

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

2025年4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.5-11
4 . タイ人の食生活と嗜好	P.12-14
5 . タイの経済情報	P.15-18
6 . 日本食レストラン（飲食）	P.19-23
7 . 小売	P.24-29
8 . 飲食・小売・ECの近年のトレンド	P.30
9 . 日本産食品・食材の流通	P.31
10. 日本産食品を売り込むためのポイント	P.32-37
11. JETROの取組み	P.38-55
12. 参考資料・データ	P.56-58

- ・ 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。



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51万4千km²（タイ国統計局）

※日本の約1.4倍。人口密度は約128.5人/1km²で、日本は約333.4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6,590万人

首都バンコクの人口は、約545万人
(タイ内務省、2025年3月)

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=4.23円

※2025年4月17日現在

邦人数：70,421人（うちバンコク50,146人） 日本外務省、2024年10月現在

日系企業数：6,083社 ジェトロ「タイ日系企業進出動向調査2024年度」



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)



日本人学校

旧市街

日本人居
住区

ビジネス・金融街



アソクエリア
(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

○ 2024年のタイ向け農林水産物・食品の輸出額は、628億円（世界第7位、対前年比+22.9%）

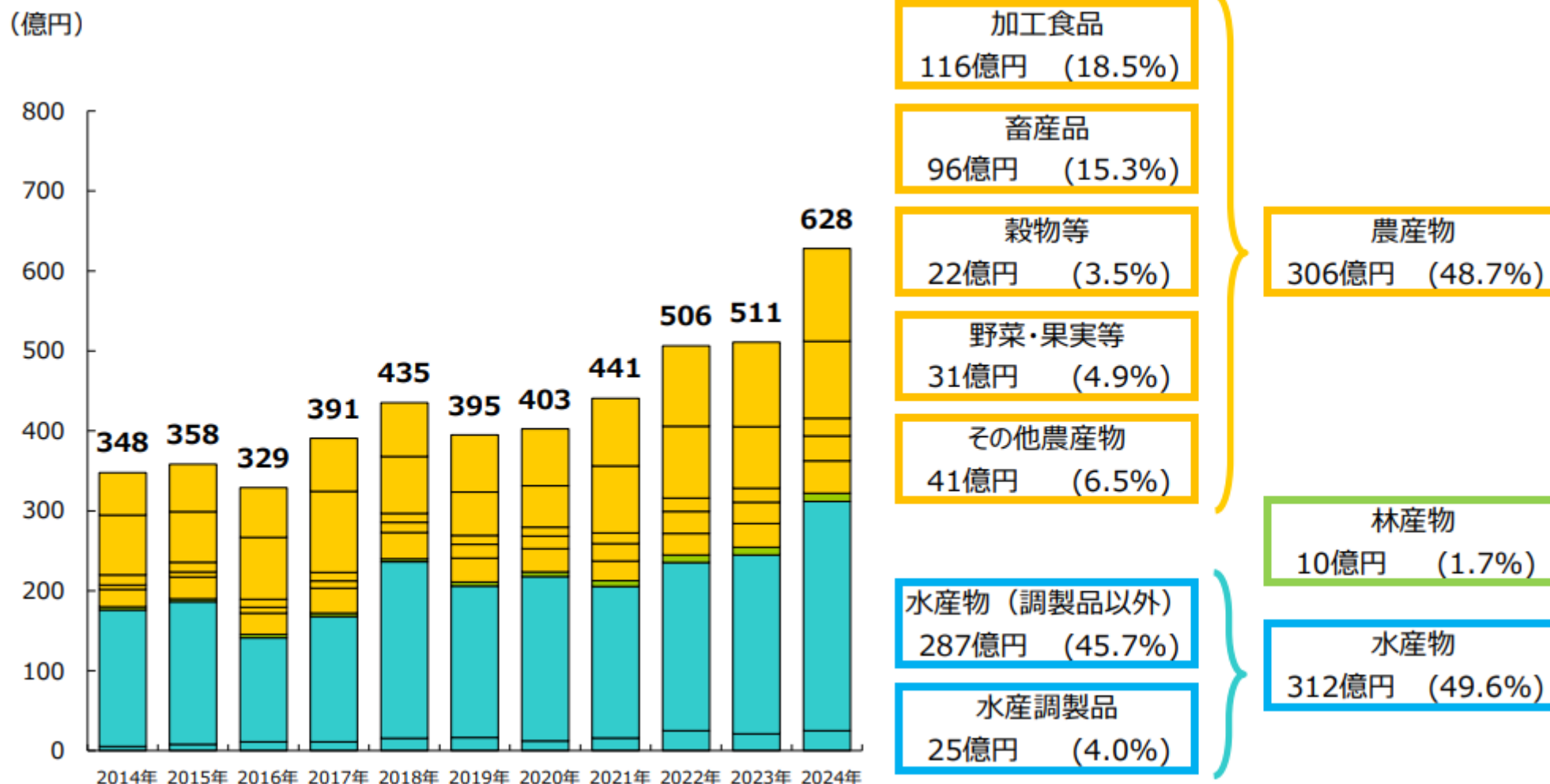
（単位：億円）

順位 (2024年)	国名・地域	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	前年比
1位	アメリカ合衆国	1,116	1,176	1,238	1,188	1,683	1,939	2,062	2,429	17.8%
2位	香港	1,877	2,115	2,037	2,061	2,190	2,086	2,365	2,210	▲6.6%
3位	台湾	838	903	904	976	1,245	1,489	1,532	1,703	11.1%
4位	中華人民共和国	1,008	1,338	1,537	1,639	2,224	2,783	2,371	1,681	▲29.1%
5位	大韓民国	597	635	501	411	527	667	761	911	19.8%
6位	ベトナム	395	458	454	537	585	724	697	862	23.7%
7位	タイ	391	435	395	401	441	506	511	628	22.9%
8位	シンガポール	261	284	306	295	409	554	548	557	1.7%
	世界（計）	8,071	9,068	9,121	9,860	12,382	14,140	14,541	15,071	3.6%

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

- 2024年の輸出額内訳は、農産物306億円、林産物10億円、水産物312億円。
- 水産物の割合が49.6%と、他の国・地域と比べて水産物の割合が高い。



※ カッコ内は全体に占める割合

資料：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

○ 2024年の輸出上位品目は、かつお・まぐろ類、いわし、ホタテ貝（生鮮等）、牛肉など。

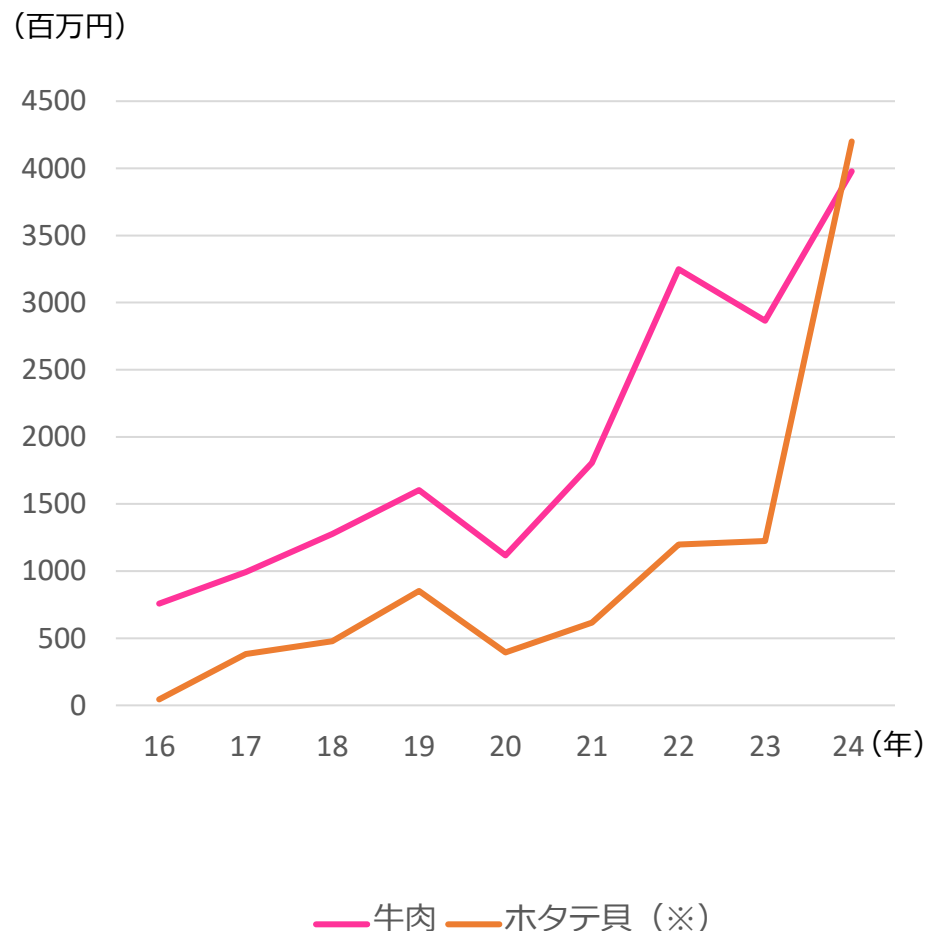
タイ向け農林水産物・食品輸出上位10品目

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	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	かつお・まぐろ類 73億円	かつお・まぐろ類 84億円
2	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	いわし 36億円	いわし 58億円
3	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	豚の皮 35億円	ホタテ貝（生鮮等） 42億円
4	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	牛肉 29億円	牛肉 40億円
5	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	さば 25億円	豚の皮 37億円
6	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	ソース混合調味料 19億円	ソース混合調味料 22億円
7	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	ぶり 17億円	さば 22億円
8	いか 7億円	牛肉 7億円	ホタテ貝（生鮮等） 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	さけ・ます 16億円	さけ・ます 20億円
9	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（生鮮等） 12億円	アルコール飲料 14億円	アルコール飲料 15億円
10	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（生鮮等） 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	ホタテ貝（生鮮等） 12億円	真珠（天然・養殖） 13億円

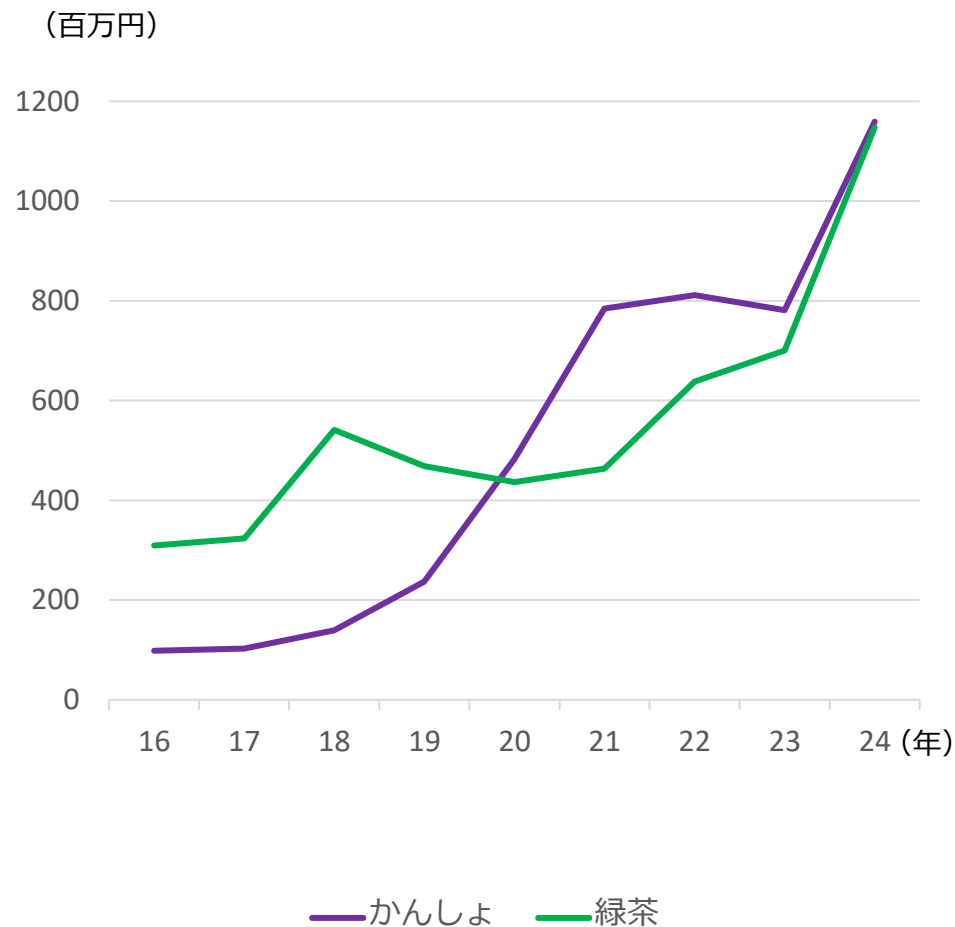
※ 2022年「牛肉」の金額は加工品を含む金額（2021年以前は加工品を含まない）
※ ソース混合調味料・・・ソース、たれ、ドレッシング、カレー調製品等の調味料

