

シンガポール編

為替レート

1 シンガポールドル=59.23 円

(2009年1月15日)

シンガポール地図



I. 市場特性

1. 経済概要

(1) 国の概要とマクロ経済データ

1) 国の概要

(1) 国名

シンガポール共和国 (The Republic of Singapore)

(2) 国土

マレー半島の最南端にあるシンガポール島と大小 63 の島々からなっている。面積は 699.0k m²で、東京 23 区の 617k m²よりやや大きい。

(3) 人口

459 万人 (2007 年 12 月末)

(4) 首都

シンガポール

(5) 民族

典型的な多民族国家で、中国系 76%、マレー系 14%、インド系 9%、その他 1%。各民族がそれぞれの言語・宗教・文化・生活習慣を守り、お互いに尊重しながら 1 つの社会を築き上げている。国民は自らを「シンガポーリアン」と呼んでいる。

(6) 公用語

国語はマレー語、公用語は英語、中国語 (北京語)、マレー語、タミール語の 4 つ。学校では、2 言語教育が行われている。

(7) 宗教

仏教(42.5%)、イスラム教(14.9%)、キリスト教(14.6%)、道教(8.5%)、ヒンズー教(4%)など。

2) マクロ経済データ

シンガポールの主要マクロデータは以下の通りである。

名目 GDP :

1, 520 億米ドル (2007 年時点) *対日本比 : 約 1/33

人口 :

約 459 万人 (うちシンガポール人・永住者は 358 万人) (2007 年時点) *対日本比 : 約 1/28

一人当たり名目 GDP :

35,163 米ドル (約 3,516,300 円) (2007 年時点) *対日本比 : 約 0.97

シンガポールの主要マクロ経済指標の推移

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
名目 GDP (億米ドル)	885	924	1,068	1,171	1,322	1,591
1人当り GDP (米ドル)	21,206	22,070	25,191	26,907	30,382	34,665
実質 GDP 成長率 (%)	2.2	1.1	8.7	6.4	7.9	7.7
製造業生産指数 (%)	8.4	3.0	13.9	9.5	11.5	3.6
消費者物価指数 (%)	-0.4	0.5	1.7	0.5	1.0	2.1
失業率 (%)	4.4	4.7	3.4	3.1	2.6	2.3
輸出 (億米ドル)	1,251	1,442	1,986	2,296	2,716	3,129
輸入(億米ドル)	1,164	1,279	1,736	2,000	2,385	2,750
貿易収支 (億米ドル)	87	162	250	296	331	379
経常収支 (億米ドル)	187	282	279	334	363	410
外貨準備 (億米ドル)	823	963	1,128	1,166	1,368	1,630
為替レート (対米ドル、年平均)	1.79	1.74	1.69	1.66	1.59	1.44

(資料) IMF 及び Singapore Department of Statistics

(2) 消費への影響要因

シンガポールにおいて、消費に影響を与えうる諸要因及び状況などは以下の通りである。

1) 狭い国土に人口が密集

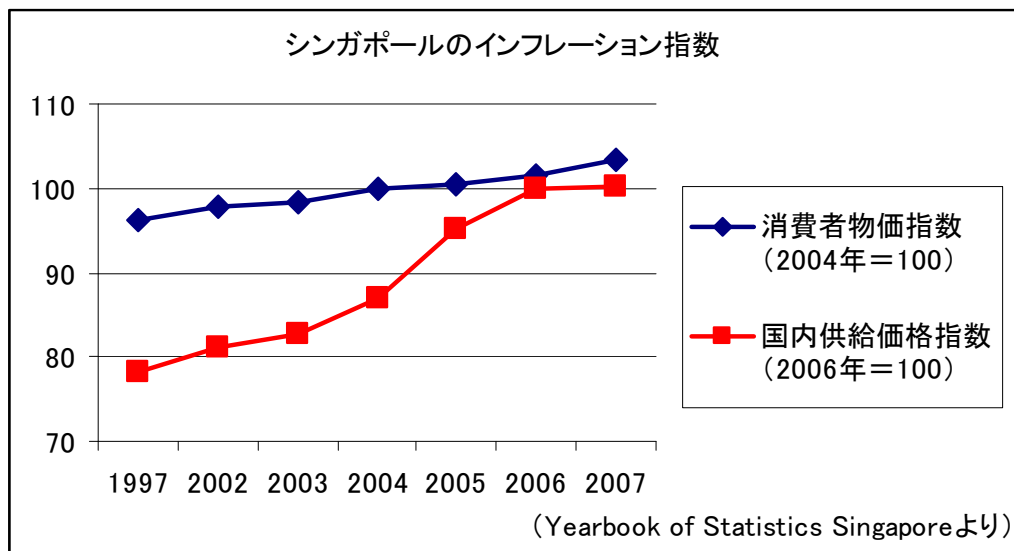
シンガポールの面積は 699km² で、国土は東西約 45 km、南北約 25km と淡路島の 1.2 倍ほどの大きさである。一つの都市が国家として存在しているような、いわゆる都市国家である。国籍と永住権所持者を合わせた人口が約 468 万人、うち国民・永住権取得者 368 万人、在留外国人が 101 万人となっている。とくに、在留外国人数は急増しており、2007 年には前年比約 15%の増加となっている。

人口密度は 1 km² 当たり 6,369 人と、東京 23 区の 1 万 3,510 人には及ばないものの、東京都の 5,748 人を上回る。

主な産業としては、貿易、金融が挙げられるが、近年は産業の多様化政策も進めており、観光産業や、情報技術、化学、医薬品、精密機器などの先端技術産業が拡大しつつある。一人当たりの国内総生産も 2007 年に日本を抜いてアジア首位となった。海外からの訪問者数は年間約 1000 万人に達し、まさに東西南北の交易要所として発展している。2007 年の日本からの訪問者数は約 60 万人となっている。また、ASEAN 諸国以外を対象とした 2007 年の統計では日本は中国、インド、オーストラリアについて第 4 位の貿易相手国となっている。

このように、1990 年代後半のアジア通貨危機や 2003 年の鳥インフルエンザの発生などの困難に見舞われながらも、長期にわたり政治的安定を維持しているシンガポールは、英語

が公用語であることもあり、東南アジアの経済的ハブとしての地位を確立している。この結果として、国民の賃金、生活水準が上昇、国内生産価格の上昇が著しいが、食料品と工業生産品の多くを外国からの輸入に頼るシンガポールでは、全体的な指標としての消費者物価指数は比較的安定している。



2) 高水準で安定的に推移している経済

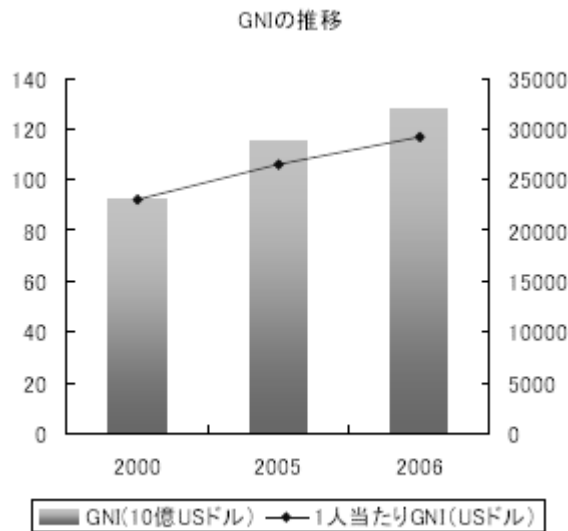
シンガポールの特徴として、高水準の経済成長率と経済の安定的な推移が挙げられる。

3) 富裕層の存在と高所得層の拡大

シンガポールではいわゆる富裕層の存在が、消費、とくに高級品の消費を牽引している。

シンガポールでは、金融資産 100 万ドル超の富裕層は約 7 万人、人口の 1.3% 存在するとみられる。その保有資産の合計は 3,237 億ドル (24.8 兆円) に達する。

また、シンガポールではもともと一人当たり国民所得が高いことに加え、これが順調に伸張しており、高所得層の拡大へとつながっている。



4) 多様な文化と食生活

シンガポールにおいては、食における多様性と外食文化の発達が顕著にみられる。シンガポールでは、様々な人種・宗教の人々が各々の文化を守りつつ共存している。個々の文化がシンガポールに住む人々の食文化・食生活に大きな影響を与え、多様性と寛容性、進取性などがかもし出されている。

