



4. タイ



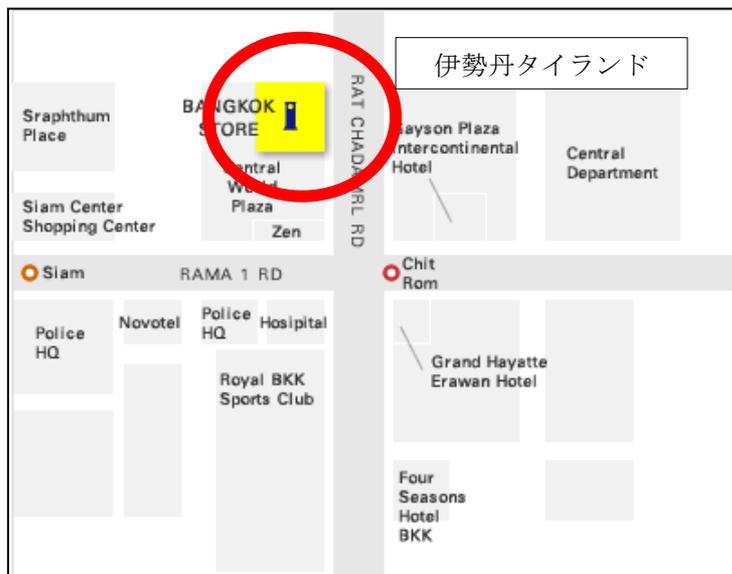
実施概要、全体的な販売実績

	場所	品目数	品目の種類	方法
タイ (7月～2月)	伊勢丹タイランド店	201	青果物(柑橘類除く)、畜産物、水産物及び米等(加工品含む)	<ul style="list-style-type: none"> ・販売員が販促活動 ・試食販売・モニタリング実施 ・出品企業による実演販売(希望制)

販売実績

品目	7-8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	総計	うち6次化採択済	売上金額(日本円)
米・包装米飯			2					2	2	109,457
果実	11		10	1	8	4	8	42	4	3,235,339
野菜	1		2		2	14	10	29	0	808,968
その他加工品	3				6	5	14	28	0	406,235
肉			1					1	0	173,000
水産物・水産加工品			42		1	4	5	52	1	1,238,960
茶	13							13	0	304,324
調味料類	1				2	10	18	31	0	350,713
清涼飲料水			3					3	0	40,690
日本酒								0	0	0
その他アルコール飲料								0	0	0
総計	29	0	60	1	19	37	55	201	7	6,667,686

場所:伊勢丹タイランド店



<伊勢丹タイランド店概要>

住所: 4/1-4/2 Central World, Rajdamri Road, Pathumwan, Bangkok 10330, Thailand

アクセス: BTS スクンビット線 チットロム駅

営業時間: 日~木: 10:00~21:00、金・土・祝日の前日: 10:00~21:30

店の特徴: バンコク中心部に位置し、日本食に関しては、幅広い品ぞろえを誇る。近辺にショッピングモールなども多いことから観光客も多いエリアである。改装工事を終え、2015年12月にリニューアルオープンした。

【消費者アンケート】

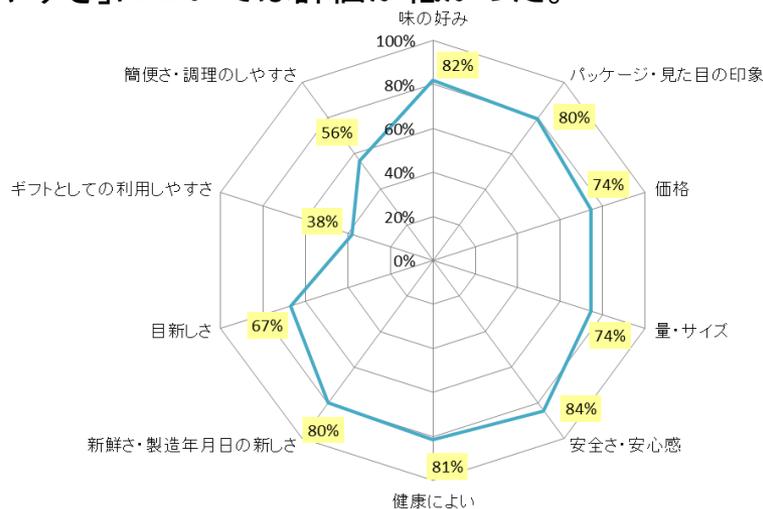
①実施方法：2015年7月～2016年2月までの間、各試験販売コーナーにプロモーターを配置し、店頭にて消費者から「各商品に対する購買意向やその理由」、「味やパッケージデザイン、価格、サイズなどの評価」をアンケート調査した（各項目について、消費者に「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5段階評価のうち1つを選択してもらう形式で調査）。

②アンケート回収件数：3,360件

- 調査対象者は、性別では「女性」が90%、年代別では「30代」が50%、「40代」が30%、「50代」が18%を占める。職業は「専業主婦」が51%、「会社員」35%であった。（アンケート実施時間が午後12時～午後8時であったため、女性、主婦の割合が高い。）
- 世帯月収は「35,000～39,99THB」が31%、「40,000～44,999THB」が20%を占めた。ただ収入についてはプライベートな質問のため、消費者の多くは無回答であった。
- 日本食購入頻度は「月に2,3回」が40%と最も多く、次いで「月に1回」が21%、「週に1回」が20%の順であった。

③全体集計結果

味の好み」「パッケージ・見た目の印象」など各項目について、消費者に5段階評価のうち1つを選択してもらう形式で調査。評価が高かった項目は「味の好み」「安全さ・安心感」だった。一方、「ギフトとしての利用しやすさ」「価格」「簡便さ・調理のしやすさ」については評価が低かった。



(注)項目毎の回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

【出品商品について】

- 現地消費者の目線に立ち、より良い販促物（日本食を調理する人はまだ少ないため、タイ語・英語のレシピ、説明書、映像）を作成し、試食などのプロモーション活動を実施していくことが必要不可欠であると思われる。
- 「（試食すると）美味しいが、価格が高い」との現地消費者コメントが多かった。消費者が求めるサイズや価格を事前に調査し、販売していく必要である。
- マーケットでは、日本産同士で競合することもある。競合品がすでに存在する場合については、違いや特徴を明記する必要がある。
- 米については、タイ米のほうが好きという声がある。一方で、和食好きな消費者には、量・価格ともに手軽なものであれば売れる。
- 果物や野菜など青果物は人気があり、品質の高さが現地消費者に認知されている。中でもイチゴの人気は高い。しかし、傷みやすいため輸送用の包装に注意を払う必要がある。ロスを防ぐことが出来れば、よりリーズナブルな値段で消費者へ提供できる。
- 水産品については、カンパチ・ハマチ・ブリといった脂の乗った魚種の人気が高い。干物は、タイでも似た商品があり、価格も安いことから、販売は伸びなかった。日本産ならではの特徴を打ち出せないと、販売は厳しい。
- 調味料については、日本的な商品であるわさびや焼きそばソースの人気が高かった。

米・包装米飯

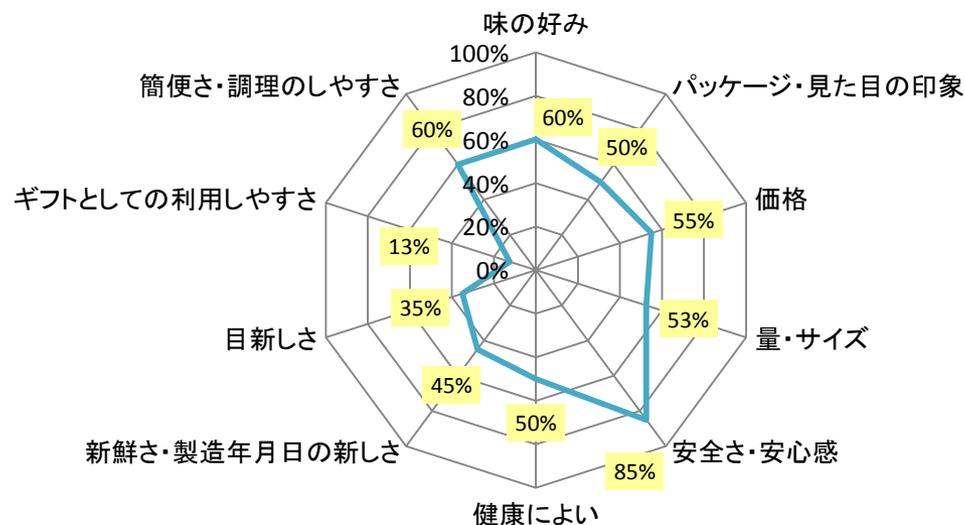
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
2	120	63	53%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・味が良い☆ ・安心、安全である☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高い☆
商品別コメント	<p>米： 北海道産米については、甘くて粘りがあり、独特の食感で美味しいと評価が高かった。5キロ入りだと価格が高くなってしまったため、2キロ入りにし、味の良さとブランド名を浸透させていくことも考えられる。</p>	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・日本産米は美味しいと評価されているが、タイ米のほうが好きという消費者も多い。
- ・市場に流通している日本産米は一般的に高いため、価格を抑える工夫ができると販売が伸びる可能性があると思われる。

