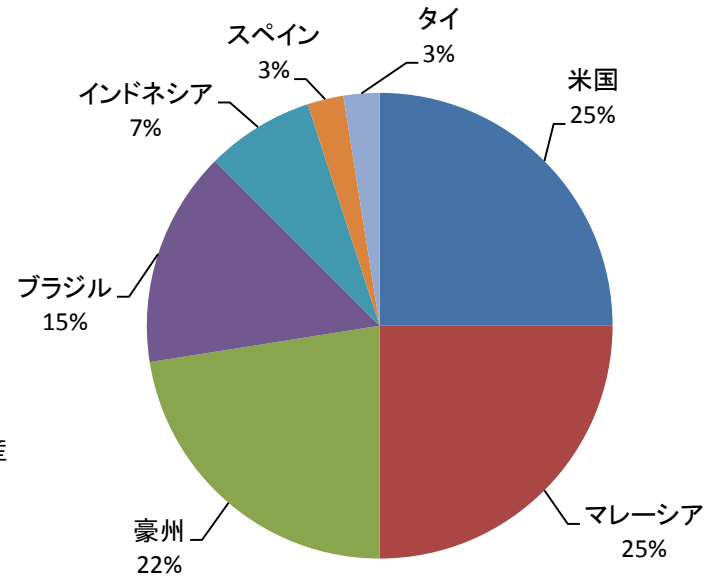
### (3) 日本食レストランの食材調達状況(概要)

食肉ではシンガポールで国民一人当たりの消費量が最も多い鶏肉の日本からの輸入が禁止されているため、全体では日本産食肉の使用事例は和牛や黒豚などに限定されている。

#### ⑦ 日本産食肉の利用状況



#### ⑧ 地場・外国産食肉の原産国



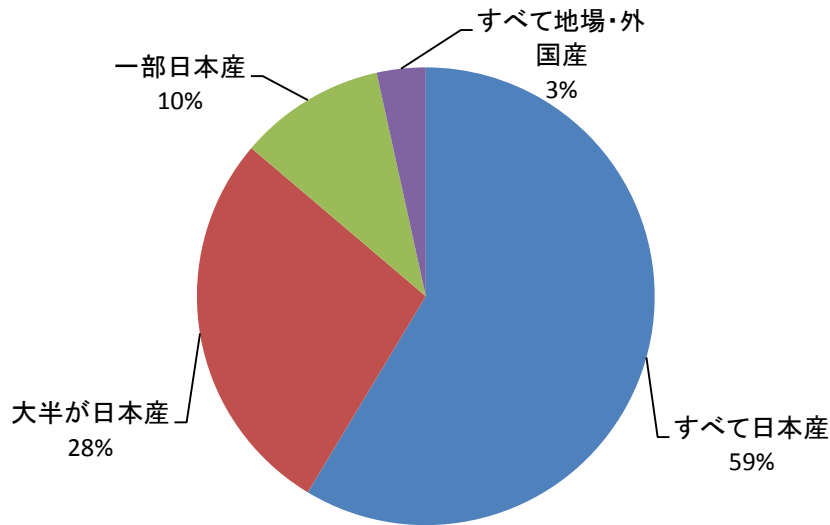
(21社、35ブランド、144店舗)

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

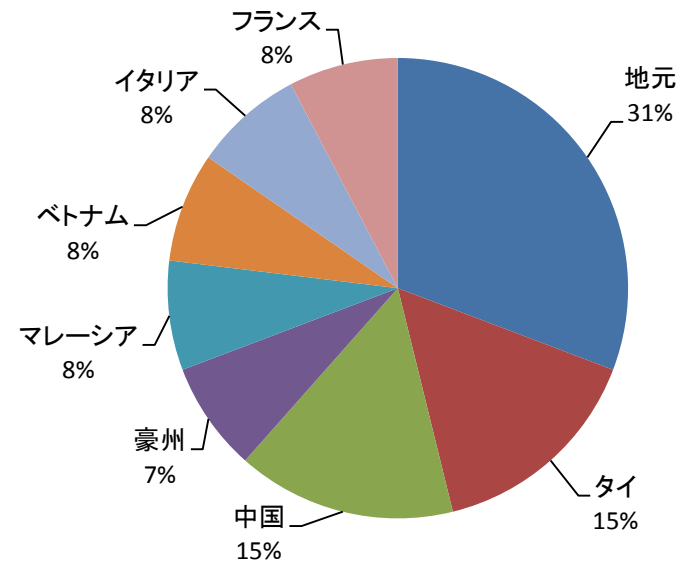
### (3) 日本食レストランの食材調達状況(概要)

調味料や酒類を含む加工食品では、87%のブランドが大半以上日本産を利用していると回答した。地場・外国産加工食品の原産国で多い地元産は、シンガポール国内で生産されている麺類、ケーキ・パン類の事例であった。

#### ⑨日本産加工食品の利用状況



#### ⑩地場・外国産加工食品の原産国



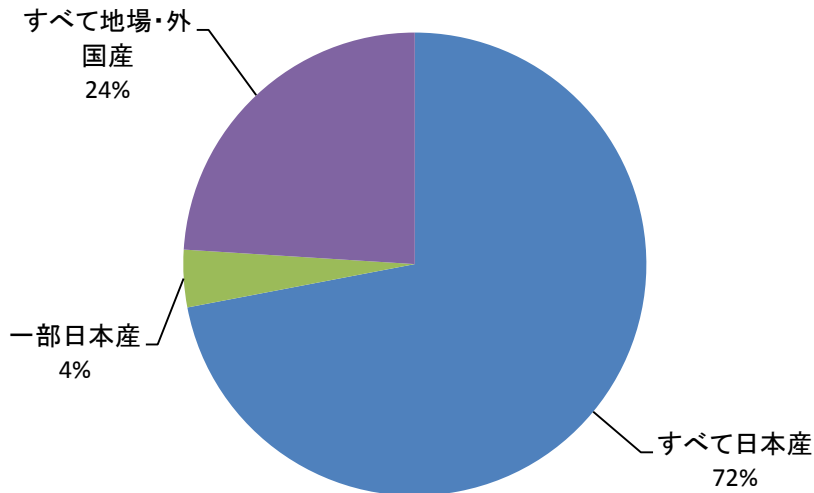
(21社、35ブランド、144店舗)

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

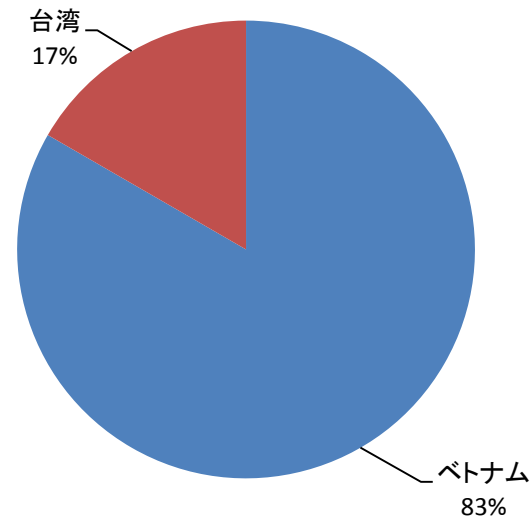
### (3) 日本食レストランの食材調達状況(概要)

米については、73%のブランドが日本産米を使用しているが、複数の日系または地元精米業者がシンガポールで開業していることで、備蓄義務を課せられない玄米を日本から輸入・加工して、日本食レストランに供給する事例が散見される。また、米国や豪州産ジャポニカ米に代わって、価格競争力を持つベトナム産ジャポニカ米(ベトナム産あきたこまち、越の光等)を使用する事例もある。

⑪日本産米の利用状況



⑫地場・外国産米の原産国



(21社、35ブランド、144店舗)

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (3) 日本食レストランの食材調達状況(概要)

#### ⑬状況説明

- 日本産食材の調達先は日系商社、地元卸売業者、自社(含む関連会社)輸入に3分される。自社輸入する事業者は、できる限りコンテナサイズに仕立てるため、多店舗展開している事業者か、複数のレストランで共同購入している事業者、あるいは日本食レストラン運営の他に他店への卸売も手掛ける事業者に限定される。
- 日本食レストランの急増に伴い、新規参入する日系食品卸売業者も多いが、既存の地元卸売業者を日系企業が買収する事例も近年相次いでいる(例:山川貿易、Imei、Marukawa)。
- 日持ちする乾物、冷凍食品、酒類、米などは船便で、生鮮食品は航空便での調達となるが、いずれも少ロット多品種の輸入となるため、食材コストに物流コストが大きいのみならず、日本産食材利用拡大のネックにもなっている。
- 一方、第三国産食材の調達は地元卸売業者に大きく依存している。ヒアリング先事業者で第三国産食材を自社輸入している事業者は皆無であった。これら地元卸売事業者は、外食店全般や地元スーパーマーケットを顧客として卸しているため、一度に大量の単一食材を仕入れることができ、物流コストも大きく節減することが可能となっている。月間使用予定量を事前に知らせておけば、物流倉庫と国内配送設備を持つ地元卸売業者が一括輸入・在庫した上で、各店舗に配送してくれるため、注文後1~2日で調達可能となっている。

(21社、35ブランド、144店舗)

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (4) 日本産食材利用の課題

日本産食材利用の課題は、  
一般食材のスケールメリット  
を生かした供給の安定化と  
低価格化による裾野の拡大



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ①麻布茶房

会社名	Amaya (Singapore) Pte Ltd
ブランド名/業態	麻布茶房 北海道アイスクリーム / アイスクリーム
住所	20 Bukit Batok Crescent, #11-12, Enterprise Centre Singapore 658080
HP	www.azabusabo.com.sg
オーナー/沿革	和風甘味喫茶「麻布茶房」を中心とした飲食店を経営する(株)甘や(東京都渋谷区)100%出資子会社。2005年に現地パートナーとの合弁で「麻布茶房」レストラン2店舗(Central及びMarina Square 店)を開店、軽食(弁当セット、ラーメン、うどん)と和風デザート(みつ豆、あんみつ、ぜんざい、おしるこ、パフェ、かき氷)を提供。その後、競争が厳しいレストラン事業から撤退、合弁を解消して完全子会社化、「Hokkaido Ice-Cream」店とアイスクリーム製造のためのセントラルキッチン の運営に注力する。
シェフ	自社内にあるセントラルキッチンでアイスクリームを製造、各店舗に自社配送するためシェフは不要。
店舗展開/立地	直営2店舗をセントラル地区のショッピングモール(Takashimaya、The Central)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ①麻布茶房

会社名	Amaya (Singapore) Pte Ltd
顧客層	男女比:男性40%、女性60% 人種比:日本人20%、ローカル30%、白人・観光客50% 顧客セグメント:店舗の立地上、観光客が圧倒的に多い 年齢層:あらゆる年代層
人気メニュー	①抹茶アイス、②ごまアイス、③バニラアイス
価格帯	メニュー価格、平均客単価ともにS\$5~6
経営上の課題	人件費・食材費・賃料など事業コストの上昇、人材確保、店舗確保、最新技術導入による生産性向上、政府規制面での制約(外国人労働者の流入規制)
今後の経営計画	台湾と中国では、現地企業と「麻布茶房」のエリアフランチャイズ契約を締結。香港では、現地企業との合併でレストラン「麻布茶房」を展開。シンガポールでは、手頃な物件があれば、アイスクリーム店の多店舗化を進める。
日本産食材の取扱割合	全食材の15%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の28%程度

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ① 麻布茶房



店舗外観



店内



アイスクリームカップ



コーンカップ

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ①麻布茶房

会社名	Amaya (Singapore) Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	粉抹茶、コーンカップ
	主な仕入先	日本本社の仕入先と同一メーカーから自社輸入、2-3カ月に1回船便で仕入れる。
	調達日数	注文後1カ月
第三国産食材使用例	主な食材	アイスクリーム製造の主原料となる牛乳(インドネシア産)、生クリーム(フランス産)
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	地元サプライヤーが在庫しているので注文後1日で調達可。
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	アイスクリーム製造の原料となる牛乳は、日系サプライヤーより日本産も仕入れているが、価格が約5倍となる。生クリームは価格面で日本産に比べフランス産が優位。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ②辻利

会社名	Ameiz Holdings Pte Ltd
ブランド名/業態	Tsujiri 辻利 / 抹茶デザート、ケーキ
住所	8 Eu Tong Sen Street #17-98 The Central Singapore 059818
HP	<a href="http://www.tsujiri.sg">www.tsujiri.sg</a>
オーナー/沿革	2011年設立の現地日系企業。(株)辻利茶舗よりシンガポール、マレーシア、インドネシア、ブルネイにおけるエリアフランチャイズ権を獲得、2012年11月にシンガポール1号店をショッピングモール100AMで開店。
シェフ	ローカルスタッフ、日本人管理者が巡回指導
店舗展開/立地	直営店3店舗をセントラル地区のショッピングモール(100AM、313 Somerset、The Central)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ②辻利

会社名	Ameiz Holdings Pte Ltd
顧客層	男女比:男性30%、女性70% 人種比:日本人35%、ローカル55%、白人・観光客10% 顧客セグメント:友人、家族、観光客 年齢層:あらゆる年代層
人気メニュー	①抹茶ソフトクリーム、②抹茶ラテ、③抹茶ミルクフロート
価格帯	メニュー価格帯:\$3.80~45.80 平均客単価:\$8.50
経営上の課題	人件費、食材費、賃料など事業コストの上昇、人材確保、食材調達、政府規制面での制約(外国人労働者の流入規制)
今後の経営計画	シンガポールでは最大4店舗まで拡張する計画。FC本部よりインドネシア、マレーシア、ブルネイでのFC権も獲得し、海外での事業展開に注力。既に各国で現地パートナーをみつけ、マレーシア(KL店)を16年2月、インドネシア(バリ店)を16年7月に1号店を開店予定。テイクアウト専用食品で他ブランドのマスターフランチャイズ権獲得にも関心あり。
日本産食材の取扱割合	全食材の80%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の25%程度

