

最終報告書

令和 2 年度 COVID-19 によるグローバル・フードバリューチェーンへの 影響分析調査業務（東南アジア・南アジア等）

タイ

株式会社野村総合研究所

コンサルティング事業本部 ICTメディア・サービスコンサルティング部

2021年3月18日

NRI

Share the Next Values!



本事業の背景と目的

■ 背景

- 日本国内の食市場は人口減少と高齢化に伴い縮小していくことが予想される中、世界の飲食市場の規模は890兆円（2015年）から1,360兆円（2030年）に約1.5倍に成長すると予測（農林水産政策研究所推計）されており、我が国の食産業が継続的に発展していくためには、国内需要だけでなく海外需要を獲得していくことが必要となってきた。
- このため、農林水産省では、海外展開に取り組む企業・団体等からなる「グローバル・フードバリューチェーン（以下GFVC）推進官民協議会」を平成26年6月に設置。更に、食産業の海外展開をより一層戦略的に推進するため、令和元年12月に今後5年間の取組方針である「GFVC構築推進プラン」を策定し、①各国・地域ごとの企業進出等を踏まえた企業支援の重点化、②複数企業が連携した海外展開の推進（企業コンソーシアム形成）、③地方企業の進出促進、④輸出と投資の一体的促進、⑤スマート農業技術の海外展開を推進していくこととした。
- このような中、今般のCOVID-19の世界的な感染拡大により人やモノの移動が大きく制限された。世界的に経済活動が停滞し、東南アジア、南アジアの各国のFVCも大きな影響を受け混乱が生じている。特に、ASEAN諸国の中でも日本企業の進出が著しく増加し日本とのつながりが深化するタイとベトナム、及び13億人超と人口の多い農業大国であり今後日本にも影響を与える可能性が大きいインドの3か国にて発生したCOVID-19による変化、影響は注目すべき事項であり、本事業の調査対象としている。
- その一方、COVID-19により顕在化した課題に対処するため、世界的なFVCの再構築が今後行われていくことが予想され、FVC再構築の中で、他国企業に市場を占有される前に、FVC再構築の中で、我が国の技術・ノウハウの導入を推進し食産業の海外展開を維持・拡大していくことが重要である。

■ 目的と実施事項

- フードバリューチェーン（以下FVC）再構築における日系企業の海外展開を推進する施策のための検討材料を提供することを目的として実施した。
 - 本事業では東南アジア、南アジアの実態調査を行った。
- COVID-19の影響を踏まえたフードバリューチェーン（以下FVC）の変化に着目し、調査対象国におけるCOVID-19を受けた将来動向の見通しの変化、課題、改善に向けた様々な施策・取り組みに関する定量的なデータや事例を幅広く収集した。

本書の構成および報告内容

章立て	アプローチ	報告内容
1. はじめに	■ 本調査のねらい、対象国を記載	-
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し	■ COVID-19を受けた現地の食市場の動向および今後の見通しを整理・分析 ■ 現地政府機関やシンクタンク等が公表している各種定量データや将来予測データと共に、各種レポート・現地報道資料を収集・整理	生産量/消費量/輸出入量の推移とCOVIDの影響を把握し、影響があった品目を特定
3. COVID-19 により顕在化したFVCの課題	■ 調査対象国でCOVID-19により発生した課題や変化の具体的な事例を整理・分析 ■ 分析は、現地報道情報、政府公表資料、現地企業や生産団体発表資料等の文献調査、並びに関連団体からのヒアリング調査を通じて実施	生産局面で農家の財務状況悪化を、運送、加工、流通局面で調達・加工の遅延を把握
4. 現地FVC 再構築に向けた動向	■ 3章で収集した課題・変化に対して、現地企業や政府機関などがどのような対策を講じているかを整理・分析 ■ 分析は、現地報道情報、政府公表資料、現地企業や生産団体発表資料等の文献調査、並びに関連団体からのヒアリング調査を通じて実施	生産、加工局面で農家や、中小企業向け金融支援、保管&運送、流通局面でインフラ投資やデジタル化を把握
5. 日本が貢献できる領域仮説	■ 2~4を通じて得た分析結果から、現地において日系企業が貢献しうと考えられる領域を導出して例示	日本の生産、加工、保管&運送、流通局面で計12個の案を提案
6. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告	■ 日系企業が対象国での食産業の事業展開を検討する機会とすることを目的に開催したTV 会議（ウェビナー）を実施 ■ TV会議には現地企業・政府機関、日系企業が参加を呼びかけ。現地と日本企業のビジネスマッチングも併せて実施	日泰計124団体がTV会議へ参加。併せて両国間の企業マッチングを実施
7. 事業構想案	■ 2~6を通じて得た分析結果から、現地において日系企業が貢献しうと考えられる領域を導出し、事業構想案として例示	日本企業とのマッチングを希望した水産加工メーカーをピックアップ、現地企業を起点とした事業構想案を作成

記載内容の例

章立て

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し

3. COVID-19 により顕在化したFVCの課題

4. 現地FVC 再構築に向けた動向

5. 日本が貢献できる領域仮説

6. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告

7. 事業構想案

南アジアの記載内容例

- グジャラート州ではエビの稚魚の輸入が止まり、来期の生産量が減少する見込み
- 有機食品がウイルスへの免疫力を高めるという評判から消費が増加。某店舗は売上100%増

- 出稼ぎ労働者の帰郷で輸送・加工が遅延し、食品ロス、在庫不足が発生
- 安全安心意識の高まりで実店舗利用が減少し、ECやデリバリー利用が加速

- 農業資材入手困難や農家の財務状況悪化に対する金融支援を実施
- コールドチェーンインフラや食品加工への投資
- EC分野の企業間連携やデジタル化が進行

- 長期的視点から物流インフラ整備やデジタル化への投資を行うことが効果的
- コールドチェーンインフラ、消毒・殺菌加工技術、AI等を使用した農業や検査の高度化などを紹介

- 現地の肥料・農業生産企業とコールドチェーン企業より現地FVCの現状についてスピーチを実施
- FVCのリアルタイム性確保のためのインフラ整備、包装など加工工程の自動化、衛生管理技術へのニーズを確認

- 食品加工技術強化ニーズに応え、食品加工自動化技術を提供して受託・共同生産を実施
- 食の安全意識の高まりに応え、トレーサビリティと安全安心を確保した商品を現地販路へ提供

東南アジアの記載内容例

- ロックダウンや外国人観光客の減少により肉製品を中心に消費量が一時減少
- 一方で、安全・衛生管理の観点か加工／冷凍食品の需要が増加。特に水産加工品が好調

- 物流の混乱によりコンテナ・輸送機器・倉庫不足が深刻化。物流コスト上昇からFVC全体へ影響
- 加工食品の原材料調達が滞り、供給が遅延
- 一方で、ECを活用した直販や小売が活性化

- 政府は、COVID-19の影響を受けた農家・エビ農家・酪農家等向けに運転資金援助を実施
- 大手食品メーカー、小売大手を中心に物資支援、販路提供、消費促進キャンペーンなど実施

- 資材、保管＆運送では、輸入・輸送制限への強靱化やコールドチェーン強化。生産・加工、卸・小売・外食では、スマート農機や調達販売プラットフォーム、O2O、内食需要対応策等が挙げられた

- 日泰計124団体の参加者を迎えてTV会議を開催。Q&AセッションではCOVID-19の影響への今後の見通しなど多くの質問を受ける。アンケート調査を併せて実施し、両国のビジネス機会を創出

- 原材料の調達におけるトレーサビリティや環境配慮の徹底、食の安全や健康志向を起点とした新たな商品や技術開発、缶詰の殺菌処理、安心安全加工処理に対する事業構想案を作成

目次

1. はじめに	06	4. 現地FVC再構築に向けた動向	35
2. COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し	08	1. 感染状況と感染拡大防止策	36
1. COVID-19における農林水産物への影響サマリ	09	2. 政府による施策	37
2. 主要な農産物の生産量	10	3. 企業による施策	41
3. 主要な農産物の消費量	11	4. 第3国の企業、国際機関の対応策	48
4. 主要な農産物の輸入量	12	5. ビジネス機会の方向性仮説	51
5. 主要な農産物の輸出量	13	1. タイにおける3つのKey Issues	52
6. 加工食品、冷凍食品、有機食品の生産量、消費量	14	2. 注力する課題分類「肉体改造と体質改善領域への投資」	53
7. 加工食品、冷凍食品の輸入量、輸出量	15	3. 「肉体改造と体質改善」が求められる背景	55
8. 小売・レストランの店舗数、売上高	16	4. 主要課題の対応方向性	57
9. 包装食品の販売チャネル割合、外食サービスの 利用チャネル割合	17	5. 投資が進む可能性のあるテーマ例	58
10. 消費者支出内訳、主要な消費者トレンド	18	6. 日本が貢献できる領域仮説	59
11. 所得別の消費者マインド	19	1. 投資領域に対する日本のソリューション	60
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題	20	2. 具体的なソリューション例	62
1. タイにおけるFVC上の課題サマリ	21	7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告	75
2. 農業資材	22	1. TV会議概要	76
3. 農業生産	23	2. 現地企業・日本企業へのアンケート結果	81
4. 保管&運送	25	3. マッチング基本方針	85
5. 食品加工	27	8. 事業構想案	86
6. 卸・小売	29	1. アンケート結果から見られる現地企業の課題・ニーズ	87
7. 消費	33	2. 食品加工会社を起点とした事業構想案論	88

タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題
4. 現地FVC 再構築に向けた動向
5. ビジネス機会の方向性仮説
6. 日本が貢献できる領域仮説
7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告
8. 事業構想案

タイ

1. はじめに

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題
4. 現地FVC 再構築に向けた動向
5. ビジネス機会の方向性仮説
6. 日本が貢献できる領域仮説
7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告
8. 事業構想案

1. はじめに

■ 本調査のねらい

COVID-19の影響を受けている東南アジア（タイ、ベトナム）がFVC再構築を目指す中、我が国の技術・ノウハウを活用し現地で食産業の展開を維持・拡大することは現地国にとっても我が国の海外展開にとっても重要であると想定されます。この技術・ノウハウを活用した食産業の展開に資する施策を検討するため、現地でCOVIDによるFVCへの影響や見通し、FVC再構築に向けた動向を調査することを目的とします。

■ 調査対象国

タイ

タイ

1. はじめに

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題

4. 現地FVC 再構築に向けた動向

5. ビジネス機会の方向性仮説

6. 日本が貢献できる領域仮説

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告

8. 事業構想案

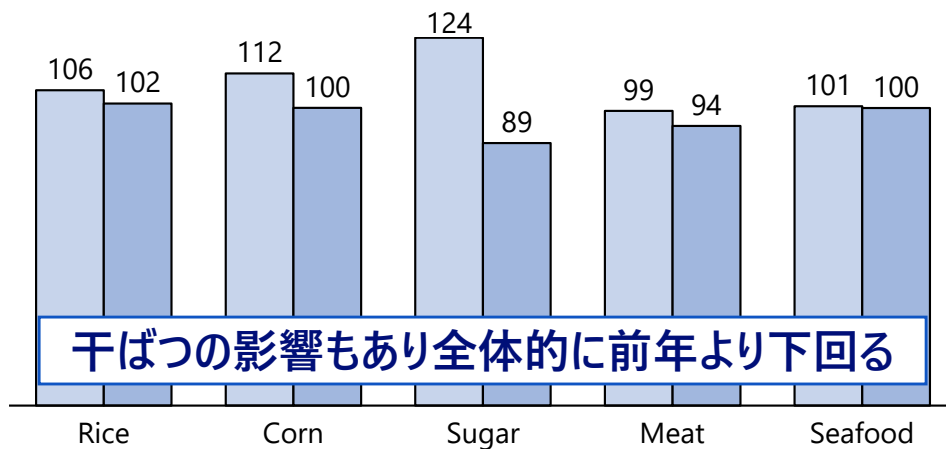
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.1 COVID-19における農林水産物への影響サマリ

農作物の生産量は総じて2019年と比較し下回るが、医療用エタノール需要の影響から砂糖の輸入量・消費量が共に上回った。輸出量は、加工食品の需要増から加工水産品において輸出を拡大させた。

2019 2020E

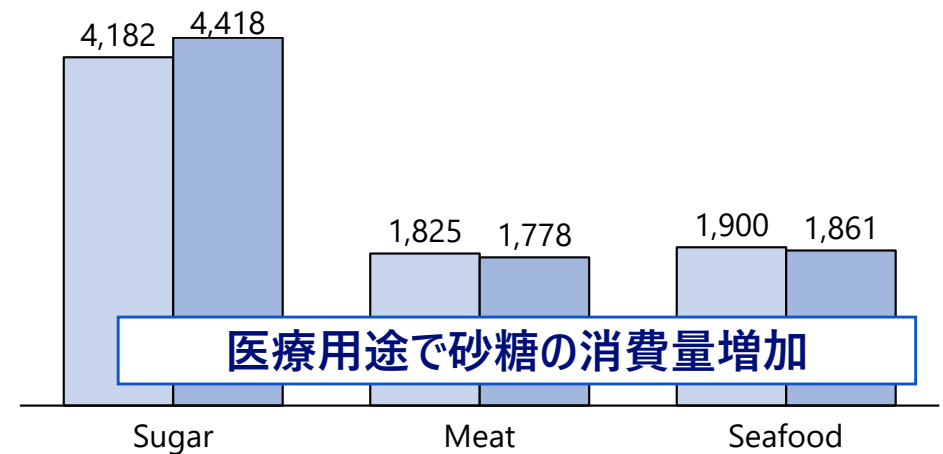
生産量：農作物の生産量推移

INDEX data



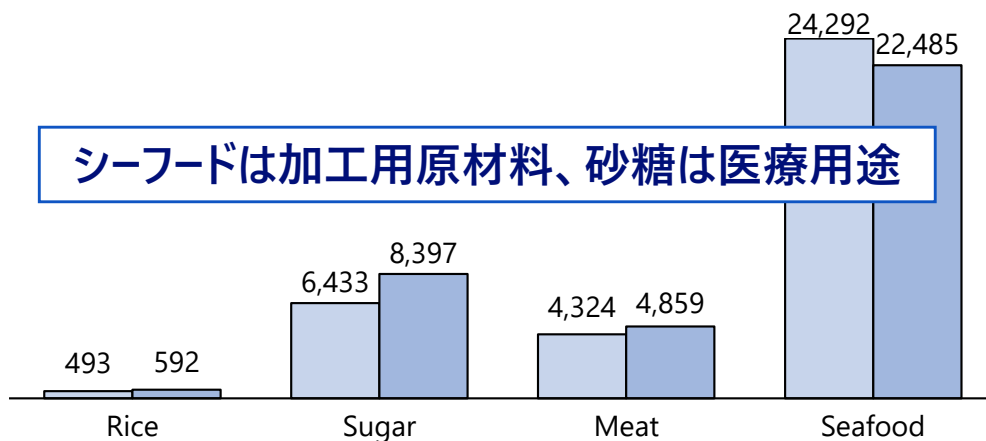
消費量：農作物の消費推移

単位：1000 tons



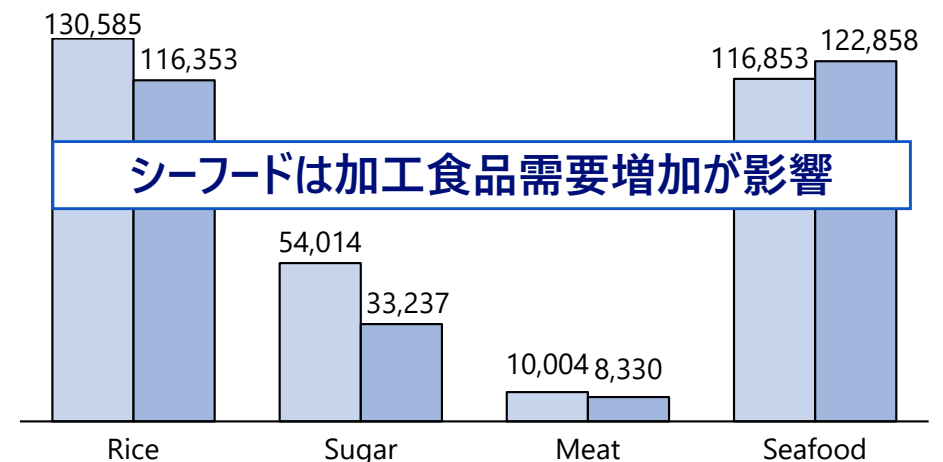
輸入量：農作物の輸入推移

単位：THB mn



輸出量：農作物の輸出推移

単位：THB mn

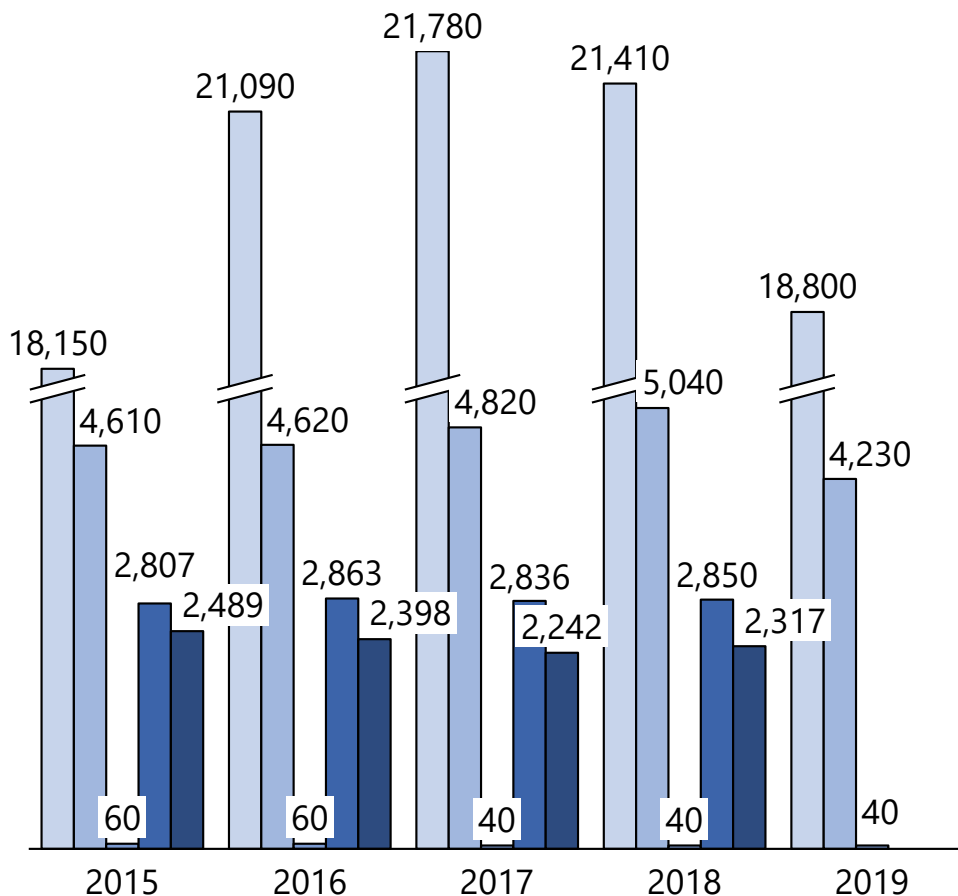


2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.2 主要な農産物の生産量

生産量 | 砂糖は継続的に減産するが、野菜・果物加工品、ペットフードは需要増で生産拡大見込み
中国にてエタノール原料となるトウモロコシの在庫が減少、タイ産キャッサバの需要が拡大し価格高騰化

主要農林水産物の生産量推移, 2015-2019 (千トン)

米 トウモロコシ 豆類 家畜肉 魚介



主なトレンド／特性

農作物生産の傾向

- 2019年からの深刻な干ばつと塩害被害により、米の生産量が激減
- 経済発展と労働者雇用において米の生産は重要な役割を担うため、生産量の変動は脅威

食肉産業の近代化

- 養鶏産業は、遺伝子改良、農場管理、飼料改良等の近代技術により鶏肉の品質と生産性が向上

水産養殖技術の発展

- 国や企業、協力団体等の多くの支援を受け、養殖技術が発展
- 淡水養殖や内陸漁業は地方に雇用を生み、遠隔地の農民の食料保障と国の経済発展に貢献

COVID-19による影響

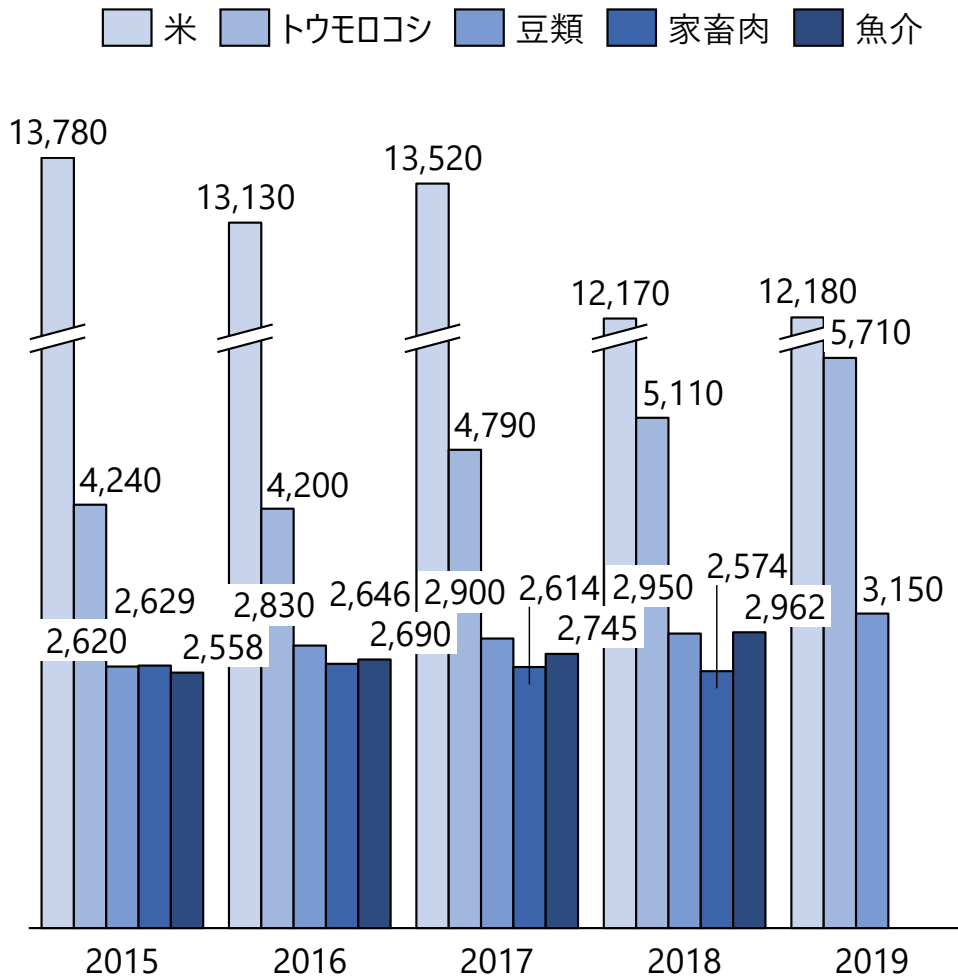
減産による価格高騰

- ロックダウンにより移民労働者が不足
- 作付け時期の遅延・延期から作物の収穫量が減少、価格が高騰（2020年1月比：米価3倍以上）
- 農村部を中心に、深刻な食糧不足に陥る可能性
- 鶏卵の買い溜めから市場価格が2~3倍へ。政府は、3月から鶏卵輸出を禁止するが、国内の供給過剰となり価格が下落。5月より鶏卵輸出を再開させる
- 砂糖は干ばつに伴うサトウキビ収穫量の減少で減産
野菜・果物加工品、ペットフードは需要増で生産が拡大
- 中国にてエタノールの原料となるトウモロコシの在庫が減少、タイ産キャッサバの需要が拡大し価格高騰化
- 高値安定の国産豚、南部で生産10%増見込み

