



JFOODO

## 2021年度 シンガポールへの輸出拡大に向けた 日本産の豚肉のブランドイメージ向上施策 報告書

2022年7月

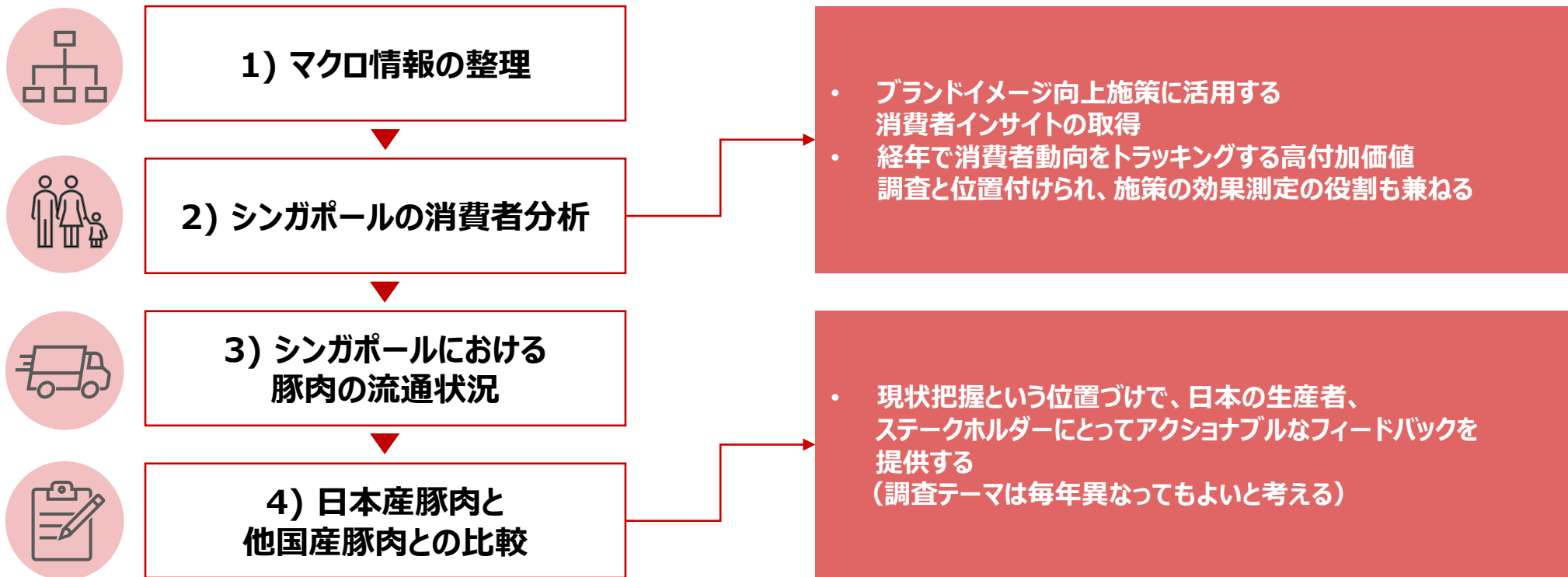
日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

### 【免責事項】

本調査は、日本貿易振興機構（ジェトロ）日本食品海外プロモーションセンターの業務の一環として、FIT/FLYITFOR PTE.LTD.に委託し、2021年12月から2022年3月にかけて実施したものです。本レポート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下さい。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、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

# 機会と課題を把握する市場調査

シンガポールへの豚肉輸出拡大に対する障壁となっている課題の抽出を行い、本調査を経年で続けることで  
高精度に輸出機会を抽出し、日本産豚肉のブランドイメージ・輸出向上施策に寄与する



## A) シンガポールと豚肉に関するマクロ情報

### ■ シンガポール マクロ情報

#### 1 シンガポール | 人口動態- P.14

シンガポールの人口は約545万人。65歳以上の割合が増えており、他の東南アジア諸国に先駆けて高齢化社会になりつつある。

#### 2 シンガポール | 面積と人口密度- P.17

面積は東京23区よりやや大きいサイズで人口密度は東京全体とほぼ同じという、都市型国家である。

#### 3 シンガポール | GDPと一人当たりGDP- P.18

GDPは大阪と同程度だが、一人当たりGDPは67Kドルで、日本（40Kドル）の1.7倍、米国と同等である。

#### 4 シンガポール | 所得水準 - P.20

#### 5 シンガポール | 居住タイプ、世帯人数、婚姻状況- P.21

### ■ 日本の豚肉 生産と輸出情報

#### 6 日本産豚肉 | 日本産豚肉の生産額・数量- P.22

#### 7 日本産豚肉 | 日本産豚肉の輸出先と輸出額・数量- P.23

### ■ シンガポールの豚肉 消費と輸入情報

#### 8 シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量・金額- P.24

#### 9 シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量（金額） - P.25

#### 10 シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量（数量） - P.26

#### 11 シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量：冷凍・チルド（金額） - P.27

#### 12 シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量：冷凍・チルド（数量） - P.28

#### 13 シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量・金額：ライブストック- P.29



## B) シンガポールの消費者の豚肉への関与

### ■ 豚肉全般の喫食状況

0 まとめ - P.32

1 豚肉全般 | 食べる頻度と場所- P.33

2 豚肉全般 | 食べるときの重視点- P.35

3 豚肉全般 | 料理する頻度と購入チャネル- P.36

4 豚肉全般 | 料理用を買うときの重視点- P.37

5 豚肉全般 | 喫食時重視点 vs 料理用購入時重視点- P.38

6 豚肉全般 | 料理用を買うときの状態- P.39

7 豚肉全般 | 料理用を買うときの部位と調理方法- P.40

### ■ 原産国別の豚肉

8 原産国別 | 純粋想起- P.41

9 原産国別 | 助成認知～喫食- P.42

10 原産国別 | 購入経験ファネル- P.43

11 原産国別 | 料理用の購入 現状 vs 今後購入意向- P.44

12 原産国別 | 4カ国別 喫食意向- P.45

13 原産国別 | 4カ国別 喫食意向の理由- P.46

14 原産国別 | 4カ国別 イメージ- P.47

### ■ 豚肉の情報接触

15 情報ソース | 外食・レシピ・原産国- P.48

### ■ 日本産の豚肉と日本食メニュー

16 日本産豚肉 | 普段の喫食頻度と場所- P.49

17 日本産豚肉 | 調理頻度と買い物する場所- P.50

18 黒豚 | 認知経験とイメージ- P.51

19 メニュー | 日本産豚肉を使った日本食メニューの経験と今後喫食意向- P.52

## C) シンガポールの豚肉の流通状況

- 1 豚肉に関する法規制 | 輸出入を管理する政府関連組織- P.56
- 2 豚肉に関する法規制 | 輸入時の条件- P.57
- 3 豚肉に関する法規制 | 輸入元はシンガポールSFAに認可を受けた  
①国、②施設、③製品、であること- P.58
- 4 豚肉流通の全体フロー詳細 | 一次卸が仕入れるまで- P.61
- 5 豚肉流通の全体フロー- P.62
- 6 店頭・レストランに届くまで | 大手小売・レストラン- P.63
- 7 店頭・レストランに届くまで | ウェットマーケット・ホーカー・個人レストラン- P.64
- 8 豚肉流通の主要なプレイヤー | 一次卸- P.65
- 9 豚肉流通の主要なプレイヤー | レストラン- P.66
- 10 豚肉流通の主要なプレイヤー | スーパーマーケット- P.67
- 11 豚肉流通の主要なプレイヤー | スーパーマーケット・レストランと主要ターゲット- P.68
- 12 商品供給の優先順位- P.69
- 13 部位と冷蔵・冷凍へのニーズ- P.70
- 14 ライブストックについて- P.71
- 15 豚肉 仕向け別市場規模 数量- P.72
- 16 小売チャネル別市場規模 数量- P.74
- 17 価格構造- P.76
- 18 豚肉の各流通のステップの課題- P.78
- 19 原産国別評価- P.79

## D) スーパー店頭での豚肉の販売状況

- 0 まとめ- P.83
- 1 スーパー×売り場別 主要原産国と商品名- P.85
- 2 冷蔵パック | オーストラリア産 部位別kg単価- P.86
- 3 冷蔵パック | オーストラリア vs 日本 kg単価- P.87
- 4 冷凍パック | 低価格化の工夫が表れる- P.89
- 5 冷凍パック | 各チェーンで低価格で展開している商品- P.90
- 6 スーパーマーケット店舗写真- P.91

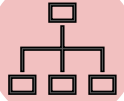
本レポートにおける用語について

**チルド**：冷蔵で輸入すること、または冷蔵で輸入されている形態のお肉を指す。

**冷凍**：冷凍で輸入すること、または冷凍で輸入されている形態のお肉を指す。

**冷蔵**：販売形態上の冷蔵されている状態を指す。

**解凍肉**：冷凍輸入のみ認可の降りている国産の豚肉が冷蔵棚で販売されている場合には、混乱を避けるために解凍肉という言葉を用いる。



## A) シンガポールと豚肉に関するマクロ情報

シンガポールの基本情報と豚肉の輸入状況を把握する。



## B) シンガポールの消費者の豚肉への関与

シンガポール消費者の視点から、豚肉の喫食・調理実態や、原産国別の豚肉の関与を把握する。



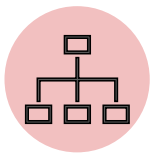
## C) シンガポールの豚肉の流通状況

豚肉が仕入～店頭・レストラン・ホーカーに流通する構造を把握する。



## D) スーパー店頭での豚肉の販売状況

主要スーパーマーケットでの豚肉の主要プレイヤー、原産国、部位、価格を把握する。



A) シンガポールと豚肉に関するマクロ情報

■ デスクリサーチ

シンガポール政府統計データ

日本政府統計データ



B) シンガポールの消費者の豚肉への関与

■ ウェブアンケート

対象者数： 690人

質問数： 32問

調査期間： 2021/12/20～  
27

性年代別 サンプルサイズ

	男性	女性
20代	78	78
30代	85	92
40代	86	94
50代	87	90
Total	690	



C) シンガポールの豚肉の流通状況

■ 豚肉業界のエキスパートインタビュー

期間 : 2022年1月17日~23日

対象者 : 5人

以下の業務関係者

豚肉1次卸

豚肉2次卸

精肉専門モダンマーケット販売者

ウェットマーケット販売者

■ デスクリサーチ

シンガポール政府統計データ

豚肉に関連したリサーチレポート



D) スーパー店頭での豚肉の販売状況

■ 店頭訪問

期間 : 2022年2月22日~25日

店舗 : 22店舗

FairPrice 3/127

FairPrice Finest 1/31

FairPrice Xtra 1/9

Cold Storage 3/42

CS Fresh 1/2

MarketPlace 1/3

Giant 3/54

Sheng Siong 3/66

Prime 1/27

Don Don Donki 3/12

Meidi-ya 1/2

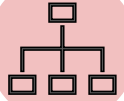
Isetan Supermarket 1/1

\*現在、Cold StorageはCS Freshブランドに統一していく過程

訪問店舗 : 複数訪問の場合は、中心部エリア1店、  
郊外エリア2店 (北部・北東部・東部)

## A) シンガポールと豚肉に関するマクロ情報





## A) シンガポールと豚肉に関するマクロ情報

シンガポールの基本情報と豚肉の輸入状況を把握する。



## B) シンガポールの消費者の豚肉への関与

シンガポール消費者の視点から、豚肉の喫食・調理実態や、原産国別の豚肉の関与を把握する。



## C) シンガポールの豚肉の流通状況

豚肉が仕入～店頭・レストラン・ホーカーに流通する構造を把握する。

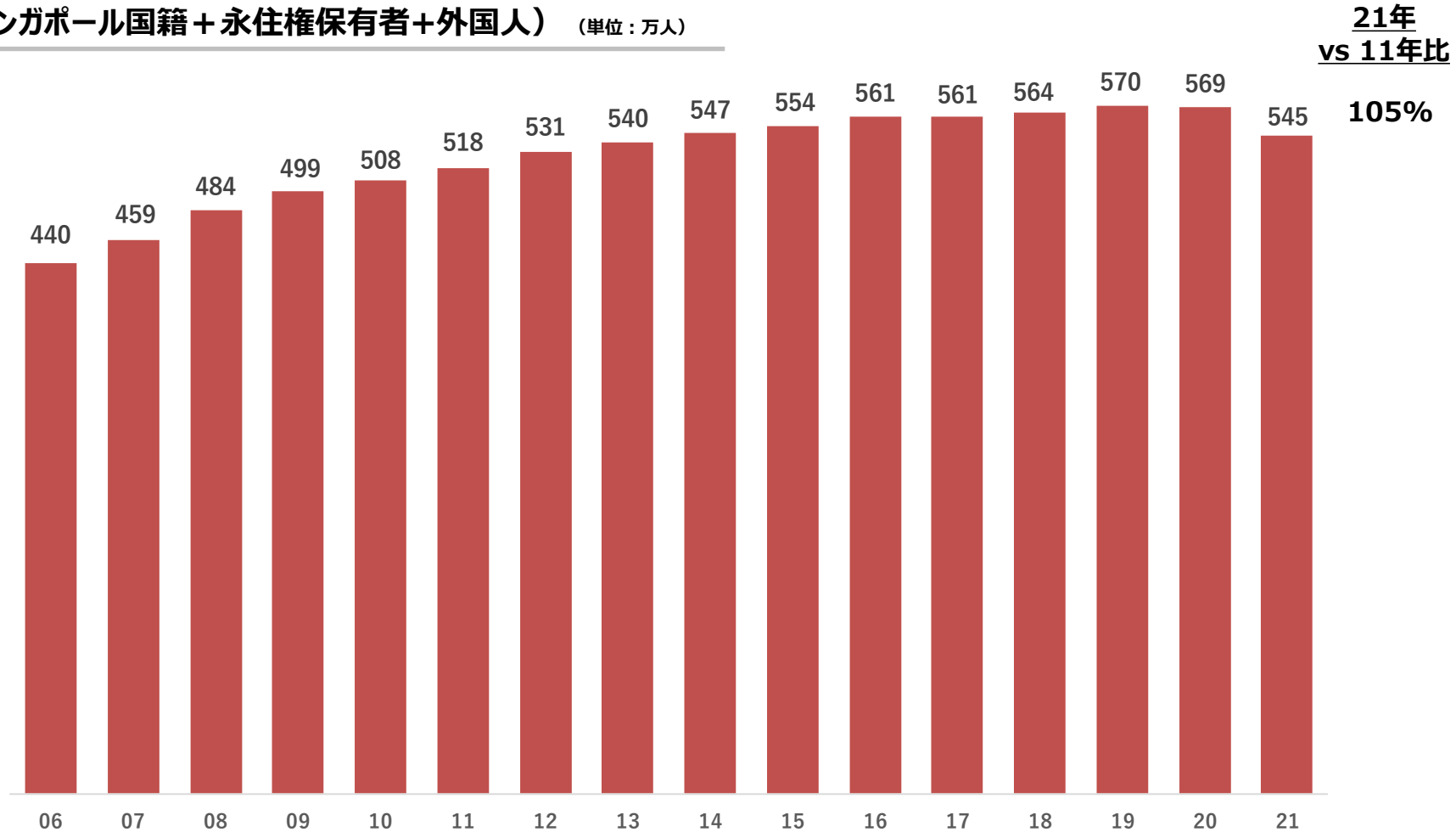


## D) スーパー店頭での豚肉の販売状況

主要スーパーマーケットでの豚肉の主要プレイヤー、原産国、部位、価格を把握する。

シンガポールの人口は21年時点で545万人。コロナにより、例年よりシンガポールへの入国者の減少・他国への出国者の増加があったこともあり、21年は人口が13-14年水準まで減少。

人口（シンガポール国籍+永住権保有者+外国人）（単位：万人）

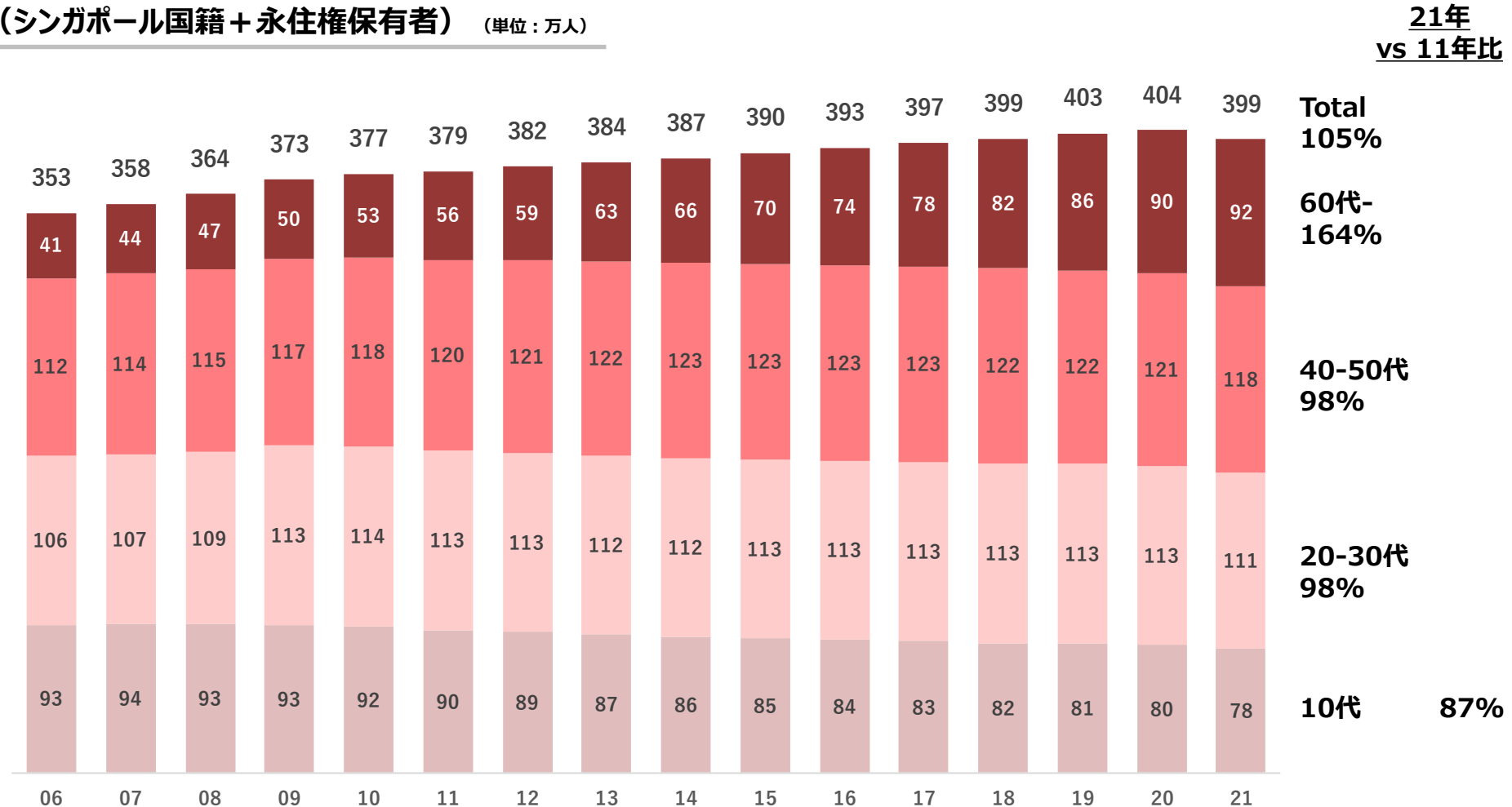


出典：SINGAPORE DEPARTMENT OF STATISTICS (2020.2.28時点)

# シンガポール | 人口動態 (シンガポール国籍 + 永住権保有者)

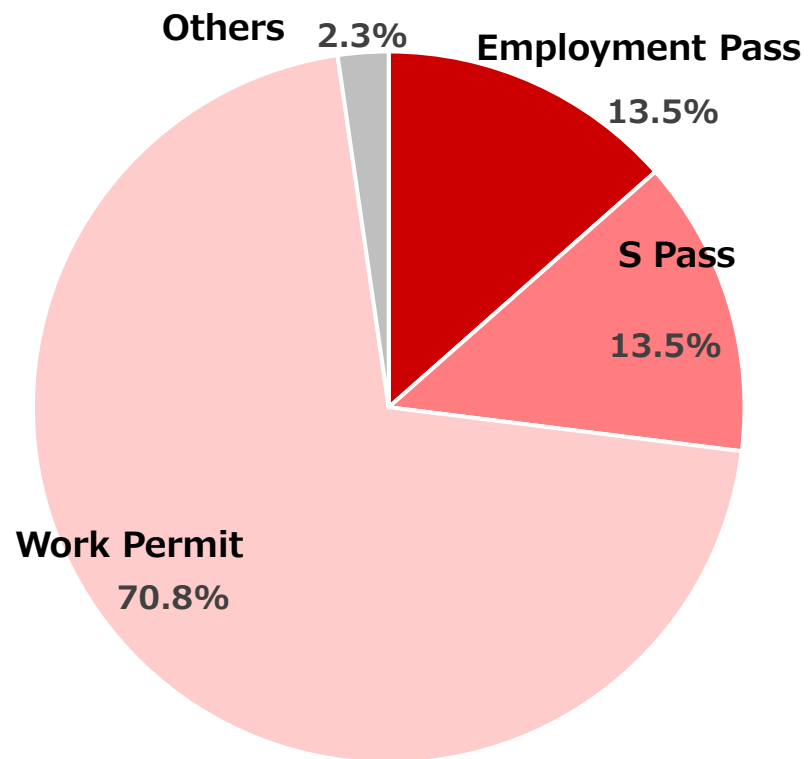
シンガポールの人口は21年時点で399万人。60歳以上の割合が増えており、他の東南アジア諸国に先駆けて高齢化社会になりつつある。

人口 (シンガポール国籍 + 永住権保有者) (単位: 万人)



出典: SINGAPORE DEPARTMENT OF STATISTICS (2021.12.16時点)

シンガポールの労働ビザタイプ別発行割合 (単位: %)



シンガポールの外国人労働者のうち、駐在員等の高給与所得者に発行されるEmployment Passは14%を占める。駐在員程給与が高くない現地採用の外国人等に発行されるS Passも、同様に14%を占める。

一方で、肉体労働に従事する外国人労働者に発行されるWork Permitが70%を占めており、うち46%は建設業・港湾と家政婦である。

→ 外国人労働者の多くは低所得の肉体労働者である。

労働ビザタイプ	割合	居住者数
Employment Pass 保有者	13.47%	19.6万人
S Pass 保有者	13.48%	19.6万人
Work Permit 保有者	70.78%	103.3万人
Others (その他)	2.27%	3.3万人
合計	100%	146万人

出典 Ministry of Manpower <https://www.mom.gov.sg/documents-and-publications/foreign-workforce-numbers> (2022.03.04時点)

シンガポールは、面積は東京23区よりやや大きいサイズで人口密度は東京全体（除島部）とほぼ同じという、都市型国家である。

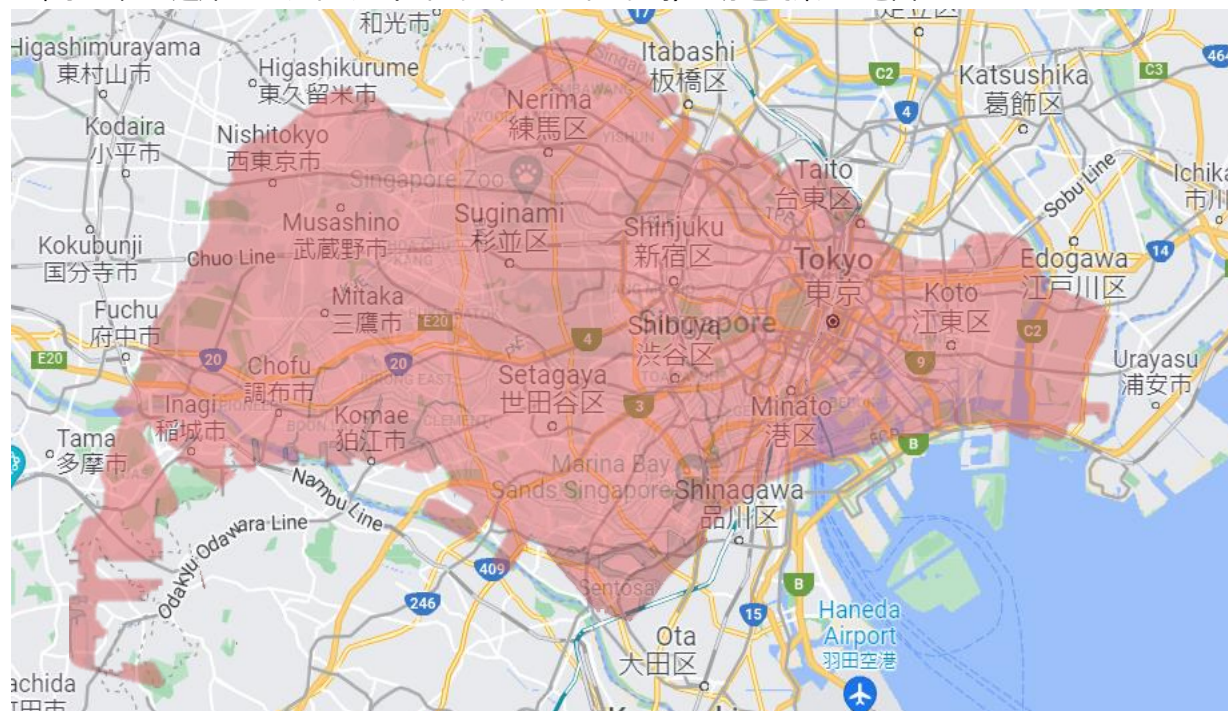
## 面積

シンガポール	728.6 km <sup>2</sup>
参考) 東京23区	628 km <sup>2</sup>

## 人口密度

シンガポール	7,485人 / 1km <sup>2</sup>
参考) 東京23区	15,382人 / 1km <sup>2</sup>
東京（除島部）	7,791人 / 1km <sup>2</sup>

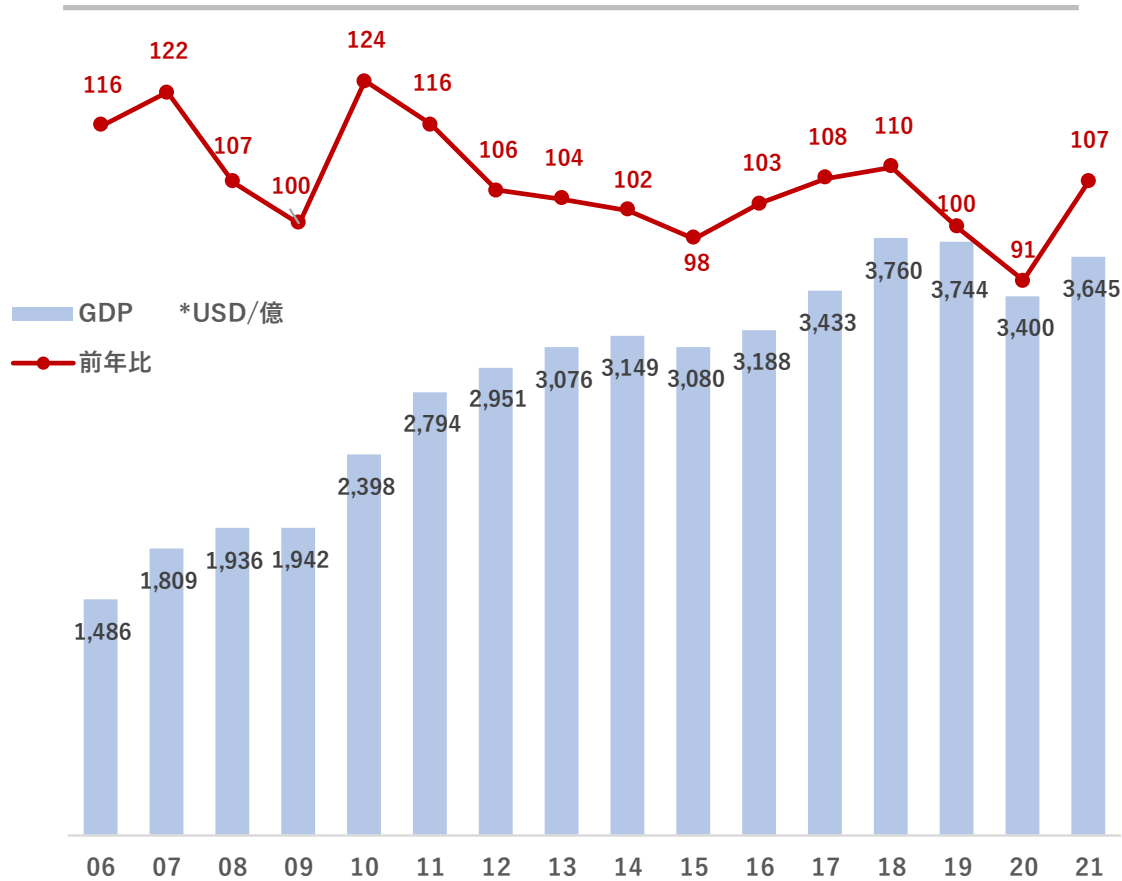
東京23区+近郊にシンガポール（メインランド+セントーサ島）を赤色で乗せた地図



シンガポール 2021年時点 出典 <https://tablebuilder.singstat.gov.sg/table/TS/M890621> (2022.2.1時点)  
東京都 2020年時点 出典 <https://www.singstat.gov.sg/find-data/search-by-theme/population/population-and-population-structure/latest-data> (2022.2.1時点)  
<https://www.toukei.metro.tokyo.lg.jp/kurasi/2020/ku20-23.htm> (2022.2.1時点)