人種構成比：中華系（74.8%）、マレー系（13.5%）、インド系（9.0%）、その他（2.7%）
 宗教構成比：仏教（42.5%）、イスラム教（14.9%）、キリスト教（14.6%）、道教（8.5%）、ヒンドゥー教（4.0%）、その他の宗教・無宗教（15.4%）

5) 農業自給率の低さと食品の輸入依存

①概要

シンガポールでは、国内に農業基盤がないため自給ができない状況にある。この結果、農業自給率はわずか0.1%に過ぎない。従って、食糧の輸入依存率が極めて高く、食品は品目全般にわたって輸入に依存する体質となっている。2005～2007年の過去3年間、食品輸入（金額ベース）は増加が続いている。

②シンガポールの食品輸入の状況

シンガポールの食品輸入額が多いものは、以下の通りとなっている。

シンガポールの食品輸入額上位品目（2007年、HSコード2桁）

- ① 飲料、アルコール及び食酢（18.6%）
- ② 酪農品、鳥卵、天然蜂蜜等（11.0%）
- ③ 魚並びに甲殻類、軟体動物等（7.8%）
- ④ 肉及び食用のくず肉（6.7%）

③シンガポールの農産品輸入の特徴

シンガポールの農産品輸入の特徴は、以下のようにまとめられる。

- ・ 特定国からの輸入に大きく依存。とくに、肉・穀物類のなかには、1カ国からの輸入で5割以上をまかなっているものもある。
- ・ 近年、アジア域内におけるアクセスと物流環境の良さから競争が激化（とくに、中国、台湾、韓国が台頭）
- ・ 日本の農産品・加工食品とも輸入されてはいるが、全体でのシェアは極めて小さい。品目別では、清酒、緑茶などが上位に入るのみである。

④日本の農林水産品輸出におけるシンガポールの位置づけ

日本の農林水産品輸出におけるシンガポールの位置づけは、以下に述べるように極めて高い。

- ・ 農林水産物の輸出でシンガポールは第7位（2007年、輸出額116.8億円、前年比17.7%増、構成比2.3%）。
- ・ とくに、農産物では第6位（2007年、輸出額85.6億円、前年比14.7%増、構成比3.2%）。

⑤シンガポールへの日本食品の輸出の特徴

シンガポールへの日本食品の輸出の特徴についてとりまとめると、以下のようになる。

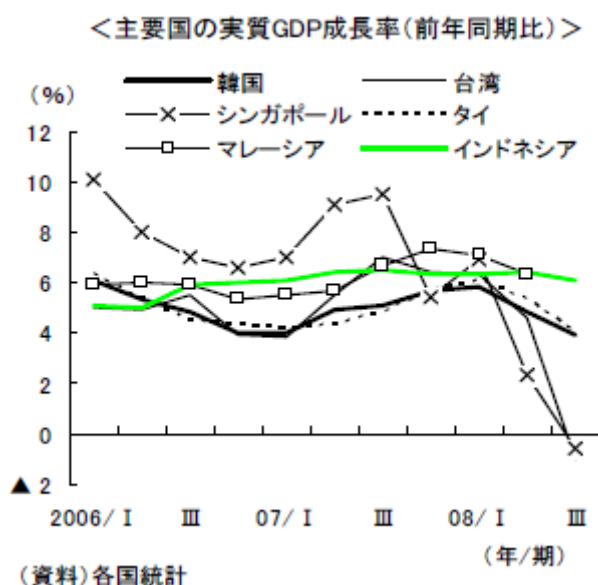
- ・ 日本からの食品輸入（金額ベース）は、2005～2007年の過去3年間増加を続けている。
- ・ 水産物（魚類・甲殻類・軟体類等を含む）を合計すると全体の26%を占める。水産物以外で単品での金額が大きいのは、タバコ、ソース・調味料、でん粉、小麦粉等。
- ・ お酒、お米、お茶などの代表的な日本食品の輸入量も増加。

(3) 経済の現状と今後の見通し

2008年1～3月期まで比較的高い成長を続けてきたアジア経済であるが、4～6月期以降景気は総じて減速傾向にあり、とくにシンガポールではここにきて急減速している。

1) インフレと世界経済の減速により景気は悪化

米国経済が減速するなかにあつて、シンガポールは2008年1～3月期まで比較的高い成長を維持した。この要因として、以下の点が指摘できる。



第1は、米国経済の減速度合いが比較的軽微にとどまっていたことである。米国では2007年央のサブプライムローン問題の表面化を契機に、金融市場の混乱と金融機関の経営悪化が生じた。その後、住宅投資や消費の減速など実体経済に影響が及び、実質GDP成長率(以下、成長率)は2007年10～12月期▲0.2%(年率換算)、2008年1～3月期0.9%(同)とほぼゼロ成長となった。

第2は、対米輸出の不振を、新興国(産油国を含む)向け輸出の急増がカバーしたことである。近年の原油・穀物価格の高騰により資源国の成長は加速し、消費と建設投資の拡大によりアジア諸国からの財・サービス輸出が増加した。

第3は、アジアの資源国が一次産品価格高騰のプラス効果を受けたことである。原油に関しては、マレーシアとベトナムが純輸出国(ただしベトナムは国内の精製能力不足により石油製品をシンガポールなどから輸入)である。原油以外にも、パームオイル(マレーシアとインドネシア)、天然ゴム(タイ、マレーシア)などが著しく伸びた。

第4は、経済規模の大きい中国とインドで、内需が安定的に伸びたことである。中国、インドでは近年、民間消費とならんで、固定資本形成の拡大が成長の牽引役となっている。

このように比較的高い成長を続けてきたアジア経済であるが、4～6月期以降総じて減速傾向にあり、最近では減速傾向が強まっている)。これは、①原油価格高騰に起因するインフレの加速、②金利引き上げ、③株価急落や金融市場の混乱などの影響により内需が減速した上、世界経済の減速に伴い輸出の増勢が鈍化し始めたことによる。米国では7～9月期に前期比年率▲0.3%、ユーロ圏と日本では4～6月期に続いて7～9月期も前期比マイナス成長となるなど、この期間に世界経済の減速が進んだ。

アジアでこの影響を強く受けたのが、対外開放度の高いシンガポールである。7～9月期の成長率（前年同期比、以下同じ）は、シンガポールで▲0.6%となった（前期比は2四半期連続マイナス）。

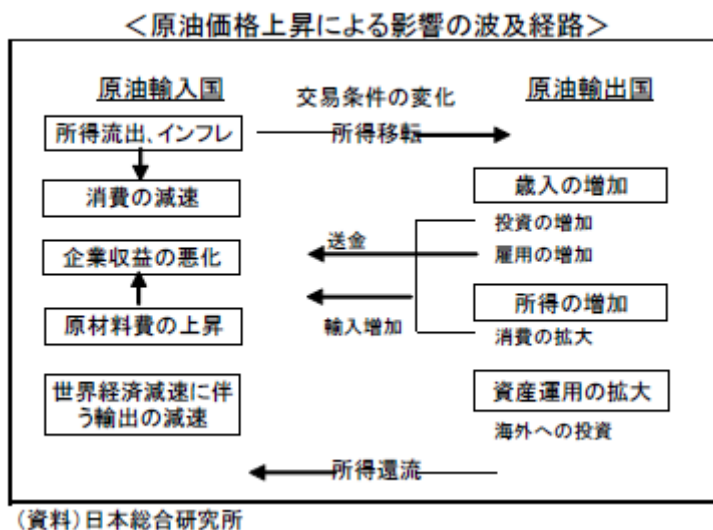
2) 2009年のアジア経済は2008年を大きく下回る成長率に

前述したように、米国、EU、日本では7～9月期の成長率が前期比マイナスとなるなど、アジア経済を取り巻く環境は厳しさを増している。とくに米国でリーマンブラザーズが経営破綻した9月以降、急速に悪化している。このことはIMFが10月に続いて、11月にも世界経済の見通しを下方修正（世界経済の成長率は2007年の5.0%から2008年に3.7%、2009年には2.2%へ低下）したことからもうかがえる。

