



タイにおける日本食レストランの変化

北陸銀行 バンコク駐在員事務所
所長

湧川 裕明



バンコク市内の抹茶専門店

1. はじめに

タイ経済は他のASEAN諸国に比べ、低成長という課題に直面しています。ASEAN随一の日系企業進出数を誇り、「重要な生産拠点」という位置づけは変わらないものの、昨今では「有望な消費マーケット」としてのタイ進出が目立つようになりました。人口規模ではインドネシア、フィリピン、ベトナムに次ぐものの、在留邦人の多さや日本ブランドに対する信頼・人気といった点から、海外進出のテストケースとしてタイを選択する企業が多くなっています。

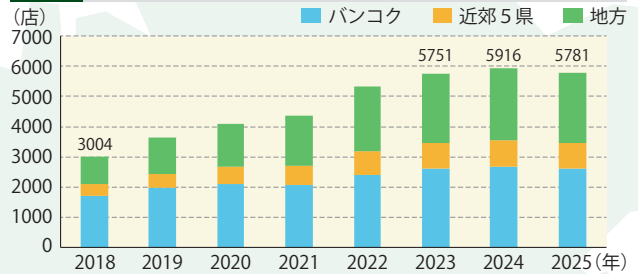
本稿では、日本貿易振興機構（ジェトロ）バンコク事務所が2026年1月20日に公表したタイの日本食レストランについての調査結果を紹介しながら、最近の状況についてお伝えしたいと思います。

2. 調査開始以来、初めて店舗数が減少

同調査によると、2025年の店舗数は前年比2.3%減の5781店となり、2007年の調査開始以降初めて減少に転じました（図1）。地域別に見ても、バンコク、バンコク近郊、その他の地方のいずれの地域においても店舗数が減少しています。これまで拡大が続いてきたタイの日本食レストラン市場ですが、景気低迷や消費者の嗜好の変化の影響を受けたものと言えます。

また、ここ数年は日本を抜いて中国がタイに対する最大の投資国となっており、それに伴いバンコク都心部やバンコク郊外の工業団地周辺には、火鍋をはじめとする中華料理店が激増しています。タイは人口減少期に転じており、外国人観光客数も伸び悩む中、他国の競合相手との「パイの奪い合い」が進んだことも、日本食レストランの減少につながって

図1 タイにおける日本食レストラン数の推移



出所：ジェトロ調査レポートをもとに筆者作成

いるものと思われます。

3. 業態別の店舗数に顕著な動き

2025年の店舗数を業態別に見ると、上位から「総合和食」「寿司」「ラーメン」「居酒屋」「すき焼き／しゃぶしゃぶ」と、昨年と比べ大きな順位変動はありませんでした（表1）。その中で、店舗数の増減に顕著な動きがあった「喫茶」、「焼肉」の2業態について見ていきます。

「喫茶」は前年比+6.4%と、業態別で最大の増加率を記録しました。この背景には日本の抹茶ブームの影響

表1 業態別店舗数

業態	2023	2024		2025	
		2024	前年比	2025	前年比
総合和食	1,354	1,439	6.3%	1,398	▲2.8%
寿司	1,372	1,279	▲6.8%	1,250	▲2.3%
ラーメン	741	802	8.2%	823	2.6%
居酒屋	437	480	9.8%	459	▲4.4%
すき／しゃぶ	453	448	▲1.1%	437	▲2.5%
焼肉	417	433	3.8%	394	▲9.0%
喫茶	291	329	13.1%	350	6.4%
丼専門	169	162	▲4.1%	148	▲8.6%
揚げ物専門	136	149	9.6%	146	▲2.0%
カレー／オムライス	158	156	▲1.3%	146	▲6.4%
総合洋食	144	151	4.9%	143	▲5.3%
鉄板焼き	48	52	8.3%	52	0.0%
蕎麦／うどん	31	36	16.1%	35	▲2.8%
合計	5,751	5,916	2.9%	5,781	▲2.3%

出所：ジェトロ調査レポートをもとに筆者作成

響があるようです。バンコク市内のショッピングモールを中心に多くの抹茶専門カフェが出店しています。2025年における（抹茶を含む）日本茶の輸出量（粉末状）は、タイ向けが年間437トンとASEAN諸国の中で最も多く、世界全体で見ても、アメリカ、ドイツに次いで3位、前年比では1.9倍の増加となっています（日本茶輸出促進協議会HPより）。

