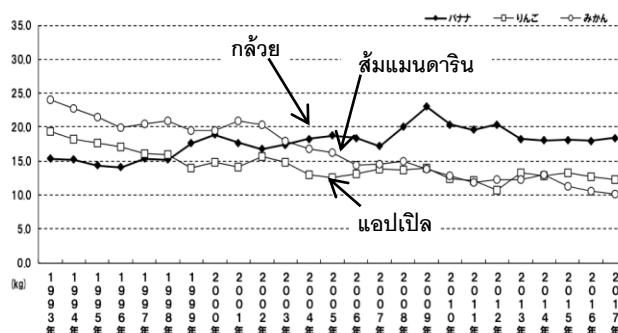


ตลาดกล้วยในญี่ปุ่น

สตท. ณ เมืองฮิโรชิม่า

ปัจจุบันกล้วยเป็นผลไม้ซึ่งเป็นที่นิยมอันดับหนึ่งในญี่ปุ่น จากการสำรวจความเห็นผู้บริโภคในปี 2015¹ พบว่าร้อยละ 65 ของผู้บริโภคในญี่ปุ่นรับประทานกล้วยมากที่สุดในกลุ่มผลไม้ ซึ่งได้ครองอันดับหนึ่งของผลไม้ยอดนิยมในญี่ปุ่นตั้งแต่ปี 2004 เป็นต้นมา ขึ้นแข่งหน้าแอปเปิลและส้มแมนดาริน โดยร้อยละ 30 ของผู้บริโภคญี่ปุ่น รับประทานกล้วยสัปดาห์ละ 4-5 วัน



ผลผลิตกล้วยภายในประเทศ

เนื่องจากสภาพภูมิอากาศ ญี่ปุ่นจึงมีการปลูกกล้วยส่วนใหญ่เพียงใน 2 จังหวัดทางตอนใต้สุดของประเทศ คือจังหวัดโอกินาวา(ร้อยละ 66 ของผลผลิตรวม)และคาโงชิม่า(ร้อยละ 34) โดยมีพื้นที่เพาะปลูกรวมทั้งสิ้น 32 เฮกตาร์ ได้ผลผลิตรวมเพียง 124 ตัน² ทั้งนี้ กล้วยที่ปลูกใน 2 พื้นที่ดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นกล้วยพันธุ์ Shima Banana(หรือ Island Banana)



กล้วยพันธุ์ Shima Banana

การนำเข้ากล้วย

ร้อยละ 99 ของกล้วยซึ่งบริโภคในตลาดญี่ปุ่นเป็นกล้วยที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยในปี 2018 มีการนำเข้ารวม 1 ล้านตัน มูลค่า 1,006 ล้านดอลลาร์ (ราว 3 หมื่นล้านบาท) แหล่งนำเข้าอันดับหนึ่ง คือ ฟิลิปปินส์ มีปริมาณ 8.38 แสนตัน หรือร้อยละ 83.6 ของปริมาณนำเข้าทั้งสิ้น แหล่งนำเข้าอื่นๆ รองลงมาได้แก่ เอกวาดอร์ 1.11 แสนตัน (ร้อยละ 11.0) เม็กซิโก 2.8 หมื่นตัน (ร้อยละ 2.8) กัวเตมาลา 7.7 พันตัน (ร้อยละ 0.8) เปรู 5.8 พันตัน(ร้อยละ 0.6) และโคลัมเบีย 2.4 พันตัน (ร้อยละ 0.2) ตามลำดับ

การนำเข้าจากไทยในปี 2018 มีปริมาณ 2,069 ตัน หรือคิดเป็นเพียงร้อยละ 0.21 อย่างไรก็ตาม การนำเข้าจากไทยแม้ว่าได้มีการลดลงช่วงหนึ่งคือระหว่างปี 2009-2013 แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 1993 ได้แสดงแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ

