

令和4年度 シンガポールにおける県産品プロモーション・商談会 事前説明会
事前説明会資料

2022年6月20日

コミュニケーションとネットワークを誇る総合プロデュース集団

■ABCホライゾンの実績

- 2018年:高崎市イベント出展(ジャパン・パーク・シンガポール)
- 2018年:高崎市メニューコラボレーション(サムライスおにぎりストア)
- 2018年:高崎市イベント出展 (Industrial Transformation ASIA PACIFIC)
- 2019年:高崎市旅行商品造成、「Dynasty Travel」とコラボレーション (6泊8日の高崎市を含む草津・軽井沢を巡るツアー)
- 2019年:高崎市NATASイベント出展
- 2019年:高崎市シンガポール現地法人事務所「Takasaki Trinnion」設立
シンガポールでの食品輸入業 (2022年以降も継続)
- 2020年:シンガポールでの加工食品調査事業
- 2020年 :シンガポールの飲食店9店舗と高崎梅酒フェアの企画運営
- 2020年 :JETRO群馬とのクッキングライブイベント
- 2020年 :石川県「Flavour of Ishikawa」 POP UP Store店舗企画、設営
- 2021年:東京観光財団シンガポール観光レップとして活動 (2022年以降も継続)
- 2021年:東武鉄道シンガポール観光レップとして活動 (2022年以降も継続)
- 2021年:高崎市食品販売
(高島屋、伊勢丹、Every、HIS、Araya Shoutenその他EC,各レストラン。2022年以降も継続)
- 2021年:日本茶ブランディングキャンペーン
- 2021年:伊勢丹で宮崎県「Miyazaki Food Fair」の企画、運営
- 2021年:鹿児島県産ブリ・カンパチ調査事業
- 2022年:北海道観光振興機構オンライン商談会事業
- 2022年:JETROシンガポール Japan Food Fair広告事業
- 2022年:JETROシンガポール DXPFスタートアップオンラインセミナー運営
- 2022年:東北大学、NUS GRIPスタートアップエコシステムオンラインセミナー運営
- 2022年:関西経済連合スタートアップ東南アジアレップとして活動



高崎市の物販事業



日本茶ブランディングキャンペーン



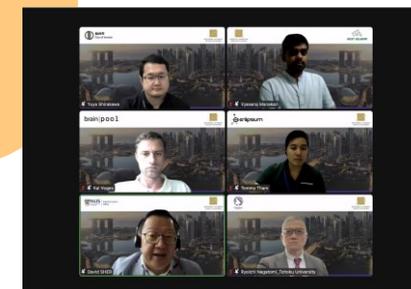
JETRO群馬ライブキッチンイベント



石川県Flavour of Ishikawaストア



JETRO Japan Food Fair広告事業



東北大学、NUS GRIPオンラインセミナー

輸出入のプロフェッショナル 日本品の業者/飲食店への卸し多数

職歴要約（GOODVIBES新谷CEO）

- 2004年から地元 北海道港湾でフォワーダー業務に従事し、輸出入や国際一貫輸送の実務・営業を行う
- 2013年より北海道産品の輸出拡大のためシンガポールに移住
- 取締役をしていた前社では、北海道からの直接輸出に挑戦し創業から3ヶ月で航空便、半年で海上便を開始、5年で売上高約2億円を達成する
- シンガポールの伊勢丹、高島屋、明治屋で開催された**北海道フェア**の新規ルート流通構築を行う
- 北海道食産業振興機構より輸出促進アドバイザーに任命される
- 日本とシンガポールの国交50周年を記念した大規模なイベント“Hello Hokkaido”を**北海道庁、リゾート・ワールド・センターサと連携**し企画段階から参画
- 2019年4月11日、これまでの経験を糧に、**日本の地方と世界を繋ぐ流通**・取引を創るためGoodvibes International Pte Ltd社を創業
- 産地直送に特化した高級食材の輸入(空輸・船便)販売をメインに今現在30~40件の飲食店に向けて日本産品を供給中
- ロックダウン初日に高級食材の宅配事業^⑨あらや商店を開始。日本人富裕層を中心に人気になる。
- Goodvibes社は1期目売上約1億円、2期目売上約2億円(見込み)
- 高崎トリニオンのSales Directorとして**高崎市の農産品**輸出の実績を積み上げている

