

毎日アジアビジネスレポート

特集号・タイの農水産物加工品

発行 毎日新聞社・毎日アジアビジネス研究所 東京都千代田区一ツ橋1-1-1
編集協力 在京タイ王国大使館農務担当官事務所

©2020 Mainichi Newspapers

国土生かした農水産国タイ 付加価値高め日本の食卓へ



タイの工場に集荷され冷凍加工されるバナメイエビ=Kingfisher Holdings Limited提供

特集・タイの農水産物加工品

自動車などの生産拠点が集中し工業国としての地位を固めるタイ。一方で、豊かな国土と海を生かした農水産業は依然GDPの8・5%（2017年）、就労者は全労働人口の42%を占め、同国の主要産業であり続けている。近年では一次産品を加工して付加価値を高める大規模なアグリビジネス（農業関連産業）が発展し、多くの農水畜産物加工品が日本へと輸出されている。新型コロナウイルス禍で家庭内の食品需要が伸び、スーパーマーケットでタイ産加工食品を手にする機会も増えている。日本の食卓に並ぶタイ産農産物加工品を紹介する。

目次

記事の内容は取材時（2020年6～8月）のものです。

畜産物

p3 ①人気の「冷凍唐揚げ」日本基準の品質で大量生産——ニチレイフーズ

水産物

p5 ②日本人の胃袋支えるタイ産「冷凍エビ」原料トレースシステムで安全性担保——マルハニチロ

p7 ③「ツナ缶」王国タイ 原料にこだわり「自社ライン」で生産——いなば食品

コメ及びコメ関連食品

p9 ④良質な原料米を求めて進出 日本生まれの「焼ビーフン」、タイで——ケンミン食品

p11 ⑤タイ産米使った「あられ、おせんべい」シンハー社と提携し世界戦略の拠点に——亀田製菓

p13 ⑥「香り米」輸入のパイオニア 世界の最高級米 日本の食卓に浸透を——木徳神糧

果物&野菜

p15 ⑦穏やかな気候生かし「冷凍エダマメ」輸出 厳格な生産管理食品——チェンマイフローズンフーズ

p17 ⑧シャキシャキ食感、世界1位の加工国 アロエを加工、デザートに——ホテイフーズ

p19 ⑨地元企業と二人三脚 半世紀に渡り「パイン缶」日本に届ける——三菱食品

その他の食品

p21 ⑩「タイの食文化を日本へ、日本の食文化をタイへ」食卓のタイフード・ブームを牽引——ヤマモリ

インタビュー

p23 国土の4割超える農地、豊富な水産物 食品輸出支える技術、インフラ、政府振興策
——チョンティサック・チャーオパークナム・タイ大使館農務担当官事務所所長

タイの農水産物加工品①

畜産物「冷凍唐揚げ」

人気の「冷凍唐揚げ」 日本基準の品質で大量生産

「ニチレイフーズ」



ショーケースに並ぶ鶏肉を加工したニチレイフーズの冷凍食品のラインナップ。並んでいるのはすべてタイの工場で生産された製品だ

＝東京都内で

唐揚げ、ささみ天、つくね——。売り場のショーケースにずらりと並ぶ鶏肉を加工した冷凍食品の数々。「冷凍食品唐揚げ売上ナンバー1の『特から』をはじめ、ここにあるのはすべて当社のタイの工場で生産している製品です」。冷凍食品大手「ニチレイフーズ」（本社・東京都中央区）の小幡修平・海外生産管理部長は話す。

日本の家庭で人気の高い冷凍唐揚げなどの鶏肉加工冷凍食品は、日本がタイから輸入する農水畜産物加工品の代表選手だ。政府の貿易統計によると2019年、海外から輸入された鶏肉調製品（主に冷凍食品）は金額ベースで2638億円。このうちタイからの輸入が1701億円に上る。

小幡部長によると、タイの鶏肉の年間生産量は約330万トン。このうち約44万トンが日本向けに輸出され、う

ち約30万トンが主に冷凍食品などの加工品、残りは未加工の冷凍鶏肉の形で日本に入ってくる。

鶏肉生産量トップ10に入る鶏肉大国タイで飼育されるニワトリの、11羽に1羽が唐揚げなどの冷凍食品となって日本の食卓に上る計算だ。ちなみにニチレイフーズの製品は30万トンのうち5万トン強。冷食メーカーとしてはトップクラスだという。

ニチレイフーズは1989年、タイ企業と合併でサムットプラカーン県に設立したグループ会社「スラボン・ニチレイ食品」（現スラボン・ニチレイフーズ）（SUNIF）社で日本向け冷凍食品の生産を開始。同社は94年に第2工場、97年に東部プラチンブリ県に3カ所目のカビンブリ工場、2010年にカビンブリ第2工場と次々に工場を増設。さらに2010年11月にはチョンブリ県にニチレイフーズのもう1社の現地との合併グループ会社「GFPTニチレイタイランド」（GFPTN）社を設立して生産を開始し、タイ産鶏肉冷凍食品の生産、日本への輸出を拡大してきた。今年秋にはGFN社

の第2工場も稼働を開始する予定だ。
SUNIF社は鶏肉を部位ごとに買い入れて加工。GFN社はニワトリを1羽ごと買い取り加工している。SUNIF社はほぼ全量が日本向け輸出だが、GFN社は日本人に人気のあるモモ肉は日本向け、欧州で好まれるムネ肉は欧州向けと、部位によって輸出先

を分けている。タイでスープなどに好んで使われるガラは国内向けに出荷、羽も加工して魚の飼料に利用するなど、1羽まるごとすべての部位を利用することによってコスト削減を図っている。



ニチレイフーズのグループ企業、スラポン・ニチレイフーズ社の工場（下）
チレイタイランド社の工場（下）

ニチレイフーズ社の工場（上）とGFPTニチレイフーズ社提供

日本で考案のレシピを 忠実に再現するスキル

小幡部長によると、自社の鶏肉加工食品はタイを中心に一部は中国と日本国内でも生産しているが、主力はタイでの製造だ。中国での生産は外部の工場によるOEM生産で、グループ内企業で生産しているタイのように全面的に加工技術を現地に移転することができない。

ニチレイフーズでは日本の研究開発センターで製品のレシピを考案し、タイの工場で日本人駐在員と現地スタッフが協力して実際の製造ラインでそのレシピ通りに製品を再現していく。日本で人気商品である鶏肉冷凍食品を多くの日本人に認めてもらうためには、調味料の配合や唐揚げの揚げ時間など日本で考え抜いたレシピ通りに、工場で製造していく必要がある。また、手作業（人の手）でやることで最終商品品質に大きく影響する工程もある。
「タイの工場には、忠実にまじめに、これを再現していくスキルがある」と小幡部長。日本の消費者の品質に対する要求は世界一厳しいとも言われる。

広く品質管理の概念が行き渡ったタイにはそれに応える素地がある。

直接、消費者の口に入る食品として安全性の確保は大前提だ。外部の認証機関の様々な監査を受け安全性を担保するほか、工場には本社から派遣された日本人スタッフが常駐し日本人の目で各工程のチェックを行っている。

それに加え、現地で急速冷凍した冷凍食品を日本に輸出するには、工場の冷凍庫から日本の冷凍倉庫まで一度も冷凍コンテナの電源を落とすことなく運搬する、高度なコールドチェーンが必要だ。「これは一企業で実現できることではない。国レベルで対応していないと難しい」という。

