

タイ駐在レポート

<経済>

農林水産物・食品の現状について

2016年の日本から海外への農林水産物・食品の輸出額は約7,500億円、そのうち日本からタイへの輸出額は前年比8.2%減の329億円となり、中国(含む香港)、米国、台湾、韓国に次ぐ世界第5位となっています。2011年に日本で原発事故が発生した際には、どの国よりも早く規制を緩和した経緯があるなど、タイは日本にとっては安定した輸出国であると言えます。内訳を見てみると、水産物が全体の52%、農産物が47%、林産物が1%となっています。タイには食品加工が得意な企業が多いこともあり、日本からの農林水産物等は主に加工用原料として使用されています。

先日開催された東南アジア最大級の食品展示会である「THAIFEX-World of Food Asia 2017」では、ジェトロのジャパンパビリオンに67社・団体の参加があったそうです。当日来場していたタイ人バイヤーの話では、Made in Japanの食品は安心・安全というイメージが強く、タイを含めアジア諸国の製品に対し品質面で勝る反面、大多数のタイ人は品質を気にするほど所得的に余裕がないため、オーバークオリティな高級食品となり、価格が商談のネックになっているとのことでした。



THAIFEX-World of Food Asia ジャパンパビリオンの様子

買力はさほど高くないため、内容量を少なくする、品質を多少落とす、現地OEM先を探す等の方法によって、単価を下げてターゲット層を広げるといった工夫が必要のようです。

また、人口に目を向けると、タイは6,573万人(2015年時点)と日本の約半分で、日系企業がターゲットにできると言われる中上流層以上(月収30,000バーツ以上、約90千円)は561万人程度しかいないため、先細りする日本国内の市場をタイ一国では補うことはできないと言えそうです。したがって、今後の経済発展が見込め、人口規模も大きいカンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナムなどのタイ周辺諸国への進出を見据えた海外進出戦略も必要になると考えられます。

タイ向け農林水産物・食品輸出額上位10品目推移

	2013年	2014年	2015年
1位	かつお・まぐろ類 97億円	かつお・まぐろ類 93億円	かつお・まぐろ類 74億円
2位	豚の皮 37億円	豚の皮 59億円	さば 46億円
3位	いわし 34億円	さば 27億円	豚の皮 43億円
4位	さば 26億円	ソース混合調味料 13億円	ソース混合調味料 15億円
5位	さけ・ます 14億円	さけ・ます 13億円	さけ・ます 13億円
6位	ソース混合調味料 12億円	牛・馬の皮 9億円	いわし 11億円
7位	牛・馬の皮 9億円	真珠 7億円	牛・馬の皮 10億円
8位	イカ 8億円	イカ 7億円	牛肉 7億円
9位	真珠 6億円	小麦粉 5億円	イカ 6億円
10位	小麦粉 5億円	アルコール飲料 4億円	真珠 6億円

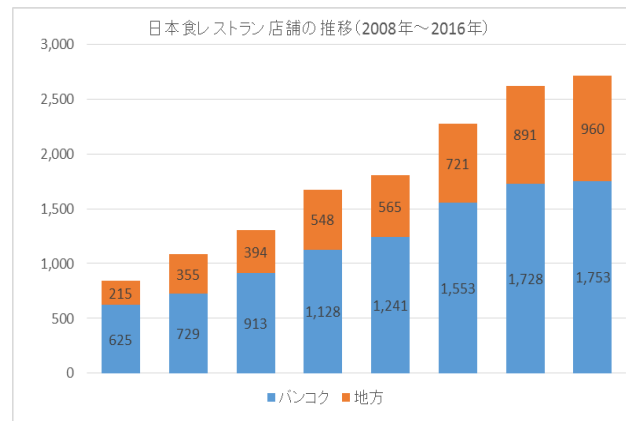
出展:農林水産省

タイは、輸入品に対する関税が全般的に高い国ということもありますが、日本から輸入された食料品をタイで購入すると日本の2~3倍の価格になります。例えば日系の某大手食品メーカーのカップラーメンは、日本からの輸入品は150バーツ(約450円)ですが、同メーカーの現地OEM商品(相手先企業の商標をつけて販売される商品)は15バーツ(45円)で販売されています。タイの平均世帯所得は26,915バーツ/月(81千円)と、購

