

シンガポールからの食品・ アルコールの再輸出状況

2026年3月

シンガポール輸出支援プラットフォーム

ジエトロ シンガポール事務所

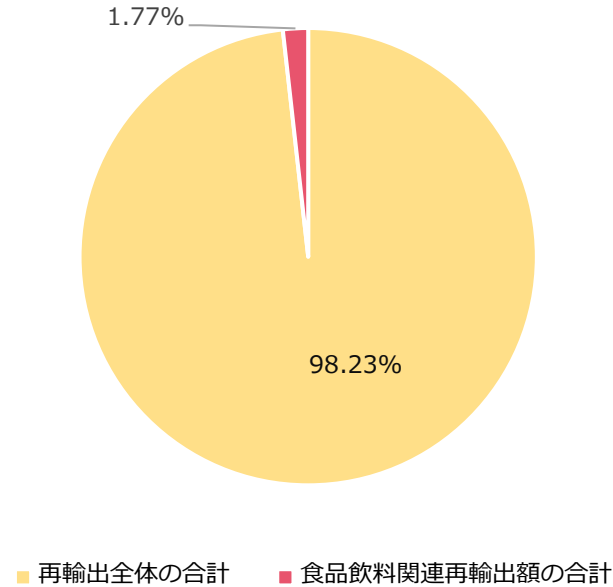
目次

- 再輸出額総額における食品飲料関連製品の割合: P3
- 食品飲料関連HSコードの再輸出額: P4
- 再輸出額内訳: P5
 - (再輸出額が大きい品目の再輸出先)
- 日本産の食肉と水産物のシンガポールからの再輸出: P13
- 企業がシンガポールからの再輸出を選ぶ理由: P14
- 直接輸出、再輸出の比較: P17

再輸出額総額における食品飲料関連製品の割合

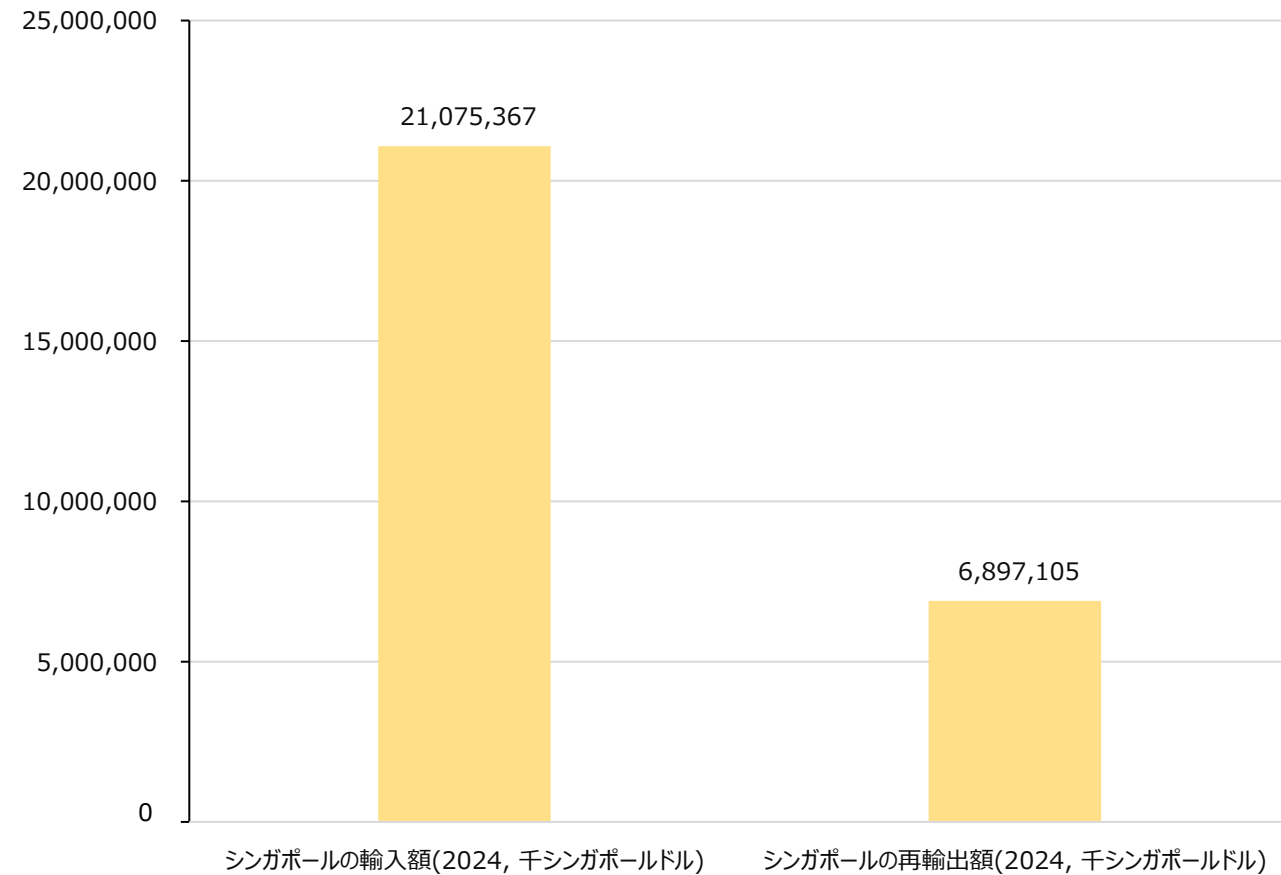
シンガポールにおける2024年の再輸出総額は約3,880億シンガポールドルであった。そのうち食品飲料関連：HSコード(02-22)は約68.9億シンガポールドル。シンガポールの食品飲料関連の輸入額に占める再輸出額の割合は約33%程度。

再輸出額における食品飲料関連製品の割合(2024)



* シンガポールなどの中継貿易国では、地場生産品（domestic exports）と再輸出品（re-exports：外国由来品を第三国へ再度輸出）を分けて統計発表。シンガポール公式統計でも、これらは明確に区別されている。日本の輸出額には、シンガポールなどに向けて出荷され、その先で再輸出される品物も含まれている。日本が記録する輸出額は「日本を出た時点」のデータであり、輸入先が再輸出国か最終消費国かを区別していない。

