

シンガポールを基点でみる 日本食の海外販路の可能性

Alchemist Pte. Ltd.

Alchemist Pte. Ltd

シンガポール唯一食専門マーケティング会社

主要事業

- 1) マーケティング・イベント・PR・制作業務
- 2) 東南アジア事業展開に関する市場調査・消費者調査・食品調査
- 3) 日本食材及び関連製品に関する進出支援・ビジネスマッチング



1. SJ60を振り返ってのシンガポールの 日本食品事情

Yaohan

DAIMARU

1970—80年代
～現在撤退

▲MEIDI-YA

ISETAN

SINGAPORE

高 Takashimaya S.C.
Shopping Centre

1980—90年代
～現在

DON DON:
DONKI

FairPrice finest 蘋果 COLD STORAGE

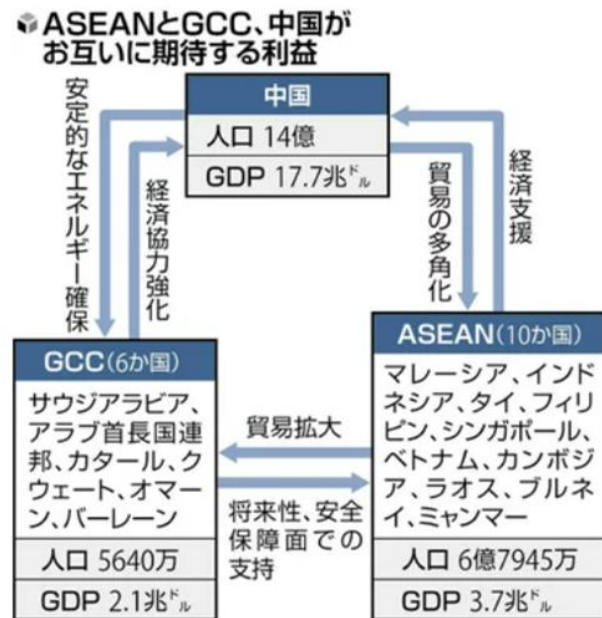
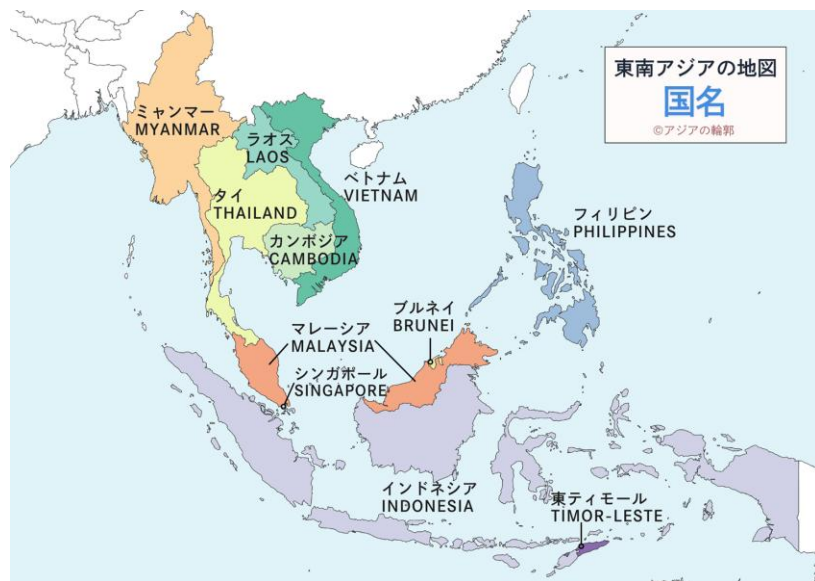
2000年代～
現在

日本食レストラン数は1,140店舗

全体数の8.8%（飲食店舗数13,000店）



2.地政学からみる東南アジア、UAEにおける 日本食の現状と未来



※人口は日本の外務省、GDP(2023年)は世界銀行から

2025年の農林水産物・食品の輸出額は前年比 12.8%増

2025年1-12月 農林水産物・食品 輸出額（国・地域別）

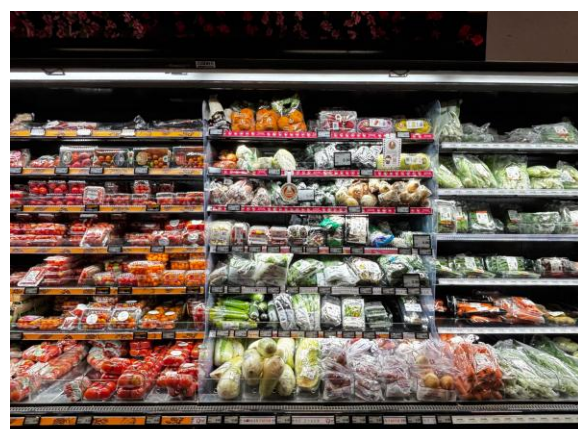
順位	2025年1-12月（累計）				2025年12月（単月）							
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年比 （%）	輸出額内訳（億円）			輸出額 （億円）	前年 同月比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物
1	米国	2,762	17.3	+13.7	1,847	88	828	265	+0.6	193	7	65
2	香港	2,228	13.9	+0.8	1,354	20	854	198	▲ 8.9	132	2	65
3	台湾	1,812	11.3	+6.4	1,364	45	403	222	▲ 2.0	170	5	47
4	中国	1,799	11.3	+7.0	1,387	345	67	177	▲ 2.2	132	34	12
5	韓国	1,094	6.8	+20.0	689	40	365	139	+25.1	66	4	70
6	ベトナム	954	6.0	+10.7	453	7	493	121	+27.4	56	1	65
7	タイ	735	4.6	+17.1	379	11	346	72	+26.9	35	1	36
8	シンガポール	563	3.5	+1.2	460	6	98	48	▲ 9.5	36	1	12
9	ロシア	414	2.6	+439.3	413	0	1	4	▲ 90.0	4	0	0
10	オーストラリア	382	2.4	+16.6	329	2	50	35	+19.0	27	0	7
-	E U	997	6.2	+16.2	821	22	154	115	+32.7	95	2	19