กล้วยที่นำเข้าจากฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์คาเวนดิช(Cavendish) และพันธุ์อื่นๆอีกแต่ไม่มากนัก เช่น Lakatan (ซึ่งมีลักษณะคล้ายกันกับคาเวนดิช แต่มีขนาดเล็กกว่าและมีความเป็นกรดสูงกว่า)และกล้วยไข่ (Lady Finger Banana) กล้วยจากเอกวาดอร์ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์Grand Nain ซึ่งคล้ายกับกล้วยจากฟิลิปปินส์ แต่มีระดับความหวานสูงกว่า เปลือกบาง สำหรับกล้วยที่นำเข้าจากไทยเป็นกล้วยหอมทอง หรือ Gros Michel



Cavendish



Lakatan



Lady Finger Banana



Grand Nain



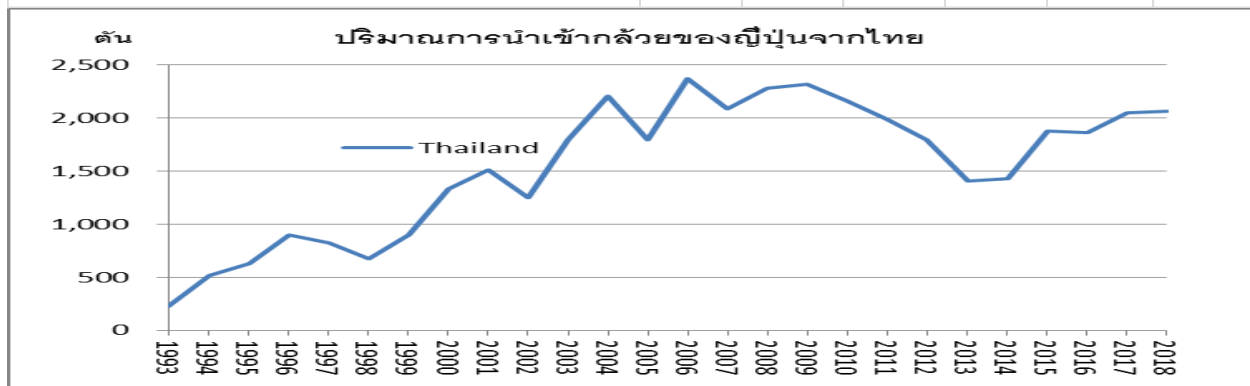
Hom Thong /Gros Michel

¹ จากรายงานการสำรวจความเห็นผู้บริโภคกล้วย (ครั้งที่ 14) โดย Banana Importers Association กรกฎาคม 2017

² ข้อมูลปี 2015 รวบรวมโดย Kudamononavi.com (<https://www.kudamononavi.com/zukan/banana.htm>)