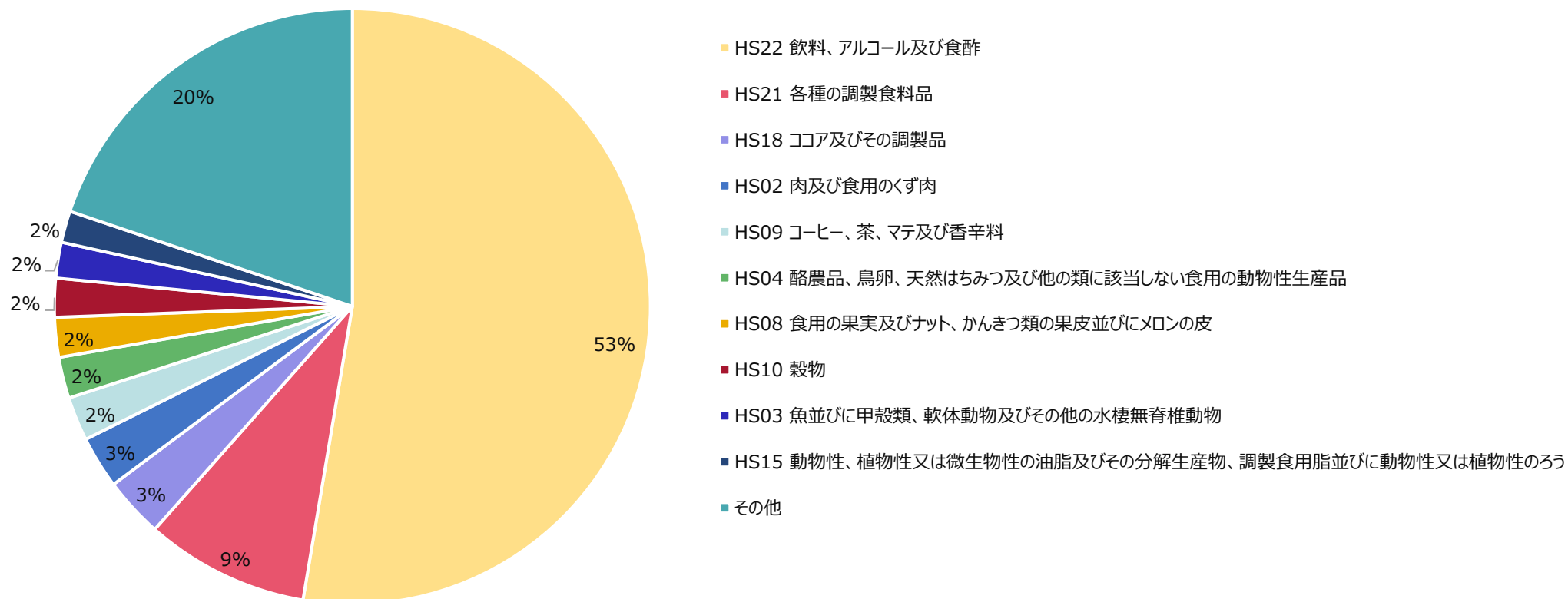
HS02-22の輸入額と再輸出額



食品飲料関連HSコードの再輸出額

食品飲料関連のHSコード(HS02-22)の内訳においては、HS22の飲料、アルコール及び食酢が約37億シンガポールドルと最も多く、全体の約53%を占めている。

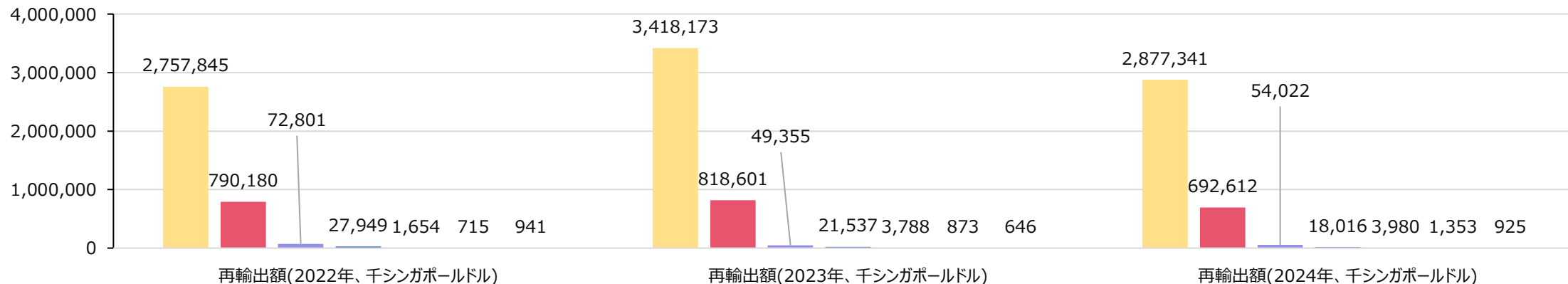
再輸出額の割合(2024)



再輸出内訳: HS22 - 飲料、アルコール及び食酢

HS22の飲料、アルコール及び食酢の中では、エチルアルコール及び蒸留酒、リキュールその他のアルコール飲料の再輸出額が最も大きく2024年に約28億7,700万シンガポールドルであり、2位のワイン類の4倍以上の再輸出額となっている。

再輸出内訳: HS22 - 飲料、アルコール及び食酢



- エチルアルコール (変性させていないものでアルコール分が80%未満のものに限る。) 及び蒸留酒、リキュールその他のアルコール飲料 (HS 2208)
- ぶどう酒 (強化ぶどう酒を含むものとし、生鮮のぶどうから製造したものに限る。) 及びぶどう搾汁 (第20.09項のものを除く。) (HS 2204)
- ビール (HS 2203)
- 水 (鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものに限る。) その他のアルコールを含有しない飲料 (第20.09項の果実、ナット又は野菜のジュースを除く。) (HS 2202)
- 食酢及び酢酸から得た食酢代用物 (HS 2209)
- その他の発酵酒 (例えば、りんご酒、梨酒、ミード及び清酒) 並びに発酵酒とアルコールを含有しない飲料との混合物及び発酵酒の混合物 (他の項に該当するものを除く。) (HS 2206)**
- 水 (天然又は人造の鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものを除く。)、氷及び雪 (HS 2201)

