

## สถานะตลาดสินค้าอาหารแช่แข็งในญี่ปุ่น

สตท. ณ เมืองฮิโรชิมา

ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งเป็นสินค้าที่มีแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดญี่ปุ่น<sup>1</sup> ในช่วงปีที่ผ่านมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงของภาวะการแข่งขันและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งน่าสนใจ ดังนี้

### การผลิตอาหารแช่แข็งภายในประเทศญี่ปุ่น

จากผลสำรวจโดยสมาคมอาหารแช่แข็งแห่งญี่ปุ่นในปี 2018<sup>2</sup> พบว่าจำนวนโรงงานผลิตในประเทศได้ลดลงจาก 466 โรงงานในปี 2017 เป็น 444 โรงงานในปี 2018 รวมทั้งจำนวนบริษัทก็ได้ลดลงจาก 406 บริษัทเป็น 397 บริษัท อีกทั้งมูลค่าและปริมาณการผลิตก็ได้ลดลงเล็กน้อย คือ เป็น 7.15 แสนล้านเยน (ประมาณ 2.02 แสนล้านบาท) ลดลงจากปี 2017 ร้อยละ 0.8 และปริมาณ 1.58 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 0.3

Heisei Year		Number of Factory		Number of Company		Volume		Value	
			Compare*		Compare*	Ton	Compare*	100Million	Compare*
平成20年	2008	731	98.0%	596	98.0%	1,471,396	96.3%	6,662	100.0%
21	2009	647	88.5%	533	88.5%	1,396,035	94.9%	6,365	95.5%
22	2010	599	92.6%	488	92.6%	1,399,703	100.3%	6,284	98.7%
23	2011	572	95.5%	463	95.5%	1,417,907	101.3%	6,300	100.3%
24	2012	523	91.4%	437	91.4%	1,476,368	104.1%	6,433	102.1%
25	2013	513	98.1%	422	98.1%	1,550,085	105.0%	6,774	105.3%
26	2014	511	99.6%	419	99.6%	1,541,891	99.5%	6,805	100.5%
27	2015	480	93.9%	416	99.3%	1,519,883	98.6%	6,870	101.0%
28	2016	476	99.2%	414	99.5%	1,554,265	102.3%	6,871	100.0%
29	2017	466	97.1%	406	97.6%	1,600,046	102.9%	7,172	104.4%
30	2018	444	95.3%	397	97.8%	1,587,008	99.2%	7,154	99.8%

\* comparing with previous year (เปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า)

เมื่อพิจารณาตามประเภท ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งสำหรับธุรกิจบริการอาหาร (Food Services) มีปริมาณและมูลค่าการผลิตลดลง คือจาก 9.37 แสนตัน 40.5 ล้านล้านเยนในปี 2017 เป็น 8.99 แสนตัน 39.6 ล้านล้านเยนในปี 2018 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งสำหรับผู้บริโภคทั่วไป ได้เพิ่มขึ้นจาก 6.62 แสนตัน 3.11 ล้านล้านเยน เป็น 6.87 แสนตัน 3.18 ล้านล้านเยน โดยจะเห็นได้ว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มหันเหจากอาหารแช่แข็งสำหรับธุรกิจร้านอาหารไปยังอาหารแช่แข็งสำหรับผู้บริโภคทั่วไป คือ สัดส่วนระหว่างสองประเภทดังกล่าวได้เปลี่ยนจากประมาณ 6:3 เป็น 5:4

