

海外進出支援プラットフォーム様_第2回ヒアリングレポート

令和3年度 輸出先国・地域における現地の体制強化委託事業

(海外展開に際して検討すべき現地の課題と対策にかかる情報整理及び事業者への情報提供)

シンガポール

Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.

2022年12月20日



企業ヒアリングレポート | シンガポール | 全農インターナショナルアジア株式会社様

【免責条項】

本資料にて提供される情報については、生産者や事業者の方々のシンガポール輸出の一助となることを目的としているものであり、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報の採否は、ご閲覧者様ご自身の判断、責任において行ってください。なお、関係法令、制度等は調査時点以降改正されている可能性がありますので、実際のご検討の際には、各国等の関連機関に最新の情報をご確認下さるようお願いいたします。



全農インターナショナルアジアは、2015年設立。日本産の農畜産物及び加工食品のシンガポールへの輸出とともに、量販店やレストランを通じて販売。

全農インターナショナルアジア株式会社 概要

項目	概要
企業名	全農インターナショナルアジア株式会社 (ZEN-NOH International Asia Pte. Limited)
企業概要・事業展開	- JA全農インターナショナル株式会社の100%子会社として、2015年シンガポールにて設立。日本産の農畜産物の東南アジア輸出・販売業務を担う。 - JA全農インターナショナルは東京に拠点を構え、シンガポールの他、ロンドン、香港、台北等にも現地法人を設置。
シンガポール展開状況	国産農畜産物（肉・米・青果）および加工食品（日本酒・茶など）の日本からの輸出事業
進出のきっかけ	シンガポールをASEAN諸国向けの輸出拠点として、国産農畜産物および加工食品を展開していくため。
現地パートナー企業との役割分担	全農インターナショナルアジアはシンガポールへの輸出・販売を担い、現地パートナーは、シンガポール国内での輸送・保管（常温・冷蔵・冷凍の3温度帯）を担っている。

シンガポールへ輸出する主な国産農畜産物





事業展開における主な課題として、「日本産」の現地消費者層の拡大や、日本からの輸送距離・物流遅延等をふまえた鮮度管理等が挙げられた。

シンガポール事業展開における主な課題や対策

現地消費者層の拡大と「日本産」の価値訴求	1. 「日本産」の現地消費者層の拡大と他国産農畜産物との差別化 ✓ 現状、一部の高所得者層を中心とした購買となっている。消費者層の拡大に向けて、「どうすれば現地の一般消費者に買ってもらえるのか？」というのが課題。 ✓ 主な競合品として、オーストラリアやマレーシア、タイ産等が挙げられる。農畜産物は、見た目では差別化がしにくいいため、消費者が生産国や産地を認識することが困難。 2. 消費者の「日本産＝高品質・美味しい」のイメージについて、実際に食べて実体験として理解頂く「浸透活動」が重要 ✓ シンガポールの消費者の多くは、日本産は高品質で美味しいといったイメージを既に持って頂けているが、実際に食べたことが無い一般消費者もいる。消費者への価値訴求の方法として、実際に店頭でのプロモーション活動を行い、試食等を通じて日本産の価値を対面で伝えていくという取り組みを行っている。商品の価値や強みを、消費者に対して根気よく浸透活動を続けることが重要。 ✓ 高級品セグメントにおいては、実際に手に取って購買したいという消費者意識があり、現状ではオンラインでの販売よりも量販店やレストランでの購買が中心となっていると感じている。 3. 今後は、オールジャパンとしての「日本産」のイメージ戦略を推し進めることが必要 ✓ 日本の「アニメや漫画」が認知されているのと同様に、日本産の農畜産物・加工食品においても、一般消費者へのイメージ形成を推し進める必要があると感じている。
物流課題への対応	1. 品質を損ねない鮮度管理の徹底 ✓ 日本～シンガポール間の輸送距離が長く、気候も暑いため、鮮度管理には特に気を遣う必要がある。 2. 物流リードタイムへの配慮 ✓ 世界的な労働力不足や物流困難の影響で、海上輸送遅延や、通関業務等遅延が発生することがあり、遅延をふまえた適切な対応が求められる。
規制への対応	1. 現地法規制への準拠 ✓ 食品規制・シンガポール輸入規制への対応は、当然だが気を付ける点となっている。 ✓ シンガポールは他国と比較するとシンプルと感じるが、政府による商品への監査も厳しく規制への準拠は徹底している。よって、事業者は、規制の内容および更新について、正確に理解・把握することが重要となっている。