果実

<出品品目数、販売数>

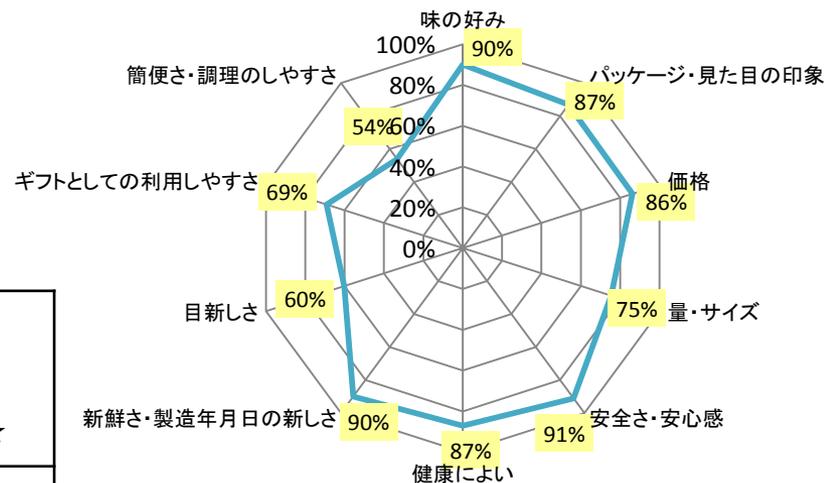
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
42	2568	1989	67%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	＋評価	<ul style="list-style-type: none"> ・甘くて美味しい☆ ・大粒、大玉である☆ ・ギフト用の需要がある ・ブランド名が浸透している、日本産で安心☆
	－評価	<ul style="list-style-type: none"> ・地元産、他国産のほうが安い☆ ・聞き慣れないブランドであり、説明が欲しい☆ ・それぞれの品種ごとの味の違いが分からない☆

商品別コメント	<p>リンゴ： 日本産の味の良さが消費者に浸透しており、どの品種も全般的に販売が伸びた。これまでマーケットに出していない品種についても、日本産であることを前面に出し、試食などプロモーション活動を行い、加えて適切な価格設定を行えば、販売が見込める。</p> <p>ブドウ： 粒が大きく、甘い日本のブドウは人気がある。タイの消費者には、巨峰のような紫色のブドウに馴染みがあり、「巨峰」の名前も浸透しているが、他国産も含めて多くの商品が出回っているため、販促活動は必須である。マスカットやピオーネなども、甘さが好評で知名度が上がっている。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・果実は全般的に、日本産品の味の良さが非常に評価されている。
- ・特にリンゴやイチゴは、美味しさが定着している。ブランドや産地名も浸透し、知名度の高い商品もある。イチゴのなかには、完売するものもあった。
- ・傷みやすい商品も多いため、輸送用の包装には注意を払う必要がある。

野菜

<出品品目数、販売数>

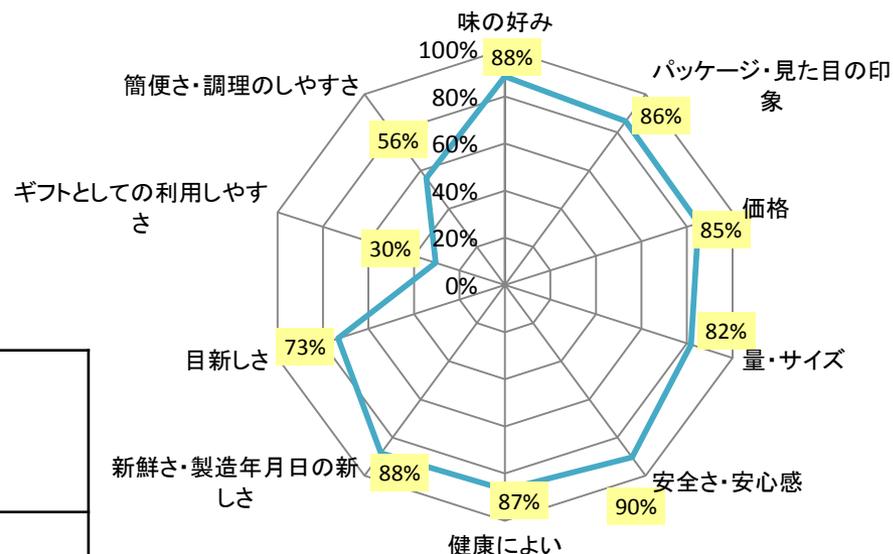
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
29	1502	1063	59%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の野菜の中では葉物の人気が高い ・健康志向が高く、栄養価の高い野菜が人気 ・色、つや、鮮度が良い☆ ・安心感がある☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・地元産、他国産との違いが分からない ・日本独特の野菜についてはレシピの提案が必要☆ ・価格が高い

商品別コメント	<p>葉物: 春菊や水菜については、タイの野菜には無い食感である。特に日本で食べたことがある消費者から人気がある。また、ほうれん草は鉄分の多い野菜として知られており、健康食品的な位置づけでもある。</p> <p>きのこ類: 年間を通じ安定供給ができる点が、小売店にとっても魅力である。一般消費者にとっては、例えば中国産などとの違いが分かりづらいため、日本産で安心、安全であることなどを販促活動を通じPRしていくことが大切である。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・味の良さや安心、安全さが評価されている。また、タイ産より大きいものや、日本特有の野菜に対する関心も高い。
- ・一方で、似た品種がすでに市場にあり、味の違いを出せないようなものは販売が難しい。
- ・日本特有の野菜であっても、レシピなどの提案ができていないもの、すぐにしおれるなど鮮度管理が難しいものは、販売も伸び悩むと思われる。

その他加工品 (果実・野菜加工品、菓子、麺等。以下同様)

<出品品目数、販売数>

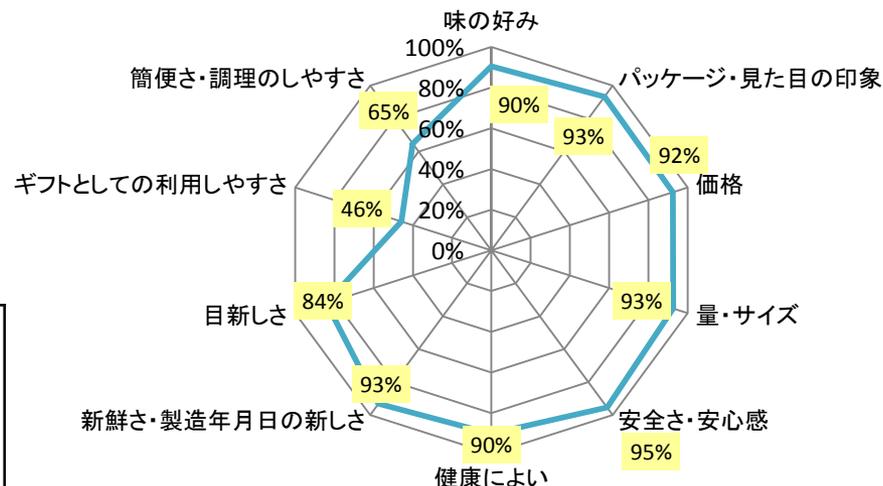
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
28	1686	916	48%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・手軽に食べられる☆ ・簡単に調理できる☆ ・地元には無い商品で関心がある☆ ・健康食品、自然食品である☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・似た商品が存在する(既存商品との差別化がされていない)☆ ・何に使うのかわからない☆ ・パッケージ上の表記に工夫が必要☆

商品別コメント	<p>うどん: タイでも、うどんが一般的に食べられるようになってきている。自宅でも簡単に、おいしく調理できる点を強調することで、更に売上は伸びていくと考えられる。</p> <p>日本そば: すでに、様々な種類のそばが販売されており、消費者が好みで選べるようになってきている。定期的に試食活動を行うなどのプロモーション活動を実施することが重要である。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・簡単に調理が出来る商品や、麺類などタイでも馴染みのある商品は人気が高い。消費者アンケートを見ても味に対する評価は高い。
- ・一方で、食べ方や使い方が分からない商品は、売れ行きが伸び悩む。麺類の中でも、タイではあまり馴染みの無い冷やし中華麺は販売率は10%だった。
- ・パッケージに使用方法を記載するほか、販促活動を実施する際は、レシピを配布する、また英語だけでなく現地語で表記する、画像を通じてPRする、ことなども考えられる。

肉(牛肉)

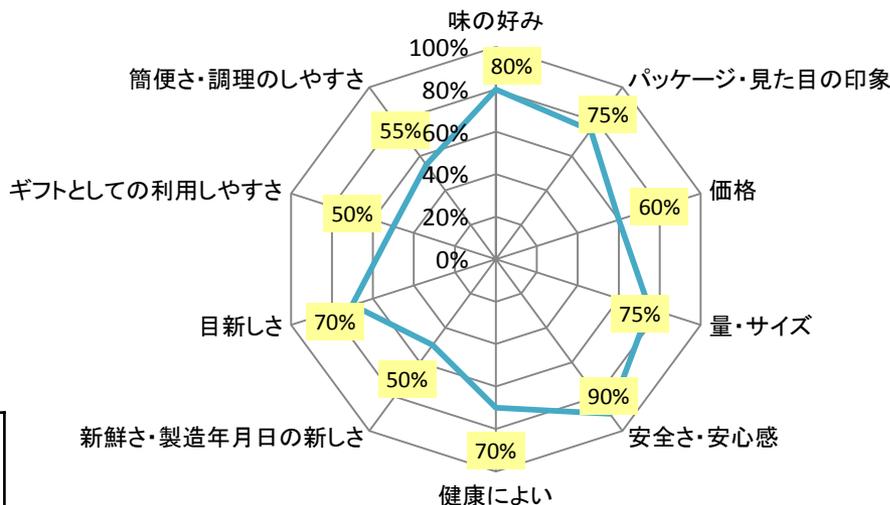
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
1	50	5	10%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の和牛に関心がある☆ ・子供に食べさせたい☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・(家で調理するのは大変なので)レストランで食べたい☆
商品別コメント	<p>牛肉: 消費者の和牛に対する関心度は高い。 サーロイン、肩ロースと部位ごとに販売したが、牛肉に対する認知度がまだ低く、調理のデモンストレーションや具体的な商品説明等を加えないと、販売は厳しい。 販売に際しては、ギフト用としてのほか、調理済み商品の販売も考えられる。</p>	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・和牛精肉については、小売店などの販売側も、購入者側も、商品そのものや食べ方に対する理解が不足している。特に、消費者への食べ方の提案については、継続していく必要がある。
- ・精肉技術者の育成なども必要と考える。