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.3 主要な農産物の消費量

消費量 | 外食産業での肉の消費量が継続的に減少、観光客の入国規制緩和による消費回復を期待
世界的な感染者拡大の長期化から、砂糖と医療エタノール価格は2021年も高騰化が続く予測

主要農林水産物の消費量推移, 2015-2019 (千トン)



主なトレンド／特性

農作物消費の傾向

- 主食である米の消費量が最も多い
- 米の生産量の減少により、家畜飼料として米（破損米）からトウモロコシの利用が促進

肉の消費傾向

- 牛肉価格は鶏肉・豚肉と比べて高価。また、タイでは牛は食用としてではなく農作業用に飼育されることが一般的
- 消費量の太宗を占めるのは鶏肉と豚肉で牛肉はごく僅か（チェーンレストランでも鶏肉・豚肉メニューが圧倒的に豊富）

魚介の消費動向

- 魚は特に沿岸部の人々にとって貴重なタンパク源の一つ
- 2016年は、魚介の消費量が畜産肉の消費量を上回る
- 近年は、家畜用飼料としても使用

COVID-19による影響

需要減

- 観光客の入国制限から、外食産業における肉の消費量が激減

食の安全性への認識と嗜好変化

- COVID-19の影響により、人々の食への安全意識に変化
- 保存が効く加工食品（ソーセージ等）や缶詰製品の売れ行きが好調
- 食材はパッケージ包装や袋詰めタイプのもの好まれる

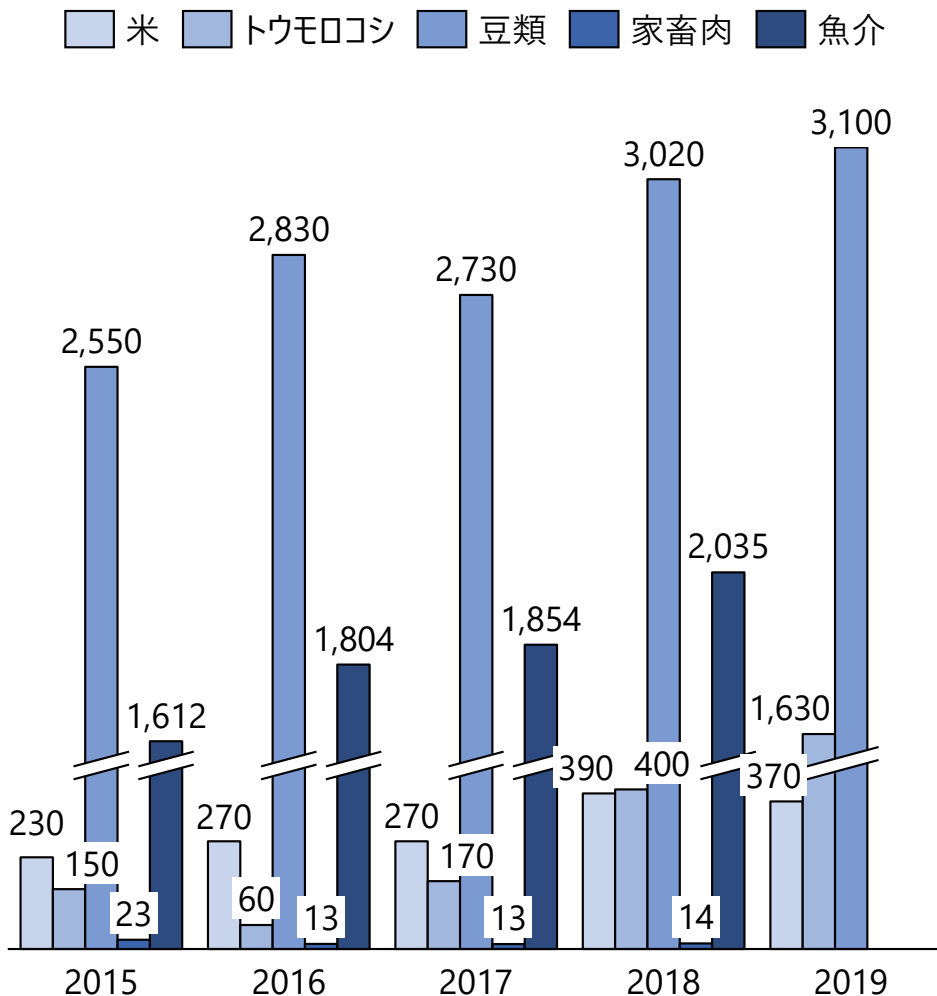
価格高騰化

- 砂糖と医療エタノールの世界的な需要増加に伴い、取引価格が高騰化COVID-19の影響が長期化する見込みから、2021年まで価格の高止まりが続く見込み

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.4 主要な農産物の輸入量

輸入量| 大豆の輸入量が最も多く、飼料用大豆ミールとして加工し再輸出
世界的な経済不振により、2020年Q1の食品全体の輸出量が減少

主要農林水産物の輸入量推移, 2015-2019 (千トン)



主なトレンド／特性

主要輸入元

- 米：豪州、米国、韓国（2019）
- トウモロコシ：インド、米国（2019）
- 豆類：米国、ブラジル（2019）
- 肉：豪州、NZ、アルゼンチン（2018）
- 魚介類：中国、インドネシア、ベトナム（2019）

農作物輸入の傾向

- 大豆の輸入量が最も多い
- 主に米国、ブラジルから大豆を輸入し、国内にて飼料用の全脂肪大豆ミールへと加工し東南アジアを中心に再輸出

肉は自給自足

- 精肉の生産量は、国内の消費を十分カバーすることが可能

水産加工の需要

- 世界の水産加工工場として需要が高まる一方、加工用の魚介類（マグロ、サーモン、マス、タラ、サバ）が不足、インドネシア、ベトナムなど近隣諸国から輸入

COVID-19による影響

輸入の減少

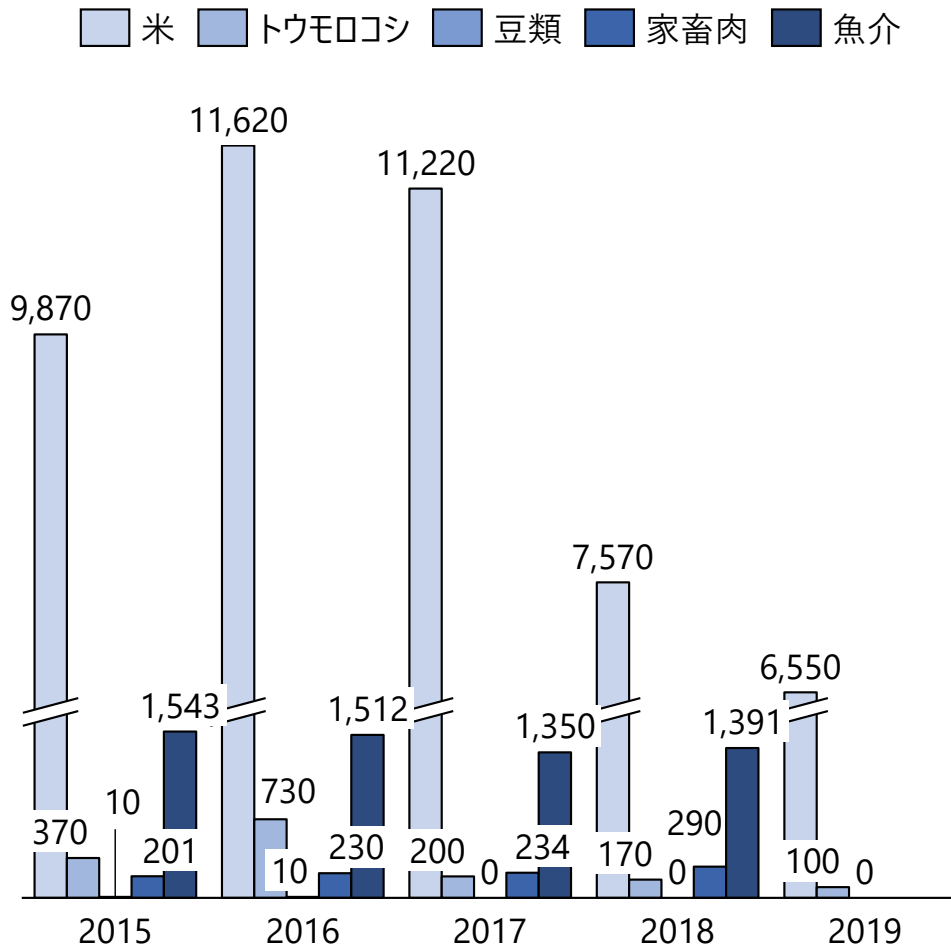
- 世界的な経済不振により、2020年（1月～3月）の食品の輸出量減少

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.5 主要な農産物の輸出入

輸出入| 農業および農業関連、冷凍および加工果物と加工野菜の輸出入は増加傾向

2021年の食品輸出入見通し量は前年比より2~3%の増加見込み

主要農林水産物の輸出入推移, 2015-2019 (千トン)



Source: Euromonitor, FAO, UN Comtrade, OEC

主なトレンド／特性

主要輸出入先

- 米：中国、米国、ベニン（2019）
- トウモロコシ：ベトナム、ミャンマー、パキスタン（2019）
- 豆類：ラオス、カンボジア（2019）
- 肉：日本、ラオス、中国（2019）
- 魚介類：米国、日本、豪州（2019）

米の輸出入縮小

- 米の輸出入量が最も多いが、近年の干ばつの影響により輸出入量が激減
- またバーツ高の影響から高値となり更に輸出入量を低下させた

鶏肉の世界需要

- 家禽肉の生産量の約40%は輸出入向け
- 主に鶏肉が輸出入され、輸出入先国は中国、日本、EUを含む世界全域

水産加工の再輸出入

- 魚介類の輸出入量の約70%が、マグロやエビ等の加工食品
- アジア近隣諸国から生魚を輸入し、米国、日本、EU圏向けに冷凍エビやツナ缶詰製品等を再輸出入

COVID-19による影響

農作物の輸出入増加

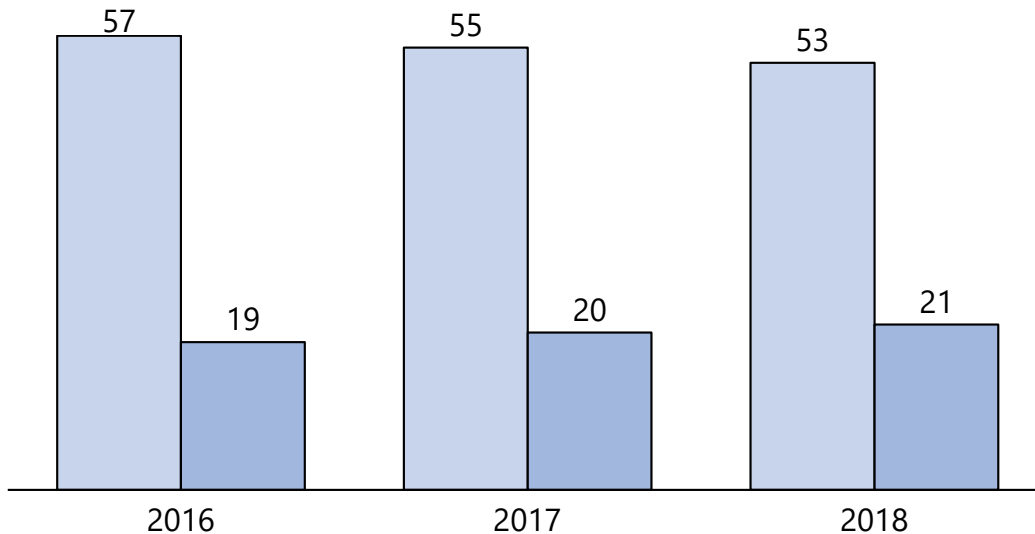
- 農業および農業関連産業の輸出入（5月時点）は、2.5%増加、冷凍および加工果物と加工野菜の輸出入は83%増加
- 輸出入に占める食品の割合は16%から22%に急上昇
- 2020年の米輸出入においてコロナ禍とバーツ高の影響から過去10年振りに前年比を下回る予測
- 2020年1月~11月までのジャスミン米の輸出入量が前年同期比より拡大
- 2021年の食品輸出入見通し量は前年比より2~3%の増加見込み
- ドリアンからコロナ検出、中国の都市が禁輸

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.6 加工食品、冷凍食品、有機食品の生産量、消費量

加工食品、冷凍食品、有機食品の生産と消費| 衛生管理や安全対策から調理済みの加工食品や冷凍食品の需要が急増。一方で原材料不足や工場の増設など生産量の拡大には一定の制限へ

加工食品、冷凍食品の生産量（千トン）

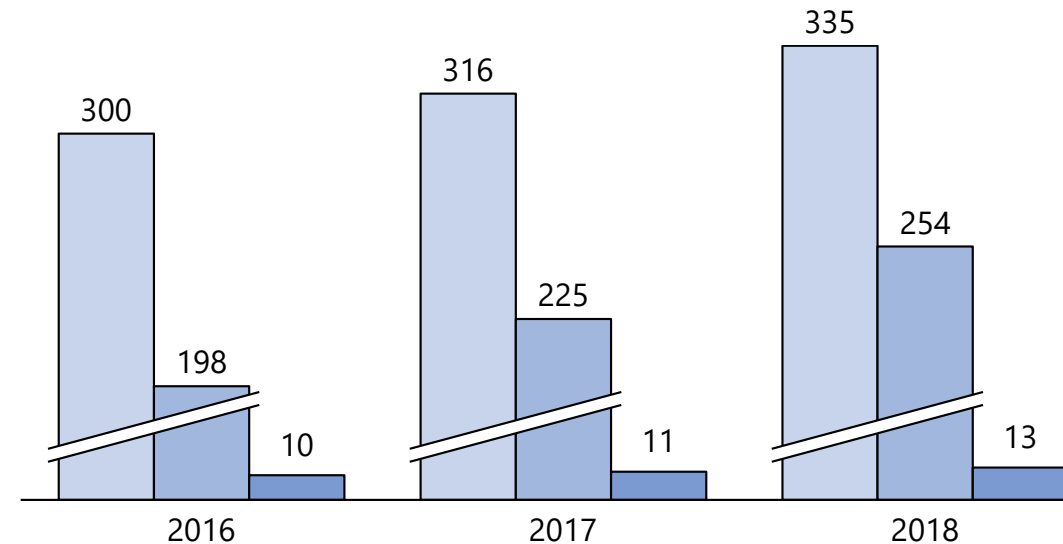
加工食品 冷凍食品 *有機食品のデータなし



- 水産加工は重要な産業の一つ
- 養殖エビの加工品やマグロのツナ缶など世界でもトップクラスの生産量を誇る
- 原材料不足や工場の増設など生産量の拡大には一定の制限へ

加工食品、冷凍食品、有機食品の消費量（百万ドル）

加工食品 冷凍食品 有機食品



- 調理時間の短縮ニーズ、健康志向の高まりを背景に、年々市場は拡大
- 従来は高価格製品が中心で需要は限定的だったが、Central Food Retail Company等のプレーヤーが参入し、リーズナブルな価格帯の製品を提供開始
- 食品衛生と安全対策のため、保存が効く加工食品（ソーセージ等）や缶詰製品の売れ行きが好調。パッケージ食品や袋詰めタイプへの嗜好

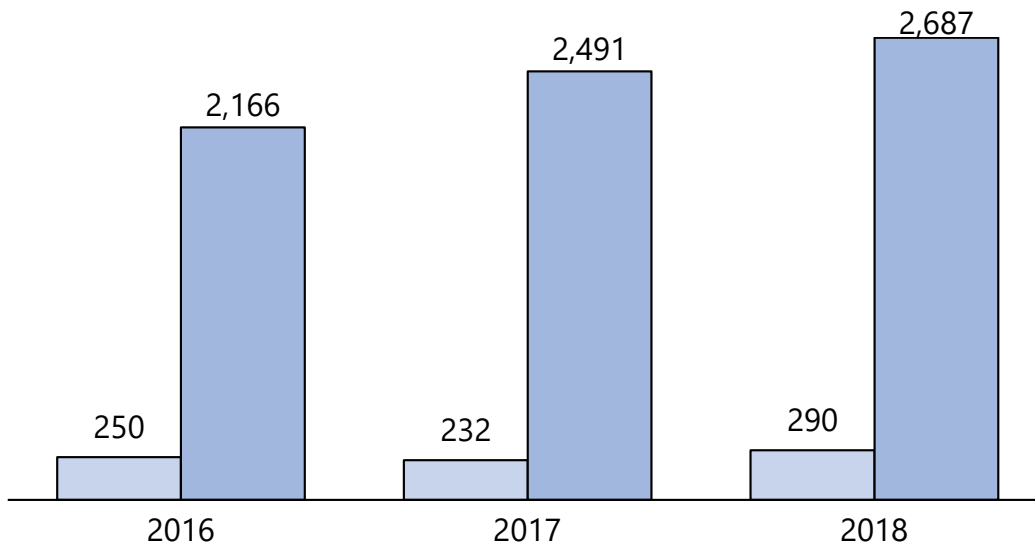
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.7 加工食品、冷凍食品の輸入量、輸出量

加工食品、冷凍食品の輸入と輸出| 漁獲量の減少により原材料を輸入に依存

アジア近隣諸国から生魚を輸入し、米国、日本、EU圏向けに冷凍エビやツナ缶詰製品等を再輸出

加工食品、冷凍食品の輸入（百万ドル）

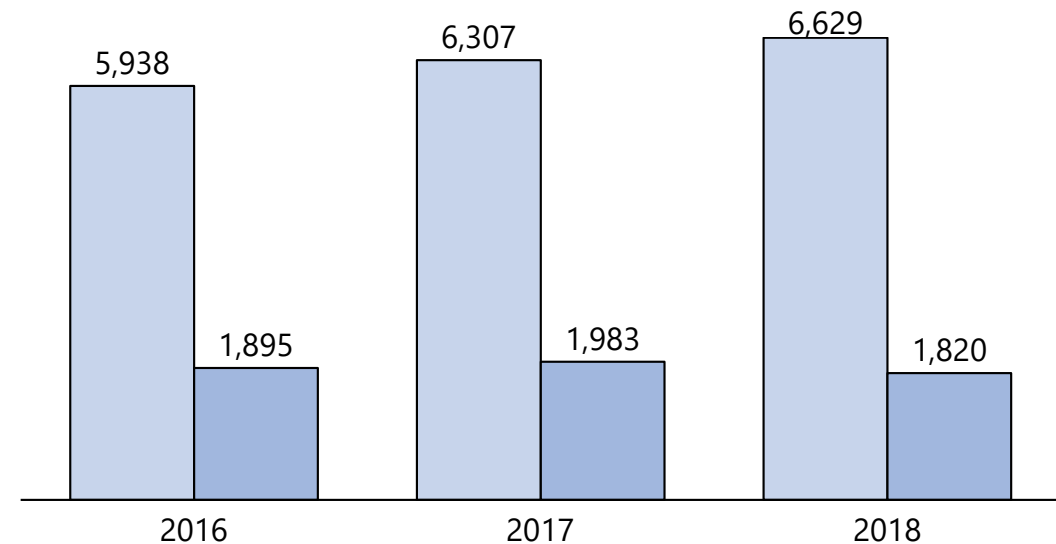
■ 加工食品 ■ 冷凍食品 *有機食品のデータなし



- ・ アンドマン海とタイ湾からの漁獲量が近年落ち込む
- ・ 世界の水産加工工場として需要が高まる一方、加工用の魚介類（マグロ、サーモン、マス、タラ）が不足、インドネシア、ベトナムなど近隣諸国から輸入
- ・ 水産加工製品（冷凍・缶詰など）の需要が増加。輸入量拡大が必要

加工食品、冷凍食品の輸出（百万ドル）

■ 加工食品 ■ 冷凍食品 *有機食品のデータなし

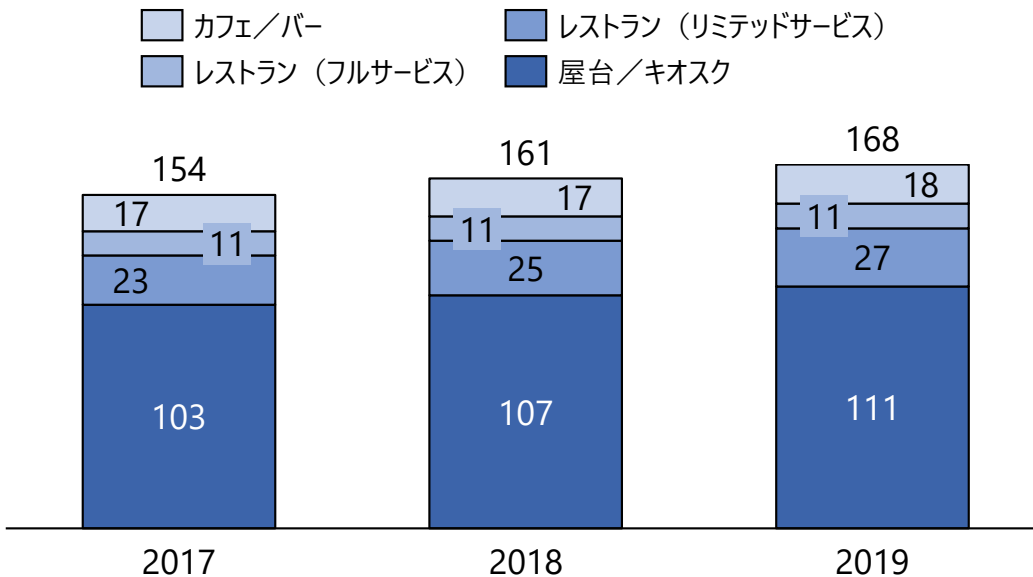


- ・ アジア近隣諸国から生魚を輸入し、米国、日本、EU圏向けに冷凍エビやツナ缶詰製品等を再輸出
- ・ 冷凍および加工果物と加工野菜の輸出は83%増加
- ・ COVID-19の影響から肉や魚介類の調達先となる国に変化が、今後はタイからの輸入が増える見込み