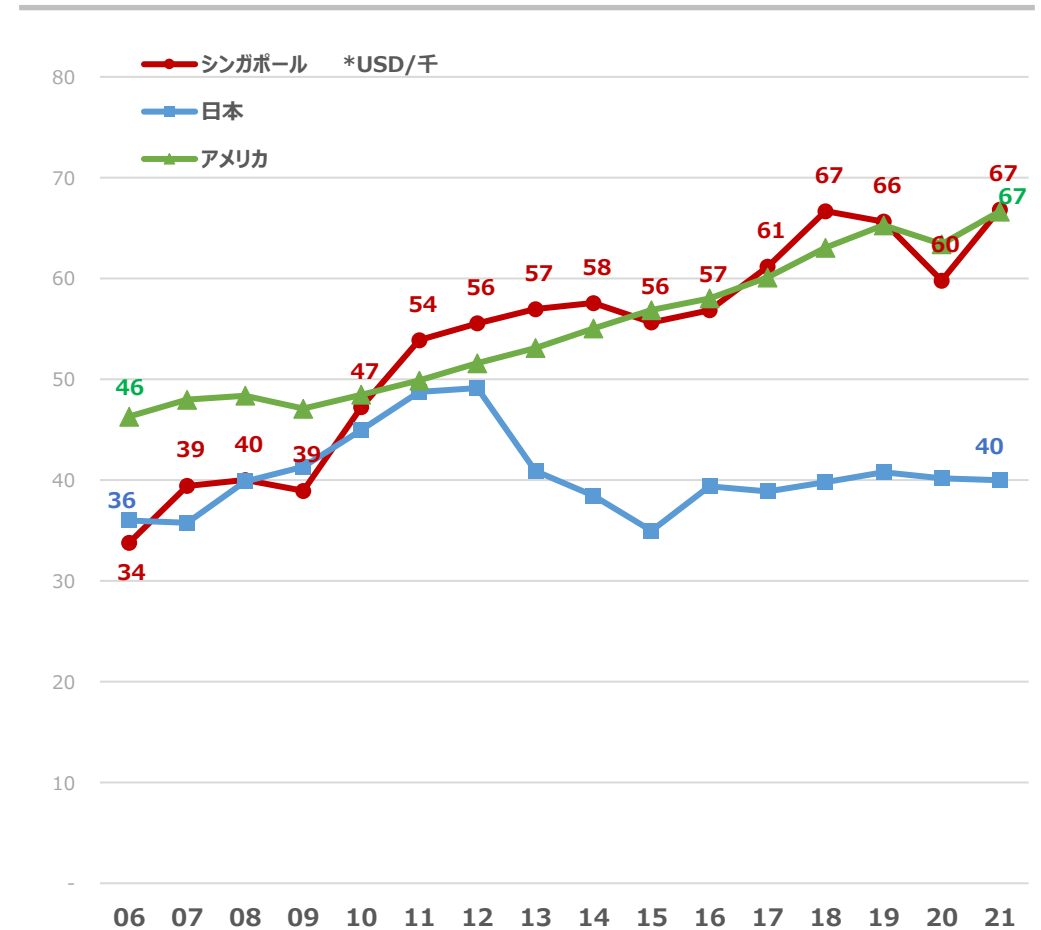
シンガポールのGDPは経年で伸長傾向。1人当たり名目GDPは'10年に日本を超え、直近の21年時点で67千ドルと日本の1.7倍。

### GDP (単位: 億USD)



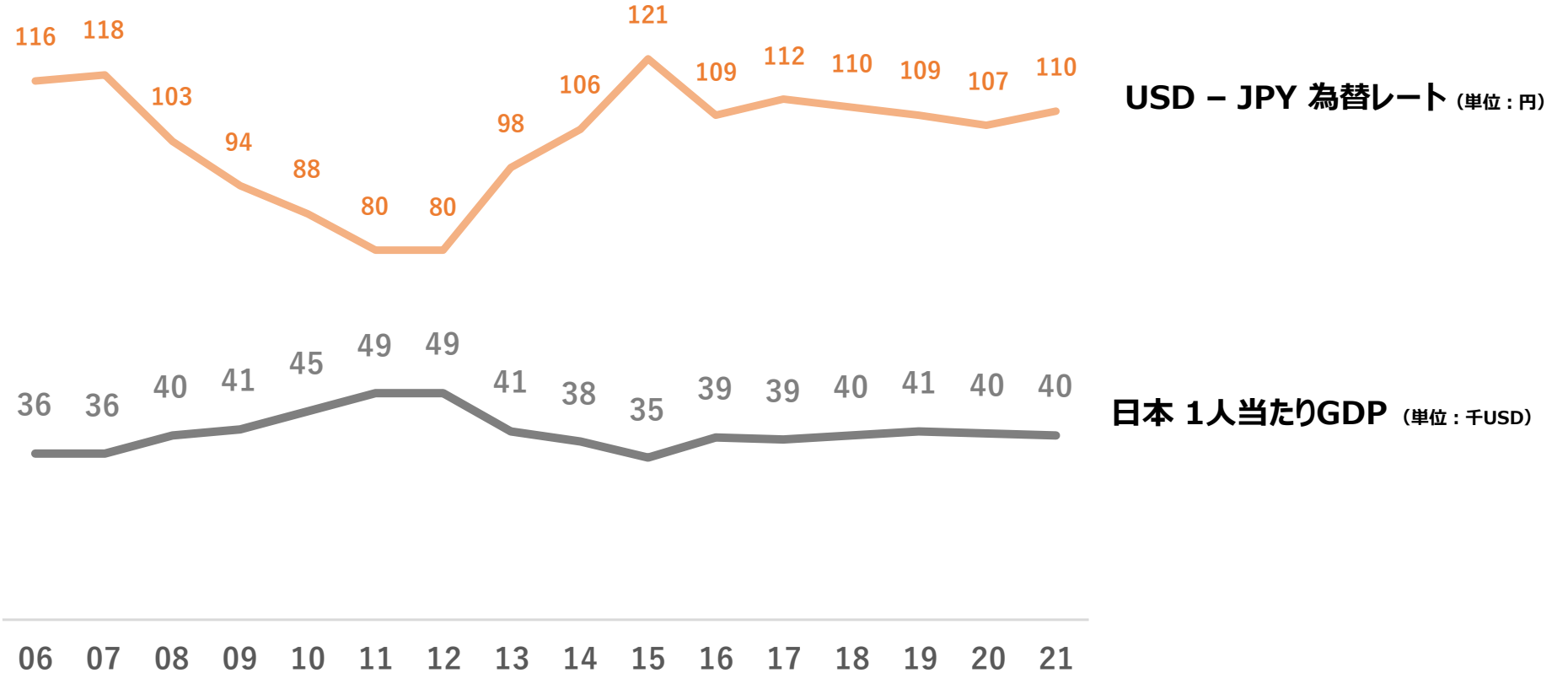
出典：世界銀行 <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD> (2021.12.16時点)  
 世界銀行の出典は20年まで。21年の伸長率は7.2%とする。  
 (<https://asia.nikkei.com/Economy/Singapore-GDP-rebounds-7.2-in-2021-as-omicron-looms>)

### 1人当たりGDP (単位: 千USD)



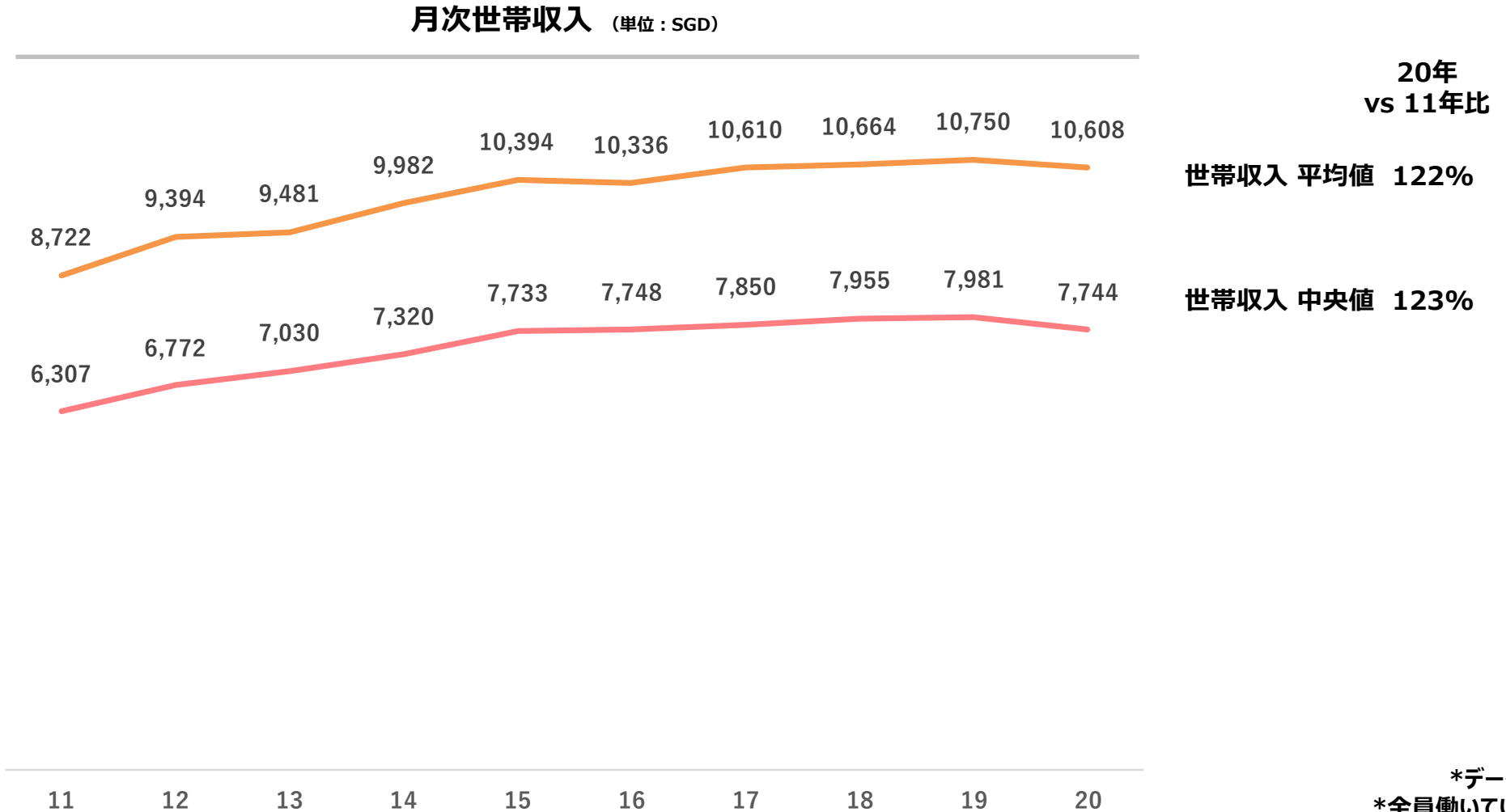
出典：世界銀行 <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD> (2021.12.16時点)  
 世界銀行の出典は20年まで。21年は左記のGDP÷2021年人口で算出。  
 2021年GDPは対2020年の前年比で算出。

### 日本の1人当たりGDPと USD - JPY 為替レートの推移



出典 [https://ecodb.net/exchange/usd\\_jpy.html](https://ecodb.net/exchange/usd_jpy.html) (2022.02.24時点)

シンガポールの所得水準は、20年にはコロナの影響で下がったものの経年で伸長。



出典 SINGAPORE DEPARTMENT OF STATISTICS <https://tablebuilder.singstat.gov.sg/table/CT/17197> (2022.02.01時点)  
 Average and Median Monthly Household Income from Work (Including Employer CPF Contributions) Among Resident and Resident Employed Households

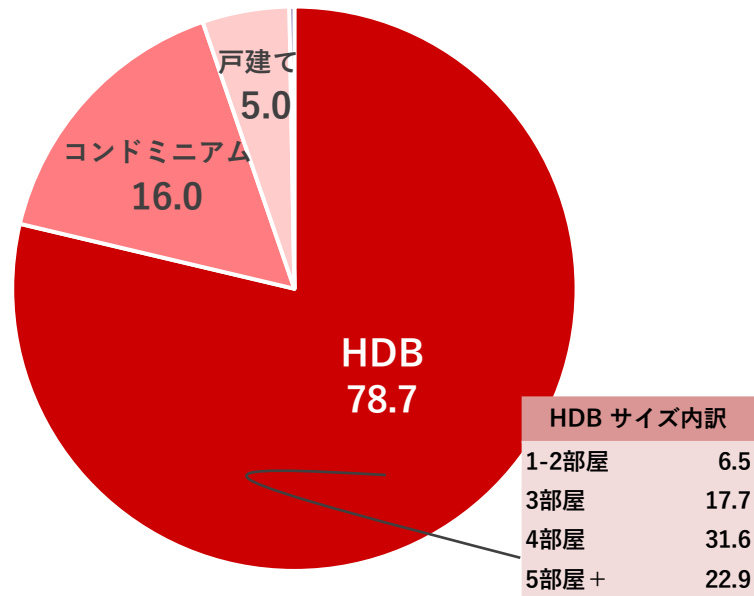
\*データは外国人除く  
 \*全員働いていない世帯含む



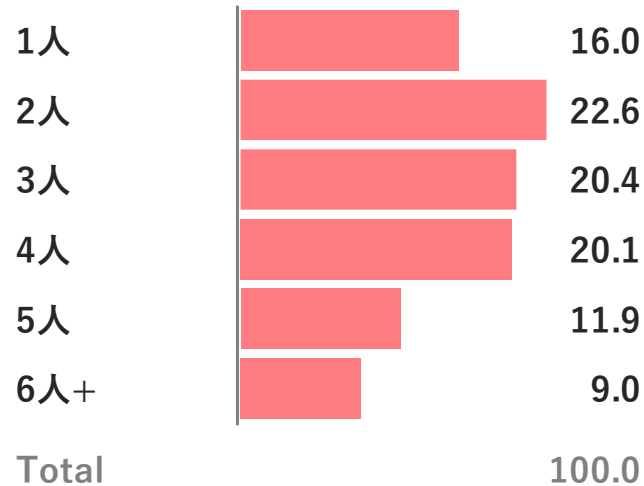
シンガポールは8割がHDB（公営住宅）に住んでいる。世帯人数は2人以上が84%を占める。  
 当地では家賃が高いこと、国土が狭いこともあり、子供が成人・結婚しても親世代・祖父母世代と同居する世帯は多い。

（日本の1人世帯は38%と1人暮らし世帯の割合が高い。日本の未婚率は30%とシンガポールと同程度。）

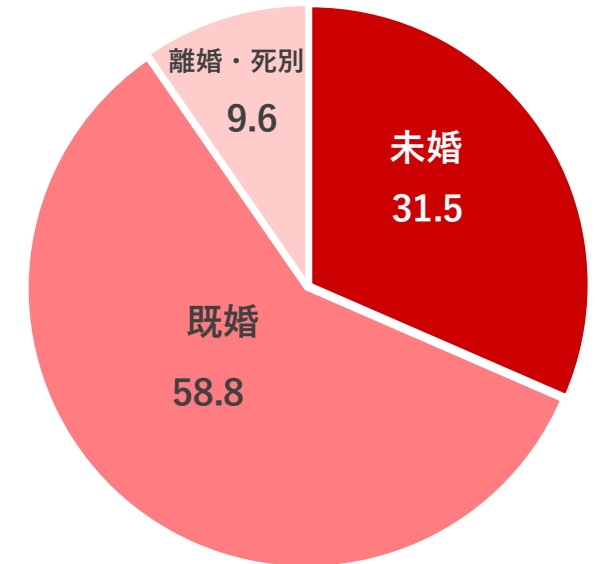
### 居住タイプ (単位：%)



### 世帯人数 (単位：%)



### 婚姻状況 (単位：%)



\*すべて2020年時点データ

\*データは外国人除く

\*「婚姻状況」は15歳以上人口の法的な婚姻状況

出典 SINGAPORE DEPARTMENT OF STATISTICS

未既婚 <https://tablebuilder.singstat.gov.sg/table/TS/M810601>

世帯人数 <https://tablebuilder.singstat.gov.sg/table/TS/M810371>

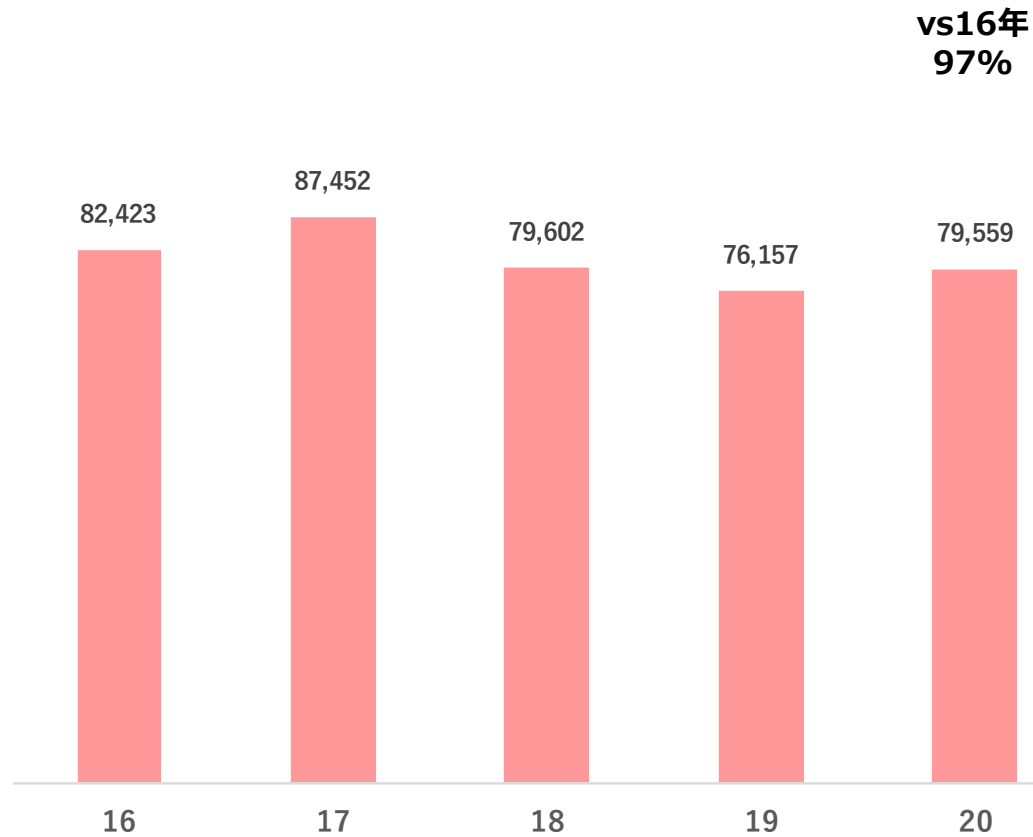
居住タイプ <https://tablebuilder.singstat.gov.sg/table/TS/M810351> (2022.02.01時点)

総務省「令和2年国勢調査 人口等基本集計結果 結果の概要」

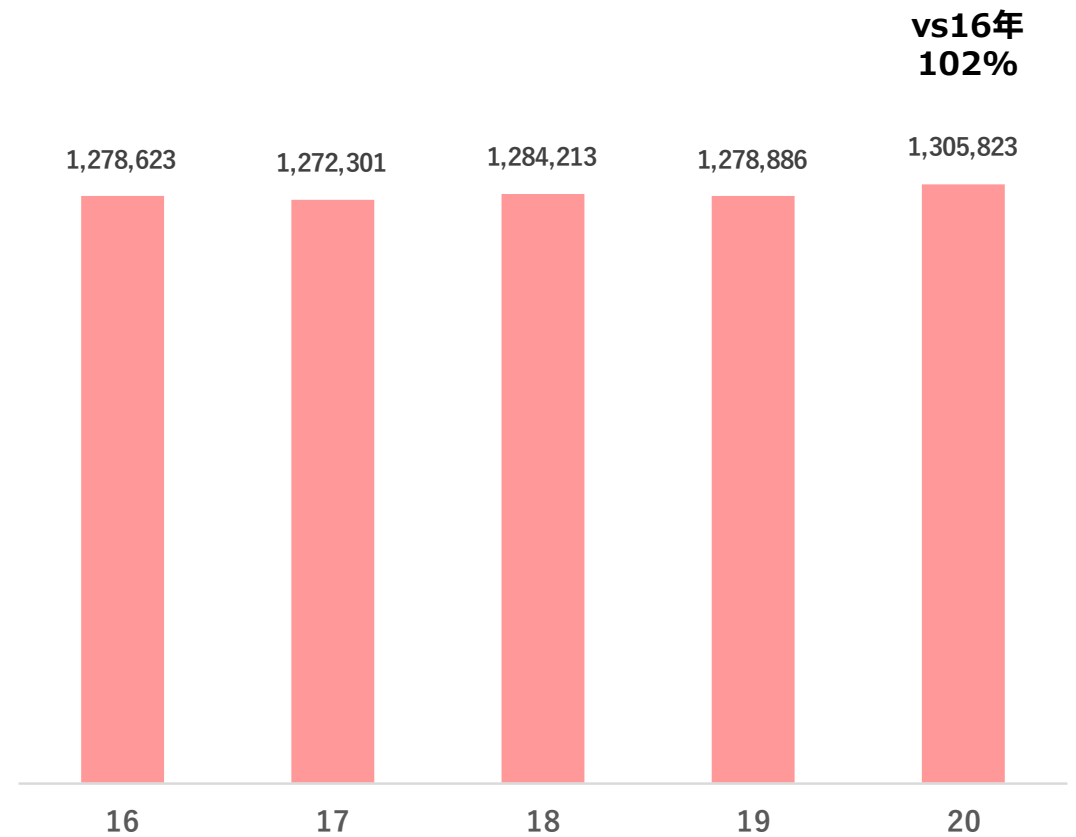
[https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2020/kekka/pdf/outline\\_01.pdf](https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2020/kekka/pdf/outline_01.pdf)

日本の豚肉生産量は、金額では16-17年と比べ18-20年は減少の傾向だが、量ではこの5年間ほぼ同量～増加傾向。

### 日本での豚肉枝肉生産 金額 (単位：100万円)



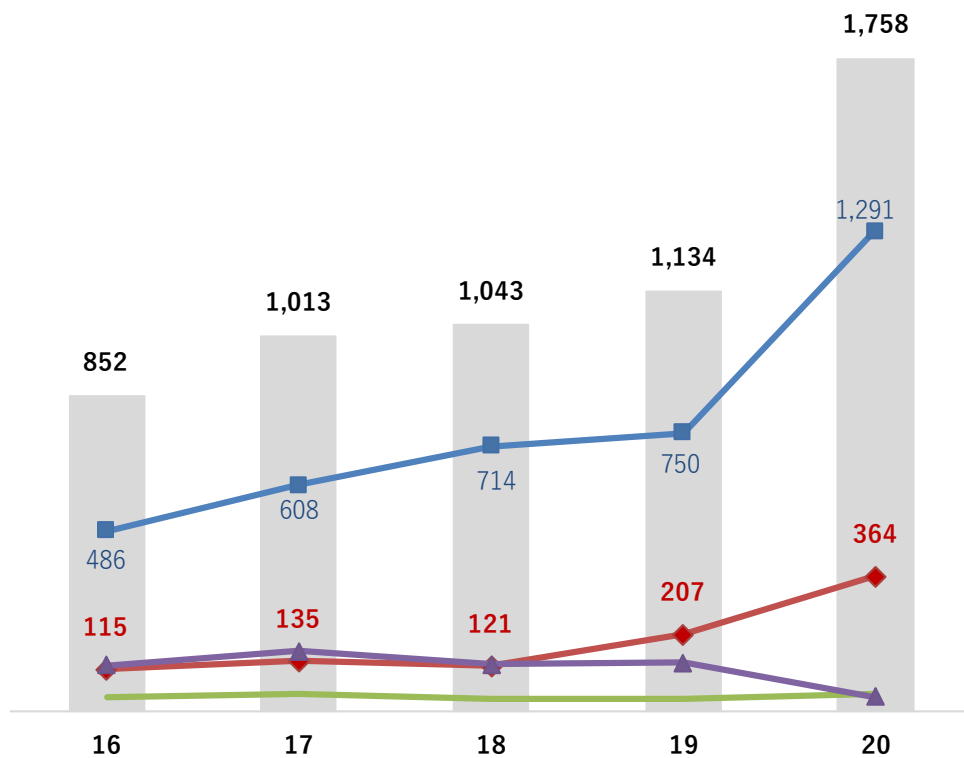
### 日本での豚肉枝肉生産 数量 (単位：トン)



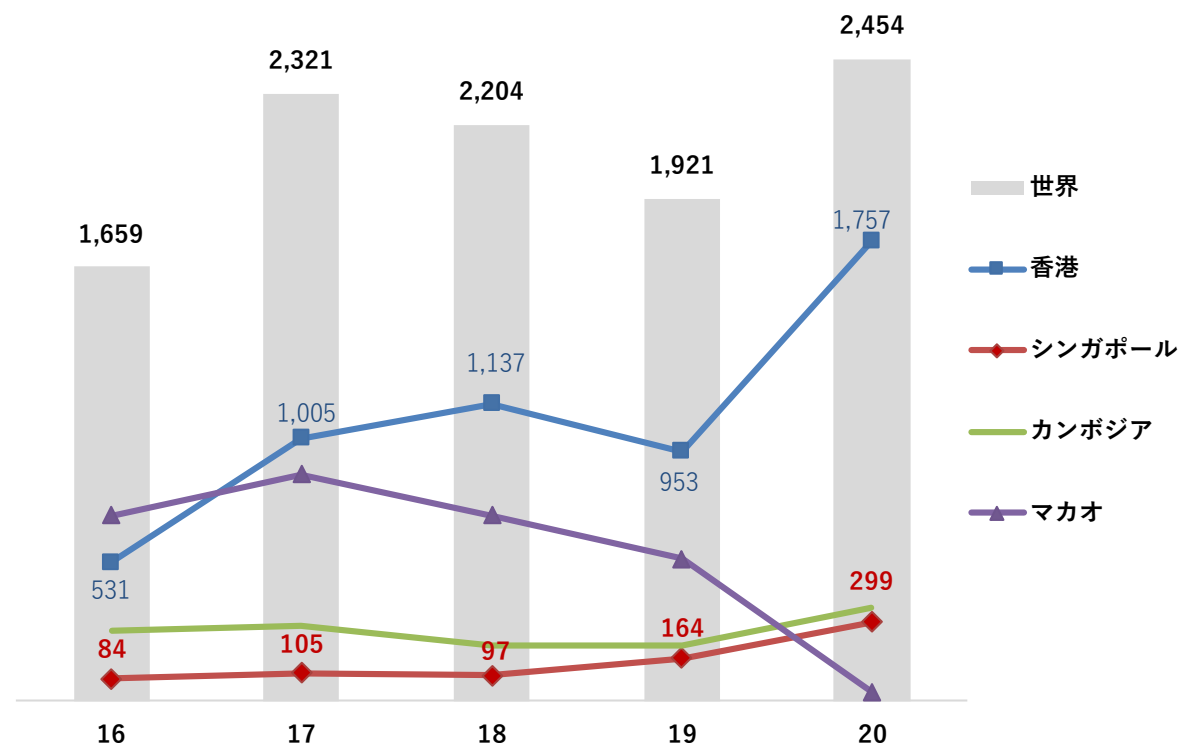
出典 農林水産省、畜産物流通調査、[https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tikusan\\_ryutu/](https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tikusan_ryutu/) (2022.02.05時点)