品目(HSコード)	HS2208	HS2204	HS2203	HS2202	HS2209	HS2206	HS2201
輸入額に対する再輸出額の割合 (2024)*	124%	74%	35%	4%	26%	6%	1%

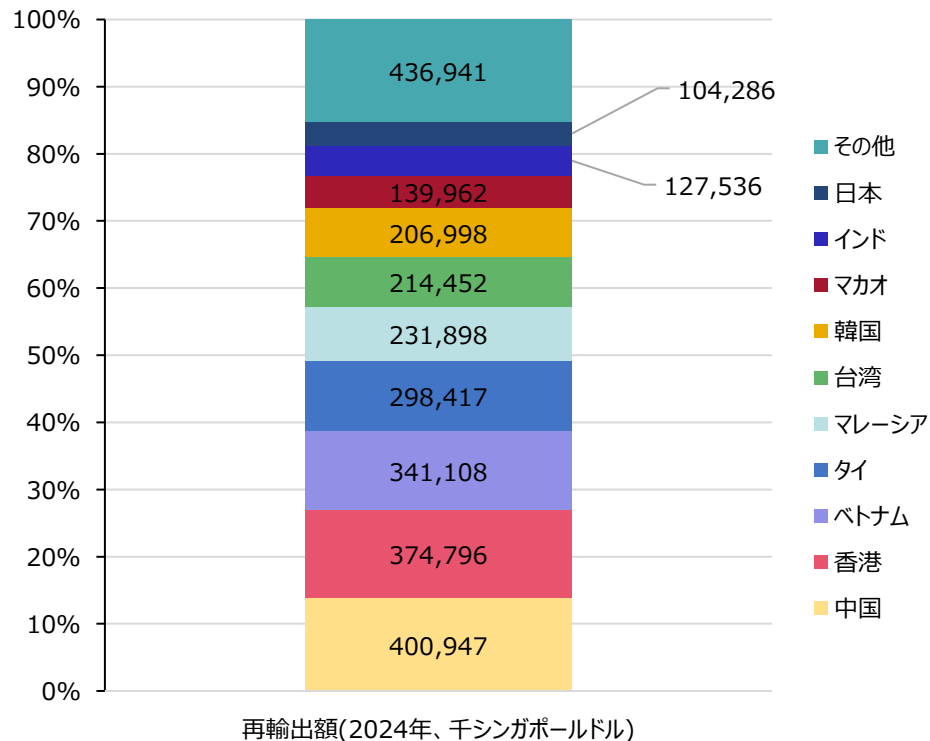
*割合が100%を超えるのは、再輸出された製品が必ずしも同年に輸入されたとは限らないため。

**H2206には日本酒を含む。

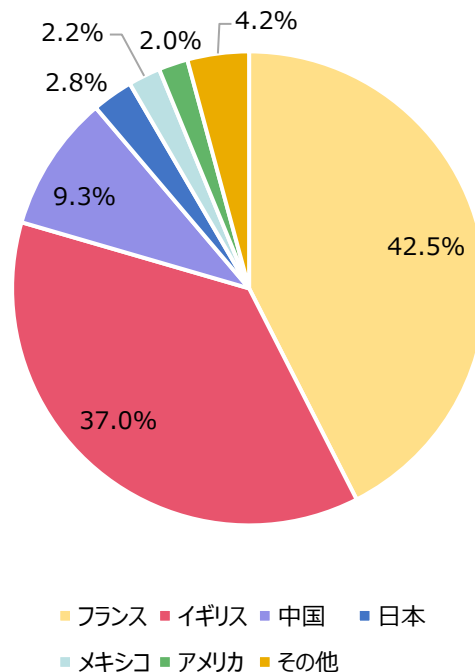
再輸出額が大きい品目の再輸出先 - HS2208 エチルアルコール及び蒸留酒、リキュールその他のアルコール飲料

HS2208 エチルアルコール、蒸留酒、リキュールその他のアルコール飲料の2024年におけるシンガポールからの再輸出は、中国向けの再輸出額が最も大きく、約4億シンガポールドルとなっている。これに次ぐのは香港で、約3億7,500万シンガポールドルに達している。その後にはベトナム、タイ、マレーシアといった東南アジア諸国が続く。日本向けの再輸出額は、2024年に約1億400万シンガポールドルであった。

再輸出先と再輸出額 - HS2208(2024)



シンガポール向け輸出額の割合 (2024)



シンガポールから再輸出する主な理由

ハードリキュールやスピリッツ（ウイスキー、ウォッカ、リキュールなど）はASEAN各国・中国・日本などで高い需要がある。特にASEAN諸国に関しては、シンガポールの地理的優位性を生かし、各国への流通拠点として機能している点の特徴である。在庫の集約や再出荷を効率的に行える物流インフラが整備されており、これが周辺国における高い需要を背景とした再輸出を促進する主要な要因となっている。

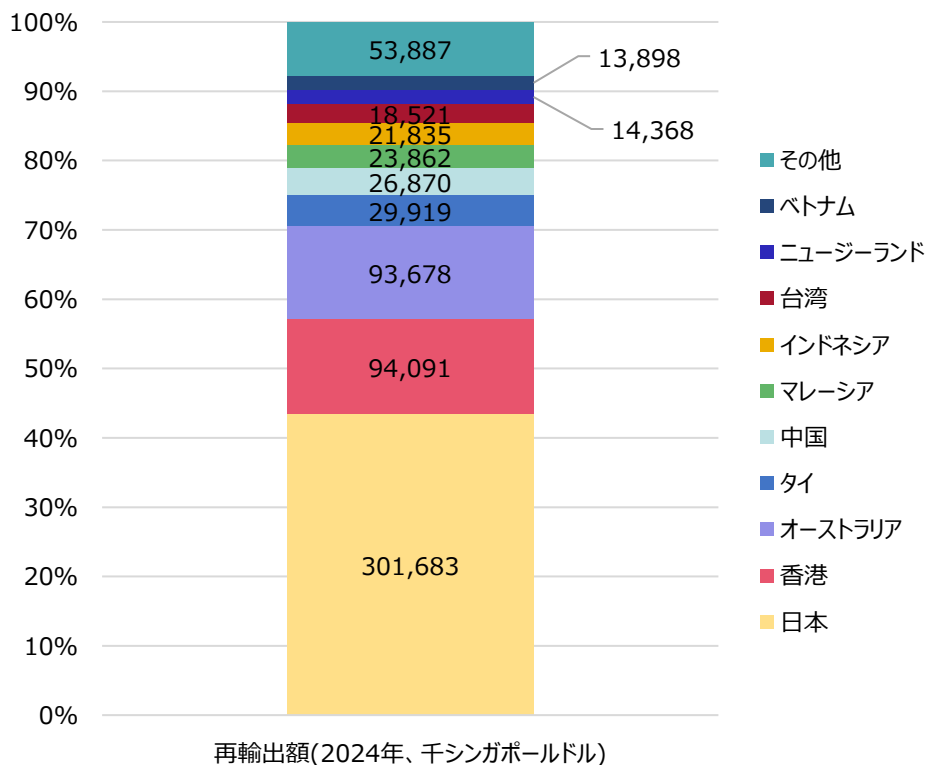
ワインやビールと比べて物流上の損耗リスクが低い（長期保管も容易）、多様な仕向地への中継・再輸出に適している。