<生活>

日本食レストランの現状

日本食レストランはバンコク都内だけでも 1,753 店舗(2016 年 6 月末時点)あり、デパートやショッピングセンターの中には日本でも見慣れた有名チェーン店が出店しているほか、地方色を前面に押し出した店舗や、日本人シェフのいるイタリアンレストラン等もあり、日本の地方都市以上にバラエティ豊かです。しかし、2008 年から 2015 年までは毎年 200 店舗以上増加していた日本食レストランも昨年は 94 店舗の増加に留まり、新規出店も一服感があります。



出典：ジェトロバンコク

2016 年 6 月末時点の日本食レストラン 2,713 店舗の内訳を日系資本、タイローカル資本で分けると、日系資本による運営は 500 店舗弱しかなく、下図の通りセントラルグループに代表されるタイ大手資本による運営が大多数を占めます。日本人 2~3 名で店舗運営をしている日系資本にとっては、数店舗の出店が限界なのかもしれません。

タイ有名チェーン店

事業者名	店舗数	出店ブランド
セントラル・レストラン・グループ	600 店舗	ケンタッキーフライドチキン、ペッパーランチ、吉野家、大戸屋、てんや、かつや、ちゃぶ屋とんこつらあめん
MKレストラングループ	400 店舗	やよい軒、豚コツラーメン Hakata、鉄板焼き宮崎
フジグループ	130 店舗	Fuji レストラン、カレー老番屋
ノブルレストラン・グループ	12 店舗	モーモーパラダイス、鍋ぞう PREMIUM
S&Pグループ	10 店舗	まい泉、梅の花
インパクト・エキジビジョンマネージメント	10 店舗	つぼ八、伊藤課長、らーめん・餃子 大正亭

店舗形態としては「すし」、「とんかつ」などの専門店もありますが、ジャンルを問わずメニューを提供している店舗が主流のようです。これには、日本食レストランは数こそ多いものの、タイ人のローミドル以上(月収 15 千バーツ、約 45 千円)の利用頻度は月 1 回程度で、それ以上の収入があっても平均月 2~3 回の利用と、利用頻度はそこまで高くなく、様々なジャンルの日本食を一度の機会を楽しみたいというニーズが高いという背景があります。一般的なタイ人にとって日本食レストランを利用する感覚は、日本人が週末に家族でファミレスに行き、それぞれが好きな食べ物を注文する感覚に近いのかもしれませんが。一方で、タイ人訪日観光客の増加に伴い、日本で食べた日本食の味をタイ国内で求めるタイ人も増えており、

高級デパートが軒を連ねるチットロム地区には、1人当たりの予算が10千バーツ(約3万円)を超える高級日本食レストランも存在するなど、タイの日本食レストランにおいても大衆店と高級店の2極化が進んでいると言えます。

私見になりますが、日系が運営するレストランでも繁盛している飲食店は日本人客よりも、タイ人客の方が多いと感じます。日本食レストランに限らずここ数年で日系企業の数が急激に増加したタイにおいては、日本人・日系企業だけをターゲットに現地でビジネスを行うことは難しくなっていると見え、これからタイへ進出を検討する企業には以前よりも入念な事業計画を立てることが求められると考えられます。



Fuji グループが運営する Fuji レストラン



同グループ運営の Cocolichibanya 壺番屋

タイ国内の展示会情報 (2017年7月～2017年8月)

B I T E C

名 称	期 間
FAST Auto Show Thailand 2017 自動車展示会	6月28日～7月02日
GFT 2017 衣類および繊維関連	7月05日～7月05日
Pu Tech Asia 2017 2nd ポリウレタン製品	7月11日～7月12日
Thailand Franchise & Business 2017 フランチャイズビジネス	7月13日～7月16日
TILOG-LOGISTIX 2017 運送技術	8月16日～8月18日
ASEAN Ceramics セラミック関連商品、技術	8月31日～9月02日

I M P A C T

名 称	期 間
Mid Year Sale 2017 家具	7月08日～7月16日
Sports World Expo 2017 スポーツ用品展	7月26日～7月30日