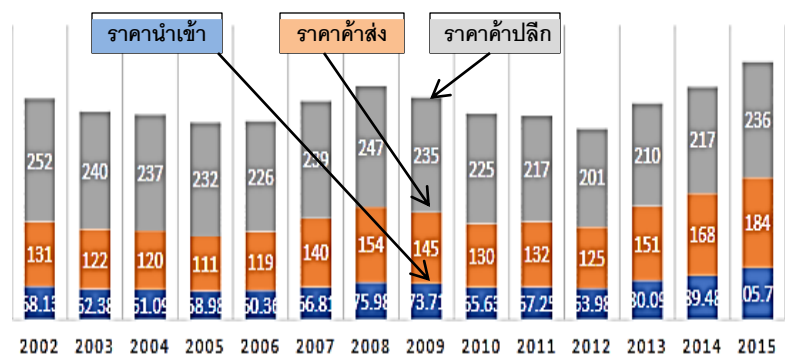
| ประเทศ | ปริมาณนำเข้ากล้วย (ตัน) | | | | | | | | | | สัดส่วน(%) 2018 |
|-----------------------------|-------------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|--------------|--------------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | | |
| Philippines | 1,035,234 | 1,004,098 | 1,026,664 | 909,227 | 874,293 | 824,824 | 751,221 | 790,655 | 838,306 | 83.59 | |
| Ecuador | 46,060 | 34,282 | 35,902 | 41,032 | 48,118 | 100,541 | 157,808 | 147,072 | 110,799 | 11.05 | |
| Mexico | 3,731 | 3,063 | 2,930 | 2,991 | 3,053 | 4,287 | 8,628 | 20,236 | 27,935 | 2.79 | |
| Guatemala | | 487 | 844 | 4,075 | 7,334 | 14,729 | 16,911 | 9,853 | 7,751 | 0.77 | |
| Peru | 7,760 | 8,758 | 6,788 | 6,230 | 4,117 | 3,568 | 4,472 | 4,429 | 5,781 | 0.58 | |
| Colombia | 3,096 | 2,074 | 2,296 | 2,731 | 2,584 | 2,445 | 2,480 | 2,242 | 2,452 | 0.24 | |
| Indonesia | | | | | | 2,828 | 5,829 | 2,638 | 2,344 | 0.23 | |
| Vietnam | | | | | | 19 | 970 | 1,860 | 2,256 | 0.22 | |
| Thailand | 2,160 | 1,989 | 1,798 | 1,410 | 1,429 | 1,881 | 1,864 | 2,050 | 2,069 | 0.21 | |
| Taiwan | 9,500 | 8,430 | 8,440 | 6,787 | 4,056 | 3,236 | 1,574 | 1,054 | 1,750 | 0.17 | |
| Costarica | | | | | 619 | 845 | 4,993 | 3,537 | 1,309 | 0.13 | |
| Australia | | | | | | | 8 | 82 | 95 | 0.01 | |
| China | 640 | 709 | 659 | 548 | 481 | 146 | | | | 0.00 | |
| Malaysia | | 16 | 19 | | | | | | | 0.00 | |
| India | | | 48 | | | | | | | 0.00 | |
| Panama | | | | | | | | | | 0.00 | |
| Dominican Republic | 891 | 219 | | | 159 | | | | | 0.00 | |
| Mozambique | | | | 891 | 412 | 330 | | | | 0.00 | |
| Total (Ton) | 1,109,072 | 1,064,125 | 1,086,388 | 975,922 | 946,655 | 959,679 | 956,758 | 985,708 | 1,002,849 | 100.0 | |
| Import Per head (Kg/person) | 8.66 | 8.32 | 8.52 | 7.65 | 7.44 | 7.55 | 7.54 | 7.78 | 7.93 | | |
| Population(Million) | 128.0 | 127.8 | 127.5 | 127.4 | 127.2 | 127.0 | 126.9 | 126.7 | 126.3 | | |

1. ปริมาณนำเข้า (Fresh Banana & Fresh Plantains HS0803 90100 & 0803 10100) จากสถิติกระทรวงการคลัง
2. Import Per Head = Total Import Volume/population
3. จำนวนประชากรจากสถิติรวบรวมโดย Office of Internal Affairs



ระดับราคา

จากสถิติแนวโน้มระดับราคา โดยเฉลี่ยของกล้วยในช่วงปี 2002-2015³ จะเห็นได้ว่าราคาจำหน่ายปลีกโดยเฉลี่ยในช่วงดังกล่าวแทบจะไม่มีเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ระดับ



ราคานำเข้าและราคาค้าส่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณาโครงสร้างราคา ในปี 2015 ราคานำเข้าอยู่ในระดับ 105.7 บาท/กก. ราคาค้าส่ง 184 บาท/กก. และราคาค้าปลีก 236 บาท/กก. กล่าวคือ ราคาค้าส่งคิดเป็นประมาณ 1.7 เท่าของราคานำเข้า และราคาค้าปลีกคิดเป็นประมาณ 2.2 เท่าของราคานำเข้า

³ ข้อมูลจากรายงานเรื่อง "Invisible Banana Supply Chain" โดย Fair Finance Guide Japan, กรกฎาคม 2018
https://fairfinance.jp/media/494311/banana_casestudy_0731.pdf

