

シンガポールにおける日本産果実
および果実加工品消費動向調査

2015年3月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

岡山貿易情報センター

本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご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、ご了承ください。

はじめに

ジェトロは、シンガポールにおける果実および果実加工品の消費動向をテーマとして、家庭用（百貨店、スーパー、食品専門店など）と業務用（レストラン、ホテルなど）のそれぞれにおいて、果実（特に桃、ブドウ）および果実加工品の消費・販売動向を調査し、その結果をまとめた。

この調査結果がシンガポールにおける日本産果実および果実加工品の新たな需要創出につながれば幸いである。

目次

1. シンガポールにおける日本からの桃の輸入動向	1
2. シンガポールにおける日本からのブドウの輸入動向	2
3. 桃・ブドウを扱う商社・小売企業の動向	3
4. 桃・ブドウを扱うレストラン・ベーカリー・ホテルの動向	13
5. ウェットマーケット(市場)の動向	21
6. 食品関連展示会における日本産果実・加工品の出展状況	23
7. シンガポール市場開拓における現在の課題	26
8. 現状をふまえたマーケティングプラン	31
9. 総括	34

1. シンガポールにおける日本からの桃の輸入動向

シンガポールにおける日本からの桃（青果）の輸入状況（図 1）は 2011 年から 2014 年までの 4 年間、桃の輸入量は右肩上がりに増加しており、2014 年の輸入量は 2011 年の 3 倍となった。一方で、1 トンあたりの輸入額は、年により大きく変動している。

2012 年と 2014 年は、日本国内の流通価格が下落したことにより大幅に輸入量が増加したと考えられる。また、2013 年の輸入額が突出しているのは、急激に円安が進み、為替の大きな変動が要因と考えられる。

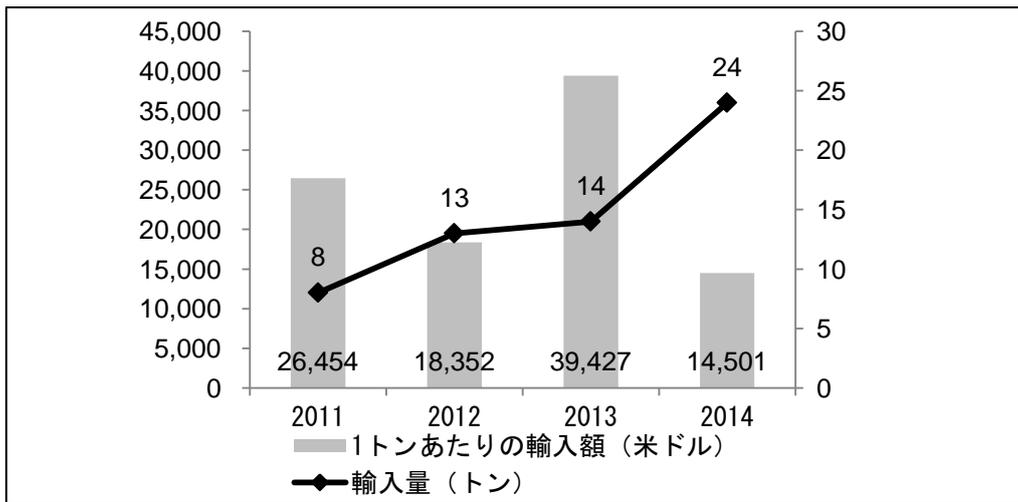


図 1. シンガポールにおける桃（青果）の輸入量および輸入額
[出所]International Enterprise Singapore

一方、日本からの桃（シロップ漬け）の輸入動向を見ると（図 2）、輸入量は 2011 年から 2014 年にかけて増加。2014 年の輸入量は 2011 年の約 3 倍となった。

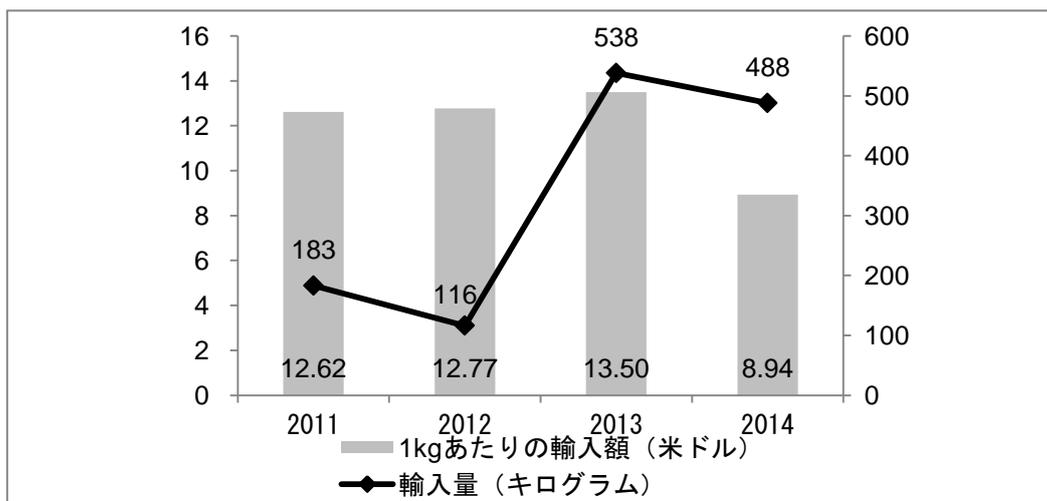


図 2. シンガポールにおける桃（シロップ漬け）の輸入量および輸入額
[出所]International Enterprise Singapore

2. シンガポールにおける日本からのブドウの輸入動向

シンガポールにおける日本からのブドウ(青果)の輸入状況データ(図 3)によると、2011年から2014年にかけて、日本からのブドウの輸入量は徐々に増加している。一方で1トン当たりの輸入額は2013年度を除き、あまり変化は見られない。

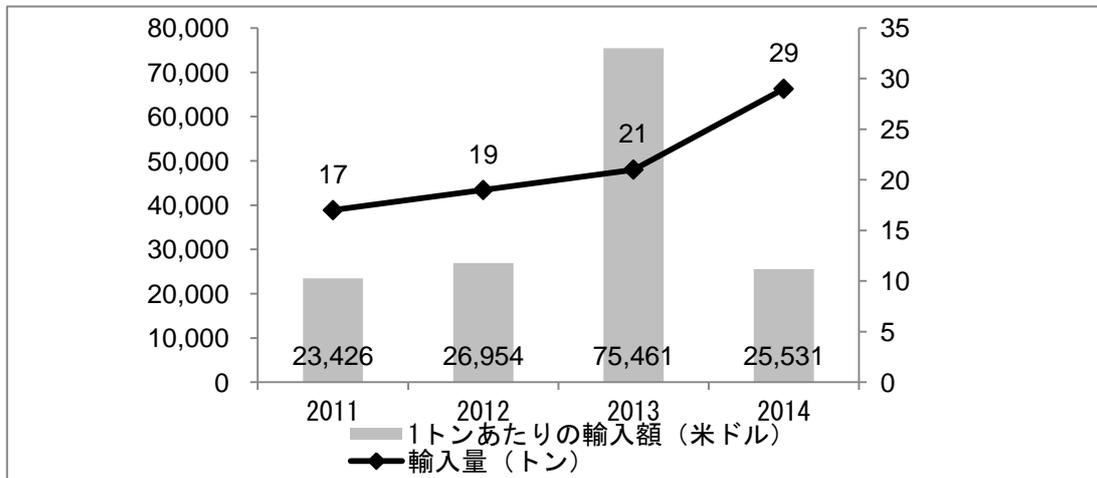


図 3. シンガポールにおけるブドウの輸入量および輸入総額

[出所]International Enterprise Singapore

3. 桃・ブドウを扱う商社・小売企業の動向

今回の調査にあたって、果実・果実加工品を取り扱う商社 6 社（現地系 5 社、日系 1 社）、小売企業 8 社（現地系 5 社、日系 3 社）に対し、「桃・ブドウの取り扱いの有無、その産地・価格、卸先、取扱いを増やす意向の有無など」に関して調査を実施した。各企業の回答は以下の通りである。回答が得られなかった項目に関しては NA と表記した。