2011年にタイで起きた大規模な洪水などの気候面、さらには上昇する人件費などのリスクはあるものの、主力製品である鶏肉関連冷凍食品のタイ生産の利点は明らかだ。「タイや中国以外の国での生産も検討はしているが、安全、安心な商品を安定的に大量供給できるという点で、タイの優位性は当面揺るがない」と小幡部長は話す。

タイの農水産物加工品②

水産物「冷凍エビ」

日本人の胃袋を支えるタイ産「冷凍エビ」 原料トレースシステムで安全性担保



タイで冷凍加工され日本に輸入されるバナメイエビ
＝Kingfisher Holdings Limited提供

——マルハニチロ

フライや天ぷら、寿司ネタにと、日本人の食卓に欠かせないエビ。国内産は昨年、天然、養殖合わせて約1万5000トンだったのに対し、海外からは国内産の10倍を上回る約16万トンが輸入されている。数量からいえばベトナム、インド、インドネシアが輸出元のトップ3だが、タイ産のエビは原料のトレースシステムが整備され、安全性が高いのが特徴だ。

大手水産会社「マルハニチロ」（本社・東京都江東区）のタイのグループ企業「キングフィッシャー」社は、バンコク近郊のタイ湾に面したサムットサコン県と、タイ南部のソンクラの2カ所に冷凍食品製造工場を持っている。タイ全土で養殖される新鮮な生のエビを年間1万トン以上集荷して加工し、うち4割を日本向けに輸出している。



タイのエビ養殖施設
＝Kingfisher Holdings Limited

同社のタイ産冷凍エビは日本で、寿司ネタやサラダ、ピザにトッピングされるボイルエビ▽コンビニのレジ横5コーナで販売されるエビフライ▽スーパーに並ぶ家庭用エビチリセット▽バスタソース具材用のエビスープや市販用冷凍食品——など、多彩な姿で消費者の口に入る。

現在、世界で養殖されているエビには、いずれもクルマエビ科の「ブラックタイガー」と「バナメイエビ」の2種類がある。ブラックタイガーは1尾30〜40グラムほどで、バナメイエビはそれよりもやや小ぶりだ。エビ養殖が各国で本格化した1980年代から、最初はブラックタイガーの養殖が中心だったが、後発のバナメイエビは生産



タイの工場に集荷され冷凍加工されるバナメイエビ＝Kingfisher Holdings Limited提供

効率がよく、養殖の環境への負荷もブラックタイガーに比べ小さい。現在では世界で生産されるエビの85%以上がバナメイエビだ。

サステナビリティ重視の 養殖目指す

マルハニチロ社によると、他国に先駆けてバナメイエビの優位性に着目したのがタイ政府だ。積極的な生産支援を行い、他国に先駆けてタイはバナメイエビ養殖のパイオニア的存在となった。現在、バナメイエビの養殖は世界中で行われているが、タイで養殖されるエビの特徴は、官民一体の原料トレースシステムに支えられたその安全性だという。

「弊社で集荷する原料のエビは、どこで育てられたかはもちろん、養殖業者の身分証明書（免許証等）の情報まで特定できる」と同社。養殖業者が責任を持って出荷する構造ができあがっており、抗生物質や抗菌剤といった薬剤の過剰投与や不法使用のリスクが、他国と比べて極めて低い。

マルハニチロ社によると、日本がタイからエビを輸入する際には、検疫当局による輸入時の残留抗生物質等の命令検査が免除されている。さらに近



マルハニチログループのタイの工場
＝Kingfisher Holdings Limited提供

年、サステナビリティを重視し自然環境と生物多様性の保護や児童労働の禁止などの社会的責任を定めた、養殖業に関する認証を取得した養殖も始まっている。

タイはタイ湾とアンダマン海に面した水産資源国。マルハニチロ社はエビだけではなく、アンダマン海で採れる新鮮なアジを加工したアジフライや、最終的には日本のグループ工場で竜田揚げに加工されるタイ産の小型マグロを、フィレカットした醤油漬けにして凍結して日本側に輸出するなど、様々な加工した冷凍水産物を日本へ輸出している。

「原料だけでなく、高い加工度の商品製造できるのがタイの水産業の優位性です」。同社はそう指摘する。

タイの農水産物加工品③

水産物「ツナ缶」

「ツナ缶」王国タイ 原料にこだわり「自社ライン」で生産 ——いなば食品

日本の食卓には欠かせないツナ缶。タイは世界有数のツナ缶製造・輸出大国だ。国内のスーパーの売り場にも、タイで生産されたツナ缶が並ぶ。タイで14年間、ツナ缶の生産を続けてきたいなば食品に聞いた。

**生産支える安定した
インフラ、製造技術**

ツナ缶は英語でツナと呼ばれるマグロ類やカツオを油漬けや水煮にした缶



タイで生産されているいなば食品のツナ缶＝同社提供



詰で、豚肉や牛肉などの宗教的なタブーもなく、世界中で消費される人気商品だ。世界食糧機関（FAO）によると、世界中で年間200万トン以上が生産されているが、このうち4分の1がタイ産。「原料となるカツオやマグロは、太平洋やインド洋の赤道に近い海域で漁獲される。タイがツナ缶製造大国になったのは、まず漁場に近い地理的な理由があります。弊社も当時他に選択肢がなく、ここで独自に生産を開始してきた」と、いなば食品マーケティング部は話す。

さらに安定した生産を支える電力などのインフラ設備もある。原料が鮮魚であるツナ缶の製造には、冷凍庫や冷蔵庫が必需品だ。停電があれば原料が傷んでしまう。東南アジアでは依然、

タイでは高い品質の電力供給が実現していることが大きい。「日本の技術も導入しながら培ってきた高い製造技術

も、タイのツナ缶産業を支えたと思います」という。

いなば食品（稲葉敦史社長）の起源は、江戸時代の文化年間（1805年）の、初代稲葉由蔵による静岡の焼津港に水揚げされる魚を原料とした鰹節生産にまでさかのぼる。

幕末から明治にかけては3代目稲葉7由蔵が鰹節生産を拡大し、併せて生ミカンのカナダ輸出を大々的に行った。1936（昭和11）年に現社長の祖父である稲葉作太郎が静岡市清水区由比に「稲葉缶詰所」を開き水産物の缶詰生産をスタート。戦後の48年に稲葉食品株式会社として再スタートを切った。

1971（昭和46）年には、当時加工用としてはほとんど使われていなかったカツオに混じって混獲される「キハダマグロ」に着目し、市場に先駆けて「いなばライトツナ」缶を発売した。キハダマグロという新しい資源

を使っただけでなく、魚肉のフレーク化や高速充填システムの導入などでツナ缶の大量生産化の道を開き、画期的な商品となった。

同社のツナ缶は国内で生産されてきたが、地震災害に備えたリスク分散やコストダウンを目的に、一部の海外への移転を検討。2000年代に入り、すでにツナ缶製造大国となっていたタイでの生産に乗り出した。

同社はタイの大手水産加工企業の工場の生産ラインに、自社専用のラインを設置。製造作業に当たるのはタイ企業側の従業員だ。専用の生産ラインにこだわったのは、原料であるツナの鮮度を確保するためだ。製造時には従業員にはいなば食品の帽子をかぶってもらっている。