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ②辻利



店舗外観



店舗外観



お抹茶ショコラ+柚子氷



お抹茶ミルクフロート+  
シフォンケーキパフェ



お抹茶ロールケーキ



店舗外観

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ② 辻利

会社名	Ameiz Holdings Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	抹茶類(粉末、茶葉)、柚子蜜、和三盆、玄米(パフェ用)を日本のFC本部より自社輸入。黒蜜、きな粉など他の食材は日系商社より日本産品を仕入れる。
	主な仕入先	日本のFC本部及び日系商社
	調達日数	日本のFC本部には2カ月に一度発注後、船便で納品に約1カ月を要する。その他は日系商社に購入予定量を事前に知らせておけば、発注後1日で調達可。
第三国産食材使用例	主な食材	生クリーム(オーストラリア産)
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	1日
現地産食材使用例	主な食材	ケーキ類は抹茶粉など一部原料を供給して地元のハラル工場に製造を委託。ケーキの主要原料となるミルク、生クリーム、バターは委託先にてハラルに適合する原料を調達。
	主な仕入先	地元ハラル工場
	調達日数	2~3日
課題等コメント	現地のハラル工場に製造委託しているケーキ類の主要原料となるバター、ミルクはハラル工場 で調達されており、乳脂肪分の管理など品質向上が課題。	



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ③塚田農場

会社名	AP Company Int'l Singapore Pte Ltd
ブランド名 / 業態	Tsukada Nojo 塚田農場(美人鍋、美人麺) / 鍋料理
住所	137 Telok Ayer Street #05-07 Singapore 068602
HP	<a href="http://tsukadanojo.asia/">http://tsukadanojo.asia/</a>
オーナー / 沿革	「食のあるべき姿を追求する」というミッションのもと、食品の生産から流通、販売に至るまでの全てを一貫して手がける独自の「生販直結」という新しいビジネスモデルを展開する(株)エー・ピー・カンパニーの100%出資子会社として2012年に現地法人を設立。
シェフ	日本人シェフ及びローカルシェフ
店舗展開 / 立地	直営店4店舗をセントラル地区のショッピングモール(Plaza Singapura、Chinatown Point、Westgate、Liang Court)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ③塚田農場

会社名	AP Company Int'l Singapore Pte Ltd
顧客層	男女比:男性35% 女性65% 人種比:日本人5% ローカル95% 新店舗のLiang Court店はターゲットを日本人にしているため日本人比率を5割まで引き上げる。 顧客セグメント:平日は友人、週末は家族での利用が多い。 年齢層:20代、30代のヤングエグゼクティブ層
人気メニュー	①美人鍋(夜)、②美人麺(昼)、③チキン南蛮、④肉巻きおにぎり
価格帯	メニュー価格帯:(昼)\$20~23(夜)\$28~35 平均客単価:\$20(昼) \$32(夜)
経営上の課題	人材確保、食材調達(生販直結をモットーとするため、現地・近隣の生産者の発掘が課題)、政府規制面での制約(日本から肉エキス類の輸入が禁止されている)
今後の経営計画	美人鍋5号店以降はショップハウスに出店を計画。ミドルハイのクラスを狙って、他業態の和牛懐石店「The Wagyu」、「Ushidoki」をTras Streetで15年10月に開店。
日本産食材の取扱割合	全食材の50%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の28~30%

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ③ 塚田農場



塚田農場店舗外観



塚田農場店舗外観



メニュー



塚田農場店内



美人鍋



美人麺

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ③塚田農場

会社名	AP Company Int'l Singapore Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	天然コラーゲンスープ、日本米
	主な仕入先	コラーゲンスープは本社より自社輸入。日本米はクボタより地元精米したブレンド米を仕入れる。
	調達日数	コラーゲンスープは2カ月前に発注し、冷凍コンテナ船便で毎月1回輸入する。
第三国産食材使用例	主な食材	鶏肉(マレーシア産)、エビ(ベトナム産)を使用。
	主な仕入先	鶏肉はマレーシアの有機養鶏場(Keyson Brothers)より毎月購入予定量を事前に知らせて、月1回仕入れる。エビは地元卸売業者より週5回仕入れる。
	調達日数	月間使用予定量を予め知らせているので1-2日で調達可。
現地産食材使用例	主な食材	野菜類、麺類
	主な仕入先	野菜類は地元有機野菜生産者Quan Faより週6回仕入れる。有機野菜のため仕入れ価格が一般卸売価格の3-4倍となる。地元で品薄となれば、Quan Faのタイ提携農場より輸入される。麺類は地元生産者カネジン食品より仕入れる。
	調達日数	1日
課題等コメント	<p>検疫上の規制などもあり、日本で展開する「炭火焼」ではなく、輸入可能食材と現地嗜好を考慮して鍋料理をメインにと考えた。本物の食材にこだわり、天然コラーゲンスープを日本から輸入。無農薬や有機食材を使い食の安心安全をアピールするため、地元の有機農場から野菜類を仕入れる。将来的に地鶏のマレーシア等での現地生産を検討する。</p>	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ④竹葉亭

会社名	Chikuyotei Singapore Pte Ltd
ブランド名/業態	Chikuyotei 竹葉亭 / 高級日本料理
住所	80 Middle Road #01-01, InterContinental Hotel Singapore 188966
HP	<a href="http://www.facebook.com/pages/Chikuyotei-Singapore/1474220579468830">www.facebook.com/pages/Chikuyotei-Singapore/1474220579468830</a> <a href="http://fantastic-japan.sg/ja/">http://fantastic-japan.sg/ja/</a>
オーナー/沿革	(株)竹葉亭の子会社として1979年に設立した老舗高級和食店。関連会社Omi Pacific Pte Ltdが日本食材の輸出入、卸売り、小売、通販、デパートでの食品カウンターの運営を手掛ける。
シェフ	日本人
店舗展開/立地	単独店をセントラル地区のホテル(InterContinental Hotel)内で直営展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

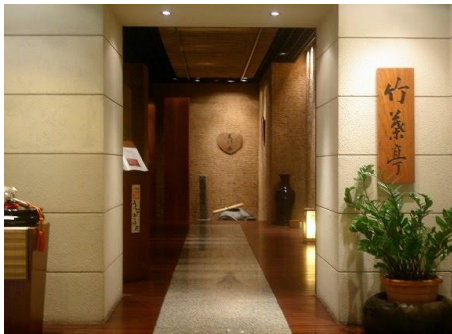
#### ④竹葉亭

会社名	Chikuyotei Singapore Pte Ltd
顧客層	男女比:男性60%、女性40% 人種比:日本人50%、ローカル30%、欧米人・観光客20% 顧客セグメント:ビジネス関係での利用 年齢層:40代以上
人気メニュー	①鰻、②黒毛和牛、③寿司
価格帯	メニュー価格帯:(昼)\$39~200 (夜)\$36~210 平均客単価:n.a.
経営上の課題	人件費・食材費・賃料など事業コストの上昇、人材確保、店舗確保
今後の経営計画	シンガポールで更にもう1店舗をUEスクエアで開店する予定
日本産食材の取扱割合	全食材の85%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	n.a.

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ④竹葉亭



レストラン外観



レストラン店内



鰻どん



黒毛和牛サーロインステーキ



鰻セットメニュー



おせち料理

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ④竹葉亭

会社名	Chikuyotei Singapore Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	大根(福岡)、銀杏(岐阜)、鰻(愛知)、真鯛(明石)、とらふぐ(下関)、黒毛和牛(鹿児島)、黒豚(鹿児島)、柚子胡椒(鹿児島)、太白油、米(北海道)、日本酒(新潟)など
	主な仕入先	自社輸入
	調達日数	野菜・果実類、魚介類は月8回航空便で調達、注文後1日で到着。黒毛和牛は月1回航空便で調達、注文後1日で到着。黒豚、太白油、日本酒は月1回船便で調達、注文後20日で到着。米は地元で精米、月2回調達。
第三国産食材使用例	主な食材	n.a.
	主な仕入先	
	調達日数	
現地産食材使用例	主な食材	n.a.
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	シンガポールで日本産活うなぎを提供しているのは同社のみ。鰻の産地として名高い愛知県三河一色産の活うなぎを使用。鰻は活きたままシンガポールへと空輸し、厨房内に設置されたうなぎ専用の大型水槽で徹底した温度管理とストレスの少ないスペースの中で活かしている。	



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑤ クリエイト・レストランツ

会社名	Create Restaurants Asia Pte Ltd
ブランド名/業態	①Shabu Sai しゃぶ菜 / しゃぶしゃぶ、すき焼き ②Hamanoya はまのや / 炉端焼き ③Maccha House 抹茶館 / カフェ飯、麺類、デザート、ドリンク ④Hifumi 一二味 / セミビュッフェ和食全般
住所	6 Eu Tong Sen Street #02-16 The Central Singapore 059817
HP	asia.createrestaurants.com
オーナー/沿革	日本とアジアを中心に167ブランド、616店舗(2015年2月末現在)のフードコート、居酒屋、レストランまで様々な業態の店舗を企画・開発・直営展開する(株)クリエイト・レストランツ・ホールディングス100%出資の子会社として、2011年に設立。
シェフ	ローカルシェフマネジャー、日本人管理者が巡回指導
店舗展開/立地	それぞれのセグメントに合ったブランド展開「マルチブランド・マルチロケーション戦略」を進め、住宅地・オフィス街・観光地に立地するショッピングセンターに、それぞれ和食業態を中心に計4ブランド10店舗を展開。 ①直営店6店舗をセントラル、イースト、ノース地区のモール(The Central、East Point Mall、Suntec City Mall、Changi City Point、Orchard Central、Causeway Point)内で展開。 ②直営店1店舗をセントラル地区のモール(Marina Square)内で展開。 ③直営店2店舗をセントラル地区のモール(Orchard Central、Suntec City Mall)内で展開。 ④直営店1店舗をセントラル地区のモール(Marina Square)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑤ クリエイト・レストランツ

会社名	Create Restaurants Asia Pte Ltd
顧客層	男女比:男性30%、女性70% 人種比:日本人5%、ローカル85%、欧米人・観光客10% 顧客セグメント:ビジネス関係、友人、家族での利用 年齢層:あらゆる年代層
人気メニュー	①しゃぶしゃぶ、和牛しゃぶしゃぶ、すき焼き ②海鮮丼、焼き鳥丼、すき焼き定食 ③抹茶チョコパフェ、照り焼きチキン、豚骨ラーメン ④ミックス卵とじ、さば照り焼き、すき焼き定食
価格帯	①メニュー価格帯:(昼)\$9.90~13 (夜)\$23~37 平均客単価:\$23 ②メニュー価格帯:(昼)\$10~22 (夜)\$14~59 平均客単価:\$29 ③メニュー価格帯:(昼)\$3.40~18 (夜)\$6.40~21 平均客単価:\$15 ④メニュー価格帯:(昼)\$10~20 (夜)\$12~22 平均客単価:\$19
経営上の課題	人件費・賃料など事業コストの上昇、人材確保、店舗確保、政府規制面での制約(透明性は高いが、労務管理・消防法など規制が頻繁に変更され複雑。)
今後の経営計画	多様な業態で20店舗位まで拡張する計画がある。今後5年以内にアセアン諸国(バンコク、KL、ジャカルタ、ホーチミン)で出店を検討中。
日本産食材の取扱割合	n.a.
支出対比食材コスト	n.a.

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑤ クリエイト・レストランツ



しゃぶ菜店舗外観



しゃぶ菜セットメニュー



しゃぶ菜香味タレ



はまのや店舗外観



一二味店舗外観



抹茶館店舗外観

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑤ クリエイト・レストランツ

会社名	Create Restaurants Asia Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	他国産を使用できない大葉など野菜類、魚介類、調味料全般、日本酒等
	主な仕入先	Imei、JFC、Nishimoto、Makotoyaなど地元卸売業者
	調達日数	購入予定量を事前に知らせておけば、発注後1日で調達可。
第三国産食材使用例	主な食材	野菜類(マレーシア産)、エビ・貝類(ベトナム、インドネシア産)、サーモン(ノルウェー産)、牛肉(米国、豪州産)、豚肉(ブラジル産)
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	購入予定量を事前に知らせておけば、発注後1日で調達可。
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	特になし	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑥ヘンリーブロス

会社名	Henrybros Singapore Pte Ltd
ブランド名 / 業態	①Ginza Kuroson 銀座黒尊 / 炉端焼き、海鮮居酒屋 ②Ryoshi Sushi Ikeikemaru 漁師寿司 活けいけ丸 / 回転寿司 ③Sushi Kaishin 寿司海神 / 寿司 ④Kobe Beef Teppanyaki Yoshida 神戸牛鉄板焼き よし田 / 鉄板焼き ⑤Café Patties & Witches パティース&ウィッチス / カフェ
住所	137 Telok Ayer Street #05-07 Singapore 068602
HP	<a href="http://www.heb.jp">http://www.heb.jp</a>
オーナー / 沿革	「日本の水産物を世界へ」をモットーに、日本国内における漁港との独自の仕入れ網を確立して、「銀座黒尊」「漁師寿司 活けいけ丸」など海鮮和食業態を展開する株ヘンリーブロス100%出資子会社として、2010年に設立。
シェフ	日本人シェフ
店舗展開 / 立地	海鮮和食業態を中心に計5ブランド7店舗を展開。 ①直営店2店舗をセントラル地区のショッピングモール(Robertson Quay、Takashimaya)内で展開。 ②直営店2店舗をセントラル及びウェスト地区のショッピングモール(Liang Court、Westgate)内で展開。 ③直営単独店をセントラル地区のショッピング街(Robertson Quay)内で展開。 ④直営単独店をセントラル地区のショッピングモール(Takashimaya)内で展開。 ⑤直営単独店をセントラル地区のショッピングモール(Takashimaya)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑥ヘンリーブロス

会社名	Henrybros Singapore Pte Ltd
顧客層	①男女比:男性50%、女性50% 人種比:日本人90%、ローカル10%(Robertson Quay店)、日本人10%、ローカル90%(Takashimaya店) 顧客セグメント:ヤングエグゼクティブの利用 年齢層:30代、40代以上 ②男女比:男性50%、女性50% 人種比:日本人40%、ローカル60% 顧客セグメント:家族での利用 年齢層:30代、40代以上 ③男女比:男性70%、女性30% 人種比:日本人50%、ローカル50% 顧客セグメント:ビジネス関係での利用 年齢層:40代以上
人気メニュー	①刺身盛り合わせ、投げ込み丼(海鮮丼) ②サーモン、うどん ③おまかせ ④神戸牛おまかせ ⑤和牛バーガー
価格帯	①メニュー価格帯:(昼)\$18~88 (夜)\$80~150 平均客単価:\$80~100 ②メニュー価格帯:(昼・夜)\$1.80~15.40 平均客単価:\$36 ③メニュー価格帯:(昼)\$40~60 (夜)\$100~250 平均客単価:\$120 ④メニュー価格帯:(昼)\$60~200 (夜)\$120~350 平均客単価:\$200 ⑤人気の和牛バーガーが\$20
経営上の課題	人材確保、政府規制面での制約(外国人に対するEP発給制限)
今後の経営計画	近隣の東南アジア諸国での店舗展開に注力、まずベトナムで3店舗を立ち上げる計画。
日本産食材の取扱割合	①全食材の85%程度(金額ベース) ②全食材の40%程度(金額ベース) ③全食材の90%程度(金額ベース) ④全食材の90%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	①全経費の45%程度 ②全経費の35%程度 ③全経費の45%程度 ④全経費の45%程度

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑥ヘンリーブロス



銀座黒尊店舗外観



銀座黒尊店内



銀座黒尊 ちらしランチ



銀座黒尊 刺身盛り合わせ



漁師寿司活けいけ丸外観



寿司海神店内



神戸牛鉄板焼きよし田店内



パティース&ウィッチス外観



パティース&ウィッチス 和牛バーガー

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑥ヘンリーブロス

会社名	Henrybros Singapore Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	野菜類のうち、玉ねぎ、トマト、レタス等は日本産を使用。魚介類の大半はグループ会社の江嶋屋が築地市場や各地の漁港から直接買い付けたものを航空便で週3回地元卸売業者経由輸入。米は日本産米を地元で精米したものを使用。その他、和牛、米、日本酒などは日本産。
	主な仕入先	魚介類(Monako)、調味料(Kirei)、米(Green & Clean)、日本酒(Kirei、Makotoya)
	調達日数	2日
第三国産食材使用例	主な食材	野菜類のうち、青ネギ、きゅうり等はマレーシア、インドネシア産などを地元で調達。魚介類のうち、マグロはインド産、サーモンはノルウェー産を地元の卸売業者より仕入れ。
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	1日
現地産食材使用例	主な食材	「パティース&ウィッチス」で扱うケーキ類
	主な仕入先	Chef Yamashita
	調達日数	2日
課題等コメント	同社は農林水産省・経済産業省の「農工商連携事業」の認定社に指定されており、地域経済の活性化事業への取り組みにも関心あり。	



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑦地ビール

会社名	JiBiru Pte Ltd
ブランド名 / 業態	JiBiru Japanese Craft Beer Bar クラフトビアバー / 洋風居酒屋
住所	#01-26, 313 @ Somerset 313 Orchard Road Singapore 238895
HP	www.jibiru.com
オーナー / 沿革	オーナーが在星イギリス人。日本産クラフトビールを主体とする洋風居酒屋を運営するJibiru社と地ビールの輸入・卸売り・Eコマースを手掛けるEastern Craft Trading社を傘下に持つ。2011年3月に1号店を開店。
シェフ	ローカルシェフ
店舗展開 / 立地	単独店をセントラル地区のショッピングモール(313 @ Somerset)内で直営展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑦地ビール

会社名	JiBiru Pte Ltd
顧客層	男女比:男性60%、女性40% 人種比:日本人15%、ローカル40%、欧米人・観光客45% 顧客セグメント:友人、観光客の利用 年齢層:30代、40代以上
人気メニュー	①焼き鳥、②天ぷら、③餃子
価格帯	メニュー価格帯:(昼)\$13~15、(夜)\$10~25 平均客単価:\$30
経営上の課題	人材確保、従業員のスキルアップ
今後の経営計画	取り扱う地ビールは木内酒造(茨城)、エチゴビール(新潟)、ヤッホーブルーイング(長野)、玉村本店(長野)、盛田金しゃち酒造(愛知)、箕面ビール(大阪)、欧和(ベルギー)等20以上の醸造会社より輸入。今後、多店舗展開も視野に入れ、日本的なブランディングがされているビールの銘柄を増やしていく計画。
日本産食材の取扱割合	全食材の95%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の30%程度

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑦地ビール



地ビール店舗外観



地ビール店外客席



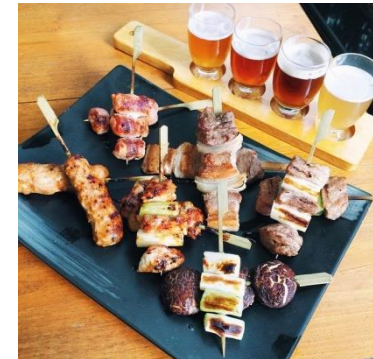
地ビール店舗外観



各種地ビール



各種地ビール



ビール&焼き鳥セット

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑦地ビール

会社名	JiBiru Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	日本各地にある地ビール、焼酎、ウイスキー
	主な仕入先	姉妹会社のEastern Craft Trading社が船便で自社輸入
	調達日数	2～3週間
第三国産食材使用例	主な食材	マレーシア産豚肉・鶏肉
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	1日
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	日本のビール醸造会社とは直接取引して工場出荷価格で仕入れるが、港までの日本国内輸送費が他の輸入コストに比べて異常に高いのが難点。日本の地ビールは、地酒に比べ、国内需要に生産が追い付かず、輸出余力が限られていることもネックとなっている。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑧ 櫛

会社名	Keyaki Japanese Restaurant
ブランド名 / 業態	Keyaki Japanese Restaurant 櫛 / 高級日本料理
住所	Level 4, Pan Pacific Hotel, 7 Raffles Boulevard, Singapore 039595
HP	<a href="http://www.panpacific.com/en/hotels-resorts/singapore/marina/stay/dining/keyaki.html">www.panpacific.com/en/hotels-resorts/singapore/marina/stay/dining/keyaki.html</a>
オーナー / 沿革	1986年に高級ホテル(Pan Pacific Hotel)内で開業した老舗高級和食店。2007年3月、元オーナーであった東京急行電鉄がホテル運営事業会社を地元大手不動産会社UOLグループに譲渡したことにより、現オーナーはUOLグループとなる。日本にある櫛レストランとは資本・提携関係はない。ホテル内に立地し、日本庭園、鯉 pond、茶室など内外装を凝らした造りとなっている。
シェフ	日本人。Singapore's Best Restaurants 2013 (Singapore Tatler)、Singapore's Top Restaurants 2013 (Wine & Dine)などを受賞。
店舗展開 / 立地	単独店をセントラル地区の高級ホテル(Pan Pacific Hotel)内で直営展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑧ 櫻

会社名	Keyaki Japanese Restaurant
顧客層	男女比:男性60%、女性40% 人種比:日本人10%、ローカル90% 顧客セグメント:ビジネス関係での利用 年齢層:40代以上
人気メニュー	①懐石おまかせ、②鉄板焼き、③寿司・刺身
価格帯	メニュー価格帯:(昼)\$70~100(夜)\$150~200、 平均客単価:\$120
経営上の課題	人材確保、従業員のスキルアップ、政府規制面での制約(外国人労働者の流入規制、日本食材輸入の規制)
今後の経営計画	以前、日本人比率が高かったが、日本人駐在員の若年化、社用交際費の節減等により利用客のローカル比率が高まっている。今後、海外で新設されるパンパシフィック系列ホテルに「櫻」ブランドで日本食レストランを出店する計画がある。
日本産食材の取扱割合	全食材の95%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の35%程度

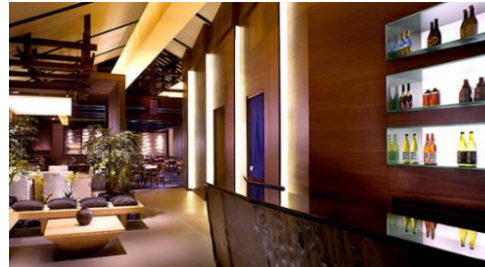
## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑧ 櫻



櫻レストラン入り口



店内待合室



寿司カウンター



個室畳部屋



鉄板焼きカウンター



ウィークエンドランチセット

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑧ 櫻

会社名	Keyaki Japanese Restaurant	
日本産食材使用例	主な食材	野菜・果実全般、魚介類全般、和牛(近江牛)、調味料全般、米、日本酒など殆どすべての食材で日本産を使用。
	主な仕入先	野菜・果実全般、魚介類全般は火・水・金・土の週4回、冷蔵コンテナにより築地、大阪、福岡より空輸。地元卸売業者リブロン等より仕入れ。和牛は近江牛を地元卸売業者により仕入れる。日本酒はKirei、Makotoyaなど地元業者より仕入れる。米は日本米を地元で精米したものを使用。
	調達日数	和牛は業者によってストックされており、在庫がある限り、いつでも注文可能。それ以外は注文後3日程で納品される。
第三国産食材使用例	主な食材	豚肉はスペイン産イベリコ豚を使用
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	2~3日
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	日本産食材の調達コストが日本の一般卸売価格の2~3倍となるため、メニュー価格設定が日本と比較して割高となってしまふ。石川県産品を使用した期間限定のフェアを開催した実績があり、県など地方自治体の協力があれば、今後も定期的にフェアを開催していきたい。	



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑨ 寿

会社名	Kotobuki Restaurant (River Valley) Pte Ltd
ブランド名 / 業態	Kotobuki Japanese Restaurant 寿 / (昼)定食、(夜)居酒屋
住所	15 Enggor Street #07-04 Realty Centre Singapore 079716
HP	<a href="http://www.kotobuki.com.sg">www.kotobuki.com.sg</a>
オーナー / 沿革	1981年に設立された寿レストランを現在の代表取締役らが1991年に買収、現在に至る老舗日本食レストラン。
シェフ	日本人及び現地のシェフ
店舗展開 / 立地	直営店6店舗をセントラル、イースト、ウェスト地区のショッピングモールや商業施設 (Shenton Way、Jurong、ZhongShan Mall、Raffles Place、112 Katong、Holland Village) 内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑨ 寿

会社名	Kotobuki Restaurant (River Valley) Pte Ltd
顧客層	男女比:男性70%、女性30% 人種比:日本人40%、ローカル50%、その他10% 顧客セグメント:ビジネス関係、友人、家族での利用 年齢層:30代以上
人気メニュー	①鶏照り焼き、②鶏唐揚げ、③餃子
価格帯	メニュー価格帯:(昼)\$15~25(夜)\$15~30 平均客単価:(昼)\$25 (夜)\$60
経営上の課題	政府規制面での制約(肉加工品に関する輸入規制、特にマーボ豆腐の素、カレールー、ラーメンスープ等)
今後の経営計画	日本人学校へ弁当セット、イベント弁当、パーティーセット等の宅配事業も行う。アサヒビールと提携し、ビールのプロモーションを実施。2016年にセントラルキッチンの設置を計画。あらゆるチャネルを通して店舗物件をサーチし、良い物件があれば更に店舗数を拡大する予定。
日本産食材の取扱割合	全食材の25%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の25%程度

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑨ 寿



寿レストラン店舗外観



居酒屋店舗外観



居酒屋店内



サーモン丼



居酒屋一品メニュー



焼き鳥盛り合わせ

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑨ 寿

会社名	Kotobuki Restaurant (River Valley) Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	魚介類のうちハマチ、アジのみ日本産を地元業者から仕入れる。調味料・加工品全般と日本酒は日本産を使用。
	主な仕入先	Imei、JFC、Kirei、Shimayaなど地元卸売業者より仕入れる。業者により品目毎に強み・弱みがある。
	調達日数	予め月間使用予定量を知らせているため、注文後1～2日で納品。
第三国産食材使用例	主な食材	野菜・果実類全般はマレーシア・中国・インドネシア産、魚介類のうちサーモンはノルウェー産、マグロはオーストラリア・インドネシア産、鶏肉はマレーシア産、豚肉はブラジル産、牛肉はオーストラリア産、米はベトナム産「越の光(22.5キロ袋)」、料理酒は中国産を使用。
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	予め月間使用予定量を知らせているため注文後1～2日で納品される。
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	日本産青果物の仕入れ価格は香港より相当高くなる。香港には大手日系スーパーが進出しているため、スケールメリットを生かしたルートで仕入れることができる。県など地方自治体の協力があれば、店内でフェア開催に関心があるが、差別化できない食材を高く売るのは難しい。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑩モスバーガー

会社名	MOS Foods Singapore Pte Ltd
ブランド名 / 業態	①MOS Burger モスバーガー / ファストフード ②MOS Café モスカフェ / カフェ
住所	250 Tanjong Pagar Road #08-01/02, St. Andrew's Centre Singapore 088541
HP	<a href="http://www.mosburger.com.sg">www.mosburger.com.sg</a>
オーナー / 沿革	日本国内でバーガーチェーン1,419店を展開する、(株)モスフードサービスの100%出資子会社として、1992年に設立。シンガポール以外では、台湾244店、中国15店、香港15店、タイ6店、韓国10店、オーストラリア6店、インドネシア2店を展開。(2015年12月31日現在)
シェフ	ローカルシェフ
店舗展開 / 立地	モスカフェ1店舗を含め、直営店27店舗をシンガポール全土の主要ショッピングモールなど商業施設内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑩モスバーガー

会社名	MOS Foods Singapore Pte Ltd
顧客層	男女比:男性40%、女性60% 人種比:ほぼローカル(含む外国人) 顧客セグメント:平日はオフィスワーカー、週末は家族での利用が多い 年齢層:20代~40代
人気メニュー	①テリヤキチキンバーガー、②フィッシュバーガー、③和牛バーガー
価格帯	メニュー価格帯:n.a. 平均客単価:n.a.
経営上の課題	店長クラスのシンガポール人の人材不足、教育・メニュー開発
今後の経営計画	シンガポール国内で60店舗を目標に、ハンバーガー以外の新しい業態での参入も検討する。
日本産食材の取扱割合	全食材の10%(金額ベース)
支出対比食材コスト	n.a.