日本の豚肉輸出のうち、シンガポールは金額ベースで香港に次いで2位。香港程の勢いはないものの、19年から経年で増加している。トン当たり単価にすると、2020年に香港は73万円なのに対しシンガポールは122万円と、1.7倍高価格となる。

日本産豚肉輸出量と輸出国 金額 (単位: 100万円)



日本産豚肉輸出量と輸出国 数量 (単位: トン)

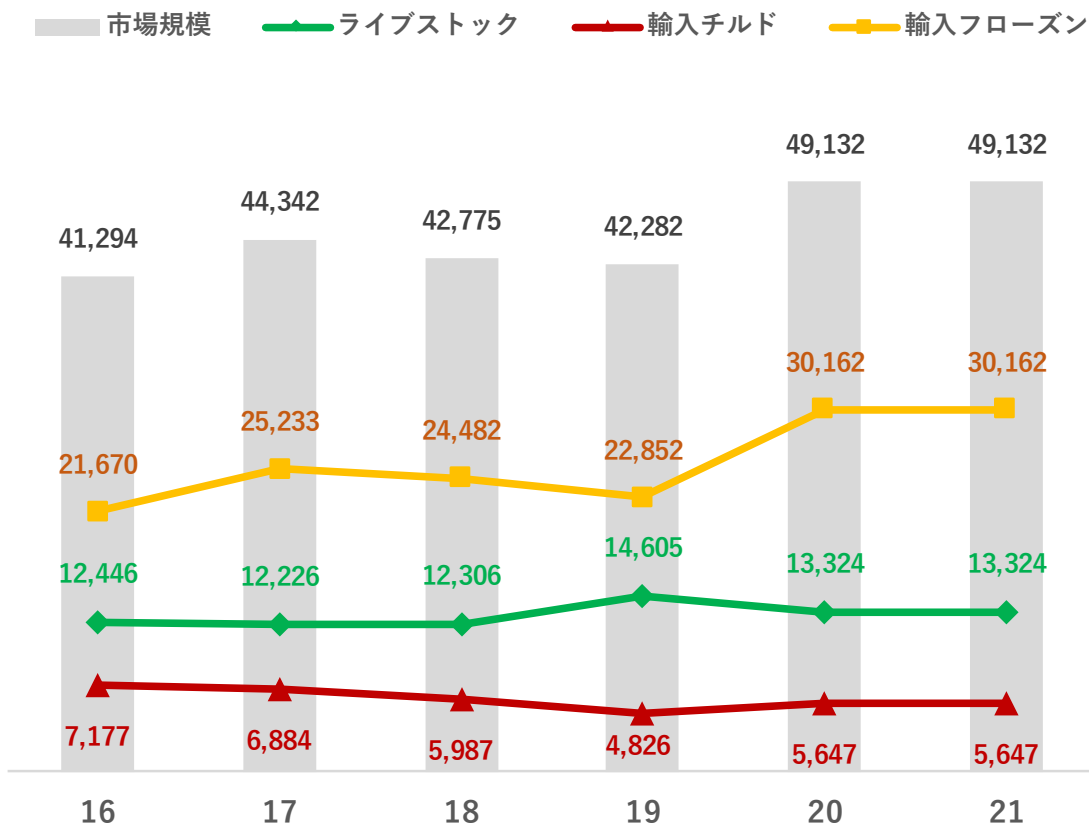


出典 財務省貿易統計 (輸出) [https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kokusai/houkoku\\_yusyutu.html#r32](https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kokusai/houkoku_yusyutu.html#r32) (2022.01.20時点)

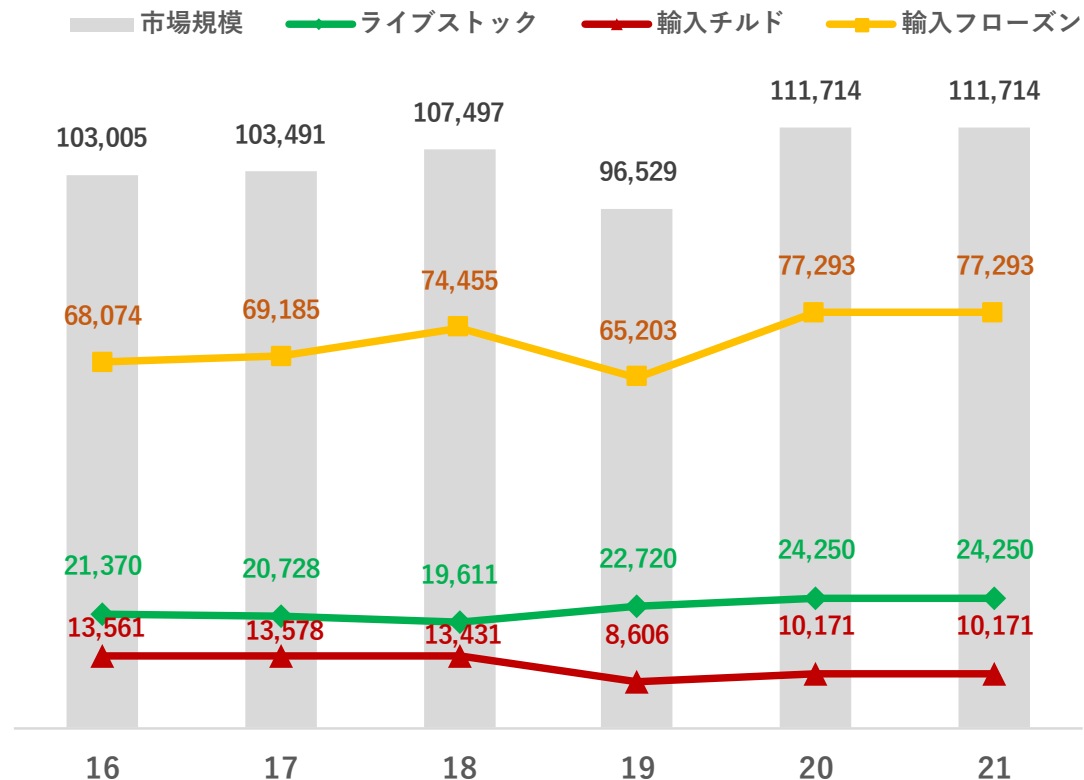
# シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量・金額

シンガポールの豚肉市場規模は、21年に金額では約490億円の見込み（推計）。  
 トン当たり単価にすると、18年には40万円だったのが、21年には44万円に増えており、高価格化の傾向がうかがえる。

シンガポール 豚肉市場規模 金額 (単位: 100万円 / 1USD = 115円)



シンガポール 豚肉市場規模 数量 (単位: トン)



出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
 UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.07時点)

\*市場規模は以降全て生産者価格ベース  
 \*2021は <https://www.indexmundi.com/agriculture/?country=sg&commodity=swine-meat&graph=imports>  
 import 伸長率に基づき0%と仮定

# シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量 (金額)

シンガポール 豚肉輸入市場規模 金額 (単位: 100万円) 前年比・シェア (単位: %)

	市場規模 *1ドル=115円					前年比				シェア
	16	17	18	19	20	17	18	19	20	20
(F) ブラジル	9,391	11,096	11,464	10,421	16,472	118	103	91	158	46
(C)(F) オーストラリア	7,095	6,838	5,901	4,742	5,529	96	86	80	117	15
(C)(F) オランダ	4,580	4,959	5,420	4,233	4,033	108	109	78	95	11
(F) スペイン	2,517	3,274	2,627	3,307	3,674	130	80	126	111	10
(F) ドイツ	1,013	753	1,016	1,345	1,944	74	135	132	145	5
(C)(F) アメリカ	865	1,313	748	1,426	918	152	57	191	64	3
(C)(F) カナダ	680	1,138	447	543	818	167	39	121	151	2
(F) 日本	134	139	139	214	400	103	100	154	187	1
(F) ベルギー	114	122	73	0	307	107	60	0	-	1

(C) チルド豚肉の輸入が可能な国  
(F) 冷凍豚肉の輸入が可能な国

出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.07時点)

# シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量 (数量)

シンガポール 豚肉輸入市場規模 数量 (単位: トン) 前年比・シェア (単位: %)

	市場規模	数量					前年比				シェア
		16	17	18	19	20	17	18	19	20	20
(F) ブラジル		34,680	34,068	42,465	35,033	48,219	98	125	82	138	55
(C)(F) オーストラリア		13,867	14,057	13,819	10,372	10,463	101	98	75	101	12
(C)(F) オランダ		12,389	10,939	13,083	9,226	7,659	88	120	71	83	9
(F) スペイン		6,918	7,591	6,050	6,760	6,606	110	80	112	98	8
(F) ドイツ		2,696	2,068	2,737	3,328	3,903	77	132	122	117	4
(C)(F) アメリカ		2,207	3,593	1,933	2,906	2,382	163	54	150	82	3
(C)(F) カナダ		2,066	3,475	1,077	1,670	2,220	168	31	155	133	3
(F) ベルギー		387	348	198	0	746	90	57	0	-	1
(F) 日本		88	102	106	155	295	116	104	146	191	0

(C) チルド豚肉の輸入が可能な国

(F) 冷凍豚肉の輸入が可能な国

出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.07時点)

# シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量：冷凍・チルド（金額）

## シンガポール 豚肉輸入市場規模 金額（単位：100万円） 前年比・シェア（単位：%）

	市場規模 *1ドル=115円					前年比				シェア
	16	17	18	19	20	17	18	19	20	20
<b>(F) ■ 冷凍</b>										
ブラジル	9,391	11,096	11,464	10,421	16,472	118	103	91	158	55
オランダ	4,579	4,958	5,409	4,226	4,033	108	109	78	95	13
スペイン	2,517	3,274	2,627	3,307	3,674	130	80	126	111	12
ドイツ	1,013	753	1,016	1,345	1,944	74	135	132	145	6
アメリカ	861	1,312	744	1,419	915	152	57	191	64	3
カナダ	495	925	264	352	566	187	29	133	161	2
日本	134	139	138	214	400	103	100	155	187	1
ベルギー	114	122	73	0	307	107	60	0	-	1
オーストラリア	119	176	153	147	142	148	87	96	96	0
<b>(C) ■ チルド</b>										
オーストラリア	6976	6662	5747	4595	5388	95	86	80	117	95
カナダ	185	213	183	190	252	115	86	104	132	4
アメリカ	4	1	4	6	3	18	508	164	47	0
オランダ	1	1	12	7	0	165	943	59	0	0

出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.23時点)

# シンガポールの豚肉 | 輸入元国別の輸入量：冷凍・チルド（数量）

## シンガポール 豚肉輸入市場規模 数量（単位：トン） 前年比・シェア（単位：%）

### ① 冷凍

	16	17	18	19	20	17	18	19	20	20
ブラジル	34,680	34,068	42,465	35,771	48,219	98	125	84	135	62
オランダ	12,387	10,937	13,072	9,417	7,659	88	120	72	81	10
スペイン	6,918	7,591	6,050	6,903	6,606	110	80	114	96	9
ドイツ	2,696	2,068	2,737	3,398	3,903	77	132	124	115	5
アメリカ	2,201	3,592	1,928	2,956	2,378	163	54	153	80	3
カナダ	1,875	3,262	897	1,513	1,992	174	28	169	132	3
ベルギー	387	348	198	0	746	90	57	0	-	1
オーストラリア	540	701	620	665	551	130	89	107	83	1
日本	88	102	106	158	295	116	104	149	187	0

### ② チルド

	16	17	18	19	20	17	18	19	20	20
オーストラリア	13327	13357	13198	8404	9913	100	99	64	118	97
カナダ	191	214	180	163	229	112	84	91	140	2
アメリカ	6	1	5	10	4	14	552	193	45	0
オランダ	2	2	11	3	0	80	656	28	0	0

出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.23時点)



## シンガポール 豚肉輸入市場規模・前年比・シェア (単位：%)

### ■金額 (単位：100万円)

	16	17	18	19	20	17	18	19	20	20
インドネシア	12,385	12,190	10,455	11,914	9,990	98	86	114	84	75
マレーシア	0	36	1,850	2,690	3,335	-	5171	145	124	25
ポルトガル	0	0	0	0	0	-	-	0	-	0
アメリカ	62	1	0	0	0	1	0	-	-	0

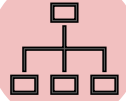
### ■数量 (単位：トン)

	16	17	18	19	20	17	18	19	20	20
インドネシア	21,223	20,644	15,687	17,648	16,512	97	76	113	94	68
マレーシア	0	82	3,924	5,072	7,738	-	4770	129	153	32
ポルトガル	0	0	0	0	0	-	-	0	-	0
アメリカ	147	2	0	0	0	1	0	-	-	0

出典：Williams & Marshall Strategy “Singapore: Pork Meat Market February 2022”  
UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.23時点)

## B) シンガポールの消費者の豚肉への関与

\* 本調査は、一般消費者のパーセプションをベースに分析しているため、既存データや二次データと必ずしも一致しない可能性があります。



## A) シンガポールと豚肉に関するマクロ情報

シンガポールの基本情報と豚肉の輸入状況を把握する。



## B) シンガポールの消費者の豚肉への関与

シンガポール消費者の視点から、豚肉の喫食・調理実態や、原産国別の豚肉の関与を把握する。



## C) シンガポールの豚肉の流通状況

豚肉が仕入～店頭・レストラン・ホーカーに流通する構造を把握する。



## D) スーパー店頭での豚肉の販売状況

主要スーパーマーケットでの豚肉の主要プレイヤー、原産国、部位、価格を把握する。

## ✓ 豚肉の喫食・調理一般

- 高頻度で喫食しており、調理も男女ともに良くしている。
- 冷蔵（量り売り+冷蔵パック）での購入シェアが74%を占めており、シンガポールでは冷蔵状態の購入が主流。
- 重視点は、喫食時・購入時ともに「鮮度が高い」「安全」「手頃な価格」という3点が挙がっている。
- 外食・レシピ・原産国についての情報の取得経路は、家族・友人・知人からの口コミ、ネット記事・動画の2点が高い。

## ✓ 日本産豚肉のポジションと4P

- 豚肉の認知・経験・普段喫食・購入が最もメジャーな1番手グループはインドネシア・マレーシア・オーストラリア。  
それに次いだ2番手グループが中国・日本。

### -Productに高評価

日本は、喫食・調理ともに今後の意向が非常に高い。イメージも肯定的で、競合3か国（オーストラリア・アメリカ・スペイン）に重要項目で同等あるいは勝っている。

### -Priceの課題

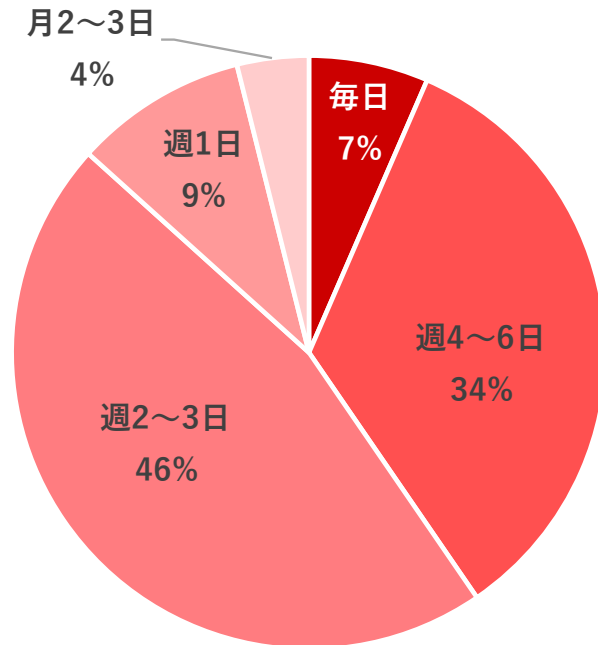
価格に見合った価値だが、手頃ではない、他と比べて高いイメージが浸透している。

### -Placeの課題

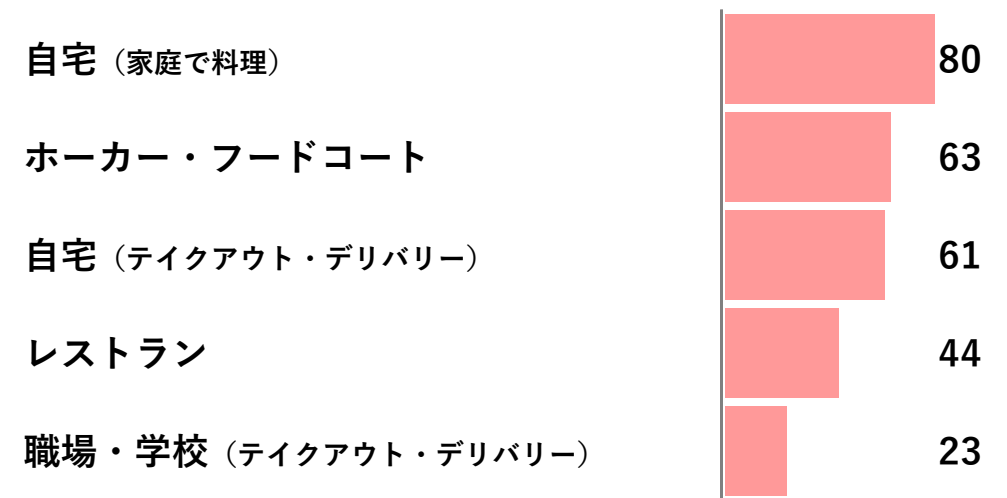
豚肉の購入はFairPrice・Cold Storageが主要チャネルだが、日本産の扱いがない。

豚肉喫食者は、週2日以上が87%と大半を占める。喫食場所は自宅（家庭で料理）が最も多いが、外食、中食も頻度は高い。

### 豚肉喫食頻度 (% : SA)



### 豚肉喫食場所 (% : MA)



n = 690

ホーカー、フードコートは手頃な価格(S\$10ドル以内≒1,000円以下)で喫食でき、どこにでもあるため老若男女問わず訪れる。ホーカーは年配層の方が利用頻度は高め。これらのお店からテイクアウトすることも多い。

ホーカーセンターの風景



元来は“移動式屋台”を意味するホーカーが集まる施設であり、ウエットマーケットと併設、隣接されていることが多い。街中だけでなく、HDB（公営住宅）内には計画的に設置されている国民の食生活を支える公営の重要なインフラだが、オープンエアが基本でエアコンは効いてないのが唯一の弱点。

フードコートの風景



商業施設内や、オフィスビル内、住宅街のちょっとした商業施設の中など全島に限なく見つけることができる。元々個人商店の集まりだったホーカーセンターと比べると、フードコートの運営事業者を中心に提供され、室内でエアコンが効いている点が有難い、こちらも重要な食のインフラ。

写真: <https://theindependent.sg/coffee-shop-staff-receive-verbal-abuse-from-customers-during-vaccination-status-checks/>  
<https://goodyfeed.com/10-best-food-courts-in-spore-you-should-go-even-if-you-know-you-cant-find-a-seat/>

豚肉喫食時の重視点 (% : MA)

		男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代
1 価格が手頃なこと	55	-8	-13	0	14	0	5	-3	4
2 美味しいこと	52	0	0	-4	7	1	-3	1	-2
3 鮮度が高いこと	51	-9	-5	-4	7	-5	-1	0	14
4 食べて安全であること	51	-7	1	-7	9	-7	2	2	5
5 柔らかいこと	41	2	-9	-7	6	6	-7	-2	11
6 品質が高いこと	34	3	5	-2	3	-8	6	-9	2
7 身が引き締まっていること	34	-8	-9	-1	4	-16	-3	10	18
8 脂身が少ないこと	32	-9	-15	-8	12	-2	-4	10	14
9 食べやすいサイズになっていること	30	5	-3	-4	4	5	3	-8	0
10 臭み（獣臭）がないこと	29	-5	-18	-11	-8	9	4	4	22
11 食べたい部位であること	25	1	-1	-7	3	8	-6	3	1
12 信頼できる原産国・産地であること	21	1	3	-7	2	-7	-2	2	7
13 食べ慣れていること	20	8	-1	4	-1	-1	6	-3	-12
14 信頼できる店で提供されていること	19	-5	4	2	1	1	-2	-1	1
15 ガッツリした味わいなこと	19	13	8	-6	0	0	1	-6	-8
16 あっさり・さっぱりした味わいなこと	16	0	2	-1	-3	-9	1	5	3
17 生産地や生産者がわかること	14	3	1	-3	4	-5	5	-3	-3
18 友人・知人の評判が良いこと	12	1	5	0	-4	7	-2	0	-5
19 ネットの評判が良いこと	9	4	11	1	-4	2	-6	0	-6
20 脂身が多いこと	8	3	5	-4	-4	3	2	0	-4
21 飼料や育て方にこだわっていること	8	0	8	3	-5	-2	1	-1	-3
22 ブランド肉であること	7	3	7	5	-4	-3	-1	-5	-3

食べる時の重視点は、値段・美味しさに加え、鮮度と安全性が重視されている。

男女ともに年齢が高いほど、上位項目の点をより重視している。

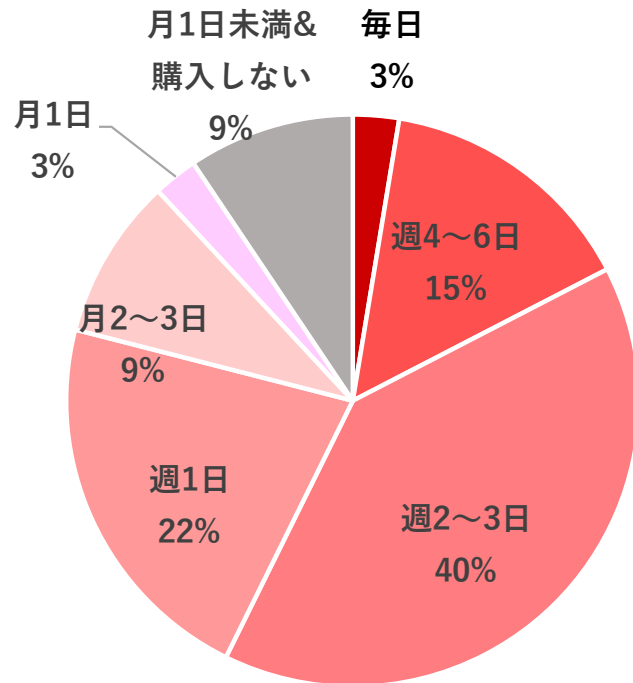
10位「臭みがないこと」は男性よりも女性が高く重視している

質問文：Q3 豚肉を食べるときに重視していることを教えてください。（ご自宅・外食問わず）

n = 690

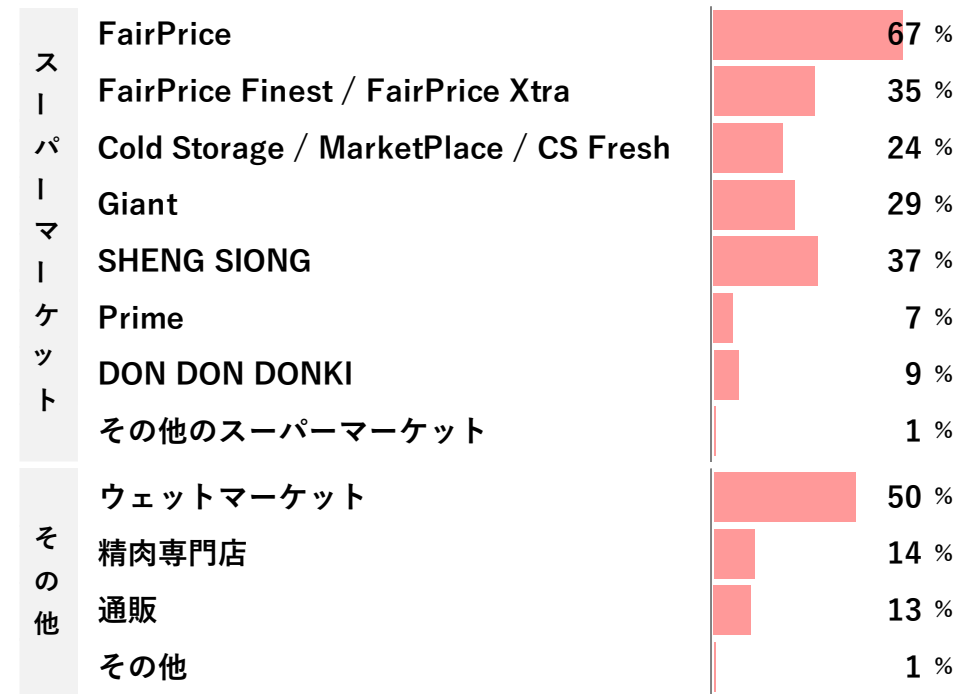
豚肉調理者は、週1日以上が80%と大半を占める。豚肉の購入場所はFairPrice、次いでウエットマーケット。  
モダンマーケットと伝統的マーケットの両方が主要なチャネルとなっている。

豚肉調理頻度 (% : SA)



n = 690

豚肉購入場所 (% : MA)



n = 625



豚肉購入時の重視点 (% : MA)

		男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代
1 鮮度が高いこと	47.0	1	-12	-10	15	-9	-1	-1	18
2 食べて安全であること	42.6	-6	-17	-4	2	0	7	3	13
3 価格が手頃なこと	42.2	-7	-10	7	5	2	2	0	1
4 価格の割には品質が良いこと	38.7	-7	-2	3	4	8	-1	-10	7
5 柔らかいこと	33.0	4	-17	-2	8	-1	-2	-2	11
6 美味しいこと	32.8	10	-2	-4	4	4	-2	-5	-4
7 品質が高いこと	30.6	1	-2	-1	4	-4	-3	-5	10
8 身が引き締まっていること	25.6	-15	-6	-8	12	-7	-5	12	15
9 食べたい部位であること	25.0	-3	-8	-1	7	9	-6	2	2
10 調理しやすいカットになっていること	24.2	-5	-3	-3	-2	8	-3	1	7
11 家族が好きなこと	24.0	6	-4	-10	8	5	3	-4	-3
12 信頼できる店で売られていること	23.0	-8	-3	-2	3	-1	5	0	6
13 脂身が少ないこと	22.7	-9	-9	-8	8	-4	-8	6	23
14 信頼できる原産国・産地であること	21.1	-6	0	-2	6	-1	-1	-4	8
15 臭み(獣臭)がないこと	20.3	-5	-7	-8	-2	0	-1	9	14
16 量り売りで必要な量を買えること	20.0	-8	-3	-8	-1	4	-2	4	13
17 普段行くお店に売っていること	19.4	0	-6	-8	1	12	4	-1	1
18 調理に時間がかからないこと	14.1	2	-3	-7	5	5	2	-3	0
19 買い慣れた商品であること	13.8	0	-8	-1	-4	7	6	-1	1
20 メーカー・ブランドが信頼できること	12.2	-1	-1	-2	-2	5	2	-1	1
21 冷蔵なこと	12.0	-2	-1	2	-4	-2	5	-5	7
22 生産地や生産者がわかること	11.7	-6	1	-4	6	-1	3	-2	4
23 冷凍なこと	11.5	-1	1	-2	-1	5	1	1	-3
24 あっさり・さっぱりした味わいなこと	10.2	2	-2	-3	-1	-4	2	6	0
25 ガッツリした味わいなこと	9.6	3	9	-5	-2	7	-1	-4	-6

