

【調査レポート】

シンガポール市場におけるチーズ類に関する調査について（シンガポール）

シンガポールは東南アジアの都市国家で、東京 23 区ほどの国土の中に約 564 万人の人口が居住している。中華系、マレー系、インド系が主要な民族であるが、人口の 25%超は外国人であり、多様な食文化を育んでいる。また、1 名あたり GDP は約 82,808 米ドルで世界第 6 位、総資産 1 億円を超える富裕層は 20 万人以上いると言われており、高所得で多様な消費層を有する。

一方、食料自給率は 10%程度であり、各国に対してフェアな輸入規制の元、様々な国から食品輸入を行い開かれた市場を提供している。かかるなか、チーズ類の販売は近年着実な拡大を示しており、小売業界や飲食業界において目にする機会が増えている。

この調査レポートの目的は、シンガポール市場における日本からのチーズ類の輸出促進のための基礎となる情報を提供することである。調査内容としては、シンガポールの食品市場にかかる規制、競合となる他国からのチーズ類の輸入状況、チーズ類を取扱うバイヤー及び消費者志向について調査するもの。

シンガポール市場におけるチーズ類に関する調査結果

シンガポールのチーズ類の総輸入額は約 1.2 億 US ドル。過去五年間の年平均成長率 (CAGR)は 6.4%と輸入額は安定して拡大している。最大の輸入国は豪州であり、次いでニュージーランド、フランスが続く。日本のシンガポール向け輸出のシェアは約 0.6%、18 位という状況。

牛乳・乳製品の輸入は、シンガポール食品庁（SFA）が所管する食品販売法(Sale of Food Act)により規制される。また、食品販売法の付属規定である食品規制(Food Regulations)で定められた食品規格を満たす必要がある。チーズ類は、食品販売法において 6 種類に分類される。製品分類ごとに規制内容が異なる。

日本産チーズはスライスチーズ等のプロセスチーズを中心に日系スーパーで販売されているが、ローカルスーパーでの取扱いは僅少である。ローカルスーパーでは、スライスチーズ、6P チーズ等プロセスチーズの取扱い商品数も多く、欧州産、豪州産等

のプライベートブランドチーズは比較的安価な価格で販売している。また、カマンベール等のナチュラルチーズを含む高級チーズの売り場は拡大傾向にある。

業務用においては、シンガポールにおいても食の欧米化が進んでおり、欧米系レストランを中心に販売は拡大しているが、チーズの原価を考慮すると日本産が使用されている可能性は低い。

チーズ類を取扱う事業者として日系製造業者、卸売業者、小売業者からヒアリングを行った。日系製造業者からはプロセスチーズの水分量（規制上水分量 45%以下とする）の規制に対し、主要な日本産商品が適合しておらず輸出が伸びない原因となっている可能性が示された。卸売業者や小売業者からはシンガポール人のライフスタイルに合わせた少量パックの商品やパックサラダ向け加工用チーズのニーズが示された。他、シンガポール人には、北海道という地域がブランドとして浸透しているため、北海道産チーズの可能性が示された。豪州産、欧州産チーズは価格競争力、ブランド力の両面で優れているため、日本産チーズの輸出量を拡大するためには、シンガポール人のライフスタイルに合わせた利便性の高い商品の導入、ブランド力の強化、チーズが含まれる商品の拡販、ライブコマースの活用等を検討することが必要である。

【免責条項】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。

輸出支援プラットフォームでは、できる限り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、輸出支援プラットフォーム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。