

令和5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

2023年6月23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（NATAS旅行博、ジャパン・パーク・シンガポール - JPSG）
- ・ 2018年：高崎市メニューコラボレーション（サムライス）
- ・ 2018年：高崎市イベント出展（Industrial Transformation ASIA PACIFIC）
- ・ 2019年：高崎市は高崎ブランドの普及施策の一環として、より多くの海外消費者に同市の農産品を広めるため、シンガポールに現地法人事務所「Takasaki Trinnion」を設立、レップ担当
- ・ 2020-2021年：高崎市。高島屋シンガポールで高崎ストアのコンサルテーション、店舗運営（物流、在庫、スタッフ、売り上げ管理、マーケティング）その他、飲食店9店舗と梅酒フェアEveryStoreでの常設棚を実施
- ・ 2020年：JETRO群馬とのクッキングライブイベント
- ・ 2020年：Flavour of Ishikawa POP UP Store店舗企画、設営
- ・ 2021年：原田製茶日本茶ブランディングキャンペーン
- ・ 2021年：宮崎県産品プロモーション（ISETAN）
- ・ 2021年：スシロー動画コンテンツ作成開始（毎月制作）
- ・ 2022年：味の素シンガポールフードテック調査業務（定期的に調査を実施）
- ・ 2021年：Every,HISストアでの高崎生鮮販売開始
- ・ 2021年：鹿児島県ぶり、カンパチ市場調査
- ・ 2022年：JETRO DXPFウェビナー企画運営業務（フードテック含む）
- ・ 2022年：JETRO シンガポール発スタートアップとイノベーションの可能性 報告書作成業務（フードテック含む）
- ・ 2022年：JETRO Japan Mall 事業プロモーション
- ・ **2022年：富山県産品プロモーション・商談会業務**
- ・ 2022年：埼玉産品プロモーション・商談会業務
- ・ 2022年：味の素シンガポール動画コンテンツ作成（定期的に制作）
- ・ 2022年：Eat meet Japanイベント業務
- ・ 2023年：JETRO日本産食材等の新規顧客獲得プロモーション事業(IROHA MART,WELCIA)
- ・ 2023年：千葉県産卵地養卵輸出締結式・PR試食会



富山県産品プロモーション



高崎野菜販売



WELCIAプロモーション



スシロー動画



IROHA MARTプロモーション

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<sup>⑨</sup>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、4期目売上約5.4億円(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
- 2022年あらや商店開業

### 活かせる経験・知識

- 貿易実務経験18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18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12年目
- 2022年高級魚をメインとした小売店あらや商店をオーチャードエリアの高級住宅街に開業、品質ではシンガポールNo.1



