



市場調査レポート シンガポール市場の全体像

AIMNEXT SINGAPORE Pte. Ltd.
2018

- シンガポールの消費者市場
 - シンガポールの概況
 - 人口分布
 - 民間消費支出
 - 消費財・サービス別の月額世帯支出配分
 - 消費者物価の推移
 - 消費動向
 - その他
- カテゴリー別にみるシンガポール市場
 - 日用品市場
 - 概略
 - プレイヤーリスト
 - 食料品市場
 - 食品流通業
 - 外食サービス業
 - 流通構造
 - サービス産業(医療、レジャー、教育等)
 - カテゴリー別市場規模①
 - カテゴリー別市場規模②
 - 衣料品市場
 - 概略
 - 業態別主要プレイヤー

シンガポールの消費者市場

シンガポールの概況 (1/2)

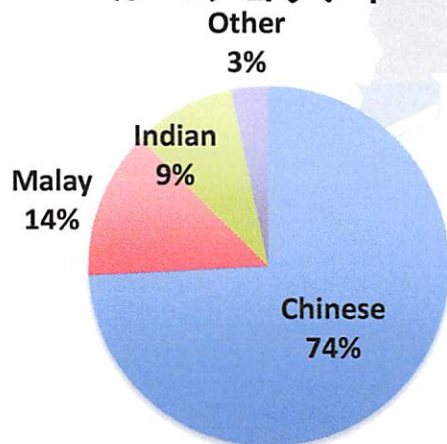


2017年の人口は561万人



国土は715.8平方Km
(東京23区より少し大きい)

人種別では中華系
がマジョリティ



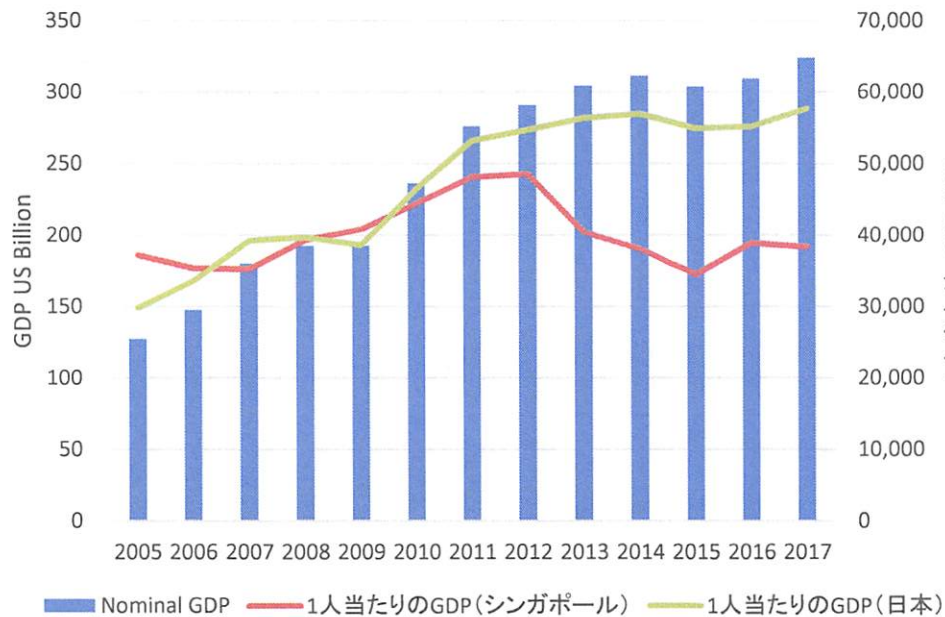
- 公用語
- 英語
 - マンダリン
 - マレー語
 - タミル語

シンガポールの概況 (2/2)

