

農林水産省補助事業

シンガポールにおける食品（アルコール 飲料・清涼飲料水）の再輸出実態調査

2019年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産・食品部 農林水産・食品課

シンガポール事務所

お役立ち度アンケートへのご協力をお願い

ジェトロでは、日本産食品の輸出拡大の参考とすることを目的に本仮訳を実施しました。
ぜひお役立ち度アンケートにご協力をお願いいたします。

◆本仮訳のお役立ち度（必須）

役に立った まあ役に立った あまり役に立たなかった 役に立たなかった
その理由をご記入ください。

◆本仮訳をご覧になり、実際にビジネスにつながった例がありましたらご記入ください。（任意）

◆今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。（任意）

◆貴社・団体名（任意）

◆お名前（任意）

◆メールアドレス（任意）

◆企業規模（必須） 大企業 中小企業 その他

FAX 送信先：03-3582-7378 ジェトロ農林水産・食品課宛

本アンケートはインターネットでもご回答頂けます

(https://www.jetro.go.jp/form5/pub/afa/spr_reexport)

※お客様の個人情報につきましては、ジェトロ個人情報保護方針に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価および業務改善、事業フォローアップ、今後の調査テーマ選定などの参考のために利用いたします。

【資料名：シンガポールにおける食品（アルコール飲料・清涼飲料水）の再輸出実態調査】

内容

1. 再輸出に関する規制・制度.....	1
1.1. はじめに.....	1
1.2. 再輸出の定義.....	1
1.3. 再輸出に関するシンガポール政府のスタンス.....	2
1.4. 自由貿易地区（Free Trade Zone：FTZ）.....	4
1.5. 再輸出に関わる行政機関.....	4
1.6. 再輸出に関する規制や制度.....	5
2. シンガポールにおける再輸出の現状と実態.....	13
2.1. 輸出市場の動向（非石油製品）.....	13
2.2. 品目別実態.....	15
3. シンガポールをハブとした再輸出の要因分析.....	20
3.1. 歴史的背景.....	20
3.2. 商品取引ハブ拠点としての価値特性.....	20
3.3. 利用する企業側からみた物流ハブとしてのシンガポールの特性.....	25
4. 再輸出ビジネスの商流構造.....	26
4.1. 再輸出構造のパターン別事例.....	27
5. まとめ.....	28
6. シンガポールにおいて食品の再輸出実績のある卸事業者、小売事業者一覧.....	29
7. シンガポールの開催される貿易展示会一覧（飲料、アルコール飲料中心）.....	34
付表：ヒアリング記録.....	37

1. 再輸出に関する規制・制度

1.1. はじめに

シンガポールは ASEAN 地域における物流のハブ拠点として重要な役割を果たしている。ASEAN の中心に位置するという地理的・地政学的優位性、また自然災害のリスクが低く、政治的にも安定していることから、古くから物流が基幹産業として発展してきた。中でも再輸出 (Re-exports) は、国内に大きな消費市場および生産地を持たないシンガポールにとって重要な位置を占めている。シンガポールで取り扱われる貨物の多くが、シンガポールを経由して他の地域に輸出される貨物である。シンガポール国際企業庁 (Enterprise Singapore: ESG) は輸出統計を地場輸出と再輸出に分けて公表しているが、2018 年は石油を除く輸出額のうち、約 1,800 億 US ドルが再輸出となっており、輸出額全体の 48.6% を占めている¹。

1.2. 再輸出の定義

ESG が統計において区分している再輸出 (Re-exports) は輸入した品物が自由貿易地区に一旦保管され、その原形のまま再び積出されることをいう²。この定義は OECD 統計定義³の「再輸出は、自由流通地域、内陸処理場または工業用自由地帯から直接他の国々へ、そして保税倉庫または商業用自由地帯へ、それまでに輸入されたのと同じ状態で輸出される外国財である」に従っている。「原型のまま」には、原型の変更を伴わない「再梱包 (re-packaging)」「ロット分類 (splitting into lots)」「仕訳・格付け (sorting or grading)」「マーキング (marking)」を含む⁴。なお、自由貿易地区における保存日数については明確な規定はない⁵。

輸出入規制法 (Regulation of Imports and Exports Act) および税関法 (Customs Act) 上では、再輸出は輸出と同様に取り扱われている。図 1 の「ゼロ GST」「ライセンスウェアハウス」から自由貿易地域へ積出されるものがこれに該当する。

¹ Singapore Department of statistics

<https://www.singstat.gov.sg/modules/infographics/singapore-international-trade>

² Singapore Department of Statistics

<https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/publications/economy/op-e26.pdf>

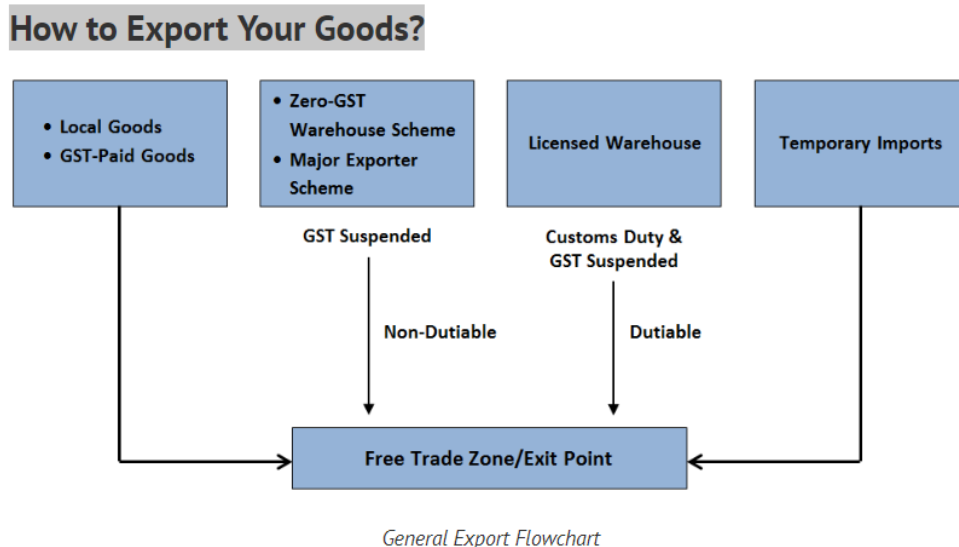
³ OECD Glossary of Statistical Terms

<https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2268>

⁴ 脚注 2 と同じ

⁵ シンガポール税関へのヒアリングによる

図 1 輸出全般 Export in General⁶



(出所) Singapore Custom

1.3. 再輸出に関するシンガポール政府のスタンス

1.3.1 商品取引のハブ拠点—Commodity Trading Hub

ESG によるレポート「商品取引のハブ—シンガポールの役割と位置づけ (Commodity Trading Hubs – Singapore’s Role and Proposition) ⁷」は、アジアにおける商品の生産および消費が飛躍的に拡大する中で、シンガポールの役割は「物流のハブ機能を担うことによってアジアの経済成長に寄与すること」であると述べている。物流のハブとして「1.ネットワーク」「2.人材」「3.金融および貿易のインフラ」「4.法制度および関税制度」「5.ビジネス環境」「6.物流インフラ」の6つの価値を提供し、グローバル経済に貢献する、としている。

海運・物流・輸出入産業におけるこれら6つの分野について、シンガポール政府はハード・ソフトの両面で基盤を整備し、継続的な投資により競争力の向上を図っている（詳細は後述）。

⁶ <https://www.customs.gov.sg/businesses/exporting-goods/quick-guide-for-exporters>

⁷ Enterprise Singapore Report on Commodity Hubs <https://ie.enterprisesg.gov.sg/Trade-From-Singapore/Commodity-Trading-Hubs/Report-on-Commodity-Trading-Hubs>

図 2 シンガポールにおける商品取引のハブ拠点としての特性



(出所) Enterprise Singapore

1.4. 自由貿易地区 (Free Trade Zone : FTZ)

自由貿易地区 (FTZ) は、自由貿易地区法 (Free Trade Zones Act) により指定された地区で、シンガポールに空路および海路で輸入された商品はすべて一端 FTZ に搬入され、保管される (ただし、課税対象品目であるアルコール飲料、たばこ類は、シンガポール税関に認可された「ライセンス倉庫」に搬入されなければならない)。FTZ 内に保管された商品は、内貨品として通関されない限り、一般関税 (Customs Duty)、物品税 (Excise Duty)、消費税 (GST) は徴収されない。輸入品が再輸出される場合、同一の FTZ 内または他の FTZ 内で納税することなく「再梱包 (re-packaging)」「ロット分類 (splitting into lots)」「仕訳・格付け (sorting or grading)」「マーキング (marking)」等の作業を行うことができる。シンガポールには 9 カ所の FTZ があり、公社 3 社により管轄されている。⁸

PSA コーポレーション (PSA Corporation Ltd)	タンジョンパガー (Tanjong Pagar) ターミナル
	ケッペル (Keppel) ターミナル
	ケッペルディストリパークリンクブリッジ (Keppel Distripark Linkbridge)
	ブラニ (Brani) ターミナル
	パシルパンジャン (Pasir Panjang) ターミナル
	センバワンワーブス (Sembawang Wharves) ターミナル
ジュロン港公社 (Jurong Port Pte Ltd)	ジュロン港 (Jurong Port)
チャンギ空港グループ (Changi Airport Group Pte Ltd)	チャンギ空港内シンガポール空港物流パーク (Airport Logistics Park of Singapore)
	チャンギ空港貨物ターミナル・コンプレックス (Changi Airport Cargo Terminal Complex)

1.5. 再輸出に関わる行政機関

1.5.1 エンタープライズシンガポール (Enterprise Singapore) ⁹

エンタープライズシンガポールは、通商産業省 (Ministry of Trade and Industry) 下で、シンガポールにおける企業活動の支援を行う行政機関である。シンガポールで事業を行う国内外の企業に対し、補助金・助成金などの金融支援スキームや統計情報を始めとした各種情報の整備・提供を行うことを通じて、新興企業から中小企業・大企業まで、企業の国際化と成長を支援している。

⁸ SINGAPORE CUSTOMS NEWSLETTER APRIL - JUNE 2017
https://www.customs.gov.sg/~media/cus/files/insync/issue45/inSYNC_ecopy.pdf