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑩モスバーガー



モスバーガーCathay Cineleisure Orchard店外観



モスバーガー店内



テリヤキチキンバーガー



和牛バーガー



バタフライプラウン



菜摘テリヤキチキン

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑩モスバーガー

会社名	MOS Foods Singapore Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	日本のモスバーガーで使用している同食材を一部使用。
	主な仕入先	
	調達日数	
第三国産食材使用例	主な食材	肉関係、野菜等
	主な仕入先	地元卸売業者より調達
	調達日数	1日
現地産食材使用例	主な食材	肉関係、ソース類等
	主な仕入先	地元卸売業者より調達
	調達日数	1日
課題等コメント	シンガポールマーケットに合わせた商品施策、価格設定はフレキシブルに行わなくてはならない。日本とシンガポールで商品開発を行っており、これまでシンガポールで開発されたメニューに和牛バーガー、サーモンカツバーガー、タコカツバーガー、フルーツアイ스티ー、バタフライプラウンなどがある。今後も地元の顧客が好む新商品開発を進める。	



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑪ 中せい

会社名	Nakasei Pte. Ltd
ブランド名 / 業態	Nakasei Sushi Restaurant 中せい / 寿司懐石
住所	#01-06/07, Central Mall, 1 Magazine Road Singapore 059567
HP	n.a.
オーナー / 沿革	2001年に日本人オーナーがローカルパートナーとともに独立開業、2011年にパートナーより株式を譲り受ける。
シェフ	日本人シェフ
店舗展開 / 立地	直営単独店をセントラル地区の商業施設(Central Mall)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑪ 中せい

会社名	Nakasei Pte. Ltd
顧客層	男女比:男性80%、女性20% 人種比:日本人80%、ローカル20% 顧客セグメント:平日はビジネス関係、週末は家族での利用が多い 年齢層:40代以上
人気メニュー	①おまかせコース、②寿司コース
価格帯	メニュー価格帯:(昼)\$38~138(夜)\$98~230 平均客単価:\$200
経営上の課題	人材確保、コストパフォーマンス、政府規制面での制約(外国人労働者の流入規制)
今後の経営計画	季節の旬の食材を日本より調達した料理長の「おまかせコース」を売りとする。以前よりローカル客のビジネス利用が増えたため、客単価上昇に繋がっている。多店舗展開する計画はなく、多様な顧客ニーズに応えていきたい。
日本産食材の取扱割合	全食材の95%(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の40%程度

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑪ 中せい



中せい店舗外観



刺身盛り合わせ



ちらし寿司コース



にぎり寿司コース



旬の一品



おせち料理

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑪中せい

会社名		Nakasei Pte. Ltd
日本産食材使用例	主な食材	生鮮野菜・果実、魚介類の大半は築地市場より冷蔵コンテナにて週2回空輸。和牛、加工品・調味料、酒類は地元卸売業者に月間使用予定量を知らせている。米は日本米の地元精米品を使用。
	主な仕入先	生鮮品は冷蔵コンテナで自社輸入。自社注文がコンテナに満たない場合は他レストランより注文を受け、スペースを埋める。保存のきく和牛、加工品・調味料、酒類は地元卸売業者(ADirect、Manjo、Makotoya、Kirei、Y&S)より調達。米は日本米を地元で精米したものを俵屋より調達。
	調達日数	生鮮品は注文後、2～3日で納品される。和牛、加工品・調味料、酒類、米は、予め月間使用予定量を知らせているため注文後1～2日で納品される。
第三国産食材使用例	主な食材	鶏肉(マレーシア、インドネシア)、きゅうり等野菜類の一部(マレーシア)
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	注文後1～2日
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	自社輸入している生鮮品は、築地の仲買商に梱包、コンテナ積載、輸出書類作成、出荷手配まで委託している。仲買商マージンは一般に30～50%で、高級品ほどマージンが高くなる傾向にある。自社使用の食材でコンテナが満たされない場合は、他の日本食レストランより注文を受けることもある。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑫ 神田わだつみ

会社名	Sakanaya Pte Ltd
ブランド名 / 業態	Kanda Watatsumi 神田わだつみ / ファイン居酒屋
住所	50 Tras Street Singapore 078989
HP	<a href="http://www.kanda-wadatsumi.sg">www.kanda-wadatsumi.sg</a>
オーナー / 沿革	JF全漁連のシンガポール子会社Zengyoren Asia(80%)、日本の「神田わだつみ」を運営するポセイドングループのトキオ・ジャパン(10%)、現地でシップチャンドラーを運営するNichireiの子会社で持ち帰り寿司店を展開するJSTT Food(10%)の3社が出資する合弁会社として2014年に設立。
シェフ	日本人シェフ
店舗展開 / 立地	直営単独店をセントラル地区のショッピングハウスで15年2月に開店。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑫ 神田わだつみ

会社名	Sakanaya Pte Ltd
顧客層	男女比:男性50% 女性50% 人種比:日本人30% ローカル70% 顧客セグメント:平日はビジネス関係、週末は家族での利用が多い。 年齢層:40代以上
人気メニュー	①おまかせコース、②ちらしセット、③和牛セット
価格帯	メニュー価格帯:(昼)\$30~120(夜)\$120~ 平均客単価:\$110 夜だけでは\$150
経営上の課題	人材確保、同業者間での競合、政府規制面での制約(日本から生ガキの輸入が禁止)
今後の経営計画	水産庁の補助事業として、県漁連と連携して、15年2月に愛媛県フェア、3月に三陸フェア(岩手・宮城県)、11月に九州三県フェア(鹿児島・大分・宮崎県)を行い、地元バイヤー向けに商談会を開催した。これまで千葉県産ハマグリ、静岡県産ニジマスなどの商談が成立。これら新規商材を通信販売するための会社を設立済で、わだつみをアンテナショップとして、日本の地方にある商材を発信していく。
日本産食材の取扱割合	全食材の90%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	n.a.

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑫ 神田わだつみ



わだつみ店舗外観



わだつみ店内



料理長



ちらしセット



鯛兜炊き込みご飯



刺身盛り合わせ

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑫ 神田わだつみ

会社名	Sakanaya Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	大葉、ほじそ、大根、きゅうり、トマト等大半の野菜類、大半の鮮魚類、和牛、味噌・醤油等調味料、日本米、日本酒
	主な仕入先	野菜類はトキオを通じて築地で仕入れ、鮮魚類とともに冷蔵コンテナで空輸。鮮魚類は築地または県漁連から仕入れ、関連会社Nichireiを通じて週2-3回輸入。和牛は全農より月1回空輸。調味料はImeiなど地元卸売業者より調達。日本米は全農からクボタへ輸出され、地元で精米したものを仕入れる。
	調達日数	野菜類、鮮魚類は注文後2日で入荷。和牛は注文後2週間で入荷。調味料、日本米、日本酒などは在庫品より1日で入荷。
第三国産食材使用例	主な食材	玉ねぎ、椎茸など一部野菜類(マレーシア、インドネシア、中国産)、サーモン、イカ、エビなど鮮魚類、豚肉(マレーシア、インドネシア産)
	主な仕入先	週2-3回地元卸売業者より仕入れる。
	調達日数	月間使用予定量を予め知らせているので1日で調達可。
現地産食材使用例	主な食材	鶏卵
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	1日
課題等コメント	鮮魚類は県漁連や築地市場から仕入れるが、地方の県漁連からの仕入れは国内輸送コストが掛かるため、築地の仕入れ価格より割高となることがある。和牛はトキオが米国における全農の販売代理店となっているため、調達は容易。全般に食材の仕入れコストが日本の一般的卸売りコストの30-50%増しとなる。	



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑬ さむらいす

会社名	Samurai Food Pte Ltd
ブランド名 / 業態	SAMURICE さむらいす / おにぎり
住所	#B1-18, United Square, 101 Thomson Road Singapore 307591
HP	www.samurice.sg
オーナー / 沿革	日本の農業関連企業アグリホールディングス ( <a href="http://agri-hd.com/">http://agri-hd.com/</a> ) が、子会社として現地法人を2014年に設立し運営。アグリホールディングスは主に、日本の農家支援を目的とし、日本の各地の農家と提携し、海外販路の開拓を行う。シンガポールのSAMURICEで提携農家の米を使用したおにぎりを販売することで、海外・アジアでの出口作りを行う。
シェフ	日本人
店舗展開 / 立地	直営店2店舗をセントラル地区にあるフードコート、商業施設(China Square Food Centre、United Square)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑬ さむらいす

会社名	Samurai Food Pte Ltd
顧客層	男女比:男性40%、女性60% 人種比:日本人50%、ローカル40%、その他10% 顧客セグメント:China Square店はオフィスワーカー、United Square店は主婦・子どもの利用が多い 年齢層:あらゆる年代層
人気メニュー	①おにぎり+から揚げセット ②日本人には焼き鮭、明太子、鶏そぼろ、タラコおにぎりが人気 ③ローカルには照り焼きサーモン、明太子、いくら、サーモンわさび、ガパオおにぎりが人気
価格帯	メニュー価格帯:(朝)\$3~5(昼)\$3~13 (夜)\$3~20 平均客単価:\$8
経営上の課題	賃料など事業コストの増大、人材確保
今後の経営計画	既におにぎり弁当の宅配事業を開始し、イベントへの宅配では500名分の弁当の注文を受けることもある。15年にセントラルキッチンを開設し、おにぎり製造マシンを導入した。スーパーや地元コンビニ店にフィルムおにぎりを卸す事業を開始する予定。テイクアウト、宅配、卸売りで、1日1万個を販売目標に掲げる。
日本産食材の取扱割合	全食材の60~70%(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の30%超

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑬ さむらいす



さむらいす店舗外観



さむらいす店舗外観



ショーケース



ショーケース



おにぎり



おにぎり弁当

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑬ さむらいす

会社名	Samurai Food Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	米、海苔、おにぎりの具材(梅、高菜、昆布、おかか、ちりめん山椒、ワサビ)、惣菜、ビール・日本酒で日本産を使用。
	主な仕入先	具材は週2回程度Imeiなど日系卸売業者及び日系商社に発注。日本本社に日本酒の輸出部門があり、自社輸入。
	調達日数	通常食材は、注文後1~2日で納品。 指定食材は、日系卸売業者地元卸売業者へ月間使用予定量を知らせ、船便で1ヵ月半の納期を要する。
第三国産食材使用例	主な食材	ネギ、きゅうり、人参、キャベツ、じゃがいも、ミニトマト等野菜類全般(マレーシア)、サーモン(チリ)、鶏肉(ブラジル)
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	注文後1~2日で納品
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	地元卸売業者より仕入れるマレーシア産・インドネシア産野菜類の価格は日本の2分の1、チリ産サーモンは日本の2分の1程度。日本から調達する具材は輸送費、輸入業者マージンを加えると、日本の卸売価格の1.5倍~2倍となる。日本の県産品販売促進のための催事開催にも関心がある。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑭ サッポロライオン

会社名	Sapporo Lion (S) Pte Ltd
ブランド名 / 業態	①Ginza Lion Beer Hall 銀座ライオン / ビアホール ②Tonkichi とん吉 / とんかつ ③Rive Gauche Patisserie リヴゴーシュ・パティスリー / ケーキ
住所	22 Chin Bee Road Singapore 619829
HP	www.sapporolionsg.com.sg
オーナー / 沿革	サッポロホールディングスのレストラン事業子会社(株)サッポロライオンの100%出資子会社。2013年1月にサッポロホールディングスがポッカコーポレーションを買収したことで、ポッカ・シンガポールのレストラン事業会社ポッカフード・シンガポールもサッポロライオンに株式譲渡され、ポッカフードが1991年より運営するレストラン「とん吉」と「リヴゴーシュ・パティスリー」をサッポロライオンが引き継いだ。さらに「ビアホール文化を世界へ」をキーワードに、「ビアホール銀座ライオン」1号店を13年10月にシンガポールで開店。現在、計3ブランド15店舗を展開。
シェフ	①ローカルシェフ ②日本人シェフ ③シェフ不要
店舗展開 / 立地	①直営店2店舗をセントラル地区の商業施設 (Robertson Quay、Suntec City) 内で展開。 ②直営店5店舗をセントラル及びイースト地区のショッピングモール (Takashimaya、Shaw House、Orchard Central、Tampines Mall、Suntec City Mall) 内で展開。 ③自社工場で生産したケーキ類をセントラル、ウェスト、イースト地区のショッピングモール (112 Katong、JCube、Nex、Plaza Singapura、Suntec City Mall、Takashimaya、Tampines One、Vivocity) 内で直営店8店舗で販売。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑭ サッポロライオン

会社名	Sapporo Lion (S) Pte Ltd
顧客層	<p>①男女比:男性60% 女性40%、人種比:日本人80% ローカル20%、顧客セグメント:ビジネス関係や友人との利用、年齢層:30代 40代以上</p> <p>②男女比:男性50% 女性50%、人種比:日本人50% ローカル50%、顧客セグメント:家族での利用60% 友人との利用20% 観光客15% ビジネス関係5%、年齢層:あらゆる年齢層</p> <p>③男女比:男性5% 女性95%、人種比:ローカル100%、顧客セグメント:友人や家族での利用、年齢層:20代 30代</p>
人気メニュー	<p>①ビール、チキン唐揚げ、ローストビーフ、BBQポークリブ</p> <p>②ロースカツ、ヒレカツ、寿司</p> <p>③グアナジャ、ストロベリーケーキ</p>
価格帯	<p>①メニュー価格帯:(昼)\$10~32(夜)\$7~90 平均客単価:(昼)\$25(夜)\$50</p> <p>②メニュー価格帯:(昼)\$14~23(夜)\$6~34 平均客単価:\$28(昼は若干低い)</p> <p>③メニュー価格帯:(昼・夜)\$5~390 平均客単価:\$25</p>
経営上の課題	人件費・食材費・賃料など事業コストの上昇、人材確保、食材調達、店舗確保、同業態間での競合、従業員のスキルアップ、他店との差別化、政府規制面での制約(酒税が高い、酒類販売小売店の営業時間制限、肉類エキスの入ったソース等調味料の輸入規制)、ケーキ工場の衛生管理(HACCP維持管理)
今後の経営計画	今後、シンガポールを拠点に3つのブランドの周辺国への展開を視野に入れている。
日本産食材の取扱割合	n.a.
支出対比食材コスト	n.a.