มาตรการนำเข้ากล้วยของญี่ปุ่น

อัตราภาษีนำเข้าปกติสำหรับกล้วย คือร้อยละ 20 สำหรับการนำเข้าในช่วง 1 เมษายน ถึง 30 กันยายน และร้อยละ 25 สำหรับการนำเข้าในช่วง 1 ตุลาคม ถึง 31 มีนาคม

สำหรับกล้วยที่นำเข้าจากไทย ได้รับอัตราพิเศษภายใต้มาตรการโควตาภาษี (Tariff Quota) ของความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)⁴ โดยมีอัตราภาษีเป็นศูนย์ภายในจำนวนโควตา 8,000 ตันต่อปี

ผลไม้สด แผลแข็งและอบแห้งทุกประเภทที่นำเข้าญี่ปุ่น ถูกควบคุมโดยกฎหมายคุ้มครองพืช (Plant Protection Law) เพื่อป้องกันแมลงและโรคที่ติดไปกับผลไม้ กล้วยเป็นผลไม้หนึ่งในจำนวน 8 ประเภท⁵ ซึ่งปัจจุบันญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าจากไทย โดยจะต้องเป็นกล้วยดิบและมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) จากกรมวิชาการเกษตรของไทย โดยต้องมีปริมาณสารตกค้างไม่เกินมาตรฐานที่กำหนด⁶

ช่องทางการกระจายสินค้าและภาวะการแข่งขันในตลาดญี่ปุ่น

ดังที่กล่าวข้างต้น ที่ผ่านมากล้วยนำเข้าจากฟิลิปปินส์ครองตลาดญี่ปุ่นถึงร้อยละ 80 โดยส่วนใหญ่ผ่านช่องทางของบริษัทการค้าขนาดใหญ่ของญี่ปุ่น เช่น Itochu Corporation, Sumitomo Corporation ฯลฯ ซึ่งเชื่อมโยงกับบริษัทข้ามชาติและผู้ผลิตกล้วยรายใหญ่ในประเทศฟิลิปปินส์ที่มีการปลูกกล้วยเป็น Plantation ทุกรูปแบบ เนื่องจากฟิลิปปินส์มักประสบภัยพิบัติพายุมรสุมอยู่บ่อยครั้ง จึงเกิดปัญหาความผันผวนของอุปทาน ผู้นำเข้าญี่ปุ่นจึงเริ่มมีการนำเข้าจากประเทศอื่นๆ ในอเมริกาใต้และในภูมิภาคเอเชีย เช่น ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฯลฯ โดยทั้งสามประเทศนี้มีความตกลงการค้าเสรีกับญี่ปุ่นทำให้ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีเป็นศูนย์ภายใต้ระบบโควตาภาษี⁷ เป็นที่น่าจับตามองว่า กล้วยจากเวียดนามได้เริ่มเข้าสู่ตลาดเมื่อปี 2016 โดยเข้าไปวางจำหน่ายใน 10 สาขาของร้านค้าปลีกสินค้าราคาถูกชื่อดัง “Donki” และหลังจากนั้นปริมาณนำเข้าจากเวียดนามได้เพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 2.5 เท่าในปี 2018

เนื่องจากญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยในลักษณะที่ยังเป็นกล้วยดิบ หลังจากนำเข้าแล้วจะต้องผ่านการบ่มให้สุกได้ที่เหมาะสำหรับออกวางจำหน่าย ผู้นำเข้าจะมีบริษัทในเครือที่ทำกรบ่ม หรือบางรายก็ประกอบธุรกิจเป็นผู้ค้าส่งเองด้วย ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมีการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะต่างมองว่า กล้วยเป็นสินค้าที่ไม่ค่อยได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจจึงจำหน่ายได้อย่างสม่ำเสมอ จะเห็นได้ว่าผู้ค้าของญี่ปุ่นแต่ละบริษัทต่างทุ่มเทกำลังในธุรกิจค้ากล้วยนี้ โดยเมื่อปี 2013 บริษัท Itochu Corporation ผู้นำเข้ารายใหญ่ได้ซื้อกิจการผลไม้สด

