

□ ■ 変革期のタイ自動車市場における新たな投資機会 ■ □



こんにちは、アジア・アライアンス・パートナー、タイ人スタッフのグラフです。

長年にわたり、タイの自動車および部品産業は、国の経済を牽引する重要なエンジンであり続けました。しかし、近年は米国の関税政策、電気自動車（EV）への急速な移行、そして国内市場の低迷といった逆風に直面しています。この大きな変革期は、一見すると危機のように思えるかもしれません。

本日は、PwC¹発行の最新レポート「Overview of the ASEAN-6 Automotive Market」に基づき、この厳しい状況の中に潜む新たな投資機会と、タイ自動車産業の未来に向けた戦略的な展望について、深く掘り下げて解説してまいります。

※1：PwC（プライスウォーターハウス・コーパス）は、世界最大級のプロフェッショナルサービスネットワークであり、「世界4大会計事務所（Big4）」の一つです。

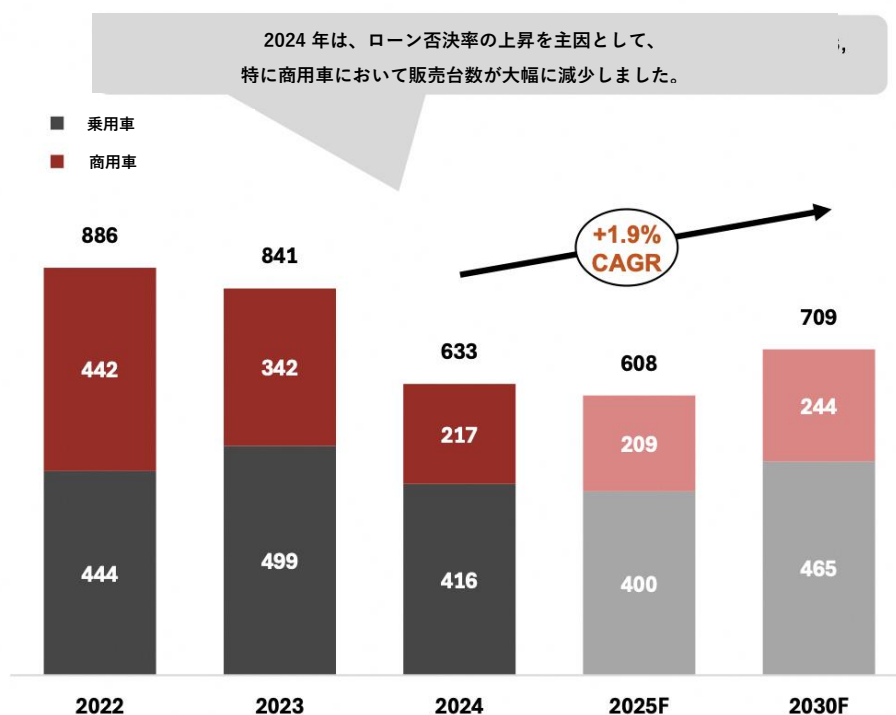
出典：[PwC Automotive ASEAN Centre of Excellence](#)

・タイ自動車市場の現状 – 逆風の深層分析

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.131

2024 年、タイの小型自動車（LV）市場は厳しい現実に直面しました。販売台数は、前年の 84 万 1,000 台から 25%と大幅に減少し、63 万 3,000 台を記録したのです。この落ち込みは 2019 年から続く長期的なスランプの一環であり、特に商用車セグメントが大きな打撃を受けました。

タイの小型自動車販売台数：乗用車 vs 商用車（単位：千台）、2022 年～2030 年予測



出典：PwC Automotive ASEAN Centre of Excellence

この不振の根底には、複数の構造的要因が存在します。

- **高い家計債務**

GDP の約 90%に達する高水準の家計債務が、消費者の購買意欲を圧迫しています。

- **金融機関のローン厳格化**

不良債権の増加を懸念する金融機関が与信基準を厳格化した結果、自動車ローンの否決率が上昇しました。特にピックアップトラックのセグメントでは、一部の貸し手で否決率が 70%に達するケースも報告されています。

● 中古車市場への影響

ローン不履行によって差し押さえられた車両が中古車市場に大量に流入し、市場価格を押し下げ、結果として新車販売へのさらなる圧力となっています。

・電動化への大転換 – 政府の強力なリーダーシップと市場の現実

国内販売の不振とは対照的に、タイは国を挙げて EV へのシフトを加速させており、これが新たな投資を呼び込んでいます。

● 野心的な国家戦略「30@30」

政府は、2030 年までに国内自動車生産の 30%をゼロエミッション車（ZEV）にすることをめざす「30@30」政策を推進しています。具体的な目標として、年間 72 万 5,000 台の EV 乗用車と 67 万 5,000 台の EV バイクの生産が掲げられています。さらに 2035 年までには、国内の新車登録を 100%EV にすることを目指しています。

● 具体的な支援策「EV3.0/EV3.5」

この目標達成のため、「EV3.0」および「EV3.5」といった一連のプログラムを通じて、購入補助金、税制優遇措置、そして現地生産を条件としたインセンティブが提供されています。

