

「タイ王国のフードサプライチェーン」と「技術士の役割」

(公社)日本技術士会・海外活動支援委員会講演会
機械振興会館 2023年8月24日
「海外より Microsoft Teamsで参加」

食品流通アドバイザー

技術士・P.E.【経営工学部門・食品包装/農業部門・食品流通専攻】

APEC ENGINEER・IPEA国際エンジニア

田中 好雄



「演者」田中好雄のプロフィール

- 岐阜県に生まれる 1967年日本大学理工学部工業化学科卒業
- 株式会社クレハ・東京研究所、包装材料事業部、環境・安全・品質部・技術本部で研究員、プロジェクトマネージャーなどの要職を歴任する
- ODA(政府開発援助)・民間機企業で専門家として南米・アフリカ・ASEAN・中国・韓国・台湾など20ヶ国で技術移転を経験し、その内容をまとめた“**食のバリューチェーン戦略**”を出版した
- **食品流通アドバイザー**・田中技術士事務所 代表、技術士・P.E./経営工学部門(包装及び物流/食品包装)・農業部門(農芸化学/食品保存・流通)文部科学省登録 No.17232、APEC エンジニア・IPEA 国際エンジニア、(公社)日本技術士会元フェロー、会長表彰授与、登録グループ 食品産業関連技術懇話会会長、技術士包装物会元会長・、食品技術士センター前理事、現在、執筆・講演・ハラル監査、国内外の食品流通に関する市場調査を実施中
- e-mail : cetanaka@nifty.com
- ISO9001(QMS)・ISO14001(EMS)・ISO22000(FSMS)審査員、HALAL監査員
- 国際協力事業団(JICA)、海外産業人材育成協会(AOTS)、欧州復興銀行(EBRD)登録専門家
- カーボンカウンセラー、危険物取扱主任者(甲種)、HACCP審査員、英語検定2級、TOEIC SCORE (600)

目次

- ☆ASEANの中のタイと「産業構造」
- ☆タイの「食品・農林水産業」
- ☆タイの「食品市場」
- ☆タイの「包装材料の調達環境」
- ☆タイの食品に関わる「法規制」
- ☆タイの「外食産業」
- ☆タイにみる「日本食文化」
- ☆「日本食の国際化」現状と課題
- ☆タイにみる「食の国際化」
- ☆「持続可能な開発目標・SDGs」とは
- ☆「海外活動と技術士の役割」
- ☆タイにみる「光と影」
- ☆「総括・まとめ・スナップ写真」

☆ASEANの中のタイと「産業構造」

「タイの概要」

- タイバンコクへは羽田・成田空港からおよそ6時間(4,600km)、時差は+2時間で2006年にオープンした「スワンナプーム国際空港」へ到着する(アクセス)
- “**微笑みの国**”と言われ、人々は両手を合わせて感謝の気持ちを表す
- タイ人の「**平均寿命は75.3歳**」(世界銀行、2016年)で、日本(83.98歳)より約8.7歳下回る
- 多くの家庭、産業や農業から排出される「**汚水処理**」が進んでおらず、運河や川に放出されていることが多い(水質汚染)

タイ人が求める「3S」生活

- ① 涼しく楽しく快適に！タイ人が求める「3S」生活
- ② 「**熱帯**」に位置するタイの季節は、3～5月の暑期、6～10月の雨期、11月～2月の乾期（1年間の平均気温はおよそ29℃）
- ③ 涼しくて、安くて、便利な乗り物である「**BTS・スカイトレイン**」(写真)