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑭ サッポロライオン



銀座ライオン店舗外観



銀座ライオン店内



ビアブーツ



人気No.1 チキン唐揚げ



人気No.2 ローストビーフ



人気No.3 BBQポークリブ

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑭ サッポロライオン



とん吉店舗外観



とん吉店舗内装



とん吉カツ刺身セット



とん吉ヒロローズカツセット



リヴゴージュ店舗外観



リヴゴージュ ショーケース



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑭ サッポロライオン

会社名	Sapporo Lion (S) Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	刺身ネタの一部、味噌、醤油等調味料、黒豚(鹿児島産)、ワイン(北海道産)、小麦粉(ケーキ製造用)で日本産を使用。
	主な仕入先	日系商社、地元卸売業者
	調達日数	黒豚は冷凍コンテナ(船便)で月1回100キロ単位で注文、1ヵ月で納品。刺身ネタは週2回航空便で輸入されたものを地元卸売業者より仕入れ、注文後2-3日で入荷、日本の卸売り価格に比べ1.5-2倍の価格となる。
第三国産食材使用例	主な食材	野菜類全般は主にマレーシア産、牛肉は米国・オーストラリア産、ビールはサッポロ・ベトナム工場で生産された20リッター樽で輸入。
	主な仕入先	豚肉は三井物産、ビールはMakotoya、他は地元卸売業者
	調達日数	2-3日
現地産食材使用例	主な食材	ケーキ類
	主な仕入先	自社シンガポール工場にて製造
	調達日数	1日
課題等コメント	2011年、日本のビールメーカーで初めてベトナムに新工場を竣工、自社製品のビール生産を開始。完成した「サッポロプレミアム」は現地の人々からも絶大なる評価を獲得し、タイやシンガポールなど周辺諸国への展開も始まっている。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑮SFBI

会社名	SFBI (Asia-Pacific) Pte. Ltd
ブランド名 / 業態	①Sun with Moon Japanese Dining カジュアル和食さん / 和食全般 ②Pepper Lunch ペPPERランチ / カジュアル鉄板&ステーキレストラン ③Pepper Lunch Express ペPPERランチエクスプレス / フードコート型鉄板&ステーキレストラン
住所	1 Coleman Street #10-08/09 The Delphi, Singapore 179803
HP	www.sfbi.com.sg
オーナー / 沿革	サントリー子会社で海外のレストラン事業を手掛けるSuntory Food & Beverage International (SFBI、本社＝香港)が、カジュアル和食ダイニング「さん」の直営展開を行うほか、シンガポールを拠点にペPPERフードサービス(東京・墨田)からアジアにおけるペPPERランチのFC運営権を取得して、低価格ステーキレストラン「ペPPERランチ」及びフードコート内でのセルフ形式「ペPPERランチエクスプレス」のフランチャイズ事業を展開。現在、シンガポールで計3業態36店舗を展開。
シェフ	①日本人、②③ローカルスタッフ
店舗展開 / 立地	①直営単独店をセントラル地区のモール(Wheelock Place)内で展開。 ②2005年にシンガポールでペPPERランチの1号店をオープン。現在、直営7店舗をセントラル及びイースト地区の商業施設(Hougang Mall, Bedok Mall, Tampines One, Woodlands MRT Station, Jem, AMK Hub, Cathay Cineleisure)内で展開。 ③2006年にカジュアルでより低価格な新業態、ペPPERランチ・エクスプレスを開業。現在、直営店28店舗をシンガポール島内全地区の主要モール内のフードコートで展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑮SFBI

会社名	SFBI (Asia-Pacific) Pte. Ltd
顧客層	①男女比:男性30-40% 女性60-70%、人種比:日本人1% ローカル95% その他4%、顧客セグメント:ビジネス関係や友人・家族・観光客の利用、年齢層:30代 ②③男女比:男性50% 女性50%、人種比:日本人0% ローカル96% その他4%、顧客セグメント:友人・家族での利用、年齢層:20代
人気メニュー	①釜飯、ちらし寿司、ロール寿司 ②③ビーフペッパーライス、ペッパーステーキ
価格帯	①メニュー価格帯:(昼)\$20~35(夜)\$25~40 平均客単価:\$35 ②メニュー価格帯:(昼・夜)\$10~21 平均客単価:\$12 ③メニュー価格帯:(昼・夜)\$6.50~7.50 平均客単価:\$7.50
経営上の課題	人件費・食材費・賃料など事業コストの上昇、人材確保、同業態間での競合、店舗確保、従業員のスキルアップ
今後の経営計画	ペッパーランチの2業態は、シンガポールで35店舗、他アセアン諸国で約100店舗、中国等東アジアエリアで約80店舗を展開しており、2015年末で計220店舗まで拡大している。今後、FC展開を中心に中国・アセアン諸国で、300店舗以上の拡大を目指す。
日本産食材の取扱割合	①全食材の40%程度(金額ベース) ②③全食材の0%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	n.a.

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

⑮SFBI



東京和食さん店舗外観



東京和食さん店内



ドリンクディスプレイ



釜飯



刺身盛り合わせ



ロール寿司

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

⑮SFBI



ペッパーランチ外観



ペッパーランチ店内



ペッパーランチエクスプレス



ビーフペッパーライス



ペッパーステーキ



ペッパーランチエクスプレス

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑮SFBI

会社名	SFBI (Asia-Pacific) Pte. Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	大葉、水菜等生鮮野菜、アジ、ホタテ、水タコ等魚介類、和牛ロース、タレ、スープ、醤油、みりん等調味料、日本米、ビール。
	主な仕入先	日系商社、地元卸売業者(Imei等)
	調達日数	野菜類、魚介類など生鮮品は週3回、航空便で地元卸売業者より仕入れ、注文後3日で入荷。仕入れ価格は日本の一般卸売り価格の約2倍。和牛ロースは日系商社の在庫品より仕入れ、注文後1日で入荷、仕入れ価格は日本の一般卸売り価格の約2倍。調味料は地元卸売り業者より仕入れ、注文後1日で入荷、仕入れ価格は日本の一般卸売り価格の約1.5倍。ビールはサントリーをシンガポールの代理店、折原商店より仕入れる。
第三国産食材使用例	主な食材	牛肉(米国産)、サーモン(ノルウェー産またはチリ産)、野菜類全般(マレーシア産)。
	主な仕入先	牛肉はBen Foods、他は地元卸売業者
	調達日数	1-2日
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	ペッパーランチの価格帯で日本食材を使用する事は困難であるが、今後トライをする予定。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑩サイゼリヤ

会社名	Singapore Saizeriya Pte. Ltd
ブランド名 / 業態	Saizeriya サイゼリヤ / ファミリーレストラン
住所	111 North Bridge Road #14-04 Peninsula Plaza Singapore 179098
HP	<a href="http://www.saizeriya.com.sg">www.saizeriya.com.sg</a>
オーナー / 沿革	イタリアンレストランを日本国内で1000店舗展開する㈱サイゼリヤの完全子会社として2008年に設立。
シェフ	ローカルシェフ、日本人管理者が巡回指導
店舗展開 / 立地	直営店15店舗をシンガポール全地区に所在する主要ショッピングモール、商業施設(321 Clementi、Bedok Point、Bukit Batok、Bukit Timah Plaza、City Square Mall、Eastpoint Mall、HDB Toa Payoh、Hougang Point、Jcube、Liang Court、One KM、Orchard Gateway、The Cathay、United Square、White Sands)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑩サイゼリヤ

会社名	Singapore Saizeriya Pte. Ltd
顧客層	男女比: 男性40%、女性60% 人種比: 日本人5%、ローカル95% 顧客セグメント: 友人、家族での利用 年齢層: 20代、30代
人気メニュー	①マッシュルームスープ、②チキングリル、③ピザ
価格帯	メニュー価格帯: (昼・夜)\$4~9 平均客単価: \$10
経営上の課題	人材確保、店舗確保、同業態間での競争、最新設備導入による生産性向上、従業員のスキルアップ、政府規制面での制約(外国人労働者の流入規制)
今後の経営計画	アジアでは香港、台湾、中国、シンガポールで店舗展開。2014年にシンガポールで旗艦店となるOrchard Gateway店を開店。メニュー価格帯が日本に比べて若干割高となっているが、同業態の中では価格競争力があると認識している。さらにメニュー価格帯を引き下げるようセントラルキッチン導入や物流網構築などにより生産性向上を図る。当面30店舗まで店舗数拡大を目指す。将来的に40-50店舗までの拡大は可能と見ている。
日本産食材の取扱割合	全食材の2%(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の35%程度



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑩サイゼリヤ



サイゼリヤ店舗外観



サイゼリヤ店内



サイゼリヤメニュー



ドリンクバー



プロモーション



ポークグリル

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑩サイゼリヤ

会社名	Singapore Saizeriya Pte. Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	醤油、タレ等一部調味料のみ日本産を使用。
	主な仕入先	現地卸売業者
	調達日数	注文後1~2日で納品
第三国産食材使用例	主な食材	野菜類全般(マレーシア)、イカ・サーモン(インドネシア、タイ)、牛肉(米国)、パスタ(イタリア)、ワイン(オーストラリア)、小麦(カナダ等)
	主な仕入先	地元卸売業者
	調達日数	注文後1~2日で納品
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	独自の配送車を保有しないため、食材調達は店舗毎で一括購入はしていない。プライベートブランドの食品加工工場がオーストラリアにあるが、まだコンテナ単位で輸入できる規模にならないため、現時点では輸入していない。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑰ 富寿し

会社名	Tomizushi International Pte Ltd
ブランド名 / 業態	Tomi Sushi 富寿し / 寿司
住所	137 Telok Ayer Street, #05-07 Singapore 068602
HP	www.tomisushi.asia
オーナー / 沿革	株式会社宮崎商店(新潟県上越市)を母体とする会社。パルコ・シンガポールが2010年3月にマリーナベイ地区の商業施設ミレニアウォーク内に開設した「パルコ@マリーナベイ」内に1号店を開店。
シェフ	日本人シェフ
店舗展開 / 立地	直営店4店舗をセントラル地区の商業施設(Cuppige Terrace、Millenia Walk、Velocity @ Novena Square、Katong V)内で展開。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑰ 富寿し

会社名	Tomizushi International Pte Ltd
顧客層	男女比: 男性50-60% 女性40-50% 人種比: 日本人10% ローカル90% 顧客セグメント: ビジネス関係の利用 年齢層: 30代、40代以上
人気メニュー	①おすすめランチ、②寿司弁当、③にぎりさくら、④銀鱈セット
価格帯	メニュー価格帯: (昼)\$25~45 (夜)\$54~100 平均客単価: \$50(昼)\$25-30 (夜)\$60-65
経営上の課題	人件費・食材費・賃料など事業コストの上昇、政府規制面での制約(飾り花・敷葉、キノコ類の輸入でも通関後検査を求められることがある)
今後の経営計画	良い物件があれば、1年に1店舗ペースで拡大。
日本産食材の取扱割合	全食材の60-70%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の35%程度

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑰ 富寿し



富寿しMillenia Walk店外観



Millenia Walk店店内



ショーケース



富寿し越後亭外観



にぎりさくら



まぐろ刺身

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑰ 富寿し

会社名	Tomizushi International Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	キュウリ、トマト、ナス、白菜等一部野菜類、寿司ネタほぼ全般、和牛(鹿児島産)、醤油(新潟産)、みりん、味噌、塩(日本海産)等調味料、日本米、日本酒で日本産を使用。
	主な仕入先	日系商社、地元卸売業者(Makotoya、Kirei、Marukawa、Orihara、Inter Rice、Y&S、Whistler等)
	調達日数	魚介類など生鮮品は、航空便で地元卸売業者より仕入れ、注文後2~3日程度で入荷。調味料、日本酒は地元卸売業者より仕入れ、注文後1日でお届け。日本米は新潟コシヒカリを玄米で仕入れ、現地俵屋で精米。
第三国産食材使用例	主な食材	野菜類全般(マレーシア・中国産)、サーモン(ノルウェー産)、銀鱈(カナダ産)、マグロ赤身(インドネシア産)、豚肉(アメリカ黒豚)、鶏肉(マレーシア産)を使用。
	主な仕入先	地元卸売業者(野菜類はLim Kian Seng Food Supplier)
	調達日数	1-2日
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	日本から仕入れる野菜類は価格が不安定なため、入荷実績はあるが、大葉やとまと等を除き一時的にストップしている。日本本社が新潟で20店舗を運営しているため、マグロ(トロ)や地魚の仕入れには強みを持つ。輸送には新潟→インチョン→シンガポールの空路を活用する。	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑱ ヤキニクエスト

会社名	Yakiniquest Pte Ltd
ブランド名 / 業態	Yakiniquest ヤキニクエスト / 焼肉
住所	48 Boat Quay Singapore 049837
HP	<a href="http://www.yakiniquest.sg">www.yakiniquest.sg</a>
オーナー / 沿革	焼肉を探究 (QUEST) するメンバーによる日本全国のおすすめの焼肉店紹介サイトでスタートしたYAKINIQUESTのビジョン「焼肉を世界の言葉に！」をもとに、シンガポール店は複数の投資家が出資して2014年に開店。
シェフ	料理長は東京でも指折りの名焼肉店「焼肉芝浦」三宿店の料理長を経験。
店舗展開 / 立地	直営単独店をセントラル地区 (Boat Quay) のショップハウスで開店。

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑱ ヤキニクエスト

会社名	Yakiniquest Pte Ltd
顧客層	男女比: 男性65% 女性35% 人種比: 日本人70% ローカル20% 欧米人・観光客 10% 顧客セグメント: 平日はビジネス関係、友人での利用、週末は家族での利用が多い。 年齢層: 30代、40代以上
人気メニュー	①スペシャルおまかせ、②おまかせコース
価格帯	メニュー価格帯: (夜のみ)\$80~200 平均客単価: \$170
経営上の課題	人件費・賃料など事業コストの上昇、人材確保、従業員のスキルアップ、政府規制面での制約(牛肉の内臓・モツの日本からの輸入が禁止)
今後の経営計画	開業より1年経ち、まずは店舗を軌道に乗せることに注力、その後、海外店舗展開を進めていきたい。
日本産食材の取扱割合	全食材の70%程度(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の40%