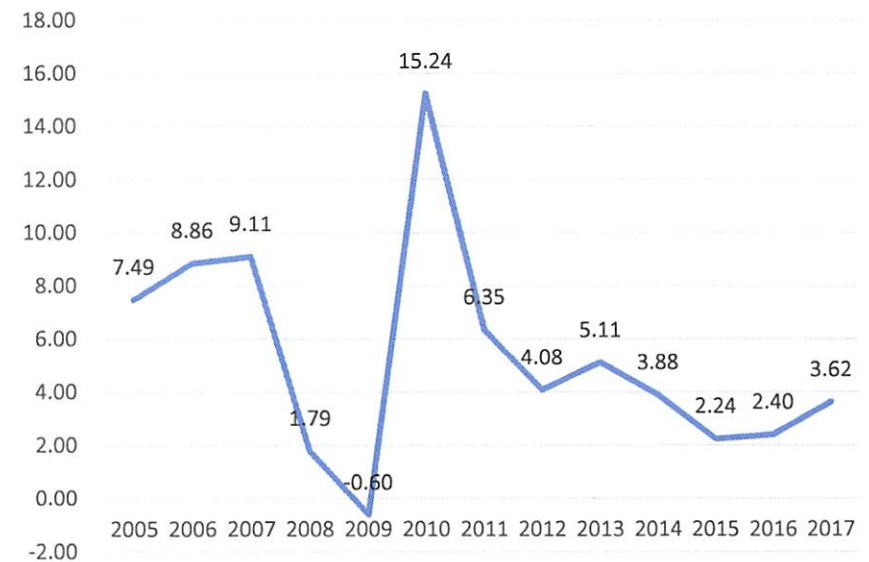


- GDPは3239億USD (2017年)
- 日本(4兆8721億USD)と比較すると、7%弱の規模となるが、1人当たりGDPについては2007年に日本を越えている
- 1人当たりGDPは5万7714USD (2017年)
- また実質GDP成長率は2017年時点で3.6%と、前年と比べても1.4ポイントほど上昇した。

GDPと1人当たりGDPの比較



実質GDP成長率(年間%)



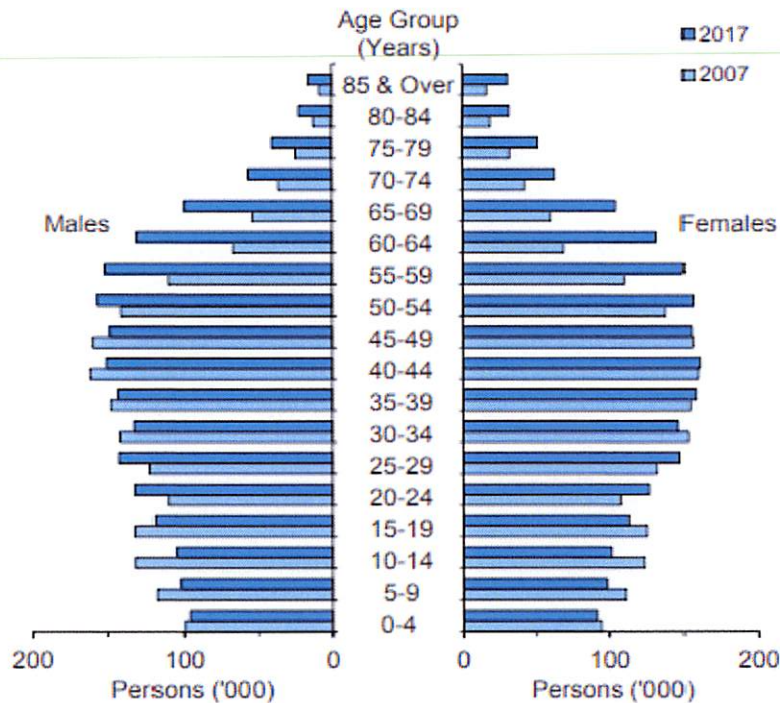
Data: The World Bank

人口分布(性別、年齢別)



- シンガポールにおける性別、年齢別の人口分布は下記の通り。
- シンガポールでは日本にしのぐスピードで、高齢化が進んでいる。2017年時点で、65歳以上の人口は14.4%。2030年までには全体の25%以上、また2050年までにはおおよそ半分の47%を65歳以上の人口で占めると予想されている。

Chart 1.2 Age Pyramid of Resident Population



- また、2017年の出生率は1.16人で、日本の1.46人と比較しても、少子化が進んでいることがわかる。これに対して、シンガポール政府は結婚と育児支援プログラムを充実させている。