BTS:シーメンス
(ドイツの電気・車輛
メーカー)が施工



タイ人が求める「3S」とは！

- ・サバーイ…**快適だ、元気だ**
- ・サヌック…**楽しい**
- ・サドウアック…**便利だ**

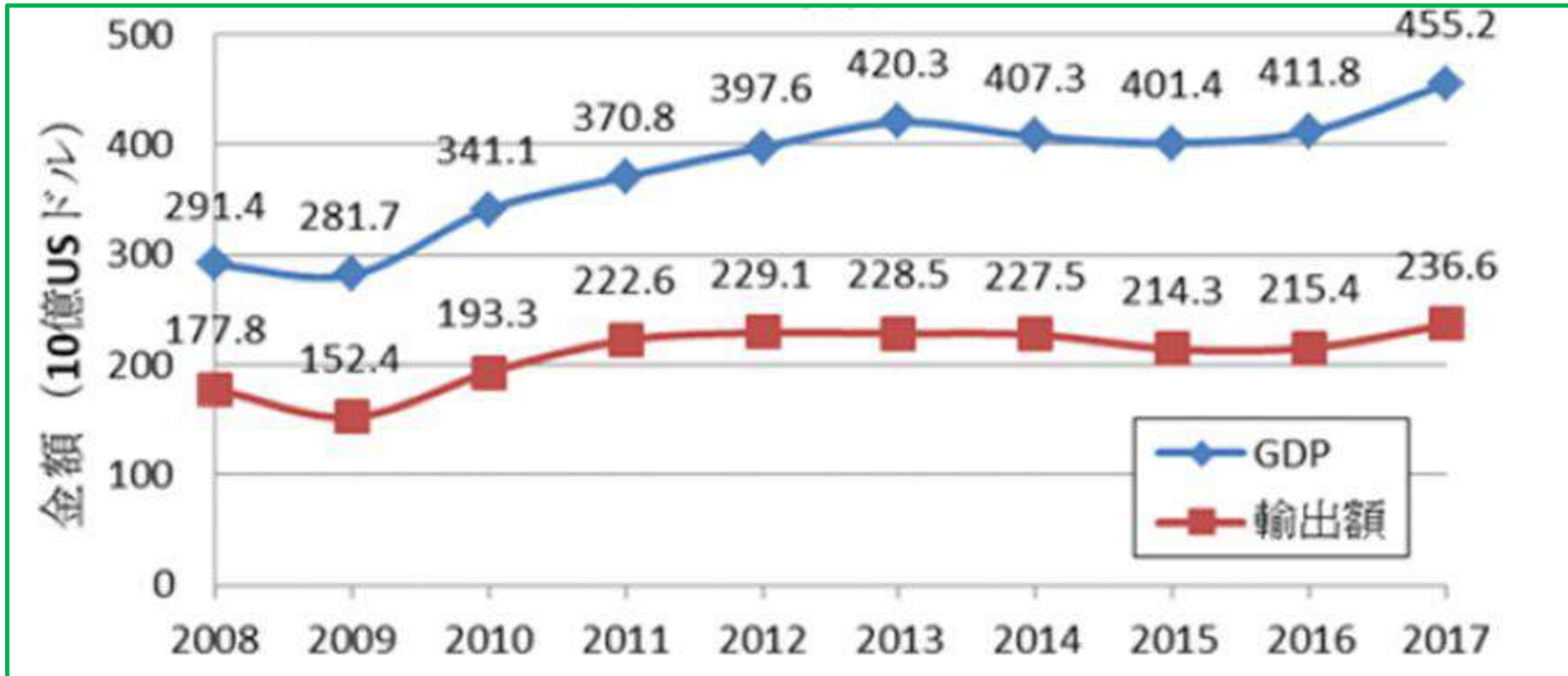
ASEAN(東南アジア諸国連合)「10カ国のロケーション」



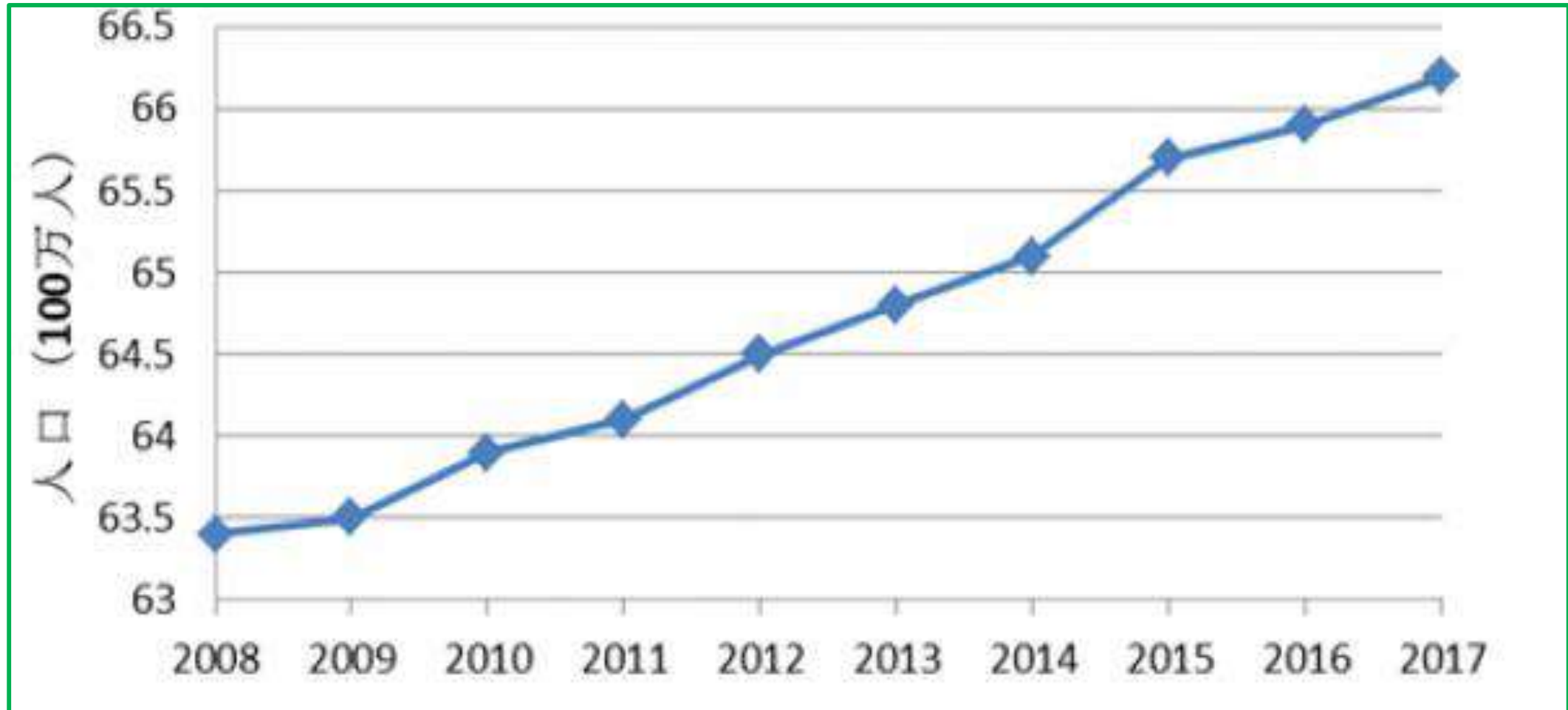
ASEAN(東南アジア諸国連合)「10カ国の比較」(IMF/2015)

国名	一人当たりのGDP(\$)	名目GDP(10億\$)	人口(百万人)	面積(万km ²)
シンガポール	56,319	308	5.5	0.07
マレーシア	10,804	327	30.3	33
タイ	5,445	374	68.7	51
インドネシア	3,534	889	251.5	186
フィリピン	2,885	285	99.4	30
ベトナム	2,053	186	90.6	33
カンボジア	1,081	12	15.3	18
ミャンマー	1,221	16	51.4	68
ラオス	1,693	63	6.9	24
ブルネイ	36,607	16	0.4	5.8
アセアン平均/合計	3,994	2,476	620.0	449
参考(日本)	36,332	4,616	127.1	38