活かせる経験・知識

- 貿易実務経験17年（内、フォワーダー10年・貿易取引9年）
- 国際物流と日本産食品の営業17年
- シンガポールにて3社の新規事業立ち上げの経験
- 日本・シンガポールで新規流通ルート構築
- 3万人規模のイベントにて主催者と行政を仲介・コーディネート
- 新規開拓能力 自らの足で生産者を訪問
- 地方に眠る食材の発掘とブランディング、高付加価値化。北海道、高崎市、山田町等の実績あり
- シンガポール滞在歴10年目
- 食材を最高の状態に調理し、小規模な試食会を開催できるテストキッチンVibes Terraceを開設



GOODVIBES INTL PTE LTD



GOODVIBES_INTL



食品関係におきまして、御社の応募説明会・実店舗のバイヤーによるセミナーの実施並びにHISへの輸送サポートを行います。

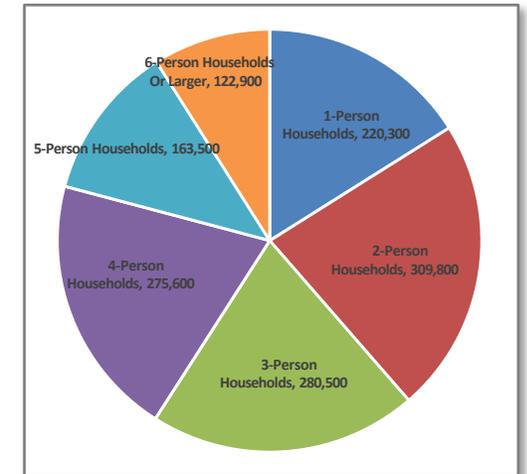
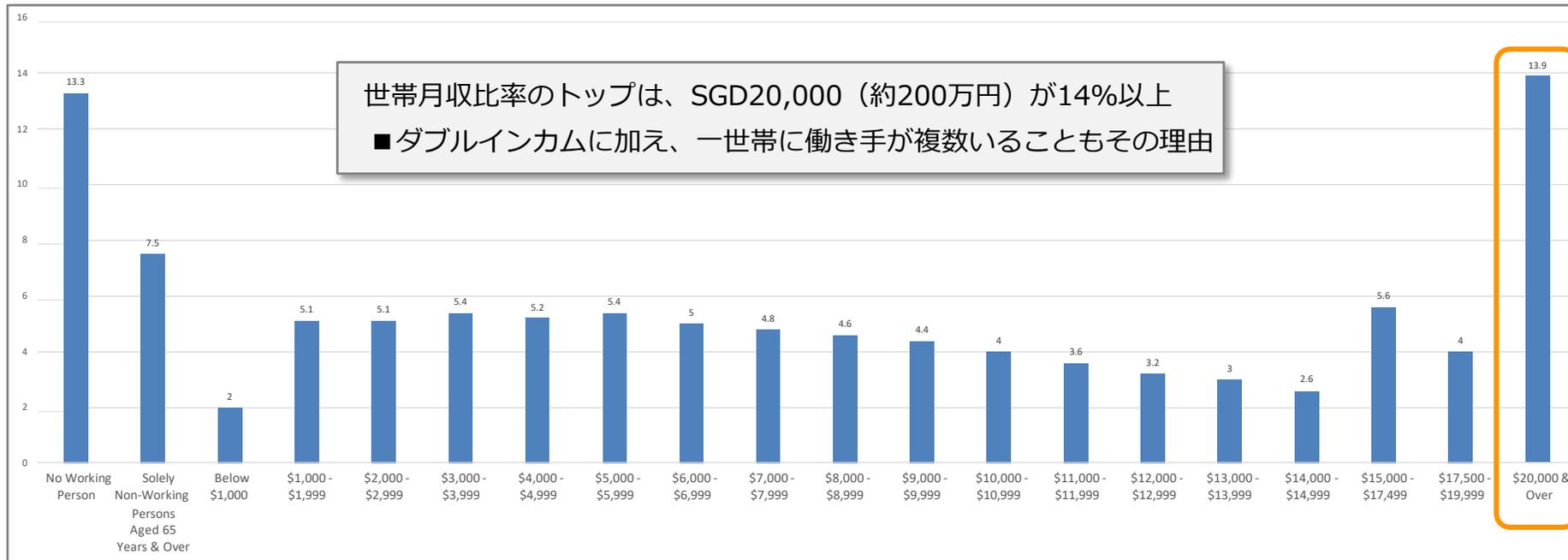
国民の74%が華人次いで、マレーとインド系。多民族国家の為、流行は比較的生まれにくい
世帯数は約137万。夫婦は共働きが大半ゆえに、世帯収入は日本のそれより高い