⁹ Enterprise Singapore <https://www.enterprisesg.gov.sg/>

1.5.2 内国歳入庁 (IRAS) ¹⁰

内国歳入庁 (Inland Revenue Authority of Singapore : IRAS) はシンガポール政府の主要収入徴収機関として所得税、財・サービス税 (GST)、財産税、不動産義務、賭博および懸賞義務、切手義務およびカジノ税を徴収する。再輸出に関わる企業の事業推進を目的として、再輸出する商品に対しての税金 (GST) の支払いを免除する各種スキームを提供しており、主要輸出者制度 (MES) 等の主要な再輸出関制度を管轄している。各種制度への申請を行う際には、IRAS に問い合わせる必要がある。

1.5.3 シンガポール税関 (Singapore Customs) ¹¹

シンガポール税関 (財務省 Ministry of Finance) の下部組織) は、貿易円滑化と歳入執行の主要機関。シンガポール税関は、2003 年 4 月 1 日に再構築され、収入徴収および執行、貿易文書化、貿易円滑化およびセキュリティ機能を統合し、シンガポールの外部取引システムに対する信頼を築き、取引を促進し、収益を保護する目的の下、政府機関や企業との協力、堅牢な規制と効果的な施行を通じて、シンガポールの対外貿易を促進している。

税関申告や各ライセンス、セキュリティ、規制遵守など貿易を円滑化する上で必要な手続きを行うときにはシンガポール税関に申請する。

1.6. 再輸出に関する規制や制度

1.6.1 規制の概要

再輸出に際しては、シンガポール国内への輸出入規制と同様の内容の規制が適応される。物品の最終目的地がシンガポール以外の国となることを前提とした「積替え (Transshipment)」でない場合は、物品の移動に際してシンガポール税関の規定する輸入・輸出の両方の規定に準拠しなければならない。食品の場合は農食品・獣医庁 (AVA) の規定を順守する必要がある。例えばシンガポールでは、福島県南相馬市、富岡町、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯舘村の全食品および、前述以外の福島県内の市町村の林産物・水産物は輸入停止措置が取られているが、これらの条件は再輸出においても同様に存在する。ただし、AVA の規定のうち食品表示に関わる規制は、国内で流通しない物品は対象外となる。なお、2019 年 3 月 1 日より、茨城県・栃木県・群馬県における林産物・水産物は放射線物質検査証明が不要となり、現在産地証明が必要な地域・品目においては、代替として、原産地の都道府県およびすべての構成目量が英語で記載されているコマーシャルインボイスが認められる。

¹⁰ IRAS <https://www.iras.gov.sg/irashome/default.aspx>

¹¹ Singapore Custom <https://www.customs.gov.sg/>

1.6.2 制度の概要

シンガポールにおいては、再輸出に関わる企業の事業を推進することを目的として、再輸出する商品に対しての GST の支払いを免除する各種スキームが提供されている。主要なスキームについては、IRAS により管轄されている。

1.6.3 主要輸出事業者制度 (Major Exporter Scheme : MES) ¹²

輸入品の 50%以上を再輸出し、かつ輸入品の過去 12 カ月の輸入総額が 1000 万シンガポール・ドル (以下、S ドル) を超える事業者 (輸入した原材料・部品の組立を行う製造事業者やシンガポールを域内の物流拠点として利用する物流事業者など) は、本制度に基づく認定を受けると、非課税品目である原材料・部品・製品の輸入時点での GST 納付が猶予される。事業者は当該製品の国内販売に伴い徴収した GST を IRAS へ納付すればよい。なお、MES 制度は IRAS の管轄となる。

➤ 取得条件

1. 事業内容を GST 登録していること
2. 事業は活動的で経済的なものであること
3. 事業目的のために商品を輸出入していること
4. 非課税品 (zero-rated supply) が全体の 50%以上を占めている、または非課税品 (zero-rated supply) の価格が過去 12 カ月間で 1000 万 S ドル以上であること
5. 健全な内部統制と適切な経理記録を維持すること
6. IRAS を使用して、GST と所得税申告を指定の期間通りに提出すること
7. 所得税、源泉徴収税を指定の期間通りに支払うこと
8. シンガポール税関との良好なコンプライアンス記録を維持すること
9. GST の監査官が時折新たに課す可能性のあるその他諸条件に従うこと

➤ 取得方法

1. 主要輸出者制度の申請書を記入・署名して提出する。
2. 以下のいずれかを行う。
 - (ア) Assisted Self-Help Kit (ASK) を使用して自己レビュー (※) を行い、認定された ASK 宣言書式「ASK : 年次審査の完了とエラーの自主開示に関する宣言書式」(ASK 第 3 項) を提出する。
 - (イ) コミット/Assisted Compliance Assurance Program (ACAP) に参加する。
 - (ウ) 有効な ACAP ステータスを持つビジネス向けに、Post ACAP Review (PAR) を実行し、「PAR 宣言」フォーム (GST F28) を提出する。

¹² IRAS <https://www.iras.gov.sg/irashome/Schemes/GST/Major-Exporter-Scheme--MES/>

(※) 新規企業または事業内容を変更する場合は、ASK のレビューを完了し、認証制度の承認後 1 年以内に ASK 認証を提出する必要がある。取得効果 輸出入をする時、実質的に商品を輸出入する企業のキャッシュフローを緩和することができる

1.6.4 ライセンス倉庫制度 (Licensed Warehouse Scheme) ¹³

事前に許認可を取得した企業が、指定の倉庫において、たばこ、アルコール飲料、自動車などの課税対象品目に対しての一般関税、物品税、GST の支払いを一時的に保留することを認める制度。再輸出時には一般関税、物品税、GST を支払う必要がないため、再輸出に取り組む企業はキャッシュフローを改善することができる。国内で販売するために、ライセンス倉庫から持ち出された際は、一般関税、物品税、GST を支払う。

➤ 取得条件

1. IRAS を通して GST に登録していること
2. シンガポール税関を通して Trader に登録していること
3. IRAS とシンガポール税関の指示を遵守し、経理記録を良好に保つこと
4. 在庫記録 (例: 手動在庫カードまたは Microsoft Excel スプレッドシート) を使用して、商品の残高と移動のレベルと動きを正確に監視すること
5. 適切なセキュリティ対策を講じていること
6. Trade FIRST¹⁴で査定され、少なくとも「標準」バンドの資格を取得していること

➤ 取得方法

1. Trade FIRST のチェックリストを完了する
2. 以下の書類を用意する
 - (ア) ACRA Biz File レポート
 - (イ) 過去 3 年間の監査済財務諸表
 - (ウ) 倉庫のレイアウトプランのコピー (レイアウトプランには、対象免許のある施設、出入り口、安全機能 (閉回路テレビや警報システムなど)) を明記すること。計画には、会社の印鑑が捺印された住所が必要)
 - (エ) 権利証書または賃貸契約書類 ・その他の関連文書
3. オンラインで応募する

¹³ Singapore Customs <https://www.customs.gov.sg/>

¹⁴ Trade Facilitation&Integrated Risk-Based System の略。シンガポールにおける企業を総合的に評価するフレームワークで、ベーシックからプレミアムまで 5 段階の評価がある。会社概要、手続きとプロセス、セキュリティ、在庫管理、コンプライアンスの 5 項目を中心に評価される。

<https://www.customs.gov.sg/businesses/customs-schemes-licences-framework/tradefirst>

1.6.5 ゼロ GST 倉庫制度 (Zero-GST Warehouse Scheme) ¹⁵

事前に許認可を取得した企業が、指定の倉庫において、たばこ、アルコール飲料、自動車などの課税対象品目以外の品目に関して、GST の支払いを保留することを認める制度。ライセンス倉庫制度と同様に、再輸出時には GST を支払う必要がないため、従来、再輸出する際には、輸入時に一時的に GST を支払い、再輸出時に申請することで支払い済みの GST の還付を求めるといった方法が一般的だったが、この制度の活用により、一時的に GST を支払う必要がなくなるため、再輸出に取り組む企業はキャッシュフローを改善することができる。

➤ 取得条件

1. IRAS を通して GST に登録していること
2. シンガポール税関を通して Trader に登録していること
3. IRAS とシンガポール税関の指示を遵守し、経理記録を良好に保つこと
4. Zero-GST 指定エリアの施設は安全方針に則った保管倉庫形式の施設であること
5. 良好な在庫記録と倉庫手続きがあり、商品の説明責任を確保すること。また倉庫従業員における責任に明確な線引きが必要
6. Trade FIRST 承認を済ませていること

➤ 取得方法

1. Trade FIRST 承認を完了する
2. 下の文書を準備する
 - (ア) 会計および企業規制当局 Biz File レポート
 - (イ) 過去 3 年間の監査済財務諸表
 - (ウ) 倉庫のレイアウトプランのコピー(レイアウトプランには、対象免許のある施設、出入り口、安全機能(閉回路テレビや警報システムなど)を明記する。計画には、会社印鑑が貼付された住所を明記する。)
 - (エ) タイトル証書または賃貸契約
 - (オ) その他の関連文書
3. オンラインで申請する

1.6.6 Apex ライセンス¹⁶

Apex ライセンスは、既存のシンガポール税関が発行するライセンスの保有者に対して、多様な倉庫運用のための複数のライセンスの取得を容易化する制度。例えば、Apex ライセンスは、ゼロ GST 倉庫制度に基づく非課税品の保管と、ライセンス倉庫制度に基づく課税品

¹⁵ Singapore Customs <https://www.customs.gov.sg/>

¹⁶ Singapore Customs <https://www.customs.gov.sg/>

の両方をカバーすることが可能。Apex ライセンスを保有することで、ライセンス料の節約、ドキュメンテーション要件の簡素化、ビジネスオペレーションの柔軟性の向上が可能になる。

➤ 取得条件

1. シンガポール税関で複数の既存ライセンスを保有
2. シンガポール税関とのコンプライアンス記録が良好
3. 複数の場所にまたがるすべての商品の在庫状況と移動を追跡して把握できる在庫システムを運用
4. Trade FIRST 承認を受けていること

➤ 取得方法

1. 取得条件をすべて満たしているかを確認する
2. ゼロ GST 倉庫制度やライセンス倉庫制度の指定の担当者に問い合わせる

1.6.7 サードパーティロジスティクス企業制度 Approved Third Party Logistics (3PL) Company Scheme¹⁷

シンガポールを物流拠点とする海外の顧客に物流管理サービスを提供する物流会社の競争力を高めるように設計された制度。シンガポールにおいて、新規かつ大規模に再輸出に取り組みたいメーカーや卸売事業者は、当該スキームを導入しているシンガポールの物流企業との間で 3PL 契約を結ぶことで、シンガポールを中継地とした再輸出事業にスムーズに参入することが可能。主なメリットとしては以下 3 点が挙げられる。

