



สรุปข่าวด้านการเกษตรที่สำคัญของญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 18 – 24 กรกฎาคม 2563

มูลค่าความเสียหายด้านการเกษตรฯ จากเหตุฝนตกหนักต่อเนื่องในเดือนกรกฎาคมเพิ่มขึ้นเป็น 56,300 ล้านบาท (19 กรกฎาคม 2563)

เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคมที่ผ่านมา กระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมงญี่ปุ่น (MAFF) แถลงความเสียหายด้านการเกษตร ป่าไม้ และประมง จากเหตุฝนตกหนักต่อเนื่องในเดือนกรกฎาคม คิดเป็นมูลค่า 56,300 ล้านบาท โดยเป็นความเสียหายด้านผลผลิตทางการเกษตรมูลค่า 7,730 ล้านบาท ความเสียหายต่อพื้นที่ทางการเกษตรและสิ่งปลูกสร้างทางการเกษตรมูลค่า 18,510 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม MAFF ยังอยู่ระหว่างการตรวจสอบความเสียหายเพิ่มเติม และคาดว่ามูลค่าความเสียหายจะเพิ่มขึ้นกว่านี้

ตัวเลขมูลค่าความเสียหายดังกล่าวเป็นการรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่ 40 จังหวัด ซึ่งพืชผลทางการเกษตร เช่น ข้าว ผัก ไม้ดอก ไม้ยาสูบ และผลไม้ ถูกน้ำท่วม นอกจากนี้ สัตว์ที่เลี้ยงไว้มากกว่า 120,000 ตัว ยังได้รับความเสียหาย คิดเป็นมูลค่า 260 ล้านบาท และสิ่งปลูกสร้างอำนวยความสะดวก เช่น โกดังและโรงคัดผลไม้ ได้รับความเสียหายคิดเป็นมูลค่า 3,210 ล้านบาท

สำหรับความเสียหายต่อพื้นที่ทางการเกษตรคิดเป็นมูลค่า 7,580 ล้านบาท ขณะเดียวกัน สิ่งปลูกสร้างทางการเกษตรได้รับผลกระทบคิดเป็นมูลค่า 10,930 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังตรวจพบอ่างเก็บน้ำในจังหวัด Niigata จำนวน 1 แห่ง ได้รับความเสียหายเพิ่มเติม รวมอ่างเก็บน้ำที่ได้รับความเสียหายทั้งสิ้น 12 แห่ง ขณะที่ความเสียหายด้านป่าไม้ คิดเป็นมูลค่า 29,400 ล้านบาท

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

COVID-19 ส่งผลให้ตลาดไก่ทอดคาราเกะปี 2563 ขยายตัวร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (19 กรกฎาคม 2563)

ความต้องการซื้ออาหารกลับไปรับประทานที่บ้านที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ตลาดไก่ทอดคาราเกะมีความคึกคัก โดยการบริโภคในครัวเรือนตั้งแต่ช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 ใหม่ ๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มรู้สึกเหนื่อยกับการประกอบอาหารเองที่บ้าน จึงเป็นสาเหตุให้ความต้องการซื้อไก่ทอดคาราเกะกลับไปรับประทานที่บ้านขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด ร้านจำหน่ายไก่ทอดคาราเกะโดยเฉพาะมียอดขายเพิ่มขึ้น และเริ่มมีผู้ประกอบการหันมาให้ความสนใจกับธุรกิจดังกล่าวมากขึ้น โดยจากการสำรวจของบริษัทเอกชนพบว่า ในปี 2563 ตลาดไก่ทอดคาราเกะ มีขนาดใหญ่ขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นโอกาสอันดีสำหรับการจำหน่ายเนื้อไก่ที่ผลิตในประเทศ