2009年のアジア経済は2008年を大きく下回る成長率となろう。輸出依存度の高いシンガポールでは低成長を余儀なくされるものと予想される。

成長率が低下する要因の一つは、世界経済が一段と減速することにより、輸出の増勢鈍化が避けられないことである。先進国向けが低迷する上、新興国向けも、これまでのような高い伸びが期待できないからである。新興国では、①海外からの資金引き揚げや資金調達難、②原油をはじめとする一次産品価格の急落、③不動産価格下落などの影響を受けて、建設プロジェクトの中断や消費の減速などが生じているため、2009年の成長率は2008年をかなり下回る可能性が高い。

とくに原油価格急落の影響は大である。近年の原油価格高騰は様々な経路を通じて、原油輸出・輸入国に影響を与えたが、2009年はその逆の効果が表れると考えられる。



もう一つの要因は、内需が減速することである。インフレの抑制と金利の低下は消費にプラスとなるが、すでに消費マインドが冷え込んでいることに加え、今後、景気の減速に伴い雇用・所得環境が悪化するため、消費の伸びは低下していくであろう。

さらに、輸出と消費の増勢が鈍化することにより、設備投資の伸びも 2008 年を下回る可能性が高い。

このように多くの需要項目で減速が予想される一方、①インフレ圧力の緩和により利下げ余地があること、②アジア各国政府が景気対策に乗り出したこと、③中国政府が政策の重点を成長の維持に移したことは明らかな材料である。近年の安定した成長に伴い税収が増加した結果、財政収支が改善したことが、財政発動を可能にしている。

中国政府が政策の重点を成長の維持にシフトしたことも、他のアジア諸国にとってプラスとなろう。成長の維持を目的にした措置が 10 月以降、相次いで発表された。消費関連では、預金利息に対する課税の一時停止、家電下郷プロジェクト対象地域の拡大、補助金対象品目の追加などがある。投資関連では、10 月の国务院常务会议において、これまで続けてきた投資抑制策の事実上の転換が決定され、11 月に 4 兆元規模の景気刺激策が発表された。内陸部や農村部のインフラ、都市部におけるゴミ・汚水処理施設等の建設促進が 2010 年末までの重点項目として盛り込まれている。

3) 今後のシンガポール経済に関する注意点

シンガポール経済の下振れ要因としては、米国経済の回復の遅れと新興国経済の失速が挙げられるが、これ以外にも今後のシンガポール経済を展望する上で次の点に注意する必要がある。

第 1 は、財政赤字の拡大である。景気減速を最小限に食い止めるために財政発動が期待される半面、財政赤字の拡大は中長期的な発展を阻害しかねない。政府には財政規律の堅持

が求められる。

第 2 は、為替レート下落の影響である。海外投資家の資金引き揚げにより、韓国のウォンをはじめ大半のアジア通貨が急落している。減価が続けば、インフレ圧力の緩和ペースを低下させかねない状況にある。

2. 食生活、食文化、嗜好性

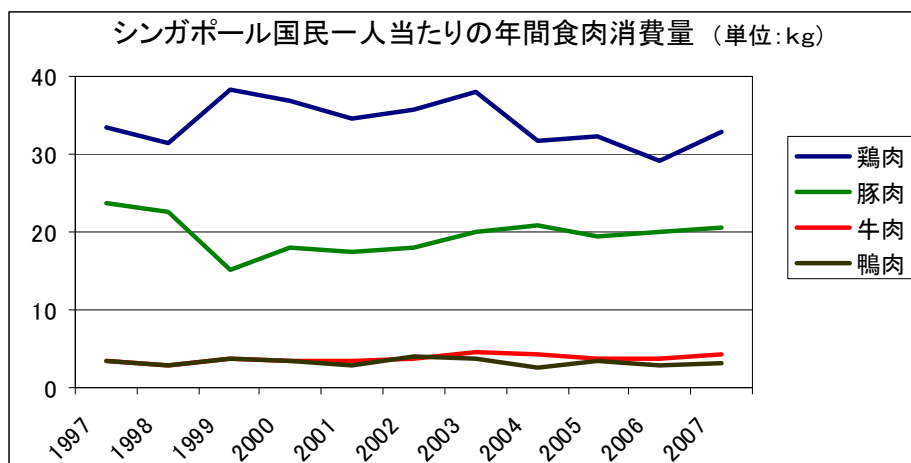
(1) 概要

シンガポールでは、1年間の国民一人当たりの牛肉消費量は 4.3k g となっており、他の食肉とに比べると少ない。

シンガポールは多民族国家であるが、人口の約 75% を占める中国系のあいだでは、文化的な背景から牛肉の消費量は豚肉、鶏肉に比べると少ない。人口の約 4% を占めるヒンズー教徒は牛肉を食べることは無い。この反対に、牛肉の消費に制約が少ないのは、約 40 万人のイスラム教徒、その他、約 12 万人の欧米、日本、オーストラリアなどの先進国からビジネスのためにシンガポールに滞在している外国人である。

これに加えて、低中～中低所得者の多くはホーカー（Hawker）センターと呼ばれる安価な簡易食堂で食事を済ませることが一般的で、一般庶民の場合には、鶏肉や豚肉に比べて価格の高い牛肉は消費量が相対的に少ない。

また、人口規模の小さいシンガポールにおいては、年間約 1000 万人にのぼる海外からの訪問者も食肉消費の傾向を計る上で重要となる。



このようにシンガポールでは牛肉の消費は文化的理由から比較的少ないが、観光客や高所得者向けのいわば嗜好品としての高級牛肉の消費は無視できず、特に日本からの牛肉輸出を想定した場合、重要な市場と位置づけられる。

その他、特有な食肉消費傾向として、イスラム教徒はハラル（Halal）処理された食肉の

み消費することが許されていることが挙げられる。ハラール処理とは宗教上の理由から、動物をある一定のルールの下に処理する過程であり、ホーカーセンターからマクドナルドなど大型ファーストフードチェーンまで、イスラム教徒を特に対象としていない多くの飲食店でも、ハラール処理の食肉を提供していることが店頭で明記されている。



(2) 店舗形態ごとの状況

以下では、店舗形態ごとの状況について概略を述べる。

1) 簡易食堂

シンガポールでは国民の90%以上が、政府が補助するマンション（HDBフラット、HDB: Housing Development Board）に居住しており、各居住ブロックの地階部分にはホーカーセンターとよばれる簡易食堂が備わっている。これらの簡易食堂では、一食2～4ドルの割安な値段で食事を済ませることができ、低～中所得者は一日三食の全てをこのようなフードコートでとる場合も多い。実際に各自でスーパーなどで食材を購入して調理するよりも、こうしたフードコートで食事を済ませたほうが出費が少ない。シンガポールでは早朝から夜遅くまで働くものも多く、時間の節約のためにも簡易食堂は便利である。つまり、シンガポールにおいて、「家庭料理」はやや贅沢なものと考えられている。ホーカーセンターには中国、インド、マレー料理などのコーナーがあり、牛肉は主に麺類や炒め物の具として提供されている。しかし、文化的背景、また牛肉は鶏肉、豚肉に比べてやや高価なことから、やはり消費は比較的少ない。



左: HDBフラット、中央: ホーカーセンター、右: 内部の飲食店コーナー

2) スーパー及びデパートの食品売り場

シンガポールには 2007 年時点で約 600 店のスーパーマーケットがあり¹、NTUC フェアプライズとコールドストレージの 2 つのチェーンが主な生鮮食料品販売経路となっている。日本のスーパーと同様に、食肉カウンターでの計り売りとあらかじめ個別包装されたものの陳列が平行して行われている。

3) レストラン、ファーストフード

2006 年時点では約 5000 軒の飲食店が登録されており²、その内訳はレストランが約 1500 軒、ファーストフード店が約 300 軒、調理品配達業が約 230 軒、その他フードコートやコーヒーショップ、バーなどが約 3000 件となっている。

ファーストフード店としてはマクドナルドとバーガーキングが進出しており、日本と同様のサービスを提供している。その他、商店街やショッピングセンターなどには多くの飲食店があり、牛肉を使った料理も提供されている。牛肉消費の中心となるのはステーキレストラン（約 35 軒）ステーキレストランチェーン（20 軒以上）、焼肉レストラン（約 42 軒）や牛丼店（約 15 軒）となる³。さらに、日本食レストランでは、すき焼きやしゃぶしゃぶなどの牛肉をメインにした料理も多く提供されている。

これらの飲食店の対象客層は地元の中～高所得者や、欧米や日本からの高給の労働者とその家族である。また、ショッピングセンターやデパートには観光客も多数訪れ、消費者層として重要である。

4) ホテル、タウンクラブ、ゴルフクラブなど

観光産業が盛んなシンガポールでは、2007 年時点のホテル数が 92⁴、客室数が約 29,000 室、平均利用率 87%と、人口比として非常に多くのホテルがある。また、タウンクラブやゴルフクラブなどの会員制の施設が 20 施設程度あり、高所得者を中心に広く利用されている。レストラン同様、ステーキや焼肉、日本料理などとして牛肉が提供されている。

5) 地元市場

中国人街、インド人街、マレー人街のそれぞれが民族の食生活に特化した市場を持ってお

¹ Yearbook of Statistics Singapore, 2008

² Singapore Statistics, Economic Survey Series 2006.