Volume		Food Services			Home Consumption			Value		Food Services			Home Consumption		
		Ton	Change	Share	Ton	Change	Share	Mil.Yen	Change	Share	Mil.Yen	Change	Share		
平成20年	2008年	945,556	96.2%	64.3%	525,840	96.6%	35.7%	418,045	98.4%	62.7%	248,167	102.7%	37.3%		
21	2009	886,898	93.8%	63.5%	509,137	96.8%	36.5%	395,952	94.7%	62.2%	240,510	96.9%	37.8%		
22	2010	859,342	96.9%	61.4%	540,361	106.1%	38.6%	373,427	94.3%	59.4%	254,945	106.0%	40.6%		
23	2011	864,303	100.6%	61.0%	553,604	102.5%	39.0%	369,741	99.0%	58.7%	260,300	102.1%	41.3%		
24	2012	894,582	103.5%	60.6%	581,786	105.1%	39.4%	374,449	101.3%	58.2%	268,844	103.3%	41.8%		
25	2013	919,442	102.8%	59.3%	630,643	108.4%	40.7%	392,114	104.7%	57.9%	285,259	106.1%	42.1%		
26	2014	931,972	101.4%	60.4%	609,919	96.7%	39.6%	395,547	100.9%	58.1%	284,971	99.9%	41.9%		
27	2015	903,230	96.9%	59.4%	616,653	101.1%	40.6%	392,594	99.3%	57.1%	294,450	103.3%	42.9%		
28	2016	917,652	101.6%	59.0%	636,613	103.2%	41.0%	398,532	101.5%	58.0%	288,528	98.0%	42.0%		
29	2017	937,549	102.2%	58.6%	662,497	104.1%	41.4%	405,556	101.8%	56.6%	311,598	108.0%	43.4%		
30	2018	899,772	96.0%	56.7%	687,236	103.7%	43.3%	396,580	97.8%	55.4%	318,822	102.3%	44.6%		

<sup>1</sup> รายงาน "สินค้าอาหารแช่แข็งอนาคตสดใสในตลาดญี่ปุ่น" โดย สตท. ณ เมืองฮิโรชิมา เดือนพฤษภาคม 2561

<sup>2</sup> รายงาน "การผลิต-การบริโภคอาหารแช่แข็งปี 2018(รายงานด่วน)" (平成 30 年冷凍食品の生産・消費について (速報)) (<https://www.reishokukyo.or.jp/news-public/8574/>)

สาเหตุหนึ่งของการลดลงของการผลิตอาหารแช่แข็งสำหรับธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะประเภทจานด่วน (Quick Service) ซึ่งมีจำนวนมากสาขาและเปิด 24 ชม.หรือยาวกว่าร้านอาหารทั่วไป ได้ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน ทำให้ในระยะที่ผ่านมาร้านอาหารกลุ่มดังกล่าวบ้างก็ลดจำนวนสาขา บ้างก็ลดระยะเวลาบริการ ทำให้ความต้องการสินค้าอาหารแช่แข็งจากกลุ่มผู้ใช้เหล่านี้มีแนวโน้มลดลง การนำเข้า<sup>3</sup>

ในขณะที่การผลิตสินค้าอาหารแช่แข็งภายในประเทศในปี 2018 ได้ลดลง ปรากฏว่าการนำเข้าได้เพิ่มขึ้นซึ่งเมื่อพิจารณาในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา ทั้งการนำเข้าสินค้าอาหารแช่แข็งประเภทผักและประเภทแปรรูปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2009 สัดส่วนของปริมาณนำเข้าผักแช่แข็ง(32.3%)และอาหารแปรรูปแช่แข็ง(8.5)คิดรวมเป็นร้อยละ 40.8 และได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 45.2 (36.4%+8.8%)ในปี 2018

	Volume (Ton)	Domestic production	Import Frozen Vegetable	Prepared Frozen Food	Total Consumption /Change	Per Head		Value (Million Yen)	Domestic production	Import Frozen Vegetable	Prepared Frozen Food	Total Consumption /Change		
平成20年	2008	1,471,396	770,563	232,224	2,474,183	92.7	19.4	平成20年	2008	666,212	111,140	111,160	888,512	94.7
21	2009	1,396,035	760,997	201,826	2,358,858	95.3	18.5	21	2009	636,462	104,698	91,587	832,747	93.7
22	2010	1,399,703	829,406	227,618	2,456,727	104.1	19.2	22	2010	628,372	111,693	92,736	832,801	100.0
23	2011	1,417,907	899,356	246,330	2,563,593	104.3	20.1	23	2011	630,041	120,178	109,048	859,267	103.2
24	2012	1,476,368	952,041	273,635	2,702,044	105.4	21.2	24	2012	643,293	133,104	122,799	899,196	104.6
25	2013	1,550,085	924,251	282,651	2,756,987	102.0	21.7	25	2013	677,373	157,210	142,542	977,125	108.7
26	2014	1,541,891	907,964	261,237	2,711,092	98.3	21.3	26	2014	680,518	171,965	135,773	988,256	101.1
27	2015	1,519,883	911,518	250,405	2,681,806	98.9	21.1	27	2015	687,044	187,684	140,866	1,015,594	102.8
28	2016	1,554,265	943,211	230,735	2,728,211	101.7	21.5	28	2016	687,060	170,139	132,242	989,441	97.4
29	2017	1,600,046	1,008,783	245,579	2,854,408	104.7	22.5	29	2017	717,154	187,171	153,349	1,058,477	107.0
30	2018	1,587,008	1,051,938	254,353	2,893,299	101.3	22.9	30	2018	715,402	195,121	164,088	1,074,611	101.5
สัดส่วน	2009	59.2	32.3	8.5	100			สัดส่วน	2009	76.5	12.6	10.9	100	
%	2018	54.8	36.4	8.8	100			%	2018	66.6	18.1	15.3	100	