ร้าน Karayoshi ในเครือบริษัท Skylark ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหญ่ มียอดขายตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 เพิ่มขึ้นร้อยละ 50 – 60 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และอัตราการซื้อกลับไปรับประทานที่บ้านเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 60 โดยเปิดเผยว่า การทำงานในที่พักและการหลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน ส่งผลให้ผู้บริโภครับประทานอาหารที่บ้านมากขึ้น ความต้องการไก่ทอดคาราเกะ เช่น อาหารกล่องมื้อกลางวัน ขยายตัว ประกอบกับการหยุดการเรียนการสอนของโรงเรียน ส่งผลให้ไก่คาราเกะซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของคนทุกวัย



ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ซึ่งร้าน Karayoshi มีทั้งหมด 96 สาขาทั่วประเทศ จำหน่ายเนื้ออกและปีกไก่ทอด โดยใช้เนื้อไก่ที่ผลิตในประเทศ

ภายหลังความต้องการซื้ออาหารกลับไปรับประทานอาหารที่บ้านขยายตัว ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Izakaya) หันมาให้ความสนใจกับธุรกิจดังกล่าว โดยบริษัท Watami ซึ่งเป็นร้าน Izakaya รายใหญ่ เปิดร้านจำหน่ายไก่ทอดคาราเกะเมื่อปี 2561 ชื่อ Karaage no Tensai เปิดสาขาจำนวน 23 แห่งในพื้นที่เขต Kanto ในช่วงต้นเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา ซึ่งร้อยละ 90 ของยอดจำหน่ายเป็นการซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน และมีบางสาขาที่ให้บริการส่งถึงบ้านด้วย บริษัท Watami ระบุว่า ยอดจำหน่ายสูงกว่าที่คาดไว้ร้อยละ 10 - 20 และสาขาที่ตั้งอยู่ในแหล่งช้อปปิ้ง มีลูกค้ากลุ่มแม่บ้านมาซื้อกลับไปรับประทานเป็นกับข้าวจำนวนมาก

ด้านบริษัท Local Dining ที่ให้บริการร้านอาหารในกรุงโตเกียวและจังหวัด Kanagawa ใช้พื้นที่ร้านที่เปิดอยู่เดิมดัดแปลงเป็นร้านจำหน่ายไก่ทอดคาราเกะโดยเฉพาะ ใช้ชื่อ Usa Karaage Zenkou ในเมือง Kawasaki เปิดเมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ใช้เนื้อไก่ที่ผลิตในประเทศ แต่每天有ลูกค้าเฉลี่ย 50 - 60 ราย เมนูที่ขายดี ได้แก่ เนื้ออกและเนื้อสะโพกคละทอดคาราเกะ ราคาชุดละ 280 เยน (ไม่รวมภาษี)

จากการสำรวจของบริษัท Fuji Keizai พบว่า ตลาดของร้านจำหน่ายไก่ทอดคาราเกะในปี 2563 มีขนาด 105,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 23.1 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยระบุว่า ถึงแม้ว่าจะมีผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 แต่มีการเปิดสาขาใหม่มากขึ้น และคาดว่าตลาดจะขยายตัวต่อเนื่อง

ร้านแบบแฟรนไชส์ส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบเป็นเนื้อไก่นำเข้าจากไทยและบราซิล แต่ขนาดของตลาดที่โตขึ้นเป็นผลดีต่อการจำหน่ายเนื้อไก่ที่ผลิตในประเทศเช่นกัน ผู้ประกอบการจำหน่ายเนื้อสัตว์ในเขตละแวกกรุงโตเกียว ระบุว่า ความต้องการไก่ทอดคาราเกะเป็นอาหารที่ซื้อกลับไปรับประทานที่บ้านที่เพิ่มขึ้นเป็นโอกาสในการผลักดันเนื้อไก่ที่ผลิตในประเทศ

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

COVID-19 ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ลดลง (21 กรกฎาคม 2563)

