

マンスリーレポート11月ご報告

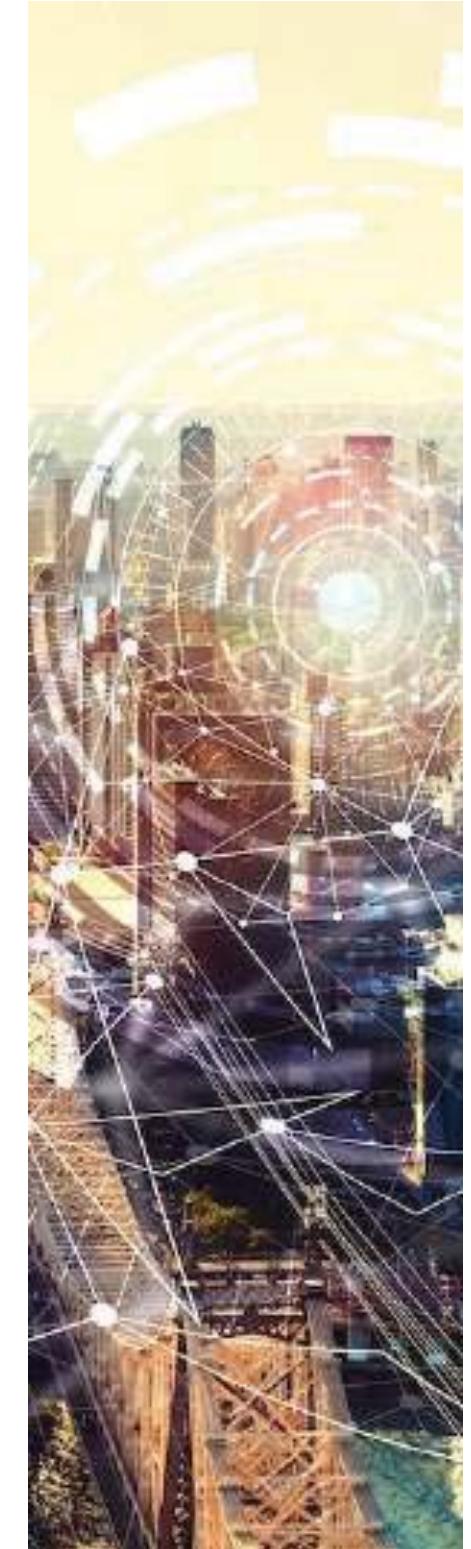
令和2年度 COVID-19 によるグローバル・フードバリューチェーンへの 影響分析調査業務（東南アジア・南アジア等）

本編

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

2020年12月04日



マンスリーレポート11月ご報告内容（東南アジア）

はじめに ~本レポートをご覧いただくにあたって~

■ 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、ベトナムの2カ国

■ 本マスリーレポートの位置づけ

本レポートは、対象2か国における調査結果の速報をGFVC 推進官民協議会メンバーの皆様方にお届けすることを目的としています。情報は調査状況を鑑みて毎月アップデートすることを予定しておりますが、各国で入手できる情報量が異なるため、ご提供できる情報の粒度が異なる可能性があることにご留意ください。

■ 連絡先

ご不明点などございましたら下記までご連絡頂けますと幸いです。

NRIシンガポール 人見智子 tomoko.hitomi@nrisg.com

NRIプロジェクトメンバーーメーリングリスト maff-south-east-asia@nri.co.jp

(CCにメーリングリストを入れてご連絡をお願い致します)

11月のマンスリーレポートにおけるご報告内容

インタビューを含む更新情報をご報告

○：机上調査結果 ◎：インタビュー調査結果 ●：示唆・整理結果

マンスリーレポート報告内容		10月	11月	12月	1月	2月
Task 1. COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し調査	主要な農産物の生産量	○				
	主要な農林水産物の消費量 (冷凍食品、加工食品、健康食品、有機食品等)	○	◎	●		
	主要な農産物・食品の輸出量・輸入量 (主要な輸出先国、輸入元国別)	○	◎	●	記事ベースで新規情報あれば更新	
	小売・レストランの店舗数及び売上 (内訳として日本食材店、日本食レストラン含)	○	◎	●	記事ベースで新規情報あれば更新	
	Eコマースによる取扱量	○	◎	●	記事ベースで新規情報あれば更新	
	消費者マインド(今後の外食、健康への意識等)	○	◎	●	記事ベースで新規情報あれば更新	
	Task1まとめ	●	●	●	●	●
Task 2. COVID-19により顕在化したFVCの課題調査	FVCに対するCOVID-19の影響	○	◎		記事・追加インタビューで新規情報あれば更新	
	消費者の行動様式に対するCOVID-19の影響	○	◎		記事・追加インタビューで新規情報あれば更新	
	FVC全体が直面する課題	○	◎		記事・追加インタビューで新規情報あれば更新	
	Task2まとめ	●	●	●	●	●
Task 3. 現地FVC再構築に向けた最新動向調査	各種制限の緩和の動き (出入国制限、外出制限、営業制限、感染回避策)	○	◎		記事・追加インタビューで新規情報あれば更新	
	政府の支援策 (生産者、食品製造業、物流業者、小売・外食など各分野)	○	◎		記事・追加インタビューで新規情報あれば更新	
	民間企業の事業動向 (日本企業含む)	○	◎		記事・追加インタビューで新規情報あれば更新	
	第3国(企業)・国際組織の動向	○	◎		記事・追加インタビューで新規情報あれば更新	
	Task3まとめ	●	●	●	●	●
Task 4. FVC再構築に向けたWeb会議	Web会議結果			●		
Task 5. 我が国の技術・ノウハウを活用したTask1~4を踏まえた、日系企業の機会創出に向けた示唆FVC再構築の検討に係る取組					●	

