

<経済>

○シンガポール

日本食の展示会「Food Japan 2016」開催

10月27日から29日の3日間、ASEAN最大の日本食展示会である「Food Japan 2016(旧名:Oishii Japan)」がシンガポール・サンテック国際展示場で開催され、39都道府県から過去最多の304社・団体が出展し、当行は昨年に引き続き協力銀行*として出展企業をサポートしました。

今年で5回目となるFood Japanですが、従来よりニーズの高い日本産酒類、お茶、ゼリー、和牛といった食材をはじめ、健康・機能性をキーワードにした食品・水産品への需要が高く、出展企業とバイヤーのアポイントを会期前にセッティングするビジネスマッチングも注目を集めました。

また、今回は会場内に特設ブースを設置し、ブース内で最新の包装技術や正しい和包丁の使い方を紹介するなど、日本技術や日本食ファン層の拡大に向けたプログラムも実施しており、一般公開日にはオープン前から行列ができるなど熱心な日本食ファンや親子連れなどで会場は連日熱気に包まれていました。会期期間の来場者数も前回は上回る結果となっており、改めてジャパンブランドに対する注目度の高さが窺えました。



入場を待つ一般来場者の様子

<Food Japan 2016 来場者数 (速報値) >

10/27 (木) バイヤー等関係者向け	10/28 (金) バイヤー等関係者向け	10/29 (土) 関係者・一般公開	合計
4,137 名 (3,894 名)	2,002 名 (1,639 名)	5,386 名 (5,377 名)	11,525 名 (10,910 名)

(カッコ内は前回来場者数)

各出展企業の参加目的は、商品PR・販路開拓・パートナー探し等さまざまですが、いかに自社が求めるバイヤーを見極め、展示会のサポート体制をフル活用するかが重要になります。Food Japanのような集客力が高いイベントでは、出展することを目的とせず、事前にバイヤーと面談を重ね、当日に本格的な商談に繋げるといった取り組みが非常に有効であると感じました。

シンガポールには日本食レストランも多く進出しており、世界中から商品が輸入される競争の激しい地域ですが、このような展示会を契機として、高品質なメイドインジャパンの食品が東南アジアに広く普及していくことを願っています。

当事務所では、東南アジアでの活動に取り組む皆様を引き続きサポートして参ります。

*当行のほか、千葉、中国、福岡、八十二、広島、北國、北陸、百五、百十四、常陽、十六、長野県信組、静岡、横浜銀行の15行が協力銀行として本見本市に参画。

○東南アジア**東南アジアからの訪日旅行者数が過去最高**

東南アジアから日本を訪れる旅行者が急増しています。日本政府観光局（JNTO）によると、2015年の東南アジア 6 カ国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）からの訪日外客数の合計が 200 万人を超えました。前年の 2014 年と比べて約 30%の伸び率となっており、日本人気が顕著に表れています。

この要因として、ビザの大幅緩和や円安による割安感の定着に加えて、継続的な訪日旅行プロモーションによる需要拡大などが挙げられますが、ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）が盛んな東南アジアでは、口コミによる宣伝も大きく影響を与えるようです。

特筆すべきは、タイの桜人気。タイでは 4 月に連休（ソンクラーン休暇）があるため、同月は国外旅行にもってこいの季節ですが、昨年 4 月のタイからの訪日客数はついに 10 万人を超えたとのこと。桜の写真を撮り、それを SNS で共有することが、タイ人の魅力的な訪日コースの一つになっているようです。

国	2014 年	2015 年	伸率
タイ	657,570	796,700	21.2%
シンガポー	227,962	308,800	35.5%
マレーシア	249,521	305,500	22.4%
インドネシ	158,739	205,100	29.2%
フィリピン	184,204	268,300	45.7%
ベトナム	124,266	185,400	49.2%
合計	1,602,262	2,069,800	29.2%

東南アジア 6 カ国訪日外客数（出典：日本政府観光局）

東南アジアで愛媛を PR

シンガポールをはじめ東南アジアからの愛媛への誘客を促進するため、愛媛県ではシンガポールやタイ、インドネシア等の東南アジアにおいて、愛媛の PR に取り組んでいます。