図表 1 EV3.0とEV3.5の概要

出所：BOI 資料等から NRI 作成

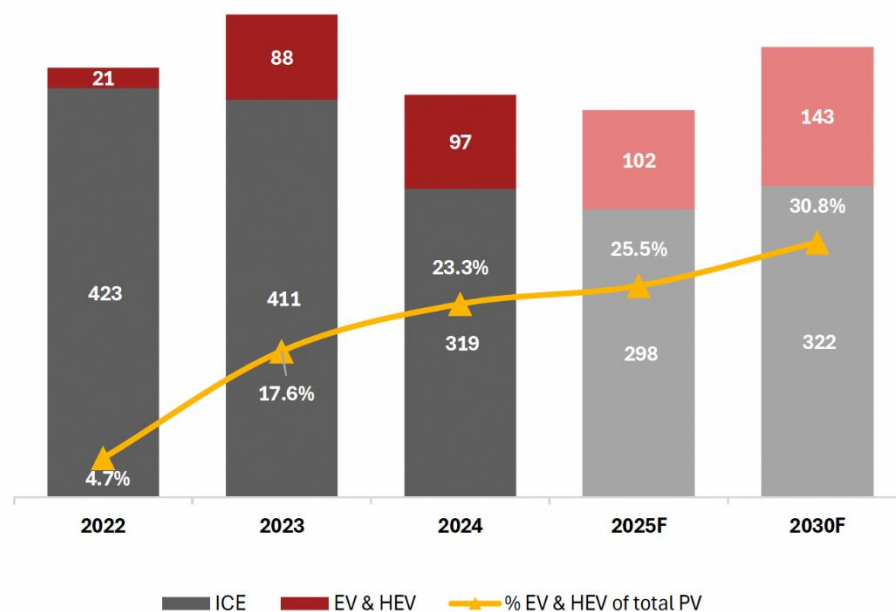
方針	財務省		
	EV 3.0		EV 3.5
	2022年～2025年		2023年～2027年
インセンティブ	2022年から2023年		2024年から2025年
	EV 輸入補助金 EV の輸入については、免除される： ●輸入関税（最大40%引き下げ） ●物品税（8%・2%） ●補助金：30KWh以上 <2022年～2023年>15万パーツ		EV 輸入補助金 EV の輸入については、免除される： ●輸入関税（最大40%引き下げ） ●物品税（8%・2%） ●補助金：50KWh以上 <2024年>10万パーツ <2025年>7万5,000パーツ <2026年～2027年>5万パーツ
生産要件	2024年から2025年		2026年から2027年
	・ 2024年：2022年～2023年にかけて、輸入車と1:1の割合でEVを現地生産しなければならない ・ 2025年：2024年に輸入枠を満たせなかった場合、2022年～2023年に輸入されたEVと1:1.5の割合でEVを現地生産しなければならない。		・ 2026年：2024年～2025年にかけて、輸入車と1:2の割合でEVを現地生産しなければならない ・ 2027年：2026年に輸入枠を達成できなかった場合、2022年～2023年に輸入されたEVと1:3の割合でEVを現地生産しなければならない。
国産化要件	バッテリーのセル生産	バッテリーのモジュール組立	
	バッテリー以外の国産化の必要なし	2030年1月までに、 PCUインバーターの国内生産、2035年1月までに5品 ①トラクションモーター ②減速機 ③電動コンプレッサー ④BMS ⑤DCUのうち最低1品目を生産	バッテリーパック組立 左記から2品目

出典：NRI Consulting & Solutions（Thailand）Co., Ltd.

● 着実な市場の反応

これらの政策が功を奏し、乗用車販売における EV および HEV（ハイブリッド車）のシェアは、2023 年の 17.6%から 2024 年には 23.3%へと着実に拡大しました。また、BEV（バッテリー式電気自動車）への注目が集まる一方で、HEV も減税措置を追い風に前年比 30%の販売増を記録しており、移行期における多様な技術への需要を示唆しています。

タイにおける乗用車の種類別販売台数：ICE、EV & HEV（単位：千台）、2022 年～2030 年予測



出典：PwC Automotive ASEAN Centre of Excellence

・「アジアのデトロイト」の真価・揺るぎない生産拠点

市場が電動化へと移行する中でも、生産拠点としてのタイの地位は揺らいでいません。むしろ、その重要性は増していると言えます。

● ASEAN 最大の生産能力

2024 年には 150 万台の小型自動車を生産し、タイは ASEAN における最大の生産ハ

ブであり続けています。

- **アジアトップクラスへの成長予測**

生産台数は 2030 年には 210 万台に達すると予測されており、これは ASEAN 域内トップ、アジア全体でも第 5 位にランクインする規模です。

- **強固なサプライチェーン基盤**

この圧倒的な生産力を支えるのは、約 800 社のティア 1 サプライヤーと 2,000 社を超えるその他サプライヤーから成る、厚く多様なバリューチェーンです。すでに 10 社以上の OEM がタイ国内で xEV（電動車）の現地生産を行っています。

・競争環境の地殻変動・新旧プレイヤーの攻防

EV シフトは、タイの自動車市場の勢力図を大きく塗り替えようとしています。

- **日系メーカーの動向**

日系メーカーは依然として高い市場シェアを維持していますが、ブランドによって明暗が分かれています。ピックアップトラック市場の不振でシェアを 5.5% 失った一方で、トヨタはシェアを 33.2% から 38.1% へと 4.9% も伸ばし、市場のリーダーとしての強さを見せつけました。

- **中国勢の躍進**

この変革期を捉え、中国ブランドが急速に台頭しています。特に BYD は、市場全体が縮小する中でシェアを 3.6% から 4.3% に拡大させました。さらに長安汽車、GAC Aion、Chery といった企業も現地生産への参入を表明しており、競争はさらに激化する見込みです。

