

国・地域名

**タイ**

<p><b>人口・経済発展状況等</b></p> <p>〔参考：日本〕 ●人口：1億2,616万1人（2019年11月確定値、総務省統計局） ●実質GDP成長率：0.7%（2019年度、内閣府） ●1人あたりGDP（名目）：4万1,021ドル（2019年、IMF）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口 <b>6,656 万人</b> 2019年（推計値）、タイ投資委員会（BOI）</li> <li>実質GDP成長率 <b>2.4 %</b> 2019年（推計値）、タイ銀行（Bank of Thailand）</li> <li>1人あたりのGDP（名目） <b>7,844 ドル</b> 2019年（推計値）、タイ投資委員会（BOI）</li> <li>在留邦人 <b>7万 5,647 人</b> 外務省「海外在留邦人数調査統計」令和元年版</li> <li>訪日外客数 <b>131.9 万人</b> 2018年、日本政府観光局（JNTO）</li> <li>日本食レストラン数 <b>3,637 店</b> 2019年9月、ジェトロバンコク調査</li> </ul>	<p><b>市場規模（2018年、ユーロモニター）</b></p> <p>〔参考：日本〕 ●生鮮食品：99,810.5 百万ドル ●加工食品：182,155.3 百万ドル ●アルコール飲料：88,459.7 百万ドル ●ソフトドリンク：65,879.8 百万ドル ●ホットドリンク：7,601.4 百万ドル ●健康ウェルネス飲食品（*）：54,703.8 百万ドル ●外食フードサービス：200,015.7 百万ドル ●小売・流通業（**）：296,901.2 百万ドル</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生鮮食品 <b>21,000.6 百万ドル</b></li> <li>加工食品 <b>13,378.0 百万ドル</b></li> <li>アルコール飲料 <b>15,376.8 百万ドル</b></li> <li>ソフトドリンク <b>8,812.9 百万ドル</b></li> <li>ホットドリンク <b>1,484.3 百万ドル</b></li> </ul> <p>※ 小売額。ホットドリンクはコーヒー、茶など。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康ウェルネス飲食品（*左記カテゴリーと重複） <b>5,857.1 百万ドル</b></li> <li>外食フードサービス <b>27,448.6 百万ドル</b></li> <li>小売・流通業（**店舗型、食料雑貨店に限る、税抜き） <b>58,381.7 百万ドル</b></li> </ul>
<p><b>日本からの農林水産物輸出状況（2019年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省）</b></p>	<p><b>7位 395億円 うち農産物184億円(46.6%)、林産物5億円(1.2%)、水産物206億円(52.1%)</b></p> <p><b>輸出額の多い品目： かつお・まぐろ類、さば、いわし、豚の皮（原皮）、牛肉</b></p>			
<p><b>味覚、嗜好上の特徴</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>甘み、辛味、酸味のはっきりした味が好まれ、薄い味、塩辛いものは好まれない。健康志向の高まりから健康イメージのある日本食の人気が高い。</li> <li>新しい物が好きで、新規のレストランには行列ができることがある。近年、タピオカミルクティーがブームとなっている。SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）等で口コミ情報が伝わりやすい。</li> <li>所得向上により食生活の多様化が進んでいる。また日本に観光する機会が増えたため、ローカライズされていない本格的な日本食を求めるタイ人も増えている。</li> </ul>			
