

Singapore Business Topics

三井住友銀行と投資誘致について提携

EDBは、グローバル企業の法人顧客向けに高付加価値な金融サービスを提供する三井住友銀行と、シンガポールにおける今後3年間の投資の誘致と協力について提携しました。

三井住友銀行は、シンガポールにて、2008年4月に地域統括拠点となるアジア・大洋州本部を設立して以降、審査・調査・アドバイザー部門に加え、トレードファイナンスや不動産・船舶・アセットファイナンスといったプロダクト部門も設置



写真提供:三井住友銀行

および拡大しています。シンガポールを成長著しい地域の要と位置付けて重点的に経営資源を投入し、現在では600名近い人員を配置しています。

三井住友銀行は、海外進出や海外事業拡大を目指す企業向けに、充実した金融サービスを提供しています。EDBは、日本国内に広がる三井住友銀行のネットワークを対象に、シンガポールへの進出・投資に関する情報提供やセミナー等を行います。日本企業が、シンガポールをアジア域内ビジネス展開のハブとする場合にも、EDBが他のシンガポール政府機関・団体と共同で、インフラや制度の紹介ならびにビジネスマッチングの提供を行い支援します。

EDBのタン・チュンシャン(Tan Choon Shian)副次官は、「シンガポールは、国際的で多様な文化背景を持ち、アジア各国の共通性と独自性を理解しやすい環境が揃った国です。今回の三井住友銀行との提携により、シンガポールが、日本企業の皆様にとって、ビジネスチャンスに満ちたアジア市場への最適なゲートウェイになると考えています。皆様のアジアにおける新たな市場開拓の足掛かりとなることと、期待しています」と述べています。

特集2 コンシューマー／ライフスタイル

アジアにおける消費関連ビジネスの拠点、シンガポール

2010年、アジアで資産100万USD(およそ7,700万円)以上を保有する個人富裕層の資産総額が97億USD(およそ7,470億円)となりヨーロッパの個人富裕層の資産総額95億USD(およそ7,316億円)を初めて上回りました。2030年までに世界の間層(購買力平価が一日あたり10~100USD - 770円から7,700円)は31億人増えると予測されており、そのうち8割(およそ27億人)はアジアでの増加と見込まれています。2030年に世界の中所得者層に占めるアジア人の割合は6割強となり、その消費規模は2009年の5兆USD(385兆円)から32兆USD(2,464兆円)に拡大するとされています。

アジアの中心に位置するシンガポールは、アジア地域で市場開拓を目指す企業にとって最適な中立的環境を備えています。そこでEDBは、企業がアジア市場における共通点や相違点を理解して総合的に成長しようとする取り組みを支援し、シ

ンガポールを拠点に地域的な統一性を保ちながら各国固有のニーズに合わせて開発されたグローバルブランドの確立を推進しています。

シンガポールにおける消費財産業

シンガポール市場は、全体としては小規模ながらも、消費関連産業はここ数年確実に成長しています。2011年時点で、家庭用品やパーソナルケア製品を手がける世界トップ企業の5社、食品・栄養補助食品企業に関してはトップ10社が、シンガポールにグローバルもしくは地域の事業拠点を設けています。

プロクター・アンド・ギャンブル(P&G)やユニリーバ(Unilever)といった大手消費財メーカーはブランド管理事業などの主要機能を次々とシンガポールに移管しています。EDBによると、消費関連ビジネス分野は過去3年で急速に拡

大し、エスティローダー (Estee Lauder)、ネスレ (Nestle)、クラフト (Kraft)、リーバイス (Levi's)、モエ ヘネシー・ルイ ヴィトン (LVMH) などシンガポールで存在感を高めています。

シンガポールに事業拠点を設ける企業のなかで、経理や人事など全社的な機能だけでなく、拡大が予想されるアジアの消費財需要をいち早く取り込むための意思決定や戦略策定を行う中枢機能を移管する事例も増えています。P&G、ユニリーバや英アルコール飲料メーカーのディアジオ (Diageo) はすでに、シンガポールをアジア太平洋地域統括の本拠地に据え、担当CEOを置いています。グローバルなブランドとしては、P&GのSK-II、ユニリーバのClear、Pond's、Vaseline、Luxなどがシンガポールで展開されています。

コンシューマーインサイトに関する取り組み

シンガポールにおけるビジネス環境をさらに発展させ、アジアの消費者についての理解をより深めるため、EDBが中心となり、世界的な有識者や企業家から構成される「コンシューマーインサイト国際諮問評議会 (CI IAP)」が発足しました。そしてここで、シンガポールにてアジア全体にわたるコンシューマーインサイト (消費者に対する洞察) を蓄積し、イノベーションへつなげていくための戦略提言を行いました。議長はザコカ・コーラ カンパニーのスタン・スタヌナサン (Stan-Sthanunathan) マーケティング戦略・インサイト担当副社長が務めています。

本提言では、消費者への洞察を深めアジア発のアジアを対象としたイノベーションを醸成する上で、シンガポールに最適な環境が整っていることを認識し、アジア内のコンシューマーインサイトの専門家不足を解消する取り組みについて述べました。また、製品・流通経路・マーケティングコミュニケーション上のイノベーションを支援するツールとしてのコンシューマーインサイトの重要性を強調し、こうしたニーズに応えるために専門的な研究機関の設立を支持する姿勢を示しました。これにより、アジアにおけるビジネスとイノベーションの拠点としてのシンガポールの魅力がさらに高まると期待されています。

コンシューマーインサイトを重要視する動きは、すでに企業でも見られています。ユニリーバはシンガポールにコンシューマーインサイト兼イノベーション推進センターを立ち上げ、小売分野での消費者行動の研究、店舗デザイン開発、製品管理のほか人材育成も行っています。これは同社にとってアジアでは2番目、世界では6番目の拠点となります。

アジア市場向けイノベーション

シンガポールではアジア市場向け製品開発も数多く行われています。キッコーマンはシンガポールの研究開発センターにて高麗人参など漢方薬が入ったしょうゆを、ネスレは漢方薬品会社ユーヤンサン (Eu Yan Sang) と共同で濃縮菜膳スープを開発しています。飲料メーカー、ポッカのシンガポール研究チームは40種類以上のソフトドリンクを開発し、すでに世界各国で商品化しています。この中にはシンガポールで大ヒットした「砂糖入りジャスミングリーンティ」も含まれます。

シンガポールは引き続き、アジア市場の理解やイノベーション、人材開発に必要なインフラを提供することでグローバルブランドと協力し、アジア内の新たな市場開拓を進めていきます。

*記事中の通貨換算レートは、1米ドル (USD) = 77日本円 (2011年9月13日現在) で算出しています

出典：Merrill Lynch Global Wealth Management
「World Wealth Report 2010」

出典：OECD 「The Emerging Class in Developing Countries」報告書



Singapore Business Topics

サントリー食品インターナショナル、シンガポールにM&A戦略を担う新会社を設立

サントリー食品インターナショナルは、東南アジアで食品事業のM&A戦略を加速しグループシナジーを最大化するため、全額出資子会社「サントリー食品アジア社 (Suntory Beverage & Food Asia Pte.Ltd.)」を9月1日付けでシンガポールに設立すると発表しました。

新会社は、これまで本社にあった東南アジアを中心とする

M&A関連機能を担い、地域に密着した情報収集、戦略立案、意思決定を行います。さらに、日本・アジア・欧州・オセアニアのグループ会社を統括、管理して各社間のシナジーの最大化を図ります。グローバル人材の拠点として、現地採用や人材交流を促進し、グループのグローバル戦略をいっそう加速させていきます。