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

牛肉、ホタテ貝



かんしょ、緑茶

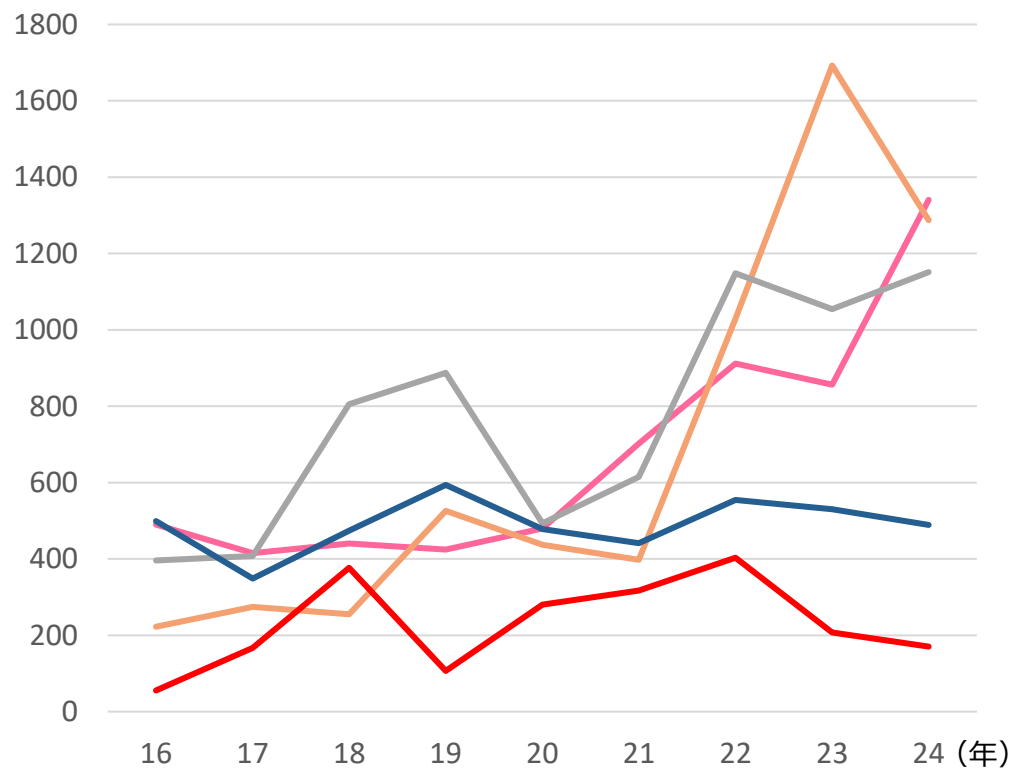


(※) ホタテは2022以降でHSコードが異なる

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

水産物

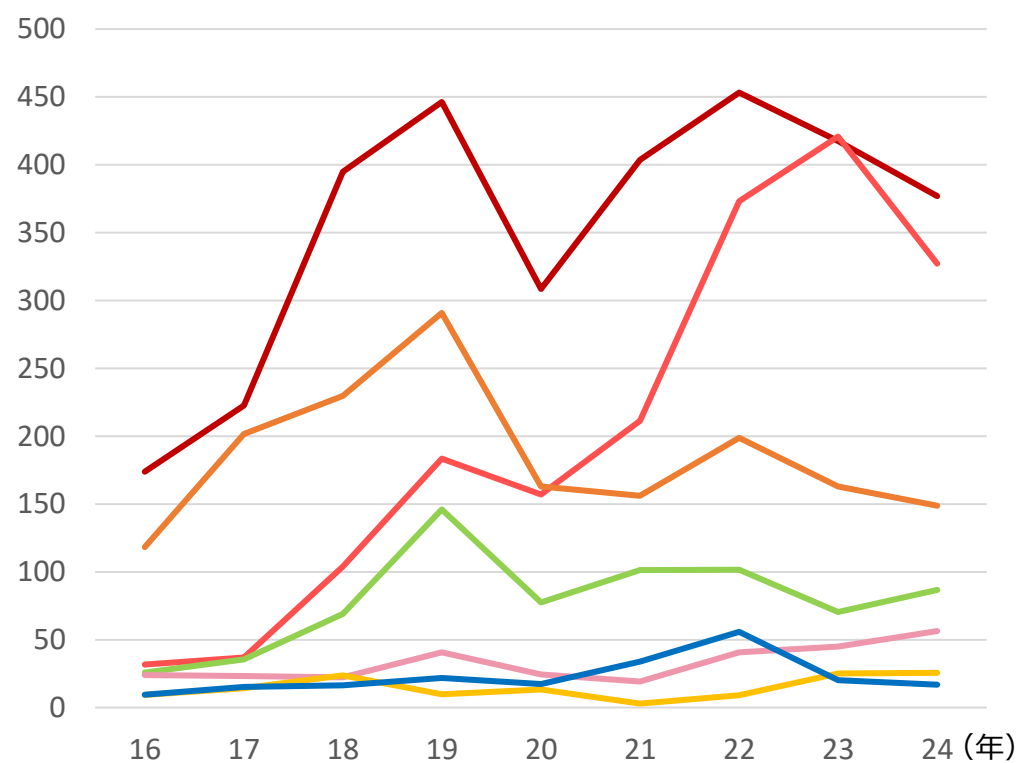
(百万円)



真珠
ブリ
キャビア及びその代用物
いか (※)
タイ

果物

(百万円)



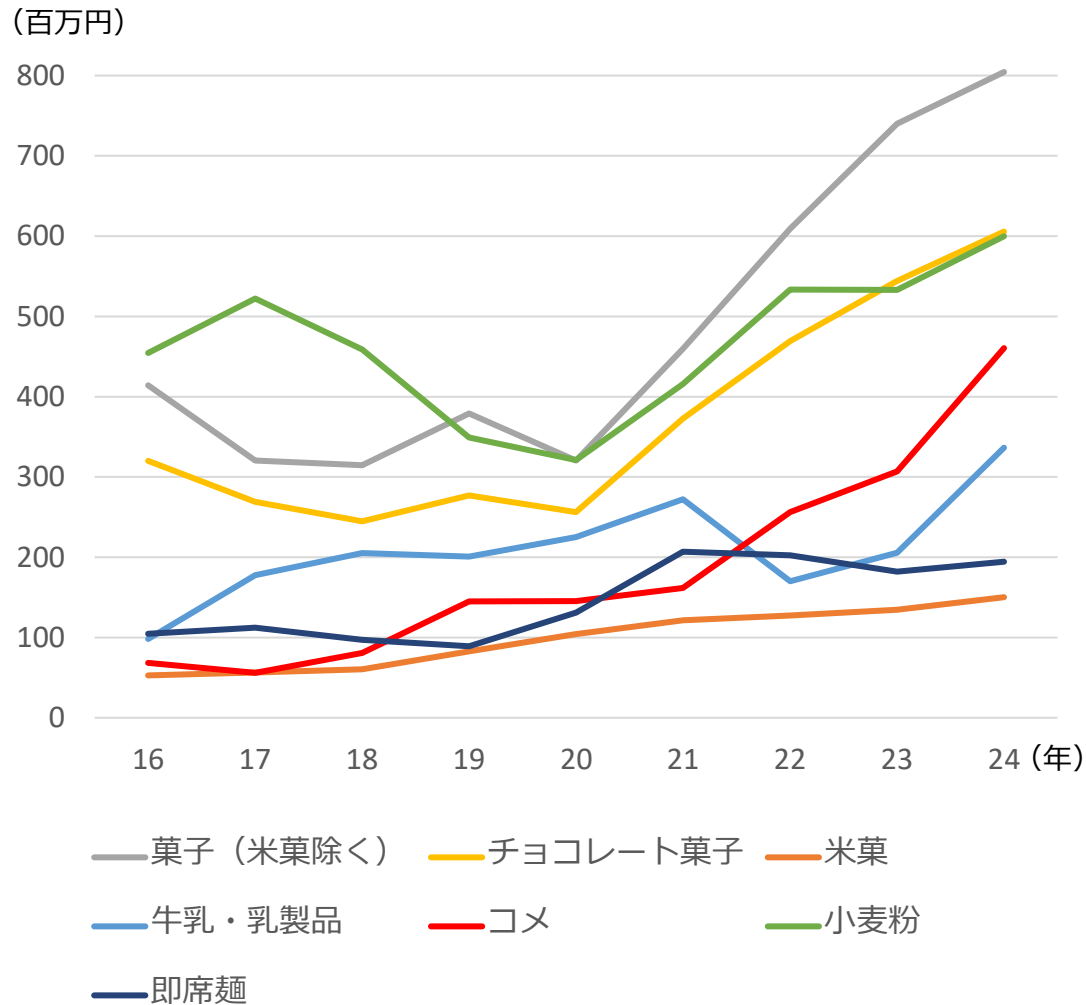
りんご
柿
桃
梨
いちご
ぶどう
うんしゅうみかん
キウイ

*常に上位10位に入る品目除く

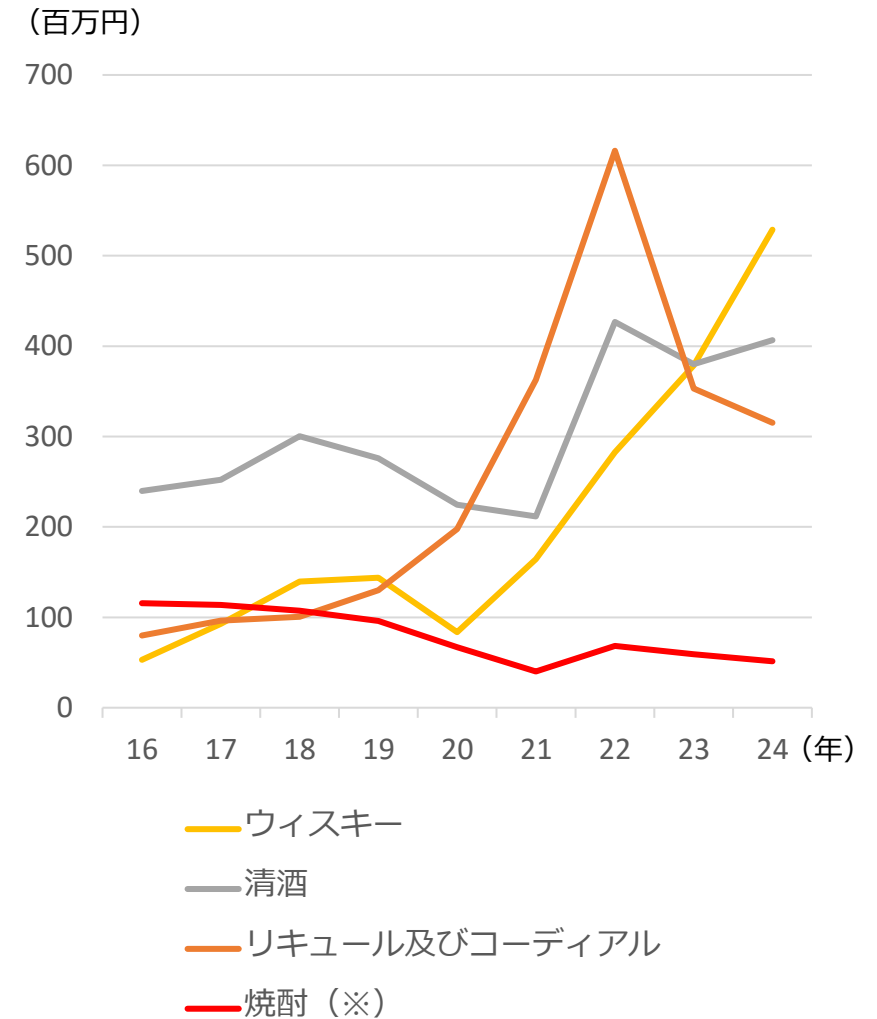
(※) いかは2016と2017以降でHSコードが異なる

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

菓子、牛乳・乳製品、コメ、その他



アルコール飲料



（※）焼酎は2022以降でHSコードが異なる（泡盛を含む）

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

- 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（約1,167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)

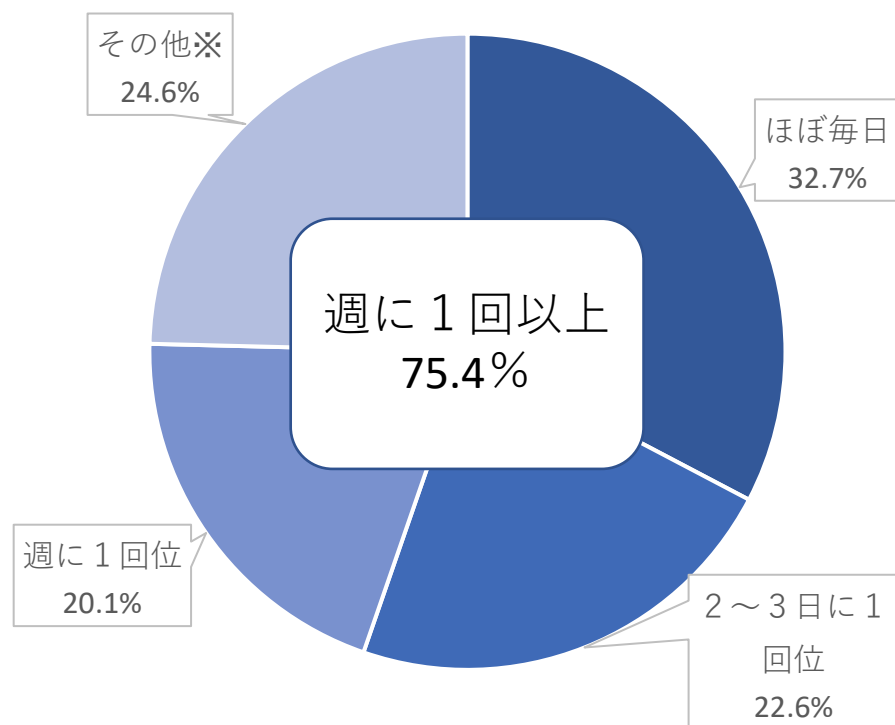
100～299バーツ	46.01%
300～499バーツ	30.31%
500～699バーツ	13.77%
700バーツ以上	8.40%
100バーツ以下	1.51%

一日当たりの飲食代の平均
352.62バーツ（約1,167円）

出所：タイ・アサンプション大学「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=3.31円（2017年6月30日現在）