- ① GST 登録されていない法人または同法人の海外拠点が保有する物品を輸入する際の GST 支払免除
- ② GST 登録されていない法人または同法人の海外拠点が保有する物品をゼロ GST 倉庫から移動させる際の GST 支払免除
- ③ 以下の GST スキーム導入企業に対してシンガポール国内で輸入品を受け渡し・受取する場合の GST 請求免除。
 - a 主要輸出事業者制度 (Major Exporter Scheme : MES)
 - b Approved Import GST Suspension Scheme (AISS) (輸入関税保留スキーム)
 - c Approved Contract Manufacturer and Trader (ACMT) (契約メーカー・トレーダー・スキーム)
 - d サードパーティロジスティクススキーム (3PL)

¹⁷ Singapore Customs <https://www.customs.gov.sg/>

➤ 取得条件

1. GST 登録会社であること。
2. 主なビジネスは、貨物輸送、輸送、倉庫保管などの物流サービスの提供であること。
3. 海外を対象として輸入し、その後に物資を現地で輸出すること。
4. 指定された対象への現地供給と非課税品の供給は、過去 12 カ月間の総供給の 50%以上を占めていること。
5. 海外の契約当事者または顧客ごとに倉庫に保管された商品の在庫を正確に管理するために、倉庫管理システム (WMS) を使用すること。システムは、いつでも正確に管理され、受け取った品物の数量、輸出/再輸出される商品の数量、ローカルに配送される商品の数量、進行中の作業量、倉庫内の商品残高等の情報をすぐに報告できる状態にしておくこと。
6. 海外の契約当事者に対する GST の完全な責任と説明責任を果たし、所定の形式に従って付託書を提出すること。
7. 良好な内部統制と適切な会計記録を持っていること。
8. シンガポール税関との良好な遵守記録を持っていること。
9. Assisted Self-Help Kit (ASK) 年次審査を実施するか、Assisted Compliance Assurance Program (ACAP) に参加すること。
10. GST の監査官が随時課す可能性のある他の条件を遵守すること。

➤ 取得方法

以下の書類を提出する

- (ア) 3PL スキームへの申請書
- (イ) MES、AISS、ACMT Scheme、または 3PL スキームの下で承認された事業主体および海外の契約当事者と顧客とのビジネスアレンジメントの説明として図式表現を含む詳細な書類
- (ウ) 3PL 契約 (利用可能な場合) のサービスおよび責任の範囲を明確に示した海外顧客の契約書の写し
- (エ) 最新の監査済み財務諸表のコピー
- (オ) 引受手紙 (Letter of Undertaking)

1.6.8 セキュア トレード パートナiership 認証制度 (Secure trade partnership (STP))
Secure trade partnership は、世界貿易を安全かつ円滑にするための世界税関機構 (WCO) の SAFE 基準枠組みと合致する自主的な認証プログラム。日本の AEO 制度 (Authorized Economic Operator 制度) に相応する。このプログラムは、企業がグローバルなサプライチェーンのセキュリティを向上させるために、トレーディング業務におけるリスクベースの

アプローチを使用して堅牢なセキュリティ対策を採用するよう促すものとなっており、このプログラムに参加することによって、企業のサプライチェーンを守るというコミットメントと意欲が示される。このプログラムは、輸入事業者、輸出事業者、製造事業者、貨物運送事業者、倉庫運営事業者、運送事業者、ターミナルオペレータを含むすべてのサプライチェーン関係者が参加可能。セキュリティガイドラインに従うことにより、貨物の盗難や紛失のリスクの軽減や、税関検査等の緩和措置を受けられることによる、貨物輸送時間の短縮などの恩恵を受けることが可能。

➤ 取得条件

1. 有効な税関のアカウントを持っている
2. シンガポール税関とのコンプライアンス記録が良好
3. Trade FIRST の「中級」と「プレミアム」のバンドの評価を受けていること

➤ 取得方法

1. Trade FIRST 自己評価チェックリストを完了すること。
2. 下記文書を準備する：
(ア) 会計および企業規制当局 BizFile レポート
(イ) 過去 3 年間の監査済財務諸表
(ウ) STP 申請書
3. 関連するセキュリティ認定 (TAPA (Transported Asset Protection Association)、ISO 28000 など)
(エ) その他の関連文書
4. チェックリストと上記をシンガポール税関に提出する：

メール：customs_schemes@customs.gov.sg

ファックス：6337 9956

郵便：Singapore Custom、55 Newton Road、#07-01、Revenue House、Singapore 307987

1.6.9 制度表

No.	制度名	概要	制度対象/効果
1	主要輸出事業者制度 (Major Exporter Scheme : MES)	認定を受けると非課税品目である原材料・部品・製品の輸入時点での GST 納付が猶予される制度	<ul style="list-style-type: none"> 販売事業者 非課税品目の GST 納付が猶予（国内販売に伴い IRAS へ納付）
2	ライセンス倉庫制度 (Licensed Warehouse Scheme)	指定倉庫において課税対象品目に対しての GST 支払いが一時的に保留できる制度	<ul style="list-style-type: none"> 販売事業者 再輸出時には GST 支払い不要によるキャッシュフロー改善
3	ゼロ GST 倉庫制度 (Zero-GST Warehouse Scheme)	指定倉庫において課税対象品目に対しての GST 支払いが一時的に保留できる制度	<ul style="list-style-type: none"> 販売事業者 再輸出時には GST 支払い不要によるキャッシュフロー改善
4	Apex ライセンス	倉庫運用のための複数のライセンスの取得を容易化する制度	<ul style="list-style-type: none"> 販売事業者 複数ライセンスの一括化、ドキュメンテーション要件の簡素化
5	Approved Third Party Logistics (3PL) Company Scheme	シンガポールを物流拠点とする海外の顧客に物流管理サービスを提供する物流会社の競争力を高めるように設計された制度	<ul style="list-style-type: none"> 販売事業者 物流事業者 シンガポールを中継地とした再輸出事業を円滑化 販売事業者との契約による業務の円滑化

2. シンガポールにおける再輸出の現状と実態

2.1. 輸出市場の動向（非石油製品）

2.1.1 再輸出市場の全体像

シンガポールにおける非石油製品の再輸出は、2018年は1923億Sドルを記録した。カテゴリー別の順位は1位機械設備（Machinery & Equipment）、2位工業品（Manufactured Goods）、3位化学品および化学工業製品（Chemicals & Chemical Products）となっており、上位3カテゴリーで再輸出額の約88%を占める。

表 1 シンガポールの非石油品目の再輸出額のシェア（2018年）

	金額（10億USドル）	構成比
再輸出計	192.3	100%
機械製品および輸送機器	141.2	69.5%
化学製品	7.8	9.3%
その他工業品	18.3	9.0%
工業品	10.2	5.0%
その他	7.8	3.8%
飲料	2.8	1.5%
たばこ	0.8	0.3%
粗製品	1.7	0.8%
食品・動物	1.5	0.8%
植物油および動物油	0.1	0.1%

（出所）Singapore Government, Department of Statistics Singapore

2.1.2 食品関連の再輸出の動向

食品分野の再輸出市場は、2018年の段階で食品・動物全体で15億USドルとなっており、シンガポールからの再輸出額全体の0.8%を占める（表1）。一方、飲料（アルコール飲料・清涼飲料）28億USドルを占めており、食品・動物市場の約2倍の規模がある。

2.1.3 アルコール飲料・清涼飲料水の再輸出の動向

アルコール飲料・清涼飲料水の輸出額（2018年）は29.0億USドルであり、そのうち再輸出は27.7億USドルとなっている。また、輸入額は29.1億USドルであることから、その大部分を再輸出していることが分かる。2015～18年における再輸出額の年平均成長率は4.96%となっており、主要な再輸出先であるASEAN諸国等の経済発展等の影響を受け、緩やかに成長している。またASEANのみならず、シンガポールから世界83カ国に再輸出されている。再輸出先地域のうち年間再輸出額が年間100万USドルを超えるのは34カ国、1,000万USドルを超えるのは15カ国、1億USドルを超えるのは9カ国となる。対

象地域をみると、ASEAN と東アジア地域が上位を占め、次いでオセアニアおよび南アジアとなっている。その他、北アメリカやアフリカ地域、EU へも再輸出を行っている。

表 2 シンガポールからのアルコール飲料の再輸出先一覧（単位：100 万 US ドル）

	2017 年	2018 年	18 年増減率
ベトナム	537.07	480.14	△11%
中国	247.58	404.05	63%
日本	265.29	296.99	12%
マレーシア	253.74	268.81	6%
香港	217.15	253.84	17%
台湾	251.11	244.37	△3%
タイ	140.55	175.46	25%
オーストラリア	132.67	143.49	8%
インドネシア	133.58	100.81	△25%
インド	78.13	84.89	9%
韓国	70.25	82.79	18%
フィリピン	62.78	68.77	10%
ニュージーランド	23.66	24.87	5%
カンボジア	14.05	24.56	75%
米国	11.18	21.63	93%
オランダ	7.27	12.70	75%
UAE	7.80	9.53	22%
ミャンマー	14.00	9.08	△35%
フランス	4.35	7.59	74%
スリランカ	14.00	6.77	△52%
バングラデシュ	5.08	6.43	27%
ネパール	5.32	4.90	△8%
グアム	5.08	4.57	△10%
ラオス	4.42	4.52	2%
モルディブ	3.01	3.04	1%
マカオ	3.60	2.93	△19%
モンゴル	2.27	2.57	13%
パプアニューギニア	2.28	1.50	△34%

(出所) Enterprise Singapore 2018

2.2. 品目別実態

2.2.1 清涼飲料水

清涼飲料水の再輸出は、アルコール飲料に比べて極めて限定的である。2015年から2017年にかけて、清涼飲料水のシンガポールからの再輸出額は2,000万USドルを下回る額で推移し、飲料全体の再輸出額に占めるシェアも0.7%程度（2017年）となっている。

統計は金額ベースのため、高付加価値のアルコール飲料のシェアは低単価の清涼飲料を大きく上回る。また清涼飲料は、生産コストおよび物流コスト削減のため、消費地に近い地域でボトリングするケースが多い。この場合、シンガポールから再輸出されるのは原液または濃縮液となり、製品価格ではなく原料価格が再輸出品として計上されることになる。一方、アルコール飲料は通常ボトリングされた状態で再輸出されるため、製品価格がベースとなる。原産地でのボトリングコストおよび輸送コストを付加価値として価格に転嫁できるためである。このため、金額ベースのシェアで清涼飲料とアルコール飲料の差が大きくなっている。