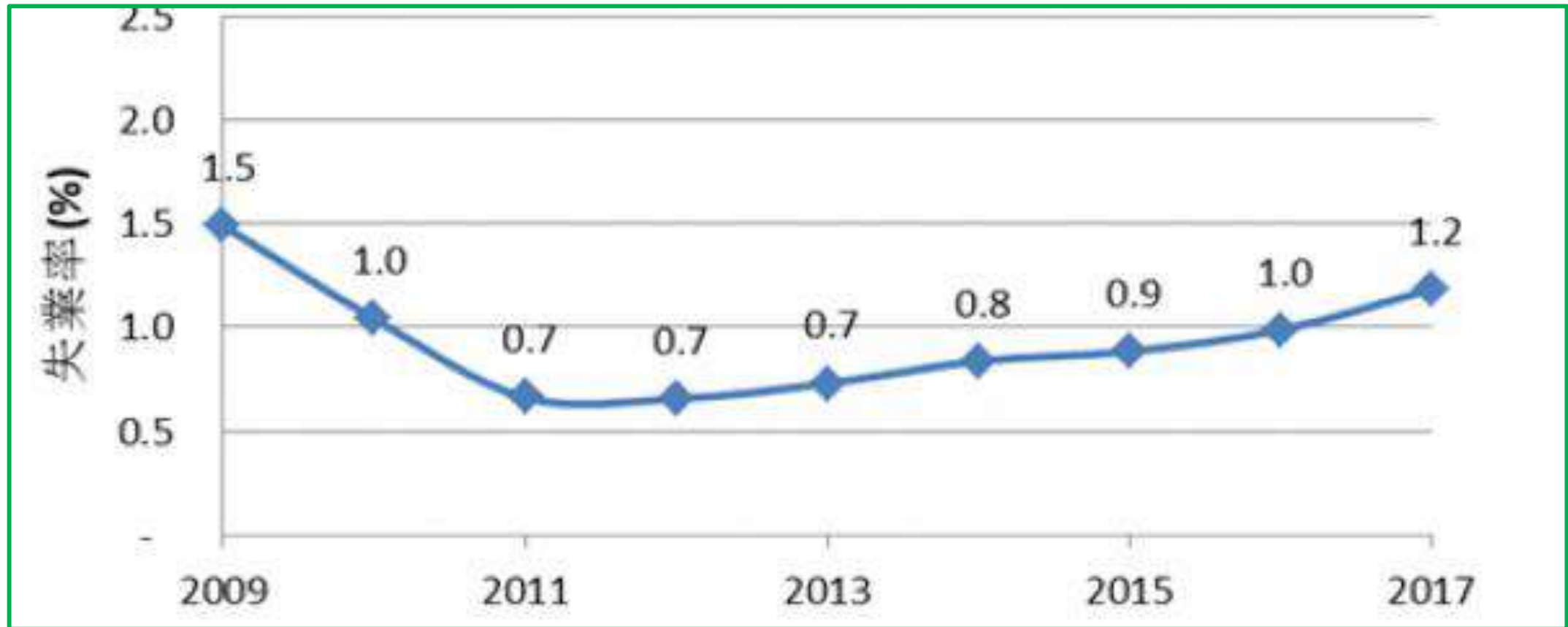
タイの「名目GDP(国内総生産)」の推移



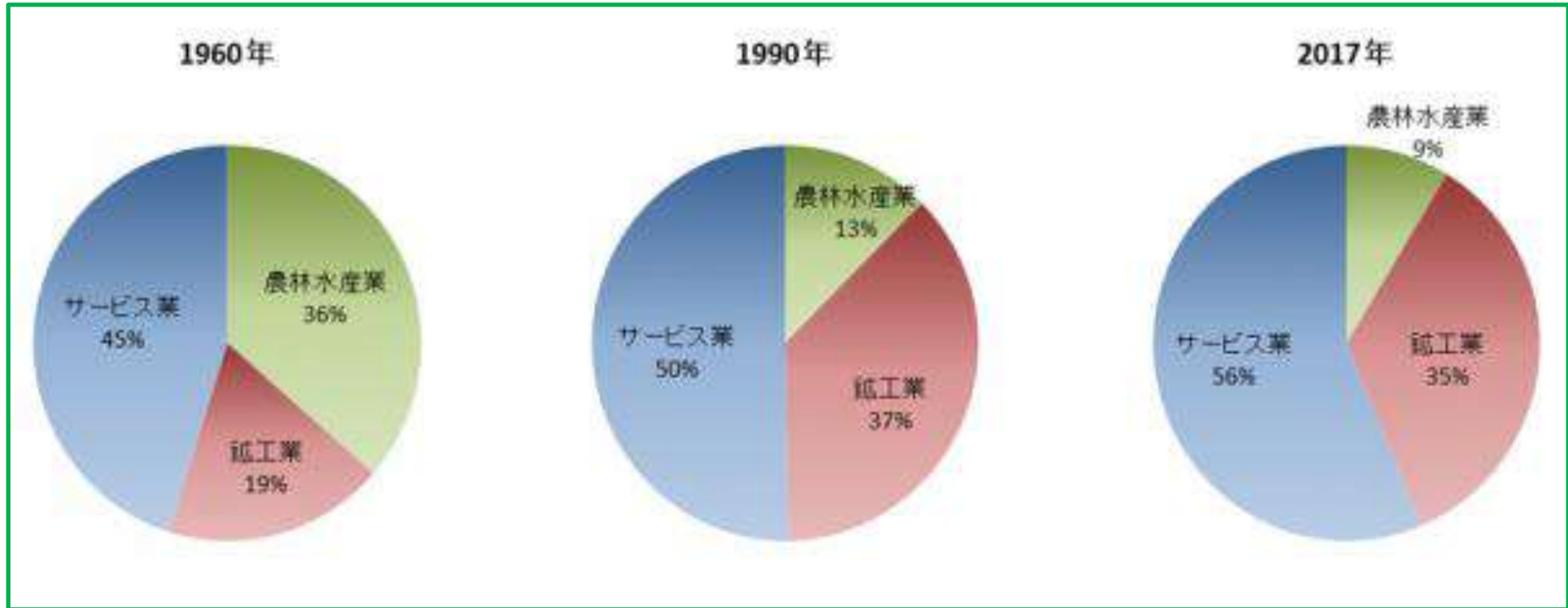
タイの「人口推移」の推移



タイの「失業率推移」の推移



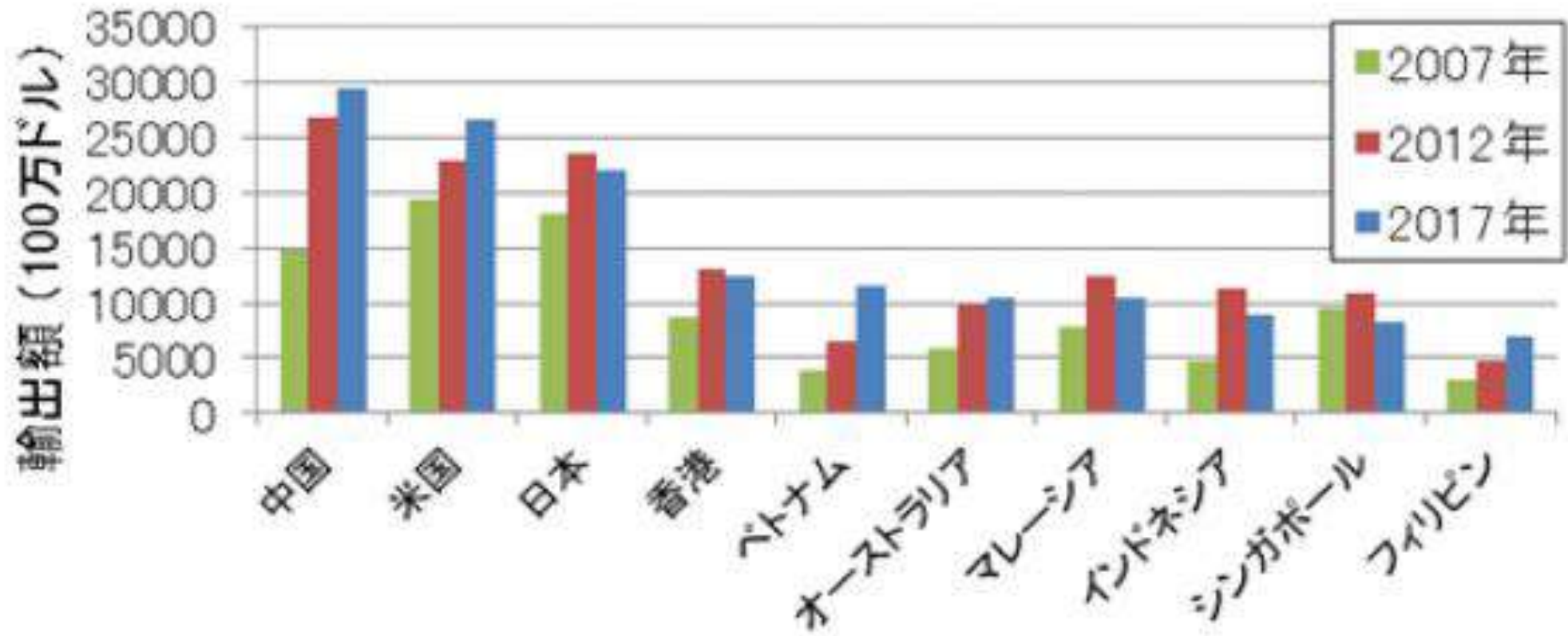
タイの「年次別産業動向」の推移



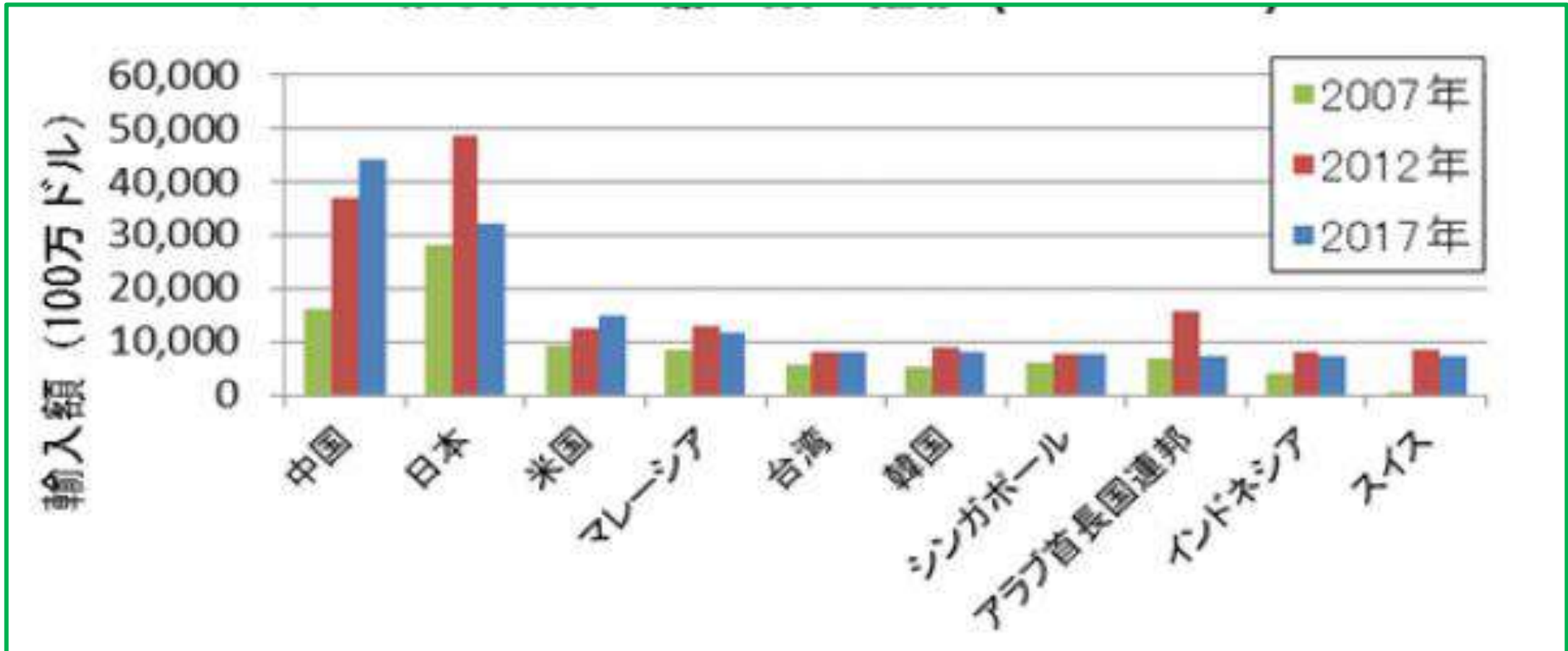
タイの「産業別業者数の推移」(2017)



タイの「相手国別輸出額」の推移(2007-2017)



タイの「相手国別輸入額」の推移(2007-2017)



タイ進出「日系企業と在留邦人数」(2017)

- 企業数は5,444社であり、2014年と比べて877社増加した
- 「製造業」の主要な業種は「**金属製造・加工業**」と「**輸送用機械器具製造業**」43%(2,346社)→例:電気製品と自家用車・トラック
- 「非製造業」の主要な業種は「**卸売・小売**」(47%)と「**サービス業**」(31%)→例:日本人向けスーパーと外食レストラン
- 日系企業の49%が大企業、40%が中小企業、個人が11%である
- 「**タイ在留邦人**」の数は72,754人で2002年に比べるとほぼ3倍になった
- 米国、中国、オーストラリアに次いで世界で「**4番目に在留邦人数が多い国**」である

☆タイの「食品・農林水産業」

タイの「農林水産業」

- ・「**タイの季節**」は、雨期(6月～10月)、乾期(11月～2月)、暑期(3～5月)に3区分される
- ・広大で比較的平坦な国土、農地と温暖な気候を活用し、「**農林水産物の生産が盛ん**」である