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。

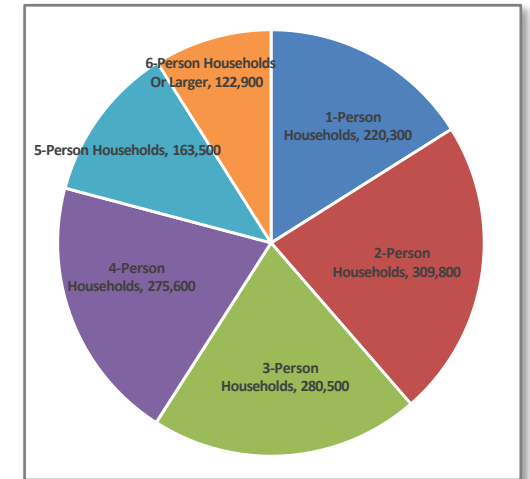
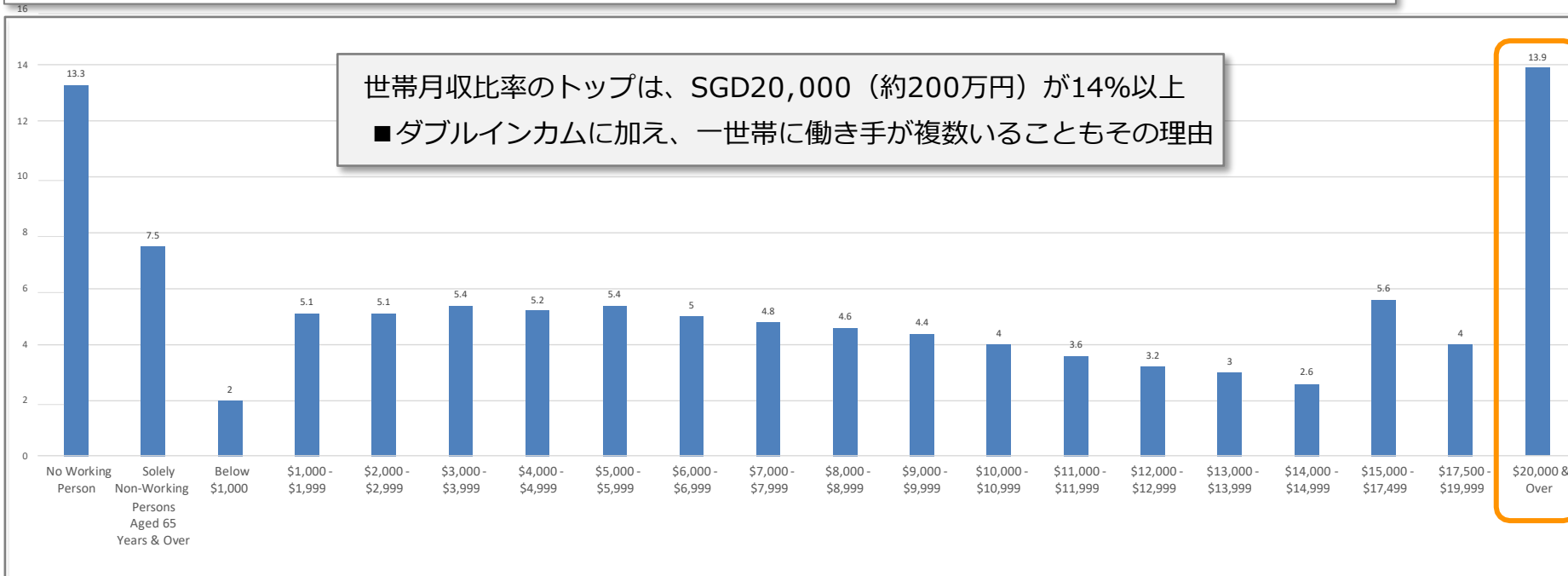
国民の74%が華人次いで、マレーとインド系。多民族国家の為、流行は比較的生まれにくい  
世帯数は約137万。夫婦は共働きが大半ゆえに、世帯収入は日本のそれより高い

- 2022年の国民平均月給はSGD5,070 (約51万円)
- 大学新卒の初任給がSGD4,200(約42万円)

(1SGD = 100JPYで換算)

Median Gross Monthly Income From Work (Including Employer CPF Contributions) of Full-Time Employed Residents

