

タイへの農林水産物・食品の輸出 に関するカントリーレポート

2024年3月
タイ輸出支援プラットフォーム

目次

1 .はじめに(ブリーフィング、動画、規制・手続き情報のご案内)	P.2
2 .タイの基本情報	P.3-4
3 .日本からタイへの輸出状況	P.5-9
4 .タイ人の食生活と嗜好	P.10-12
5 .タイの経済情報	P.13-16
6 .日本食レストラン（飲食）	P.17-22
7 .小売	P.23-28
8 .飲食・小売・ECの近年のトレンド	P.29
9 .日本産食品・食材の流通	P.30
10 .日本産食品を売り込むためのポイント	P.31-36
11 .JETROの取組み	P.37-51
12 .参考資料・データ	P.52-54

- ブリーフィング（オンラインを含む）では、より詳細なご説明が可能です。
- また、動画も作成しておりますので参考になさってください。
- 輸入規制や手続きについては別途資料をまとめています。

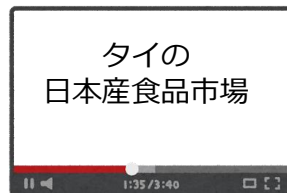
ブリーフィング



<https://www.jetro.go.jp/services/coordinator>

- 最寄りのジェトロから申込み。
- オンラインで1時間程度面談。タイ市場の状況や規制について解説。

参考動画



<https://youtu.be/3WNXu2A5y1c>

- 2021年4月時点のタイの食品市場の様子等を動画で配信。



輸入規制・手続き情報



<https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/th.html>

- 輸入規制や手続き等は上述URLから「輸入規制・手続きを知りたい」で解説。



邦人数：72,308人（在タイ日本国大使館、2023年）

特にスクンビット通りに集中

タイ王国について

国名：タイ王国

※1939年制定、「タイ」とは「自由」という意味。

国王：ラーマ10世

国土：約51万3千km²

※日本の約1.3倍。人口密度は約128.8人/1km²で、

日本は約336.5人/1km²。広大で平坦な国土・農地と温暖な気候が特徴。一方、北部は山岳地帯。

タイの人口：約6,605万人

首都バンコクの人口は、約547万人
(タイ内務省、2024年)

首都：バンコク

※タイ語ではクルンテープ（天使の都）と呼ぶ。
面積は1,565km²で東京都の約4分の3である。

全国に77の県がある。

年間平均気温：29℃

※11月～2月乾季、3月～5月暑季、6月～10月雨季。

言葉：タイ語

宗教：仏教93.5% イスラム教5.4%

通貨レート：1バーツ=4.09円

※2024年1月29日現在



サイアムエリア
(ラマ1世通り)

王宮、エメラルド寺院

シーロムエリア
(シーロム通り)



ドンムアン国際空港 (中心地から約20km)
アユタヤ県 (バンコクから約70 km)



アソークエリア
(スクンビット通り)

トンローエリア
(スクンビット通り)

スワンナプーム国際空港
(中心地から約23km)

日本からの農林水産物輸出額

○ 2023年のタイ向け農林水産物・食品の輸出額は、511億円（世界第8位、対前年比+0.9%）

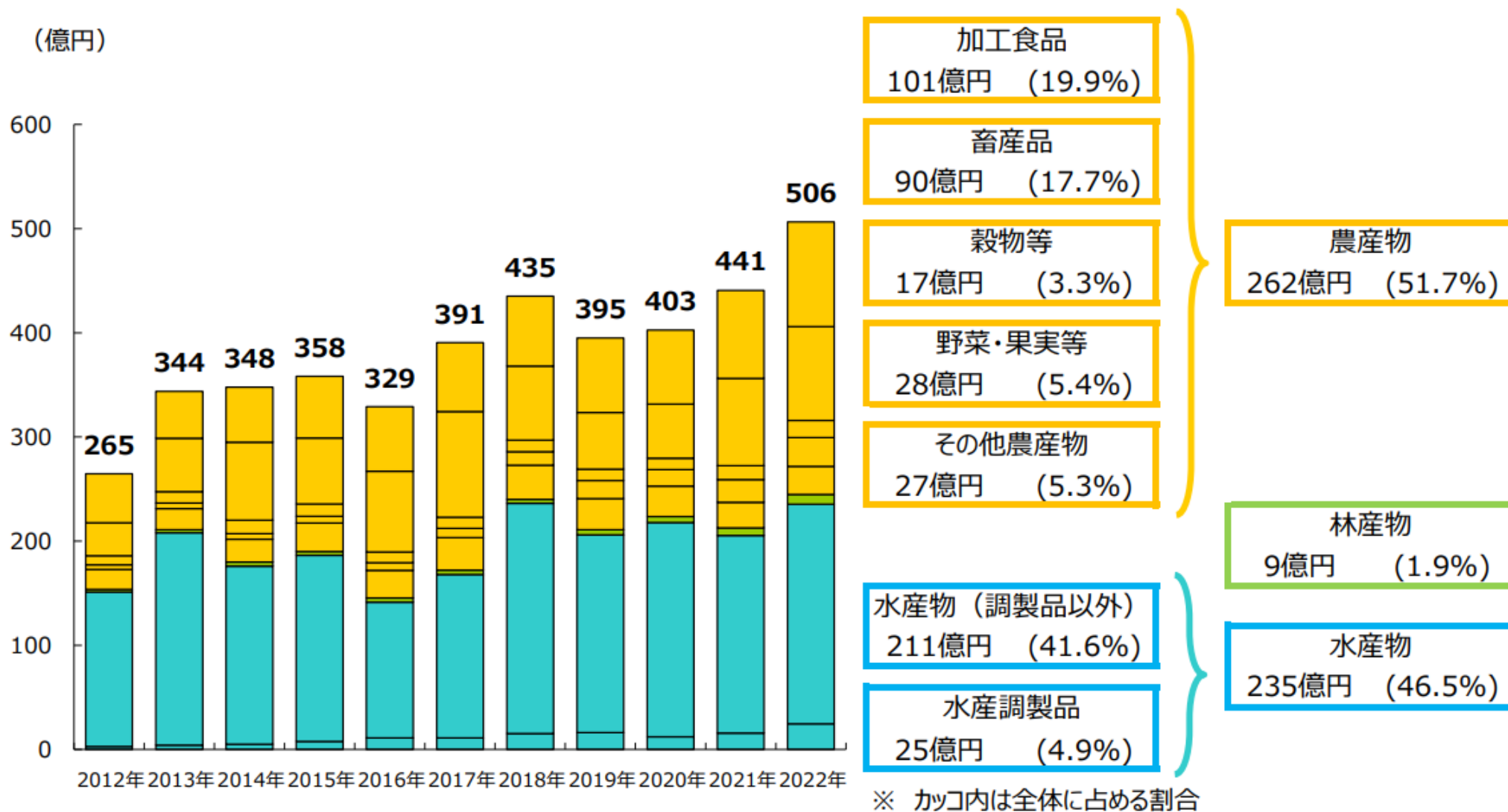
（単位：億円）

順位	国名・地域	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	前年比
1位	中華人民共和国	899	1,008	1,338	1,537	1,639	2,224	2,783	2,376	▲14.6%
2位	香港	1,853	1,877	2,115	2,037	2,061	2,190	2,086	2,365	13.4%
3位	アメリカ合衆国	1,045	1,116	1,176	1,238	1,188	1,683	1,939	2,062	6.4%
4位	台湾	931	838	903	904	976	1,245	1,489	1,532	2.9%
5位	大韓民国	512	597	635	501	411	527	667	761	14.1%
6位	ベトナム	323	395	458	454	537	585	724	697	▲3.7%
7位	シンガポール	234	261	284	306	295	409	554	548	▲1.1%
8位	タイ	329	391	435	395	401	441	506	511	0.9%
	世界（計）	7,502	8,071	9,068	9,121	9,860	12,382	14,140	14,547	2.9%

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

タイ向け農林水産物・食品の輸出額及び品目別内訳

○ 2022年の輸出額は506億円（世界8位、前年比 +14.9%）



タイ向け農林水産物・食品の輸出額及び品目別内訳

○ 輸出額上位品目は、いわし、豚の皮、さば。2022年はかつお・まぐろ類が大きく減少。

タイ向け農林水産物・食品輸出上位10品目

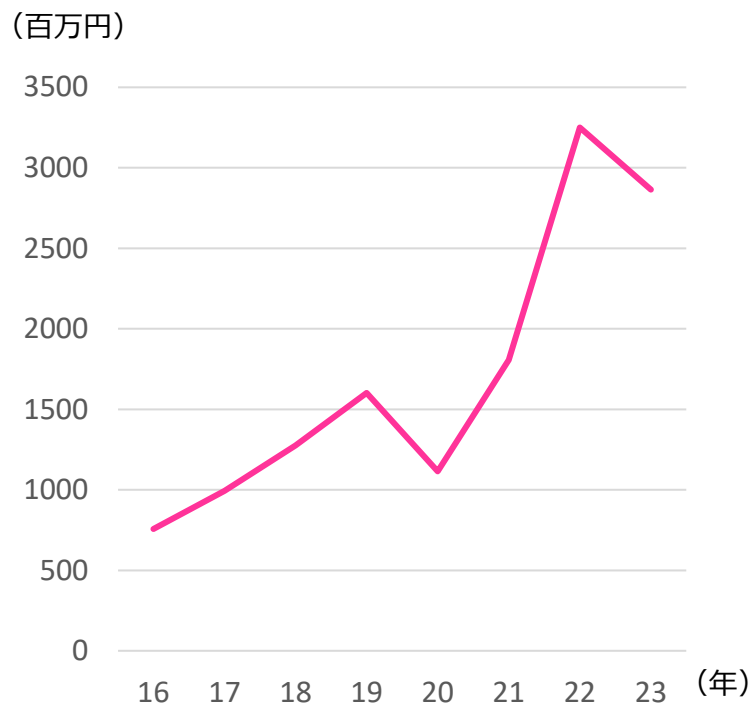
	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
1	かつお・まぐろ類 77億円	かつお・まぐろ類 97億円	かつお・まぐろ類 93億円	かつお・まぐろ類 74億円	豚の皮 61億円	豚の皮 80億円	かつお・まぐろ類 95億円	かつお・まぐろ類 62億円	かつお・まぐろ類 96億円	かつお・まぐろ類 77億円	いわし 60億円
2	豚の皮 23億円	豚の皮 37億円	豚の皮 59億円	さば 46億円	かつお・まぐろ類 39億円	かつお・まぐろ類 66億円	豚の皮 48億円	さば 35億円	豚の皮 32億円	豚の皮 54億円	豚の皮 45億円
3	さば 21億円	いわし 34億円	さば 27億円	豚の皮 43億円	さば 33億円	さば 27億円	さば 39億円	いわし 35億円	いわし 32億円	いわし 33億円	さば 35億円
4	さけ・ます 15億円	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	ソース混合調味料 14億円	いわし 18億円	いわし 33億円	豚の皮 28億円	さば 31億円	さば 27億円	牛肉 32億円
5	ソース混合調味料 12億円	さけ・ます 14億円	さけ・ます 13億円	さけ・ます 13億円	さけ・ます 13億円	ソース混合調味料 15億円	ソース混合調味料 15億円	牛肉 16億円	ソース混合調味料 14億円	牛肉 18億円	かつお・まぐろ類 31億円
6	いわし 11億円	ソース混合調味料 12億円	牛・馬の皮 9億円	いわし 11億円	いわし 11億円	さけ・ます 13億円	牛肉 13億円	ソース混合調味料 15億円	牛肉 11億円	ソース混合調味料 16億円	ソース混合調味料 18億円
7	いか 7億円	牛・馬の皮 9億円	真珠(天然・養殖) 7億円	牛・馬の皮 10億円	牛肉 8億円	牛肉 10億円	さけ・ます 11億円	さけ・ます 11億円	さけ・ます 9億円	ペプトン等 10億円	アルコール飲料 15億円
8	牛・馬の皮 6億円	いか 8億円	いか 7億円	牛肉 7億円	ホタテ貝 7億円	牛・馬の皮 7億円	キャビア及びその代用物 8億円	キャビア及びその代用物 9億円	ペプトン等 8億円	アルコール飲料 9億円	さけ・ます 15億円
9	菓子(米菓を除く) 6億円	真珠(天然・養殖) 6億円	小麦粉 5億円	いか 6億円	牛・馬の皮 6億円	アルコール飲料 6億円	アルコール飲料 7億円	アルコール飲料 8億円	アルコール飲料 6億円	かんしょ 8億円	ホタテ貝 12億円
10	小麦粉 4億円	小麦粉 5億円	アルコール飲料 4億円	真珠(天然・養殖) 6億円	アルコール飲料 5億円	配合調製飼料 6億円	配合調製飼料 6億円	ホタテ貝 8億円	キャビア及びその代用物 5億円	さけ・ます 7億円	キャビア及びその代用物 11億円

※ 2022年「牛肉」の金額は加工品を含む金額（2021年以前は加工品を含まない）

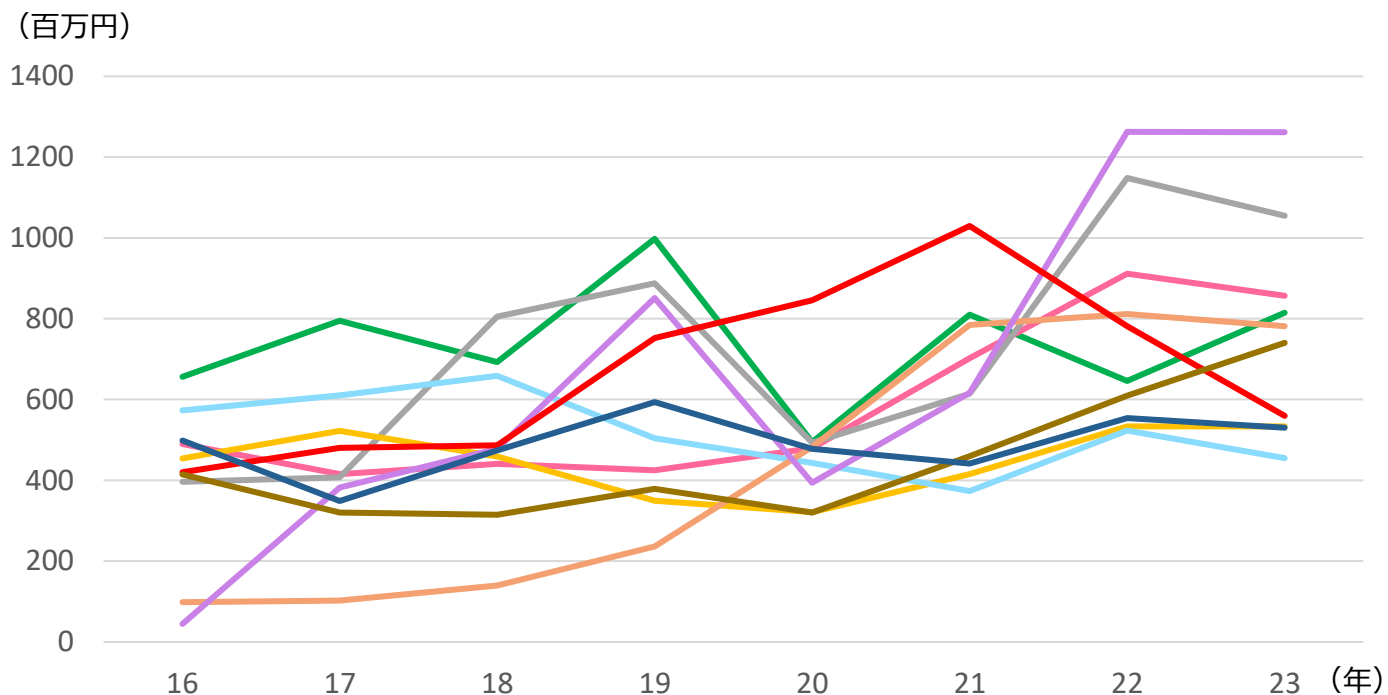
※ ソース混合調味料・・・ソース、たれ、ドレッシング、カレー調製品等の調味料

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

日本からタイへの農産品・食品輸出額 (常に上位10位に入る品目除く)