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑱ ヤキニククエスト



ヤキニククエスト店舗外観



スペシャルおまかせ



ヤキニククエスト店内



焼肉



牛差しと肉素麺



ヤキニククエスト代表 石田氏

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑱ ヤキニクエスト

会社名	Yakiniquest Pte Ltd	
日本産食材使用例	主な食材	牛肉、醤油・みりん等調味料、日本米、日本酒
	主な仕入先	牛肉は提携先の商社経由自社輸入。調味料は日系商社より在庫品を購入 日本米はクボタシンガポールより精製米を購入。日本酒は地元卸売り業者より在庫品を購入。
	調達日数	牛肉は月1回注文して、入荷までに1ヵ月掛かる
第三国産食材使用例	主な食材	玉ねぎ、きゅうり、パプリカなど野菜類(中国、マレーシア、豪州産)、牛タン(豪州産)
	主な仕入先	週1回地元卸売業者より仕入れる。
	調達日数	月間使用予定量を予め知らせているので1日で調達可。
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	<p>牛肉の調達にはこだわり、日本のバイヤーに牛の選定を任せ、鹿児島AVA認定加工所に搬入、枝肉になった時点で格付けされ、A5等級もののみ東京に一旦搬出後、冷凍コンテナでシンガポールへ輸出している。牛タンは日本から輸入できないため、豪州産タンを使用。野菜類等で日本産を輸入するには価格面もさることながら、最小発注量の制約があるため実質不可。日本産の食材は全般に日本の一般卸売り価格の1.5倍超の仕入れコストとなる。野菜類は地元で調達すると日本産の5分の1で調達できる。</p>	

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ⑱A社

会社名	A社
業態	高級寿司懐石
オーナー/沿革	現地運営会社が日本の有名和食店とライセンス契約してシンガポールで初となる海外店を2014年6月にオープン。
シェフ	日本人シェフ
店舗展開/立地	直営単独店をセントラル地区の商業施設内で展開。
顧客層	男女比: 男性70%、女性30% 人種比: 日本人10%、ローカル(含む外国人)90% 顧客セグメント: ビジネス関係での利用が圧倒的に多い 年齢層: 40代以上
人気メニュー	① 鮨コース、② おまかせ
価格帯	メニュー価格帯: (昼)\$60~250、(夜)\$190~400 平均客単価: \$300
経営上の課題	同業態間での競争、政府規制面での制約(生牡蠣、フグの白子、鯨等魚介類の輸入規制)
今後の経営計画	n.a.
日本産食材の取扱割合	全食材の100%(金額ベース)
支出対比食材コスト	全経費の45%程度

## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ①9A社



## 2. 日本食レストランの出店状況と食材の調達状況

### (5) 日本食レストランの出店状況(個別)

#### ①9A社

会社名	A社	
日本産食材使用例	主な食材	生鮮野菜・果実、魚介類はすべて築地市場より冷蔵コンテナにて週4回空輸。和牛、加工品・調味料、酒類は地元卸売業者に月間使用予定量を知らせている。米は日本米の地元精米品を使用。
	主な仕入先	生鮮品の仕入先は香港に本拠を持つ地元卸売業者。保存のきく和牛、加工品・調味料、酒類は地元卸売業者に在庫してもらっている。
	調達日数	予め月間使用予定量を知らせているため注文後1～2日で納品。
第三国産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
現地産食材使用例	主な食材	特になし
	主な仕入先	
	調達日数	
課題等コメント	特になし	

# 3. 規制等による輸入制限 又は禁止品目

### 3. 規制等による輸入制限又は禁止品目

品目	内容
(1)水産物	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 牡蠣は冷凍カキのみ輸入可能。衛生証明書の添付が必要。</li> <li>● 二枚貝全般に貝毒に関する規制あり。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● サーモン等スライスされた生食用魚の販売は海水魚に限定されることとなり、かつ衛生保存管理状態によりランク付けされた認定サプライヤーのリストがAVAにより発表された。旧正月に一般家庭で食されるユーシェン(Yusheng/魚生)という中華風サラダに供される生魚を対象にしたものであるが、今後、生食用淡水魚の輸入や日本食レストランでの販売に影響を及ぼす可能性がある。</li> </ul> <p>&lt;参考&gt;16年1月16日付け AVA公報「サーモンフィレ及びスライスされた生食用魚の認定サプライヤーリスト」  <a href="http://www.ava.gov.sg/docs/default-source/default-document-library/circular-on-approved-fish-suppliers-for-supply-of-salmon-fillets-or-rte-slices.pdf?sfvrsn=0">http://www.ava.gov.sg/docs/default-source/default-document-library/circular-on-approved-fish-suppliers-for-supply-of-salmon-fillets-or-rte-slices.pdf?sfvrsn=0</a></p>
(2)牛肉	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食肉の輸入には、シンガポール政府の認定食肉処理施設による加工が義務づけられている。 <ul style="list-style-type: none"> <li>【牛肉】 可能 (ただし、日本のシンガポール向け輸出牛肉取扱施設は現在12カ所のみ) ※全ての月齢の牛肉輸出が認可(骨付きの輸出も可能)。</li> <li>【豚肉】 可能 (ただし、日本のシンガポール向け輸出豚肉取扱施設は現在5カ所のみ)</li> <li>【鶏肉】 未承認 ※食肉の加工食品を輸入する場合、別途加工食品工場のシンガポール政府による認定取得が必要となる。現在、日本国内に認定工場は無し。</li> </ul> </li> <li>● 鶏卵の輸入は、認定養鶏場のみ可能(ただし、日本のシンガポール向け輸出鶏卵取扱施設は現在5カ所のみ)。</li> </ul>

### 3. 規制等による輸入制限又は禁止品目

品目	内容
(3)米・米加工品	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 米:輸入ライセンスの取得及び白米に関しては備蓄が義務付けられている。</li> <li>● 玄米:玄米の輸入に関して輸入ライセンスの取得、備蓄の義務はない。</li> </ul>
(4)茶	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 緑茶及びその製品で原産地に応じて、以下原発関連規制が適用される。</li> </ul>
(5)青果物	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 林産物(キノコ類(野生・栽培)、野生ベリー、飾り花・敷葉等を含む森林で収穫されたもの)で原産地に応じて、以下原発関連規制が適用される。</li> </ul>
(6)参考 (原発事故 関連規制)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 福島県における輸入停止措置 <ul style="list-style-type: none"> <li>・福島県全体:林産物(キノコ類(野生・栽培)、野生ベリー、野生イノシシ肉等を含む森林で収穫されたもの)、水産物(同加工品を含む)</li> <li>・福島県南相馬市、川俣町、楡葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯館村:全食品及び農産品</li> </ul> </li> <li>● 福島県における上記特定市町村以外における輸入規制 <p>政府作成の市町村ごとの産地証明及び放射性物質検査報告(ND(非検出)であること)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・米、食肉、牛乳・乳製品、卵、野菜・果物とその加工品を含む、緑茶及びその製品の輸入に際して、証明書の提出及び以下事前連絡が求められる。</li> <li>※輸入者は出港日の前日(休祝日の場合はその前日または前々日)までにシンガポール農食品獣医庁に対し、「産地(市町村)、品目、到着地(港・空港)、到着予定日、輸入者名を電話もしくはメール等にて通知が必要。</li> <li>※上記の福島県産品を初めて輸出する際には、市町村ごとの産地証明に加え、産地(市町村)・品目ごとに検査機関発行の放射性物質検査報告書の原本を添付する。2回目以降は、新たな産地証明に、放射性物質検査報告書の原本に代えて、初回輸出時の産地証明及び同検査報告書の写しを添付することが出来る(但し、産地証明は検査日より3ヵ月以内に発行されたもののみ有効)。</li> </ul> </li> </ul>



### 3. 規制等による輸入制限又は禁止品目

項目	内容
<p>(6) 参考 (原発事故 関連規制)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 3県(茨城県、栃木県、群馬県)における輸入規制 品目ごとに対応が異なるため注意           <ul style="list-style-type: none"> <li>・林産物(キノコ類(野生・栽培)、野生ベリー、野生イノシシ肉等を含む森林で収穫されたもの)、水産物(同加工品含む)⇒政府作成の市町村ごとの放射性物質検査証明(ND(非検出)であること、生産・加工地を要記載)</li> <li>・食肉、牛乳・乳製品、卵、野菜・果物とその加工品を含む、緑茶及びその製品(林産物、水産物・同加工品を除く)⇒政府作成または商工会議所作成の都道府県ごとの産地を記載したサイン証明</li> </ul> </li>   <li>● その他の都道府県 政府または商工会議所作成の都道府県ごとの産地を記載したサイン証明           <ul style="list-style-type: none"> <li>・食肉、牛乳・乳製品、卵、野菜・果物とその加工品を含む、緑茶及びその製品、水産物(同加工品を含む)</li> </ul> <p>＜参考＞農林水産省HP シンガポール向け輸出証明書等の概要について  <a href="http://www.maff.go.jp/j/export/e_shoumei/singapore_shoumei.html">http://www.maff.go.jp/j/export/e_shoumei/singapore_shoumei.html</a></p> </li> </ul>

## 4. 飲食店開業コスト

## 4. 飲食店開業コスト

### (1) 物件月額賃料

- 利便性の高いセントラル地区のショッピングモール内での出店が多いが、クラークキー(Clark Quay)やボートキー(Boat Quay)、タンジョンパガー(Tanjong Pagar)地区等でショッパハウスへの出店もあり、家賃はモールに比較して若干割安となっている。
- セントラル地区と郊外の家賃は均衡しつつある。居住人口が多いイースト地区のベッドックやタンピネスでは賃料がセントラル地区よりも高いケースがある。
- 契約形態には、固定、売上歩合、固定・売上歩合の複合型の3形態がある。
- 固定の場合、床面積が大きいほど、1ft<sup>2</sup>当たりの単価が低くなり、平均的に1ft<sup>2</sup>当たりS\$15～20であった。小規模店では1ft<sup>2</sup>当たりS\$30を超えているケースもあった。セントラル地区の立地の優れた小規模店舗ではオーナーより1ft<sup>2</sup>当たりS\$70～80位を要求されることもある。
- 売上歩合の場合、歩率は売上の17～25%。郊外店ほど歩率は低い。契約更新時にはさらに歩率が上げられる。

## 4. 飲食店開業コスト

### (1) 物件月額賃料

- 固定・売上歩合複合型の場合、一定額の売上を超えると、歩率1%の売上歩合が加算されるケースや固定と売上歩合のいずれか高い方が適用されるケースもある。
- 店舗の契約更新時に通常、5～10%の値上げを要求される。
- 店舗の賃貸契約において、ショッピングモールの場合、大規模改修工事を実施する際には3カ月の通知で立ち退きを要求されるという条項が入る場合があるので、留意を要する。
- 契約期間は2～3年間、保証金(契約終了時、原状復帰して毀損がなければ全額返還)は2～3カ月分の家賃。
- 家賃は高止まりしているが、1ft<sup>2</sup>当たりS\$9～15の手頃な物件があれば、さらに店舗を増やしたいとする事業者もある。

## 4. 飲食店開業コスト

### (2) 導入した付帯設備

- 作業台、冷蔵庫・冷凍庫、製氷機、炊飯器、サラマnder・グリラー、レンジ・オーブン、シンク、テーブル・椅子、POSシステム等が標準的な導入設備となっている。
- カウンター、ショーケース、カフェ・ドリンクコーナー、ドリンクバーをレストラン内に設けている事業者もある。
- 自動注文システム、自動調理機器を導入している事業者はなかった。

## 4. 飲食店開業コスト

### (3) 外装・内装工事費

- 施工業者との設計施工一括契約が圧倒的に多い。設計施工分離で、基本設計のみ日本のデザイナーやFC本部に委託するケースもある。
- 内装工事・厨房設備・什器備品併せて工事・設備費は10万～100万Sドルと幅がある。
- 商業施設内で約1,500ft<sup>2</sup>(約130平米)、客席数60席のレストラン開業に掛かる内装工事費は、日系施工業者の場合、約30万Sドル(1ft<sup>2</sup>当たり200Sドル)が相場。
- 物件オーナー指定の施工業者を使用する(B工事)ことが賃貸契約条件となっている場合、工事費が膨らむ傾向にある。
- 厨房設備は福島工業、サンヨーなど日系メーカーがシンガポールに進出しており、比較的容易に調達できる。
- 前のテナントより厨房設備や什器一式を含め、居抜きで買い取るケースもあった。買い取り価格は30万Sドル。

## 4. 飲食店開業コスト

### (4) 現地雇用者

- マネジャー、スーパーバイザー、アシスタントシェフ、サービススタッフ、キッチンスタッフなど一店舗当たり6～15名のスタッフを雇用、給与レベルは役職・スキルレベルに応じてS\$1,500～5,000。
- パートタイムの時給はS\$7～10、週末・祝日の時給を通常、高くしている。パートタイマーは学生や高齢者を中心に比較的容易に確保できる。
- 外国人雇用者の国籍はミャンマー、タイ、フィリピン、マレーシア、中国等。
- 定着率が低く、3～6カ月で辞めるケースもある。週休二日制や役職を与えて定着率向上に努めている事業者もある。
- 新規人材の確保に際し、人材斡旋所に依頼するだけでなく、現地雇用スタッフのコネを活用しているケースがある。

## 4. 飲食店開業コスト

### (5) 取得した各種許認可

- 営業許可 (NEA: 国家環境庁)、食品取扱者の衛生資格 (NEA) はすべての事業者が認可を得ている。
- 必要に応じて、アルコール飲料販売ライセンス (LLB: 酒類ライセンシング庁)、生鮮食品の輸入ライセンス (AVA: 農食品・家畜庁)、加工食品の輸入事業者登録 (AVA)、商標登録 (IPOS: シンガポール知的財産庁) を取得している事業者もある。
- 営業許可申請は、通常、施工業者が代行してくれる。



## 4. 飲食店開業コスト

### (6) 開業に際しての専門家費用

- 会社設立から1号店開店まで、弁護士、会計士、コンサルタントなど専門家に委託するケースが多い。2号店以降は自社自前で行う事業者が多い。
- 案件に応じて費用は異なるが、一般的に各種手続きに各々S\$1,200～10,000程度の専門家費用が掛かる。

### (7) 初期投資額総計

- 業態と床面積、客席数により異なるが、15万～150万ドルと幅がある。平均的な日本食レストランで約50万ドルとみられる。
- シンガポールでの開業コストは日本の首都圏並み。
- シンガポールでは法人税率が低いことより、初期投資の回収が日本に比べて若干早いとのコメントもあった。