【商社】

現地系 5 社、日系 1 社から回答を得ることができた。各企業の回答は表 1 の通りである。

< 青果 >

多くの企業がカタログなどのより詳細な情報を希望した。日本産果実の取扱いに興味はあるものの、日本産は高価であるため現在は取り扱っていない、もしくは、手頃な価格の場合のみ取り扱うという声が多かった。一方で高級果実を扱う日系企業は、日本産果実に興味を示していた。

① 桃

産地は、オーストラリア、米国、日本が多く、イタリアやフランス、スペインなど欧州からも輸入されている。卸売時期に関しては、ほとんどの企業がその種の旬の時期に輸入を行っている。

② ブドウ

産地はオーストラリア、米国、日本が多く、インドネシアや中国などからも輸入されている。種類も、赤ブドウから緑ブドウ、黒ブドウまで多岐にわたり、卸売時期はほとんどの企業がその種の旬の時期に輸入を行っている。

< 加工品 >

果実加工品を扱っているのは 6 社中 2 社であった。桃の加工品を扱う企業は 2 社あり、どちらも缶詰の桃を扱っていた。産地はタイ、日本であり、缶詰桃の他にもドライピーチやピューレの取り扱いを検討している企業も見られた。ブドウの加工品を扱う企業はなかった。

一部の現地系企業は、加工品にとって果物自体の品質はそれほど重要でないと考えており、日本産果実の加工品を輸入するには日本産果実に他と差別化できる PR ポイントや、価格的なメリットが無ければ検討は難しいという回答だった。

表1-1. 桃・ブドウに関する質問に対する各商社の回答

日系／現地系	現地系	現地系
企業名	Ban Choon Marketing Pte Ltd	Market's Best
住所	30 Quality Road, Singapore 618803	8 Ubi Road 2, #06 - 29 Zervex, Singapore 408538
企業説明	シンガポールのスーパーマーケットに野菜や果実を卸売りしている。	世界各地から季節のフレッシュフルーツの輸入・卸売を行うシンガポールの会社。1992年設立。スーパーマーケットや食品・飲料会社に卸売を行う主なサプライヤーの一つ。
桃・ブドウの種類	桃、ブドウ	Red Grapes (Flame, Crimson, Red Globe, Ralli) Black Grapes (Royal, Autumn, Midnight, Beauty) Green Grapes (Thompson, Sugarones/Menindee) White Peaches Yellow Peaches
年間輸入量	桃・ブドウ共に、一週間あたり100-200キロを輸入。	NA
輸入国	日本各地	オーストラリア、米国、スペイン
卸売時期	旬の時期	〈桃〉(オーストラリア)11月-3月 (アメリカ)7月-8月 (スペイン)4月-9月 〈ブドウ〉(オーストラリア)11月-5月 (アメリカ)5月-1月
卸先	Fair Price や Finest, Rochester Market などのスーパーマーケット。	スーパーマーケット、食品飲料取り扱い企業。
価格	NA	Flame(今が旬)売値 S\$53/10kg
需要が高い品	NA	取り扱っている桃の中ではアメリカ産のものが最も高品質である。
今後取り扱いを増やす意向	日本産果実と野菜に関しては既に3つのサプライヤーを使用している。日本産果実の需要も高くはなく、供給が需要をかなり上回っているため、今後サプライヤーを増やす予定はない。	今のところ日本産果実を取り扱おうとする動きは無いが、興味はある。(カタログ希望) 価格が高すぎなければ検討するかもしれない。
果実加工品を取り使う意向	NA	無し。
その他	新しいサプライヤーの話聞くことは歓迎するが、提携するのは難しいだろう。どの国の品が最も売れているかなどの情報は開示出来ない。	品質を確かめるため、サンプルを希望。

表1-2. 桃・ブドウに関する質問に対する各商社の回答

日系／現地系	ローカル	ローカル
企業名	Miumi Japan Food Co Pte Ltd	SunMoon Food Company Limited
住所	Angliss Singapore Pte Ltd 232 Pandan Loop Singapore 128420	21 Bukit Batok Crescent #10-75 WCEGA Tower Singapore 658065
企業説明	2013年に設立された食品サプライヤーAngliss Singaporeの系列会社。主にシンガポールの中流～高級クラスのレストラン、主流の日本食レストランなどに日本食品を卸売する。	世界各地からフレッシュフルーツの輸入・卸売を行うシンガポールの会社。1977年設立。中国とインドネシアにも展開。加工品(自社ブランド)も販売。
桃・ブドウの種類	白桃	ブドウ: Red globe, Crimson, Black seedless, Thompson seedless, Autumn Royal, Crimson seedless, Flame seeded 桃: Normal Peaches, Donut Peaches
年間輸入量	NA	NA
輸入国	イタリア、フランス、スペイン	米国、タイ(加工品)、中国(加工品)
卸売時期	7月-9月	<ブドウ> Red globe (7月-2月), Crimson (9月、10月), Black seedless (11月-2月), Thompson seedless (1月-4月), Autumn Royal (2、3月), Crimson seedless (1月-3月), Flame seeded (11月-1月). <桃> 6月-10月
卸先	シンガポールの中流から高級クラスレストラン、有名な日本食レストランなど。	NA
価格	買値 S\$3.30-4.95、仕入コスト (landed cost) S\$11.20-12.90	ブドウ: 1キロ当たりS\$2-3(買値)、同S\$4-5(売値)
需要が高い品	オーストラリア産や米国産より質がいいので欧州産の白桃を選択。	<シンガポール> Black seedless <インドネシア> 種つき種 <中国> 赤ぶどう
今後取り扱いを増やす意向	桃の取り扱いを増やす意思はあるし、日本産果実及び野菜を取り扱いたい。日本産の桃が高品質だということは知っている。プロモーションを開始するためには価格や入手可能かどうかといった情報が5月までに必要。	取り扱いを増やす意向はあるが、今はチリ産(ブドウ)、アルゼンチン産(ブドウ)、韓国産(桃)を検討中。日本産は値段が高いため、シンガポール人の購買力を鑑みると、売りにくいと思う(以前、日本産のリンゴを輸入する商談もあったが、価格が高すぎるので、進まなかった)。だが、中国人の購買力は高いので、SunMoonは中国でBtoCに販売しており、将来的に中国で日本産桃とブドウを売る可能性は高い。
果実加工品を取り使う意向	冷凍桃のピューレ、缶詰桃、ドライピーチを輸入したい。白桃ピューレの現在の市場価格は14Sドルなので、もし日本産のものが高すぎる様であれば需要は限られる。	加工品は果物自体の品質はさほど重要ではないので、ほとんど安いタイ産桃を使っている。日本産なら、使えないでもないが、果実・果実加工品のOEMのみ興味がある。
その他	30-50社のクライアントに紹介するだけの十分なサンプルが必要。日本国内、またシンガポールへの配送費を含めた最低限のコストとオーダー数が知りたい。	カタログ希望