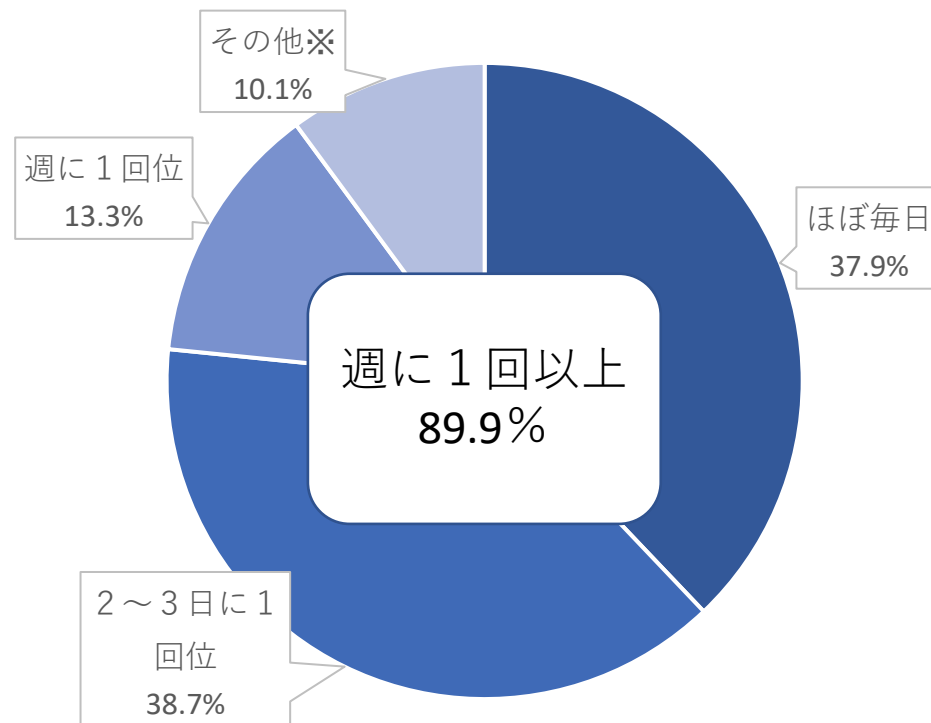
- 外食・中食の割合が高い。家庭での調理はほとんどせず、しても電子レンジ程度の調理が多い。
- タイ人向けアパートにはキッチンがないところも・・・。
- 富裕層を中心に家庭での調理を行う者も出てきているが、日常食ではなくお菓子等の“エンジョイクッキング”が中心。

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㈱「タイ生活者の食に関する調査レポート2019」

https://www.ycg-advisory.jp/learning/oversea_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)

| タイ全国における一世帯当たり所得層の分布（2023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	11.9 百万人	21.7 百万人	9.5 百万人
低所得層	1万バーツ以下	14.7	2.9	11.8	22.5	22.3	15.2
中間層	10,001～30,000バーツ	53.8	47.8	53.7	55.1	57.9	54.9
中上流層	30,001～50,000バーツ	19.0	26.9	21.8	14.7	12.4	18.6
上流層	50,001～100,000バーツ	10.4	18.6	10.8	6.1	6.3	9.2
富裕層	100,001バーツ以上	2.1	3.8	2.0	1.6	1.1	2.1
	合計(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

出所：タイ国国家統計局
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＝4.59円（2025年1月31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。
- 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。
- 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た。2024年のタイ人訪日旅行者数は1,148,848人で、前年より15.4%増加した。
- 2024年1人1回当たり旅行支出は197,305円。
- 2024年の訪日1回目のタイ人旅行者数は26.6%で、2回目以上のタイ人旅行者数は73.4%だった。
- 現在は訪日旅行が回復しつつある状況。

観光ビザ緩和 →

COVID-19 →

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 （%）
2012	260,640	79.8	127,174	42.8	57.2
2013	453,642	74.0	126,904	39.7	60.3
2014	657,570	45.0	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
2020	219,830	-83.3	*139,715	-	-
2021	2,758	-98.8	-	-	-
2022	198,037	** -85.0	***200,682	18.0	82.0
2023	995,558	402.7	193,409	21.7	78.3
2024	1,148,848	15.4	197,305	26.6	73.4

*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年実績との比較を行っている。

***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。

表. 訪日タイ人の都道府県別宿泊地上位20都道府県（2017～2022年）

都道府県	延べ宿泊者数の 順位（2022年）	延べ宿泊者数（人泊）					
		2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
東京都	1	685,030	741,050	892,440	147,480	19,070	240,610
大阪府	2	393,540	421,030	530,250	88,380	3,610	76,070
北海道	3	401,160	473,260	552,770	174,020	690	46,530
千葉県	4	232,570	277,780	316,220	59,050	6,380	39,120
山梨県	5	153,910	153,040	152,690	26,660	160	31,480
福岡県	6	60,330	61,750	90,030	15,660	1,220	27,490
愛知県	7	105,560	140,030	193,250	41,130	2,550	27,290
京都府	8	69,170	65,700	119,460	18,870	1,150	24,670
神奈川県	9	65,220	73,710	95,050	15,640	1,430	17,260
長野県	10	48,390	55,870	79,450	13,380	1,220	13,430
大分県	11	20,010	20,210	21,950	2,830	90	8,980
岐阜県	12	51,480	68,350	74,570	26,590	530	7,860
静岡県	13	30,370	40,900	55,500	8,060	830	7,020
宮城県	14	14,270	23,320	38,900	12,060	850	6,210
熊本県	15	11,340	13,360	14,920	2,320	80	5,540
福島県	16	9,740	18,190	25,420	8,930	320	4,870
新潟県	17	6,550	8,680	13,070	4,870	190	3,770
兵庫県	18	32,870	32,510	29,950	3,300	300	3,580
栃木県	19	15,940	18,160	20,090	3,200	1,050	3,540
群馬県	20	16,430	18,630	19,440	5,390	270	3,290

出所：JNTO訪日旅行データハンドブック（2023年） <https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/datahandbook.html>

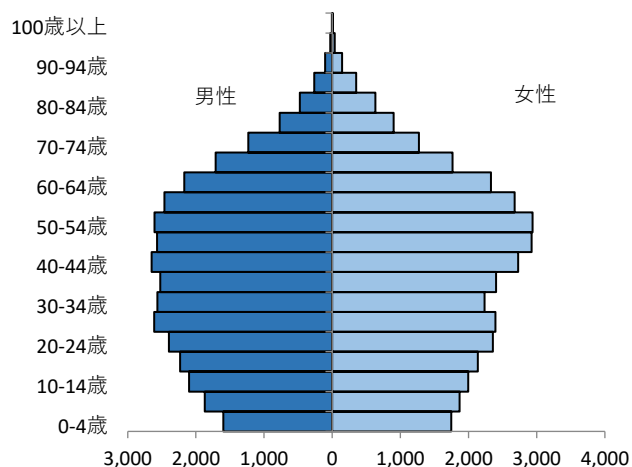
注：延べ宿泊者数は、従業員10人以上の宿泊施設からの回答に基づき集計されている。

| 高齢化社会であるタイ

- タイ国の出生率は約1.1であり日本（同約1.2）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

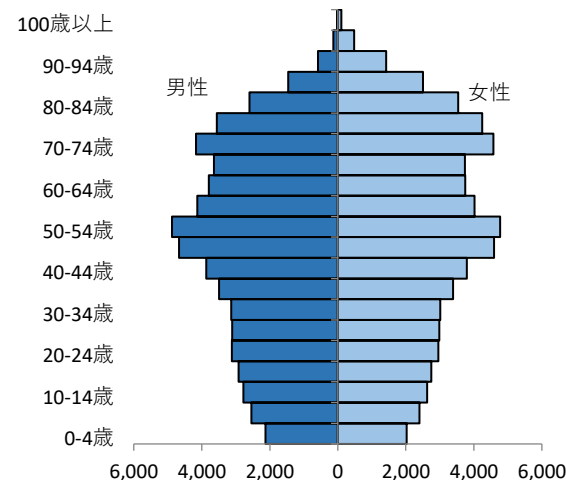
人口：6,590万人
20歳未満：21.2%
65歳以上：14.7%
人口増加率(注)：0.06%



(出所)：タイ内務省地方行政局（2025年3月）、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

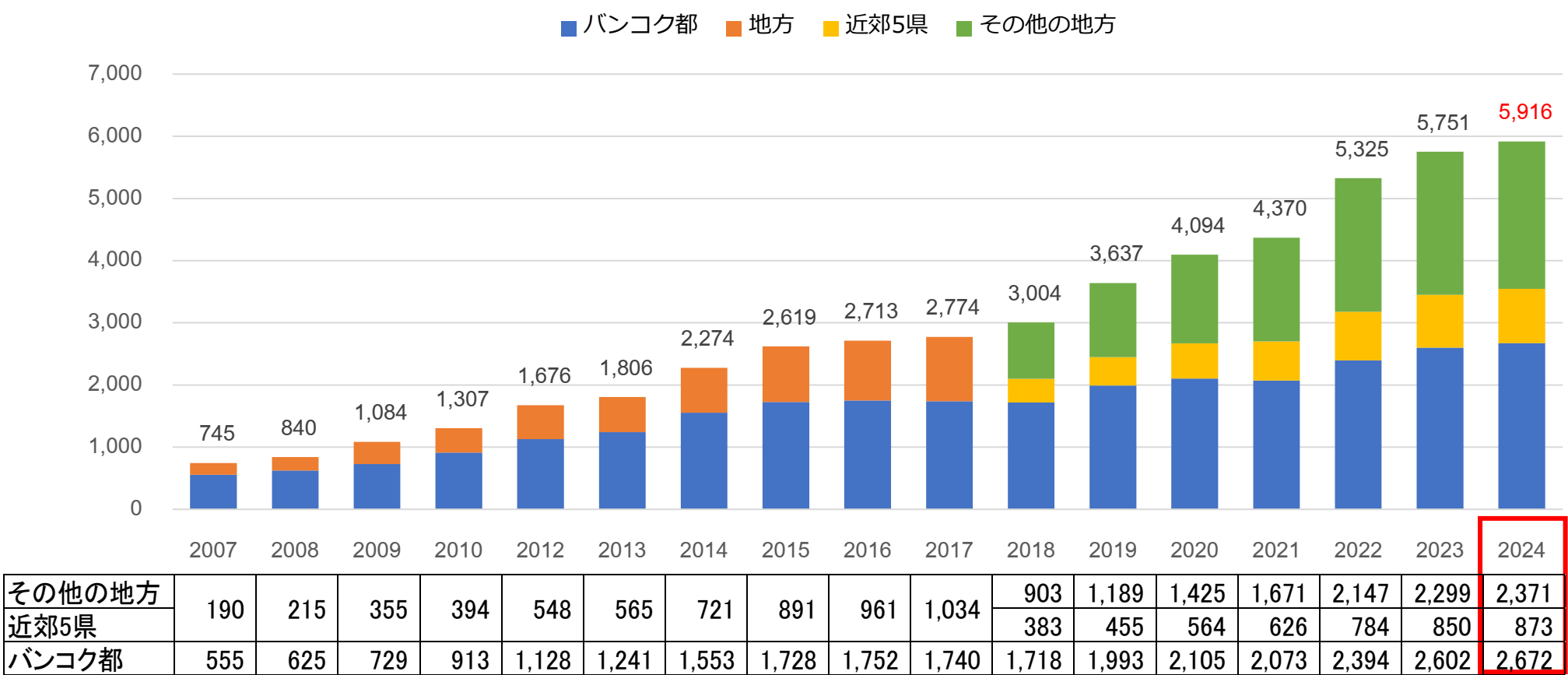
人口：1億2344万人
20歳未満：15.7%
65歳以上：29.2%
人口増加率(注)：-0.27%



(出所)：総務省統計局（2025年3月）、国連人口推計(2023)
(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

- 2024年は5,916店舗と前年から2.9%増加。増加店舗数は165店舗。
- バンコク、バンコク近郊5県、その他の地方で店舗数が増加。バンコクは2.7%、バンコク近郊は2.7%、その他の地方は3.1%増加した。

図. タイにおける日本食レストラン数の推移（単位：店舗）



※2011年は調査を実施せず。
※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年は休業中の店舗は含まない。

出所：ジェトロ・バンコク事務所「2024年度タイ国日本食レストラン調査」：http://www.jetro.go.jp/thailand/topics/_532176.html

- 業種別では総合和食の店舗数が最も多く、前年から6.3%増の1,439店舗。次いで、寿司、ラーメン、居酒屋、すき/しゃぶ、焼肉と続く。
- 蕎麦/うどん、喫茶、居酒屋等の店舗数は増加し、他方、寿司は減少数が増加数を上回り、前年から6.8%の減少となった。

表. 業種別店舗数まとめ（単位：店舗、増加率＝％）

業種	2022	2023	2024			
			増加	減少	合計	増減率(%)
総合和食	1,273	1,354	213	128	1,439	6.3
寿司	1,431	1,372	181	274	1,279	-6.8
ラーメン	611	741	157	96	802	8.2
居酒屋	369	437	102	59	480	9.8
すき/しゃぶ	386	453	70	75	448	-1.1
焼肉	341	417	70	54	433	3.8
喫茶	278	291	100	62	329	13.1
井専門	167	169	31	38	162	-4.1
カレー/オムライス	141	158	20	22	156	-1.3
総合洋食	129	144	19	12	151	4.9
揚げ物専門	123	136	31	18	149	9.6
鉄板焼き	55	48	8	4	52	8.3
蕎麦/うどん	21	31	7	2	36	16.1
合計	5,325	5,751	1,009	844	5,916	2.9

（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。
 ※2022年は休業中の店舗を含まない。
 ※増減率は増加率が高い順に濃い緑色で表示。

出所：ジェトロ・バンコク事務所「2024年度タイ国日本食レストラン調査」
<http://www.jetro.go.jp/thailand/topics/532176.html>

- 2024年営業確認店舗を客単価別に見ると、店舗数が多い順では、101～250バーツ（2,057店舗）、251～500バーツ（1,401店舗）、100バーツ以下（749店舗）、501～1,000バーツ（681店舗）。
- 2024年は客単価が1,000バーツ超の店が13.9%と大きく増加した。