品目分類が明確で、法規制に基づく品質・ラベル等の要件も整理されているため、取扱業者・サプライチェーン上の管理がしやすい。

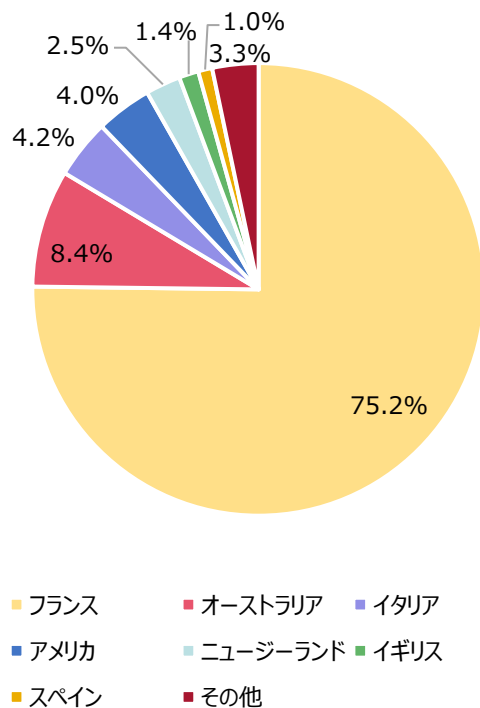
再輸出額が大きい品目の再輸出先 – HS2204 ぶどう酒及びぶどう搾汁

HS2204（ぶどう酒及びぶどう搾汁）の2024年におけるシンガポールからの再輸出額は、日本向けが最も大きく、約3億100万シンガポールドルに達している。これに続くのは香港とオーストラリアで、それぞれ約9,400万シンガポールドルとなっている。その後、タイ、中国、マレーシア、インドネシア、台湾が続いている。

再輸出先と再輸出額 – HS2204(2024)



シンガポール向け輸出額の割合 (2024)



シンガポールから再輸出する主な理由

世界的ブランドや産地のワインはギフト・嗜好品需要が強く元々の価格帯が高いことから比較的価格転嫁がしやすい。

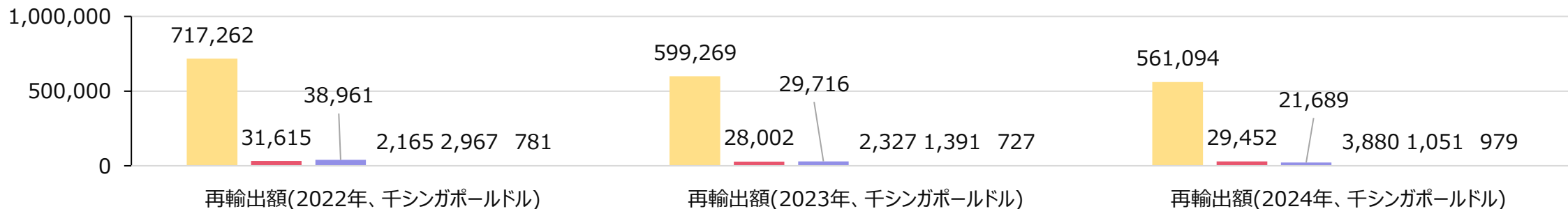
ワイン消費は中間層・富裕層の拡大によりASEAN・東アジアで近年急成長しており、シンガポールの地理的優位性を生かした再輸出拠点戦略が有効。

イタリアやフランスなどのワイン産地は、シンガポールの物流効率の高さ、保税倉庫制度、英語圏としてのビジネス環境、そしてアジア主要市場への地理的アクセスの良さを理由に、アジア展開の中継・再輸出ハブとして活用している。

再輸出内訳: HS21 - 各種の調製食料品

HS21の各種の調製食料品では、調製食料品の再輸出額が圧倒的に大きく、2024年では約5億6,100万シンガポールドルであった。この調製食料品のHS2106カテゴリーにはプロテインパウダー、ケーキミックス、栄養補助食品などが含まれる。

再輸出内訳: HS21 - 各種の調整食料品



■ 調製食料品 (他の項に該当するものを除く。) (HS 2106)

■ ソース、ソース用の調製品、混合調味料、マスタードの粉及びミール並びに調製したマスタード (HS 2103)

■ コーヒー、茶又はマテのエキス、エッセンス及び濃縮物並びにこれらをもととした調製品、コーヒー、茶又はマテをもととした調製品並びにチコリーその他のコーヒー代用物 (いつたものに限る。)並びにそのエキス、エッセンス及び濃縮物 (HS 2101)

■ 酵母 (活性のものであるかないかを問わない。)及びその他の単細胞微生物 (生きていないものに限るものとし、第30.02項のワクチンを除く。)並びに調製したベーキングパウダー (HS 2102)

■ アイスcreamその他の氷菓 (ココアを含有するかしないかを問わない。) (HS 2105)

