

## พาณิชย์แนะเจาะตลาดญี่ปุ่น ต้องปรับให้ทันกฎหมายด้านเกษตรและอาหาร

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า เมื่อเดือนมิถุนายน 2567 รัฐสภาญี่ปุ่นเห็นชอบการปฏิรูป “กฎหมายพื้นฐานด้านอาหาร การเกษตร และพื้นที่ชนบท” (Basic Law on Food, Agriculture, and Rural Areas) ของญี่ปุ่น ซึ่งกฎหมายนี้มีมาตั้งแต่ปี 2542 สำหรับการปฏิรูปในครั้งนี้ เน้นประเด็นความมั่นคงทางอาหาร เนื่องจากสถานการณ์ด้านการเมืองระหว่างประเทศในปัจจุบันมีความไม่แน่นอนสูง ขาดเสถียรภาพ และส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารของโลก (เช่น สงครามรัสเซีย-ยูเครน สร้างความไม่แน่นอนและกระทบตลาดธัญพืชโลก ส่งผลให้ราคาสินค้าสูงขึ้น) จึงทำให้ญี่ปุ่นต้องปฏิรูปกฎหมายเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับตนเอง โดยมุ่งสนับสนุนการส่งออก ลดการพึ่งพาการนำเข้า และปรับเปลี่ยนการผลิต

การปฏิรูปกฎหมายฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อความยั่งยืนและความมั่นคงทางอาหารของญี่ปุ่น ท่ามกลางความท้าทายต่าง ๆ ทั้งความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์โลก ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเกิดโรคระบาด ปัญหาขาดแคลนแรงงาน และความเสี่ยงด้านความมั่นคงทางอาหารของโลก ซึ่งมาตรการต่าง ๆ ที่ญี่ปุ่นจะนำมาใช้ครอบคลุมถึงการสร้างแรงจูงใจสำหรับการผลิตภายในประเทศ ลดการพึ่งพาการนำเข้าสินค้าเกษตรจากต่างประเทศ กระจายแหล่งซัพพลายเออร์ในการจัดหาสินค้า เพิ่มปริมาณสต็อกฉุกเฉิน และการสร้างแบรนด์แจแปน “Brand Japan” ซึ่งการสร้างแบรนด์จะเชื่อมโยงกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจภาคการเกษตร มุ่งเน้นให้ญี่ปุ่นปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศที่มีความก้าวหน้าด้านการปกป้องคุ้มครองสิ่งแวดล้อม โดยจะเพิ่มความตระหนักรู้ให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ผู้ประกอบการไปจนถึงผู้บริโภค

จากแผนพื้นฐานด้านอาหาร การเกษตร และพื้นที่ชนบท (Basic Plan on Food, Agriculture and Rural Areas) ปี 2563 ที่ออกภายใต้กฎหมายพื้นฐานด้านอาหารฯ ญี่ปุ่นกำหนดเป้าหมายสินค้าเกษตรที่จะผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2561 – 2573 เช่น ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ถั่วเหลือง บัควีท พืชอาหารสัตว์ ผัก ผลไม้ เนื้อวัว ไก่ ไข่ และสุกร (ยกเว้น ข้าวที่จะลดการผลิตลง แต่ไม่รวมข้าวที่ใช้ทำแป้งและใช้เป็นอาหารสัตว์) ซึ่ง Basic Plan จะมีการทบทวนทุก 5 ปี ดังนั้น ในปี 2568 คาดว่าญี่ปุ่นจะมีการเผยแพร่ Basic Plan ฉบับใหม่

การที่ญี่ปุ่นมีนโยบายลดการพึ่งพาการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหาร อาจส่งผลให้ความต้องการนำเข้าสินค้าเกษตรจากไทยลดลง ดังนั้น เกษตรกรและผู้ส่งออกไทยต้องปรับกลยุทธ์การผลิต มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าให้สอดคล้องกับกฎระเบียบใหม่ของญี่ปุ่น โดยมีข้อเสนอสำหรับแนวทางการปรับตัว ได้แก่