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.8 小売・レストランの店舗数、売上高

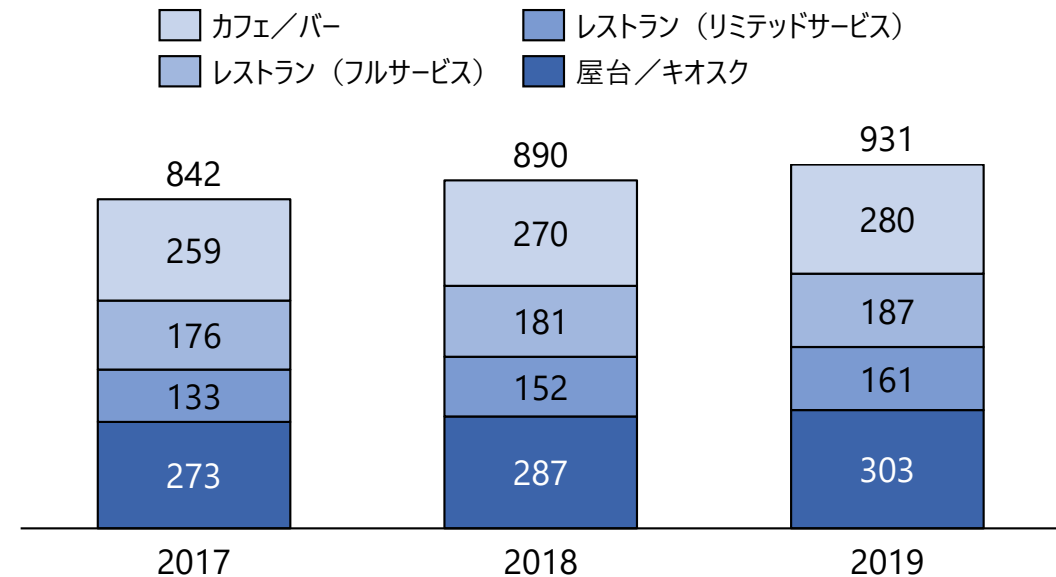
小売・レストランの店舗数・売上| 日本食レストランが過去最多4千店舗超え、フランチャイズ希望者増加 大手チェーンの外国人観光客やビジネス会食利用者向け店舗にて回復の遅れが特に目立つ結果へ

小売・レストランの店舗数（'000 units）



- レストランの店舗形式は屋台やキオスクタイプが最多
- タイの日本食レストラン数は、年々増加傾向
（2017年: 2,750店舗、2018年: 3,004店舗、2019年: 3,637店舗）
- COVID-19によるロックダウンや外出規制がF&B業界に大打撃。閉店に追い込まれるレストラン多発
- 日本食レストランが過去最多の4,000店舗超え、フランチャイズ経営への希望者増加
- 飲食店の食品衛生研修、COVID-19の影響を受けオンライン開催が可能に

小売・レストランの売上高（'000 THB million）

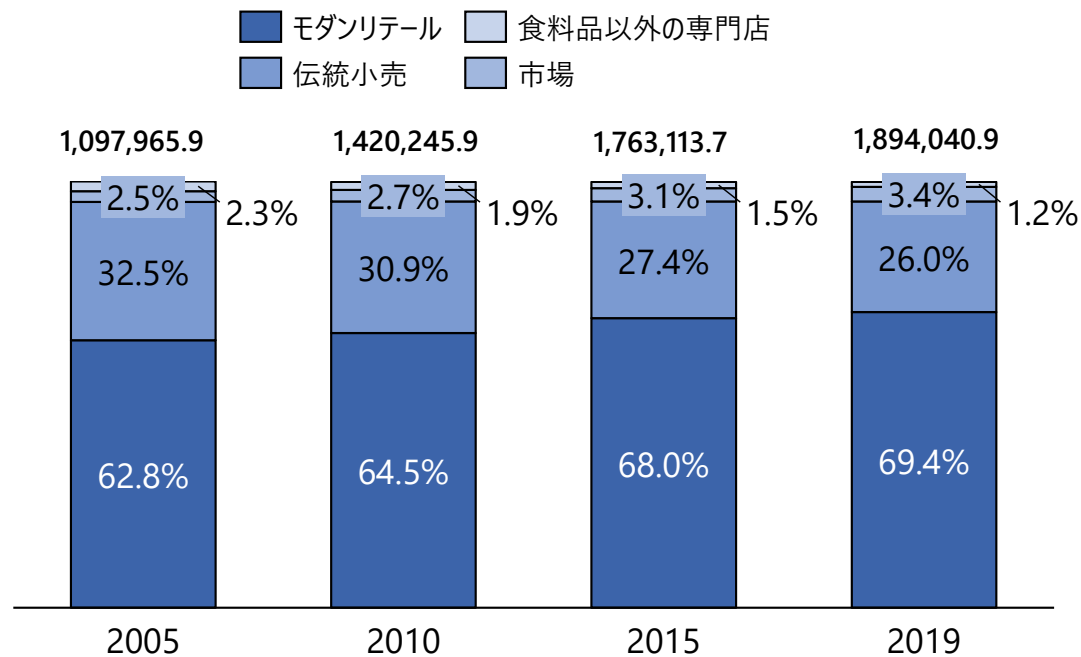


- 客単価の高いカフェ／バーやフルサービスレストランの店舗数拡大により、レストラン産業全体の売上高が拡大
- COVID-19により消費者の可処分所得が減少。より安価な代替食品に需要が流れ、カフェやレストランの販売価値は減少する見通し
- 一方、オンラインやデリバリーサービスなどから売上を維持する店舗も存在
- 大手チェーンの2020年第3四半期の決算報告から、前年同期比にて実績を割り込んだ企業が多く、外国人観光客やビジネス会食利用者向け店舗にて回復への遅れが目立つ結果へ

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.9 包装食品の販売チャネル割合、外食サービスの利用チャネル割合

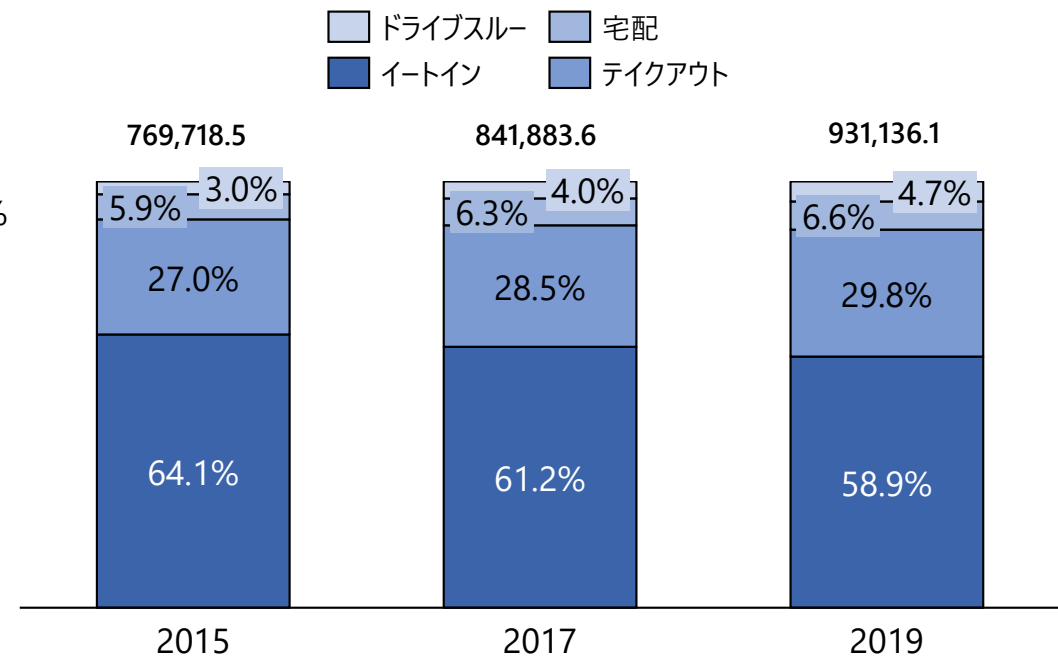
包装食品| 安全対策や衛生管理の観点から、包装食品を好む傾向が誕生。パッケージ売りが増加
外食サービス| 外出規制からフードデリバリーの利用急増。レッドゾーン地域ではドライバーが不足

包装食品の販売チャネル割合 (合計値：100万THB)



- 包装食品の主要チャネルは、モダンリテールで全体の約7割
- 新鮮な食品を求めて市場で買い物する人も多く、伝統リテールも根強い人気で一定のシェアを維持
- 安全対策や衛生管理の観点から、包装食品を好む傾向が誕生
- 市場など量売りが主流であった販売形態をパッケージ売りに変更する店も増加

外食サービスの利用チャネル割合 (合計値：100万THB)

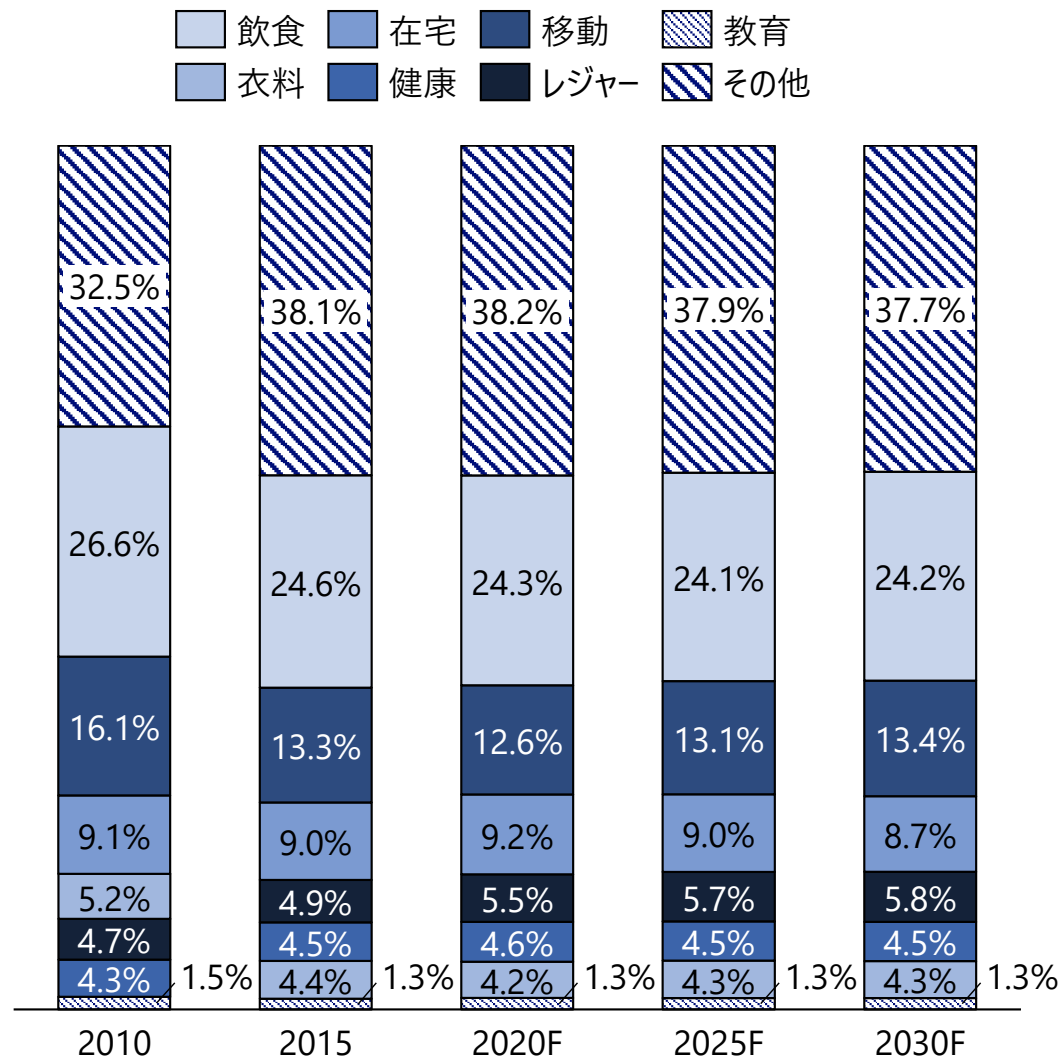


- 外食サービスでは、イートインが主流で全体の約6割
- 食事を自宅で楽しむ傾向が生まれ、テイクアウト、宅配など持ち帰りの利用者が増加
- レストランでは、宅配サービスに加え、宅配事業者がクラウドキッチンを開始
- ロックダウンが続くレッドゾーン地域にあるサムット・サコンでは、フードデリバリーや食品配達のドライバーが不足

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.10 包装食品の販売チャネル割合、外食サービスの利用チャネル割合

消費者支出内訳飲食| 緊急事態宣言の延長と観光客の減少から、消費者信頼感指数の低下へ 政府は個人消費刺激策第2弾として「コン・ラ・クルン」の延長を決定し、個人消費支出の改善を図る

消費者支出内訳 (百万ドル)



主要な消費者トレンド

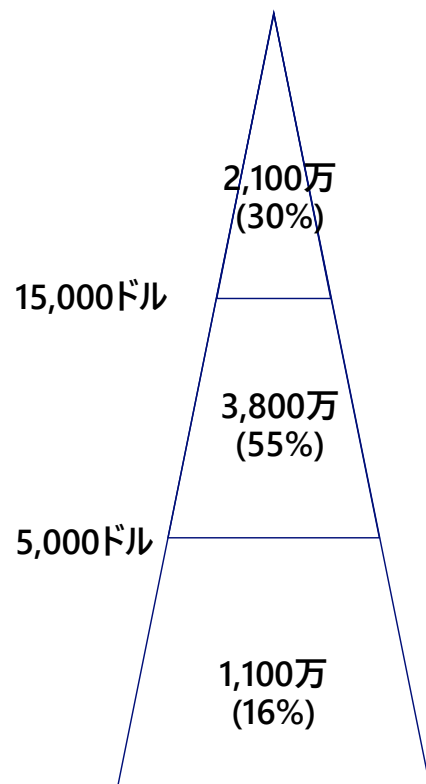
- ・ 飲食への支出増加に伴い、消費者支出が年々増加し2022年までには30.7%増加する見通し
- ・ オンラインおよびデジタルチャネルは若い消費者を中心に利用が急増中
- ・ 政府は農村部へのインターネット普及に注力する方針（国全体の普及率は53%）
- ・ オンラインショッピングへの関心は高まっているが、製品の信頼性の欠如から利用を渋る消費者も未だ多い
- ・ 中間層が増加中。健康へ関心が高まりをみせる
- ・ コロナウイルスの影響により、医療への支出が増え、食事や旅行への支出が若干減る見通し
- ・ 緊急事態宣言の延長と継続的な観光客の減少から消費者信頼感指数が5カ月ぶりに9月を下回る
- ・ タイ政府は12月8日の閣議において、個人消費刺激策「コン・ラ・クルン」（タイ語で『半分ずつ』の意）の延長を決定
- ・ 当初の対象者数は1,000万人であったが、500万人の追加。また、1人当たりの補助金の上限金額は当初3,000バーツであったが、更に500バーツ上乗せする方針

2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し 2.11 所得別の消費者マインド

消費者マインド| 富裕層や中間層を中心にフードデリバリーの利用が広まる ロックダウン後も人混みを避けるためにフードデリバリーサービスの利用が根強く残る

所得別の消費者マインド

年間所得別人口ピラミッド
(実質価格)



消費者マインド

- 国民全体の約1%が高級所得層に属し、国家資産の約63%を握る
- 健康意識が高く、栄養強化食品、栄養補助食品などへの消費が高い

- 経済成長に伴い中間所得層が増加
- 外食文化、外国料理を楽しむトレンドが誕生

- 低所得層の過半数は教育の達成度が低位
- 多くは自営農家を営む自給自足の生活

COVID-19の影響

- 富裕層は食品デリバリーやケータリングを多く利用する傾向

- 中間所得層において、経済的に不安を抱える生活者が6%から20%に3倍に上昇
- フードデリバリーの普及から利用者が急増

- COVID-19が貧困世帯を直撃。1日の生活費が5.5米ドル未満の人が470万人から970万人に倍増
- ロックダウンによる雇用や収入への影響により、消費は、必要不可欠な食料品などが中心へ

*Note: 15歳以上の所得別人口を使用 (0-14歳の人口を除く)

タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題

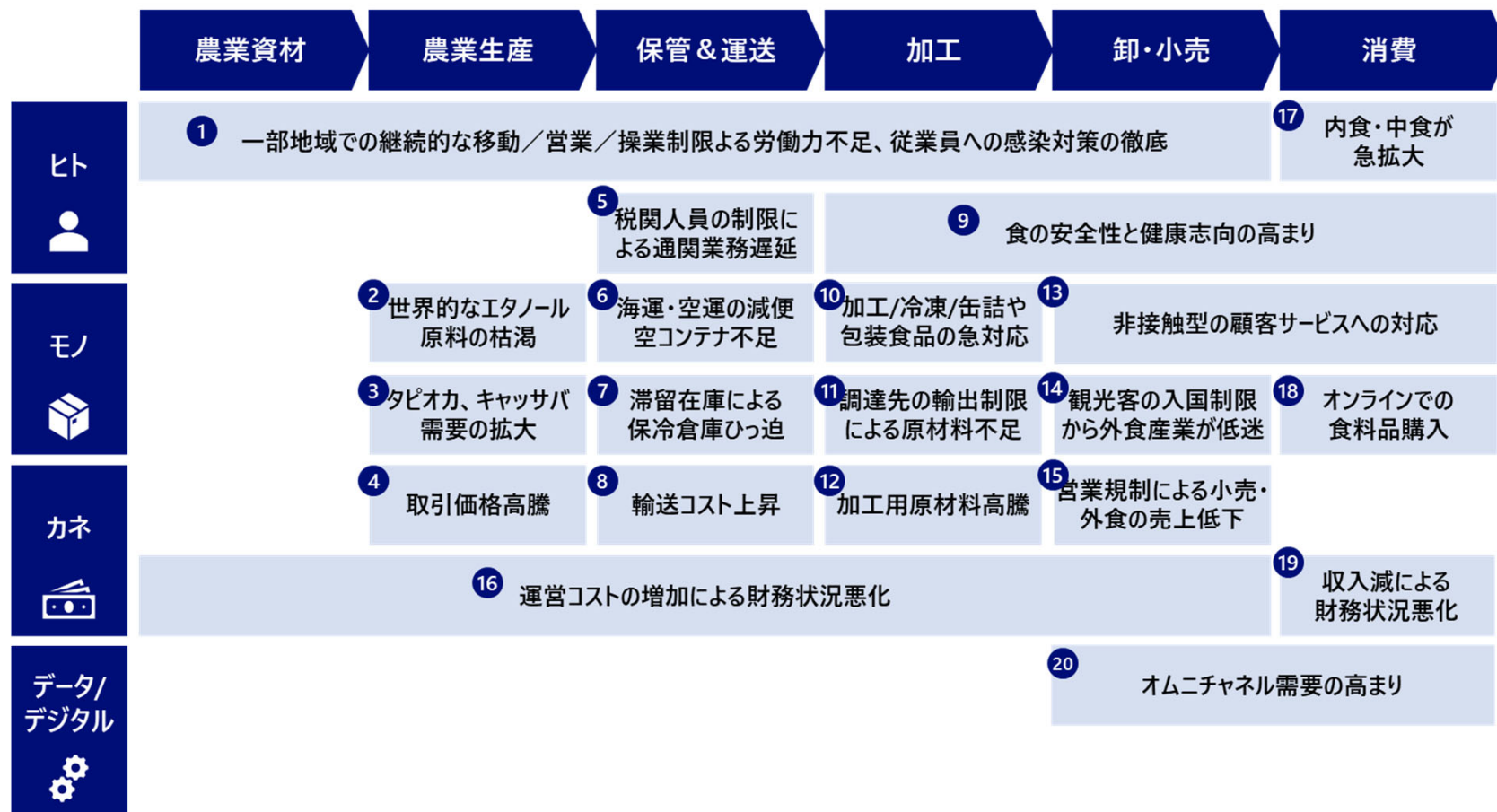
4. 現地FVC 再構築に向けた動向
5. ビジネス機会の方向性仮説
6. 日本が貢献できる領域仮説
7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告
8. 事業構想案

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.1 タイにおけるFVC上の課題サマリ

3.1 タイにおけるFVC上の課題サマリ

- 農家では、COVID-19の感染拡大を受け、労働者不足から植付け時期を遅らせる農家が多発。また、一時的な輸出入規制により国内外の供給バランスが乱れた。物流では、貨物が急激に増加しコンテナと輸送機器不足により物流コストが上昇。食品の安全性と保存管理に対する意識高まり、加工食品や缶詰製品などの需要が伸び、一時原材料の調達に滞り、供給に遅延が生じた。また、小売では、外国人旅行客の減少により売上低下。消費者も購買チャネルをECやデリバリーへと変化させ、内食・中食が急拡大した。

COVID-19に影響により顕在化・加速が進んだタイにおけるFVC上の課題

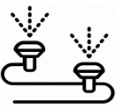


3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.2 農業資材

ロックダウンによりサプライチェーンが混乱、しかし農業資材に対する影響は限定的



農業資材におけるCOVID-19による影響

テーマ	影響	内容
 種子	都市型農業への関心拡大	- 農業拡張省は、自家栽培などを希望する人を対象に、野菜の種子約20万袋を無料で配布 - ロックダウンの中、都心部の住民を中心に、野菜や果物など自家栽培を楽しむ都市型農業が急増
 肥料	肥料への影響は限定的	- 干ばつとロックダウンの影響により、2019年から2020年に掛けて作物の生産量が鈍化し肥料の販売量が減少 5月以降に発生したモンスーンの影響により、各地で作物の生産が活発化。肥料の売上を押し上げ
 農薬	農薬規制への混乱	- タイ政府は6月に、他国で既に禁止されている3つの農薬（有毒化学物質）の使用を禁止 - 農民が政府の使用禁止令に反発し混乱が発生
 農業機械	買い替えや新設の見送り 農業のデジタル化への促進	- 農作物の需要・生産量低下により農家の資金繰りが悪化、農業機械の買い替えや新規購入を見送り - COVID-19の教訓から、農業の機械化・デジタル化を更に促進させる農家も一部では存在
 灌漑	灌漑システムの 強化プロジェクト	- ロックダウンにより仕事を失った労働者の再雇用のため、干ばつが頻繁に起こるタイ北東部にて灌漑システムを強化するプロジェクトを実施 - 農民の貴重な収入源として、近隣地域の農家約5,000人以上を雇用