⁴ รายละเอียดเกี่ยวกับสิทธิพิเศษทางภาษีภายใต้ JTEPA (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement) ดูได้ที่เว็บไซต์ของกรมการค้าต่างประเทศ (<http://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/ServiceData-Information/dft-service-data-privilege/Detail-dft-service-privilege/ArticleId/5069/5069>)

⁵ ปัจจุบันผลไม้ที่ญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าจากไทยได้ 8 ประเภท คือ มะม่วง 7 สายพันธุ์ (หนังกกลางวัน น้ำดอกไม้ แรด พิมเสนแดง มหาชนก เขียวเสวย และโชคอนันต์) มังคุด กล้วยดิบ มะพร้าวอ่อน สับปะรด ทูเรียน มะขามหวาน และส้มโอพันธุ์ทองดี

⁶ ปริมาณสารพิษตกค้าง Agricultural Chemical Residues สำหรับกล้วย ดูรายละเอียดได้ที่ http://db.ffcr.or.jp/front/food_group_detail?id=11000

⁷ ไทยได้รับโควตาภาษีปีละ 8,000 ตัน ในขณะที่มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ต่างได้รับโควตาปีละ 1,000 ตัน

จาก Doles บริษัทยักษ์ใหญ่ค้ากล้วยของสหรัฐฯ และเมื่อปี 2016 บริษัท Sumitomo Corporation ก็ได้เข้าซื้อกิจการของบริษัท Fyffes ซึ่งเป็นผู้ค้าผลไม้รายใหญ่ที่สุดในประเทศไอร์แลนด์ที่ดำเนินธุรกิจค้ากล้วยในภูมิภาคยุโรป

ในด้านอุปสงค์ กระแสการให้ความสนใจต่อสุขภาพร่างกายของผู้บริโภคญี่ปุ่นมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งกล้วยก็เป็นหนึ่งในอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับประชากรทุกระดับอายุ แม้ว่าปริมาณความต้องการจะไม่เพิ่มมากขึ้นนักเนื่องจากจำนวนประชากรโดยรวมของญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มลดลง แต่ความต้องการบริโภคกล้วยยังคงอยู่ในระดับคงตัวสม่ำเสมอ จากการสำรวจเมื่อปี 2015 ผู้บริโภคญี่ปุ่นบริโภคกล้วยเฉลี่ยคนละประมาณ 1.2-1.8 กก.ต่อเดือนหรือเท่ากับ 8-16 ผลต่อเดือน จึงยังคงเป็นผลไม้ที่มีศักยภาพความต้องการสูง ซึ่งจะเห็นได้จากมูลค่าการค้าส่งของกล้วยในปี 2015⁸ มียอดสูงถึง 6.8 หมื่นล้านเยน (1.9 หมื่นล้านบาท) คิดเป็นมูลค่าอันดับ 6 ในจำนวนผลไม้ทั้งหมดในญี่ปุ่นและเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มผลไม้นำเข้า ผู้นำเข้าจึงพยายามหาแหล่งนำเข้าใหม่เพื่อหาสินค้าป้อนตลาด ในขณะที่ผู้ผลิตกล้วยในประเทศญี่ปุ่นเองก็มีความพยายามพัฒนานวัตกรรมต่างๆ ด้านการเกษตรเพื่อขยายการปลูกกล้วยในประเทศ

นวัตกรรมใหม่ของญี่ปุ่นในการปลูกกล้วย

เมื่อปี 2016 บริษัท D&T Farm⁹ ของญี่ปุ่นได้คิดค้นนวัตกรรมใหม่ในการปลูกกล้วย เรียกว่า “Freeze Thaw Awakening” ซึ่งเป็นการเก็บเมล็ดพันธุ์ในอุณหภูมิ -60 องศาเซลเซียส และหลังจากนั้นจึงนำมาปลูก ทำให้กล้วยถูกกระตุ้นการเจริญเติบโตเป็นพิเศษและสามารถให้ผลผลิตได้ภายใน 6 เดือนแทนที่จะต้องใช้เวลาถึงปีกว่าหรือ 2 ปีหากปลูก