- ・地域毎に、気候・風土の特性に合わせて「**多様な品目を生産**」している

タイの「食品産業」

- 「豊富な原材料と比較的安価で良質な労働力」という好条件を活かして、食品加工業が大きな発展を遂げた
- 1980年代以降、日本市場での鶏肉・エビ製品などに対する需要拡大を背景に、いわゆる「アグロインダストリーを形成する食品輸出企業」が育った
- 米国・EU・アジア諸国・中近東諸国等に幅広く加工食品を輸出しており、「タイはアジアの食品加工センター」の役割を担う

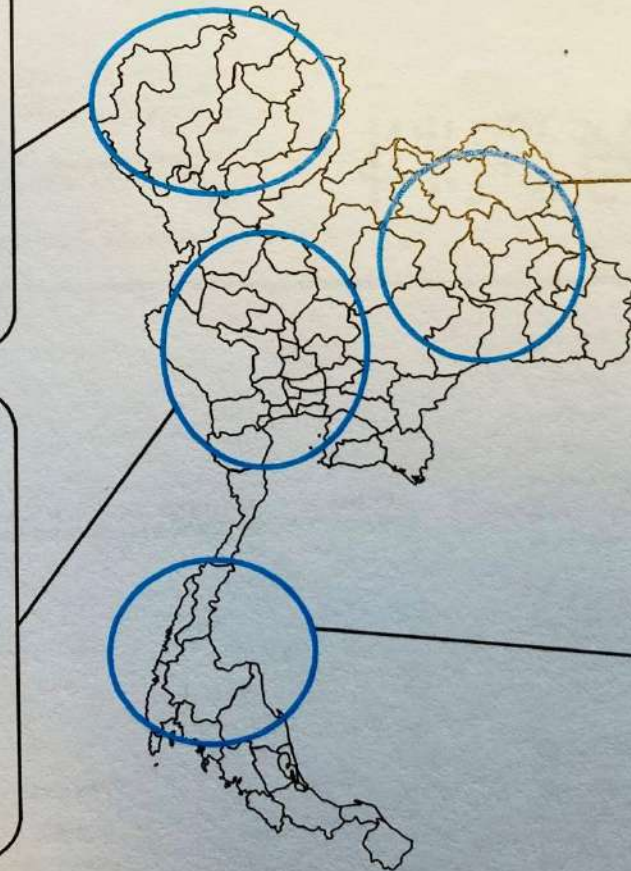
タイの「食品・農林産業」

I タイ北部

- ・ **特徴**：山岳部・比較的冷涼な気候
- ・ **主な農産物**：米、**日本米（短粒種）**、とうもろこし、**野菜、果実**
- ・ **主な加工工場**：冷凍野菜・加工野菜工場

II タイ中央部

- ・ **特徴**：チャオプラヤ川デルタ地域で肥沃な土地。アジア有数の稲作地帯。灌漑が整備。
- ・ **主な農産物**：米（**二期作、長粒種**）、とうもろこし、さとうきび、キャッサバ、**畜産**（ブロイラー、卵、豚肉）、**果実**
- ・ **主な加工工場**：畜産物加工場、食品加工業



III タイ東北部（イサーン地方）

- ・ **特徴**：痩せた土地。台地状で水不足。灌漑施設が少なく天水依存。塩害。開発が遅れる。低所得。
- ・ **主な農産物**：**ジャスミン米（香米）**、もち米、とうもろこし、**キャッサバ、サトウキビ**
- ・ **主な加工工場**：製糖工場、キャッサバ工場

IV タイ南部

- ・ **特徴**：アンダマン海とタイ湾に囲まれた山岳部
- ・ **主な農産物**：天然ゴム、アブラヤシ、パイナップル、エビ養殖
- ・ **主な加工工場**：ツナ工場