- **高級車市場の動向**

プレミアムセグメントでは、BMW グループがトップの座を維持しています。

タイの主要自動車 OEM ランキング（販売台数順）

OEM (メーカー)	販売台数		市場シェア		市場シェアの 変動
	2023	2024	2023	2024	
Toyota 	279,320	241,495	33.2%	38.1%	4.9%
Isuzu 	163,656	88,401	19.4%	13.9%	-5.5%
Honda 	91,496	83,258	10.9%	13.1%	2.3%
Mitsubishi 	37,511	28,401	4.5%	4.5%	0.0%
BYD Auto 	30,559	26,971	3.6%	4.3%	0.6%
Ford 	41,830	26,971	5.0%	4.2%	-0.7%
MG 	29,276	17,399	3.5%	2.7%	-0.7%
BMW 	14,128	12,208	1.7%	1.9%	0.2%
Mazda 	22,122	10,841	2.6%	1.7%	-0.9%
Nissan 	18,497	10,759	2.2%	1.7%	-0.5%
合計 (トップ 10)	728,295	546,656	86.5%	86.2%	

出典：PwC Automotive ASEAN Centre of Excellence

・未来への投資 – 具体化する新たなビジネスチャンス

このダイナミックな変化の中、国内外の企業による戦略的な投資が活発化しています。

● EV 生産ハブの新設・転換

- 長安汽車：2 億 6,800 万ドルを投じ、同社初の海外 EV 生産工場をタイに建設中です（2025 年稼働予定）。
- マツダ：1 億 5,000 万ドルを投資し、年間 10 万台規模の電動 SUV を生産する MHEV（マイルドハイブリッド）製造拠点を設立します。



25 年 2 月 12 日のマツダの毛籠社長兼最高経営責任者（CEO）・ペートンタン首相との会談
出典：Autolifethailand

● EV エコシステムの構築

- 長城汽車 (GWM)：現地の自動車部品メーカー5 社と戦略的提携を結び、サプライチェーンの現地化を強化しています。
- BYD：フランスの部品大手フォルヴィアと合併でシート組立工場を設立し、自社 EV への安定供給体制を構築しています。
- Energy Absolute：中国企業と提携し、リチウムイオン電池プロジェクトを推進しています。

● 新技術・新ブランドの導入

- U Power と SAIC：EV のバッテリー交換ステーション事業で提携しています。
- Stellantis：中国の新興 EV ブランド「Leapmotor」の販売代理店を指名し、タイ市場へ投入します。



Leapmotor 社の SUV

出典：www.Headlightmag.com

・まとめ

現在のタイ自動車産業は、ICE（内燃機関）車の販売不振という短期的な課題の裏で、政府の強力なリーダーシップのもと、EV を中心とした次世代自動車産業への構造転換が猛スピードで進んでいる、まさに変革の最前線です。「アジアのデトロイト」として長年培ってきた強固な生産基盤とサプライチェーンを土台に、新たな投資と技術が次々と流入しています。このダイナミズムは、従来の枠組みに捉われない新たなビジネスチャンスを数多く内包しており、未来を見据える投資家にとって、今がまさに絶好の機会と言えるでしょう。

出典：[PwC Automotive ASEAN Centre of Excellence](#)

□■ホーチミン市民が熱狂するベトナム初の地下鉄■□



こんにちは。島根ビジネスサポートオフィスの柴田です。

ベトナム最大の商業都市ホーチミン市では、急速な都市化と人口増加に伴い、交通渋滞や大気汚染といった課題が深刻化していました。計画が立ち上がった当時、ホーチミンの人口は約900万人（2025年7月に近隣の2つの省を吸収し、人口は約1400万人）。その大都市に700万台以上のバイクがひしめく中、従来の交通手段だけでは限界が見えていました。そんな中、日本の国際協力機構（JICA）の支援のもとで始動した都市鉄道建設プロジェクトが、2024年12月22日について結実しました。

約17年の歳月をかけて建設されたホーチミンメトロ1号線は、ベトナム国内のメトロとして初の地下区間を走行する路線として開業し、市民から熱狂的な歓迎を受けています。本レポートでは、この歴史的なプロジェクトの全容を、開発経緯から運営システム、社会的影響、そして今後の課題までご紹介いたします。

■地下鉄の概要と開発経緯

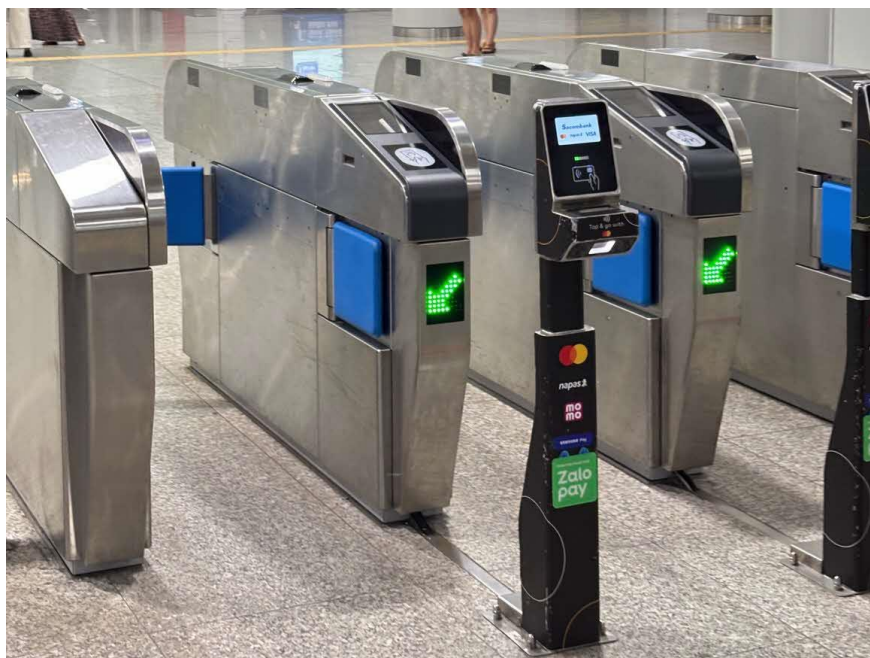
ホーチミン市初の地下鉄「メトロ 1 号線」は、都市中心部のベンタイン駅から北東方向のスイティエン駅までを結ぶ全長 19.7km の路線で、地下区間 2.6km、高架区間 17.1km、全 14 駅（地下 3 駅・高架 11 駅）をつなぎます。日本からの資本・技術的援助を受けて作られたため、車両や駅舎が日本の電車とよく似ています。この地下鉄はホーチミン市では初、メトロ(地下鉄)としては国内初となります。車内は揺れが少なく冷房が効いているため、公共路線バスよりも断然快適です。