ในกลุ่มสินค้าผักแช่แข็งนำเข้า ในปี 2018 มีปริมาณนำเข้าทั้งสิ้น 1.05 ล้านตัน มูลค่า 1.95 แสนล้านเยน โดยประเภทที่มีปริมาณและมูลค่ามากที่สุด 4 อันดับแรกได้แก่ มันฝรั่ง ถั่ว บร็อคโคลี และข้าวโพดหวาน ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มสินค้าอาหารแปรรูปแช่แข็ง ประเภทอาหารทอด มีปริมาณ 1.8 แสนตัน มูลค่า 1.1 แสนล้านเยน โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65 โดยปริมาณหรือร้อยละ 67 โดยมูลค่า) เป็นประเภทที่ใช้เนื้อสัตว์เป็นวัตถุดิบ (เช่น หมูทอด ไก่ทอด ฯลฯ) มีปริมาณและมูลค่าสูงสุด ส่วนอาหารแปรรูปแช่แข็งประเภทไม่ใช่ทอด มีปริมาณ 7.3 หมื่นตัน มูลค่า 4.8 หมื่นล้านเยน

#### Production Volume & Value of Imported Frozen Vegetables to Japan

Volume (Unit:MT)

Year	Potato	Beans	Spinach	Sweetcorn	Taro (Satoimo)	Broccoli	Mixed Vegetables	Other Vegetables	Total
2006	301,326	128,216	21,585	46,861	51,471	24,979	33,417	224,024	831,880
2007	308,351	116,045	24,212	47,518	45,546	23,788	29,824	225,843	821,128
2008	315,733	106,412	23,118	44,964	38,845	22,712	23,281	195,499	770,563
2009	320,000	103,261	22,084	43,162	37,544	23,116	21,695	190,136	760,997
2010	347,445	114,423	27,088	42,420	36,297	26,577	23,436	211,720	829,406
2011	361,202	117,876	33,443	46,858	38,781	31,360	26,937	242,900	899,356
2012	385,554	118,372	32,421	48,607	39,443	36,059	27,114	264,471	952,041
2013	347,254	117,336	34,888	47,283	40,936	34,441	27,290	274,823	924,251
2014	327,036	115,252	38,263	41,764	45,537	38,679	24,239	277,194	907,964
2015	342,094	115,564	40,657	44,491	32,138	42,589	22,271	271,714	911,518
2016	350,220	119,080	42,469	49,776	33,042	45,737	22,810	280,277	943,211
2017	377,754	121,105	45,496	53,917	31,191	48,753	23,944	306,623	1,008,783
2018	381,644	120,680	24,777	54,175	32,059	57,334	24,732	329,514	1,051,938

Value (Unit:million yen)

Year	Potato	Beans	Spinach	Sweetcorn	Taro	Broccoli	Mixed Vegetables	Other Vegetables	Total
2005	29,235	19,403	3,275	6,372	5,081	3,438	5,337	35,128	107,269
2006	33,630	20,618	3,131	6,998	6,376	3,928	6,070	42,170	122,923
2007	36,500	19,310	3,546	7,329	5,681	3,881	5,647	44,089	125,981
2008	37,547	16,879	3,138	6,632	4,405	3,664	4,116	34,760	111,140
2009	36,908	16,005	2,710	6,237	4,206	3,522	3,620	31,889	104,698
2010	37,463	17,102	3,226	5,562	5,430	3,858	3,701	35,351	111,693
2011	37,091	17,219	4,135	5,520	6,056	4,497	4,192	41,468	120,178
2012	40,745	18,538	4,109	6,166	5,936	5,267	4,382	47,961	133,104
2013	45,031	22,311	5,277	7,394	7,700	6,110	5,457	57,929	157,210
2014	44,301	23,711	6,180	7,026	14,505	7,546	5,289	63,408	171,965
2015	51,992	27,466	7,318	8,324	5,519	9,580	5,519	68,156	183,874
2016	46,222	25,193	6,653	8,047	6,174	9,118	5,882	63,049	170,139
2017	52,332	26,431	7,345	9,351	6,050	10,711	5,554	69,934	187,168
2018	52,969	25,974	8,474	9,329	5,989	11,977	5,674	74,735	195,121