しっかりと管理が行われているタ



人気商品となったタイカレーなどの缶詰＝同社提供



011年、ツナを使ったタイのグリーンカレーの缶詰として生まれた。100円台の低価格で本格的な現地の味が楽しめるという人気を呼び、鶏肉を使ったグ

イだが、それでも魚を生で食べる習慣がある日本とは鮮度に関する感覚が違う部分がある。いなば食品は工場に自社スタッフを派遣し、原料の鮮度をチェック。自社の目で確認した原料のみを受け入れ、自社の基準で管理して生産している。

現在、同社のツナ缶の売り上げの2〜3割をタイ産が占める。依然、主力は国内生産だが、食味や味はさほど大きくは変わらない。人件費などの関係でタイ産の方が少し販売価格は安くなるという。

カレーシリーズも大人気に

いなば食品の一つの柱に成長したのが、タイで生産している「カレーシリーズ」だ。ツナを使った新たな製品を模索する中で2

リーン、イエロー、レッドのタイカレーやインドカレー、さらにタイ料理で最近日本で人気を集めている鶏肉とバジルを炒めたガバオの缶詰など、次々に新商品が発売されてきた。

カレーシリーズは2013年から、中部サラブリー県に新設した自社工場で製造されている。「現地の香辛料を乾燥させず、フレッシュな状態でそのまま使うことができる。日本で缶を開けた時、現地そのままの香りを楽しめます」という。使用するハーブ類もすべて契約農家で厳しい農薬使用基準を守って生産されたものだ。

一方、製造開始から半世紀を経て、食品分野とともに同社の経営のもう一方の柱となっているのがペットフードだ。鶏肉などとともに、ツナ缶で使われない魚の血合いの部分が使われる。以前からタイでも生産されてきたが、14年にサラブリー県の工場に新たにペットフードの生産工場が併設された。この工場は現在、1000人の従業員を雇用し、次第に主力製品に育っている。



タイ中部サラブリー県にあるいなば食品の工場＝同社提供

タイの農水産物加工品④

コメ及びコメ関連食品「焼ビーフン」

良質な原料米を求めて進出 日本生まれの「焼ビーフン」、タイで

——ケンミン食品

ケンミンの「焼ビーフン」。一定世代以上の人ならば、テレビCMで流れる摩訶不思議な調子のコマーシャルソング？が記憶に残る人も多いだろう。米粉を製めんした「ビーフン」の国内市場で50%以上のシェアを持つトップ企業、ケンミン食品（本社・神戸市、高村祐輝社長）は、自社のすべてのビーフン製品をタイのチョンブリ県シラチャーにある子会社「ケンミンフーズ（タイランド）」の工場で製造している。

ビーフンは中国南部で生まれて台湾や東南アジアに広がり、各地で国民食として親しまれている。日本に広がったのは第二次大戦後、東南アジアから引き揚げてきた日本人が現地の味を忘れられず食べ始めたのがきっかけといわれる。台湾出身の高村健民が1950年、神戸でビーフン製造を始めたのがケンミン食品の創業だ。

ビーフンの製造には日本で作付けされて

整然と作付けされたビーフンの原料米となるインディカ米の田んぼ。タイ工場
で加工され、「ケンミン焼ビーフン」となって日本の食卓に上る
＝ケンミン食品提供



タイ工場で生産されている主力商品「焼ビーフン」。左の英語のパッケージは米国などへの輸出仕様。ケンミン食品提供

980年代以降、政府のコメ輸入規制強化で国内でのインディカ米入手が困難となり、日本のビーフンメーカーは危機を迎えた。ケンミン食品は「コメだけを使ったビーフンを作り続けた」と、インディカ米を生産する海外での生産に活路を求めた。

良質のインディカ米に巡りあったのが世界有数のコメの生産国、タイだった。87年に子会社を設立し、89年から製造を開始。創業者・健民氏の孫に当たり2019年就任した高村祐輝社長は、「硬質で良質なインディカ米が手に入り、原料調達から製造まで現地で一貫生産できるのがタイの強み」と語る。



タイ東部チョンブリー県にあるケンミンフーズ（タイランド）工場（写真上）。工場内は自動化が進んでいる。機械で押し出されるビーフン（同下） 11 いずれもケンミン食品提供

があるが、この中でビーフンづくりに適しているのはアミロースを豊富に含んだ固めのコメだ。ケンミン食品は、水や気候、土壌環境が適した地域の精米業者と契約を結び、その地域で同社のビーフン用に栽培されたコメだけを原料として使用する。

タイでは1年に3回コメを収穫する三期作も可能だが、原料米は品質を確保するため一期作のみ。残留農薬や遺伝子組み換えではないことを確認し、異物を取り除いて精製した原料米の価格は、タイの一般的な業務用米の2倍はするという。



現在、年間3200トンの原料米を使用し、ビーフン、フォー、ライス Pasta、ライスペーパーなどのコメ加工

食品を製造する。生産者の顔が見える原料にこだわりの、社員が年に数回、農家をまわって交流を重ねる。

タイから米国などへ輸出

今年1月には、1960年から販売されている味付け済みでゆで戻し不要のフライパンで炒めるだけの主力商品「ケンミン焼ビーフン」が、「世界で最も長く販売されている焼ビーフンブランド」としてギネス世界記録の認定を獲得した。これまでタイで生産したビーフンは、タイ国内の日本食品スーパーでごく一部が販売されるほかは、全量が日本向けに輸出されてきた。同社は今年から、米国と中東のドバイ向けに初めて「焼ビーフン」を輸出。また、現在の工場の隣接地に同社として3棟目となる第3工場を建設。生産ラインを増設して、タイから米国などへさらに輸出の拡大を目指す。

高村社長は「アジアで生まれたビーフンは、小麦を使わない『グルテンフリー』の健康食として欧米で人気が高い。味付きで誰にでも簡単に調理できる『焼ビーフン』は世界で我が社だけの製品で、世界のオンリーワンとして広げていきたい」と意欲を燃やす。

さらに同社は、日本市場の10%を占める主力製品の一つのはるさめについても、これまでの中国でのOEM生産からタイ工場での自社生産への切り替えを進めている。原料となる豆のデンブンは欧州から輸入する。日系メーカーとして、タイでははるさめ製造は同社だけだ。ビーフンなどコメ加工品やはるさめなど、工場では年間4300トンの食品を生産している。

新型コロナウイルス感染による「巣ごもり消費」の拡大で、焼ビーフンなど家庭向け商品は3月以降、好調な売り上げが続いている。一方で給食やレストラン向け業務用商品は厳しい状況だ。タイ工場では家庭向け商品の需要増に対応するため、緊急に従業員を採用して生産量を拡大しているという。

「食資源が豊かな国で、その食資源を求めて多くの日本企業が進出して日本や世界に加工食品を輸出している。政府も品質管理システムを推奨し、当社も国際的な品質管理システム認証を取得している。国際的な認証機関の拠点がタイにもあり、管理レベルを上げていく意欲のある企業が多い」。タイの食品加工産業について、高村社長はそう話す。

タイの農水産物加工品⑤

「コメ及びコメ関連食品」あられ、せんべい」

「タイ産米を使った「亀田のあられ、おせんべい」シンハー社と提携 世界戦略の拠点に」——亀田製菓

**コメ生産大国で
良質な原料米確保**

日本のお茶の間に欠かせない、コメからつくるせんべいやあられなどの米菓類。その米菓で国内シェアナンバーワンの「亀田製菓」（本社・新潟市、佐藤勇社長ＣＯＯ）は、世界戦略の一環として世界有数のコメの生産国、タイに進出し、タイ産のコメを使った米菓類を日本の他、欧米市場向けに輸出している。