จากสถิติการค้าระหว่างประเทศเผยแพร่โดย Ministry of Finance เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคมที่ผ่านมา พบว่า ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 (มกราคม - มิถุนายน 2563) ญี่ปุ่นส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่า 350,600 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ถึงแม้ว่าการส่งออกไปจีนจะเริ่มฟื้นตัว แต่ยังไม่เพียงพอที่จะส่งผลให้การส่งออกในภาพรวมขยายตัว

เมื่อพิจารณารายละเอียดส่งออกแล้วพบว่า ญี่ปุ่นส่งออกไปสหรัฐฯ 45,600 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 14.7 ภูมิภาคยุโรป 14,200 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.5 ขณะที่ส่งออกไปจีนมูลค่า 57,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ในส่วนของการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ญี่ปุ่นนำเข้ามูลค่า 3,381,600 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.9 จำแนกเป็นผัก 259,600 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.0 (ปริมาณ 1.44 ล้านตัน) ธัญพืช 399,800



ล้านเยน ลดลงร้อยละ 0.3 (ปริมาณ 12.39 ล้านตัน) สินค้าประมงลดลงร้อยละ 16.3 ขณะที่ การนำเข้าเนื้อสัตว์ มีมูลค่า 749,600 ล้านเยน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา การจำหน่ายเนื้อโคนำเข้า ขยายตัวทั้งด้านปริมาณและมูลค่า สำหรับการนำเข้าผลไม้ไม่มีมูลค่า 286,600 ล้านเยน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 (ปริมาณ 1.35 ล้านตัน) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

ญี่ปุ่นปรับลดราคารับซื้อสุกรดิบภายหลัง COVID-19 ทำความต้องการลดลง (21 กรกฎาคม 2563)

ความต้องการรับซื้อสุกรดิบซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบผลิตเครื่องหนังลดลง ส่งผลให้ราคารับซื้อสุกรดิบ ณ ตลาดค้าเนื้อสัตว์กรุงโตเกียวตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคมที่ผ่านมา ลดลงจากตัวละ 10 เยน เหลือ 2 เยน เนื่องจากการระบาดของ COVID-19 ส่งผลต่อให้ความต้องการรับซื้อสุกรดิบของญี่ปุ่นในตลาดต่างประเทศซึ่งเป็นผู้ซื้อ กว่าร้อยละ 90 ลดลง โดยราคาซื้อขายลดลงต่ำสุดเป็นอันดับที่ 2 รองจากปี 2543 ที่เกิดการระบาดของโรคปากและเท้าเปื่อย และราคาลดลงเหลือตัวละ 0 เยน

การปรับลดราคาในครั้งนี้เป็นการปรับลดราคารับซื้อสุกรดิบจากซากสุกรที่มีน้ำหนัก 40 - 100 กิโลกรัม โดยราคาส่งออกในช่วงเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมาซึ่งเป็นเกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขาย ผี้นละ 314 เยน ลดลงร้อยละ 40 ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา Japan Livestock By-product Association (JLBA) คาดว่า ราคาจะลดลงอีกในเดือนมิถุนายนและกรกฎาคม และเปิดเผยว่า ในการแปรรูปหนังสุกรดิบจำเป็นต้องผ่านกระบวนการหมักเกลือซึ่งมีต้นทุนผี้นละ 350 - 400 เยน ดังนั้นถึงแม้ว่าราคารับซื้อสุกรดิบจะลดลงเหลือผี้นละ 0 เยน แต่ก็ไม่คุ้มต้นทุนของผู้ประกอบการ ขณะเดียวกัน JLBA ระบุว่า หากเป็นเช่นนั้นแล้ว ความเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการอาจจะปฏิเสธไม่รับซื้อสุกรดิบ จึงจำเป็นต้องมีมาตรการรับมือในภาพรวม

ขณะเดียวกัน ตลาดค้าเนื้อสัตว์เมือง Osaka จะปรับลดราคารับซื้อสุกรดิบจากตัวละ 10 เยน เหลือตัวละ 2 เยน ตั้งแต่วันที่ 27 กรกฎาคมนี้เช่นกัน