2.2.2 アルコール飲料

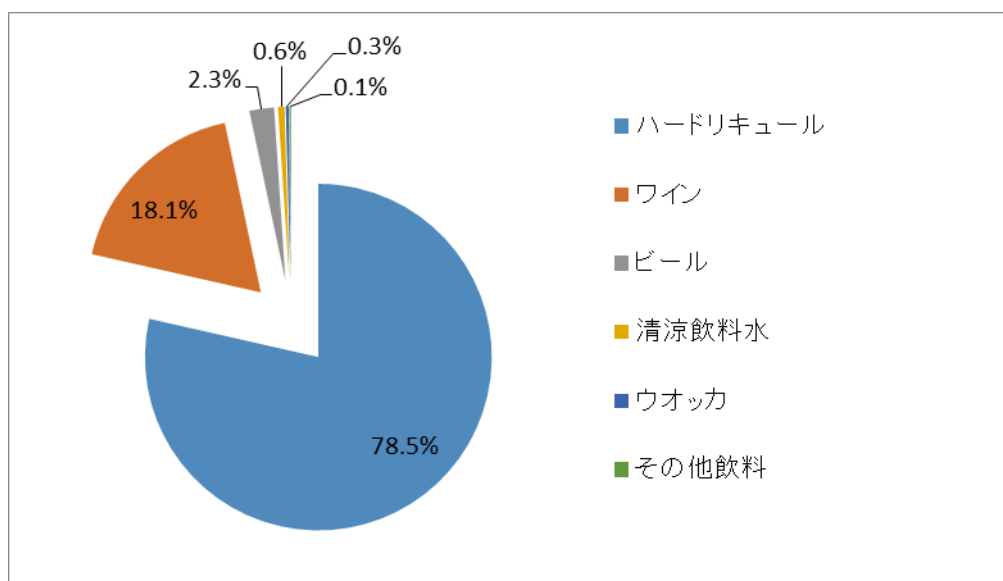
2018年はハードリキュール（ブランデーとウイスキー、ウオッカ、その他リキュールを含む、アルコール度数80%未満のアルコール飲料（HSコード：2208））が、飲料の再輸出額の約78%を占める。これに次いで多いのがワインで、飲料の再輸出額の約18%、ビールは同約2.3%となっており、主要3品目で飲料の再輸出額の99%を占めている。

表3 シンガポールにおけるアルコール飲料・清涼飲料水の再輸出額の推移（単位:100万USドル）

	2016年	2017年	2018年
飲料計	2,519.7	2,533.7	2,772.7
ハードリキュール	1,947.1	1,953.1	2,175.2
ワイン	454.8	476.6	503.0
ビール	81.8	73.0	64.9
清涼飲料水	19.1	17.3	16.5
ウオッカ	11.0	9.2	9.3
酢	1.4	1.1	1.5
発酵飲料	2.6	1.5	1.0
フレーバーワイン	0.8	0.8	0.9
水	1.1	1.1	0.6

（出所）Enterprise Singapore

図 3 飲料（アルコール飲料及び清涼飲料水）のシンガポールからの再輸出額構成比



2.2.3 ハードリキュール（度数 80 度以下のアルコール）

ハードリキュールの再輸出先はベトナム・中国・台湾が上位 3 カ国となっている。2018 年は中国への再輸出が増加し、台湾に代わって第 2 位となった。この他、日本・香港への再輸出も増加しており、カテゴリー全体として増加傾向にある。

表 4 ハードリキュール（HS コード 2208）の再輸出国

	金額（千 US ドル）			構成比 (%)			18 年 増減率
	2016 年	2017 年	2018 年	2016 年	2017 年	2018 年	
合計	1,947,108	1,953,066	2,175,152	100	100	100	11.37
ベトナム	517,017	522,840	462,513	26.55	26.77	21.26	△11.54
中国	178,879	219,959	371,416	9.19	11.26	17.08	68.86
台湾	279,883	241,416	234,356	14.37	12.36	10.77	△2.92
マレーシア	203,224	198,621	218,393	10.44	10.17	10.04	9.95
香港	158,839	151,316	188,022	8.16	7.75	8.64	24.26
タイ	114,553	114,024	145,725	5.88	5.84	6.7	27.8
韓国	58,196	67,197	79,043	2.99	3.44	3.63	17.63
インド	61,668	71,674	78,365	3.17	3.67	3.6	9.33
インドネシア	85,242	98,425	72,948	4.38	5.04	3.35	△25.88
日本	53,819	50,091	65,635	2.76	2.56	3.02	31.03

（出所）Enterprise Singapore

2.2.4 ワイン

ワインの再輸出先は日本が最も多く、46%を占めており、2016年から一貫して増加傾向にある。シンガポールが日本へのワイン輸出のハブ拠点となっていることが見てとれる。

表 5 ワイン (HS コード 2204) の再輸出国

	金額 (千 US ドル)			構成比 (%)			18年 増減率
	2016年	2017年	2018年	2016年	2017年	2018年	
合計	454,820	476,552	502,986	100	100	100	5.55
日本	202,527	215,120	231,274	44.53	45.14	45.98	7.51
オーストラリア	65,489	78,667	74,424	14.4	16.51	14.8	△5.39
香港	60,733	62,825	62,231	13.35	13.18	12.37	△0.95
マレーシア	20,014	18,449	26,057	4.4	3.87	5.18	41.23
タイ	15,810	15,472	20,987	3.48	3.25	4.17	35.65
中国	12,480	15,011	17,334	2.74	3.15	3.45	15.47
インドネシア	19,513	18,135	15,969	4.29	3.81	3.17	△11.94
ニュージーランド	10,855	12,398	12,145	2.39	2.6	2.41	△2.04
ベトナム	6,487	8,612	9,852	1.43	1.81	1.96	14.4
台湾	12,442	8,706	9,190	2.74	1.83	1.83	5.56

(出所) 同上

2.2.5 ビール

マレーシア・中国・インドネシアが上位3位。2018年はマレーシアへの再輸出が減少し、代わって中国への再輸出が増加。カテゴリー全体としては減少傾向にある。

表 6 ビール (HS コード 2203) の再輸出国

	金額 (千 US ドル)			構成比 (%)			18年 増減率
	2016年	2017年	2018年	2016年	2017年	2018年	
合計	81,782	72,953	64,876	100	100	100	△11.07
マレーシア	44,913	29,377	17,763	54.92	40.27	27.38	△39.53
中国	3,617	12,371	15,176	4.42	16.96	23.39	22.67
インドネシア	8,927	14,449	10,322	10.92	19.81	15.91	△28.56
ベトナム	5,119	4,852	6,745	6.26	6.65	10.4	39.04
オーストラリア	816	1,229	4,162	1	1.68	6.42	238.6
タイ	3,701	4,712	3,156	4.53	6.46	4.86	△33.02
UAE	928	931	2,249	1.14	1.28	3.47	141.42
香港	171	1,615	1,927	0.21	2.21	2.97	19.35
オマーン	21	223	602	0.03	0.31	0.93	170.38
パプアニューギニア	14	15	520	0.02	0.02	0.8	3,318.55

(出所) 同上

2.2.6 清涼飲料水

マレーシア・米国・香港が上位3位。インドネシア・ブルネイへの再輸出が減少し、米国への輸出が増加。カテゴリー全体としては減少傾向にある。

表7 清涼飲料水 (HSコード2202) の再輸出国

	金額 (千 US ドル)			構成比 (%)			18年 増減率
	2016年	2017年	2018年	2016年	2017年	2018年	
合計	19,057	17,342	16,455	100	100	100	△5.12
マレーシア	2,214	2,618	2,385	11.62	15.09	14.49	△8.89
米国	481	1,104	1,218	2.52	6.37	7.4	10.35
香港	1,651	1,229	1,125	8.66	7.08	6.83	△8.46
モルディブ	332	563	973	1.74	3.25	5.91	72.79
アフガニスタン	201	689	956	1.05	3.97	5.81	38.77
ベトナム	523	588	782	2.74	3.39	4.75	32.87
インドネシア	1,755	1,177	749	9.21	6.79	4.55	△36.35
セイシェル	146	213	731	0.76	1.23	4.44	242.3
フィリピン	650	639	685	3.41	3.69	4.16	7.15
ブルネイ	5,198	1,611	626	27.27	9.29	3.8	△61.13

(出所) 同上

2.2.7 スピリッツ (80度以上)

タイ・マレーシア・韓国が上位3位。2018年は韓国・香港への再輸出が増加した。

表8 スピリッツ80度以上 (HSコード2207) の再輸出国

	金額 (千 US ドル)			構成比 (%)			18年 増減率
	2016年	2017年	2018年	2016年	2017年	2018年	
合計	10,990	9,211	9,286	100	100	100	0.81
タイ	6,407	5,502	4,874	58.3	59.73	52.49	△11.4
マレーシア	3,154	3,457	3,032	28.7	37.53	32.65	△12.3
韓国	-	-	674	0	0	7.26	n/a
香港	7	3	303	0.06	0.03	3.26	9,316.70
フィリピン	122	153	211	1.11	1.66	2.27	38.01
バングラデシュ	-	0	78	0	0	0.84	-
インドネシア	259	23	49	2.35	0.25	0.53	112.73
ベトナム	2	9	33	0.01	0.1	0.36	263.85
台湾	161	43	24	1.47	0.47	0.26	△44.58
東ティモール	0	-	5	0	0	0.05	n/a

(出所) 同上

2.2.8 その他アルコール

2016年に再輸出の4割以上をしめていたベトナムへの輸出が激減し、カテゴリー全体としては減少傾向にある。

表 9 その他 (HS コード 2206) の再輸出国

	金額 (千 US ドル)			構成比 (%)			18年 増減率
	2016年	2017年	2018年	2016年	2017年	2018年	
合計	2,631	1,541	959	100	100	100	△37.78
マレーシア	482	456	372	18.34	29.58	38.82	△18.34
タイ	179	146	150	6.79	9.46	15.61	2.69
インドネシア	476	594	119	18.08	38.57	12.4	△80
カンボジア	68	58	95	2.6	3.78	9.92	63.34
香港	65	46	82	2.46	2.96	8.58	80.38
ベトナム	1,231	67	66	46.8	4.37	6.87	△2.19
オーストラリア	23	-	23	0.88	0	2.37	n/a
日本	-	22	11	0	1.42	1.17	△48.67
UAE	20	10	7	0.75	0.62	0.74	△26.33
中国	22	1	7	0.83	0.03	0.69	1,166.26

