

シンガポールでの県産品新規販路開拓の取り組み

シンガポールにおける「ルビーロマン」の新規販路開拓

石川県が誇るブランドブドウ「ルビーロマン」については、これまでも伊勢丹シンガポールで店頭プロモーションを行うなど、当地における B to C の販路拡大に向けた取り組みを進めてきました。こうした中、今年度新たに B to B の販路開拓のため、シンガポールの大手食品商社「Angliss（アングリス）」との商談を経て、レストランへの販路開拓を実施したところであります。

皆様ご承知の通りルビーロマンの旬は 8 月から 9 月上旬頃ですが、シンガポールではコロナ規制により 8 月 9 日までレストランでの店内飲食が禁止され、かつ、10 日以降はワクチン 2 回目接種後 2 週間経過した人のみが店内飲食が認められる状況となり、Angliss 担当者から当初は「レストランの状況はあまり良くない」と伺っていたことから、手探りでの商談でした。

しかし、予想に反し、Angliss での販売目標 200% を達成し、購入者からは「初めて食べたが、とんでもなく大きくて、美味しい。びっくりした」と高評価をいただき、追加注文もいただきました。

また、現在は全ての方がレストランで飲食できるわけではないことから、レストランへの販路開拓（B to B）に加え、Angliss が運営する Facebook Live channel を活用して直接消費者への PR・販売（B to C）も行いました。

小職も初取引を記念して Angliss さんから購入し、一粒ずつですが、知り合いに試食していただきました。ルビーロマンを初めて見て・食べた知り合いからは「このブドウはすごい。見たことがないサイズ、これまで食べたブドウの中で一番美味しい」と高評価でした。

Angliss さんからは是非、来年も引き続きルビーロマンの取引を継続したいという声をいただいております。今後ともルビーロマンをはじめとした石川県の美味しい食材を当地に広げていきたいと考えております。



実際にレストランで提供された様子



Angliss Facebook Live の様子

シンガポールレストラン「Bincho」でのオリジナルクラフトビール販売開始

先月号の紙面で、B to Cの取り組みとして石川県の金澤ブルワリーとわくわく手作りファーム川北の2社5商品がシンガポールで開催されていたイベント「地ビール・タイム」において9月30日までPR・販路拡大を目的に販売されていたことをご報告いたしました。売れ行きは非常に好評で一部の商品が完売したと報告を受けております。

一方、今回はB to Bの取り組みを報告させていただきます。今年度の県アンテナショップ・EC販路開拓事業としてシンガポールに初輸出・販路開拓に取り組んでいる前述した2社のクラフトビールが、アンテナショップを運営受託しているI-O&YT Pte Ltdにも支援いただきシンガポールのレストラン「炭火焼鳥 Bincho」のオリジナルビール「BINCHO」として採用され、8月から2店舗で提供開始されました。当該商品は金沢港からシンガポールへコンテナ便で初出荷されており、今後も継続しての取引が見込まれます。

また、ビールのみならず当レストランには石川県が誇る小木の船凍イカも採用いただき、ビールとともにお客様への提供が開始されています。このような形で食を通じて石川県をPRできる場を一つでも多く創出できるよう、これからも取り組みを進めて参りたいと考えております。



オリジナルビールと石川県産イカ



店舗の様子 (BINCHO HP より)

コロナ規制の強化

シンガポールでもクラスターの発生により 8 月下旬からコロナ新規感染者数が拡大傾向にあることから、政府は新たなクラスターが確認された時点で、クラスターに近づいたなど感染の可能性が高い人に速やかに連絡し、感染拡大を早期に封じ込めることを目的として「HEALTH RISK WARNINGS（警告）」や「HEALTH RISK ALERTS（警報）」を SMS で送信すると発表しました。警告を受け取った人は PCR 検査が法律で義務付けられ、また陰性結果が出るまで自己隔離を求められます。その後は即時抗原検査(ART)、14 日後に再度 PCR 検査を受けることとなりました。今回、検査を法律で義務づけたことからシンガポール政府のコロナ封じ込めへの強い姿勢を感じます。なお、警報を受け取った人には検査などを義務はないものの自主的に PCR 検査を受けることが推奨されています。

また、職場での新型コロナウイルスの感染対策も強化され、食事や給湯室のようなマスクを外して従業員同士が接する場はリスクが高いため、こうした社会的な集まりや交流を認めないほか、COVID-19 の陽性反応が出た従業員が過去 7 日間のいずれかで職場にいた場合、在宅勤務が可能な社内すべての従業員に対して、14 日間の在宅勤務を実施しなければならないこととなりました。

シンガポール政府はコロナ規制を強化せずに感染拡大を抑制しようとしていますが、医療体制が逼迫れば、「サーキットブレーカー」措置の再導入を含む規制強化に踏み切らざるを得ないとも警告しており、ワクチン接種が進んだとしても活動の幅を認める以上なかなか感染はなくなる、政府の苦悩を感じております。

人の交流をゼロにすることはできませんが、人ごみを避ける、手洗いや消毒をこまめにするなどリスクを下げることはできますので、皆様の引き続きのご健康を願っています。