³ オンライン電話帳 : <http://www.streetdirectory.com>

⁴ Yearbook of Statistics Singapore, 2008

り、地元の消費者に食肉を提供している。しかし、ごく限られた地域の消費者を対象としているため、取扱量は少ないとみられる。

3. 食肉の需給・価格動向

(1) 食肉の輸入状況

シンガポールは一部の鶏肉、鶏卵を除くほとんどの畜産、酪農品を輸入に頼っているが、国内生産が無いことが、国内の賃金水準の上昇にもかかわらず価格が安定している理由のひとつとなっている。

牛肉輸入量の推移

	(トン、%)			
	2004年	2005年	2006年	2007年
総量	15555.5	15889.1	17568.9	21052.3
生、冷蔵肉	2080.4	2101.4	2507.5	2892.3
生、冷蔵肉比率 (%)	13.4	13.2	14.3	13.7
骨付き	119.0	112.1	186.5	145.5
骨無し	1896.4	1927.3	2260.3	2660.0
その他	65.0	62.1	60.7	86.8
冷凍肉	13475.1	13787.7	15061.5	18160.1
冷凍肉比率 (%)	86.6	86.8	85.7	86.3
骨付き	762.0	869.0	1081.5	1578.6
骨無し	12713.2	12918.7	13980.0	16581.5
冷凍舌	52.1	96.4	55.9	129.0
冷凍肝臓	378.1	414.8	678.1	462.7

(資料) External Trade Statistics

牛肉の国内消費分の全ては輸入品であり、その総量は2007年の統計で約2万トンとなっている。そのうち、約15%が生、冷蔵肉として輸入される。

シンガポールでは牛肉の半分以上をブラジルから、残りをオーストラリア、ニュージーランド、米国などから輸入している。ブラジルからの牛肉はそのほとんどが冷凍肉、逆に米国産牛肉は冷蔵肉が主流である。また、米国産は輸入量では全体のわずか1%程度であるが、輸入金額では約5%を占め、高級牛肉の輸出に特化している。このように、シンガポールでは少数の輸出国による市場の棲み分けが行われている。

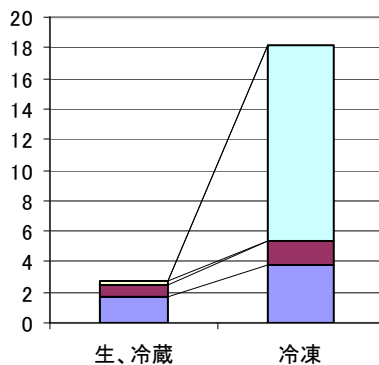
食肉の主要相手国別輸入量（2007年）

（トン、％）

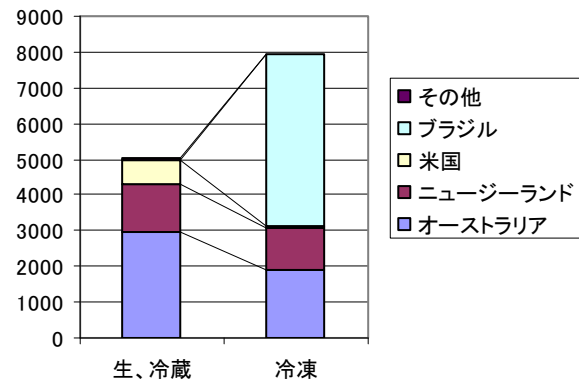
品名	輸入数量	主要輸入国とシェア
肉・食用のくず肉	221,715	①ブラジル（59.2％）、②オーストラリア（18.4％）、③アメリカ（8.1％）
牛肉（生鮮・冷蔵） HS 番号 0201	2,803	①オーストラリア（58.3％）、②ニュージーランド（31.0％）、③アメリカ（8.1％）、④ブラジル（1.6％）、⑤アルゼンチン（0.1％）
牛肉（冷蔵） HS 番号 0202	18,159	①ブラジル（70.4％）、②オーストラリア（20.6％）、③ニュージーランド（8.6％）、④アメリカ（0.1％）、⑤中国（0.1％）
豚肉（生鮮・冷蔵・冷蔵） HS 番号 0203	68,134	①ブラジル（45.3％）、②オーストラリア（30.7％）、③フランス（7.3％）、④オランダ（6.1％）、⑤カナダ（2.9％）
家きん肉（生鮮・冷蔵・冷蔵） HS 番号 0207	104,694	①ブラジル（82.7％）、②アメリカ（15.6％）、③中国（0.5％）、④オランダ（0.5％）、⑤フランス（0.3％）

（資料）シンガポール国際企業庁（IE シンガポール）の貿易統計をもとに JETRO シンガポール作成

2007年国別輸入量(単位:千トン)



2007年国別輸入金額(単位:万シンガポールドル)



（資料）External Trade Statistics

AVA の資料によれば、2001 年までは日本から神戸牛が年間 500kg 弱の規模で輸出されていたが、日本での BSE 発症例の確認後、速やかに禁止処置がとられ、現在に至っている。

（2）食肉の需要動向

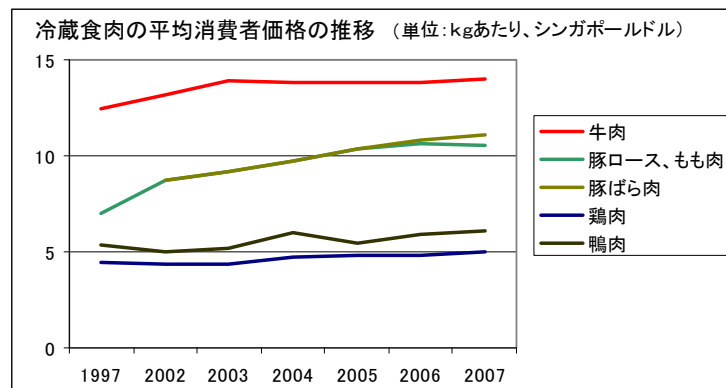
牛肉の場合、販売形態ごとにそれぞれのメニューや使用部位、価格帯に偏りがある。地元市民を対象とした簡易食堂で提供される安価な煮込み用の牛肉（カレー、スープ、炒め物、麺類の具などに使われる）から、観光客や買い物客をターゲットとしたレストランで提供される牛肉、高所得者層をターゲットとした高級レストランで消費されるステーキ、しゃぶしゃぶ肉まで、全体としては多様なニーズがあるといえる。

フードコートでの聞き取り調査では、回答の得られた全ての店舗がブラジル産の牛肉を使

用しており、産地表示のあるスーパーマーケットの牛肉の大部分がオーストラリア、ニュージーランド、米国産であるのと対照的である。つまり、牛肉そのものの質や価値が比較的重視される小売店やステーキレストラン、牛肉を主に扱う飲食店などではオーストラリア、ニュージーランド、米国産が、簡易食堂などの業務用や冷凍品として販売される場合には安価なブラジル産がおもに消費されるという構図がみられる。

(3) 食肉の価格動向

近年シンガポールでは、他の東南アジア諸国に比べても速いペースで物価の上昇が進んでいるが、一部の鶏肉、鶏卵を除くほとんどの畜産、酪農品を輸入に頼っており、食肉の平均価格は比較的安定している。



(資料) AVA

4. 現地生産食肉及び輸入食肉の販売事例

ここでは、卸売、小売店、飲食店の種類ごとに、現地生産食肉及び輸入食肉の販売事例について、現地調査の結果をまとめた。

(1) 輸入・卸売業者

シンガポールの主要な食肉卸業者は、33社となっている。後に述べる大手スーパーマーケットは、主に関連または提携卸売業者から輸入牛肉を仕入れている一方、それ以外にも国内に輸入肉を再包装する中間加工工場を持つ業者があり、事業規模については様々である。ヒアリング調査の結果、多くの卸業者は食肉以外も扱う中卸であること、レストラン経営を併せ持ち業務形態が多いことが判明した。外部者の加工場見学などは残念ながら出来なかった。