表. 営業確認店舗の客単価別内訳 単位 = 店舗

客単価	2023年				2024年				増減率(%)			
	全国	地域別			全国	地域別			全国	地域別		
		バンコク	近郊	その他の地方		バンコク	近郊	その他の地方		バンコク	近郊	その他の地方
100バーツ以下	691	187	127	377	749	208	155	386	8.4	11.2	22.0	2.4
101～250バーツ	2,040	892	340	808	2,057	867	358	832	0.8	-2.8	5.3	3.0
251～500バーツ	1,333	694	181	458	1,401	738	185	478	5.1	6.3	2.2	4.4
501～1,000バーツ	690	451	83	156	681	452	83	146	-1.3	0.2	0.0	-6.4
1,000バーツ超	237	198	10	29	270	224	13	33	13.9	13.1	30.0	13.8
確認できず	760	180	109	471	758	183	79	496	-0.3	1.7	-27.5	5.3
合計	5,751	2,602	850	2,299	5,916	2,672	873	2,371	2.9	2.7	2.7	3.1

客単価	2024年 業種別(上位6業種)					
	総合和食	寿司	ラーメン	居酒屋	すき/しゃぶ	焼肉
100バーツ以下	113	301	136	20	14	19
101～250バーツ	547	302	457	104	27	47
251～500バーツ	375	199	114	158	215	143
501～1,000バーツ	174	116	4	81	139	132
1,000バーツ超	61	116	-	18	25	39
確認できず	169	245	91	99	28	53
合計	1,439	1,279	802	480	448	433

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

○ 店舗数はでも増加傾向にあり、チェンマイは23店舗増え280店舗に、ナコンパトムは15店舗増え104店舗に、プーケット地方トは11店舗増え142店舗になった。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。

図. 日本食レストランの分布

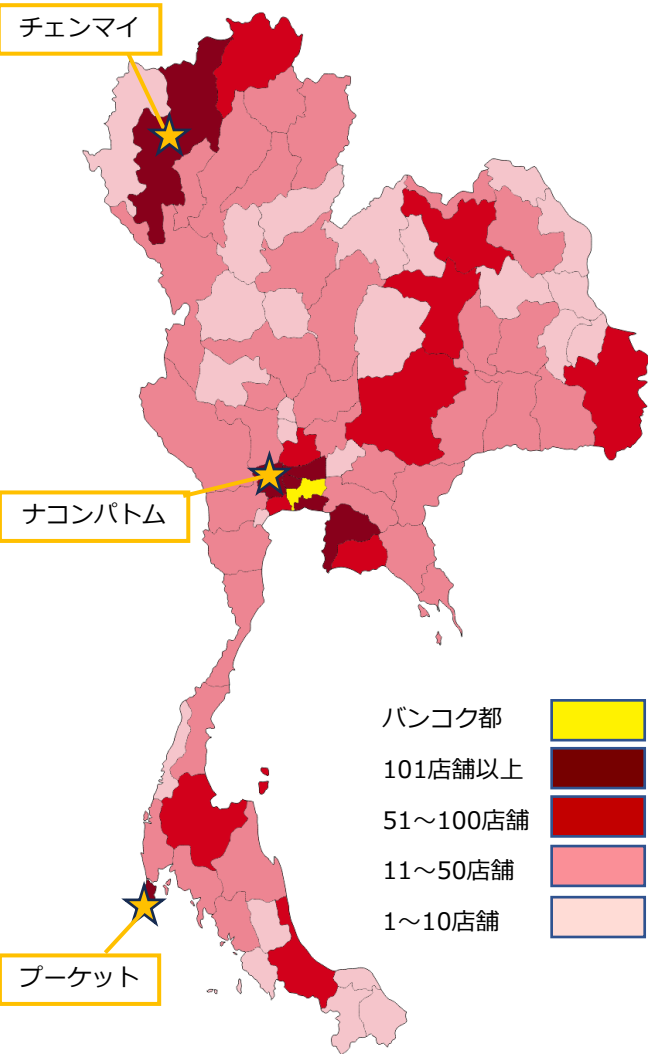


表. 各県の日本食レストラン店舗数、タイ人人口、観光客数

順位	県名	2023年 (店舗数)	2024年			人口 (2023年) (万人)	観光客数 (2022年) (万人)
			増加	減少	店舗数		
1	バンコク都	2,602	429	359	2,672	547	2,702
2	チョンブリー県	358	49	44	363	162	998
3	ノンタブリー県	355	75	70	360	131	84
4	チェンマイ県	257	49	26	280	180	593
5	サムットプラカーン県	184	26	28	182	137	75
6	パトゥムターニー県	173	34	31	176	122	38
7	プーケット県	131	30	19	142	42	521
8	ナコンパトム県	89	32	17	104	92	96
9	ナコンラーチャシーマー県	103	6	9	100	263	393
10	ソンクラーク県	85	17	16	86	143	224
11	コーンケン県	79	15	14	80	178	236
12	ラヨーン県	69	16	6	79	77	212
13	チェンラーイ県	64	11	11	64	130	373
14	アユタヤー県	56	8	7	57	82	125
14	スラターニー県	54	8	5	57	108	316
16	ウドンターニー県	52	10	8	54	156	145
17	ウボンラーチャターニー県	54	6	8	52	187	120
18	サムットサーコーン県	49	12	10	51	59	27
19	チャチューンサオ県	38	8	3	43	73	33
20	ブラチュアアップキーリーカン県	43	3	5	41	55	534
その他		856	165	148	873	3,681	4,538
合計		5,751	1,009	844	5,916	6,605	12,385

| 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) 2024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/_532176.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	177
TOPS / Tops Fine Food	150
Villa Market	39
Big C Market	35
MaxValu	35
Foodland Supermarket	26
Golden Place	21
Lemon Farm	19
Gourmet Market	17
Tops Food Hall	20
Big C food place	16
UFM Fuji Super	5
MITSUKOSHI DEPACHIKA	1

Hypermarket ハイパーマーケット	
Lotus's	225
Makro	163
Big C Supercenter	156
GO Wholesale	13
Big C Food Services	7
Makro × Lotus's Mall	5
Lotus's PRIVE	1



Convenience store コンビニ	
7-Eleven	15,245
Lotus's go fresh	2,027
Big C Mini	1,602
CJ express	1,500
TOPS Daily	519
Thai foods fresh market shop	401
CP fresh Mart	300
Lawson 108	200
108 Shop	178
TURTLE	26

出所：各社ウェブサイト等（2025年4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	47	MEGA Bangna	1
Central Group	39	ONE BANGKOK	1
Robinson LIFESTYLE	28	Phenix Food Wholesale Hub	1
The Mall	6	Siam Paragon	1
Terminal21	4	The Emporium	1
Icon Siam / Siam Takashimaya	1	The Emquartier	1
MBK Center	1	The EMSHERE	1

Category killer / Specialty store

カテゴリーキラー / 専門店等

Watsons	753	THAI Watsadu	86
Boots	250	ASIA Books	69
Se-ed Book Center	196	Matsumoto Kiyoshi	28
Pure by Big C	146	Tsuruha	22
Office Mate	141	Nitori	10
B2S	131	Don Don Donki	8
Home Pro	129	IKEA	5
Power buy	109	KALDI COFFEE FARM	3
Super Sport	98	Kinokuniya	3
Daiso	92	トンロー日本市場	1



出所：各社ウェブサイト等
（2025年4月時点の公表資料に基づく店舗数）

| 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	51
JAMPHA SAVEMART	ラムプーン、チェンマイ	22
Rimping supermarket	チェンマイ	9

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	222
WishCO	ナコンラーチャシーマー、ブリーラム、チャイヤブーム	90
Yongsanguan/SAVELAND	ウボンラッチャターニー	23
Hokkee Express	ナコンラーチャシーマー	14
Tang Ngee Soon	ウドーンターニー	2
May Superstore	スリン	1

東部

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

中部

Ekapab Super	サラブリ、ナコーンナーヨック、ナコーンラーチャシーマー、ロップブリー等	46
S.R. SUPERMART	ペッチャブーン	7
BIG SONG SUPERSTORE	サムットサーコーン	6
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	ソングラー、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	38
Mother Marché Mother Supermarket	クラビ、スラートターニー、パンガー	20
Family Hypermart	ヤラー	1

西部

TMK Supermarket	カンチャナブリ	11
-----------------	---------	----

出所：各社ウェブサイト等（2025年4月時点の公表資料等に基づく店舗数）

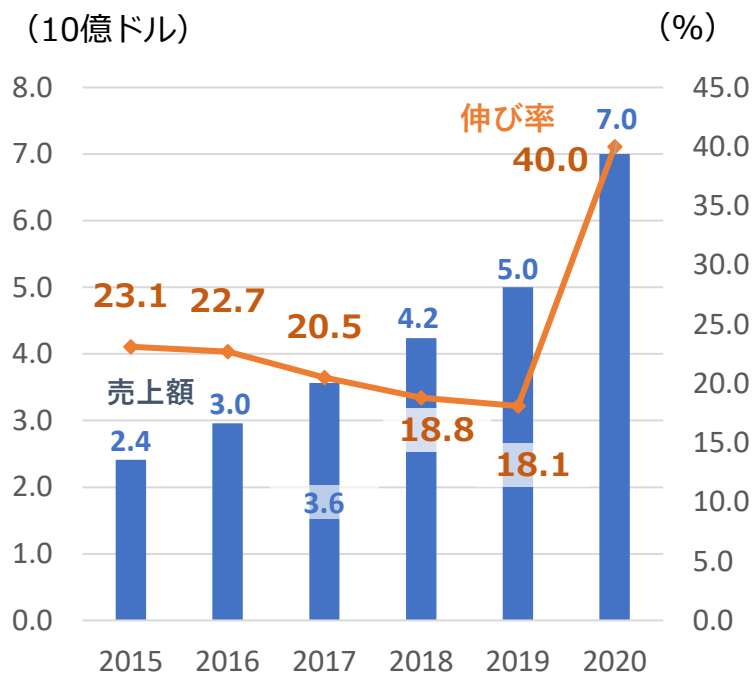
店舗分類	日本産食品、食材の品揃え	主な客層
日系百貨店、日系スーパーマーケット	日本のスーパーにもあまり劣らない品揃え	在タイ日本人、タイ人富裕層・上流層
現地百貨店、外資系高級スーパーマーケット	場所によっては、日本の食材・調味料コーナーがある	在タイ日本人、タイ人富裕層・上流層、観光客
ハイパーマーケット	一部取扱いあり	タイ人上中流層中心、タイ人上流層も利用
コンビニ	お菓子（現地製造中心）など	全所得層
市場	ほぼなし（一部果物の取扱い）	タイ人中間層、低所得者層。一部の高級市場にはタイ人富裕層・上流層も

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）。
ShopAt24	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

- TMBタナチャート銀行によると、2024年のタイの外食産業の市場規模は、経済活動の正常化や外国人観光客の回復等により、前年の6,480億バーツから6,690億バーツに拡大すると予測。

出所：TMB Thanachart Bank, 28 Jan 2024, “ttb analytics มองธุรกิจร้านอาหารปี 2567 มีมูลค่าราว 6.69 แสนล้านบาท”

- 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、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。カシコン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文量が前年から約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

- カシコンリサーチセンターによると、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3%増加し、約4兆1,000億バーツになると予測。ただし、中国からの低価格の製品（日用品や食品）の流入により、市場の競争が激化しつつあると予測。

出所：KASIKORN RESEARCH CENTER, 14 FEB 2024, Retail sales in 2024

| 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。

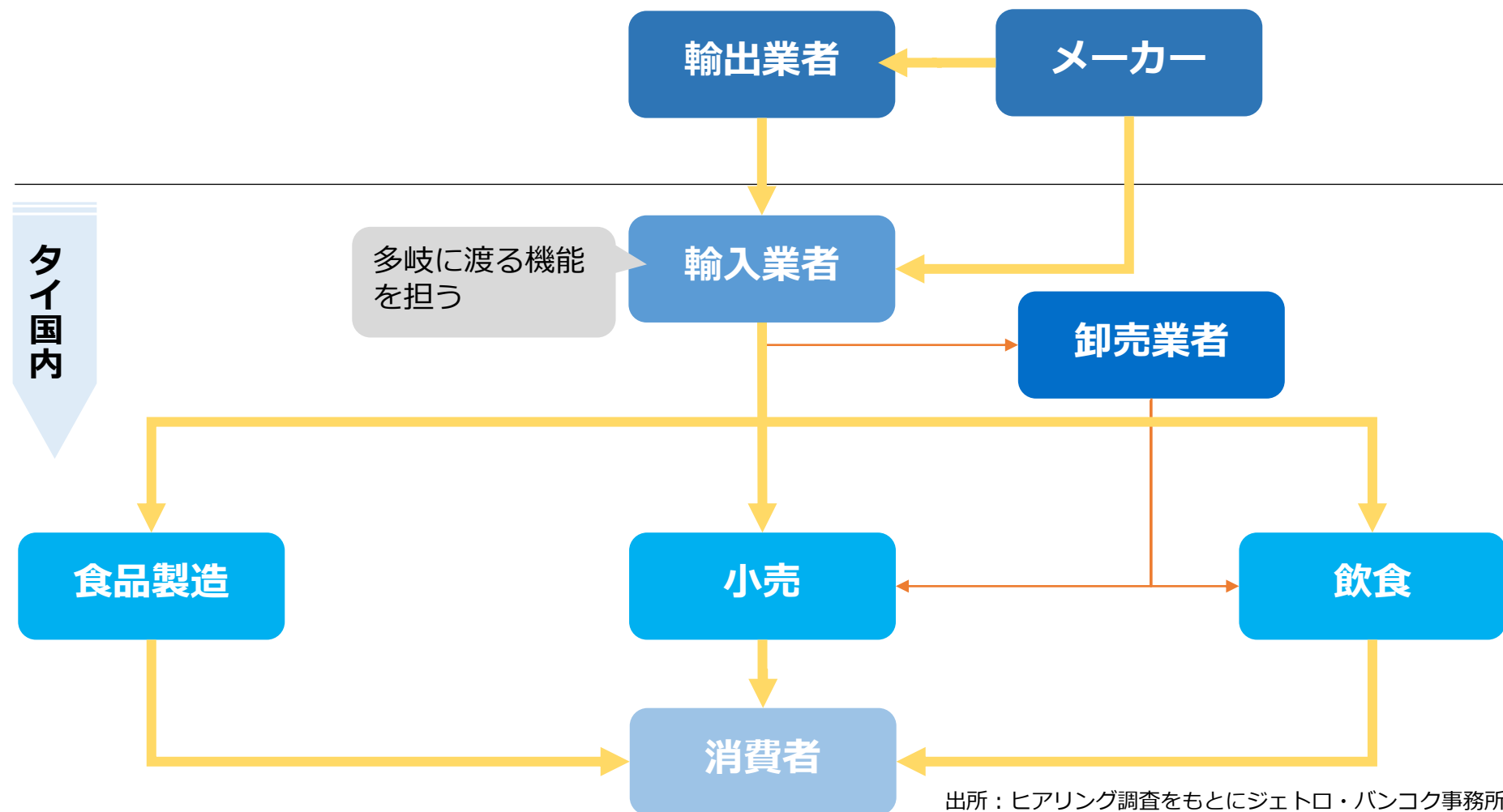
出所：Google, Temasek and Bain & Company, “e-Conomy SEA 2023 Report”

