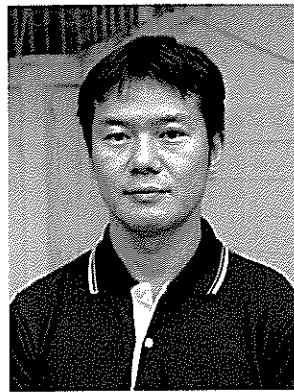


【現地レポート：成長するタイの和牛市場】④ 日本食ブーム追い風に和牛の需要も拡大 企業インタビュー：インターパントレード社 日本産食材の良さをタイのレストランに紹介

昨年12月1～18日にバンコクの高級デパート、エンポリアム」の2号店「エムクオーティエ」で開かれた催事イベント「ASIAN CUISINE」。同イベントで(株)ミートコンパニオンと共同出店し「鰻師の蒲焼」(タイ市場向け鰻のかば焼きブランド)を販売していたインターパントレード社(本社：ノンタブリー県バンクルアイ)は、10年以上バンコク市内を中心に日本食レストラン向けに寿司ネタやマグロ、冷凍食品などの輸入・卸売を展開している。セールスマネージャーの小野敏光氏(=写真)に、タイにおける食品販売ビジネスについて話を聞いた。



——事業概要について

もともと学生時代から海外で働きたいという希望を持っており、当初は静岡の水産企業のタイ駐在員として勤務していた。会社との契約内容でも海外勤務が条件ということだったが、国内勤務という辞令を受けたのを機に退職願を出し、単身バンコクにやってきて、地元の商社やレストランの勤務を経て09年に創業した。現在、バンコクなど地元の日本食レストランや寿司店に向けてプーケットから仕入れたマグロや日本産の生鮮水産品、さらに大分・佐伯市にある養鰻大手の山田水産(株)と協力して同社のブランド「鰻師の蒲焼」を販売する輸入・卸売業務を展開している。その一方でタイの提携工場で製造したエビフライなどの冷凍食品の輸出事業も手掛けている。

——タイで事業をするうえでの苦勞・課題は

顧客は日本食レストランが中心だが、このうち日系資本は2割に過ぎず、8割が現地資本となっている。タイでは商品に対する価格と品質、供給の安定性という、日本では当たり前前の考え方が通用しないなど、異なった商習慣があり、しかも支払いに関する問題が生じ易い状況にある。このため、毎月の取引金

額が非常に少ない顧客には毎回現金決済で、また初めて取引をする顧客に対しては1カ月は現金商売とするなど、慎重な決済管理を行っている。また、在庫管理についても、タイの外食店では在庫を持つという意識が薄いためすぐ在庫を切らしてしまうケースが多い。しかも、バンコク市内は渋滞がひどいというのに、店舗側もアイドリングタイム中に商品を受領したいという依頼が多く、一連の業務のなかでも配送のスケジュール管理に相当なエネルギーを費やしている状況だ。

——タイの日本食マーケットの可能性は

タイでの日本食に関して、当初は若者を中心にファッションとして取り入れられたものが、いまではカルチャーとしてすっかり定着したと認識している。彼らの食文化のひとつとして日常的に日本食が食べられるようになっているが、とくに地元タイ人向けのカジュアルな日本食レストランのメニューをよく見ると、「天ぷらラーメン」など日本では考えられないメニューも見受けられるなど、すでにタイの食文化として日本食が独自に発展している状況にある。もちろん、日本に旅行するなどして“本場の”日本食を知っているタイの富裕層は本格的な日本食を好ま



トロー地区にある「ロマネ寿司」(=写真④)と「ザ・マキユリ」(=写真⑤)にあり「SUSHI-00」(=写真⑥)のチラシ(=写真⑦)、寿司はタイで最もポピュラーな日本食といえ、タイ人オーナーの店舗も多い(=写真と本文は直接関係がありません)

れるが、今後、タイのマーケットではそうした「純日本食」というよりも、タイ風にアレンジされた日本食文化というカテゴリーの方がより大きく伸びていく可能性が大きいと思われる。

当社は社員20人(うち日本人は小野氏含め2人)規模であり、大手企業と同じようなビジネスをやっても勝てることはできないと考えており、ここタイで勝負をする以上、我々が置かれたポジションをよく理解したうえで、

○ 「プレミアムお重」シリーズ第3弾、「熟成リブロースステーキ重」—なか卯

なか卯(本社・東京都港区、石井憲一社長)は8日から、「プレミアムお重」シリーズ第3弾となる「熟成リブロースステーキ重」を発売する。リブロースを熟成することで、柔らかな肉質と肉本来の旨みを引き出した。程よくスパイスの風味を利かせたしょうゆベースの特性たれと、本わさびの茎を刻んでブレンドした独自の“肉専用わさび”で食べる。みそ汁とすけものが付く。税込み990円。販売期間は3月末を予定している。同シリーズは



これまで、「うな重」「ローストビーフ重」と提供してきた。

○ 「劇場版 ソードアート・オンライン」とのコラボキャンペーンを展開—なか卯

なか卯(本社・東京都港区、石井憲一社長)は8日から、人気アニメ「劇場版 ソードアート・オンライン—オーディナル・スケール—」とのコラボレーションキャンペーンを展開する。描き下ろしのオリジナルカードがもらえるほか、ウェブから応募すると、抽選でオリジナルタオルやポスターなどが当たる。期間は3月14日まで。秋葉原店では店舗のラッピングも実施する予定。

△ 日本食肉流通センター交雑牛チルド [3]

(2月6日～2月1日)

(消費税含む)(kg当たり・円)

部位名	首都圏			近畿圏			九州圏		
	加重平均	前週加重	取引重量	加重平均	前週加重	取引重量	加重平均	前週加重	取引重量
かたロース	3,629	3,710	14,382 kg	3,296	3,408	12,638 kg	3,216	3,215	4,065 kg
かた	2,472	2,432	11,302	2,571	2,586	7,659	2,809	2,811	1,727
かたばら	1,756	1,781	2,212	2,172	1,874	3,188	1,828	1,782	779
ヒレ	7,257	7,281	1,786	6,694	6,923	2,075	6,594	6,588	570
ロイン	5,868	5,924	3,881	5,009	5,217	5,579	5,429	5,422	436
ともばら	1,605	1,639	9,878	1,487	1,485	9,363	1,665	1,663	1,644
うちも	2,668	2,616	4,370	2,651	2,709	3,863	2,550	2,559	1,014
しんたま	2,619	2,575	6,869	2,683	2,716	3,587	2,550	2,580	705
らんいち	2,712	2,765	3,910	2,662	2,746	3,848	2,557	2,628	784
そとも	2,436	2,316	5,997	2,527	2,573	3,730	2,520	2,514	1,147
すね	1,644	1,798	4,903	1,701	1,836	5,971	1,758	1,765	1,527
ももセット	-	-	-	2,578	2,713	5,606	-	-	-
セット	2,685	2,692	39,858	3,040	3,095	25,696	2,832	2,831	8,017
合計			109,348			92,803			22,415

【週間概況】 首都圏＝引き続き、価格は全般的に弱保合。  
近畿圏＝引き続き、全般的に弱保合。  
九州圏＝引き続き、価格は全般的に保合。