(1SGD=100JPYで換算)

就労所得平均の年別推移

- 19→20はCOVIDの影響からか微減
- 2020年の国民平均月給はSGD4,534 (約45万円)

Mid-Year	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Levels (\$)	3,000	3,249	3,480	3,705	3,770	3,949	4,056	4,232	4,437	4,563	4,534

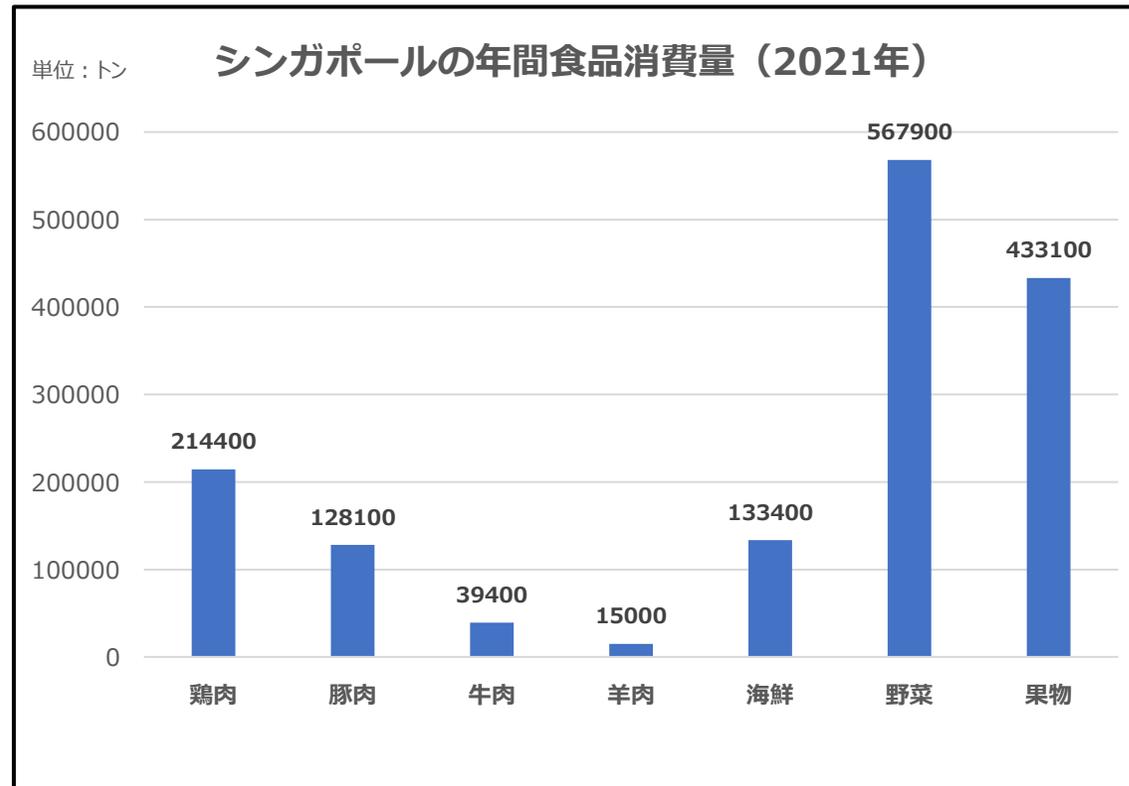


- 全世帯数は、1,372,600
- 世帯あたり2-4名の世帯が60%超
 - 世帯平均人数は3.22人
 - (当地も少子高齢化は顕著)

ソース：21年12月時点で公表されている数値を以下サイトから抽出・編集

<https://www.singstat.gov.sg/>
<https://www.mom.gov.sg/>

シンガポール在住者の一人当たりの年間食品消費量は、以下の統計上、野菜や果物の消費が多く、次いで鶏肉や水産物の消費が多い。



出典: https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/publication/sg-food-statistics/fa_sfa---singapore-food-statistics_v2.pdf

日本からの輸入品において、日本とシンガポールの貿易で農林水産物は全体の1.6%を占めており、2020年の総額は278百万USドルであった。日本からシンガポールへの輸出額では、アルコール飲料がトップにランクインしている。次いで牛肉、小麦粉、ソース混合調味料、清涼飲料水が続く。

ランキング(2020)	品目	金額(百万USD)
1	アルコール飲料	36
2	牛肉	17
3	小麦粉	13
4	ソース混合調味料	12
5	清涼飲料水	7

出典: https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/attach/pdf/index-28.pdf



Donki Donki (ドンキホーテ) がシンガポールで9店舗あり、多種多様な日本食材を販売している。シンガポール人にとって日本食は身近な存在になった。日系大手スーパーマーケットは大手メーカーの食材が多く販売されている。一方で日系の中小スーパーでは地元に着し日本の地域特産品も多く販売している