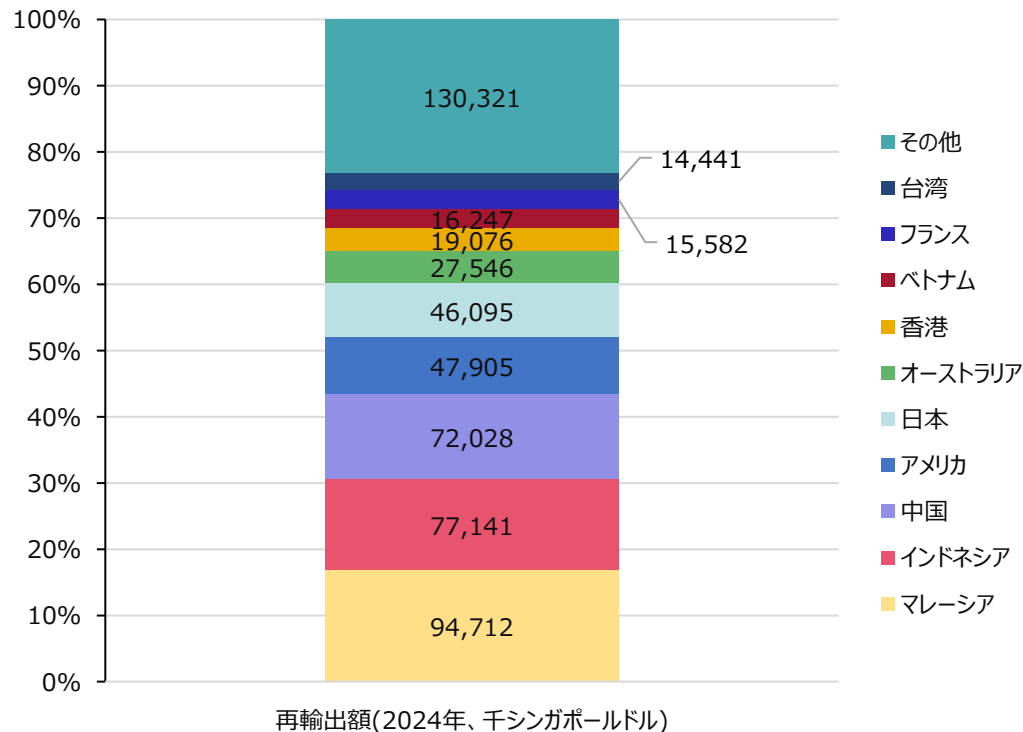
■ スープ、ブロス、スープ用又はブロス用の調製品及び均質混合調製食料品 (HS 2104)

品目(HSコード)	HS2106	HS2103	HS2101	HS2102	HS2105	HS2104
輸入額に対する再輸出額の割合 (2024)	50%	11%	17%	22%	1%	2%

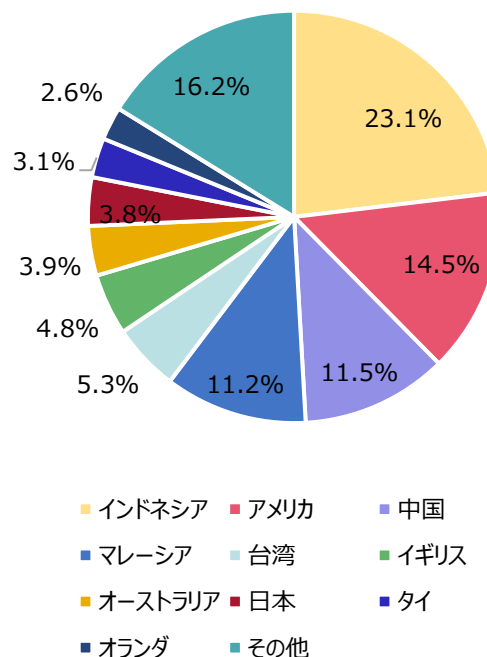
再輸出額が大きい品目の再輸出先 – HS2106 調製食料品

HS2106 調製食料品（プロテインパウダー、ケーキミックス、栄養補助食品などを含む）の2024年におけるシンガポールからの再輸出額は、マレーシア向けが最も大きく、約9,500万シンガポールドルに達している。これに続くのはインドネシアと中国で、それぞれ約7,700万シンガポールドル、約7,200万シンガポールドルとなっている。日本向けは第5で、約4,600万シンガポールドルである。

再輸出先と再輸出額 – HS2106(2024)



シンガポール向け輸出額の割合 (2024)



シンガポールから再輸出する主な理由

常温保存・賞味期限が長いこと口スリリスクが低く、再輸出・集約拠点運用に適している。原材料規制や添加物基準も比較的クリアしやすい。*

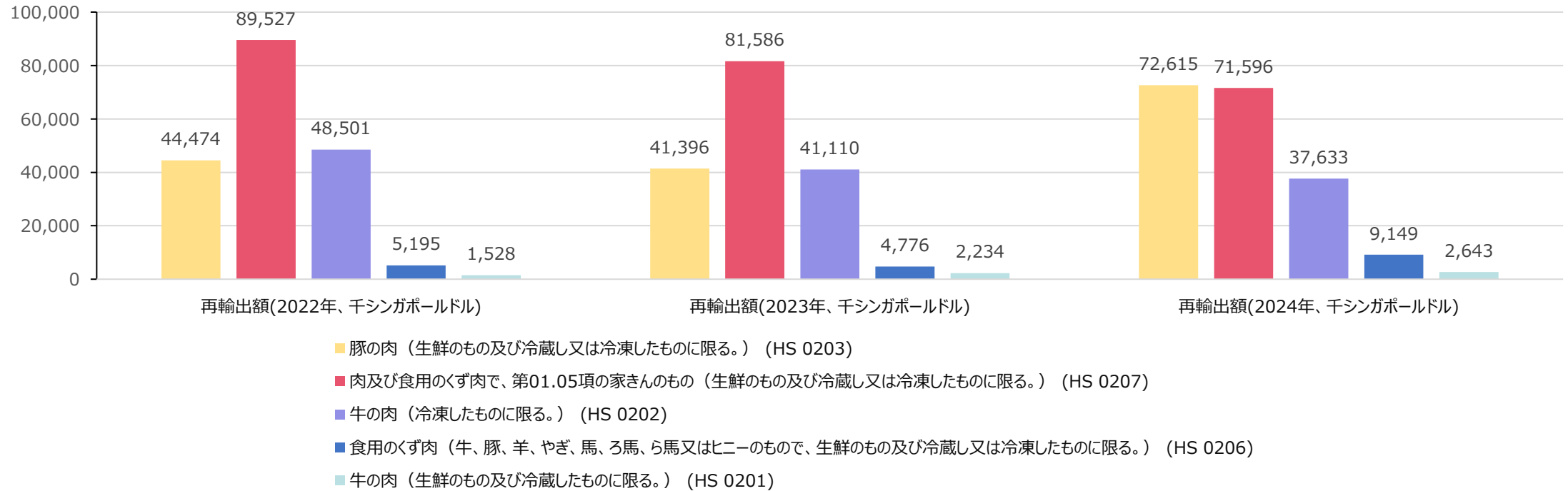
HS2106は「調製食料品」として粉末飲料、混合調味料、菓子類、栄養補助食品、即席食品など多数。多様な消費市場にマッチしやすい。