大きな変化がある場合に限り更新

1. タイ

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

2. ベトナム

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（東南アジア）タイ 2020年11月

タイの2020年11月号のコンテンツとサマリは下記の通り



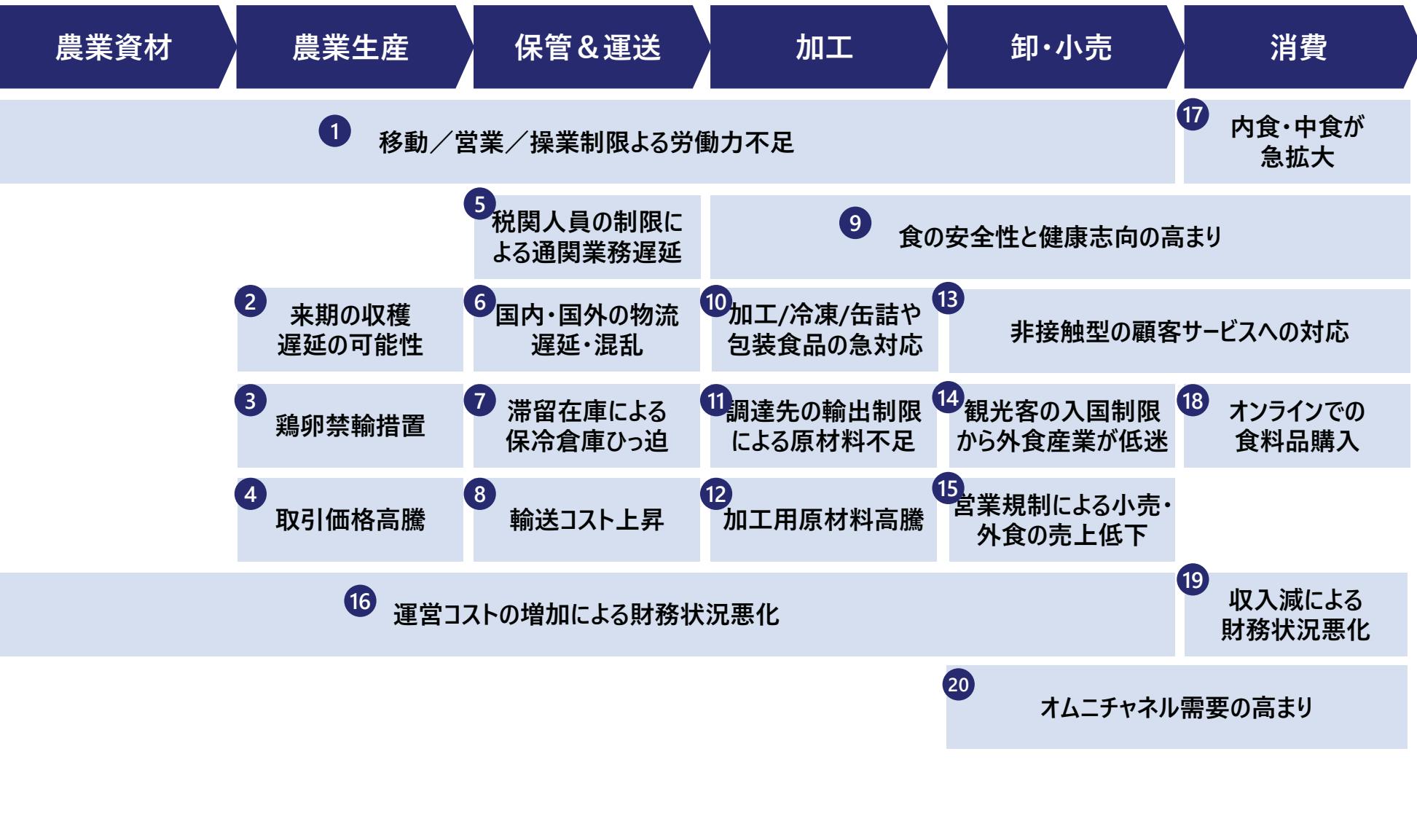
橙色：今月号の更新情報

報告内容	目次	サマリ
1. 概況	感染者状況 渡航／入国制限の状況 各種制限の緩和の動き	感染者：3,977人、死亡者：60名（WHO調べ、11月30日時点） 長期滞在（90日～270日間）用の特別観光ビザが観光客対象に発行開始 COVID-19による感染者の拡大を抑制するため、現在発令されている非常事態宣言を2020年1月中旬まで延長することを発表
2. COVID-19による主要な農産物の生産量 る食市場・物流 への影響と今後 の見通し調査	主要な農産物の生産量 主要な食品の消費量 主要な農産物・食品の輸 出量・輸入量 Eコマースによる取扱量 テイクアウト・デリバリーによ る取扱量 消費者マインド	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 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。一方で、保存が利く加工食品 (ソーセージ等) や缶詰製品の売れ行きが好調 輸入：大豆の輸入量が最も多い。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 輸出：2020年の米輸出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 包装食品はモダンリテールにシフトしつつある。COVID-19により、宅配などの流通チャネルがさらに発展 富裕層や中間層中心に食品デリバリーの利用が広まる。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 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
3. COVID-19による顕在化した FVCの課題調 査	農業資材 農業生産 保管・輸送 加工 卸・小売 消費	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 供給不安によるコモディティ価格（天然ゴム、米）高騰への影響 サプライチェーンの混乱により物流が遅延。在庫は滞り多くの倉庫がフル稼働。コールドチェーンの需要も高まる 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 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。日系・外資の小売百貨店における撤退が相次ぐ 「11月11日：独身の日」に買い物をする予定と回答した人数の約86%がオンラインで買い物をする予定。 オンライン利用率が増加傾向
4. 現地FVC再構 築に向けた最 新動向調査	政府の支援策 民間企業の事業動向 第3国(企業)・国際組織 の動向	タイ国内旅行キャンペーン「We Travel Together」が好調、バウチャー提供額引き上げ延長検討、 低金利ローンプログラムの継続検討。その他、失業者向け、農家向け支援など実施 COVID-19の影響を受けた農家及びその家族向け融資、 個人・中小企業（飲食、観光、サービス業）向け金融支援など アジア開発銀行、タイ政府のグリーンボンド発行を支援



FVC上で発生している課題および発生可能性のある課題は下記の通り

タイにおけるFVC上の課題





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（東南アジア）タイ 2020年11月

11月号のアップデート サマリ

1. 概況

項目	概要	内容
渡航／入国制限の状況	長期滞在用特別観光ビザ（90日～270日間） 観光客対象に発行開始	10月7日、観光客を呼び戻すため、中長期滞在用の特別観光ビザの発行開始 観光セクターだけでなく、ホテル・外食産業や畜産肉の生産を含む食全体の市場回復を狙う <ul style="list-style-type: none"> タイは、90日から270日間の間、外国人観光客が国内に滞在することを可能にする「特別観光ビザ(STV)」を発行開始 訪問者には、到着時のCOVID-19テストや到着から検疫後の14日間の隔離など、厳格なルールへの順守が必要 最低10万米ドルの健康保険の適用資格を有し、長期的な宿泊施設設計画の証明を提供が必要 STVは、クルーズ船またはプライベートヨットでの入国者も対象
各種制限の緩和の動き	非常事態宣言の延長（2021年1月中旬まで）	11月18日、非常事態宣言の延長（2021年1月中旬まで） <ul style="list-style-type: none"> 年末のホリデーシーズンにおいて渡航者増加に伴い感染者の拡大を抑制するため、非常事態宣言を2021年1月15日まで延長することを決定。3月の発令以降、延長は今回で8回目

2. COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し調査

項目	概要	内容
主要な農産物の生産量	消費者信頼感指数の低下	11月10日、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、家具、ペットフードは需要増で生産が拡大
主要な農産物・食品の輸出量・輸入量	今年の米輸出は過去10年振りに前年比を下回る予測	今年の米輸出において、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 <ul style="list-style-type: none"> 2020年のタイのコメ輸出は当初予測の750万トンを下回り、過去10年で最少となる650万トン程度（19年758万トン）にとどまる見通し タイ米の輸出が減っているのは、新型コロナ感染拡大に伴う世界的なコメ需要の低下、バーツ高によるタイ米の国際競争力低下、長引く干ばつによるコメ生産量の減少などのため
消費者マインド	消費者信頼感指数の低下	10月30日、9月の消費者信頼感指数が、5ヶ月ぶりに前月（8月）を下回る <ul style="list-style-type: none"> 9月の消費者信頼感指数が前月の51.0から50.2に低下し、5ヶ月ぶりに前月（8月）を下回った。 若者らによる反政府集会の拡大と、プリディ前財務相の辞任が大きな要因と考えられる。 その他、政府が新型コロナウイルスの感染拡大に伴う経済活動制限を緩和し、被害を受けた企業や個人向けの救済・支援措置を講じたものの、経済回復のめどが立たず、失業者は増加傾向継続していることも要因の一つ 個別指数では、経済情勢に関する指数が42.9（前月43.6）、雇用機会が48.2（49.1）、将来の所得が59.4（60.4）と、いずれも前月から低下



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（東南アジア）タイ 2020年11月

11月号のアップデート サマリ

3. COVID-19により顕在化したFVCの課題調査

項目	概要	内容
農業生産	供給不安による天然ゴム、米の高騰への影響	<p>10月22日、ラテックス価格上昇、新型コロナで需要増</p> <ul style="list-style-type: none"> 天然ゴムラテックス価格が、3年2カ月ぶりの高値となる1キロ60バーツ（204円、1バーツ3.4円換算）超え。中国需要と国内消費量の増加が主な要因 政府は、タイを「世界のゴム手袋のハブ」とする政策を打ち出しており、関係各省庁において、資金調達、販路開拓や輸出拡大推進策、品質向上面で支援体制を構築中 <p>11月19日、米の価格高止まりで推移</p> <ul style="list-style-type: none"> コメの国際価格について、タイは輸出規制は行わなかったものの、降雨不足による乾季米の減産や雨季米への影響懸念もあり、タイの米の国際価格は高止まり 7月に入り、バーツ安に転じたことや降雨による干ばつの懸念が減少したことにより、ベトナムの新穀の供給開始等から前月（6月）と比べ下落したが高水準で推移中
卸・小売	日系・外資系小売百貨店の撤退相次ぐ	<p>10月28日、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の撤退</p> <ul style="list-style-type: none"> バンコクでは競争の激化を背景に、三越伊勢丹ホールディングスのデパート「バンコク伊勢丹」が2020年8月末で閉店。 10月下旬、東急百貨店はタイにおける百貨店事業を終了すると発表。1985年にバンコクに第一号店をオープンして以来、約35年に渡りタイにて百貨店事業を展開してきたが、COVID-19による消費者の減少による売上減やバーツ高の影響により2020年に幕を閉じるなど、日系デパートの撤退が相次ぐ ロッテ免税店においても、2020年9月10日、SHOW DC内の店舗を閉鎖し、タイ現地法人を清算することを決定
消費	「独身の日」、86%がオンラインで買い物	<p>11月10日、「独身の日」に買い物をする予定と回答した人数の約86%がオンラインで買い物をする予定。オンライン利用率が増加傾向</p> <ul style="list-style-type: none"> Marketbuzzzの調査によると、「独身の日」に買い物をする予定と回答した人の約86%がオンラインで買い物をする予定と回答 タイのEC業者が中国の「独身の日」（11月11日）に合わせて実施した大型セールで、大手2サイトは開始直後から販売が好調だったと明らかにした。今年のEC市場は前年比35%拡大する見通し