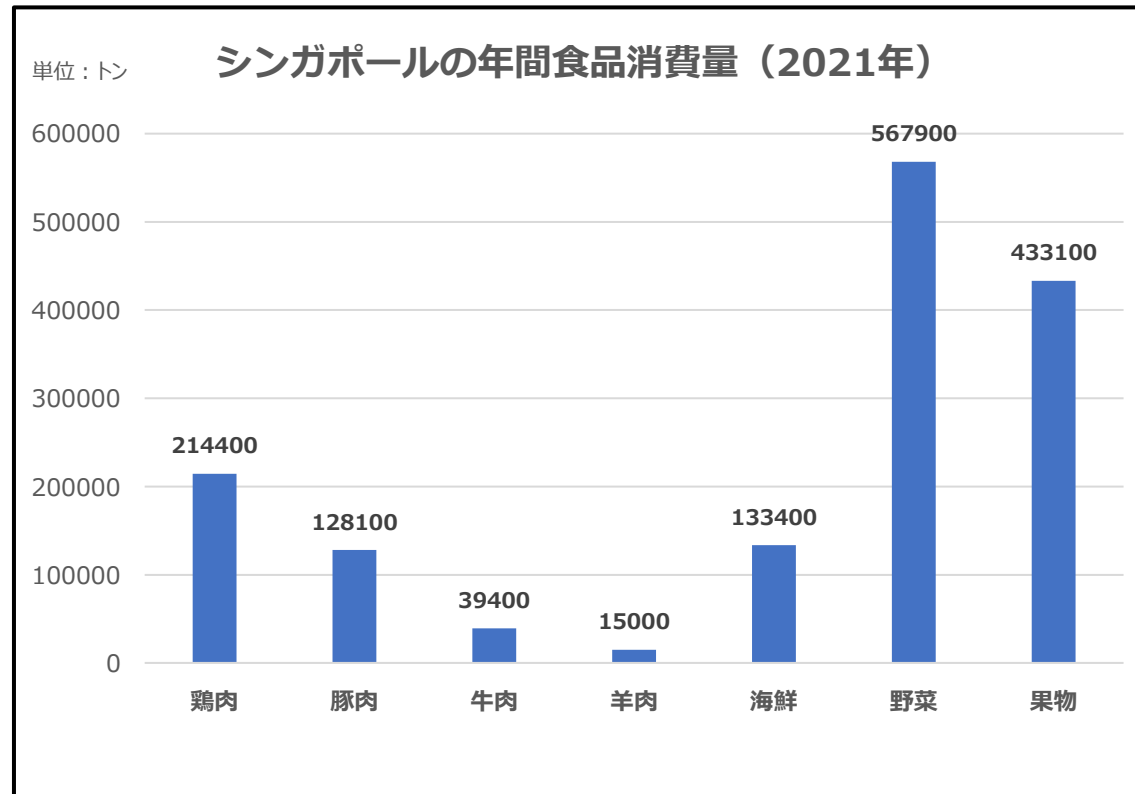
Mid-Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Levels (\$)	3,480	3,705	3,770	3,949	4,056	4,232	4,437	4,563	4,534	4,680	5,070



- 全世界帯数は、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: Singapore Food Agency

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



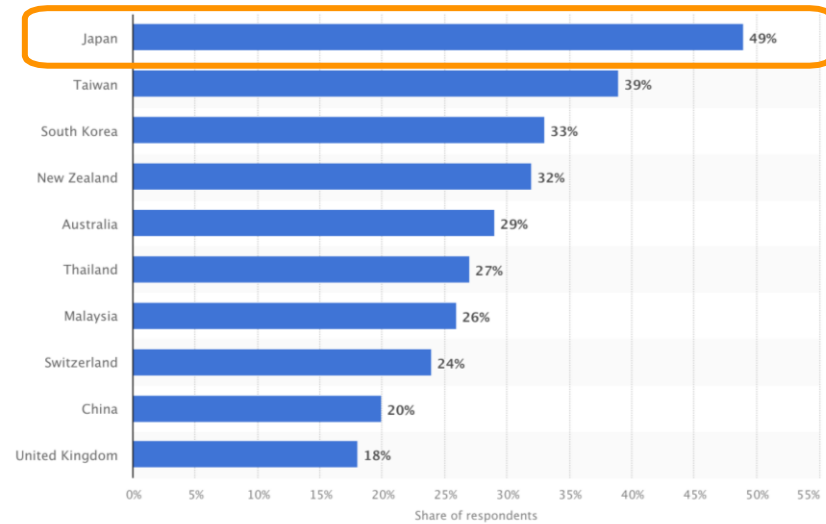


Donki Donki (ドンキホーテ) がシンガポールで9店舗あり、多種多様な日本食材を販売している。シンガポール人にとって日本食は身近な存在になった。日系大手スーパーマーケットは大手メーカーの食材が多く販売されている。一方で日系の中小スーパーでは地元に着し日本の地域特産品も多く販売している