ตามปกติ อีกทั้งยังทนทานต่อสภาพแวดล้อมอากาศหนาวเช่นในญี่ปุ่นได้ด้วย หลังจากกล้วยแตกหน่อก็จะให้สารอาหารเป็นถ่านที่ได้จากไม้ไผ่เพื่อช่วยการเจริญเติบโต และเนื่องจากในญี่ปุ่นไม่มีแมลงที่เป็นศัตรูของต้นกล้วยทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้ยาฆ่าแมลงใดๆ จึงเป็นกล้วยที่ปราศจากสารพิษตกค้างโดยสิ้นเชิงและทำให้สามารถรับประทานทั้งเปลือกได้ ซึ่งกลายเป็นจุดเด่นของกล้วยของบริษัทที่ออกวางจำหน่ายภายใต้แบรนด์ “Mongee Banana” โดยกล้วยที่บริษัทฯ ใช้เป็นพันธุ์ Gros Michel หรือกล้วยหอมทอง ซึ่งเป็นพันธุ์ดั้งเดิมที่ญี่ปุ่นเคยนำเข้าจากไต้หวัน โดยมีความหวานรวมทั้งเนื้อแน่นกว่าพันธุ์ Cavendish ที่ปัจจุบันจำหน่ายอยู่ทั่วไปในญี่ปุ่น จุดขายที่โดดเด่นของกล้วย “Mongee Banana” ทำให้สามารถจำหน่ายในราคาถึงผลละ 650 เยน (180 บาท) ซึ่งสูงกว่าราคากล้วยทั่วไป (ผลละ 100-150 เยน)อย่างมาก บริษัทฯ ยังเพาะต้นอ่อนกล้วยด้วยวิธี



⁸ รวบรวมโดย Fair Finance Guide Japan เมื่อปี 2015

⁹ บริษัท D&T Farm (<https://www.dt-farm.com/>) ตั้งปี 2015 อยู่ที่จังหวัดโอคะยามา (บริเวณตะวันตกของเกาะฮอนชู) นอกเหนือจากกล้วยแล้ว บริษัทฯ ยังใช้วิธีปลูกดังกล่าวกับผลไม้เขตร้อนอื่นๆ เช่น มะละกอ สับปะรด ฝรั่ง ฯลฯ ทำให้สามารถปลูกผลไม้เหล่านี้ในประเทศเขตร้อนเช่น ญี่ปุ่นได้ ธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงการจำหน่ายต้นอ่อนกล้วยที่เพาะโดยวิธีดังกล่าว

ดังกล่าวและได้จำหน่ายให้กับเกษตรกรในจังหวัดอื่นๆที่สนใจปลูกกล้วยนวัตกรรมใหม่นี้ ปัจจุบันมีการนำไปปลูกในจังหวัดอื่นๆ 20 จังหวัด รวมถึงจังหวัดที่ตั้งอยู่เหนือขึ้นไปในเกาะฮอนชูซึ่งเป็นเขตอากาศหนาวของญี่ปุ่น เช่น จังหวัดชิบะ, ฟูกูชิมะ ฯลฯ และกำลังจะขยายไปถึงเกาะฮอกไกโดตอนเหนือสุดของญี่ปุ่นด้วย ในปี 2018 บริษัทฯ ได้ผลผลิตรวม 500 ตัน มียอดจำหน่าย 1 พันล้านเยน (280 ล้านบาท)ซึ่งในจำนวนนี้ร้อยละ 90 เป็นการจำหน่ายต้นอ่อน บริษัทฯมีเป้าหมายที่จะเพิ่มผลผลิตให้ถึง 1 แสนตัน โดยการทั้งปลูกเองและว่าจ้างปลูก