<sup>3</sup> สำหรับสินค้าอาหารแปรรูปแช่แข็ง เป็นสถิติที่ประมวลจากการสำรวจการนำเข้าของ 38 บริษัทชั้นนำซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมอาหารแช่แข็งแห่งญี่ปุ่น จึงมิใช่การนำเข้าทั้งหมดของญี่ปุ่น (<https://www.reishokukyo.or.jp/statistics/precooked-import/>)

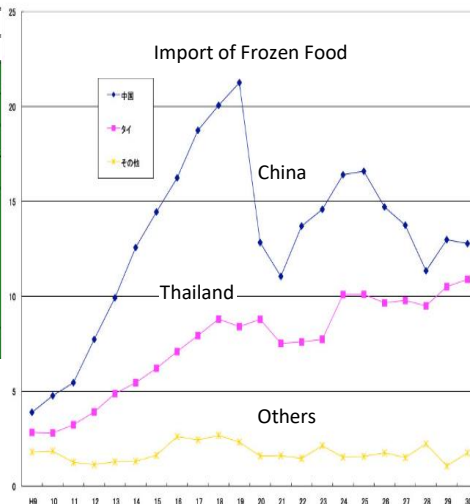
แหล่งนำเข้าสินค้าอาหารแช่แข็งที่มีปริมาณนำเข้าสูงสุดได้แก่ จีน โดยในปี 2018 มีปริมาณ 1.27 แสน

ตัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.2 ของปริมาณนำเข้าทั้งหมด ในขณะที่ไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับสอง ปริมาณ 1.08 แสนตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.8 อย่างไรก็ตาม ในด้านมูลค่า การนำเข้าจากไทยมีมูลค่า 7.90 หมื่นล้านบาท สูงกว่าการนำเข้าจากจีน ซึ่งมีมูลค่า 7.23 หมื่นล้านบาท ดังนั้น เป็นสิ่งแสดงให้เห็นสินค้าอาหารแช่แข็งจากไทยมีมูลค่าต่อหน่วยโดยเฉลี่ยสูงกว่าสินค้าของจีน และเมื่อดูแนวโน้มการนำเข้าจากจีนและไทยตั้งแต่ปี 1998 จะเห็นได้ว่า การนำเข้าจากไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ และกำลังมีระดับที่ใกล้เคียงกับจีนยิ่งขึ้น

		Volume		Value		China		Thailand		Others	
		Ton	Change	Mil Yen	Change	Ton	Change	Ton	Change	Ton	Change
平成20年	2008年	232,224	72.6%	111,156	76.2%	128,373	60.4%	87,912	104.6%	15,939	68.8%
21	2009	201,826	86.9%	91,587	82.4%	110,515	86.1%	75,235	85.6%	16,076	100.9%
22	2010	227,618	112.8%	92,735	101.3%	137,029	124.0%	75,981	101.0%	14,808	90.8%
23	2011	246,330	108.2%	109,048	117.6%	145,836	106.4%	77,372	101.8%	23,122	158.3%
24	2012	273,635	111.1%	122,797	112.6%	164,087	112.5%	94,288	121.9%	2,862	12.4%
25	2013	282,651	103.3%	142,542	116.1%	165,944	101.1%	101,018	107.1%	15,889	548.2%
26	2014	261,237	92.4%	135,773	95.3%	147,096	88.6%	96,591	95.6%	17,550	111.9%
27	2015	250,405	95.9%	140,866	103.8%	137,471	93.5%	97,851	101.3%	15,083	85.9%
28	2016	230,735	92.1%	132,242	93.9%	113,456	82.5%	94,978	97.1%	22,301	147.9%
29	2017	245,579	106.4%	153,349	116.0%	129,828	114.4%	105,108	110.7%	10,643	47.7%
30	2018	254,353	103.6%	164,088	107.0%	127,813	98.4%	108,994	103.7%	17,546	164.9%