また、輸入卸業者の Vic's Meat がオーストラリア産の「Blackmore 和牛」を輸入している。同社の種類別の牛肉の卸価格の例は以下の通りである。

ビックスミートの牛肉卸売価格（100g 当たり）

（シンガポールドル）

	サーロイン	リブアイ
牧草飼育 冷蔵・冷凍無表示	4.20	4.80
穀物飼育（120～150 日）冷蔵	5.20	5.60
穀物飼育（300 日）冷蔵	6.60	7.40
穀物飼育（400 日）冷蔵	7.00	8.00
交配第一代和牛 穀物飼育（450 日）	9.60 - 12.60	10.00 - 13.20
純血和牛 穀物飼育	24.00	24.00

（注）売買単位は 250 g からであるが、比較のため 100g 当りに換算。

（2）小売店

1）量販店・スーパーマーケット

大手の NTUC フェアプライスとコールドストレージでは、200 g～600 g 程度を包装単位として、ステーキ用とすき焼き用のロース、ヒレ、骨付きリブ、肩、その他の骨付き部分を含むぶつ切り、ひき肉と多様な部位を販売している。原産地の表示の無いものもあったが、冷凍肉はブラジル産、冷蔵肉はオーストラリアとニュージーランドから輸入されていた。ひき肉については、ブラジル産とオーストラリア産の両方が、解凍された状態で販売されていた。それぞれの価格は次表の通りである。

NTUC フェアプライス・コールドストレージでの牛肉価格（100g 当たり）

（シンガポールドル）

販売状態	産地	種類	価格
平均価格			3.05S ドル（181 円）
冷蔵	オーストラリア	サーロイン	3.39 - 4.89
		リブアイ	3.09 - 5.39
		ヒレ	6.09
		シン	1.69 - 2.88
		フランク	2.99
		ひき肉	3.37
		リブ	2.37
	ニュージーランド	ヒレ	5.62
ブラジル	ひき肉	1.99 - 2.31	
冷凍	ニュージーランド	サーロイン	1.70
		リブアイ	1.50
	ブラジル	ブロック	0.99
		しゃぶしゃぶ	1.59

2) 高級スーパーマーケット・食肉専門小売店

デパートの地下食品売り場では、コールドストレージで販売されているのと同様な価格帯、品質の牛肉に加え、高級牛肉が販売されている。調査対象としては、ともに地下食品売り場を持つ、パラゴン、イセタン、セントラルを選んだが、日系のテナントが多く入居するイセタンとセントラルでは米国産とオーストラリア産の「和牛」が販売されていた。

「和牛肉」を取り扱っている店舗では、量り売りカウンター約半分を和牛専門コーナーとして区切り、200g～300g のステーキ用カットを真空包装で、また、すき焼き用の薄切り肉をコールドケースの中で陳列していた。オーストラリア、米国産の有機肥育物などの高級品が 100g あたり 7ドル程度なのに対し、和牛は 25 ドル程度と、明らかに和牛は非常に高価で、裕福層のみをターゲットとして販売されている。したがって、商品の品質管理も良く、今回の調査で確認できた小売店では、外観（色、カットごとの均質性）に問題のある牛肉は見られなかった。すき焼き用の和牛肉は、外観から判断して、東京のデパート食品売り場などで販売されている 100g あたり 1500 円程度の和牛肉と同様の印象であった。この場合、オーストラリア産和牛は同程度～約 3 割ほど割高であると言える。しかしなが

ら、霜降りの状態、脂肪の比率などに関しては一貫しておらず、小売店では純血かどうか、穀物肥育条件などの情報は提供されていなかった。米国産「和牛」ステーキ肉は赤身部分に脂肪は入っているものの、霜降りと呼べるものではなく、消費者は実際に商品を店頭で確認した上で購入する以外に指標は特に無い。

高級食品売り場での冷蔵牛肉価格（100g 当たり）

（シンガポールドル）

産地、品種		種類	価格
平均価格		6.10S ドル (361 円)	
オーストラリア	無表示	サーロイン	4.10 - 6.75
		リブアイ	5.38
		ヒレ	5.29
		すき焼き用	4.90 - 5.99
		リブ	3.41
		炒め物用	4.05
	アンガス種	サーロイン	6.90
ニュージーランド	表示無し	サーロイン	6.89
		リブアイ	7.59
		ランプ	5.39
		ヒレ	5.99
	有機	サーロイン	9.39
米国	表示無し	サーロイン	8.70
		リブアイ	8.80
		カルビ	7.30
		すき焼き用	3.50
	アンガス種	サーロイン	6.50

高級食品売り場での冷蔵牛肉価格（100g 当たり）

（シンガポールドル）

産地、品種	種類	価格	
平均価格		24.75S ドル(約 1,466 円)	
オーストラリア	和牛	サーロイン	25.00
		すき焼き用	26.00
米国	和牛	サーロイン	23.50
		リブアイ	24.50



左：米国産和牛を扱う小売店「ファインカット」、中央：「米国産神戸牛」についての店頭での説明、右：真空包装された米国産リブアイステーキ用「神戸」牛肉

（3）外食産業

1) ファーストフード店

マクドナルドは国内で 100 店舗以上を展開しており、42 店舗が 24 時間営業。ビッグマックが 6.65 シンガポールドルで提供されており、フードコートでの食事に比べれば割高感がある。聞き取り調査の結果では、牛肉の産地については、米国の安全基準を満たしたものを使用しているが、詳しい産地については回答が得られなかった。

牛丼の吉野家は日本企業のフランチャイズによる出店。シンガポールではショッピングモールやオフィスビルディングの地下階に多く、14 店舗を展開。店舗で問い合わせたところ、オーストラリア産の牛肉を使用し、シンガポール国内で調理しているとのことだった。牛丼並盛が 5.60 シンガポールドルで提供されている。



左:牛丼ファーストフード店、右:ステーキレストランチェーン店

2) ステーキレストラン

日本企業のフランチャイズ出店であるペッパーランチはシンガポールで 15 店舗を展開している。オーストラリア産の牛肉を使用し、サーロインステーキセットが 15.90 シンガポールドル、リブアイステーキセットが 17.50 シンガポールドルと、比較的低価格のメニューを提供している。

シンガポール企業のマッドジャックカフェは、オーストラリアをモチーフとしたレストランを 4 店舗展開しており、より低価格の 13.90 シンガポールドルでステーキセットを提供している。牛肉の産地はニュージーランドとオーストラリアとの回答だった。

シンガポールの食肉卸業者による経営の「ステーキハウス」では、オーストラリア産牛肉を使用した高級ステーキを提供しており、アンガス種ステーキが 33 シンガポールドルから、和牛ステーキ 200g が 72 シンガポールドルから提供されている。

日本食レストランのひとつ「江戸川」では和牛ステーキ (200 g) が 88.80 シンガポールドルで提供されていた。

家族をターゲットとしたレストランでは一食あたり 15~20 ドル程度までが一般消費者に受け入れられる価格帯で、牛肉の産地は「オーストラリア産」などとだけ表示されていた。一方で、それ以上の価格帯で牛肉を提供する高級レストランでは、アンガス種、和牛などの種類を強調する表示がメニューに見られた。霜降りの等級や肥育期間などについては省かれていたが、店員に問い合わせたところ、より詳しい説明が得られた。高級レストランでは、調理、サービスに関わる店員が自ら牛肉の仕入れを行っている、又は食材について十分に教育されていることを示している。

5. 国内流通、取引慣行

国内での流通は、AVA の認可を受けた輸出入、輸送業者と食品小売業者の間で行われている。レストランなどの業務用の牛肉は輸入業者と卸売業者を介して流通しているのに対し、

大手スーパーマーケットのコールドストレージと NTUC フェアプライスは、独自の流通経路を確立しており、全ての系列店舗で共通の商品を提供している。

一般の卸業者、卸市場では、日本に比べ温度管理の意識が低く、海外からの輸送、国内での貯蔵、国内輸送、卸販売、飲食店業者への配達の一部又は全ての段階で品質の劣化が予想される。また、卸段階での貯蔵期間についての情報もこれらの業者では得られず、実際に地元市場などでは、匂い、外観ともに低品質と判断できる生肉が取り扱われている。冷凍肉に関しても、シンガポール国内で個別に再包装が行われているため、外観は真空包装であるが品質管理に問題がある疑いがある。