ラーメン：日本でも人気の一風堂や阿夫利などシンガポールに進出している。シンガポールに店舗がない、一蘭も知名度が高い



寿司も人気があり、スシロー、元気寿司など行列ができています。魚はサーモンが一般的ですが、多くのシンガポール人は訪日旅行をしており、サンマなどの魚も知名度はある

15本からお好きな5本を選べる
新潟 日本酒 1.8L × 5本セット



日本酒は獺祭、久保田を初め、多くの地酒がシンガポールで売られており、日本酒愛好家もいる



バブルティが若者を中心に人気、様々なフレーバーが販売されている

コロナにより免疫システムを高める食品の需要が高まるニンニク、生姜、ほうれん草、ヨーグルトなど、免疫システムを強化することが知られているビタミン、サプリメントの消費が増加



コロナ禍、在宅時間が増え、韓国カルチャーが大流行。BTS, Black Pink イカゲーム、韓国ドラマなど、社会現象となっている。それに伴い韓国製の商品も人気



コロナによりジョギング、自転車、ウェルネス(ジム、ヨガ、パーソナルケア)など健康志向が全体的に高まる一方で、生活習慣が変わり、子供の肥満が増えている

100am



100AMの概要

100 AM（ハンドレッド・エーエム）は、Amara Hotel Properties Pte Ltdが所有・運営するライフスタイル・モールで、ビジネス中心街 Tanjong Pagarに位置している。

住宅やオフィス、観光客で賑わうこのモールは、11,800平方メートルの4階建ての店舗とダイニングスペースで構成されている。

（100AMはMRTのTanjong Pagar駅から徒歩2分）

ウェブサイト <https://www.100am.com.sg/>



HISの概要

- ・タンジョンパーガー地区は、シンガポールの中心地に位置しており、週末は1日約1万人が訪れるショッピングモール「100am」内にある。
- ・トラベルサロンであったが、コロナ禍で高品質日本商品の小売店に業態転換し、大成功している。100am内の特に人通りが多い動線であった事も起因している。
- ・DonDonDonkiやパルコ運営の日系レストラン街Itadakimasuと同フロアにあり、日本食や日本雑貨目当てのお客も多くシャワー効果が見込める。エスカレーター目の前にあるため多くのお客様に訴求が可能。
- ・鳥取県、鹿児島県、神奈川県、愛媛県など、多くの販売実績あり。