<p><b>制度的制約</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸入許可証取得の一連の手続きはタイ法人が行う。</li> <li>牛肉は輸入可（日本からの輸入牛肉に対する月齢制限が撤廃（2016年11月））。豚肉も輸入可（2019年8月に解禁）。鶏肉は、鳥インフルエンザの発生を受けて現在も輸入禁止。</li> <li>野菜・果物について、複数の規制が同時期に発動。植物検疫での規制ではトウモロコシなど新たに輸入禁止品目が設定されたほか、リンゴ、イチゴ、日本梨等では園地・梱包施設の登録が必要。メロン、スイカ、トマト等はさらにタイから検査官を招聘して合同輸出検査をする必要がある。この規制に加えて、食品衛生の規制では、リンゴ、イチゴ、日本梨、メロン、人参、キノコ類をはじめとした多くの品目で選果・梱包施設の衛生証明書などが必要となる。</li> <li>コメ、茶など一部品目に関税割当が設定されている。また、植物防疫上の理由から玄米は輸入不可（精米は植物検疫証明書の添付で輸入可）。</li> <li>2019年1月9日から部分水素添加油脂（PHO）の規制が発動。油脂を使用した製品については、PHOを使っていない旨の製造事業者のレターが必要（日本ではPHOは規制対象でないため、新たな対応が必要）。輸入通関では、油及び油脂の製造工程を保証する確認書（Letter of Confirmation：必須）、製品規格書（Specification：任意）又は成分分析証明書（Certificate of Analysis：任意）の提示が求められる。</li> <li>日本酒：日本酒を含む酒類全般（ワイン、焼酎、ビールなども）に広告規制、酒税、販売時間制限あり（なお日本酒の輸入関税は経済連携協定の適用により2012年4月以降ゼロ）。また、輸入に際しては、1銘柄につき1輸入業者のみが輸入登録を行うことが可能。</li> <li>&lt;原発関連規制&gt; 2015年5月以降、食品および農産物に対する規制は撤廃。ただし、野生動物肉（イノシシ、ヤマドリ、シカ）のみ放射性物質検査報告書や産地証明（原産地証明書）が必要。</li> </ul>			
<p><b>商流・物流・商習慣</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本産食品が販売される小売店は、高級デパート、日系スーパーが中心。</li> <li>旧正月、クリスマスに中華系を中心に、バスケット等により詰め合わせのギフトを贈る習慣がある。</li> <li>輸入に当たっては輸入業務ライセンスが必要で、輸入許可手続きはタイに法人格がある企業のみ可能。タイ系大手小売企業は、確実に売れゆきが見込める商品以外は棚代を徴収し、売れ残りリスクをサプライヤーが負担する。棚代に20～30%を要し、輸入業者の利益を失ってしまうケースがある。加えて新規商品を棚に並べるに当たり、小売業者からエントリーフィーを求められることが多い。</li> <li>輸入業者が卸を兼ねている場合が多い。小売、レストランへの配送のための保冷車等も保有している。</li> <li>近年、FoodPanda、GrabFoodなどのスマートフォンアプリでの食品配送サービスが普及してきている。一般消費者向けECも年々拡大しており、マーケットプレイス、大手小売、食品輸入商社のECサイトで食品の取扱いあり。</li> </ul>			
<p><b>日本食普及状況等</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>毎月のように開催される日本産食品フェア、多く存在する日本食レストラン等により日本産食品への人々の認識は高く、市場としての成熟度は高い。</li> <li>水産物：日本食レストラン（寿司店など）の増加により水産物の需要が高い。レストラン向けにマグロ、カニ、ハマチが人気である。また、タイには缶・びん詰めの主要輸出国として各国から原料用水産物（日本産ではマグロ、カツオ、サバなど）が集まる。</li> <li>加工食品：しょうゆなどの調味料はタイ産、海外産の日本ブランド食品があるため競合が激しい。コールドチェーンの整備に伴い日本産アイスクリームを扱う店舗が増加。</li> <li>牛肉：ブランド和牛のほか、交雑種も流通。輸入牛肉では豪州産や米国産と競合。また、タイ国内において、欧州とタイの牛とを掛け合わせた、従来より品質が向上したタイ国産牛（タイフレンチビーフ）も出回っている。なお和牛に関しては依然として需要は高いものの、より赤みの多い牛肉を求める消費者が増えている。</li> <li>麺文化があることからラーメンは人気がある。日本料理は寿司や刺身などのイメージが強かったが、最近はうどんやそばの店も日本から進出している。とんかつ、お好み焼き、居酒屋料理なども人気がある。</li> <li>富裕層を中心に本物の日本の味を求める傾向がある。訪日旅行客の増加につれてその傾向は強まっている。また、中間所得層においても日本への旅行客が増えており、日本産食品に対して好印象を持っているが、日本産の輸入商品は値段が高く、なかなか手が出せないのが現状である。</li> </ul>			