民間消費支出

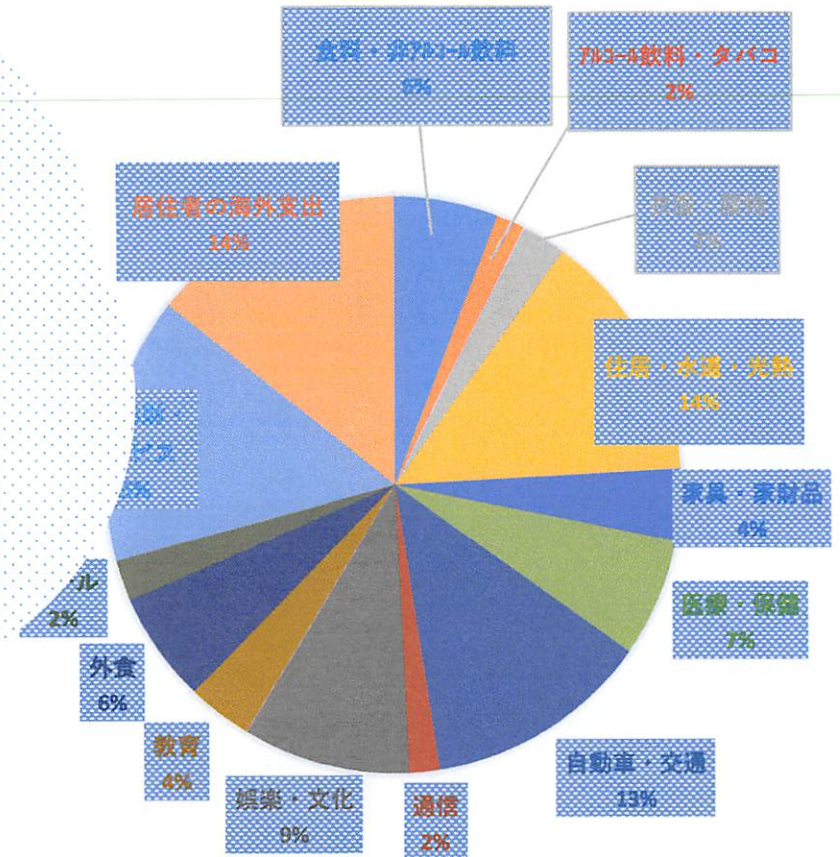


- 年間の民間消費支出は下記の通り。
- この10年間で、民間消費者支出は全体的に増加しており。特に、食料・非アルコール飲料、医療・保健、自動車・交通、教育、外食、居住者の海外支出の分野は増加が著しい。