ホーチミン地下鉄の開発は長い歴史を持ちます。JICA が 2002～04 年にホーチミン市の都市鉄道開発計画策定を支援し、優先度の高い 1 号線建設について、2007 年から支援を開始しました。

1 号線の建設費用は渋滞緩和や大気汚染の軽減などを目的として、日本の国際協力機構 (JICA) による円借款が約 8 割を占めており、投資総額は 43 兆 7,000 億ドン(約 2,428 億円)となっています。

■運営システムと今後の計画

ホーチミンメトロ 1 号線の料金体系は距離別制となっています。最低料金は 7,000 ドン（約 38 円）から最高料金は 20,000 ドン（約 110 円）で設定されており、距離によって 1 キロ増すごとに 800 ドン（約 5 円）ずつ増えていく計算方法となっています。また、障害者、高齢者（60 歳以上）、6 歳未満の子供は無料で利用が可能です。



地下鉄の決済システムは多様な方法に対応しています。非接触型 IC カードが導入されており、運賃に加えて、IC カードのデポジットとして 15,000 ドンが必要です。クレジットカードでは、MasterCard のタッチ決済が利用可能で、Visa、JCB、American Express、UnionPay などのカードも順次対応予定となっています。メトロ公式アプリ「HCMC Metro HURC」をスマートフォンにダウンロードし、QR コードを発行して改札機のスキャナーにかざすことでも乗車可能です。

電車はベンティン駅からスオイティエンターミナル駅間を往復で運行しており、始発 5 時頃～終電 23 時 30 分の間で運行されています。運行間隔は 4～5 分で、全線の所要時間は約 30 分です。ホーチミン市都市鉄道 1 号線運営会社（HURC1）が運営を担当しており、東京地下鉄株式会社は、2025 年 5 月 23 日から、日本の運営ノウハウを提供してサポートしています。

出典：<https://www.metrohochiminh.com>

■経済・社会的影響と利用者の反応

建設期間中には多くの雇用が創出されました。ベトナム国営ゼネコンと住友商事などの日本企業が共同事業体を組み、建設、車両の納入、信号システムの整備等が行われました。慢性的な渋滞と大気汚染に悩まされてきたホーチミン市ですが、地下鉄開業により、通勤・通学時間の大幅短縮や移動の快適さから、市民の移動習慣にも変化が生じています。

地下鉄沿線の不動産開発が進むことが予想されており、特にタオディエン駅周辺など主要駅周辺では不動産価値の向上が期待されています。車両基地の周囲では開発が進められており、街の発展を見越して高層アパートなども既に建てられています。観光業への影響では、渋滞を気にせず、観光スポットやショッピングエリアにスムーズに移動できることが大きな魅力となっています。

■開業後の利用状況と市民の評価

開業初日から市民に熱狂的に迎えられました。開通から 3 日間の利用者数が 27 万 9,000 人に上り、これは予定した利用客数を大幅に上回る結果となりました。開業初週には延べ 70 万人以上が利用する好調な滑り出しとなりました。運行開始から約 6 か月が経過した 6 月 14 日時点で累計利用者数が約 1,000 万人に達し、上半期計画の 2.5 倍となりました。1 日あたりの平均利用者数は 5 万 7,785 人で、平日の平均は 5 万 0,423 人、週末は 7 万 6,414 人に上っています。

車内では乗客たちが会話や電話をしており、賑やかな雰囲気です。土曜の夕方には日本の通勤電車と同じくらいの混雑具合でしたが、日本の通勤電車と違うところは乗客がみんな楽しそうにおしゃべりをしていることです。皆さんテンションが上がっており、小さい子供は大はしゃぎでした。ホーチミンだけでなく、ハノイやダナンなど国内全土で大きな話題となっており、ホーチミンへの観光の際に、記念に地下鉄に乗車する方もいるようで、駅構内も電車内もあらゆるところで記念写真をしていました。

一方で、乗り降りや車内でのマナー、ゴミ問題などが取り沙汰されており、適切な利用マナーの定着が課題となっています。こうして日本の知見が凝縮された1号線は、TIME 誌の選ぶ「The World's Greatest Places of 2025」にも選出されました。開業後の利用状況や市民の反応からは、一定の社会的インパクトがうかがえると評価されています。

■今後の延線計画とインフラ連携

ホーチミン市では大規模な地下鉄ネットワークの構築が計画されています。同市は総額 6.2 兆円を投じて、2035 年までにメトロ 7 路線・全長 355km の建設を完了する計画を立てています。この計画では、高速都市鉄道 8 路線、路面電車 1 路線、そしてモノレール 2 路線を整備する予定です。しかし、2025 年 1 月時点で開発が進んでいるのは 1 号線と 2 号線のみで、それらを除く他の路線は未着工の状態です。