水産物・水産加工品

<出品品目数、販売数>

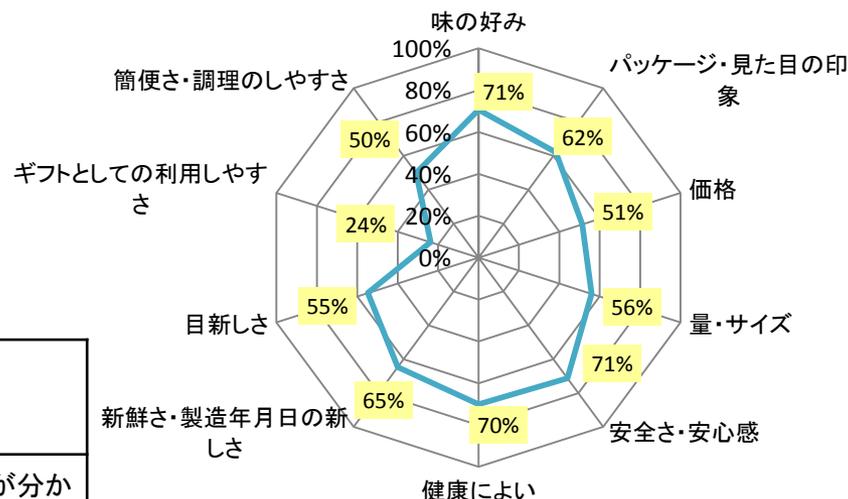
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
52	1534	831	57%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・脂が乗っており美味しい☆ ・栄養がある☆ ・新鮮である☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高い(少量なのに高額、価格が高い理由が分からない)☆ ・出汁のとり方や食べ方が分からない☆ ・現地で馴染みのない商品については、プロモーション活動や試食が必要である

商品別コメント	<p>全般： 日本産魚類は、生、加工品とも全般的に売れ行きが良かった。 タイでは、脂がのっている魚種ほど人気がある。価格が高くとも、新鮮であり、かつ他店で手に入らないものは、販売が伸びる。 逆に、値段が高い理由を説明できないと、消費者の理解を得づらい。</p> <p>加工品： 少量で高価な商品は、敬遠されている。 また、糍漬や沖漬、塩辛など、現地市場で一般的ではない商品については、なかなか販売が伸びない。現地消費者の嗜好を調査すると共に、販売の際は試食等は不可欠と思われる。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・タイ人にも定着しているブリなど、脂ののった魚が人気である。
- ・切り身にするなど、調理しやすく加工すると更に販売が伸びると思われる。
- ・干物はタイにもあり、味は受け入れられやすく、消費者の関心もある。ただし、地元産は価格も安いことから、価格競争に巻き込まれるか、何らかの特徴が無いと販売は難しいと思われる。タイには無い、日本ならではの干物は販売が伸びる可能性があると思われる。

茶

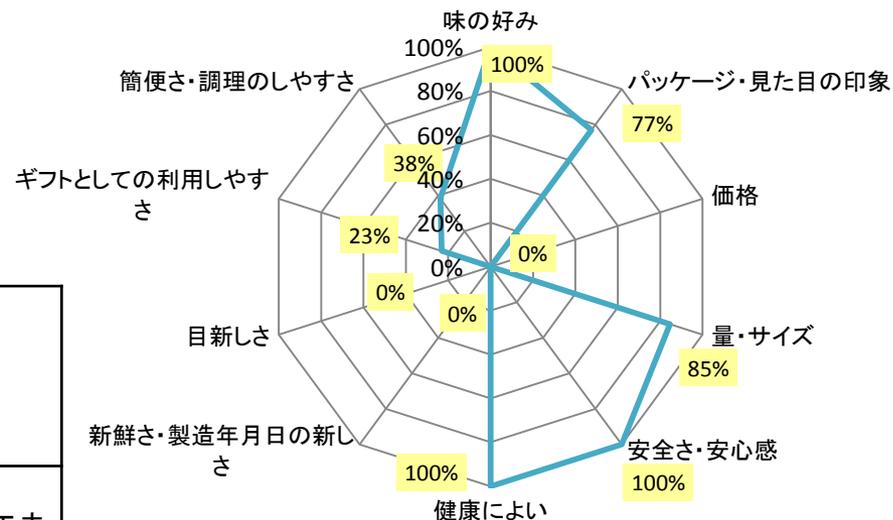
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
13	680	196	28%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・味がまるやかで美味しい☆ ・風味が良い☆ ・手軽に使える便利である(ティーバッグ)☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高い☆ ・サイズを小さめにして価格を下げるなどの工夫が必要 ・緑茶は類似商品も出回っており、差別化が難しい
商品別コメント	<p>全般： お茶自体は、消費者にも定着しつつある。 中でも、持ち運びができ、便利で手軽なティーバッグタイプは、評価が高い。 価格が高いとの声があるので、小分けにして価格を下げるといった対応を検討する必要があると思われる。</p>	

<専門家による評価>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・抹茶は地元消費者にも認知度が高まっている。
- ・ティーバックタイプやパウダータイプは、手軽に利用できることから人気が高い。
- ・品質は総じて高いので、販促活動時には、商品の特徴とあわせて日本から生産者が出張し直接説明することなども有効と思われる。

調味料

<出品品目数、販売数>

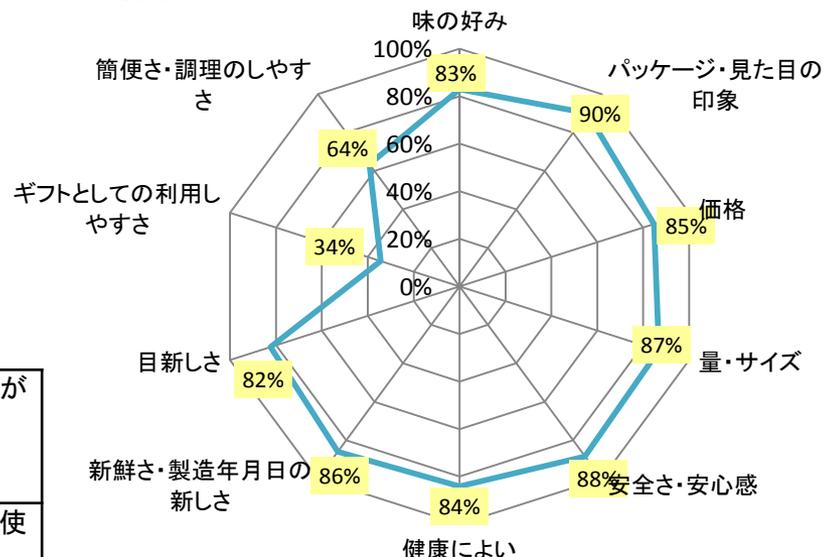
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
31	1123	508	28%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランド名や地名がタイで浸透している商品はある(北海道、信州等) ・美味しい(コクがある、深みがある)☆ ・和食レストランの味を家で再現したい☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・パッケージから中身が分からない(中身そのもの、使用方法)☆ ・量が多すぎる☆ ・タイ人の嗜好に合わない(「辛口」と銘打っていてもタイ人には辛い)

商品別コメント	<p>ソース: 焼きそばやお好み焼きは、一定の認知度があり、食べたことのある消費者も多い。ただし、日本メーカーがすでに現地で展開している分野ではあるので、違いを打ち出していく必要はある。</p> <p>味噌: 味噌汁用の通常のもは、タイ料理に使ってみたいという声もあり、比較的人気のある商品も出てきている。一方で、消費者にとって用途が分からない酢味噌やもろみみそ、にんにくみそなどは、特徴をしっかりと紹介しながら、試食を出し、認知度を高めていく必要がある。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・日本産、現地産、他国産含め、現地市場に数多く類似商品が出回っており、競合品を意識した価格設定が重要である。
- ・醤油については、地元消費者にもある程度馴染みがある商品であり、そういった調味料は細かな説明も不要であるため、販売しやすい。
- ・焼肉のタレのように、用途が限定されている専門的な商品は、そのままでは販売が難しい。販促活動は必須であり、その際は調理方法や利用方法の提案が必要になるとと思われる。ラベルの工夫も必要である。