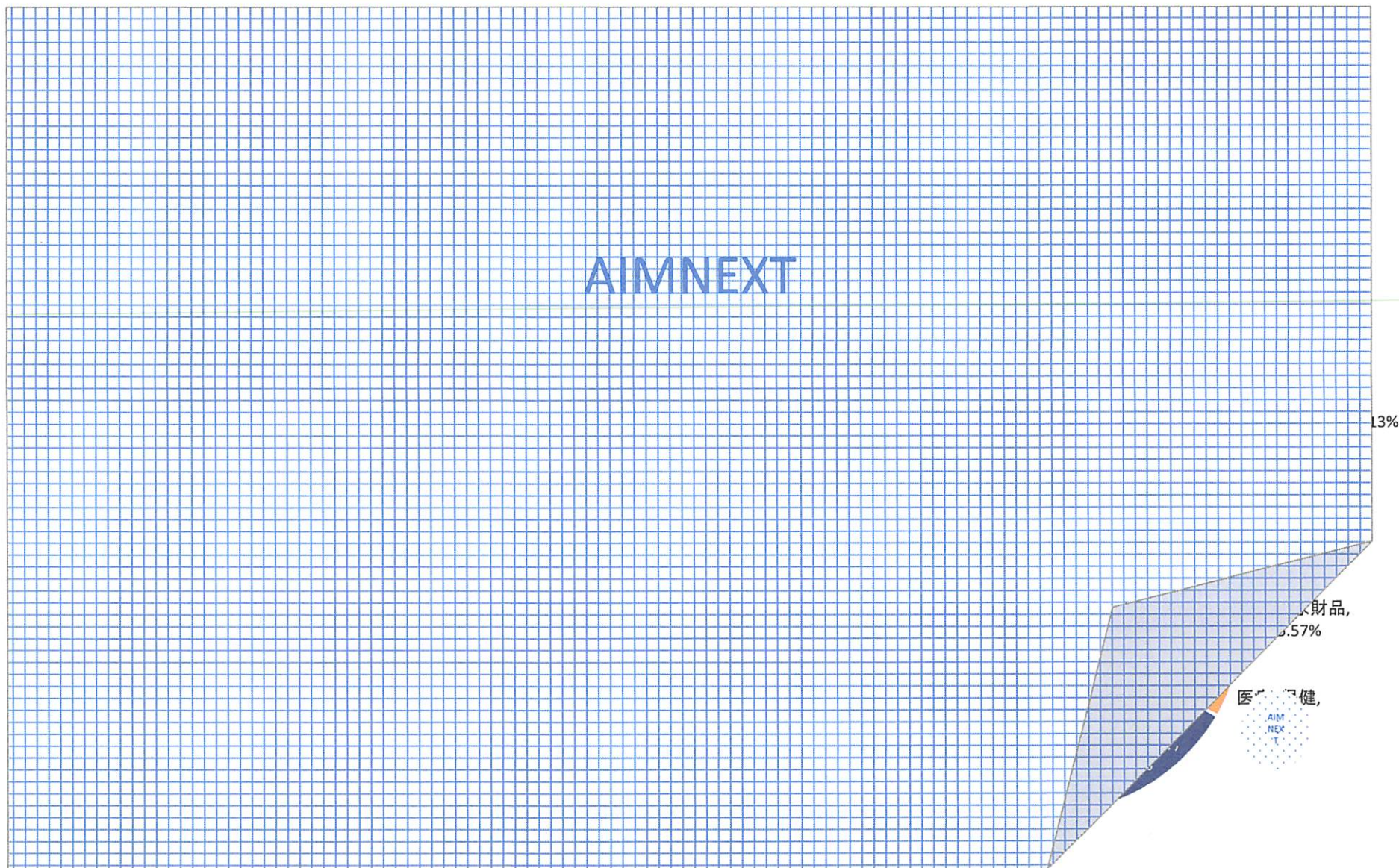
単位：100万ドル

項目	2007	2012	2017
民間消費支出全体	96	124	135
食料・非アルコール飲料	1,124.4	1,324.4	1,424.4
アルコール飲料・タバコ	1,124.4	1,124.4	1,124.4
衣服・履物	1,124.4	1,124.4	1,124.4
住居・水道・光熱	1,124.4	1,124.4	1,124.4
家具・家財品	1,124.4	1,124.4	1,124.4
医療・保健	1,124.4	1,124.4	1,124.4
自動車・交通	1,124.4	1,124.4	1,124.4
通信	1,124.4	1,124.4	1,124.4
娯楽・文化	1,124.4	1,124.4	1,124.4
教育	3,124.4	3,124.4	3,124.4
外食	6,404.4	6,404.4	6,404.4
ホテル	2,172.9	2,172.9	2,172.9
その他財・サービス	16,409.3	20,476.4	27,923.5
居住者の海外支出	16,243.9	22,711.2	26,650.6
▲非居住者の国内支出	13,782.3	23,626.5	27,385.2

2017年民間消費支出 構成比



消費財・サービス別の月額世帯支出配分



消費者物価の推移



- 2017年の消費者物価指数(CPI)全体の上昇率は0.6%となり、すべての費目のうち住宅・公共料金以外はプラスとなった。
- また、三大支出費目である住宅・公共料金、食料品(外食も含む)、交通のうち、交通が2.6ポイント、前年の-2.4ポイントと比較しても大きく上昇している。一方で、住宅・公共料金、食料品はCPIの上昇が落ち着いてきていることが分かる。