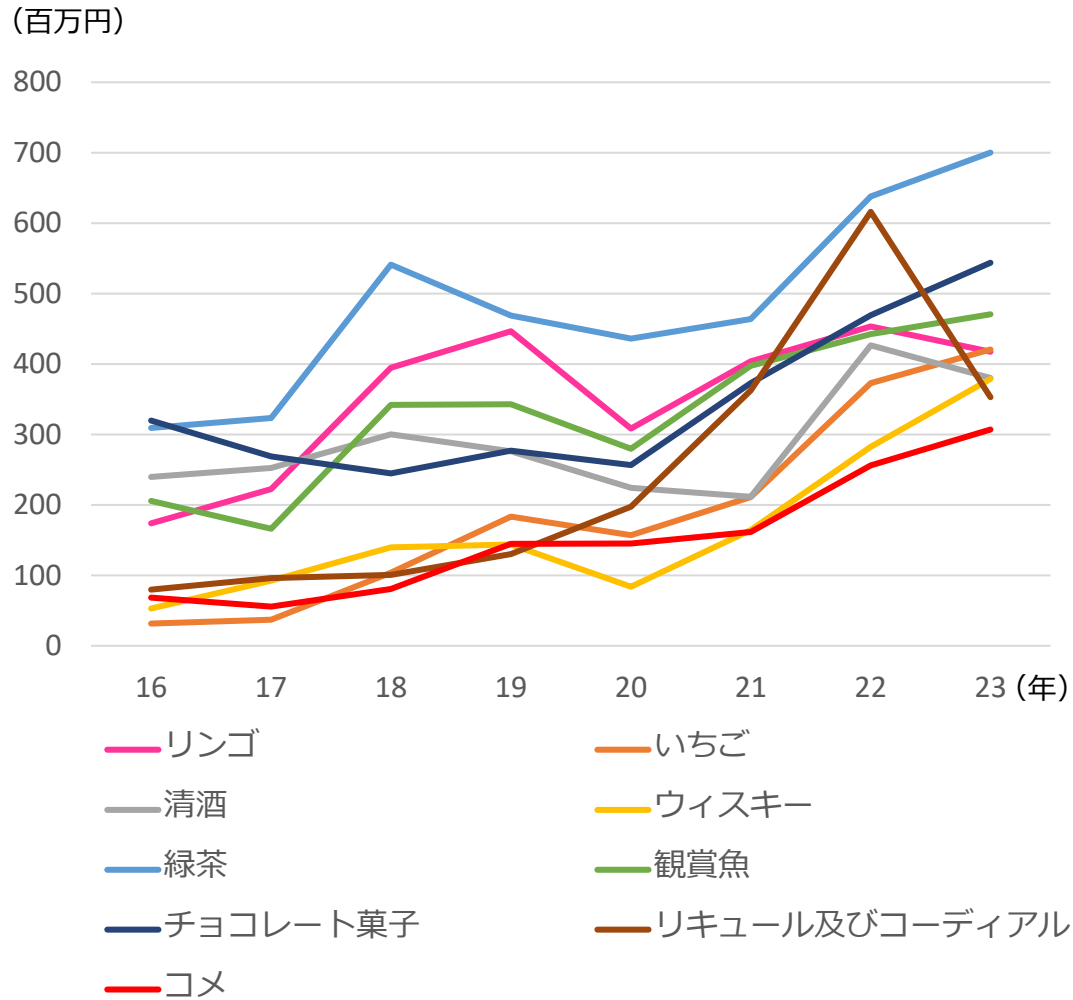
— 牛肉



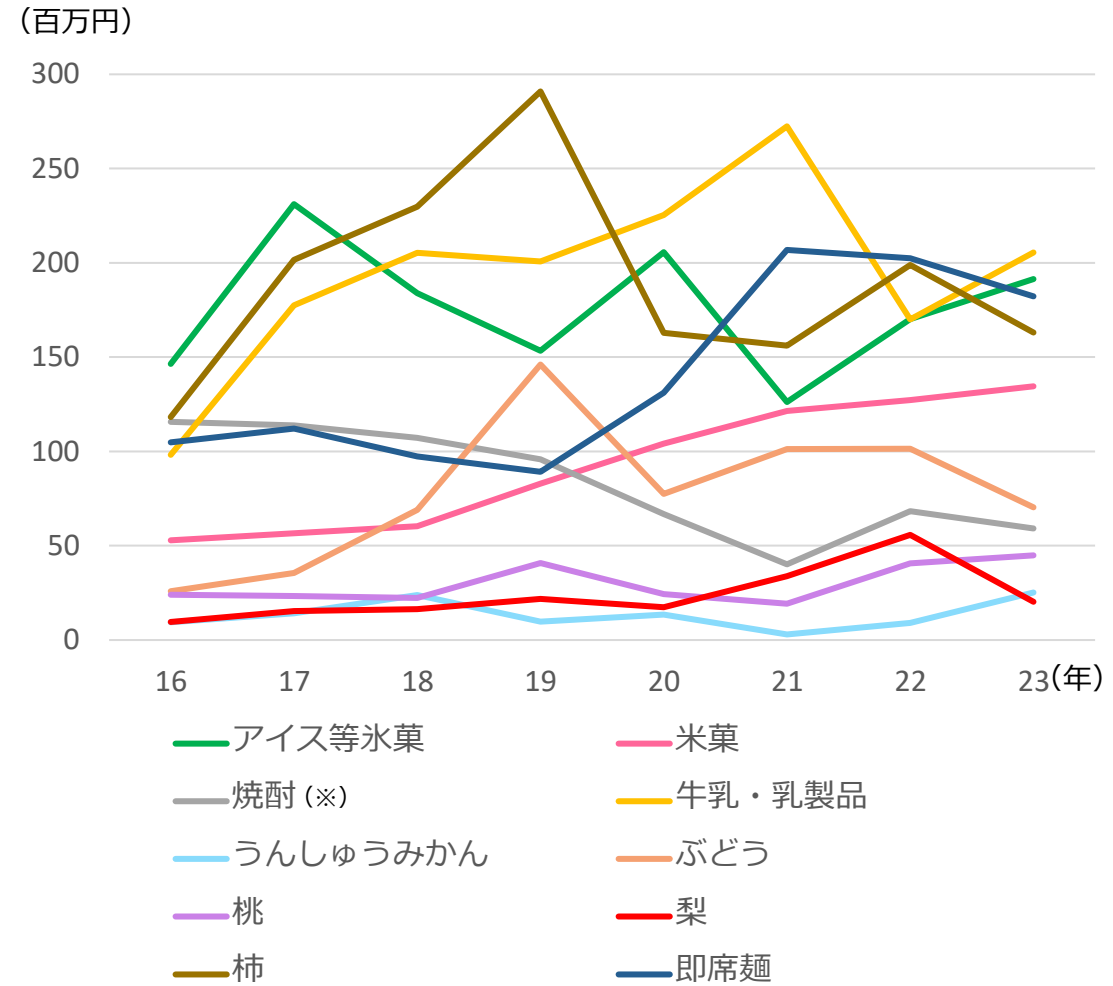
- 牛・馬の皮
- 真珠
- キャビア及びその代用物
- 小麦粉
- 配合調製飼料
- かんしょ
- ホタテ貝
- ペプトン等
- 菓子 (米菓を除く)
- いか (※)

出所：財務省貿易統計をもとにジェトロ・バンコク事務所作成
(※) いかは2016と2017以降でHSコードが異なる

日本からタイへの農産品・食品輸出額①



日本からタイへの農産品・食品輸出額②



出所：財務省貿易統計をもとにジェトロ・バンコク事務所作成

(※) 焼酎は2022以降でHSコードが異なる（泡盛を含む）

- 日本料理はタイ料理に次いで人気。大型商業施設には必ず日本食レストランがある。
- 一日当たりの飲食代平均は352.62バーツ（1,347円）。日本食レストランは高級価格帯に入るものも多い。

Q.一番好きな料理は？

タイ料理	93.13%
日本料理	38.35%
中華料理	19.71%
韓国料理	10.22%
イタリア料理	7.20%
フランス料理	3.03%
その他	5.89%

【参考】一日当たりの飲食代 (バンコク)

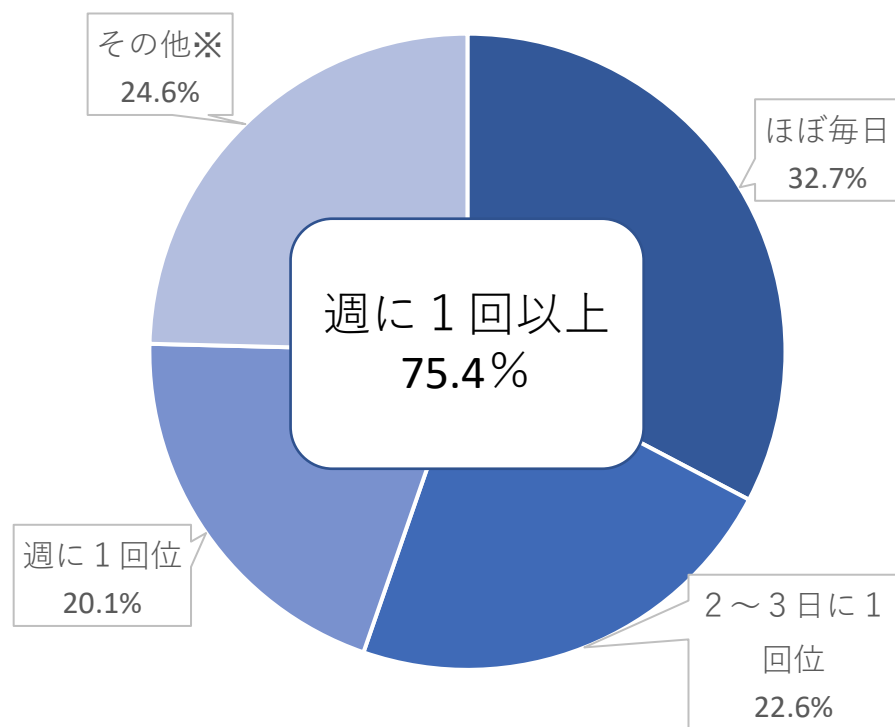
100～299バーツ	46.01%
300～499バーツ	30.31%
500～699バーツ	13.77%
700バーツ以上	8.40%
100バーツ以下	1.51%

一日当たりの飲食代の平均
352.62バーツ（約1,347円）

出所：タイ・アサンブション大学「AU POLLバンコク居住者の飲食行動調査」、調査時期：2017年6月
通貨レート：1バーツ=3.82円（2022年12月26日現在）

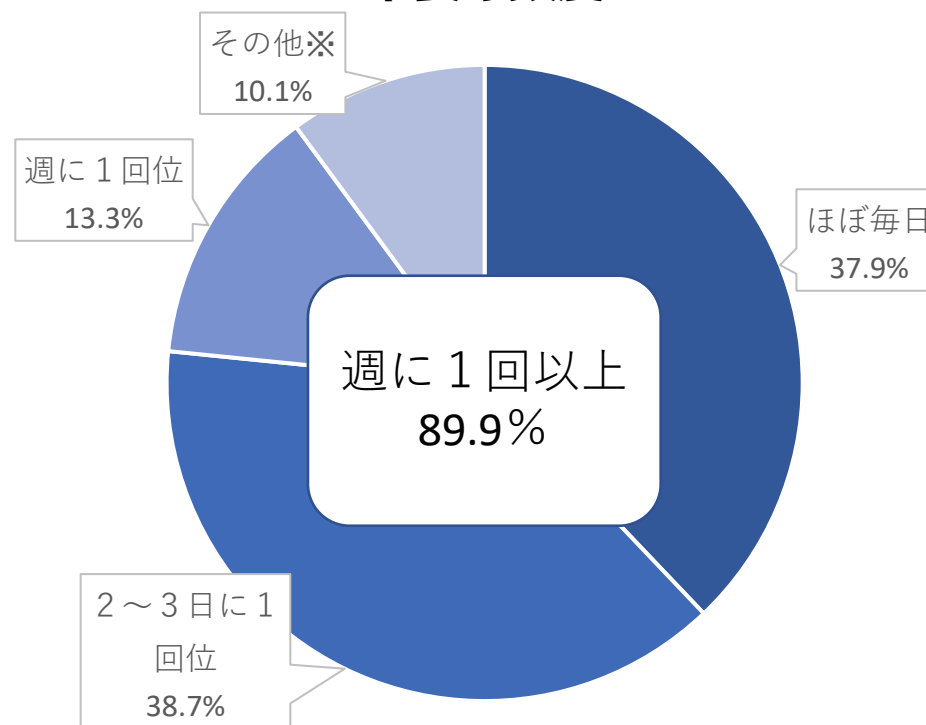
- 外食・中食の割合が高い。家庭での調理はほとんどせず、しても電子レンジ程度の調理が多い。
- タイ人向けアパートにはキッチンがないところも・・・。
- 富裕層を中心に家庭での調理を行う者も出てきているが、日常食ではなくお菓子等の“エンジョイクッキング”が中心。

外食の頻度



(※) 「月に2～3回くらい」「月に1回位」「年に数回位」「ほぼない」の回答者割合の合算

中食の頻度



中食（なかしょく）：惣菜や弁当などの調理済み食品を買って帰り、自宅等で食べること。

出所：山田コンサルティンググループ(株)「タイ生活者の食に関する調査レポート2019」

https://www.yamada-cg.co.jp/contents/international_business/column.html?id=16

2018年10月9日～10月23日の期間に20～50第男女1,433名にインターネット調査

- 甘辛酸。はっきりした味を好む。
- タイ人が定期的に食べる主食に関する好みの味（6歳以上人口）は、無味38.4%、辛味26.2%、甘味14.2%、塩味13.8%、酸味4.8%、その他の2.6%。
- 食べる前に加える調味料（6歳以上人口）については、ナンプラーや醤油69%、砂糖40%、唐辛子38%、酢唐辛子26.9%、塩4.6%。



写真：ジェトロ・バンコク事務所撮影

出所：The 2017 food consumption behavior survey (NSO)

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

タイ全国における一世帯当たり所得層の分布（2022年）

- 富裕層やアッパーミドルはバンコク及び近郊に集中
- バンコク周辺部と地方の所得格差は大きい

所得層	月当たり所得	全国平均	バンコク 首都圏	中央部	北部	東北部	南部
		66.1 百万人	9.4 百万人	13.5 百万人	12 百万人	21.8 百万人	9.5 百万人
低所得層	1万バーツ以下	18.4	4.0	14.7	28.3	26.7	18.2
中間層	10,001～30,000バーツ	53.2	47	54.8	53.1	55.7	56
中上流層	30,001～50,000バーツ	17.1	27.3	19.1	12	11	15.8
上流層	50,001～100,000バーツ	9.1	16.8	9.6	5.6	5.2	8.2
富裕層	100,001バーツ以上	2.3	4.9	1.8	1.1	1.5	1.9
	合計(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

出所：タイ国国家統計局、人口についてはDigital Government Development Agency

備考：バンコク首都圏＝バンコク都、ノンタブリー県、パトゥムタニー県、サムットプラカーン県

合計（%）はラウンドにより必ずしも100にならない

通貨レート：1バーツ＝3.82円（2022年12月26日現在）

タイの訪日旅行者数の推移

- 年間最大の旅行シーズンはソンクラーン（タイ正月、4月中旬）の休暇。
- 2019年のタイ人訪日旅行者数は 1,318,977人で過去最高を記録し、前年比伸率は16.5%。2019年1人1回当たり旅行支出は131,457円。
- 訪日2回目以上のタイ人旅行者数は、2019年は72.2%で、2018年より5.1%増加した。
- COVID-19の影響により、2020年以降は訪日旅行者数が激減。その結果「タイで日本を楽しむ」傾向もみられる。
- 現在は訪日旅行が再開しつつある状況。

表. タイ人の訪日旅行者数の推移

年	人数（人）	伸率（%） （前年比）	1人当たり旅行支出 （円）	訪日1回目 （%）	訪日2回目以上 （%）
2010	214,881	21	143,424	39.9	60.1
2011	144,969	-32.5	144,030	38.7	61.3
2012	260,640	79.8	127,174	42.8	57.2
観光ビザ緩和 → 2013	453,642	74	126,904	39.7	60.3
2014	657,570	45	146,029	41.3	58.7
2015	796,731	21.2	150,679	36.4	63.6
2016	901,525	13.2	127,583	35.1	64.9
2017	987,211	9.5	126,569	30.9	69.1
2018	1,132,160	14.7	124,421	32.9	67.1
2019	1,318,977	16.5	131,457	27.8	72.2
COVID-19 → 2020	219,830	-83.3	*139,715	-	-
2021	2,758	** -99.8	-	-	-
2022	198,037	** -85.0	***200,682	18.0	82.0