表1-3. 桃・ブドウに関する質問に対する各商社の回答

日系／現地系	日系	現地系
企業名	Tanesei Trading Pte Ltd	Tangy Tangerines
住所	8A Admiralty Street Food Xchange #01-23 Singapore 757437	24 Wholesale Center #01-182 Singapore 110024
企業説明	日本食品全般を扱う。果実関連では、焼き菓子や飲料などを主に扱う。現在約 2,000 の商品を取り扱っている。	世界各国から高級果実を輸入し、オンライン上で販売したり各家庭へ届けたりする。
桃・ブドウの種類	缶詰桃：はごろも 白桃	桃 ブドウ:Black Seedless Grapes Green Seedless Grapes Red Seedless Grapes
年間輸入量	NA	NA
輸入国	日本各地	桃：岡山、福岡、オーストラリア ブドウ：岡山、福岡、米国
卸売時期	NA	時季(特に夏)
卸先	スーパーマーケットやレストラン、ホテル	企業や個人 OCBC、Keppel Land、The Ascott Group など
価格	NA	売値 オーストラリア産桃：1 個 2.50Sドル 米国产ブドウ：1 キロ 8-9Sドル
需要が高い品	NA	NA
今後取り扱いを増やす意向	加工品のみわずかに有。フレッシュフルーツは海運で輸入し高額になるため興味がない。既に 2,000 を超える商品を提供し、多くの日系企業と取引しているため、他と違う何かを求める。日本産果実加工品の市場は既に多くのサプライヤーで飽和状態にあり、他国のブランドフルーツが多く流通しているため日本のフルーツに特段の興味がない。	有。カタログと見積もりを希望。
果実加工品を取り使う意向	NA	NA
その他	NA	日本産果実需要は高額のため米国产やオーストラリア産に比べて少ない。

【小売企業】

現地系 5 社、日系 3 社から回答を得ることができた。

<青果>

一般家庭向けとして、日本産以外の青果を低価格で販売する企業が多く、日本産果実を取り扱うのは 2 社のみであった。2 社はいずれも日系のスーパーマーケットであり、客層はローカルも日本人も訪れる先である。既に輸入はしていても輸入コストが莫大であり取り扱いを増やす意向はあまりないとしている。

① 桃

オーストラリア、ニュージーランド産が多く見られ、1 社のみ日本産桃を取り扱う企業があった。日本産桃と他国産桃の平均価格の価格差は約 7～8 倍にものぼる。

② ブドウ

産地は南アフリカ、オーストラリア、米国が多く見られ、日本産を取り扱う企業は 2 社あった。種類は、赤ブドウから緑ブドウ、黒ブドウ、白ブドウまで多岐にわたる。日本産ブドウと他国産ブドウの平均価格の価格差は約 15～16 倍にものぼった。

<加工品>

スーパーマーケットでは常時缶詰桃、桃ジャムを扱っているが、比較的フレッシュフルーツを好むシンガポールでは、一般家庭においてあまり加工品の需要は多くない。缶詰桃に関しては各サプライヤーから仕入れたものに加え、自社ブランドの缶詰桃を扱っているスーパーマーケットもあった。桃の加工品を取り扱う企業は多く見られ、缶詰桃、桃ジャムなどを扱っていた。缶詰桃の輸入元としては南アフリカが圧倒的に多く、桃ジャムはフランス産のものが多かった。ブドウの加工品を扱う企業はなかった。

表2-1. 桃・ブドウに関する質問に対する各小売店の回答

日系／現地系	現地系	現地系
企業名	Benelux Produce	Cold Storage
住所	245 Pandan Loop, Singapore 128428	21 Tampines North Drive 2 Giant #03-01 Singapore 528765
企業説明	世界各国から生鮮果実を輸入し、 シンガポールの企業へ供給。	ローカルスーパーマーケット
桃・ぶどうの種類	桃	<桃> ネクタリン 白桃 缶詰桃 桃ジャム <ブドウ> Crimson Red Seedless Grapes Red Globe Grapes Black Sapphire
年間輸入量	NA	NA
輸入国	北半球、南半球、オーストラリア(時期による)	缶詰桃:南アフリカ 桃ジャム:フランス ブドウ:オーストラリア、米国
卸売時期	NA	NA
卸先	The Dairy Farm Group, NTUC Fairprice 及び Fairprice Finest、 Carrefour、Isetan、Meidi-ya、 Mustafa、Integrated Resorts その他ホテルやレストランなど。	NA
価格	NA	(売値) <桃> NECTARINE LOOSE AUST:S\$2.99 (8個) 白桃:S\$4.95/個 <ブドウ> Red Seedless:S\$6.99(700g) Red Globe:S\$10.99(900g) Black Sapphire:S\$10.99(700g) <缶詰桃> HOSEN:S\$2.50(420g) S\$3.45(820g) First Choice:S\$3.95(820g) SW:S\$4.25(825g) Delmonte:S\$4.25(825g) <桃ジャム> Bonne Maman:S\$6.85(370g)
需要が高い品	NA	NA
今後取り扱いを増やす意向	有り。	NA
果実加工品を取り使う意向	無し。	NA
その他	カタログ希望	NA

表2-2. 桃・ブドウに関する質問に対する各小売店の回答

日系／現地系	現地系	現地系
企業名	CT Vegetables & Fruits	Fair Price
住所	CT Vegetables & Fruits Pte Ltd 14 Joo Koon Circle Singapore 629045	NTUC Fairprice Co-operative Limited No. 1 Joo Koon Circle #13-01 FairPrice Hub Singapore 629117
企業説明	果実・野菜のサプライヤー	ローカルスーパーマーケット
桃・ブドウの種類	桃、ブドウ	<桃> 白桃 缶詰桃 桃ジャム <ブドウ> Green Grapes Red Grapes White seedless grapes Red seedless
年間輸入量	NA	NA
輸入国	オーストラリア(桃)、南アフリカ(ブドウ)	桃:ニュージーランド 缶詰桃:南アフリカ 桃ジャム:フランス ブドウ:オーストラリア、南アフリカ
卸売時期	NA	NA
卸先	NA	NA
価格	(売値)桃 \$3.20/kg、ブドウ \$4.10/kg	(売値) <桃> 白桃:\$6.25/4個 <缶詰桃> HOSEN:\$3.25(825g) FairPrice:\$2.35(825g) <桃ジャム> ST.DALFOUR:\$5.30(284g) <ブドウ> Green Grapes:\$4.70/kg Red Grapes:\$5.90/kg White seedless grapes:\$3.25(500g) Red seedless:\$3.25(500g)
需要が高い品	NA	NA
今後取り扱いを増やす意向	有。ただし価格が手頃であれば。	NA
果実加工品を取り使う意向	無	NA
その他	カタログ希望	NA

表 2-3. 桃・ブドウに関する質問に対する各小売店の回答

日系／現地系	現地系	現地系
企業名	Foodxervices Inc.	Harvestime Group Singapore Pte Ltd
住所	7 Jalan Kilang, Fourth Floor, Singapore 159407	420 North Bridge Road #05-08 North Bridge Centre Singapore 188727
企業説明	缶詰、乾物、保存食品、冷凍食品などを含む食品のサービスを行う。1930年代に設立された食品サービス会社。缶詰、乾物、冷凍食品、保存食品などを扱う。	冷凍果実と果実ピューレ(主にベリー)のサプライヤー。またオーガニック果実食品も取り扱っている。
桃・ぶどうの種類	缶詰桃 現在は OEM により缶詰フルーツのみ取り扱っている。 スペイン工場にて作られた製品を自社ブランドの名で再販売している。	現在取り扱っていない
年間輸入量	NA	NA
輸入国	スペイン	NA
卸売時期	NA	NA
卸先	幅広い顧客をもつ。一流ホテル・レストランから料理学校、料理協会など。	ホテル、レストラン、クラブ & パブ、カフェテリア、ケータリング会社、病院、学校、食品工場、ベーカリーの他、小売・卸売業社なども。
価格	売値 S\$3.08(820g)	NA
需要が高い品	NA	NA
今後取り扱いを増やす意向	フレッシュフルーツ(日本産含む)を取り扱う意思はあるが、今すぐではなく、数年後を予定。	無し。
果実加工品を取り使う意向	無し。	・シンガポールにおける冷凍ぶどうやピューレの需要は少ない。 ・ベリーが依然として最も人気である。 ・桃には興味がある。現在いくつかの日系業者とコンタクト中。高級日本果実に対する市場は大きくは無く、消費者はオーガニックといった付加価値を求める傾向がある。当地で流通する果実のほとんどは A 級で、同じカテゴリーのもので、価格が高いようであれば新規取扱は難しい。
その他	NA	商品リストは希望するが、価格リストと共に送付してほしい。