一方、「焼肉」は▲9.0%と最大の減少幅となりました。これには、「韓国焼肉」との競合激化が背景にあると思われます。日本式焼肉は日本のブランド肉を売りにした高級路線のお店が多い一方で、韓国焼肉はビュッフェスタイルの食べ放題メニュー中心のお店が多く、庶民層に一定の支持を集めているようです。

4. 日本食は日本より高い

タイには外食文化が根付いており、屋台から高級店まで多種多様な店舗が軒を連ねています。一般的にタイ料理に比べて日本料理は高価ですが、昨今の円安も相まって、われわれ日本人にとって「日本で食べるよりも割高」という印象は拭えません。

回転寿司の「スシロー」を例に挙げると、各価格帯の皿において、日本よりタイの方が日本円換算で高く設定されているようです（表2）。

同社の報道資料によれば、商品単価が日本より高い海外事業の方が、国内事業よりも利益率が高い傾向にあります。価格は高めであっても、事務所近くのショッピングモールの店舗は、平日ランチタイムに40分～1時間待ちが常態化しており、依然として強い集客力を維持しています。

なお、表2で示したとおり、タイでは「皿の色ごとに同一価格」という点が特徴です。日本のスシローでは色は一定の価格帯を示すものですが、タイでは、日本食に不慣れな人や観光客が多いこともあり、「わかりやすさ」を重視する戦略をとっているものと思われます。

表2 スシローの価格比較

皿の色	タイ		日本	
	タイバーツ	日本円	皿の色	価格（税込） 日本円
白	30	150	黄	120～150
赤	40	200	赤	180～210
銀	60	300	黒	260～290
金	80	400	白	時価
黒	100	500		

出所：各種ネット情報より筆者作成
 (注) 1タイバーツ＝5円、タイでは別途サービス料10%加算
 日本は店舗によって同じ色でも価格が異なる

5. 新規出店の傾向

表3は、2025年以降にタイに新規出店した主な日

表3 2025年以降にタイに新規出店した主な日系レストラン

ブランド名	業態	開店時期	特徴
Daishogun Burger	ハンバーガー	2025/ 8	和牛専門
博多焼きもん やまや	定食	2025/ 9	博多天ぶら有名店の新業態
極味や	ステーキ	2025/ 9	和牛専門
銀座しゃぶしゃぶ甲梅	しゃぶしゃぶ	2025/10	「幻の和牛 赤牛」を提供
中華蕎麦とみ田	ラーメン	2025/10	千葉県松戸のつけ麺の名店
月島もんじゃもへじ	もんじゃ焼き	2025/11	本格もんじゃ焼き
はま寿司	回転寿司	2025/11	有名回転寿司チェーン
うなぎの成瀬	鰻専門店	2025/11	鰻専門店チェーンのFC
Kokulabo Bangkok	居酒屋	2026/ 1	モダン居酒屋

出所：各種ネット情報より筆者作成

系レストランの一覧です。足元では店舗数が減少に転じたとはいえ、5000を超える日本食レストランがあるタイでは、依然として競争は激しいものの、新規出店するブランドも個性のあるお店が多いといった印象があります。

例えば「月島もんじゃもへじ」は、バンコクでも珍しいもんじゃ焼きの専門店です。慣れないタイ人向けに、スタッフが各テーブルでもんじゃを焼いてくれるのですが、鍋料理など「シェアミール」を基本とするタイの食文化と親和性が高く、オープン間もないながらも好意的に受け入れられているようです。

6. おわりに

円安に伴い、タイ人の訪日機会は大幅に増加しています。2025年には訪日人数（約123万人）がASEAN諸国のなかで最多となり、訪タイ日本人数を初めて上回りました。ジェトロの調査によれば、おまかせ寿司や和牛、日本酒などの高級食材については、タイの日本食レストランよりも「本場の日本で食べたい」という傾向が見られるようです。

スシローの人気ぶりは、タイの中間層や庶民が少し背伸びすれば普段使いできる「日常の選択肢」へと定着してきたことを示唆しています。

訪日タイ人が今後も増えるようであれば、タイの日本食レストランにおける「高級店」の淘汰が進む一方で、中間・庶民層の厚い支持を受ける「中・低価格帯」が底堅く推移するという傾向が続くかもしれません。



ランチタイムのバンコク市内スシローの様子