☆タイの「食品市場」

タイの「食品市場」

- 2003年より政府が推進する官民一体となったプロジェクト「**世界の台所(キッチン・オブ・ザ・ワールド)**」計画がある
- この目的の一つにタイ食品の輸出促進があげられる。食品の品質管理、衛生管理の向上をめざし、輸出向け食品製造の多くは、工場において「**HACCP・ISO22000**」等の規格を取得している
- 「**水産冷凍食品、野菜果実冷凍食品**」、ドライフルーツ、ツナ、水産缶詰、「**コーンなど野菜缶詰、パイナップルなど果実缶詰**」、粗糖、精製糖などがあげられる
- 国内販売8割を占める畜肉冷凍食品のほとんどは「**鶏肉**」である

「野菜・フルーツ缶詰類」のラインナップ

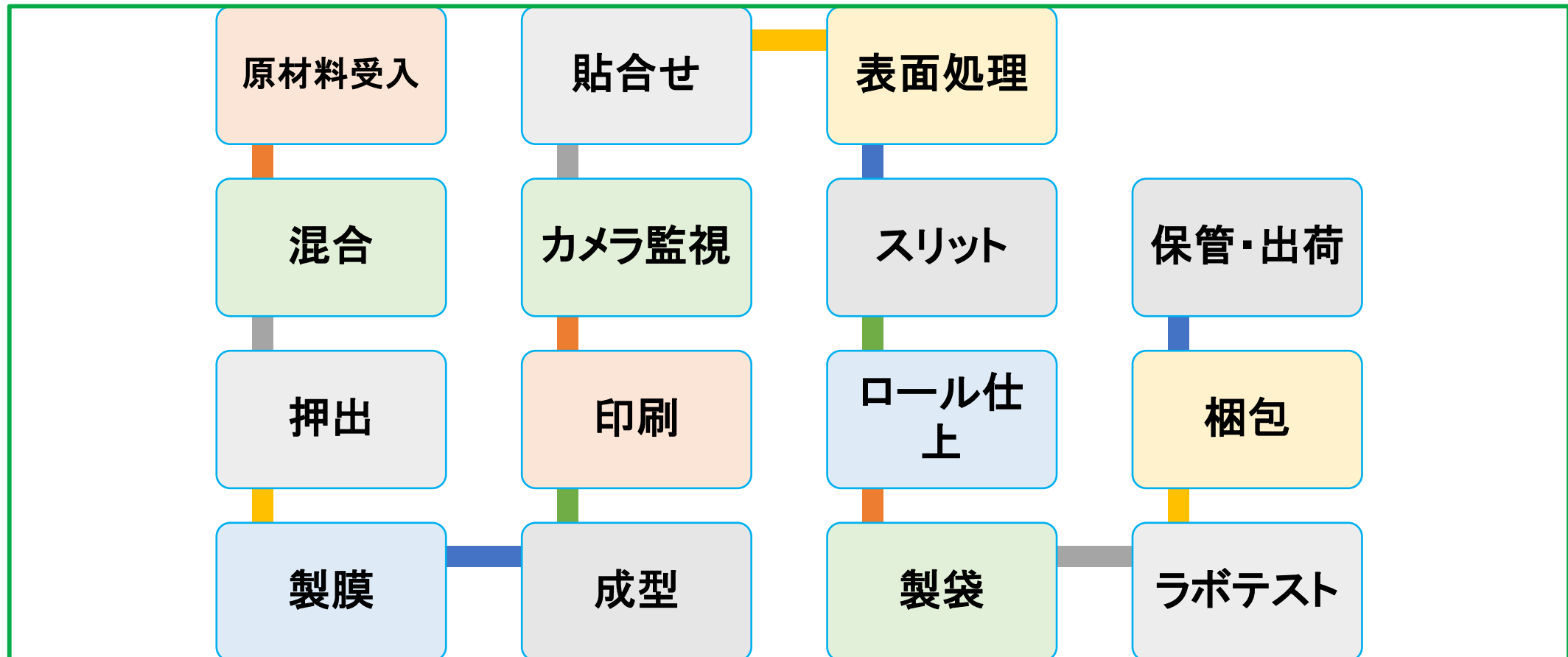


☆タイの「包装材料の調達環境」

「包装材料の調達環境」

- 「**フレキシブルパッケージ**」や「**PETボトル**」は国内で製造している
- 梱包に使用する「**段ボール**や**缶類などの副資材**」についても、国内での調達が可能である
- 「**レトルト食品の袋(パウチ)**」については、品質の面から日本から調達している

フレキシブルパッケージの「加工工程」



フレキシブルパッケージの「加工工程」

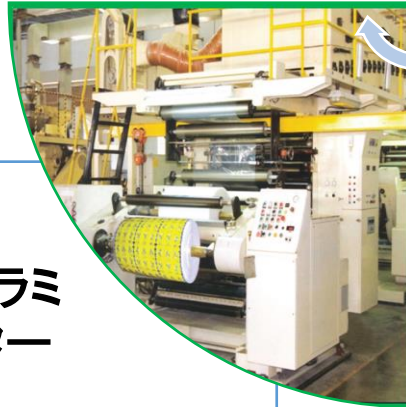
• 原料レジ
(LDPE)



• 製膜(インフ
レーション)



• ドライラミ
ネーター



• グラビア印
刷機



パッケージされた「商品群」

• コーヒー



• ドライフルーツ



• トイレタリー



• インスタントラーメン



☆タイの食品に関わる「法規制」

食品に関わる「法規制・管轄官庁」

- 食品法 (Food Act [1979]) の管轄官庁は、「**農業・協同組合省**」 (Ministry of Agriculture and Cooperative) と「**保健省**」 (Ministry of Public Health)
- 「**農業・協同組合省**」では農産物、水産、畜産物を、「**保健省**」では加工食品を担当している
- 保健省とその傘下の「**食品医薬品局**」 (Food and Drug Administration: FDA) が主体となり、製造、販売、輸入基準が設定されており、FDA は設定されたルール通りに製造・販売が行われているか「**監視**」を行っている

食品法に係る「4カテゴリーと規格」

- カテゴリー1:「**特定管理食品**」(乳幼児・高齢者向け食品)
- カテゴリー2:「**品質規格管理食品**」(レトルト食品)
- カテゴリー3:「**表示管理食品**」(冷凍食品・冷蔵食品)
- カテゴリー4:「**一般食品**」(生鮮食品)

「法規制監督官庁と商品」の実例

• 「農業組合省」



• 傘下の「研究機関」



• 冷蔵ミートソース(裏面): 栄養成分表示



• 冷蔵販売ミートソース(表面): 食品名、重量、賞味期限、原材料等に係る表示



下段表示: 7・ELEVEN

「精肉と食品表示」の実例

- 「鶏肉」の雰囲気調整包装・消費期限冷蔵5日間



- 「豚肉レバー」雰囲気調整包装・消費期限冷蔵4日間



- 「豚肉」の表示(消費期限・抗生物質フリー)



- 「鶏ささ身」の表示(QRコード付)



「青果物と食品表示」の実例

- 「カット野菜」の雰囲気調整包装



- 「カット野菜」の消費期限
- 冷蔵5日間



- 「健康飲料・ケールジュース」の販売



- 「免疫力アップ野菜類」の販売



☆タイの「**外食産業**」

タイの「**外食産業**」・(コンビニ・スーパー・デパ地下)

