



สรุปข่าวด้านการเกษตรที่สำคัญของญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 15 – 21 สิงหาคม 2563

COVID-19 ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกผักและผลไม้ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ลดลงร้อยละ 9 (19 สิงหาคม 2563)

การส่งออกผักและผลไม้ที่มีราคาสูงสำหรับเป็นของขวัญยังคงได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากการระบาดของ COVID-19 ขณะที่ ความต้องการบริโภคในครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้การส่งออกผักและผลไม้สำหรับบริโภคในครัวเรือนอยู่ในเกณฑ์ดี

ในช่วงเดือนมกราคม – มิถุนายน 2563 ญี่ปุ่นส่งออกผักและผลไม้มูลค่า 9,600 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยส่งออกแอปเปิ้ลมูลค่า 3,900 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากในปีญี่ปุ่นได้ผลผลิตน้อย ประกอบกับเทศกาลตรุษจีนในปีนี้อ่อนกว่าทุกปี การส่งออกในช่วงต้นปีจึงมีปริมาณน้อย อย่างไรก็ตาม ปริมาณความต้องการยังคงมีอย่างต่อเนื่อง โดยถึงแม้ว่าความต้องการในการซื้อเป็นของขวัญในฮ่องกงและไต้หวันจะลดลง แต่ความต้องการสำหรับร้านจำหน่ายผลไม้ในย่านที่อยู่อาศัยและการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ในเกณฑ์ดี ผู้ส่งออกในจังหวัด Aomori คาดหวังว่า หากปริมาณออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ยอดส่งออกก็จะขยายตัวเช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการบางรายหันมาผลิตแอปเปิ้ลผลเล็กแต่ได้ผลผลิตมากและมีราคาถูกเพื่อส่งจำหน่ายตลาด ASEAN

ขณะที่ สตรอเบอร์รี่และองุ่นมีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องจากความต้องการบริโภคในครัวเรือนขยายตัว โดยญี่ปุ่นส่งออกสตรอเบอร์รี่มูลค่า 1,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 และองุ่นมูลค่า 400 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง องุ่นพันธุ์ Shine Muscat ซึ่งต้นโตเต็มที่ ได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ในส่วนของสตรอเบอร์รี่ได้รับผลกระทบจากฤดูหนาวที่มีอากาศอุ่น ได้ผลผลิตไม่ดี จึงมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้มูลค่าส่งออกขยายตัว

จากนี้ไปความต้องการบริโภคในครัวเรือนจะยังคงเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้การส่งออกขยายตัว อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกในกรุงโตเกียว ระบุว่า การส่งออกผลไม้ที่มีราคาสูงจะยังคงได้รับผลกระทบเนื่องจากการลดจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศส่งผลให้ค่าขนส่งปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับความต้องการ ณ ประเทศปลายทางลดลง

ด้านการส่งออกผักพบว่า มันเทศมีมูลค่าส่งออก 800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ผู้ส่งออกให้เหตุผลว่า เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีการขนส่งที่รักษาความสด ประกอบกับมีการขยายตลาดมากขึ้น นอกจากนี้ สหกรณ์การเกษตร JA Ibaraki ระบุว่า ถึงแม้ว่าการระบาดของ COVID-19 เป็นข้อจำกัดในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่าย แต่ความต้องการบริโภคในครัวเรือนขยายตัว และมันเทศสามารถเก็บไว้ได้นาน ขณะที่ มันเทศจีน (Chinese Yam) มีมูลค่าส่งออก 900 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา



มูลค่าการส่งออกผักและผลไม้ที่สำคัญของญี่ปุ่นในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2563

รายการ	มูลค่า (100 ล้านบาท)	อัตราเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับ ม.ค. - มิ.ย. 62 (%)
รวมผักและผลไม้	96	-9
แอปเปิ้ล	39	-28
สตรอเบอร์รี่	17	7
มันเทศจีน (Chinese Yam)	9	-19
มันเทศ	8	11
องุ่น	4	18
ท้อ	3	38
ประเภทส้ม	3	-11
สาลี่	0.2	47

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

ความต้องการบริโภคในครัวเรือนส่งผลให้การส่งออกข้าวของญี่ปุ่นในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ขยายตัวต่อเนื่อง (20 สิงหาคม 2563)

