

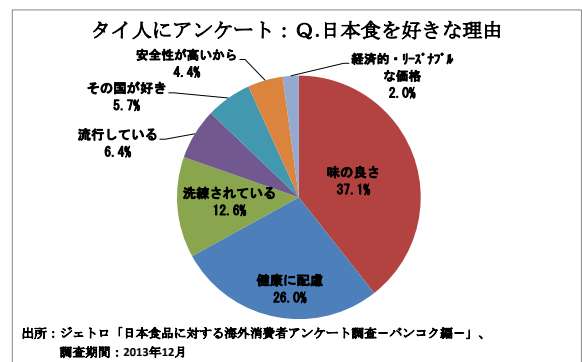
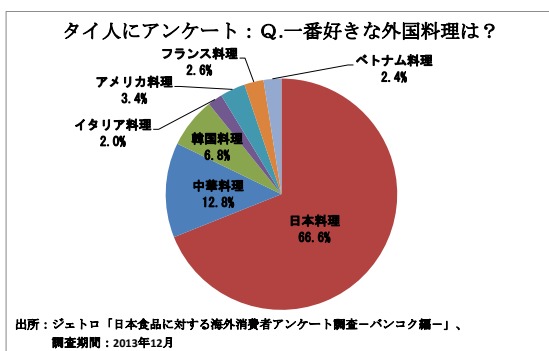
一般調査報告書

タイにおける日本産食品・レストランの現状について

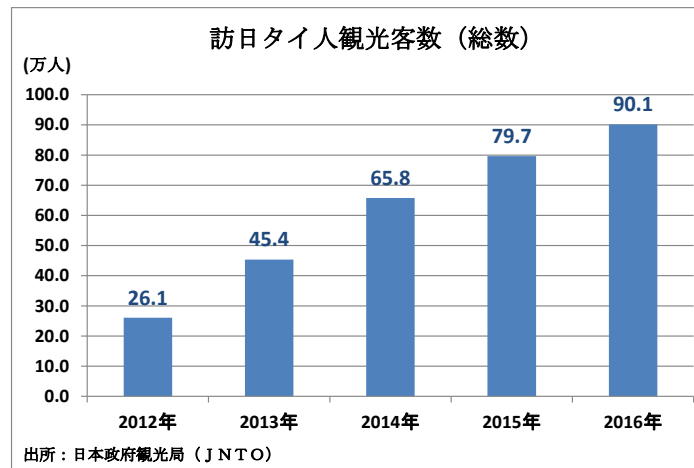
初めてタイへ旅行や出張で訪れた際、日本産の食品や日本食レストランの多さに驚かれた方も多いのではないのでしょうか。

日本人が多く住む、スクンビット地区はもちろんのこと、サイアムパラゴンやセントラルといった現地百貨店等においても、多くの日本食レストランや、豊富な日本産食品を見ることができます。

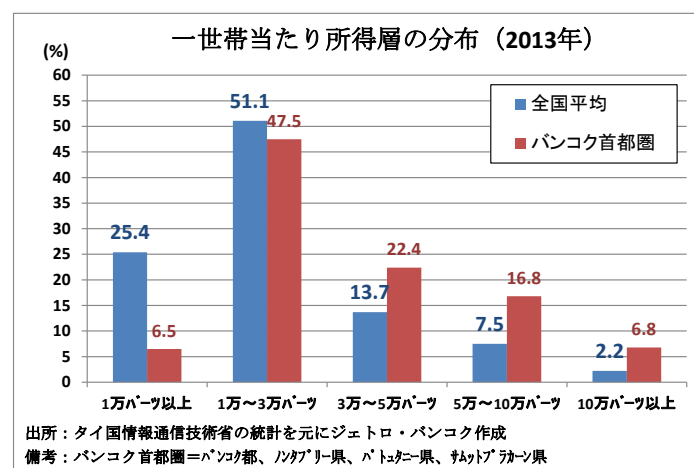
ジェトロが行った「日本食品に対する海外消費者アンケート調査（バンコク編）」では、「一番好きな外国料理は？」の質問に、日本料理が66.6%と、2位の中華料理の12.8%に大きな差をつけて1位になっており、日本食を好きな理由には、「味の良さ」や「健康に配慮」などがあげられています。



近年では、タイ人に対する訪日観光などを目的とした短期滞在ビザ免除や、LCC（ローコストキャリア）の普及等により訪日観光客数が2012年から2016年では約4倍にも増え、富裕層だけでなく多くの中間所得層が日本を訪れ、日本食に親しむ機会が増えていることも、大きく影響しているのではないのでしょうか。