清涼飲料水

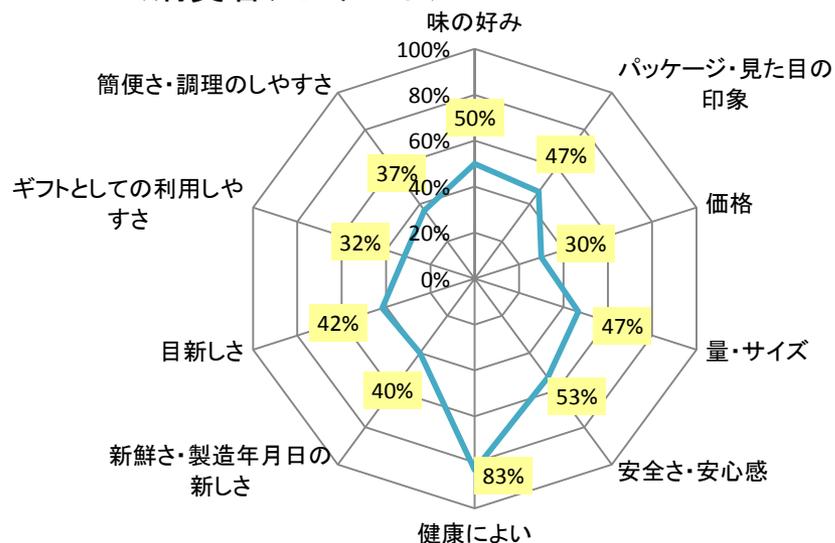
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
3	108	8	7%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	・美味しい☆
	-評価	・興味はあるが、値段が高い☆ ・甘いほうが良い☆
商品に対するコメント	酸味の強いジュースは、タイではなかなか受け入れられない。 酸っぱいだけでなく、甘さを加えるとともに、健康に良い点などをアピールしていくと、販売が伸びる可能性はある。	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・全体的に、販売は伸び悩んだ。ジュース類は、現地に数多くの商品があり、価格が高ければ、高いなりの理由が必要である。
- ・試飲を行ったり、まずは、物産展やフェアなどのイベント時に合わせた販売を実施していけば、購入につながると思われる。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 7-8月 (1/2)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	長いも		650	2,249	100	72	安定供給が必要な商品。	常に販売されていると嬉しい。
2	青森	りんご(ジョナゴールド)		99	343	35	32	安定した味と価格でよい。	味が良い、リンゴが好き。
3	青森	りんご(ふじ)		99	343	50	45	安定した味と価格でよい。	日本産ふじが好み(中国産は買わない)。
4	岩手	りんご(シナノゴールド)		99	343	60	52	安定した味と価格でよい。	美味しい。
5	長野	ぶどう(巨峰)	○	960	3,322	85	80	品質が安定しており、甘い。	美味しい、甘い。
6	長野	桃	○	780	2,699	40	38	味が水っぽい。	少し甘さが薄い。
7	静岡	メロン(アールスメロン)		1,620	5,605	15	11	化粧箱が必須。	ギフト用として購入したい。
8	静岡	ほうじ茶(ティーバッグ)		280	969	50	6	価格が高いため、関税が低い時に輸入することが必要。	手軽、使いやすい。
9	静岡	玄米茶(ティーバッグ)		280	969	50	25	価格が高いため、関税が低い時に輸入することが必要。	持ち運べるので便利。
10	静岡	煎茶(水出し)		780	2,699	50	5	価格が高めであるため、低価格で使いやすいサイズがあると良い。	飲みやすい、手軽。
11	静岡	玉露茶		730	2,526	50	28	美味しい、パックサイズ小さめで価格抑えたほうがよい。	味が他と違う、まろやか。
12	静岡	抹茶		580	2,007	50	29	価格が高めであるため、低価格で使いやすいサイズがあると良い。	タイには本格的な抹茶があまり売られていないので嬉しい。
13	静岡	抹茶入り玄米茶		600	2,076	50	25	抹茶玄米がお客さまに好評。	飲みやすい、適度な甘さが良い。
14	静岡	緑茶(ティーバッグ)		280	969	50	14	価格が高いため、関税が低い時に輸入することが必要。	持ち運べるので便利。
15	静岡	緑茶		710	2,457	50	5	販売価格高め、売りにくい。	香ばしい風味。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 7-8月 (2/2)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	三重	ようかん(小倉)		48	166	50	23	手ごろ感が良い。	あまり高くなく、日本産。
17	三重	ようかん(抹茶味)		48	166	60	39	手ごろ感が良い。	抹茶羊羹は大好き。
18	三重	ようかん		48	166	70	46	手ごろ感が良い。	サイズ感がよい。
19	三重	ごま油		166	574	70	56	他の種類も販売し、品揃えを増やすことが必要。	日本産があるのがうれしい。
20	京都	煎茶		295	1,021	50	5	他の緑茶との差別化が厳しい。	他の緑茶よりまろやか。
21	京都	煎茶(ティーバッグ)		280	969	50	14	サイズが大きすぎる。	家用にストックしている。
22	京都	煎茶		320	1,107	50	5	コンパクトで真空パックになっているのが良い。	継続して使っている。
23	京都	煎茶		320	1,107	50	1	コンパクトで真空パックになっているのが良い。	継続して使っている。
24	京都	麦茶		245	848	80	34	使いやすさが良い。	自宅用にストックしている、定番。
25	岡山	ぶどう(シャインマスカット)		1,200	4,152	42	31	味が良く、特に問題は無い。ギフトとしても使える。	種無しが好みで、美味しい。次回入荷時には連絡が欲しい。
26	岡山	ぶどう(ニューピオーネ)		1,200	4,152	32	24	年によって出来不出来など、品種によって差がある。	次回入荷時には連絡が欲しい。
27	岡山	ぶどう(マスカット)		1,800	6,228	32	24	まとめ買いをする消費者もおり、人気。	味が良く、美味しい。
28	岡山	桃(白桃)		500	1,730	650	627	今年も商品を待っているお客様があった。味も安定していて良い。	次回入荷時には連絡が欲しい。
29	福岡	ぶどう(巨峰)		650	2,249	10	5	粒が小さめ(次回選択時大きさ重視)。	甘くて美味しい、巨峰は好き。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 10月 (1/4)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	メロン(らいでんメロン)		1,500	5,190	12	4	価格設定は良い。タイでは、メロンで北海道というイメージはないが、美味しいメロンだと分かれば産地にかかわらず現地消費者は購入する。	日本のメロンは美味しい。らいでんメロンは初めてだが購入してみる。
2	北海道	米(ななつぼし)	○	440	1,522	60	36	他の米よりも購入しやすい価格がよい。	日本産米は、タイ産日本米に比べて甘く美味しい。
3	北海道	米(ゆめぴりか)	○	585	2,024	60	27	5kg入りは価格が高くなりすぎるため、2kgサイズがちょうど良い。	他の日本米と比較すると安いので、購入する。
4	北海道	サンマ(姿)		90	311	50	38	空輸だと、採れたてがすぐに店頭に並ぶので、新鮮さをアピールできて良い。氷詰め(新鮮さを保つ演出)も好評。	新鮮だが少々高い。
5	北海道	ポイルズワイカニ(姿)特大サイズ		1,800	6,228	4	1	ズワイの味の美味しさはタイ人にはまだ浸透していないため、継続的な販促活動が必要。	タラバガニの方が好きである。
6	北海道	ポイルタラバカニ足 特大サイズ		3,900	13,494	4	2	タイで人気の高い定番商品。冷凍でも売れる。	北海道で食べておいしかったので購入する。
7	北海道	ポイル毛かに(姿)		1,500	5,190	4	3	タラバガニと比較すると小さいため購入をためらう消費者もいますが、新鮮であり、見た目に関心を持つ人などが購入した。	家で家族そろって、カニを食べてみたいので購入する。
8	北海道	さんま(冷凍)		270	934	60	41	日本産さんまは人気があるので、パッケージに分かりやすく産地が表示されている点が良い。	油がもう少し乗っているとよい。
9	北海道	いか沖漬		340	1,176	24	9	味も良く、また冷凍保存が可能という点が良い。	冷凍保存可能な点が良い。
10	北海道	塩辛(するめいか)		250	865	36	15	いか塩辛は単体で数多く売るのは厳しいため、他の珍味と一緒に販売し、相乗効果を目指すとう良い。	いか塩辛が複数種類があり、選ぶ楽しさがある。
11	北海道	塩辛		290	1,003	36	17	美味しく、価格も手頃感あり。	いか塩辛が複数種類があり、選ぶ楽しさがある。
12	北海道	生うに		1,500	5,190	24	15	生うにはタイでは確実に売れる商材だが、種類やブランドを指定しての購入は現状ない。	生うにが売っていると思わなかった。購入してみたい。
13	北海道	片貝帆立		360	1,246	48	20	帆立はタイ人にも親しみやすい食材であり、殻付は新鮮さが感じられ好評。	殻付で見た目がよい。新鮮さを感じる。
14	青森	りんご(シナノゴールド)		120	415	48	40	価格は手頃だが、知名度を上げるために販売の継続が必要。	いつもの日本のりんごを買っているので今回も購入したい。
15	青森	りんご(ミキライフアップル)		280	969	48	22	タイ産、他国産、日本の他県産のりんごと、とどのように差別化して販売していくか(味の差がどこにあるのかを示すこと)が、今後の課題。	聞きなれないりんごの種類なので説明が欲しい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 10月 (2/4)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	青森	サバ(姿)		163	564	30	18	品物は良いので、販売方法等について工夫をしていく必要あり。	健康に良いので、購入してみたい。
17	岩手	いくら		1,900	6,574	36	25	いくら認知度が高く、物産展でも人気商品。また、冷凍物流、冷凍販売が可能で取り扱いやすい。	家で寿司を作る予定のため、購入する。
18	宮城	帆立	○	380	1,315	24	15	寿司食材として、日本の他社商品と比べて人気が高い。なお、中華系の富裕層には、生の帆立だけでなく、乾燥帆立も好評。	以前、北海道フェアで帆立を買ったところ、美味しかったので購入する。
19	山形	メロン(アールスメロン)		1,500	5,190	12	5	価格設定は良い。消費者には、主にギフト用として受け入れられている商品。	これからパーティーに行くので、手土産として購入する。
20	千葉	さんま(開き)		350	1,211	24	21	タイでも日本の秋の魚としてさんまは認知されている。もう少し価格が抑えることが出来ると良い。	日本の秋の季節は、さんまがおいしくなることを知っているので購入してみたい。
21	千葉	金目鯛(姿)		1,100	3,806	4匹	6pk	タイでは、金目鯛の味を知っている消費者はまだ少ない。	高い理由を説明して欲しい。あまり見たことのない魚であり、美味しいかどうか分からない。
22	千葉	金目鯛開き		980	3,391	6	3	(金目鯛)丸よりも開きのほうが、消費者にとっては取り扱いやすいので、売れる可能性あり。	美味しそうだが、味が分からない。
23	千葉	干物(いわし)		290	1,003	48	28	固定客が存在するため、鮮魚コーナーには不可欠の定番商品。	お手頃感がある。
24	東京	和牛		750~1,500	2,595~5,190	50kg	5kg	食べ方の提案を継続していく必要性あり。また、タイ人の精肉技術者はまだ知識不足であるため、日本への定期派遣と研修指導の継続も必須。	美味しいとは思うが、良さが伝わらない。
25	東京	ブリ(姿)		300	1,038	4匹	20pk	質は良い。今後は販促活動(ぶり大根、煮つけ等)を実施し、調理法の紹介や試食を重ねていくべき。	ブリは知らなかったが、ハマチが好物なので購入してみる。
26	富山	とろろ昆布		280	969	30	16	味は良い。健康に良いことをアピールしていくと、販売につながると思われる。	健康に良さそうなので購入してみたい。
27	富山	とろろ昆布(きざみ)		280	969	30	14	「とろろ昆布は健康」という切り口で販促促進活動を行えば、売上げが上がる可能性あり。	色々な料理に使えるので購入する。
28	富山	日高昆布		850	2,941	30	17	他の乾物と一緒に、食べ方や調理法の提案をすると、売上げが伸びる可能性あり。	だしの取り方を教えてもらったので、試してみたい。