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.3 農業生産

COVID-19の感染拡大を受け、労働者不足から植付け時期を遅らせる農家が多発
また、鶏卵禁輸措置など一時的な輸出入規制により国内外の供給バランスが乱れた



農業生産におけるCOVID-19による影響

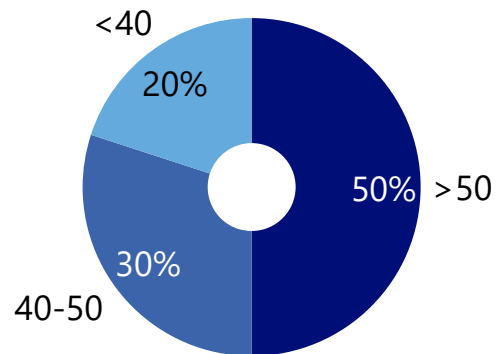
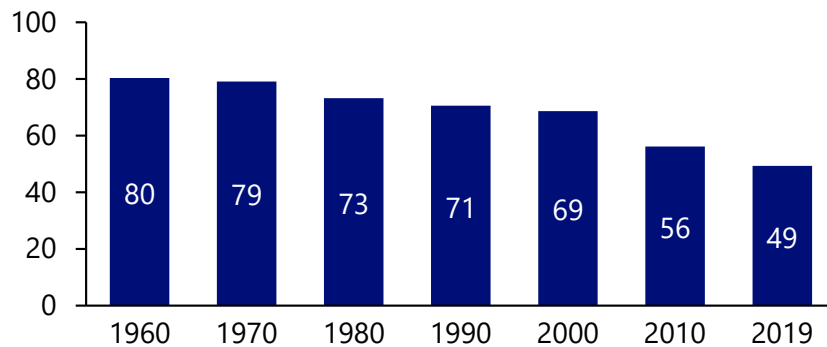
テーマ	影響	内容
 米	買い占めにより 価格高騰	- ウイルスの感染拡大を予想して世界各地の業者や消費者が買い占めていることに加え、感染源の中国では政府が輸出を停止。一気に供給バランスが崩れ米の価格上昇 - ブラジル政府がコメの輸入関税を一時的に撤廃。ブラジル向けのコメ輸出が9月以降急増
 トウモロコシ	家畜飼料の需要減による 生産量の縮小	- 観光客の入国規制から外食産業において肉の消費が減少。結果、家畜飼料の需要が減少 - 一方で、需要は徐々に回復する見通しであり、トウモロコシの生産量が増加する見込み
 サトウキビ	消毒液としての 需要急増	- 観光客不足のため、スイーツやレストランにて使用される砂糖消費量が減少 - 殺菌のための消毒剤にエタノール(糖蜜から製造)を使用するため、サトウキビの需要が急増
 家禽肉	鶏卵禁輸措置により 国内需給バランス混乱	- 消費者の鶏卵の買い溜めから市場価格が2~3倍へ。政府は、3月から鶏卵輸出を禁止。結果、国内の供給過剰となり価格が下落。(5月より再開) - 観光客やレストラン利用者が減少し、家畜肉の需要が減少。生産量も需要に応じて減少。農家や畜産事業者の多くは販路が絶たれ経営状況が悪化
 労働者	労働力不足による 収穫量への影響	- COVID-19の影響を受け、農村地域は、高齢化と人口移動による労働者不足が更に深刻化 - 近年、ドローンによる農薬散布は評価され進んできているが、自動化が具備されているようなスマート農機は価格面から導入が進展していないのが現状

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.3 農業生産

参考) 農村地域における高齢化と人口移動による労働者不足はタイにおける過去からの課題
COVIDによる深刻化を受けて、生産性の向上、それらに資するスマート農機等の活用を検討

地方人口比率の推移（上図）とタイの農家の年齢構成（下図）

(%)



スマート農機等の受容可能性

- Currently, there is **100% traditional mechanisation rate** in Thailand. There is not much difference between using smart tractor and traditional tractor, but **smart tractor is expensive**, so it is not popular.
- Chemical spraying has not been mechanised because ~70% of Thai farming area is commodity crops such as rice and sugarcane. Existing machinery like tractors etc. cannot go inside to spray. Also, spraying chemicals is bad for health, so farmers are keen to use machines.
- In the last 2-3 years, **drone spraying** has become more popular. Currently, only 2% of farmers use drone spraying, but it is growing.
- The drones need **frequent charging** and are have **small capacity**, so they can only spray chemicals that don't need to be applied in large volumes, such as insecticide and growth hormones, but not fertiliser.



Senior Engineer, Agri-equipment manufacturer

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.4 保管&運送

貨物が急激に増加。増便するなど各社対応するが、送り出したコンテナの回収に通常以上の時間が掛かかり、コンテナと輸送機器不足が深刻化。物流コストが上昇



保管&運送におけるCOVID-19による影響

急激な貨物の増加と
通関業務の遅れによる
港の渋滞

- ・ 昨年5月よりデジタル機器を中心とした貨物が急激に増加
- ・ 一方で、感染対策や人員の制限により通関業務に時間が掛かり、入港待ちの船で港は大渋滞。



コンテナと輸送機器不足
の深刻化

- ・ 各社、減便していた船便を増便し対応するが、送り出したコンテナの回収に通常以上の時間が掛かかり、深刻なコンテナと輸送機器の不足状態が続く

冷凍冷蔵倉庫の不足

- ・ ロックダウンの懸念から、多くの企業は在庫を通常より多く抱える傾向。多くの倉庫がフル稼働状態
- ・ 外食需要が縮小する中でも、加工業者など生産者との売買契約から原材料を仕入れる必要があり、原材料を一時的に保管する冷凍冷蔵倉庫が枯渇。貸倉庫、又は新規に増設。

物流コストの上昇

- ・ 航空便は減便となり、航空貨物輸送運賃が通常の3～6倍程度に上昇。輸入に当たって機内スペースの確保難も発生
- ・ 海上運賃もコンテナと輸送機器不足から、コンテナ価格が通常時より約20%増しなど物流コストが上昇

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.4 保管&運送

参考) タイユニオンは、第2波や今後起こりうる第3波に備え冷凍冷蔵倉庫を拡張している

- 業界最大手のタイユニオンは、急激な需要の減少に伴い超過在庫を冷凍冷蔵倉庫に保管する必要があり既存倉庫がキャパオーバーになり、他の冷凍冷蔵倉庫をレンタル。第2波や今後起こりうる第3波に備え冷凍冷蔵倉庫を拡張している。



Shortage/overflow of cold storage

- Food process companies like Thai Union, we do have an **existing purchase contract with many farmers and fishers**. Therefore, even the demand for these products has dropped due to the decline of the service sector (by restriction of foreign travelers, restriction of dine in at restaurants etc.), we still **need to continue purchasing** from them because the farmers and fishers are keep producing everyday.
- Consequences of that, all the **surplus of these stocks are needed to keep in our cold storage** till the demands come back.
- During the 1st impact of COVID-19, despite the excess production, old stocks are still left in the warehouse. Therefore, we **forced to rent more cold storage to store** the farmer's product and needed to pay for **extra cost** for it.
- There were **some shortage of cold storages** in Thailand.
- Currently, we are **expanding our cold storage capacity** to prepare the current 2nd wave as well as future wave of COVID-19 pandemic.

Sales Director, Thai Union Group PCL



3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.5 食品加工

食品の安全性と保存管理に対する意識高まり、加工食品や缶詰製品などの需要が伸びる一方で、加工用食品の魚介などの原材料の調達が一時滞り、供給に遅延が生じた



食品加工におけるCOVID-19による影響

テーマ	影響	内容
供給側	加工用原材料の供給不足	- 国内需要に加え、米国、欧州を中心に加工食品や缶詰製品などの需要が伸びる中、感染症への懸念からインドなどからの魚介類の原材料を一時ストップ - 加工用食品の原材料（マグロ、サーモンなど）の調達が一時滞り、生産ラインを一時ストップなど供給に遅延が発生
	労働力不足と生産コスト上昇	- 工場では安全対策の徹底のためにシフト制度を導入し、従業員の人数や距離を確保 - 生産量の確保には、通常以上のコストが掛かり工場の財務を圧迫
需要側	供給国の滞りから新たな需要の創出	- ベトナムでは、自国の供給を確保するため米の輸出を停止。米の供給先をタイに変更する国が増加 - 鶏肉も同様に、ブラジル産鶏肉の世界への供給がストップ。結果、タイの食肉製品の需要が増加
	缶詰、パッケージ食品への関心	消費者が食品の安全性と保存に対する意識が高まり、缶詰製品やプラスチック包装などパッケージ食品を好んで購入

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.5 食品加工

参考) ～COVID-19拡大の中でタイができること～



タイはその豊富な資源、一年を通して作物を栽培できる気候、高い技術力かつ比較的廉価な労働力により、長きに渡り「the Kitchen of the world (世界の台所)」としての地位を築いてきました。

昨今のCOVID-19 (新型コロナウイルス感染症) による混乱は、世界中の人々と、食のサプライチェーンに影響を及ぼしています。このような状況で、米、ドライフード、冷凍シーフード、調味料やインスタント食品といった長期保存可能な農産品、加工品、自然派食品への需要が高まっていることはタイ政府としても承知しています。

農産品と加工食品の世界トップ10の生産国のひとつとして、また世界最大級の食品輸出国のひとつとして、タイは「the kitchen of the world (世界の台所)」の地位を守り続けるべく全力を尽くします。タイ政府は需要のある農産品と加工食品を継続的に供給できるよう、生産、売買、輸出の動向を注視していきます。

また、製品の品質、安全、一貫性や衛生基準の重要性を認識し、国際基準・規則に適合するよう最大限の努力をするとともに、消費者の健康ならびに環境のため、法的に必要なレベルをさらに上回る食の安全確保とその水準向上を確実に推し進めます。

COVID-19により世界は大きな影響を受けていますが、タイはこれまでと変わらず貿易相手国、輸入業者、そして世界の消費者のお役に立ち続けたいと考えています。

"WE'RE ALL IN THIS TOGETHER, STAY STRONG TOGETHER (私たちは仲間だ、一緒に頑張ろう)"

(引用: タイ国商務省国際貿易振興局 (DITP) の発表文)

2020年4月
タイ国大使館商務参事官事務所

(引用: タイ国商務省国際貿易振興局 (DITP) の発表文)

- タイはその豊富な資源、一年を通して作物を栽培できる気候、高い技術力かつ比較的廉価な労働力により、長きに渡り「the Kitchen of the world (世界の台所)」としての地位を築いてきました。
- 昨今のCOVID-19 (新型コロナウイルス感染症) による混乱は、世界中の人々と、食のサプライチェーンに影響を及ぼしています。このような状況で、米、ドライフード、冷凍シーフード、調味料やインスタント食品といった長期保存可能な農産品、加工品、自然派食品への需要が高まっていることはタイ政府としても承知しているところです。
- 農産品と加工食品の世界トップ10の生産国のひとつとして、また世界最大級の食品輸出国のひとつとして、タイは「the kitchen of the world (世界の台所)」の地位を守り続けるべく全力を尽くします。タイ政府は需要のある農産品と加工食品を継続的に供給できるよう、生産、売買、輸出の動向を注視していきます。
- また、製品の品質、安全、一貫性や衛生基準の重要性を認識し、国際基準・規則に適合するよう最大限の努力をするとともに、消費者の健康ならびに環境のため、法的に必要なレベルをさらに上回る食の安全確保とその水準向上を確実に推し進めます。
- COVID-19により世界は大きな影響を受けていますが、タイはこれまでと変わらず貿易相手国、輸入業者、そして世界の消費者のお役に立ち続けたいと考えています。
- "WE'RE ALL IN THIS TOGETHER, STAY STRONG TOGETHER (私たちは仲間だ、一緒に頑張ろう)"

2020年4月
タイ国大使館商務参事官事務所

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.6 卸・小売

外国人旅行客の減少により、小売・外食産業の売上低下。リアル店舗への来客が激減するなか、販売形態を、EC、テイクアウト、デリバリー形式へと変化



卸・小売におけるCOVID-19による影響

小売・外食産業の売上低下

- ・ 外国人旅行客の減少により、小売・外食産業が大きな飲食業と小売業へのダメージ大。リアル店舗への来客激減
- ・ 特に外国人観光客やビジネス会食利用者向け店舗では、経営回復への遅れが目立つ結果に

消費者の購買行動と消費習慣の変化

- ・ 健康志向への高まりから家庭で自炊する傾向が増加。
- ・ 市場やスーパーマーケットにて購入していた食料品を、Happy Fresh、GrabFresh、LINEMAN Grocery等オンラインにて購入

小売・外食産業の販売形態への変化

- ・ Central Foodなど食品小売や外食業者の多くは、FacebookやWebsite等を用いたオムニチャネルでの販売方式へシフト
- ・ Family Martでは、自動販売機による軽食販売も開始
- ・ ロックダウン中のタイのフードデリバリービジネスの売上は約60百万ドル（31%増）

外資系小売プレイヤーが撤退

- ・ 継続的な消費者支出の低迷とCOVID-19の影響が長期化する懸念から日系百貨店やロッテ免税店が撤退を発表

日本食レストラン数拡大、フランチャイズ希望者増加

- ・ タイの日本食レストラン数は4,094店舗となり、前年調査から12.6%増加。他方、新型コロナウイルスによる事業環境の悪化等より、閉店や休業など前年から減少した店舗数も過去最多の726店舗へ
- ・ また、解雇された従業員において、補償金を元手に日本食レストランのフランチャイズ経営への希望者が増加

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.6 卸・小売

参考) Facebook Live Videoによる販売金額が約2倍に急増

- 小売店のロックダウンと閉鎖により、2020年2月からFacebook Live Videoによる販売金額が約216%増加





Chonnipa Wisedsuranun was live.
Follow · November 19 · Edited ·

มาแล้วจ้า แจกๆ กดไลค์ กดแชร์ แล้วมารับดังค์
[See Translation](#)

1,017,435 Views

Like Comment Share

48K Realtime Comments

37,572 shares 937K Comments

Kraiwut Boonrueang · 18:09 ภาพ 083-5665777
[See Translation](#)
Like · November 19 at 2:20pm

ผู้หญิงชุดดำ หัวใจสีชมพู · 18:08 ชูเนชูเนโอะ
0628954145
[See Translation](#)
Like · November 19 at 2:19pm

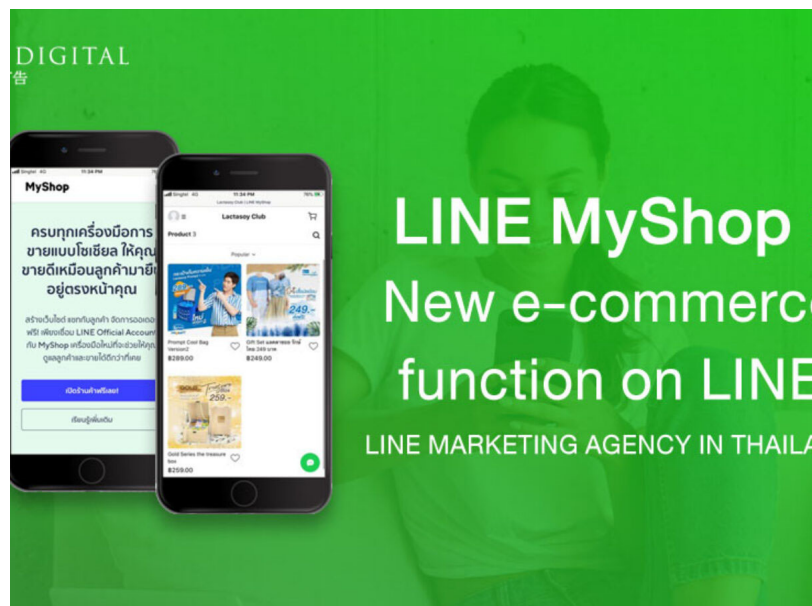
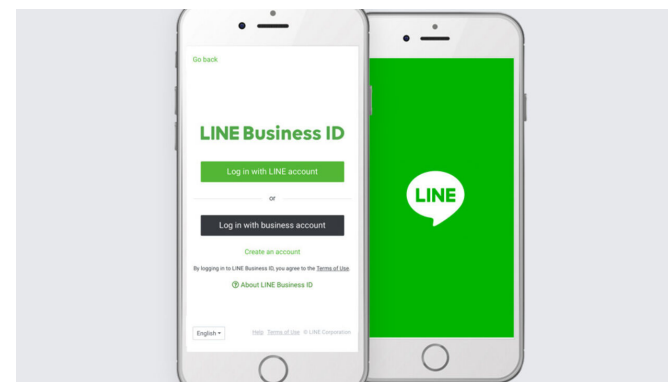
Numay Chuek Chuek · 18:07 โนมิตะ //
0959078954
[See Translation](#)

Write a comment...

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.6 卸・小売

参考) LINEはタイで人気のソーシャルネットワーク

EC需要の高まりを背景に、オンラインマーケットのプラットフォーム「LINE MyShop」を開始



Reach **44M+** users in
Thailand with a **LINE
Official Account**

Get started



3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.6 卸・小売

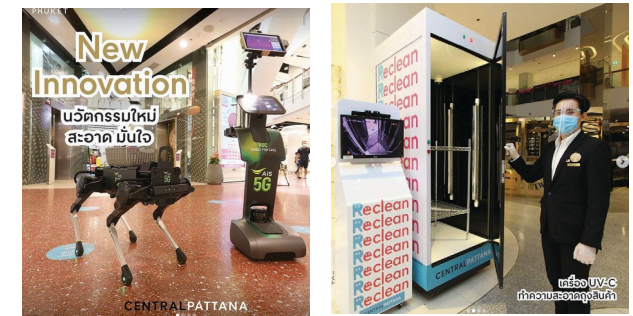
参考) 各プレイヤーが従業員や顧客の安心・安全を確保するための措置・オペレーションを導入

■ タイ小売り最大手 (セントラル・グループ)

- タイのデパートCentral Worldが、自粛から営業を再開した昨年5月17日、コロナ感染対策用など導入。買い物客の検温をする「Robot for Care」、アルコール消毒液のディスペンサーを運ぶ「AIS K9」など
- また、傘下のスーパーマーケットには、紫外線消毒ロボットを導入すると発表。第1弾として感染リスクが高い地域の10店舗に導入し、徐々に対象を広げる計画。衛生対策を強化し、買い物客に安全性をアピールする。

What malls are doing

1. Regular (every 30 minutes) and daily disinfection of high-touch surfaces like handrails and elevator buttons, and of restrooms.
2. Clothes that have been touched or fit by shoppers will be sterilized at Central Department Stores. Fittings rooms will be sanitized after every use.
3. Window shields will be mounted on dining tables, and concierge and cashier counters.
4. A limited amount of shoppers will be allowed inside each mall at a given time (one person/five square meters).
5. All diners will be seated at least one meter apart.
6. At malls under the Central Group, parking cards and charge cards will be disinfected before and after every use, while malls under Siam Piwat will disinfect cards every 30 minutes.
7. Daily deep-cleaning in all areas of the malls after closing.
8. Siam Paragon introduces walking thermoscan robots that can measure the temperature of mall-goers and warn them to wear masks while walking inside the mall.



タイのデパートCentral Worldの感染対策ロボ



従業員・顧客の安心・安全を確保するための仕組導入の必須化

COVID-19の影響から、消費者の購買チャネルはオンライン中心に変化 都市部を中心に消費者の食に対する健康志向が高まる



消費におけるCOVID-19による影響

ECマースへのシフト

- ・ 営業時間の縮小とショップやレストランの一時閉鎖により、消費者の購買チャネルがECマースやオンラインへシフト。また、ECのショッピングから“SHOPPAーテイメント”へとシフト化
- ・ ShopeeやLazadaなどECマースプレイヤーは、アパレルや日曜雑貨に加え、トイレトペーパー等の生活必需品と食料品の取扱いを強化。ECマース取引額は2020年に14.8%増加する見込み

オンラインサイトでの食料品購入

- ・ スーパーマーケットのTescoやBig Cは、オンラインのショッピングサイトを立上げ自社で宅配サービスも提供開始
- ・ 生鮮食品のオンラインショップサイトを運営するHappyFreshは、COVID-19の影響によりWebサイト訪問者が急増。ピーク時には通常の約10倍のWebサイト訪問者を記録

配達ドライバーが失業者への受け皿に

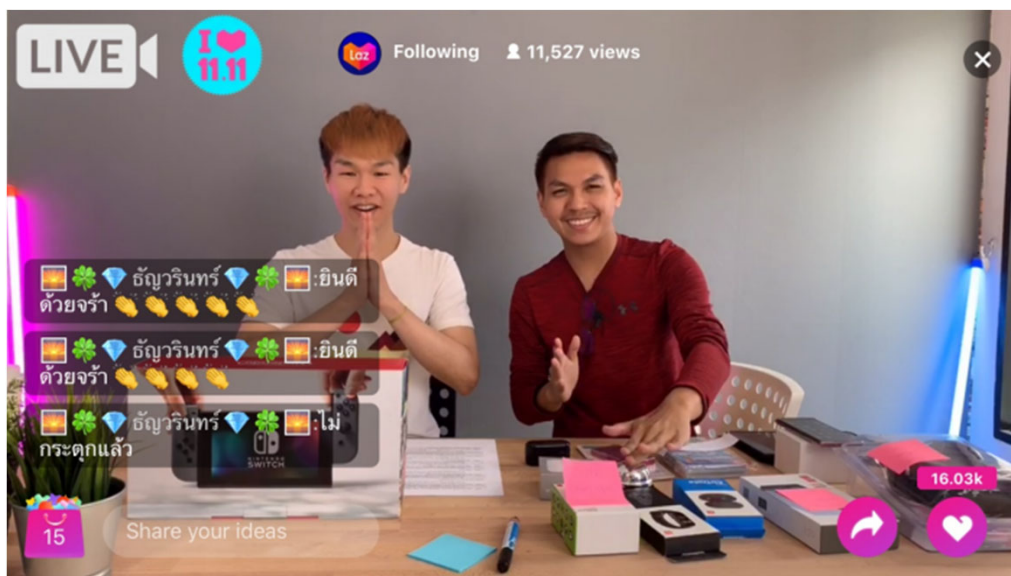
- ・ 景気低迷により職を失った人の再雇用先として、フードデリバリーや宅配サービスのドライバーが受け皿に

消費者の食に対する健康志向が向上

- ・ 都市部を中心に、消費者の食に対する健康志向や安全性が高まり、オーガニック食品などの需要も増加
- ・ タイ国政府観光庁(TAT)は、新型コロナウイルスによって健康への関心が高まっていることから、東南アジアと南アジアからの旅行者をターゲットに「アメージング・タイランド・ヘルシー・ジャーニー」キャンペーンを立ち上げた。

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題 3.7 消費

参考) ECのショッピングから“ショッパーテイメント”へ



非常事態宣言後の4月に登録アカウント数が倍増
(Lazadaのライブコマース)