日本産の食品は、輸入コストに伴い値段が高くなるため、主な購入層は、タイ人の中でも月当たり所得が10万バーツ（3,000ドル）以上の富裕層や5～10万バーツ（1,500～3,000ドル）のアップーミドル層となっていますが、更なる日本産食品の普及には、コストの削減により、ローワーミドル層にも広げることが重要になってきます。



年間通じて高温多湿のタイでは、青果物や鮮魚等の鮮度を維持するために温度管理が必須となりますが、高コストの航空便で送るのが一般的であった冷蔵品についても、最近では、冷蔵技術や輸送技術の進展等により、品質等を維持しつつ、冷凍コンテナによる低コストでの輸送が可能になってきています。

バンコクで日本から加工食品用抹茶の輸入販売等を行っている県内事業者の方から、日本産食品の販売等について、お話を伺いました。

○アジアでは緑茶飲料をはじめ加工食品用抹茶のニーズが高まっているため、東南アジアの拠点としてタイに進出をした。

○タイでは、価格面での要求が予想以上に強いため、品質面で優れている日本産の抹茶を、中国など価格の安い商品と、どのように差別化していくかが重要になってくる。

○加工食品用の抹茶は、関税の割当品目になっており、関税割当外では90%もの高い関税がかけられるが割当量が少ないので、タイ政府には、関税割当総量をもっと増やすなどしてほしい。

なお、ジェトロバンコク事務所の食品担当者の方からは、輸入した加工食品用抹茶が、タイで砂糖など他の食品と混ぜて使われるのであれば、予め日本で混ぜて輸出することにより、関税割当品目からはずし高い関税を避けることができるのではないかと、この話もありました。

一方、日本食レストランに関して、毎年、店舗数が増え続けており、2016年7月時点で、2,713店と4年前に比べ約1,000店以上増えているものの、伸び率は減少しつつあり、内訳は新規出店数約300店に対し、撤退店舗数は約200店と、競争が大変厳しくなっています。

(表) タイにおける日本食レストラン数の推移

	バンコク	地方	全国計	純増数 (増加率)
2012年6月(2012年度)	1,128	548	1,676	369 (28.2%)
2013年6月(2013年度)	1,241	565	1,806	130 (7.8%)
2014年6月(2014年度)	1,553	721	2,274	468 (25.9%)
2015年6月(2015年度)	1,728	891	2,619	345 (15.2%)
2016年7月(2016年度)	1,753 (新176退151)	960 (新121退52)	2,713 (新297退193)	94 (3.6%)

(出所：ジェトロ・バンコク事務所及びJROタイ支部による共同調査)

このため、富裕層をターゲットに、高級生鮮食材を日本から空輸し本格的な日本料理を提供するレストランや、ターゲットをミドル層まで広げるため、原材料の大部分をタイ国内で調達し、決め手となるタレなど一部のみ日本産を使いコストを抑えるなどし、差別化を図っているレストランもあります。また、フリー雑誌やSNSを活用した広告記事を掲載したり、クーポンや食べ放題など、集客にも様々な工夫がみられます。

飲食店の運営等について、バンコクで蕎麦等和食レストランを運営している県内事業者の方から、話を伺いました。

- 蕎麦など日本の食文化を広げるためタイに進出した。メニューは現地で決定しているが、日本の味を守るようにしている。
- 進出当初は、蕎麦に合う水探しに苦労した。タイでは日本食が人気で、最近の健康志向もあり、ざる蕎麦なども売れている。
- レストランをタイで運営する場合、過半数以上のタイ資本が入る必要があり、パートナー選びが大変重要。資本関係上、パートナー企業の意見が強くなる傾向にあり、日本側の意見が通らない場合もあるため、タイ政府には、資本制限を緩和してもらいたい。

タイにおける食品市場において、様々な課題はあるものの、日本食の人気は高く、進出等をご検討されている県内事業者の方もお見えになると思います。

バンコク産業情報センターのあるジェトロバンコク事務所では、タイ最大の食品見本市「ThaiFex」に、日本パビリオンを出展していますので、こうした展示会を活用してみてもいかがでしょうか。

また、食品関係の専門家もいますので、ご相談がありましたら、バンコク産業情報センターまでご連絡ください。

本資料は、参考資料として情報提供を目的に作成したものです。

バンコク産業情報センターは資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。

本情報の採否は読者の判断で行ってください。

また、万一不利益を被る事態が生じましても当センター及び愛知県等は責任を負うことができませんのでご了承ください。