HISポップアップストアの詳細

<ターゲット層>

- ・客層は20代~70代と幅広く、特に30~60代の親日のお客様に多く利用されている。

<売り場スペース>

- ・スペースは0.8M奥行きx1.5M横を想定

<商品陳列>

- ・平台で販売予定、商品内容、点数に応じ商品陳列は改めてご提案。(次ページ参照)

< HIS店舗で期待できる商品・価格帯>

- ・農産物：S\$10以下
- ・お酒類：S\$10~S\$200。ボリュームが多いのは、S\$40~S\$80あたりの価格帯
- ・加工品：~S\$30
- ・化粧品：高くても、価値が伝われば売れる。ボリュームが多いのは、S\$60前後/1個あたりの価格帯。
- ・おもちゃ類：SGD20以下
- ・日本の食品は一般的に人気がある
- ・伝統工芸:シンガポール人は旅行先でのお土産で買うものと考えている。現地で販売結果を出すのは難しい。しかしながら、骨董品的な価値がある。もしくは伝統工芸品の技術を現代の商品に組み込んだ商品として価値が見いだせれば売れると思われる。

<HIS現在の人気商品>

- ・西松屋の子供服が人気。素材が薄く丈夫な為(月5,600枚)
- ・日本酒は各地の地酒が多くはないが安定して売れている(月340本)
- ・野菜は入荷日人気、果物は高すぎるものは売れない(月売上約\$3,000)

<プロモーション方法>



- 動画を放映 (参加企業様より動画をご提供いただきます)
- 店頭装飾

■ SNSの活用

シンガポール県産品プロモーション・商談会用のフェイスブックを開設し、富山県内企業8社以上のPR投稿を行う。各社の投稿に広告を10,000円ずつ投入、HISのFacebookとも共有し、リーチ数やエンゲージメント数の獲得を目指す。