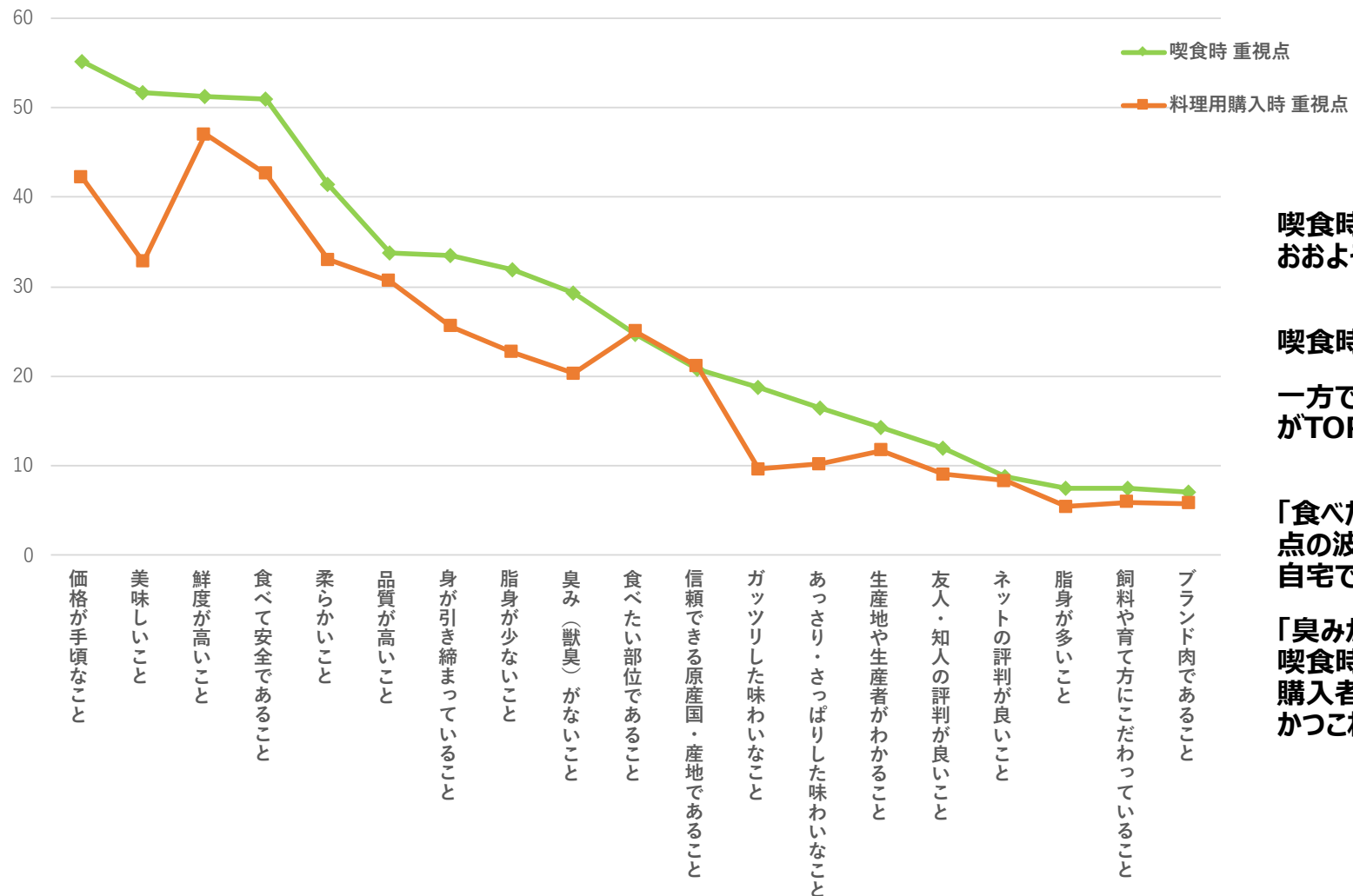
購入時の重視点は、鮮度・安全性に加え、手軽な価格と品質の良さ。

男女とも50代は重視することが他の年代に比べ多岐にわたっている。

質問文： Q6 自宅用に豚肉を買うときに重視することを教えてください。

n = 625

豚肉喫食時重視点 vs 料理用購入時重視点 (% : MA)



喫食時と購入時の重視点を比較すると、波形はおおよそ同じである一方、相違点もみられる。

喫食時重視点は「価格が手頃」「美味しい」がTOP2。

一方で購入時重視点は「鮮度が高い」「食べて安全である」がTOP2で、鮮度や安全性の重要度が高くなる。

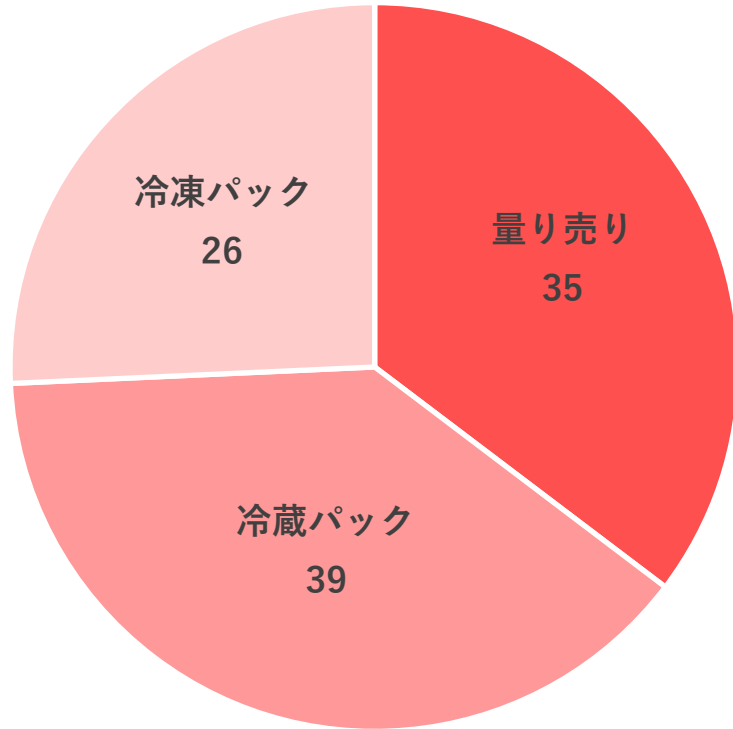
「食べたい部位」「信頼できる原産国・産地」も喫食時重視点の波形と異なる動きをして高く出ているのも、購入して自宅で調理する人ならではの要因。

「臭みがない」「ガッツリした味わい」が、喫食時重視点の波形と異なる動きをして低く出ているのは、購入者、つまり調理者は喫食者と比べ女性の割合が高く、かつこれら2点は女性にとって重視度が低いことが要因。

購入時は、冷蔵（冷蔵パック+量り売り）での購入割合が74%を占める。  
また、冷蔵（冷蔵パックまたは量り売り）を主に買っている消費者は66%を占める。(右図1の合計)

→ シンガポールでは冷蔵で販売されている豚肉の購入が主流。

豚肉購入時の形態別割合 (%)



※普段の購入量を100としたときの形態別の購入量割合を聴取り、全回答を足し上げて、全体の購入量割合を算出。

販売形態別主購入者（購入量割合が50%以上）の割合

1 冷蔵パック 33%

1 量り売り 33%

3 冷凍パック 21%

-----  
4 全て50%未満 13%

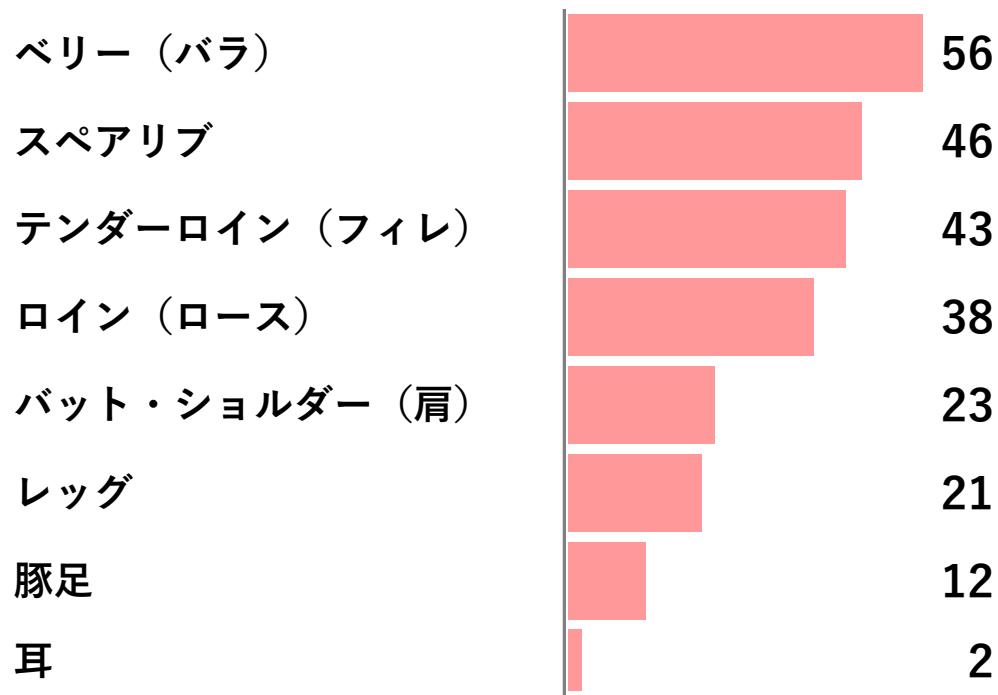
※本設問でいずれかの形態の購入割合を50%以上と回答した回答者は上記1~3へ含まれる。3形態の購入いずれも50%未満だった場合には4に含まれる。

n = 625

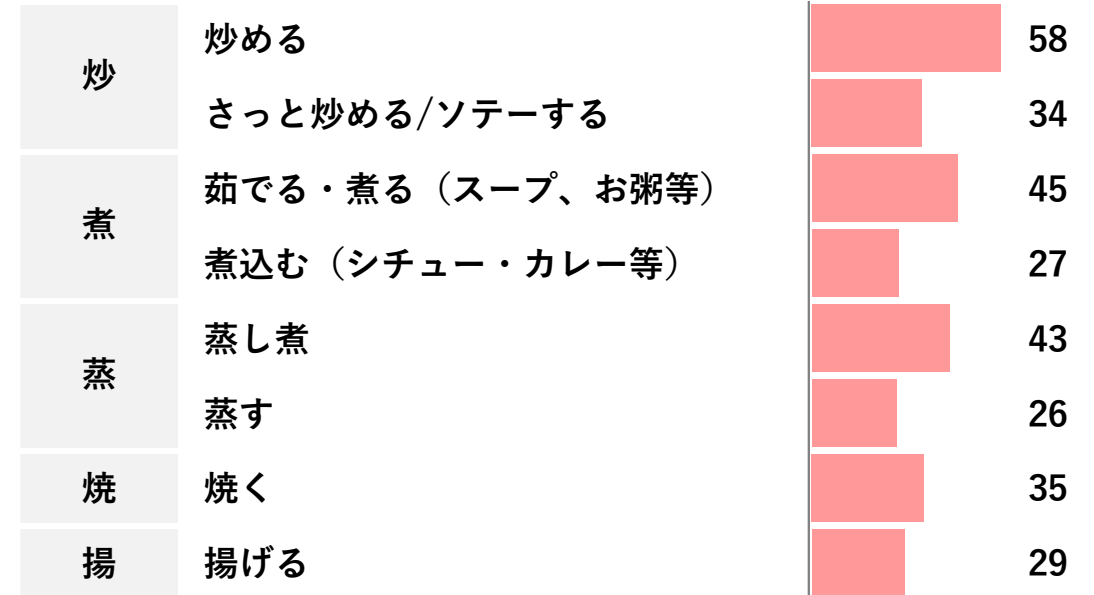
部位はベリーやスペアリブが上位。調理方法は、炒めがトップで、次いで茹でる・煮る、蒸し煮、焼きと続く。

相対的に時間がかかる煮込む・揚げる・蒸す等は低い。

調理用に購入する部位 (% : MA)



調理方法 (% : MA)

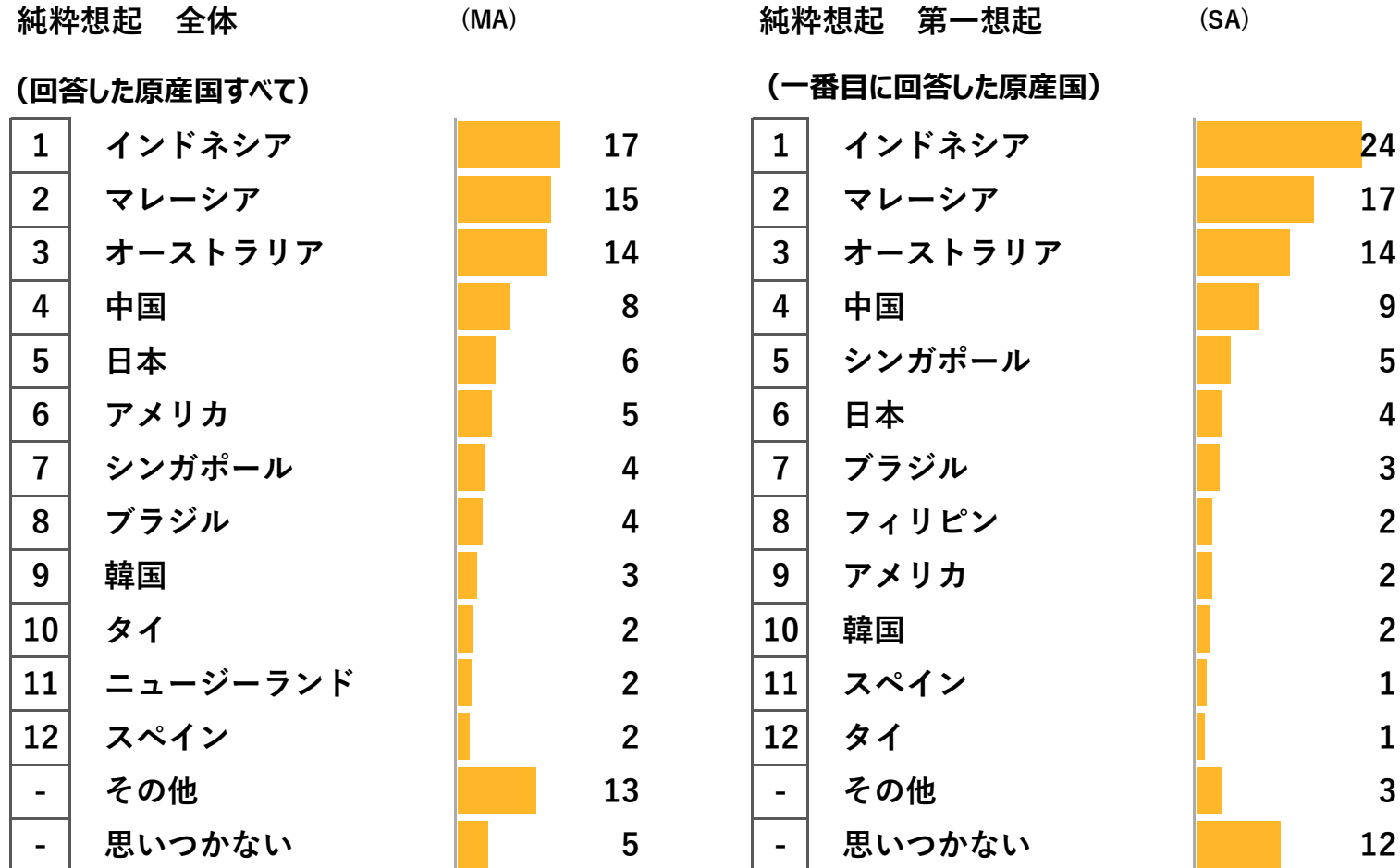


n = 625

原産国別での純粹想起では、全体・第一想起ともにTOP3はインドネシア、マレーシア、オーストラリア。日本は5位または6位。

注) 他国産でもパッケージに日本語や日本メニュー名（Shabu Shabu等）が記載されているものもある。またラーメンやトンカツといった日本食レストランも多い。これらのことから、他国産でも日本産と誤認されている可能性がある。

原産国 純粹想起 (%)



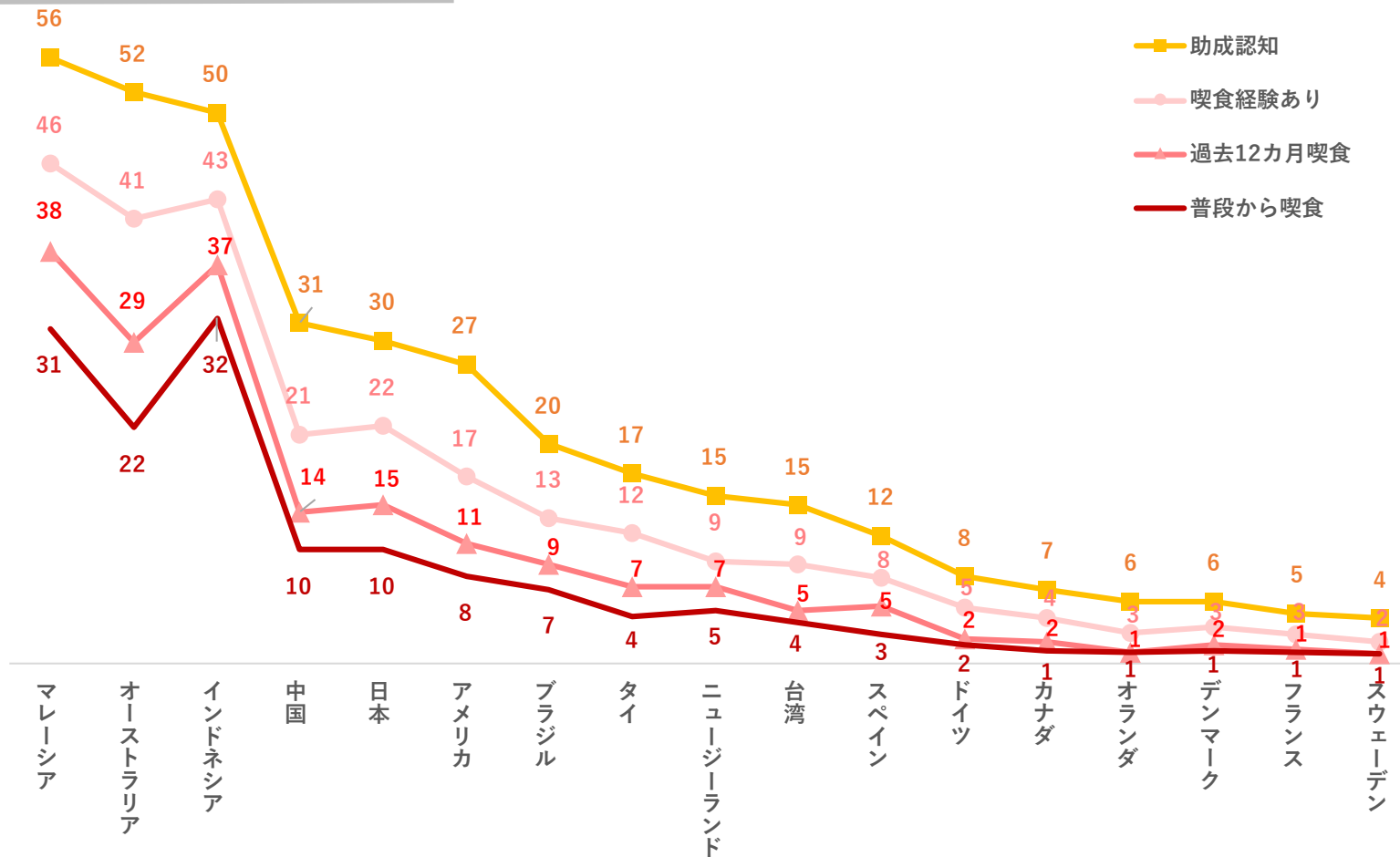
質問文： Q15 豚肉と聞いて思い浮かぶ原産国を教えてください。(いくつでも)

n = 690

原産国別の認知・喫食経験のトップ3はマレーシア・オーストラリア・インドネシア。次いで中国・日本がほぼ同程度で続く。  
オーストラリアは認知率は高いが、過去12か月喫食・普段から喫食のスコアがマレーシア・インドネシアより大きく下がるのが特徴的。

→ スーパー等店頭ではよくみかけるものの、マレーシア・インドネシアと比べて価格が高めであることが影響していると推察される。

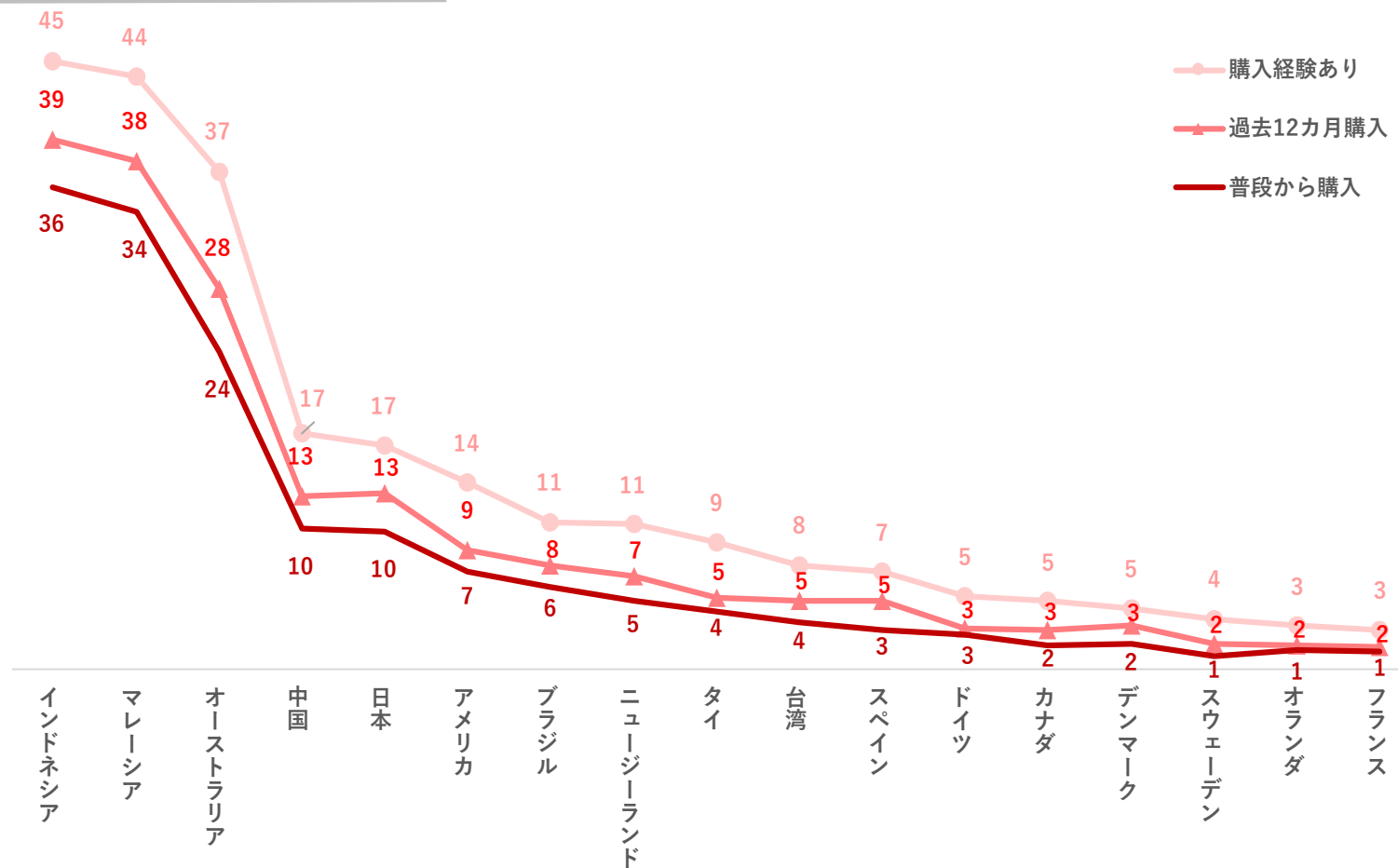
原産国 認知～喫食経験 (% : MA)



n = 690

喫食と同様に、原産国別の購入経験のトップ3はインドネシア・マレーシア・オーストラリア。  
次いで中国・日本がほぼ同程度で続く。

原産国 認知～購入経験 (% : MA)

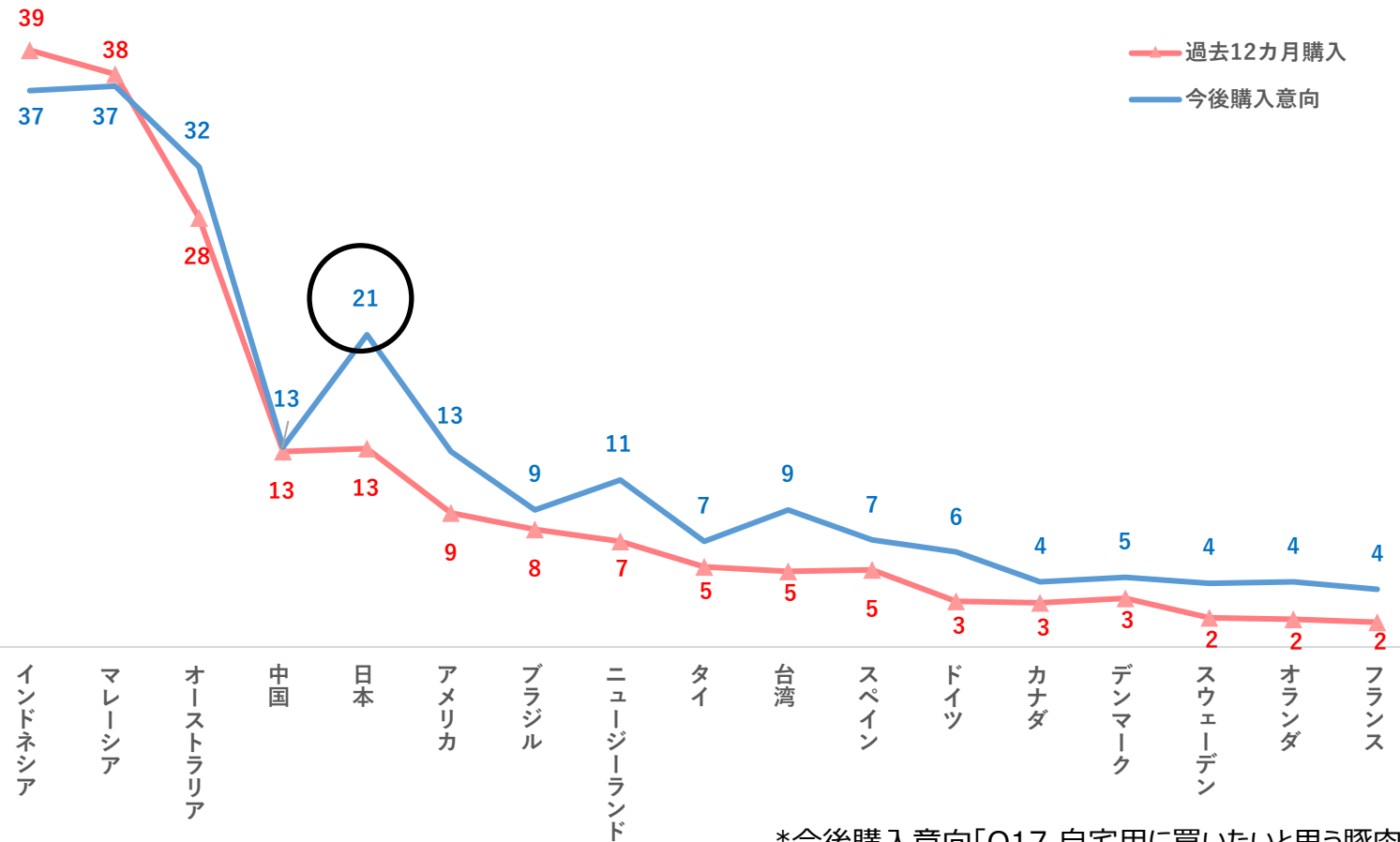


n = 625

# 原産国別 | 料理用の購入 現状 vs 今後購入意向

今後購入意向はほとんどの国で12か月内購入経験とおおよそ同じ値となっているが、日本産の購入意向は大幅に高く出ている。中国を8pts差で引き離し、マレーシア・インドネシア・オーストラリアに次いで4位であった。