29	長野	ぶどう(シャインマスカット)	○	750	2,595	24	16	定番商品だが、旬の最後なので少し薄味だった。ぶどうは、巨峰のような「紫色」の方がなじみあり。	みずみずしくて美味しい。
30	長野	ぶどう(ナガノパープル)	○	750	2,595	24	13	定番商品だが、旬の最後なので少し薄味だったが、新鮮さや味、見た目の面では評価されている。	美味しいのは知っているが、値段が高い。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 10月 (3/4)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
31	長野	ぶどう(巨峰)		499	1,727	24	18	他国産等を含め、タイでは多くの巨峰が市場に出回っているため、競争が激しい。	味が濃くて、いわゆる日本のブドウの味である。特になし
32	長野	ぶなしめじ		55	190	120	75	調理しやすく、消費者には受け入れられやすい。	安心して購入できる。
33	長野	しめじ		69	239	120	52	日本産きこの類は、味や調理のしやすさなどから、定番商品として販売出来る可能性が高い。	美味しいので販売していれば毎回購入している。
34	長野	りんご(シナノレッド)		99	343	48	15	見た目、サイズが良い。ギフトセットの中に入れるなど、他のりんごや果物と一緒にすると販路が広がると思われる。	形がかわいらしいので、購入してみる。
35	静岡	桜エビ素干し		390	1,349	36	10	桜エビ素干しは、タイにおいても受け入れられる食材であり、一定の固定客が見込まれるが、多くの量を販売するのは難しい。	日本のエビは安心して購入できるので、試してみたい。
36	静岡	ほっけ(開き)		290	1,003	24	15	ほっけは、タイでも受け入れられやすい魚種だが、干物は種類が多いため競争が厳しい。	レストランで食べておいしかったので購入したい。
37	静岡	真あじ(開き)		290	1,003	24	18	地元産のあじとの違いを消費者に理解してもらうため、試食などの販売促進活動が必要。	見た目がきれいで美味しそうなので購入してみたい。
38	愛知	甘露煮(いわし)		250	865	24	14	バックサイズがちょうど良い。また、いわしの味は地元の人々にも受け入れられやすい商品。	今までタイでありそうで売っていなかった商品。
39	愛知	蒲焼(さんま)		250	865	24	12	バックサイズがちょうど良い。日本の秋の味であるさんまが、かば焼きですぐに食べられるため、便利。	今までタイでありそうで売っていなかった商品。
40	愛知	うま煮(にしん)		250	865	24	11	袋に入った煮魚は、タイでは珍しいため、いかに美味しさを伝えていくかが重要。	今までタイでありそうで売っていなかった商品。
41	大阪	ポイルタコ(姿)		225	779	4匹	12	品物が良いので販売方法工夫必要あり	新鮮だが少々高い。
42	兵庫	かまぼこ 紅		190	657	48	24	紅白かまぼこはタイではおつまみの一つとして認識されている。食べ方提案が出来ると更に販売が伸びると思われる。	美味しそうで、色々な料理に使えるので購入してみたい。
43	兵庫	かまぼこ 白		190	657	48	31	紅白かまぼこはタイではおつまみの一つとして認識されている。食べ方提案が出来ると更に販売が伸びると思われる。	日本産かまぼこが好きである。購入したい。
44	鳥取	二十世紀梨		199	689	48	30	この大きさとこの価格設定は手頃である。	美味しくてみずみずしい。
45	鳥取	二十世紀梨(大)		240	830	48	24	タイでも徐々に日本の旬の果物についての認知が広まっており、梨も旬になると人気。	他国産の梨と比べて、味が濃い。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 10月 (4/4)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
46	広島	がこめ昆布		190	657	36	14	単品では用途が分かりづらいため、数ある昆布製品のひとつとして棚に並べて販売したところ一定個数売ることが出来た。	健康に良いと聞いたので購入する。
47	広島	とろろ昆布		150	519	36	6	健康に良い、という切り口で試食を行って販売すると売れていく商品。	いろいろと使えて美味しいのを知っているため購入する。
48	広島	出し昆布		150	519	36	7	昆布はタイでもなじみのある食材であるが、その分他の昆布製品との差別化が重要。	日本産なので安心して購入できます。
49	徳島	ちりめん		290	1,003	48	25	ちりめんに関しては、タイではこのブランドが良いという先入観がないので、味が決め手となる。	ご飯と一緒に食べてみたい。
50	徳島	ちりめん(鮭入り)		190	657	48	21	タイでは、ちりめんを食べるのは初めてという人々もいるので、試食により売上を伸ばすことが期待できる。	健康によさそうなので購入する。
51	徳島	ちりめん(明太子入り)		190	657	48	20	ちりめんに明太子が入ることで、しっかりとした味付けになり、タイ人の好みにもマッチしている。	明太子の味とちりめんの味のバランスが取れていて、良い。
52	徳島	ちりめん(野沢菜入り)		190	657	48	23	野沢菜はくせがなく、タイ人にも受け入れられやすい商品。	価格が手頃で良い。
53	愛媛	カンパチ(姿)		488	1,688	4匹	16pk	カンパチは、ハマチほど有名ではないが、名前や刺身が美味しいことは一般消費者に知られている。	脂が乗っており、美味しそうである。
54	愛媛	タイ(姿)		488	1,688	4匹	18pk	鯛などの白身魚は、これから一般消費者に定着していくと考えられるため、今後も積極的な販促活動が不可欠。	さっぱりしていて好き。
55	愛媛	ハマチ(姿)		295	1,021	4匹	15pk	より威勢の良い売り方をすべき。日本国産であることを表示することで、消費者の信用も上がる。	ハマチの脂が好きである。
56	長崎	いりこ		300	1,038	36	17	タイにおいてもいりこは人気。調理方法などを継続的に紹介していくことで更に売上が伸びると思われる。	健康にもよく、美味しいので購入する。
57	大分	ししゃも		130	450	36	11	一パック当たりの量を減らし、価格を下げると販売数が伸びせると思われる。	ししゃもは手軽に食べやすいので購入したい。
58	沖縄	クエン酸ドリンク(甘)		1,470	5,086	36	4	出品した3商品の中で最も好評。甘いが、健康に良いという点が人気の理由。	色々割ることが出来て嬉しい。
59	沖縄	クエン酸ドリンク		1,470	5,086	36	2	少量のお試しボトルがあると販売しやすい。	もっと甘いのが良いのでスイートを購入したい。
60	沖縄	もろみ酸		1,470	5,086	36	2	容量が小さめのお試しサイズがあれば、もっと販売が伸びると思われる。	興味はあるが、値段が高い。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 11月 (1/1)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	東京	クラウンメロン		5,000	17,300	15	15	店頭での販売が厳しく、TELコールでVIP顧客に販売を実施した。	美味しいメロンでタイ国内で希少価値があってよい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 12月 (1/1)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	東京	きざみのりわさび		190	657	50	38	ワサビを好むタイ人が多い。きざみワサビの食感は、新感覚で人気が出そう。チューブ入りなものの日本式が大好きなタイ人顧客にうける。	通常食べているワサビと比べて味が強すぎる。
2	東京	本わさび		260	900	260	210	ワサビを好むタイ人が多い。フレッシュワサビのアピールをしっかりとすれば売上を伸ばせる。	通常食べているワサビと違い好みの味ではない。
3	東京	活×黒瀬ぶり		1,950	6,747	35	33	サーモン・ハマチに並んでブリは人気魚種。脂身が載っているのが人気の理由。	値段が高いが、他の店では販売されていないよい刺身。
4	愛知	トマト(高リコピン)		265	917	35	12	日本のトマトは、タイのトマトと比べて甘さが強く人気。しかし、日本語パッケージの為、消費者に違いが分からない。	タイ産のトマトの方が安い。
5	愛知	トマト(小)		255	882	34	15	日本のトマトは、タイのトマトと比べて甘さが強く人気。しかし、日本語パッケージの為、消費者に違いが分からない。	他の店では見かけない、珍しい商品。
6	愛知	りんご(世界一)		499	1,727	33	12	他のサプライヤー輸入が価格を下回り(350B)売上苦戦。	家の近所のスーパーではこのレベルの品質のりんごは売っていない。
7	愛知	りんご(陸奥)		338	1,169	56	30	赤色が群を抜いて鮮やかなので人気品種。他のサプライヤー輸入が価格を下回り(199B)売上苦戦。	実が大きくて、甘そうなので食べてみたい。
8	愛知	りんご(サンフジ)		150	519	192	158	青森のサンふじりんごは、2006年からの取組で知名度NO.1となった。今回も完売。大きさと色がよい。	みずみずしくて、甘いから(購入してみたい)。
9	愛知	りんご(王林)		120	415	192	124	青りんごは蜜が多いので人気。価格がこなれているのも人気の理由。	日本産りんごの割りに価格が安いので購入したい。
10	兵庫	揚げ物		190	657	120	76	冷凍輸入のさつま揚げを店内厨房で揚げて販売。油切りネットをトレイにしているのがディスプレイとして良い。	好物なので食べてみたい。
11	兵庫	揚げ物		130	450	120	98	冷凍輸入のさつま揚げを店内厨房で揚げて販売。油切りネットをトレイにしているのがディスプレイとして良い。	この揚げ物は見た事がないので、興味がある。
12	兵庫	揚げ物		130	450	120	92	冷凍輸入のさつま揚げを店内厨房で揚げて販売。油切りネットをトレイにしているのがディスプレイとして良い。	魚とは相性が良い。
13	兵庫	揚げ物		130	450	120	70	冷凍輸入のさつま揚げを店内厨房で揚げて販売。油切りネットをトレイにしているのがディスプレイとして良い。	食べてみたい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 12月 (1/2)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
14	兵庫	揚げ物(あなご)		190	657	120	81	冷凍輸入のさつま揚げを店内厨房で揚げて販売。油切りネットをトレイにしているのがディスプレイとして良い。野菜入りをアピールして健康食材として打ち出せば人気が出る。ウナギの人気が高くなっているので、アナゴも認知を高めれば拡販が可能。	アナゴはタイには存在しないので興味がある。
15	兵庫	カニかまぼこ		140	484	48	31	花咲ガニの脚肉棒パック。タイ人はタラバに憧れを持つが、価格にお手ごろ感があって、販売数量を稼げる。	似た商品がタイにあるのであまり興味が持てない。
16	福岡	いちご(あまおう)		799	2,765	52	43	他のサプライヤー輸入が価格を下回り(680B)売上苦戦。イチゴのみの空輸にしたのが原因。あまおうは人気ブランドとなっており、更に販売促進は可能。しかしイチゴは傷みやすい為、輸入梱包の改善が必要。	ここでしか買えない商品と認識。購入を検討中。
17	福岡	いちご(あまおう)		799	2,765	20	20	他のサプライヤー輸入が価格を下回り(680B)売上苦戦。イチゴのみの空輸にしたのが原因。あまおうは人気ブランドとなっており、更に販売促進は可能。しかしイチゴは傷みやすい為、輸入梱包の改善が必要。	他のブランドの商品の方が安い。
