

# 「タイにおける日本食品の流通事情について」

香港駐在員事務所  
 所長 山内 久幹

## 1. はじめに

現在、食に対する「安全・安心」への関心や健康志向が高まるなか、海外において日本食は「高品質でおいしい」、「健康に良い」という理由から大変人気となっており、空前の日本食ブームとされています。アジア諸国においても例外ではなく、当事務所がある香港をはじめ多くの国、地域で日本料理店や日本の食材が以前に比べ、目を見張るほど多く見られるようになりました。

こうした背景のもと、当行に対してもアジア向けの農水産物や加工食品の販売、日本料理店の出店などに関するお問い合わせが増えており、昨年2月の「アジア向け食品販路拡大セミナー・相談会」に続き、今年3月に「タイ向け食品販売セミナー・商談会」を開催したところ、多くの方にご参加頂き、あらためてお客さまの関心の高さを感じました。

さて、本稿ではアジア諸国の中で中国に次いで在留邦人数が多く、日本食が一過性のブームではなく広く大衆に根付きつつあるとされている「タイにおける日本食品の流通事情」について、本年6月に実施した現地視察を踏まえレポートしたいと思います。



(出所：在タイ日本国大使館 )

【図表2】国別・都市別海外在留邦人数

順位	国別総数			順位	都市別総数		
	国名	邦人数	前年度比		国名	邦人数	前年度比
1	米国	370,386	+5.32%	1	ニューヨーク	61,364	+3.51%
2	中国	125,417	+9.15%	2	ロサンゼルス	59,220	+17.26%
3	ブラジル	64,802	-1.73%	3	上海	43,990	+9.25%
4	英国	60,751	+10.49%	4	バンコク	29,919	+10.85%
5	オーストラリア	59,285	+11.92%	5	香港	27,270	+3.63%
6	カナダ	44,158	-3.82%	6	ロンドン	26,597	+9.95%
7	タイ	40,249	+10.80%	7	シンガポール	26,370	+5.90%
8	ドイツ	33,608	+4.99%	8	シドニー	23,573	+10.98%
9	フランス	30,863	+7.91%	9	バンクーバー	19,753	-12.33%
10	シンガポール	26,370	+5.90%	10	ホノルル	15,027	+11.80%

出所：外務省「海外在留邦人数統計（平成19年版速報）」

## 2. タイにおける日本食品市場概況

### (1) 在留邦人数の増加

日本食品の販売見込先として、まず現地に居住している日本人がメインターゲットとして考えられます。タイでは、現在アセアン諸国の中では最も多い約4万人の日本人が在留届けを出しています(長期旅行者など、在留届けを出していない人数を含めると、常時7万人程度いるといわれています)。

また、タイは東南アジアで初めて自動車生産台数が100万台を超えた国であり、現在、2010年の200万台生産を目指して、日系自動車メーカーをはじめ世界の大手自動車メーカーが相次いで工場増設を実行・計画しています。自動車産業は幅広い裾野(パーツ供給メーカー)を持つ産業であり、自動車メーカー本体だけでなく、その周辺企業のタイ駐在員も増えるため、日本人居住者は今後も増加することが予想されます。

さらに、これらの日本人の約3/4がバンコクに集中しており、その中の多くが外国人向けの高級住宅街であるスクンビット地区に住んでいます。中国と比較してみると、中国の在留邦人数はタイの3倍以上にのぼりますが、日本人が住む地域が北京・上海・広州と複数に拡散しているため、タイのようにまとまった地域に日本人が住んでいるということは、市場環境の点からも有利であると言えます。

これらのように、日本人の「数」「居住地域」の両面から見た場合、タイは日本食品のマーケットとして有望であることが窺えます。【図表1】【図表2】

### (2) 好調なタイ経済とタイ人富裕層の増加

タイは1997年のアジア通貨危機で、経済的に大打撃を受けましたが、その後、自動車・家電産業などを中心とした外国資本の進出により急激な回復を見せ、そのダメージを回復しつつあります。