1946年、新潟県で「亀田郷農民組合委託加工所」として水飴の委託加工からスタートした亀田製菓は、66年に「ピーナッツ入り柿の種」、67年に「サラダウス焼」、76年に「ハッピーターン」、86年に「ぼたぼた焼き」と、いずれも現在に続く国民的なヒット商品を生み出し、米菓トップ企業の地位を確立してきた。

一方で同社は、日本発の米菓の欧米やアジアへの販路拡大と、生産拠点の国際化というグローバル展開にも乗り

出している。1990年代から米国での製造販売を開始。今世紀に入ると中国、タイ、ベトナム、インド、カンボ

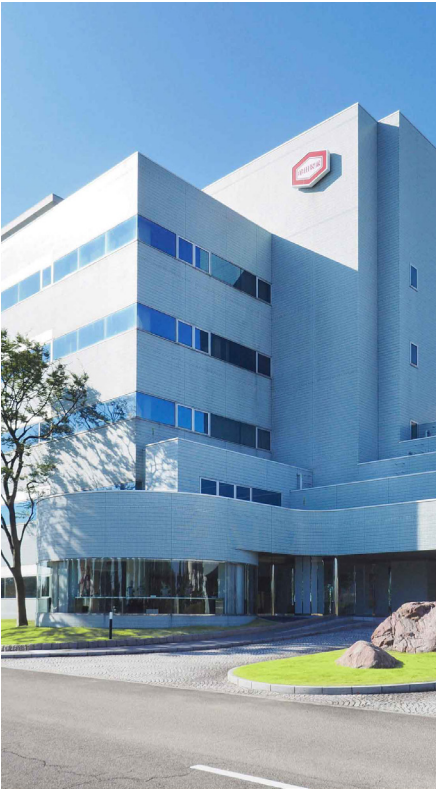
ジアと矢継ぎ早に拠点を拡大。このうち中国とタイとカンボジアは基本的には日本や欧米、豪州などへ輸出する製品の製造拠点。元々国内に一定規模の米菓市場が存在するインドとベトナムは、それぞれ両国の国内向けの製造販売拠点という位置付けた。

タイでは現地企業に資本参加する形で生産を開始し、2013年にこの会社を100%子会社化して「タイ・カメダ」社とした。「タイは日本の倍のコメを生産するコメ大国で、良質の原料米を確保できる。亀田製菓のグローバル展開の中で、製造拠点、さらには今後の国内市場として非常に重要な拠点」と、同社海外事業部の神田晋之介マネージャーは話す。

タイ・カメダ社の工場は1990年代初頭の建設で、30年を経て老朽化が目立ち製造コストがかさむようになってきた。亀田製菓は今年6月、地元大手ビルメーカー、シンハー・コーポレーションと新たな合併企業「シンハー・カメダ・タイランド」社を設立。タイ・カメダ社から合併会社に年内を目途に生産を移管する予定だ。

タイ国内で高い知名度を持つシンハー社との合併は、生産の効率化だけではなく、米菓を含む健康志向食品の市場拡大へ向けた狙いもある。「かつてタイ国内向けに商品開発も行ったが、まだ市場が小さかった。しかしタイを中心とした東南アジアは将来的な市場としての可能性は大きい。マーケティング、商品開発力に優れたシンハー社を選択した」と神田マネージャー。

さらに、シンハー社はアジアに限らず輸出販売を通して欧州にも強いネットワークを持っている。亀田の製品のアジアおよび欧州での販売に、このネットワークの活用も期待できる。



戦後、「亀田郷農民組合委託加工所」としてスタートした亀田製菓。ヒット商品を次々に生み出して国内最大の米菓製造メーカーに成長し、今は世界に進出している
＝新潟市の本社、亀田製菓提供

「シンプルなモチのうまさ」 タイ産米で実現

一方、亀田製菓は、WTO合意に基づき日本政府が輸入しているタイ産米を購入。日本国内の工場でも、タイ産米を原料として米菓を製造している。タイ産米を全面的に活用した製品が、一口サイズの堅揚げモチ「堅ぶつ」だ。

「鏡割りしたモチをおばあちゃんに揚げたあられ」をイメージしたという「堅ぶつ」は、他の製品よりもさらに堅いかみ応えが売り物。「日本のコメを使うともう少し柔らかい食感になり、堅さを出すのにタイ米が非常によかった。油のくどさも抑えられ、シンブルにモチのおいしさを味わえる」と、マーケティング戦略部の渡辺重樹



タイ米を使って日本国内で製造されている堅揚げモチ「堅ぶつ」。タイ米の持ち味を生かしかみ応えを出している

＝亀田製菓提供

が、現在ではグルテンフリーは当然で、さらに添加物のないものと健康志向はどんどん強まっている。世界の健康志向の高まりの中で、米菓を浸透させていきたい」と神田マネージャーは話す。

マネージャー。

亀田製菓が原料米として使用するタイ産米は、タイ・カメタ社の工場と合弁会社の工場を含む年間約7000トン、日本国内の工場と同4300トンに上る。タイ工場からは約2割がバルクの状態で日本に輸出され、日本の工場で海苔巻きせんべいやあられの材料として使われる

タイで生産する残り8割は欧米向けの輸出だ。亀田製菓は海外における売上高を、2023年度には30%まで引き上げる目標を掲げている。タイ産の米を使った日本発祥のせんべいやあられが、さらに世界に広がることになる。

米菓は小麦を使わないグルテンフリー食品。「欧米では5～6年前には『グルテンフリー』がトレンドワードだった



タイで生産される米菓の数々＝亀田製菓提供

タイの農水産物加工品⑥

コメ及びコメ関連食品「ジャスミンライス」

「香り米」輸入のパイオニア 世界の最高級米 日本の食卓に浸透を



真っ白な粒が美しいタイ香り米（ジャスミンライス）。「世界ライスコンテスト」で何度も最高賞を受賞するなど、国際的には最高級のコメの一つに数えられている
 〓 木徳神糧提供

日本で主食として食べられているコメは粘り気の強い「ジャポニカ」系。しかし世界では、粒が長く粘り気が少ない「インディカ」系が主流だ。大手米穀販売の「木徳神糧」（本社・東京都、平山惇社長）は、インディカ系の最高級品種であるタイの香り米（ジャスミンライス）を日本に紹介するパイオニア的存在。コロナウィルスによる「巣ごもり消費」の拡大もあって、同社の「タイ香り米」は一般家庭向け販売が急増している。

香ばしい匂い 気分はバンコク

電子レンジで加熱した「タイ香り米」のパックを開けると、香ばしい匂いが立ち上る。口に運ぶとインディカ系のパサパサ感はなく、米の甘さが広がる。プームを呼んでいるレトルトのタイカレーやガバオ（鶏ひき肉のバジル炒め）などのタイ料理とあわせれ

ば、日本の家庭に居ながら気分はバンコクだ。

タイの香り米は、国際的には世界でも最高級のコメの一つだ。隣国カンボジア産とともに、世界の米穀関連業界が選ぶ「世界ライスコンテスト」で最高賞受賞の常連。価格はタイ国内の一般的な主食米の3倍程度と高価で、生産量の8割は海外輸出向けという。

タイ東北部のナコンラチャシマ県に本社を置く大手精米企業「チアメン」社は扱いの9割が香り米で、この分野のトップ企業。同社の香り米は世界統一の「ゴールデンフェニックス」というブランド名で、国内外で販売されている。