## 豚肉過去12か月購入 vs 今後購入意向 (% : MA)



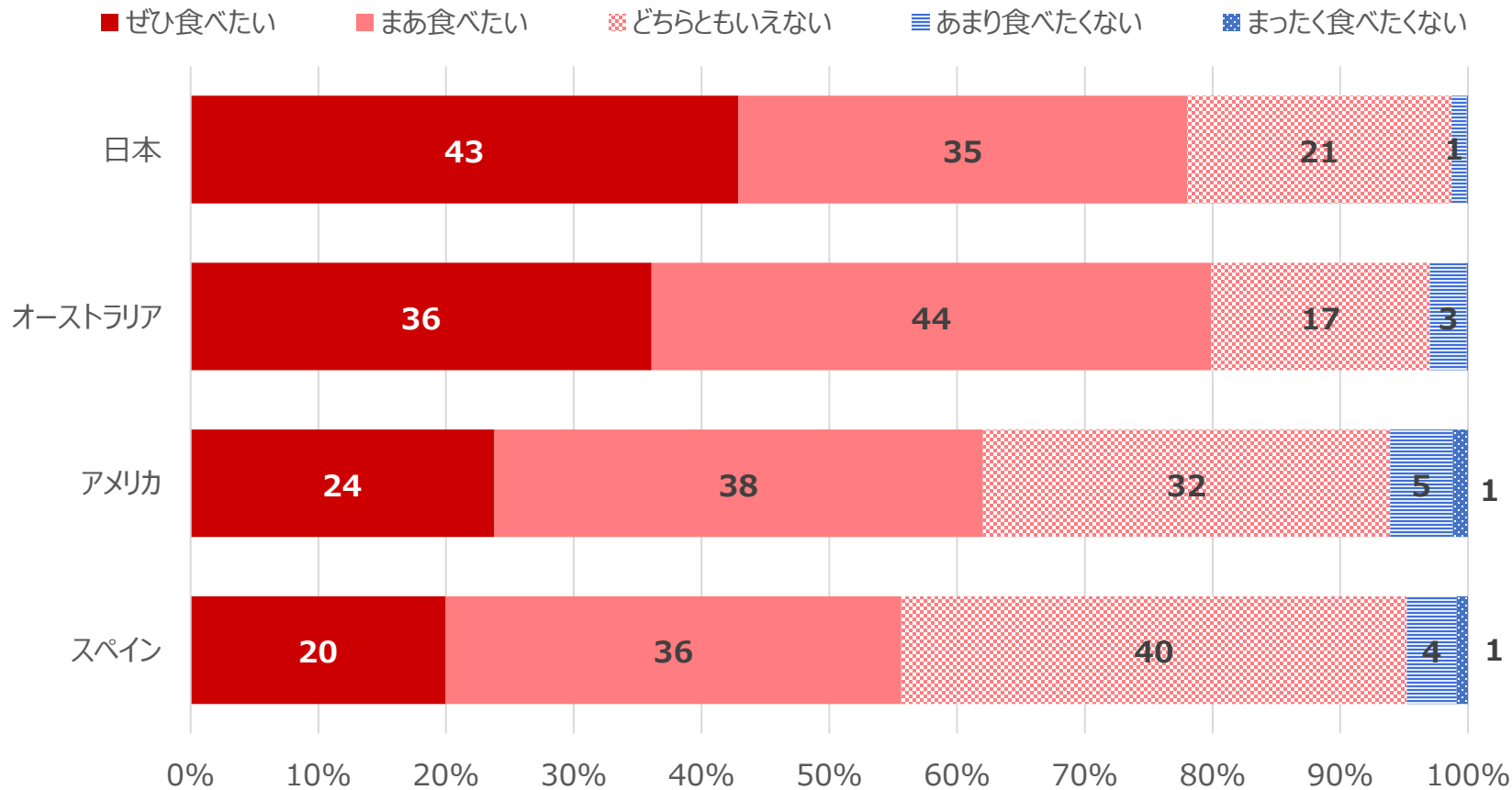
\*今後購入意向「Q17 自宅用に買いたいと思う豚肉の原産国」

n = 625



4カ国の今後喫食意向（5段階）では、日本産を「ぜひ食べたい」と答えた人の割合が最も高かった。

豚肉 4カ国の喫食意向 (% : SA)



注) 本調査設計の際に店頭事前調査を実施した結果、日本以外の3カ国を抽出し比較対象とした。

オーストラリア、アメリカ：解凍肉として日本産豚肉が並ぶ冷蔵棚で競合すると想定

スペイン：イベリコ豚というブランド豚を持ち、冷凍棚で日本産と競合すると想定

n = 690

日本産は競合する他産国と比べて肯定的なイメージを持つ人が多く、喫食意向の理由として「日本の食べ物だから」「高品質」等があげられている。一方で、買いたくない理由は「値段が高い」「見たこと・試したことがない」等。

	日本	オーストラリア	アメリカ	スペイン
TOP2BOX ぜひ食べたい・まあ食べたい理由	高品質 日本の食べ物だから 柔らかい 美味しい 臭いがしない	高品質 新鮮 美味しい 柔らかい 手頃な値段 食べ慣れている	高品質 美味しい 良い評判 試してみたい	高品質 美味しい 手頃な値段 黒豚・イベリコ
BTM3BOX まったく食べたくない・あまり食べたくない・どちらともいえない理由	値段が高い 見たこと・試したことがない 放射性物質が心配	臭いがする	食べて安全か心配 国が信頼できない 距離が遠すぎて心配 臭いがする	値段が高い 距離が遠すぎて心配 食べて安全か心配

※ Q19～22で各国産の豚肉に対する喫食意向の回答理由を、記述式で聴取し、同様の意味の言葉をまとめ、回答が多かった言葉を記載。  
 ※「まったく食べたくない・あまり食べたくない・どちらともいえない理由」は、「まったく食べたくない」「あまり食べたくない」の回答を優先的に記載。

n = 690

購入時に重視する上位項目は、価格関連項目以外は、日本は競合3カ国に同程度または勝っている。特に「美味しい」「品質が高い」は競合と比べ大きく上回っている。一方で、価格が他の豚肉よりも高いという印象も競合より大きく上回っている。

豚肉 4カ国のイメージ (% : MA) 購入時重視点でソート

豚肉 購入時重視点	各国の豚肉イメージ				豚肉 購入時重視点	各国の豚肉イメージ			
	日本	オースト ラリア	アメリカ	スペイン		日本	オースト ラリア	アメリカ	スペイン
1 鮮度が高い	47	24	22	16	12	8	10	8	9
2 食べて安全である	43	30	25	19	12	13	13	20	19
3 価格が手頃	42	8	19	12	10	11	7	7	6
4 価格の割には品質が良い	39	23	21	16	10	11	9	9	11
5 柔らかい	33	23	16	15	9	13	9	8	7
6 美味しい	33	30	20	17	8	10	10	8	7
7 品質が高い	31	40	26	19	7	7	6	7	5
8 身が引き締まっている	26	14	14	9	7	4	5	8	5
9 食べたい部位が売られている	25	8	7	7	6	9	8	5	6
10 調理しやすいカットで売られている	24	13	9	8	6	10	7	7	8
11 信頼できる店で売られている	23	13	15	11	5	5	5	6	6
12 脂身が少ない	23	10	9	6	4	25	10	15	14
13 信頼できる原産国・産地である	21	23	20	16					
14 臭み(獣臭)がないこと	20	11	10	8					
15 量り売りで必要な量を買える	20	6	9	6					
16 普段行くお店に売っている	19	7	11	7					
17 調理しやすく時間がかからない	14	7	6	6					
18 なじみがある	14	6	8	5					
19 メーカー・ブランドが信頼できる	12	10	10	10					
20 冷蔵で売られている	12	7	12	10					
21 生産地や生産者がわかる									
22 冷凍で売られている									
23 あっさり・さっぱりした味わい									
24 ガッツリした味わい									
25 友人・知人の評判が良い									
26 ネットの評判が良い									
27 ネットで手軽に購入できる									
28 価格が他の豚肉よりも安い									
29 飼料や育て方にこだわっている									
30 有名なブランド肉がある									
31 脂身が多い									
32 価格が他の豚肉よりも高い									

※色が濃いほど数値が高い

n = 690

情報ソース (% : MA)

		豚肉の原産国や ブランド	外食するお店	自宅での 料理レシピ
直接 口コミ	家族や友人・知人からの口コミ	31	53	
	両親等の家族			41
	友人・知人			29
メディア	ネットの動画	22	31	45
	ネットの記事	21	33	37
	ネットの食の口コミサイト	18	34	
	フードデリバリーアプリ		31	
	レストラン予約アプリ		20	
	SNSの投稿	15	25	22
	SNSのLive Streaming	14	16	17
	TV	17	22	21
	新聞	15	18	14
	雑誌	9	12	15
店頭・ レストラン等	商品パッケージの記載情報	39		
	スーパーマーケット等小売の店頭	31		17
	レストラン	19		13
	料理教室			13
	海外旅行したときの経験	16		
特に探さない / わからない・覚えていない		10	9	10

「豚肉の原産国やブランド」「外食するお店」「自宅での料理レシピ」の情報ソースとして共通して高いのは、直接人から得た口コミ。次いでネットの動画・記事も重要。

「豚肉の原産国やブランド」については店頭での情報が重要である。

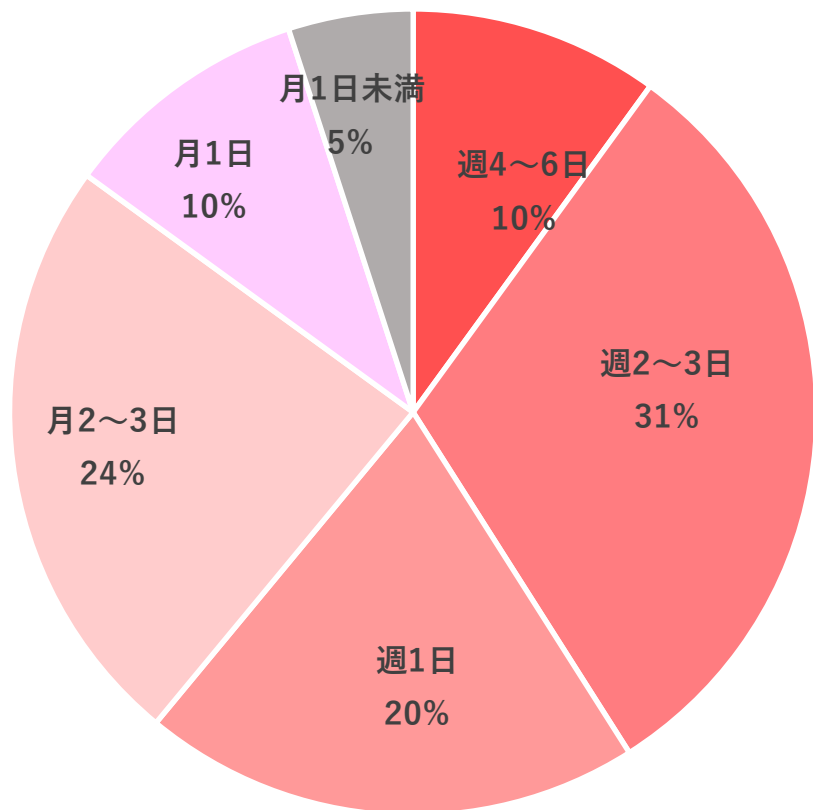
※色が濃いほど数値が高い

n = 690 (原産国やブランド/外食店) n = 625 (自宅での料理レシピ)

日本産豚肉過去12か月喫食者の中で、日本産豚肉の喫食頻度は週1日以上が61%を占める。喫食場所はレストランが最も高い。

注) 日本食レストランにおいても日本産以外の豚肉を使っている場合もある。このため、喫食頻度・喫食場所について、実際よりも高い数値となっている可能性がある

### 日本産豚肉 喫食頻度 (% : SA)



### 日本産豚肉 喫食場所 (% : MA)

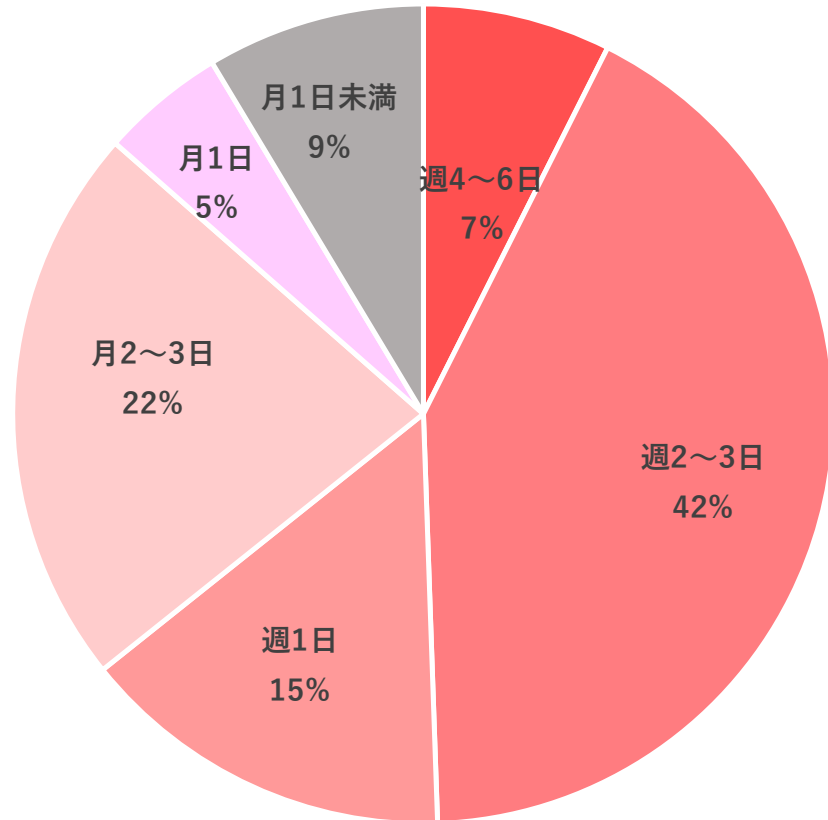


n = 100 (日本産豚肉過去12か月喫食者)

日本産豚肉の購入場所はFairPrice、次いでDON DON DONKIとなっている。

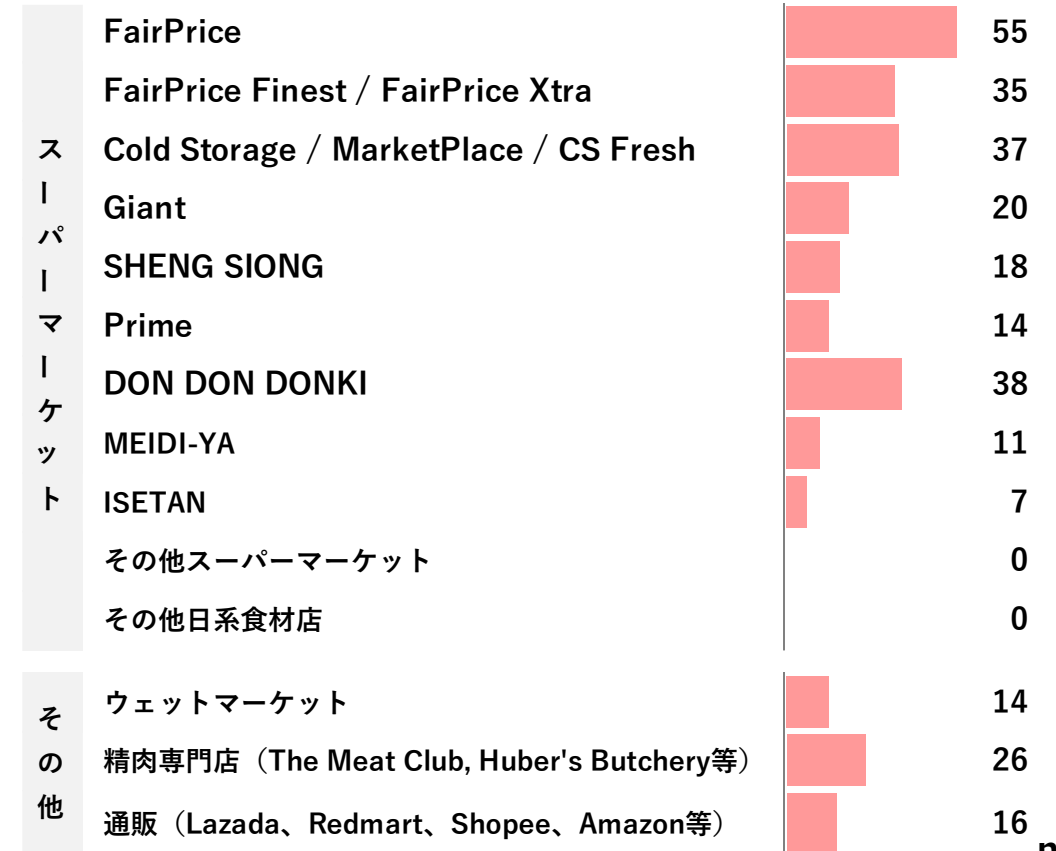
注) FairPriceやCold Storage等のローカルスーパーでは「黒豚」や日本語表記の他国産のパッケージ商品があるため日本産と誤認している可能性がある。

日本産豚肉 購入頻度 (% : SA)



n = 81

日本産豚肉 購入場所 (% : MA)

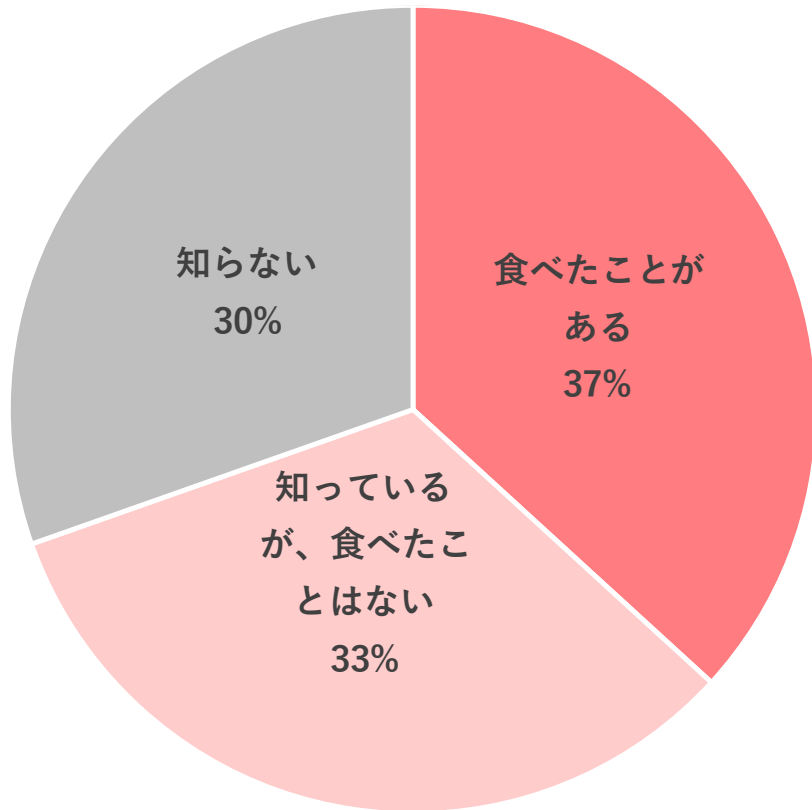


n = 74

黒豚を知っている、または食べたことがある人は70%を占める。

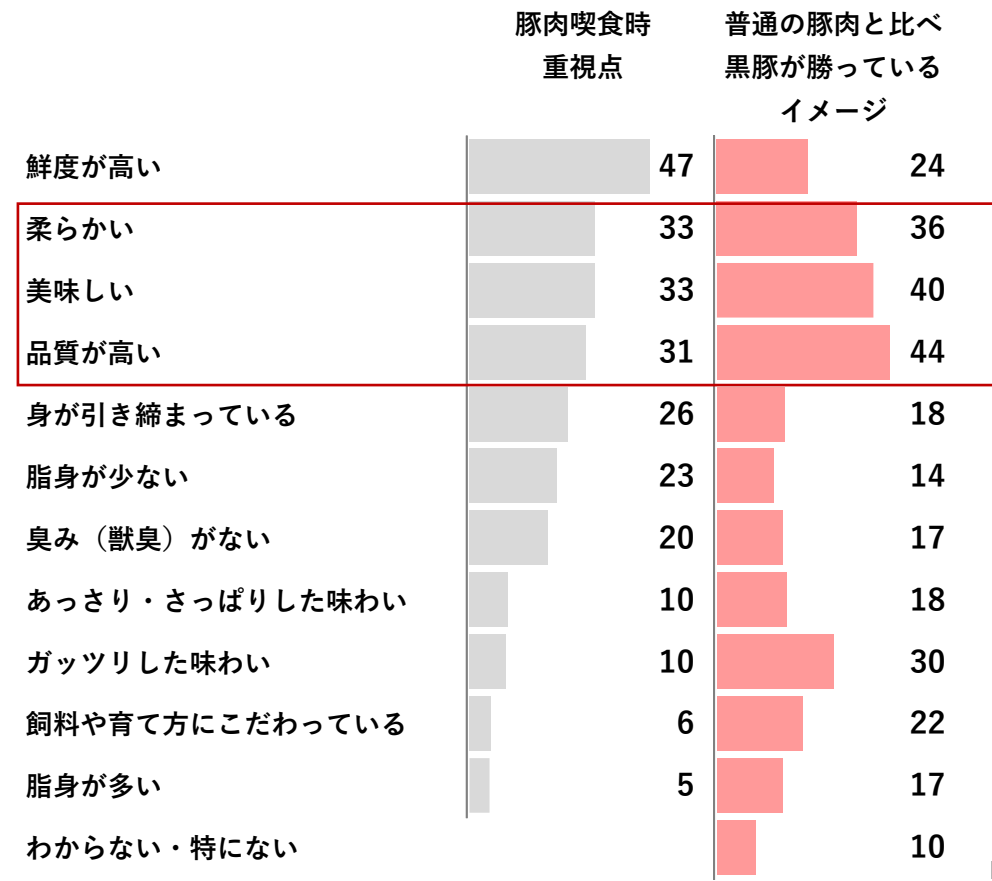
イメージとしては、日本産豚肉のイメージと同様、豚肉一般と比べて「品質が高い」「美味しい」「柔らかい」が高い。

黒豚 喫食頻度 (% : SA)



n = 690

黒豚 他の豚肉一般と比べたときのイメージ (% : MA)



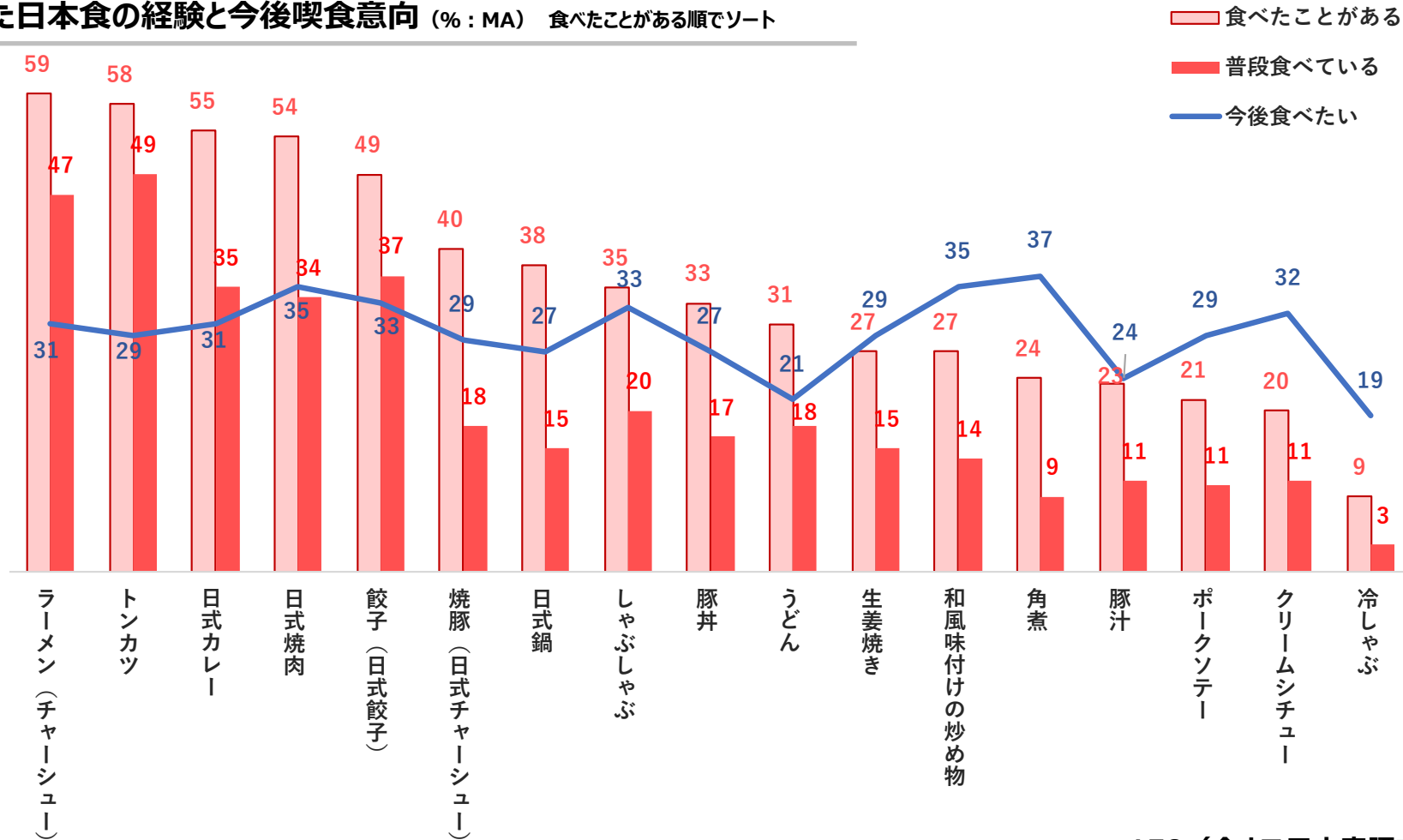
n = 480

## メニュー | 日本産豚肉を使った日本食メニューの経験と今後喫食意向

日本食で食べたことがある・普段食べているメニューは「ラーメン」「トンカツ」等が多い。

喫食経験（「食べたことがある」）よりも今後喫食意向（「今後食べたい」）が大きく上回っているのは「角煮」「クリームシチュー」「冷しゃぶ」等。

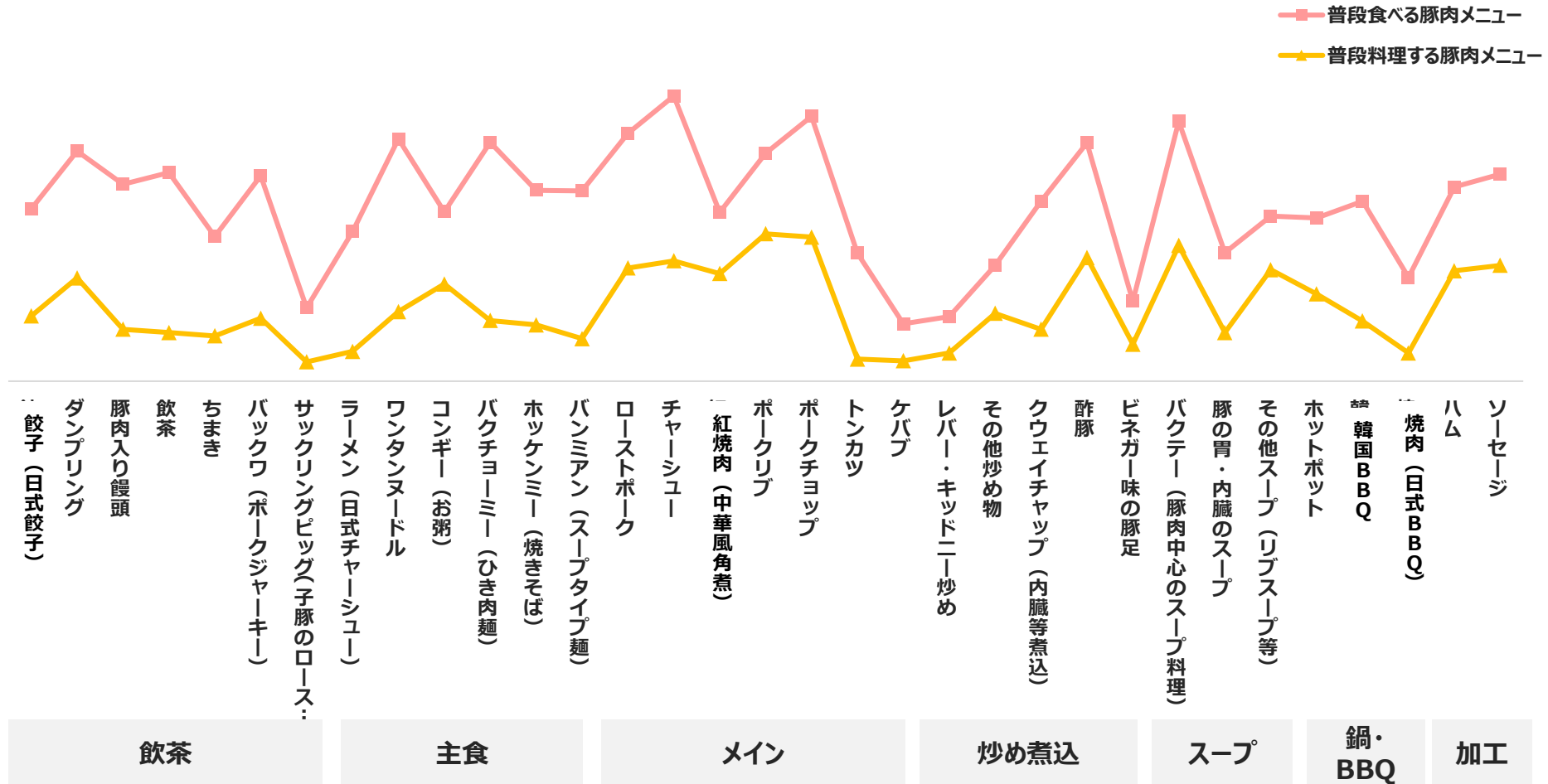
日本産豚肉を使った日本食の経験と今後喫食意向 (%: MA) 食べたことがある順でソート



n = 150 (今まで日本産豚肉を食べたことがある)