สินค้าเกษตรที่มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นถึงแม้ในช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 ได้แก่ ข้าว โดยแม้ว่าข้าวสำหรับจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารจะมีมูลค่าส่งออกลดลงเช่นเดียวกันสถานการณ์ในญี่ปุ่น แต่ความต้องการข้าวญี่ปุ่นสำหรับบริโภคในครัวเรือนขยายตัว ขณะที่ มูลค่าส่งออกเหล่าสาเกตลดลงอย่างเห็นได้ชัดเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายให้แก่ร้านอาหารเป็นหลัก

ในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2563 ญี่ปุ่นส่งออกข้าวมูลค่า 2,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา (ปริมาณการส่งออก 9,879 ตัน) โดยส่งออกมากที่สุดไปยังฮ่องกง มูลค่า 1,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 52 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา และการส่งออกไปยังสิงคโปร์ สหรัฐฯ และไต้หวัน ก็ขยายตัวเช่นกัน ผู้ค้าส่งรายใหญ่กล่าวถึงการส่งออกไปยังจีนว่า เริ่มมีการบริโภคทั่วไป นอกเหนือจากกลุ่มผู้มีรายได้สูงและคนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศจีน อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกหลังจากนี้อาจจะเริ่มลดลง เนื่องจากการซื้อเพื่อกักตุนไว้ในช่วงที่ผ่านมา

ในส่วนของข้าวบรรจุกล่องพร้อมรับประทานก็ได้รับความนิยมเนื่องจากสะดวกในการบริโภค โดยมีมูลค่าส่งออก 300 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ด้าน Japan Rice and Rice Industry Export Promotion Association (JRE) มีแนวคิดจะจัดการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะข้าวบรรจุกล่องพร้อมรับประทานในหมู่ผู้บริโภคชาวจีนที่มีรายได้สูง และมีกำหนดจะเปิดสอนการทำอาหารญี่ปุ่นทางออนไลน์

สำหรับอาหารแปรรูปมีมูลค่าส่งออก 166,200 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร ป่าไม้ ประมง และผลิตภัณฑ์อาหารทั้งหมด เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของ



ปีที่ผ่านมา ในจำนวนดังกล่าวเป็นมูลค่าการส่งออกเหล่าสาเกมูลค่า 9,100 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากความต้องการของร้านอาหารลดลง ด้าน Japan Sake and Shochu Makers Association (JSS) มีกำหนดเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ในต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้

การสร้างตลาดสำหรับผู้บริโภคทั่วไปเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการส่งออก ผู้ผลิตเหล่าสาเกบางรายในภูมิภาคญี่ปุ่นตะวันตกเป็นที่รู้จักกันดีจึงสามารถจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคทั่วไปแม้อยู่ในช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 แต่การหันมาทำตลาดเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคทั่วไปไม่ใช่สิ่งที่ง่าย

ในส่วนของชาเขียวมีมูลค่าส่งออก 6,900 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีที่ผ่านมา เนื่องจากความต้องการของร้านอาหารญี่ปุ่นลดลง ขณะที่ ความต้องการบริโภคในครัวเรือนขยายตัว ด้าน Japan Tea Export Council คาดว่า ความต้องการของผู้บริโภคทั่วไปจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีก แต่จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ถึงคุณภาพเพื่อป้องกันการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้แก่ชาจากประเทศอื่นที่มีราคาถูกกว่า

มูลค่าการส่งออกข้าวและอาหารแปรรูปของญี่ปุ่นในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2563

รายการ	มูลค่า (100 ล้านบาท)	อัตราเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับ ม.ค. - มิ.ย. 62 (%)
รวมัญชีพืช	233	7
ข้าว (ยกเว้นข้าวเพื่อการบริโภค)	27	29
อาหารแปรรูป	1,662	3
เหล่าสาเก	91	-25
ขนมที่ทำจากข้าว (Arare, Sembei)	20	-4
สินค้าเกษตรอื่นๆ	513	-3
ชาเขียว	69	-5
ไม้ตัดดอก	69	-1