* シンガポール食品庁（Singapore Food Agency : SFA）は、国際食品規格委員会（Codex）の基準を広範に採用しており、食品添加物や原材料の輸入に関してもCodex準拠であれば原則として受け入れる方針を取っている。具体的には、着色料、香料、保存料、pH調整剤など、Codexに記載されている添加物については追加の書類提出や個別審査を要さず、比較的容易に登録・流通が可能である。これに対し、多くのアジア諸国や中東諸国では、食品添加物に関する規制がより厳格であり、個別審査や追加認可手続きが必要となる場合が多い。そのため、これらの地域に比べるとシンガポールは輸入および再輸出の手続きがはるかに円滑であり、食品貿易のハブとしての競争優位性を有しているといえる。

再輸出額内訳: HS02 - 肉及び食用のくず肉

HS02の肉及び食用のくず肉において、再輸出額の大きい主なカテゴリーは豚肉(HS0203)と鶏肉を含む家きん類(HS0207)である。2023年までは家きん類の再輸出額が大きかったが、2024年には豚肉がトップとなった。

再輸出内訳: HS02 - 肉及び食用のくず肉

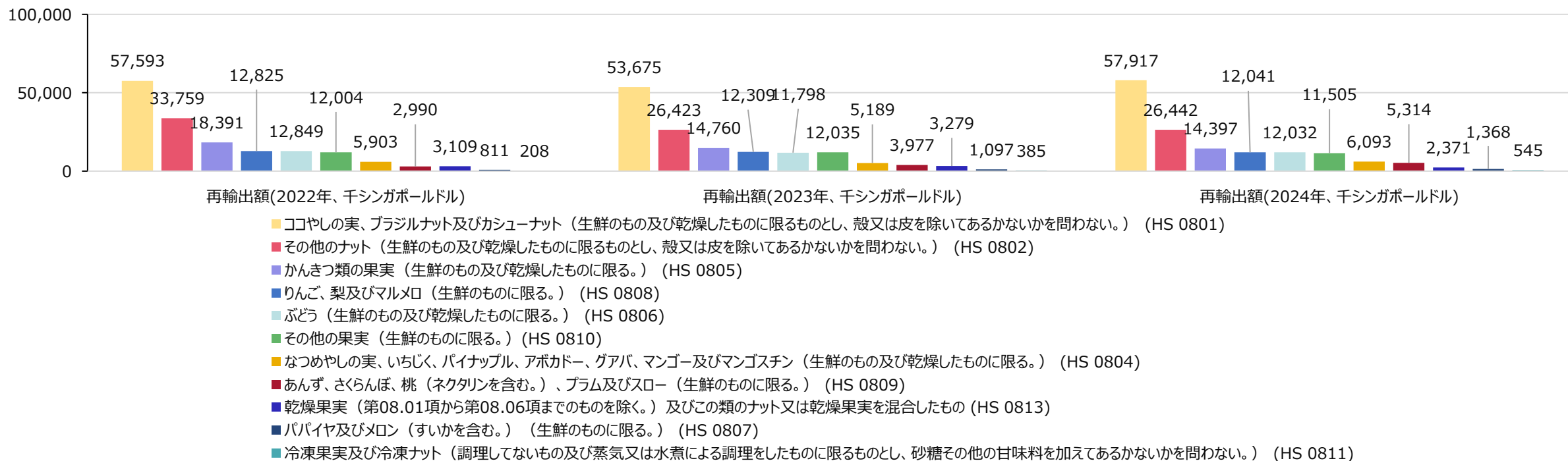


品目(HSコード)	HS0203	HS0207	HS0202	HS0206	HS0201
輸入額に対する再輸出額の割合(2024)	13%	13%	16%	17%	2%

再輸出内訳: HS08 - 食用の果実及びナット、かんきつ類の果皮並びにメロンの皮

HS08の食用の果実及びナット、かんきつ類の果皮並びにメロンの皮においては、ココヤシの実、ブラジルナット及びカシューナットの再輸出額が最も大きく、2024年には約5,800万シンガポールドルであった。

再輸出内訳: HS08 - 食用の果実及びナット、かんきつ類の果皮並びにメロンの皮

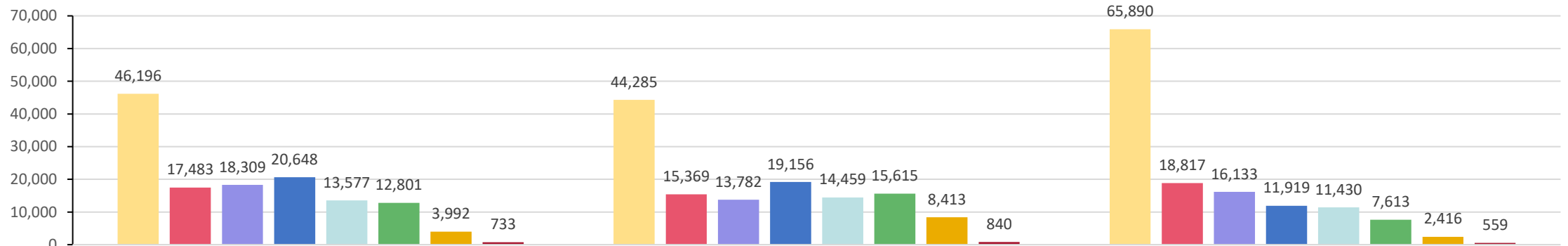


品目 (HSコード)	HS0801	HS0802	HS0805	HS0808	HS0806	HS0810	HS0804	HS0809	HS0813	HS0807	HS0811
輸入額に対する再輸出額の割合 (2024)	64%	46%	10%	11%	13%	5%	7%	9%	13%	2%	4%

