

シンガポール市場における日本産食品の消費行動

バンコク事務所 副所長 徳田 穰二

1. シンガポール市場の概況

シンガポールは人口約603万人¹と市場規模は大きくないものの、2024年の一人当たりGDPは90,674米ドル（約1,384万円）¹と、アジアでも高い水準にあり、世帯所得も高く、購買力の大きい市場である。このような背景もあり、2024年の日本からシンガポールへの農林水産物輸出額は557億円（前年比1.7%増）²に達しており、日本にとって、重要な食品輸出先の一つとなっている。

また、2025年のシンガポールからの訪日旅行者数は約72.6万人（前年比5.1%増）³と過去最高を更新している。訪日旅行者の約78%はリピーターであり⁴、訪日中の食体験が旅行の満足度を構成する要素の一つとなっている。

2. 日本産食品をめぐる消費行動の特徴

シンガポールでは、果物、茶、酒類等の日本産食品に対する評価は高く、明治屋、ISETAN、DON DON DONKI、Cold Storage等の主要小売店において常設販売が行われているほか、日本食レストランでの外食機会も多く、日常的に日本産食品に接している。

一方、各小売店の売場には日本各地の産品に加え、韓国や中国、オーストラリアなどの他国産品も並び、果物、茶、酒類等は競合も多い。品質の高さのみでは継続的な購入につながるとは限らず、産地の特徴や生産背景等の情報が商品選択の際の参考情報として受け止められている。

関係者によると、同国ではレストランでの食事やフェアでの試食が、味を確かめるだけでなく、食材の特徴や食べ方を知る機会となり、商品への理解が深まるといふ。こうした経験を通じて、産地への関心を持つようになり「日本に行った際には産地を訪れて本場を味わってみたい」といった関心を示すケースも多いとされる。実際に、訪日旅行の際にフェアで紹介された店舗を訪れたと

¹ 日本貿易振興機構 JETRO HP「シンガポールの基本情報」概況・基本統計
https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/basic_01.html

² 農林水産省 HP「2024年の農林水産物・食品の輸出実績」
https://www.maff.go.jp/j/press/yusyutu_kokusai/kikaku/attach/pdf/250204-1.pdf

³ 日本政府観光庁 JNTO HP「訪日外国人統計」
https://www.jnto.go.jp/statistics/data/_files/20260121_1615-4.pdf

⁴ 国土交通省観光庁 HP「インバウンド消費動向調査」
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001884192.pdf>

いう話も聞かれる。また、日本で体験した食材を帰国後に購入する動きもみられ、訪日経験がその後の購買行動に影響している。

このような背景から、同国では、食材を実際に体験する機会や産地に関する情報発信を通じて、商品への理解を深める取組が重要となる。

3. 福岡県産品の海外展開に向けた取組

こうした市場の状況を踏まえ、県では、県産品の輸出促進にあたり、産地や食材の背景が現地で伝わる機会づくりに取り組んでいる。海外のバイヤーや飲食関係者に産地の特徴を紹介する機会を設けるほか、インフルエンサーによる情報発信も活用している。2025年5月には、飲食関係者及びインフルエンサーを福岡の八女地域へ招へいし、あまおうと八女茶の産地、酒蔵、観光地などを訪問する機会を設けた。また、2025年末から2026年2月にかけて、シンガポール国内の飲食店「café nesuto」において「福岡・八女フェア」を開催し、あまおうや八女茶等の県産食材を使用したメニューを提供した。あわせて、インフルエンサーのSNSでも産地の様子に関する発信が行われ、現地の消費者が産地の様子を知る機会となっていた。



(写真1) インフルエンサーによる情報発信



(写真2) フェアで提供されたあまおうを使ったパフェ

同国では日本産食品の認知度は高く、店頭に並ぶこと自体が特別とはなりにくい段階にあるが、飲食店で実際に食材を使用したメニューとして提供されることで、来店者とその食材に関心を持つ契機となる。フェア関係者によると、今回のフェアでは特に八女茶が来店者から好評を得ており、味わいだけでなく、「見惚れるような深い緑色」とその色合いの美しさに対する称賛の声があったという。こうした関心が購入につながる過程においては、販売の場面でどのように情報が伝えられるかも重要となる。

4. 日本産食品販売における示唆

シンガポールでは、日本産食品は主に輸入事業者、小売店、飲食店等を通じて販売されている。日本産食品が多数流通しているため、品質や産地のみでは商品間の違いが伝わりにくく、提供時や売り場で示される情報が来店者の商品選択の手掛かりの一つとなっているとみられる。

規格や価格の提示にとどまらず、品種の特徴や味わい、時期による違い、食べ方など、来店者がある場で特徴や用途を理解できる情報を、現地関係者が説明しやすい形で共有しておくことが一つの対応として考えられる。

バンコク事務所としては、関係部署と連携しつつ、現地関係者の声や市場動向を県内関係者へ共有し、取組の参考となる情報提供を行っていきたい。

※為替レート：1米ドル=152.69円、1シンガポールドル=114.31円