*2020年1-3月期調査結果。2020年4月～2022年9月期の調査は、新型コロナウイルス感染症の影響により、国別・地域調査は中止。

**COVID-19の影響を避けるため、2019年実績との比較。

***国籍・地域別の結果については、従来に比べて入国者数が少ないため十分な回答数が確保できない等の理由から、標準誤差率の大きい国籍・地域もあるため、留意されたい。

出所：JNTO「訪日外客統計の集計・発表」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとにジェトロバンコク作成

表. 2011～2019年タイ人旅行者の都道府県別訪問率上位20位

単位：％

都道府県	訪問率の順 (2019年)	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
東京都	1位	60.3	55.6	56.3	55.6	57.9	54.3	55.8	52.1	49.0
千葉県	2位	7	13	10.7	12.9	51.7	48.4	50.4	48.7	46.0
大阪府	3位	22.6	24.2	28.8	22.7	26	30	30.2	28.7	28.4
京都府	4位	13.3	13.5	18.2	14.5	16.1	16.3	16.9	16.7	16.6
北海道	5位	3.8	3.6	13.3	12.7	12.9	13.5	12	14.2	13.7
山梨県	6位	7.4	16.4	15.4	10.7	12	9	11.5	13.0	10.6
愛知県	7位	10.4	10.7	6.5	10.8	7.9	7.4	8	7.7	9.4
兵庫県	8位	2.5	4.6	5.6	4	5.8	8.2	6.3	6.1	5.9
神奈川県	9位	10.0	16.5	11.1	11.7	9.8	9.8	8.4	6.6	5.8
奈良県	10位	3.4	4.8	6.2	4.9	3.8	5.3	4	5.4	5.7
岐阜県	11位	4.5	4.6	3.9	2.9	3.1	4.2	4.6	4.4	5.0
福岡県	12位	7.4	5.9	4.3	5.5	7.9	8.2	6.2	3.8	4.8
長野県	13位	4.1	1.2	1.8	2	3.9	2.9	3.7	3.0	4.1
静岡県	14位	7.3	3.7	2.6	7	6	5.5	4.6	2.8	3.6
栃木県	15位	2.4	5.2	6.4	4.4	6.1	6.7	4.4	3.4	3.4
埼玉県	16位	4.4	4.2	1.9	2.1	3.2	2	1.4	2.0	1.9
茨城県	17位	3.5	3.3	2	1.6	1.8	2.8	1.5	1.9	1.8
沖縄県	18位	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.4	1.5	2.7	1.8
大分県	19位	1	1.8	2.5	2.7	3.5	2.6	1.8	1.6	1.6
石川県	20位	0.0	0.8	0.7	0.6	0.7	1.1	0.7	1.3	1.4

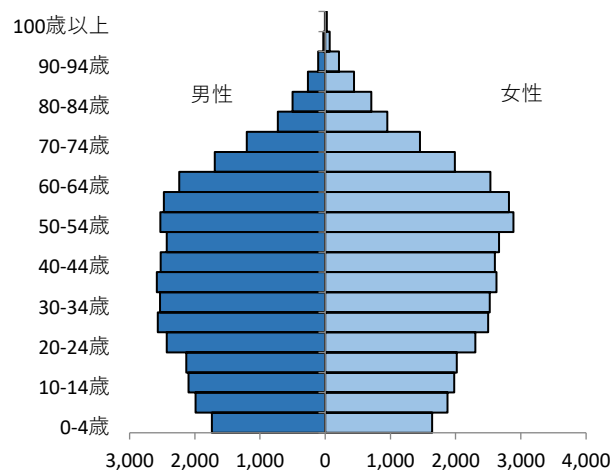
出所：JNTO訪日旅行データハンドブック <https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/datahandbook.html>
 ※新型コロナウイルス感染症の世界的な大流行により、2020年からは調査が実施されていない。

| 高齢化社会であるタイ

- タイ国の出生率は約1.5であり日本（同約1.4）と同様低い水準となっている。今後10年から20年程度でタイも高齢化社会に移行。
- 今後は、高齢者向け商品や介護商品の需要が高まることが予想されるとともに、健康意識も高まることが予想される。
- 日本と同様、高齢者向け食品や病院・介護食品の需要が高まると思われ、当該分野で先行している日本の食品加工技術が注目されている。
- またタイ人女性は美容、特に美白に拘る傾向が強いと言われており、美容を意識した機能性食品も期待。

タイ

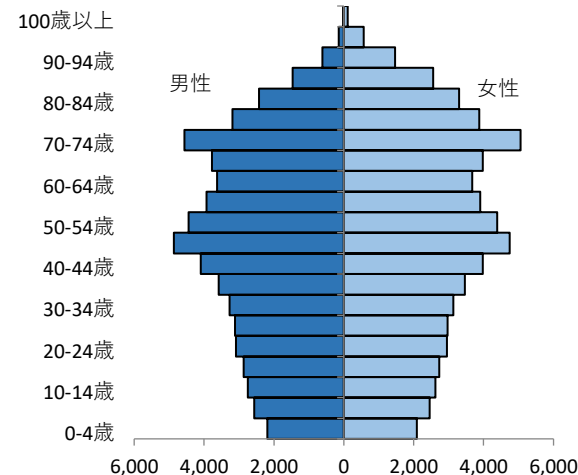
人口：6,608万人
 20歳未満：21.0%
 65歳以上：14.1%
 人口増加率(注)：0.18%



(出所)：国連人口推計（2023年）
 (注) 人口増加率：2015-2023年間の年平均増加率、
 図の単位は全て千人

日本

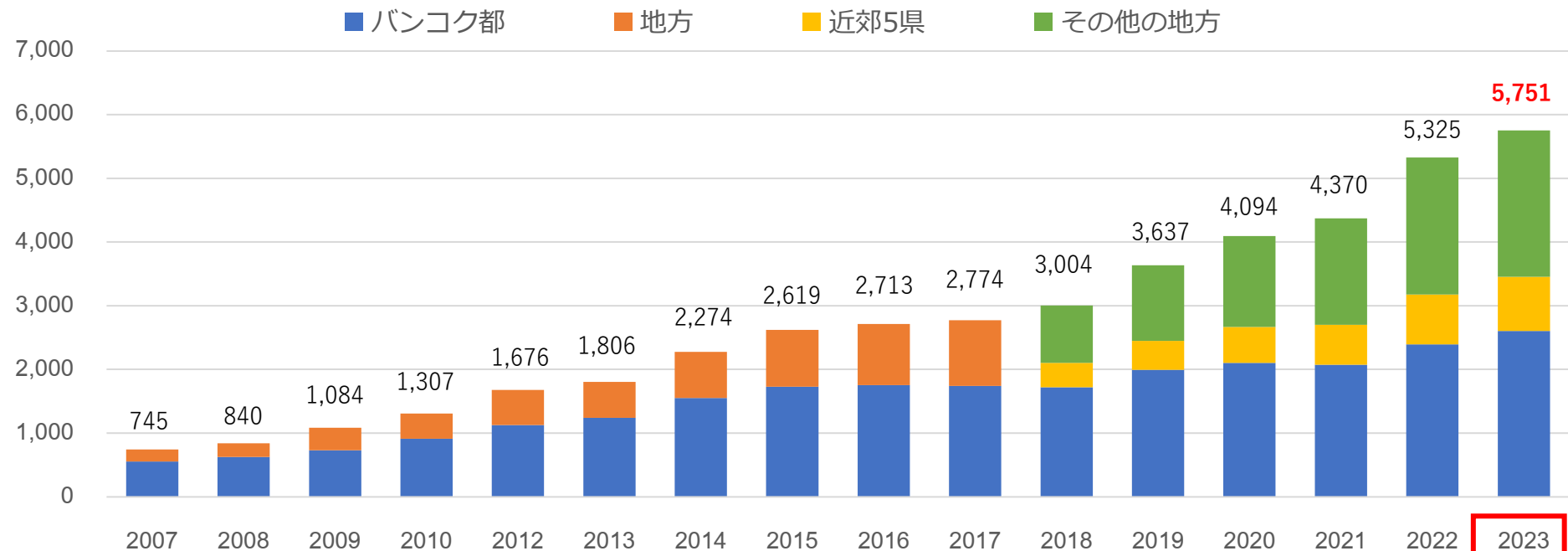
人口：1億2463万人
 20歳未満：16.0%
 65歳以上：29.3%
 人口増加率(注)：-0.23%



(出所)：総務省統計局（2023年）
 (注) 人口増加率：2015-2023年間の年平均増加率、
 図の単位は全て千人

- 2023年は5,751店舗と前年から8.0%増加。増加店舗数は426店舗。
- バンコク、バンコク近郊5県、その他の地方、全ての地域において店舗数が増加。

図. タイにおける日本食レストラン数の推移(単位：店舗)



その他の地方	190	215	355	394	548	565	721	891	961	1,034	903	1,189	1,425	1,671	2,147	2,299
近郊5県											383	455	564	626	784	850
バンコク都	555	625	729	913	1,128	1,241	1,553	1,728	1,752	1,740	1,718	1,993	2,105	2,073	2,394	2,602

備考：※ 2011年は調査を実施せず。
 ※ 調査期間は8月～11月の間で、年によって異なる。2023年は8月15日～10月31日。
 ※ 2017年以前はバンコク近郊5県とその他の地方を分けていない。
 ※ バンコク近郊5県とは、ナコンパトム、ノンタブリー、パトゥムターニー、サムットプラーカーン、サムットサーコーンを指す。
 ※ 2020年、2021年、2022年は休業中の店舗を含めていない。2023年については2022年に休業中とされていた店舗のうちウェブサイト等で営業再開時期が明示されている70店舗を含めた。

出所：ジェトロ・バンコク事務所「2023年度タイ国日本食レストラン調査」：<https://www.jetro.go.jp/thailand/topics/514564.html>

- 店舗数が一番多い寿司では、減少数が増加数を上回り4.1%減。
- ラーメン・すき/しゃぶ・居酒屋・焼肉といった、寿司・日本食に次ぐ業種の店舗数増加が目立つ。

表. 業種別店舗数まとめ(単位：店舗、増減率＝%)

業種	2021	2022	2023			
			増加	減少	合計	増減率
寿司	1,196	1,431	225	284	1,372	-4.1
日本食	1,071	1,273	197	116	1,354	6.4
ラーメン	459	611	191	61	741	21.3
すき/しゃぶ	332	386	85	18	453	17.4
居酒屋	275	369	112	44	437	18.4
焼肉	264	341	116	40	417	22.3
喫茶	227	278	71	58	291	4.7
丼専門	152	167	26	24	169	1.2
カレー/オムライス	106	141	37	20	158	12.1
洋食	114	129	24	9	144	11.6
揚げ物	94	123	23	10	136	10.6
鉄板お好み	60	55	3	10	48	-12.7
蕎麦うどん	20	21	10	-	31	47.6
合計	4,370	5,325	1,120	694	5,751	8.0

備考：※ 減少には、閉店した店舗、恒久的なデリバリーへの業態変更、メニュー変更、座席具備除外等により対象外となった店舗が含まれる。
 ※ 2021年、2022年は休業中の店舗を含めていない。2023年については2022年に休業中とされていた店舗のうちウェブサイト等で営業再開時期が明示されている70店舗を含めた。
 ※ 増減率は増加率が高い順に濃い緑色で表示。ただし蕎麦うどんは絶対数が少ないため色付けの対象外とした。

- 2023年営業確認店舗を客単価別に見ると、最も店舗数が多いのは101～250バーツ(2,040店舗)、次に、251～500バーツ(1,333店舗)。続いて、100バーツ以下(691店舗)、501～1,000バーツ(690店舗)がほぼ同数。
- 地域別に見ると、バンコク・バンコク近郊5県・その他の地方ともに101～250バーツの店舗が最も多く、251～500バーツの店舗が続く。その次に多いのは、バンコクでは501～1,000バーツの店舗、バンコク近郊・その他の地方では100バーツ以下の店舗。
- 業種別に見ると、客単価の傾向はそれぞれ異なる。

表. 営業確認店舗の客単価別内訳

単位＝店舗

客単価	全国	地域別			業種別（上位6業種）					
		バンコク	近郊	その他の地方	寿司	日本食	ラーメン	すき/しゃぶ	居酒屋	焼肉
100バーツ以下	691	187	127	377	312	95	111	13	19	10
101～250バーツ	2,040	892	340	808	334	529	427	35	96	46
251～500バーツ	1,333	694	181	458	206	377	91	217	148	128
501～1,000バーツ	690	451	83	156	152	168	3	132	75	129
1,000バーツ超	237	198	10	29	105	54	-	17	14	37
確認できず	760	180	109	471	263	131	109	39	85	67
合計	5,751	2,602	850	2,299	1,372	1,354	741	453	437	417

出所：タイのグルメレビューサイトWongnai (<https://www.wongnai.com/>)のデータを元にJETROバンコク事務所作成
備考：確認時期＝2023年8月15日～10月31日

- 店舗数は全国的に増加傾向にあり、特にバンコク近郊および地方の大都市での増加が目立つ。
- ナコンラーチャシーマー県は100店を、ウボンラーチャターニー県およびウドンターニー県は50店舗を、それぞれ突破(いずれも東北部)。2020年以降、全ての県で日本食レストランが営業されていることを確認。

図. 日本食レストランの分布

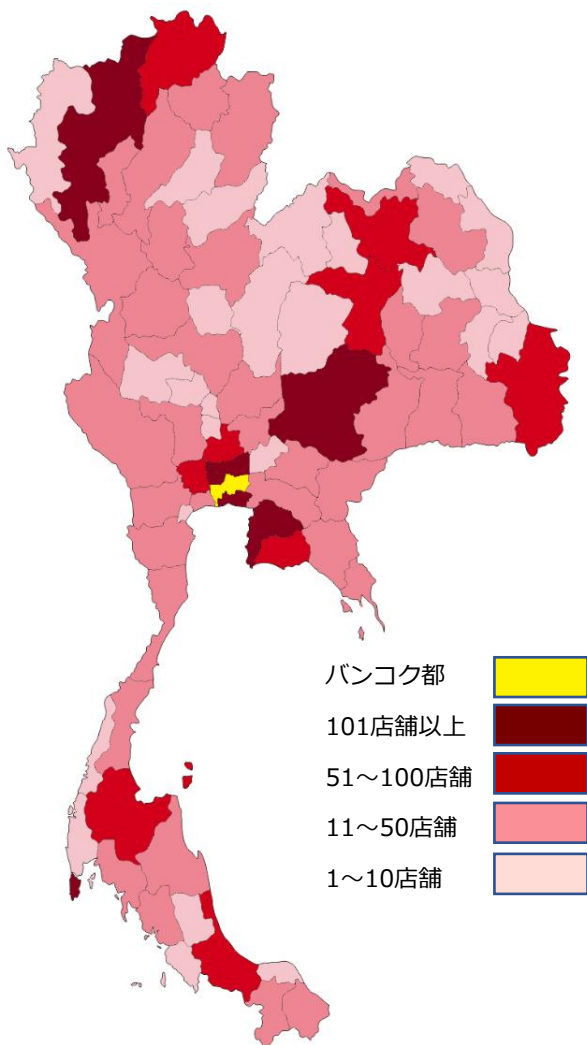


表. 各県の日本食レストラン店舗数、タイ人口、観光客数

順位	県名	2022年 (店舗数)	2023年			人口 (2022年) (万人)	観光客数 (2021年) (万人)
			増加	減少	店舗数		
1	バンコク都	2,394	461	253	2,602	549	858
2	チョンブリー県	352	59	53	358	159	232
3	ノンタブリー県	328	77	50	355	130	17
4	チェンマイ県	241	48	32	257	179	257
5	サムットプラカーン県	175	30	21	184	136	17
6	パトゥムターニー県	147	40	14	173	120	13
7	プーケット県	113	29	11	131	42	110
8	ナコンラーチャシーマー県※	87	30	14	103	263	218
9	ナコンパトム県	90	17	18	89	92	34
10	ソンクラーク県	76	18	9	85	143	48
11	コーンケン県	75	19	15	79	178	103
12	ラヨン県	68	15	14	69	76	112
13	チェンラーイ県	59	18	13	64	130	120
14	アユタヤー県	53	13	10	56	82	46
15	スラターニー県	51	8	5	54	107	46
16	ウボンラーチャターニー県※	43	18	7	54	187	64
17	ウドンターニー県※	48	10	6	52	156	56
18	サムットサーコーン県	44	10	5	49	59	6
19	プラチュアップキーリーカン県	38	8	3	43	55	187
20	ピサヌローク県	35	14	8	41	84	69
その他		808	178	133	853	3,679	1,737
合計		5,325	1,120	694	5,751	6,609	4,349