18	福岡	いちご(あまおう)		799	2,765	30	30	他のサプライヤー輸入が価格を下回り(680B)売上苦戦。イチゴのみの空輸にしたのが原因。あまおうは人気ブランドとなっており、更に販売促進は可能。しかしイチゴは傷みやすい為、輸入梱包の改善が必要。	タイ産のイチゴの方がはるかに安い。
19	福岡	いちご(紅白いちご)		2,200	7,612	3	3	大振りなのと珍しい赤白セットが人気。高額なので顧客は限られるが、インフォメーションや事前予約などをしっかりと行えば、売れる商材。	値段が高く手が出せないが、とても美しいイチゴ。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 1月 (1/3)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	丼用タレ		100	346	46		豚丼メニューがあるレストランが少ない為、豚丼の認知が少ない。タイ人には受け入れられるレシピなので、豚丼とはなにかの説明ミニチラシを挟むとよい。	豚肉が大好きで、タイにはない味付けができるので、料理の調味料として使ってみたい。
2	北海道	焼肉のたれ(ネギ入り)		130	450	12		焦がしねぎとは何なのかをよく聞かれる。パッケージで分かるようにするとよい。	焦がしねぎは、香ばしくなるので、このソースは焼肉に合うと思う。
3	北海道	コーンスープ		200	692	12		牛乳を混ぜて作ることが面倒だと言われる。水に溶くだけでできれば販売可能。	リッチな味でおいしそう。
4	千葉	さば(開き)		46	159	80		タイ人がうどんを食べる時代になっており、自宅で作るのもお手軽である事を強調すれば売上は上がる。1食入りはパッケージがシンプルすぎるの声あり。	普段はうどんよりもそばをよく食べるが、レストランで食べるうどんと比べて美味しいかどうか知りたい。
5	千葉	うどん(1食入り)		145	502	100		人気がないわけではないが、タイローカルにも焼きそばが存在し、日本食としての違いを出しきれていない。	焼きそばは、家で料理する時に洗い物が多くなるので、面倒でも、友達が来た時には楽しく作れそう。
6	千葉	焼きそば		350	1,211	30		干し魚は売れ筋商品で、お客様の注目が高い。特にこのサバは、開いて真空パックしているのが、大ぶりに見えるのもよい。	日本の旅行先で見た事がある。日本食を作るときに買ってみて調理に挑戦してみたい。
7	神奈川	水菜		96	332	60		日本野菜の中でも葉物は人気がある。特に水菜は、他に似た野菜がない為、入荷後すぐに完売する。しかし、日持ちがしないのが難点。	日本に行ったときにすき焼きの材料として出てきた。タイの野菜にはない食感が美味しいと思う。
8	神奈川	レタス		377	1,304	40		生野菜の食する方がまだ少ないタイ人にとって、レタスの需要は高くない。	日本のレタスはタイ産と比べて違いが分からないので、あまり買ってみたいと思わない。
9	神奈川	白菜		156	540	120		日本に旅行に行った際に食べた方が、日本独特の野菜として味と歯ごたえの良さを理由に買っていかれる。	日本に行ったときに食べた白菜が柔らかくて甘くておいしかった。これもそれと同じように見えるので購入したい。
10	神奈川	キャベツ		177	612	60		キャベツは、タイにも存在するが、日本産がおいしいとタイ人が買っていかれる。特に半玉は切り口が見えて、中身の詰まり具合が良いということで売れ筋になっている。	とんかつ屋で食べたキャベツが大変おいしく、これも同じ味であると信じて購入する。
11	神奈川	大根		165	571	90		大根を使った料理になじみがない方が多く、あまり人気がない。日本野菜は葉物が最近出ている。	おでんに入っている材料として見た事がある。おいしく作れるかどうか自信がないので、作り方を知りたい。
12	神奈川	カボチャ		251	868	40		かぼちゃを使った料理になじみがない方が多く、タイ人にはあまり人気がなく、日本人が購入している。日本野菜は葉物が最近出ている。	タイにあるかぼちゃとの違いが分からない。値段が高い。(駐在日本人にとっては)日本のカボチャが手に入る時代になってうれしい。子供に食べさせたい。
13	神奈川	カブ		231	799	16		かぶを使った料理になじみがない方が多く、あまり人気がない。日本野菜は葉物が最近出ている。	大根との違いが分からない。料理方法が知りたい。京都に行ったときに漬物として食べた事がある。
14	神奈川	人参		120	415	30		人参はタイでも栽培されている外来野菜。味と見た目の違いが分かりづらいために販売は難しい。	タイでもニンジンを生産しているが、なんとなく日本製の方が甘くて美味しいと感じるので、調理してみたいので、購入する。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 1月 (2/3)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
15	神奈川県	さつま芋		377	1,304	45	38.4	サツマイモを使った焼き芋を実演販売する機会がある為、タイ人顧客に認知されている。	焼き芋にして食べると美味しい事は知っている。焼き方の簡単レシピをつけてほしい。
16	神奈川県	ほうれん草		90	311	125	100	日本野菜の中でも葉物は人気がある。ホウレンソウは、鉄分が多い事が知られているので、タイ人にも健康食品として食べられている。	タイ人は、健康の為にホウレンソウを食べます。また和食レストランでバター炒めをよく食べるが、美味しい。
17	神奈川県	春菊		127	439	40	36	日本野菜の中でも葉物は人気がある。特に春菊は、他に似た野菜がない為、入荷後すぐに完売する。	見た目がしっかりとした野菜。色もよいので、栄養があるのではないかと思います。日本に行ったときに焼きの材料として食べた事がある。他に調理方法を知りたい。
18	神奈川県	みょうが		90	311	80	66	みょうがを使った料理になじみがない方が多く、あまり人気がない。味噌汁の具としてフォーカスすると人気が出るかもしれない。	和食レストランで、牡蠣と一緒に食べた事がある。しゃきしゃきとして美味しい。何日くらい日持ちがする野菜なのか知りたい。
19	神奈川県	しいたけ(どんこ)		133	460	60	36	どんこは、大分フェアを通じてフォーカスしてきたので、ファンがいるが、通常のシイタケはセールスポイントがなく販売がしづらい。	しいたけは中国産を購入している。日本のシイタケは味は美味しいのか試してみたい。
20	長野県	みそ		86	298	120	54	価格が89Bと手ごろなものと、パッケージがシンプル＆清潔感があり、タイ人顧客に人気商品となっている。田舎味噌よりも売れている。地名の認知があるからではないかと思う。	味噌汁を家で作ることがよくあるので、買いに来た。この味噌は安いし、生産場所は味噌が有名なのを知っているから選んだ。
21	愛知県	りんご(金星)		280	969	30	14	金色をしていることから、中国系タイ人には注目をさせている。王林りんごと比べると価格が高いことから限られた方の購買。	色が大変美しい。味もよいと聞いたので買ってみたい。
22	愛知県	長いも		432	1,495	150	120	長いもは健康によく、たくさんメニューがあるので、レシピ付を販売するべき。また長いも1本のままで販売してインパクトのある展開をするのも人目を引いてよいと思う。	初めてこの野菜を見た。どのように料理をしてよいか分からないので、今回購入はしない。
23	愛知県	王林りんご(M玉)		99	343	100	71	緑色のりんごは人気がある。また99Bと買いやすい価格なので、幅広い層のお客さまに買っていただける。	大きくて色がきれいなりんご。鮮度もよさそうなので、買ってみたい。
24	三重県	干物(アジ)		50	173	20	6	三重県フェアの一環で販売を実施したが、価格が高い為にこの商品は特別価格で販売をした。串に刺したパッケージは、タイ人になじみがあって好評だが、逆にローカルのそれと価格差がありすぎて販売は難しい。	少ししか入っていないので、あまり興味を引かない。高額だと感じる。
25	大阪府	焼肉のたれ(中辛)		75	260	24	3	イカリのマークが覚えやすい。中辛と甘口の2種類だけなので説明もしやすい。	日本の焼肉のたれは甘みがあるが、コクもあって美味しい。でも中辛だと家で使う時にもっと辛くして食べると思う。
26	広島県	お好み焼き用ソース(小)		176	609	12	6	物産展でも何度か実演販売をしているブランド。基本のソースとして、小型が人気。	お好み焼きが大好き。家でも同じ味付けで作ることができるこのソースはとても便利。
27	広島県	お好み焼き用ソース(大)		176	609	12	2	物産展でも何度か実演販売をしているブランド。基本のソースとして、リピーターには大型を勧めている。	お好み焼きが大好き。でも家では何度も作らないので、小さなパックの商品の方を選びたい。
28	広島県	焼そばソース(大)		243	841	12	6	物産展でも何度か実演販売をしているブランド。基本のソースとして、リピーターには大型を勧めている。	和食レストランで焼きそばをよく食べるが、もしもって違う味のソースであれば、買って家で作ってみたい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 1月 (3/3)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
29	広島	焼きそばソース(小)		153	529	24	14	物産展でも何度か実演販売をしているブランド。基本のソースとして、ビギナーには小型を勧めている。	最近焼きそばが手軽に作れることが分かったので、良く作っている。このブランドの味は好き。
30	広島	お好みソース(辛口)		118	408	12	1	物産展でも何度か実演販売をしているブランド。新しい味にトライして頂く意味で試食販売が重要。	和食レストランで食べたほうが美味しいと思う。どんな味のソースなのか分かりにくい。
31	広島	焼きそばソース(だし入り)		155	536	12	3	物産展でも何度か実演販売をしているブランド。焼きそばの試食をしたり、その他の醤油シリーズとまとめるなどの工夫をすると人気が出そう。	商品名を聞いて、どんな味なのかは正直あまり分からないが、響きは美味しそう。
32	広島	焼き海苔		280	969	40	11	海苔はタイ人も好んで食べる。おにぎり用の提案であれば、全型でなく8割タイプが良い。日本のようにギフトとしての需要はない。	上等な海苔のパッケージだと思う。日本の海苔は美味しいので、海苔のスープにして食べたい。
33	徳島	こんにやく(黒)		58	201	120	51	タイ人はほとんど購入しない。健康食品で、自然食品であること を強調するべき。またすき焼きを自宅で食するタイ人顧客が増えているので、すき焼き用であることを強調するべき。	こんにやくは何に使うのかがよくわからないので購入はした事がない。この商品はパッケージをもっとおしゃれにしたほうがよい。
34	徳島	こんにやく(白)		60	208	40	16	タイ人はほとんど購入しない。健康食品で、自然食品であること を強調するべき。またすき焼きを自宅で食するタイ人顧客が増えているので、すき焼き用であることを強調するべき。	春雨の方がこんにやくよりも良く使うので重宝している。こんにやくの事をもっと知りたい。
35	福岡	いちご(あまおう)		850	2,941	30	30	あまおうは人気ブランドとなっており、更に販売促進は可能だが 1月の甘王で850Bと高めの価格設定。またイチゴは傷みやすい 為、輸入梱包の改善が必要。	今晚友達が家に遊びに来るので、デザートとして買って帰る。 日本のあまおうはよく知っている。
36	福岡	いちご(あまおう)		680	2,353	30	25	1月の時期の入荷されるあまおうは、値段が安い上に、中国正 月などのニーズに重宝される。お客さまもこの時期の価格を 知っていらっしゃる。	中国正月に家族が集まる。その時期であれば購入したい。 粒の大きなものを選びたい。