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（東南アジア）タイ 2020年11月

11月号のアップデート サマリ



4. 現地FVC再構築に向けた最新動向調査

項目	概要	内容
政府の支援策	観光産業向け支援 「We Travel Together」	<p>11月3日、タイ国内旅行キャンペーン「We Travel Together」が好調、バウチャー提供額引き上げ延長検討</p> <ul style="list-style-type: none"> 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（เราเที่ยวด้วยกัน ラオティアオトゥアイカン）」が開始 「We Travel Together」には7月18日のスタート以来、456万人が登録。ホテルは236,000室以上が予約され、既に193,000室以上の宿泊費の支払いが行われた。また「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。 <p>平日の観光を活性化するために、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</p>
	企業向け低金利ローン支援	<p>低金利ローンプログラムの継続検討</p> <ul style="list-style-type: none"> 年利0.01%での金融機関に対する1,500億タイバーツの低金利ローンの提供 金融機関は、当初の2年間、最初の2,000万タイバーツに対する金利を2%に設定 政府は長引くコロナによる経済低迷の影響から、低金利ローンの延長を検討
	鶏卵事業者向け支援	<p>鶏卵事業者向け支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 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）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
	失業者向け支援	<p>失業者向け支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 2020年3月1日～8月31日までの期間 <ul style="list-style-type: none"> 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日間受領可 2020年3月1日～2022年2月28日の期間 <ul style="list-style-type: none"> 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
第3国(企業)・国際組織の動向	アジア開発銀行、タイ政府のグリーンボンド発行を支援	<p>9月24日、COVID-19に対抗するグリーンイニシアチブ</p> <ul style="list-style-type: none"> 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パンデミックからの回復を支援すると発表 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の社会的影響プロジェクトに資金を提供するために、タイ初のサステナビリティ債券を支援 ADBはまた、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

マンスリー・レポートご報告内容

1. タイ

1. COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し

2. COVID-19 により顕在化したFVC の課題

3. 現地FVC 再構築に向けた最新動向

2. ベトナム



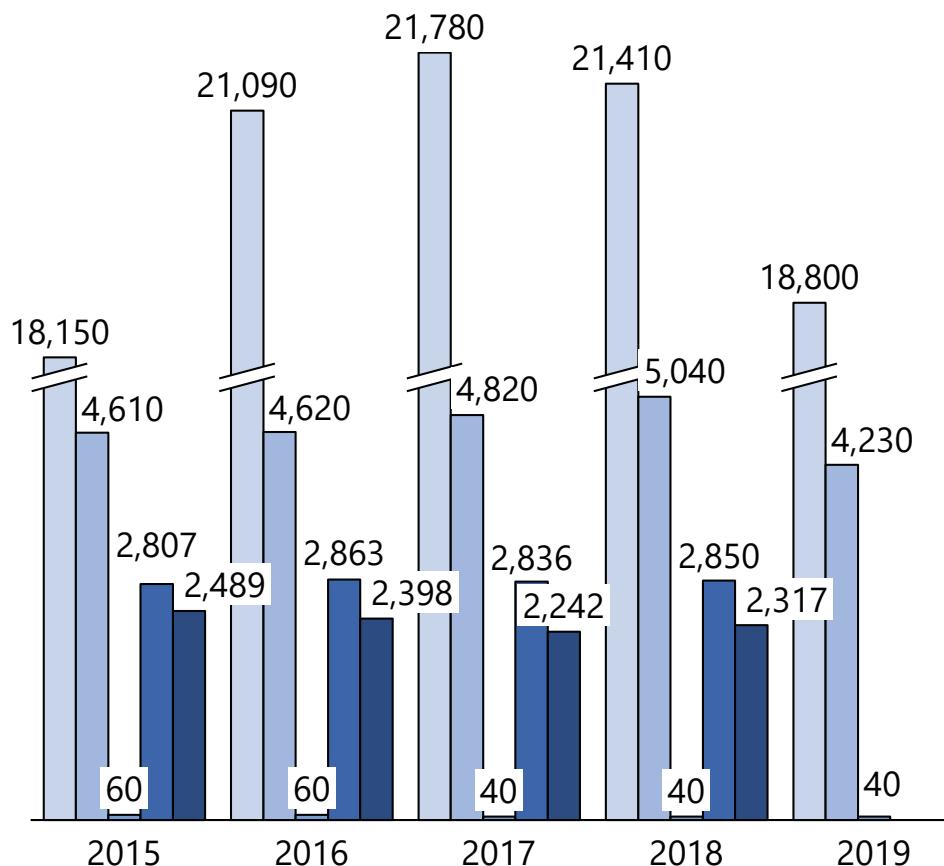
COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し | 生産量

**生産量| 作付け時期の遅延から収穫量が激減し、農村部を中心に深刻な食糧不足に陥る可能性
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が拡大する見込み**

主要農林水産物の生産量推移, 2015-2019 (千トン)

赤色 : COVIDによる主な影響 橙色 : 今月号の更新情報

■ 米 ■ トウモロコシ ■ 豆類 ■ 家畜肉 ■ 魚介



Note: 家畜肉と魚介に関しては2018年までのデータを使用
FAOの最新データ (2019) が発表され次第データを更新

Source: Euromonitor, FAO, UN Comtrade

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



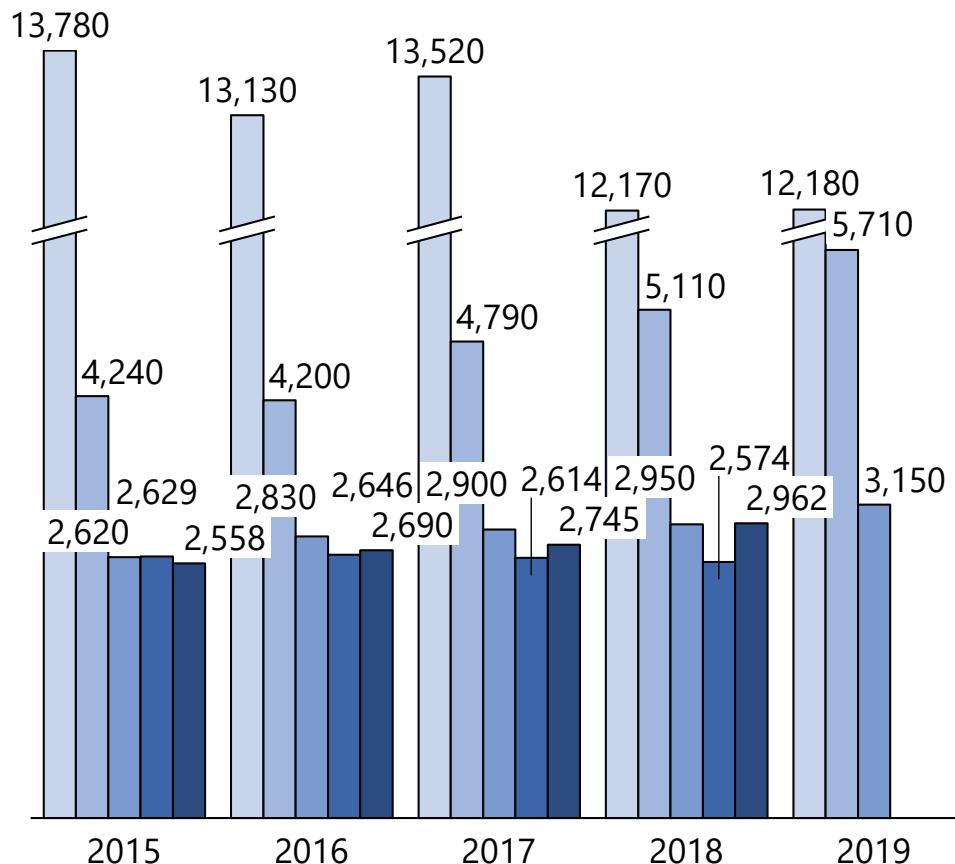
COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し | 消費量

**消費量| 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
一方で、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**

主要農林水産物の消費量推移, 2015-2019 (千トン)

赤色 : COVIDによる主な影響 橙色 : 今月号の更新情報

■ 米 ■ トウモロコシ ■ 豆類 ■ 家畜肉 ■ 魚介



Note: 家畜肉と魚介に関しては2018年までのデータを使用
FAOの最新データ(2019)が発表され次第データを更新

Source: Euromonitor, FAO, UN Comtrade

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

食の安全性への認識と嗜好変化

- 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
- 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



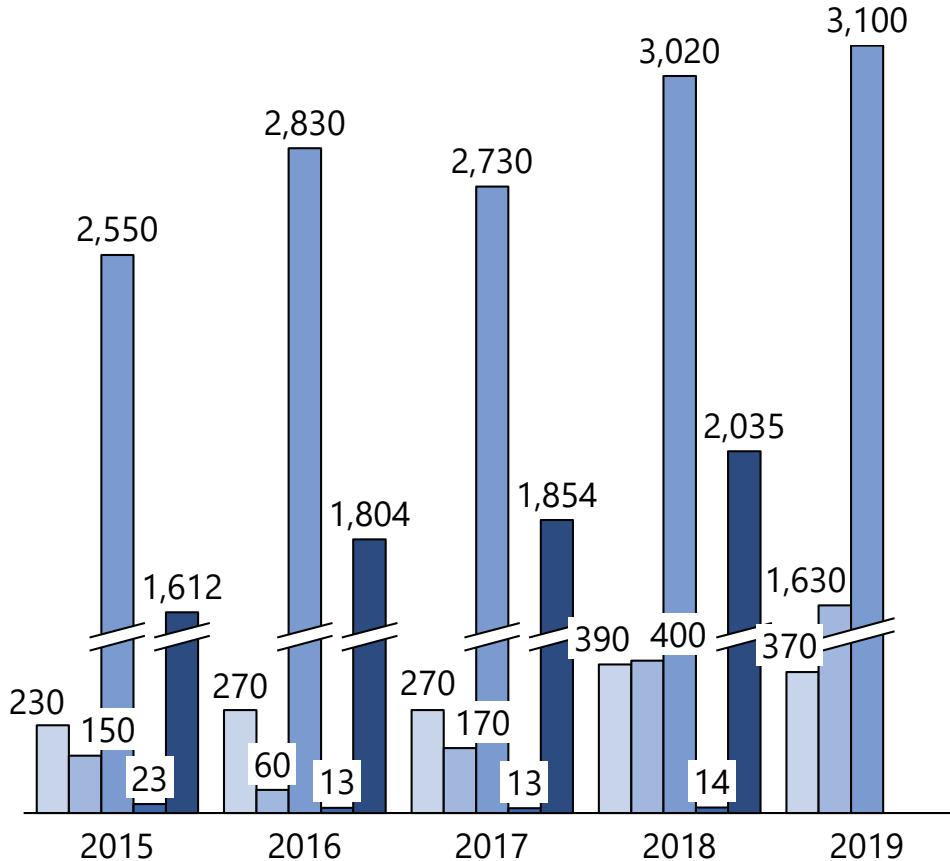
COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し | 輸入量