メトロ 2 号線については、2024 年 2 月に工事が開始されました。メトロ 2 号線の全長は約 11km で、ベンタイン駅から 12 区のタムルオンまでを結ぶ予定です。当初、メトロ 2 号線は 2026 年までに開通する予定でした。しかし、用地整理の遅れにより、現状では 2030 年までに完成する見込みとなっています。

地下鉄開業により、既存の交通システムとの連携が期待されています。観光の中心地であるベンタイン市場から、長距離バスの発着するバスターミナルまで約 30 分、従来の公共路線バスの半分以上の時間で移動できるようになりました。これにより、地下鉄とバスシステムの連携が強化されています。

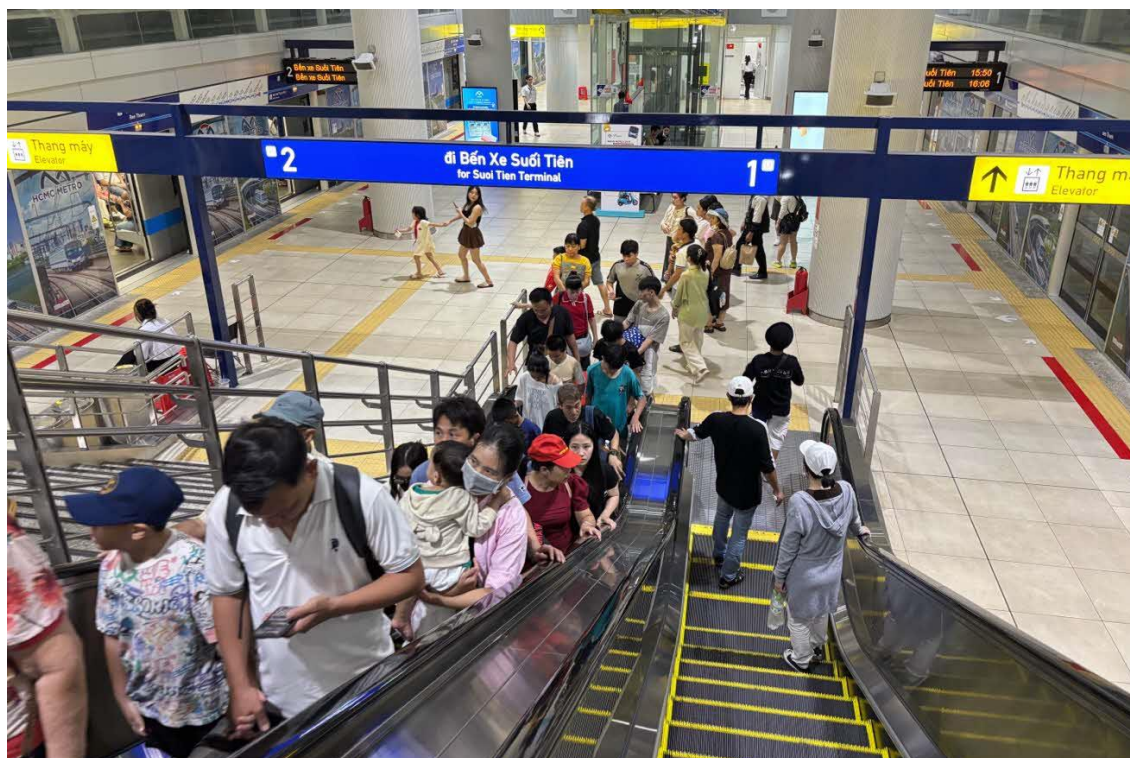
■まとめ

ホーチミン市の地下鉄 1 号線は、長年の建設遅延を経て 2024 年 12 月についに開業を迎えました。日本の技術と資金援助により実現したこのプロジェクトは、ベトナム初の本格的な地下鉄として歴史的な意義を持ちます。開業後は予想を上回る利用者数を記録し、市民の生活に著実に定着しつつあります。運営・料金体系も多様な決済方法に対応し、利用者の利便性を向上

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.131

させています。経済効果としては、建設投資による波及効果、交通渋滞の改善、観光業の活性化、環境改善などが期待されています。

現在は2号線の建設が進められており、将来的には7路線からなる大規模な地下鉄ネットワークの構築が計画されていますが、過去の遅延実績を考慮すると、計画通りの実現には多くの課題が残されています。交通渋滞や大気汚染の改善という都市問題の解決に向けて、地下鉄ネットワークの着実な整備が期待されます。



□■タイにおける日本式回転寿司のトレンド■□

こんにちは。島根・ビジネスサポート・オフィスのタイ人スタッフ、バンブーです。

タイでは近年、回転寿司人気が高まりを見せており、新たな成長市場として注目されています。その一方で、日本国内では人口減少の影響もあり、回転寿司チェーンの市場拡大が鈍化しています。実際に、日本の IT・情報通信企業である日本ソフト販売株式会社が集計した情報寿司チェーンの店舗数推移によると、寿司チェーン全体の店舗数は 2023 年 7 月の 4,201 店から 2024 年 7 月には 4,164 店へと減少しています。

こうした日本のマーケット縮小などの背景から、日本の大手回転寿司チェーンは海外展開を加速させています。

本記事では、タイにおける日本食レストランの現状、寿司店の動向、そして回転寿司の最新トレンドについてご紹介します。

【タイにおける日本食レストランの現状】

日本貿易振興機構（JETRO）が毎年行っている調査によると、2024 年のタイ国内の日本食レストランは 5,916 店舗。前年（2023 年）の 5,751 店舗 から 165 店舗増加 し、伸び率は 2.9% でした。

