

バンコクの食卓を目指せ！

～日本ふるさと名産食品展 in バンコク～

(一財)自治体国際化協会交流支援部経済交流課／シンガポール事務所

はじめに—

タイは、2013年の日本からの農林水産物輸出額が344億円と東南アジア最大規模になっており、日本にとって重要な輸出相手国の一つとなっています。経済成長により購買力が増している中、訪日観光客も増加するなど日本への関心が高く、また、日本食も浸透しているタイは、近年注目度の高いマーケットの一つとなっています。

2014年度 日本ふるさと名産食品展 in バンコク を開催しました

クレアでは、自治体の海外経済活動を支援するため、2010年度より「日本ふるさと名産食品展」を開催しています。当初は中国のみで実施していましたが、前述のように、タイへの関心が高まっていることを受け、2013年度から首都バンコクにある大型百貨店「サイアム・パラゴン」でも食品展を開催しています。

■日本ふるさと名産食品展 in バンコク概要

開催期間	2014年11月14日(金)～11月24日(月) 10:00～22:00
開催場所	サイアム・パラゴン (タイ・バンコク都)
出展者	8社 (8地方自治体)
主な出展内容	○農水産物 柿・梨・トマト ○加工品 菓子類 (カステラ・せんべい・ゼリー・ ブラウニー など) 麺類 (うどん) 酒、だし、茶 など
販売総額	約553万円

2014年度の食品展は、事前に多くの問い合わせをいただいていたにも関わらず、募集締切間際になってクーデターの発生という事態を受け、申し込みの

数が激減しました。

残念ながら、出展者の減少で前回よりも規模は小さくなってしまいましたが、そのような中でも出展を希望された各社の商品は概ね好評を得、1事業者あたりの売上げは前年度よりも大幅に増加する結果となりました。

タイ人の心を掴むキーワードは、 固い果物、ラッピング、健康志向、 商品ストーリー

タイに限らず、当然のことながら、海外で販路を開拓するのは容易ではありません。日本で生産された食品をタイで販売する場合、タイでの販売価格には日本での卸値に輸送費や関税などを加算することから、日本での販売価格の約2～3倍になります。一方で、タイ自体が農水産物の生産国であることから、商品によっては安価な国産品があり、また、中国産や韓国産、オーストラリア産など、日本以外の国からの輸入品も数多くあります。すでに日本からタイへ輸出されている商品も多く、日本企業が現地生産しているケースもあることから、日本で売れる商品であっても、価格面で激しい競争を強いられるとともに、目新しさも求められることになります。

そのような状況の中で、前回に引き続き、今回の食品展でも特に人気が高かったのが柿で、一度売した後、急遽追加で輸送された商品も完売するという好評ぶりでした。その要因としては、試食を通じて味をPRしたこともあるでしょうが、柿は基本輸入品という中で、ほかよりも低い価格設定であったという点も大きかったと思われます。ただし、熟した柿は人気がなく、一つ一つ触って固さを確かめ、



ブースで試食を薦める出展企業や販売員

少しでも熟して柔らかくなりはじめたものはより分けて買っていく姿が多く見られました。

全体的にタイの物価から見て高価だった菓子類や、ほかの外国産より高かった梨やトマトは、試食の反応は良くても価格を見て買うのをやめる方も多く見られましたが、バラ売りよりも更に高額な贈答用の箱入りの青果が複数箱まとめてポンと売れることもあったことから、高価な物はラッピングなどで付加価値をつけることで、富裕層によりアピールする必要があることを感じました。

また、タイでは近年健康志向が高まっているようですが、砂糖入りのお茶が一般的な中で日本茶は健康的で美容によいというイメージがあるとのことでした。今回の食品展でも、日本茶は、試飲はありませんでしたが高価な物でも売れていました。購入した客の多くは、煎茶や玄米茶などお茶の種類の違いや飲み方について熱心に聞いているようでした。

全体的に、日本のどこで作られたのか、なんという品種か、複数の種類がある商品について違いは何か、など、詳細な情報を聞かれることも多かったことから、日本産品の浸透度、日本への関心の高さを改めて感じるとともに、タイでの販路開拓には、競合商品と差別化して商品売り込むためのストーリーをきちんと考え、アピールしていくことが必要であると感じました。



「日本ふるさと名産食品展」 活用のススメ

今後、タイで新たな販路開拓をしていくには、現地で自分達の商品をPRし、直接客の反応を確認するテストマーケティングの場が大切だと思います。また、現地に行くことで、ほかの商品の販売状況を知ることなど、さまざまな発見ができます。しかし、すでに、地域によっては都道府県単位での物産展開催などに取り組んでいる自治体もありますが、すべての地域で同じような機会があるわけではありません。

そこで、タイでの販路開拓に「日本ふるさと名産食品展」を活用してみたいはいかがでしょうか。これにより、自治体単独では食品展開催が難しい場合でも、地域の特産品を集めてタイで出展することが可能になります。また、会場は当協会でも用意すること、輸出入手続きについてもサポートが可能なことから、単独での出展より経費面でも労力の面でも自治体の負担軽減になると思います。

当協会としてもこれまでの「日本ふるさと名産食品展」運営結果を踏まえて運営方法を改善し、また、輸出入手続きについては申請に必要な書類の翻訳などのサポート、数量・価格の設定に関するアドバイス、さらには出展後の商流確保につなげるための輸出入業者の紹介などを行っていきます。

「日本ふるさと名産食品展 in バンコク」は2015年度も実施予定です。

過去の食品展や2015年度の募集状況については当協会ホームページに掲載しておりますので、ぜひ一度ご覧ください。

<http://www.clair.or.jp/j/economy/8/index.html>