ショッピングから
エクスペリエンス(体験)へ

タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題

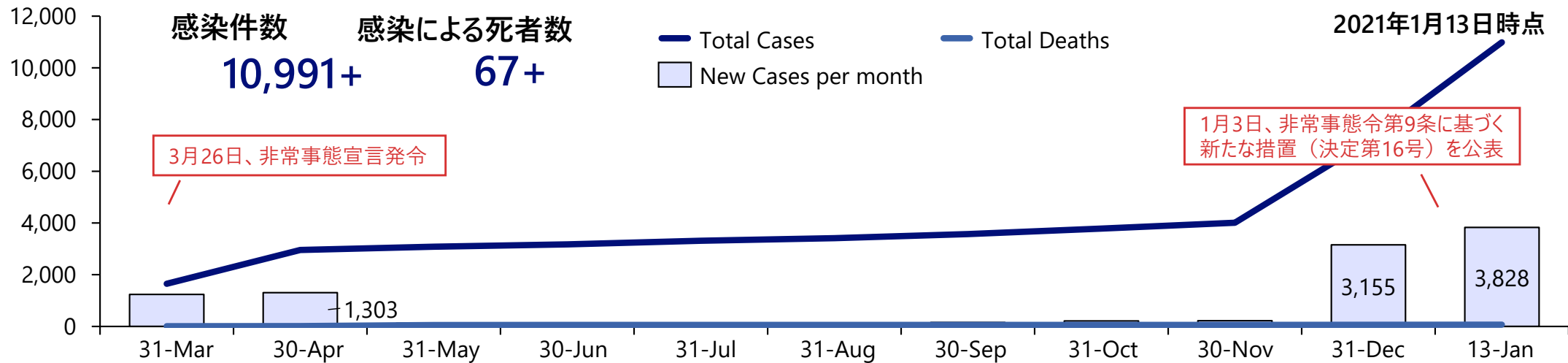
4. 現地FVC 再構築に向けた動向

5. ビジネス機会の方向性仮説
6. 日本が貢献できる領域仮説
7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告
8. 事業構想案

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.1 感染状況と感染拡大防止策

新規感染者数の減少とともに制限も緩和されてきたが、昨年12月以降から第2波が襲来
非常事態宣言は、2021年2月末まで延長。28都県を高度管理地域に指定（レッドゾーン）

COVID-19感染状況と政府の対策情報



感染拡大防止策

渡航制限

- 3月25日、タイへの越境入国の閉鎖（航空機、船舶、車両のすべてが対象）

経済活動制限

- 3月25日、感染防止措置に従い営業を従来通り継続可能（人々の生活の便宜に直接関わる施設での業務）

行動制限

- 3月23日、国内全ての陸上国境（17県内18カ所）原則閉鎖
- 4月2日、夜間外出禁止令の発令（午後10時～午前4時）

- 7月1日、国際的な旅客サービスの再開（対象者制限）
- 12月8日、観光客の渡航規制緩和（2週間ホテルで隔離有）

- 6月12日、各種施設および活動の再開
- 12月17日以降、各地域ごとに制限措置発令（バンコク都：官民全てに対して14日間の在宅勤務など）

- 1月3日、28都県を高度管理地域指定（レッドゾーン）
 - 店内でのアルコール類飲料の消費は禁止（販売は可）
 - 店内での飲食6時～21時まで、それ以降は持ち帰り用のみ

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.2 政府による施策

政府は国家開発計画や農業計画において農家の生産性向上と農家収入の改善に焦点を当てる

ロックダウン前の経済刺激策			
対象	施策	概要	インパクト
農家	国家開発計画	- 農家の生産性向上を目的に第12次国会経済社会開発計画を策定 - 持続可能な農業、農家収入の改善が焦点 - 農家に対し、協同組合やパートナーシップ形式での互助を奨励	農業活動促進
農家	農業計画	- 農業の生産性の向上を目的に農業計画を策定 - 農家の高齢化対策、土地、資本、トレーニングに関する農家への支援などの目標と戦略を盛り込み	農業活動促進

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.2 政府による施策

タイ政府は、COVIDの危機に対処するため農業産業向け、観光業向け経済刺激策を発表
また、COVID-19の影響により職を失った従業員に対する休職手当の支給を再導入することを承認

COVID-19以降のタイの経済刺激策

対象セクター	施策	概要	インパクト
農業	農家への補助金	- 鶏卵農家に対し、2020年11月30日まで、鶏卵1個当たり0.5バーツを支給する（総額5,000万バーツ（約1億7,000万円））ほか、タイ商務省が全国で展開する低所得者向けの小規模商店「トン・ファー（青旗店）」で鶏卵を販売 - 経済・社会復興事業（第1弾）5事業155億2,000万バーツ（約534億円）のうち、農業関連として、貯水池建設、農家等の雇用創出等の事業を実施予定	農業セクターへの資金注入
観光業	観光業界の活性化	- タイ国民がタイ国内旅行をすることで観光業界を活性化させようというキャンペーン「We Travel Together（ラオティアオドウアイコン）」が開始 「We Travel Together」では、宿泊費や航空券代の4割負担の他、訪問先での食事や入場料などに使える1日600バーツの電子クーポンを提供 - 平日の観光を活性化させるために、平日には提供する電子クーポンを600バーツから900バーツに引き上げられる	地方経済への刺激
失業者	新型コロナウイルスによる影響による失業手当	新型コロナウイルスによる影響で、 ①2020年3月1日～8月31日、一時的に職を失った（休職した）従業員は休職手当として日当の62%を最長90日間 ②2020年3月1日～2022年2月28日の間、失業した被保険者は失業手当として日当の70%を最長200日間、受領可	失業者への休職手当

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.2 政府による施策

新型コロナウイルス感染症のクラスター発生により、水産品の販売先が減少。政府は新たな販路開拓を支援。また酪農家、乳製品メーカー向けに予算15億バーツを政府に申請する方針を発表

COVID-19以降のタイの経済刺激策

対象	施策	概要	インパクト
エビ農家	エビ農家向け販路の開拓支援	- タイ国内商務省（DIT）は、首都バンコク西郊サムットサコン県の水産市場で新型コロナウイルス感染症のクラスターが発生したことにより、水産品の販売先が減少。エビの1日当たりの販売量は約100tあまり。 - DITは、エビ農家が自社製品を販売する新たな販路となる市場を見つけるため、スーパーマーケットなどの様々なプレーヤーからの協力を求めている	消費促進
酪農家、乳製品メーカー	酪農家や乳製品メーカーへの救済	- 新型コロナウイルス感染症の流行の第2波に伴う学校の休校措置で、学校向けの牛乳が出荷できなくなっていることを受け、タイ農業・協同組合省畜産局は、酪農家や乳製品メーカーの救済に向けた予算15億バーツ（約52億円）を政府に申請する方針を発表 - 酪農協同組合は今後、製品をすべて長期保存の可能な超高温殺菌（UHT）牛乳に切り替えるとともに、DPOや自治体に全量の買い上げを要請していく方針	運転資金援助
エビ農家	エビの特売所設営	- 首都バンコク西郊サムットサコン県の水産市場で新型コロナウイルス感染症のクラスターが発生したことにより、エビの消費量が全国的に減少。 - 農業・協同組合省漁業局は1月20日、バンコク北郊パトゥムタニ県の農産物卸売市場「タラート・タイ」に特売所を設置し、エビ消費の回復を目指す	消費促進

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.2 政府による施策

メーカーの負担軽減と国民の消毒剤の使用促進の為、消毒用アルコールの物品税の免除期間を延長 消費者への消費支出補助として、個人消費刺激策第2弾「コン・ラ・クルン」を開始

COVID-19以降のタイの経済刺激策

対象セクター	施策	概要	インパクト
製造メーカー／ 消費者	消毒用アルコール物品税 免除	- タイ財務省物品税局は、手指消毒剤などの原料となる消毒用アルコールの物品税免除の期間を2021年6月まで延長 - アルコール消毒剤を生産するメーカーの負担軽減、国民の消毒剤使用の奨励が目的	メーカーの負担軽減 国民の使用促進
消費者	個人消費刺激策	- 個人消費刺激策「コン・ラ・クルン（タイ語で『半分ずつ』の意）」 - 市場や屋台などでの消費支出に対し、支出金額の半額を政府が補助する消費喚起策。生活必需品の購入代金の50%を補助するコーペイメント事業 - 第1弾（10月23日～12月31日） - 対象者数：18歳以上の低所得者 1,000 万人以上 1日当たりの補助金額：150バーツ上限 1人当たりの補助金額：3,000バーツ上限 - 第2弾（2021年1月1日から3月31日） - 対象者数：18歳以上の低所得者 500 万人以上 1日当たりの補助金額：150バーツ上限 1人当たりの補助金額：3,500バーツ上限	経済刺激

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.3 企業による施策

銀行等は新型コロナウイルスの影響を受けた農家を対象に、債務負担を軽減した融資策を実施 運転資金を増加させ一時的に財政難を緩和

COVID-19以降のタイの経済刺激策

対象	施策	概要	インパクト
農家	農家への融資	- COVID-19の影響を受けた農家及びその家族の家計負担を軽減するため、無担保融資を実施 - 農業協同組合銀行（BAAC）が200億バーツの融資枠を支援 - 融資上限は10,000バーツ/人、金利0.10%/月、返済期間2年6カ月、初回6回の支払には元金返済は不要	農家の運転資金増加
農家および 農業関連 事業者	農家への融資	【タイの経済に影響を与える事象により影響を受けた顧客への支援】 - タイの経済に影響を与える事象(米中間の貿易摩擦、農産物価格の下落、干魃、新型コロナウイルス(COVID-19)により影響を受けた顧客への支援 - 返済期間の延期、利子の引き下げ、最初の3年間の元金返済免除	農家の運転資金増加
農家 (個人、法人)	農家への補助金	- 月5,000バーツ/世帯、3カ月間支援対象数1,000万世帯 - COVID-19の影響を受けた農家（専業・兼業） 20歳以上、タイ国籍者 - 法人の場合は代理人を立てて登録	農家の運転資金増加

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.3 企業による施策

銀行等は新型コロナウイルスの影響を受けた飲食、観光、サービス業の個人・中小企業、輸出業者等を対象に、債務負担を軽減した融資策を実施。運転資金を増加させ一時的に財政難を緩和

COVID-19以降のタイの経済刺激策

対象	施策	概要	インパクト
①直接的または ②間接的にコ ロナウイルスの影響 を受けた企業 (観光関連事業、 サプライチェーン事業)	債務負担軽減への支援	- 元本返済の一時停止（利息のみ支払い）①は最長1年、②は最長6カ月 低利での貸付 - 法人：最初の3年間は年利3%、ローン上限は顧客あたり100万バーツ - 個人：最初の3年間で年利5%、ローン上限は顧客あたり50万バーツ - 返済期間の上限は7年	農家の運転資金増加
個人・中小企業 (飲食、観光、 サービス業)	個人・中小企業向け 金融支援	- タイ信用保証公社（TCG）は、タイ中央銀行（BOT）の中小企業向け 低利融資プログラムによる融資に信用保証を供与 - 予算は570億バーツ（約1,900億円）、保証は3年目に開始、最長8年 - 保証料は年1.75%、そのうち最大30%をTCGが補助 - TCGは予算局に91億2,000万バーツの補償を請求	個人・企業の運転資金 増加
個人・中小企業 (飲食、観光、 サービス業)	個人・中小企業向け 金融支援	- 政府貯蓄銀行（GSB）は、個人、個人事業主およびその家族、 中小企業向けに供与している融資（限度額5万バーツ）を拡充 - 融資枠150億バーツ、融資の対象は、観光、飲食、スパ、タイマッサージ、 レンタカー、ゲストハウス、ホテルの事業を行う小規模事業主、個人 - 限度額は50万バーツ、金利は3.99%で、返済期間は5年	個人・企業の運転資金 増加
輸出業者	債務負担軽減への支援	【輸出業者の負担軽減を目的とした支援】 ①最大6カ月の返済停止（利息も含む）、満期日を最大360日延長、保証 サービス期間の延長 ②最初の2年間の利率を3.99%に引き下げ	債務負担軽減

COVID-19対応事例) セントラル・フードリテール×Topsによるマーケットプレイスの提供

農家に対する支援

農産物・果物の販売を促進

スーパーマーケットチェーンTopsは、タイの農業部門を推進するため商務省と協業



“Eat Thai First”という概念で、タイの旬の果物を先ず食することを推奨する国産商品の消費推奨キャンペーンを実施

主な取り組み

- 1) 地域の購買ステーションの設置
 - ・ 自社製品の販売チャネルを持たない、または不公平な価格を与えられている農家や地元企業は、全国の販売チャネルに簡単にアクセスすることが可能
- 2) 商務省と協業し価格を引き下げ、国民の生活費を削減
 - ・ 26,000品目の初期価格が固定され、Topsの店頭にて、90日間その価格で購入可能

Key Stakeholders Involved

CENTRAL
FOOD RETAIL
COMPANY LTD

Central Food
Retail Group



Ministry of
Commerce

COVID-19対応事例) タイユニオンによる製品の無償提供

タイ商務省貿易促進省(DITP)に対する支援

タイユニオン、COVID-19支援のためタイ赤十字社に製品を寄付

タイ商務省貿易促進省(DITP)に対し、1万缶以上のSEALCETイワシを人道支援として寄贈



タイ赤十字社ハタイユニオン製品の無償提供

主な取り組み

- 1) タイ商務省貿易促進省(DITP)に対し、1万缶以上のSEALCETイワシを人道支援として寄贈
- 2) この製品は、タイ赤十字社のモバイルキッチンをサポートし、COVID-19の影響を受ける人々に食事を提供
- 3) SeaChangeの持続可能性戦略の一環として、タイ連合は持続可能な開発目標、ゼロハンガーに向けた取り組みを支援することを約束
- 4) タイ連合は、世界的な食品会社として、働く人々を支援するために、食糧援助を通じて人道支援を行う

主な関係者



タイユニオングループ



タイ赤十字

COVID-19対応事例) CPFによる冷凍・パッケージフードの提供

公立病院の医療スタッフ、医療従事者に対する支援

国内大手食品メーカーCPFが冷凍・パッケージフードの無償提供

国内大手食品加工メーカーCPFは、COVID-19に戦う保健省を全面支援



「Food from the Heart」プロジェクトメンバー

主な取り組み

- 1) バンコクに本社を置くCharoen Pokphand Foods (CPF) は、タイにおけるCOVID-19との戦いを支援することを約束。
- 2) 全国の公立病院の医療スタッフ、医療従事者へ無償で衛生的で調理せずにすぐに食べられる加工食品、冷凍食品、パッケージフードの提供を開始
- 3) 「Food from the Heart」プロジェクトには、バジルチキンとご飯、スパゲッティカルボナーラとエビのワンタンなどが含まれ、電子レンジ対応の食事のほか、炊きたてのご飯、鶏肉、豚肉料理のデリバリーが含まれる

主な関係者



CPグループ



タイ保健省

COVID-19対応事例) CPFによる食品とマスクの無償支援

移民労働者、住民に対する支援

CPフードが食品、マスクの無償支援

CPフードが移民労働者と感染拡大が続く地域の住民向けに食品、マスクの無償支援



主な取り組み

- 1) CPフードは、移民労働者と感染拡大が続く地域の住民向けに食品とマスク2万枚を無償支援
- 2) また、同社は労働保護ネットワーク（LPN）と協力し、約3万800個のパッケージ食品と1万個の卵も支給

主な関係者



CPF



CPフード

COVID-19対応事例) ビックC×商務省によるエビの消費促進キャンペーンの実施

企業に対する支援

コロナ再流行でエビ消費減、ビックCが販促

ハイパーマーケットのビックCスーパーセンターは、商務省と協力してエビの消費促進キャンペーンを実施



主な取り組み

- 1) タイの首都バンコク西郊サムットサコン県の水産市場で新型コロナウイルス感染症のクラスターが発生したことを受けてエビの消費量が急減。
- 2) ハイパーマーケットのビックCスーパーセンターは、商務省と協力してエビの消費促進キャンペーンを実施
- 3) マクロ、ビックC、Tesco Lotus、ザモール、フードランド、ヴィラマーケットなどのチェーン店の運営会社は、1月に1,600トンのエビを購入することに合意

主な関係者



ビックC



テスコロータス

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.4 第3国/国際機関による施策 COVID-19対応事例) ADBによるグリーンインフラへの資金提供

政府に対する支援

COVID-19に対抗するグリーンイニシアチブ

グリーンインフラに資金を提供し、公衆衛生対策、SMEによる雇用創出など社会的影響プロジェクトに資金を提供



主な取り組み

- 1) アジア開発銀行(ADB)は9月24日、タイ政府が革新的な資本市場イニシアチブを設計、発行、監視し、COVID-19からの回復を支援すると発表
- 2) グリーンインフラに資金を提供し、公衆衛生対策、SMEによる雇用創出など社会的影響プロジェクトに資金を提供するため、タイ初のサステナビリティ債券を支援
- 3) また、タイの景気回復を支援するために、緑と気候に強いインフラプロジェクトのパイプラインによる新たなパートナーシップ戦略を準備

4. 現地FVC 再構築に向けた動向 4.4 第3国/国際機関による施策 COVID-19対応事例) 日本政府と民間企業による物資支援

農家に対する支援

野菜を自家栽培する取り組みを栃木県・福岡県企業が強力タッグで後押し

JICAは栃木県・福岡県の日本企業と密接に連携し、野菜の自家栽培に必要な物資支援（有機肥料100ト寄贈）を緊急支援として実施

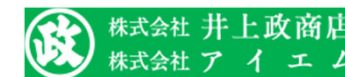
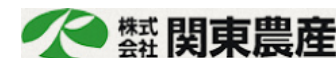


栃木県那須町の企業・株式会社関東農産、福岡県前原市の株式会社アイエム、
関東農産・アイエムが現地企業と設立した合弁企業のOne Star Emerald Co.Ltd
の三社は、タイの農家に有機肥料100トを寄贈

主な取り組み

- 1) タイ政府は、食糧危機回避のため、自家栽培野菜の自給率向上を目指し「食料安全保障のための自家栽培野菜を植える国民運動」（以下、「国民運動」）を展開
- 2) JICAはこの国民運動の「対象世帯の90%が野菜の自家栽培を行う」という目標達成をサポートするため、栃木県・福岡県の日本企業と密接に連携し、野菜の自家栽培に必要な物資支援（有機肥料100ト寄贈）を緊急支援として実施。
- 3) 寄贈先16県の全世帯数中、実際に植付けを行い、食料供給の安定がもたらされた世帯数は約223万世帯に及ぶ

主な関係者



栃木県、福岡県企業



JICA

COVID-19対応事例) アイコムアベニューグループによるデータ活用支援

企業に対する支援

Google アナリティクスによるデータ活用支援サービス開始

イー・エージェンシーの現地日系グループ会社icomm avenuグループは、Google アナリティクスによるデータ活用支援サービスを開始したことを発表



GAIQ（Google アナリティクス個人認定資格）取得者 8名（上写真）
対応可能な言語は、英語 8名、タイ語 5名、マレー語 1名、日本語 2名



主な取り組み

- 1) イー・エージェンシーの現地日系グループ会社 icomm avenuグループは、Google アナリティクスによるデータ活用支援サービスを開始したことを発表
- 2) サービス開始の目的は、リモートワーク・巣ごもり消費など、withコロナ時代の到来により現地でも日本以上に加速するデジタル化の流れに対して、現地に進出する日本企業や現地企業のビジネスの適応と成長への支援
- 3) Google アナリティクスの導入や使い方から、データ分析やマーケティング施策までサポートし、オウンドメディアの改善や、その先にあるデジタルマーケティング課題の解決に向けたPDCAサイクルの運用をサポート