地域別に見ると、バンコク首都圏内の店舗数が最多ですが、近年は地方都市での店舗数が大きく伸びています。

- バンコク首都圏：2,672 店舗（前年比+2.7%）
- 地方都市：2,371 店舗（同+3.1%）
- バンコク近郊 5 県：873 店舗（同+2.7%）

タイにおける日本食レストラン店舗数の推移

JETRO Bangkok

- ・ 2024年は5,916店舗と前年から2.9%増加。増加店舗数は165店舗。
- ・ バンコク、バンコク近郊5県、その他の地方で店舗数が増加。バンコクは2.7%、バンコク近郊は2.7%、その他の地方は3.1%増加した。



※2011年は調査を実施せず。

※2017年以前はバンコク近郊5県とその他の地方を分けていない。

※バンコク近郊5県とは、ナコンパトム、ノンタブリー、バトゥムターニー、サムットプラーカーン、サムットサーコーンを指す。

※2020年、2021年、2022年は休業中の店舗は含まない。

出典：https://www.jetro.go.jp/ext_images/thailand/food/2024Survey/japaneserestaurantsurvey2024_jp.pdf

【業種別の傾向】

業種別に見ると、2024年の調査で最も多いのは「総合和食（和定食、懐石料理を提供する店舗）」で、前年の1,354店から6.3%と大きく増加し、1,439店舗に達しました。

一方、寿司店は2020年から2023年まで「店舗数1位」を維持していましたが、2024年には1,279店舗（前年比-6.8%）と減少し、総合和食に首位を譲りました。

その他の業種で店舗数の伸びが目立つのは、「蕎麦/うどん」、「喫茶」、「居酒屋」などです。消費者の嗜好が多様化している様子が伺えます。

日本食レストラン店舗数調査 業種別

JETRO Bangkok

- 業種別では総合和食の店舗数が最も多く、前年から6.3%増の1,439店舗。次いで、寿司、ラーメン、居酒屋、すき/しゃぶ、焼肉と続く。
- 蕎麦/うどん、喫茶、居酒屋等の店舗数は増加し、他方、寿司は減少数が増加数を上回り、前年から6.8%の減少となった。

業種	2022	2023	2024			
			増加	減少	合計	増減率(%)
総合和食	1,273	1,354	213	128	1,439	6.3
寿司	1,431	1,372	181	274	1,279	-6.8
ラーメン	611	741	157	96	802	8.2
居酒屋	369	437	102	59	480	9.8
すき/しゃぶ	386	453	70	75	448	-1.1
焼肉	341	417	70	54	433	3.8
喫茶	278	291	100	62	329	13.1
井専門	167	169	31	38	162	-4.1
カレー/オムライス	141	158	20	22	156	-1.3
総合洋食	129	144	19	12	151	4.9
揚げ物専門	123	136	31	18	149	9.6
鉄板焼き	55	48	8	4	52	8.3
蕎麦/うどん	21	31	7	2	36	16.1
合計	5,325	5,751	1,009	844	5,916	2.9

(備考)※ 減少には、閉店した店舗、恒久的なデリバリーへの業態変更、メニュー変更、座席具備除外等により対象外となった店舗が含まれる。

※2022年は休業中の店舗を含まない。

※増減率は増加率が高い順に濃い緑色で表示。

出典：https://www.jetro.go.jp/ext_images/thailand/food/2024Survey/japaneserestaurantsurvey2024_jp.pdf

【寿司店の減少とその背景】

タイにおける寿司店の数は、2022年の1,431店をピークに減少傾向にあります。

2020年：1,038店舗

2021年：1,196店舗

2022年：1,431店舗

2023年：1,372店舗

2024年：1,279店舗

この減少の背景には、価格競争の激化と原材料コストの上昇があります。大手から個人経営の店舗まで、多くの事業者が競合するなかで、十分な収益を確保できず閉店を余儀なくされるケースが増えています。

加えて、タイ人観光客の日本訪問が増えたことで、現地で本格的な寿司を体験する機会が拡大しました。その結果、消費者の舌がより繊細になり、“日本本場の味”を求める傾向が強まっています。従来型の寿司店は品質競争に巻き込まれ、高品質なネタを求められる一方で、原材料価格（例：ホタテなど特定グレードの海産物）、人件費、店舗賃料の上昇に直面しています。

さらに、2021年以降、日本の大手回転寿司チェーン「スシロー」をはじめ、「元気寿司」「活美登利寿司」など新規参入が相次ぎました。これらは「本場の味を手頃な価格で」という強みを打ち出し、消費者の支持を集めていることで、寿司店の競合が激化しています。

そのような競争の中でコストを十分に吸収できなかった店舗は閉店に追い込まれ、結果的に市場全体の店舗数が減少する要因となっています。

【タイにおける回転寿司トレンドの拡大】

上述の通り、寿司店全体の数は減少傾向にあるものの、回転寿司チェーンに限ってはタイでの出店が加速し、存在感を高めています。日本から進出した大手ブランドが次々と市場に参入し、「本場の味を手頃な価格で楽しめる」点がタイの消費者に支持されています。

ここでは、タイ市場で注目されている代表的な3ブランドをご紹介します。

1. Sushiro（スシロー）



出典：<https://www.facebook.com/SushiroThailand>

日本最大級の回転寿司チェーンで、タイでは「SUSHIRO GH (THAILAND) LIMITED」が運営し、2021年3月にバンコクで第1号店を開業しました。2025年9月時点でタイ