- タイ電子商取引協会の名誉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

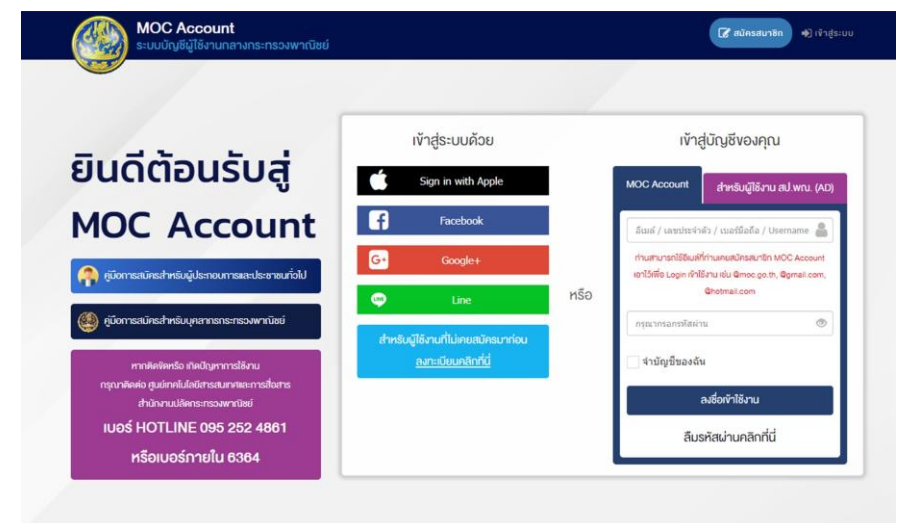
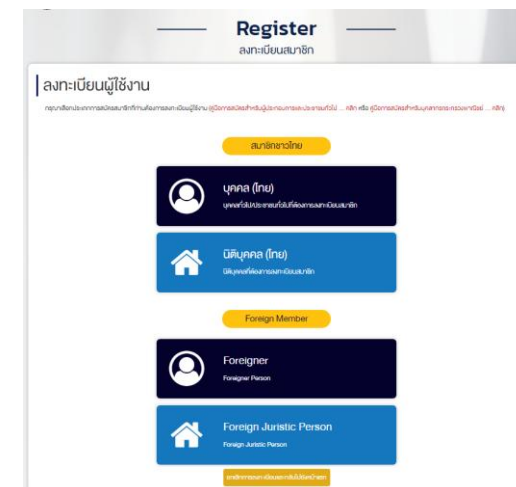
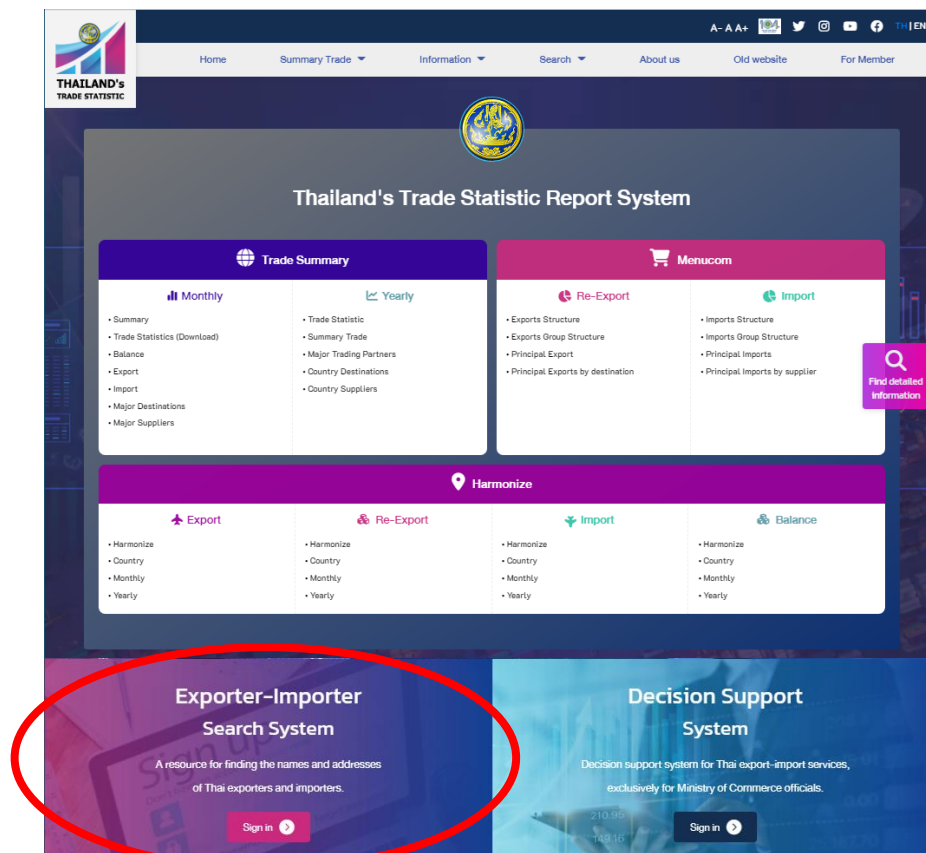
(参考) タイの輸入業者に関する情報収集の方法

○ 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)

(新URL) <https://tradereport.moc.go.th/en>

Information Technology and Communication Center



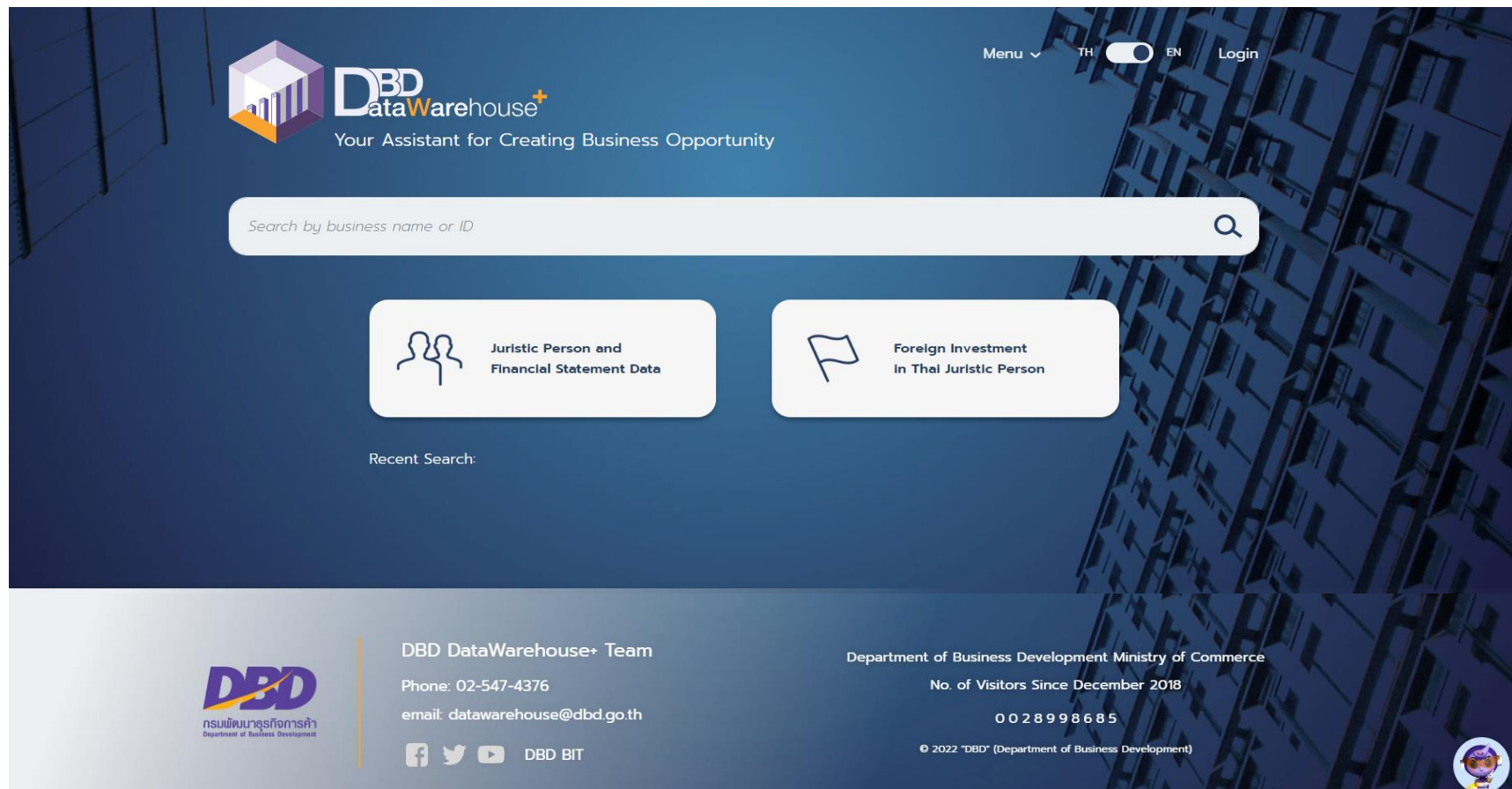
(参考) タイの輸入業者に関する情報収集の方法

○ 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)