# 5. 飲食店の開店等（各種手続き）

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### ①ビザ取得

項目	内容
担当省庁機関名	人材省(MOM: Ministry of Manpower)
URL	www.mom.gov.sg
住所・連絡先	雇用許可書サービスセンター(EPSC: Employment Pass Services Centre) The Riverwalk, 20 Upper Circular Road, #04-01/02, Singapore 058416 Tel: 6438 5122 Fax: 6317 1344
所要手続き	<p>■会社を設立して、外国人の経営管理者または専門職を派遣するには、その者の雇用許可書(EP: Employment Pass)をMOMより取得する。EP申請には、基本月給最低S\$3,300であること、相応する学歴・職歴を保持していることが申請資格要件。</p> <p>■申請は「EP Online」と呼ばれるサイトよりオンライン申請できるが、初めて申請する場合には、エンプロイメントエージェントなど専門家による代理申請が望ましい。</p>
必要書類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・候補者のパスポート(個人情報に記載されているページのコピー)</li> <li>・会計企業規制庁(ACRA)に登録された会社の最新登記簿謄本</li> <li>・候補者の学歴証明書(大学卒業証明書など)等</li> </ul> <p>【外食店舗で勤務する場合】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国家環境庁(NEA)発行の営業許可等</li> </ul>
所要日数	オンライン申請では7業務日、マニュアル申請では5週間
料金	【EP】申請時S\$70、パス発行時S\$150
関係法令	雇用法(Employment Act)、移民法(Immigration Act)等

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (2) 会社登記(株式有限責任会社の場合)

項目	内容
担当省庁機関名	会計企業規制庁 (ACRA: Accounting and Corporate Regulatory Authority)
URL	www.acra.gov.sg
住所・連絡先	10 Anson Road #05-01/15 International Plaza Singapore 079903 Tel: 6248 6028
所要手続き	<ul style="list-style-type: none"><li>■会社登記に先立ち、社名(商号)の許可をACRAから取得する。</li><li>■社名の使用が許可されると、60日以内に必要書類を準備して、ACRAへ会社登記を行う。会社登記はACRAの「BizFile (www.bizfile.gov.sg)」を利用してオンライン申請することができるが、外国人が取締役となり、外国法人が株主となる場合には、弁護士、会計士など専門家に委託するのが望ましい。</li><li>■登記が完了すると3カ月以内に第1回取締役会を開催して、カンパニー・セクレタリーや監査役の選出を行う。</li></ul>
必要書類	<ul style="list-style-type: none"><li>▶社名申請が認可された際の参照番号</li><li>▶取締役・株主の個人・法人情報</li><li>▶発行株式の明細</li><li>▶登記事務所の住所</li><li>▶会社定款等</li></ul>
所要日数	社名申請は申請料納付から通常15分後に通知されるが、他省庁に紹介される場合には14日またはそれ以上の日数がかかる。社名が承認され登記費用を納付すれば、会社登記は15分で完了する。
料金	社名登録費用S\$15、会社登記費用S\$300
関係法令	会社法 (Companies Act)、事業登記法 (Business Registration Act) 等

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (3) 税務

項目	内容
担当省庁機関名	内国歳入庁 (IRAS: Inland Revenue Authority of Singapore)
URL	www.iras.gov.sg
住所・連絡先	55 Newton Road Revenue House Singapore 307987 Tel: 1800-356-8622 Fax: 6351 4360
所要手続き	<p>■会社登記が完了して、初年度の売上が100万ドル超と想定される場合には、IRASに財・サービス税(GST: Goods &amp; Services Tax)の登録を行う。GSTの制度上、年商100万ドル以上の企業はIRASにGST登録を行い、商品やサービスを国内で販売・提供する際にGSTを課す義務がある。年商が100万ドル未満の企業でも任意でGST登録可。07年7月以降、GST標準税率は7%。</p> <p>■会社は、各会計年度の終了日から3カ月以内に推定課税所得申告書(ECIフォーム)を、また毎年11月30日までに賦課年度(決算日が属する暦年の翌年)の確定課税所得申告書(フォームC)をIRASに提出する。</p> <p>■法人税、個人所得税、源泉徴収税、GSTの申告はIRASの「myTax Portal (<a href="https://mytax.iras.gov.sg/">https://mytax.iras.gov.sg/</a>)」を利用してオンライン申告することができるが、会計士など専門家に税務申告を委託することもできる。</p>
必要書類	<p>【GST登録】            ▶GST登録申請書(GST F1- Application for GST Registration)等</p> <p>【法人税申告】            ▶監査済/未監査財務諸表 ▶法人税計算書(Tax Computation) ▶フォームC等</p>
所要日数	<p>【GST登録】2~10業務日以内に登録完了の通知を入手できる</p> <p>【法人税申告】査定された法人税額は、翌年の5月31日までに通知を受ける。</p>
料金	税務申告代理人に委託した場合の費用は異なる。
関係法令	所得税法(Income Tax Act)、財サービス税法(Goods and Services Tax Act)

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (4)－1 労務(現地人雇用)

項目	内容
担当省庁機関名	中央積立基金庁 (CPF Board : Central Provident Fund Board)
URL	<a href="http://www.cpf.gov.sg">www.cpf.gov.sg</a>
住所・連絡先	CPF Robinson Road Service Centre 79 Robinson Road #02-00 Singapore 068897 Call Centre : 1800-227-1188 Email : employer@cpf.gov.sg
所要手続き	<p>■会社登記が完了すると、シンガポールの事業展開で核となる現地人(シンガポール人または永住権保有者)を雇用する。採用が決まれば、雇用契約書を交わし、従業員に対する社会保険制度に該当する中央積立基金(CPF)制度の下、CPF庁に会社を登録する。CPF制度では、手当を含む給与の一定比率(現行、会社負担17%、従業員個人負担が20%)をCPF庁で管理されている各従業員の口座へ毎月拠出することになる。</p> <p>■CPF庁に新規雇用主として会社の登録を申請すると、CPF登録番号(CSN : CPF Submission Number)と毎月従業員に支払う給与からCPF庁への口座振込アドバイス等を入手できる。</p>
必要書類	▶SingPass(政府機関との取引を行う際に利用される個人認証番号) ▶Unique Entity Number (UEN)(会社を設立した際に発行される個別企業登録番号)等
所要日数	追加情報を必要としなければ1業務日で登録できる。
料金	無料
関係法令	中央積立基金法 (Central Provident Fund Act) 等

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (4) - 2 労務(外国人雇用)

項目	内容
担当省庁機関名	人材省(MOM: Ministry of Manpower)
URL	www.mom.gov.sg
住所・連絡先	人材省サービスセンター(MOM Services Centre) 1500 Bendemeer Road, Singapore 339946 Tel: 6438 5122 Fax: 6317 1344
所要手続き	<p>■必要な人材を現地人で満たすことができない場合、外国人労働者を雇用することになる。MOMは中技能労働者向け「Sパス(最低基本月給2,200 Sドル)」、あるいは低技能労働者向け「ワーク・パミット(WP)」取得と外国人雇用税の支払いを義務付けている。</p> <p>■MOMは、外国人雇用削減策の一環として、2010年から段階的に外国人雇用限度率を引き下げるとともに、外国人雇用税を引き上げている。外食産業等サービス業において、WPを保持する外国人労働者は全従業員の40%以下、Sパスは同じく15%以下に制限されている。</p> <p>■WPまたはSパス申請は「WP Online」と呼ばれるサイトよりオンライン申請できるが、エンプロイメントエージェントなど専門家に委託することもできる。</p>
必要書類	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ CPF Submission Number (CSN)      ▶ Unique Entity Number (UEN)</li> <li>▶ 候補者のパスポート(個人情報に記載されているページのコピー)</li> <li>▶ 被雇用者の学歴・資格証明書等</li> </ul>
所要日数	追加情報を必要としなければ1業務日
料金	<p>【Sパス】申請時S\$60、パス発行時S\$80</p> <p>【ワークパーミット】申請時S\$30、パス発行時S\$30</p>
関係法令	外国人雇用法(Employment of Foreign Manpower Act)など

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (5) 営業許可

項目	内容
担当省庁機関名	国家環境庁 (NEA: National Environment Authority)
URL	www.nea.gov.sg
住所・連絡先	セントラル地区オフィス (Central Regional Office) 4545 Jalan Bukit Merah Singapore 159466 Tel: 62724266 Fax: 62739641 Email: contact_Nea@ nea.gov.sg
所要手続き	<p>■ レストラン、カフェ、スナック・バー、フードコート、ケータリング等の開業に際して、NEAより営業許可 (Food Shop License) を取得する。</p> <p>■ NEAは調理場の最小面積、ごみ処理管理、騒音・排気管理などを規定した「環境衛生上の行動規範 (Code of Practice on Environmental Health)」を策定しており、食品事業所の設計・施工で、その規範に沿うことが求められる。</p> <p>■ 店舗の着工前に、図面をNEAに提出して仮許可を受ける。店舗内装が完了すると、NEA職員による検査で図面通りに施工されたか再度チェックされる。</p> <p>■ あらゆる食品取扱者 (Food Handler=シェフ、クック、キッチンスタッフ等) は、食品衛生資格 (WSQ Basic Food Hygiene Course) を取得し、NEAに登録する。また、ケータリング、レストラン、フードコート、社員食堂の運営事業者は、食品衛生責任者 (Food Hygiene Officer) の有資格者を擁していなければならない。</p>
必要書類	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 建物や土地を管理する政府機関からの使用許可 ▶ 賃貸契約書</li> <li>▶ 申請者の明細 ▶ 食品取扱者の保有する食品衛生証明書</li> <li>▶ 食品衛生責任者の保有する食品衛生責任者証明書</li> <li>▶ 清掃プログラム ▶ 物件のレイアウト図面</li> <li>▶ ライセンス期間中にゴキブリ・ハエ等害虫駆除を外部委託する場合の契約書</li> <li>▶ 営業時間、店舗名、メニューなどに関する補足情報 等</li> </ul>
所要日数	1週間から数カ月 (内外装工事期間により異なる)
料金	ライセンス料S\$195/年
関係法令	環境公共保健法 (Environmental Public Health Act) 等



## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (6) アルコール販売許可

項目	内容
担当省庁機関名	シンガポール警察 (SPF: Singapore Police Force)
URL	www.spf.gov.sg
住所・連絡先	Police Licensing Division, Police Cantonment Complex 391 New Bridge Road Blk D #02-701 Singapore 088762 Tel: 6835 0000 Email: SPF OPS Licensing@spf.gov.sg
所要手続き	■ 飲食店でアルコール飲料を販売するには、酒類販売ライセンス (Liquor Licence) を SPF の酒類ライセンス局 (LLB: Liquors Licensing Board) に事前に申請する必要がある。 ■ レストラン等飲食店で必要となるライセンスには、あらゆる酒類の販売が可能「パブリックハウス (Public House) 」ライセンスとビール・スタウト限定の「ビールハウス (Beer House) 」ライセンスの2つのタイプがある。また、「パブリックハウス」ライセンスには店舗の営業時間に応じて、「クラス1」と「クラス2」に2分類される。ライセンスの有効期間は2年間。
必要書類	・会社の登記簿謄本 ・申請者の身分証明書 ・国家環境庁 (NEA) よりの営業許可書 ・賃貸契約書 ・都市再開発庁 (URA) よりの店舗使用許可 等
所要日数	申請日より12業務日以内
料金	1st Class Public House (営業時間午前6時～午後12時) S\$1760 (2年間) 2nd Class Public House (営業時間午前6時～午後10時) S\$1320 (2年間) Beer House (営業時間午前6時～午後12時) S\$920 (2年間)
関係法令	税関法 (Customs Act) の付属規定である税関 (酒類免許) 規定等

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (7) 輸入許可

項目	内容
担当省庁機関名	【食品全般】農食品家畜庁(AVA: Agri-food and Veterinary Authority) 【米】国際企業庁(IE Singapore)
URL	<a href="http://www.ava.gov.sg">www.ava.gov.sg</a> <a href="https://rice.iesingapore.gov.sg">https://rice.iesingapore.gov.sg</a>
住所・連絡先	【食品全般】AVA 52 Jurong Gateway Road, #14-01, Singapore 608550 Tel: 6805-2992 【米】IE Singapore, Rice Control Unit 230 Victoria Street Level 10 Bugis Junction Office Tower Singapore 188024 Tel: 1800 4377673 Fax: 6337 8158
所要手続き	■食品を自社で輸入する場合、肉類、魚介類、生鮮野菜・果実、生卵の輸入には、AVAから輸入ライセンスを取得する。加工食品・什器を輸入するには、輸入業者として事前にAVAに事業者登録をする。 ■各種ライセンスまたは事業者登録はAVAのLicenceOne (AVA e-Licensing) を通じてオンライン申請が可能。 ■価格統制法の管理下にある精白米の輸入には、輸入業者に備蓄の義務が課せられるため、IEシンガポールから輸入ライセンスを取得する。
必要書類	▶個別企業登録番号(UEN: Unique Entity Number)の税関登録 ▶インターバンク自動口座引落指図書(GIRO)の登録
所要日数	申請から1業務日(生卵は5業務日)
料金	年間ライセンス料は、肉・魚介類がS\$84、生鮮果実・野菜がS\$378、生卵が無料、米がS\$50
関係法令	食品販売法(Sale of Food Act)、肉・魚介類衛生法(Wholesome Meat and Fish Act)、植物管理法(Control of Plants Act)、動物・鳥類法(Animal and Birds Act)、価格統制法(Price Control Act)等

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (8) 商標登録

項目	内容
担当省庁機関名	シンガポール知的財産権庁 (IPOS: Intellectual Property Office of Singapore)
URL	www.ipos.gov.sg
住所・連絡先	Registry of Trade Marks 51 Bras Basah Road #01-01 Manulife Centre Singapore 189554 Tel: 6339 8616 Fax: 6339 0252
所要手続き	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 出願前にIPOSの電子サービスポータル「IP2SG (<a href="http://www.ip2.sg">www.ip2.sg</a>)」で類似商標が登録されていないかサーチする。</li><li>■ 類似商標の登録がなければ、IPOS内にある商標登録官 (Registrar of Trade Marks) に申請する。</li><li>■ 日本とシンガポールはマドリッド協定議定書を批准しているため、日本の商標登録または出願に基づいて国際登録出願という一つの願書により、保護を求める締約国にシンガポールを指定することもできる。</li></ul>
必要書類	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 出願依頼書</li><li>▶ 出願人の個人・法人情報</li><li>▶ 商標 (明確なグラフィックでの表示)</li><li>▶ 登録しようとする商標に関連する商品・サービスのリスト (商品及びサービスの国際分類)</li><li>▶ 商標使用宣誓書 等</li></ul>
所要日数	通常、最初の審査に4カ月を要し、2カ月の公告後、異議がなければ商標登録証明書をIPOSが発行する。異議申し立てがあった場合には、さらに長い期間を要する。
料金	オンライン出願S\$341、マニュアル出願S\$374
関係法令	商標法 (Trade Marks Act) 等