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

การส่งออกไปยัง ASEAN ที่ขยายตัวส่งผลให้มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารของญี่ปุ่นในเดือนกรกฎาคม 2563 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7 (20 สิงหาคม 2563)

จากข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศเผยแพร่โดยกระทรวงการคลังญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 19 สิงหาคมที่ผ่านมา พบว่า ในเดือนกรกฎาคม 2563 ญี่ปุ่นส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่า 65,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นในรอบ 2 เดือน เนื่องจากเศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มูลค่าการส่งออกไปยัง ASEAN ขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด จึงส่งผลให้มูลค่าการส่งออกในภาพรวมขยายตัว



เมื่อพิจารณารายประเทศปลายทางที่ส่งออกแล้วพบว่า ญี่ปุ่นส่งออกปศุสัตว์ 7,700 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.5 สหภาพยุโรป 2,200 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13.5 จีน 10,000 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.1 ขณะที่ส่งออกไปยัง ASEAN 12,600 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.0 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ขณะเดียวกัน ในเดือนกรกฎาคม 2563 ญี่ปุ่นนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่า 566,600 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.0 จำแนกเป็นเนื้อสัตว์ 124,200 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 14.7 (ปริมาณ 250,000 ตัน) ไข่ 58,900 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.3 (ปริมาณ 1.96 ล้านตัน) ผัก 41,400 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15.4 (ปริมาณ 230,000 ตัน) ผลไม้ 48,600 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.5 (ปริมาณ 240,000 ตัน) และสินค้าประมงลดลงร้อยละ 22.6 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

ยอดจำหน่ายของร้านสะดวกซื้อในเดือนกรกฎาคม 2563 ลดลงร้อยละ 7 (21 สิงหาคม 2563)

เมื่อวันที่ 20 สิงหาคมที่ผ่านมา Japan Franchise Association เปิดเผยข้อมูลการสำรวจยอดจำหน่ายของร้านสะดวกซื้อในเดือนกรกฎาคม 2563 พบว่ามีมูลค่า 865,600 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอัตราการลดลงขยายตัวเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2563

ในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา จำนวนลูกค้าลดลงร้อยละ 14.0 เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2563 เนื่องจากการทำงานในที่พัก การหลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน และพื้นที่ตกต่อเนื่อง ขณะที่ ผู้บริโภคมีแนวโน้มซื้อสินค้าคราวละหลายๆ จึงส่งผลให้ยอดค่าใช้จ่ายต่อคนของลูกค้าขยายตัว

ยอดจำหน่ายของสินค้าประจำวัน เช่น ข้าวปุ้น อาหารกล่อง (เบนโตะ) และกับข้าวปรุงสำเร็จ ลดลงร้อยละ 8.3 อาหารแปรรูปซึ่งรวมถึงเครื่องดื่มและอาหารแช่แข็งลดลงร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา และลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ขณะเดียวกัน สินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากอาหาร เช่น บุหรี่ และผลิตภัณฑ์สุขอนามัย ลดลงร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม การเลือกซื้ออาหารแช่แข็งและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คราวละหลายๆ ส่งผลให้ยอดค่าใช้จ่ายต่อคนของลูกค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 10

ด้านสมาคมฯ วิเคราะห์ว่า ผู้บริโภคยังคงมีแนวโน้มอยู่กับบ้าน ส่งผลให้ยอดจำหน่ายอาหารสด เช่น ผักหั่นสำเร็จ อาหารแช่แข็ง และสินค้าอนามัย เช่น หน้ากากอนามัย ขยายตัว อย่างไรก็ตาม ไม่สามารถคาดเดาแนวโน้มของเดือนสิงหาคมได้



ยอดจำหน่ายของร้านสะดวกซื้อในเดือนกรกฎาคม 2563

หมวดหมู่	สัดส่วน (%)	ส่วนต่างเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา(%)
สินค้าประจำวัน	36.2	-8.3
อาหารแปรรูป	27.2	-9.6
สินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากอาหาร	31.8	-2.9
การบริการ	4.8	-16.2
รวม	100	-7.4

แหล่งที่มา: หนังสือพิมพ์ Japan Agricultural News

จัดทำโดย
สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ
ประจำกรุงโตเกียว