好調な経済状況を背景に生活レベルも向上しており、国民一人当たりの名目GDPは5年前と比べて約1.5倍に増加しています。また、本統計上には表れていませんが、実際には所得格差が大きいと、上位5~10%の高所得者の所得はさらに上昇していると言われていています。【図表3】

また、現在のタイの人口は約6,500万人であり、周辺の経済発展国(マレーシア約2,500万人、シンガポール約400万人)と比較しても多く、個人消費市場として十分に期待出来ます。アセアン諸国においてタイより人口の多い国もありますが(インドネシア約2億2,000万人、ベトナム約8,300万人)、それらの国の個人所得はタイと比較して圧倒的に小さく、タイは潜在的なマーケットとしての魅力があると言えます。

### (3) タイの日本食品輸入について

前述した(1)・(2)のような環境の中、タイでは日本食品の消費者が、従来のタイ人富裕層と在留邦人から中間所得層にまで徐々に拡がりを見せつつあります。

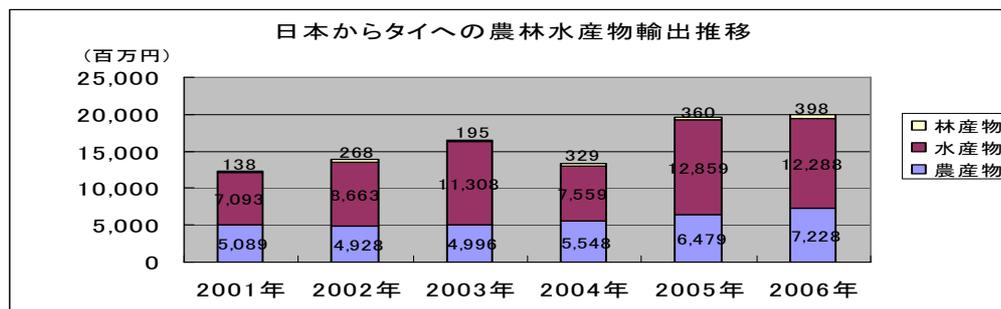
実際に日本からタイへの農林水産物の輸出額もここ数年増加傾向にあります。【図表4】水産物では主に「かつお・まぐろ」「さけ・ます」「えび」「さば」「いか」などの品目が輸出されており、特に「かつお・まぐろ」の輸出額が多く、一時タイへの輸出農水産物の4割を占める時期もありました。農産物については「種」「緑茶」「りんご」などが主な輸出品目となっています。昨今より、現地生産者が様々な野菜・フルーツを育てることを目的に、日本の種を取り寄せて現地生産を行っていますが、土壌の違いから完全に日本と同じ味のものを作り出せないのが現状です。高価であっても日本からの輸入品が嗜好される傾向にある日本産農産物については、今後、タイにおける販路拡大の可能性が見込めそうです。

【図表 3】

対象年月	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
実質 GDP 成長率 (%)	-1.4	-10.5	4.4	4.8	2.2	5.3	7.0	6.3	4.5	5.0
名目 GDP 総額 (百万ドル)	150,892	111,860	122,630	122,725	115,536	126,877	142,640	161,349	176,222	206,337
1人あたりの GDP(名目)(ドル)	2,496.1	1,828.7	1,984.9	1,966.8	1,835.8	1,999.3	2,228.5	2,479.1	2,706.5	3,136.5

出所：国家経済社会開発庁（NESDB）、IMF

【図表 4】



出所：農林水産省ホームページ

### 3. タイの日本食外食産業について

#### (1) タイの日本料理店の普及経緯

タイで日本料理店が出店し始めたのは、日本企業のタイへの投資が活発化した1980年代半ば以降で、最初はバンコク市内の大手ホテル内に高級日本料理店が出店しました。

しかし、こうした高級店は日系企業の駐在員やごく一部のタイの富裕層に利用されるのみで、一般の市民には手の届かないものでした。その後、1999年にバンコク市内において「定額で食べ放題」のいわゆるバイキング形式の日本料理店が開店したことが、従来タイ人が感じていた「日本料理は高くても量が少ない」という敷居の高いイメージを払拭する契機となり、爆発的な日本食ブームの火付け役となりました。