(出所) 同上

3. シンガポールをハブとした再輸出の要因分析

3.1. 歴史的背景

シンガポールでは 1800 年代、地理的重要性に着目したイギリス東インド会社による商館建設を発端に、中継貿易拠点としての発展が始まる。無関税の自由港政策を推し進めたことにより、東西交易の中継地として、またマラッカ半島で栽培された天然ゴム・錫等の欧州への積出港として栄えていた。以後、100 年以上に渡ってイギリスの支配が続き、第二次世界大戦後、シンガポールとして独立した後においても中継貿易拠点として発展し、現在においても物流はシンガポールにおける主要産業となっている。

3.2. 商品取引ハブ拠点としての価値特性

ESG は商品取引のハブ拠点としてのシンガポールの特性として、次の 6 点を挙げている¹⁸。

- 1) Participant Network : ネットワークの集積
- 2) Human Capital Pool : 人的資源の集積
- 3) Financial and Trading Infrastructure : 金融・貿易インフラ
- 4) Legal, regulatory and tax framework : 法律・規制・税制
- 5) General Business Environment : ビジネス環境
- 6) Physical Flows and Infrastructure : 物流インフラ

3.2.1 ネットワークの集積

ESG によるレポート「商品取引のハブーシンガポールの役割と位置づけ (Commodity Trading Hubs–Singapore’s Role and Proposition)」によると、石油・ガス・鉄鋼・金属・鉱物・農産物を取り扱う世界のトップ企業のうち 60~80% がシンガポールで取引を行っているとしている。特に近年、アセアン地域が巨大な消費市場を形成しつつある中で、消費地に近い地域に物流拠点を持つことの意義は大きい。

多くの貿易商社・物流企業がビジネスの拠点としているため、シンガポールには ASEAN・東アジア地域における商取引のプレイヤーと情報が集まっている。規制が厳格な国に対してアルコールを輸出するノウハウを有する企業や、メーカー単独で進出するにはコストが合わないような地域にもネットワークを持つ企業など、地域の情報に精通したビジネスパートナーを容易に探すことができる。

<ヒアリング事例>

インドネシアのアルコール輸入許可証は、一年間に 1 社にしか与えられず、かつ毎年更新される。しかし許可証がいつ誰に付与されたかという情報は入手が極めて困難である。シン

¹⁸ Enterprise Singapore Report on Commodity Hubs <https://ie.enterprisesg.gov.sg/Trade-From-Singapore/Commodity-Trading-Hubs/Report-on-Commodity-Trading-Hub>

ガポールの商社は長年の実績と関係性から現地事情に詳しく、適切な事業者と関係を構築している。かつてフランスのワイン事業者がインドネシアに拠点をおいて単独で直接輸入許可証の取得を試みたが、結局うまくいかず、拠点をシンガポールに移した。

(アルコール飲料ディストリビューター)

商品貿易に関わる多くのプレイヤーが集まっているため、シンガポールでは数多くの展示会が年間を通して行われている。(7.シンガポールにおける展示会参照) アセアン地域でのビジネス拡大を図りたい企業は、こうした場で世界各国からの情報を収集するとともに、自社にとって最適なパートナー企業を効率的に探すことができる。

3.2.2 人的資源の集積

ESG は 2 点目として人的資源の集積を挙げている。その要因として、i) アジアで最も生活水準が高いため、ハイレベルの人材を獲得・維持しやすいこと ii) 多様な文化を受け入れているため、様々な地域から人材が集まっていること iii) アジア地域でのビジネスに欠かせない英語・中国語に堪能な人材が獲得できることとしている。

アジア全体から人材が集まっているため、実際に現地に赴かなくても地域の情報が収集しやすいという点も、外国企業にとってはメリットが大きい。シンガポール政府も国民の英語・中国語教育、優秀な外国人留学生の招致など、様々な取り組みを通じてこうした人材の供給に寄与している。

3.2.3 金融・貿易インフラ

ハブ拠点を支える金融・貿易インフラとして ESG は i) ASEAN 地域に精通し、商品取引分野で高い専門性を持つ世界 2 位の銀行セクター ii) 世界 3 位の外国為替市場、他国を凌ぐ人民元および米ドル取引量を挙げている。

シンガポールはアジアの金融センターとしてのポジションを確立しており、アジアで最も米ドルの取引が多い市場である。海外送金等を含む銀行機能も発展しており、シームレスな商取引を可能とする金融インフラが整備されている。特にキャッシュフローを重視する中小の事業者にとって、決済のスピードはシンガポールを中継拠点として活用する際の重要なメリットの 1 つになる。

<ヒアリング事例>

シンガポールからの支払いは即日送金。例えばフランスとの取引で、シンガポール時間の午前中にスマートフォンで送金をすませおけば、フランスの朝には先方で入金を確認できる。シンガポール政府が各国の銀行と様々な取り決めを行って、便宜を図ってくれている。

3.2.4 法制・税制・行政手続きの透明性および効率性

法制や税制、また制度に伴う行政手続きの透明性の高さも、シンガポールを再輸出の拠点として利用する大きなメリットのひとつである。ESGはi) 世界第4位の契約仲裁数 ii) アジアで最も汚職対策が進んでいる点をシンガポールの特性として挙げている。

シンガポールでの国際契約仲裁を支える機関として、シンガポール国際仲裁センター (Singapore International Arbitration Center) がある。2018年国際仲裁機関に関する調査で、同機関はロンドン、パリに次いで最適仲裁機関の世界第三位となり、アジアでトップに選ばれた¹⁹。

汚職の問題は、アジアでビジネスを行う際に多くの企業が直面する課題であるが、シンガポールで取引を行う場合はそのような問題に煩わされる必要はない。この点も多くの企業にとって時間とコストの節約になるといえる。

3.2.5 ビジネス環境

全般的なビジネス環境のよさとして、ESGはアセアン・東アジア地域へのアクセスの良さを強調している (チャンギ空港から408カ所へ直行便がある、など)。また、前述のようにアセアンを含むアジア地域が消費市場として世界全体で大きな位置を占めつつある現在、特に欧米企業にとっては消費市場の近くに拠点を持つことの意義は大きい。ESGレポートは卑金属の65%、燃料炭の80%がシンガポールから空路6時間圏内の地域で消費されている、としている。

また、ビジネス環境向上のためにシンガポール政府は、政府機関における様々なサービス向上・効率化の取り組みを行っている。例えばIRASのWEBページ上には、サービスポリシーとして、下記のKPIを掲げており²⁰迅速な制度の運用を行っていることがわかる。

- 1分以内に85%の通話に応答する
- 5営業日以内にメールの80%に返信
- 15営業日以内に80%の手紙に返信
- 15分以内に100%のアポイントなしの訪問に対応する
- 30日以内に払い戻しの100%を処理する

¹⁹ <http://www.siac.org.sg/>

²⁰ IRAS About us Service policy

<https://www.iras.gov.sg/IRASHome/About-Us/Commitment-to-Service/>

<ヒアリング事例>

「シンガポールは高コストだ」というが、高コストなのは生活水準。ビジネスのコストやスピードを考えると、アジアの中でシンガポールはむしろ割安。必要な時に必要なものが確実に届くのでロスがない、ムダなコストが発生しない、送金も早くて手数料がない、これらを総合的に考えるとシンガポールでのビジネスコストは他のアジアの都市に比べて安いといえる。(アルコール飲料ディストリビューター)

3.2.6 物流インフラ

世界銀行が2年おきに公開するLPI（ロジスティクス・パフォーマンス・インデックス）では、シンガポールは2007年以降10年に渡ってアジアで第1位となっており²¹、90%の申請が10分以内に処理されるなど、特に電子化された通関手続きが高く評価されている。またグローバル物流企業のうち上位25社がシンガポールに拠点を置き²²、国際貿易に関わるメーカーや商社等に対してロジスティクス機能を提供している。

i) 空運

チャンギ空港は、4,000kmの滑走路2基、年間取扱い能力8,500万人の旅客ターミナル4基、貨物ターミナル7基の航空貨物センターを含む1,300ヘクタールの土地を持つ、アジア最大規模の国際空港となっている²³。2014年からターミナル5の建設に着手しており、2020年には世界最大のターミナルが完成する予定である²⁴。

ii) 海運

シンガポール港は2018年現在、取扱量で上海について世界第2位となっている²⁵。しかしながら近年、近隣の港（マレーシアのタンジュンペラス港、ポートケラン港など）との競争が激化している。シンガポール政府はシンガポール港の優位性を保つため、現在4カ所にあるシティターミナル（ケッペル・タンジョンパガー・ブラニ・パシルパンジャン）を閉鎖し、西部埋立地のトゥアス港にすべての港湾機能を統合する開発を行っている。これは2040年までの完了を目途としている長期のプロジェクトで、最終段階では現在の取扱量の2倍以上、6,500万TEUを目指す。また、トゥアス港は次世代船舶管理システム・ドローン・無人車両など港湾技術における最新技術を導入し、テクノロジーと効率化で競争力の強化を図る。

²¹ The world bank LPI

<https://lpi.worldbank.org/international/global/2018>

²² <https://www.edb.gov.sg/en/our-industries/logistics-and-supply-chain-management.html>

²³ EDB Singapore Logistics and Supply Chain Management

<https://www.edb.gov.sg/en/our-industries/logistics-and-supply-chain-management.html>

²⁴ <https://www.airport-technology.com/projects/terminal-5-changi-international-airport/>

²⁵ World Shipping Council <http://www.worldshipping.org/about-the-industry/global-trade/top-50-world-container-ports>

図 4 シンガポール港と Tuas ターミナル計画²⁶



現在はシティターミナルから徐々に機能を移管している段階だが、すでに主要な物流企業が周辺に拠点を構えつつある。日本郵便が出資しているオーストラリアの物流企業 Toll は 22,800 万 S ドルをかけてトゥアスに物流拠点 Toll City を 2018 年 7 月にオープンさせた²⁷。

iii) コネクティビティ

シンガポール政府は物流インフラにおける次の課題は「コネクティビティ＝連結性」と考えている。空運・海運・陸運およびウェアハウス（倉庫）間のトランザクションを物理的にも、手続きの面でも連結を高めることを目標としている。物理的には、トゥアスに海運を集積させることにより、シティエリアの渋滞に巻き込まれずに倉庫や空路・陸路へスムーズに連結させることを狙う²⁸。手続きの面でも、一層のシームレス化によって効率よく物品が移動できる仕組みの構築を検討している²⁹。