出所：タイ国人口＝タイ国内務省(2022年年末時点)、観光客数＝タイ国観光およびスポーツ省(2021年)

- 2018年と2023年を比較すると、日本食レストランの店舗数はバンコク、バンコク近郊5県、その他の地方で、それぞれ1.5倍、2.2倍、2.5倍に増加しており、全体の店舗数は1.9倍に増加している。業種別に見ても幅広い業種で店舗数が大きく増加している。
- 関係者へのヒアリングによると、タイにおいて日本食レストランは根強い人気があり、様々な課題（例：常に変化していくタイ人消費者のニーズ・トレンドへの対応、タイ地方の消費者にマッチした日本食の提案）はあるものの、今後もより多様化が進むと共に、観光地および人口が多い都市を中心に地方においてもさらに普及が進んでいくとする意見が多い。

出所： 日本食関係者へのヒアリング調査(11月1日～12月28日)、各社ウェブサイト、過去の調査結果等を元にJETROバンコク事務所作成

図. 日本食レストランの分布（2018年と2023年の比較）

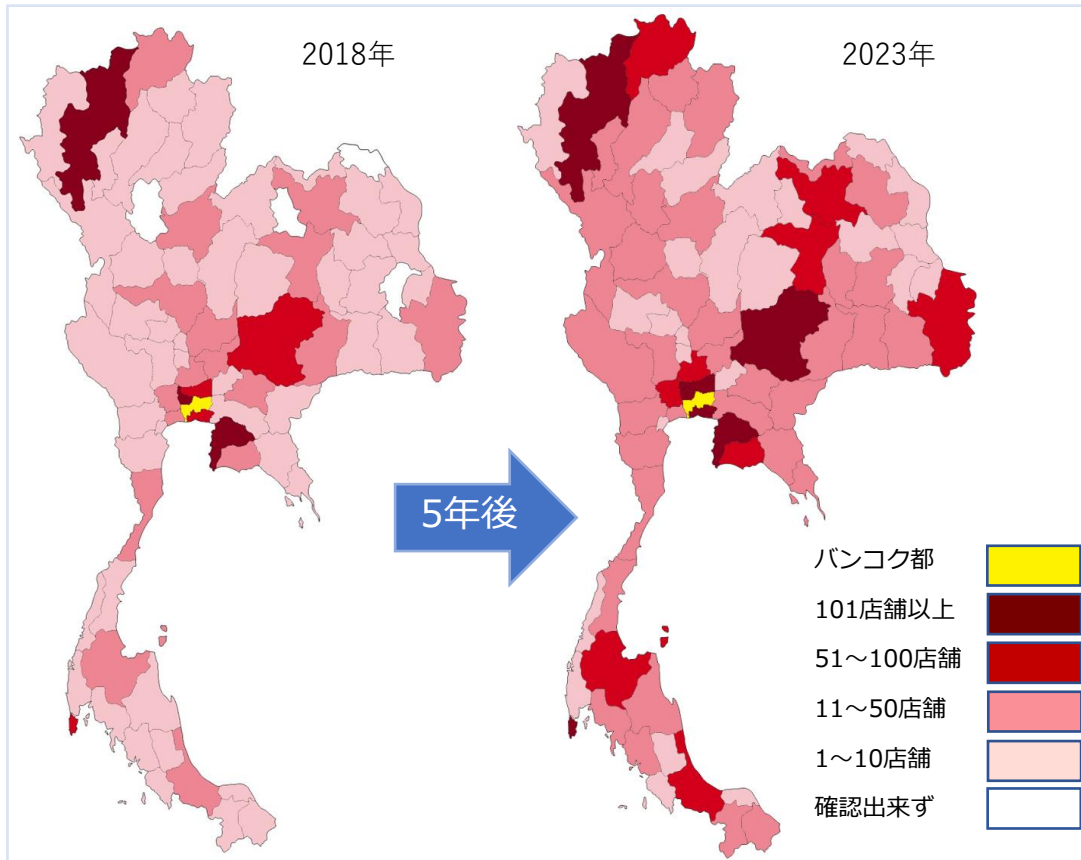


表. 業種別店舗数（2018年と2023年の比較）

単位：店舗数、増減率%

業種	2018年	2023年	増加数	増減率
寿司	454	1,372	918	202.2
日本食	749	1,354	605	80.8
ラーメン	386	741	355	92.0
すき/しゃぶ	374	453	79	21.1
居酒屋	246	437	191	77.6
焼肉	238	417	179	75.2
喫茶	84	291	207	246.4
丼専門	108	169	61	56.5
カレー/オムライス	50	158	108	216.0
洋食	81	144	63	77.8
揚げ物	64	136	72	112.5
鉄板お好み	48	48	0	0.0
蕎麦うどん	51	31	-20	-39.2
ホテル内和食	61	-	-	-
宅配	10	-	-	-
合計	3,004	5,751	2,747	91.4

備考： ※ホテル内和食業種は2020年以降他業種に統合した
 ※宅配業種は2019年以降調査対象外とした

日本食レストランの食材調達

- 日本を訪れる頻度の高い富裕層は、「日本の味」を求める。重要性は「味・雰囲気> 価格」
- 中間所得層向けのレストランはコスト重視。多くのレストランは食材の9割以上をタイ国内で調達。どうしても必要な調味料・ラーメンのスープなどは輸入している。

店舗分類	タイ人向けにアレンジ	食材調達方法
高級店(寿司、刺身)	あまりない、一部タイ人富裕層の嗜好にアレンジしているメニューもある	高級生鮮食材は日本から空輸
普及型日本食レストラン	タイ人中間所得層の嗜好にアレンジ	コスト重視で、大部分をタイ国内で調達。季節の目玉メニューとして日本産を使用する店が登場。
専門店(ラーメン、カレー、トンカツ、丼ぶり等)	タイ人中間所得層の嗜好にアレンジ	大部分をタイ国内で調達。味の決め手となるタレなど調味料は日本産を使う

出所：ジェトロ・バンコク事務所作成

(参考) 2023年度タイ国日本食レストラン調査

タイにおける日本食レストランの店舗数の推移や今後の見通しなどについてまとめています。

<https://www.jetro.go.jp/thailand/topics/514564.html>

| タイと日本の小売業 分類

	タイ	日本
Modern Trade 近代的流通 (MT) 近代的小売りとは、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなど、チェーン型や大型の現代的な小売業者を指す。日本のような近代国家では、流通の大半が近代的小売りで占められているが、アジアは国ごとにその構造が異なる。	Hypermarket ハイパーマーケット	GMS (General Merchandise Store)
	Supermarket スーパーマーケット	スーパーマーケット
	Convenience store コンビニ	コンビニ
	Department store デパート	百貨店
	Category killer カテゴリーキラー	ドラッグストア、ホームセンター、専門店、その他
Traditional Trade 伝統的流通 (TT) 伝統的小売りとは、昔ながらの市場や商店街、家族経営型の小さな小売店を指す。	卸売市場 各地方の中心地に存在する	卸市場 各地方の中心地にある大きな市場
	商店 商店街・家族経営の商店など	商店 駅前商店街、個人商店など

| Modern Trade 近代的流通（MT） 主要小売店

Supermarket スーパーマーケット	
Lotus Go Fresh Supermarket	203
TOPS / Tops Fine Food	145
Big C Market	35
Villa Market	28
MaxValu	27
Foodland Supermarket	25
Gourmet Market	18
Lemon Farm	18
Tops Food Hall	17
Big C food place	12
UFM Fuji Super	5

Hypermarket ハイパーマーケット	
Lotus's	224
Big C Supercenter	154
Makro	153
Big C Food Services	6
GO Wholesale	5
Makro × Lotus's Mall	3
Lotus's PRIVE	1

Convenience store コンビニ	
7-Eleven	13,433
Lotus's go fresh	2,171
Mini Big C	1,470
CJ express	825
TOPS Daily	515
Thai foods fresh market shop	319
CP fresh Mart	300
108 Shop	250
Lawson 108	154



出所：各社ウェブサイト等（2024年2月時点の公表資料に基づく店舗数）

| Modern Trade 近代的流通（MT）主要小売店

Department store / Shopping mall デパート/ ショッピングモール			
Robinson	51	MBK Center	1
Central Group	36	MEGA Bangna	1
Robinson LIFESTYLE	28	Platinum Fashion Mall	1
The Mall	6	Siam Paragon	1
Terminal21	4	Siam Takashimaya	1
Emporium	1	The Emquartier	1
Icon Siam	1	Union Mall	1



出所：各社ウェブサイト等
（2023年12月時点の公表資料に基づく店舗数）

Category killer カテゴリーキラー			
Watsons	668	THAI Watsadu	65
Boots	250	ASIA Books	49
Se-ed Book Center	236	Matsumoto Kiyoshi	30
Pure by Big C	146	Tsuruha	17
B2S	145	Don Don Donki	9
Office Mate	133	Nitori	4
Power buy	125	IKEA	3
Super Sport	98	Kinokuniya	3
Home Pro	95	KALDI COFFEE FARM	1
		トンロー日本市場	1

| 地方を中心に展開する近代的流通（MT） 主要小売店

Supermarket スーパーマーケット（地方）

北部

Thanapiriya	チェンライ、チェンマイ、パヤオ	40
JAMPHA SAVEMART	ラムプーン、チェンマイ	21
Rimping supermarket	チェンマイ	8

東北部

Taweekit Supercenter	ブリーラム、スリン、シーサケート、マハーサーラカーム、サケーオ、ウボン等	171
Yongsanguan	ウボンラッチャターニー	22
HOKKEE SUPERMART	ナコンラーチャシーマー	10
Tang Ngee Soon	ウドーンターニー	2
May Superstore	スリン	1

東部

Tawecharoen Superstore	チャンタブリー	4
------------------------	---------	---

中部

Ekapab Super	サラブリー、ナコンナーヨック、ナコンラーチャシーマー、ロップブリー等	41
S.R. SUPERMART	ペッチャブーン	6
BIG SONG SUPERSTORE	サムットサーコーン	5
SRI NGAM	サムットサーコーン	2

南部

Super Cheap	プーケット等	50
K&K	ソクラー、ナコンラーチャシーマー、パタルン、サトゥーン、パッターニー等	36
Mother Marché	クラビ、スラートターニー、パンガー	18
Family Hypermart	ヤラー	1

西部

TMK Supermarket	カンチャナブリ	12
-----------------	---------	----

出所：各社ウェブサイト等（2023年12月時点の公表資料に基づく店舗数）

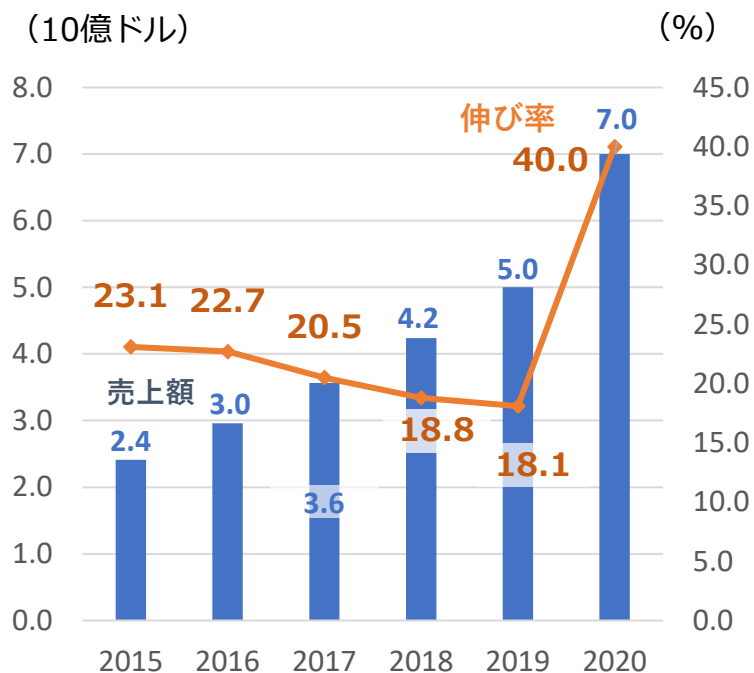
店舗分類	日本産食品、食材の品揃え	主な客層
日系百貨店、日系スーパーマーケット	日本のスーパーにもあまり劣らない品揃え	在タイ日本人、タイ人富裕層・上流層
現地百貨店、外資系高級スーパーマーケット	場所によっては、日本の食材・調味料コーナーがある	在タイ日本人、タイ人富裕層・上流層、観光客
ハイパーマーケット	一部取扱いあり	タイ人上中流層中心、タイ人上流層も利用
コンビニ	お菓子（現地製造中心）など	全所得層
市場	ほぼなし（一部果物の取扱い）	タイ人中間層、低所得者層。一部の高級市場にはタイ人富裕層・上流層も

出所：ジェトロ・バンコク事務所作成

ECサイトにおける食品の販売

- タイのEC市場は大きく成長しており、アセアン域内において大きな存在感。
- シンガポールなどの大手EC事業者がタイ市場に参入することで、ECのプラットフォームも整備されつつある。
- ECで購入する食品は定期的に購入し重量のある商品に集中。生鮮品のEC利用は一部に留まるが、新規参入する事業者も存在。

タイのEC売上額と伸び率（前年比）



(出所) eMarketerよりジェトロ作成。

(参考) タイにおける食品のオンライン販売（EC）に関する調査(2020年2月)

<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2020/02/f6a4aad493ad6ee2.html>

○主要なECサイトにおける食品取扱い状況

サイト名	分類	食品の取扱い状況
Shopee	E-マーケット プレイス (※)	Shopee Mallでは、飲料水や調味料、菓子等の取扱いあり。日本産食品は出品者による販売事例あり。
Lazada	E-マーケット プレイス	Lazmallでは、飲料水や調味料、菓子等の取扱いあり。日本産食品は出品者による販売事例あり。
Tarad	オンラインモール	小規模事業者による出店が若干あり。
Welove shopping	オンラインモール	小規模事業者による出店が若干あり。
Tops	小売 (スーパー)	食品は生鮮品を含み幅広く取扱い。日本産食品は加工食品、調味料などあり。
Lotus's	小売 (量販)	食品は生鮮品を含み幅広く取扱い。日本産食品の販売事例無し。
Big C	小売 (量販)	食品は生鮮品を含み幅広く取扱い。日本産食品の販売事例無し。
Makro	小売 (会員制卸)	食品は生鮮品を含み幅広く取扱い。日本産食品の販売事例無し (実店舗では販売)。
Shop at 24	小売 (コンビニ)	主力ではないがハムなどの加工食品やフルーツの取扱いあり。日本産食品の販売事例無し。

※ E-マーケットプレイスとは、インターネットを介して売り手と買い手を結びつける取引所や市場のこと。多くはWebサイトの形で開設され、登録した売り手の販売する商品を、買い手がオンラインで発注して購入する。

(出所) 各ウェブサイトおよびヒアリングによりジェトロ作成

| 飲食・デリバリー

- カシコリサーチセンターによると、2023年の外食産業の市場規模は前年から13.2%拡大し4,800億バーツになると予測。単価の上昇が大きな影響を与えているが、コロナ前2019年の4,310億バーツを超える。

出所：KASIKORN RESEARCH CENTER, “レストランビジネスレポート 2023年12月”

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴う飲食店の営業規制等（現在は解除済み）により、Grab、foodpanda、LINE MANなどのスマートフォンアプリを使ったフードデリバリーサービスが普及。カシコリサーチセンターによると、2024年のフードデリバリー市場規模は、経済活動の正常化により注引量が前年から約3.7%減少するものの、原材料費・人件費等のコスト上昇により注文あたりの平均価格が前年から2.8%増加するため、2023年から1.0%縮小の約860億バーツになると予測。

出所：KASIKORN RESEARCH CENTER, 2 Feb 2024, “ตลาด Food Delivery ปี 2567 ยังมีเทรนด์ที่ลดลงต่อเนื่อง”

| 小売

- サイアム商業銀行（SCB）傘下のSCBエコノミック・インテリジェンス・センター（EIC）によると、経済活動の正常化や観光業の回復などで、2024年の小売業界（食品以外も含む小売業界全体）の市場規模は前年から約6%増加し、約3兆9,400億バーツになると予測。また、新型コロナウイルス感染拡大に伴う消費者の生活様式の変化により、EC小売市場は引き続き成長していく見通し。