HDB フラットの地階に頻繁に出店している、より低価格で食料品を販売しているスーパーマーケットである NTUC フェアプライスでは、1999 年からオーストラリアの Meat & Livestock Australia (MLA : オーストラリア食肉、畜産協会)、畜産、加工業者と共同で牛肉流通経路を確立し、「バンクシアビーフ」のブランド名で牛肉を販売している。MLA の広報活動によれば、指定された農場とシンガポールのフェアプライス店舗を結ぶ流通過程で品質保持や情報管理を統合しているとある。しかし、実際に販売されているバンクシアビーフは、地元市場に比べれば品質は良いものの、特に量り売り食肉売り場において赤身が茶色や黄土色に変色した牛肉も販売している例が見られた。

一方で外国人や高所得者層をターゲットとしたスーパーマーケットであるコールドストレージでは、高品質の牛肉が販売されており、日本の小売店で見ると特に差は無く、流通経路、店舗での品質管理の差が明らかである。牛肉を多く消費する高所得の外国人客が多いコールドストレージでは、フェアプライスに比べて売れ残りが少なく、商品の回転が速い可能性もある。

また、その他の国内流通・取引慣行に関する留意点として、以下の諸点が挙げられる。

- ① 国内市場の小さいシンガポールでは、一般企業がそれぞれ自由競争を通して成長していくのではなく、幅広い産業分野において政府に寄り添った形で産業が発展している。このことから、新規参入を図る外国企業にとっても、政策に沿った事業展開が望ましい。
- ② シンガポール政府は海外からの産業誘致に非常に積極的であり、中小企業への補助金やオフィススペースの賃貸補助などがある。
- ③ 国内の企業数は比較的少ないことから、政府関係機関でも卸売業者について十分把握している場合が多い。政府機関のインターナショナルエンタープライズシンガポールは国内外の企業を結ぶ窓口としての役割を果たしており、シンガポールへの事業進出、輸出入を図る企業にとって重要である。

- ④ 中国や他の東南アジア諸国と比べ、法律の遵守、取締りに関する国民意識のレベルは高い。また、特に中国系のシンガポール人は仕事が効率的で勤勉である。政治状態も非常に安定しており、日本人との文化的親和性は高いと言える。
- ⑤ ビジネスや日常生活においては、本音と建前を使い分ける習慣があるため、日本人同士の交渉と同様に、注意深く相手の状況を把握する必要がある。
- ⑥ シンガポールは熱帯気候の国であり、生鮮食品の輸送網の設計には特に注意が必要である。

II. 検疫・表示に関する制度、実態

1. 食品の輸入・検疫の所轄官庁と関連法令

冷蔵牛肉はおもにオーストラリア、ニュージーランドから空輸されるため空港で、冷凍牛肉は港湾の税関で実際の輸入手続が行われるが、食肉の輸入に当たっては、農産物、食料、獣医学的管理に関する監督庁（Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore : AVA）が検疫と輸入を監督しており、事前に輸入申請が必要になる。

また、牛肉を含む食品の取り扱いや輸入に関する主要な法令は以下の通りである。

農産物、食料、獣医学的管理に関する監督庁に関する規則 (Agri-Food and Veterinary Authority Act)

2000年法令第16号、2000年4月1日施行。農産物、食料、獣医学的管理に関する監督庁（AVA）の組織、役割、効力について定めている。

食肉、魚介類に関する規則 (Wholesome Meat and Fish Act)

1999年法令第554号、1999年12月10日施行。第349A章42節は輸入、輸出、輸送に関する獣医学上の検印、許認可、表示についての規則を定めている。

食品販売に関する規則 (Sale of Food Act)

1988年法令第264号、1988年10月1日施行。283章56(1)節は食品の表示、宣伝、食品添加物、毒性物質の許容範囲などに関する規則を定めている。

2. 食肉の輸入手続き

食肉と食肉加工品、鶏卵製品は、認められた国、加工工場からのみ輸入が許されている。2008年12月現在の牛肉輸出許可国はアルゼンチン、オーストラリア、ブラジル、中国、ニュージーランド、南アフリカ共和国、ウルグアイ、米国である。

輸出国としての申請には、申請国の公的機関による次の情報の提供が必要となる。

- ・獣医学的な観点から食肉の流通を監督する制度の確立状態
- ・畜産動物病の状態とそれに対する管理、予防の国家的取り組み
- ・動物、畜産動物病原の持込の予防に関する法令（英語による抜粋）
- ・畜産処理、食肉、鶏卵加工場、食肉検査方法、保管、取り扱い、配送に関する規制法令
- ・畜産処理、食肉、鶏卵加工場の認可制度と認可機関
- ・国家的な微生物管理と廃棄物処理に関する取り組み

動物を介して伝染するヒトの病気のうち、BSEについては過去6年間、発見例が無いことが輸出国の条件となっているが、米国については安全管理に関するガイドラインを定めた上で、輸出を認めている。

輸出加工工場としての申請は、輸出可能国からのみ可能である。その際は、以下の情報とともに当該輸出国の監督機関を通して申請しなければならない。

- ・屠殺場の詳細（名前、住所、工場番号、加工場の見取り図、従業員数、処理容量、屠殺方法、屠殺器具、洗浄、内臓の処理方法、獣医学的公衆衛生に関する対策）と加工過程を説明したフローチャート
- ・食肉加工品、鶏卵加工品については加工工程の詳細についてのフローチャートと HACCP とその他の制度に基づいた品質管理の取り組み（食肉加工場の場合は、AVA の認可を受けた屠殺場から原材料牛肉を供給されなければならない）
- ・これまでに処理された食肉が輸出された国名と輸出の際に提出された保健衛生許可証

また、加工場の許可申請に際しては、製品を紹介するパンフレット、加工場の写真やビデオ映像を提出しなければならない。申請の提出は各国の監督機関による推薦の上で、その機関を通して AVA に対して行う。出された情報が十分と認められる場合には、輸出許可を与える前に AVA が検査視察に訪れる。

シンガポールにおける輸入手続きの概要は以下の通りである。

- ・食肉輸入業者は AVA に輸入許可申請を行わなければならない、輸入申請毎に 21.50 シンガポールドル（7%の消費サービス税を含む）を支払う。
- ・食肉は AVA によって認可された輸出先からのみ輸入することが出来る。
- ・輸入手続きごとに輸入許可証が必要である。
- ・毎回の輸入手続きには、輸出国によって発行された、シンガポールが定める畜産動物の健康と食品安全に関する要項を満たしていることを証明する書類を同時に提出しなければならない。
- ・食肉は輸出国から直接シンガポールに輸送されなければならない。
- ・すべての輸入品は基本包装ごとに以下の事項の表示が義務付けられる。
 - －食肉品名、記述
 - －原産国
 - －ブランド名（あてはまる場合のみ）
 - －加工工場名と整理番号、加工日（あてはまる場合のみ）
 - －加工肉製品の場合、精肉を加工した工場名と整理番号、加工日

- 包装工場名と整理番号、包装日
- 缶詰の場合、製品のバッチ番号と加工工場、缶詰コード
- 基本包装の容量、箱詰めされている場合の総容量

実際の物品到着港での輸入手続は以下のようになる。

- ・輸出国からの保健衛生証明書を取得、さらに、受注発送を証明する送り状や陸海空路輸送の請求書などを用意する。
- ・「トレードネット」からオンラインで AVA の輸入許可を申請する。
Trade Net: <https://www.tradexchange.gov.sg/tradexchange/default.portal>
製品コードについては以下を参照する。
<http://www.ava.gov.sg/Resources/PrdCodesForTradeNet/index.htm>
- ・物品到着の前日に AVA に連絡し、AVA による検査認証手続きの予約をする。
(電話番号 67952862 または 67952827)
- ・保健衛生証明書の原本、送り状、輸送関係書類は輸入品の現物とともに AVA 検査官に提示されなければならない。その際、関係書類の右上端に、許可申請時に与えられた整理番号を記入する。
- ・物品到着後、申請者が輸入許可申請を Cargo Clearance Permit (CCP) とともに印刷する。
- ・申請者は輸入物品を輸入許可証、CCP、保険証明書、送り状などとともに検査官に提示する。物品が冷凍品の場合、輸送用のカートンはあらかじめ解凍しておかなければならない。
- ・AVA は検査のための試料を採取することができ、手続き単位ごとに検査結果が判明するまで輸入が保留される。