²⁶ Strait Times April 2017 <https://www.straitstimes.com/singapore/full-steam-ahead-for-new-tuas-mega-port>

²⁷ <https://www.tollgroup.com/news-and-media/media-releases/toll-city-officially-opened>

²⁸ <https://www.maritimesgconnect.com/features/spotlight/5-things-you-should-know-about-new-tuas-mega-port>

²⁹ ESG へのヒアリングによる

3.3. 利用する企業側からみた物流ハブとしてのシンガポールの特性

シンガポールを再輸出拠点として利用する企業側からみると、シンガポールには次のようなハブ機能としての特性がある。

3.3.1 混載貨物（Consolidation）による発送コストの削減

欧州・米国など遠隔地にある企業がアジア太平洋地域向けの輸出を行う際、各国向けに発送するよりも、アジア太平洋地域全体向けの貨物をまとめて輸送した方が効率がよい。また、小口の発送もフォワーダーがとりまとめて LCL（Less Than Container Load：コンテナ単位に満たない混載貨物）とすることで物流コストが削減できる。シンガポールはこうした混載貨物の一時受け入れ拠点としての役割を果たしている。

3.3.2 在庫集約機能による商品供給の最適化

上記のようなかたちでアセアン地域全体向けの物品をまとめて発送し、市場に近いシンガポールに在庫をストックしておくことで、地域への商品供給をスムーズに行うことができる。ゼロ GST 倉庫・ライセンス倉庫などで GST の支払保留を認められた状態で商品を保管し、必要な時に必要な量を消費地にスピーディに供給することで、機会損失を押さえ供給を最適化することが可能となる。

3.3.3 連続する原産国証明による産地付加価値の維持

1.6 で述べたように、シンガポール政府はシンガポールを拠点とした再輸出に対して税制上の様々なメリットを提供しているが、再輸出の際の「連続する原産国証明書（Back to Back Preferred Certificate of Origin）」の発行も企業側にはメリットが大きい。例えば、日本の原産国証明が付与された商品をシンガポールで再輸出する際、再輸出の定義通り「原型のまま」輸出される場合は、シンガポールの所定機関で原産国証明を発行できる³⁰。つまり、シンガポールから第三国へ輸出されても当該商品は「日本製」として輸出できる。この制度は、原産国の付加価値優位性を保持したい場合や、中国など原産国の監査を強化している国への輸出を行う場合に、企業にとって大きなメリットとなる。

連続する原産国証明書は、以下の機関で発給を行っている。

- Singapore Chinese Chamber of Commerce and Industry
- Singapore Indian Chamber of Commerce and Industry
- Singapore International Chamber of Commerce
- Singapore Malay Chamber of Commerce and Industry
- Singapore Manufacturing Federation

³⁰ Singapore Customs <https://www.customs.gov.sg/businesses/exporting-goods/certificates-of-origin>

3.3.4 物流の信頼性・効率性

ユーザー視点でみるとシンガポールの物流機能は極めて効率性が高い。例えば、シンガポール港は 24 時間稼働しているため³¹、いつ着岸してもすぐに荷役・通関が行われる。また、近隣港の取引量が増加してきているとはいえ、ユーザー企業側はシンガポール港の信頼性・効率性には及ばないとしている。例えば、他のアセアン地域でシンガポールに次ぐハブ港を目指す港の問題点は、税関の監査や様々な理由で物流が止められることがしばしば発生するという点である。特に大手メーカーでは、予期せぬ事態によるサプライチェーンへのダメージリスクを回避するためにシンガポールをハブとして選んでいる³²。

4. 再輸出ビジネスの商流構造

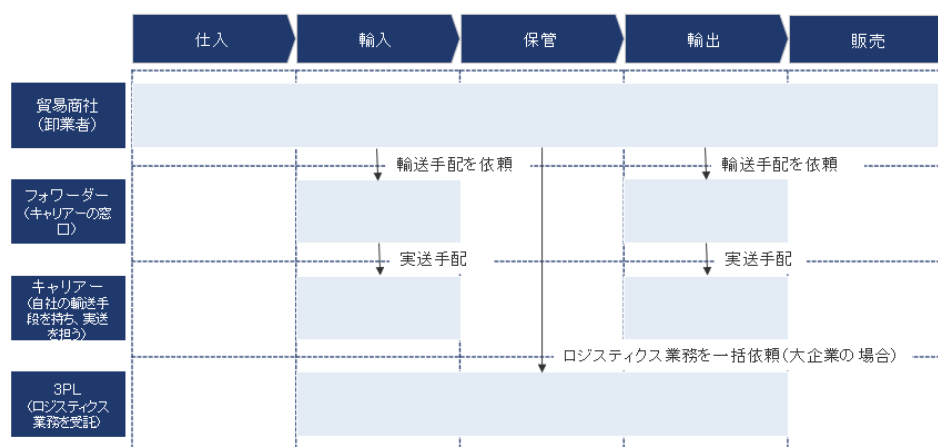
再輸出ビジネスの商流構造としては、下図のようになる。中心となるのは貿易商社（卸事業者）であり、自社のネットワークを活用して各国から商品を仕入れ、また各国に販売を行っている。貿易商社に関しては①珍しい商品の仕入れルートを持っているまたは同一商品を他社よりも安価かつ安定的に仕入れることが可能な仕入れルートを持っていること。②商品の販売先を多く持っていることがビジネスを行う上での優位性となっている。

日本側のメーカーがシンガポールからの再輸出を期待する場合、相手となる貿易商社（輸入卸）がシンガポール国外にどの程度販路を持っているかを確認する必要がある。また、既に日本からの商品の仕入れを行っている貿易商社であれば日本からの輸出入の手続きのノウハウだけでなく、既存の仕入れルートに載せて、少量から取引を行うことが可能となるため、よりスムーズに取引を開始できる。また、シンガポールに拠点を置く商社の中には、自社でゼロ GST 倉庫あるいはライセンス倉庫を保有している企業もある。

³¹ Maritime and Port Authority Singapore <https://www.mpa.gov.sg/web/portal/home/port-of-singapore/circulars-and-notices/port-marine-notices/detail/pn06-91>

³² 大手飲料メーカーヒアリングによる

図5 再輸出に関わる主なプレイヤー



(出所) 各種資料を参考に作成

一方、輸出入時に商品を実際に運送するのがキャリアー、キャリアーの代理店、窓口となるのがフォワーダーとなる。貿易商社と取引する場合は、貿易商社が提携しているフォワーダー、キャリアーが存在している可能性が高いが、貿易商社や現地の飲食店・小売店向けに商品サンプル等を輸送する際には、FedEx や DHL、OCS 等のフォワーダーに対して、直接依頼することになる。また、特に大企業の場合等、自社にて販路の確保が可能な場合においては、物流機能のみを 3PL (3rd Party logistics company) と呼ばれる会社に物流機能のみをアウトソースすることも選択肢になりうる。

4.1. 再輸出構造のパターン別事例

4.1.1 原液を再輸出・消費地でボトリング

清涼飲料水や牛乳など消費価格が低い飲料は、濃縮液または原液で輸入され、シンガポールにて一時保管されたあと、そのまま再輸出され、現地でボトリングされる。消費地でボトリングした方がボトリングコストも輸送コストも安くすむためである。この場合、原液は原産国証明がつくため、例えばニュージーランド産の牛乳をマレーシアでボトリングした場合「原産国ニュージーランド・生産国マレーシア」と表示される。

4.1.2 大手酒類メーカー

ビールやその他アルコール飲料等を扱う大手メーカーは、ゼロ GST 倉庫を活用し、アジア地域の需要状況に応じて供給するための拠点として、シンガポールを活用している。こうした企業は自社でシンガポールに販社をもち、各国に供給している。シンガポールにおいてア

ルコール飲料の再輸出取引が最も多い企業はモエヘネシーディアジオ社³³である³⁴。

4.1.3 中小酒類メーカー

ワインの産地フランスでは、各ワイナリーを地域ごとに取りまとめるフォワーダーがあり、シンガポールのディストリビューターはこのフォワーダーを通して LCL で輸入する。ライセンス倉庫を保有しているディストリビューターは、商品をライセンス倉庫に保管し、ここから再輸出に回す。また国内で注文があった場合はその場で GST 手続きを行って国内流通へ商品を販売する。

5. まとめ

シンガポールを活用した再輸出スキームについては、特に ASEAN 諸国や東アジア地域への輸出を拡大したい、アルコール飲料メーカーにとってメリットがあるものとなっている。特に、物流コストを抑えたまま、多くの国の市場に商品供給できることや、需要のある国や地域に迅速な商品供給ができること、インドネシアやマレーシア等、アルコール飲料への規制が厳しく、単独ではアプローチし難い市場へも商品供給ができることなど、が具体的な利点として挙げられる。

再輸出スキームを活用するためには、大企業の場合はシンガポールに拠点を置く 3PL 企業と提携し、自前の輸出スキームを構築することも考えられるが、中小企業の場合は現地に入りする貿易商社と関係構築を行うのが良策であると言える。シンガポールだけでなく、日本においても商談会等のイベントが開かれているため、積極的に足を運びたい。

³³ Moet Hennessy Diageo フランスのワイン、シャンペンおよびスピリッツメーカー
<https://www.mhdkk.com/en/brands/>