表 2-4. 桃・ブドウに関する質問に対する各小売店の回答

日系/現地系	日系	日系
企業名	ISETAN Singapore Ltd	Jmart
住所	593 Havelock Road #03-02 Isetan Office Building Singapore 169641	8A Admiralty Street Food Xchange #01-23 Singapore 757437
企業説明	日系スーパーマーケット	Tanesei Trading Pte Ltd が運営する日本食品、日本製品を取り扱う日系スーパーマーケット。
桃・ブドウの種類	桃: 白桃、黄桃 ブドウ: Red Globe, Red/green/black (種ありなし両方)	<桃> 白桃(現在は扱っていない。数年前まで取り扱っていた。) 缶詰桃: はごろもフーズ 白桃 <ブドウ> オリエンタルスター
年間輸入量	NA	NA
輸入国	日本、オーストラリア、米国、南アフリカ、台湾、韓国	缶詰桃: 日本 ブドウ: 京都
卸売時期	NA	時季により取り扱う場合あり。 今年取り扱いません。
卸先	NA	NA
価格	(売値) <日本産でないもの> 桃: \$2.30~\$4.90/個 (1個 250g~350g) ブドウ: \$9.90/kg <日本産> 桃: \$19.90 - \$23.90/個 (Lサイズ) ブドウ (Shine Muscat 等) \$69.00-\$89.00/700g	オリエンタルスター: \$60~\$70/1房
需要が高い品	桃: 日本産、米国産、オーストラリア産 ブドウ: 日本産、台湾産、韓国産、米国産、オーストラリア産、メキシコ産、南アフリカ産	NA
今後取り扱いを増やす意向	有り。高品質の桃・ブドウの需要が増えているから。 岡山産の桃・ブドウの取り扱いも増やす予定。 岡山産は高品質で美味しいため。	空輸によりコストが莫大にかかること、専門的に扱っていないので定期的に輸入しないことなどを考えると、無し。
果実加工品を取り使う意向	現在は、フレッシュフルーツがより人気があるため需要は低い。ただし、産地側でPRを積極的に行う方針があれば、検討。	少量だがすでに缶詰桃を扱っている。
その他	ローカルは高品質を求める傾向があり、日本産を仕入れている。 桃は山梨産、和歌山産、長野産が、ぶどうに関しては岡山産、福岡産、長野産は一定の認知度あり。 旬の時期に日本産桃・ぶどうに焦点を置いたフェアをやるべき。ローカルがフレッシュフルーツを好む傾向から、輸送手段、流通経路、商品管理など要検討。	カタログや見本市の案内などがあれば希望。

表 2-5. 桃・ブドウに関する質問に対する各小売店の回答

日系/現地系	日系	現地系
企業名	MEIDI-YA SUPER MARKET	SHENG SIONG
住所	177 River Valley Road #B1-50 Liang Court Shopping Centre	6 Mandai Link Singapore 728652
企業説明	日系スーパーマーケット	ローカルスーパーマーケット
桃・ブドウの種類	白桃・黄桃・ネクタリン ブドウ 缶詰桃 桃ジャム	<桃> ネクタリン 缶詰桃 桃ジャム <ブドウ> Australian Table Grapes Red Seedless Black seedless Sugra thirteen
年間輸入量	NA	NA
輸入国	桃:オーストラリア 缶詰桃:南アフリカ ブドウ:南アフリカ、オーストラリア	ネクタリン:オーストラリア ブドウ:オーストラリア、南アフリカ
卸売時期	NA	NA
卸先	NA	NA
価格	<桃> 白桃 S\$6.90/2 個 黄桃 S\$7.50/2 個 ネクタリン S\$2.30/2 個 <ブドウ> Red Globe S\$9.90/kg Black S\$9.90/kg RED S\$9.90/kg Green S\$9.90/kg <缶詰桃> SW S\$2.75(432g) Delmonte S\$4.70(825g)	(売値) <桃> ネクタリン:S\$4.02(4 個) <缶詰桃> Delmonte:S\$3.95(825g) HOSEN:S\$3.25(825g) <桃ジャム> alce nero:S\$8.80(270g) <ブドウ> Australian Table Grapes:S\$4.90/kg Red Seedless:S\$3.29(500g) Black seedless Sugra thirteen:S\$3.29(500g)
需要が高い品	NA	NA
今後取り扱いを増やす 意向	NA	NA
果実加工品を取り使う 意向	NA	NA
その他	NA	NA

4. 桃・ブドウを扱うレストラン・ベーカリー・ホテルの動向

果実・果実加工品(特に桃・ブドウ)を使用するレストラン・ベーカリー・ホテル 27 社に「桃・ブドウの取り扱いの有無、その産地・価格、サプライヤー、取り扱いを増やす意向の有無など」について調査を実施したところ、13 社(日系 6 社、現地系 7 社)から回答を得られた。各企業の回答は以下の通りである。回答が得られなかった項目に関しては NA と表記した。

<青果>

レストラン・ベーカリー・ホテルにおいて青果を使用している企業は 13 社中 8 社で、そのほとんどがブドウを使用していた。ブドウは店頭装飾として用いるか、デザートとして出すことが多い。日本産果実に興味を示す企業も何社かみられたが、価格が手ごろであれば検討するという回答が多かった。

①桃

産地は、米国やオーストラリアが多い。レストラン・ベーカリー・ホテルでは青果よりも缶詰桃を扱っており、ほとんどが年間を通して缶詰桃を使用していると答えた。

②ブドウ

産地はオーストラリア、日本(京都)など。ブドウは、ホテルの装飾用や、デザートの一部として使用する程度であり、ブドウをメインにしたメニューはあまり見られなかった。

<加工品>

缶詰桃を使用している企業が多く、ブドウの加工品は見られなかった。ケーキやタルトには主に缶詰桃が使用されているが、缶詰に関しては、果実そのものの質よりも価格を重視する企業が多かった。一方、日系では桃ジュース(日本産)などを陳列するケーキショップや、日本産の果実加工品の取り扱いを検討しているベーカリーもあり、日本産果実加工品に前向きな姿勢も見られた。

【日系レストラン・ベーカリー】

6 社の日系レストラン、ベーカリー、ケーキショップから回答が得られた。各企業の回答は表3の通りである。

表3-1. 桃・ブドウに関する質問に対する日系レストラン・ベーカリーの回答

企業名	Cafe Ma Maison	Chef Yamashita
住所	177 River Valley Road #B1-19 Liang Court SINGAPORE 179030	LOCK 1, TANJONG PAGAR PLAZA #02-44, SINGAPORE 082001
企業説明	日本国内の他、シンガポールに4 店舗を展開する日系洋食レストラ ン。	岡山県出身のパティシエによるス イーツショップ。
桃・ブドウの取り扱いの有 無	桃、ブドウ	現在は桃・ブドウは使用していな い。 岡山県産果実にとっても興味があ る。現在は青森産リンゴ・かんきつ 類など、複数の日本産ドライフル ーツ、保存用加工フルーツを使 用。日本での卸値と同額で卸して くれる日系サプライヤーを使用。
産地	米国産	NA
価格	NA	NA
サプライヤー	ローカルサプライヤー	NA
使用時期	NA	NA
使用方法	NA	NA
桃・ブドウを使用した人 気メニュー	ストロベリータルトが最も人気。	NA
今後桃・ブドウの取り扱 いを増やす意向の有無	旬の時期による。需要が多ければ 増やすし、なければ増やさない。	NA
日本産桃・ブドウを取り 扱う意向の有無	NA	日本産の桃・ブドウに興味はある が、まず価格を確認し、価格が手 頃であれば検討したい。
その他	NA	NA