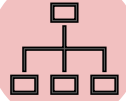
シンガポールで食べられている・作られているメニュー (% : MA)



n = 690 (食べるメニュー) n = 625 (作るメニュー)

## C) シンガポールの豚肉の流通状況

\* 本調査は、一部の現地業界関係者へのヒアリングを基に分析しているため、既存データ等と必ずしも一致しない可能性があります。



## A) シンガポールと豚肉に関するマクロ情報

シンガポールの基本情報と豚肉の輸入状況を把握する。



## B) シンガポールの消費者の豚肉への関与

シンガポール消費者の視点から、豚肉の喫食・調理実態や、原産国別の豚肉の関与を把握する。



## C) シンガポールの豚肉の流通状況

豚肉が仕入～店頭・レストラン・ホーカーに流通する構造を把握する。



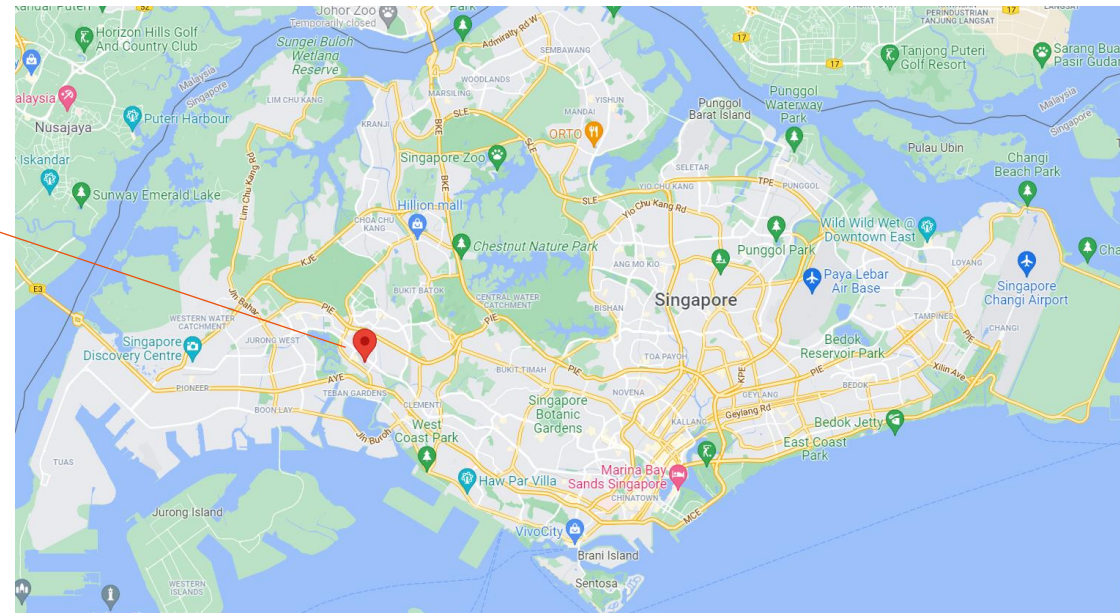
## D) スーパー店頭での豚肉の販売状況

主要スーパーマーケットでの豚肉の主要プレイヤー、原産国、部位、価格を把握する。

- ・サステナビリティと環境省（Ministry of Sustainability and the Environment）下の組織
- ・2019年4月設立
- ・前身はAgri-Food and Veterinary Authority of Singapore (AVA)。さらにNational Environment Agency (NEA) とthe Health Sciences Authority (HSA)の食関連の役割も引き継ぐ。
- ・ミッションはシンガポールの食の安全・安心 “To ensure and secure a supply of safe food” 2030年までに食料自給率を30%（19年時点10%）にあげることも**ミッション**とする。



住所 : 52 Jurong Gateway Road, #14-01, Singapore 608550



出典 : [https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/List\\_of\\_approved\\_countries\\_regions.pdf](https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/List_of_approved_countries_regions.pdf)

## 輸入時の条件

- 1 輸入者はSFAの貿易ライセンスを保有していること
- 2 SFAに輸入認可された国・施設・製品であること（次ページ）
- 3 SFAの獣医学的条件を満たすことができる食肉および食肉製品であること  
(<https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/veterinary-import-conditions-pork-and-pork-pdt.pdf>)
- 4 輸入する各貨物には輸出国の管轄当局が発行した衛生証明書を添付すること  
(輸入品がシンガポールの動物衛生および食品安全の要件に適合していることを証明するためのもの)
- 5 食品ラベルが正確かつ完全であること
  - A) 食肉製品の説明
  - B) 食肉製品の説明、食肉製品の原産国
  - C) 食肉製品のブランド名（ある場合）
  - D) 加工施設の名称および指定番号（該当する場合）
  - E) 食肉製品が加工された日付
  - F) 食肉製品の場合、当該食肉製品の製造に使用された動物がと殺されたと殺場の名称及び指定番号並びにと殺の日
  - G) 食肉製品が包装された施設の名称及び指定番号並びに包装された年月日
  - H) バッチ番号及び食肉製品が缶詰である場合には缶詰コード
  - I) 各基本包装材および外箱に収納された食肉製品の正味重量

認定は以下の3つのレベルで行われる。

## ① 輸出国の認定

- 輸出国の所轄官庁が対応。
- 当該国における動物疾病\*の管理および侵入防止のための法令の写し、食肉処理場、食肉加工施設、食肉検査システム、製品の保管・取り扱い・流通を規定する法律のコピー等を提出し審査を受ける。
- チルド・冷凍ごとに承認が行われる。日本は冷凍のみ輸出可能。以下は国×チルド冷凍別許可一覧。  
[https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/List\\_of\\_approved\\_countries\\_regions.pdf](https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/List_of_approved_countries_regions.pdf)
- チルド認可に対する基準は冷凍よりも厳しい。以下が条件。  
<https://www.sfa.gov.sg/admin.cwp.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/Additional-Conditions-for-Chilled-Meat-Products>

## ② 認可された国の 個々の事業所の 承認

- 認定申請は、オンライン上のアプリケーションフォームを記入し、輸出国の所轄官庁を通じて行う。  
<https://www.sfa.gov.sg/food-import-export/commercial-food-imports#meat-meat-products>
- 施設の基準は以下を満たしていることが条件。  
[https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/Accreditation\\_criteria\\_establishment.pdf](https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/Accreditation_criteria_establishment.pdf)
- 以下は国×チルド冷凍別に認可された施設。  
<https://www.sfa.gov.sg/tools-and-resources/accredited-overseas-meat-and-egg-processing-establishment>

## ③ 認可された事業 所から出荷され た製品への承認

- 製品ごとに承認を受ける必要がある。
- 承認済商品の名称変更時も承認が必要。

# 豚肉に関する法規制 | 輸入元はシンガポールSFAに認可を受けた①国、②施設、③製品、であること

## ① 国別の認定状況 (22年2月現在)

LAST UPDATED: 12 January 2022	Pork				
	Chilled	Frozen	Processed	Canned	
<b>EUROPE</b>					
1	AUSTRIA	o	+	+	A6
2	BELGIUM	o	+	+	+
3	CZECH REPUBLIC	o	o	o	+
4	DENMARK	+	+	+	+
5	FINLAND	+	+	+	A6
6	FRANCE	+	+	+	+
7	GERMANY	o	+	+	A6
8	HUNGARY	o	+	+	A6
9	IRELAND	o	+	+	+
10	ITALY	o	o	+	+
11	NETHERLANDS	+	+	+	+
12	POLAND	o	+	+	+
13	RUSSIA	o	o	+	A6
14	SPAIN	o	+	+	+
15	SWEDEN	+	+	+	+
16	SWITZERLAND	o	+	+	+
17	TURKEY	o	o	o	o
18	UKRAINE	o	o	o	o
19	UNITED KINGDOM	+	+	+	+
<b>OCEANIA</b>					
20	AUSTRALIA	+	+	A9	+
21	NEW ZEALAND	+	+	+	+
<b>NORTH AMERICA</b>					
22	CANADA	+	+	A9	+
23	USA	+	+	+	+
<b>SOUTH AMERICA</b>					
24	ARGENTINA	o	o	o	A6
25	BRAZIL	o	+	+	A6
26	CHILE	o	+	+	A6
27	MEXICO	o	+	A6	A6
28	URUGUAY	o	o	o	A6
<b>ASIA</b>					
29	CHINA	o	o	A1	+
30	INDIA	o	o	o	o
31	INDONESIA	o	o	o	o
32	JAPAN	o	+	+	A6
33	SOUTH KOREA	o	+	+	+
34	MALAYSIA, EAST (SARAWAK)	A8	A8	o	o
35	MALAYSIA, PENINSULAR	o	o	+	+
36	PHILIPPINES	o	s	o	o
37	TAIWAN	o	o	A1	+
38	THAILAND	o	o	A1	A1
39	VIETNAM	o	o	o	o
<b>AFRICA</b>					
40	SOUTH AFRICA	o	s	A1	o

LEGEND
+ Approved
o Not approved
s import restriction in place in the whole country/region due to animal disease situation
+ (s) import restriction in place in <u>specific areas</u> in country/region due to animal disease situation. Refer to list of ongoing import restrictions below.
A1 Minimum heat treatment required (as per SFA veterinary import conditions) for <u>all products</u>
+ (A1) Minimum heat treatment required (as per SFA veterinary import conditions) for <u>products derived from specific areas with ongoing animal disease outbreaks</u>
A6 No establishment approved
A7 Rabbit meat only
A8 Approval restricted to specific zone/ region
A9 Additional Approval for moisture/fat injected meat products
A10 Mie, Oita, Miyagi, Fukuoka, Hiroshima, and Hokkaido prefectures only

URL : [https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/List\\_of\\_approved\\_countries\\_regions.pdf](https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/tools-and-resources/resources-for-businesses/List_of_approved_countries_regions.pdf)

日本からシンガポールのチルド・冷凍別での輸入許可は、チルドでは認可されておらず、冷凍では豚熱の発生により一部の都道府県を除いて輸入認可されている。

出典 : <https://www.sfa.gov.sg/tools-and-resources/accredited-overseas-meat-and-egg-processing-establishment>



② 施設の認定状況（全13施設）（22年2月現在）

	EstablishmentName	Address	Province	Products
1	MEAT LAND CORPORATION	31-1, SOTOKAWARA HACHIMANTAI, KAZUNO CITY	AKITA PREFECTURE	frozen pork
2	HIDAKA MEAT CENTER CO. LTD. HIDAKA MEAT DISTRIBUTION CENTER	77-5 AZA NISHIHAKUTSU, NIIKAPPU-CHO, NIIKAPPU-GUN	HOKKAIDO PREFECTURE	frozen pork
3	DAISEN SAVEUR SS INC HAYAKITA FACTORY	40-1 TOASA, ABIRA-TOWN, YUFUTSU-PROV, HOKKAIDO 059-1433, JAPAN	HOKKAIDO PREFECTURE	processed meat (pork) products
4	IWACHIKU CO., LTD. PORK PROCESSING PLANT	1-1, SHIMOKOEDA, INUBUCHI, 028-3311 SHIWA-CHO, SHIWA-GUN	IWATE	frozen pork
5	AKUNE MEAT DISTRIBUTION CENTER CO. LTD., STARZEN MEAT PROCESSOR CO. LTD. AKUNE PLANT	10, 1-CHOME, SHIOHAMA-CHO, AKUNE-SHI	KAGOSHIMA PREFECTURE	frozen pig offal (red and green offal excluding lungs)
6	AKUNE MEAT DISTRIBUTION CENTER CO. LTD., STARZEN MEAT PROCESSOR CO. LTD. AKUNE PLANT	10, 1-CHOME, SHIOHAMA-CHO, AKUNE-SHI	KAGOSHIMA PREFECTURE	frozen pork
7	NANSHU KOHYAMA MEAT CENTER COOPERATIVE ASSOCIATION	3550, MAEDA, KIMOTSUKI-CHO, KIMOTSUKI-GUN	KAGOSHIMA PREFECTURE	frozen pig offal (red and green offal excluding lungs)
8	NANSHU KOHYAMA MEAT CENTER COOPERATIVE ASSOCIATION	3550, MAEDA, KIMOTSUKI-CHO, KIMOTSUKI-GUN	KAGOSHIMA PREFECTURE	frozen pork
9	NANCHIKU CO. LTD.	1828 SUEYOSHI-CHO NINOKATA, SOO-SHI	KAGOSHIMA PREFECTURE	frozen pork
10	SANKYO MEAT LTD. ARIAKE MEAT PLANT	6965, ARIAKE CHO NOIKURA, SHIBUSHI CITY	KAGOSHIMA PREFECTURE	frozen pork
11	KOSHIGAYA MEAT CENTER/ IH MEAT PACKER CO., LTD. TOKYO MEAT CENTER	1-12/1-20-1, MASHIMORI, KOSHIGAYA CITY, 343-0012 SAITAMA	SAITAMA PREFECTURE	supply of raw pork to SFA-listed meat processing establishments
12	NIPPONHAM FACTORY LTD. NAGASAKI PLANT	39, MOMOZU-GOU, KAWATANA-CHO, HIGASHISONOGI-GUN	NAGASAKI PREFECTURE	processed meat (pork) products
13	KENHOKU MEAT CENTER UNION ALLIANCE	173 SHIMOMASUDA, 360-0851 KUMAGAYA	SAITAMA PREFECTURE	frozen pork

注) 豚熱の発生を受け、日本の検疫所でも特定の都道府県の豚肉については、輸出検疫証明書の交付を一時停止している。

出典 : <https://www.sfa.gov.sg/tools-and-resources/accredited-overseas-meat-and-egg-processing-establishment>



シンガポール到着後はチルド、冷凍ともに同じ経路

一次卸が仕入先に  
発注

一次卸業者は原産国の農場・工場（SFA承認施設）から直接または購買権を持つ商社を通して豚肉を仕入れる。農場・工場は発注を受けてから出荷・屠殺する。屠殺後、原産国の輸出管理局に書類を提出し原産国の輸出承認を受ける。

輸送

チルド航空便 当日～2日  
冷凍船便 日本～シンガポールで1週間程度  
\*新型コロナウイルス蔓延以降輸送に時間がかかるようになっている

シンガポール着  
～倉庫に輸送

シンガポールに着いた豚肉は、チルド、冷凍ともに検疫を受ける前に国内にある倉庫に運ばれ、コンテナから取り出し中身を開ける。検疫官が一度に回れるように、倉庫の場所はTuasまたはWoodlandsと指定されている。

\*他国では検疫検査が終わってからでないとい国内に持ち込めないのが標準。  
小さな国でハブとしてコンテナの回転を高めるための施策。

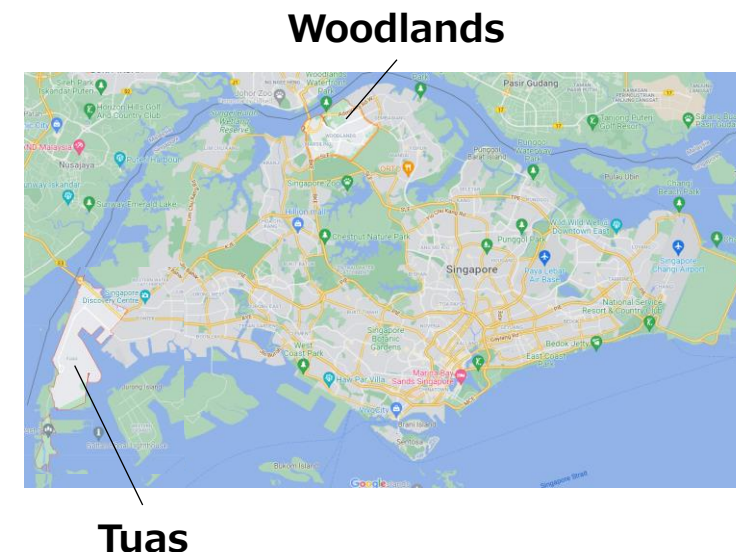
倉庫で検疫検査

SFA Inspection & Laboratory e-Servicesからオンライン予約をすると、検疫官が倉庫に来て検査を行い、問題がなければ承認される。その際に必要なものは以下3つ。

- ① 荷役許可証
- ② 請求書、健康診断書などの関連書類
- ③ 検査対象の食品（冷凍生肉の場合、検査前に1カートン分を表面解凍しておく）

シンガポール到着～承認まで平均2日以内。

\*屠殺後3カ月以内のほうが、屠殺後3～6カ月よりも書類検査は簡単。6カ月以上は輸入不可。

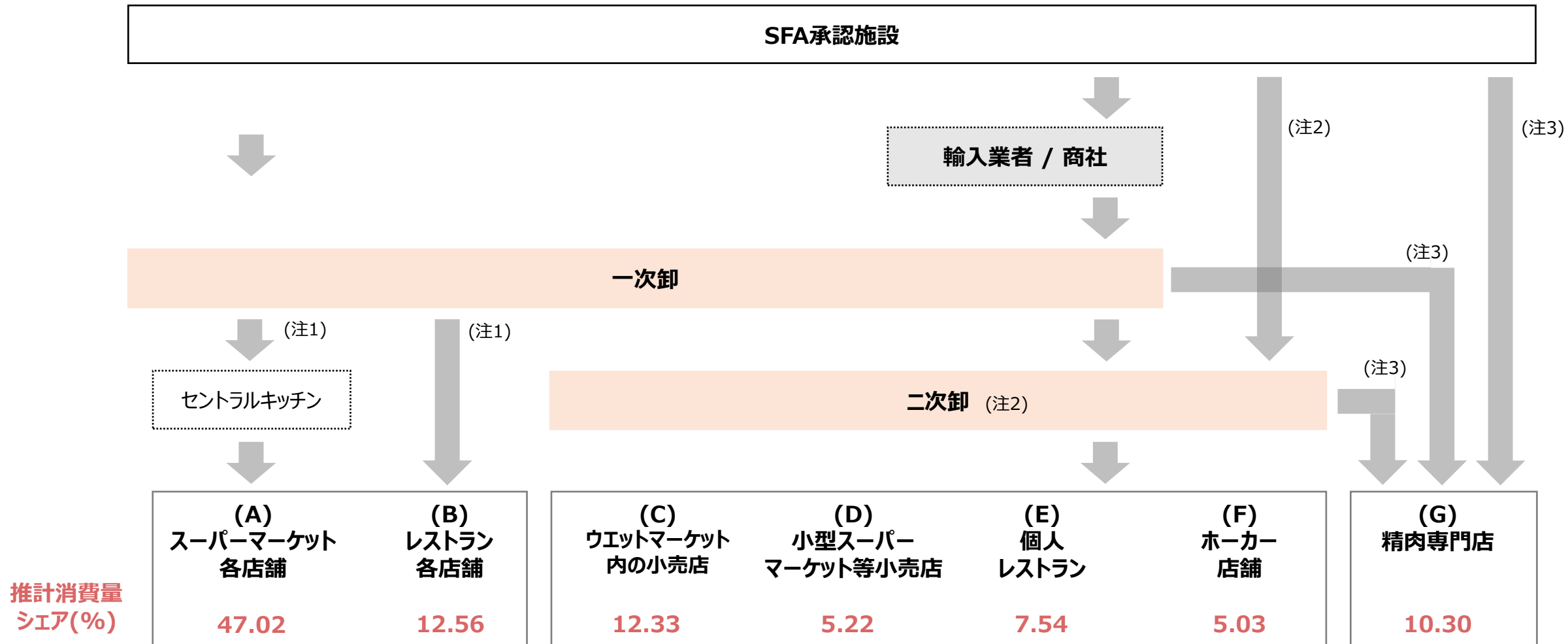


出典：エキスパートインタビューとデスクリサーチ

Copyright©2022 JFOODO. All rights reserved.

# 豚肉流通の全体フロー

先述の3社の大手「一次卸」は大口の顧客の商流(A)(B)を保有し、その他小口の顧客(C)~(F)は「二次卸」レイヤーへ任せる構造となっている。



- 注) 1. 一次卸では(A)(B)それぞれのセントラルキッチンへ納入するパターンと一次卸で加工したものをそのまま各店舗に納入するパターンがある。
- 2. 二次卸の中には(C)ウェットマーケット内の小売店や (G)精肉専門店を兼ねることもある。この場合、卸売業務とともに、自ら小売りも行う。また、自ら輸入を行うものもある。
- 3. 一次卸へ発注する。また自らが豚肉の輸入をすることもある。(添付資料「豚肉卸業者リスト」参照)
- 4. 本図のフローとは別に、食品加工向けに流通しているものがある。(P.78 参照)

出典：エキスパートインタビューとデスクリサーチ

## 大手スーパーマーケットチェーン (A)

FairPrice等のグループ単位で保有するセントラルキッチンが、グループ単位で一次卸にまとめて発注する。通常は2~3日サイクルでの発注が多い。カットとパッキングは、一次卸、セントラルキッチン、各店舗のいずれかの段階で行われる。各店舗でそれが行われることが最も多く、その場合は一次卸から直接各店舗に配送される。

一次卸やセントラルキッチンでカットを行うと鮮度が落ちる、パッキングすると配送サイズが高んだりパックが破ける等のデメリットがある。一方で、一次卸やセントラルキッチンでまとめてカットとパッキングをすると、効率性の面で高いメリットがある。

## 大手レストランチェーン (B)

レストランブランド毎に保有するセントラルキッチンが、一次卸にまとめて発注する\*。通常は2~3日サイクルでの発注が多い。メニューとして消費者に提供されるまでにどの段階でどの程度加工されるかは、以下の2点で変動。

### 1) レストランのコンセプト

高級レストランであるほど各店舗に加工なしで配送され、各店舗でシェフ、職人が自らカット等の下準備をして調理する。

低価格レストランでは、一次卸・セントラルキッチンで加工する。

例えば、卸の段階では、安い肉を美味しくするためのエイジング（熟成）や、食べやすくするためのタンブリング（繊維を切って柔らかくする）を行うこともある。セントラルキッチンでは、各店舗での調理は温めるだけ、というところまで加工することもある。

### 2) 肉の使用量

セントラルキッチンからは、各店舗で鮮度が高い状態のまま使い切れる量を配送する。

例えば、トンカツを多く出す店舗の場合には使用量が多いため、セントラルキッチンで加工せずにピース（塊）を各店舗に配送する。炒め物で少々入れる程度等、使用量が少ない店舗の場合は、セントラルキッチンで使い切れる量にカットして配送する。

- 
- ・ レストラングループでまとめて発注したほうが量が多く交渉力もあるので、グループでの発注にしようという動きがコロナの時期にはみられたが、レストランのメニューが異なること、また頻繁に変わる 為グループ内での調整が難しく、現在は個別ブランドごとの発注に戻っている。

注) セントラルキッチンについて：シンガポールは10店舗程のチェーンでも倉庫とセントラルキッチンを持っている。これは、政府によって4-6割は補助金が出るためである。

出典：エキスパートインタビューとデスクリサーチ

## ウェットマーケット内の小売店(C)

一次卸（二次卸を兼ねる場合）または二次卸に対し、前日の夕方に必要な部位を塊単位で発注し、当日早朝に冷蔵・冷凍車で配送される。商品を受け取り時にその場で現金での支払いをする。その後店舗内で手作業でカットし、店頭で販売する。取り扱い豚肉の産地はインドネシア産が中心。顧客は50代以上が中心で、朝6～8時がピーク。数百グラムごとの単位で購入される。

ウェットマーケット内の小売店の中には隣接するホーカーや、近隣の個人レストランに卸し、二次卸の機能をする場合もある。（この場合は自ら一次卸より仕入れる）ホーカー店舗等からは前日の夕方に必要な量・加工方法の発注を受け、当日朝に届ける。支払いは都度現金決済。信頼関係に支えられており、忙しい場合は翌日にまとめて請求することもある。小売店の多くは冷凍庫は持たず、また冷蔵庫もショーケースか小型なもの以外はウェットマーケットの共有冷凍/冷蔵庫を借りる方式となっている。但し、その共有冷凍/冷蔵庫を使うには固定費が掛かるので、使わない小売店が多い。

## 小型スーパーマーケット等小売店 (D)・個人レストラン(E)・ホーカー店舗 (F)

二次卸及び二次卸を兼ねるウェットマーケット内の小売店から購入する。前日の夕方に必要な部位・量を発注し、当日午前中に届けられる。ホーカー店舗の場合「スライス」または「ミンチ」という形状での発注が中心\*となり、加工してもらった状態で当日早朝に届けられる。

## 精肉専門店(G)

一次卸に発注、または自らが特定の原産国・農場から直接仕入れる。各店舗で加工し、店頭で量り売り販売をする。

- 
- \* ホーカー店舗からの加工依頼はスライス・ミンチが主流。ホーカー店舗により<赤身90%、脂肪10%>等の加工要望が細かく異なる。二次卸・ウェットマーケットが保有する器具は肉切り包丁とミンチ用機械程度で、大半は手作業で対応する。手作業では脂肪や血管を取り除いて切るのので、機械処理する大手卸・セントラルキッチンより味が良いという評判もある。ただし、その分手間（コスト）がかかる。
- \* ここでの「スライス」は、チルド肉でも肉切り包丁で切れる厚さで、しゃぶしゃぶスライスよりも厚め。
- 注) 「ホーカーは互いを助けあう」精神があり、ホーカー店舗は隣接するウェットマーケット内の小売店に積極的に発注する。



企業名 : TIONG LIAN FOOD PTE LTD  
住所 : 202 Pandan Loop,  
TLF Building Singapore, 128390  
URL : [www.tlfood.com.sg](http://www.tlfood.com.sg)

1974年設立のシンガポールローカル、豚肉専門卸会社。現社員は76名。大手スーパーマーケット各ブランドや、大手レストランチェーンへ広く商流を持つ。シンガポールで初めてドイツ産豚肉100%で作られたソーセージ類の輸入を始め、取り扱っている卸会社としても唯一の企業。



企業名 : INDOGUNA (SINGAPORE) PTE LTD  
住所 : 34/36/38 Senoko Drive,  
Senoko Industrial Estate Singapore,  
758221  
URL : [www.indoguna.sg](http://www.indoguna.sg)

シンガポールでは1993年設立の総合食品卸会社。タイの総合食品卸会社で、上場企業でもある Siam Makro Group 傘下の企業。グループではカンボジア、シンガポール、タイ、香港、ベトナム、UAEで展開する。シンガポールでは従業員200人規模の企業。



企業名 : ANGLISS SINGAPORE PTE LTD  
住所 : 232 Pandan Loop Singapore,  
128420  
URL : [www.angliss.com.sg/](http://www.angliss.com.sg/)

1948年リバプールにて創業し、英国統治下のシンガポールでもThe Malayan Refrigerating Companyという会社として同時期に事業を開始した総合食品卸会社。2007年には、南アフリカ資本のグローバル食品卸企業 Bidvest Group に買収され、SG以外にも、オーストラリア、ニュージーランド、香港、中国、マレーシア、マカオ等への事業を拡大し、当地では従業員約300人を抱える企業。