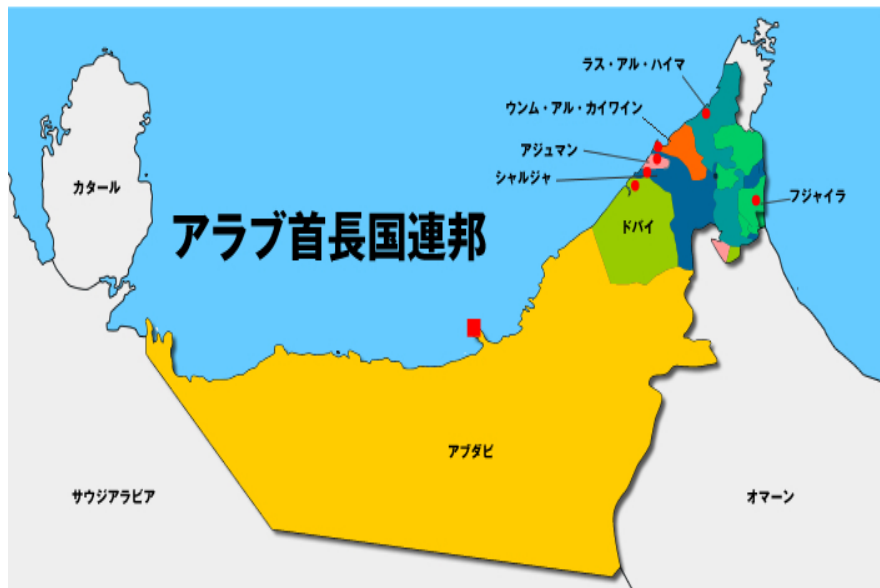
輸出額の増加が大きい主な国・地域（2025年1-12月）

国・地域	増加額	主な増加品目
米国	+333億円	緑茶、ぶり、かに（冷凍）
韓国	+182億円	ぶり、ビール、いわし
中国	+118億円	錦鯉、ビール、丸太

輸出額の減少が大きい主な国・地域（2025年1-12月）

国・地域	減少額	主な減少品目
オマーン	▲ 12億円	ソース混合調味料、醤油
グアム（米）	▲ 7億円	牛肉、菓子（米菓を除く）、りんご
ナミビア	▲ 6億円	錦鯉、かに（冷凍）、かに調製品

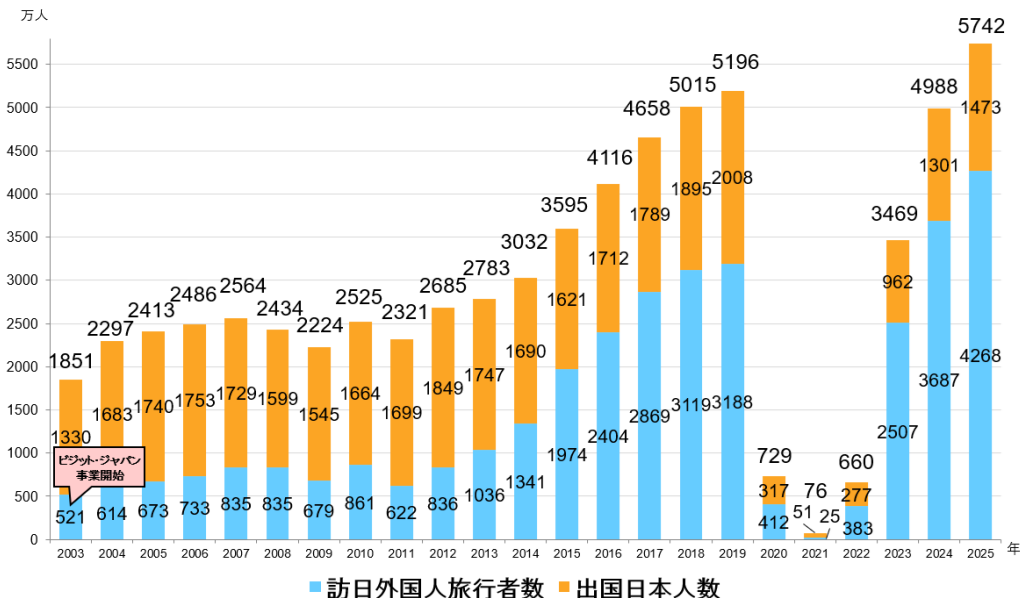




GCC（湾岸協力理事会）の飲食市場は、2029年までに94.4億ドルから128.2億ドルと56.8%成長すると予測。

3販路拡大訴求方法(日本のインバウンド旅行)

訪日外国人旅行者数・出国日本人数の推移



出典: 日本政府観光局(JNTO)訪日外客統計、出入国在留管理庁 出入国管理統計

年間で
約4,268万人
日本の人口の
1/3

3販路拡大訴求方法(日本のインバウンド旅行)

海外販路開拓と同時並行でインバウンド取込み



- ☑シンガポール・周辺諸国・UAEでの食のイベント、市場調査、PR、マーケティング
- ☑日本でのガストロノミー・インバウンド事業

お問い合わせ

info@alchemist.sg

Alchemist
ホームページ