日本人気の東南アジアとはいえ、愛媛をご存知の方はまだ少数派です。しかし、北海道・東京・大阪・京都といったメジャースポットを既に体験し、日本での新しい旅行先を探している方にとって、愛媛や四国の雰囲気は新鮮で魅力的に映るようです。

トラベルフェアに参加すれば、ブースに大勢の外国人が訪れ、朝から晩まで一日中しゃべりっぱなしになることも珍しくありません。



ジャカルタでのトラベルフェア

シンガポールの見本市情報

Marina Bay Sands

名称	期間
The 6 th Asian Subsea Conference and Exhibition 海底の技術、サービスの多様なコレクション	11月29日～12月02日
The 21 st International Oil & Gas Industry Exhibition 空輸・ヘリデッキ・物流、化学・流体・潤滑油、コンピューターハードウェア、油流出対応機器	11月29日～12月02日
Asia TV Forum & Market 2016 TV制作、映画制作、TVコンテンツ代理店、インターネット放送	12月07日～12月09日
MAISON & OBJET ASIA インテリアデザイン、ライフスタイル、ホームデコレーション	2017年3月7日～3月10日

Suntec

名称	期間
Beauty Asia 2017 美容・健康に関する商品（美容院向け器具、サプリメント、化粧品、スキンケア商品等）	2017年2月20日～2月22日
Biopharma Asia Convention 2017 臨床試験、製造、サプライチェーン、ワクチン、抗体	2017年3月21日～3月23日

Singapore EXPO

名称	期間
International Furniture Fair Singapore ベッドルーム家具、キッチン家具、照明器具、リビングルーム家具等	2017年3月9日～3月12日
The Décor Show 寝具・リネン、漆器、カーペット・ラグ、照明器具・アクセサリ、ファブリック装飾アイテム	2017年3月9日～3月12日
Tyrexpo Asia 2017 タイヤ、ケーシング、チューブ、タイヤアクセサリ、シャーシシステム	2017年3月21日～3月23日

*上記の見本市は予定が変更になる場合もありますのでご注意ください。

★ トピックスレポート（シンガポール人スタッフ便り）★

～シンガポールの車事情～

先日、主人が突然「車を買替えるから、見に行こう！」と言い出しました。私は13年ほど前に運転免許を取得して以来、車を運転しておらず、いわばペーパードライバーのゴールド免許保持者。また、シンガポール在住8年目になりますが、車の調子が悪いとも感じません。何故突然車を見に行くんだろう？と不思議に思ったので、今回「シンガポールの車事情」を調べてみました。

その結果、驚くべき「シンガポールの車事情」が分かりました。

まず、国土面積が東京23区とほとんど変わらないシンガポールでは、車両数の急増による渋滞などで交通インフラがマヒすることのないよう、政府が登録可能な車両台数を毎年定めて、その登録権利書（以下、COE）を月2回開催される入札会にかけるという独自のシステムを採用しています。COEは購入時より10年間有効で、車を手放す際にはCOEも売却しなければいけません。ちなみに我が家のCOEの有効期限は来年、2017年3月まででしたので、主人が突然車を見に行く理由が分かりました。

次に驚いたのが購入時にかかる費用です。シンガポールで自動車を買う場合、日本で自動車を買うときの3～4倍程度の費用がかかります。というのも、自動車産業のないシンガポールではすべての車を輸入に頼っており、購入価格には関税や運賃が含まれるからです。例えば、日本人にはおなじみのトヨタ・カローラでも、シンガポールで買うと1000万円かかってしまいます。同じくトヨタ・プリウスが1500万円、ランボルギーニになるとなんと1億円以上になってしまいます。

今回初めて分かった「シンガポールの車事情」。費用が嵩むマイカーより、安く乗り捨てられるタクシーを選んでもしまうのは私だけでしょうか…。シンガポールは車好きな人に厳しい国であることは間違いありません。