**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）

赤色：COVIDによる主な影響 橙色：今月号の更新情報

■ 米 ■ トウモロコシ ■ 豆類 ■ 家畜肉 ■ 魚介



Note: 家畜肉と魚介に関しては2018年までのデータを使用
FAOの最新データ（2019）が発表され次第データを更新

Source: Euromonitor, FAO, UN Comtrade, OEC

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）の食品全体の輸出量が減少

COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し | 輸出量

輸出量 | 水産加工製品は需要の増加から輸出量を増加

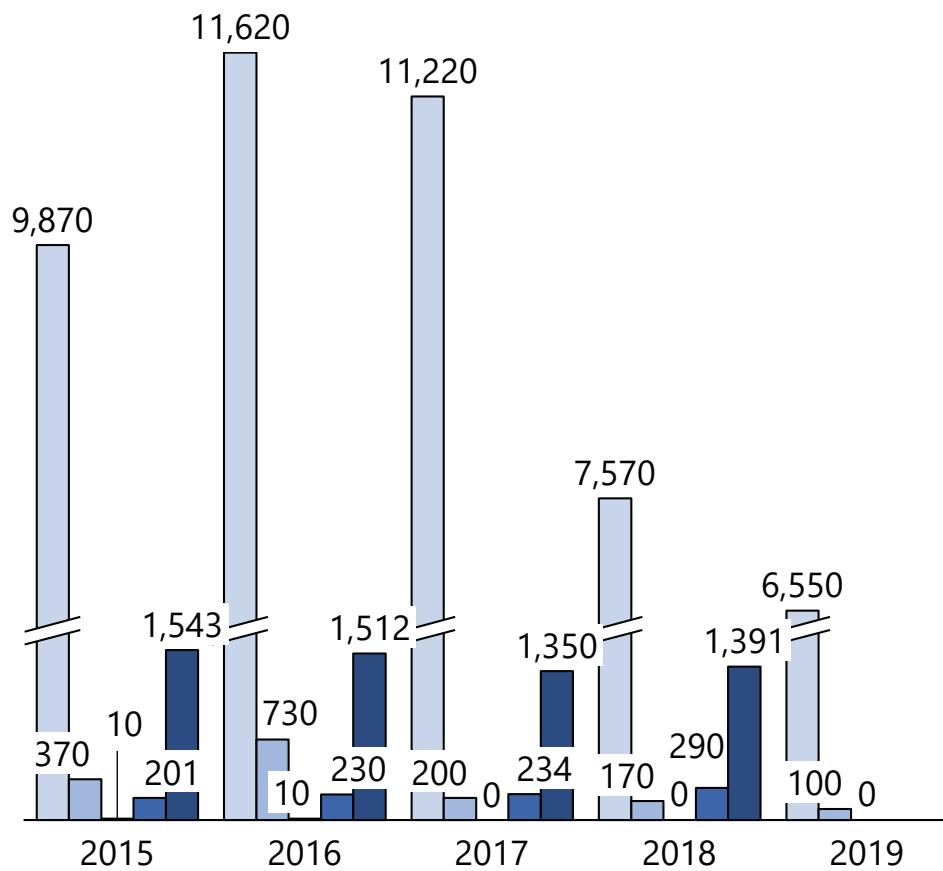
2020年の米輸出においてコロナ禍とバーツ高の影響から過去10年振りに前年比を下回る予測



主要農林水産物の輸出量推移、2015-2019（千トン）

赤色：COVIDによる主な影響 橙色：今月号の更新情報

■ 米 ■ トウモロコシ ■ 豆類 ■ 家畜肉 ■ 魚介



Note: 家畜肉と魚介に関しては2018年までのデータを使用
FAOの最新データ（2019）が発表され次第データを更新

Source: Euromonitor, FAO, UN Comtrade, OEC

主なトレンド／特性

主要輸出先

- 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）

米の輸出量縮小

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

鶏肉の世界需要

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

水産加工の再輸出

- 魚介類の輸出量の約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

COVID-19による影響

食料品・食品加工の輸出量増加

- 農業および農業関連産業の輸出（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は83%増加
- 輸出に占める食品の割合は16%から22%に急上昇
- 2020年の米輸出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

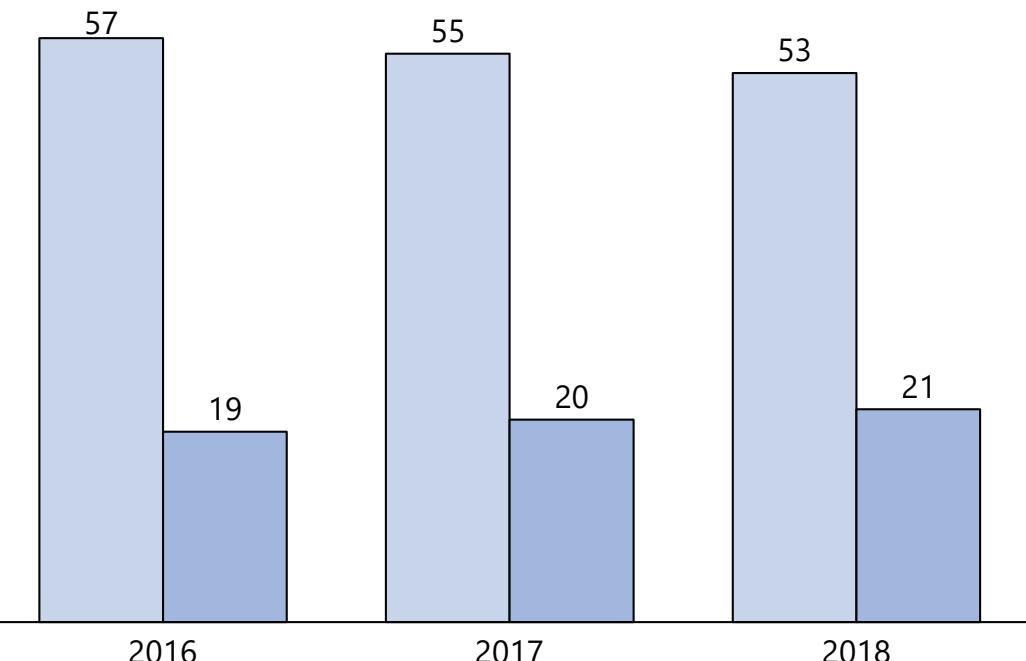


COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し

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がある

加工食品、冷凍食品の生産（千トン）

■ 加工食品 ■ 冷凍食品 *有機食品のデータなし

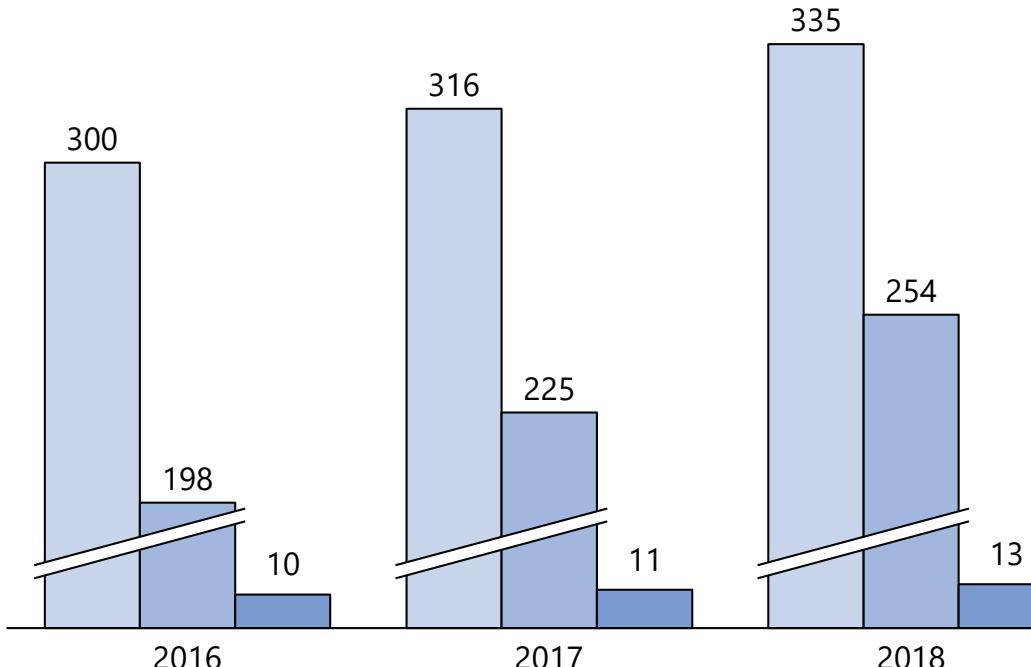


- 水産加工は重要な産業の一つ
- 養殖エビの加工品やマグロのツナ缶など世界でもトップクラスの生産量を誇る

赤色：COVIDによる主な影響 橙色：今月号の更新情報

加工食品、冷凍食品、有機食品の消費（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。食材はパッケージ包装や袋詰めタイプのもの好まれる



COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し

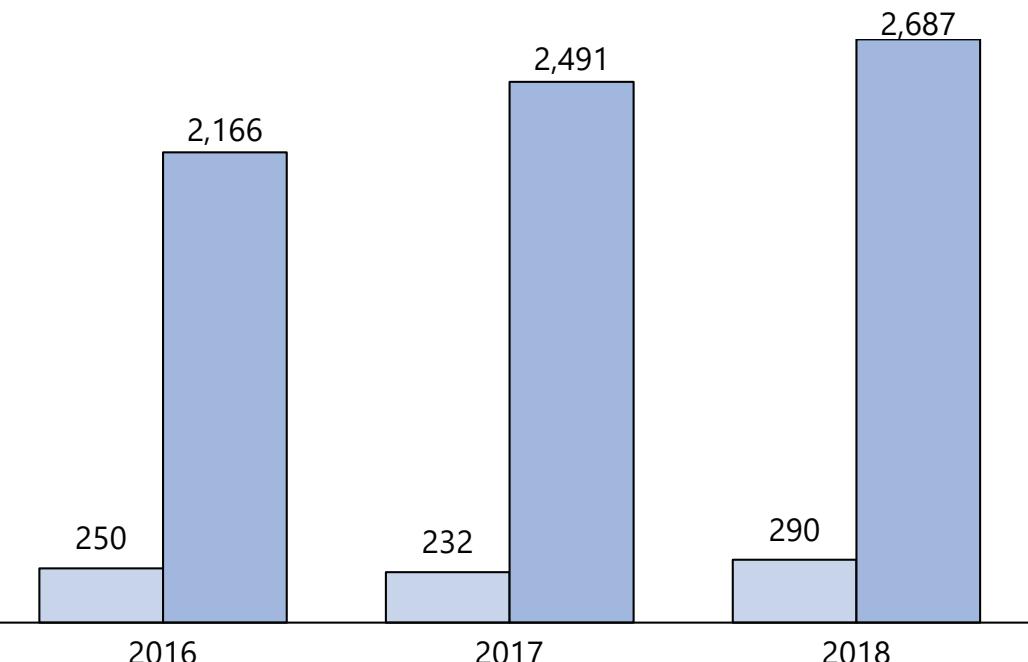
加工食品、冷凍食品の輸入と輸出|漁獲量の減少により原材料を輸入に依存

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

赤色：COVIDによる主な影響 橙色：今月号の更新情報

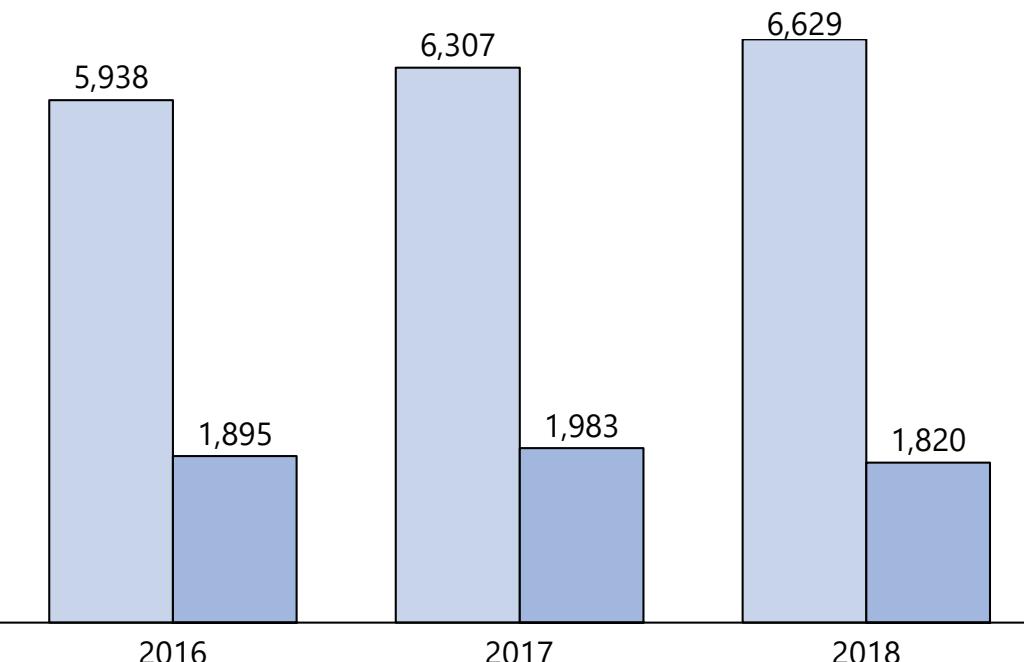
加工食品、冷凍食品の輸入（百万ドル）

■ 加工食品 ■ 冷凍食品 *有機食品のデータなし



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



- アンダ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

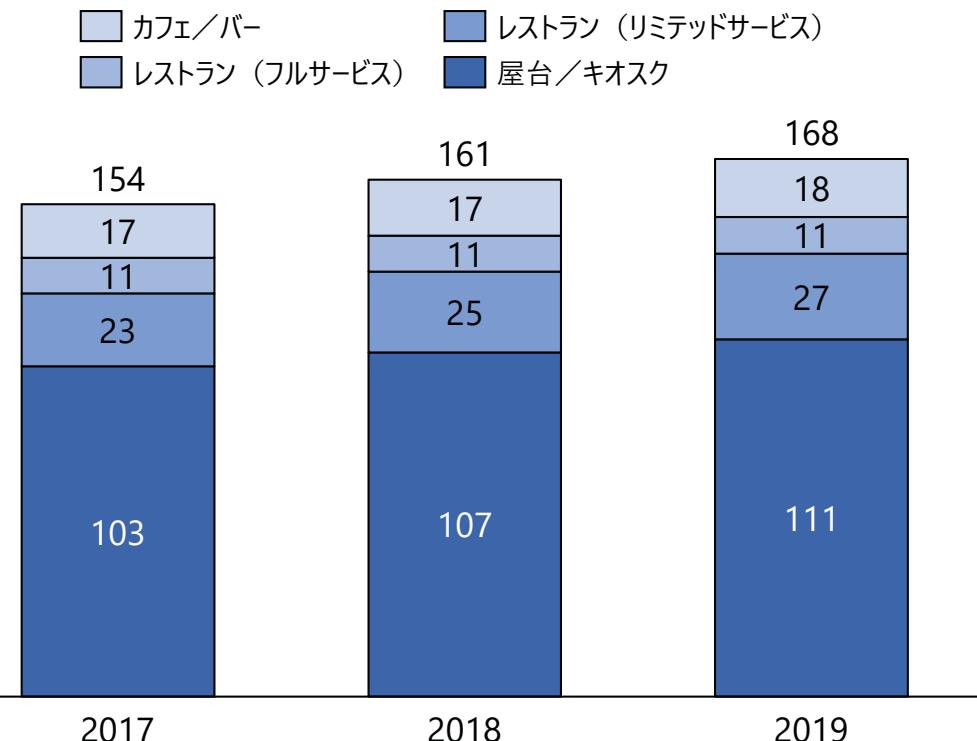
- アジア近隣諸国から生魚を輸入し、米国、日本、EU圏向けに冷凍エビやツナ缶詰製品等を再輸出
- 冷凍および加工果物と加工野菜の輸出は83%増加
- COVID-19の影響から肉や魚介類の調達先となる国に変化が、今後はタイからの輸入が増える見込み



COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し

**小売・レストランの店舗数・売上| 簡易な屋台やキオスクが最も多く占める
顧客単価の高いカフェ／バーとレストランが売上の約7割を占める**

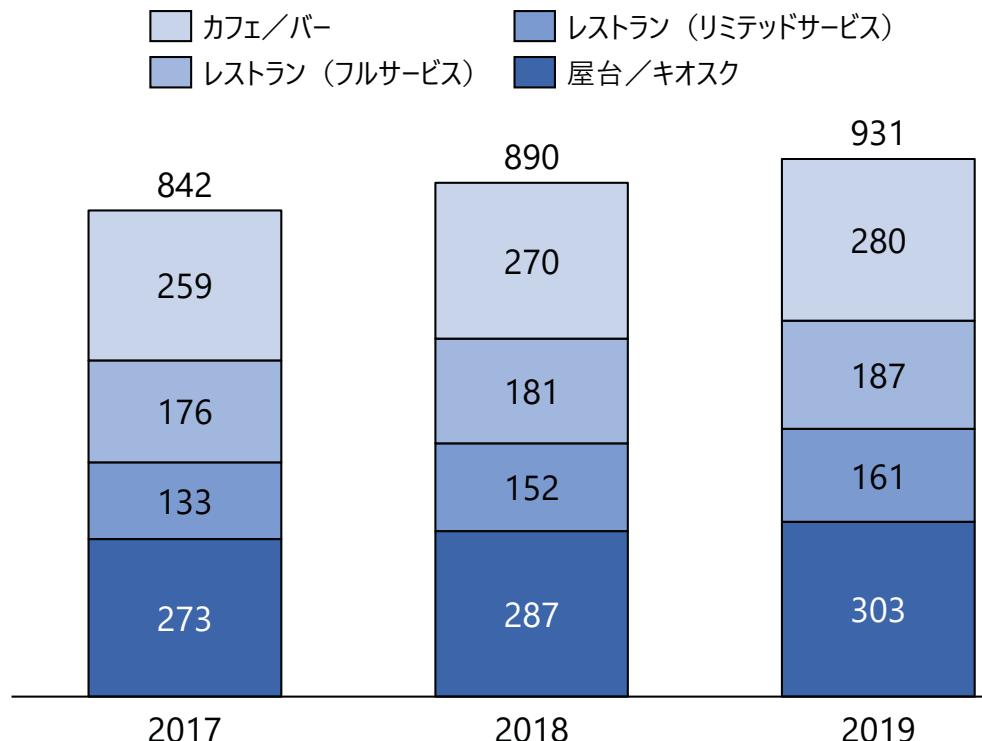
小売・レストランの店舗数 ('000 units)



- ・ 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。閉店に追いやられるレストラン多発

赤色：COVIDによる主な影響 橙色：今月号の更新情報

小売・レストランの売上高 ('000 THB million)



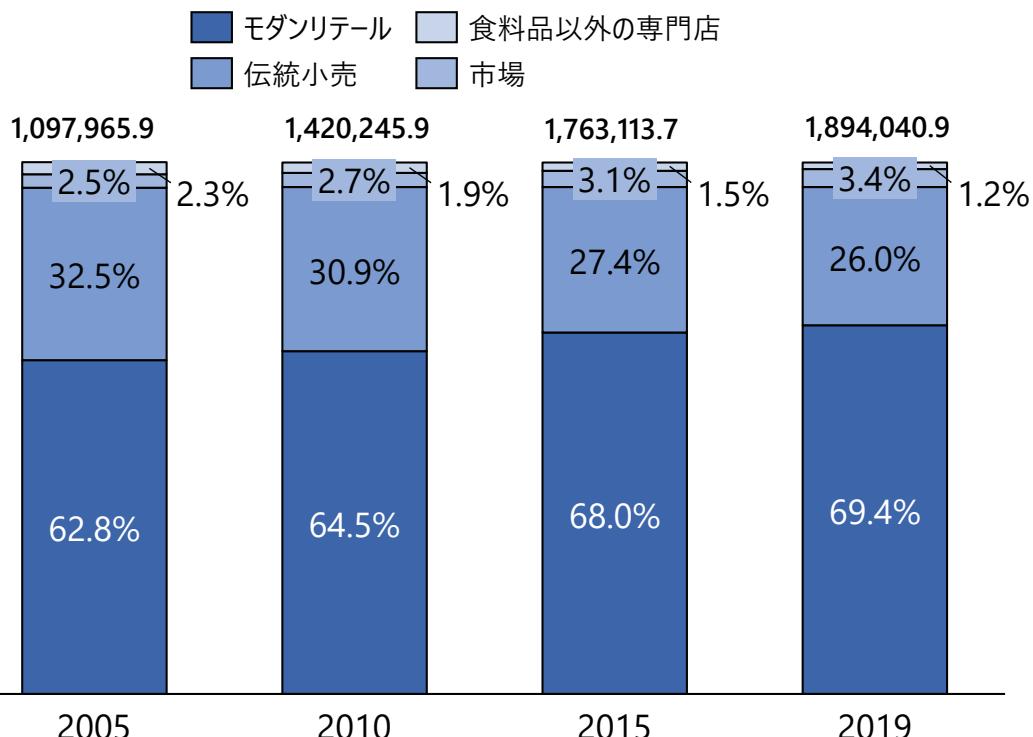
- ・ 客単価の高いカフェ／バーやフルサービスレストランの店舗数拡大により、レストラン産業全体の売上高が拡大
- ・ COVID-19により消費者の可処分所得が減少。より安価な代替食品に需要が流れ、カフェやレストランの販売価値は減少する見通し
- ・ 一方、オンラインやデリバリーサービスなどから売上を維持する店舗も存在



COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し

包装食品| モダンリテールのシェアが近年高まりつつあるものの、伝統小売も一定の割合を維持する
外食サービス| イートインとテイクアウトが約9割を占める。宅配とドライブスルーが浸透しつつある

包装食品の販売チャネル割合 (合計値：100万THB)

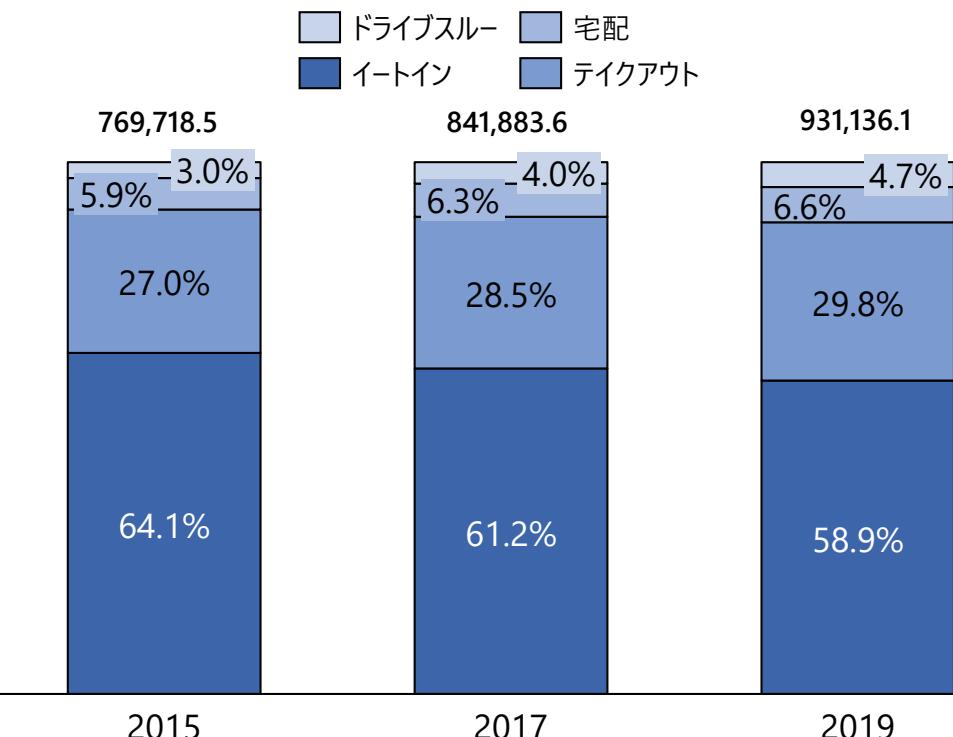


- ・ 包装食品の主要チャネルは、モダンリテールで全体の約7割
- ・ 新鮮な食品を求めて市場で買い物する人も多く、伝統リテールも根強い人気で一定のシェアを維持
- ・ 安全対策や衛生管理の観点から、包装食品を好む傾向が誕生
- ・ 市場など量売りが主流であった販売形態をパッケージ売りに変更する店も増加