- 2011年の「**外食市場**」(Foodservice)規模は 6,600 億バーツ(約 2 兆円)
2001年からの10年間、年率+4.6%のペースで市場は拡大している
- 「**外食市場**」の中で、売上シェアの第1位は、食品小売同様、「**7-Eleven**」で、2011年のシェアは 23.7%、7-Eleven では、売上の 7 割超を調理済み食品(Ready to Eat)、加工食品、飲料が占めており、近年の出店増に伴って外食市場でのシェア も年々上昇している
- 2 位は、タイ料理(しゃぶしゃぶ)と飲茶を提供するテーブルレストランの「**MK Suki**」(8.5%)、3 位は移動式屋台で鶏料理を提供する「5 Star Grilled Chicken」(4.1%)。同ブランドのオーナーは、地場大手食品メーカーの CP Foods(Charoen Pokphand Foods) である

「タイ」の外食産業

• 食品専門デパート「**グルメマーケット**」



• コンビニ「**7-ELEVEN**」



• 「日本食材専門・**フジスーパー**」



• 「**日本食屋台**」



「タイ」の外食産業

• 「海鮮レストラン」



• 「ウナギ専門店」



• 「欧米人が集まるパブ」



• 「中華料理店」



「タイ」の外食産業

- デパート・「プラ
から紙製バッ
グに変更(衣
料)無料」



- 7-ELEVEN・
「有料バッグ
1BHT・3円」



- 「清涼飲料群・
牛乳/273円・
コーラ/138円・
ジュース/69
円」・7-ELEVEN



- 「パスタ類・168
円/パック」・7-
ELEVEN



☆タイにみる「日本食文化」

タイにみる「日本食文化」

- 「**タイ在留邦人**」の数は72,754人で2002年に比べるとほぼ3倍になった(2017年)
- 米国、中国、オーストラリアに次いで世界で「**4番目に在留邦人数が多い国**」である
- 日本食文化の「**綺麗・安全・美味しい・健康的**」が庶民の生活環境に浸透してきている
- スーパーフジ、グルメマーケット、7-ELEVEN、デパ地下、レストラン、フードコートなどが「**日本食が活況を呈している**」

タイにみる「日本食文化」

• 「タコ焼き」

• 「おでん」



• 「焼き芋」

• 「焼き鳥」

TANAKA International Professional
Engineer Japan Office

タイにみる「日本食文化」

• 「寿司」



• 「丼ぶり類」



• 「醤油
(キッコーマン)」



• 「牛乳(明治)」



TANAKA International Professional
Engineer Japan Office

タイにみる「日本食文化」

No.	食品名	国名	店舗	価格(円)	賞味・消費期限
1	親子丼	タイ	Seven/Eleven	177	冷蔵5日間
2	鯖醤油漬け丼	同上	同上	147	冷凍6ヶ月間
3	牛乳	同上	ロビンソン百貨店	273	冷蔵20日間
4	コンニャク・白滝	同上	同上	126	冷蔵3カ月間
5	カニ足	同上	同上	375	冷蔵1カ月間
6	豆腐	同上	同上	84	冷蔵1カ月間
7	豚肉のロース(MAP)	同上	同上	207	冷蔵5日間
8	醤油(PETボトル)	ミャンマー	ジャンクション・スーパー	590	常温6ヶ月間
9	カップラーメン	タイ	スーパーフジ	105	常温3カ月間
10	レトルトカレー	同上	同上	174	常温1年間
11	おにぎり	同上	Seven/Eleven	81	冷蔵5日間

☆「**日本食の国際化**」現状と課題

「日本の農水産物・食品輸出額」の現状(2021)

No	食品名	金額(億円)	前年比(+%)
1	アルコール飲料	1,147	61
2	ホタテ	639	104
3	牛肉	537	86
4	ソース混合調味料	435	19
5	清涼飲料水	406	19
6	青果物	377	28
7	菓子	301	29
↓			
	米	59	12

No.	国名	金額(億円)	前年比(+%)
1	中国	2,223	35
2	香港	2,190	6
3	アメリカ	1,683	41
4	台湾	1,245	27
5	EU	629	44
6	ベトナム	585	9

NHK みみより暮らし解説・2022.6.2

「日本食の国際化」の必要性(政府方針)

- ・人口減少による「農林水産事業者の減少」・「食品市場の縮小」
- ・「食料自給率の低下」(38%・2020年)
- ・「食料品値上げ・海外からの輸出規制」
- ・「地産地消・国産品の海外への展開」
- ・「地域の活性化・輸出促進」で市場・所得・従事者アップ
- ・「食品の輸出目標」: 2019年1兆円・2025年2兆円・2030年5兆円

「日本食輸出拡大」のための布石

- ・有望商品の絞り込み(マーケティング)
- ・産地との連携と供給体制の整備(生産性)
- ・知名度のアップ(実績)
- ・ジャパンプランドの確立(実績)
- ・輸出先のニーズの把握(市場性)
- ・味覚・嗜好・食べ方・料理方法・価格等の把握・設定(市場性)
- ・鮮度・品質・安全性・美味しさ等のPR(差別化)

☆タイにみる「食の国際化」

タイにみる「食の国際化」

- 日本からタイへの「**農水産物輸出額は441億円**」(世界第7位/2021年)
- 「**第1位は中国**」、香港、米国、台湾、ベトナム、韓国が続く
- タイ向け輸出食品は「**カツオ、マグロ、牛肉**」、調味料(醤油)、アルコール(焼酎)、果物(リンゴ・ブドウ・イチゴ)など
- タイにおける「**日本食レストランは4,370店舗**」で今後地方へ普及する
- タイは観光資源に恵まれ、多くの観光客が訪れ「**GDPの20%を占める**」

タイの表玄関・空港にて「OTOP」(一村一品運動)



タイの表玄関・空港にて「**HALAL FOODS**」



海外活動と「技術士の役割」
☆「持続可能な開発目標・SDGsとは！」

国際連合における「SDGs採択の背景」

- ・2015年9月の「**国連サミット**」で、150を超える加盟国参加のもと、全会一致で採択された、
- ・「**持続可能な開発のための2030アジェンダ行動計画**」に掲げられた
- ・「**持続可能な開発目標**」を言い
- ・SDGs「**Sustainable Development Goals」**と表現される****

農林水産省/2019年

SDGs実現のための「前提条件」

- ・「すべての国と人に関係」する（普遍性）
- ・平均はなく「ひとり一人に焦点」をあてる（包摂性）
- ・「全員」で取組む（参加型）
- ・「経済・社会・環境のすべての分野」で、バランスを取りながら実行して行く（統合型）
- ・言うだけではなく、「実行力が伴う」ことが必要（透明性・自己責任）

SDGs実現のための「関係機関の役割」

- ・「世界を変革」する持続可能な行動計画（アジェンダ）
- ・「政府の役割」：国際社会での主導力の獲得（国連・G20・G7）
（長期戦略の構築）
- ・「企業の役割」：本業としてSDGsを推進してゆく
（価値創造・リスク管理・コミュニケーション）
- ・「ステークホルダー（利害関係者）」：投資家・金融機関との関係
- ・「地方自治体・市民社会」：持続可能な街づくり、自己責任で行動

