

# รวม

## เศรษฐกิจ

พลัสพิเศษ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2,772 วันที่ 6-8 กันยายน พ.ศ. 2555

**TRADE**  
Update

■ สถาบันเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตเกียว  
กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ  
อี-เมลล์ [thaiyo@mfa.go.th](mailto:thaiyo@mfa.go.th) หรือ [intercon02@mfa.co.th](mailto:intercon02@mfa.co.th)

## รายชื่อสินค้าไทย ที่มีศักยภาพในประเทศญี่ปุ่น

กระทรวงการต่างประเทศได้รับรายงานจากสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตเกียว แจ้งรายชื่อ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดญี่ปุ่นที่สำคัญ ดังนี้

**ไถ่สด** ถึงแม้ว่าปัจจุบันไทยยังไม่สามารถส่งออกไถ่สดไปยังตลาดญี่ปุ่นได้ สืบเนื่องจากการที่ไทยประสบปัญหาใช้โควตาตั้งแต่วันที่ 2547 แต่สถานเอกอัครราชทูตเห็นว่า ขณะนี้น่าจะเป็นโอกาสในการผลักดันการส่งออกสินค้าไถ่สดเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่น โดยคำนึงว่าไทยปลอดจากใช้โควตาเกินกว่า 3 ปีแล้ว และได้รับการรับรองจากองค์กรโรคระบาดสัตว์ปีกแล้วด้วย อีกทั้งสหภาพยุโรปซึ่งเป็นคู่ค้ารายใหญ่ก็ได้อนุญาตการนำเข้าไถ่สดจากไทยแล้ว ซึ่งเมื่อประกอบกับผู้บริโภคญี่ปุ่นยอมรับคุณภาพของไถ่สดไทย จนทำให้ญี่ปุ่นเคยเป็นตลาดส่งออกไถ่สดอันดับ 1 ของไทยมาก่อน และความได้เปรียบคู่แข่งในเรื่องราคาและต้นทุนการขนส่ง จึงทำให้ลู่วางของไถ่สดไทยในตลาดญี่ปุ่นยังมีศักยภาพอีกมาก

**ผลไม้ไทย** นอกจากมะม่วงแล้ว ส้มโอและกล้วยหอมก็มีโอกาสขยายตลาดในญี่ปุ่น ขณะนี้เป็นโอกาสดีที่ไทยควรส่งเสริมการส่งออกส้มโอพันธุ์ทองดีเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากรัฐบาลญี่ปุ่นเพิ่งอนุญาตให้นำเข้าได้ และส้มโอพันธุ์ทองดียังเป็นผลไม้ที่มี



รสชาติตรงกับความต้องการของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นซึ่งนิยมผลไม้รสหวานอมเปรี้ยว อีกทั้งยังเป็นผลไม้ที่เก็บรักษาได้นาน ง่ายต่อการทำตลาด และมีค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการส่งออกต่ำ เนื่องจากสามารถขนส่งทางเรือได้

กล้วยหอมเป็นผลไม้อีกประเภทหนึ่งที่มีศักยภาพต่อการทำตลาดในประเทศญี่ปุ่น โดยคำนึงว่าชาวญี่ปุ่นนิยมบริโภคกล้วยหอมเป็นอย่างมาก ซึ่งญี่ปุ่นได้นำเข้ากล้วยหอมมากกว่า 1.06 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่ากว่า 28,860 ล้านบาท ซึ่งไทยสามารถส่งออกกล้วยหอมของไทยที่มีคุณภาพและรสชาติดีเพื่อป้อนความต้องการของตลาดในส่วนนี้ได้

อย่างไรก็ดี ไทยควรรักษาและส่งเสริมตลาดส่งออกมะม่วง ซึ่งเป็นผลไม้ไทยที่มีมูลค่าการส่งออกมายังญี่ปุ่นสูงที่สุด และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องอยู่แล้วเอาไว้ด้วย

ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาตลาดและเพิ่มความนิยมการบริโภคผลไม้ไทยในญี่ปุ่น นอกจากกิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แล้ว ไทยควรส่งเสริมการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานของญี่ปุ่นควบคู่กันด้วย

**เสื้อผ้าสำเร็จรูป** มีศักยภาพในการตอบรับกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าญี่ปุ่นหลายราย ซึ่งเลือกไทยเป็นแหล่งนำเข้าทดแทนการพึ่งพาสินค้าจากจีน โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเสื้อผ้าของไทยที่มีความประณีตและราคาปานกลาง โดยไทยควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในเรื่องความทันสมัยของเสื้อผ้าสำเร็จรูปผ่านสื่อต่างๆ อาทิ การเข้าร่วมกิจกรรมขนาดใหญ่ในญี่ปุ่นที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก ซึ่งรวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้จับจ่ายใช้สอยสินค้าเสื้อผ้าของไทยตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ด้วย