さらに、アジア通貨危機により一度は落込んだタイ経済が回復していく中、日本の生活や文化を紹介する番組や記事が、地元のテレビや雑誌で頻繁に取り上げられるようになったことから、タイの人々にとって日本食がより身近なものとなり、多くの日本料理店は集客力を増していきました。

その結果、現地の民間調査会社によると、現在タイには約660店の日本料理店があり、これは海外における日本料理店の数では米国、中国、韓国、台湾に次いで5番目に多い規模となっています。

日本料理店の大半は首都バンコクに集中しており、市内の中心部にある大型ショッピングセンターや日本人が多く居住している地区には、本格的な日本料理店の他、チェーン展開した定食屋、ラーメン店、居酒屋などが出店しています。最近の傾向として、日本食ブームの定着化や、在留邦人の増加などにより、従来の画一的な日本料理店から鉄板焼き、地鶏料理、鍋料理など、専門的で個性のある店が増えており、日本料理の多様化が進んでいることが挙げられます。

#### (2) タイで頑張る九州発の日本料理店

タイには九州の食材や味を売りものに営業する飲食店も少なくありません。その中で最近、幅

広い層のタイ人や在留日本人に人気があり、店舗を拡大している九州発の日本料理店を2軒ご紹介します。

・「九州筑豊ラーメン山小屋」

福岡県に本社を置く「ワイエスフード株式会社」は、2006年9月にタイ企業との合併によりバンコク市内の日本人居住区に1号店をオープンし、現在3店舗にまで拡大しています。

店の外観や内装、メニューは日本の店とほぼ同じであり、一步店に入るとタイにいることを感じさせない雰囲気です。価格帯は「山小屋ラーメン」が1杯170バーツ(約600円)と現地の所得レベルから見ればやや高めの設定となっていますが、居住する日本人はもちろん、タイの富裕層にも人気を博しています。

タイにはもともと麺文化があり、屋台において低料金で手軽に食べることができますし、また、既に日本のラーメン店も数多く進出しています。そうした中で当店が人気のある理由は、単に馴染みの少なかった「豚骨味」が口にあったと言うばかりではなく、開店以来日本人スタッフを常駐させ、味や接客のクオリティを保っていることが「正統な日本食」としての店のステータスや信用を向上させているものと考えられます。

今後、より幅広いタイ人に味わってもらうためにも、価格を抑えた新メニューの開発を行い、店舗も順次拡大していく計画を立てています。

・「やよい軒」

同店はタイの外食最大手であるMKグループが、福岡県に本社を置く「株式会社プレナス」とフランチャイズ契約を結んで運営しています。2006年3月にバンコク市内の大型商業施設へ第1号店を出店後、急速に店舗を拡大しており、3年以内には50店舗まで拡大する予定です。

店舗はカジュアルな雰囲気であり、メニューは「さば照り焼き」、「ハンバーグ定食」など日本のやよい軒と同じものが多く、タイ人の嗜好に合わせてやや味付けを調整しているようでした。価格帯も100バーツ(約350円)以下のメニューが多くあり、他の日本料理店の定食と比較して約1/3程度と、タイ人にとっても手ごろな価格との印象を受けました。

日本食のステータスやカジュアルな店作り、手ごろな価格が話題となり、顧客層は日本人のみならずタイの若者や中間所得層にまで拡がり、現在では大変な人気となっています。また、他の多くの日本料理店と違い、地場大手の外食チェーンが運営していることが、タイ人に対して安心感を与えており、人気の理由の一つとなっているようです。