主な関係者



株式会社イー・エージェンシー



アイコムアベニューグループ

タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題
4. 現地FVC 再構築に向けた動向

5. ビジネス機会の方向性仮説

6. 日本が貢献できる領域仮説
7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告
8. 事業構想案

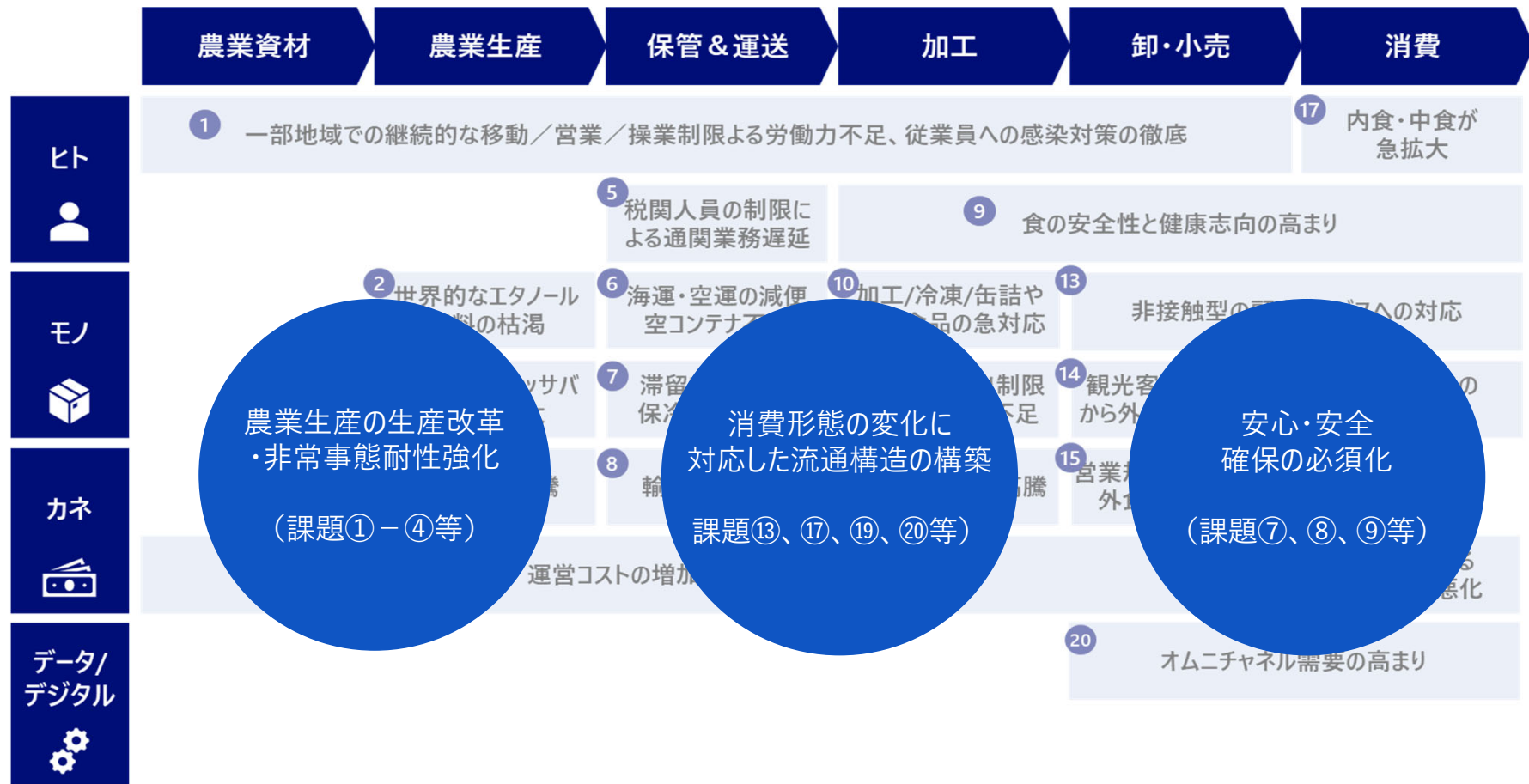
5. ビジネス機会の方向性仮説 5.1 タイにおける3つのKey Issues

5.1 タイにおけるFVC上の課題サマリ

■ 「3.1 タイにおけるFVC上の課題サマリ」にて把握した20の課題は、大きく3つのKey Issuesに構成される

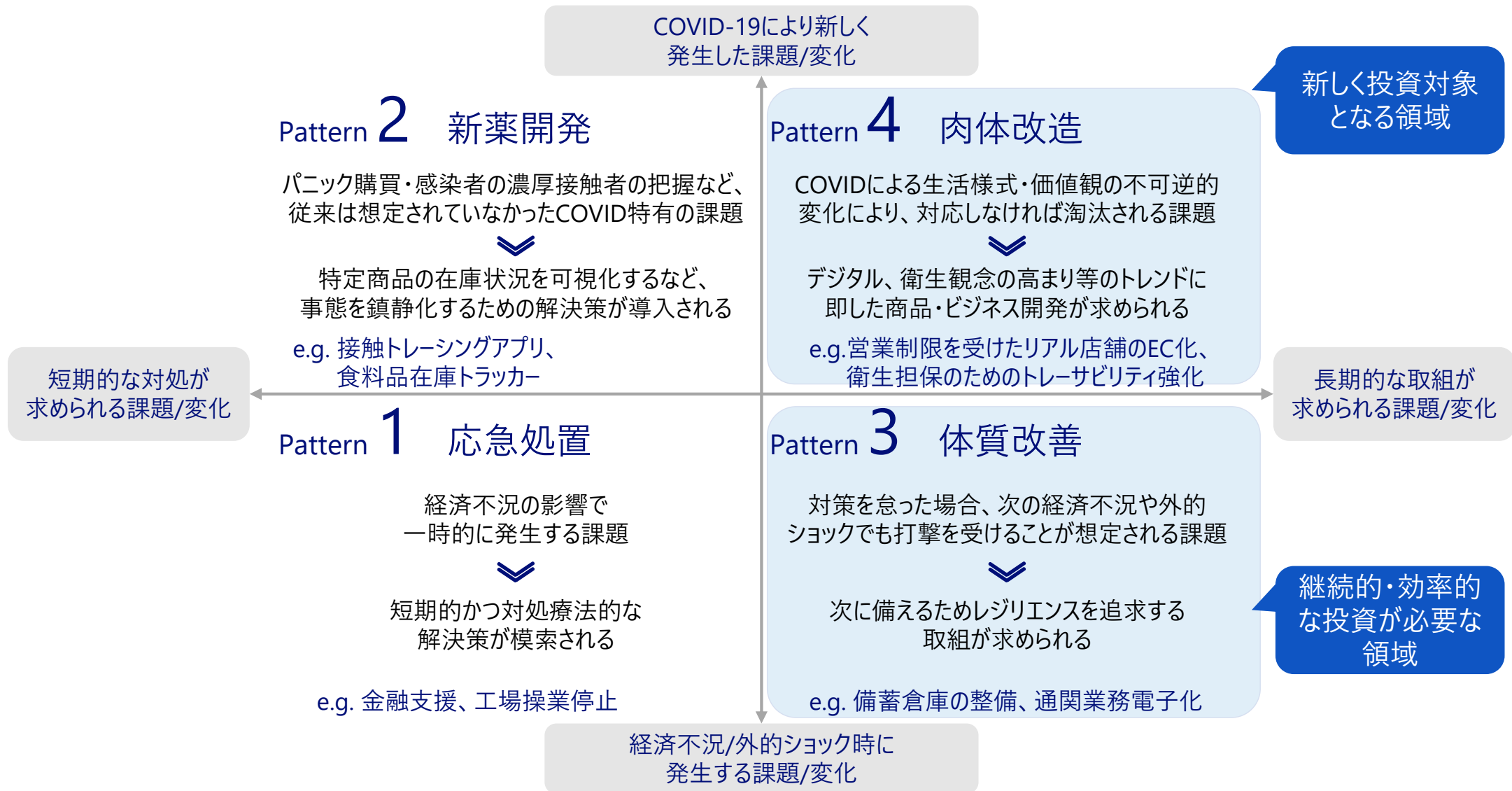
- 農業生産の生産改革・非常事態耐性強化（課題①～④等）
- 消費形態の変化に対応した流通構造の構築（課題⑬、⑰、⑲、⑳等）
- 安心・安全確保の必須化（課題⑦、⑧、⑨等）

COVID-19に影響により顕在化・加速が進んだタイにおけるFVC上の課題



5. ビジネス機会の方向性仮説 5.2 注力する課題分類「肉体改造と体質改善領域への投資」

COVID-19により発生した課題を、解決期間と問題の種類に基づき課題に対する対応策・ソリューション領域を4パターンに分類。今後発展が見込まれる「肉体改造」と「体質改善」への投資が特に求められる



参考) 課題と対応策・ソリューション領域の整理方法 (4パターンの分類)

対応策・ソリューションの分類

X軸	左側象限が短期的な対応が求められる課題/変化を、右側象限が長期的な取組が求められる課題/変化を表している。
Y軸	上側象限がCOVID-19により新しく発生した課題/変化を、下側象限が経済不況/外的ショック時に発生する課題/変化を表している。

■ パターン1：応急処置

経済不況の影響で一時的に発生する課題で、短期的かつ対処療法的な解決策が模索される領域。ソリューションの例は金融支援、工場操業停止などが該当する。

■ パターン2：新薬開発

パニック購買・感染者の濃厚接触者の把握など、従来は想定されていなかったCOVID特有の課題で、特定商品の在庫状況を可視化するなど、事態を鎮静化するための解決策が導入される領域。ソリューションの例は接触トレーシングアプリ、食料品在庫トラッカーなどが該当する。

■ パターン3：体質改善

対策を怠った場合、次の経済不況や外的ショックでも打撃を受けることが想定される課題で、次の外的ショックに備えるためレジリエンスを追求する取組が求められる領域。ソリューションの例は備蓄倉庫の整備、加工工程の機械化などが該当する。

■ パターン4：肉体改造

COVIDによる生活様式・価値観の不可逆的变化により、対応しなければ淘汰される課題で、デジタル、衛生観念の高まり等のトレンドに即した商品・ビジネス開発が求められる領域。ソリューションの例は営業制限を受けたリアル店舗のEC化、衛生担保のためのトレーサビリティ強化などが該当する。

5. ビジネス機会の方向性仮説 5.3 「肉体改造と体質改善」が求められる背景

グローバルでみると、以下のような事象が今後加速すると想定される

 : コロナ後に加速する事象

マクロ環境変化



政治・経済・地球環境

- E-1 グローバル化の進展
- E-2 食料生産地・収穫量の変化
- E-3 資源・食料問題の深刻化
- E-4 脱プラ要請の高まり



人口動態

- G-1 人口減少
- G-2 都市圏への集中・地方自治体消滅
- G-3 高齢者や移民の労働力活用



社会

- S-1 超高齢化社会への突入
- S-2 知的労働の更なる進行
- S-3 衛生状態の更なる改善
- S-4 労働形態の多様化



技術革新

- I-1 自動化技術の進化
- I-2 ライフサイエンス技術の進化
- I-3 バーチャルとリアル融合
- I-4 情報取得の簡易化

消費 及び 競争環境の変化



消費者

- 消-1 ヘルシー志向
- 消-2 冷蔵・保存食需要の増加
- 消-3 高齢化・要介護者の増加
- 消-4 購買・消費のスマート化
- 消-5 モノ⇒コト消費
- 消-6 ニーズの多様化
- 消-7 老後期間の延長
- 消-8 新たな喫食シーンの登場



食品メーカ

- 食-1 機能食・完全食
- 食-2 代替肉・タンパク質
- 食-3 サブスクリプション
- 食-4 家電連携
- 食-5 保存技術の高度化
- 食-6 ライフログとの連携
- 食-7 パーソナライズ
- 食-8 味・味覚のDB化
- 食-9 生産自動化
- 食-10 リアル店舗への進出



農業

- 農-1 トレーサビリティ
- 農-2 遺伝子組み換え食品
- 農-3 環境農業
- 農-4 地産地消
- 農-5 農業のオートメーション化



流通・小売・外食／中食

- 流-1 レシピサイト・動画
- 流-2 外食のEC・デリバリー進出
- 流-3 物流効率化・共同配送
- 流-4 自動最適物流
- 流-5 フードロス対応
- 流-6 デジタル・サプライチェーン
- 流-7 ミールキット
- 流-8 3Dプリンティング

5. ビジネス機会の方向性仮説 5.3「肉体改造と体質改善」が求められる背景

先進国では、内・中食シフトで、内食では購買～料理・食事の流れの変化や中食のワガママ化が進展
健康や免疫、カロリー効率に注目が集まる

コロナ禍で発生した事象

生活者の価値観・ライフスタイルの変化

食生活の変化

活動選択肢の縮小

外出自粛や店舗休業による
生活自由度の低下

グローバルサプライチェーンの
分断

生活者の行動歴の可視化・
ライフログの管理加速

経済不安の拡大

経済・消費の落ち込み

環境／協調意識の拡大

共通敵に対する連帯感・
仲間意識の醸成

社会環境・店舗環境の
改善意識の高まり

巣ごもり充実・ 再現志向

- ・外でやっていたことを在宅で
済ませようとする

健康志向

- ・巣ごもりにより健康や運動
の重要性を再認識する

予防志向

- ・コロナや未知のウイルスに感
染するリスクを防ごうとする

家族志向

- ・家族の大切さを再認識し
共有時間を充実させる

節約志向

- ・経済停滞の影響で節約を
意識する

デジタル・ バーチャル志向

- ・SNSで配信される動画・
レビューに影響を受ける

外食消費が縮小し、デリバリーが拡大

外食

外出自粛・移動制限により
大幅に縮小、内・中食にシフト



内食・中食が急拡大

内食

計画的まとめ買い＋家族で料理

1週間の献立を
決めて...



ECやスーパーで
まとめ買い...



家族で料理・
食事



中食

“おひとりさま”の中食利用 中食ニーズの多様化・ワガママ化



食の 選び方 の変化

健康食・ 免疫食



高コスパ食

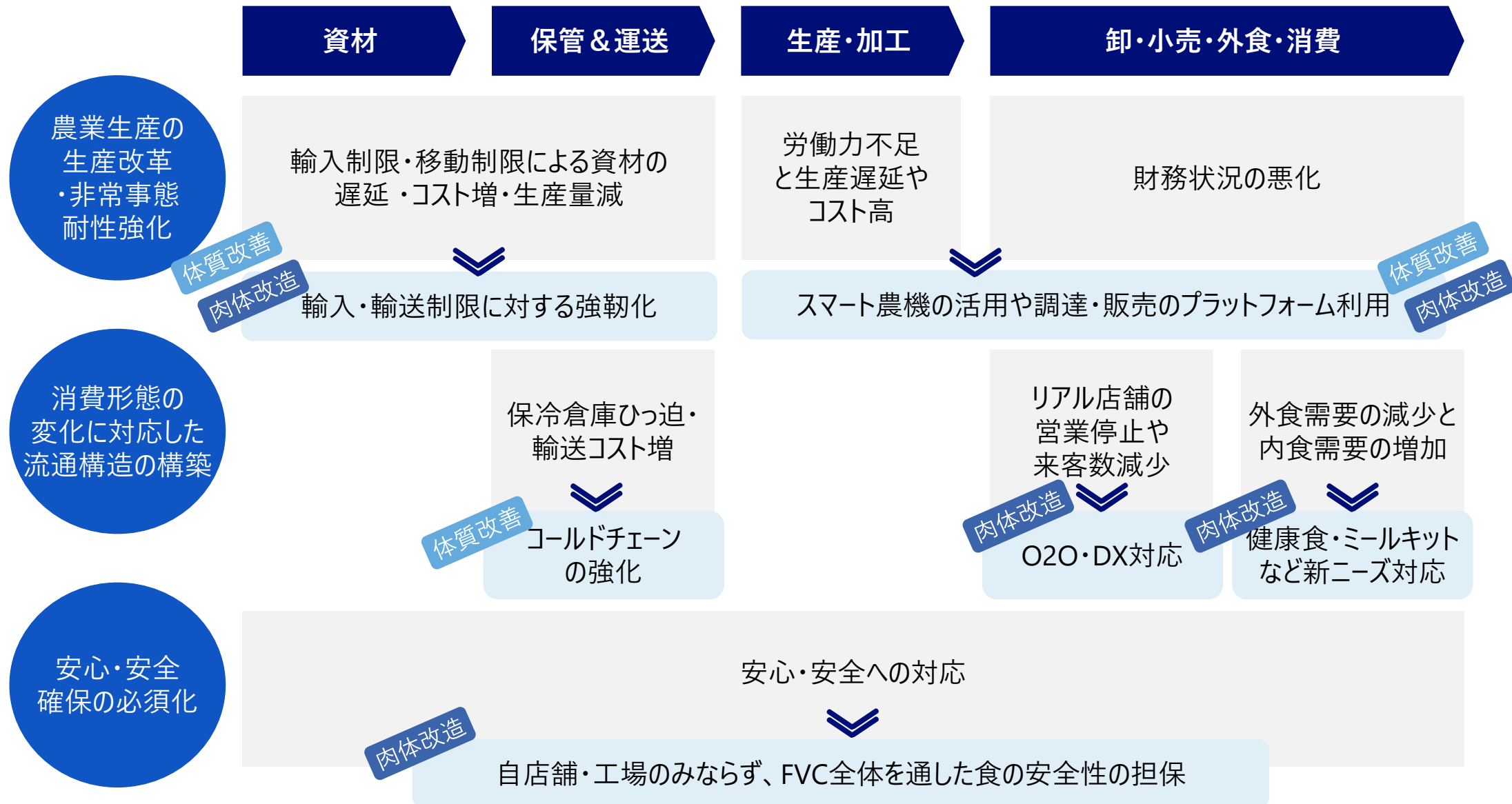


保存食



5. ビジネス機会の方向性仮説 5.4 主要課題の対応方向性

タイにおいてはCOVIDにより発生した課題・変化を起点に、
「体質改善」・「肉体改造」に向かう取り組みが強化されていくと想定される



5. ビジネス機会の方向性仮説 5.5 投資が進む可能性のあるテーマ例

結果として、タイにおいては下記のようなテーマで投資が進む可能性がある



タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題
4. 現地FVC 再構築に向けた動向
5. ビジネス機会の方向性仮説

6. 日本が貢献できる領域仮説

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告
8. 事業構想案

6. 日本が貢献できる領域仮説 6.1 投資領域に対する日本のソリューション

投資領域に対するソリューションとして以下が挙げられる

■ 課題1：農業生産の生産改革・非常事態耐性強化

- 農業資材・保管&輸送工程における輸入制限・移動制限による資材の遅延・コスト増・生産量減などの課題に対しては、輸入・輸送制限に対する強靱化が必要と考えられる。必要となる課題解決の方向性としては、例えば資材の現地生産化・垂直統合、調達先の多角化、冷凍・保存技術の高度化などの他（体質改善領域）、物流業務の電子化が考えられる（肉体改造領域）。
- 農業生産工程における労働力不足と生産遅延やコスト高といった課題に対しては、スマート農機の活用が必要となる。必要となる課題解決の方向性としては、例えばドローンやIoT技術等の活用など農機のスマート化が挙げられる（肉体改造領域）。
- 卸・小売・外食・消費工程における財務状況の悪化に対しては、調達・販売プラットフォームの利用などによる農家の市場アクセスへの改善が必要となる。必要となる課題解決の方向性としては、例えばオンラインプラットフォームによる直販化・製販連携が考えられる（肉体改造領域）。

■ 課題2：消費形態の変化に対応した流通構造の構築

- 保管&輸送・販売工程における保冷倉庫ひっ迫・輸送コスト増の課題に対しては、コールドチェーンの強化が必要となる。必要となる課題解決の方向性としては、例えば簡易型倉庫などフレキシブルな設備、温度維持管理技術で産地・消費地を繋ぐより高い品質への対応が挙げられる（体質改善領域）。
- 卸・小売・外食・消費工程におけるリアル店舗の営業停止や来客数減少の課題に対しては、O2O・DXなどによる対応が必要となる。必要となる課題解決の方向性としては、例えばスマートリテール、リアル店舗のEC・デリバリー進出などが挙げられる（肉体改造領域）。また、外食需要の減少と内食需要の増加の課題に対しては、健康食・ミールキットなど新ニーズ対応といった内食需要対応が必要となる。必要となる課題解決の方向性としては、例えば完全食・機能食・健康食開発、ミールキット・スマートキッチン、レシピサイト・動画が考えられる（肉体改造領域）。

■ 課題3：安心・安全確保の必須化

- 農業資材から卸・小売・外食・消費のFVC全工程における安心・安全への対応に対しては、自店舗・工場のみならず、FVC全体を通して食の安全を担保が必要となる。必要となる課題解決の方向性としては、例えば冷凍・保存技術の高度化の他（体質改善領域）、トレーサビリティの強化、検査工程のスマート化、コンタクトレス決済などが挙げられる（肉体改造領域）。

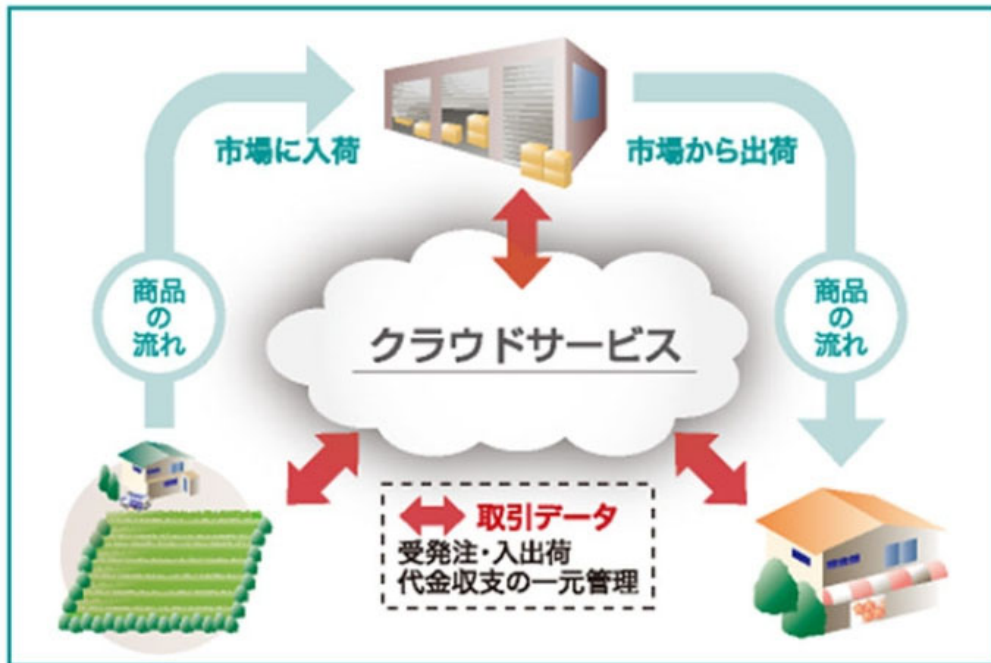
6. 日本が貢献できる領域仮説 6.1 投資領域に対する日本のソリューション 参考) 日本が貢献できる投資領域に対するソリューション例



6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

花き関連データをEDIシステムで管理することで、データ入力を省人化

EDI管理によるデータ入力省人化



基本機能

・受発注 ・入荷 ・相対 ・Web ・セリ連動 ・分荷 ・ラベル ・スマートフォン ・仕切書 ・販売伝票
・仮伝発行 ・市況報告 ・売掛管理 ・奨励金 ・買掛・受託支払い管理 ・電子帳票 ・統計 ・日計表
・月計表 ・JFコード ・バーコード ・EDI ・自動FAX

オプション機能

・表示セリ ・自動セリ ・自動分荷 ・仲卸支援

体質改善 肉体改造

資材

保管 & 運送

生産・加工

卸・小売・外食・消費

輸入・輸送制限に対する強靱化

スマート農機の活用や調達・

販売のプラットフォーム利用

コールドチェーン強化

O2O対応

内食需要対応

FVC全体を通じた食の安全担保

人手を介さない物流バーコードラベル

- 各種コード（日本花き取引コード、卸売会社コード、原産地コード等）の商品への紐づけは、従来は手書き出荷伝票から出荷情報データ入力を行うという人力での作業
- EDI（Electric Data Interchange：電子的データ交換）により人手を介さない物流バーコードラベルを発行

6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

直販モデルの構築により、地産地消化を促進しつつ、農家の市場アクセスを改善

道の駅（直販モデル）

2018年のキャンペーン



体質改善 肉体改造

資材

保管 & 運送

生産・加工

卸・小売・外食・消費

輸入・輸送制限に対する強靱化

スマート農機の活用や調達・

販売のプラットフォーム利用

コールドチェーン強化

O2O対応

内食需要対応

FVC全体を通した食の安全担保

農産物の直売所

- 日本には「道の駅」と呼ばれる直販市場が存在。生産から流通までが垂直統合されたモデル
- タイでは活用実績があり、駐車場 やトイレ、飲食店、情報
- 施設、売店を完備し、24 時間営業するモデルを構築。売店では、一村一品（OTOP）製品、地方の特産品などを販売

6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

直販モデルの構築により、地産地消化を促進しつつ、農家の市場アクセスを改善

流通プラットフォーム



体質改善 肉体改造

資材

保管 & 運送

生産・加工

卸・小売・外食・消費

輸入・輸送制限に対する強靱化

スマート農機の活用や調達・

販売のプラットフォーム利用

コールドチェーン強化

O2O対応

内食需要対応

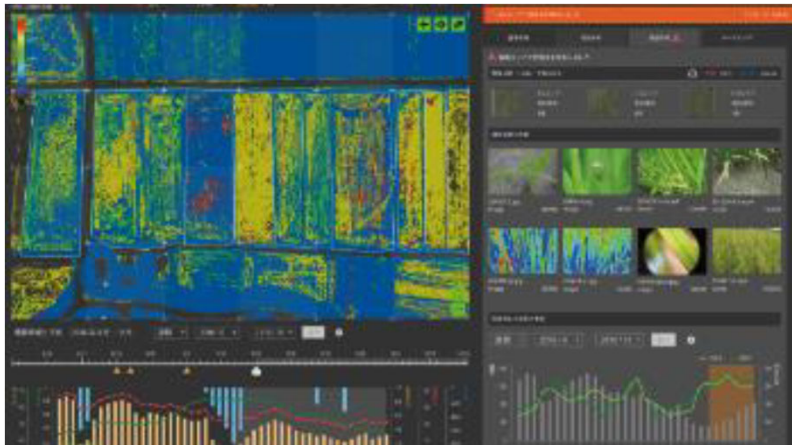
FVC全体を通じた食の安全担保

卸売市場の電子化

- いずみホールディングスの「日本卸売市場」では、インターネット上で、全国600ヶ所の仕入先・産地から動画配信された情報をもとにセリを実施するサービスが展開されている
- 流通作業量と取扱品目がデジタル化と情報共有は、流通数量と品揃えの情報が共有されることに等しく、生鮮品の新たな売り方創造につながるはず