出所：SCB Economic Intelligence Center, 2023, “Industry Insight (Retail Trade)”

| EC

- グーグルなどが公表したレポート「e-Conomy SEA 2023 Report」によると、2023年のタイ国内のEC市場規模は220億米ドル（約7,800億バーツ）で、今後年間平均16%成長し、2025年には300億米ドル（約1兆バーツ）に達すると予測。

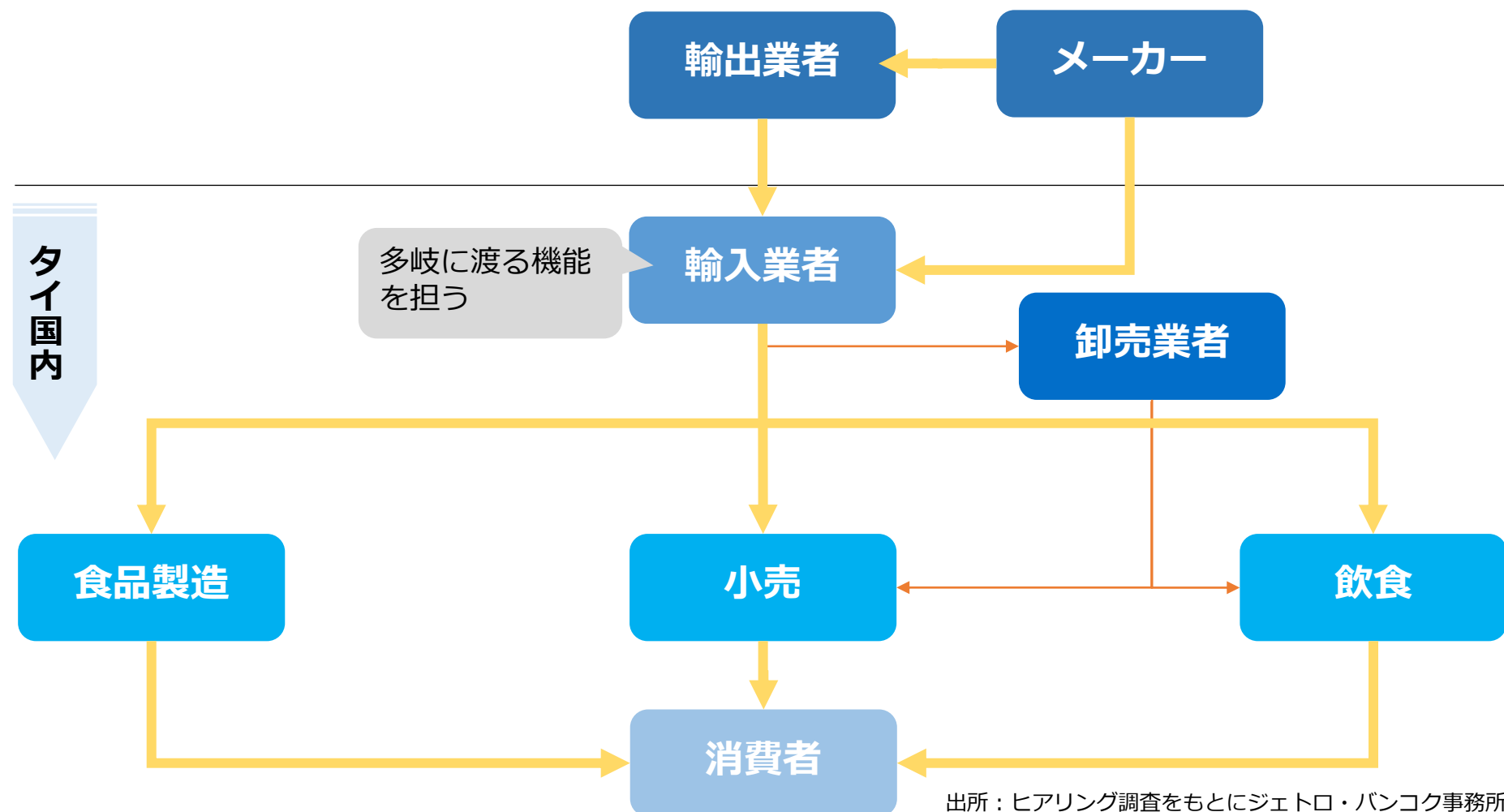
出所：Google, Temasek and Bain & Company, “e-Conomy SEA 2023 Report”

- タイ電子商取引協会の名譽会長も務めるタナーワット氏（価格比較サイトPriceza CEO）によると、2024年はTikTok Shop、Shopee Live、LazLiveなどのライブコマース（※）がより発展すると予測。

出所：Bangkok Post, 23 Jan 2024, “Thai e-commerce rivalry set to surge”

※ ライブコマース：ライブ配信により売り手と買い手が双方向にコミュニケーションを取りながらオンライン上で売買を行う販売形態。ライブショッピングとも言う。

- 輸入業者を通じ、大別すると、①食品製造、②小売（EC含む）、③飲食の3種類で流通。
- 日本産食品については、輸入業者が卸売が行うのが主流。卸売市場や卸売業者をさらに経由するケースも一部存在。
- ✓ 輸入業者は、タイ保健省FDA等への輸入許可申請、通関、倉庫での保管、卸売、配送等の多岐にわたる機能を担っている（一部業務を外部委託しているケースもある）。どの輸入業者と連携するかにより、販売先の小売店や飲食店が決まるケースが多い。
- ✓ 小売店に関しては棚貸しが主流であるため、商品が売れなかった際に、輸入業者又は日本のメーカー等が負担をすることになるケースがある。日本の輸出者も、プロモーションを輸入業者と連携して実施する等、積極的な対応が重要となる。



出所：ヒアリング調査をもとにジェトロ・バンコク事務所作成

(参考) タイの輸入業者に関する情報収集の方法

- Information Technology and Communication Center (タイ国商務省)

HSコード、HSコード・国、品目、品目・国、国別の調べたい項目で検索すると、タイの輸出入者がランキング形式で表示される。(登録必要。検索結果はタイ語のみ)

<http://tradereport.moc.go.th/TradeEng.aspx>

Information Technology and Communication Center

The screenshot shows the homepage of the Information Technology and Communication Center. It features a header with the logo and a navigation bar. A main content area displays a line graph for 'Surplus Balance of Trade US \$ 2,052.57 million' with a red box highlighting the 'Importer-Exporter' link in the sidebar. Below the graph are sections for 'Summary Trade' (Monthly and Yearly), 'Menucom', and 'Harmonize'. A 'Product' section at the bottom shows a pie chart for various categories like Electronic, Chemical, Auto, etc.

ลงทะเบียนผู้ใช้งาน

กรุณาเลือกประเภทการสมัครสมาชิกที่ท่านต้องการลงทะเบียนผู้ใช้งาน (ผู้ใช้งานสมัครสำหรับผู้ประกอบการลงทะเบียนทั่วไป ...คลิก หรือ ผู้ใช้งานสมัครสำหรับบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ ...คลิก)

The registration options are listed in a vertical menu:

- สมาชิกชาวไทย (Thai Member)
- บุคคล (ไทย) (Thai Person) - บุคคลทั่วไป/ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการเป็นสมาชิก
- นิติบุคคล (ไทย) (Thai Legal Person) - นิติบุคคลที่ต้องการลงทะเบียนสมาชิก
- Foreign Member
- Foreigner (Foreign Person)
- Foreign Juristic Person (Foreign Juristic Person)

The screenshot shows the MOC Account login and registration page. It includes a header with the MOC Account logo and a navigation bar. The main content area features a 'ยินดีต้อนรับสู่ MOC Account' (Welcome to MOC Account) section with social media login options (Apple, Facebook, Google+, Line) and a 'เข้าสู่บัญชีของคุณ' (Log in to your account) section with a form for email/username and password. A 'หรือ' (or) button is also present. At the bottom, there is a purple box with contact information: 'ทางติดต่อ หรือ ติดต่อราชการปริมาณ กรุณาติดต่อ ศูนย์ข้อมูลผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เบอร์ HOTLINE 095 252 4861 หรือเบอร์โทรภายใน 6364'.

(参考) タイの輸入業者に関する情報収集の方法

- DBD Data Warehouse Department of Business Development (タイ国商務省)

会社名、登録番号、業種コード (TSIC) 、キーワードなどで、タイの各会社の情報や決算書の検索ができる。(タイ語・英語対応)

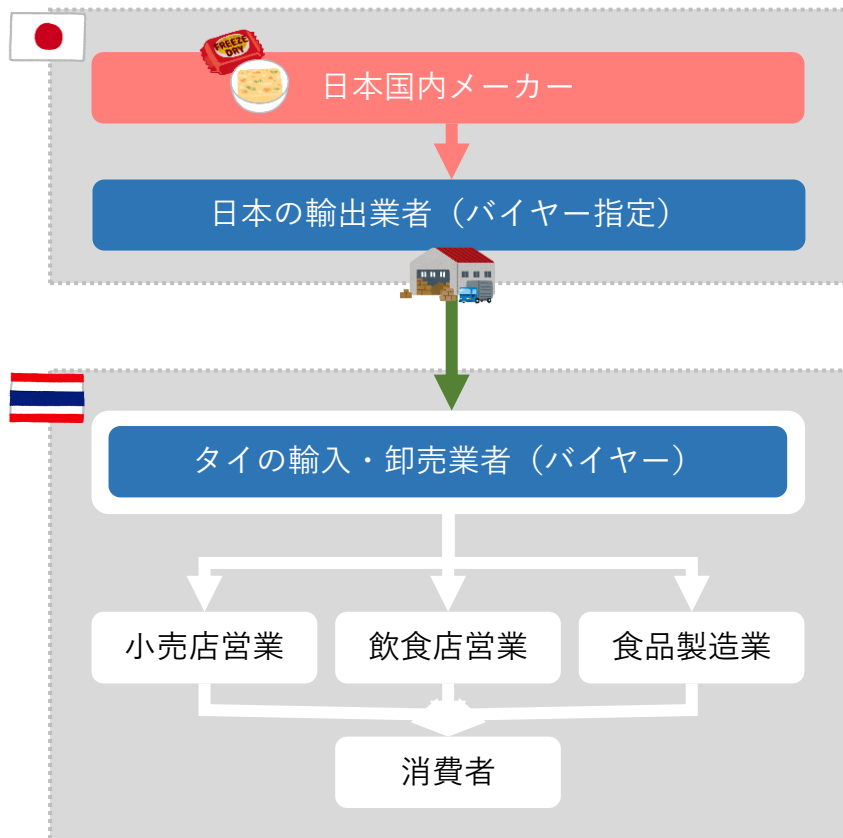
<https://datawarehouse.dbd.go.th/index>

DBD Data Warehouse

The screenshot shows the homepage of the DBD Data Warehouse. At the top left is the logo for DBD Data Warehouse+ with the tagline "Your Assistant for Creating Business Opportunity". To the right of the logo are navigation options for "Menu", language toggles for "TH" and "EN", and a "Login" link. Below the logo is a search bar with the placeholder text "Search by business name or ID". Underneath the search bar are two main service buttons: "Juristic Person and Financial Statement Data" (with a person icon) and "Foreign Investment in Thai Juristic Person" (with a flag icon). Below these buttons is a "Recent Search:" section. The footer contains the DBD logo and Thai text, contact information for the DBD Data Warehouse+ Team (Phone: 02-547-4376, email: datawarehouse@dbd.go.th), and social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube. It also includes the Department of Business Development Ministry of Commerce logo, the number of visitors since December 2018 (0028998685), and a copyright notice for 2022 DBD (Department of Business Development).

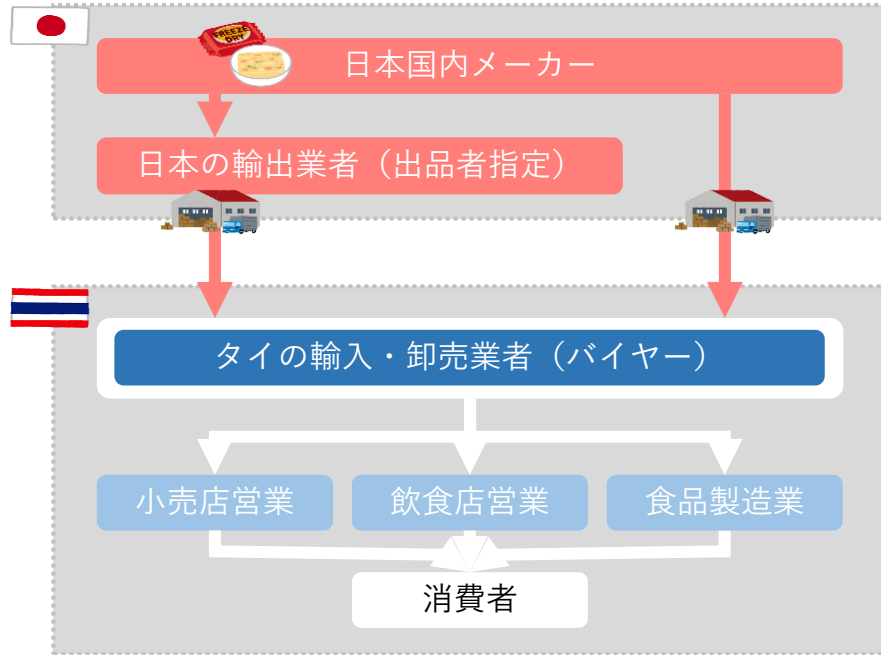
商品の取引方法にあわせて商談相手を選定

- 輸入・卸売業を営むバイヤーとの商談の際は、輸出手続きを行う者に関して、バイヤーによる指定の有無について要確認。
- 小売業・飲食業を営むバイヤーとの商談の際は、輸出入手続きを行う業者の指定、紹介の可否について要確認（**タイの輸入・卸売業者が決まっていない場合、商談にならないケースもあるので注意**）。



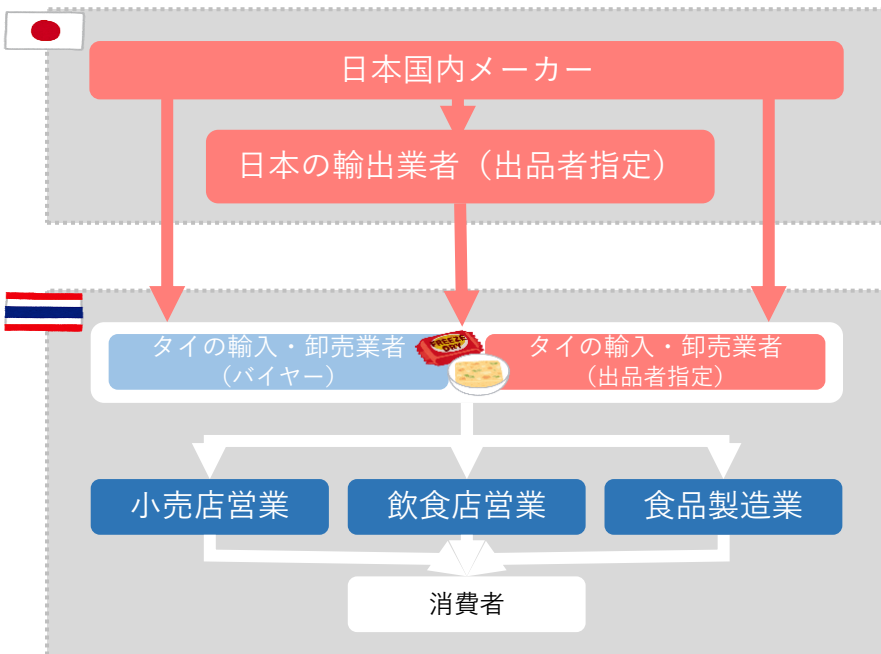
例 1) 日本国内の指定倉庫に商品をおさめ、その先はお任せしたい場合

- 輸入・卸売業者であって、バイヤー指定の日本国内の輸出業者がいるバイヤーを探す必要。
- 小売・飲食等のバイヤーと商談しても成約しない可能性が高いので注意（バイヤーが輸入・卸売業者を紹介してくれる場合を除く）。