³⁴ ESG ヒアリングによる

6. シンガポールにおいて食品の再輸出実績のある卸事業者、小売事業者一覧

	企業名	事業概要	取扱商品	連絡先情報およびURL
アルコール・飲料 の再輸出実績が ある貿易商社（卸 売事業者）	Monopole	シンガポールをハブとして国内及びマレーシア にワインの輸出入を手掛ける卸事業者	ワイン	Tel:+65-6554-3680 Email: info@monopole.com .sg URL: http://monopole.co m.sg/
	Infinite Supply Pte Ltd	シンガポールをハブとして国内、中国、香港、マ カオ、タイ、インドネシア、カンボジア、マレー シアにレアワインを再輸出している卸事業者	ワイン	Tel:+65-9818-5452 Email: peter@infinitesuppl y.com.sg URL: http://www.infinite supply.com.sg/
	equatorial wines	シンガポールをハブとして国内及び東南アジア 諸国へ向けアルコール飲料を販売する卸事業者	ワイン、その他アルコ ール飲料全般	Tel:+65-8101-4995 Email: orders@eqwines.ne t URL:

			https://equatorialwines.com/
Makoto-Ya (S) Pte Ltd	シンガポールをハブとして国内および他アジア向けに日本の食料品、飲料を専門に取り扱う卸売事業者 1992 年設立以来、200 ブランド 1000 製品以上を取り扱っている。	食料品、飲料	Tel:+65-6741-3511 Email: enquiry@makoto-ya.com.sg (HP 上で直接入力も可能) URL: https://makoto-ya.sg/
W Star Corporation Pte Ltd	1997 年に設立、シンガポールをハブとしてアジア内向けにアルコール飲料を販売する卸事業者。中国とインドネシアにもオフィスを持つ。	ワイン、ビール、スピリッツ	Tel: +65 6736 0080 Email: sales@wstarcorp.com (HP 上で直接入力も可能) URL: http://www.wstarcorp.com/
Goodeal Marketing Pte Ltd	1997 年に設立、アジア向けにアルコール飲料を取り扱う卸事業者。Old Monk Rum, Royal Challenge Whisky, Marshal Scotch Whisky などのブランドからアジア地域独占販売代理店として指定されている。	アルコール飲料	Tel: +65-6552-0020 Email: goodeal@goodeal.com.sg URL:

				www.goodeal.com.sg
シンガポールにパートナーを持つ日本本社の貿易商社（卸事業者）	ラクトジャパン	シンガポールにある子会社 Lacto Asia Pte. Ltd. を中核企業として、マレーシア、タイ、インドネシア、中国に関係会社を設立し、事業展開を行っており、日本で培った食品原料商社としてのノウハウを活かし、多様な顧客ニーズに対応した原料の供給や、国内と同等のきめ細やかなサービスを提供することによって、アジアに進出している日系企業ならびに現地企業との取引を拡大している	チーズをはじめとした食品類	Tel:0570-055-369 URL: http://www.lactojapan.com/ja/Top.html
	株式会社巴商事	1993 年の設立以来、日本の顧客に世界中のお菓子、食品、アルコール飲料を提供している。海外お土産通販のパイオニアとして、世界各国のグルメ商材を取り扱っている	お菓子、食品、アルコール飲料	Tel:03-6411-6730 Email :HP 上で直接入力 URL: https://www.tomoe-global.jp/home
シンガポールから各国へ輸出を行う貿易商社（卸事業者）	Cargill	食料、農業、工業製品を中心として世界 70 カ国・地域に事業領域を持ち、食品および飲料製造事業者、食品供給会社、食品原料ならびに食品以外の用途の小売事業者をメインにサービスを提供している。シンガポールはアジア太平洋地域のハブである。	食料品、飲料品、農作物、工業製品、医薬品など	Tel:+65-6295-1112 Fax:+65-6393-8898 Email: HP 上で直接入力 URL: https://www.cargill.com

				com/home
	Louis Dreyfus Company (LDC)	1851年創業以来、農産物のあらゆるバリューチェーンを様々な形でサービスを展開する貿易会社である。穀物を中心として、10種類の商材を扱っており、生産から小売事業者へ提供するまでの流れを包括的にカバーしている。シンガポールは東南アジア地域のハブである。	穀物、飲料、コットンなど	Tel:+65-6735-9700 Fax:+65-6735-9600 Email: HP 上で直接入力 URL: http://www ldc com/global/en/
各国にて実店舗を持つ小売事業者	Olam International	22,000人以上の顧客に食料、原料、原材料を提供している。 1989年に設立されて以来、現在ではシンガポール証券取引所に上場し、7万2,000人の従業員によって、幅広いビジネス領域で先進的な立ち位置を築いている。また、製品開発からリスク管理、農業物流まで幅広いサポートサービスを提供している	ココア、コーヒー、コットン、食用ナッツ、スパイスなど	Tel:+65-6339-4100 Fax:+65-6339-9755 Email: singapore@olamnet.com URL: https://www olam group com/
	Golden Hung Ho	シンガポールを拠点として国内や中国、日本をはじめとした企業向けにアルコール飲料の販売を行う卸売・小売事業者である	ワイン、その他アルコール飲料全般	Tel:+65-6562-0798 Email: marketing@ghh.com.sg URL: http://www onestop liquor com/

Chuan Seng Huat	シンガポールを拠点として国内外へ小売、卸売、再輸出、輸入事業を行う卸売・小売事業者	ワイン、その他アルコール飲料全般	Tel:+65-6458-6857 Email: sales@chuansenghuat.com.sg URL: http://www.chuansenghuat.com.sg/
Pinnacle Wine and Spirits	シンガポールを拠点とした卸売・小売事業者。2004年に設立以来、アルゼンチン、チリ、フランス、イタリア、レバノン、ニュージーランド、スペイン、アメリカからワインの輸入をしている	ワイン、その他アルコール飲料全般	Tel:+65-6266-1068 Email: HP 上で直接入力 URL: https://www.pinnaclewinespirits.com/

7. シンガポールの開催される貿易展示会一覧（飲料、アルコール飲料中心）

ProWineAsia2018³⁵

➤ 概要

ProWineAsia は ProWine ワールドシリーズのアジア版である。この展示会はシンガポールをはじめ様々な地域で展示会を開催する、MesseDusseldorfAsia 主催の展示会で、前回開催時の出展企業数は 300 社以上、来場者数は約 1 万 4,000 人程度となっている。展示商品はワインを中心に様々なアルコール製品を対象としている。前回開催（2018 年 4 月）においては地方の酒造メーカーを中心に日本企業も 8 社出展している。

➤ 出店資格・来場方法

ビジネス関係者だけでなく一般の人々を含めた来場者を対象とした展示会であり、来場希望者はオンラインで事前登録をすることで参加することができる。

➤ 開催時期

2 年に 1 度の頻度で開催。次回開催は 2020 年 3 月 31 日～4 月 3 日。

WorldWineMeetingAsia³⁶

➤ 概要

WorldWineMeetingAsia は、ワイン生産者、輸出事業者、輸入事業者、代理店、および飲食店の専門家が、交流してビジネスを成功させるためのプラットフォームを提供することを目的としている。すべての参加者が新たなビジネスパートナーに会い、ビジネス活動を拡大できるよう支援する機会を提供している。また、展示会を通してアジアの多くの人々にワインを販売することができる。顧客のニーズに合わせた商談を通じて、アジア一流のワイン輸入事業者とバイヤーのパートナーシップを構築することができる。この展示会はシンガポールで開催される ADHESIONGROUP 主催の展示会で、平均的な出展企業数は 100 社、来場者数は 120 社からのビジネス関係者である。展示商品はワインのみを対象としている。

➤ 出店資格・来場方法

ビジネス関係者のみを来場対象者とした展示会であり、招待制で参加することができる。

➤ 開催時期

2019 年度における WorldWineMeetingAsia の開催時期は 5 月 23 日～5 月 26 日で、1 年に 1 度の頻度で 5 月末に開催される。

³⁵ Pro Wine Asia

<https://singapore.prowineasia.com>

³⁶ World Wine Meeting

<http://www.wwm-asia.com/>

Food & Hotel Asia2018³⁷

➤ 概要

Food & Hotel Asia2018 は、幅広くグローバルなサプライヤーとアジアからのバイヤーをつなぐ、集中的かつ包括的な貿易プラットフォームを提供している。参加者は貴重なネットワーキングの機会と理想的な商品の調達ルートを見つけることができる。この展示会はシンガポールで開催される UBM 主催の展示会で、2018 年度における出展企業数は 3,500 社、来場者数は 7 万 8,000 人である。展示商品はワイン、その他アルコール飲料などを対象としている。

➤ 出店資格・来場方法

ビジネス関係者を来場対象者とした展示会であり、来場希望者は事前登録または当日手続きをすることで参加することができる。

➤ 開催時期

2020 年度における Food & Hotel Asia の開催時期は 2020 年 3 月 31 日から 4 月 3 日で、2 年に 1 度の頻度で開催される。

FoodJapan2018³⁸

➤ 概要

FoodJapan は、日本の農水産物・食品に特化した中では ASEAN 最大の展示会である。日本と ASEAN 間の F&B ビジネスの橋渡しとなる FoodJapan は、古典的な日本の食材、飲料品、高品質な季節産品、独特の県特産品、革新的な技術と機械の多様性について理解し、学ぶための貴重な機会を提供している。

この展示会はシンガポールで開催される FoodJapan 実行委員会主催の展示会で、2017 年度における出展企業数は 283 社、来場者数は 1 万 1,061 人である。展示商品はアルコール飲料、食品類を対象としている。

➤ 出店資格・来場方法

ビジネス関係者だけでなく一般の人々を含めた来場者を来場対象者とした展示会であり、来場希望者は事前登録をすることで参加することができる。

➤ 開催時期

2018 年度における FoodJapan の開催時期は 2018 年 10 月 25 日から 27 日で、1 年に 1 度の頻度で 10 月末に開催される。

³⁷ Food & Hotel Asia

<https://www.foodnhotelasia.com/home/>

³⁸ Food Japan 2018

<http://oishii-world.com/>

TFWA Asia Pacific Exhibition & Conference³⁹

➤ 概要

TFWA Asia Pacific Exhibition & Conference では、1 万 m²のスペースにグローバルブランドを結集して、ワインや酒類に限らず様々な商品に焦点を当てたカンファレンスやワークショップ、包括的なネットワーキング・プログラムを提供している。この展示会はシンガポールで開催される TFWA 主催の展示会である。2016 年度における出展企業数は 310 社、来場者数は 2,905 人である。展示商品はワイン、酒類などを対象としている。

➤ 出店資格・出店費用

ビジネス関係者を来場対象者とした展示会であり、来場希望者は事前登録をすることで参加することができる。

➤ 開催時期

2018 年度における TFWAAsiapacificExhibition&Conference の開催時期は 5 月 6 日から 10 日で、1 年に 1 度の頻度で 5 月上旬に開催される。

Speciality&FineFoodAsia⁴⁰

➤ 概要

Speciality&FineFoodAsia は東南アジア全域からのフード・ビバレッジサービス、ホスピタリティ、小売および流通のビジネス関係者とバイヤーを結びつけるプラットフォームで、東南アジアでのビジネスを拡大するための最もターゲットを絞ったビジネスプラットフォームである。

この展示会はシンガポールで開催される、

FreshMontgomeryLtd&MontgomeryEventsAsia 主催の展示会で、2017 年度における出展企業数は全体で 161 社、そのうち海外からは 80 社であり、来場者数は 2,939 人である。展示商品はアルコール飲料や食品類を対象としている。