費目	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
全体	2.1	6.6	0.6	2.8	5.2	4.6	2.4	1	-0.5	-0.5	0.6
食料品	4	9.7	2.5	2.3	3.6	2.4	2.3	3	1.2	2.3	1.3
外食	2.1	6.2	2.1	0.8	2.7	2.2	2	2.9	2.3	1.9	1.5
衣服・履物	0.7	1.5	0.9	0.5	0.1	1.5	0.3	-0.8	0.1	0.2	0.6
住宅・公共料金	0.2	15	2	2.2	9	8.4	2.8	0.1	-3.5	-4.1	-2.5
家庭用耐久消費財	0.4	2.3	1.1	1	6.4	2.4	4.9	1.8	-0.6	1.8	1.1
医療品	4	5.4	1.8	1.8	2.4	4.4	3.8	2.8	-0.1	1.1	2.5
交通	2.6	4.1	-3.1	10.3	11.9	7.1	2.3	-1.2	-1.4	-2.4	2.6
通信	0.8	0.2	0.2	-2.2	-1.5	-0.1	-1.4	-0.2	0.3	-0.4	0.6
娯楽・文化	3.1	3.8	-1.3	1	-1.4	1	1.1	1.8	0.3	0.9	0.3
教育	2.7	4.7	0.8	3.4	3.6	4.1	3.8	3.4	3.4	3.1	3
その他の財・サービス	2.2	2	0.3	0.7	0.9	1.1	1.9	1.2	0	0.3	0.1

※消費者物価指数は2014年家計支出調査より得られた支出額に基づく

AIMNEXT

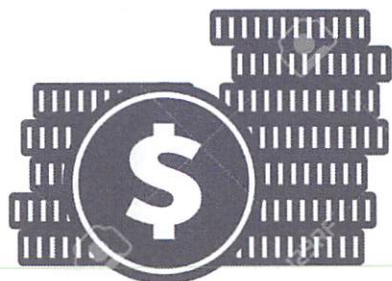
注
いっ
ている。

は、中華系気質の
。そのため、クレジッ
券のために長蛇の列に
をお得に買い物したいとい

その他の数字

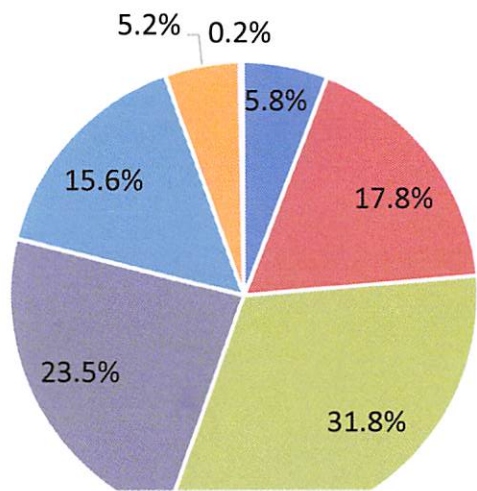


世帯の平均所得は9,023 ドル



平均世帯人数は、3.30人

住宅のタイプ



- 公団住宅(1~2LDK)
- 公団住宅(3LDK)
- 公団住宅(4LDK)
- 公団住宅(5LDK以上)
- 民間高層住宅やその他のアパート
- 土地付一軒家
- その他

シンガポール人のおよそ80%が公団住宅に住んでいる



自動車の保有率はおおよそ43%

※2017年4月時点で、トヨタ カローラの新車が、S\$104,998(およそ850万円)

カテゴリー別にみるシンガポール市場

- 日用品市場
 - 概略
 - プレイヤーリスト
- 食料品市場
 - 食品流通業
 - 外食サービス業
 - 流通構造
- サービス産業(医療、レジャー、教育等)
 - カテゴリー別市場規模①
 - カテゴリー別市場規模②
- 衣料品市場
 - 概略
 - 業態別主要プレイヤー

日用品市場 (1/2)



- 日用品市場の定義

ここでいう日用品とは、日常生活の密着した下記の物品とする。*

- パーソナルケア用品(洗面用品、化粧品、洗剤など)
- キッチンウェア用品(陶器類、食卓食器類、台所用品、調理器具など)
- 家具類(家具、照明器具など)
- 家電製品

※洗面用品や家具・家電などの流通チャンネルは異なるが、市場規模を測る統計の便宜上、今回は広義の「日用品」とする。

- 市場規模 (2016時点)