37	長崎	いりこ		250	865	30	24	カルシウムブームはまだきていないが、スナック感覚で購入さ れる方が多い。ただ味付けがないタイプなので、うす味と感じて しまう。味付けタイプの提案が必要。	タイでも小魚を食べる習慣がある。これはあまり塩辛くないの で健康に良いからいつも買っている。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 2月 (1/4)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	焼肉用たれ(りんご入り)		161	557	47	0	りんごの入ったタレであることを説明すると興味を持っていた。試食をして味比べをすると認知が高まりそう。	りんご入りのたれは珍しい。甘くて美味しそう。
2	北海道	焼肉のたれ(玉ねぎ入り)		130	450	12	2	きざみねぎとは何なのかをよく聞かれる。パッケージで分かるようにするとよい。	夫が日本人なので、このソースを指定されて良く購入する。
3	北海道	カボチャスープ		200	692	12	4	牛乳を混ぜて作ることが面倒だと言われる。水に溶くだけでできれば販売可能。	北海道の食材はどれも美味しいので、この商品も美味しいと思う。
4	青森	りんご(玉林)		129	446	100	71	他のリンゴに比べ、サイズが同等で価格が安く、お客さまに好評。	日本のリンゴは本当に美味しい。この品種は初めて購入する。
5	宮城	いか靴漬		220	761	20	2	冷凍食品として、納豆やモズクなどの商品群と並べている為に見えずらい。日本酒を飲むタイ人が増えているので、日本酒試飲カウンターで試食を出すなどのプロモーションをするとよい。	タイ料理にあうかもしれないので使ってみよう。
6	千葉	うどん(5食入り)		200	692	60	50	タイ人がうどんを食べる時代になっており、自宅で作るのもお手軽である事を強調すれば売上は上がる。5食入りは売れている。	インスタントヌードル以外は買った事がないので、試してみたい。
7	千葉	うどん(1食入り、スープ付)		68	235	60	24	タイ人がうどんを食べる時代になっており、自宅で作るのもお手軽である事を強調すれば売上は上がる。1食入りよりも複数食入りの方が人気。スープ付はなおよし。	簡単で美味しいので良く購入する。
8	千葉	焼きうどん		115	398	20	9	タイ人がうどんを食べる時代になっており、自宅で作るのもお手軽である事を強調すれば売上は上がる。複数入りは5パックが中心に売れており、2パック入りは中途半端。	他のメーカーと比べて少し高いが、焼きうどんは珍しいので購入する。
9	千葉	むし焼きそば		215	744	40	6	人気がないわけではないが、タイローカルにも焼きそばが存在し、日本食としての違いを出しきれていない。	おいしく簡単に作れそうなので購入してみたい。
10	千葉	ラーメンしょうゆ味		255	882	20	1	ラーメンは人気商品で、パッケージにイメージ写真が大きく入っているのがよいが、カップラーメンコーナーと比べて、うどんなど他の麺類に埋もれており、認知されていない。	パッケージを見るとおいしく作れそうなので買ってみよう。
11	千葉	冷やし中華		290	1,003	20	2	中華麺はまだ認知が少ないが、パッケージにイメージ写真が大きく入っているのがよい。乾麺の商品がない為に販売可能。	少し高いが美味しいので、定期的に購入している。
12	千葉	うどん(たぬき)		254	879	20	11	タイ人がうどんを食べる時代になっており、自宅で作るのもお手軽である事を強調すれば売上は上がる。	家でも簡単に作れるメニューなので購入したい。
13	千葉	うどん(きつね)		246	851	20	9	タイ人がうどんを食べる時代になっており、自宅で作るのもお手軽である事を強調すれば売上は上がる。	きつねよりたぬきうどんの方が好きなので買いたい。
14	千葉	カレーうどん		230	796	20	5	タイ人がうどんを食べる時代になっており、カレーもタイ人の人気。自宅で作るのもお手軽である事を強調すれば売上は上がる。	好きなうどんとカレーの組み合わせなので購入したい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 2月 (2/4)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
15	神奈川	小松菜		110	381	25	11	輸入技術の発達で、野菜を鮮度良く仕入れることができるようになった。小松菜は、和え物の小鉢の定番食材として、日本食大好きタイ人のお客さまにもなじみがある。小松菜の様な和食を家庭で楽しむ野菜は、今後はジワリと人気が出てくると考える。	日本からの輸入品とは思えないほど鮮度が良い。
16	神奈川	ちんげん菜		120	415	10	0	中国野菜なので、タイにも古くから流通している。特に日本製の特徴を出しづらい為に販売がしづらい。	中華料理の野菜なので、わざわざ日本産は買わない。
17	神奈川	ヤマトイモ		650	2,249	4	2.7	ヤマトイモは、日本原産種の粘りのある芋の代表。粘り気も大変強く、健康志向の方にお勧めできる素材。しかし、類似する長芋に価格面・輸入量共に負けており、販売シェアを上げることができていない。違いをお客さまにもっとアピールする必要がある。	日本で揚げた山芋を食べた事があり、とても美味しかった(ので購入する)。
18	神奈川	カリフラワー		450	1,557	5	0	カリフラワーは、タイでも食す。そもそも外来品種なので、どの産地が良いなどの物語も少ない。レシピの提案を明確にしないと販売するのが難しい。	タイ産のカリフラワーも十分に美味しい。
19	神奈川	茄子		800	2,768	4	0.5	タイのナスは、堅くて小さなものが多く、日本のナスとは全く違う。焼きナスや、茄子のお浸しなど、うまみを感じるレシピを紹介して販売するとよい。またサイズの大きなもので、焼きナス試食してみたい。	和食の焼きナスを作るときは日本産のナスを購入する。
20	神奈川	きゅうり		600	2,076	5	1.6	タイのキュウリは大変水っぽく、日本のキュウリの食感や味を紹介するとタイ人のお客様は驚かれる。また原田を冷やす効果がある事をフォーカスすれば、キュウリブームを作れるかもしれない。	買って冷やして、何もつけずにそのまま食べたい。
21	神奈川	トマト		680	2,353	4	0.7	ここ数年トマトが目立っており、各店の野菜売り場でのトマトの展開が大きくなっている。日本のトマトの多数品種の味比べができるようなトマトフェアを開催してみたい。	タイ産をよく買うが、サラダを作る場合は味が美味しいので日本産を購入している。
22	神奈川	ピーマン		87	301	50	34	日本のピーマンは、小ぶりなので目元にインパクトがなく苦戦。特にビニール袋に入っていると見えづらい。	タイのピーマンも大きくて美味しい。日本産のピーマンは試した事がない。
23	長野	田舎みそ		86	298	120	35	価格が89Bと手ごろなのと、パッケージがシンプル&清潔感があり、タイ人顧客に人気商品となっている。	価格が手ごろな味噌なので購入した。味噌汁以外に使い方をもっと学びたい。
24	長野	そば		123	426	30	8	ソバの扱いは、棚1段で展開しており、複数種類の中から選ぶことができる。定期的に試食をするなどのプロモーションを実施することが重要。	ソバが好きで、いろんなメーカーのソバを試している。
25	静岡	ふりかけ(わさび味)		190	657	20	12	ワサビは、タイ人に人気の味。ふりかけはおにぎりにも使えるので、販売しやすいと思う。定期的に味のプロモーションが必要。	ワサビが好きなので、ふりかけでも試してみたい。
26	愛知	梨(王秋梨)		1,480	5,121	3	0	王秋梨は大振りでサイズ感がいいが、品種の認知がない。またタイ人の果物箱詰めギフトニーズはあるものの、1,480Bは高価すぎる感あり。	大きく、大変重いので、価値を感じる。
27	愛知	トマト		298	1,031	10	8	日本のトマトは、タイのトマトと比べて甘さが強く人気。しかし、日本語パッケージの為、おきやくさまに違いが分からない。	タイのトマトよりも、色とつやが良い。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 2月 (3/4)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
28	愛知	トマト(オレンジ)		275	952	20	9	日本のトマトは、タイのトマトと比べて甘さが強く人気。しかし、日本語パッケージの為、消費者に違いが分からない。	形が綺麗。レストランを経営しているので、使ってみたい。
29	愛知	梨(豊水)		150	519	126	97	青森のサンふじりんごは、2006年からの取組で知名度NO.1となった。今回も完売。大きさと色がよい。	タイ産のリンゴと比べて甘くて美味しいので、たまに購入する。
30	愛知	柿(富有柿)		280	969	40	17	豊水なしは、大きさも大ぶりで、水気が多い為に、タイの果物に似たものがない事、大きな果物はお供えに適していることから人気が高い。りんごに次ぐ人気果物。	タイ産の梨は当たり外れがある。日本産は安心して購入できる。
31	愛知	王林りんご(L玉)		120	415	60	55	柿は日持ちがするので海外輸入・販売しやすい。また熟成度によって味わいに変化する果物なので、違いを楽しむ試食やセールストークを行うとファンが増えるのではないかと思う。岡山の白桃のようなブランド戦略を実施することをお勧めする。	柿はタイ産と比べモノにならないほど、柔らかくて濃厚な味。
32	愛知	サンフジりんご(L玉)		150	519	64	17	アンケート実施期間中に入荷した王林の中で、一番の高価となった。このサイズであれば120B程度に押さえない。	大きくておいしそうだが、価格が高く感じる。
33	三重	干物(カツオ)		390	1,349	20	2	串に刺したパッケージは、タイ人になじみがあって好評だが、逆にローカルのそれと価格差がありすぎて販売は難しい。	塩辛い、美味しい。
34	大阪	焼肉のたれ(甘口)		75	260	24	5	マークが覚えやすい。中辛と甘口の3種類だけなので説明もしやすい。	量が多くて使いきれぬか少し不安。
35	兵庫	揚げ物(カニ風)		130	450	80	70	揚げものはタイ人の好物な調理法。またタイ人はビールが大好きなことから、この商品はビールにも合うため、タイ人マーケットにはマッチした商品と考える。	タイ料理にも同様のレシピがあり、特に興味がわかない。
36	広島	塩焼きそばソース		118	408	12	2	塩焼きそばは認知が少ない。焼きそばの試食をしたり、その他の塩シリーズとまとめるなどの工夫をすると人気が出そう。	塩味が美味しい。
37	広島	たこ焼きソース		153	529	12	1	物産展でも何度か実演販売をしているブランド。たこ焼き器を家庭に持っているタイ人も少なくないので、人気商品。	このブランドはたくさんのソースの種類があるので選ぶのが楽しい。たこ焼きは、子供と楽しみながら家で作る。
38	広島	お好みソース(塩分・カロリーカット)		125	433	12	0	物産展でも何度か実演販売をしているブランド。カロリー・塩分ダブルハーフなので、健康志向の方やお子さま向けに勧めたい。	レストランでお好み焼きを食べておいしかったので、家でも作ってみたい。
39	広島	お好み焼用ソース		200	692	20	3	他社がお好み焼きソースをバリエーションよく展開しており、違いを出せないと苦戦する。定期的なプロモーションが必要。	パッケージがおいしそうに見えるので買ってみたい。
40	広島	ごまあえ		180	623	84	10	パッケージにメニュー写真が大きく掲載されているので、分かりやすい商品。大きな袋のパッケージサイズはタイ人家庭には大きすぎるかもしれない。	調理の必要のない商品。ハウレンソウも好きなので購入します。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(タイ) 2月 (4/4)