再輸出内訳: HS03 - 魚並びに甲殻類、軟体動物及びその他の水棲無脊椎動物

HS03の魚並びに甲殻類、軟体動物及びその他の水棲無脊椎動物において、魚の再輸出額が最も大きく、2024年には再輸出額が2位の魚のフィレその他の魚肉の約3.5倍である約6,600万シンガポールドルであった。

再輸出内訳: HS03 - 魚並びに甲殻類、軟体動物及びその他の水棲無脊椎動物



- 魚（冷凍したものに限るものとし、第03.04項の魚のフィレその他の魚肉を除く。）（HS 0303）
- 魚のフィレその他の魚肉（生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに限るものとし、細かく切り刻んであるかないかを問わない。）（HS 0304）
- 軟体動物（生きているもの、生鮮のもの及び冷蔵し、冷凍し、乾燥し、塩蔵し又は塩水漬けたものに限るものとし、殻を除いてあるかないかを問わない。）及びくん製した軟体動物（殻を除いてあるかないか又はくん製する前に若しくはくん製する際に加熱による調理をしてあるかないかを問わない。）（HS 0307）
- 甲殻類（生きているもの、生鮮のもの及び冷蔵し、冷凍し、乾燥し、塩蔵し又は塩水漬けたものに限るものとし、殻を除いてあるかないかを問わない。）、くん製した甲殻類（殻を除いてあるかないか又はくん製する前に若しくはくん製する際に加熱による調理をしてあるかないかを問わない。）及び蒸気又は水煮による調理をした殻付きの甲殻類（冷蔵し、冷凍し、乾燥し、塩蔵し又は塩水漬けたものであるかないかを問わない。）（HS 0306）
- 魚（生鮮のもの及び冷蔵したものに限るものとし、第03.04項の魚のフィレその他の魚肉を除く。）（HS 0302）
- 魚（乾燥し、塩蔵し又は塩水漬けたものに限る。）及びくん製した魚（くん製する前に又はくん製する際に加熱による調理をしてあるかないかを問わない。）（HS 0305）
- 水棲無脊椎動物（生きているもの、生鮮のもの及び冷蔵し、冷凍し、乾燥し、塩蔵し又は塩水漬けたものに限るものとし、甲殻類及び軟体動物を除く。）及びくん製した水棲無脊椎動物（甲殻類及び軟体動物を除くものとし、くん製する前に又はくん製する際に加熱による調理をしてあるかないかを問わない。）（HS 0308）
- 魚（生きているものに限る。）（HS 0301）

品目(HSコード)	HS0303	HS0304	HS0307	HS0306	HS0302	HS0305	HS0308	HS0301
輸入額に対する再輸出額の割合(2024)	30%	9%	12%	4%	5%	13%	8%	1%

企業がシンガポールからの再輸出を選ぶ理由

多様な品目において、企業がシンガポールからの再輸出を選択する主な理由として、以下の点が挙げられる。なかでも、流通効率の高さや貿易ハブとしての信頼性の高さが、シンガポール経由の再輸出を強く後押ししている。

トピック	詳細
世界水準の物流および港湾効率	シンガポールのインフラは、近隣市場と比べて迅速かつ信頼性の高い取扱い・輸送を可能としている。
中立的かつ信頼されている貿易ハブ	国際ブランドは、シンガポールを安全で信頼性の高い再分配拠点として位置づけている。シンガポールの貿易ハブとしての競争力の要因の一つは、チャンギ空港隣接の SATS による高効率な物流・保税倉庫サービスである。空港直結の倉庫により貨物処理時間を約1.5~2時間に短縮し、最大140日間の無料保税倉庫や迅速な通関などの強みがある。
戦略的立地	ASEANおよび世界市場と強固に結びつく戦略的な地理的立地。
書類手続きおよびコンプライアンスの効率性	規制プロセスが明確で国際的に認知されており、越境取引を円滑にしている。
ドローバック制度（関税払戻制度*）	再輸出時に関税を還付でき、コスト負担を軽減できる。
グローバルブランドの集約拠点	集約拠点として優れているため多くの生産者は、広域への流通前にシンガポールを経由させることを好む。
真正性に対する市場からの信頼	シンガポールの評判は、製品のトレーサビリティや認証に対する信頼が高い（特にウイスキーやワインなどの高級アルコールにおいて重要）。正規輸入経路や品質証明書の管理が徹底されていることから、偽造品リスクの低い市場として国際的に評価が高い。そのため、シンガポールを経由した製品は「正規流通品」としての信頼性が担保されやすく、最終消費国においても品質保証の観点から高く評価されている。
柔軟性	シンガポールはアジアの物流ハブとして発展しており、港湾・空港を通じて多品種商品の集約、再梱包、ラベル貼付などを効率的に行える柔軟な体制を持つ。保税エリアでの一時保管も可能なため、需要変動にも迅速に対応できる。特にランカウイ島のような免税地域への輸送では、シンガポールから必要な量をタイムリーに供給できる点が大きな利点となっており、観光需要に応じた効率的な再輸出が実現している。

*シンガポールでは、再輸出を促進するために、輸入時の関税や物品サービス税（GST）を免除または還付する制度が整備されている。代表的な仕組みとして、保税倉庫制度（Licensed Warehouse Scheme）や保税地域制度（Zero-GST Warehouse Scheme）があり、輸入品を一時的に国内で保管・仕分け・再梱包した後、第三国へ再輸出する場合、関税やGSTの支払いを猶予または免除できる。再輸出が確認された場合には、すでに支払ったGSTも還付対象となる。

日本産の食肉と水産物のシンガポールからの再輸出

日本産の食肉および水産物がシンガポールを経由して再輸出されるケースは全体として多くはないことが、ヒアリング結果により、明らかになった。特に、鮮度が重要な生鮮食肉・鮮魚については、再輸出に適さないという認識が強く、基本的には日本から最終消費国への直接輸出が主流である。一方で、冷凍水産物（例：冷凍ホタテ、冷凍カニなど）については、シンガポールに一度輸入された後、マレーシアなど近隣国へ陸路で再輸出される事例が一部で見られる。ただし、これも数量的には限定的であり、一般的な商流とは言い難い。

