

特集 | Singapore Business Topics ●シンガポール食品産業

## 日本食品メーカー、 シンガポールに第二の「ホーム」を築く

アジアの人口増加に伴い、食品や消費者製品への需要はますます高まっています。世界銀行は、世界での中所得者層は2000年の4億3,000万人から2030年には11億5,000万人に拡大し、その2/3はインド、中国での増加と予想しています。アジアの中心に位置する多文化国家であるシンガポールは、この人口増加をビジネスチャンスと捉える日本の食品メーカーと手を組み、アジアの様々な消費者のニーズに応えていきます。

日本の食品メーカーは、長い間、シンガポールをR&D、製造、サプライチェーン管理、アジア地域の統括本部など様々なビジネス活動のプラットフォームとみなしてきました。これは、明治製菓、理研ビタミン、キッコーマン、日清食品、ラクト・ジャパンといった日本の大手食品メーカーがシンガポールで事業展開を行い、シンガポールを「日本の外にあるホーム(自国)」と呼んでいることから明らかです。

### 明治製菓シンガポール社、創業35周年を迎える

明治製菓株式会社は、シンガポールの食品業界にいち早く進出したパイオニア企業として、長年にわたりシンガポールとの関わりを大切に、シンガポールの人々から大きな信頼を得ています。今年4月、現地法人のメイジセイカ・シンガポール社は、シンガポール創業35周年を祝う記念式典と、新オフィスビルの落成式を開催しました。シンガポール工場は、同社が初めて海外に設立した工場の一つであり、グローバル事業と企業戦略を進める重要な拠点となっています。

現在シンガポール工場では、完成品および中間生成品を製造、日本をはじめ、米国、フィリピンなど40カ国以上に製品を輸出する販売拠点になっています。人気商品の「Hello Panda」や「Yan

Yan」などの製造もシンガポール工場で行われています。

シンガポール社の小柳逸人社長は、35周年の節目にあたり、「シンガポールの事業をさらに拡大し、シンガポール社を明治製菓の域内の拠点として確立させたい」と意欲をみせています。

### リケビタ・シンガポール、 乳化剤アプリケーションセンターを開設

リケビタ・シンガポール社(Rikevita Singapore)の親会社である理研ビタミン株式会社は、日本最大手の食品乳化剤メーカーで、世界有数の食品添加物メーカーでもあります。家庭用食品、業務用食品のほか、ビタミン剤や着色剤などの食品用改良剤も製造しています。

シンガポールには、海外初の販売拠点と最大規模の研究・開発施設「アプリケーション(AP)センター」があります。ここでは、乳化剤や乳化化合物を使い、洗練された消費者ニーズに合ったソリューション開発が行われています。また、乳化剤を応用した技術を用い、ケーキ、パン、乳製品などの食品の味と質を改良する研究も行われています。最新設備と技術を揃えたアプリケーションセンターには、実際の生産ラインと同じ環境が設置されており、ここで製造された試作品をすぐにテストし、製品化できるようになっています。

リケビタ・シンガポール社は、シンガポールを拠点として、東南アジア、オセアニア、南アジア、中東など新興市場への販売を行っています。APセンターの山田賢一センター長は、「今後も高付加価値製品の開発を行っていききたい。月餅や餅菓子など中華菓子製造のための新しいアプリケーションも開発していきたい」と述べています。リケビタ・シンガポール社の所靖社長は、シンガポールの安定した政情と政府の支援、豊富な人材、アジアの「ハブ」として



明治製菓は今後シンガポール社を域内の拠点として確立させる計画です



リケビタのアプリケーションセンターには最先端の設備が導入されています

の役割が、理研ビタミンがシンガポールで積極的に事業展開を行える主な理由だと述べています。

## ラクト・アジア社、新機能性チーズ 3 種類を開発

ラクト・アジア社(Lacto Asia)は、乳製品専門商社ラクト・ジャパングループの傘下に設立された初の製造拠点です。同社のチーズ事業部では、衛生管理を徹底した生産環境のもと、日本の特許技術を用いて様々な種類の業務用プロセスチーズの生産を行っています。また、パン・ケーキ製造会社、レストラン、冷凍食品メーカーなどの顧客のニーズに合うよう、自社での研究・開発や他社の香料を注入することで製品の改良とカスタマイズを行っています。