「SDGs」と17の持続可能な開発目標



TANAKA Int'l Professional Engineer
Japan Office

Web: 国際連合広報センター

☆「タイ-JETRO・JICA」の活動状況

「JETRO事務所」からのバンコク市街遠望



「タイ-JETRO」の活動状況

・タイの食品輸入規制等について

①検疫による家畜疾病や植物の「**病虫害侵入阻止**」

②食品安全基準順守による「**安全性確保**」

③「**表示や基準**」の確保

④「**タイ日本食レストラン**」調査

⑤「**日本からタイへの農林水産物・食品輸出**」に関するレポート

・2021年の**輸出額は441億円**(農産物228億円・水産物205億円)カツオ・マグロ・豚皮など

・一世帯当りの「**所得分布**」(中心は3万～5万バーツ・12万円～20万円/バンコク)

「JICA事務所」が入るEXCHANGE TOWER



「タイ-JICA」の活動状況

・「農業関係プロジェクト」実施状況

- ①「バナナエビ(タイ原産)」の養殖の可能性を研究中(海洋庁・水産庁/日本)
- ②「家畜の衛生管理」(陸続きのため口蹄疫の拡大防止に力点を置いた対策を実施中(畜産局/宮崎大学))
- ③水辺の「浮草を利用し工場廃水を微生物との相互作用で浄化」する汚水中でも生育する浮草の研究(カセサート大学/北海道大学)
- ④「タイの稲作技術をアフリカへ」第三国移転し、生産量の倍増を図る支援を実施した

☆「技術士と海外活動」

「海外活動」の心得8原則

- ・任国の「言葉を覚える」
- ・任国を「好きになり尊敬する」
- ・任国のために「働く気持ちを大きく持つ」
- ・日本との「架け橋になる」
- ・仕事上の「自分の役割を果たす」
- ・仕事上の「自分の分身をつくる」
- ・「安全、健康、家庭第一」を心掛ける
- ・「自己啓発」に努める

「海外活動」必要十分条件

- 40歳までに「**技術士**」を取得することを推奨する
- 「**国際感覚**」を身に付けるためにコンサルティングに必要な契約書を確り取り交わしスキルを磨く
- 「**英語のコミュニケーションスキル**」を磨く(英検2級/TOEIC600点以上の資格を取る)
- 「**的確に市場ニーズ**」を見分ける能力を持つ
- 「**フィールド(専門性)**」を広く、深くもつ
- 「**広い人脈・営業力・コミュニケーション力**」が差をつける
- たゆまぬ「**探究心・積極性**」をもつ
- 「**健康・体力・気力**」が基本である
- 何事も「**経験を積み自信をつけること**」が必須である
- 「**折衝能力**」が結果を左右する
- 「**成果・結果・結論**」を明確に打ち出す
- 三種の神器は「**PC・iPhone・Power Point**」

The Activity Fields of Certified Professional Engineer -Yoshio TANAKA-



Consulting (Tanzania)



Lecture (Brunei Darussalam)



Factory Diagnosis (Malaysia)



Marketing (Bolivia/South America)

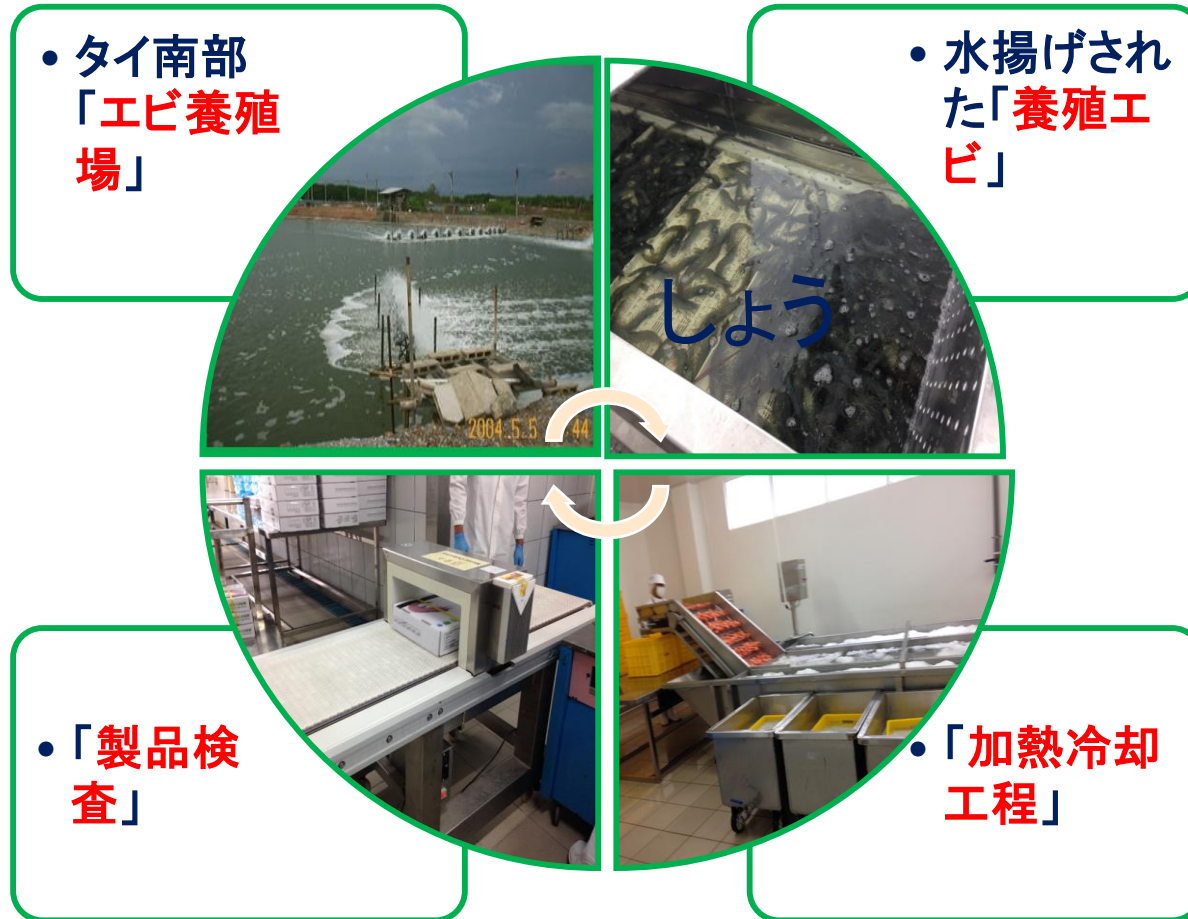


HACCP Introduction Project
(Cambodia)



Food Safety Project
(Thailand)

「JICA食品安全政策プロジェクト・水産物」の紹介



養殖エビの管理指針「事故防止のための対策」

①「従業員教育」の徹底

- ・ ムリ・ムダ・ムラ・5S・カイゼン活動・マニュアル化・チェックシート化など基本的な人材育成プログラムを実施する

②「管理指針」

- ・ 水質改良用「微生物製剤」の使用
- ・ 病原性株のみを特異的に検出できる「迅速診断法」の利用
- ・ 「“有機質肥料”」施肥などによる池土の改良
- ・ 「浄化(水)方法、AI/IoTを駆使した収穫技術開発」など
- ・ ビニールシートを利用した「用水汚染」の少ない養殖技術の確立

☆タイにみる「光と影」

タイにみる「光と影」

光

- ・ 縦横無尽に走る交通網
- ・ 大都市で進む建設ラッシュ
- ・ コンビニ・スーパー・ハイパーマーケットの躍進
- ・ 素晴らしい自然環境と観光資源
- ・ 世界の台所を目指す意欲と実行力・若い力の台頭