例2) 自社又は自社指定の輸出業者で輸出通関を行い、タイに到着してからはお任せしたい場合

- 輸入・卸売業者であって、バイヤー指定の日本国内の輸出業者がないバイヤーを探す必要。
- 小売・飲食等のバイヤーとの商談は、バイヤー自身が輸入を行っている場合や、バイヤーが輸入・卸売業者を紹介してくれる場合にのみ有効。



例3) 既にタイに連携する輸入・卸売業者がいる場合

- 新たな輸入・卸売業者との商談は、既存の連携先の輸入・卸売業者からの切替の意向があると受け止められるので注意。
- 小売・飲食等のバイヤーとの商談は、既存の連携先の輸入・卸売業者からの納品が可能か否かを要確認。

タイ・他国の競合商品の状況

- 日本産食材はタイ現地産、他国産と競合する。
- まず、競合商品の価格と品質を把握する。日本産に比べて現地産は圧倒的に安い。
- 食味、品質など競合商品と何が違うのかを把握する。その違いは価格差をカバーできる違いかの検討が必要。
- 競合商品との違いを積極的にアピール。

(参考) 品目別競合商品



牛肉

オーストラリア産、米国産、タイ産等



焼酎

韓国産、タイ産、ベトナム産等



リンゴ

中国産、ニュージーランド産、アメリカ産等



ブドウ

韓国産、中国産等



イチゴ

韓国産、タイ産等



醤油

タイ産、シンガポール産等

|(参考) タイ・他国の競合商品の例

- タイ国内の北部地位（チェンマイ、チェンライ）地域は山岳地域のため、日本的な冷涼な気象条件である。
- このため、日本品種を含めた野菜や果物も多く生産されており、これらの農産物は価格も安く、品質も一定程度を確保しているものもあり、輸入日本産品に対して競争力を保持している。
- また、他国産として、柿、桃、リンゴ、ナシ、イチゴなど、タイ国内での生産が難しい高級果実についても、他国産の輸入物が中間所得層の手の届く価格帯で売られており（日本産の半値～数分の1）、日本産品とは品質・味以上に価格差が大きく訴求効果を失っているケースもある。



スーパーに並ぶ他国産のイチゴや梨

写真： ジェトロ・バンコク事務所撮影

出所： ウェブサイトおよびヒアリング情報を元にジェトロ・バンコク事務所作成

～東南アジア最大級の国際総合食品見本市「THAIFEX（タイフェックス）」～

ジェトロは、本見本市に「ジャパンパビリオン」を設置。日本産食品の魅力を国際的にアピールするとともに、タイ市場、更にはアジア市場全体への新規参入・販路拡大を目指す企業等を支援。

○ THAIFEX-Anuga Asia 2023概要

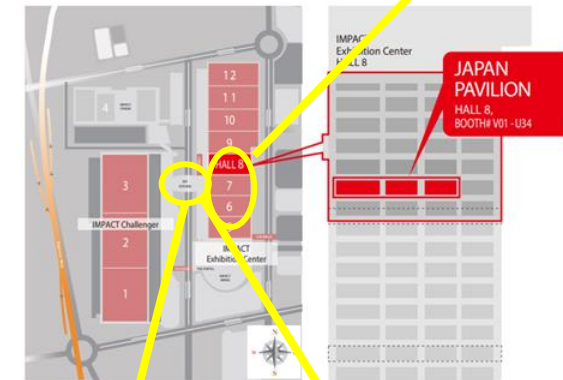
- ・ 日程： 2023年5月23日～5月27日（5日間）
- ・ 会場： IMPACT Exhibition Center（バンコク近郊）
- ・ 来場者数： 131,039人
うちバイヤー等は78,764人（133カ国）
- ・ 出展者数： 3,034社（タイ国内及び世界45カ国・地域）

（ ジャパンパビリオン（ジェトロ主催） ）

- ・ 出品物： 和牛、水産物・水産加工品、菓子、調味料、茶、日本酒、梅酒等

- 13万㎡の展示スペースに、品目別など11のテーマ別ゾーンを設置するとともに、オーガニックやハラールなどトレンドごとの展示も設けられた。
- 対前年（2022）比で、**出展者数は89%増、バイヤー数は53%増、うちタイ国外からのバイヤー数は150%増**。一般客を含めた来場者数は58%増。
- **取引額は前年比81.4%増の1,200億バーツ（約4800億円）**。成約額の多い順に、中国、タイ、米国、マレーシア、日本。

写真：ジェトロ撮影



～「THAIFEX（タイフェックス）」でのジャパンパビリオン設置～

○ **ジャパンパビリオンには33社+4団体が参加**

北海道から沖縄県まで33社・4団体が参加。出品物を一同に紹介するショーケースを設置。

○ **タイ地方、さらには周辺国のバイヤーにも来場をアプローチ**

ジェトロでは、タイ地方のバイヤーや、ジェトロの海外ネットワークを活用して周辺国のバイヤーにもジャパンパビリオン訪問を呼びかけ。実際に、タイ国内に加え、シンガポール、中国、香港、ベトナム、カンボジア、ラオス、ミャンマーなど各国のバイヤーが訪問。

○ **地方銀行と連携した地方の食品を紹介するコーナーを設置**

輸出プレーヤーのすそ野拡大のため、地方銀行等と連携し、地域の商品をご案内する地方銀行コーナーを設置。10行・16社が参加。

○ **在タイ日本大使館とも連携し輸出支援プラットフォーム相談窓口を設置、輸入規制等に関する相談に対応**

出品者の声ご紹介

- コロナ禍明け初の参加だったが、タイの食文化は各段に向上しており、日本食の需要も拡大していることを肌で感じた。
- 近隣諸国のバイヤーも多数来場しており、国際色溢れる展示会で大いに手応えを感じた。
- レストラン、小売店等から多数の問い合わせがあり、タイ市場への参入の手応えを感じた。輸出経験がほとんどないわが社にとって、ジャパンパビリオンの設置は大変助かる。
- 事前に市場拡大の可能性はあるのはわかっていた。この展示会で食してもらうことと、関心を持ったバイヤーには、技術、文化を知ってもらういい機会であった。



THAIFEX-Anuga Asia 2024
2024年5月28日～6月1日 実施予定
会場：IMPACT Muang Thong Thani

タイ向け農林水産物・食品の輸出に関するオンライン商談会のご案内 ～日本産農林水産物・食品サンプル展示&オンライン商談 2023 in Thailand～

JETROでは、日本産農林水産物・食品のタイへの輸出拡大・販路開拓を目指し、**バンコクでのサンプル展示/バイヤーへのサンプル提供を伴うオンライン商談会**を開催します。ぜひ、この機会を貴社の海外販路開拓活動にお役立てください。

【商談会の概要】

- ・ **日本サプライヤーとタイバイヤーをオンラインでつなぐ商談会**です。
- ・ オンライン商談会でありながら、**商品サンプルはバンコクで展示を行うとともに、タイバイヤーの手元まで配送**。
- ・ **日本語・タイ語通訳付き**。言語に不安でも参加可能。
- ・ **参加は無料**（※）です。
（※）国内指定倉庫までの輸送費や輸出に必要な書類の取得費用等を除く。

商談会名	JETRO日本産農林水産物・食品 サンプル展示&オンライン商談会 2023 in Thailand
サンプル展示期間	2023年秋以降～2024年3月（予定）
集中商談会	2024年1月～2024年2月（予定）
参加バイヤー	在タイの輸入業者、小売、飲食、食品製造等 （日系・タイ系） 100社以上（予定）
対象商品	日本産食品全般 （※カテゴリーの限定はありません）

【商談会実績】

2022年度実績（計2回）

- ・ 出品者 : 249社（延べ）
バイヤー : 205社（延べ）
- ・ 商談件数 : 合計577件
成約金額 : 約16億円
（見込み含む）

本事業では
バイヤーの一覧から
出品者がバイヤーに
商談を申し込む方法
になります。



申込方法

以下のウェブサイトより、お申し込みください。

https://www.jetro.go.jp/services/sample_showroom.html

※ 今年度の募集は終了しました。

▶ 申し込みサイト
QRコード



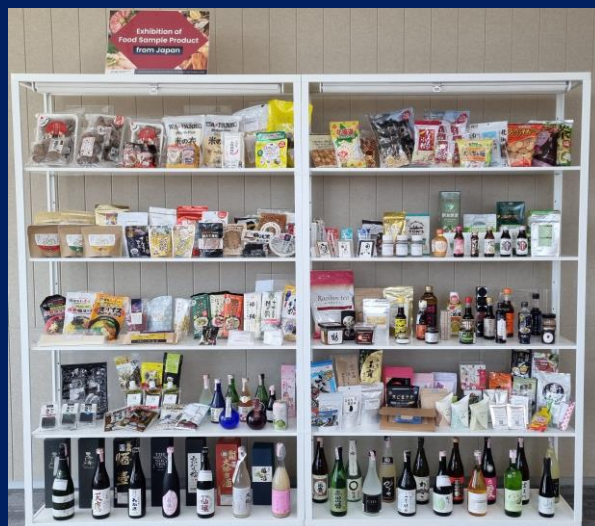
(参考) 昨年度の出品希望者向け参考資料

2022年度の事前説明会の動画・資料を以下からご覧いただけます。本商談会の特徴、メリット等について詳しく説明しておりますので、参考にしてください。

動画 : <https://www.youtube.com/watch?v=jdMzR69EUpw&t=4s>

資料 : https://www.jetro.go.jp/ext_images/services/sample_showroom/2022/pdf/221011_ExhibitorsMaterials_final.pdf

2022年度サンプル展示の様子



オンライン商談会のイメージ (Zoom画面) ・メリット



オンラインだから
どこからでも参加可能！

商品サンプルは、
バイヤーの手元まで配送！

日・タイ語通訳付き！

バイヤーニーズは事前に公開！
何件でも商談を申し込みます
(次ページ参照)

事前説明・個別相談あり！

(参考) 2022年度バイヤー情報特設ページ

商談可能商品	温度帯			パッケージ形態	
	常温	冷蔵	冷凍	小売用	業務用
牛乳・乳製品	✓	✓	✓	✓	✓
清涼飲料水	✓	✓	✓	✓	✓
果実	✓	✓	✓	✓	✓
茶	✓	✓	✓	✓	✓
調味料類	✓	✓	✓	✓	✓
その他加工食品	✓	✓	✓	✓	✓

Business matching conditions	要求事項
商談相手となる出品者に求めること	
海外輸出経験	必須
GMP等の証明書 (ISO22000、食品衛生法 (日本) の営業許可証等)	必須 (ただし選標はGMP証明書は不要)
特定産地証明書 (JETPA利用)	必須
対応可能な言語 (関税会社)	英語、タイ語
商品の得意取引方法	出品者が指定するタイの輸入商社と取引希望。輸入商社が見つからない場合は、取引できない。

掲載されているバイヤー情報

- ・社名、住所
- ・売上金
- ・ウェブサイト
- ・業種
- ・ターゲット
- ・日本以外からの輸入
- ・商談相手に求める条件・商品サンプルなど
- ・資本金
- ・従業員数
- ・取引先
- ・日本からの輸入品目
- ・商談可能商品
- ・日本からの輸入 (品目、温度帯、期限)

バイヤーニーズを事前に確認し、商談の申込が可能

サンプル輸送の留意点

- ◆ ジェトロが行うサンプル商品の国際輸送は、商談申込商品のうち「常温品」と「冷凍品」のみとなります。冷蔵品は受け付けません。
- ◆ 国際輸送を行うサンプル商品数には、上限を設定させていただきます。
- ◆ 予算に上限があるため、予算の上限に達した場合には先着順とさせていただきます。
- ◆ 商品の種類ごとに重量制限があります。
- ◆ ①生鮮の牛肉・豚肉及び牛肉由来の原材料を含む加工品、②香料などでアルコール重量が0.5%を上回る商品（酒類はOK）、③塩、④サンプルFDA申請後許可がおりなかった商品は、受け付けできません。
- ◆ サンプル商品は、集中商談期間（商談会）終了後、廃棄させていただきます。
- ◆ サンプル輸送に係る経費は、出品者様から国内指定倉庫までの輸送費を除き、ジェトロが負担します（ただし、輸出に係る必要書類（日本で取得する衛生証明書、検疫証明書等）発行に係る費用は出品者様のご負担となります）。

- バンコクだけでなく、タイ地方や周辺国への日本産食品の販路拡大を目指し、地方での取組を強化。2023年度はタイ北部やタイ東部の地方都市を中心に活動。
- チェンマイ・コーンケン両県やその周辺県及びラオスの飲食店や小売店等をターゲットにした商談会・展示会、プロモーションを開催。

○ コーンケン（タイ東部）での展示会～BEYOND FOOD EXPO 2023～にジャパンパビリオン設置

日 程：2023年9月7日～9月8日（2日間）
 会 場：Khon Kaen International Convention and Exhibition Center (KICE)
 出展者：在バンコクの輸入業者等17社
 バイヤー：コーンケン県や周辺県及びラオスの飲食店や小売店等

○ チェンマイ（タイ北部）でのジェトロ主催商談会～JAPAN Food Exhibition & Business Matching

in Chiang Mai～

日 程：2023年11月16日～17日（2日間）
 会 場：Chiang Mai International Exhibition and Convention Centre (CMECC)
 出展者：在バンコクの輸入業者等23社
 バイヤー：チェンマイ県や周辺県の飲食店や小売店等

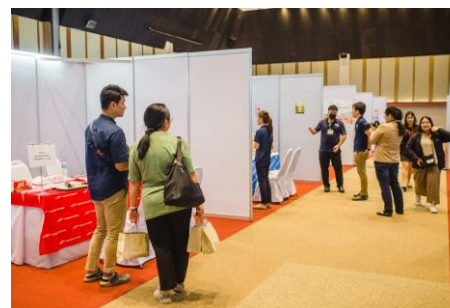
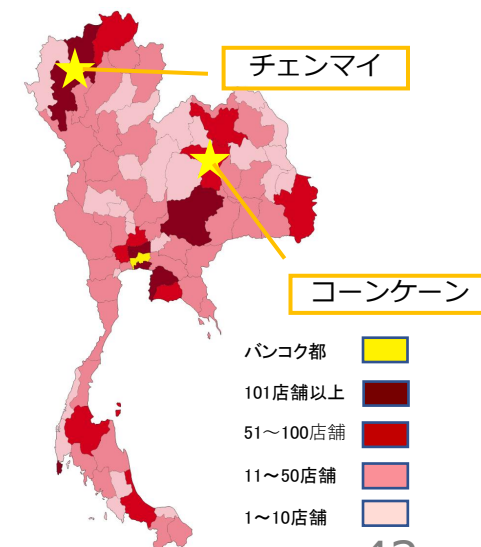


図. 日本食レストランの分布（2023年）



写真：ジェトロ撮影

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

- 11月1日からは、チェンマイ・コーンケン両県やその周辺県において、[Made in JAPAN on tour] と題した日本産食品の大規模なプロモーションを展開。[on tour]には、日本やバンコクに行かずとも家の近くで日本産食品を楽しめる、という思いを込める。

- チェンマイ及びコーンケンにおけるプロモーション (<https://madeinjapanontour.thanudchim.com/>)

イベント名：[Made in JAPAN on tour] 本物の日本産食品を家の近くで

期 間：2023年11月1日～2024年1月末

場 所：チェンマイ・コーンケン両県及びその周辺県の計7県

参加店舗：24ブランド47店舗

内 容：飲食店・小売店の店舗やSNS等での日本産食品の魅力発信に加えて、タイ北部や東北部で影響力を持つインフルエンサーやメディア等の協力を得て、現地の消費者向けに日本産食品の魅力の発信と参加店舗への集客PRを展開。



キービジュアル



記者会見の様子

チェンマイ



コーンケン



- 日本産ホタテをめぐるっては、特定国による水産物などの輸入停止措置により大きな影響が生じており、輸出先の多様化が求められているところ。
- 日本産ホタテのタイ向け輸出額は約12億円（2022年）で、品目別輸出額で9位に入る主要品目。首都バンコク都の日本食レストランを中心に親しまれている。
- ジェトロバンコクでは、タイにおける日本産ホタテの新たな需要創出・販路拡大に向け、輸入業者と連携して～HOTATE Festival～を開催。

事業1：飲食店や小売店でのPRを実施、地方や日本食以外もターゲットに

- ・ 新たな需要創出・販路拡大に向け、輸入業者と連携し、①バンコク都以外の地方にも展開している飲食店（日本食を含む）や小売店、②タイ料理・イタリアン・中華料理などの日本食以外の飲食店におけるPRキャンペーンを展開。
- ・ 1月17日までに飲食店82ブランド349店舗、小売店5ブランド28店舗の参加が決定。