ドローン、AI画像認識、IoT技術を駆使して農薬散布マップなどを作るスマート農業の活用

ドローンや AI を利用した圃場管理



体質改善 肉体改造

資材

保管 & 運送

生産・加工

卸・小売・外食・消費

輸入・輸送制限に対する強靱化

スマート農機の活用や調達・
販売のプラットフォーム利用

コールドチェーン強化

O2O対応

内食需要対応

FVC全体を通した食の安全担保

ドローンや AI を利用した圃場管理

- 画像データや気象・センサーデータを AI で分析
- 分析結果を元に農薬散布マップ、収量マップ等を作成

6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

アナログで管理していた作業時間をGPSを利用して正確に把握し経営に生かす仕組みを提供

“農業用”クラウド型会計ソフト



体質改善 肉体改造

資材

保管 & 運送

生産・加工

卸・小売・外食・消費

輸入・輸送制限に対する強硬化

スマート農機の活用や調達・販売のプラットフォーム利用

コールドチェーン強化

O2O対応

内食需要対応

FVC全体を通した食の安全担保

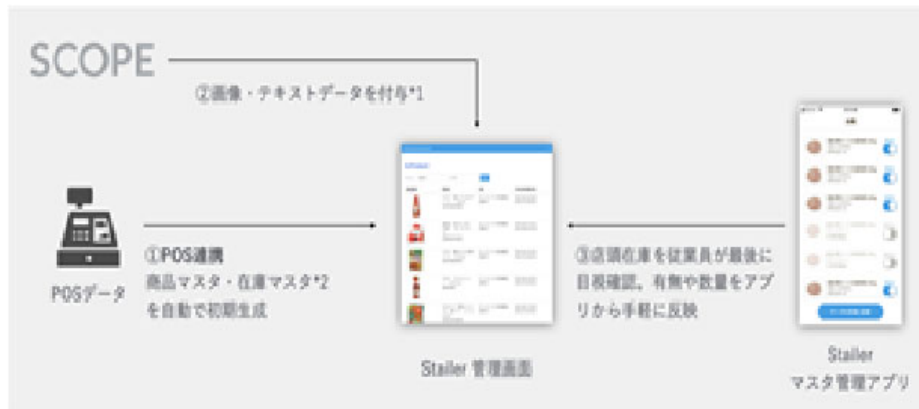
“農業用”クラウド型会計ソフト「free」

- 農業用勘定科目・農業決算書に対応した会計管理サービス
- スマートフォンからも操作が可能で、家計簿感覚で日々の支出を記録できる
- 農業従事者向けに農業用決算書の作成機能を提供

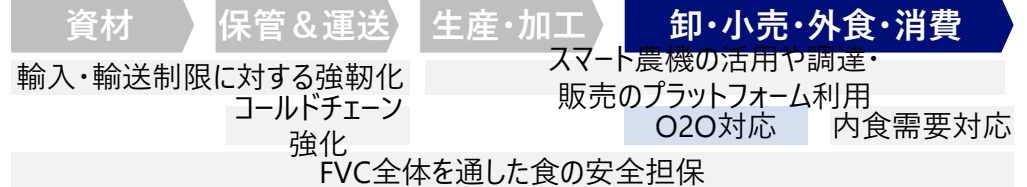
6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

オンライン化の促進やデータの運用をする技術の発展・実装を支援

EC展開支援ツール



体質改善 肉体改造



ECマースサイトの立ち上げ

- ネットスーパー展開のボトルネックとなる「商品マスタ・在庫マスタデータの構築」を自動化
- 小売データの蓄積、活用が可能に

最適配送ルート設定の自動化

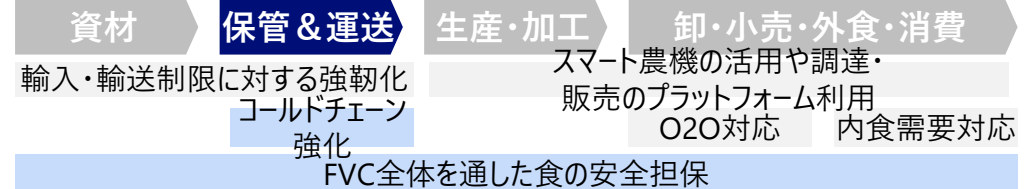
- ラストワンマイル配送網からAIが配送ルートを指示
- ネットスーパーで注文した食品を自宅までワンストップ配送

6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

昨今の緊急的な需要増への対応には、プレハブやコンテナ利用等の簡易型の仕組みも考慮

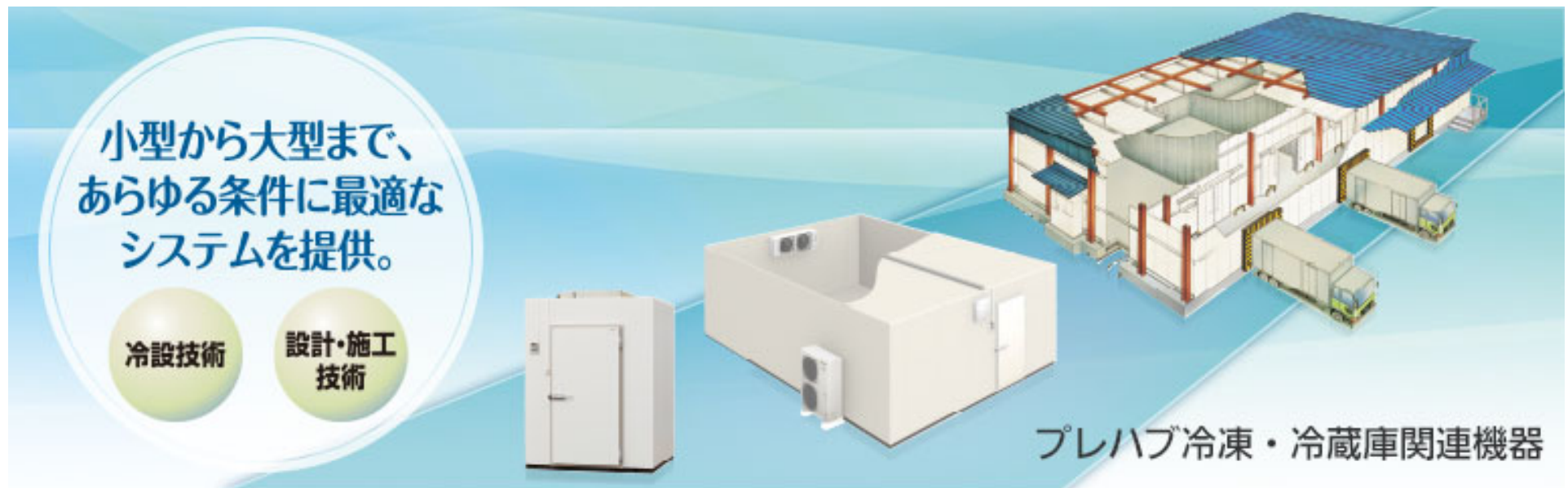
プレハブ・コンテナ等の簡易型倉庫

体質改善



技術概要

- 小型から大型まで、あらゆる条件に最適なシステムを提供
- パナソニックの冷却技術をフルに活用した周辺機器を組み合わせることが可能



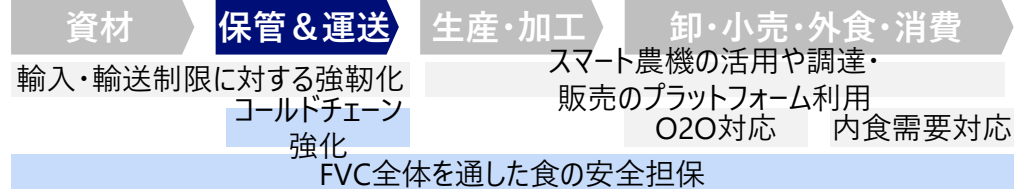
6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

輸送時や工場内での温度維持管理技術で産地・消費地をつなぐ一貫した食品のビジネスモデルを構築

産地・消費地をつなぐコールドチェーン



体質改善

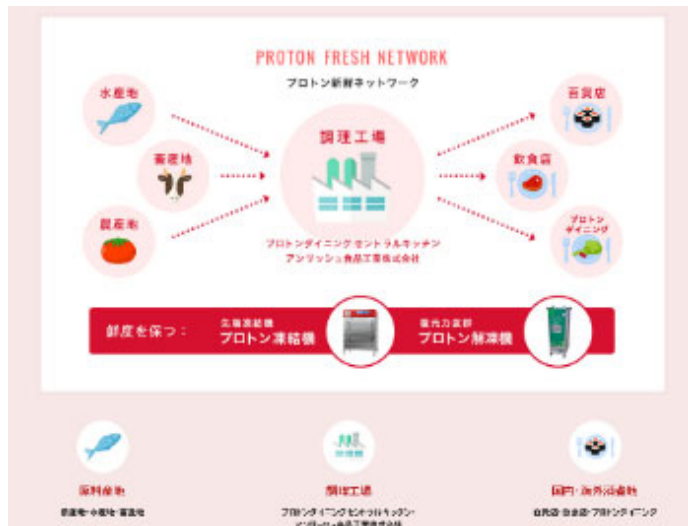


輸送段階の低温維持

- ・ 冷蔵倉庫用冷凍機の提供
- ・ 低温かつ空気組成制御が可能なCAコンテナ

調理工場での廃棄ロス低減

- ・ 凍結機、解凍機を調理工場に提供
- ・ 鮮度の高い産地加工品を安定的価格で提供可能に



6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

食品と家電が連携し、家庭で簡単に本格的な味が楽しめるサービスを提供

IoT家電 + ミールキット

ボタンを押すだけでつくれる、
プレミアム料理キット



ホットクックで
らくらく調理♪



SHARP

家電メーカー



食品メーカー



グルメ情報サイト



ヘルシオのボタンを押すだけで
つくれる料理キット宅配サービス

体質改善 肉体改造

資材

保管 & 運送

生産・加工

卸・小売・外食・消費

輸入・輸送制限に対する強靱化
コールドチェーン強化

スマート農機の活用や調達・
販売のプラットフォーム利用
O2O対応

内食需要対応

FVC全体を通じた食の安全担保

手軽に調理可能なミールキットの開発・宅配

- ヘルシオ（調理器具）の利用者向けに、ネットで料理キットを注文、自宅を受け取り簡単に調理できるサービスを展開
- ぐるなびとの連携で、人気の高い日本料理屋やフランス料理店のシェフなどが監修したメニューを開発
- 食材の調達や加工は食品メーカーのタイハイが担当

6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

健康意識の高まりに対し、健康・未病領域も取り込むことで付加価値を向上

完全栄養食品



BASE PASTA



BASE BREAD



All-in PASTA/NOODLES



REAT

体質改善 肉体改造

資材

保管 & 運送

生産・加工

卸・小売・外食・消費

輸入・輸送制限に対する強靱化
コールドチェーン強化

スマート農機の活用や調達・
販売のプラットフォーム利用
O2O対応

内食需要対応

FVC全体を通じた食の安全担保

全ての栄養素を供給する完全栄養食品

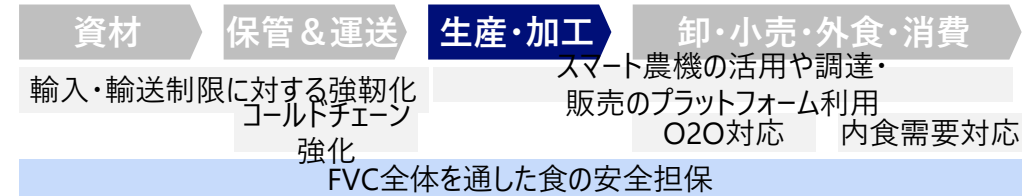
- 食品メーカーが、パッケージフードや加工食品の中でも、日常生活に必要なあらゆる栄養素を含んだ、パッケージフードの開発と提供を行っている

6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

食品加工において殺菌や異常・異物検知は極めて重要な工程であり、技術が活きる領域

品質・衛生管理高度化/食品加工工場省人化

体質改善 肉体改造

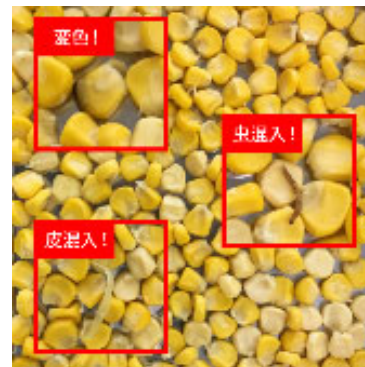
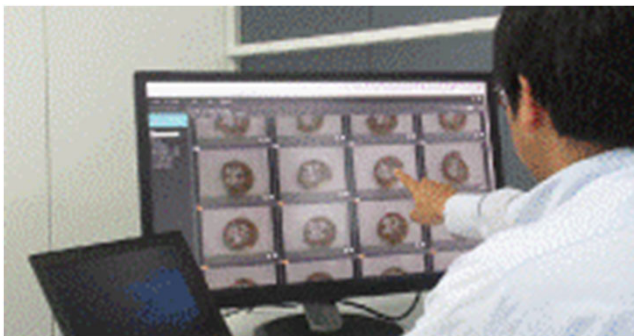


品質を損なわない食品の殺菌・加工

- ・ 超高压（600 MPa 以上）を利用した殺菌
- ・ 熱を使わない殺菌で乳製品、青果加工品などにも利用可

画像認識・AI技術での異常検知

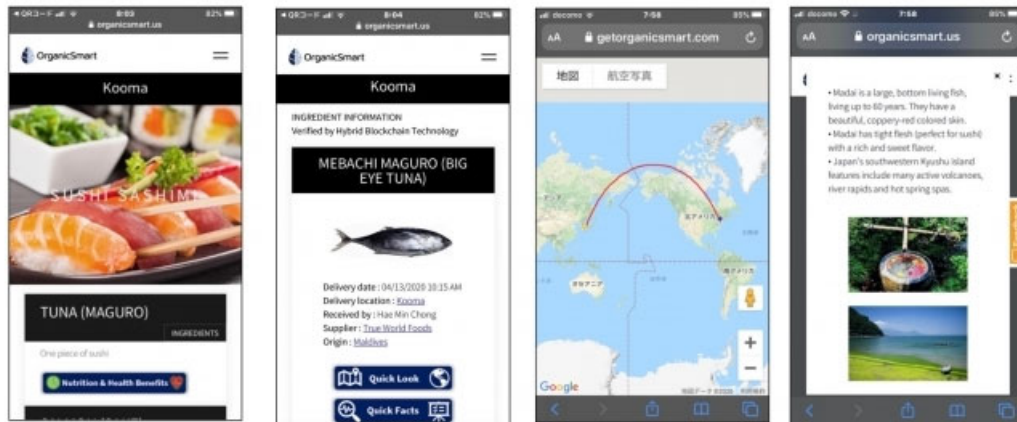
- ・ AIを用いて複雑なパターンも自動判定
- ・ 省人化や検査の効率化・品質平準化が可能に



6. 日本が貢献できる領域仮説 6.2 具体的なソリューション例

ブロックチェーン技術を活用してFVCを通じたデータや情報を消費者に共有するプラットフォーム

トレーサビリティプラットフォーム



体質改善 肉体改造

資材

保管 & 運送

生産・加工

卸・小売・外食・消費

輸入・輸送制限に対する強靱化
コールドチェーン
強化

スマート農機の活用や調達・
販売のプラットフォーム利用
O2O対応 内食需要対応

FVC全体を通じた食の安全担保

ブロックチェーンで検証・承認データの共有

- 食品情報の検証プロセスにより、食の安全性が「見える化」され、消費者は自分が食べるものを評価できるようになる

食品メーカー、小売店、生産者の信頼性向上

- レストラン、小売店、生産者は自社ブランドの信頼性を高め、消費者からの信頼によってリピーターの醸成を通じて収益性を高めることができる

タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題
4. 現地FVC 再構築に向けた動向
5. ビジネス機会の方向性仮説
6. 日本が貢献できる領域仮説

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告

1. TV会議概要
2. 現地企業・日本企業へのアンケート・マッチング結果
8. 事業構想案

タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題
4. 現地FVC 再構築に向けた動向
5. ビジネス機会の方向性仮説
6. 日本が貢献できる領域仮説

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告

1. TV会議概要

2. 現地企業・日本企業へのアンケート・マッチング結果
8. 事業構想案

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告 7.1 TV会議概要

2021年1月27日に開催されたタイのTV会議の概要は次の通り

目的

- タイ・ベトナムのフードバリューチェーン（FVC）において、COVID-19が引き起こした課題と変化を把握し、現地・日本企業がこれらに対する解決策・ビジネス機会を検討する一助とすること

日時

- 日時：2021年 1 月27日（水） タイ向け： 11：00～12:50（日本時間）

アジェンダ

アジェンダ	概要
開会の挨拶	・ NRIより会議目的、システム機能説明、アジェンダを説明 ・ 農林水産省より開会のご挨拶
NRIからのプレゼンテーション 新型コロナの影響によるタイのFVCの再構築に係る日本企業のビジネスチャンス	・ NRIより下記についてプレゼンテーション; 1. イントロダクション：COVID-19による“ニューノーマル”の創出 2. COVID-19による影響と現状 3. COVID-19による課題と対策 4. ビジネス機会の方向性仮説 シナリオ 5. ビジネス機会の方向性仮説 今後のテーマと日本のソリューション
Q&A	・ 聴衆参加者からの質問に対して、NRIから回答
閉会の挨拶	・ 農林水産省より閉会のご挨拶

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告 7.1 TV会議概要

タイのTV会議のスピーチ・議論内容は次の通り

1. 開会の挨拶

農林水産省大臣官房審議官
(国際)
松本雅夫氏

- ・ タイは長年にわたり、我が国と友好な関係にあり、農林水産業・食品産業においても重要な国の一つ
- ・ ASEAN諸国の中でも多くの日系企業が進出するなど緊密な関係を維持している国、今後更に両国関係を発展させていくことが重要
- ・ 我が国の食産業が継続的に発展していくためには、国内需要だけでなく海外需要を獲得していくことが必要
- ・ 新型コロナウイルス感染症により顕在化した課題に対処するため、世界的なFVCの再構築が今後行われていくことが予想される中、我が国の技術・ノウハウの導入を推進し食産業の海外展開を維持・拡大していくことが重要
- ・ タイにおける新型コロナウイルス感染症による食市場・物流への影響と今後の見通し、新型コロナウイルス感染症により顕在化したFVCの課題、現地FVC再構築に向けた提案などについて、調査の結果を報告・共有とともに、意見交換の場を設け参加者にとって有益なものとなり、今後の業務や事業展開、新たなビジネス機会の創出、フードバリューチェーンの再構築の一助となることを目指す

2. NRILekチャー

2.1 イントロダクション

- ・ COVID-19がもたらす世界経済への影響。タイでは、2022年に2019年時点まで回復し、成長軌道に戻るには時間を要する予測
- ・ 移動自粛がもたらした行動変容。人々は公共交通機関の利用を避け、自宅周辺で過ごす傾向へ
- ・ COVID-19によって加速する「政策・経済・社会・技術」におけるメガトレンド
- ・ タイでも衛生管理、ワークフロムホーム、新しい参拝などニューノーマルが発生
- ・ FVCにおいても、ニューノーマルに応じて新たな動きの導入が加速していく想定

2.2 COVID-19による影響と現状

COVID19 の状況

- ・ 新規感染者数の減少とともに制限も緩和されてきたが、昨年12月以降から第2波が襲来
- ・ 非常事態宣言は、2021年2月末まで延長。28都県を高度管理地域に指定（レッドゾーン）
- ・ 生産量：砂糖は継続的に減産するが、野菜・果物加工品、ペットフードは需要増で生産拡大見込み。中国にてエタノール原料となるトウモロコシの在庫が減少、タイ産キャッサバの需要が拡大し価格高騰化
- ・ 消費量：外食産業での肉の消費量が継続的に減少、観光客の入国規制緩和による消費回復を期待。世界的な感染者拡大の長期化から、砂糖と医療エタノール価格は2021年も高騰化が続く予測
- ・ 輸入量：シーフードが加工用原材料が枯渇し前年比を下回る。一方で砂糖の減算により輸入量が増加
- ・ 輸出量：シーフードは加工食品需要の増加から輸出量が増加
- ・ 加工食品、冷凍食品、有機食品の生産と消費：衛生管理や安全対策から調理済みの加工食品や冷凍食品の需要が急増。一方で原材料不足や工場の増設など生産量の拡大には一定の制限へ
- ・ 小売・レストランの店舗数・売上：大手チェーンの外国人観光客やビジネス会食利用者向け店舗にて回復の遅れが目立つ結果へ
- ・ 包装食品：安全対策や衛生管理の観点から、包装食品を好む傾向が誕生。パッケージ売りが増加
- ・ 外食サービス：外出規制からフードデリバリーの利用急増。ロックダウンが続く地域ではドライバーが不足
- ・ 消費者マインド：フードデリバリーの利用が広まる。ロックダウン後も人混みを避けるためにフードデリバリーサービスの利用が根強く残る

COVID19における農林水産物への影響（マクロデータからの見解）

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告 7.1 TV会議概要

タイのTV会議のスピーチ・議論内容は次の通り

2. NRILekチャー 続き

2.2 COVID-19による影響と現状

COVID-19によるFVCへの影響と
顕在課題

- ・ 農業生産：COVID19 の感染拡大を受け、労働者不足から植付け時期を遅らせる農家が多発。また、鶏卵禁輸措置など一時的な輸出入規制により国内外の供給バランスが乱れた。
- ・ 保管 & 運送：貨物が急激に増加。増便するなど各社対応するが、送り出したコンテナの回収に通常以上の時間が掛かり、コンテナと輸送機器不足が深刻化。物流コストが上昇。
- ・ 加工：食品の安全性と保存管理に対する意識高まり、加工食品や缶詰製品などの需要が伸びる。一方で、加工用食品の魚介などの原材料の調達が一時滞り、供給に遅延が生じた
- ・ 卸・小売：外国人旅行客の減少により、小売・外食産業の売上低下。販売形態を、EC、テイクアウト、デリバリー形式へと変化
- ・ 消費：消費者の購買チャネルはオンライン中心に変化。都市部を中心に消費者の食に対する健康志向が高まる

COVID-19における政府・企業・
第3国/国際機関支援策

- ・ COVID-19の危機に対処する農家・サービス・観光産業向け政府による経済刺激策、企業・第3国/国際機関による支援策とその事例

タイにおけるFVC上の顕在課題

- ・ FVC上で発生している課題および発生可能性のある課題（20課題）

2.3 ビジネス機会の方向性仮説

Key Issuesと投資領域

- ・ FVC上で発生している課題および発生可能性のある20の課題から、大きく3つのKey Issuesを想定
 1. 農業生産の生産改革・非常事態耐性強化（課題①－④等）
 2. 消費形態の変化に対応した流通構造の構築（課題⑬、⑰、⑲、⑳等）
 3. 安心・安全確保の必須化（課題⑦、⑧、⑨等）
- ・ タイでは投資領域を「体質改善」と「肉体改造」と把握

