

輸出希望商品について

輸出希望商品のうち、輸出可能性が高い商品を1事業者につき3商品を上限に選定いたします。（1事業者につき1商品を戦略商品として選定）

対象国：シンガポール

対象商品

- ア. 県内で製造され、自社製品として販売している加工食品で、
賞味期限が最低6ヶ月以上あるもの（1年以上の商品が望ましい）
酒類・生鮮品は対象外（受託事業者の取引先に限りがあるため、
今回は募集対象とはしていません）
- イ. 常温輸送・保存品であること
- ウ. 出荷ケースにケースマーク（データ支給）貼付け対応可能なこと
- エ. **トランス脂肪酸の主原料となる部分水素添加油脂（PHOs）を含んでいないこと**
- オ. その他：上記以外にもシンガポールでの輸入、販売が規制されている原材料など多数ありますので、商品原材料情報を詳しく記載して頂き、併せて現物にて確認した上で提案不可となることがあります。

<シンガポールについて>

出所：JETRO（農林水産物・食品 国別マーケティング基礎情報）



人口：約570万人（2020年）
面積：約720km²（東京23区と同程度）
民族：中華系76%・マレー系15%・インド系7.5%
言語：国語はマレー語・公用語は英語・その他中国語、マレー語、タミール語
1人当たりのGDP（名目）：5万8,484 SG\$（約570万円）
在留邦人：3万6,585人（外務省「海外在留邦人数調査統計」令和3年版）
日本食レストラン：約1,252店（2021年6月）

【味覚・嗜好上の特徴】

- ・基本的に味付けが濃く、スパイシーなもの、甘いものを好む。塩辛い、酸っぱい、薄味、あっさりとした味は苦手とする。
- ・スイーツ（特に北海道産）が人気。適度な甘さと洗練されたパッケージの商品が人気を呼んでいる。
- ・健康志向の高まりから、減塩食材や健康食品に販路開拓の可能性あり。病院食や介護食にも参入の余地あり。
- ・日本産には安心・安全・健康といったイメージがある。

コロナ規制の緩和、海外渡航、海外観光客の受け入れ拡大で、需要の高まりが期待できるタイミングとなっている