事業2：PRイベントを実施

- ・ 日本産ホタテの継続的な活用につながるよう、小売店における試食会・ワークショップ、ホテルの会場を貸し切った飲食店やシェフ向けの提案会など、さまざまな工夫を凝らしたイベントを開催。
- ・ 1月17日までに23のイベント開催が決定。

プレスカンファレンスでの写真（ジェトロ撮影）



キャッチコピー

（和訳：ホタテフェスティバル・日本直送のホタテ祭り）



ウェブサイト

https://www.jetro.go.jp/thailand/topics/_513467.html

事業3：人気番組で料理コンテストを実施

- 12月9日、人気料理コンテスト番組「IRON CHEF Thailand」（料理の鉄人）で、日本産ホタテをテーマにした料理対決番組を放送。著名シェフにチャレンジャーシェフ4人が挑むかたちで、タイ料理・イタリアン・日本食およびそのフュージョン料理をめぐる勝負を繰り広げた。
- 番組は動画サイトから視聴可能。事業全体の盛り上げ役を担う。
- 12月1日には、メディア、インフルエンサー、事業関係者などを招待したプレスカンファレンスを開催。

「IRON CHEF Thailand」の様子（番組Facebookより）



料理の例（番組Facebookより）



番組は動画サイトで視聴可能▶



- ◆ タイへの食品輸入等に関する[情報を一元化](#)。
- ◆ 各種レポート、ビジネス短信一覧、日本食レストラン調査等を掲載。[ブックマークを!](#)

農林水産物・食品の輸出支援ポータル

農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム

タイ・バンコク



日本からのタイ向け農林水産物・食品輸出の実績は増加傾向にあり、2022年は506億円、世界8番目の輸出額で、前年の441億円から14.9%増加しました。また、タイにおける日本食レストランも増加を続けています。2023年にジェトロが行った日本食レストラン調査によれば、タイには5,751店舗の日本食レストランが確認されており、2018年と比較すると、バンコク、バンコク近郊5県、その他の地方で、それぞれ1.5倍、2.2倍、2.5倍に増加しており、全体の店舗数は1.9倍に増加しています。

一方、タイにおいては近年、新たな食衛生関係の規制が度々発出され、より高い衛生水準が求められるようになってきました。こういった規制は、一般にタイ国内の農林水産物・食品のみを対象としたものではなく、海外からタイに輸入される農林水産物・食品も同様に対象になることから、日本からの輸出にも影響があります。

そこで、タイ・バンコクの輸出支援プラットフォームでは、以下の3つの機能を柱に、日本産農林水産物・食品の輸出支援に取り組むこととしています。

1. 輸入規制目安「タイ向け輸出相談窓口」の設置
2. 新規規制情報収集・周知機能
3. 調査・レポート作成機能

● [タイにおける日本産農林水産物・食品の輸出支援プラットフォームについての詳細](#) (1.0MB)

個別に相談したい | タイ向け輸出相談窓口

在タイ日本国大使館及びジェトロ・バンコク事務所は2022年8月2日、日本産農林水産物・食品の輸出に取り組み事業者の支援を行う「輸出支援プラットフォーム」の相談窓口を開設しました。タイ側輸入規制への対応をはじめ、輸入事業者等から解決を要する案件を受け付け、円滑なタイへの輸入貢献を担います。ご相談は無料です。

お申込み方法



ご相談はメールでお受け致します。

E-mail: [ThaiPF_Japanfood\(at\)jetro.go.jp](mailto:ThaiPF_Japanfood(at)jetro.go.jp)
(※送信の際は(at)を@に変えてください。)

- 相談窓口からの返信は原則毎週月曜日～金曜日（タイ祝日を除く）とさせていただきます。
- ご相談には受け付け期に対応しております。内容によってはご回答までに数日をいただくことがありますので、ご了承ください。

相談のイメージ: ○○を輸入したいが××が原因で当局から販売許可が下りない。
△△の規制内容の詳細を知りたい。

● [Privacy Policy](#)

最新情報が知りたい | カントリーレポート・ビジネス短信

最新のタイ市場や輸入規制等に関する情報はこちらをご覧ください。

カントリーレポート

● 全体レポート (2024年1月更新) (4.9MB)

ビジネス短信

2024年2月1日 タイ保健省、食品表示などに関する新告示4本を7月に施行(タイ)

深堀レポート

- タイ向け日本産農林水産物・食品の輸出増加品目に係る調査
- タイ輸入における青果物・畜産物の輸入検査実態調査
- タイにおける他国産輸入青果物の輸入・販売・評価等調査(タイ) (4.9MB)

● [※過去の調査レポート全編](#)

タイ国日本食レストラン調査

タイにおける日本食レストランの店舗数の推移や今後の見通しなどについてまとめています。

- 2023年度
- 2022年度
- 2021年度

輸入規制・手続きを知りたい

● [タイの食品輸入規制等について \(※基礎的な情報\) \(2023年11月更新\)](#) (3.4MB)

タイの食品輸入規制の概要をまとめた資料です。全体像や求められるGMP証明書など基礎的な情報をまとめていますので、まずはこちらをご覧ください。

● [タイにおける食品規制及び手続ガイドブック](#)

主にタイの食品輸入規制についてまとめたガイドブックです。タイにおける食品カテゴリー・必要な書類、食品添加物等の規制、製造基準に関する規制、植物検疫・動物検疫など、多くの情報をまとめています。

● [日本からの輸出に関する制度 \(品目別\)](#)

日本からタイに農林水産物・食品を輸出するにあたり、タイの輸入に関する諸規制を、品目、項目ごとに調べることができます。

● [タイの関連法規](#)

タイの食品輸入規制等に関する関連法規 (告示等) の日本語訳を掲載しています。

タイ向け輸出に関するオンライン商談会 — 参加者募集のご案内

ジェトロでは、タイ向け輸出にご関心のある事業者の皆さまにタイバイヤーとの商談機会をご提供するため、オンライン商談会を開催します。本オンライン商談会では、商品サンプルをタイバイヤーの手元まで配送するとともに、商談には日本語・タイ語通訳が同席します。商談会の概要や申込方法などの詳細は、ご案内チラシ (861KB) をご参照ください。

※今年度の募集は終了しました。

ウェブサイト、QR

<https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/th.html>



◆ 輸入規制・手続き関係資料については、タイ国内製造にも活用可能。

輸入規制・手続きを知りたい

▶ タイの食品輸入規制等について（※基礎的な情報）（2023年11月更新）📄 (3.4MB)

タイの食品輸入規制の概要をまとめた資料です。全体像や求められるGMP証明書など基礎的な情報をまとめていますので、まずはこちらをご覧ください。

▶ タイにおける食品規制及び手続ガイドブック

主にタイの食品輸入規制についてまとめたガイドブックです。タイにおける食品カテゴリー・必要な書類、食品添加物等の規制、製造基準に関する規制、植物検疫・動物検疫など、多くの情報をまとめています。

▶ 日本からの輸出に関する制度（品目別）

日本からタイに農林水産物・食品を輸出するにあたり、タイの輸入に関する諸規制を、品目、項目ごとに調べることができます。

▶ タイの関連法規

タイの食品輸入規制等に関する関連法規（告示等）の日本語仮訳を掲載しています。

ウェブサイト、QR

<https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/th.html>



◆ FDAの新告示等を含め、最新の情報を記事の形で配信。概ねひと月に4本程度。

農林水産物・食品の輸出支援ポータル

農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム

最新ニュース（ビジネス短信から）



2024年2月1日	タイ保健省、食品表示などに関する新告示4本を7月に施行(タイ)
2024年1月11日	タイの日本食レストランは増加を続け5,751店舗に、ラーメンなど伸長(タイ)
2024年1月4日	タイ商務省、茶などの2024年第1回関税割当申請のスケジュール公表(タイ)
2023年12月28日	タイ原子力庁、日本の輸入水産物・食材の安全性強調(タイ)
2023年12月27日	タイ向け食品輸出に必要なGMP証明書の英訳に関する注意点(タイ、日本)
2023年12月14日	タイのテレビ局、日本産ホタテをテーマに料理対決番組放送(タイ)
2023年12月11日	保健省、食品添加物の使用基準に関する新告示を施行(タイ)
2023年11月30日	タイ商務省、2023年第3回茶の関税割当結果を発表(タイ)
2023年11月28日	タイで天然着色料クチナシ黄が使用可能に(タイ)
2023年11月24日	タイ輸出支援プラットフォーム、食品の模倣品対策の相談窓口を初設置(タイ)
2023年11月14日	タイ水産局、日本からの輸入水産物の検査結果公表、安全と発表(タイ)
2023年10月27日	タイ原子力庁、日本の輸入水産物から放射性物質検出せずと発表(タイ)
2023年10月17日	タイFDA、ホタテを含め日本からの輸入水産物の安全性強調(タイ)
2023年10月11日	2023年のタイの菜食週間、10月15日から23日まで開催(タイ)
2023年9月28日	商務省、乳製品の関税割当数量の改正案に意見公募(タイ)
2023年9月26日	タイFDA、日本からの輸入水産物から放射性物質検出せずと発表(タイ)
2023年9月21日	タイFDA、優良輸入業者の通関検査を大幅に簡素化(タイ)

ビジネス短信

ビジネス短信のコンテンツ一覧

タイ保健省、食品表示などに関する新告示4本を7月に施行(タイ)



バンコク発

2024年02月01日

タイ保健省食品・医薬品局（FDA）は1月5日、食品表示などに関する新たな保健省告示4本を官報に掲載するとともに、新告示4本の概要や従来との変更点を説明する資料 [PDF](#) をFDAウェブサイトに掲載 [した](#)。新告示はいずれも7月2日の施行となるが、施行日より前にFDAが承認した販売目的の食品については、施行日から3年経（2027年7月1日まで）は商品を引き続き販売することが可能となっている。

2月14日にはFDAによるオンライン説明会が開催される [予定](#)。

タイの食品表示制度は、(A) 義務的に表示を求めるもの、(B) 任意で表示できるものの2つに大別される。このうち(A)には、(1) 包装された食品全てに求めるラベル表示、(2) (1)に加えて、一部の食品に求める栄養表示、(3) (2)に加えて、さらに一部の食品に求めるGDA (Guideline Daily Amount) 表示、(4) その他の各種表示などがある。(B)の任意で表示できるものには、健康強調表示をはじめ複数のものがある。

新告示のポイントはそれぞれ次のとおり。

1. 保健省告示445号「栄養表示 [PDF](#)」(日本語訳は後日掲載予定)

- (A) 義務的に表示を求めるものうち、(2)の一部の食品に求める栄養表示について規定。現行の保健省告示182号「[栄養表示 \[PDF\]\(#\)」\(英語訳 \[PDF\]\(#\)\)」、同219号「\[栄養表示 \\(第2版\\) \\[PDF\\]\\(#\\)」\\(英語訳 \\[PDF\\]\\(#\\)\\)」、同392号「\\[栄養表示 \\\(第3版\\\) \\\[PDF\\\]\\\(#\\\)」\\\(英語訳 \\\[PDF\\\]\\\(#\\\)\\\)」を廃止した上で、新たに定めるもの。\\]\\(#\\)\]\(#\)](#)
- 栄養表示を求める食品の種類に追加があり、例えば、保健省告示447号「[健康強調表示を有する食品](#)」(後述)に従って健康強調表示を行う食品については、保健省告示445号「[栄養表示](#)」にも従うこととなった。
- 栄養表示の様式や記載内容などが変更されている。

2. 保健省告示446号「[栄養ラベルとGDAに基づくエネルギー、糖分、脂質、ナトリウム値の表示を課す食品 \(第2版\) \[PDF\]\(#\)」\(英語訳 \[PDF\]\(#\)\)、日本語訳は後日掲載予定\)](#)

- (A) 義務的に表示を求めるものうち、(3)のさらに一部の食品に求めるGDA表示について規定。現行の保健省告示第394号「[栄養ラベルとGDAに基づくエネルギー、糖分、脂質、ナトリウム値の表示を課す食品 \[PDF\]\(#\)」\(英語訳 \[PDF\]\(#\)\)」の一部を改正し、GDA表示が求められる食品の栄養表示〔\(2\)一部の食品に求められる栄養表示〕については、保健省告示445号「\[栄養表示\]\(#\)」の規定に従うとしている。](#)
- GDA表示そのものの様式や記載内容には変更はない。

3. 保健省告示447号「[健康強調表示を有する食品 \[PDF\]\(#\)」\(日本語訳は後日掲載予定\)](#)

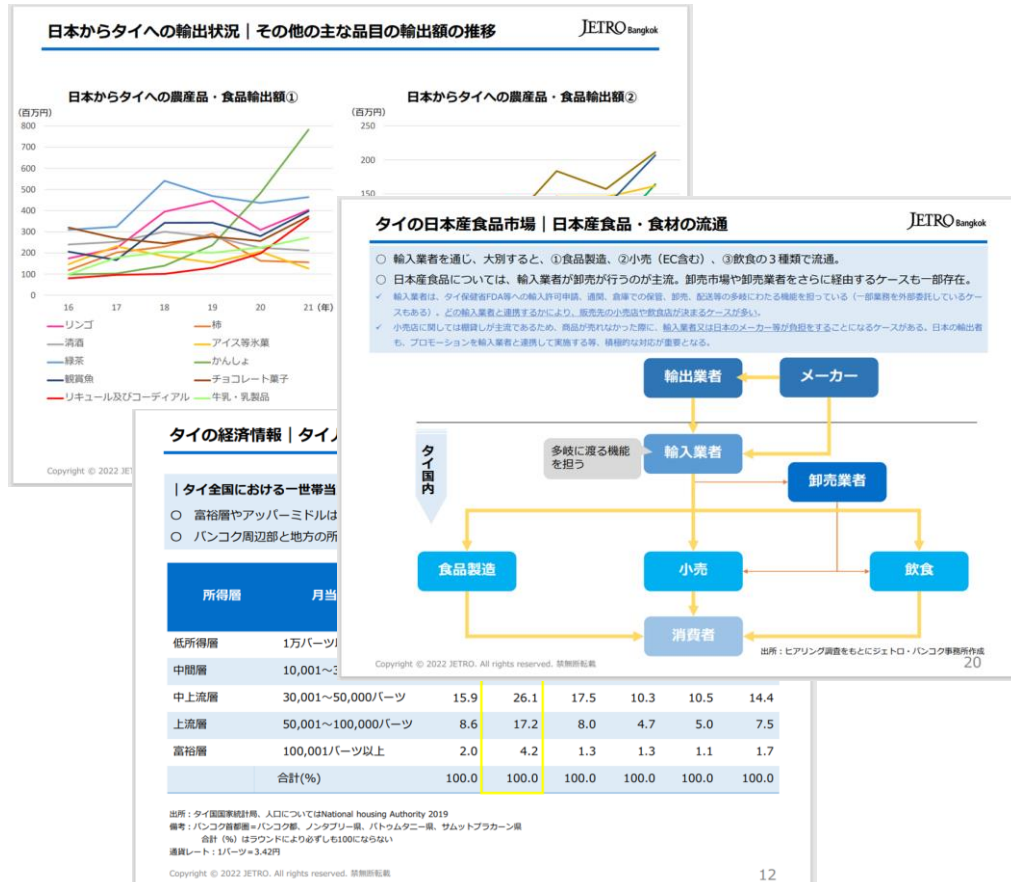
- (B)の任意で表示できるものうち、健康強調表示について規定。従来は告示レベルではなく、FDA発行のマニュアル「[健康強調表示の申請 \[PDF\]\(#\)」」の中で規定していたが、これを保健省告示に格上げし、条件や手続きなどを定めている。](#)
- 健康強調表示の中には、いわゆる「機能性表示」も含まれる。FDAは日本の機能性表示食品の制度も参考に検討を進めていた(2022年11月10日記事参照)。

4. 保健省告示448号「[栄養補助食品 \(第5版\) \[PDF\]\(#\)」\(英語訳 \[PDF\]\(#\)\)」\(日本語訳は後日掲載予定\)](#)

- 保健省告示293号「[栄養補助食品 \[PDF\]\(#\)」\(英語訳 \[PDF\]\(#\)\)」の一部を改正するもの。](#)
- 栄養補助食品に含まれるビタミン、ミネラルの上限値が改訂されるとともに、新たに下限値が設定されている。