木徳神糧はチアメン社と特約店契約を結び、同社の香り米を日本で独占的に輸入販売している。一般消費者向けには450グラムのパックを中心に、輸入食品販売で知られる「カルディーコーヒーファーム」の全国の店舗で販

木徳神糧

売。また明治屋や紀伊國屋などの高級スーパーチェーンでも扱っている。

当初は販売に苦勞

木徳神糧がタイの香り米輸入に乗り出したのは、1990年代後半。しかし、当初は販売に非常に苦勞したという。

日本では1993年、冷夏のため米7づくりが極端な不作となってコメ不足



香り米の取り扱いでは
タイでもトップの「チアメン」社



タイ香り米の450グラムのパックと、新たに発売された電子レンジでチンするだけの1食分パック＝木徳神糧提供

が深刻化。政府はそれまでの「一粒たりとも輸入しない」との国内農家保護政策を転換し、中国や米国、そしてタイなどからのコメの緊急輸入に踏み切った。この時、タイから輸入されたのは一般のインディカ系の主食米。インディカ米になじみのない日本人には「パサパサしている」などと不評で、大量に売れ残った。日本の要請に応じてせっかく輸出したコメが廃棄処分され、タイ側で不満が高まる事態も招いた。

木徳神糧が香り米の輸入に踏み出したのは、95年のガット・ウルグアイラ

ウンドに基づくミニマムアクセス米の輸入開始がきっかけだ。「香り米は緊急輸入のタイ米とは違う品種で、柔らかくパサパサ感もない。日本人にも受け入れられる味」と、同社海外事業部の大森明部長補佐。しかし緊急輸入時の「タイ米」に対する悪いイメージが残り、最初に輸入した数十トンのロットを完売するのに何年もかかったという。

同社は毎年日本で開かれるタイフェスティバルで、香り米を「ヤマモリ」社のタイカレーといっしょに食べてもらうなど地道な活動を続け、需要の拡大に努めてきた。数字は徐々に伸び始め。昨年の輸入量は10年前と比べほぼ倍増の約2000トン。右肩上がりの拡大が定着してきた。

「巣ごもり」需要で販売急増

これまでは8割がレストランなどの業務向け。一般家庭向けは2割程度だったが、ここへ来て「巣ごもり需要」で家庭向けが伸びている。「『いつもと違うものを、自宅で食べてみたい』という人が増えている。一般家庭向けは単月で前年比200%以上の伸び」と大森部長補佐。タイフェスティ



タイは日本と同じ米づくりの国だ＝木徳神糧提供

バルなどで消費者から寄せられていた「手軽に香り米を食べたい」という声を受けて、1食分180グラムをパックに詰め電子レンジの加熱で食べられるパック商品も販売を開始した。

チアメン社の香り米は、タイ東北部のコラート台地（イサーン）を中心とした限られたエリアの契約農家が栽培している。乾いた気候とやせた土地で、タイでも貧しいエリアとされてきたコラート台地だが、「香り米はコラート台地のように、土壌に塩分があるほうが向いている」と、木徳神糧海外事業部のタイ人スタッフ、ジョイス

さん。「一般的な農薬検査などに加え、日本向けに特別に管理、コントロールされたコメが輸出されています」と話す。

ジョイスさんによると、タイ国内でもコロナ禍で香り米のオンラインを含めた売り上げが伸びているという。1882（明治15）年創業の木徳神糧と1937年創業のチアメン社という両国の老舗米穀会社がタッグを組んで、世界が認める「タイの最高の味」を広げる挑戦が続く。

タイの農水産物加工品⑦

野菜&果物「冷凍枝豆」

穏やかな気候生かし「冷凍エダマメ」輸出 厳格な生産管理で安全性を確保——チエンマイ

フローズンフーズ



タイで収穫され冷凍で日本に輸出されるエダマメ
＝チエンマイ・フローズンフーズ社提供

日本でビールの友として親しまれるエダマメ。スーパーへ行けば、パツケージに「タイ産」と記された冷凍エダマメが売られている。なだらかな山岳地帯に囲まれたタイ北部は、台風がなく気候も比較的穏やか。エダマメやインゲンなど日本向けの野菜が栽培され、冷凍加工されて輸出されている。

バンコクに本社を置く「チエンマイ・フローズンフーズ」社は、エダマメ、インゲン、スイートコーンの3品目を中心に、タイ北部を中心とした契約農家6000～8000軒が栽培した作物を北部の中心都市チェンマイ近郊にある2カ所の工場で冷凍加工。85～90%を日本の商社や食品加工メーカー、小売業者向けに販売。残りはタイ国内及び欧州や米国向けに販売している。

同社は1988年、日本の総合商社

と台湾、タイの3者の合弁企業としてスタートし90年から生産を開始した。当時、日本は台湾から冷凍エダマメやインゲンを輸入していたが、第2の供給国として厳格な生産管理の下に安定して枝豆を供給できるタイが選ばれ



近代的なチエンマイ・フローズンフーズ社の工場で箱詰めされていく冷凍枝豆＝同社提供

た。チェンマイ・フローズンフーズ社は94年にはタイ証券取引所に上場。昨年2019年の年間売り上げは3800〜4000万ドルに上り、大手の冷凍野菜製造、輸出企業に成長した。

徹底した残留農薬検査

現在、日本へのエダマメ輸出のトップは台湾、2位はタイ、3位は中国だ。ライバル輸出国との競争で最も気を使うのが、製品の品質と安全性。ア



タイ北部の中心都市チェンマイ郊外にあるチェンマイ・フローズンフーズ社の工場
〓 同社提供

ンクーン・ポルピパッタナポーン社長によると、同社は日本の残留農薬基準を満たすため、契約農家に対し厳格な基準を設定して監督。収穫前、原料段階、半製品段階、完成品段階で残留検査を実施している。また製造工程では、食品製造工程の安全基準を定めた国際基準「FSSC」などに従い、製品の安全性が国際基準に合致していることを確認している。

アンクーン社長は「あらゆる工程で最高の品質を維持し、また最新の日本の規制を確実に順守するために、製造工程や品質管理の情報を常に日本の取引先のお客様と交換し、お客様からは高い評価をいただいている」と強調する。

「タイの農産物加工産業は過去10年から15年の間に、国際的な食品安全の概念を取り入れて最新の生産スキームを導入し、その水準を大幅に引き上げてきた。タイの農業もまた世界基準に準拠するため、地元農家の知恵を取り入れながらその質を高めていく」。アンクーン社長は「個人的な意見」としながらも、タイの農産物と農産品加工産業についてそう話す。



契約農家で栽培されるエダマメ。残留農薬などの管理のため農家には厳しい栽培基準を課して、守ってもらっている＝チェンマイ・フローズンフーズ社提供

タイの農水産物加工品⑧

果物＆野菜「アロエ缶」

シャキシャキ食感、世界1位の加工国 アロエを加工、デザートに——ホテイフーズ



登録農家で栽培されているアロエベラ。缶詰として小売店に並ぶほか、ヨーグルトやゼリー、生菓子やパンのトッピングなど、幅広く利用される
＝ホテイフーズコーポレーション提供

バンコクから南へ約200キロ。海辺の保養地ホアヒンを擁する中部プラチュワップキーリーカン県にある「プランブリーホテイ」社の工場は、年間2万4000トンのアロエを加工する世界でも最大規模の食用アロエ加工工場だ。