Source: Euromonitor、ニュース記事

赤色：COVIDによる主な影響 橙色：今月号の更新情報

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

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

NRI

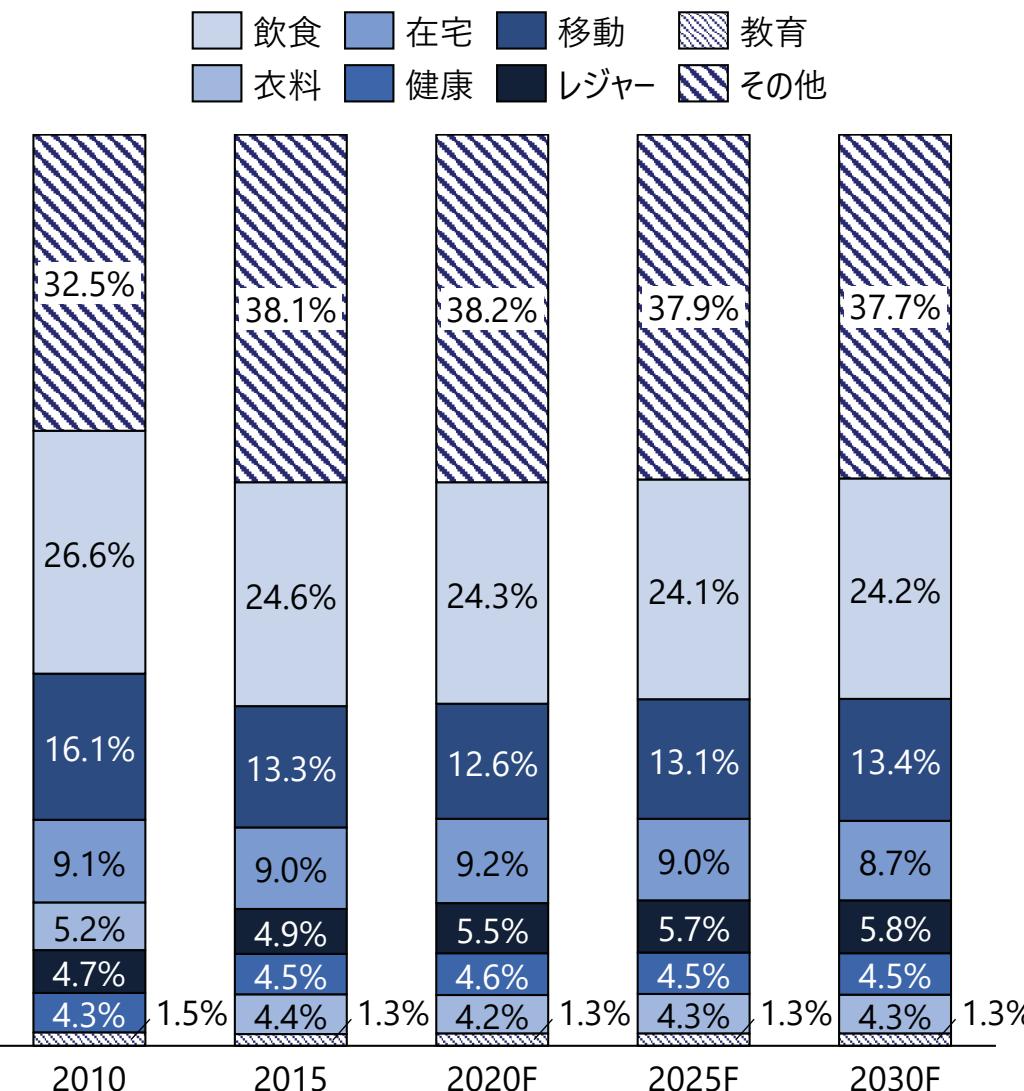
18



COVID-19 による食市場・物流への影響と今後の見通し

消費者支出内訳飲食| 飲食に費やされる支出は、全体の約24%を占める。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月を下回る見込み

消費者支出内訳 (百万ドル)



Source: Deloitte, Euromonitor

主要な消費者トレンド

赤色：COVIDによる主な影響 橙色：今月号の更新情報

- 消費者支出は、飲食に占める割合の増加により年々増加傾向にあり 2022年までに30.7%増加すると見通し
- 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

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

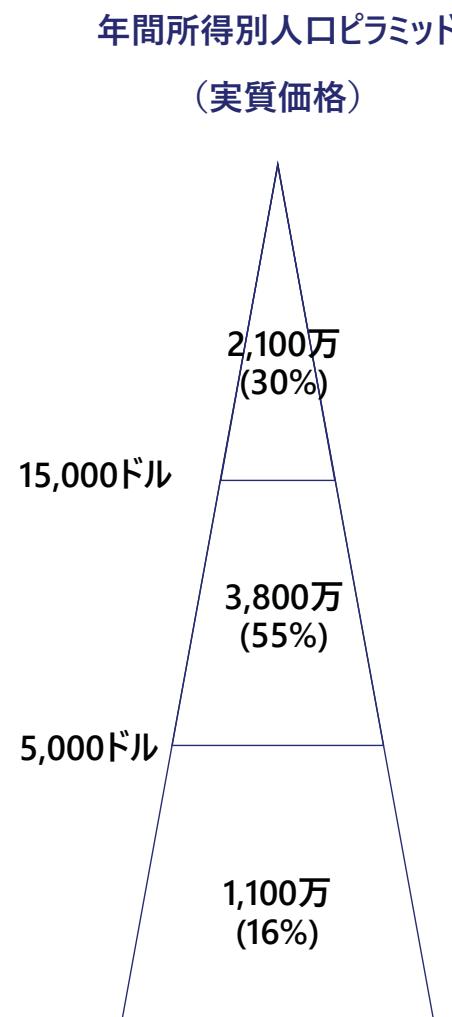


COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し

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

赤色：COVIDによる主な影響 橙色：今月号の更新情報



消費者マインド	COVID-19の影響
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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)

Source: Euromonitor、ニュース記事、NRI Analysis

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

マンスリー・レポートご報告内容：11月

1. タイ

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

2. ベトナム



COVID-19 により顕在化したFVC の課題

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

農業資材への影響

顕在課題 潜在課題 課題分類 ①ヒト ②モノ ③カネ ④データ

テーマ	影響	内容
種子	② 都市型農業への関心拡大	<ul style="list-style-type: none"> 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	② 肥料への影響は限定的	<ul style="list-style-type: none"> 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	② 農薬規制への混乱	<ul style="list-style-type: none"> 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	②③ 買い替えや新設の見送り 農業のデジタル化への促進	<ul style="list-style-type: none"> 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	①② 灌漑システムの強化プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> 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



COVID-19 により顕在化したFVC の課題

**主要作物の国内需要・輸出は、ロックダウンの影響を受ける中、徐々に回復する見込み
一方で、供給不安により天然ゴムや米などのコモディティ価格が高騰化する**

農業生産への影響

顕在課題 潜在課題 課題分類 ①ヒト ②モノ ③力ネ ④データ

テーマ

影響

内容

① ② ③

労働力不足による
生産量の減少・**価格高騰**

- ベトナム等からの移民労働者の不足により、1年で最も重要な「作付け時期」を逃す、または遅延する農家が多数
- 作付けの遅延・延期した農家は、1シーズンまたは1年分の作物の収穫を逃すことになり、収穫量の減少から深刻な食糧問題への懸念も
- 供給不安による**コモディティ価格（天然ゴム、米）高騰**への影響

②

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

②

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

②

鶏卵禁輸措置により
国内の需給バランス混乱

- 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月より鶏卵輸出を再開させる
- 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

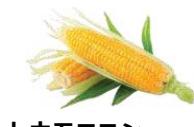
②

健康志向の高まりから
有機食品の需要増加

- COVID-19の影響により、消費者は健康意識や衛生管理など食の安全性をより重視。健康食品やオーガニック食品の需要が増加
- トマト、白菜、キャベツ、ピーマンなどのオーガニック野菜の他、有機栽培された果物やお茶、コーヒーなども生産



米



トウモロコシ



サトウキビ



家禽肉



有機食品



COVID-19 により顕在化したFVC の課題

COVID-19により近隣諸国の移民労働者が一斉帰国

多くの農場では労働力不足から植え付け時期の遅延・延期から食料危機へと発展する懸念も

農業生産への影響

顕在課題

潜在課題

課題分類

① ヒト

②モノ

③ カネ

④ データ

1

労働力不足

- タイは、主にミャンマー・カンボジアなど近隣諸国から約400万人以上の移民労働者を受け入れ
- COVID-19のロックダウンに伴い、移民労働者が一斉に帰国。現在も国境は閉鎖されており、労働者の再入国が足止め状態
- 移民労働者に頼るタイの多くの農場は、深刻な労働者不足問題に直面

2

植え付け時期の遅延・延期

- 農作物の輸出大国（農業名目GDP：9.9%、農業従事者：国民全体の約49%）
- 移民労働者不足により、1年で最も重要な「作付け時期」を逃した場合、1シーズンまたは1年分の作物の収穫を逃す可能性

3

減産による価格高騰

- 作付けの遅延・延期から作物の収穫量が減少し、主要作物の価格が高騰
- タイの米の価格は、2020年初頭と比較し約3倍以上、野菜、卵の価格も高騰傾向、深刻な食糧問題への懸念も

主要穀物	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
米（1期）												
米（2期）												
トウモロコシ												
モロコシ												

播種期

成長期

収穫期



COVID-19 により顕在化したFVC の課題

**小売や輸出などサプライチェーンの混乱により物流の遅延が発生
在庫は滞り多くの倉庫がフル稼働。コールドチェーンの需要も高まる**

保管&運送への影響

顕在課題

潜在課題

課題分類

① ヒト

② モノ

③ カネ

④ データ

2

物流の混乱

- ロックダウン中の小売や輸出などサプライチェーンの混乱により物流の遅延が発生

3

物流需要の減少

- COVID-19による景気後退により、2020年度の物流需要は10%縮小する見込み

2

倉庫需要増加 への対応

- 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
- 腐りやすい果物や野菜、加工食品の生産者からの冷蔵需要の増加