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

กระทรวงเกษตรญี่ปุ่นฯ เผยแพร่รายละเอียดโครงการ Go To Eat (22 กรกฎาคม 2563)

เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคมที่ผ่านมา กระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมงญี่ปุ่น (MAFF) เผยแพร่รายละเอียดโครงการ Go To Eat ซึ่งเป็นโครงการกระตุ้นการใช้บริการร้านอาหารอันเป็นหนึ่งในมาตรการบรรเทาผลกระทบของ COVID-19 โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องเป็นการใช้บริการร้านอาหารที่มีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่ง MAFF จะออกคู่มือรับประทานอาหารเป็นรายพื้นที่ นอกจากนี้ จะสมนาคุณเป็นแต้มสะสมให้แก่ผู้ที่จองร้านอาหารผ่านเว็บไซต์ จากนั้นไป MAFF จะเปิดรับสมัครบริษัทเอกชนเข้ามาเป็นผู้บริหารโครงการจนถึงวันที่ 7 สิงหาคม 2563 และจะเริ่มออกคู่มือฯ ในช่วงปลายเดือน

Mr. Taku ETOH รมว. MAFF กล่าวเน้นย้ำในการแถลงข่าวหลังการประชุมคณะรัฐมนตรีว่า ต้องการสนับสนุนร้านอาหารที่มีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดฯ และผู้ผลิตที่ส่งวัตถุดิบให้แก่ร้านอาหารดังกล่าว



ร้านอาหารที่จะเข้าร่วมโครงการจะต้องปฏิบัติตามคู่มือ (Guideline) การป้องกันการแพร่ระบาดฯ ซึ่งกำหนดโดยสมาคมผู้ให้บริการร้านอาหารและสมาคมสุขลักษณะผู้ประกอบการ เช่น มีการเตรียมน้ำยาฆ่าเชื้อบริเวณทางเข้า และการระบายอากาศ โดยจะต้องแสดงรายละเอียดการปฏิบัติตามข้อกำหนดไว้ในร้านอาหาร

สำหรับคูปองอาหารสามารถใช้ได้เป็นรายพื้นที่ที่มีการขึ้นทะเบียน เช่น ภายในจังหวัด ภายในเมือง ปกครองพิเศษ และภายในเขตของกรุงโตเกียวจำนวน 23 เขต โดยคูปองอาหารจะมีมูลค่ามากกว่ามูลค่าที่ซื้อ ร้อยละ 25 เช่น หากซื้อคูปองมูลค่า 10,000 เยน จะสามารถใช้แทนเงินสดได้มูลค่า 12,500 เยน จำกัดให้สามารถซื้อได้คนละไม่เกิน 20,000 เยนต่อวัน แต่ไม่จำกัดจำนวนครั้งที่ซื้อ

MAFF ของบประมาณสำหรับโครงการฯ วงเงิน 200,300 ล้านบาท ภายใต้งบประมาณปี 2563 เพิ่มเติม รอบที่ 1 โดยจะใช้สำหรับการออกคูปอง 76,700 ล้านบาท ในจำนวนนี้ ร้อยละ 60 จะใช้สำหรับการดำเนินการ ครั้งที่ 1 ในส่วนของร้านอาหารในพื้นที่ประสบภัยจากเหตุฝนตกต่อเนื่องจะดำเนินการในครั้งที่ 2