表3-2. 桃・ブドウに関する質問に対する日系レストラン・ベーカリーの回答

企業名	Dulcet & Studio	Flor Patisserie
住所	177 River Valley Road #01-41/42 Liang Court Shopping Centre, Singapore	42 Siglap Dr Singapore 456 167
企業説明	日系パティスリーショップ・カフェ。	日系パティスリーショップ。シンガ ポールに4店舗展開する、お洒 落な富裕層向け店舗。
桃・ブドウの取り扱いの有 無	桃ジュース、ブドウ	現在日本産桃を使用中。ブドウ は使用していない。 日本産アプリコットジャムも使用 中。
産地	桃ジュース(ボトル):日本 ブドウ:京都	日本
価格	NA	NA
サプライヤー	NA	NA
使用時期	桃ジュース:年間を通して ブドウ:旬の時期のみ	NA
使用方法	シフォンケーキ	NA
桃・ブドウを使用した人 気メニュー	季節限定メニュー	NA
今後桃・ブドウの取り扱 いを増やす意向の有無	都度確認が必要。	NA
日本産桃・ブドウを取り 扱う意向の有無	既に日本産の扱いあり。	NA
その他	NA	NA

表3-3. 桃・ブドウに関する質問に対する日系レストラン・ベーカリーの回答

企業名	Fruits Paradise	酢重レストラン
住所	68 Orchard Road, #04-01, Singapore 238839 (Plaza Singapore)	Mandarin Gallery 333A Orchard Rd #04-05 SINGAPORE 238897
企業説明	日本人パティシエが作るフルーツ タルトショップでシンガポール国内 に5店舗を展開している。Japan Food Holdings が経営。	高級志向の日本食レストラン。日 本に5店舗、シンガポールに1店 舗展開。
桃・ブドウの取り扱いの有 無	桃、ブドウ	主にパイナップルやメロンなどシ ンガポールで一般的な果実を使 用しており、桃・ブドウは高価なた め取り扱っていない。
産地	オーストラリア、韓国	NA
価格	ブドウ: 1 キロあたり 6.50Sドル	NA
サプライヤー	NA	NA
使用時期	ブドウ: メニューに変更がない限 り、市場の需要を反映しながら定 期的に使用。 桃: 時期による。	NA
使用方法	タルト、ゼリー	NA
桃・ブドウを使用した人 気メニュー	ブドウは使用するがほぼデコレー ション用。それよりもバナナやマン ゴー、イチゴを使用したメニューの 方が人気。	NA
今後桃・ブドウの取り扱 いを増やす意向の有無	価格がリーズナブルであれば日 本産果実の取り扱いも検討する。 以前検討したが、空輸の高コスト とフレッシュフルーツタルト市場を 鑑みて断念した。	NA
日本産桃・ブドウを取り 扱う意向の有無	有。しかし現在、高品質のものが なく日本産の桃・ブドウの取り扱 いは行っていない。 ビジネスプランナーが定期的に日 本とコンタクトし日本製のものを取 り扱うことも視野には入れている が、良いものがみつからない状 況。	日本産果実は高価なので使用し ようとは思わない。
その他	カタログ希望	NA

【ローカルレストラン・ベーカリー・ホテル】

7社のローカルレストラン、ベーカリー、ケーキショップ、ホテルから回答が得られた。各企業の回答は表4の通りである。

表4-1. 桃・ブドウに関する質問に対するローカルレストラン・ベーカリーの回答

企業名	Bengawan Solo Pte Ltd	Ciel Pâtisserie
住所	23 Woodlands Link Singapore 738730	124 Hougang Ave 1, #01-1444 Singapore 530124
企業説明	シンガポールに多くの店舗を持つ有名菓子店。伝統的なお菓子の他、ケーキやクッキーなども販売。	ローカルパティスリーショップ。フランス菓子をメインに販売しており、オンライン販売も行う。
桃・ブドウ取り扱いの有無	缶詰桃、生鮮ブドウ	缶詰桃
産地	NA	NA
価格	NA	NA
サプライヤー	NA	缶詰果実:Phoon Huat
使用時期	年間を通して使用。	年間を通して使用。
使用方法	ケーキ	桃タルト
桃・ブドウを使用した人気メニュー	NA	NA
今後桃・ブドウの取り扱いを増やす意向の有無	NA	NA
日本産桃・ブドウを取り扱う意向の有無	NA	NA
その他	カタログ希望	NA

表4-2. 桃・ブドウに関する質問に対するローカルレストラン・ベーカリーの回答

企業名	Crowne Plaza Changi Airport	Emicakes
住所	75 Airport Boulevard #01-01 Singapore, 819664 Singapore	5 Kaki Bukit Road 1 #05-03 Eunos Technolink SINGAPORE 415936
企業説明	外資系ホテル	ドリアンケーキで有名なケーキショップ(他のケーキも多く売り出している)。シンガポールに12店舗を展開。
桃・ブドウの取り扱いの有無	桃、ブドウ	缶詰桃
産地	NA	アフリカ
価格	NA	NA
サプライヤー	フレッシュフルーツ:Lai Soon 加工果実:Vismark	ローカルサプライヤー
使用時期	年間を通して使用。	NA
使用方法	<ブドウ>デコレーション、チーズプレートやタルト、シリアル(muesli)、各料理(特にメインディッシュ)のペーストやソース、客室用フルーツボール <桃>デコレーション、各料理(特にメインディッシュ)のペーストやソースに使用。缶詰の桃をビュッフェで提供。	ケーキ
桃・ブドウを使用した人気メニュー	NA	ドリアンケーキが中心であり、桃ケーキは比較的需要が低い。
今後桃・ブドウの取り扱いを増やす意向の有無	現状に予定無し。宿泊客のニーズが認められれば検討する。	無し。
日本産桃・ブドウを取り扱う意向の有無	NA	既にローカルサプライヤーがおり、日本産果実は高価格であることから取り扱う意向は無い。また、日本産缶詰加工品の品質が現状と大きく異なるとは思わず、サプライヤーを変えるのは難しい。
その他	NA	NA

表4-3. 桃・ブドウに関する質問に対するローカルレストラン・ベーカリーの回答

企業名	Prima Food Pte Ltd PrimaDéli Division	Shangri-La Hotel Singapore
住所	201 Keppel Road Annexe Block 2nd Floor Singapore 099419	22 Orange Grove Road, 258350, Singapore
企業説明	シンガポールのベーカリー・スイーツショップ	外資系ホテル
桃・ぶどう取り扱いの有無	桃のみ使用 缶詰桃を通常使用にしている。フレッシュ桃は鮮度などを考えると取り扱いは難しい。	桃、ブドウ
産地	NA	NA
価格	NA	NA
サプライヤー	ローカルサプライヤーから、スーパーマーケットより少し安い価格で仕入れている。	NA
使用時期	年間を通して使用。だが、旬の果実を使用したケーキを考案中なので可能性あり。	桃：旬の時期 ぶどう：年間を通して
使用方法	ケーキに使用	ケーキ、タルト 缶詰果実は焼き菓子などに、フレッシュ果実はそのまま提供。
桃・ブドウを使用した人気メニュー	缶詰桃を使用したケーキは安っぽく見えてしまうためそれほど人気ではない。	イチゴを使ったメニューが最も人気。
今後桃・ブドウの取り扱いを増やす意向の有無	ブドウを使用したケーキを作るのは難しいため、今後取り扱う意向はない。	NA
日本産桃・ブドウを取り扱う意向の有無	日本産ブドウ、桃を取り扱う意向はある。特にフレッシュフルーツを使用した季節のケーキを考案しようとしているため、取り扱いを視野に入れたい。価格と訴求力のある商材でなければ難しい(現在、韓国産イチゴをバレンタイン用ケーキに使用中。)	価格が手頃であれば有り。カタログ希望。
その他	ハラール認証を有し、ハラール対応が必要。	日本産果実は高価だが高品質なイメージがある。