➤ 出店資格・来場方法

ビジネス関係者を来場対象者とした展示会であり、来場希望者は事前登録をすることで参加することができる。

➤ 開催時期

2018 年度における Speciality&FineFoodAsia の開催時期は 7 月 17 日から 7 月 19 日で、1 年に 1 度の頻度で 7 月中旬に開催される。

³⁹ TFWA Asia Pacific Exhibition & Conference

<http://www.tfwa.com/duty-free/TFWA-Asia-Pacific-Exhibition-Conference.15.0.html>

⁴⁰ Speciality & Fine Food Asia

<http://www.speciality-asia.com/>

付表：ヒアリング記録

#1	ワイン・スピリッツ卸売会社
事業内容	ヨーロッパ産ワイン・スピリッツの再輸出を中心に実施。
再輸出状況	<ul style="list-style-type: none"> - ヨーロッパに拠点を置くフォワーダーに、ワイナリーのワインを集荷してもらい、LCLでシンガポールまで輸出してもらっている。 - 最近では日本産のジン輸入しようとしている。 - 再輸出先は、ベトナム、インドネシア、タイ、マレーシア、香港。
シンガポールをハブとして利用するメリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 政府による基盤構築 <ul style="list-style-type: none"> - Bonded Warehouse が潤沢にあり、一時保管中は GST も関税も掛からないので、簡単に再輸出が可能。国内で販売することになった場合でも、パソコンで容易に GST の支払い処理ができる。 - 支払い処理が迅速。シンガポール政府は中国の銀行と関係性を構築しており、シンガポールの銀行は中国から中国元での支払いに対応している。シンガポールから他国に支払いする際も、1日以内に支払い処理が完了する。通常は、支払い完了が確認できてから、輸出がされるため、支払い処理のスピードは非常に重要である。 - 中国へ輸出する際に原産国証明書が必要だが、シンガポールでは、原産国証明書の再発行が可能。原産国からは、1コンテナにつき、1つの証明書のみ発行されるため、1コンテナの中身を分割して再輸出する際に再発行が有効である。 ● 地理的優位性 <ul style="list-style-type: none"> - イスラム教国であるマレーシアやインドネシアは、アルコールに関する法律が頻りに改定する。シンガポールは位置的に近いため、原産国からシンガポールへ輸送し、許可が下りるまで待機し、下りたらすぐに輸出できる。原産国から直接輸出する場合は、許可が下りてからの輸送となるため、時間を要する。 - ヨーロッパから LCL (lessthancontainerload) で購入すると、輸送期間が長いうえに、コストもかかる。シンガポールには世界中の国から集まったアルコールが置いてあるため、アジア各国の輸入業者は、複数の種類を組み合わせ、1コンテナに詰めて、輸送が可能。

#2	エンタープライズシンガポール
シンガポールをハブとして利用するメリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 各種制度の活用 <ul style="list-style-type: none"> - MES：大企業の多くは、当制度を活用。中小企業は、基準をクリアすることが難しい。MESは、基準さえクリアしていればどこでも利用可能なので、メーカーに限らず、卸売会社、ロジスティクス会社、販売代理会社も利用可能。 - 倉庫の賃貸はコストが掛かるので、日本の中小企業なら、製造だけ自社でして、シンガポールのロジスティクスの会社をパートナーに持つという方法がありえる。再輸出先の国の税関の通過やロジ周りでサポートができる。また、スーパーなどへの販売方法についても詳しい事業者が多い。 - シンガポール企業向けには、GlobalTrader'sProgram、GlobalCompanyPartnership、CapabilityDevelopmentGrantなどの制度があるが、日本企業が恩恵を受けるためには、シンガポール企業とジョイントベンチャーをつくり、株の持ち比率が30%以上である必要がある。 ● リーガル面 <ul style="list-style-type: none"> - 書面契約がある場合は、紛争の際にシンガポールが仲裁可能。 ● 多種多様な人口 <ul style="list-style-type: none"> - シンガポールには、ASEAN中から働きに来ている人がいるので、各国の市場にも精通している人材が豊富。そのため、ASEANに直接行って、適切なスキルを持った人材を探す苦労が不要。
再輸出先	<ul style="list-style-type: none"> - 食料の分野では、輸出先として最も多いのは、マレーシア、続いてインドネシア、タイ、ベトナム。ラオス、カンボジア、ミャンマーは輸入する体制が整っていないため、食料（特に生鮮食品）はあまり輸出されていない。 - 中国は、需要は大きいですが、最近では食（特に生鮮食品）の安全についての規制が厳格になっており、原産国から直接輸入を好む傾向にある。生鮮食品は製造している牧場自体が、中国の機関から認定されている必要がある。加工食品や飲料は、まだ厳しくなっていない。 - 飲料に関しては、シンガポールで最大の輸出事業者はLVMHであり、最大の輸出先はベトナム。
流通経路	<ul style="list-style-type: none"> - 海路が多いが、製品の種類や価値による。チルド食品なら空路、冷凍なら海路。電化製品など高価値な製品は空路でも利益が出る

	ため、空路の可能性が高い。飲料はほとんど海路。
今後の展望	<ul style="list-style-type: none"> ● 貿易全体のトレンド <ul style="list-style-type: none"> - 今までは、貿易は個人対個人の関係性や、情報の格差の上で成り立っていたが、今後はeコマースにシフトしていく可能性がある。。 B2Bの方が、B2Cよりもボリュームが大きく、継続性があるので、Alibaba や Amazon も検討している。例えば、B2Bのマーケットプレースのようなものを構築してシンガポールをベースとしてオペレーションを行い、そこに日本企業の出展を誘致して ASEAN 市場に展開していく、という方向があるかもしれない。 ● 中国の食の安全に関する規制 <ul style="list-style-type: none"> - 今後は、シンガポールを経由する場合でも、原産国からの経路が追跡可能であることを保証等することで、一定の規制緩和を交渉していくと予想。 ● 輸送時間の短縮 <ul style="list-style-type: none"> - 2種類以上の輸送機関（空路、海路、陸路）を利用する際、輸送機関間の連結を強め、輸出入の時間を短縮する方法を検討していく。

#3	日本食卸売会社
事業内容	日本から調味料などの食品の輸入をし、シンガポール市場向けに卸売りがメイン。一部東南アジア向けに輸出。
再輸出状況	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸出入の流れ <ul style="list-style-type: none"> - メーカーから直接の輸入はなく、日本の輸出商社から輸入している。輸出商社に発注をし、その商社が各メーカーへ発注・集荷をし、コンテナ詰めして輸送される。 - シンガポール市場向けの卸売りが中心なため、bondedwarehouseではなく、全て自社倉庫に保管している。GSTは支払い済みのため、他国からのオーダーが入った場合は、フォワーダーに国内渡しをし、後にGSTの還付を申請している。 ● 輸出先および輸出製品 <ul style="list-style-type: none"> - 輸出先は、インドネシア、マレーシア、ブルネイ、スリランカ、フィリピン。 - インドネシアは政権が変わってから、レギュレーションが厳格になり、約2年前から輸出が減少している。 - タイに関しては、国内産業保護のため、輸入規制が厳しい。

	<ul style="list-style-type: none"> - 各国の輸出先のプレイヤーは、卸売り会社か、スーパーマーケット。 - 輸出製品は、調味料やハラール製品が多い。(味噌や豆腐など) - エンドの購入しているのは、和食レストランやスーパーの顧客。 - シンガポールには多くの船が寄港するので、シップチャンドラー(船食屋)が多く、シップチャンドラーにも販売をしている。 ● ロジティックス <ul style="list-style-type: none"> - 日本からの輸入に関しては、年間 200 コンテナ以上輸送しており、ボリュームが大きいので、特定の船会社を利用しており、ディスカウントが効く。 - 輸出時は、コンテナベースで出すことは少ないので、都度ローカルの会社に依頼。依頼する会社はその時々によって異なる。 - スリランカだと、取引先がシンガポールに出向いて、ハンドキャリーに詰めて、直接持って帰るケースが多い。
--	---

# 4	ロジスティックス会社
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> - シンガポールをハブとして活用する販売代理店が顧客。ヨーロッパ産のワイン、日本産の梅酒・日本酒、化粧品などを取り扱っている。 - 2017年6月より営業開始
再輸出状況	<ul style="list-style-type: none"> ●実施内容 <ul style="list-style-type: none"> - エンドツーエンドサービスを提供しているため、貨物運送、通関、流通センターの管理までを対応することができる。 - シンガポール税関のゼロ GST 倉庫認定を受けているため、再輸出が多い顧客については、ゼロ GST を利用する。 - アルコールに関しては、自分たちがライセンスを保持しているため、輸入許可書の税関申告は自ら実施する。 ●輸出入先 <ul style="list-style-type: none"> - 飲料分野では、90%をワインが占めており、ヨーロッパのワインの卸売り会社が多い。最大の顧客はフランスにある、高級ワイン・ウイスキーの卸売りをしている会社。 - 再輸出先は、ベトナム、タイ、インドネシアとマレーシアなど。 - ムスリムの国であるインドネシアやマレーシアも、必要な手続きさえ済ませれば、輸出のしづらさなどはない。 ●輸送経路

	<ul style="list-style-type: none"> - 輸入時は殆ど海路であり、輸出時も海路がメイン。コスト次第で、顧客が経路を決定する。温度を一定に保つ必要がある商品や早く最終輸出先に届けたい商品は、空路を使う場合がある。
輸出に関する取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ●SecuredTradePartnership (STP) - 輸出輸入社及び物流事業者を対象とする、シンガポール税関管轄の自主的なプログラム。認定を受けるためには、輸出入のプロセスやシステムがより高い水準を満たす必要があり。輸出入に関わる事業者自身が、シンガポールの貿易ネットワークをより安全性の高いものにするために、加入する。 - 申請方法としては、ゼロ GST 倉庫の認定申請をする際に、同時に申請をし、より厳しい基準の手続きをする。
貿易港の今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> - 2019 年から 2040 年にかけて、全港を Tuas に移管させる大規模な政府のプロジェクトがある。まずは、東側にある TanjongPagar、Kepple エリアを Tuas に移管させ、その後に PasirPanjang エリアの港を移管させる。 - 完成後の Tuas 港の取引量は、現在は取引量の 2 倍に達する予定である。取引量では、世界最大であると思う。ボリュームでは、上海がまだ最大である。

シンガポールにおける食品（アルコール飲料・清涼飲料水）の再輸出実態調査

2019年3月作成

日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部 農林水産・食品課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
Tel. 03-3582-5186

無断転載禁止