3. 表示関連法令

食品のラベルには、英語で次の事項を記すべきであることが法令で定められている。

- ・品目名
- ・原材料名
合成着色料が使用されている場合は、tartrazine、colour (102)、colour (FD&C Yellow #5) などの書式で記されていなければならない。
- ・総重量、総容量
- ・加工業者、輸入業者の名前と住所
- ・原産国

さらに、食品の表示に関して、以下の項目が AVA によって定められている。

(1) 日付表示

食肉も日付表示が義務付けられている食品のひとつである。日付表示は油性インク又はエンボスマークで行い、指定された保存方法で正常な状態を維持できる期限について記さなければならない。"USE BY" (使用期限)、"SELL BY" (販売期限)、"EXPIRY DATE" (期限切れ日)、"BEST BEFORE" (賞味保証期限) などの言葉を用いて明記する。

(2) ビタミン、ミネラルの表示

製品がビタミンやミネラルなどの豊富な摂取源であることを表示する場合、具体的な数値を用いて次のような表現で示さなければならない

「このオレンジジュース 200ml (ある一定量の製品) は、15mg (どれだけ) のビタミン C (何を) 含んでいる。」

この場合、当該製品は、食品規制法の第 11 条で定められているビタミン、ミネラル基準にそれぞれ見合っていないなければならない。

(3) 栄養価表示

シンガポールでは、栄養に関する特徴についてのアピールを消費者に行う場合に限り、栄養価の表示が義務付けられている。栄養価を表示する場合は一般的に、エネルギー、たんぱく質、脂肪、炭水化物含有量を含むパネルを表示する。

その他の栄養成分についての詳細を表示する義務は無いが、その栄養について特に効果を強調する場合は、その詳細を表示しなければならない。栄養価について特に記入する場合は、その含有量が健康促進協会 (Health Promotion Board) が発行する「栄養表示ハンドブック」(Handbook on Nutrition Labeling、CRC Press、1995 年、ISBN 0824792858, 9780824792855) の規格を満たしている必要がある。

栄養価の表示例としては、「Source of Energy (エネルギー源)」、「Source of Protein (たんぱく質補給)」、「low in calories (低カロリー)」、「sugar free (無糖)」などが挙げられる。

4. 検疫、表示に関する税金、手数料

輸入申請料の他に、冷凍、冷蔵精肉と加工肉の輸入については、100kg につき 4.60 シンガポールドル、また、部分、缶詰肉の輸入には一回の輸入につき、輸入量に関係なく 77 シンガポールドルの手数料が課される。

シンガポールでは自由貿易政策のもと、酒類、タバコ、自動車などの例外を除き、輸入品に関税は課せられない。

5. 「和牛」の販売実態

シンガポールでは、海外から手荷物として持ち込まれ、市場に流通せず一般家庭で消費される牛肉は表示や流通許認可規制の対象外となっている。具体的には、隣国マレーシアとの連絡橋を通しての肉類の持ち込みは、鶏に限って **5kg** まで許されており、牛肉の持ち込みは出来ない。また、空港では、アルゼンチン、オーストラリア、ニュージーランド、ウルグアイからの肉類は **5kg** まで許されているが、それ以外の国からの肉類の持込は出来ない。いずれも、AVA により法令で定められている。

シンガポールは、一般に規制が厳しく、また、当局の法律の運用も厳格であることから、海外からの違法な肉類の持込は、現状においてはほぼ皆無であるといえる。しかしながら、現実には国境や空港で詳しく検査されることはまず無いため、少量の肉類の持ち込みは摘発される可能性は低いとみられる。このため、日本から密輸品が持ち出されれば、シンガポール入国時に摘発される可能性は低いとみられる。税関当局による実際の摘発件数などは得られなかったが、近年中国の上海や香港で和牛の密輸が増加、摘発が強化されている傾向からみて、今後、水面下で密輸が横行する可能性はありうる。

シンガポールでは、オーストラリア産と米国産の「和牛」肉が正規ルートで流通している。オーストラリア産としては「純血和牛」、和牛とアンガス種の交配第1世代、第2世代の牛肉が、オーストラリア企業 **Vic's Meat** によって輸入、販売されている。また、アメリカ産では、神戸牛由来の「和牛」が **Sneak River** 社によって供給されている。

6. 偽装表示、不正規ルートの販売などに対する取締と実態

実際の店舗における実態調査の過程で、表示の不十分な食肉の販売例がみられたが、密輸品の販売や飲食店での提供が行われているような事例はみつかっていない。

AVA の規定を遵守せず、摘発された場合には、1 シンガポールドル以下の罰金、または6 カ月以下の懲役、あるいはその両方が課せられる、と定められている。

また、牛肉の表示に関しては、とくに、低価格、低品質のものについては産地などの表示がきちんとなされているわけではない。小分けにして個包装されているものは、表示が明記されているかは一目瞭然であるが、その場で切り落とすものについては、消費者が自身で簡単には表示を確認できないこともある。

Ⅲ. 今後の食肉市場拡大の見込み

シンガポールにおいては、牛肉全体の消費量は近年横ばいまたは微増となっているが、高級牛肉、とくに「和牛」への関心は高所得者層の間で高まっている。当初は企業の赴任家族や日本人による接待用に提供されていた日本から輸出されていた和牛の情報が、噂などを通して徐々に広まり、さらに近年の日本文化の流行とそれに便乗した米国とオーストラリア企業の和牛飼育輸出が供給を補うなど、高級和牛の流通も拡大している。

日本産牛肉のシンガポールへの輸出にとっての課題は、現在適用されている輸入禁止処置である。AVAの方針では、原産国が過去6年間BSEの確認例が無い国のものに限り輸入を認めている。しかしながら、後に述べる米国産牛肉の輸入許可にみられるように、その適用には例外もある。AVAでは引き続きリスク評価とトレーサビリティ（流通牛肉の追跡確認方法）を基にした、食肉輸入制度について検討しており、日本の関連機関の働きかけによって近い将来輸入が可能になる可能性もある。したがって、輸出関連業界は今後もBSE発生国からの牛肉輸入に関するAVAの規制制度に注意を払うことが重要である。このように、シンガポールへの食肉輸入には、日本の関連機関と流通業者がAVAと十分な情報交換を行う必要がある。

日本からの輸入が解禁された場合、日本産牛肉は価格面からブラジル産の冷凍品ではなく、高級品のオーストラリア産、米国産牛肉と競合することになる。既に日本由来の「和牛」は、名称、特徴的な食感と風味とともにシンガポールの特定の消費者層に浸透している。とはいえ、和牛を常にメニューにおいているレストランはシンガポール全島でも10件程度であるというのがレストランに詳しいシンガポール市民の見方である。

シンガポールにおいては、現時点においては、神戸牛、松坂牛などの個別のブランドについての知識は一般的ではない。また、和牛の中での肉質による等級分類についても、ほとんど理解されていない。この結果、オーストラリア産の細かな霜降りが十分に入った高品質の「純血和牛」が提供されている店舗がある一方で、米国産の和牛雑種肉も「和牛」と呼ばれて販売されるなど、表示や値段設定には一貫性が無い。

また、シンガポールでは日本への観光旅行が非常に盛んになっており、日本で口にしたい和牛を家庭でも味わいたいという消費者が少なからず存在する。さらに、シンガポールでは日本の菓子、ケーキを置いたカフェ、居酒屋、家庭料理的なものを提供する食堂から高級料亭を模した懐石レストランまで、300軒を越す日本食関係の飲食店が存在し、日本料理の幅広い料理法や味覚が既に受け入れられている。

一方、日本食レストランでは、日本の本物の食材を使用したいという希望も多く聞かれ、今後日本産牛肉の普及を図る場合、ステーキ用肉だけでなく、ばら肉、肩、骨付きリブなどの需要もまだまだ開拓の余地があるとみられる。

家庭での消費促進を考えた場合、肉質や用途に応じてカット方法を使い分けることも重要である。このような場合、小規模の店舗では店員の教育や仕入れ量の管理が一般に難しい。しかし、日本産牛肉を高級品として販売する場合には、取り扱いを極めて少数の店舗に限