影

- ・ 屋台文化がもたらす食の安全・環境への影響
- ・ 雨季に発生する道路の冠水・不完全なインフラ事情
- ・ 同業他社とのビジネス林立によるアンバランスな営業体制・経済効率
- ・ 車社会が引起こす大気汚染問題

「タイにみる光(環境・利便性・インフラ・人材)」



「タイにみる光(利便性)」

- 「快適な庶民の足・BTS」



- 「安価な移動手段・市バス」



- 「駅のベンディングマシン」



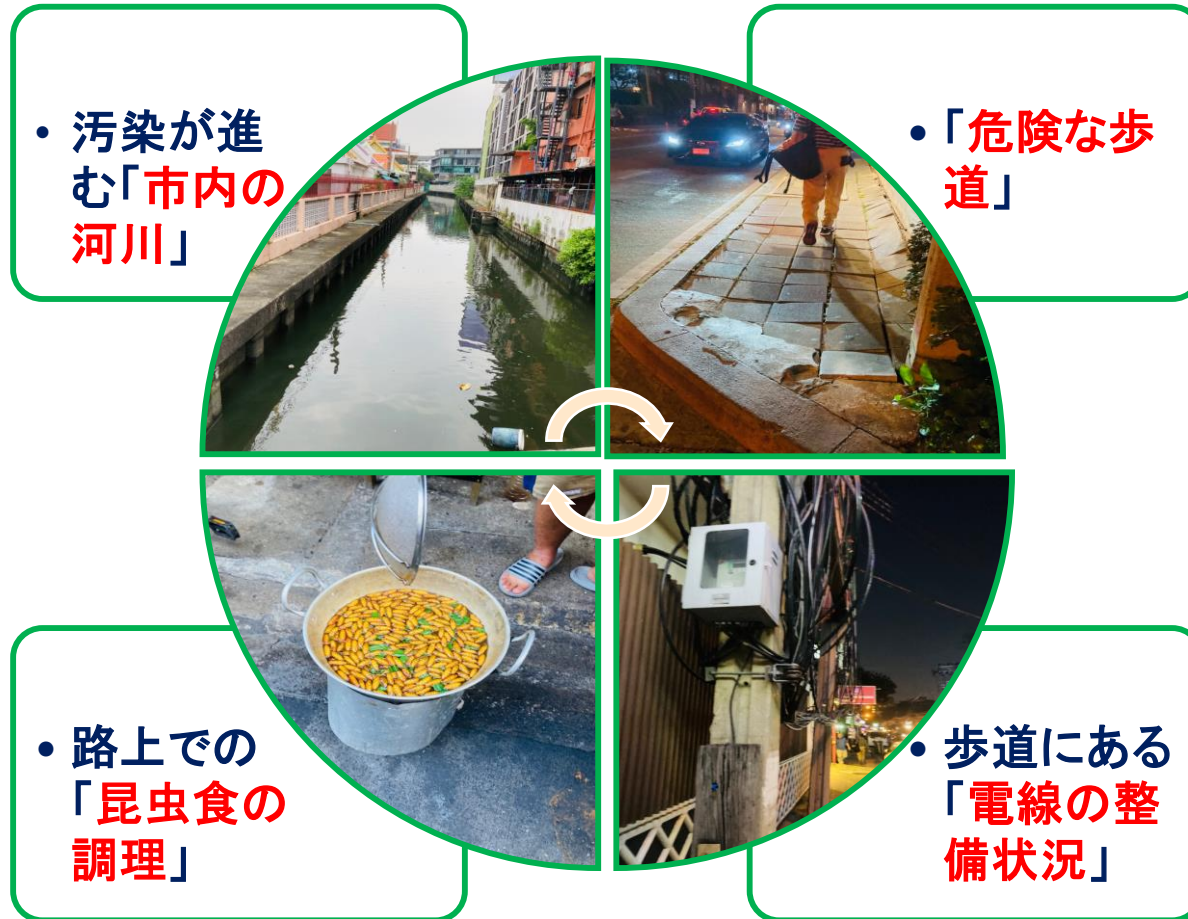
- 「どこでも拾える便利なタクシー」



「タイにみる影(インフラ・食の安全)」



「タイにみる影(環境汚染・インフラ・食の安全)」



☆ 「総括・まとめ」

「総括」

- ASEAN10ヶ国の一翼を担うタイは「**日本との経済的関係**」が深く、サービス業の進展と共に自動車・部品の輸出（自家用車・営業車）、産業機械・部品（電気電子製品・建設機械）の輸入が第1位を占める
- 従来から市民に定着するウェットマーケット（露店）とスーパー、コンビニなどの量販店の「**二極化現象**」が見られる
- きれい、美味しい、健康的という要素をもつ「**日本食文化**」の浸透が見られるが、価格との整合性が、今後ローカルマーケットで採用されるかどうかの鍵となる
- 「**サービス産業**」が国家収入のおよそ 20%を占め、観光客誘致にも積極的に今後が楽しみな国の一つとしてあげられる

「まとめ」

- ☆地球上で空気を吸って生活している人々の「**考えていることはみな同じ**」
(およそ20ヶ国の技術移転を経験して得た教訓)
- ☆「**人間は人間さ!**」、気候・風土・文化・習慣・言語・生活様式・経済状態など、その場・その場にあった対応が結果を出すことになる
- ☆「**夢と希望**」を持ちながら「**世のため・人のため**」に仕事をして行くことが人との輪をつくるための基本である
- ☆ 挑戦して得た「**スキルを経験に生かす**」ことが成功の秘訣である
- ☆「**心・技・体**」を常に心がけ、いつまでも若さと情熱をもって仕事と余暇を過ごしてゆきたい!
- ☆「**85歳**」まで海外へ、「**90歳**」までゴルフを、そして「**100歳**」まで生きたい!

「食のバリューチェーン戦略」とは！

- ☆21世紀、食品産業も「**変革の時代**」を迎えている、これに対応するためには
- ①フードサプライチェーン、「**種苗・栽培・養殖・肥育・処理・加工・包装・流通・喫食・廃棄**という流れを総合的に捉える」
 - ②そして、「**高度化・多様化・法制化・国際化**という4つの視点」から課題を抽出し整理する
 - ③その結果、明確になった対応策をビジネスチャンスとして位置づけ、マネジメントしてゆき、キャッシュフローに結び付け「**全体最適化されたシステムの構築**」を目指すことが必要である

“食のバリューチェーン戦略”書籍のご紹介



購入ご希望の方は必要事項を記入いただき、田中好雄宛e-mail:cetanaka@nifty.comまたはFAX:03-3329-2043迄送信ください。

著者割引(1,500円)で国内のご自宅まで郵送いたします。(郵送料当方負担)

氏名:

住所:

所属:

TEL/FAX:

メールアドレス:cetanaka@nifty.com



☆「スナップ写真」

タイに咲く「可憐な花」



タイの「動物達」



鳥達にエサやり



水オオトカゲ



ネコ



リス

タイの「食文化」



タイの「食文化」



フードコートのチ
ケット販売



ミネラルウオー
ター販売機



ポリ袋入デザー
ト



カットフルーツ

観光地・カンチャナブリ「戦場に掛ける橋」



ご清聴有難うございました！



Islas Galápagos