<1社あたりの広告費>

媒体	広告タイプ	リーチ数	エンゲージメント数	金額 (JPY)
Facebook & Instagram	エンゲージメント広告	872	200	10,000円

HIS店舗（陳列例）



高崎市の生鮮食品

化粧品



銚田市のメロン

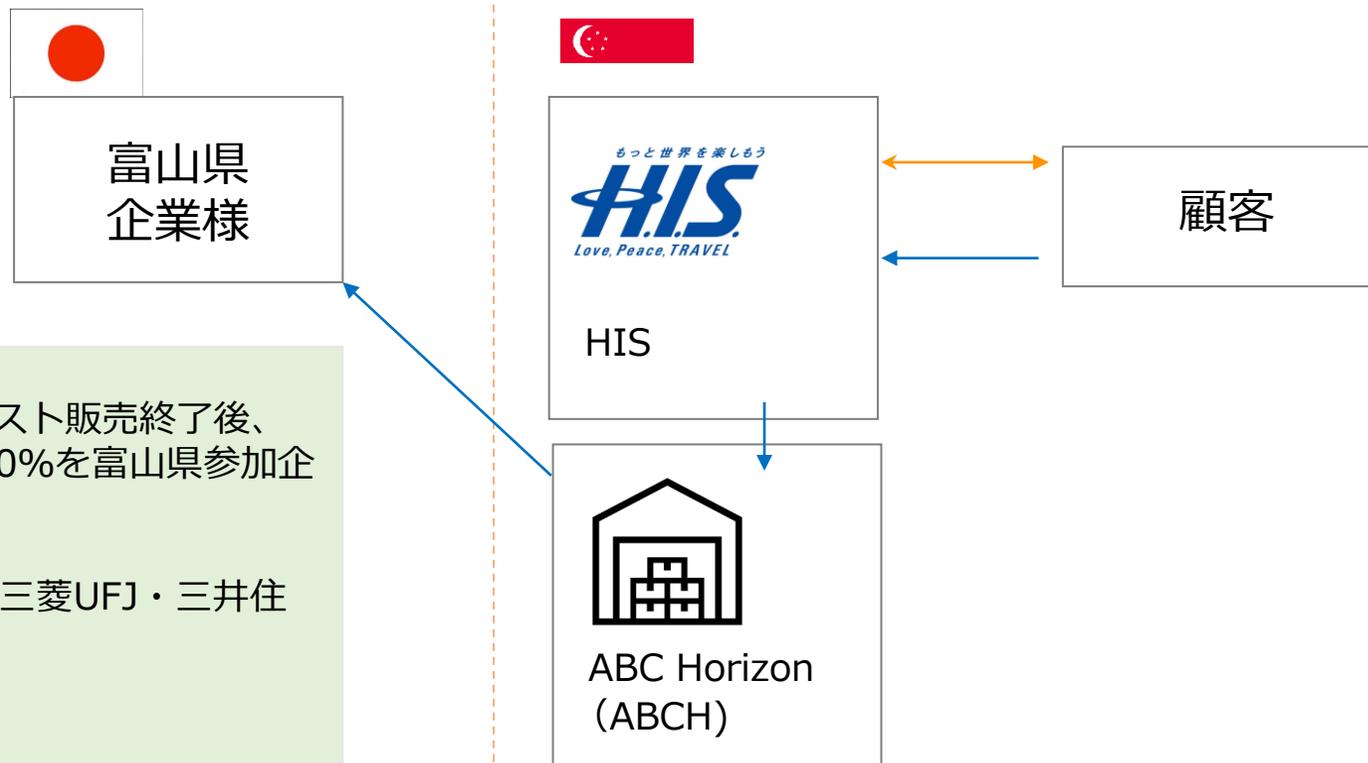
西松屋衣類



全国の地酒

子供用歯ブラシなど



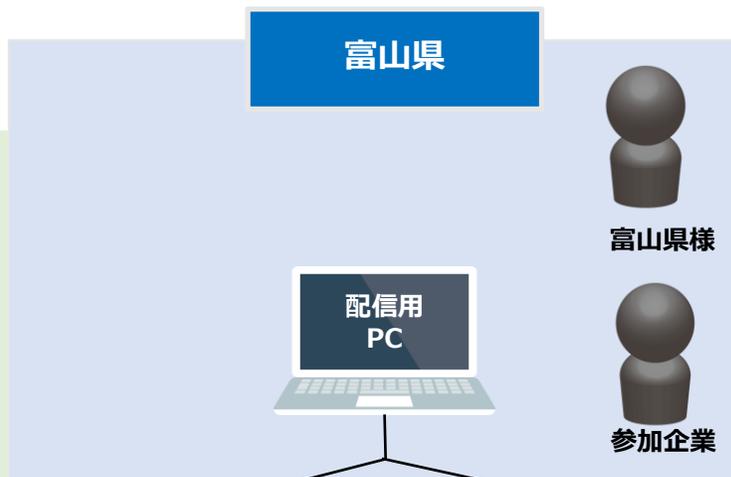


HISの売り上げ実績を元に、テスト販売終了後、販売手数料20%を引いた額、80%を富山県参加企業様にお支払いします

日本円にて貴社日本3大銀行（三菱UFJ・三井住友・みずほ）指定口座へ振込
手数料は弊社負担

← 商品の流れ
← お金の流れ

- 1) 富山県参加企業の商品を拝見し、最適なバイヤー候補を提案
- 2) その後バイヤーとオンライン商談を実施
- 3) 平行しサンプル品提供等による営業活動を実施



シンガポール
(ABC Horizon)