ラクト・アジア社では、他社製品との差別化を図るため、健康志向の強い洗練された嗜好を持つアジアの消費者にアピールできるチーズ製品の開発を行っています。最近では、「ビタミン E 配合おからチーズ」「カルシウム配合低脂肪チーズスプレッド」「コラーゲン配合大豆入りチーズスプレッド」といった 3 種類の新機能性食品の開発に成功しました。高タンパク質、高ファイバーのおからチーズは、健康や体重を気にする顧客層をターゲットにし、大豆チーズスプレッドはベークドチーズケーキの味わいをさらに深くするように作られています。

ラクト・アジア社の飯塚昌幸執行役員は、「シンガポールのコンパクトな市場規模は、マレーシア、タイ、中国といった人口の多い市場へ製品を投入する前に新商品を実証実験するプラットフォームとして最適である」と述べ、シンガポールは原材料を扱うのに比較的規制が緩やかであることと、ASEAN 各国への輸入関税が低いことが製造拠点として選んだ理由であると付け加えています。

## 日清食品、シンガポールに地域統括会社を設立

今年 1 月、日清食品ホールディングス株式会社はシンガポール明星食品を買収し、「日清シンガポール(Nissin Foods (Asia))」の社名のもと、日清グループのアジア地域統括本部を設立しました。インスタントラーメンを世界に広めた同社は、急速に拡大するアジア地域を統括する理想的な場所としてシンガポールを選びました。

日清シンガポール社は、アジアの地域統括拠点として、マーケティング、財務会計、人事、R&D の機能を持ち、域内でのマーケットシェアを引き続き拡大し、高品質製品を消費者に届けていきます。マーケティング機能では、同社のブランド力をもって、新たな価値の創造と日清の競争力を強化し、「シンガポール」という名前を製品に表示することで、製品のはっきりとした特徴づけを行います。人事では、文化的、機能的な垣根を越えた臨機応変な意思決定スキルを推進し、管理職や従業員の戦略力とビジネス見識力を鍛えていきます。シンガポールは、このような革新的なアイデアや大胆な戦略を実験するために必要な環境が整っています。



ラクト・アジア社の社員は自社開発技術でチーズの調理をします

これらはすべて、創業者の故安藤百福氏の「食創為世(食をつくり世のためにつくす)」の精神に基づくものです。

## キッコーマン、R&D ラボを設立

17 世紀に小さな醤油醸造所としてスタートしたキッコーマン株式会社は、今では世界最大手の醤油メーカーとして、人々の食卓を贅沢にする食品やワインを幅広く提供しています。キッコーマン・シンガポール工場は 1984 年に同社初のアジアの生産施設として設立され、伝統的な高品質製品を東南アジア、オーストラリア、太平洋諸国向けに製造しています。2005 年には、シンガポール国立大学(NUS)と共同で「キッコーマン・シンガポール R&D ラボラトリー」を立ち上げ、新製品の開発およびアジア向け食品の機能性と安全性の研究を行っています。2007 年に商品化された「漢方薬入り醤油」は、シンガポール研究所で開発されました。

キッコーマン・シンガポール社の野木義之社長は、「世界の十字路口に位置する自由貿易センターとして、シンガポールは、理想的な製造・販売拠点を提供している。多民族国家のため、様々な市場向け新製品の味覚テストを実施することができる。これこそが、我々がシンガポールに研究開発拠点を設立した理由だ」と述べています。

アジアでの加熱する日本食ブームを背景に、キッコーマン・シンガポール社は、増大する醤油需要に応えるべく今年生産ラインの拡大を予定しています。

## アジアの「ライフスタイルラボ」を目指すシンガポール

食品産業は、景気の影響を受けにくく、比較的安定しています。シンガポールは「アジアのライフスタイルラボ」を目指しており、日本の食品会社は、シンガポールの信頼性、R&D 能力、地域に精通した消費者の目を活用して、活況を呈するアジア市場向けの新製品やコンセプトを設計、開発、実証実験することができます。アジアの味覚、嗜好の繊細さは、アジアに進出しないと理解できないものです。そのアジアの真ん中にあるのが、シンガポールなのです。