COVID-19 により顕在化したFVC の課題

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

食品加工への影響

顕在課題

潜在課題

課題分類

① ヒト

② モノ

③ カネ

④ データ

テーマ

影響

内容

2
加工用原材料の供給不足

- 加工食品や缶詰製品などの需要が伸びる中、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、供給に遅延

1
労働力不足

- 往来の制限と労働者の引き揚げ（帰郷）によりマンゴー、マンゴスチンなどの季節産業にインパクト
- 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

2
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

2
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

需要側

COVID-19 により顕在化したFVC の課題

ロックダウンによる店舗閉鎖を機に、販売形態をEC、テイクアウト、デリバリー形式へと変化
一方で、東急百貨店やロッテなど外資系小売プレイヤー相次ぎ撤退を発表

卸・小売への影響

顕在課題

潜在課題

課題分類

① ヒト

② モノ

③ カネ

④ データ

③

小売・外食産業の売上低下

- 国境閉鎖により旅行客が急減。小売・外食産業が大きな飲食業と小売業へのダメージ大
- 外食店の約10-15%が閉鎖、外食産業の売上が130億米ドル減（19年比▲6%）、小売業の売上が約90億～100億米ドル減となる見込み

①

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などオンラインにて購入
- Foodland SupermarketやGourmet Marketでは、購入者が商品の受け取りを行う「Chat&Shop」サービスも人気

④

小売業者の販売形態の変化

- Central Food Retail Co., Ltd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
- フードデリバリー業者（GrabFood、LineMan、Foodpandaなど）と連携又は自社にて宅配サービスも開始
- 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60百万ドルに増加（31%増）

③

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
 - ロッテ免税店は2020年9月10日、SHOW DC内の店舗を閉鎖し、タイ現地法人を清算することを決定
 - 東急百貨店は2020年10月28日、タイにおける百貨店事業を終了すると発表

COVID-19 により顕在化したFVC の課題

ロックダウンにより、消費者の購買チャネルはオンラインを中心に変化
オンラインの普及から、食料や食料品の配送サービスの需要が増加

消費への影響

顕在課題

潜在課題

課題分類

① ヒト

② モノ

③ カネ

④ データ

④

Eコマースへのシフト

- ・ 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Eコマースやオンラインへシフト
- ・ 消費者のニーズを受け、ShopeeやLazadaなどEコマースプレイヤーは、アパレルや日曜雑貨に加え、トイレットペーパー等の生活必需品と食料品の取扱いを強化
- ・ Eコマース取引額は2020年に14.8%増加する見込み
- ・ オンライン利用率が増加傾向。「11月11日：独身の日」に買い物をする予定と回答した人の約86%がオンラインで買い物を予定

① ③

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

①

配送サービスの需要 急増

- ・ オンラインの普及から、食料や食料品の配送サービスの需要が増加
- ・ 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・宅配サービスのドライバーが受け皿に

マンスリー・レポートご報告内容：11月

1. タイ

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

3. 現地FVC 再構築に向けた最新動向

2. ベトナム



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 制限緩和

ロックダウンは段階的に緩和、国内移動や商業施設も再開。特別観光ビザが観光客対象に発行開始

		COVID-19による制限	現状（10月20日時点）
移動	国内移動	<ul style="list-style-type: none"> 3月25日、国内線航空便を停止 	<ul style="list-style-type: none"> 5月6日、段階的に運航が再開
	国際移動	<ul style="list-style-type: none"> 4月4日、国際線運航停止 	<ul style="list-style-type: none"> 7月1日、段階的に運航が再開
	その他	<ul style="list-style-type: none"> 3月末、ロックダウン 外国人観光客、集まりを禁止、4月末までほぼ全ての店を閉鎖 	<ul style="list-style-type: none"> 非常事態宣言の延長（第8回） 特別観光ビザが観光客対象に発行開始
営業	農業	<ul style="list-style-type: none"> 国内移動制限による労働者の移動制限 	<ul style="list-style-type: none"> 移動を許可
	保管・運送	<ul style="list-style-type: none"> 国内移動制限によるトラック等の移動制限 	<ul style="list-style-type: none"> 移動を許可
	加工	<ul style="list-style-type: none"> 国内移動制限による労働者の移動制限 	<ul style="list-style-type: none"> 移動を許可
	小売、消費	<ul style="list-style-type: none"> 3月25日、ほぼ全ての商業施設、サービスが禁止 必要最低限の食料品の買い物のみ可能 	<ul style="list-style-type: none"> 5月以降、ほぼ全ての商業施設、サービスが再開（ショッピングモール、小売店、公園など）



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 政府

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	<ul style="list-style-type: none"> 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 農業生産
農家	農業計画	<ul style="list-style-type: none"> 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 農業生産



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 政府

タイ政府は、COVIDの危機に対処するため農業産業向け経済刺激策を発表

COVID-19以降のタイの経済刺激策

対象	施策	概要	インパクト
農家	農家の補助金	<ul style="list-style-type: none"> 月 15,000バーツ/世帯、3ヶ月間支援対象数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 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）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 	農家の運転資金増加 農業生産
観光業	観光セクターへの支援策	<ul style="list-style-type: none"> 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カン）」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 消費量
失業者	新型コロナウイルスによる影響による失業手当	<ul style="list-style-type: none"> 2020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日間受領可 2020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 	失業者の消費促進 消費量



現地FVC 再構築に向けた最新動向 | 政府

ロックダウン中の倉庫（冷蔵含む）の利用増加や運送のコスト増に対し、
タイ政府としての明確な支援策は現段階では提示されていない

保管と運送への施策

FVC 影響 – 保管&運送

倉庫保管および冷蔵

- 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が生まれ、多くの倉庫がフル稼働状態
- 腐りやすい果物や野菜、加工食品の生産者からの冷蔵需要の増加

運送

- 新型コロナウイルス感染症流行の影響による景気不振が主因で、国内の物流業界は2020年の損失が2,000億バーツ（約6,800億円）に上るとの見通しを発表
- 陸運は地場企業が90%のシェアを握っているが、水運、空運はすでに外資がコントロール
- タイ運輸・ロジスティクス協会（TTLA）は、国内企業のシェアを維持するため、政府に支援を要請
- 政府による具体的措置はなし

市場と政府の分担

- ロックダウン中、多くの店が活動を停止
農産物の仕入れが減少し、農産物ロス、農家収入減が発生
- 農務省は、国内製品の不足を確実にするために、農業生産と管理を監視し、産業を支援する計画

COVID-19
による影響

政府の対応



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 政府

企業は、COVIDの危機に対処するため農業・小売産業向け経済刺激策を発表 1/2

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	農家の融資	<ul style="list-style-type: none"> 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ヶ月、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 農業生産
農家および農業関連事業者	農家の融資	<p>【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】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 農業生産
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	<ul style="list-style-type: none"> 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ヶ月低利での貸付 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 	債務負担軽減 保管&運送
輸出業者	債務負担軽減への支援	<p>【輸出業者の負担軽減を目的とした支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①最大6ヶ月の返済停止 (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 保管&運送



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 政府

企業は、COVIDの危機に対処するため農業・小売産業向け経済刺激策を発表 2/2

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 (個人、法人)	農家への補助金	<ul style="list-style-type: none"> 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 農業生産
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	<ul style="list-style-type: none"> 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 年目から開始、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 農業生産
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	<ul style="list-style-type: none"> 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、SPA、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 農業生産



現地FVC 再構築に向けた最新動向 | 企業

政府・現地企業によるCOVID-19対応事例

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
推奨する国産書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



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 企業

政府・現地企業によるCOVID-19対応事例

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。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に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
- 2) 「Food from the Heart」プロジェクトには、バジルチキンご飯、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



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 企業

現地企業によるCOVID-19対応事例

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SEALECTイワシを人道支援として寄贈



タイ赤十字社へ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SEALECTイワシを人道支援として寄贈。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
- 2) 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2、ゼロハンガーアクションに向けた取り組みを支援することを約束。
- 3) 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



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 企業

第3国/国際機関によるCOVID-19対応事例

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



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パンデミック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の社会的影響プロジェクトに資金を提供するために、タイ初のサステナビリティ債券を支援
- 3) ADBはまた、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



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 企業

第3国/国際機関によるCOVID-19対応事例

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トン寄贈）を緊急支援として実施



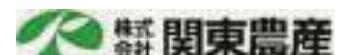
栃木県那須町の企業・株式会社関東農産、福岡県前原市の株式会社アイエム、関東農産・アイエムが現地企業と設立した合弁企業のOne Star Emerald Co.Ltd の三社は、タイの農家に有機肥料100トンを寄贈



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「食料安全保障進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トン寄贈）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



現地FVC再構築に向けた最新動向 | 企業

第3国/国際機関によるCOVID-19対応事例

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

e-Agency

iCCT
THAILAND

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