- ◆ タイへの農林水産物・食品の輸出に関する基本的な事項をまとめた「全体レポート」を公開。
- ◆ 「深掘りレポート」として、「タイにおける他国産輸入青果物の輸入・販売・評価等調査」を公開。特に、タイ向け輸出に存在感を増している韓国産食品・農産物、いちごを対象に、商流、ブランディング、プロモーション手法等を調査。
- ◆ 他にも青果物・畜産物の輸入検査実態に係る調査レポートも公表。いずれもプラットフォームウェブサイトに掲載。

全体レポートの例



タイにおける他国産輸入青果物の輸入・販売・評価等調査

主な調査項目

- 1) タイにおける韓国食品・青果物の流通状況
- 2) 韓国産いちご生産・輸出・販売に関する韓国政府の支援
- 4) 韓国産いちごの品種および品質管理
- 5) いちご輸出促進に関係する韓国政府関連機関の概要
- 6) 韓国産食品認知度向上・青果物販売促進に向けた活動
- 7) 韓国産食品・青果物販売促進に向けた活動
- 8) 韓国産及び他国産いちごへの評価ヒアリング 等

評価項目	日本産	韓国産	オーストラリア産	タイ産
1. 商品自体の評価項目:				
1.1 食味:	4.8	4.1	3.1	3.4
1.2 外観:	4.8	4.5	3.8	2.8
1.3 パッケージング:	4.6	4.4	3.5	2.8
1.4 コストパフォーマンス:	3.8	4.5	4.5	4.0
2. マーケティング関連の評価項目:				
2.1 販売プロモーション:	2.5	4.9	2.3	2.3
2.2 ブランディング:	4.0	4.5	2.3	2.7

【表】輸入業者4社による各国産いちごに対する評価（調査結果より抜粋）

- ◆ 2022年8月2日、タイ輸出支援プラットフォーム専用の相談窓口を設置し、メールで受け付け。
- ◆ タイからの相談はもちろん、日本からの相談も受け付け。

(URL) <https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/th.html>

お申込み方法



ご相談はメールでお受け致します。

E-mail: ThaiPF_Japanfood(at)jetro.go.jp
(※送信の際は(at)を@に変えてください。)

- 相談窓口からの返信は原則毎週月曜日～金曜日（タイ祝日を除く）とさせていただきます。
- ご相談には受け付け順に対応しております。
内容によってはご回答までに数日をいただくことがありますので、ご了承ください。

相談のイメージ： ○○を輸入したいが××が原因で当局から販売許可が下りない。
 △△の規制内容の詳細を知りたい。

 [Privacy Policy](#)

- 2023年11月、模倣品対策等のための相談窓口を設置。模倣品の相談窓口が設置したのはタイPFが初めて。
- 日本の食品はタイでも高く評価されている一方で、模倣品と疑われる商品の流通が複数確認されており、ジャパンブランドが毀損され、潜在的な輸出の機会を逸している可能性。
- 本相談窓口では、ジェトロバンコク事務所内の知的財産担当や農林水産省などと連携し、(1)日本における権利者やブランドの使用者などに対して、弁護士・弁理士によるコンサルティングを実施するほか、(2)模倣品などに関する疑義情報を受け付け。さらに、タイ国内での模倣品に関する対策マニュアルの掲載を検討。

(URL) <https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/th/ip.html>

農林水産物・食品の輸出支援ポータル

農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム

タイ・バンコク「農林水産物・食品の海外での模倣品等対策相談窓口」



模倣品等対策

「農林水産物・食品の海外での模倣品等対策相談窓口」のご案内

当窓口では、農林水産物・食品の模倣品について、(1)日本における権利者、ブランド使用者の皆様からのご相談と(2)模倣品に関する疑義情報提供を随時受け付けております。それぞれ以下のとおり概要をご説明します。

相談事業（コンサルティング事業）※2023年度の募集は終了しました

農林水産省では、農林水産物・食品の模倣品・商標権侵害による被害を未然又は最小限に防ぐことを目的に、日本における権利者（地理的表示や商標・特許等の知的財産の権利者）や日本の農林水産物・食品のブランドの使用者（ブランド商品の品質等管理している生産者団体・販売事業者等）等に対して、弁護士や弁理士等が個別相談を行い、具体的に助言や対策等を提案するコンサルティング事業を実施しています。相談は無料で、日本国内、海外にお住まいの方どこからでもご相談可能です。メールでのご相談を受け付けております。御関心のある方は、

1. 「お名前」
2. 「貴社（貴団体名）」
3. 「ご連絡先（メールアドレス、電話番号）」
4. 「実際の模倣品・侵害品又は模倣品・侵害品対策を講じたい商品名、写真」
5. 「発見日時・場所（ウェブ上の場合はそのURL）」
6. その他侵害行為に関する情報

を添えて、下記の「タイ向け輸出相談窓口」までご相談ください。（本事業は農林水産省の事業の一部を活用した事業であり予算に限りがございますので、ご希望に添えない場合もございます。あらかじめご了承ください。）

● 事業の詳細 (484KB)

疑義情報提供

当窓口では、皆様から、日本の農林水産物・食品のタイにおける模倣品等に関する疑義情報を広く受け付けております。疑義情報としては、農林水産物・食品に貼られたラベルの他に、レストランのメニュー、Web・新聞・雑誌・Pop広告も含まれます。

（例示）

1. ○年○月○日、バンコク市内の○○マーケットにおいて、「○○」と日本の農産物の名称をラベルに使っているが、生産者名から判断して、日本以外で生産された製品と思われるものが売られていた。
2. ○年○月○日、ECサイト（URL：○○）において、商品写真のラベルやWeb上に「○○」と日本の地名を称した商品が売られているが、生産者から判断して日本産ではないと思われる。
3. ○年○月○日、バンコク市内のマーケットにおいて、「○○県産○○使用」と、飲料の原材料の一部に日本産果実を使用している旨が記載されているが、○○の理由により日本産果実の使用はされていないと思われる。
4. ○年○月○日、○○レストランのメニューに、「日本産○○使用」と日本産鮮魚を使用している旨が記載されているが、○○の理由により、日本産鮮魚の使用はされていないと思われる。

情報提供いただける方は、下記の「タイ向け輸出相談窓口」まで、上記のような具体的な情報として、

1. 発見日
2. 商品名
3. 表示媒体・内容
4. 生産者、製造者又は飲食店等
5. 小売店等の販売者（住所等特定できる情報）
6. 写真（商品全体、ラベル、広告等）やECサイトのスクリーンショット等
7. 疑いがあるとする理由
8. 報告者情報（氏名、事業者名、連絡先（メールアドレス、電話番号））

などについてメールでご連絡ください。匿名での情報提供も可能です。ご提供いただいた情報については、今後の施策立案の参考とさせていただきます。また、ご提供いただいた情報を、関係する他の行政機関等へ提供することもあります。原則として回答や進捗状況の報告はいたしません。内容によりこちらからご提供いただいた連絡先に直接お問い合わせをする場合もあります。

資料集

- 知的財産に関する情報（タイ）
- タイ・バンコク | 農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム

参考資料・データ

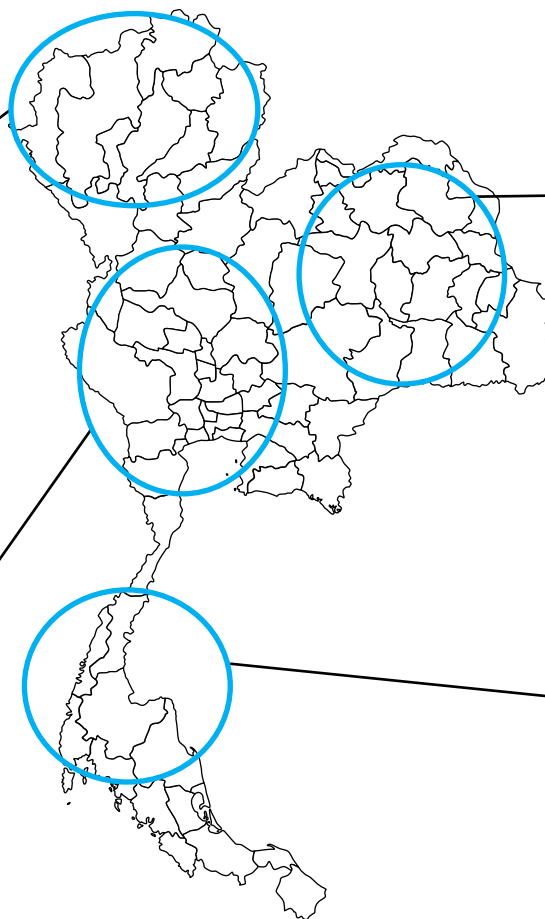
- タイの季節は、①雨季（6月～10月）、②乾期（11月～2月） ③暑季（3月～5月）
- 広大で比較的平坦な国土・農地と温暖な気候を活用し、農林水産物を生産
- 地域毎に、気候・土壌等の特性にあわせ、特色ある品目を生産

I タイ北部

- ・ **特徴**：山岳部・比較的冷涼な気候
- ・ **主な農産物**：米、**日本米（短粒種）**、とうもろこし、**野菜、果実**
- ・ **主な加工工場**：冷凍野菜・加工野菜工場

II タイ中央部

- ・ **特徴**：チャオプラヤ川デルタ地域で肥沃な土地。アジア有数の稲作地帯。灌漑が整備。
- ・ **主な農産物**：**米（二期作、長粒種）**、とうもろこし、さとうきび、キャッサバ、**畜産**（ブロイラー、卵、豚肉）、果実
- ・ **主な加工工場**：畜産物加工場、食品加工業



III タイ東北部（イサーン地方）

- ・ **特徴**：痩せた土地。台地状で水不足。灌漑施設が少なく天水依存。塩害。開発が遅れる。低所得。
- ・ **主な農産物**：**ジャスミン米（香米）**、もち米、とうもろこし、**キャッサバ、サトウキビ**
- ・ **主な加工工場**：製糖工場、キャッサバ工場

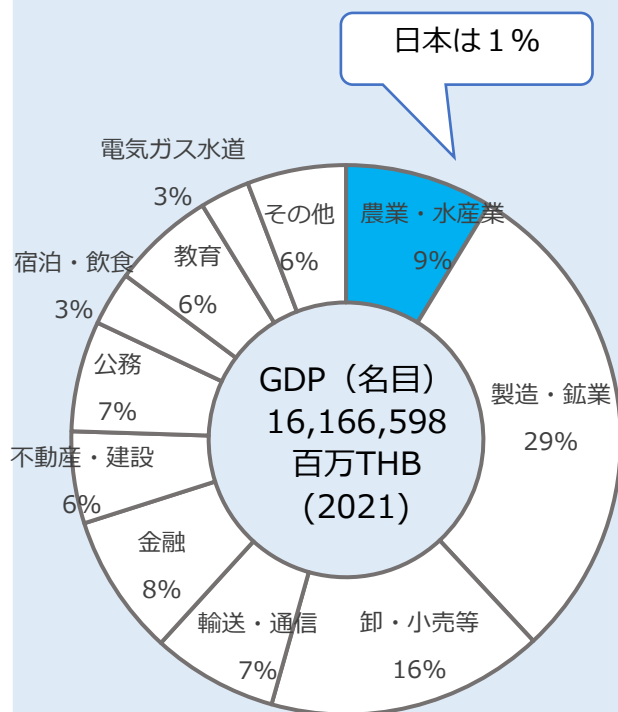
IV タイ南部

- ・ **特徴**：アンダマン海とタイ湾に囲まれた山岳部
- ・ **主な農産物**：天然ゴム、アブラヤシ、パイナップル、エビ養殖
- ・ **主な加工工場**：ツナ工場

出所： 関係機関へのヒアリング調査を元にジェトロ・バンコク事務所作成

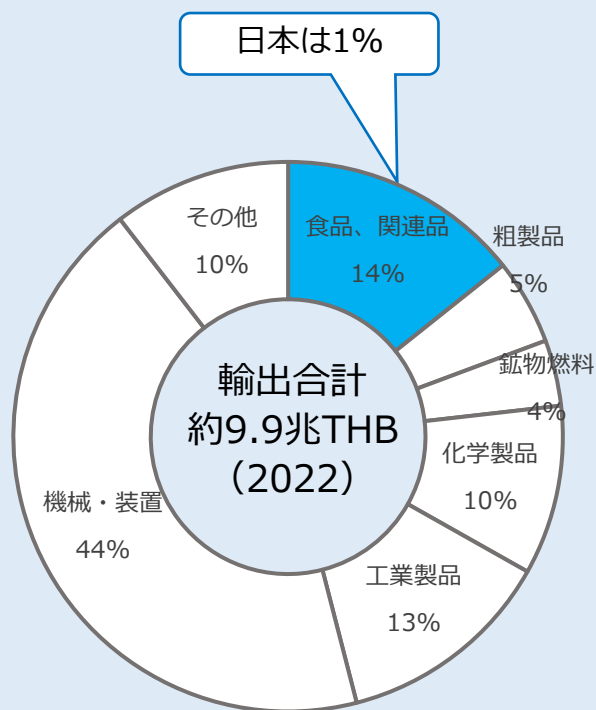
○ 産業別GDP構成比では農林漁業は1割弱にすぎないが、輸出の1割強、就業者別で全体の3割強を占め、農林漁業は依然として、タイにとって最も重要な産業の一つ。

○ 産業別GDP構成比 (2021)



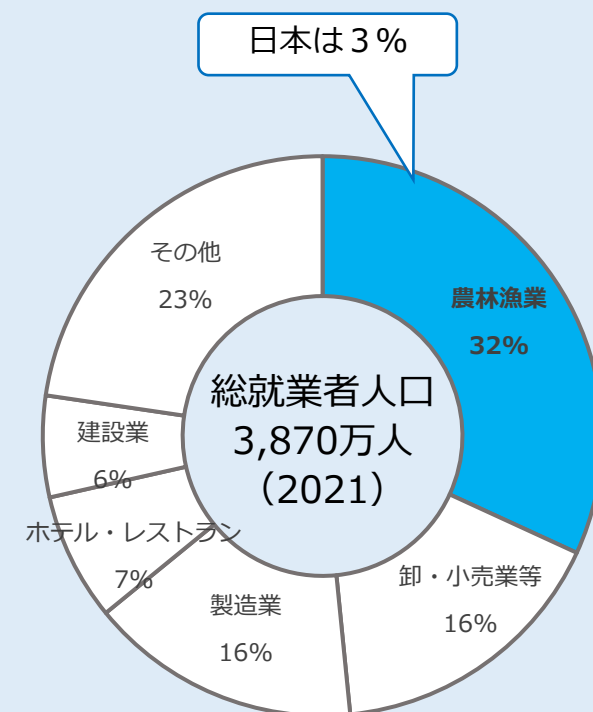
資料：国家経済社会開発委員会（NESDB）より作成。
なお、内閣府統計によると、日本の産業別の構成比（2021）は、農林漁業1%、製造業20.5%、建設業5.5%、卸小売13.6%、金融4.3%、不動産11.9%、運輸郵便4.1%、情報通信5.1%などとなっている。

○ 品目別輸出額構成比 (2022)



資料：タイ中央銀行データベースから作成
食品関連品には、動物・植物油脂、飲料、たばこ等も含む。

○ 産業別就業者構成比 (2021)



資料：労働力調査より作成。
なお日本の労働力調査によると、日本の就業者の産業別構成（2021年）は、農林漁業3.2%、製造業15.6%、建設業7.2%、卸・小売15.9%、宿泊・飲食5.5%、医療・福祉13.3%などとなっている。

- ◆ 本資料は、日本からタイへの食品輸出、販売等を行う実需者への情報提供として作成したものです。日本政府、タイ政府等の作成した資料を基に作成していますが、執筆後に改定・変更され本資料の内容と異なっていることもあり得ます。
- ◆ 本資料の正確性の確認と採否はお客様の責任と判断で行ってください。
ジェトロ・バンコクは、本資料に起因して発生した損害・不利益等について、一切責任を負いません。
- ◆ 実際の輸出・販売を行う際には、関係機関および各専門家に照会される等、最新情報の確認をお勧めします。
- ◆ 本資料を無断で引用・転載することは禁じています。

本資料に関する問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）

バンコク事務所

電話番号：66-2-253-6441

E-mail アドレス：ThaiPF_Japanfood@jetro.go.jp