1995年に設立されたプランブリーホテイ社は、「ホテイのやきとり」で知られる缶詰食品メーカー「ホテイフーズコーポレーション」（本社・静岡市、山本達也社長）の子会社。扱っているのは、アロエの一種で世界各地で食用として栽培されている「アロエベラ」だ。同社によると、タイは世界1位のアロエベラの加工国。日本での消費も多いが、ホテイ社の製品は日本以外にも輸出され、ペットボトル飲料に充填されて全世界で消費されている。

ホテイ社は日本向けにアロエベラを、ボイル処理を経てシロップ漬けにしてい

る。苦みや臭みはほとんどなくシャキシャキとした食感が楽しめる。一般家庭で楽しめる自社ブランドの「デザートアロエ」缶詰の製造のほか、業務用製品をアロエヨーグルトやカップゼリーの材料として乳業、製菓メーカーに納入している。その他にも、ホテルのバイキングや病院、介護施設のデザート、生菓子やベーカリーでのトッピングなど、幅広く利用されているという。

南北に細長く伸びたマレー半島の最北部にあるプラチュワップキーリーカン県は、特に工場のあるプランブリーやホアヒン、



タイの工場生産されている「デザートアロエ」と「デザートナタデココ」
＝ホテイ社提供

クイブリー、サムロイヨードといった県北部でアロエベラの栽培が盛んだ。ホテイ社以外にもアロエ加工工場が何社が存在している。加工企業は、新たなアロエの作付けや、これまでパイナップルを栽培してきた農家への転作の要請などをしており、アロエベラの作付けは増える傾向にある。

ホテイ社は原料となるアロエベラについて、栽培する畑の周辺環境を調査したうえで、登録した農家のみから供給を受けている。アロエの栽培で農薬を使用することはほとんどないが、雑草の除去目的で除草剤を使うことはある。使用する除草剤の種類や散布履歴を農家ごとに記録し、定期的に外部の分析機関に依頼して重金属や残留農薬の検査を実施するなど、トレース体制を整えている。



肉厚の葉が利用されるアロエベラ。ラットを使った実験では、コレステロール値改善などの健康効果も実証されている。ホテイ社提供

「アロエベラは、東南アジアではベトナムなどでも栽培されているが、タイでは灌漑などが整備された畑が多く安定した原料供給ができることが強み」。ホティフーズコーポレーション販売部商品企画課の水野拓真課長は話す。

プランブリーホテイ社は設立当初は別のフルーツの加工を手がけていたが、日本国内の大手乳業メーカーがアロエヨーグルトを発売し人気が高まったことを受けて、アロエベラ缶詰の生産を開始。テレビでアロエの健康効果が紹介されると、生産が追いつかないほどの人気商品となった。2004年と05年、同社と東京農業大学との研究で缶詰加工されたアロエベラの健康効果を検証。ラットを使った実験で、アロエベラが血中コレステロール値を改善し、血糖値上昇を抑制する効果があることも実証した。

ナタデココも生産 最新設備で品質安定化

同社は、ココナッツの加工品であるナタデココの生産にも取り組んでいる。ココナッツウォーターを主原料に、ナタ菌と呼ばれる菌で発酵し固め



四角くカットされたアロエベラを選別する従業員。
最新の設備を整えた衛生的な生産設備だ＝ホテイ社提供

たもので、原料はタイ国内で調達している。

アジア各国でのナタデココの生産は、一般的には農家の家庭内工業で発酵まで行い、それを缶詰工場加工するケースが多いが、ホテイ社はナタ菌の培養、ナタデココの発酵も工場内で行い、空調の整った設備で発酵温度を管理するなど最新の設備で品質の安定

化を図っている。カット機、洗浄機など加工や異物混入のための設備も近代的で、漂白剤を使わず白く透明感のあるナタデココに仕上がっている。

「日本市場向け製品を長年製造してきた工場で生産するため、高品質な製品を供給できることが利点」。水野課長は、タイの現地工場への信頼感をそう語る。

地元企業と二人三脚 半世紀に渡り「パイナップル」日本に届ける

——三菱食品



作付けされたパイナップルが実を付けた東部ラヨーン県のパイナップル畑
＝三菱食品提供

タイは年間最大200万トンのパイナップルを収穫する世界最大の生産国。収穫されたパイナップルは大部分が缶詰や果汁、ドライフルーツに加工され海外に輸出されている。三菱商事グループの食品商社、三菱食品（本社・東京都文京区、森山透社長）は半世紀近く前から、タイの製造企業と二人三脚でパイナップルを生産し日本で販売。南国の甘い香りを日本の消費者に届けてきた。

食べて飲んで
2度楽しめるパイナップル

缶切り不要のプルトップ式の黄色い缶を開けると、甘い香りが広がる。今年2月に三菱食品が発売した「Lily Casual パインスライス100%ジュース漬け E03号缶」は、輪切りの果実をシロップではなく果汁

で漬けたパイナップルだ。砂糖不使用で、漬け汁はそのままパインジュースとして飲むことができる。非濃縮の100%パイン果汁は、甘過ぎずさわやかな味わい。食べて飲んで、2度楽しめるパイナップルだ。

「リリー」は三菱食品のトレードシヨナルなフルーツ缶ブランド。「カジュアル」はそのセカンドブランドで、コンセプトは「品質そのまま、値段そこそこ」だ。同社のパイナップルは一



今年2月発売されたLily Casual パインスライス100%ジュース漬け E03号缶＝三菱食品提供



TPC工場と合わせ年間40万トンのフルーツを加工するラヨーン県のSAICO工場

＝三菱食品提供

般的なシロップ漬けがリリーとリリーカシユアルで1種類ずつ。さらに新発売のカシユアル「100%ジュース漬け」1種類の、計3商品で展開している。

2カ所の工場 年に40万トン加工

製造しているのは、タイのパイン缶製造企業「タイ・パイナップル・キャンニング」(TPC)社。現在、タイでトップ、世界でも4位のパイン缶メーカーだ。前身企業は1967年の創業で、72年に三菱商事との合併でTPC社となった。2002年にタイで

5位だった同業の「SAICO」社を子会社化してからは、マレー半島側のホアヒンに近いプランブリにTPC工場、東部のラヨーンにSAICO工場を構え、SAICO社が2工場でパイン缶詰製造を運営している。18年には三菱食品が商事の持ち株をすべて買収し、現在は三菱食品の出資会社になっている。

TPC社役員も務めた三菱食品加食事業本部商品開発オフィスの森川博昭室長によると、バンコクを中心に西にTPC工場、東にSAICO工場と産地が2カ所に分かれることで、原料の安定確保が図れるという。2工場合わせて年間40万トンのフルーツを加工。

製品は5〜10%程度が日本向け、残りは欧米など全世界に輸出されている。

原料のうち1割ほどは自社農園、残りは工場周辺の契約農家から仕入れている。担当者が農家を定期的に訪問し生育や農薬の使用状況を直接確認。農家とのコミュニケーションを大切に、農家が生活できる買い入れ価格保証制度を設けている。

工場の加工現場では原料のトレーサビリティや残留農薬のチェックなどの一般的な「安心安全」対策に加え、原料の二重洗浄や金属探知機、磁石などを使った異物除去などを行っている。さらに、すべての缶をたたいて異常がないかを確かめる日本発祥の「打検」を実施。「少しでも缶にへこみがあると返品になってしまう」という、

