

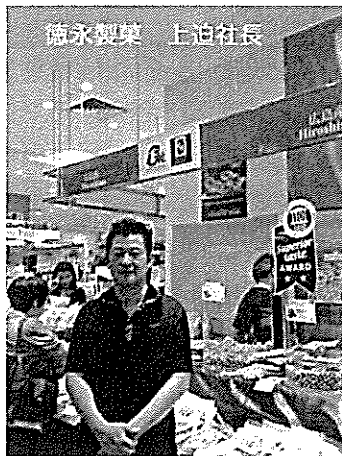
極的に活用し、インドの事業環境、そして、どれだけ  
の運転資金が必要になるのか等を踏まえた現

実的な資金計画を事前に立てておくことをお勧め  
致します。

豊富な品揃えが強み、豆菓子の徳永製菓

シンガポール ビジネスサポーター 碓 知子

ほぼ絶え間なく日本食フェアが開催されるシン  
ガポール高島屋・地下2階の食品売り場。シンガ  
ポール市場参入を目指す各地の食品メーカーさん  
が、自慢の商品を披露しています。「フェア中しか  
買えない」という希少価値もあり、フェア最中の  
人気は上々、ということも多いのですが、シンガ  
ポールの市場で定番化される商品は多くはありま  
せん。お菓子でも何でも、世界中  
から商品が入ってくる食の激戦国  
シンガポールに、創業明治2年の  
老舗お菓子メーカー、徳永製菓も  
挑戦中です。



くきっかけはフルーツ輸入業者か  
らのお声がけ>

同社が高島屋のフェアに参加し  
たのは、今年から。2011年にも  
シンガポールの地場大手スーパー  
の売り場においてもらう機会があ  
りましたが、そこではサンプルを配ったり商品説  
明をしたりできないため、価格だけが勝負の世界。  
ブランド認知度を上げてくれるパートナーの必要  
性を感じていたところ、「シンガポール人は豆菓子  
にはなじみがある。高品質の日本の豆菓子ならい  
ける」と日本の豆菓子メーカーを探していた日本の  
高級フルーツを扱う輸入商社に出会い、今年の

シンガポール市場再挑戦となりました。

<香港、台湾とはちょっと異なる消費者嗜好>

同社は海外市場で実績があります。香港、台湾  
は7~8年前に参入。スイスにも少量、2~3年前  
から輸出しています。香港、台湾はシンガポール  
と同じ中華系が多い市場ですが、少しだけ消費者  
嗜好が異なるようです。トップの売れ筋が、同社

が製法に特許を持つ竹炭味のピーナツ  
ツやのりわさび、抹茶ミルク、という  
ところは変わりませんが、台湾、香港  
ではあまり人気がない、カマンベール  
味、ミルク味がシンガポールでは中々  
の人気だそうです。また、シンガポー  
ルは外国人のお客が多いのも特徴。  
人口の3分の1は外国人、またオー  
チャード通りの売り上げの4割は外国人  
観光客、というシンガポールの特性が  
現れているといえるでしょう。

<豊富な商品、定番化できそうなものは？>

徳永製菓は自社生産品だけでも70種類、OEM  
も入れると100種類以上と、品揃えが多いのが強  
みです。現在はフェアやフルーツ売り場で、様々  
なテストや売り方の形態を試しながら、シンガ  
ポール市場の特性を見極めているところだそう  
です。

恩赦法案で再び揺れるタイ王国

バンコク ビジネスサポーター 富永 勇三

「出そうで出ない、苦しい便秘のよう。いつか  
はその状況を抜け出せるが、タイを苦しめる困っ  
た存在だ。」と、タイの著名な社会批評家に揶揄さ  
れたタクシン元首相ですが、同氏を含め、赤組(タ  
クシン派)と黄組(反タクシン派)の幹部を対象  
とした恩赦法案を巡る対立が激化しています。

タクシン派のタイ貢献党は同法案の成立に向け  
突き進み、それを阻止すべく野党民主党や反タク  
シン派グループが大規模な抗議集会を継続的行  
っています。一方、タクシン派の赤組も政府支持  
の集会を開いているため、両者の衝突が懸念され、  
バンコクでは久しぶりに緊張が高まっています。

3年前のような、国家を揺るがす大規模衝突の再  
来はなんとしても避けなければなりません。

反タクシン派リーダーが「同法案に対する抗議  
活動をキックオフする」と声を張り上げたことか  
ら、抗議集会ではホイッスルの音が響き渡ると共  
に、とにかく現政権やタクシン元首相に対して「オ  
ークパイ、オークパイ(出て行け、出て行け)」と  
叫び続けています。Facebook等ソーシャルメ  
ディアの威力も凄まじく、反タクシン派の市民間  
では集会が周知されています。反タクシン派集会の  
参加人数もさることながら、継続性ある連携や一  
体感、また、集会の目的が恩赦反対から政権打倒