ในส่วนของการจูงจูงร้านอาหารผ่านเว็บไซต์จะสมนาคุณแต้มสะสมให้สำหรับการรับประทานอาหารเช้ากลางวันมูลค่า 500 เยน และมื้อเย็นมูลค่า 1,000 เยน โดยผู้ใช้บริการจำเป็นต้องจ่ายเงินสดไปก่อนและจะมีการเพิ่มแต้มสะสมให้ 7 – 10 วันหลังจากใช้บริการ ทั้งนี้ แต้มสะสมดังกล่าวสามารถใช้ได้ ณ ร้านอาหารที่ขึ้นทะเบียน และไม่จำกัดจำนวนครั้ง สำหรับงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการมีวงเงิน 76,700 ล้านบาท ด้านช่วงเวลาที่จะเริ่มดำเนินการจะพิจารณาความเห็นจากการประชุมคณะอนุกรรมการควบคุมการระบาด COVID-19 อีกครั้งก่อนตัดสินใจ เนื่องจากอาจมีการเดินทางไปใช้บริการในพื้นที่ที่อยู่ไกลออกไป

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

ยอดจำหน่ายของซูเปอร์มาร์เก็ตในเดือนมิถุนายน 2563 ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (22 กรกฎาคม 2563)

การขยายตัวของความต้องการบริโภคในครัวเรือนส่งผลให้ยอดจำหน่ายของซูเปอร์มาร์เก็ตขยายตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 5 โดยจากข้อมูลยอดจำหน่ายของซูเปอร์มาร์เก็ต เผยแพร่โดยสมาคมที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 แห่ง เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคมที่ผ่านมา พบว่า ในเดือนมิถุนายน 2563 ซูเปอร์มาร์เก็ตมียอดจำหน่ายรวม 937,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา อัตราการเพิ่มเริ่มชะลอตัวเมื่อเทียบกับเดือนเมษายนและพฤษภาคมที่ผ่านมา แต่ยอดจำหน่ายของผักและเนื้อสัตว์ยังคงอยู่ในเกณฑ์ดี

ในเดือนมิถุนายน 2563 ยอดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารมีมูลค่า 844,300 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา แนวโน้มการซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนจากการซื้ออาหารเพื่อกักตุนสำรองเป็นการซื้อสำหรับการประกอบอาหารที่บ้าน

การที่ผู้บริโภคมีการประกอบอาหารที่บ้านมากขึ้นและราคาต่อหน่วยที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ผักผลไม้มียอดจำหน่ายขยายตัว ประกอบกับสภาพอากาศที่ร้อนส่งผลให้ผักสด เช่น มะเขือเทศและผักกาดหอม ตลอดจนผลไม้อย่างแตงโม มียอดจำหน่ายอยู่ในเกณฑ์ดี

ในส่วน of เนื้อสัตว์ ผู้บริโภคเลิกซื้อสินค้าแพ็คเกจใหญ่ ขณะที่ความต้องการเนื้อสัตว์ไปประกอบอาหาร ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง ความต้องการเนื้อสัตว์ไปประกอบอาหารประเภทเนื้ออย่างและความต้องการเนื้อโค



Wagyu ขยายตัว เนื่องจากราคาปรับตัวลดลง สำหรับสินค้าอาหารทั่วไปพบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับการกักตุนสำรองมีความต้องการลดลง ขณะที่ความต้องการเครื่องปรุงรสและผลิตภัณฑ์อาหารประเภทแป้งยังคงสูงต่อเนื่อง

สำหรับยอดจำหน่ายในภาพรวมสะสมเดือนมกราคม - มิถุนายน 2563 มีมูลค่า 5,630,300 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 สินค้าประเภทอาหารมียอดจำหน่าย 5,087,200 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ผู้สำรวจระบุว่า จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ว่าจากนี้ไปแนวโน้มความต้องการจะกลับไปเหมือนช่วงก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 หรือไม่

ข้อมูลสำรวจในครั้งนี้นำรวบรวมโดย 3 สมาคม ได้แก่ National Supermarket Association of Japan, Japan Supermarket Association และ All Japan Supermarket Association ซึ่งเก็บข้อมูลจากสมาชิกจำนวน 270 บริษัท