欧米に比べても厳しい日本の消費者の基準に対応し、「日本の市場でも消費者からのクレームはほとんどありません」(森川室長)という。

コロナでパイン缶需要は急増

今年3月以降、コロナウイルス感染拡大に伴う休校措置で子供が自宅にいる時間が長くなり、パイン缶はデザートとして食べられるだけでなく、特

に自宅でのパンケーキなどの製菓材料として需要が急増した。また8月の猛暑でフルーツ缶全般の販売が好調だという。

しかしタイでは昨年と今年、エルニーニョ現象や地球温暖化によるとみられる降雨不足が影響し、パイナップルは記録的な不作が続いている。農家がパイナップルからタピオカやゴムに転作する動きもあり、需要を満たす原料確保が困難になっている。三菱食品は5〜7月、出荷調整を実施。また、需要に応じるためにタイ以外の国からも製品の輸入に踏み切った。

森川室長はTPC社役員だった5年ほど前、加工のバラエティーを広げようとドライフルーツの製造を提案。TPC社は3年前からパイナップル、マングロー、パイアなどのドライフルーツ製造にも乗り出し、日本のコンビニなどで販売している。

「三菱食品のTPC社への出資比率は20%だが、そもそもTPCは三菱商事がタイのオーナー家と設立した会社で、三菱商事グループとの関わりは深い。私たちはただタイから製品を買って日本で売るだけではなく、タイに根付き、タイでものを作っていく企業でありたい」。森川室長はそう話す。

タイの農水産物加工品 ⑩

その他の食品 「レトルトカレー」

「タイの食文化を日本へ、日本の食文化をタイへ」
食卓のタイフード・ブームを牽引——ヤマモリ

「グリーン」「レッド」「イエロー」など、レトルトのタイカレーシリーズを製造、販売している「ヤマモリ」（本社・三重県桑名市、三林憲忠社長）。「タイの食文化を日本へ、日本の食文化をタイへ」をモットーに、東部ラヨーン県にある子会社「サイアムヤマモリ」社の工場で、現地の新鮮なハーブや野菜などの原材料を使い、地元の味そのままで製造している。

同社のタイカレーシリーズは評判を呼び、大手カレーメーカーが後を追う形で相次いでマーケットに参入。日本のレトルトのタイカレーの市場は、ヤマモリが牽引して2倍、3倍の規模に成長。「タイカレー」ブームを呼び、国内市場の裾野を大きく広げた。

老舗しょうゆメーカーが進出

ヤマモリは1889年にしょうゆ醸造で創業した老舗企業。1969年に

いち早く自社開発したレトルト殺菌装置でレトルトの釜めしの素を発売。三重県松阪市にある工場は日本でも最大級のレトルトパウチ食品生産能力を誇る。

タイには88年に取引先と合併でミートソースを製造する合弁会社を設立して進出。98年にはしょうゆ工場も設立して日本料理店や冷凍食品を製造する現地の日本メーカーに日本の調味料を提供し、タイでの足場を築いた。

タイで製造販売する日本の調味料は、タイ人の味覚に合わせるのではなく日本の味を貫いた。そして気が付いたのが、日本で売られていたタイ料理の製品だ。「包装も輸入のシールが貼ってあるだけで、日本人には作り方もわからない。日本レベルの品質管理がなければ、タイ料理が日本で普及するはずがない」。日本の味をそのままタイに持ち込んだのとは逆に、タイの本場の味を日本で手軽に楽しめる製品

タイ料理の何を日本に紹介するか。思い付いたのが「日本人の好きなカレー」だ。タイに「タイカレー」という料理は存在しない。ココナッツミルクやハーブ、スパイスなどを多用し、主にご飯にかけて食べる汁物類の総称「ゲーン」が、日本人が考えるカレーに近い料理だ。三林社長は多様なバリエーションを持つゲーンに「グリーン」「レッド」「イエロー」などと名称を付けてレトルト製品化。「『タイカレー』という言葉は我が社が考えたものだと思っている」。三林社長は胸を張る。



日本向けタイフーズを生産している
サイアムヤマモリ社工場＝ヤマモリ提供

タイでしかつくれない味

「インドカレーは乾燥したスパイスを使うが、タイは生のスパイスや唐辛子を石臼でたたきつぶしてペースト状にして使う。乾燥したらダメで、本当のタイの味は日本では作ることができないのです」と三林社長。

プリッキーマヌ（緑唐辛子）、バイマックルット（こぶみかんの葉）、マクワプロ（タイナス）、マクワポアン（スズメナス）——。日本では栽培されていない、タイ料理に欠かせない新鮮な野菜やハーブ類が、タイで製造されるヤマモリのカレーシリーズにはふんだんに使われている。町の市場で売っているものばかりで、当初は一般の市場での材料調達も検討したが、「原材料のトレーシングができないと日本

へは持って行けない」ため、農業管理などがきちんと行える指定農場からの調達に切り替えた。

最初は少量で価格も高くなり、「指定農場にとっても厄介者扱いだった」という。しかし、タイでも食の安全への関心が高まる中、「タイの大手資本も右にならえで、食の近代化に相次いで乗り出してきている」と三林社長は話す。

ヤマモリはカレーだけでなく、ナンプラー（魚醬）やココナッツミルクなどの基礎調味料、ジャスミンライス（タイの香り米）のパックご飯など、タイフードの様々な製品を日本で販売している。「タイカレーのヤマモリではなくタイフードのヤマモリと呼ばれるたい。それほど売れるわけではないが、そのためのラインナップです」



生のスパイスや唐辛子などを石臼でたたきつぶして作るタイ料理のペースト（写真上）。サイアムヤマモリ社工場で洗浄される、タイ料理には欠かせないバイマックルット（こぶみかんの葉、写真下） 川いづれもヤマモリ提供

タイを拠点に東南アジア全域への市場拡大めざす

一般的にはタイで日本市場向けに製造されている食品は、日本で考案した日本人が好む味付けのレシピを忠実に再現することを目標にする。これに対しヤマモリは、タイの現地の味を参考にレシピを組み立てている。日本人には食べにくい人もいるかもしれないが、「10人に3人が購入することを目指すのではなく、10人に1人のコアなファンが3倍買ってくればよい」と三林社長。

タイ料理のファンを増やそうと、名古屋市内にタイレストラン「サイアムガーデン」を開業。建物は昭和初期にシャム（現在のタイ王国）の領事館と



豊かな農水産物に支えられた色鮮やかなタイ料理の数々＝ヤマモリ提供

して使われた洋風建築で、現在は国の登録有形文化財に指定されている。

ヤマモリはタイ政府が進める食品産業の高付加価値化を目指す「フードイノベーション」構想に賛同。バンコク郊外に建設されたタイランドサイエンスパーク（科学技術研究開発振興区）に研究開発センターを開設して、地元の食品系大学と協力しながらタイを軸にアセアン各国への食品市場拡大に向けた研究開発を行っている。

「東南アジアでは、食品加工産業先進国であるタイ製食品への信頼は厚い。タイには優れた食品素材がいくつでもあり、加工食品をどんどんつくって人口6億人のマーケットであるアセアンへ広げていきたい」。三林社長は意欲を燃やす。