2.4 日本企業の技術・ソリューション

投資が進む可能性のあるテーマと
日本が保有する技術・
ソリューション

1. 農業生産の生産改革・非常事態耐性強化
 - ✓ 「輸入・輸送制限に対する強靱化」、「スマート農機の活用や調達・販売のプラットフォーム利用」
→ EDI管理によるデータ入力省人化、道の駅（直販モデル）、流通プラットフォーム、スマート農業
2. 消費形態の変化に対応した流通構造の構築
 - ✓ 「コールドチェーンの強化」、「O2O・DX対応」、「健康食・ミールキットなど新ニーズ対応」
→ EC展開支援ツール、コールドチェーン、IoT家電 + ミールキット、完全栄養食品
3. 安心・安全確保の必須化
 - ✓ 「自店舗・工場のみならず、FVC全体を通じた食の安全性の担保」
→ 品質・衛生管理高度化食品加工工場省人化、トレーサビリティプラットフォーム

2.5 ウェビナー後の進め方

ビジネスマッチングの設定

- ・ 日・タイ両国の事業者、政府機関の皆様向けに、実際の事業展開に関わるビジネスマッチングや事業機会の議論の場の設定

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告 7.1 TV会議概要

タイのTV会議のスピーチ・議論内容は次の通り

3. Q&A セッション	視聴者からの質問内容	NRIからの回答
肉の輸入量に関する質問 (P.11)	- タイは肉の主要輸出国であるが、肉の輸入量も多いのか教えてください - タイが輸入する肉の種類を教えてください - 肉を加工用原材料と輸入し、再輸出しているのか教えてください	- 掲載データに誤りあり。シーフードがもっとの多い輸入品目 - ウェビナー中にデータを修正し視聴者へ再掲示 - 牛肉（輸入先：オーストラリア、NZ、日本など） - 実績として、ハム、ソーセージ、コンビーフ、冷凍食品などに使用し、米国・欧州、近隣諸国を中心に再輸出している
現地企業、日本企業との協業に関する質問	COVID-19により顕在化した課題がある中で、現地企業と日本企業でどのようなコラボレーションが出来るのか？成功や失敗事例なども併せて教えてください	- コロナ禍から生まれた協業や成功事例などは現段階ではまだ見受けられないが今回紹介した日本の技術・ソリューションは全般に当てはまる - 特に、ハードにおいては「食品のトレーサビリティ、安心安全の技術」、「コールドチェーン周りの技術」などの技術など - また、ソフト面では、ECサイトの立ち上げやその関連ロジであり、日本の技術を使うと言うより、まだ満たされていない領域において新しいアイデアと一緒に発想するイメージである
設備投資に関する質問	COVID-19の状況下における設備投資をしたらどの分野か教えてください	「ロジスティクス周りの投資」が加速すると考える - 特に、倉庫、輸送機器、EDIなどの電子化・効率化のロジスティクス分野への投資。特に、農業生産に関しては、産業プレイヤーの多くは資金体力がないため、官民のコラボレーションが重要となる
食品のトレーサビリティ、安全担保に関する質問	- 現地企業で既にトレサビや安全担保に向けたデータビジネスは始めているところはあるのでしょうか。それともまだ時期尚早というイメージでしょうか。 - もし市場が始まっているのであれば、どういうチェーンのプレイヤーが主導権を握っているのでしょうか？財閥系の小売事業者になるなど教えてください	- 食品のトレーサビリティや労働者不足への投資は必須領域である - CPグループなど加工食品にデータバーコードなど進んでいる。しかし、外部向けというよりは自社内でトレーサビリティの担保は行っている程度と考えられ、今後は消費者向けに作っていかなくてはいけない領域。これから進む領域と考える
経済の回復に関する質問	COVID-19の影響で成長のスピードへの影響はあるのか教えてください	COVID-19の影響により経済の成長がマイナス影響を受けたが、消費者のトレンド自体は大きく変わらない。回復を待つのみと考える
食品の価格に関する質問	鶏肉以外にも卵の価格が高騰していることについてその事実に関する情報を教えてください	- パニック買いにより卵の価格が一時高騰。一部州では2～3倍へ。 https://www.bangkokpost.com/thailand/general/1887240/spike-in-egg-prices-raises-gouging-fear
政府の支援策に関する質問	農業生産において必要と考えられる政府の支援策があればご教授願いたい	農家の肉体改造・体質改造となる「スマート農機の活用や調達・販売のプラットフォーム利用」を推進させる支援策など

タイのTV会議のスピーチ・議論内容は次の通り

4. 閉会の挨拶

農林水産省大臣官房国際部
新興地域グループ国際交渉官
(東南アジア担当)
北田裕道氏

- タイの農林水産業・食品産業分野における新型コロナウイルス感染症の状況と影響、それにより顕在化した課題と対応例について、詳細に報告させて頂いた
- ポストコロナにおける今後のシナリオや日本が貢献できる領域について、野村総合研究所から仮説を提示させていただき、その後活発な意見交換を行うことができた
- 一概に本日報告した内容が、タイにおける事業展開やフードバリューチェーンの再構築のために必ずしもそのまま適用できるものではないと思うが、一つの考え方として、有益な情報を提供できたと思う
- 当省としても、引き続きフードバリューチェーンの構築や海外展開、輸出促進に向けて後押しができるよう、努力する次第である

タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題
4. 現地FVC 再構築に向けた動向
5. ビジネス機会の方向性仮説
6. 日本が貢献できる領域仮説

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告

1. TV会議概要

2. 現地企業・日本企業へのアンケート・マッチング結果

8. 事業構想案

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告 7.2 現地企業・日本企業へのアンケート結果

日本企業へのアンケート調査の結果、計11社がタイでのビジネスを検討、又は実施・拡張中と回答
また、現地企業とのマッチングでは、農業生産、食品加工、卸・小売り分野が最も高い関心と言える

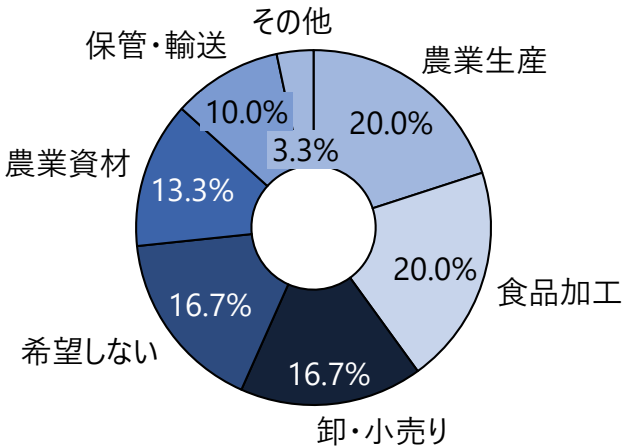
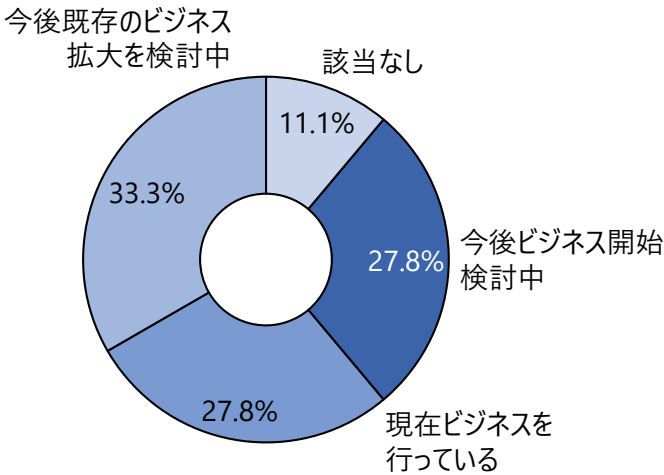
(n=11社)

タイでのビジネス展望の可能性(複数回答)

企業紹介を希望する分野(複数回答)

関心の高いテーマ (複数回答、トップ5)

日本企業



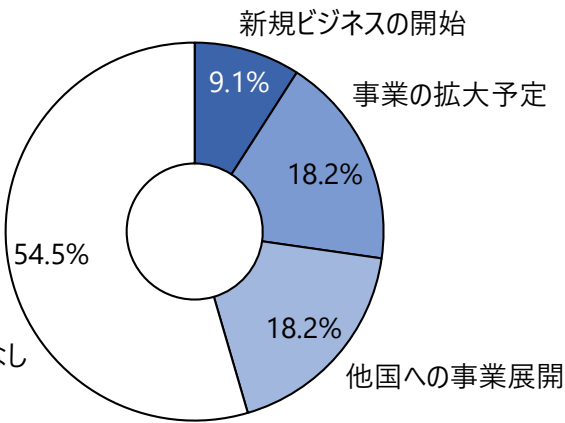
テーマ	票数
マーケティング戦略、販売チャネル戦略	11
現地企業とのパートナーシップの形成・役割分担	10
顧客情報、営業情報管理の実施・強化	5
現地企業の買収	4
生産管理の強化、品質担保、品質向上	3
IoT・AIの活用（スマートファクトリー、スマートリテールなど）	3

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告 7.2 現地企業・日本企業へのアンケート結果

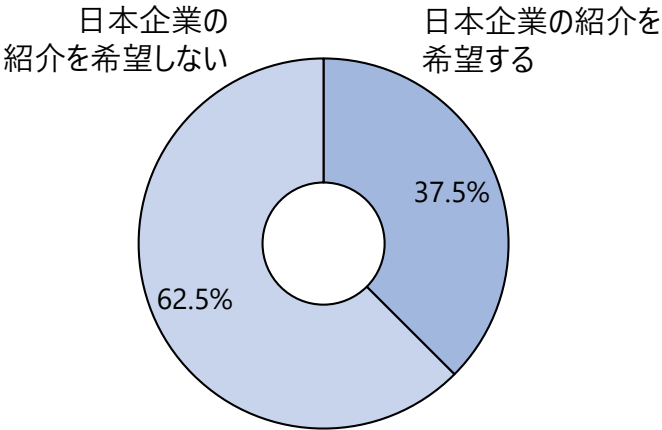
タイ企業へのアンケート調査の結果、事業の拡大・他国への展開が最も高い。また、マッチング内容では、外国企業とのパートナーシップ、生産・品質強化、ガバナンス強化などが最も関心の高いテーマと言える

(n=8社)

ビジネス展望の可能性(複数回答)



企業紹介を希望する分野(複数回答)



関心の高いテーマ (複数回答、トップ5)

テーマ	票数
外国企業とのパートナーシップ	3
生産管理の強化、品質担保、品質向上	3
ガバナンス、コンプライアンス強化	3
コスト・在庫削減、納期短縮など、事業オペレーションの最適化	2
マーケティング戦略、販売チャネル戦略	1
タイの従業員やスーパーバイザーのためのトレーニング	1

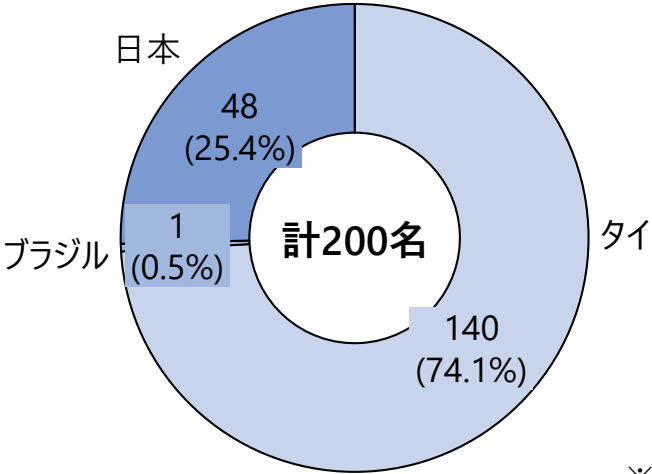
タイ企業

7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告 7.2 現地企業・日本企業へのアンケート結果

参考) 視聴者の参加者実績

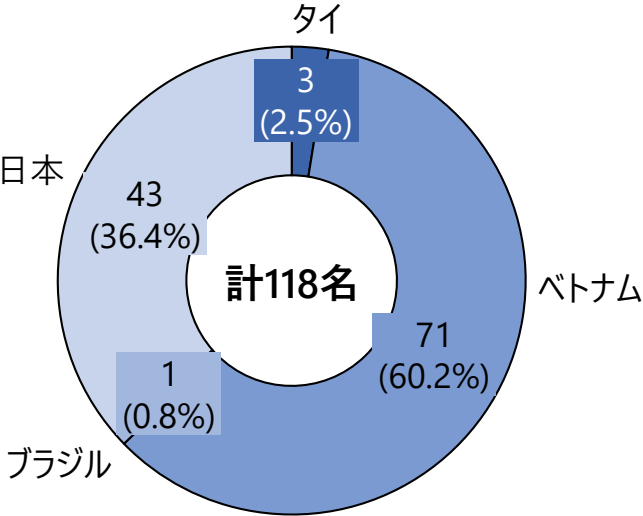
視聴者参加人数

タイ



※スピーカー登録は除く

ベトナム



※スピーカー登録は除く

参考) 事前登録者数

	人数
政府系関係者	53名
現地企業・団体	32名
日本企業	39名
計	124名

	人数
政府系関係者	9名
現地企業・団体	39名
日本企業	56名
計	104名

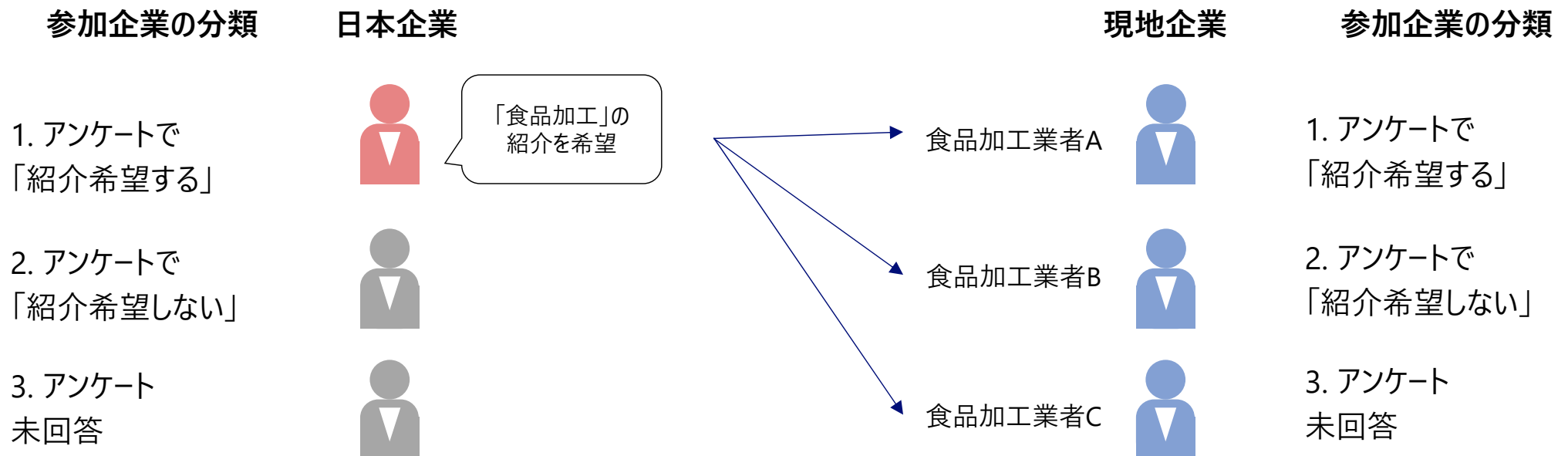
7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告 7.3 マッチング基本方針

マッチングを希望する両国の企業に対して、希望する業種と要件内容から相手国の参加企業の中から条件に合致する企業を抽出。相手国企業から連絡先の開示許可を頂いたのち共有し、個別議論頂く

■ マッチング基本方針

企業が紹介を希望する業種と希望する要件を参照の上、相手国の参加企業の中から条件に合致する企業を探す。条件に合致する企業がいれば、相手国企業の紹介文と連絡先を、紹介を希望する企業へ送る。その後のやり取りは企業同士で行う。

例) 日本企業が現地企業の紹介を希望する場合（現地企業→日本企業の場合も同様）



タイ

1. はじめに
2. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し
3. COVID-19により顕在化したFVCの課題
4. 現地FVC 再構築に向けた動向
5. ビジネス機会の方向性仮説
6. 日本が貢献できる領域仮説
7. FVC再構築検討のためのTV会議開催・結果報告

8. 事業構想案

8. 事業構想案 8.1 アンケート結果から見られる現地企業の課題・ニーズ

アンケート調査から、タイの水産加工企業が日本企業とのビジネスマッチングを希望 インタビューを実施し、以下3つの課題とニーズを把握

現地企業の課題・ニーズ概要

項目	内容
対象企業	水産加工企業
業種	水産加工食品、缶詰製品の製造・販売
現地企業 課題・ニーズ	< 1. 原材料の調達におけるトレーサビリティや環境配慮の徹底 > - ある調達先の漁船では、受刑者を違法に使った漁業活動（船会社、漁業会社によるコスト削減のため）を行っていたケースなどがあり、問題となった。これらの取引先を含めた情報開示や共有化等を徹底していき管理する必要がある - 原材料調達では、持続可能な水産業実現に向けた取り組み ⇒ニーズ：原材料の調達におけるトレーサビリティや環境配慮の徹底の実現 < 2. 食の安全や健康志向を起点とした新たな商品や技術開発 > - 食品関連のスタートアップとも協業しながら健康志向の顧客向けの製品開発を実施中 - 水銀・有害物質・添加物・塩分（ナトリウム）を除去・軽減した製品開発 - ビタミン、Omega3などの検討と美容を考慮した機能性製品開発 - 植物性ツナ缶開発（豆腐ベース） - フレーバー開発 - タイ国内のレストランチェーンとツナ缶を使ったレシピ開発 - 家庭向けレシピ開発 ⇒ニーズ：食の安全や健康志向を起点とした新たな商品や技術開発 < 3. 缶詰の殺菌処理、安心安全加工処理 > - 高熱処理によりツナの食感が落ちフレッシュ感が失われるため、魚の食感を維持しながら長期保存が可能となるような缶詰の高熱処理を目指したい ⇒ニーズ：缶詰の殺菌処理、安心安全加工処理

8. 事業構想案 8.2 食品加工会社を起点とした事業（日タイの協業）構想案

抽出した課題・ニーズを基に、想定される事業構想案を作成。「事業①トレーサビリティ開発」において、日本・タイの共同出資によるSPCを設立し、企業群での技術・サービス開発を行う形態が想定される

事業① トレーサビリティサービス開発

背景

【タイ側のニーズ】

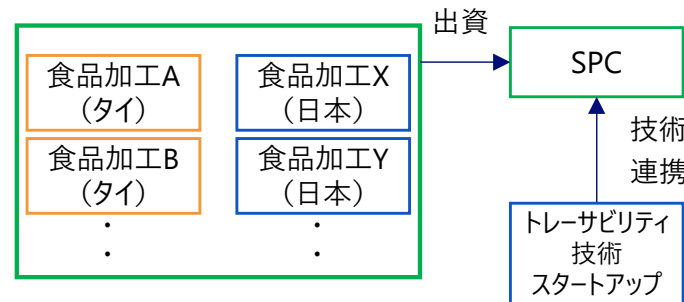
- 原材料の調達におけるトレーサビリティや環境配慮の徹底の実現

【日本側の提供可能技術等】

- トレーサビリティ関連技術
- グローバル調達ネットワークを有する企業群と情報

協業 パターン・ス キーム

【パターンA】企業群での技術・サービス開発



想定課題 と 政策支援

【想定課題】

- ✓ 一企業の努力や情報量では十分に管理しきれない（⇔企業連合での情報の共有化の難しさ）
- ✓ 集約情報やブロックチェーン等の最先端技術等を活用した暗号化が必要

【政策支援】

- ✓ 日・タイの企業連合をまとめるG2Gとしての働きかけ
- ✓ 将来的には日・タイ連合でのサービスの外販化を見据えた出資参画

8. 事業構想案 8.2 食品加工会社を起点とした事業（日タイの協業）構想案

「事業②安全・健康志向起点の新商品開発」において、食の安全・安心技術を保有する日本の食品加工企業・研究機関・スタートアップ等がタイ企業と共同で製品開発を行う形態が想定される

事業② 安全・健康志向起点の新商品開発

背景

【タイ側のニーズ】

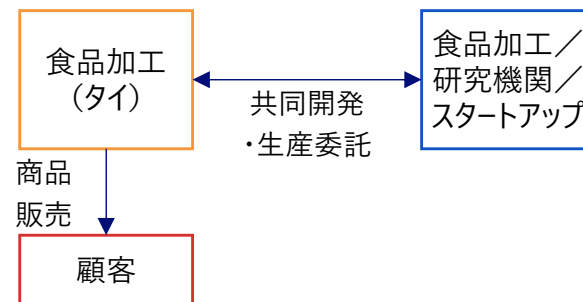
- ・ 食の安全や健康志向を起点とした新たな商品や技術開発

【日本側の提供可能技術等】

- ・ タンパク質の取り扱いやその他食品加工関連の基礎研究

協業 パターン・ス キーム

【パターンB】共同R&D



(タイ)

(日本)

想定課題 と 政策支援

【想定課題】

- ✓ 中小の研究機関や加工メーカ、スタートアップ等は現地企業へのコンタクトが難しい

【政策支援】

- ✓ 上記の仮説を元にしたビジネスマッチングの実施

8. 事業構想案 8.2 食品加工会社を起点とした事業（日タイの協業）構想案

「事業③安全加工技術の提供」において、日本の食品加工機器メーカーによる
安心安全の加工処理技術などのノウハウ提供や加工処理機械などの販売が想定される

事業③ 安全加工技術の提供

背景

【タイ側のニーズ】

- 缶詰の殺菌処理、安心安全加工処理

【日本側の提供可能技術等】

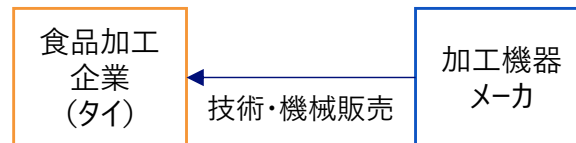
- 低温殺菌関連技術・機器

協業 パターン・ス キーム

【パターンC】加工技術の販売

(タイ)

(日本)



想定課題 と 政策支援

【想定課題】

- ✓ 中小の研究機関や加工メーカ、スタートアップ等は現地企業へのコンタクトが難しい

【政策支援】

- ✓ 上記の仮説を元にしたビジネスマッチングの実施

The text is framed by two decorative swooshes. The top swoosh is a thick, curved line that starts in blue on the left, transitions through purple and pink in the middle, and ends in orange on the right. The bottom swoosh is a thick, curved blue line that starts on the left and tapers off to the right.

Share the Next Values!