関係者からの聞き取りによれば、3社の豚肉取扱いは大きく差のない各3~4割程度のシェアを分けており、Indogunaが最大手、次いでAnglissと続く。この2社が総合食品卸会社であること等から、Tiong Lianに比べてややシェアが大きい模様。

また、上記一次卸での冷蔵保管やその後の豚肉の物流においては、他の先進国と変わらないインフラが整備されている。急速冷凍庫もあり、冷蔵で売切れなかった在庫を積極的に冷凍し、高品質の冷凍肉を販売することも可能。

一方、(C)ウェットマーケット内の小売店では、1日で売切るスタイルが一般的であり、冷蔵の肉を冷凍で売る、冷凍肉を解凍して冷蔵で売る、ということはしないと言われている。(※前項参照)

出典 : エキスパートインタビューとデスクリサーチ





企業名 : BREADTALK GROUP PTE LTD  
 住所 : 30 Tai Seng Street #09-01, Singapore 534013  
 URL : www.breadtalk.com

2000年にシンガポールで創業され、2003年にはシンガポール市場で上場を果たしたレストラン運営企業。社名の通りパンを中心としたローカルスタイルのカフェが祖業だが、現在ではフードコート大手のFood Republic を傘下に収め、日本人にも人気のディンタイフオンの当地を含めた一部地域でのライセンスをもち、多角化に成功。シンガポールで約150店舗、全世界で約900店舗を運営する。2020年に非上場化。

BreadTalk

foodrepublic

TOAST BOX  
土芭工房

創  
So

鼎泰豐  
DIN TAI FUNG



泰茂楼

bread society

BreadTalk  
IHQ



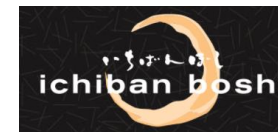
SONG FA

foodjunction  
福結坊



企業名 : RE&S HOLDINGS LIMITED  
 住所 : 32 Tai Seng Street, RE&S Building, Singapore 533972  
 URL : https://www.res.com.sg

1988年にシンガポールで創業され、2017年にはシンガポール市場での上場を果たした複数の日本食レストランブランドを展開する企業。現在は約20の日本食レストランブランドを持ち、&JOY Japanese Food Street という日本食のフードコートを3つのショッピングモールで経営する。シンガポールで約70店舗を運営する。



企業名 : JAPAN FOODS HOLDING LIMITED  
 住所 : 420 North Bridge Road #02-01, North Bridge Centre, Singapore 188727  
 URL : https://jfh.com.sg

2007年にシンガポールで設立され、2009年にはシンガポール市場での上場を果たした企業。13の既存ブランドのシンガポールでのライセンス展開を事業の中心としており、近年は7つの自社ブランドも開発。シンガポールで約60店舗を運営する。ローカル家族向けの価格帯のお店が多い。



出典 : エキスパートインタビューとデスクリサーチ

「D) スーパー店頭での豚肉の販売状況」(P.74~)の店頭調査実施対象スーパー各ブランドの情報

NTUCグループ

シンガポール最大のスーパーマーケットチェーンで、全国労働組合会議の協同組合（日本の生協に近い）。24時間営業の店舗もあり、国民生活を支える。



1973年設立/127店舗  
食品スーパー。HDBの1F等、ホーカー・ウエットマーケット隣接等、島内隈なく地元生活者に便利な立地にある。



2006年設立/9店舗  
電化製品も扱うホームセンターのような総合スーパー。



2007年設立/31店舗  
従来のFairPriceよりワンランク上の食品スーパー。

Dairy Farm International Holdingsグループ (DFI Retail Group)

全世界で約1万店を運営するリテールの大手。他にシンガポールではコンビニの7イレブン、ドラッグストアのガーディアンズも運営し、スーパーでは国内第2位の規模。



1903年設立/44店舗  
現在、Cold Storage各店舗をより高級志向のCS Freshにリブランディング中。



2006年設立/3店舗  
高所得者をターゲットにしたプレミアム食品スーパー。



2007年設立/54店舗  
HDB1Fのスーパーから、ホームセンターのような大型店舗まで幅広く展開。

日系スーパー

かつては外国人、日本人、富裕層の居住が多い中心部に集まっていたが、ドンキホーテの進出以降は島内幅広くリーチし始めている。



2003年進出/2店舗



1993年進出/現在スーパーマーケット併設は1店舗のみ



2017年進出/12店舗  
17年12月の進出以来拡大中。比較的手頃な価格のものが多く、日本製品/文化の当地での浸透に多大な影響を与えている。

ローカル系スーパー

主にHDBの1階に店舗展開をしていることが多く、外国人が集まる地域にはあまり出展しておらず、価格重視の品揃えとなっている。



1984年設立/27店舗  
元々はショップハウスのミニマートから展開したスーパー。島内で最初に24時間営業を開始したことで知られる。



1983年設立/66店舗  
豚肉販売から拡大した食品スーパー。FairPrice、PRIMEと同様、HDBの1F等、地元生活者を支える店舗展開が中心。

出典：エキスパートインタビューとデスクリサーチ



出典：エキスパートインタビューとデスクリサーチ



## 商品供給の優先順位

### 一次卸 → 大手スーパーマーケットチェーン

- ・商品供給の年間契約を結ぶとは限らない

- 卸は簡単に他社に切り替えられるため、供給が切れないように手を尽くす。足りないときは他の卸に発注する等してどうにか商品をかき集める。
- 卸は商品不足が起きないよう、仕入れ元の多様化を図る（特にコロナ以降各社多様化に力を入れている）。

### 一次卸 → 大手レストランチェーン

- ・商品供給の年間契約を結び、価格は年間で固定

- 商品が変わるとメニューの味も変わるため、レストランは同じ商品を安定的に供給してもらいたい。
- 卸は商品不足が起きないよう、仕入れ元の多様化を図る（特にコロナ以降各社多様化に力を入れている）。

### 一次卸 → 二次卸・ウェットマーケット内の小売店

- ・商品供給は都度で、卸にとって供給先としての優先順位は低い

- 価格変更は2～4週間前に通知する。
- 関係性が長く信頼関係がある場合、一次卸の仕入れ/在庫状況により、発注量より多く/少なく届けられることもある。
- 品切れの場合はお断りする。このため供給を受ける側も発注先を複数持っている。

### 二次卸・ウェットマーケット内の小売店 → ホーカー店舗

- ・商品供給は都度

- 二次卸は前日夕方に発注を受ける。原産国のリクエストを受けることがあるが（主にインドネシア産を希望される）、顧客の持つ予算に合うこと、在庫である他原産国の豚肉が余らないようにすること等を鑑みて、二次卸側で調整する。

### 部位

需要が高いのは豚バラ、次いでロイン。中華系料理は多様な部位を食べるため、内臓系・骨付きも含めほぼすべての部位にニーズがある。ホーカー店舗は部位ではなくスライス・ミンチという形状にニーズがある。

### 冷蔵・冷凍

豚肉卸関係者からの聞き取りによると、鮮度が高く、臭みがないとされるチルド肉へのニーズが高い。また一般消費者視点では（解凍肉を含め）冷蔵で販売されているものの方が、冷凍よりも健康に良い、鮮度が高い方が健康に良い、という健康志向の高まりがあり、さらにチルド輸入肉へのニーズを後押ししている。ただし冷凍肉の方が安価なため、価格に対してシビアな消費者、飲食店は冷凍で販売されているものを選択することも多い。

飲食店は店のコンセプトとメニューで使い分ける。

例）高級コンセプトで豚肉の味がはっきりわかる場合はチルド肉を使用するが、お手頃価格コンセプト店の場合は冷凍肉を使う。ホーカーも店舗次第。スープメニューの場合、冷凍だとスープの香りが悪くなるので、高くてもチルド肉へのニーズが高いが、濃い味付けや炒め物で違いが分かりにく料理や、価格を抑えたい店舗は冷凍肉へのニーズが高い。

### 原産国

チルド肉に関して、スーパーマーケットではオーストラリア産、次いで手頃な価格帯としてインドネシア・マレーシア産が一般的。ホーカー・ウェットマーケットではインドネシア産が好まれる。オーストラリア産もあるが、飼料の違いから「ミルクィ」「クリーミー」といった臭いを顧客が嫌う。

注）ホーカーやウェットマーケットのメイン層は50代以上で、インドネシア産を食べて育った世代である。このためオーストラリア産を食べ慣れていないことが影響していると考えられる。

### スライス肉（しゃぶしゃぶスライス）へのニーズ

日本のように薄くスライスしたものは、店頭に並べたときに映えて消費者の目を引くため、手間はかかるが魅力的。シンガポールではホットポット（鍋料理）が一般的なため、特に家族でホットポットを囲む春節にはニーズが高まる。

大手スーパー・飲食店チェーンは冷凍肉を厚さを指定し全自動で切れるスライス機械を保有し、自ら加工していることが多い。

出典：エキスパートインタビュー

# ライブストックについて

## ライブストックの輸入状況

認可国 インドネシア（Pulau Bulan）の1ファーム  
マレーシア（サワラク）の1ファーム（1）

認可方法 前述のSFA許可リストには入っておらず、別の手順で認可を受ける。（2）

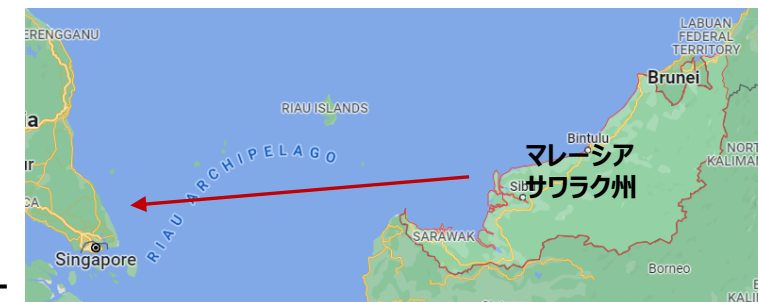
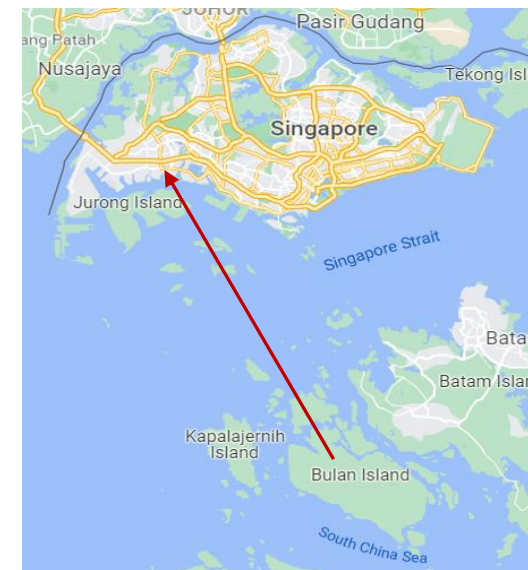
処理頭数 1,000頭強/日

### 流通方法 | インドネシア

ブラン島の1つの特定ファームから金曜日以外の毎朝、船で配達される。（3）  
船でシンガポールに運ばれ、シンガポール上陸時にヘルスチェックを受け、問題がなければ  
SFA管理下の屠畜場で屠殺される。（4）  
一次卸（Tiong Lian等）が毎日入札し売買され、そこからスーパーマーケット、  
二次卸やウェットマーケットに卸される。

### 流通方法 | マレーシア

サワラクの1つの特定ファームから船便48時間で配達される。  
輸入しているのはOJJ Foods Pte Ltd。  
船でシンガポールに運ばれ、シンガポール上陸時にヘルスチェックを受け、問題がなければ  
SFA管理下の屠畜場で屠殺される。その後、FairPriceに「Borneo Fresh Pork」として  
出荷される、または二次卸・ウェットマーケットに卸される。（5）



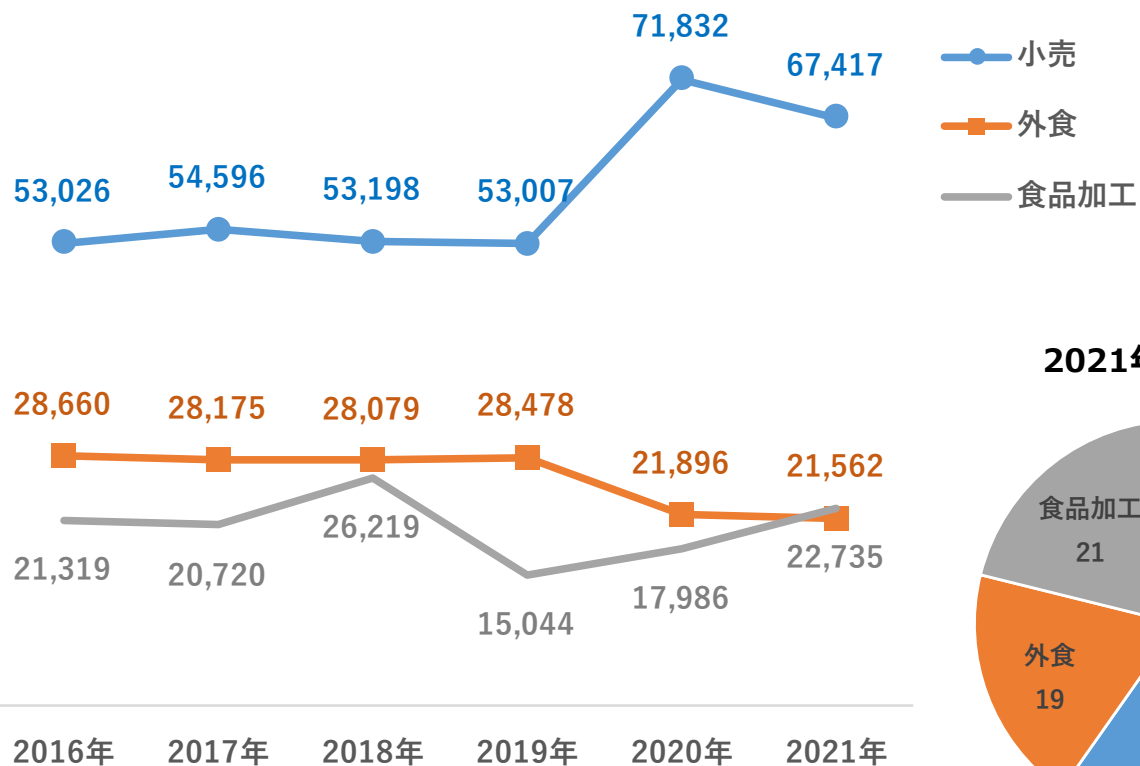
- (1) z 以前からライブストックを輸入していたが、1999年にニパウイルスで輸入禁止、2017年再認可を受け輸入再開。
- (2) エキスパートによると政治的な観点から決定されるのではないかとのこと。
- (3) 金曜日はムスリムの安息日。
- (4) 2 Buroh Ln, Singapore 618492  
Primary Industries Pte Ltd（屠殺）  
Hog Auction Market Pte Ltd（Primary Industriesの子会社・オークションを実施）
- (5) 現時点で、マレーシアのライブストックを販売しているスーパーマーケットとしてFairPriceのみニュース記事・エキスパートインタビュー・店頭調査から確認が取れている。

出典：エキスパートインタビュー

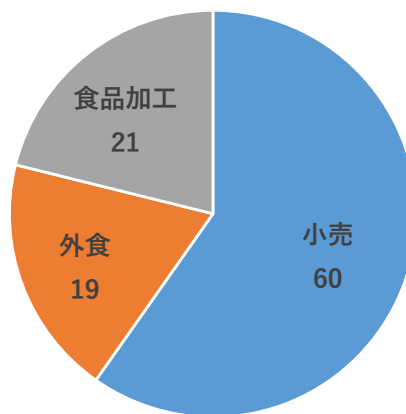
<https://www.todayonline.com/singapore/watching-both-farm-and-table-keeping-food-singapore-safe-global-era>

# 豚肉 仕向け別市場規模 数量

豚肉 仕向け別市場規模 数量 (単位:トン)



2021年 構成比(%)



コロナ禍で、消費者は家庭で料理をする機会が増加し、小売の市場規模が増加。

一方、外食はコロナの外食規制により市場規模は縮小。

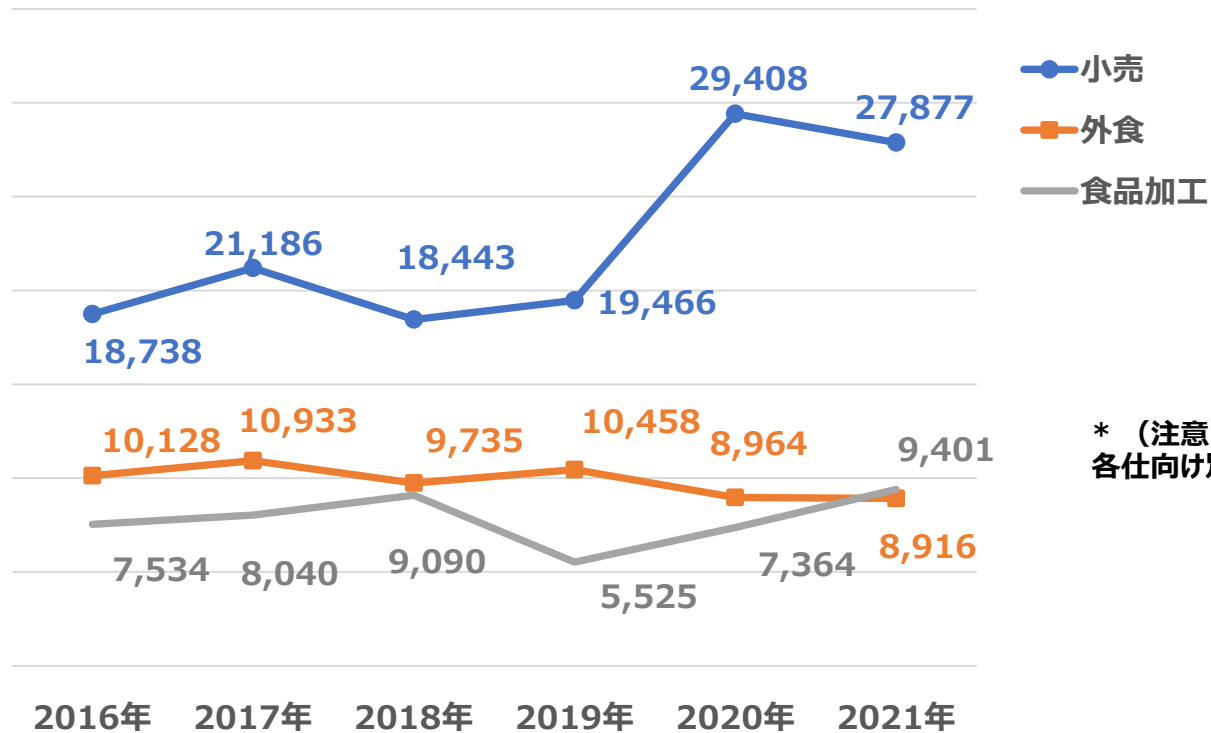
- 最も厳しい期間はテイクアウトのみ、イートインできる期間も1テーブルの人数制限が続く。
- 1m Distancing\* により飲食店での収容可能人数が減少し、1回転当たり売上が減少。
- 夜10時30分以降お酒提供NG等のルールがあり、顧客が2回転しない。

\*1m Distancing - コロナ禍により、商業施設内の顧客は各々で1メートルの距離を保たねばならない、という国による規制。小売店では主にレジで、飲食店やオフィスでは一席空ける対応が一般的

関係者からの聞き取りによれば、輸入冷凍肉の3割程度が食品加工仕向け。

出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.07時点)  
エキスパートインタビュー

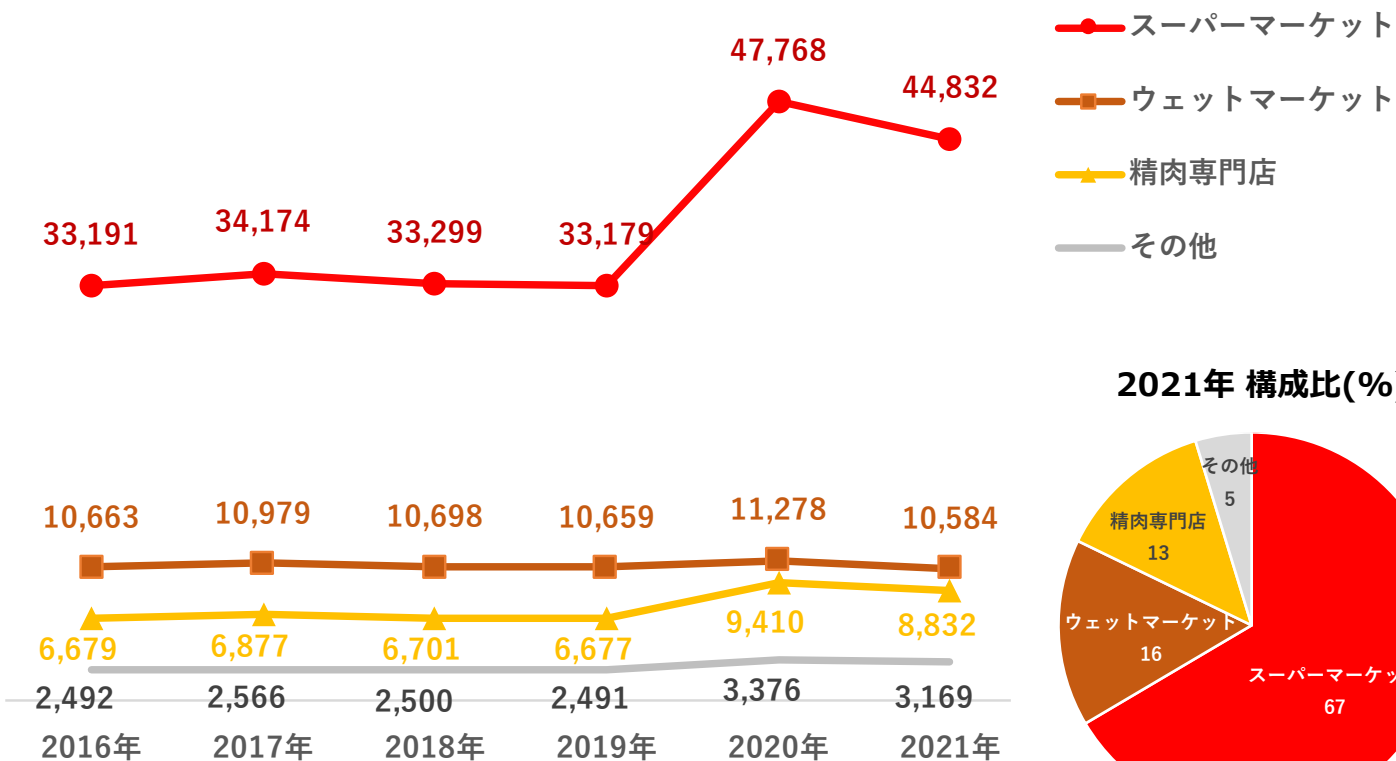
豚肉 仕向け別市場規模 金額 (単位: 100万円) \*1ドル=115円



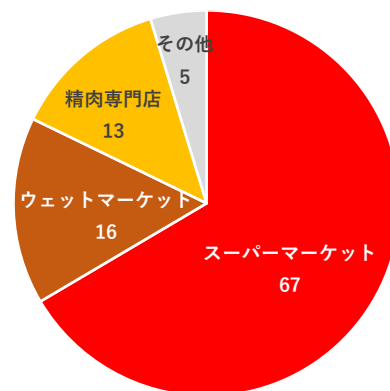
\* (注意) その年の全輸入豚肉の平均単価を算出し、各仕向け別の市場規模に掛け合わせ金額を算出 (試算)

出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
 UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.07時点)  
 エキスパートインタビュー

小売 チャンネル別市場規模 数量 (単位:トン)



2021年 構成比(%)



小売は全体的にコロナ禍で市場規模が拡大。

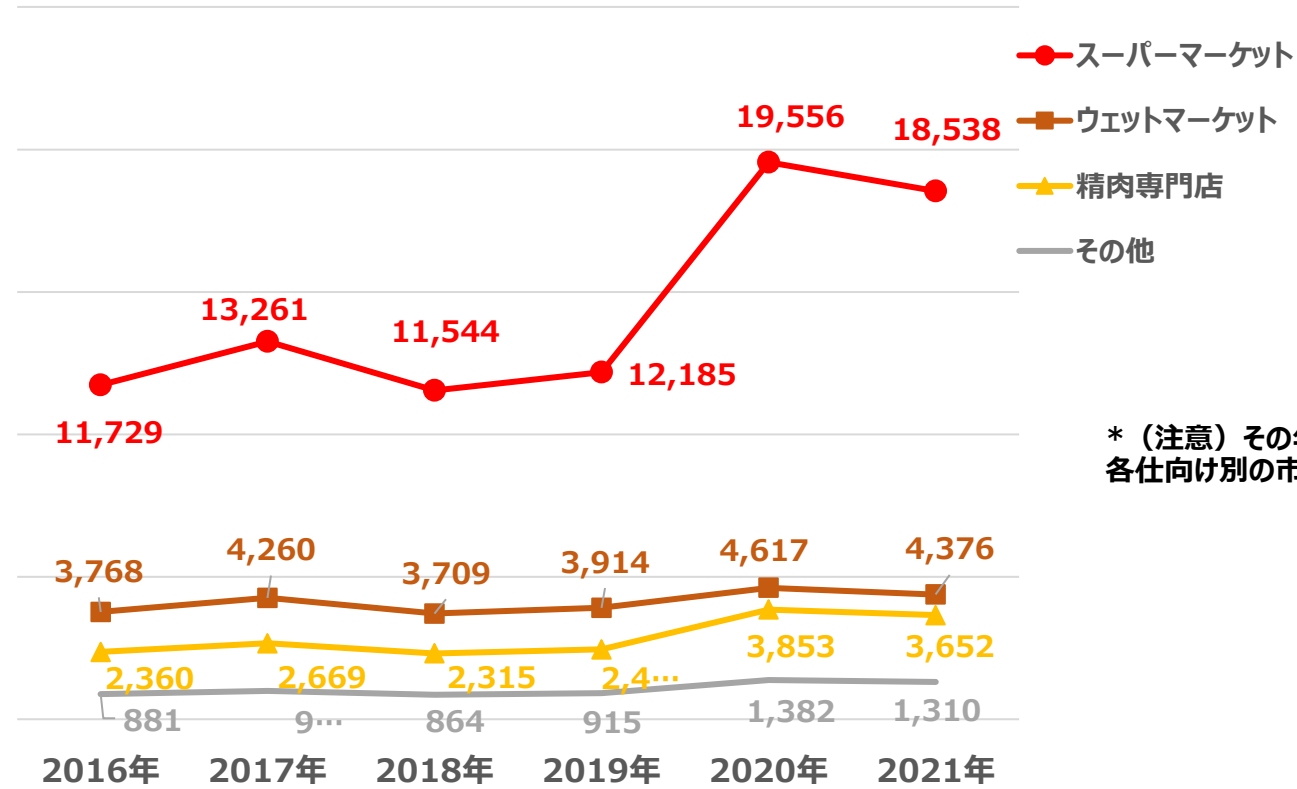
主な牽引者はスーパーマーケット。

一方で、ウェットマーケットはコロナ禍で一時的に閉鎖したところもあったことから、結果としてそれまでのウェットマーケットの顧客もスーパーマーケットへ移動。

コロナ以前からの大きなトレンドとして、若年層はウェットマーケットよりスーパーマーケットを好むため、今後は、よりスーパーマーケットがメインチャンネルになり、ウェットマーケットは縮小していくと予測されている。

出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.07時点)

小売 チャネル別市場規模 金額 (単位: 100万円) \*1ドル=115円



\* (注意) その年の全輸入豚肉の平均単価を算出し、各仕向け別の市場規模に掛け合わせ金額を算出 (試算)

出典: Williams & Marshall Strategy "Singapore: Pork Meat Market February 2022"  
UN Comtrade Database <https://comtrade.un.org/data/> (2022.03.07時点)



マージンは、①豚肉の基本的な価格 ②豚肉をどの段階で加工するか ③取引業者間の関係性、等で変わってくる。

生産者



生産者価格

卸



25-75%のマージンを加える

小売



25-75%のマージンを加える

消費者

コストが最もかかるのは加工（スライス等）の部分となる

- パッケージング費、機械や工場維持費もあるが、加工を行わない場合は、25%のマージンで売ることが多い。
- 加工する場合は追加で25～50%のマージンを加えて、50～75%で売ることが多い。
- 加工することで重量の約10%が水分や切れ端の無駄分として失われる。