和食レストランはシンガポールに約1250店舗 (2022年JETRO調べ) ありレストラン形態のお店が約4700店舗あり、和食は中華に次ぐ第2位のシェアを持つ

コロナ後、シンガポールで最も人気の海外旅行先は日本。シンガポール人の70%が訪日リピーターと言われており、東京、大阪、北海道は既に旅行済み、北陸も多くの旅行者が訪問しており、その土地ならではの食品は訪日の思い出と共に購入される。この傾向は今後ますます強くなる。



© Statista 2023  
[Additional Information](#)  
[Show source](#)



シンガポール政府は30 by 30を掲げている。2030年までに食料自給率30%を目指す

TikTok 米公聴会で証言台に立ったチュウ CEOはシンガポール人であり、その他配車サービスGrabやECサイトLazada, Shopeeなどシンガポール企業が東南アジアで存在感を増している



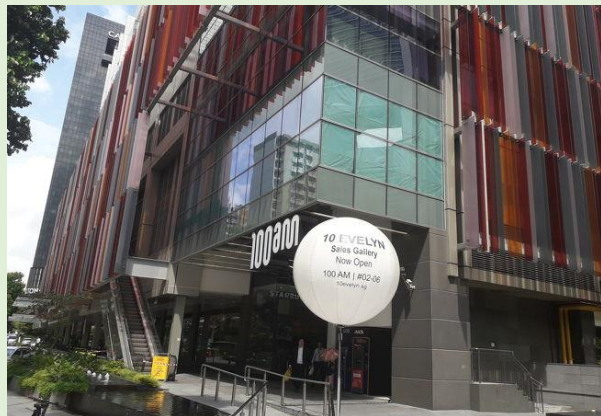
2022年のGoogle Trendの年間人気コンテンツはAll of Us Are Dead（今、私たちの学校は）が1位、Singles Inferno（脱出おひとり島）が2位、Business Proposal（社内お見合い）が3位と韓国コンテンツが上位独占



シンガポールも高齢化が進み、65歳以上の高齢者の割合は約18%であり、アンチエイジング商品も人気



100  
am



### 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。
- ・富山県、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。

## <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

## < 昨年のHISでの販売総括 >

- ・食品釜上げほたるいか、野菜だし入り味噌、氷見うどん（細麺）が完売し、ハラルラーメンや鰯醬は当初の本数は完売し、追加分も好調な売上だった。一方で、非食品の化粧品やキッチン用品は苦戦した。
- ・化粧品は世界各国の有名ブランドが出揃っている為、海外でブランドが無い商品の販売は極めて難しい。専属プロモーターをつける事も必要
- ・キッチン用品は安価な商品が数多く販売されている為、なぜ高いのか、その特徴をしっかりと伝える必要がある。