Change : Percentages of with previous year (เปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า)

Country	Volume (Ton)			Value (Mil Yen)		
	2017	2018	Change	2017	2018	Change
China	129,828	127,813	98.4%	72,269	72,655	100.5%
Thailand	105,108	108,994	103.7%	73,440	79,048	107.6%
Vietnam	7,745	9,810	124.1%	5,508	5,874	106.6%
Indonesia	1,652	5,242	317.3%	1,847	3,816	207.7%
USA						
S.Korea						
Canada	1,246	2,694	216.2%	485	2,695	555.7%
NZ						
Others						
Total	245,579	254,353	103.6%	153,349	164,088	107.0%



ชนิดของอาหารแช่แข็งและแหล่งนำเข้า

แหล่งนำเข้า	รายการอาหารแช่แข็ง
จีน	ปลาสดกระดุก ทาโกะยากิ เนื้อปลาชุบแป้งทอด หมูชาชู ชีสแฮมเบอร์เกอร์
	พายแอปเปิ้ล ไก่ทอด ไก่ทอดปรุงรส เบเกอรี่ ผักทอดใส่กุ้ง กุ้งเทมปุระ
	เต้าหู้ทอด เต้าหู้ใส่โมจิ กิมจิ อาหารทะเลทอด ผักทอด ปลาซาบะต้มมิโสะ
	ปูหิมะแปรรูป ปลาไหลแปรรูป เนื้อหมูเสียบไม้ทอด เปาะเปี๊ยะ ไอศกรีมโยเกิร์ต
	กะหล่ำม้วน
ไทย	ปลาหมึกทาโกะทอด กุ้งทอด ทอดมันกุ้ง มะเขือใส่หมูบดทอด ไก่ทอด
	อาหารทะเลทอด เนื้อปลาแช่แข็ง กะหล่ำม้วน ไก่หนึ่ง ผัดกระเพรา โภททอด
	ปลาซาบะย่างเกลือ ต้มยำ
เวียดนาม	ถั่วงู ทาโกะยากิ กุ้งชุบแป้งทอด ผักทอด ผักทอดใส่กุ้ง ทอดมันกุ้ง ต้มยำ
	แป้งพื้ซ่า ปลาหมึกทาโกะทอด ปูหิมะแปรรูป มะเขือย่าง

แหล่งนำเข้า	รายการอาหารแช่แข็ง
อินโดนีเซีย	กุ้งชุบแป้งทอด ทอดมันกุ้ง ปูหิมะแปรรูป
เกาหลี	ผักแปรรูป ปูหิมะแดงแปรรูป
สิงคโปร์	แป้งพาย
นิวซีแลนด์	ถักรีนพี
สหรัฐฯ	ข้าวโพด ซอสพิซซ่า ซอสโหระพา ชีสเค้ก แผ่นแป้งตอดิยา
ไต้หวัน	กุ้งซากุระ แป้งพาย

### แนวโน้มตลาดผู้บริโภคในญี่ปุ่น

สมาคมอาหารแช่แข็งญี่ปุ่น ได้มีการทำการสำรวจความเห็นผู้บริโภค<sup>4</sup> พบว่า

- ร้อยละ 82 ของผู้บริโภคเป็นผู้ที่รับประทานอาหารแช่แข็งและในแต่ละปีที่ผ่านมาจำนวนผู้ที่ไม่เคยรับประทานอาหารแช่แข็งมีจำนวนน้อยลงตามลำดับ
- ในกลุ่มผู้หญิง ร้อยละ 35 และในกลุ่มผู้ชายร้อยละ 32 เป็นผู้รับประทานอาหารแช่แข็ง 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และโดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิง ผู้ที่รับประทานแทบทุกวันมีถึงร้อยละ 11 นอกจากนี้ โดยรวม ผู้ที่มีจำนวนครั้งของการรับประทานมากขึ้นก็ได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า
- กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยบริโภคอาหารแช่แข็งเนื่องจากเห็นว่าอาหารแช่แข็งมีรสชาติดีและสะดวก
- ผู้บริโภคประมาณร้อยละ 93 ซื้อจากซูเปอร์มาเก็ต และผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นมักซื้อที่ร้านสะดวกซื้อและ Drug Store (ในญี่ปุ่นเป็นร้านประเภทที่ขายยา เครื่องสำอาง รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวันในราคาที่ต่ำกว่าราคาปกติ)
- “วิธีการปรุง” เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคดูมากที่สุดบนฉลากสินค้า
- เหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนไม่รับประทานอาหารแช่แข็ง เนื่องจากเห็นว่ามีส่วนผสมที่ผลิตในจีนและรู้สึกไม่มั่นใจกับคุณภาพความปลอดภัย