※【1パーツ=3.46円で換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (THB)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
41	広島	もろみみそ(辛)		92	318	10	3	小分けに用途別に分けたパッケージなので日本人にとっては大変重宝するが、タイ人には全く受け入れられていない。ぴりっと辛い辛さは、タイ人にとっては辛さのレベルが低い。	辛い味噌は使った事がない。タイ料理に使用してみたい。
42	広島	もろみみそ(柚子胡椒)		92	318	12	2	小分けに用途別に分けたパッケージなので日本人にとっては大変重宝するが、タイ人には全く受け入れられていない。柚子胡椒は、タイ人にはまだ珍しい味付けなので、使い方を紹介するべき。	ゆずと味噌の味のコンビネーションがどのようなか興味がある。
43	広島	みそ		92	318	12	2	小分けに用途別に分けたパッケージなので日本人にとっては大変重宝するが、タイ人には全く受け入れられていない。どんな時に使うのか、メニューの紹介をしながら販売しないと売れない。	日本人の知人から、この味噌を勧められた。
44	広島	もろみみそ		92	318	36	4	小分けに用途別に分けたパッケージなので日本人にとっては大変重宝するが、タイ人には全く受け入れられていない。メニューの紹介をしながら販売しないと売れない。	味に深みがあり、タイ料理にも使っている。
45	広島	味付のり		180	623	20	17	タイには、海苔を豆腐と共にスープに入れて飲むメニューがある。日本のもみのりをたっぷり入れた香り高いレシピをつけてはどうだろうか。	栄養があるので買っている。
46	広島	きざみのり		180	623	40	24	雑祭りの時期にチラン寿司の材料セットの提案をしているが、材料の一つとして加える予定。海苔は使い方によってバリエーションがある事をフェア形式で消化するとよいと思う。	焼きソバを作るので、買って使ってみたい。
47	福岡	酢みそ(辛子)		100	346	12	2	チューブ入りは使いやすい。からし酢みそはタイ人にとってはまだ珍しい味付けなので、何に使うのかを明確に説明したほうがよい。	辛いのは好きだが、酸っぱすぎるのは苦手なので、味を試してみたい。
48	福岡	酢みそ(しそ)		100	346	12	2	小分けに用途別に分けたパッケージなので日本人にとっては大変重宝するが、タイ人には全く受け入れられていない。メニューの紹介をしながら販売しないと売れない。あおじ酢みその味を知っていただくために試食を出したほうがよい。	健康に良さそうなので、購入してみる。
49	福岡	にんにくみそ		110	381	12	0	メニューの紹介をしながら販売しないと売れない。ニンニクが入った味噌である事をしっかりと紹介して、試食を出すと良いと思う。	鍋やししゃぶに使ってみる。キュウリに使っても美味しいと思う。
50	福岡	ねぎみそ		110	381	12	2	ねぎ味噌は、認知が高まっているので、試食を出せば売上が上がると考える。	どんな料理に合うのか、調べてから検討したい。
51	福岡	メロン(アールスメロン)		1,998	6,913	3	1	アールスメロンは、価格が効果で、購入する方は限られている。しかし、タイではフルーツの盛り合わせギフトが大変盛ん。高額なご予算のお客さまにはバスケットの中央にレイアウトしてお勧めしている。赤肉と青肉の味の違いの説明があるといいと思う。	タイ産のメロンも割と美味しくて安い。日本産は高価すぎる。
52	福岡	メロン(アールスメロン)		1,998	6,913	2	0	アールスメロンは、価格が効果で、購入する方は限られている。しかし、タイではフルーツの盛り合わせギフトが大変盛ん。高額なご予算のお客さまにはバスケットの中央にレイアウトしてお勧めしている。	皮がしっかりとっていて高級感がある。
53	長崎	あごだし		280	969	50	37	出汁を取るという文化が紹介され始めているので、これから注目される商品。アゴ=飛魚、飛魚の出汁がなぜ珍重されているのかを説明が必要。	豚ベースとの味の違いを試してみたい。
54	長崎	ちりめん		280	969	20	16	おにぎりを作るのがブームとなってきた。またご飯にちょっとかけて食べるという提案も受けると思うので、ポケットサイズの商品も扱ってみたい。	ビールのおつまみ用に買って帰りたい。
55	長崎	あごだし		300	1,038	30	9	1088のあご出し本格炭焼と同様に関心が高まりつつある商品。6パック(1088は8パック)なのに価格が高い事を説明する必要あり。	タイは豚ベースが主流なので、魚ベースも試してみたい。

【免責条項】本結果概要で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本結果概要で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。