表4-4. 桃・ブドウに関する質問に対するローカルレストラン・ベーカリーの回答

企業名	Sheraton Towers Singapore
住所	39 Scotts Road · Singapore, 228230
企業説明	外資系ホテル
桃・ブドウの取り扱いの有無	桃、ブドウ(フレッシュフルーツ・缶詰共に)
産地	旬の時期のものであれば使用する。
価格	NA
サプライヤー	ブドウ: Shellfruits Pte Ltd 桃: Ah Tong Fruit and Vegetable Supplier
使用時期	使用時期は、季節というよりもメニュー変更による。
使用方法	桃よりもブドウを多く使用する。 ブドウはフルーツバスケットやビュッフェで使用。 桃は中華レストラン Li Bai にて使用。ときどきデザートやケーキの装飾用としてブドウを使用。
桃・ブドウを使用した人気メニュー	最も多く使用するフルーツはイチゴ。メニュー数も多く一番人気。相対的に桃・ブドウを使ったメニューはそれほど人気がない。
今後桃・ブドウの取り扱いを増やす意向の有無	NA
日本産桃・ブドウを取り扱う意向の有無	無
その他	NA

5. ウェットマーケット(市場)の動向

現地系住民がひんぱんに利用し、生鮮野菜・果実・肉などを販売するウェットマーケット(市場)でも店舗調査を行った。今回はチャイナタウン・コンプレックス(Blk 335 Smith St)地下一階のウェットマーケットにて店舗調査を実施した。

ブドウの主な原産国はオーストラリア、南アフリカ、米国で、価格帯は1キロ当たり8.0～9.0Sドルであった。桃の主な原産国はオーストラリアで、価格帯は1個3.0～3.5Sドルであった。聞き取り調査にて、市場内全ての果実店がPasir Panjang 地区の果実卸売市場にて果実を買い付けており、その多くが Fruits Resources Pte Ltd(Block 3 Pasir Panjang Wholesale Centre #01-808 Singapore 110003)からの調達ルートであることが判明した。多くの店主が、日本産果実の高い品質は認識しているが、価格面から取り扱う予定はないと回答した。

表5. ウェットマーケットで販売されていた桃・ブドウ一覧

店名	果実・種類	原産国	価格	備考	写真
店舗 A	赤ブドウ	米国	S\$8.0/kg		
	白ブドウ	オーストラリア	S\$8.0/kg		
店舗 B	桃	オーストラリア	S\$3.5/個		
	赤ブドウ	オーストラリア	S\$8.0/kg		

	白ブドウ		S\$8.0/kg		
	赤ブドウ	オーストラリア	S\$8.0/kg		
店舗 C	黄桃	オーストラリア	S\$3.0/個	(サプライヤー) Fruits Resources Pte Ltd	
	白桃	オーストラリア	S\$3.5/個		
	白ブドウ	オーストラリア	S\$9.0/kg		
店舗 D	赤ブドウ	オーストラリア	S\$8.0/kg		
店舗 E	桃	オーストラリア	S\$3.0/個	(サプライヤー) Fruits Resources Pte Ltd	

	赤ブドウ	南アフリカ	S\$8.0/kg		
店舗 F	時季でな いため取り 扱いなし			(サプライヤー) 東陽水果貿易 Sun East Garden Trading	

6. 食品関連展示会における日本産果実・加工品の出展状況

【Oishii JAPAN】

農林水産品、加工食品・飲料、食器・伝統工芸品、調理器具、店舗備品、食品機械を展開する事業者に向けた日本食品総合見本市。ASEAN(東南アジア諸国連合)の食品メーカー、食品・飲料仕入れ責任者(レストランオーナー、ホテル、スーパー・小売、商社・卸)との定期的な商談の場、最終日は一般消費者への直接的なマーケティング・販売の場として活用できる。2012年から毎年10～11月にサンテック・シンガポール国際会議展示場ホールにて3日間開催。

以下に2014年度のOishii JAPANにおける果実・果実加工品に関する出品者を一覧にした。果実・果実加工品を取り扱う企業・団体数は全体の約10パーセントを占め、特に北海道・関東・四国・沖縄からの出展が多かった。

表 6-1 Oishii JAPAN 2014 果実・果実加工品に関する出品者一覧

出品者名	県	品目
青森県	青森県	生鮮野菜・果実
千葉ブランド農水産物・食品輸出協議会	千葉県	生鮮野菜・果実
株式会社ひので屋	茨城県	生鮮野菜・果実
北海道中小企業家同友会とかち支部	北海道	生鮮野菜・果実
株式会社はにーびー	千葉県	生鮮野菜・果実
茨城県中小企業振興公社	茨城県	生鮮野菜・果実

有限会社井上商店	新潟県	フルーツジュース
株式会社いざなみ	宮城県	生鮮野菜・果実
直轄農業協同組合ぶどう部会	福岡県	生鮮野菜・果実
香川県農業協同組合	香川県	生鮮野菜・果実加工食品
日本自治体等連合シンガポール事務所	シンガポール	生鮮野菜・果実
一般財団法人かがわ県産品振興機構	香川県	生鮮野菜・果実
農業法人鎌田きのこ株式会社	北海道	生鮮野菜・果実
株式会社北国からの贈り物	埼玉県	生鮮野菜・果実
リーガルネットワーク株式会社	大阪府	生鮮野菜・果実、ジャム
マリンフード株式会社	大阪府	ジャム
全国農業協同組合連合会 千葉県本部	千葉県	生鮮野菜・果実
公益財団法人にいがた産業創造機構	新潟県	生鮮野菜・果実
おいしかあ〜便の会	福岡県	生鮮野菜・果実
沖縄製粉株式会社	沖縄県	生鮮野菜・果実加工食品
沖縄県（株式会社 JTB 西日本）	沖縄県	生鮮野菜・果実
株式会社大八産業	沖縄県	生鮮野菜・果実
株式会社プライム・ストリーム北海道	北海道	生鮮野菜・果実
佐渡市離島活性化協議会	新潟県	生鮮野菜・果実
株式会社青研	青森県	生鮮野菜・果実
多古町農業連絡協議会	千葉県	生鮮野菜・果実
株式会社種商	佐賀県	生鮮野菜・果実加工食品
一般社団法人とちぎ農産物マーケティング協会	栃木県	生鮮野菜・果実
栃木県	栃木県	生鮮野菜・果実
株式会社ホワイトフーズ	香川県	ジャム
株式会社柚餅子総本家中浦屋	石川県	フルーツジュース

【Japanese Foods Trade Fair in Singapore】

日本の農林水産業者とシンガポール及び近隣諸国の流通業者による商談会。シンガポールへの日本産品の認知向上をめざし、日本産農林水産物・食品の輸出促進につなげることが目的。2014年11月4、5日にマリーナベイサンズコンベンションセンターにて開催。日本から49の企業・団体が出品し、シンガポール、マレーシアから約100社のバイヤーが参加した。

表 6-2 Japanese Foods Trade Fair 果実・果実加工品に関する出展社一覧

出展社名	県	品目
会津みどり農業協同組合	福島県	柿
株式会社 farmlab	群馬県	王様の苺
(株)ジャパン・ファームプロダクツ	大阪府	柿チップ、奈良県産柿
株式会社千疋屋	大阪府	メロン、ブドウ
株式会社サムライ・エイティワン	熊本県	SURPRISING FARMERS® ハートのスイカ 幸せのか・た・ち「萌紅実(めぐみ)」®、ハートのメロン「幸福の実」
杉養蜂園	熊本県	果汁蜜(ゆず、レモン、アセロラ、巨峰、ブルーベリー、ラズベリー)漬け蜜(マンゴーしょうが蜂蜜漬、高麗人参蜂蜜漬)
阪東食品	徳島県	ゆず、すだち加工品

7. シンガポール市場開拓における現在の課題

【商社・小売企業】

① 日本産果実は高価なため、需要が限定。

今回ヒアリングを行った多くの企業からから、日本産果実及び加工品は価格面から需要が少ないとの回答があった。そこで現在の市場価格状況を調査したところ、実際に価格に関する質問項目に対して回答が得られたのは以下の通りである。