小売業*の売上 :  million ドル

卸売業の売上 :  million ドル

- 市場の特徴

- パーソナルケア用品専門の小売大手は、GuardianとWatsonsの2社が強い。また、Guardianはスーパー大手のDairy Farm Groupの子会社
- キッチンウェア用品と家具類は、専門店や規模の大きくない独立系小売事業者が自社で買い付けや輸入をし、販売していることが多い
- 家具類について小売業者の最大手は、IKEAとCourtsの2社。全体売上の35%程度のシェアを持っている (IKEA12%、Courts23%)
- 家電製品については、大手メーカーもある一方で、ローカルメーカーの製品は比較的安価で販売されており、二極化が見られる

日用品市場 (2/2)



AIMNEXT

Courts

ト]

Norman

その他]

Sim Lim Tower, Sim Lim Square

- 食料品市場の定義

ここでいう食料品とは、Singapore Classification of Individual Consumption according to purpose (SCOICOP)において、「食料・非アルコール飲料」と「アルコール飲料・タバコ」に分類される下記の食料品とする。

<ul style="list-style-type: none">パン・穀物類肉類魚・海産物類牛乳・チーズ・卵など食用油・油脂類果物類野菜類砂糖・ジャム・はちみつ・チョコレート・菓子類その他食品	<ul style="list-style-type: none">コーヒー・お茶・ココアミネラルウォーター・ソフトドリンク・果物系・野菜系飲料蒸留酒ワインビールタバコ
---	---

- 市場規模(2016年時点)

小売業*の売上 :  million ドル

*スーパーマーケットやミニマート、コンビニエンスストアの営業利益

卸売業の売上 :  7.2 million ドル

- 食料品市場の特徴

- シンガポールの食料品市場は輸入依存型で、90%以上の食料品を輸入に頼っている。輸入国は、近隣のマレーシア、インドネシアに続き、中国、アメリカ、オーストラリアなどの国々から多く輸入されている
- 食品の小売市場は労働組合系のFairPrice、Dairy Farm GroupのCold Storage、ローカル系Sheng Siongの3社が強い。2018年現在のそれぞれのシェアは、FairPriceが50.6%、Cold Storageが19.5%、Sheng Siongが18.9%となっている

食料品市場 – 外食サービス業



- 市場規模

- 売上

- 2016年は全体売上は、9022.8 million SGD

- 雇用者数

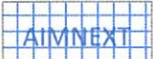

- 外食サービス業が創出する雇用者数は、推定180,000名とされている

- カテゴリー別店舗数と売上 (2016年時点)

カテゴリー	店舗数	売上 (million SGD)
レストラン		
カフェ、喫茶店		
ファストフード		
フードコート、コーヒーショップ		
その他飲食店		
パブ、バー		
フードケータリング		
食堂		

衣料品市場 1/2

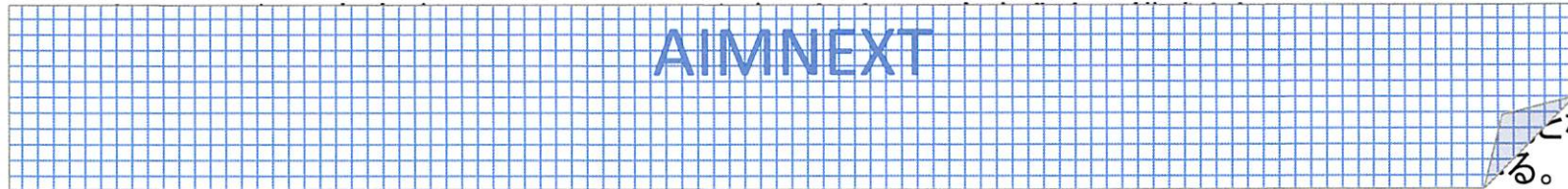


- 衣料品の定義
ここでいう衣料品とは、成人向け(紳士服、婦人服)、子供服、履物、靴、その他の装飾品、アクセサリー等とする。※宝飾品類や時計などの装飾品は除く
- 市場規模(2016年時点)
 - 小売業の売上:  million ドル
 - 卸売業の売上:  million ドル
 - 小売店舗数: 3,850件

【ご参考:主要ブランドのシェア】(2016年時点)