โอกาสสำหรับผู้ผลิตผู้ส่งออกไทย

1. จะเห็นได้ว่ากล้วยเป็นผลไม้ที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มความต้องการอย่างสม่ำเสมอในญี่ปุ่น จึงเป็นโอกาสสำหรับกล้วยของไทยในการขยายการส่งออกไปยังญี่ปุ่นยิ่งขึ้น ที่ผ่านมา กล้วยหอมทองของไทยมีการปลูกและส่งออกไปญี่ปุ่นจากหลายจังหวัด เช่น เพชรบุรี ชุมพร ตาก อุตรดิตถ์ ฯลฯ ซึ่งปลูกโดยกลุ่มเกษตรกรหรือวิสาหกิจชุมชน ส่วนผู้นำเข้าฝ่ายญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นสหกรณ์การเกษตรซึ่งนำไปจำหน่ายในร้านค้าของสหกรณ์ แต่ในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาเริ่มมีการนำเข้ามาวางจำหน่ายใน Chain Supermarket ขึ้นมา เช่น Beisia ด้วย
2. อย่างไรก็ตาม ปริมาณการผลิตกล้วยหอมทองของไทยยังไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้นำเข้าญี่ปุ่น และโดยที่ฝ่ายผู้นำเข้าญี่ปุ่นต้องการอุปทาน(Supply)ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ดังนั้น ผู้ผลิตกล้วยของไทยจำเป็นต้องขยายปริมาณการผลิตโดยอาศัยการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรผู้เพาะปลูก เพื่อให้ได้จำนวนมากเพียงพอและมีผลผลิตส่งได้อย่างสม่ำเสมอ
3. นอกจากนี้ ในการส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นเกษตรกรผู้ผลิตจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะสินค้าที่เป็นอาหาร ความผิดพลาดแม้แต่ครั้งเดียวอาจนำไปสู่การชะลอหรือหยุดการสั่งซื้อได้ ดังจะเห็นตัวอย่างจากกรณีล่าสุดคือเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2018 กระทรวงเกษตร ประมง และป่าไม้ญี่ปุ่นได้ประกาศการตรวจเข้มแบบ 100% สำหรับกล้วยนำเข้าจากฟิลิปปินส์อย่างไม่มีกำหนด เนื่องจากได้ตรวจพบสาร Fipronil ซึ่งเป็นยาฆ่าแมลงตกค้างเกินปริมาณกำหนด(0.005 ppm)ในกล้วยที่นำเข้าจากฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่องตั้งแต่เมื่อเดือนกันยายน 2018 คาดว่าจะทำให้การนำเข้าจากฟิลิปปินส์ลดลงในปี 2019 นี้ ดังนั้น กล้วยที่จะส่งออกไปญี่ปุ่นจะต้องเป็นกล้วยที่ปลอดภัยซึ่งควรใช้วิธีปลูกที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีหรือยาฆ่าแมลง

มีนาคม 2562

ที่มาข้อมูล

- (1) รายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ Nikkei ฉบับวันที่ 26 ธันวาคม 2016 และ 5 มิถุนายน , 3 สิงหาคม, 15 สิงหาคม , 19 กันยายน, 9 ตุลาคม 2018
- (2) รายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ Nikkei Asian Review ฉบับวันที่ 8 ธันวาคม 2016

- (3) ข้อมูลจาก Wikipedia (<https://en.wikipedia.org/wiki/Banana> / <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%90%E3%83%8A%E3%83%8A>)
- (4) เว็บไซต์ "Kudamono Navi" <https://www.kudamononavi.com/gallerys/index/page=2/category=31>
- (5) เว็บไซต์ของ Banana Importers Association (www.banana.co.jp)
- (6) รายงานข่าวของ Portal World <https://portal-worlds.com/news/vietnam/6730> วันที่ 9 พฤษภาคม 2016
- (7) ข้อมูลจาก Fair Finance Guide Japan (<https://fairfinance.jp/>)