表 7. 桃・ブドウ(生鮮)に関する商社・小売企業の買値または売値

果実	種類	業種	企業名	価格		原産国
				売値	買値	
桃	桃	現地系 小売業者	Tangy Tangerines	S\$2.5/個	NA	オーストラリア
	白桃	現地系 小売業者	Cold Storgae	S\$4.95/個	NA	NA
	白桃	現地系 小売業者	Fair Price	S\$6.25/4 個	NA	ニュージーランド
	白桃 黄桃	日系小売 業者	ISETAN Singapore Ltd	<日本産でないもの> 桃:\$2.3~\$4.9/個 (250~350 グラム) ぶどう:\$9.9/kg <日本産> 桃:S\$19.9~\$23.9/個 (L サイズ)	NA	日本、オーストラリア、米国、南アフリカ、台湾、韓国
	白桃 黄桃	日系小売 業者	MEIDI-YA SUPER MARKET	白桃 S\$6.90/2 個 黄桃 S\$7.50/2 個	NA	オーストラリア
	桃	現地系 卸売業者	CT VEGETABLES AND FRUITS PTE LTD	N.A	S\$3.20/kg	オーストラリア

	桃	日系卸売業者	Miumi Japan Food Co Pte Ltd	N.A	S\$3.30-4.95/kg 仕入コスト (landed cost) S\$11.20-12.90	イタリア、フランス、スペイン
ブドウ	ブドウ	ローカル卸売業者	CT VEGETABLES AND FRUITS PTE LTD	S\$4.10/kg	N.A	南アフリカ
	ブドウ	現地系卸売業者	SunMoon Food	\$4-5/kg	\$2-3/kg	米国
	ブドウ	現地系卸売業者	Market's Best	S\$53/10kg	NA	オーストラリア、アメリカ
	ブドウ	日系小売業者	ISETAN Singapore Ltd	日本産でない : \$9.90/kg 日本産 : \$69.00 - \$89.00/700g	NA	日本、オーストラリア、米国、南アフリカ、台湾、韓国
	ブドウ	日系小売業者	MEIDI=YA SUPER MARKET	Red Globe S\$9.90/kg Black S\$9.90/kg RED S\$9.90/kg Green S\$9.90/kg	NA	南アフリカ、オーストラリア
	ブドウ	日系小売業者	Jmart	Oriental Star S\$60-S\$70/1 総	NA	京都
	ブドウ	現地系小売業者	Cold Storage	Red Seedless:S\$6.99 (700g) Red Globe:S\$10.99(900g) Black Sapphire:S\$10.99(700g)	NA	オーストラリア、米国

	ブドウ	現地系小 売業者	Fair Price	Green Grapes : S\$4.70/kg Red Grapes : S\$5.90/kg White seedless grapes : S\$3.25(500g) Red seedless : S\$3.25(500g)	NA	オーストラリア、 南アフリカ
	ブドウ	現地系小 売業者	SHENG SIONG	Australian Table Grapes : S\$4.90/kg Red Seedless : S\$3.29(500g) Black seedless Sugra thirteen : S\$3.29(500g)	NA	オーストラリア、 南アフリカ
	ブドウ	現地系小 売業者	Tangy Tangerines	S\$8-9/kg	NA	アメリカ

以上のように桃・ブドウを扱う商社・小売企業においては、多くの企業が日本産果実は高価格でありマーケットは小さく需要が限定的であり、取り扱う意向はないと回答した。上記の表によると、卸売業者から消費者への流通過程で桃は約 2.5～3 倍、ブドウは約 3～3.5 倍に価格が高騰している。日本産果実は卸値自体が高価格である。

また、店頭小売価格をみると、他国産の桃は 1 個あたり約 0.8～4.95Sドル(売値)、ブドウは 1 キロ当たり約 4.10～9.90Sドル(売値)であった。一方、日本産の桃は 1 個あたり 19.90～23.90Sドル(L サイズ)、日本産ブドウは 700 グラムで 69.00～89.00Sドルであった。桃の売値はおよそ 7～8 倍の開きがあり、ブドウは約 15～16 倍となっている。これだけの価格差がある現状からも、高価格に見合うだけの質の保証と有効なマーケティングを行うことが、市場開拓の糸口と考えられる。

また加工品(主に缶詰)に関しては、加工する果実自体の質を重要視する声は少なく、全体的に質よりも価格を重視する傾向がある。そのため、日本産果実加工品はいかに他の製品との差別化を行い、価格競争力を持たせられるかが重要となる。

② 本産果実は高品質だが高価というイメージ

多くの企業が「日本産果実は高品質だが高価」というイメージを持っている。ヒアリングの中でもそのイメージが先行して、流通していないマーケットもあることがわかった。取扱業者を含め、価格に見合った品質を納得してもらう工夫が必要である。

③ 他国産果実を扱うサプライヤーの多さ

小売企業へのヒアリングでは、既存のサプライヤーに満足しているとの回答が多かった。ブランディング力、マーケティング力の他、商品自体に他にはない魅力・オリジナリティを持つ必要がある。

④ 級果実の市場はまだ大きくはない

シンガポールの人口は547万人(2014年)のマーケットであり、ニーズがあれば日本産の取扱を検討するという企業もあるが、高級果実という市場を開拓する動きはまだ鈍い。また、日本産果実がより浸透している台湾・香港と比較すると、現地に「贈答文化」がなく、これも日本産果実の普及を阻む要因となっている。

【レストラン・ケーキショップ・ホテル】

① 本産果実は高価なため需要が限定。

商社・小売と同様に、多くの企業が高価格を理由に日本産果実及び加工品の取り扱いをしていないと回答した。実際の調達価格帯をヒアリングしたところ、回答が得られたのは以下の通りである。

表 8 桃・ブドウ(生鮮)に関するレストラン・ベーカリー・ホテルの買値

果実	種類	業種	企業名	価格	原産国
桃	桃	ホテル	Shangri-La hotel SINGAPORE	\$8.50-\$12.80/kg	無回答
	桃	ホテル	Sheraton Hotel	スーパーマーケットより少し安い。 *	無回答
	缶詰桃	ローカルケーキ ショップ	Emicakes	ローカルのスーパーマーケットより少し安い値段で仕入れている。 *	アフリカ
	缶詰桃	ローカルケーキ ショップ	Prima Deli	スーパーマーケットより少し安い価格で仕入れている。 *	無回答
ブドウ	ブドウ	ホテル	Sheraton Hotel	\$5.50 - \$7/kg	無回答
	ブドウ	日系ケーキ ショップ	Fruits Paradise	\$6.50/kg	オーストラリア、韓国

* 店舗調査にて桃の価格帯が約 S\$1.56～S\$4.95/個、缶詰桃の価格帯が約 S\$2.35/820g～S\$4.70/820gであった。

② 日本産果実を試す機会が少ない

今回の調査で13社中5社から、日本産果実を取り扱う意向はあるが、価格次第という回答を得た。このうち3社が商品カタログを希望するなど、一定の興味は見られる。このことから、日本産果実を取り扱う意向があっても、正確な商品情報の提供が不十分

であることがうかがえる。日本産果実の価格に見合った品質など、その他の情報を定期的に得られる機会や、実際に果実を試食できる機会を設けることが求められる。

③ ブドウをメインにしたメニューが少ない。

桃・ブドウをメインにしたメニューをもつ企業は多くはなく、使用したとしてもデコレーションの一部などに限られるといった企業が多く見受けられた。そのため果実の質自体をそれほど気にしないといった企業もあった。こうした企業には、品質の高さが売りの日本産桃・ブドウは受け入れられにくいと思われる。

8. 現状をふまえたマーケティングプラン

【全体として】

日本産果実の取り扱いがない理由として、第一に「価格の高さ」をあげる企業が多かった。ロットを増やしていくには、国内出し価格の抑制と、産地間連携による物流の一本化によるコストダウンが求められる。現在は多くの企業および一般消費者が、価格を理由に日本産果実を試す機会を逸している。そのため、サイズを落としたり、1 パックあたりの容量を変更したりすることで、価格を抑え、現地進出のハードルを下げることが重要である。