## <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）



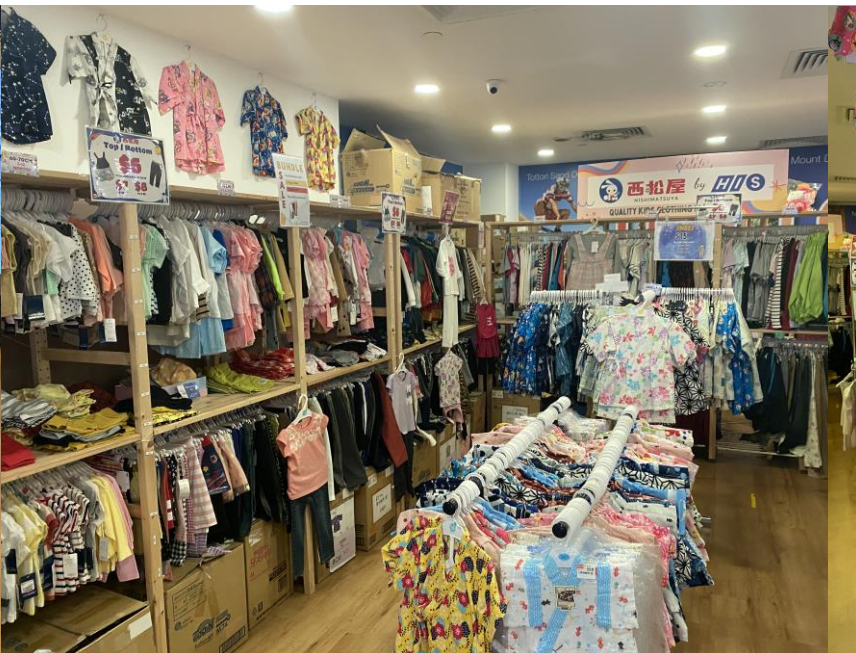
高崎市の生鮮食品

化粧品



庄内地方のお酒

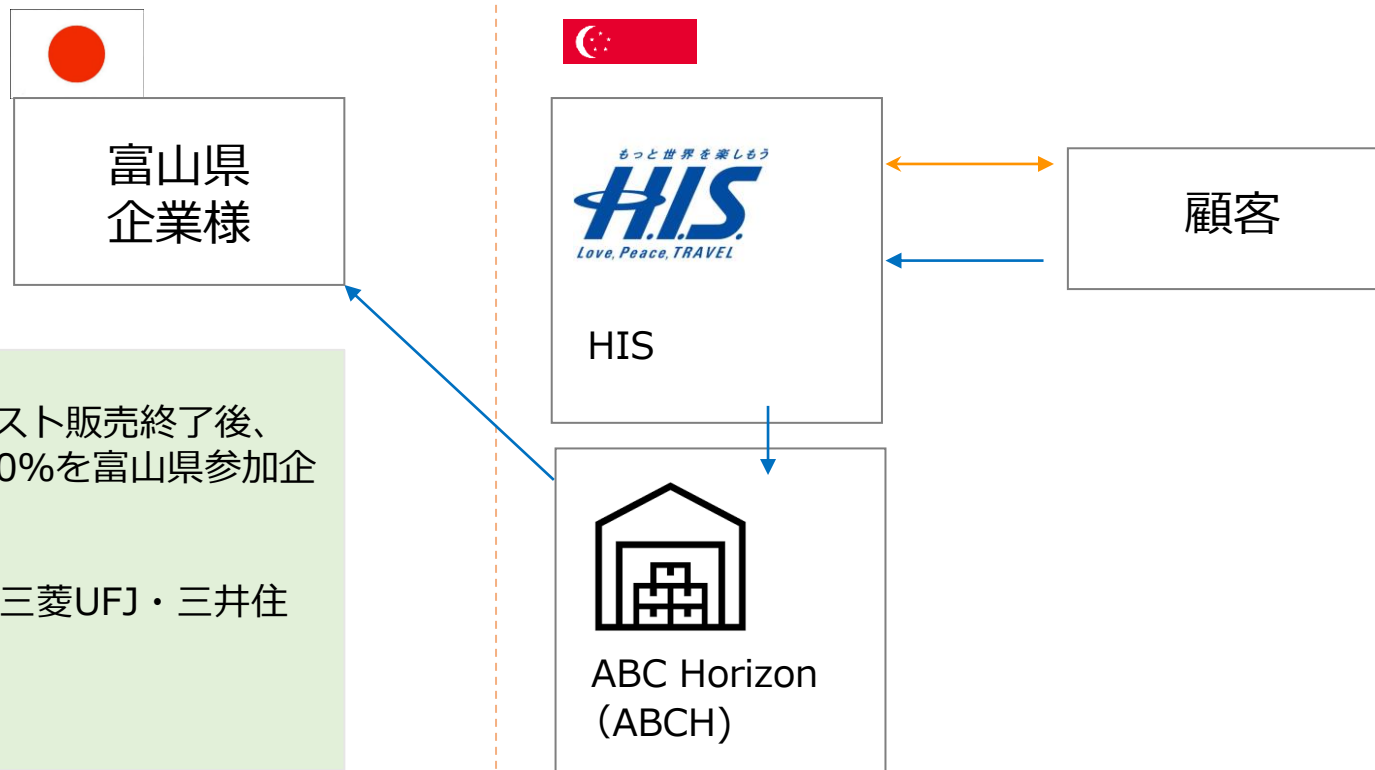
西松屋衣類



全国の地酒



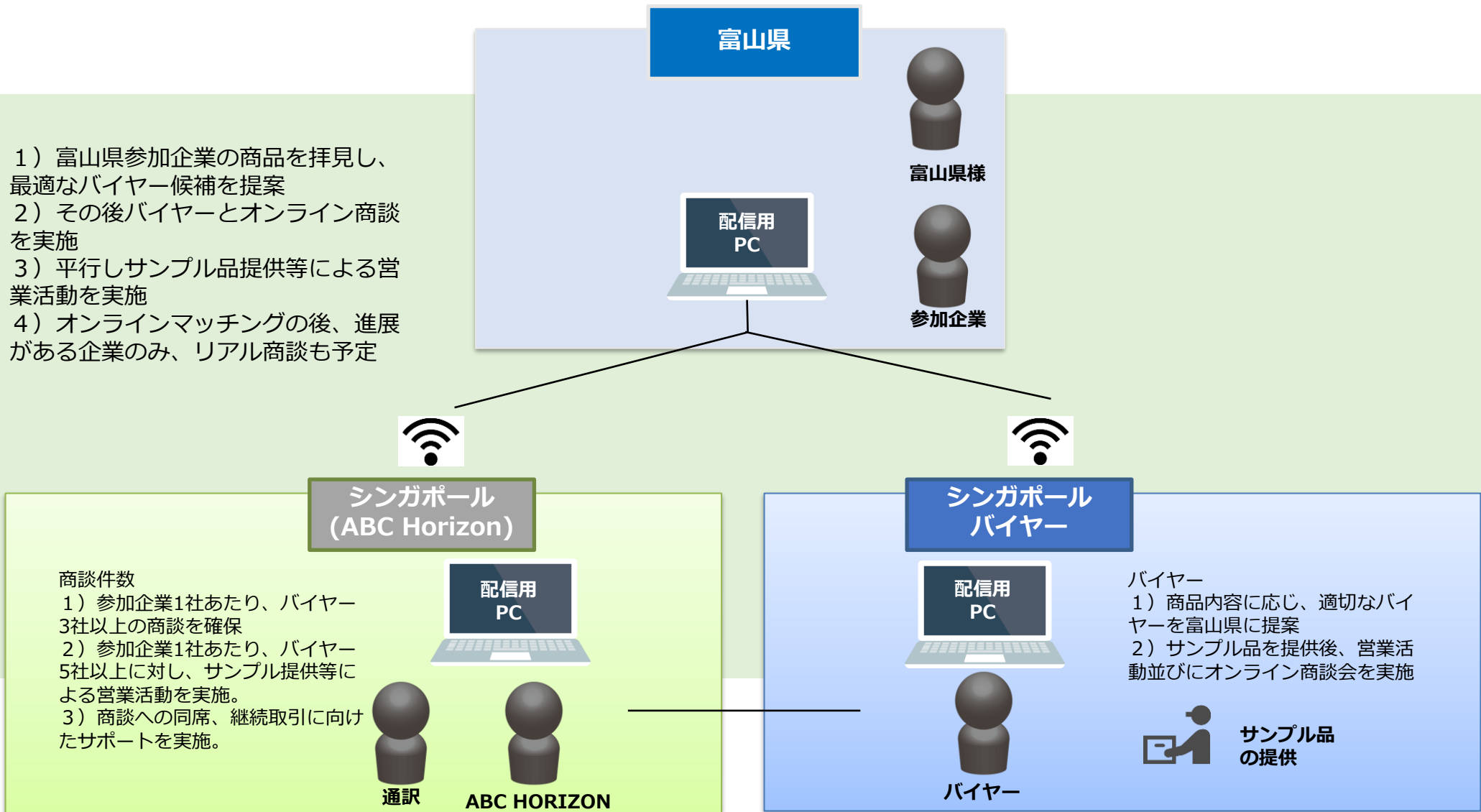




HISの売り上げ実績を元に、テスト販売終了後、販売手数料20%を引いた額、80%を富山県参加企業様にお支払いします

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





## シンガポールでの規制等

### 食品関連

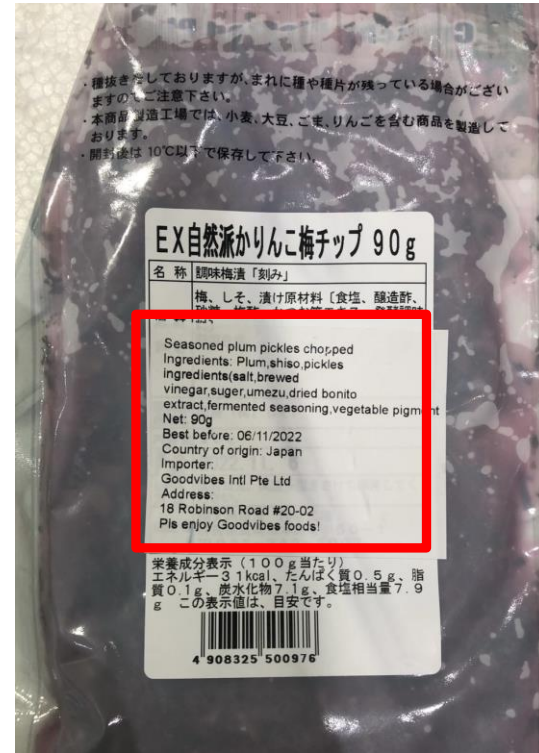
- チューインガム、畜産品、ハイリスク水産品（牡蠣、冷蔵とり貝、調理済み冷凍エビ／冷蔵カニ肉のむき身）米以外は特に無し <https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/foods/exportguide/>
- 特に食品で気をつける必要のある添加物は、ステビア、部分水素添加油脂(PHOs)。