全国に 37 店舗を展開しています。多くの店舗はバンコク中心部と近郊に集中していますが、チェンマイ・ラヨン・チョンブリーといった地方都市にも進出しています。

特徴は幅広いメニュー展開で、生魚だけでなく「鶏の唐揚げ寿司」など加熱調理した食材を使ったメニューも豊富で生魚が苦手な顧客層も取り込んでいます。さらに、自動回転レーンを採用することで、スピーディーかつ気軽に寿司を楽しめる点も支持されています。

タイでは日本と同じ定番メニューを提供しつつ、タイ市場向けのローカルアレンジにも積極的です。たとえば、「ガパオ豚の海苔巻き」「タイ風唐揚げ寿司」「グリーンカレーうどん」「タイティー風パンナコッタ」など、現地の嗜好を取り入れながらも「日本ブランド」としてのイメージを確立しています。

2. Genki Sushi (元気寿司)



出典：<https://www.facebook.com/genkisushith>

過去に 2 度タイ市場からの撤退を余儀なくされている「元気寿司」ですが、2024 年 10 月にバンコク・セントラルワールドに再上陸しました。特徴は注文ごとに寿司を握り、特製の「高速トレイン」で席まで届ける演出。この演出が話題を呼び、メニューは 130 種類以上と豊富です。

3. Katsu Midori Sushi (活美登利寿司)



出典：<https://www.facebook.com/KatsuMidoriThailand>

東京発の人気回転寿司チェーンです。タイ国内での展開は、タイの寿司チェーン Shinkanzen 寿司やタイ風焼肉ムーガタなど飲食店を運営する The Food Selection Group が権利を取得。2024 年、バンコク・セントラルワールド内にタイ 1 号店を開業しました。

約 700 m²・248 席という大規模な店舗で、高級食材を使った本格的な寿司を提供。一般的な回転寿司とは一線を画し、シェフから直接提供されるスタイル も取り入れることで「日本の寿司屋の雰囲気」を強調しています。

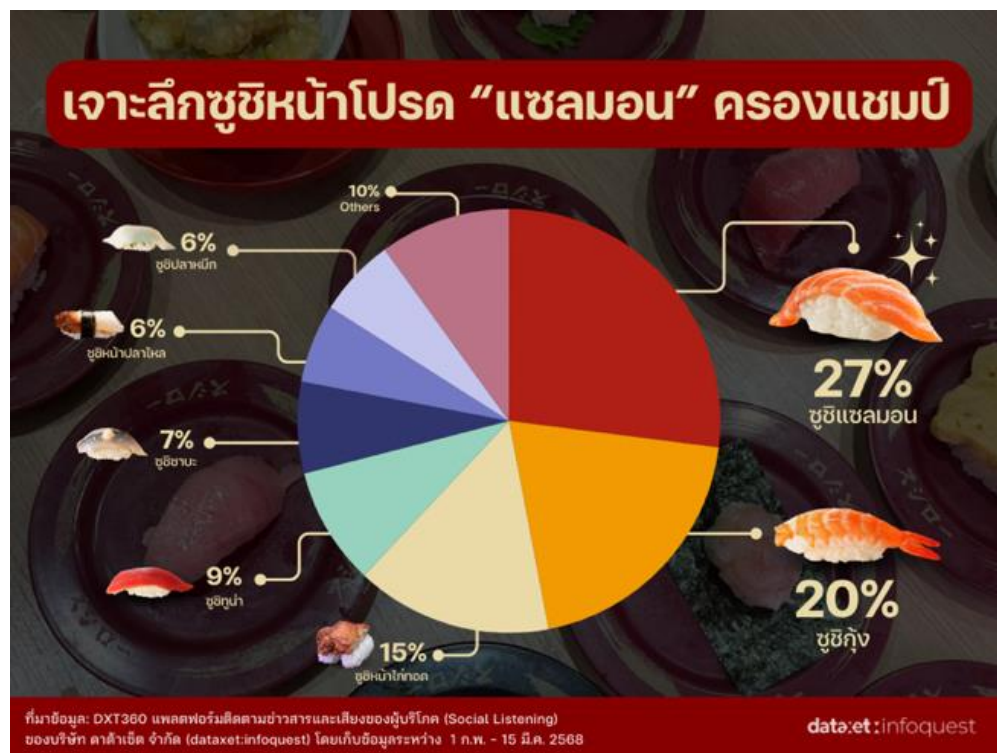
また、回転レーンやタブレット注文によるスピードサービスも併用し、利便性と本格志向の両立を図っています。さらに、タイ初となる巨大本マグロの解体ショーを実施するなど、プレミアム体験型イベントでも注目を集めました。

現在は 1 店舗のみですが、今後 5 年以内に 20 店舗まで拡大する計画を掲げています。

【タイで人気の寿司ネタ】

寿司は、豊富なネタと味わいの多様性によって、クラシックな本格派を好む人から、新しい味を試したい人まで、幅広い層に愛される料理です。ネタ選びそのものが食事の楽しみ的一部分となっています。

ここでは、株式会社データセットが 2025 年 2 月 1 日から 3 月 15 日までの期間、ソーシャルメディア上の消費者の声を収集・分析した、タイで特に人気のある寿司メニューをランキング形式でご紹介します。



出典：<https://www.infoquest.co.th/2025/480855>

第 1 位：サーモン（27%）

タイで圧倒的な人気を誇るのが サーモン です。脂がのったサーモンは甘みと旨みが強く、口当たりもなめらか。さらに栄養価が高く、オメガ3 脂肪酸を豊富に含む点も健康志向の消費者に支持されています。初心者から常連まで、幅広い層に選ばれる「まずはこれ！」という定番メニューです。