定し、品質管理の行き届いた牛肉をそこで重点的に提供する、という販売形態が適している。

IV. 他国産牛肉の広報活動

シンガポールは比較的小規模の市場であるため、輸出国側の対応は、AVA との対話を通じた積極的な市場拡大努力を行う場合と、または重要市場でないとの見方から消極的な場合とに分かれる。前者の例としてはオーストラリア、ブラジルが、後者の例としてはニュージーランドとその他の牛肉輸出国がそれぞれ挙げられる。

以下に、主要輸出国のシンガポールにおける活動の概要についてとりまとめた。

1. オーストラリアによる BANKSIA (バンクシア) プログラム

オーストラリアはシンガポールに地理的に近いことから、シンガポールに対しての冷蔵牛肉の輸出に有利である。また、国内の小売店やホーカーセンターを除く一般飲食店でも、主にオーストラリア産牛肉が提供されている。大手小売店や飲食店に対しては、それぞれの提携輸出入業者が独占して牛肉流通を管理することが多いが、スーパーマーケットチェーンの NTUC フェアプライスでは、オーストラリアの食肉家畜協会 (Meat & Livestock Australia: MLA)、大手農場、加工企業と共同でベンチャー企業を設立し、BANKSIA プログラムと呼ばれている。生産、加工、流通の各段階で情報を管理し、また流通販売にかかわる人員の教育も行うなど、シンガポールへの牛肉輸出を総合的に運営・管理している。

2. ブラジル

ブラジルは、シンガポールの牛肉輸入量の半分以上を供給している。2008 年には、ブラジルの農業大臣がシンガポールを訪問し、農産物全体のさらなる輸出拡大をアピールした。また、これまで輸入牛肉は主にシンガポール国内で加工されていたが、あらかじめカットした状態での輸出を進めることでコストを下げ、現在 500g あたり 7.95 シンガポールドルの冷凍牛肉価格を 6 ドル程度まで引き下げる計画を発表した。

ブラジルでは、輸出用食肉生産にかかわる農場と加工業者の検査、認定が行われているとされている。しかし、その具体的な管理方法と約 2600 カ所に及ぶ登録牧場の多さに関して EU が説明を要求し、満足のいく回答が得られなかったため、ヨーロッパへのブラジル産牛肉の輸出が禁止された経緯がある。しかし、シンガポールでは、ブラジル産牛肉の輸入は継続されている。

3. 米国

シンガポールにおける市民の BSE への関心は高く、新聞などのメディアでも海外での症例などについて頻繁に取り上げられている。米国でも既に BSE 症例が確認され、一旦は米国

産牛肉のシンガポールへの輸入が禁止された。しかし、現在では、AVA の認可を受けた特定の米国の輸出業者を通じて、シンガポールへの牛肉輸出が再開されている。

米国産牛肉の輸入をめぐる議論の高まりを受けて、2006 年 3 月には、以下のようなプレスリリース「シンガポールで流通している米国産牛肉は安全である (US Beef in Singapore is Safe)」が、牛肉の輸入行政を管轄する AVA から発表されている。

- 2006 年 3 月 13 日、米国農業省 (USDA) が重点的に行っている検査プログラムによって、アラバマ州の牛 (10 歳齢以上) から米国で 3 例目となる BSE 症例を確認した。USDA によれば、この牛が人や動物の食物流通系に混入した事実は無く、年齢を考慮すると、1997 年の骨肉混合餌の禁止前に感染したものと推測できる、とのことである。
- 米国では 2004 年から 64 万頭の高リスク牛と 2 万頭の健康な牛について検査を行ってきた。リスクの高いとされるダウン牛 (へたり牛) に関しては、USDA は特に厳しい監視を行っている。このような BSE リスクの高い牛を対象とすることで、たとえば発生が非常に低頻度であったとしても、高い確率で BSE 例を発見できることが期待される。
- 米国での BSE 発生率は非常に低い。カナダからの輸入を除くと、これまで 2 件しか米国内で発見されておらず、全ての症例は成牛で、食品流通経路から取り除かれた。最近起こった BSE 発見例は、まさにこの監視システムが機能しており、情報公開の透明性が維持されていることを示すものである。
- この BSE 発見例は、最近再開された米国からの牛肉輸入に影響を与えるものではない。アラバマ州にはシンガポールへの輸出を許可された食肉基地は存在しない。少数ではあろうが、今後も USDA の厳しい検査によって BSE 症例の発見は続く可能性がある。AVA では科学的手法に基づいて米国からの輸入牛肉のリスクを評価している。米国は BSE を根絶したわけではないが、危険率は非常に低く、食肉流通業界は多段階におけるリスク軽減への取り組みを行っている。さらに AVA も輸入牛肉の到着時に厳格な基準を用いて検査を行っており、基準を満たさない食肉は輸入を拒否され、廃棄されている。BSE 症例には注意を払う必要があるが、AVA はシンガポールで流通している米国産牛肉が安全であることを、記事の筆者と市民に理解していただけることを期待する。
- AVA の任務は食品の安全を確保することであり、今後も USDA とともに BSE の発生状況を監視し、特にシンガポールに輸出される牛肉の安全維持に努める。

この米国からの牛肉の輸入再開の事例にみられるように、6年間の BSE 未確認期間というガイドラインは、輸出国と輸出業者の AVA への働きかけによって見直される場合があり、カナダなど他の BSE 発生国も AVA との対話を通して禁輸処置の条件付き撤回の可能性を探っている。

V. 関連行政庁、企業、団体など窓口連絡先

1. 行政、公共機関

シンガポール税関 (Singapore Customs)

55 Newton Road, #10-01, Revenue House, Singapore 307987

Tel: (+65) 6355 2000; Fax: (+65) 6250 8663

Eメール: customs_documentation@customs.gov.sg

Customs Call Centre:

+65-0800-1730(平日8～17:30)、+65-0880-1245(土8～12:45、日休み)

+65-6355-2000 (24時間対応の音声ガイド)

<http://www.customs.gov.sg>

農産物、食料、獣医学的管理に関する監督庁

(Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore)

5 Maxwell Road, #01-01 / #02-03 / #03-00 / #04-00 / #18-00 Tower Block, MND Complex,
Singapore 069110

Tel: (+65) 6325 7625; Fax: (+65) 6220 6068

Eメール: ava_email@ava.gov.sg

<http://www.ava.gov.sg>

インターナショナル エンタープライズ シンガポール

(International Enterprise Singapore)

230, Victoria Street, Level 10, Bugis Junction Office Tower, Singapore 188024

Tel: (+65) 6337 6628; Fax: (+65) 6337 6898

<http://www.iesingapore.gov.sg>

シンガポールイスラム教カウンシル (Islamic Religious Council of Singapore)

1, Lorong, 6 Toa Payoh, Singapore 319376

Tel: (+65) 6256 8188; Fax: (+65) 6259 4733;

Eメール: feedback@muis.gov.sg

<http://www.muis.gov.sg>

2. 卸、加工業者

Hen Tick Foods Pte Ltd

: スーパーマーケットチェーンのコールドストレージに冷凍牛肉を納入している大手食品輸入、輸出、加工、卸売業者。食肉部門は事業の一部で、他の食料品も扱う。

25 Chin Bee Road, Singapore 619831

Tel: (+65) 6268 1715; Fax: (+65) 6268 5259

Eメール: sales@hentick.com.sg

<http://www.hentick.com.sg/>

ビックス プレミアム クオリティー ミート (Vic' s Premium Quality Meat)

: オーストラリアとシンガポールに事業所を持っており、シンガポール国内で販売されているオーストラリア産和牛の大部分を取り扱っている輸入、卸業者。

1d Senoko Crescent, Singapore 758286

Tel: (+65) 6753 6900 ; Fax: (+65) 6753 6902 ;

Eメール: info@vicsmeat.com.sg

<http://www.vicsmeat.com.sg/>

ザ ブッチャー (The Butcher Pte Ltd)

: シンガポールに加工場と卸売店舗を持っており、ステーキ用冷蔵牛肉も扱う輸入、卸業者。

Blk 15, Woodlands Loop #04-24, Singapore 738322

Tel. (+65) 6472 0073; Fax: (+65) 6472 0078 ;

Eメール: online@thebutcher.com.sg

<http://www.thebutcher.com.sg>