また、商社・小売、レストランへの調査では、回答者の多くが、果実は生鮮品であり、賞味期限の問題から空輸が主であるため輸送コストが莫大との意見を寄せた。現在は、特殊冷蔵装置を積んだリーファーコンテナによる輸送や、商品包装を工夫することで鮮度を維持できる仕組みなどが開発されている。鮮度を維持して、船便での輸送を行うことが出来れば、空輸より輸送コストが抑えることができ、販売価格の抑制につながるはずである。

第二に、日本産果実が高価格という点は、単純に生産や輸送コストの見直しを含めでも克服するのはかなり難しい場合もある。そこで、日本産果実を低価格の他国産果実と同様に、一般家庭向けや業務用として売り出すのではなく、高級果実として品質に重点を置いた販売策を考える方法がある。

他国産のものとの差別化、そして日本産ならではのプレミアム感を演出するために、シンガポールの有名シェフとタイアップし、日本産果実を使用したメニューの考案やメニ

ューブックの作成・配布、試食を含めたクッキングデモンストレーションイベントなどをバイヤー、現地シェフ向けに B to B イベントとして行うことも一つの方法である。さらに、その場で日本の果実サプライヤーとバイヤーが、継続的に情報共有できるような関係を保たせることも重要だと考える。

特にハイエンドのレストラン等への訴求、PR を上手く行うことが出来れば、日本産果実＝プレミア感を打ち出すことができ、そこで味を覚えてもらうことで日本産果実を購入する直接的なきっかけが作れる。また、一般消費者向けに「お祝いの贈り物・贈答品として」や「自分へのご褒美に」といったイメージで販売するなど、贈答文化を普及させるような取り組みを行うことも一つである。

【商社・小売企業】

「日本産果実に関しては、興味はあるがまずは価格を見て」と回答した企業が多く、ほとんどの企業がカタログを希望していた。そこからも日本産果実の品質が高いことを理解し取扱も視野に入れていることがうかがえた。各果実のシーズン前など定期的に日本産果実の価格・品質・状態などの情報を提供する機会が必須である。また、相対的に見ると高価である日本産果実であるが、品質相当の価格だと納得してもらえるような人々（例えば、高所得層）をメインターゲットにすることやどのようなイメージで売り出すのかということ各商社・小売と共有し、共に高級果実市場を拡大していくといった形の取り組みが重要である。

一方で、実際に日本産果実を試すことなく、「日本産果実は高価」というイメージを持っている企業も見受けられた。品質を考慮した上での価格の妥当性を理解してもらうため、商社・小売を対象とした見本市・試食会などのイベントを開催し、商社・小売レベルでの「日本産果実は高価」というイメージを払拭する機会を設ける必要がある。

ほとんどの小売企業は現状の他国産のサプライヤーに満足しており、その中で競争するためにはブランディング力、マーケティング力の他、商品自体に他にはない魅力・オリジナリティを持つ必要がある。

日本産果実の魅力として高品質が挙げられるが、中国産のふじりんごや韓国産のイチゴなどが流通しているように「メイド・イン・ジャパン」ということを付加価値にすることもできる。シンガポールには親日家が多く、約 900 店舗の日本食レストランがあるなど、日本食は広く認知されており、また、多くのシンガポール人が訪日旅行を通じて「日本らしさ」や「和」のコンセプトに良いイメージを持っている。一見普通に見える高級日本産果実よ

りも、パッケージに和の装飾を施して日本らしさなどの工夫をすることも商品の魅力を増大させる一助となる。このように、果実そのものに加え、パッケージやイメージづくりといった外装的な部分にもシンガポールに合わせたブランディングが必要である。

【レストラン・ケーキショップ・ホテル】

日系レストラン・ショップは日本産果実が高品質であることを知っている一方で、現地の店は日本産果実・加工品の良さを知る機会が少ないため、日本産果実をただ高価なものとして捉えている傾向がある。展示会・イベントの開催、カタログの送付などにより、価格に見合う高品質が提供できること、またシンガポールに高級果実の市場が広がりつつあることなどをPRし、日本産果実に触れられる機会の創出が不可欠である。

桃・ブドウは主にデコレーションに使うという店が多く、これらの品目をメインにしたメニューをおく店はそう多く見受けられなかった。旬の果物のメニューといった切り口から、桃・ブドウをメインにしたメニューを提案し、ともに日本産果実をPRすることも出来る。

日系レストランは比較的日本産果実・加工品に興味があった。現地系と同様、価格が第一の問題となるため、それを克服するような、品質に特化したマーケティング戦略が必要であり、パッケージや宣伝文句なども含め、他国産のものとの明確な差別化が必要である。

日本産果実を取り扱うかどうかは、市場の需要次第という店が多く見受けられた。B to B マーケティングも重要であるが、B to C 向けの日本産果実を宣伝する手段も考えるべきである。スーパーマーケットやショッピングモールと提携して一般消費者向けの展示会や試食会を開催したり、旅行代理店と提携して訪日旅行(特にその果実の産地の地域への訪日旅行)購入者にサンプルを配布または、産地訪問(果実狩り)など日本産果実を味わってもらい機会創出をしたりする取組などが考えられる。こうした一般消費者向けのプロモーションにて、高級果実というカテゴリーを周知させ、高級果実市場を底上げすることが重要である。

9. 総括

本調査では、家庭用(百貨店、スーパー、食品専門店など)と業務用(レストラン、ホテルなど)のそれぞれにおいて、果実(特に桃、ブドウ)および果実加工品の消費・販売動向を調査し、シンガポールにおける同商品の新たな需要創出につなげることを目的として、果実および果実加工品を扱う商社・小売店、レストラン・ベーカリーショップ・ホテル、ウェットマーケットなどに聞き取り調査を行った。

そこで得られた回答として最も多くを占めたのが、「日本産果実は高価であるため、取り扱いを控えている」、「日本産果実は手頃な価格であるときのみ検討する」というものであった。実際にシンガポールで販売されている他国産の桃・ブドウの価格と日本産の価格を比べると、桃で約7～8倍、ブドウで約15～16倍の価格差がある。そのため日本産果実自体に触れる機会が失われているのが現状である。まずは価格を抑制する工夫を行い、日本産果実の品質を知ってもらうことが重要である。例えば、規格外品を輸出したり、輸送方法を再考したりするなど販売価格を下げる試みが不可欠である。

一方で、他国産果実との価格差を埋めるには限度があるため、日本産果実の高品質性に焦点を置いたマーケティングも大切である。青果であれ、加工品であれ、他国産のものと同様に一般家庭向け・業務用として売り出すのではなく、日本産ならではの高品質性に焦点を当て、他国産のものと一線を画した高級品として売り出すことが望ましいと考えられる。そのためには一般消費者レベルへの高級果実というカテゴリーの周知や、バイヤー向けの定期的な見本市・展示会の開催、さらには高級日本産果実のイメージを高めるようなパッケージデザインの考案などが必須であると考えられる。また加工品に関して付け加えると、どのようにその日本産果実が持っているクオリティーを活かした形で加工品として使用できるかの提案や、他の加工品と比べた時のクオリティーの差を実感させられるような施策が必要である。そういった見せ方を考え、実行することによって、より高い金額で、現地の消費者により良い形で日本産果実が受け入れられる状況が創り出せる。本調査が、今後の日本産果実・果実加工品のシンガポール輸出拡大の一助となれば幸いである。

シンガポールにおける日本産果実および果実加工品消費動向調査

2015年3月作成

作成者 ジェトロ(日本貿易振興機構)岡山貿易情報センター
〒700-0985 岡山県岡山市北区厚生町 3-1-15 岡山商工会議所ビル 6階
Tel. 086-224-0853