項目	詳細
再輸出が行われる主なケース・背景	<ul style="list-style-type: none">・ 輸入規制・輸入枠の問題: 日本から直接輸出する場合、輸入枠や規制が厳しい国・品目では、シンガポールを経由することで実務上のハードルが下がる場合がある。特にインドネシアでは、公式・非公式を含め、シンガポール経由での流通が行われている可能性が示唆された。・ ボリュームの問題: マレーシアやインドネシア向けに少量のみ需要がある場合、日本から直接輸出するよりも、シンガポール向けに一定量をまとめて輸入し、そこから必要分だけ再輸出する方が物流・コスト面で現実的な場合がある。・ ディストリビューターの地域拠点構造: シンガポールに本拠を置き、周辺国（マレーシア、インドネシア、豪州など）にも展開するディストリビューターが、自社内の拠点間移動（横持ち）として再輸出するケースが存在する。・ 陸路での再輸出(冷凍水産物): 冷凍水産物（例：冷凍ホタテ、冷凍カニなど）については、シンガポールに一度輸入された後、マレーシアなど近隣国へ陸路で再輸出される事例が一部で見られる。
シンガポール経由のメリットは限定的	<ul style="list-style-type: none">・ シンガポールはコールドチェーンや保税倉庫などインフラが整っているが、それ自体が再輸出の強いインセンティブになるわけではない・ 鮮度劣化の早い水産物については、品質面から再輸出の合理性が低い・ 冷凍品であれば物流面の問題は比較的小さいが、最終消費国側の規制・衛生要件の方がボトルネックになりやすい
課題	<ul style="list-style-type: none">・ 輸入規制・衛生要件: 再輸出先国の規制を回避できるケースは限定的で、基本的には直接輸出と同様の要件が求められる。・ 鮮度・品質管理: 特に水産物は劣化が早く、シンガポールでの一時保管・再輸送が品質リスクとなる。・ コスト効率: 再輸出は二重物流となるため、価格競争力を維持しにくい。
今後の可能性	現時点では、日本産の食肉・水産物における再輸出は 自然発生的に大きく増加する構造ではない と考えられる。ただし、日本から遠距離市場（豪州など）への 市場開拓初期段階 、シンガポールに拠点を持つディストリビューターを活用した 段階的展開 といった戦略的意図がある場合には、 限定的に再輸出を活用する可能性はある 。

企業が日本産食品・酒類の再輸出を選ぶ理由（関税）

関税面の観点から、シンガポールを経由した再輸出に一定のメリットが見込まれる国・地域として、以下が挙げられる。

国・地域	詳細
東南アジア諸国（マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム、フィリピン）	<ul style="list-style-type: none">これらの国は、ASEAN自由貿易地域協定（AFTA/ATIGA）のもとで、ASEAN加盟国（シンガポールを含む）からの輸入関税をほぼ撤廃している。一方で、日本からの輸入は、ASEAN-日本包括的経済連携協定（AJCEP）や各国との個別EPAの原産地規則に適合しない場合、最恵国（MFN）税率が適用される。
インド	<ul style="list-style-type: none">シンガポールは包括的経済協力協定（CECA）をインドと締結しており、シンガポール原産品の多くが関税免除対象となっている。しかし、日本とインドの間では、同水準のFTAが存在しない品目も多く、日本製品はHS品目ごとの協定税率比較と原産地判定が必要な一方で、シンガポール経由品は無関税で輸入可能な場合がある。
中東諸国（アラブ首長国連邦、サウジアラビア、カタールなど）	<ul style="list-style-type: none">シンガポールは湾岸協力会議（GCC）とのFTAを締結しており、多くの輸出品が無税または低関税で取引されている。対して、日本からの直接輸出にはFTAがないため、これらの国では通常の輸入関税（MFN税率）が適用される。
アフリカ南部および中南米の一部地域	<ul style="list-style-type: none">シンガポールは一部の南部アフリカ諸国およびラテンアメリカ諸国ともFTAを締結しており、これらの市場では関税優遇を受けられる場合がある。日本は同様のFTAを締結していないケースもあるため、シンガポール経由の再輸出の方が税制上有利となる場合がある。

企業が日本産食品・酒類の再輸出を選ぶ理由（品目）

前項のインフラ、立地、関税払い戻し制度などシンガポールの強みを活かして、日本産食品・酒類においてシンガポールからの再輸出が戦略的である品目には、再輸出に向いているかつ海外で人気・需要が高い酒類、調味料、菓子類、レトルト食品があげられる。

再輸出に向いている/向いていない品目				
区分	再輸出に向いている品目	理由	再輸出に向いていない品目	理由
食品	加工食品、調味料、菓子類、レトルト食品	長期保存可・保管・再梱包が容易	生鮮食品、冷蔵・冷凍食品	鮮度管理コスト・品質劣化リスク
酒類	ウイスキー、焼酎、日本酒、リキュール、ワイン	高付加価値・嗜好品需要が安定	生ビールなど短期消費製品	消費期限が短く再輸送に不向き



再輸出に向いている品目の中で、特に海外で人気・需要が高い日本産品目が戦略的である。

実際に海外で人気・需要が高い日本産品目		
分類	主な商品例	背景・需要要因
酒類	ウイスキー、焼酎、日本酒	高級スピリッツ市場の成長、贈答・観光需要、和食人気による現地飲食店での採用拡大
調味料	醤油、みりん、だし、カレー・スープベース	和食ブーム・健康志向（低糖・低脂）への対応、汎用性の高さ
菓子類	抹茶系・柚子系フレーバー菓子、チョコレート、スナック	日本ブランドへの信頼、ギフト・お土産需要、品質安定性
レトルト・インスタント食品	カレー、ラーメン、スープ、どんぶりの素	長期保存性・調理の簡便さが高温多湿地域でも評価されている

免責事項

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できる限り正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

本レポートに関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
シンガポール事務所
電話番号：65-6221-8174
E-mail アドレス：SG-food@jetro.go.jp