タイの農水産物加工品：インタビュー

国土の4割を超える農地、豊富な水産物 食品輸出支える技術、インフラ、政府振興策

3回に渡って日本の食卓に上るタイの農水産物加工品を紹介してきたシリーズの最終回。タイ王国大使館農務担当官事務所所長のチョンティサック・チャーオパークナム公使参事官（農務担当）に、タイの農水産業やその加工産業の特徴、政府の振興策や「安心・安全」への対応などについて聞いた。

【毎日アジアビジネス研究所】



チョンティサック・チャーオパークナム
公使参事官

■食糧自給、生産に余力

——タイは豊かな国土と海に恵まれ農水産業が盛んです。タイの農水産業の特徴を教えてください。また、タイには多くの食品加工産業が集積し、加工食品の海外への輸出も盛んです。タイが食品加工産業の集積地となった理由を教えてください。

チョンティサック・チャーオパークナム公使参事官 タイの農地面積は、国土面積3億2100万ライ（約51万3000平方キロメートル）に対し43%にあたる1億3800万ライ（約22万590キロメートル）もあり、農業生産はGDPの1割を占めます。タイの農業は多岐にわたり、青果物は1年を通して収穫し食べることができます。また水産物では、魚やエビ、カニなど、海のもの、川のものとも豊富です。畜産業も豚、鶏、ガチョウ、牛、ヤギなど、多くの種類を飼育すること

ができます。野菜の栽培、養殖、畜産など、国土のほぼ全域で行うことができます。よってタイは食料を自給できる十分な生産力があり、かつ輸出にも対応できるのです。

これらのことから、タイには食品生産に必要な産地が数多くあり、国外に加工食品を幅広く輸出しています。輸出の比率としては、生鮮食品56%に対し加工食品が44%の割合です。

また、タイには質の高い労働力があり、スキルと経験を持った生産拠点として、輸送システム（陸路、空路、海運）、工業団地、研究機関も備えています。さらには、政府による食品産業を含む各分野の産業に対する優遇投資奨励政策が行われています。

——政府による農水産業や農水産品加工業の振興策、また将来の振興策について教えてください。

公使参事官 タイ政府は、環境に安全な農業システムを利用した農業生産の管理を奨励しています。そして、消費者にとって安全な製品を提供する農業安全基準と有機認証システムを推進することにより、農業安全基準で認定され、国内外をカバーする製品の生産を生産者に対しさらに奨励します。

農産物加工業については、消費者のニーズに合わせて農産物の加工をサポートし、市場のニーズにあった製品とパッケージを開発します。開発には加工技術の向上によって、例えば、省力化、作業者の手に触れる機会を減らすため効果、精密性、生産性向上のための自動化や、AIによるマーケティング、消費者データを収集し、消費者のニーズをとらえる新製品開発など、生産性の向上と最高の品質と安全性を備え



豊かなタイの農水産物

＝写真左上から右回りにチェンマイ・フローズンフーズ社、ケンミン食品、マルハニチロ、木徳神糧提供

た製品をサポートします。

さらには、業界団体、商工会議所、タイ工業連盟などの民間部門では、例えば、大規模事業者の国際市場での経験と成功例をもって、小規模事業者のメンターとして、企業発展と製品開発の両面で、自社製品の高付加価値化で輸出できる製品開発などの小規模事業者育成を支援しています。

■政府が主導し「安心・安全」確保

——世界、またタイ国内でも、食の安全性への関心が非常に強まっています。タイ産農水産物、またその加工品について、タイではどのように安全性を確保していますか？

公使参事官 タイ政府には、タイの食品安全に明確に焦点を当て、「世界の台所」として、基準に則り、タイ国内外の消費者のニーズにあった食品を生産するという農産物の市場拡大政策があります。タイの食品を管理する法律である「仏暦2522年食品法」には、販売前管理（Pre-Marketing Control）という規定があります。販売前の製造所、製造施設、食品表示に対する管理、認可登録の制度です。

また、食品の販売後の管理（販売後管理）では、生産された食品が安全で品質基準を満たしていることを確認するための追跡調査と監査を行います。また、タイには食品の基準と安全を規制する以下の機関があります。

①食品薬品局(Food and Drug Administration: FDA)には、基準に則った安全な製品によって、国民の健康を守り、保護する使命があります。

②消費者保護委員会事務局 (Office of The Consumer Protection Board)は、権利を侵害されたことによる被害補償を受けることができるよう、権利侵害をする事業者を監督し、消費者を保護する監督する権限と義務を有します。

③農業・協同組合省傘下の機関である、全国農産品・食品基準局(The National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards)は、農産物や食品の品質改善および向上、タイの食品が品質と安全性で世界基準を満たすための中心的機関です。

■日本向け輸出 今後も成長

——タイは農水産物加工品の輸出先として日本市場をどうとらえていますか？

公使参事官 日本はタイの主要貿易相手国であり、食品では特に加工農産物の輸出が盛んです。タイ食品加工業協会(Thai Food Processors' Association)の会長であるウィシット・リムルチャ氏によると、現在、タイから日本へ輸出される加工農産物は、全体の約10%を占めています。上位5品目は、水産加工食品、缶詰(36%)、ペットフード(18%)、肉および肉添加物(11%)、加工野菜、缶詰(6%)、その他の小麦および調理済食品(6%)です。ペットフードは年間2~3%成長しており、野菜缶詰や加工野菜、加工果物・食品調味料など多くの加工農産物は、今後も成長が見込まれています。

——日本だけではなく、コロナウイルス感染拡大でレストランなどでの外食が減り、家庭で食べる内食が伸びています。タイの農水産物加工産業は、この事態にどう対応していますか？

公使参事官 ウィシット・リムルチャ氏によると、新型コロナウイルス感染拡大によって消費行動が変化し、外食が減った一方で、食の健康志向が高まるなど、ほかの傾向もみられます。消費者は、選択するための品質と効率を踏まえた判断が増え、食事の宅配やオンラインショッピングを使用する行動が増えています。また地方ブランドの製品の人気が高まっています。さらに食品備蓄や調理済食品を許容する傾向も強まっています。

こうした消費行動から、農産物加工業界では、以下の準備、協力を行っています。

①食品の安全や工場での製造工程に予防策を講じています。清潔・安全を徹底し、信頼と消費者に選んでもらえるための安心の構築を目指します。

②小売業者向けオンライン配信チャネルまたは配送サービスを追加する必要があります。飲食店の場合、持ち帰りまたは配達サービス(フードデリバリー)が可能な食品の種類を増やす必要があります。

③梱包サイズに関しては、レストラン配達用の大きなものから、より多くの家庭での消費に適した小さなサイズまでの梱包サイズの変更が必要です。

④消費者を惹きつけるために、新しいメニューの開発や、効果的なマーケティングチャネル、キャンペーン、クリエイティブマーケティングや購買力の低下に対応して、費用対効果の高い食品メニューの提案も検討しています。

タイ王国大使館農務担当官事務所所長、公使参事官(農務)

チョンティサック・チャーオパークナム (Mr. Choltisak Chawpaknum)

国立プリンス・オブ・ソンクラ大学天然資源学部水圏科学学科、国立カセサート大学水産科学専攻修士課程卒。

1989~2002年、農業・協同組合省水産局内水面漁業課チョンブリー内水面漁業開発センター水産専門官。03~07年同局サラブリー県内水面漁業署内水漁業事務所長。08~12年同局内水面漁業開発研究所研究グループ水産上級専門官。13~15年在上海タイ王国総領事館 農務担当領事(農務)。2015年から現職。



タイ王国大使館農務担当官事務所