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (9) 電気・水道・ガス

項目	内容
担当省庁機関名	シンガポールパワー・サービス (SP Services Ltd)
URL	<a href="https://services.spservices.sg/">https://services.spservices.sg/</a>
住所・連絡先	CSONline Singapore Post Centre PO Box 108 S914004 Tel: 1800-2222 333 Fax: 6304 8118 Email: <a href="mailto:csonline@singaporepower.com.sg">csonline@singaporepower.com.sg</a>
所要手続き	<p>■ 電気・水道・ガスの申し込みはSP Services社に申請する。SP Service社は電気小売事業を管轄する公社シンガポールパワーのサービス部門で、水道事業を管轄する公益事業庁 (PUB: Public Utilities Board) とガス事業を管轄する公社シティガスのユーザーである家庭や事業所に対する口座開設や請求を一括して行うワンストップの窓口となっている。</p> <p>■ ガスの開栓はCity Gas社 (Tel: 1800-5551661) に連絡して、申請者が立ち会う必要がある。</p>
必要書類	<ul style="list-style-type: none"><li>・取締役の身分証明書 (NRICまたは就業許可書)</li><li>・会社登記簿謄本</li><li>・賃貸契約書または不動産税納付書</li></ul>
所要日数	オンライン申請の場合は1業務日、ファックスまたはEメールでの申請は3業務日以内に係官が開栓及びメーター検針のため事業所に訪れる。
料金	初期デポジット ガスS\$400、電気S\$450～、水道S\$300～ エクスプレス開栓サービスS\$60
関係法令	公益事業法 (Public Utilities Act)、下水排水法 (Sewerage and Drainage Act)、電気法 (Electricity Act)、ガス法 (Gas Act) 等

## 5. 飲食店の開店等(各種手続き)

### (10) ハラル認証

項目	内容
担当省庁機関名	イスラム教徒評議会 (MUIS: Islamic Religious Council of Singapore)
URL	<a href="http://www.muis.gov.sg">www.muis.gov.sg</a> <a href="http://halal.sg/Consumer/general.html">http://halal.sg/Consumer/general.html</a>
住所・連絡先	No.1 Lorong 6 Toa Payoh Singapore 319376 Tel: 6359 1167 Email: info@muiss.gov.sg
所要手続き	<p>■シンガポールでは消費者のハラル認証に対するニーズも高いため、ハラル認証があると、より多くの消費者に強く訴求することができる。</p> <p>■ハラル認証では、施設・設備がハラルに該当していること、使用する原料(特に鶏肉・牛肉等肉製品)がハラルであること、非ハラル品との分離が行われていること等が監査される。また、ハラル認証では従業員教育、組織としてのマネジメント体制の確認も求められる。</p> <p>■ハラル認証の申請に先立ち、事業者は実際にMUISのハラル品質管理システム(HalMQ: Muis Halal Quality Management System)を導入していなければならない。システム導入にあたり、専門コンサルタントを雇うことが望ましい。</p> <p>■認証準備が整った段階で、MUIS eHalal System(<a href="http://eHalal.muis.gov.sg">http://eHalal.muis.gov.sg</a>)を通してオンライン申請する。</p>
必要書類	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶製品・メニューと原材料のリスト ▶プロセスのフローチャート</li> <li>▶原材料のハラル認証、仕様、テスト分析レポート、ハラル宣誓書</li> <li>▶ハラルチームのメンバー任命書 ▶ハラルチームのための資格要件</li> <li>▶ハラル保証ポイントのリストとその許容範囲、監視手順、是正措置と記録</li> <li>▶ハラルに脅威となる事項のリストと管理手段 ▶内部監査報告 等</li> </ul>
所要日数	申請料の支払い後、14業務日以内に査定・監査を実施
料金	<p>【申請時】所要日数によりS\$128.40～224.70</p> <p>【認定時】飲食店の形式とサイズによりS\$684.80～941.60/年</p>
関係法令	ムスリム法令管理法 (Administration of Muslim Law Act)

## 6. 主な外食関連企業、業界団体

## 6. 主な外食関連企業、業界団体

### (1) 飲食を主たるビジネスとしている地元有力企業

社名	設立	概要	URL
ABR Holdings (現地上場企業)	1979年	米アイスクリームレストラン「Swensen's」、カフェ「Gloria Jean's Coffees」などカフェ、ベーカリー、ピザ店などフランチャイズブランド6業態を展開。2014年12月期のグループ売上高1億252万ドル、税引後利益752万ドル。	<a href="http://www.abr.com.sg">www.abr.com.sg</a>
BreadTalk Group (現地上場企業)	2000年	主力のベーカリーブランド「ブレッドトーク」、コーヒースタンド「トーストボックス」、台湾系小籠包レストラン「鼎泰豊」、フードコート「フード・リパブリック」、ラーメン店「ラーメンプレイ」など9業態800店舗を16カ国で展開。2015年9月期のグループ売上高4億6,906万ドル、税引前利益1,293万ドル。	<a href="http://www.breadtalk.com">www.breadtalk.com</a>
Creative Eateries	1992年	ケータリング2業態、中華料理2業態、ウェスタン料理5業態、タイ料理3業態、しゃぶ鍋店「すき屋」を主力とする日本料理5業態の計34店舗を4カ国で展開。	<a href="http://www.creativeeateries.com.sg">www.creativeeateries.com.sg</a>
Crystal Jade Culinary Concepts Holding	1991年	高級中華レストラン「Crystal Jade Palace」など10カ国21都市で7業態120店舗を展開。2014年に仏高級ブランドグループ、モエヘネシー・ルイヴィトン(LVMH)が同社株式90%以上を1億米ドルで取得。	
JP Pepperdine Group	1966年	ステーキハウス「Jack's Place Steakhouse」など8業態40店舗をシンガポール国内で展開。2010年に日本食レストラン「星岡」を日系事業者より買収。	<a href="http://www.jppepperdine.com">www.jppepperdine.com</a>
JUMBO Group (現地上場企業)	1987年	海鮮料理店「ジャンボシーフードレストラン」をはじめ、しゃぶ鍋店「Jポット」、ラーメン店「由〇」など8業態23店舗を展開。2015年9月期のグループ売上高1億2,279万ドル、税引後利益1,332万ドル。	<a href="http://www.jumbogroup.sg">www.jumbogroup.sg</a>

## 6. 主な外食関連企業、業界団体

### (1) 飲食を主たるビジネスとしている地元有力企業

社名	設立	概要	URL
Neo Group (現地上場企業)	1992年	ケータリング事業を主力に、寿司キオスク店「umisushi」など11業態39店舗を展開。2015年3月期のグループ売上高7,740万ドル、税引後利益740万ドル。	<a href="http://www.neogroup.com.sg">www.neogroup.com.sg</a>
Old Chang Kee (現地上場企業)	1956年	カレーパフのキオスク店「老曾記」など98店舗を4カ国で展開。2015年3月期のグループ売上高7,164万ドル、税引後利益528万ドル。	<a href="http://www.oldchangkee.com">www.oldchangkee.com</a>
Paradise Group Holdings	2002年	海鮮料理店「Seafood Paradise」など10業態50店舗を日本を含む7カ国で展開。	<a href="http://www.paradisegroup.com.sg">www.paradisegroup.com.sg</a>
Sakae Holdings (現地上場企業)	1997年	回転寿司店「サカエ・スシ」など和食レストランを中心に14業態200店超を8カ国で展開。2014年12月期のグループ売上高9,769万ドル、税引後利益209万ドル。	<a href="http://www.sakaeholdings.com">www.sakaeholdings.com</a>
Select Group (現地上場企業)	1991年	ケータリング事業を主力に米ファストフード「Texas Chicken」など20業態60店舗を展開。2014年12月期のグループ売上高1億4,702万ドル、税引後利益614万ドル。	<a href="http://www.select.com.sg">www.select.com.sg</a>
Tung Lok Restaurants 2000 (現地上場企業)	1984年	中華レストラン「Tung Lok Restaurant」など14業態40店舗を日本を含む5カ国で展開。2015年3月期のグループ売上高8,498万ドル、税引後損失677万ドル。	<a href="http://www.tunglok.com">www.tunglok.com</a>



## 6. 主な外食関連企業、業界団体

### (2) 日本食FCを展開している主要なフランチャイジー

社名	設立	概要	URL
Ameiz Holdings	2011年	(株)辻利茶舗より抹茶デザート店「辻利」のシンガポール、マレーシア、インドネシアにおけるフランチャイズ権を取得。15年12月現在、シンガポールで3店舗、マレーシアで1店舗を運営。	<a href="http://www.tsujiri.sg">www.tsujiri.sg</a>
Culinary Masters Singapore	2009年	(株)元気寿司とシンガポールでの回転寿司店「元気寿司」の展開を目的に10年間のフランチャイズ契約を締結、15年12月現在、シンガポールで3店舗展開。	<a href="http://www.genkisushi.com.sg">www.genkisushi.com.sg</a>
Japan Foods Holding (現地上場企業)	1997年	(株)重光産業よりシンガポールで「味千拉麺」のフランチャイズ権を獲得して以来、多店舗化、海外展開を進め、そば専門店「家族亭」、お好み焼き「ぼてじゅう」、おこわ「米八」、ラーメン店「麺屋武蔵」、大衆中華料理「大阪王将」等のフランチャイズ権を獲得。15年12月現在、10業態をシンガポール国内47店舗、マレーシア6店舗、ベトナム3店舗、香港10店舗、中国5店舗など計71店舗運営。	<a href="http://www.jfh.com.sg">www.jfh.com.sg</a>
Marusan LPC Singapore	2013年	(株)丸三(島根県出雲市)のシンガポール子会社。自社ブランドのラーメン店「めん丸」とフランチャイズブランドの讃岐うどん「たも屋」を各1店舗運営。	<a href="http://www.lpc-gp.com">www.lpc-gp.com</a>
RE&S Enterprise	1988年	「厨ダイニング」、「新ばしそば」、「くいしんぼう」、「いちばんぼし」など和食業態で自社ブランドを開発、シンガポール国内で最大の和食チェーン店を展開。フランチャイズブランドとして和風パスタ「壁の穴」のフランチャイズ権を(株)壁の穴より獲得。15年12月現在、和食19業態56店舗及びセントラルキッチンをシンガポール国内で運営。従業員1,500名、グループ連結総売上1億3,000万ドル。	<a href="http://www.res.com.sg">www.res.com.sg</a>

## 6. 主な外食関連企業、業界団体

### (2) 日本食FCを展開している主要なフランチャイジー

社名	設立	概要	URL
SFBI (Asia-Pacific)	2004年	(株)ペッパーフードサービスが展開する「ペッパーランチ」のアジア全域におけるマスターフランチャイズ権を持ち、05年より「ペッパーランチ」及びセルフ形式「ペッパーランチ・エクスプレス」の2業態を、シンガポールで35店舗、他アセアン諸国で約100店舗、中国等東アジアエリアで約80店舗を展開しており、2015年末現在で計220店舗まで拡大している。	<a href="http://www.sfbi.com.sg">www.sfbi.com.sg</a>
Tana Development (Singapore)	2010年	シンガポールでカレーハウス「Co Co壱番屋」展開を目的に、タイでカレーハウス「Co Co壱番屋」など日本食レストランを中心に展開するフジレストラングループの代表が設立。15年12月現在、シンガポールで5店舗展開。	<a href="http://www.ichibanya.co.jp">www.ichibanya.co.jp</a>
Wing Tai Retail	n.a.	シンガポール証券取引所一部上場の不動産開発大手ウインタイ・ホールディングスの小売部門子会社。吉野家のシンガポールにおける現地パートナーとして1997年に同社が100%出資して吉野家シンガポールを設立、10年間のフランチャイズ契約を締結。吉野家はシンガポール国内での「吉野家」の商標使用権を独占的に与え、牛丼のタレの供給を行い、運営ノウハウを供与。16年1月現在で16店舗を展開。	<a href="http://www.wingtaiasia.com.sg">www.wingtaiasia.com.sg</a>

## 6. 主な外食関連企業、業界団体

### (3) 飲食関係の業界団体

社名	設立	概要	URL
シンガポールレストラン協会(RAS)	1980年	2,200以上の店舗を持つ300社超の会員を擁する業界団体。	<a href="http://www.ras.org.sg">www.ras.org.sg</a>
シンガポール外食産業経営者協会(FBMA)	1989年	外食産業に従事する経営者のための交流、事業アイデアの意見交換の場を提供。	<a href="http://fbma.sg/">http://fbma.sg/</a>
シンガポールホテル協会(SHA)	1980年	シンガポールのホテル産業の発展を支援する中核的業界団体。シンガポールに所在するホテルの90%にあたる143社が会員となる。	<a href="https://sha.org.sg/">https://sha.org.sg/</a>
シンガポール・フード&ドリンク・アライアンス(SFBA)	1994年	外食産業促進に貢献する「シンガポール・フード・フェスティバル(Singapore Food Festival)」をはじめとするイベントを主催。	<a href="http://www.sfba.com.sg">www.sfba.com.sg</a>
シンガポールシェフ協会(SCA)	n.a.	ホスピタリティ業界を代表する団体Hospitality Alliance Singapore (HAS)の一部門を構成。シェフ同士の交流、協力と相互リンク創生、調理法、レシピの開発と技術的知識の向上などを主活動とする。	<a href="http://singaporechefs.com">http://singaporechefs.com</a>
シンガポールフランチャイズ&ライセンス協会(FLA)	1993年	シンガポールのフランチャイズ産業の育成と発展に貢献。フランチャイズ関連展示会「フランチャイズ&ライセンス・アジア(FLAsia)」の主催団体。134社のメンバー。	<a href="http://www.flasingapore.org">www.flasingapore.org</a>