ยอดจำหน่ายของซูเปอร์มาร์เก็ตในเดือนมิถุนายน 2563

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)	ส่วนต่างเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา (%)
ยอดจำหน่ายรวม	937,000	+4.5
รวมผลิตภัณฑ์อาหาร	844,300	+4.5
รวมอาหารสด 3 ประเภท	324,600	+7.3
- ผักและผลไม้	133,400	+8.3
- สินค้าประมง	80,900	+6.6
- สินค้าปศุสัตว์	110,300	+6.7
อาหารปรุงสำเร็จ	90,800	-1.0
สินค้าประจำวัน	186,900	+4.4
ผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป เช่น ข้าวสาร	242,000	+3.0

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

ญี่ปุ่นเร่งเตรียมมาตรการรับมือการระบาดของหอยเชอรี่ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศ (24 กรกฎาคม 2563)

ญี่ปุ่นพบการระบาดของหอยเชอรี่ซึ่งทำลายต้นข้าวในช่วงเริ่มเจริญเติบโตในภูมิภาคตะวันตกของประเทศ คาดว่าสาเหตุเนื่องจากภาวะโลกร้อน เช่น ฤดูหนาวมีอากาศอุ่นขึ้น ทั้งนี้ หากปล่อยไว้โดยไม่มีการแก้ไข อาจส่งผลให้มีการระบาดมายังภูมิภาคตะวันออกซึ่งเป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญด้วยเช่นกัน โดยกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมงญี่ปุ่น (MAFF) จะจัดตั้งคณะกรรมการซึ่งประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นผู้รับผิดชอบขึ้นภายในเดือนกรกฎาคมนี้ เพื่อเรียกร้องให้มีการกำจัดศัตรูพืชชนิดดังกล่าวอย่างถาวร

หอยเชอรี่เป็นหอยน้ำจืดมีถิ่นกำเนิดในภูมิภาคอเมริกาใต้ มีขนาดความยาว 5 เซนติเมตร ซึ่งใหญ่กว่าหอยขมธรรมดาทั่วไป ในอดีตมีการนำเข้าหอยเชอรี่เพื่อการเพาะเลี้ยง ซึ่งต่อมาได้มีการเจริญเติบโตเพิ่มจำนวน



ตามแหล่งธรรมชาติ และปัจจุบันไม่มีความต้องการสำหรับการบริโภค ปกติแล้วไม่ทนต่อความหนาว จึงไม่สามารถมีชีวิตในช่วงฤดูหนาวของญี่ปุ่นได้ แต่ในฤดูหนาวที่ผ่านมามีความอบอุ่นกว่าปกติ จึงพบหอยเชอร์รี่ในช่วงนี้

จากการสำรวจของ MAFF ณ สิ้นเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา พบหอยเชอร์รี่ในพื้นที่ 31 จังหวัด ในจำนวนดังกล่าวมี 11 จังหวัด เช่น Shizuoka, Kochi และ Fukuoka ที่พบจำนวนมากกว่าปกติ โดยในแปลงสำรวจจังหวัด Chiba พบจำนวนหอยเชอร์รี่ต่อพื้นที่มากกว่า 5 เท่าของปีปกติ

แนวทางในการป้องกัน ได้แก่ การติดตามข่าวที่ทางปล่อยน้ำเข้านาและการกำจัดไข่และตัวหอยในแปลง ซึ่ง MAFF เตรียมจะประชาสัมพันธ์แนวทางดังกล่าวในที่ประชุมคณะกรรมการฯ นอกจากนี้ จะพิจารณาสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการฉีดพ่นสารเคมีทางการเกษตรในพื้นที่ใหม่ที่มีการระบาดรุนแรง เจ้าหน้าที่ระดับสูงของ MAFF ระบุว่า มีความจำเป็นต้องเผยแพร่ข้อมูลและมาตรการดังกล่าวให้พื้นที่ที่ยังไม่พบการระบาดทราบด้วยเช่นกัน

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

จัดทำโดย

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ

ประจำกรุงโตเกียว