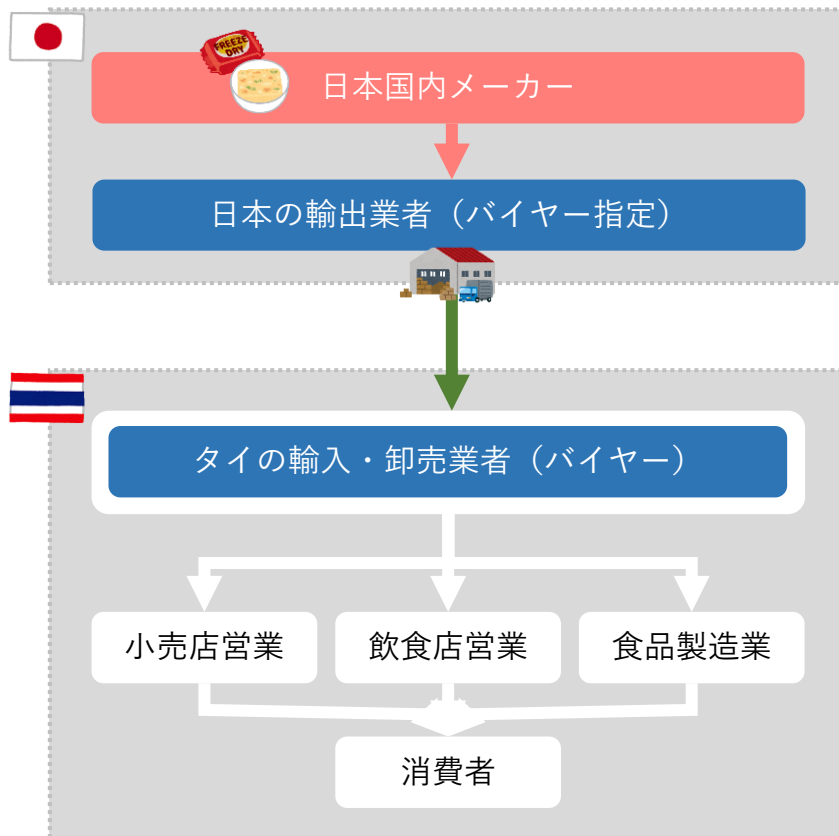
<https://datawarehouse.dbd.go.th/index>

DBD Data Warehouse



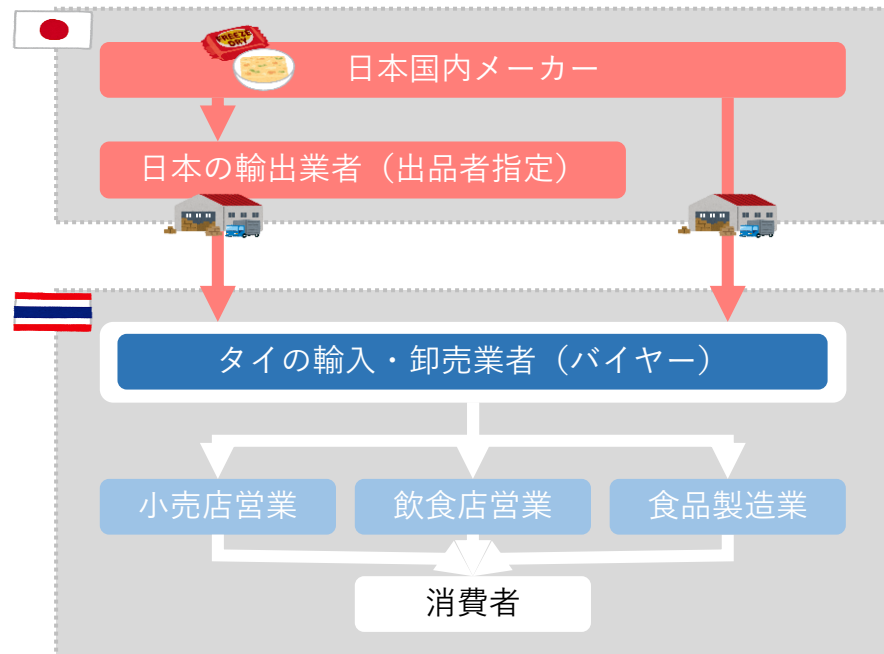
商品の取引方法にあわせて商談相手を選定

- 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**）。



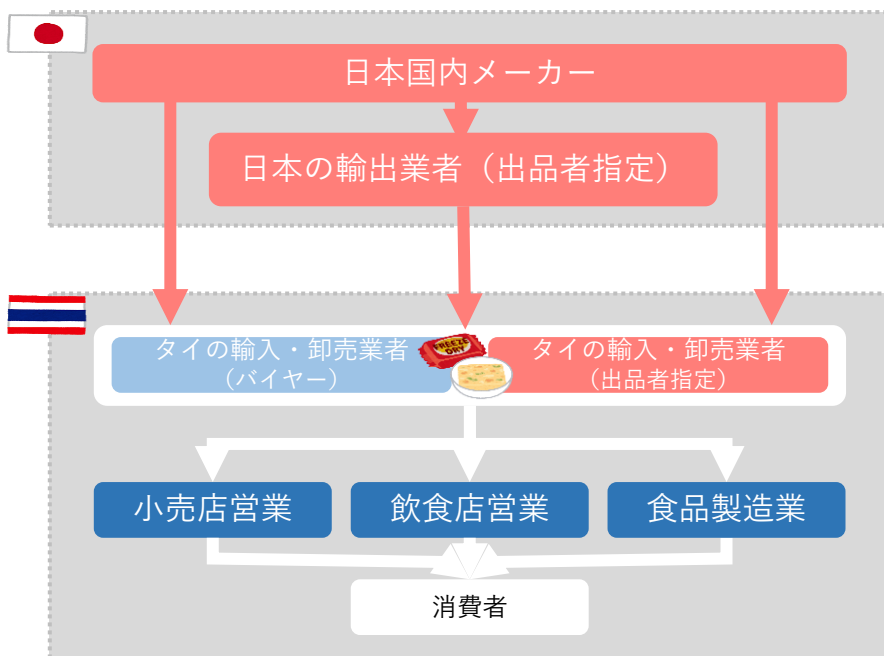
例 1) 日本国内の指定倉庫に商品をおさめ、その先はお任せしたい場合

- 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、これらの農産品は価格も安く、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 2024 概要

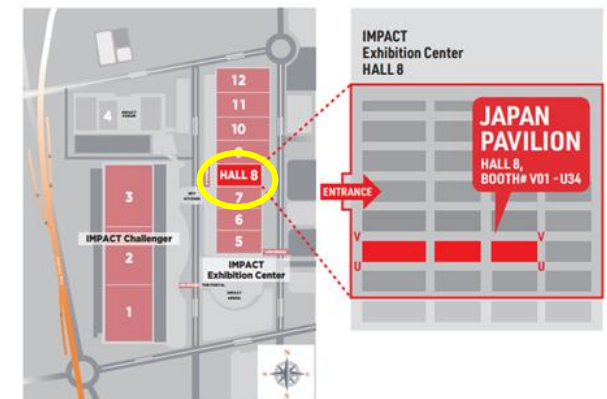
- ・ 日 程 : 2024年5月28日～6月1日 (5日間)
- ・ 会 場 : IMPACT Exhibition Center (バンコク近郊)
- ・ 来場者数 : 138,508人 ※ うちバイヤー等は85,850人 (131カ国)
- ・ 出展者数 : 3,133社 (世界52カ国・地域)

ジャパンパビリオン (ジェトロ主催)

- ・ 出品者 : 35社・5団体 (北海道から沖縄県まで)
- ・ 出品物 : 和牛、水産物・水産加工品、菓子、調味料、茶、日本酒、梅酒、米、健康食品等



会場のIMPACT (ジェトロ撮影)



- 一般客を除くバイヤー等の来場は131カ国・地域から8万5,850人と前年の7万8,764人から大幅増。うちタイ国外バイヤーは19,984人と前年比22%増。
- 取引額は約962億バーツ (約4,100億円、1バーツ=約4.3円)。

成約額上位5カ国 : タイ、中国、インド、韓国、マレーシア

成約額上位5品目 : レトルト食品などの調理済み食品、デザートおよび菓子、飲料、冷凍食品、水産物

THAIFEX-Anuga Asia 2025
2025年5月27日 ~ 31日

～JETROジャパンパビリオンの設置～

1. タイ国内外のバイヤーが来場

ジェトロの海外ネットワークを活用してタイ国内外のバイヤーへ来場を呼び掛け。
タイ国内に加え、ASEAN、韓国、香港、中国、米国、欧州などのバイヤーが来場。

2. バイヤーとの事前マッチング

出品者の希望に応じてバイヤーとの事前マッチングを実施。

3. 会場内での大々的PR

会場内に巨大広告を設置し、ジャパンパビリオンへのバイヤー来場を促進。

4. 各種イベントの実施

タイの人気シェフによる日本産ホタテを使ったメニューの料理実演、来場者への試食提供を実施し、日本産ホタテの商談・PRとジャパンパビリオン来場を後押し。

5. 輸入規制等の相談窓口

輸出支援プラットフォーム相談窓口を設置、輸入規制等に係る相談にその場で対応。



大盛況のジャパンパビリオン



会場内に設置した
ジャパンパビリオンの巨大広告

出品者の声

- ジャパンパビリオンには多種多様な日本産食品が一箇所に集まるため集客力が高い。
- タイ国内のバイヤーに加え、アジア、欧州、北米など多くのバイヤーと商談する事ができた。
- 自社の想定とは違う商品の引き合いが来るなど、日本では分からない商品ニーズに関する認識のギャップを埋めることができた。
- ジェトロのマッチングにより、新規のバイヤーとも商談する機会を得られた。



有名シェフによるホタテ料理実演

※ 写真は全てジェトロ撮影

- 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。2024年度はタイ北部やタイ南部の地方都市を中心に活動。
- チェンマイ・プーケット両県やその周辺県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。

○ プーケット（タイ南部）での商談会

～Harmony of Tastes:

JAPAN Food on Tour 2024 in Phuket～

日 程：2024年9月25日～26日（2日間）
 会 場：Courtyard by Marriott Phuket Town、
 Metropole Grand Phuket Ballroom
 出 展 者：在バンコクの輸入業者等28社
 バイヤー：プーケット県や周辺県の飲食店や小売店等

○ チェンマイ（タイ北部）での商談会

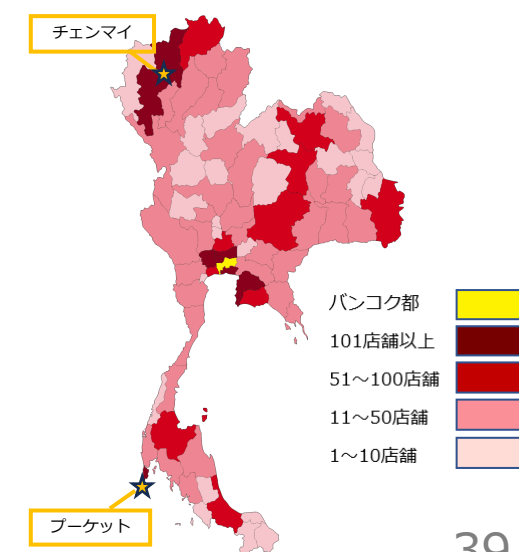
～Business Matching & Showcase of JAPAN

Premium Food 2024 in Chiang Mai～

日 程：2024年11月27日～28日（2日間）
 会 場：Chiangmai Grandview Hotel &
 Convention Center、Grand View Hall 3
 出 展 者：在バンコクの輸入業者等29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（2024年）



写真：ジェトロ撮影

Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

- 他方で、バンコクについては、昨今、輸入業者等の間で競争が激しくなっており、他社と差別化を図るため新商品を絶えず求めている。
- 2024年度は、これまでタイで流通していない商品等を取り扱う日本の事業者とタイのバイヤーとをマッチングする商談会を開催

○ バンコク商談会（対面式）

～Food Matching & Exhibition in Bangkok 2024～

日 程：2025年2月5～6日（2日間）
 会 場：Hilton Grande Asoke Bangkok Hotel
 出 展 者：これまでタイで輸入業者が決まっていない商品等を取り扱う日本側出品者
 バイヤー：日本産食品を扱う在タイの輸入業者等

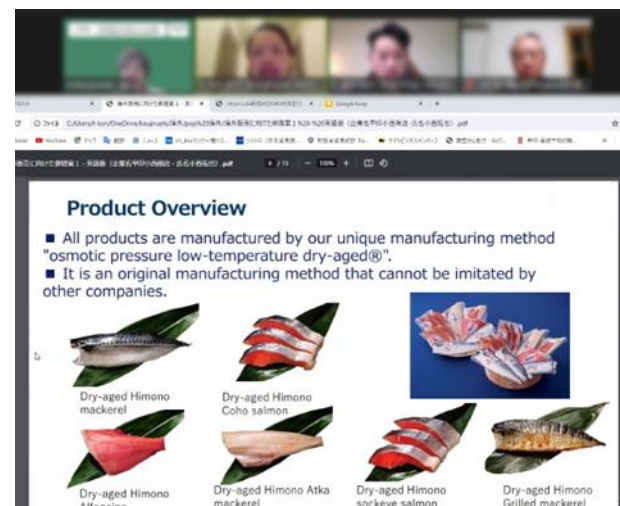
○ バンコク商談会（オンライン）

～Food Matching & Exhibition in Bangkok 2024～

日 程：2025年2月25～27日（3日間）
 会 場：オンライン
 出 展 者：これまでタイで輸入業者が決まっていない商品等を取り扱う日本側出品者
 バイヤー：日本産食品を扱う在タイの輸入業者等



写真：ジェトロ撮影



実施した商談会の様子



- 2024年10月からは、チェンマイ・コーンケン両県やその周辺県において、2024年度タイにおける現地小売・飲食店等と連携した日本産食品のプロモーション業務【JAPAN PREMIUM FOOD】と題した日本産食品の大規模なプロモーションを展開。

- チェンマイ及びコーンケンにおけるプロモーション https://www.jetro.go.jp/thailand/topics/_527562.html

イベント名：【JAPAN PREMIUM FOOD】～本物の日本のおいしさを体験～

期 間：2024年10月～2025年2月

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：22ブランド49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。

参加店



キャンペーンロゴ



PRポスター



記者会見の様子



- 日本産ホタテのタイ向け輸出額は約12億円（2023年）で、品目別輸出額で10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。
- ・ 飲食店73ブランド391店舗、小売店6ブランド29店舗が参加。

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。
- ・ 23のイベントを開催。

プレスカンファレンスでの写真（ジェトロ撮影）



キービジュアル



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った。
- 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。
- このほか、朝のニュース番組における事業の周知やグルメイベントへの出展を通じて、日本産ホタテの魅力を発信。

「IRON CHEF Thailand」の様子（番組Facebookより）



朝のニュース番組「MorningNewsTV3」での事業周知（番組Youtubeチャンネルより）



料理の例（番組Facebookより）



◀番組は
動画サイトで
視聴可能



グルメイベント
「Heliconia Food Festival」
への出展（ジェトロ撮影）

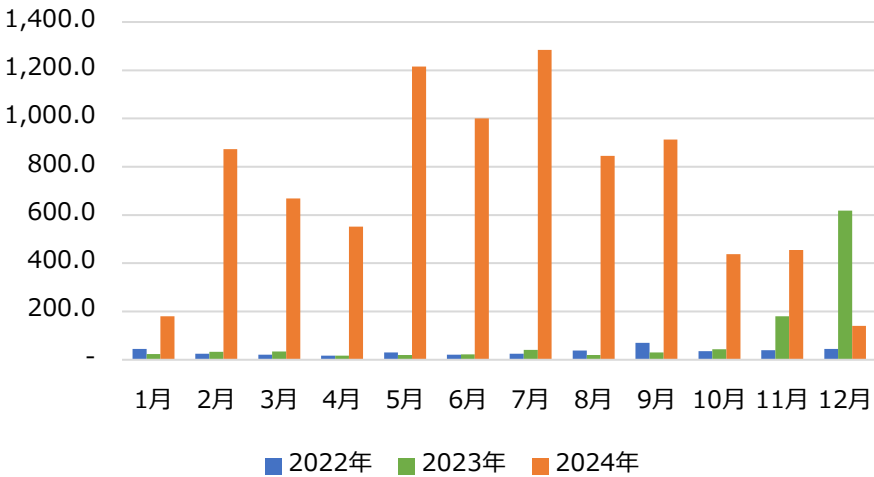
「IRON CHEF Thailand」との
コラボイベントで、同番組
に出演するシェフが料理デモ
を実施するとともに、同メ
ニューを販売。

○ HOTATE Festival実施以降（2023年11月～2024年12月）のタイ向けのホタテ貝輸出は、輸出量で約8倍、輸出額で約3.2倍に増加（前年同期比）。