### 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>

- 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) 商品梱包
- 3) 指定日までに日本国内の指定場所へ発送
- 4) 委託事業者が船便でシンガポール港まで輸送する
- 5) シンガポール到着後、開封
- 6) 商品に値札シール\*\*を貼付
- 7) 生鮮食品・雑貨品以外には英文ラベルシール\*\*\*を貼付
- 8) HISで販売

1)-3)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 (内容量)	内容量 β (内容量)	ケース入数 (荷姿に対する入数)	荷姿				賞味期限 (食品のみ)	温度帯 (食品のみ)	ケースサイズ(荷姿サイズ)				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 (2021年7月よりシンガポール禁止項目)	ステビア/サッカリン/糖質0等の使用/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。)						長さ [mm]	幅 [mm]	高さ [mm]	重量 [kg]			長さ [mm]	幅 [mm]	高さ [mm]																																	
[E]入荷	4901592905116		新世紀		【日本語】K&K につぼんの果実 プルベリー 【英語】K&K NEPPON NO KAJITSU BLUEBERRY	1				M2号缶	185	24	【今回】	【今回】	【今回】	3年	常温	【今回】	【今回】	【今回】	岩手県	【今回】 単品1																																
						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】	240日	常温	【今回】	【今回】	【今回】	富山県	【今回】 混載10																																
						2																																																
						3																																																
						4																																																
						5																																																
						6																																																
1					【日本語】							【今回】	【今回】																																									