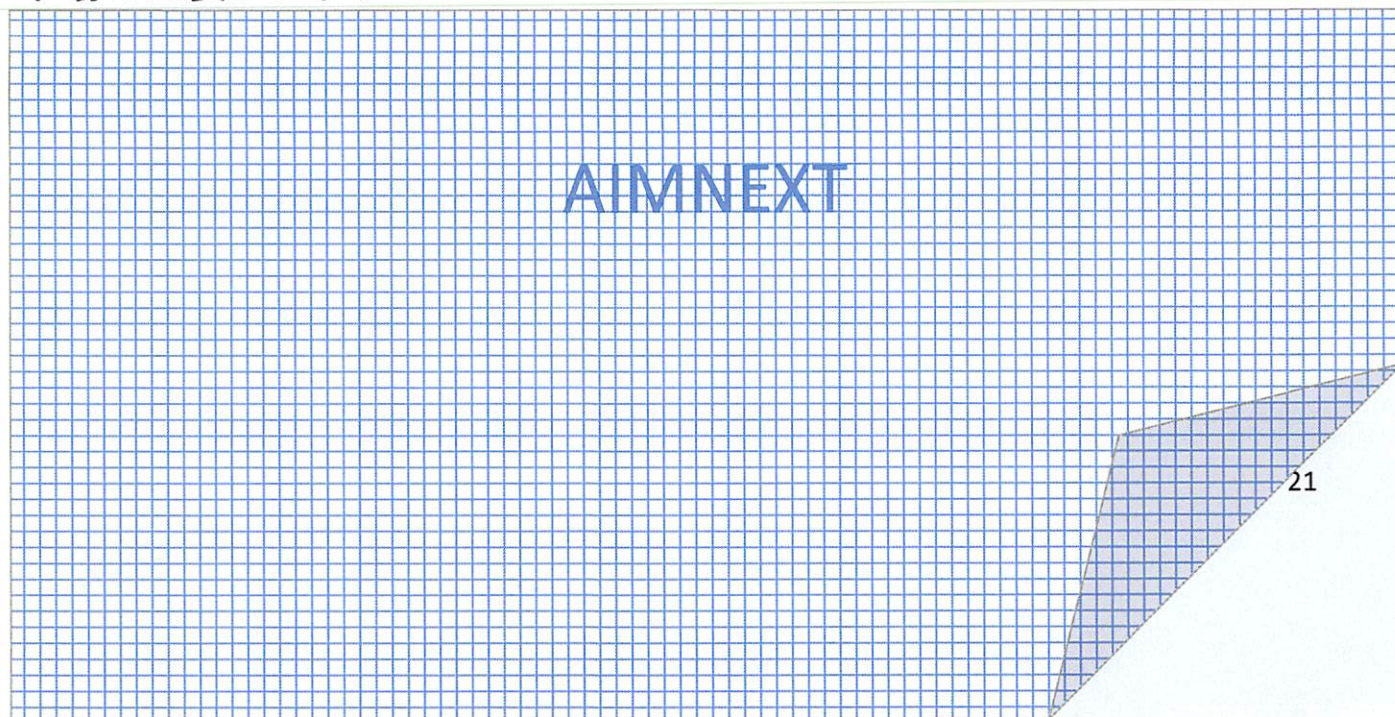
ブランド	会社	店舗数	シェア
Uniqlo	Fast & Retailing Co Ltd		
H&M	H&M Hennes & Mauritz AB		
Mango	Punto Fa SL (Mango)		
Zara	Inditex, Industria de Diseño Textil SA		
Burberry	Burberry Group Plc		
Giordano	Giordano International Ltd		
Primark	Primark Holdings Ltd		
ASDA	ASDA Group Ltd		
Charles & Keith	Charles & Keith Holdings Pte Ltd		

- 衣料品市場の特徴



となってい
る。

- 市場の主要プレイヤー



21

当調査資料は¥50,000(税別)/部にて販売しております。
またシンガポールの市場調査、アポイントメント代行、視察アテンド、営業代行
等も承っております。
下記問い合わせ先までお気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ先

TEL: 03-3454-3900

E-mail: info-jp@aimnext.com

担当: 清水 準一