จากการสำรวจโดยบริษัท Shogyokai Publishing<sup>5</sup> พบว่า สินค้าอาหารแช่แข็งที่มียอดจำหน่ายสูงสุด 5 อันดับแรกในซูเปอร์มาเก็ต ได้แก่ สปาเก็ตตี้พร้อมซอส ไก่ทอด ข้าวผัด ก๋วยเตี๋ยววุดัง และเกี๊ยวซ่า ส่วนสำหรับร้านสะดวกซื้อได้แก่ ข้าวผัด สปาเก็ตตี้พร้อมซอส ราเม็ง อาหารปรุงสำเร็จพร้อมทานประเภทต่างๆ และ O-Konomiyaki (พิซซ่าญี่ปุ่น)

<sup>4</sup> การสำรวจผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2019 จำนวนทั้งสิ้น 9967 คน ภายในกลุ่มอายุ 5 กลุ่มโดยแต่ละกลุ่มเป็นชายและหญิงอย่างละ 625 คน ซึ่งมีการบริโภคอาหารแช่แข็งอย่างน้อยมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จากเอกสาร 冷凍食品利用状況実態調査結果について Japan Frozen Food Association

<sup>5</sup> รายงาน <http://shogyokai.jp/articles/-/1396> (เป็นภาษาญี่ปุ่น)

จะเห็นได้ว่า ด้วยเหตุที่สังคมญี่ปุ่นมีผู้ที่อาศัยอยู่ตามลำพัง ทั้งกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มคนโสด มีจำนวนมากขึ้น สินค้าอาหารแช่แข็งซึ่งเป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว คือ ประเภทที่รับประทานได้ทันที และมักจะง่ายต่อการเตรียมเช่น โดยใช้ไมโครเวฟ และที่ได้รับความนิยมสูงคือประเภทที่ปรุงสำเร็จลักษณะอาหารจานเดียว เช่น ข้าวผัด พิลาฟ(Pilaf) ฯลฯ

นอกจากนั้น สำหรับกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มสตรีทำงาน ก็นิยมสินค้าประเภทผักแช่แข็ง หรือ ประเภทกับข้าวปรุงสำเร็จซึ่งใช้สำหรับการเตรียมอาหารป็นโตให้ลูกไปรับประทานที่โรงเรียน หรือ สำหรับสตรีทำงานที่เตรียมเป็นอาหารกลางวันไปรับประทานที่สถานที่ทำงาน

### **คำแนะนำสำหรับผู้ส่งออกไทย**

1. ผู้ผลิตผู้ส่งออกไทยควรศึกษาประเภทอาหารแช่แข็งที่จำหน่ายในตลาดญี่ปุ่น เพื่อพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ในกลุ่มอาหารปรุงสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นประเภทอาหารญี่ปุ่นหรืออาหารไทย โดยเฉพาะอาหารไทยซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เพียงแต่ควรต้องปรับรสชาติ เช่น ความเผ็ด ให้เหมาะสม
2. นอกจากนั้น ควรคำนึงถึงความสะดวกในการบริโภค โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ซึ่งปัจจุบันยังได้รับความนิยมจากบริโภคหากเป็นวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากในญี่ปุ่น มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่เข้มงวด ดังนั้น หากเป็นบรรจุภัณฑ์ อาทิ ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติก็จะเป็นจุดขายที่สร้างความแตกต่างให้สินค้าได้

กัณยายน 2562

### ที่มาข้อมูล

- (1) สมาคมอาหารแช่แข็งแห่งญี่ปุ่น 日本冷凍食品協会 (<https://www.reishokukyo.or.jp>)
- (2) บทความจาก Shogyokai ONLINE วันที่ 18 มกราคม 2019