商談件数

- 1) 参加企業1社あたり、バイヤー3社以上の商談を確保
- 2) 参加企業1社あたり、バイヤー5社以上に対し、サンプル提供等による営業活動を実施。
- 3) 商談への同席、継続取引に向けたサポートを実施。

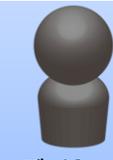


通訳

ABC HORIZON



シンガポール
バイヤー



バイヤー

- バイヤー
- 1) 商品内容に応じ、適切なバイヤーを富山県に提案
 - 2) サンプル品を提供後、営業活動並びにオンライン商談会を実施



サンプル品の提供

シンガポールでの規制等

食品関連

- チューインガム、畜産品、ハイリスク水産品（牡蠣、冷蔵とり貝、調理済み冷凍エビ／冷蔵カニ肉のむき身）米以外は特に無し <https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/foods/exportguide/>
- 特に食品で気をつける必要のある添加物は、ステビア、部分水素添加油脂(PHOs)。

化粧品関連

- ASEAN化粧品規則（ACD）に準じた、化粧品管理のためのガイドラインが策定されている。
<https://www.jetro.go.jp/world/qa/04A-030113.html>

輸出手続きから販売までの流れ

- 1) 「輸出商品情報シート」 * 「参加申込書」の提出先は、 富山県新世紀産業機構 アジア経済交流センターへメール
- 2) 生鮮食品・雑貨品以外には英文ラベルシール***を貼付
- 3) 商品梱包
- 4) 指定日までに日本国内の指定場所へ発送
- 5) 委託事業者が船便でシンガポール港まで輸送する
- 6) シンガポール到着後、開封
- 7) 商品に値札シール**を貼付
- 8) HISで販売

1)-4)は参加企業様へご依頼



***英文ラベルシール (例)
弊社で翻訳しデータを参加企業様に渡し、企業で添付

- 商品名 (Name)
- 重さ (Net Weight)
- 原材料 (Ingredients)
- アレルギー有無 (Allergen)
- 賞味期限 (Expiry Date) : 日.月.年の順
- 原産国
- 輸入者情報

*輸出商品情報シート

No.	JAN/UPOC	御社商品コード (該当があれば)	メーカー名	商品写真	商品名	原材料名(食品)/素材名(非食品)		アレルギー (食品のみ)	アルコール度数 (該当する場合)	内容量 α (容器無し)	内容量 β (容器有)	ケース入数 (荷室に対する入数)	荷室				賞味期限 (食品のみ)	温度帯 (食品のみ)	ケースサイズ(荷室サイズ)				配送ロット (ケース)	シンガポール輸出資格	輸出価格小計	国内送料 (国内送料)	部分水素添加油類の使用 (Food Contact Materials)	ステビア/サトウシロ/香辛料等の類/アセスルファミンの使用																			
						日本語	英語 (※ご存知の場合は記載下さい。)						荷室	説明	数量[kg]	縦[mm]			横[mm]	高[mm]	最終加工地 都道府県名																										
[E]入荷	4901592905116		新世紀		【日本語】K&K につぼんの果実 プルベベリー 【英語】K&K NEPPON NO KAJITSU BLUEBERRY	1				M2号缶	185	24	【今回】	【今回】	【今回】	【今回】	3年	常温	【今回】	【今回】	【今回】	【今回】	岩手県	【今回】 単品1			x	x																			
						2																																									
						3																																									
						4																																									
						5																																									
						6																																									
[E]入荷	4901592875471		新世紀		【日本語】K&K とんかつ屋さん用 お料理/パン粉 【英語】K&K TONKATSU-YASAN YO ORYORI PANCO	1				200g	200	20	【今回】	【今回】	【今回】	【今回】	240日	常温	【今回】	【今回】	【今回】	【今回】	岡山県	【今回】 混載10			x	x																			
						2																																									
						3																																									
						4																																									
						5																																									
						6																																									
1					【日本語】							【今回】	【今回】																																		