

令和6年度「シンガポール食品市場調査事業」募集要項

公益財団法人にいがた産業創造機構(NICO)と新潟商工会議所では、東南アジアのショーケースかつ有力マーケットであるシンガポールを対象に、有望な新潟県産品の発掘と今後の効果的な海外展開に向けた、市場調査事業を実施いたします。

1. 事業目的

経済活動が活発なシンガポールは、その高い購買力を背景に世界的に注目される市場である一方、既に様々な商品が進出していることから競争も激しく、差別化要素の把握や確度の高い戦略を立てることが重要です。本事業では、これからでも狙える新潟県産加工食品の発掘とその後の海外展開実現に向けたロードマップ策定を目的として、市場調査を実施するものです。

2. 事業概要

(1) 実施概要

- シンガポール市場での流通可能性を探るべく複数のチャネルを用いた市場調査を実施し、市場調査結果に基づいた今後の海外展開に向けたロードマップを策定します。
- 市場調査は参加事業者のニーズや取り組み状況に応じて、オーダーメイドで実施します。一般的なテストマーケティング（販売）等では得ることができない、以下3つの視点での現地情報を日本にいながら手に入れます。

視点		
①知る シンガポール市場	②聞く 消費者	③話す バイヤー・レストランシェフ

(2) 市場調査の具体的な実施方法（内容は各社毎に調整するため一部変更可能性あり）

視点	実施内容	得られる情報
共通	商品 PR シートの作成	・ 自社のセールスポイントの把握
知る	シンガポール輸出類似商品の調査	・ 同業他社の輸出状況、強み（弱み）整理 ・ 店舗（レストラン）での商品の位置づけ
聞く	・ 試食、現物確認による評価 ・ 不特定多数のアンケート	・ 味、香り、パッケージに関する現地評価 ・ 生活習慣に自社商品は合うか 等
話す	現地バイヤー（飲食店）との オンライン面談（商談）	・ プロ目線での直接評価 ・ 業務用展開ができる場合は採用可能性も

(3) アクションプランの策定

- (2) の調査結果に基づき、今後の目標設定や具体的な行動計画を策定します。
- アクションプランは自社で実際に取り組みできる内容であることが肝要であるため、参加事業者には積極的に策定に関与いただきます。

(4) 本事業で実現できること

- ① 自社の商品が真にシンガポール市場に受け入れられるか
⇒ 複数社をまとめるテストマーケティングではなく、専用に調査するため評価がダイレクトに分かる（市場調査の結果、難しいという回答が出る場合もある）。
- ② その後どのようにシンガポール（海外）展開を進めていけばいいか
⇒ 綿密な市場調査に基づき、その後どのようなステップで何をすればいいかを3年程度のロードマップとして策定。計画に基づいた海外展開が可能に。

3. 参加条件

- (1) 新潟県内に事業所を有し、原則として新潟県内で製造された加工食品等を取り扱っている事業者であること。ただし、次の商品も可とします。
- ・ レトルトパック等、新潟県内加工が困難な工程のみを県外へ外注しているもの。
 - ・ 新潟県外でOEM生産を行っているが、主要原材料が新潟県産であるもの。
- (2) 当機構ならびに委託事業者との定期的な打合せが可能であること。
- (3) 海外展開経験は問わないが、積極的に海外展開に取り組む意向があること。

4. 申込対象商品

(1) 対象商品

後述する輸入規制品目を除くアルコール飲料を含む食品全般
本事業はレストラン等業務用商品も対象となります。

(2) 条件

- ・ 県産食品を主原料とし、シンガポールの規制等をクリアしているもの。

① 主なシンガポール規制対象品目

チューインガム、家禽肉、鶏卵加工品、ハイリスク水産品（冷蔵生牡蠣、冷蔵とり貝、調理済み冷蔵エビ、冷蔵かに肉）など

② 添加物

ステビア・部分水素添加油脂 (PHOs) 等の添加物を使用していないもの。

③ その他

シンガポールの食品輸入規制、事前にジェトロホームページ等をご確認ください。

<https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/foods/exportguide/>

- ・ 賞味期限は6か月以上あるものが望ましい（絶対条件ではありません）。

5. 募集企業数

- ・ 3社程度
- ・ 申し込みに関して、本事業でやりたいことの見合わせや市場理解など、シンガポール専門家との個別相談を随時受け付けております。まずはお気軽にご相談ください。
- ・ 参加にあたっては、現地市場ニーズならびに現地規制等を勘案の上、株式会社フォーバル（委託事業者）と現地パートナーならびに弊機構にて選定を行い、参加企業を決定いたします。

6. 参加費

- ・ 本事業の参加費は**無料**です。ただし、以下の費用が発生いたします。

・ 市場調査用サンプル代
・ 日本国内指定地までの輸送費

7. 事業スケジュール

本事業のスケジュールは下記をご参照ください。

10月中旬まで	参加企業の決定
10月中旬～11月	サンプル出荷、商品 PR シートの作成、調査内容の決定
11月～12月頃	市場調査開始 ・ 各種現地調査 ・ バイヤーとのオンライン面談（商談）実施 等
1月頃	市場調査結果共有、ロードマップ策定開始
2月頃	ロードマップ策定完了（事業終了）

8. 参加申込

本事業へ参加をご希望される方は、「参加申込書兼商品情報入力シート」をご記入の上、**令和6年9月27日（金）17時必着**で、電子メールでご提出ください。応募いただいた事業者は随時フォーバル社とのオンライン面談が設定されます。

【参考：シンガポール市場について】

シンガポール市場の主要指標（主に 2023 年ベース）は以下の通りです。東南アジア有数の経済都市であり、コンパクトながら今後も期待が高いマーケットと認識しています。

項目	指標	備考
面積	719.2 km ²	東京 23 区をやや上回る規模
気候	高温多湿・熱帯性気候	年間を通して 25～30°、蒸し暑い
人口・民族	約 592 万人	7 割が中国系でマレー・インド系と続く
一人当たり名目 GDP	84,734.28USD（世界第 5 位）	日本（33,805.94USD：32 位）の 2.5 倍
日本からの食品輸出額	約 548 億円	世界第 7 位の位置。
富裕層比率	約 37%	世帯月収 1.2 万 SGD（130 万円）以上の比率が突出して高い
生活習慣	外食が中心	・ ホーカーズと呼ばれる公設屋台、レストラン含めて外食が生活の中心 ・ 簡単に食べられる菓子類が人気

【申込ならびにお問い合わせ】

公益財団法人にいがた産業創造機構
マーケティング支援グループ 海外展開支援チーム 藤澤
T e l : 03-6280-6635 E-mail : kaigai@nico.or.jp