第 2 位：エビ寿司（20%）

続いて人気なのが エビ寿司。ほんのり甘みがあり、ぷりぷりとした食感が軽めで食べやすいことから、子どもから大人まで幅広い年齢層に好まれています。タレや香辛料を少し加えてアレンジされることも多く、シンプルながら飽きのこない味わいです。

第 3 位：チキンカツ寿司（15%）

ユニークな存在として人気を集めているのが チキンカツ寿司。サクサクに揚げた鶏肉をネタにした「フュージョン寿司」です。生ものが苦手な人でも楽しめることから、ファミリー層や若者に特に人気があります。タイ独自の寿司文化を象徴するメニューの一つとも言えます。

その他の人気ネタは、マグロ（9%）、サバ（7%）、ウナギ（6%）、イカ（6%）、その他（10%）です。

【なぜ回転寿司がタイでブームなのか？】

タイでは近年、回転寿司が急速に人気を集めています。SNS 上でもレビューや体験談が数多くシェアされ、いまや「食のトレンド」の一つとなりました。人気の背景には、主に次の理由があります。

1. すぐ食べられる便利さ

注文して待つ必要がなく、目の前のレーンから好みの皿を取ればすぐに食べられます。忙しいビジネスマンや時間を無駄にしたくない人にぴったり。

2. 手頃な価格設定

1 皿数十パーツから楽しめるため、予算に合わせて食べたい分だけ選べます。気軽に立ち寄れる点も支持される理由です。

3. バラエティ豊かなメニュー

伝統的な寿司はもちろん、タイ市場に合わせたフュージョンメニューも豊富。その他、和牛寿司、ハンバーグ寿司、和風デザートなどバリエーションが楽しめます。

4. レーンのワクワク感

色とりどりの寿司が目の前を流れることで「つい手を伸ばしたくなる」楽しさがあります。写真映えもしやすく、SNS でのシェアとも相性抜群。

5. 最新テクノロジーの導入

多くの店舗でタブレット注文や専用レーンによる高速配膳システムを導入。皿の色ごとに価格が分かりやすい点も利用者に好評です。

6. 誰でも気軽に楽しめる空間

一人用カウンターからグループ席まで柔軟に対応。おひとりさまから家族や友人同士の食事まで、幅広いライフスタイルにマッチしています。

【最後に】

一般的な寿司店が競争激化や消費者ニーズの変化で苦戦する中、回転寿司は価格・利便性・エンターテインメント性を武器に成長を続けています。「回転寿司」はもはや一時的なブームではなく、タイの食文化に根付く新しいスタイルへと進化しつつあるのです。

タイ有名チェーンのタイ展開は今後もその勢いを増し、都心の大型商業施設 Dusit Central Park に、「活美登利寿司」の2号店が2025年9月4日から営業開始。加えて、2025年11月には、日本大手チェーンの「はま寿司」がバンコク西部のセントラルプラザ・ピンクラオに1号店をオープン予定です。これにより、タイの回転寿司市場は今後ますます活気を帯びることが期待されています。



出典：<https://marketeeronline.co/>

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.131

※掲載情報はご自身の判断と責任におきましてご活用ください。

※別紙に、年内に開催予定のタイ・インドネシア・ベトナムの展示会情報をまとめました。

サポートオフィスでは、現地で開催される展示会へのアテンドも行っております。

関心のある展示会がございましたら、お気軽にご連絡ください。

担当：柴田 隼介 Shunsuke Shibata

Address: 1 VASU1 Building, 12 FL., Room 1202/D, Soi Sukhumvit 25,
Sukhumvit Rd., Klongtoey-Nua, Wattana, Bangkok 10110

Mobile: +66(0)63-228-4585

Mail : shimane-bizsup@aapth.com

➤ タイ経済指標

項目	単位	2022	2023	2024	2025
GDP 成長率	前年比ベ (%)	2.7	1.9	2.6	3.0 (6 月)
人口*	千人	69,922	70,104	70,269	70,351 (6 月)
労働者の数*	千人	40,143	40,674	40,356	39,919 (7 月)
失業率**	%	1.32	0.98	1.00	0.86 (7 月)
最低賃金* バンコク	バーツ／日	353	353	363	400
チョンブリー		354	354	361	400
アユタヤー		343	343	350	357
ラヨーン		354	354	361	400
賃金：全国製造業の平均	バーツ	14,305	14,416	14,394	14,394 (24 年)
インフレ率**	前年比ベ (%)	6.08	1.23	0.06	-0.79 (8 月)
中央銀行政策金利*	%	1.25	2.50	2.25	1.50 (8 月)
普通貯金率**	%	0.28	0.40	0.39	0.27 (7 月)
ローン金利 (MLR) **	%	5.50	6.83	7.14	6.95 (7 月)
SET 指数*	1975 年：100	1,668.66	1,415.85	1,400.2 1	1,236.61 (8 月)
バーツ／100 円**	バーツ	26.78	24.82	23.33	22.46 (8 月)
バーツ／米ドル**	バーツ	35.06	34.80	35.29	43.55 (8 月)
円／米ドル**	円	131.38	144.07	153.72	147.67 (8 月)
車販売台数 (1 月からの累 計)	台数	856,057	702,921	559,255	346,048 (7 月)
BOI 認可プロジェクト	件数	1,554	2,383	2,953	1,504 (6 月)
BOI 認可プロジェクト金額	10 億バーツ	618.62	750.12	973.14	904.06 (6 月)

*期末、**平均