

山口県海外ビジネスサポートデスク 通信

9月号

シンガポール「ガーデンズ・バイ・ザ・ベイ」

個別相談をお受けしております！

山口県内事業者の皆様、海外展開に関するお悩みがございましたら、ぜひお気軽にサポートデスクまでご相談ください！
現地の情報提供から販路の開拓など、幅広いサポートメニューをご用意しています。

【サポートデスクメニュー】

□海外展開に関する相談 □各種調査・情報提供 □セミナー開催 □販路開拓・商談サポート支援 □展示会出展支援

【2025 年度の SEMICON® Taiwan 出展予定の企業様と事前打合せを実施】

今年 9 月に台湾にて開催される展示会（SEMICON® Taiwan）へ出展される予定の企業様とのオンライン面談を実施しました。展示会出展内容、商談希望先等のヒアリング、通訳者との顔合わせなど展示会出展に向けてお打合せをさせていただきました。オンライン面談後は、展示会の為に事前に商談マッチングアプローチを進めています。

<SEMICON® Taiwan2025 概要>

- 日 程：2025 年 9 月 10 日（水）～12 日（金）
- 会 場：1F & 4F, Taipei Nangang Exhibition Center (Hall1/Hall2)
- 出展企業：4 社

【様々なサポートメニュー】

現地情報の提供や現地調査の他にも、商談マッチング、商談同席、現地職員同行など様々なサポートデスクメニューがございます。

「こんなことをしてみたいが、こういうことはできるか？」など、まずはご相談からでもお気軽にお申し込みください！

<利用方法>

- 利 用 料：無料
- 利用方法：やまぐち産業振興財団への申し込みが必要です。
- そ の 他：山口県海外ビジネスサポートデスクとの通信費や現地への渡航費、移動経費など、利用に付随して発生する経費は、ご利用者様ご自身での自己負担となります。

<申込み・問い合わせ先>

公益財団法人やまぐち産業振興財団 海外展開支援拠点

〒754-0041 山口市小郡令和一丁目1番1号 山口市産業交流拠点施設4階

TEL : 083-902-3722 E-mail : jigyo@yipf.or.jp

(文責：株式会社日本アシスト 大畑 満帆)

現地からお届け！ 最旬情報 -シンガポール編-

シンガポールは ASEAN 随一の高所得市場であり、食品業界にとって重要な拠点です。観光回復や健康志向、サステナブルな食文化の推進など、食品関連ビジネスに多様な機会が広がっています。今回は注目すべき 4 つのキーワードをご紹介します。

キーワード 1：観光需要の復活と食品消費の拡大 ～イベントと観光支出が押し上げ～

シンガポールの国際観光客数は 2024 年に 1,650 万人へと回復し、前年比 21%の増加を記録しました。これはパンデミック前の水準の 86%に相当し、2025 年には 1,700 万～1,850 万人の訪問者が見込まれています。観光収入も過去最高圏に達し、2024 年には観光収入が前年比 9.6%増の 298 億シンガポールドルに上り、エンタメ・観光（+25%）、宿泊（+17%）、食品・飲料（+6%）、ショッピング（+5%）と幅広い分野で伸びを見せました。

特に注目されるのが、毎年秋に開催される「F1 シンガポール・グランプリ（ナイトレース）」です。Visa の調査によれば、開催週には旅行者の支出が通常週より 30%増加し、飲食業や小売業が直接恩恵を受けています。食品・食料品部門では 30%以上の支出増加が確認されており、イベントによる短期的な消費押し上げ効果は非常に大きいといえます。こうした観光需要とイベント消費の相乗効果は、日本食レストランや輸出食品にとって「一時的なブーム」ではなく、「持続的なブランド露出機会」としても注目すべきです。

キーワード 2：「Healthier Dining Programme」と「Healthier Choice Symbol」制度の広がり

シンガポール政府は健康政策「Healthier SG」を推進しており、食品分野では外食・加工食品向けの 2 つの主要プログラムが存在します。

1. Healthier Dining Programme（HDP）

2014 年に導入された HDP は、飲食店が「低糖・低塩」などのメニューを提供することを奨励する制度です。現在では 300 以上のブランド、2,600 を超える店舗が参加しており、2019 年時点で 40%だった参加率は現在 60%超へと拡大しています。コーヒーショップやホーカーセンターにも広がっており、低糖飲料や少量サイズの提供などが浸透しています。

2. Healthier Choice Symbol（HCS）

パッケージ食品向けの制度で、糖分や脂肪分の少ない商品にラベルを表示できる仕組みです。現在、100 を超えるカテゴリーで 4,000 品以上が認証を受けており、消費者が一目で健康的商品を選べるようになっています。

一部の調査によると、60%のシンガポール人が「健康的な食品を意識的に選んでいる」と回答しており、外食・小売ともに「健康と美味しさの両立」が強く求められています。日本食品はもともと「品質・安全」のイメージが強く、さらに「減糖・高栄養」などを打ち出せば市場競争力が高まる余地があります。

キーワード 3：「#BeansOnTheMenu」キャンペーン～豆料理普及による持続性と栄養訴求～

2025 年 5 月から 2026 年 4 月にかけてシンガポールで展開されている「#BeansOnTheMenu」キャンペーンは、ホテル、レストラン、学校、病院などに少なくとも 1 品の豆料理を導入することを促す国際的な取り組みです。この活動は Global Pulse Confederation と Singapore Tourism Board が連携して推進しており、栄養価の高さ・環境負荷の低さ・持続可能性の観点から豆類の利用を拡大することを目的としています。

シンガポール国内でも、豆を使ったプラントベース食品やヘルシー料理が外食産業や学校給食に少しずつ広がりを見せています。豆は低コストかつ高タンパク源であるため、健康政策との親和性も高く、今後ますます普及が見込まれます。日本企業にとっては、大豆加工品や豆を使った健康食品を売り込む格好のきっかけとなり得ます。

キーワード4：観光回復と食フェスティバルの相乗効果 ～文化と販売促進～

観光回復は食品消費拡大と強く結びついています。シンガポールの観光収入は2024年に前年比9.6%増の298億ドルに達し、その中でも食品・飲料分野の支出が安定して増加しています。

毎年7月に開催されるSingapore Food Festivalは、観光需要と連動した食文化イベントとして定着しており、地元料理から国際料理まで幅広い食文化を発信する場です。同イベントは単なる食フェスにとどまらず、観光局が主導してシンガポールを「食の目的地」としてブランディングする重要施策であり、外国食品企業にとってPRと市場開拓の両面で有効な場となっています。

さらに、観光インフラとの結びつきも重要です。Jewel Changi Airportは2024年に8,000万人以上の来場者を集める観光拠点となっており、空港内の飲食・小売施設での日本食品の販売は、観光客・現地住民の双方に向けた強力な発信手段となります。

これらの4つのキーワードは、シンガポールの食品業界における現在の主要トレンドを示しており、日本の食品関連企業にとって具体的なビジネス機会を提供しています。健康志向の高まり、持続可能性への関心、観光業の回復、そして政府主導の食育政策など、複数の要因が食品市場の拡大を後押ししている状況です。

ご相談は、山口県海外ビジネスサポートデスクまでお気軽にどうぞ！ 私たちは、皆様の挑戦を全力でサポートいたします。

（文責：NIHON ASSIST SINGAPORE PTE.LTD. Managing Director 関 泰二）