- **พัฒนาการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** มุ่งเน้นเกษตรกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญมากขึ้นกับสินค้าเกษตรและอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้นำเข้าชาวญี่ปุ่นคัดเลือกซัพพลายเออร์สินค้าที่มีการผลิตอย่างยั่งยืน ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยต้องปรับปรุงกระบวนการผลิต เน้นกระบวนการผลิตที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำ รวมถึงการนำเทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืนมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- **การเรียนรู้ พัฒนา และนำเทคโนโลยีการเกษตรยั่งยืนมาประยุกต์ใช้** เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการจัดการทรัพยากรการเกษตรในระยะยาว ซึ่งภาคเอกชนอาจแสวงหาช่องทางและโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา โดยร่วมมือกับผู้นำเข้าญี่ปุ่นควบคู่ไปกับการทำการค้า เนื่องจากผู้นำเข้าญี่ปุ่นจะมีความต้องการนำเข้าสินค้าที่สอดคล้องกับกฎระเบียบที่เข้มงวดมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น การร่วมมือจะเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจการค้าของทั้งสองฝ่าย

- การสร้างโอกาสใหม่ ๆ ด้านการตลาดสำหรับสินค้าเฉพาะทาง โดยเฉพาะสินค้าที่ญี่ปุ่นไม่สามารถผลิตได้เพียงพอ เช่น ผลไม้เมืองร้อน (เช่น ทูเรียน มะม่วง มังคุด) พืชสมุนไพร และอาหารแปรรูปเฉพาะทาง เช่น อาหารฟังก์ชัน โปรตีนจากแมลง เป็นต้น ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทย

- การพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ด้วยรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น นอกจากฟังก์ชันที่เหมาะสมของบรรจุภัณฑ์แล้ว การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถคงคุณภาพของสินค้า ควบคู่ไปกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าไทย และเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ผู้นำเข้าญี่ปุ่นต้องการสินค้าเหล่านั้น

- การปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานการผลิตที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ ญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) สินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะข้าว ซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกสำคัญจากไทยไปญี่ปุ่น โดยญี่ปุ่นมีกฎหมายกำกับดูแลสินค้าข้าว ได้แก่ กฎหมายการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าข้าว (Rice Traceability Act) และกฎหมายการติดฉลากสินค้าอาหาร (Food Labeling Act)

ผอ. สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า การส่งออกสินค้าเกษตรของไทยไปญี่ปุ่นยังมีศักยภาพมาก ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีต่าง ๆ อาทิ ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย – ญี่ปุ่น (JTEPA) ที่เอื้อประโยชน์ต่อการส่งออกของไทยไปญี่ปุ่น การมีโควตาส่งออกกล้วยหอมไทยไปญี่ปุ่นกว่า 8,000 ตัน ทั้งยังมีผลไม้เมืองร้อนอื่น ๆ ที่ญี่ปุ่นไม่เก็บภาษีนำเข้าจากไทย เช่น มะม่วง ทูเรียน และมะพร้าว นอกจากนี้ การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยในญี่ปุ่น ได้แก่ สับปะรดห้วยมุ่น กาแฟดอยช้าง และกาแฟดอยตุง ช่วยทำให้ผู้ประกอบการไทยเจาะกลุ่มตลาดญี่ปุ่นได้ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ในปี 2567 ไทยส่งออกสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร เป็นมูลค่ากว่า 52,185 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดส่งออกสำคัญ 3 อันดับแรก คือ จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น โดยมีสัดส่วนร้อยละ 23.68 10.23 และ 9.94 ตามลำดับ สำหรับการส่งออกไปญี่ปุ่นมีมูลค่า 5,184.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกไปญี่ปุ่นสูง เช่น สินค้าไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป 1,886.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป 607.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ยางพารา 564.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อาหารสุนัขและแมว 330.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง 294.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และข้าว 183.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นต้น (ข้อมูลจาก คีดค้า.com)

ในส่วนของญี่ปุ่น ในปี 2566 ญี่ปุ่นส่งออกสินค้าเกษตร (พิกัดศุลกากร 01 – 24) เป็นมูลค่า 8,620.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่การนำเข้ามีมูลค่าสูงถึง 76,040.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แหล่งนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญ 5 อันดับแรกของญี่ปุ่น ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 18.2 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรทั้งหมดของญี่ปุ่น) (2) จีน (ร้อยละ 11.9) (3) บราซิล (ร้อยละ 7.0) (4) ออสเตรเลีย (ร้อยละ 6.7) และ (5) ไทย (ร้อยละ 5.8) สำหรับสินค้าเกษตรที่ญี่ปุ่นมีมูลค่าการนำเข้าสูง เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง ข้าวสาลี เนื้อสุกร เนื้อปลา ไก่ปรุงแต่ง และผลิตภัณฑ์ยาสูบ (ข้อมูลจาก Trademap.org)

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

7 กุมภาพันธ์ 2568