「九州筑豊ラーメン山小屋」



「やよい軒」

#### 4. 日本食品の小売店流通について

バンコク市内においては、多くの日本産生鮮食品や加工食品が日系スーパーや百貨店の他、地元の高級デパート、大型ショッピングセンターで、日常的に販売されています。

以下、一部ではありますが、日本食品が販売されている店をいくつかご紹介いたします。

・日系小売店：フジスーパー

フジスーパーは、日本人が多く居住しているバンコク市内のスクンビット地区に2店舗を構えて営業しています。

買い物客のほとんどが日本人であり、店内の雰囲気や品揃えは日本のスーパーマーケットと全く遜色ありません。日本からの輸入品も多く、漬物や納豆が日本から空輸されている他、野菜や水産品も一部日本産が販売されています。また、食品以外にも日本の日用品や文房具が販売されており、日本人の生活に密着した店舗となっています。



「フジスーパー」

・日系百貨店：バンコク伊勢丹

バンコク伊勢丹は、バンコク市内の交通要所であるサヤームスクエア地区にあり、巨大ショッピングセンターと直結している為、毎日多くの買い物客が訪れています。

ジャパンブランドを好むタイの富裕層に絶大な人気があり、食品売場にも高級果物や日本直送の野菜、鮮魚の他、日本の有名な和菓子や洋菓子も空輸され、豊富な品揃えからタイを代表する日本食を取扱う店舗の一つと言えます。



「バンコク伊勢丹」

・現地高級デパート：エンポリアム

エンポリアムもフジスーパーと同様に日本人が多く居住するスクンビット地区にあります。こちらは庶民的な構えではなく、世界的に有名なブランド店が入店する高級デパートです。食品売場には欧米、オーストラリアから輸入された有機野菜やハム・チーズ・その他乳製品などが豊富に品揃えしてあり、日本食品では調味料やレトルト食品が充実しています。

上層階には高級サービスアパートを併設しており、買い物客は欧米人やタイの富裕層が目立ちますが、日本人居住区に近いことから多くの日本人も買い物に訪れています。



「エンポリアム」

・現地大型ショッピングモール：サイアムパラゴン

サイアムパラゴンは、2005年にバンコクの中心地であるサヤームスクエア駅前に建設された東南アジア最大級のショッピングモールです。店内にはデパートエリアの他、映画館、水族館があり、幅広い層の集客力があります。地下の食品売場は世界各国の食料品が並べられており、集客力のある日本直送の野菜、果物、鮮魚類は高級品として一番目立つ入口付近で販売されています。

また、日本料理店や日本の惣菜店も店舗周辺に出店しており、在留邦人やタイの富裕層を中心に人気があります。



「サイアムパラゴン」

## 5. タイで開催される日本食フェア

### (1) 日本政府、各自治体による農水産物の輸出促進

現在、日本政府や各自治体では、タイをはじめアジア各国へ日本の農林水産物や食品の輸出を促進しようという動きが高まっており、農林水産省は農林水産物の輸出額を平成25年までに一兆円規模にすることを目標として掲げています。【図表5】それに応じて、各地方自治体もアジ

アの主要国の駐在員事務所・連絡事務所を活用し、見本市・商談会・産地フェアを開催するなど積極的に輸出支援活動を行なっています。

タイにおいても、各地方自治体などによる視察・商談会や日本食品関連フェアの開催頻度が増加しており、従来にも増して日本食品と身近に接する機会が増えています。タイの日本食フェアのほとんどは、前述したスーパーやデパート等で開催されることが多く、多少高価であっても品質の良い物を求めるタイの富裕層や在留邦人にとっても人気があります。【図表 6】