図：タイ向けのホタテ貝の月別輸出量・輸出額の推移（2022年1月～2024年12月）

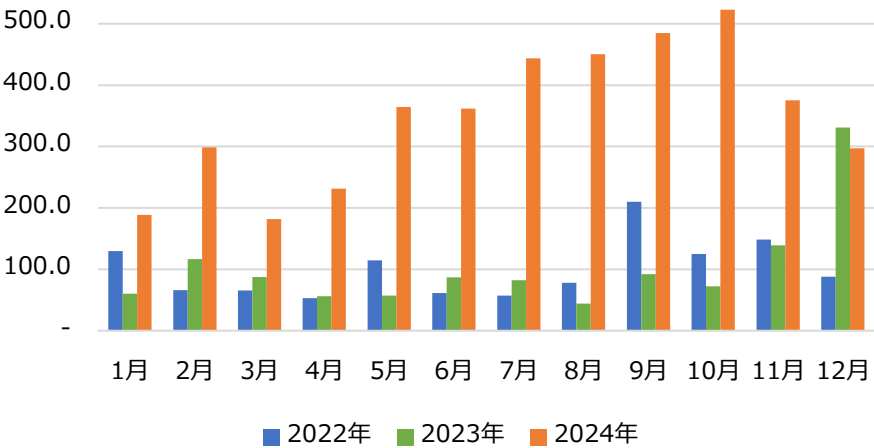
ホタテ貝数量

単位：（トン）



ホタテ貝金額

単位：（百万円）



2023年11月以降の詳細

数量単位：トン、金額単位：百万円

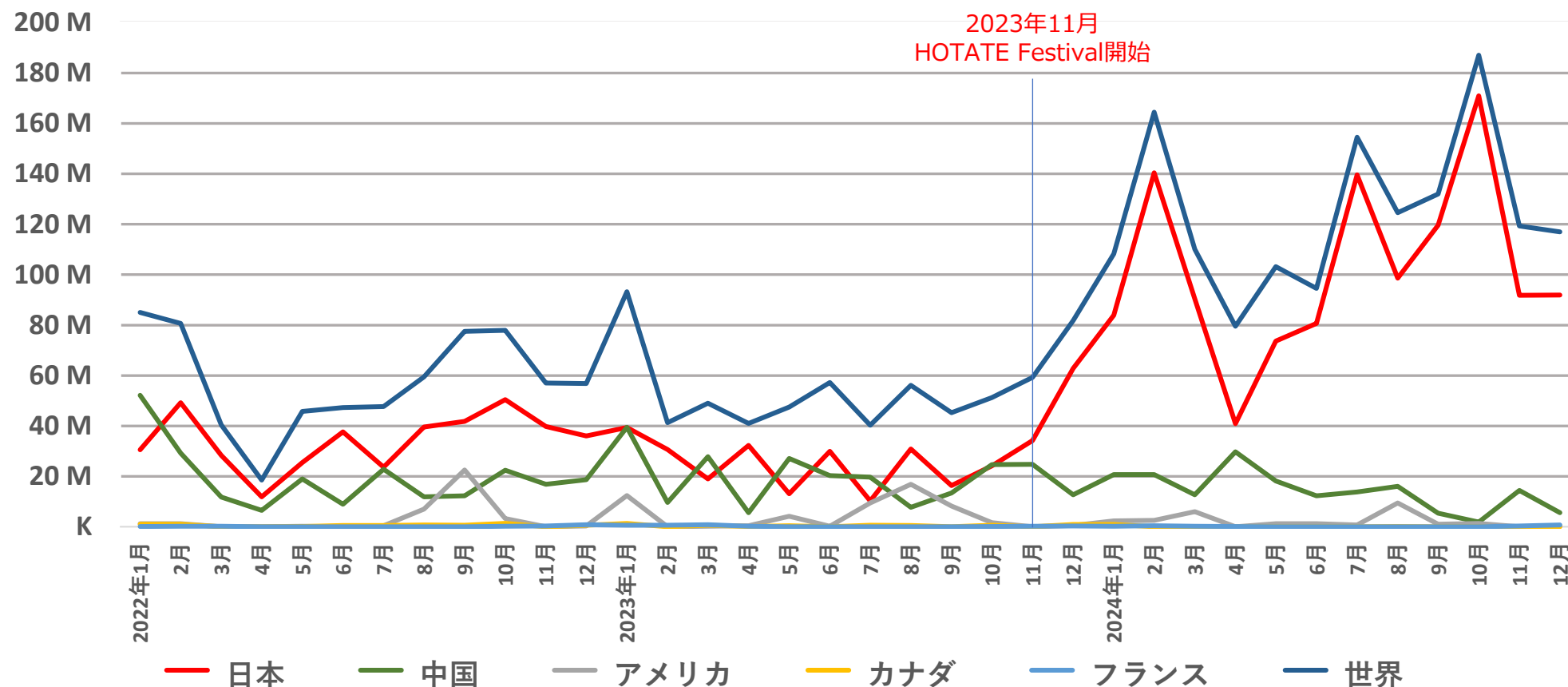
	2023年		2024年												2023年11月～ 2024年12月計
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
数量 (前年同月 比増減)	180.1 (351%増)	618.5 (1,280%増)	180.3 (675%増)	873.6 (2,565%増)	668.7 (1,862%増)	552.5 (3,159%増)	1215.5 (6,015%増)	999.8 (4,471%増)	1284.7 (3,034%増)	844.7 (4,197%増)	912.8 (2,935%増)	437.5 (897.5%増)	454.5 (152.4%増)	140.0 (▲77.4%減)	9,363.5 (702.5%増)
金額 (前年同月 比増減)	138.8 (▲7%減)	331 (276%増)	188.5 (214%増)	298.5 (156%増)	181.6 (108%増)	231.3 (314%増)	364.2 (539%増)	361.8 (317%増)	443.3 (438%増)	450.3 (915%増)	485 (426%増)	523 (622.8%増)	375.4 (170.4%増)	296.9 (▲10.3%減)	4,669.8 (219.5%増)

出典：財務省「貿易統計」、HS=030722100, 030722900, 030729110, 030729190, 030721000, 030729900

○ タイ向けのホタテ貝輸入額の推移を国別に見ると、日本は1～2位で推移していたが、HOTATE Festival実施以降は2位以下を大きく引き離して1位に。

図：タイ向けのホタテ貝（冷蔵・冷凍）の月別輸入額の推移（上位5か国）

単位：（THB）



出典：Information Technology and Communication Center, Ministry of Commerce、HS= 030721, 030722, 030729

日本産水産物の販売網拡大プログラム

2024年5月4日
タイ輸出支援プラットフォーム

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（2023年12月25日関係閣僚会議決定）に定められた、2025年までにホタテ貝のタイ向け輸出額24億円（2023年実績の約2倍）という目標を前倒しして2024年までに達成すべく、2024年度の当初の予算額に約1,500万円を追加拡充して、日系事業者・現地系事業者と連携のもと、以下に取り組む。

1. 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す。

○タイ地方における商談会・展示会の開催（9月～2月）

○タイ地方の飲食店・小売店等と連携したプロモーションの展開（9月～2月）等

2. タイ料理・西洋料理・中華料理など日本食以外でのホタテ等の活用拡大を目指す。

○有名シェフと連携したホタテメニュー提案会の開催（5月）

○THAIFEX（東南アジア最大級の食品見本市、5月）における有名シェフ考案のホタテメニューの試食提供 等

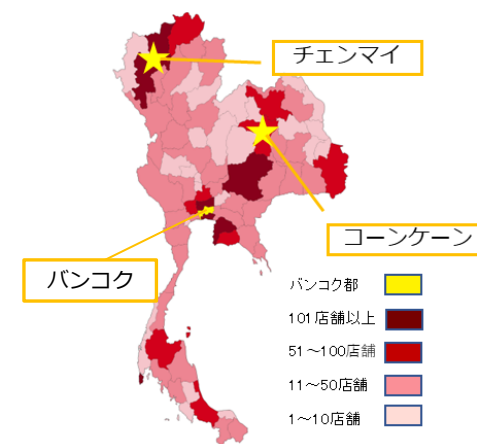
3. 農林水産省等と連携し、輸入規制対応を強化。

○近年タイで厳しくなりつつある輸入規制について、農林水産省等関係省庁と連携して確実に対応

写真：2023年度に実施した地方における商談会・プロモーションの様子



図. 日本食レストランの分布（2023年）



- ◆ 2024年5月、日本の農林水産省及び在タイ日本国大使館の協力を得て、日本産ホタテのメニュー提案会「JAPAN PREMIUM HOTATE～From HOKKAIDO Ocean to your Table～」を開催。輸入業者、飲食店、インフルエンサーなど100名以上が参加。
- ◆ 「IRON CHEF Thailand」（料理の鉄人）に出演する有名シェフが、タイ料理、イタリア料理、日本料理のメニューを披露するとともに、それぞれに合うお酒とのペアリングを提案。
- ◆ 日本からは坂本農林水産大臣が参加し、トークをお送りするとともに、事業者と交流。



◀有名シェフによる実演



坂本農林水産大臣を交えたトーク▶



▲左から、日本産ホタテを使用したタイ料理、イタリア料理、日本料理

- ◆ 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、2024年は629億円、世界7番目の輸出額で、対前年比約23.1%増加しています。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。2024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5,916店舗の日本食レストランが確認されており、対前年比で2.9%増加しています。近年は、訪日タイ人が増えること等により、タイ人の日本食に対する経験および知識が増え、これまで以上に本物の日本食や日本の食のトレンドを求める人が増える傾向があります。

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. 輸入規制目安箱「タイ向け輸出相談窓口」の設置
2. 新規情報収集・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む事業者の支援を行う「輸出支援プラットフォーム」の相談窓口を設置しました。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望む案件を受け付け、円滑なタイへの輸入貢献を目指します。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\(at\)etro.go.jp](mailto:ThaiPF_Japanfood(at)etro.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](#)

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](#) (2025年3月更新) (5.7MB)

ビジネス短信

2025年3月26日 [タイ保健省、仏教上の祝日における酒類販売権和について意見公募\(タイ\)](#)

深堀レポート

- ・ [タイ向け食品輸出の実務 一先行企業の活動事例集一](#)
- ・ [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。

- ・ [2024年度](#)
- ・ [2023年度](#)
- ・ [2022年度](#)

また、ジェトロ・ピエンチャン事務所において、ラオスにおける日本産食材・商品取扱店および日本食レストランガイドをまとめています。

● [ラオスにおける日本産食材・商品取扱店および日本食レストランガイド](#) (Japanese Restaurants & Stores in Laos)

商談会のご案内

ジェトロ/バンコク事務所は、タイで輸入業者等バイヤーをお探しの日本の事業者向けに、2025年2月12日～13日に、バンコク都内で対面式の商談会「Food Matching & Exhibition in Bangkok 2024」を開催します。ぜひ、この機会を貴社のタイにおける販路開拓にお役立てください。

詳細のご確認およびお申し込みは、「日本産食品サンプルショールーム」にアクセスください。

● [日本産食品サンプルショールーム](#)

※お申し込みには要件がございますのでご確認ください。また、出品者はジェトロによる選考のうえ決定しますので、ご了承ください。

※タイへの渡航が難しい事業者様向けに、カタログ展示&オンライン商談会の出品者も募集しております。

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）（2025年3月更新）](#) (3.0MB)

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るので、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。

ウェブサイト、QR

[https://www.jetro.go.jp/
agriportal/platform/th.html](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、タイ国内における食品製造にも活用可能。

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）（2024年3月更新）📄 (3.0MB)

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るので、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）



2025年3月26日	タイ保健省、仏教上の祝日における酒類販売緩和について意見公募(タイ)
2025年3月21日	タイ商務省、茶など農産物の関税割当制度見直し含むセミナー開催へ(タイ)
2025年3月19日	保健省、ジャム、ゼリー、マーマレードに関する新告示を6月に施行(タイ)
2025年3月18日	タイ保健省、栄養表示などに関する告示案について意見を公募(タイ)
2025年3月12日	「非ロイン系」日本産和牛のカットアップ講座とレシピ開発講座を開催(タイ、日本)
2025年3月10日	タイ保健省、アルコール飲料に関する告示案で意見公募(タイ)
2025年3月7日	タイ政府、仏教上の祝日における酒類販売の規制をさらに緩和(タイ)
2025年3月5日	タイFDA、輸入通関時の青果物の残留農薬検査の意見公募を予定より早く終了(タイ)
2025年2月25日	MITSUKOSHI DEPACHIKAを日本産食材サポーター店に認定、認定制度をPR(タイ、日本)
2025年2月13日	タイ商務省、2025年第1回茶の関税割当結果を発表(タイ)
2025年2月10日	タイ向け日本産ゆず、きんかん生果実の輸出解禁(タイ、日本)
2025年2月4日	保健省、密閉容器入りの飲料など4本の告示案の意見を公募(タイ)
2025年1月29日	保健省、残留有害物質を含有する食品に関する草案の意見を公募(タイ)
2025年1月16日	タイFDA、輸入通関時の青果物の残留農薬検査の意見公募を3月31日まで延長(タイ)
2025年1月10日	タイの日本食レストランは5,916店舗、前年に続き増加、ジェトロ調査(タイ、日本)
2024年12月27日	タイ政府、仏教上の祝日における国際空港での酒類販売を緩和(タイ)
2024年12月16日	タイFDA、輸入書類の写し証明を条件付きで免除(タイ)
2024年11月27日	タイ商務省、2024年第3回茶の関税割当結果を発表(タイ)
2024年11月18日	日本生鮮卸売市場「トンロー日本市場」がリニューアルオープンへ(タイ)
2024年11月13日	外国貿易局、茶など2025年第1回関税割当申請のスケジュール公表(タイ)

Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

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 [PDF](#) 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年間（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 [PDF](#) 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](#)」（英語版訳 [PDF](#)）、同219号「[栄養表示（第2版） PDF](#)」（英語版訳 [PDF](#)）、同392号「[栄養表示（第3版） PDF](#)」（英語版訳 [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](#)」（英語版訳 [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](#)」（英語版訳 [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](#)」（英語版訳 [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](#)」（英語版訳 [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）

- 2023年3月には、「タイ向け食品輸出の実務～先行企業の活動事例集～」レポートを公表。
- 同レポートは、輸入卸売業者・小売店および飲食店から、（1）タイにおける日本産食品の流通状況、（2）タイにおける業界毎のプロモーション方法、（3）日本企業への要望、（4）タイ食品輸入規制への対応事例について聞き取り調査を行った「ヒアリング調査編」と、バンコク・バンコク近郊・北部・東北部・南部の消費者に対して、食生活や嗜好などに関するアンケート調査を行った「アンケート調査編」から構成。
- タイで求められるプロモーション、商品デザイン等や、規制に対応した先行事例などを輸入卸売事業者、小売店、飲食店、消費者の視点を通じてまとめている。

（URL） <https://www.jetro.go.jp/world/reports/2024/02/8aa13d2ae2d39138.html>

調査レポート

調査レポートのコンテンツ一覧 +

タイ向け食品輸出の実務 — 先行企業の活動事例集 —



最終更新日： 2024年03月29日

タイ向けの日本産農林水産物・食品の輸出は拡大傾向にあるが、特にバンコクは成熟市場になりつつあり、日本産品間の競争も生じる中で、更なる輸出拡大に向けては新たな切り口での取組が求められる。例えば、タイに適したマーケティングやプロモーション、商品デザイン等に取り組むことで販売増加につながるケースも存在する。また、タイにおいては食品の輸入規制が他のアジア諸国に比べると厳しくなっており、規制対応が困難なことから輸出ができていない商品もある状況であるが、その中でもうまく規制に対応して輸出につなげているケースが存在する。このような先行事例を知ることは、今後の新たな食品輸出・販売拡大に向けたヒントになり得る。

さらに、今後はバンコクだけでなくタイ地方への日本産食品の販路拡大が求められるが、バンコクとタイ地方では消費者の日本食・日本産食品に対する意識・知識・嗜好が異なる可能性があり、まずは「タイ地方の消費者を知る」ことが重要である。

以上のことから、本レポートにおいては、規制対応やマーケティングに係る先行事例についてヒアリング調査を行うとともに、バンコクとタイ地方の消費者に対するアンケート調査を行い、輸出拡大に向けた新たな切り口での取組のヒントとする。

本レポートでは、得られた情報を以下の5つの内容にとりまとめている。それぞれ項目名の横には主に言及している項目名を記載している。

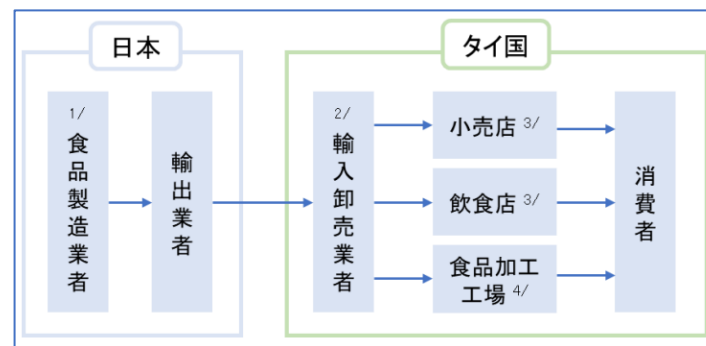
1. タイにおける日本産食品の流通の実態（ヒアリング調査編 第1章）
2. 日本産食品のプロモーション方法（ヒアリング調査編 第2章）
3. タイの日本食関係者から日本側企業（製造業者および輸出業者）への要望（ヒアリング調査編 第3章）
4. タイの食品輸入規制への対応事例（ヒアリング調査編 第4章）
5. タイ人消費者の食習慣・食に関する嗜好、日本食に関する習慣・日本食の経験（アンケート調査編）

本レポートがタイへの日本産農林水産物・食品の輸出拡大の一助となれば幸いである。

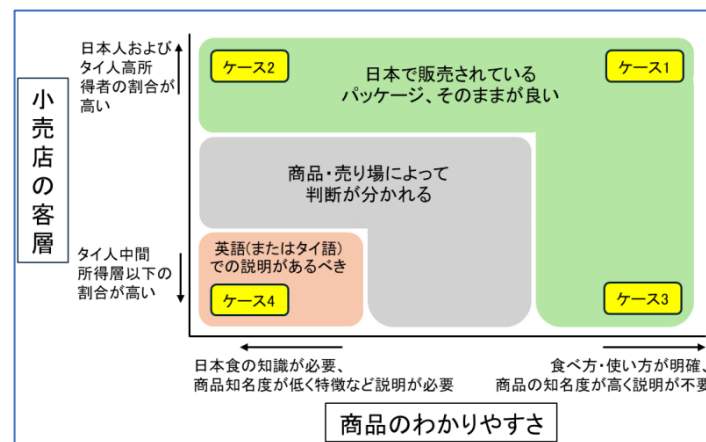
※政府は、日本産農林水産物・食品の有望な輸出先国・地域において輸出支援プラットフォームを設置し、農林水産物・食品の輸出拡大にむけた環境整備の取組を実施することとしています。

ジェトロ海外事務所は、在外公館やJFOOD海外駐在員とともに、輸出支援プラットフォームの主な構成員として参画しています。

本報告書は、輸出支援プラットフォームの活動の一環として作成しました。



タイにおける食品の主要な商流（調査結果より抜粋）



日本産食品の表示のあり方（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等対策に関する報告書・マニュアル等を掲載。

（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、日本の農林水産物・食品の模倣品について、(1)海外での対策を希望される方からのご相談と(2)模倣品等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）※相談受付は5月より開始しますが、相談対応は6月以降に受付順に順次実施となりますのでご了承ください

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に防ぐこと又は被害対策を目的に、「農林水産物・食品の海外での模倣品等対策相談窓口」までご相談された方等に対して、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** (481KB)

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、「○○」と日本の農産品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。

調査報告書

タイにおける模倣品等対策のための事前・事後の対応策として、詳細な調査報告書「タイにおける食品の模倣品等対策調査 ―事前・事後の対応策―」および分かりやすく解説したマニュアルを掲載しております。

1. **タイにおける食品の模倣品等対策調査報告書** (5.0KB)
2. **タイにおける食品の模倣品等対策マニュアル** (978KB)

セミナー

2024年3月5日に「タイにおける食品の模倣品等対策勉強会」を開催しました。専門家をお招きし、商標等の知財権を取得することによる模倣品への対抗策、日本産食品でないにもかかわらず日本産食品と誤認を与える等の商品への対応について、知財権やその他の方法を含め、対処方法を解説していただきました。

- ・ 2024年3月5日「タイにおける食品の模倣品等対策勉強会」資料 (2.7MB)

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

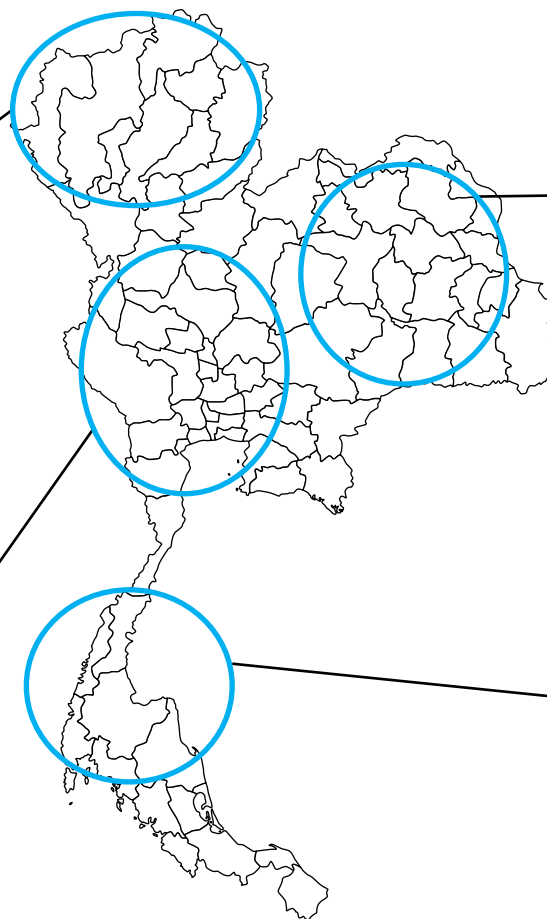
- タイの季節は、①雨季（6月～10月）、②乾期（11月～2月） ③暑季（3月～5月）
- 広大で比較的平坦な国土・農地と温暖な気候を活用し、農林水産物を生産
- 地域毎に、気候・土壌等の特性にあわせ、特色ある品目を生産

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

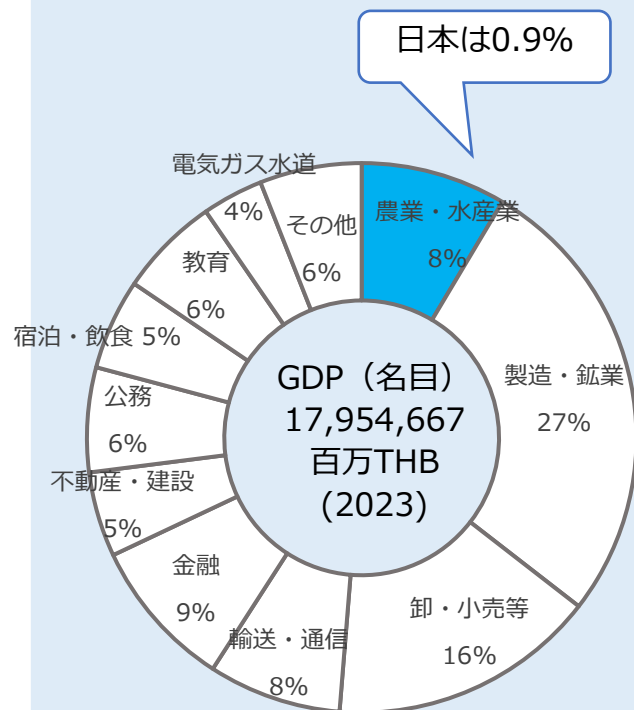
IV タイ南部

- ・ **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

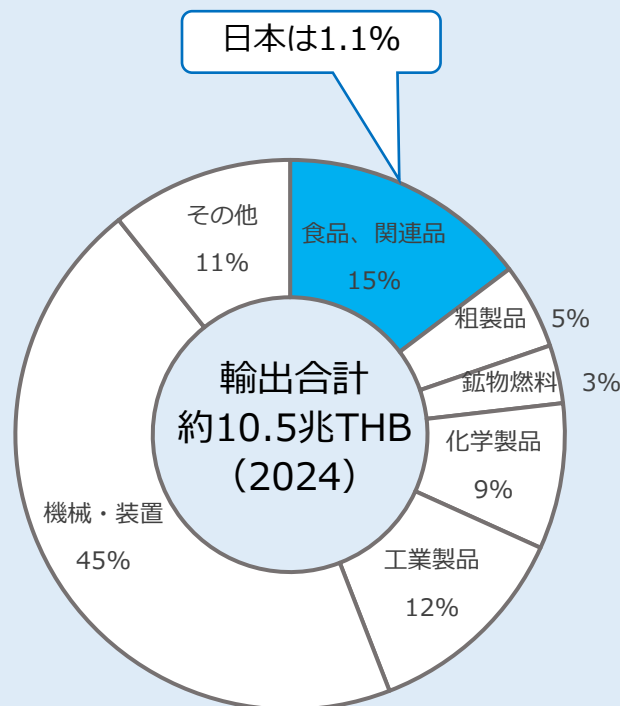
○ 産業別GDP構成比では農林漁業は1割弱にすぎないが、輸出の1割強、就業者別で全体の3割強を占め、農林漁業は依然として、タイにとって最も重要な産業の一つ。

○産業別GDP構成比（2023）



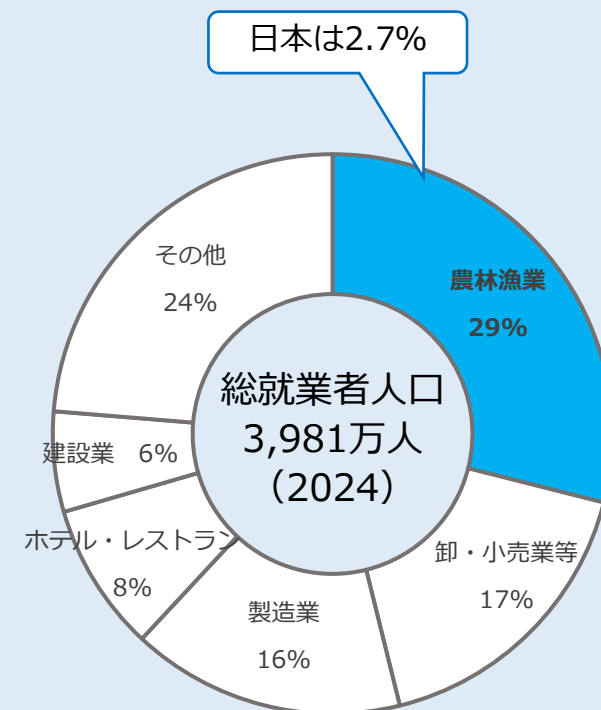
資料：国家経済社会開発委員会（NESDB）より作成。
なお、内閣府統計によると、日本の産業別の構成比（2023）は、農林漁業0.9%、製造・鉱業20.7%、不動産・建設16.3%、卸小売13.8%、運輸郵便・情報通信9.5%、金融4.8%などとなっている。

○品目別輸出額構成比（2024）



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（2024）



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（2024年）は、農林漁業2.7%、製造業15.4%、建設業7.0%、卸・小売15.4%、宿泊・飲食6.0%、医療・福祉13.6%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