

## 【シンガポール—食品】

## 豆菓子徳永製菓、常設売り場の販売拡大へ

豆菓子製造販売の徳永製菓（広島県福山市）は、シンガポールの百貨店での催事での売り上げが好調なことから、販売促進活動を積極化する。今後、年 4 回ぐらいのペースで百貨店の催事に出席し、常設売り場での販売量拡大を狙っていくという。



現地消費者の反応に手応えを示す上迫社長＝18日、シンガポール高島屋（NNA 撮影）

徳永製菓は、シンガポール高島屋の食品売り場で行われている催事に 11 日から 24 日まで出展し、14 種類の豆菓子を 1 袋（100 グラム）6.9 S ドル（約 550 円）で販売している。シンガポールでの催事出展は今年の春に次ぎ 2 回目。「竹炭豆」「抹茶みるく豆」「海苔わさび豆」「黒胡麻とうふ豆」が定番の売れ筋品というが、1 週間経った 17 日時点で、今回持ち込んだ約 60 キログラムの竹炭豆が完売した。黒ごまとうふも 300 袋が売れ、在庫がほぼなくなった。

徳永製菓の豆菓子を輸入販売する巨峰マーケティングのバイヤーからアドバイスを受け販売することにした「カマンベールチーズ豆」は、約 160 袋で完売、追加で日本から商品を取り寄せるといふ。この他、レモンヨーグルトやコーヒー牛乳、ミカン味などを前回から 4 種類増やした。徳永製菓の上迫豊社長によると、前回も竹炭豆をはじめ、定番商品が売り切れるなど好評だったが、それに輪をかけて今回の売り上げは 3 割上がっている。豆菓子は中華系住民になじみがあり、受け入れられ

やすく、試食販売が好評という。地元消費者の反応に手応えを感じている上迫社長は「催事に積極的に出展し試食販売を繰り返すことで、高島屋の食品売場に店舗展開している巨峰マーケティングの売り場で、恒常的に取り扱い拡大につながるよう、務めていきたい」と話す。

## 海外 5 カ国・地域で展開

徳永製菓の屋号は「豆徳」で、創業 1869（明治 2）年、上迫豊氏が 8 代目社長を務めている。粉末状の竹炭や抹茶、黒胡麻とうふなどでいった豆を覆い、豆菓子を製造販売している。昔ながらの製法で手作りし、伝統的なものから創作物まで約 70 種類をそろえる。2002 年に先代が開発した「竹炭豆」が大ヒットして以来、同社の看板商品として定着。海外はシンガポール以外に、香港、台湾、スイス、オーストラリアに輸出している。

シンガポールでは、シンガポール高島屋の地下食品売り場に出店する巨峰マーケティングが、徳永製菓の定番商品を数種類輸入して販売している。また香港では先月、高級スーパーのシティ・スーパーで常設の売り場が設けられた。昨年行った催事の売り上げが好調だった結果がバイヤーの目に留まったためだ。

徳永の年商は 10 億円。輸出は売上高の 1% に満たないが 5 年後には 5% に引き上げたい考え。また今年から販促活動を積極化するため、海外に専念する営業担当者を新規採用した。日本国内では、福山市に本店を構えているが、今年伊勢神宮外宮前に 2 号店を出店した。今後、鎌倉、浅草、京都といった古都や下町の参道沿いなどに店出し、ブランディング戦略を確立していくという。

## 【シンガポール—IT】

## 情報庁と UAE が提携、通信技術の情報交換

情報通信開発庁（IDA）は 19 日、アラブ首長国連邦（UAE）の電気通信規制局（TRA）と情報通信技術（ICT）分野の情報交換に関する覚書を交わしたと発表した。

電子政府（e ガバメント）の構築や新システム・技術の研究、ガイド

ラインの策定などに共同で取り組む。官民両分野での提携を促進することで、2 国間の投資・貿易を増加させるとともに新技術を利用した事業創出などを見込む。IDA が主導する次世代国家ブロードバンド・ネットワーク（NGNBN）でも協業する

予定という。

TRA は「UAE は国策として最新 ICT 技術の導入を掲げている。今回の提携を通じて ICT 分野での両国の国際競争力を高めることができる」と説明している。

第13号発行

アジアに到来、休日革命

カンパサー

生活者の素顔と日常を通してアジア市場を読み解く、アジアで働く駐在員と出張者のためのビジネスペーパー

The Daily NNA 別冊