コロナで卸値価格の変動が激しく、マージンをどれだけ乗せるかは課題

- コロナ前は10～20%の変動率だったのが、現在は最低価格と最高価格で最大180%の変動率となっている。
- ただし部位によって異なる。
- 輸送運賃は高止まり。
- マージンをどれだけ乗せるかは、相手との取引の内容、取引期間の長短等を踏まえ、検討し決めている。





シンガポールでも、健康志向、エシカル消費志向の広がりが見られ、肉食を控えるフレキシタリアン（植物性食品が中心だがたまに肉や魚も食す）や、ベジタリアンとなる人が増えていると言われ、一つのトレンドになっている。

その結果、植物由来の肉の代替品が多種多様に市場に登場している。小売店頭（主に冷凍棚）では、Beyond Meatや Impossible Foods等の植物性代替品ブランドへ棚を割り当てるようになってきている。



写真： <https://www.greenqueen.com.hk/singapores-first-vegan-online-grocer-opens-retail-shop-meet-plant-based-demand/>  
<https://www.beyondmeat.com/en-US/whats-new/beyond-meat-sizzles-in-Singapore>  
<https://ezmarket.sg/omnimeat/>

### 仕入のリスク

特にコロナ禍で、顧客の要望通りの商品をスケジュール通りに仕入れるのが難しくなった。  
このため、仕入のネットワークを増やすことが卸の命題。

### 卸価格の変動

部位にもよるが、コロナ前は10~20%の変動率だったのが、コロナ禍~現在は最大額と最少額で180%の変動率がある。加えて運賃も高止まっている。

### 小売への入り込み

成熟市場で非常に競争が激しい。  
このため、マーケティング・ブランディングのプラン・実行が小売からも求められる。  
新製品の商談で新聞広告への掲載を求められることもある。  
棚を維持するための場所代の支払いも必要。

### チルド輸入

消費期間が短いため、チルドで輸入しても無駄になるリスクが冷凍より高い。  
捌き切れない場合は冷凍してしまう。

## 原産国別の豚肉の評価

- ・各国産豚肉の品質に関する5名の業界関係者による上、中、下の三段階の評価の聞き取り結果。
- ・日本産は全対象者から「上」の評価。
- ・オーストラリア産の評価はBとC（ホーカー・ウェットマーケットが顧客）で低い。一方、同じチルドでもインドネシア産の評価が高い。これは、BとCにおける主要な顧客層である高齢消費者にとって、長く慣れ親しんだインドネシア産と比較するとオーストラリア産は「乳臭い」と嫌がられることもあることから、低い評価となっている模様。

	A (大手卸)	B (2次卸)	C (ウェットマーケット)	D (小売卸+小売)	E (レストラン卸)
日本	上	上	上	上	上
オーストラリア	中～上	下	中	中～上	下
アメリカ	中～上				上
スペイン	上				
オランダ	下				
ブラジル	下		中		
インドネシア		上	中～上		上

出典：エキスパートインタビュー

### シンガポールではケータリングが盛ん

- ・狭い国土のため親族の集まりが頻繁に行われる。近所付き合いもあり、HDB（公営住宅）では近住者で集まる機会も多い。
- ・コロナ前からデリバリー・テイクアウトも盛んで、日本以上に食を外注することが一般的。

ただし、

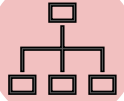
- ・時間が経っても美味しいように味付けは濃い目のため、冷凍で多少質が劣る肉（低価格のもの）でも使用される。
- ・メニューは人口構成に沿って中華系・マレー・タミル系がほとんど。日本食はほぼない。

### 代表的なケータリング企業：NEO Group



出典：エキスパートインタビューとデスクリサーチ

## D) スーパー店頭での豚肉の販売状況



## A) シンガポールと豚肉に関するマクロ情報

シンガポールの基本情報と豚肉の輸入状況を把握する。



## B) シンガポールの消費者の豚肉への関与

シンガポール消費者の視点から、豚肉の喫食・調理実態や、原産国別の豚肉の関与を把握する。



## C) シンガポールの豚肉の流通状況

豚肉が仕入～店頭・レストラン・ホーカーに流通する構造を把握する。



## D) スーパー店頭での豚肉の販売状況

主要スーパーマーケットでの豚肉の主要プレイヤー、原産国、部位、価格を把握する。

### <冷蔵パック>

- オーストラリアとインドネシアが二強。
- 形状は塊が中心で、スライスタイプは日系スーパーや一部商品でしかみられない。
- FairPrice・ColdStorageは地価の高い中心部ではオーストラリア産だが、郊外エリア等ではインドネシア・マレーシア産も並べることで、生活者の財布事情に合わせている。
- 日本産は明治屋・伊勢丹の日系スーパーでもメインの取り扱いになっていない。DONKIのみ、日本産をメインに販売。
- 価格面でオーストラリアと日本産の同じ部位×形状を比べると、日本産はオーストラリア産より約2倍～2.5倍高い。

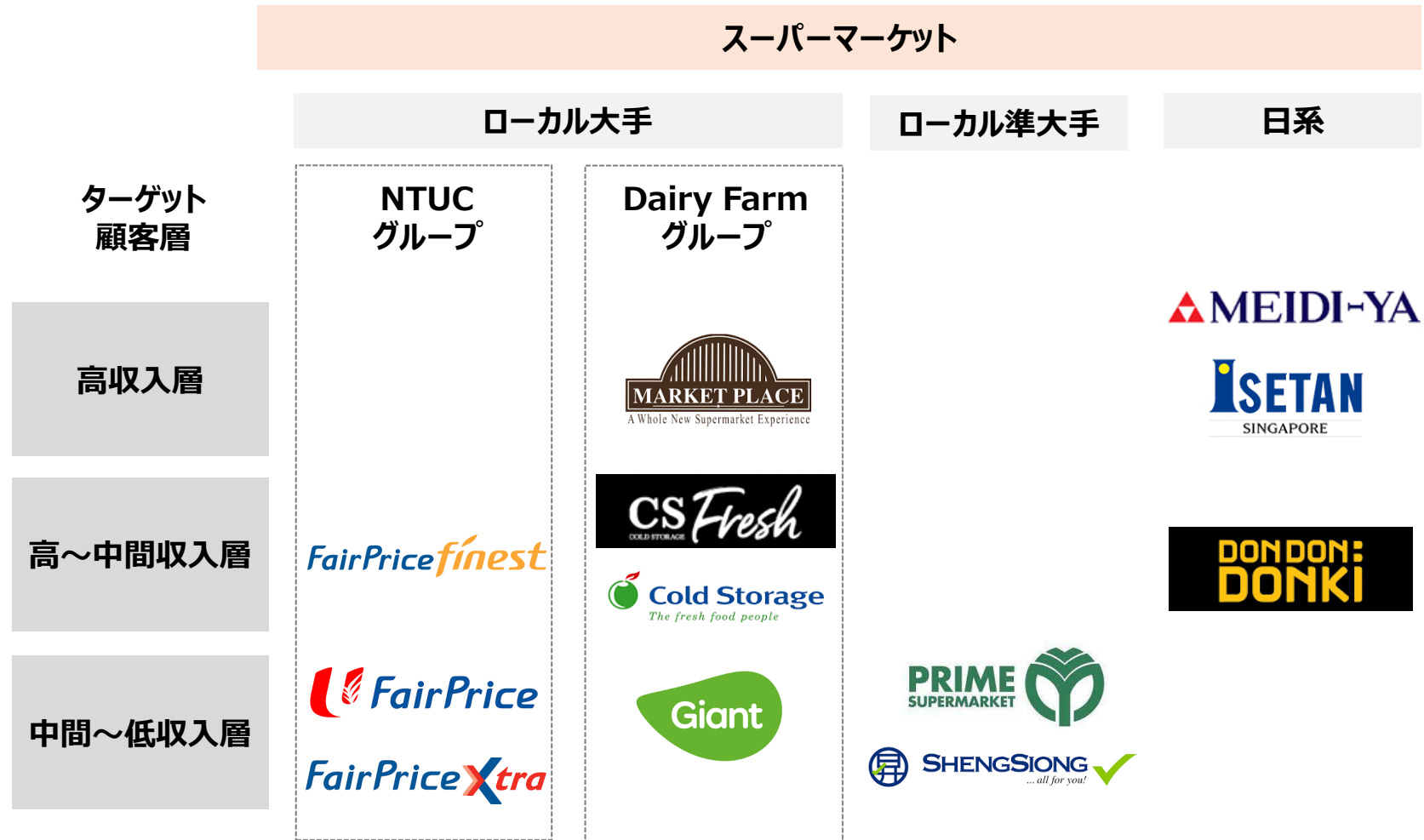
(注) 日本産豚肉は解凍肉の販売

### <量り売り>

- 冷蔵と同じブランドを同じ容量単価で販売。手頃な値段でニーズに合わせて容量を調整できるサービスとなっている。大型店や郊外の中～大型店で併設されている。

### <冷凍パック>

- 冷凍はスペイン産200～300g スライスタイプが中心。
- パッケージに「黒豚」「Shabu shabu」等の表現がされているスペイン産が目立つ一方、ローカル系のスーパーでは日本産は見つからなかった。



出典：エキスパートインタビューとデスクリサーチ



# スーパー×売り場別 主要原産国と商品名

## ■冷蔵パック

-オーストラリア・インドネシアが主流。  
FairPrice「Pasar」やCold Storageの商品は、  
チルドまたは家畜輸入のため「Fresh」と記載がある。

-日系も明治屋・伊勢丹ともにオーストラリアが  
メイン。DONKIのみ日本産「Snow White」を  
中心に販売。（日本産は冷凍状態での輸入のみ  
認可を受けているため全て解凍肉）



-FairPrice・ColdStorageともに地域の顧客の  
所得状況に合わせて取扱い原産国を変えている。  
所得の高い中心部では価格高めのオーストラリア  
産、郊外では価格を抑えて提供できるインドネシア  
またはマレーシア産としている。

## ■量り売り

-パックされたものと同じKG単価で販売。  
-Sheng Siongは訪問した店舗すべてに量り売り  
場あり。FairPriceやCold Storageも郊外の  
比較的大型店舗では売り場あり。















## ■冷凍パック

-商品ラインアップは各チェーンで同じ。  
-スペイン産では200~300gスライスタイプが  
中心。  
- ColdStorage「PORK OO(部位名)shabu  
shabu」では日本語で「豚肉 しゃぶしゃぶ」と  
パッケージに記載あり（P.104 右側写真参照）。

	冷蔵パック		量り売り <sup>1)</sup>		冷凍パック	
	原産国	商品名	原産国	商品名	原産国	商品名
 (中心部)	オーストラリア	Pasar	-	-		
 (郊外)	オーストラリア マレーシア	Pasar Borneo Fresh Pork	マレーシア	Borneo Fresh Pork	グループ内で共通	
	オーストラリア	Pasar	オーストラリア・ USA・ブラジル等	Culina	ブラジル・ドイツ スペイン	福記 PorKee Iberico Spanish Premium Pork
	オーストラリア	Pasar	オーストラリア オーストラリア・ USA・ブラジル等	Linley Valley Pork Culina	スペイン	Tradition
 (中心部)	オーストラリア	AUSTRALIAN PORK	-	-	グループ内で共通	
 (郊外)	インドネシア	Indonesian Fresh Pork	インドネシア	Indonesian Fresh Pork	スペイン スペイン	Campo-Villa Iberico 黒豚 Spanish Iberico
	オーストラリア	AUSTRALIAN PORK	オーストラリア	AUSTRALIAN PORK	ブラジル・オランダ スペイン	PORK OO(部位名)shabu shabu ごち惣食堂
	オーストラリア	AUSTRALIAN PORK	オーストラリア	AUSTRALIAN PORK	USA	黒豚 BERKRIDGE Berkshire
	インドネシア	Bulan Direct	インドネシア	Bulan Direct	ブラジル・スペイン	乐宝
	インドネシア	Fresh Pork / 天天新鮮	インドネシア	Fresh Pork / 天天新鮮	ブラジル・オランダ	-
	インドネシア	Bulan Farm	インドネシア	Bulan Farm	ブラジル・ドイツ スペイン スペイン	Frozen Premium Pork SPANISH Iberico Pork 家家肉
	オーストラリア	(商品名無し)	-	-	USA	(商品名無し)
	オーストラリア カナダ	(商品名無し)	-	-	-	-
	日本	Snow White 黒豚	-	-	スペイン 日本	情熱価格(豚肩ロース/豚バラ) イベリコ(豚肩ロース/豚バラ) 黒豚

# 冷蔵パック | オーストラリア産 部位別 kg単価

Kgあたり単価 (SGD)

商品名	Lean	Loin	Loin Steak	Loin Sliced	Belly	Belly Mini	Belly Sliced	Belly Block	Spare Rib	Prime Rib	Fillet / Tenderloin	Shoulder	Chop
 Pasar	16.2	18.7		19.0	17.5	18.3	18.3		20.2	25.4	29.2	15.5	18.5
	Linley Valley Farm									28.7	32.2		
	Culina			30.0			29.0			42.0	44.0	29.0	
 AUSTRALIAN PORK	19.0	24.0				26.0			24.0	32.0	35.0		23.0
	RIVERVIEW FARMS						23.0				28.0		
 AUSTRALIAN PORK	20.9		28.9		22.9				25.9			24.9	
 乐宝												15.5	
 なし					19.9			28.5		27.6			
 なし	18.0	19.0	19.5	24.3		21.5	26.8	20.3	25.3	28.3	32.0	18.7	19.3
													
ブランド名	Minced	Twee Bah	Muscle	Big Bone	Soft Bone	Liver	Front Hock	Heart	Stomach	Intestines	Tail	Skin	Fat
 Pasar	13.3	14.3		6.2	18.6	9.1	5.2	2.9	12.7	14.9	19.0	3.2	4.5
	Linley Valley Farm	15.5											
	Culina	23.0											
 AUSTRALIAN PORK	20.0	17.0	24.0	8.0									
	RIVERVIEW FARMS												
 AUSTRALIAN PORK	20.9												
 乐宝									11.0	12.2	12.0		
 なし	14.5					10.5							
 なし	21.5				23.5	10.5							
													

-FairPrice「Pasar」は、内臓も含め幅広い部位を販売しており、部位のラインアップは最も豊富。

-それ以外のスーパーの商品も含めると、主流の部位は「Lean」「Loin」「Belly」「Rib」「Fillet」「Shoulder」「Minced」。

※店頭調査実施時に、DON DON DONKI では豪州産の取扱いが無かったため空欄となっている。

# 冷蔵パック | オーストラリア vs 日本 kg単価

kgあたり単価 (SGD)

オーストラリア産と日本産を比較すると、

-日本産の取り扱いが日系スーパー以外でない。

-日本産はスライスが中心。一方で、オーストラリア産にスライスが少ない。

-日本産は高額で、もっとも安いDONKI (50ドル/kg) もFairPriceの高級ブランド Culina (29-30ドル/kg) の1.7倍。

-日本産はLoinやBellyといった塊肉は扱いが少なく、スライスでの販売が基本。

	商品名	Loin Sliced	Belly Sliced	Collar Sliced	kgあたり単価 (SGD)			
					Loin	Belly	Shoulder	Minced
オーストラリア	 Pasar	19.0	18.3		18.7	17.5	15.5	13.3
	Linley Valley Farm							15.5
	Culina	30.0	29.0				29.0	23.0
	 AUSTRALIAN PORK				24.0			20.0
	RIVERVIEW FARMS		23.0					
	 AUSTRALIAN PORK					22.9	24.9	20.9
	 乐宝						15.5	
	 なし					19.9		14.5
 なし		24.3	26.8		19.0		18.7	21.5
								
日本	 黒の匠	72.9	72.9				74.9	34.0
	薩摩錦ぼーく	55.0	55.0		55.0			
	 なし	66.0	65.7	58.0				
	 Snow White	50.0	50.0	50.0				
	黒豚	62.5						

※店頭調査実施時に、DON DON DONKI では豪州産の取扱いが無かったため空欄となっている。



- 高級エリアDempsey Hillの精肉専門店
- FairPriceと協業で、FairPrice FinestやFairPrice Xtraでスペースを借りて販売
- 売上から一定割合をFairPriceに支払う



# 冷凍パック | 低価格化の工夫が表れる

-冷凍はスペイン産が中心。

-Belly または Collar の スライスタイプは冷蔵パックと異なり、容量が1種類のみしか確認できなかったブランドもある。容量帯は200~300gが中心。(容量のバラエティを絞ることで商品ラインアップを絞り、とにかく価格を抑えるようにしていると思われる)

-カットタイプはスライスが中心で、「Shabu Shabu」と表記がある商品も多い。パッケージに「黒豚」など日本語表記した商品もみられる。



			Belly / Collar (Sliced)		
			容量(g)	単価	単価/kg
FairPrice	ブラジル・スペイン	福記 PorKee			13.7
	スペイン	Tradition	500	9.0	17.9
	スペイン	Iberico Spanish Premium Pork	250	11.9	47.6
Cold Storage	ブラジル・スペイン	PORK OO(部位名)shabu shabu	300	5.9	19.7
	スペイン	Campo-Villa Iberico	300	13.9	46.3
	スペイン	黒豚 Spanish Iberico	200	9.5	47.5
	スペイン	ごち惣食堂	200	7.9	39.5
	USA	黒豚 BERKRIDGE Berkshire	150	6.9	46.0
PRIME SUPERMARKET	ブラジル・スペイン	なし	300	7.0	23.2
SHENG SIONG	ブラジル・スペイン	乐宝 (複数の部位・量)	-	-	16.5
Giant	ブラジル・スペイン	Frozen Premium Pork (複数の部位・量)	-	-	-
	スペイン	家家肉	300	8.9	29.5
	スペイン	SPANISH Iberico Pork	200	9.5	47.5
MEIDI-YA					
ISETAN SINGAPORE	USA	なし	-	-	51.4
DON DON DONKI	スペイン	情熱価格	400	7.8	19.5
	スペイン	イベリコ	200	7.9	39.5
	日本	黒豚	250	12.9	51.6

\*横棒：複数容量ある商品

※店頭調査実施時に、MEIDI-YA では冷凍パックの取扱いが無かったため空欄となっている。



## 冷凍パック | 各チェーンで低価格で展開している商品

- 原産国はブラジル・オランダ・ドイツ（主にブラジル）。
- 300 ~ 500g中心に、複数の部位を販売。
- 部位ラインアップが多いこともあり、専用の冷凍ケースが設置されている店舗もある。



# スーパーマーケット店舗写真



入口



冷蔵 量り売り

郊外で訪問した3店舗中1店舗に量り売りあり  
マレーシア | 商品名「CHEF'S PORK BORNEO」



冷蔵 パック売り (中心部)

オーストラリア | 商品名「Pasar」



冷蔵 パック売り (郊外)

オーストラリア | 商品名「Pasar」と  
マレーシア | 商品名「BORNEO FRESH PORK」



\*店内はハラルとノンハラルにわかれており、ハラルゾーンに牛・鶏、ノンハラルゾーンに豚肉が置かれている。





# 冷凍

殆どが「福記/Porkee」

ブラジル・ドイツ| 商品名「福記/Porkee」

スペイン| 商品名「TRADITION」「Spanish Premium Pork」「Iberico Pork Jowl」



縦型タイプの冷凍庫もあり





## 入口



## 冷蔵 パック売りB

USA・ブラジル・オランダ | 商品名「Culina」



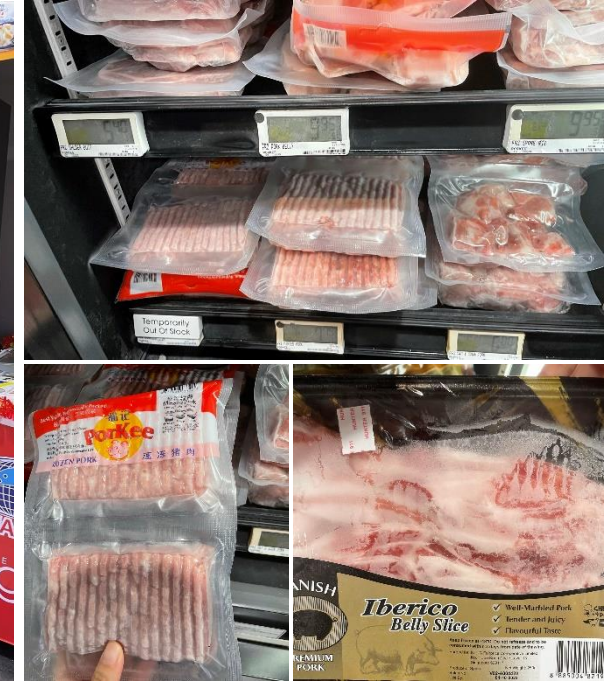
## 冷蔵 パック売りA

オーストラリア | 商品名「Pasar」



## 冷凍

ブラジル・ドイツ | 商品名「福記/Porkee」





## 入口



## 冷蔵 量り売り

オーストラリア | 商品名「Liney Valley Farm」



## 冷蔵 パック売り 売場B

USA・ブラジル | 商品名「Culina」  
\*量り売りと連続したガラスケースで販売



## 冷蔵 パック売り 売場A



\*鶏肉・牛肉は隣接しているが  
豚肉売場は離れて設置



殆どがオーストラリア | 商品名「Pasar」が棚を占める



## 冷凍

ブラジル・ドイツ | 商品名「福記/Porkee」



スペイン | 商品名「Spanish Premium Pork」



スペイン | 商品名「Tradition」





入口



冷蔵 量り売り

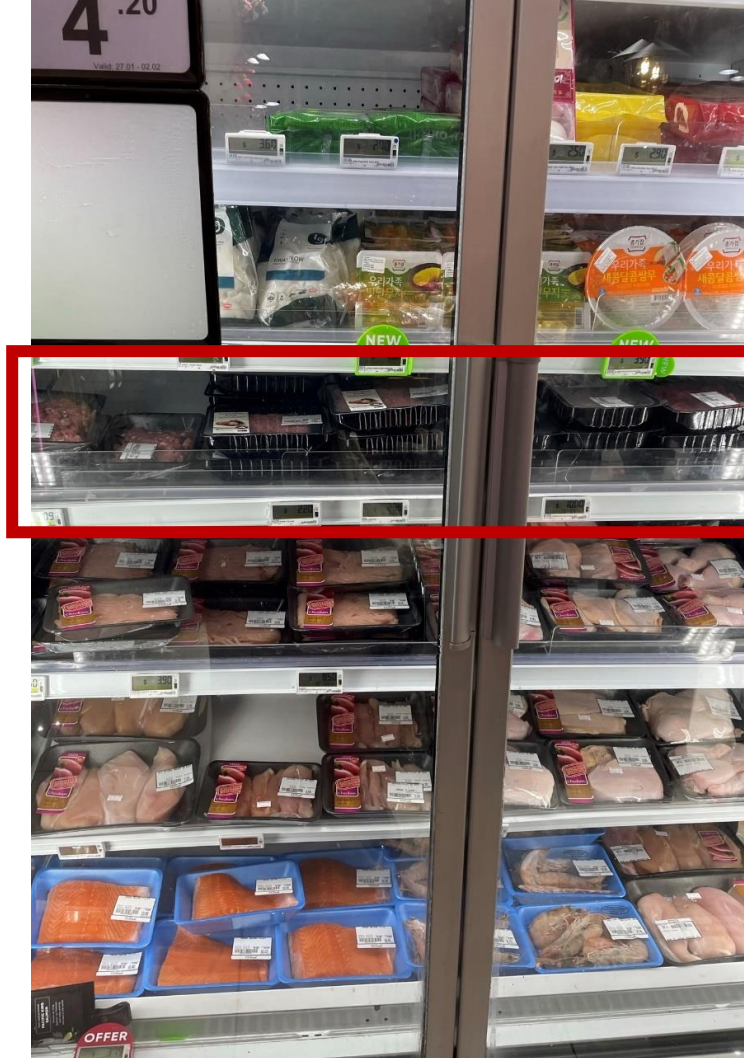
郊外店に量り売りあり

インドネシア



冷蔵 パック売り (中心部)

オーストラリア中心 | 商品名「Australian Pork」



冷蔵 パック売り (郊外)

インドネシア中心 | 商品名「Indonesian Fresh Pork」



オーストラリアも数品あり



冷凍

部位はBelly・Collar、カットはSlice・Shabu-Shabu・Sukiyaki

スペイン  
商品名「Campo-Villa Iberico」



スペイン  
商品名「黒豚 Spanish Iberico」



ブラジル・オランダ  
商品名 PORK BELLY shabu shabu  
(「豚肉 しゃぶしゃぶ」との記載もあり)





入口



冷蔵 量り売り

オーストラリア



冷蔵 パック売り

殆どオーストラリア | 商品名「Australian Pork」



冷凍

スペイン・USA

ブラジル・オランダ





入口



冷凍

オランダ・スペイン

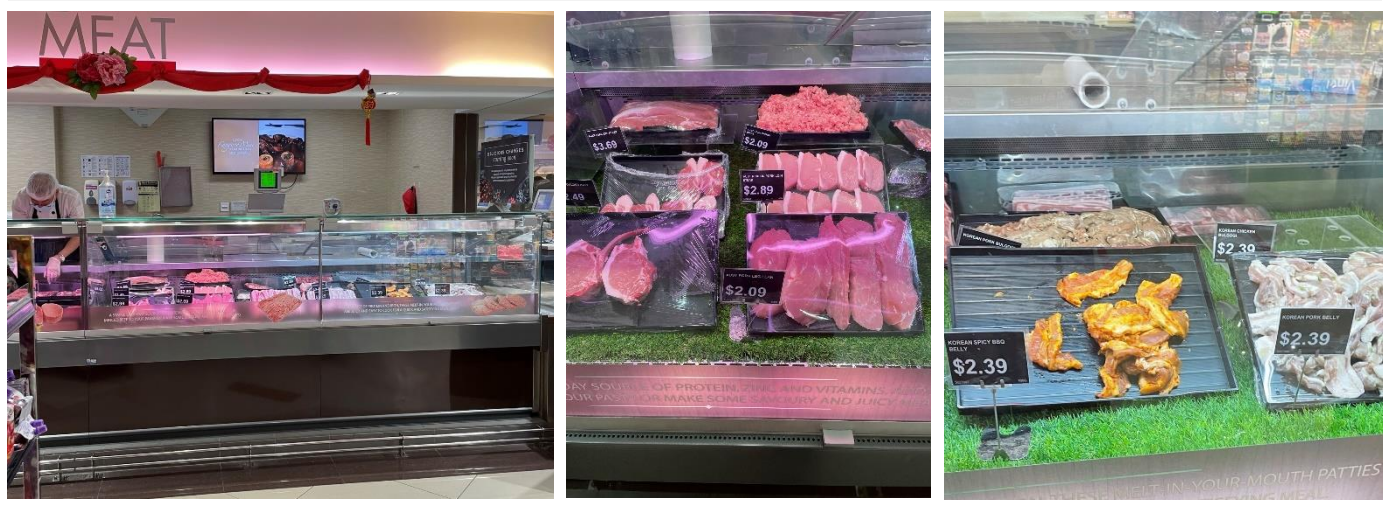


冷蔵 パック売り

殆どがオーストラリア | 商品名「Australian Pork」



冷蔵 量り売り



オーストラリア  
+ 韓国が少し



入口



## 冷蔵 パック売り

ほとんどインドネシア | 商品名「Bulan Farm」



## 冷蔵 量り売り (一部店舗)

インドネシア



## 冷凍

ブラジル・ドイツ | 商品名「Frozen Premium Pork」



スペイン



スペイン





### 冷蔵 パック売り

オーストラリア・カナダ・日本

入口





入口



冷蔵 パック売り場

オーストラリア中心



冷凍売り場 A

USA



冷凍売り場 B (高級ゾーン)

日本中心





## 入口



## 冷蔵 パック売り

日本が中心 | 主要商品「Snow White」と黒豚



## 冷凍

スペイン



スペイン



日本





入口



冷蔵 量り売り

インドネシア



冷蔵 パック売り

インドネシア | 商品名「天天新鮮」



冷凍

ブラジル





入口



冷蔵 量り売り

インドネシア \*量り売りは豚肉のみ



冷蔵 パック売り

殆どインドネシア「Bulan Direct」  
冷凍でメインの「乐宝」も数SKUあり(原産国はオーストラリア中心に複数国)



冷凍

殆ど「乐宝」  
原産国はブラジル・スペイン