【図表 5】農林水産省の掲げる輸出拡大目標



出所：農林水産省ホームページ

【図表 6】タイで 2006 年から 2007 年にかけて開催された日本食フェア

年	月	内容	主催者・開催地
2006 年	1 月	JA日本米フェア	サイアムパラゴン
	1 月	青森ジャパンフェア	伊勢丹
	5 月	TAHIFEX World of Food ASIA 2006 (国際食品見本市)	バンコク市内会場
	6 月	日本全国うまいもの市	伊勢丹
	8 月	味ニッポン夏祭り	トップス
	9 月	北海道フェア	伊勢丹
	11 月	仙台東北ジャパンフェア	伊勢丹
	11 月	Japanese Food Fair	フジスーパー
	11 月	青森りんご祭り	ジャスコ
	12 月	山形県産品販売プロモーション	ヴィラマーケット他
12 月	おいしい日本迎春うまいもの市	伊勢丹	
2007 年 (1 月～6 月)	1 月	グルメ日本市(四国)	サイアムパラゴン
	2 月	青森ジャパンフェア	伊勢丹
	2 月	青森りんご祭り&焼酎フェア	ジャスコ
	2 月	九州食品プロモーション(商談会)	ジェトロ
	3 月	愛媛・熊本フェア	エスプラネード
	3 月	北海道フェア	エンポリウム他
	4 月	熊本フェア	エスプラネード
	4 月	日本食フェア	エンポリウム他
	5 月	TAHIFEX World of Food ASIA 2007 (国際食品見本市)	バンコク市内会場
	6 月	グルメ日本市	サイアムパラゴン
6 月	九州博多うまかつちゃんフェア	伊勢丹	

出所：ジェトロバンコクセンターよりヒアリング

## (2) バンコク伊勢丹で開催された「九州博多うまかつちゃんフェア」

今回の視察において、バンコク伊勢丹で開催された「九州博多うまかつちゃんフェア(開催期間 6/21~7/1)」を視察する機会がありましたので、その様子をご紹介します。

バンコク伊勢丹での九州関連食品フェア開催は今回で4回目となります。タイの富裕層を中心にリピーターが多く、来店客の7割はこうしたタイ人です。九州からは8社が出店し、「辛子明太子」、「魚肉練り製品」などを販売しており、フェア期間中の売上金額は2千万円以上となったとのこと。

視察時(フェア6日目)には早くも桃、巨峰といった果物やカステラなどの菓子類が完売となっており、高額かつ珍しい商品から売れている様子でした。特に驚いたのが「辛子明太子」の売れ行きで、スパイスさがタイ人の味覚にあったのか、100g500パーツ(約1,750円)もする「辛子明太子」は昨年の2倍の量を準備したにもかかわらず、フェア期間の半分を残し売り切れるといった状態でした。

また、魚肉練り製品「博多てんぷら」の実演販売には多くのタイ人が集まり、原料や製造方法が確かめられたことや、通常より大き目の試食品を提供したこともあり、一枚120パーツ(約420円)の商品を1人で4~5枚も購入する人がいるなど大変盛況でした。

主催者である伊勢丹の関係者は、「美味しく」、「高品質であり」、「タイ人の嗜好に合う」商品であれば価格が多少高くても必ずニーズがあり売れると考えており、今後も同様なフェアを開催していくと話していました。



「九州博多うまかつちゃんフェア」

## 6. おわりに

今回のレポートで述べてきましたとおり、タイにおける日本食ブームは今後も続き、日本食品のマーケットは拡大していくものと思われます。また、前述の政府の輸出促進政策に加え、今年4月に締結された「日タイ EPA」の施行により今後日本の農産物や加工食品に対する「関税の削減、廃止」が実現していけば、日本の食品業界には絶好のビジネスチャンスが到来するものと思われます。

しかし、アジアの都会の人々は一般的に、「新しいもの好き」「熱しやすく冷めやすい」という行動パターンを指摘されていることもあり、単に日本食ブームに乗るだけではなく、十分なマーケットリサーチと販売戦略を練った上でビジネスを検討する必要があると思います。

また、日本食が中低所得者層向けにも拡大していく中で、今後は価格競争を余儀なくされることも予想されますが、「安全」「高品質」といった日本食品のブランド力は決して忘れるべきでないとも考えます。

当事務所では、主に香港、中国/華南地区およびアセアン諸国を対象に、お客様のための海外情報収集、海外進出サポートとともに、海外での仕入れ、販売のサポートを主要業務として活動しております。各種問合せ等、お客様のご利用を心よりお待ちしております。

以上