

タイ国（バンコク）における
日本食レストラン実態調査
～日本食レストランへのインタビューから～

日本貿易振興機構（ジェトロ）
バンコク事務所
農林水産・食品部 農林水産・食品調査課
2015年3月

【免責条項】本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェットロは、できる限り正確な情報の提供を心掛けておりますが、本報告書で提供した内容に関して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェットロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

タイ(バンコク)

日本食材利用の課題は、
供給の安定化と低価格化

調査内容

1. 日本食レストラン基本情報

- ① レストラン総数
- ② 日本食レストラン数
- ③ 主な業種と価格帯
- ④ その他

2. 日本食レストランへのインタビュー

- ① 店舗概要
- ② 取扱日本食材の有無
- ③ 主な取扱日本産食材
- ④ 1カ月の仕入額における、日本産食材の割合
- ⑤ 日本産食材の入手ルート
- ⑥ 日本食材使用者：日本食材に対する評価、問題点
- ⑦ 日本産を取り扱わない理由
- ⑧ 日系メーカーによる、現地生産、第三国産食材の使用状況
- ⑨ その他
- ⑩ 写真

3. まとめ

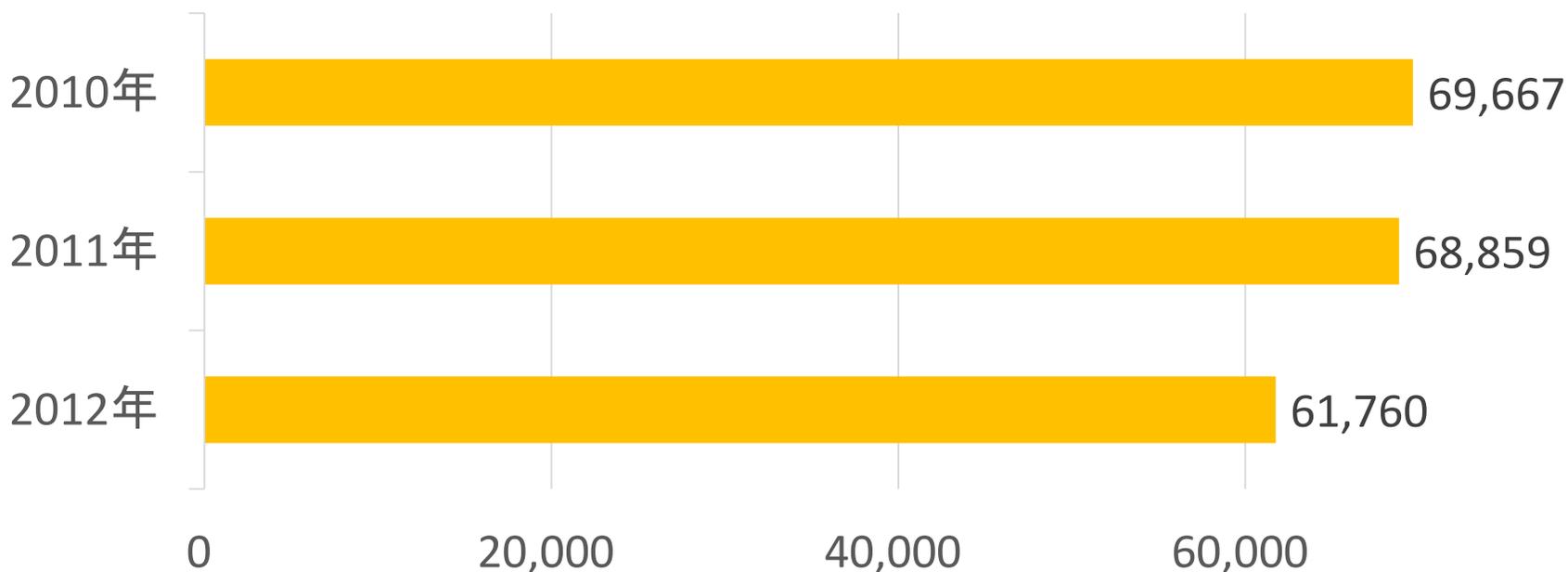
日本産農水産・食品輸出拡大に向けた課題

日本食レストラン基本情報

日本食レストラン基本情報

① レストラン総数

単位：店数

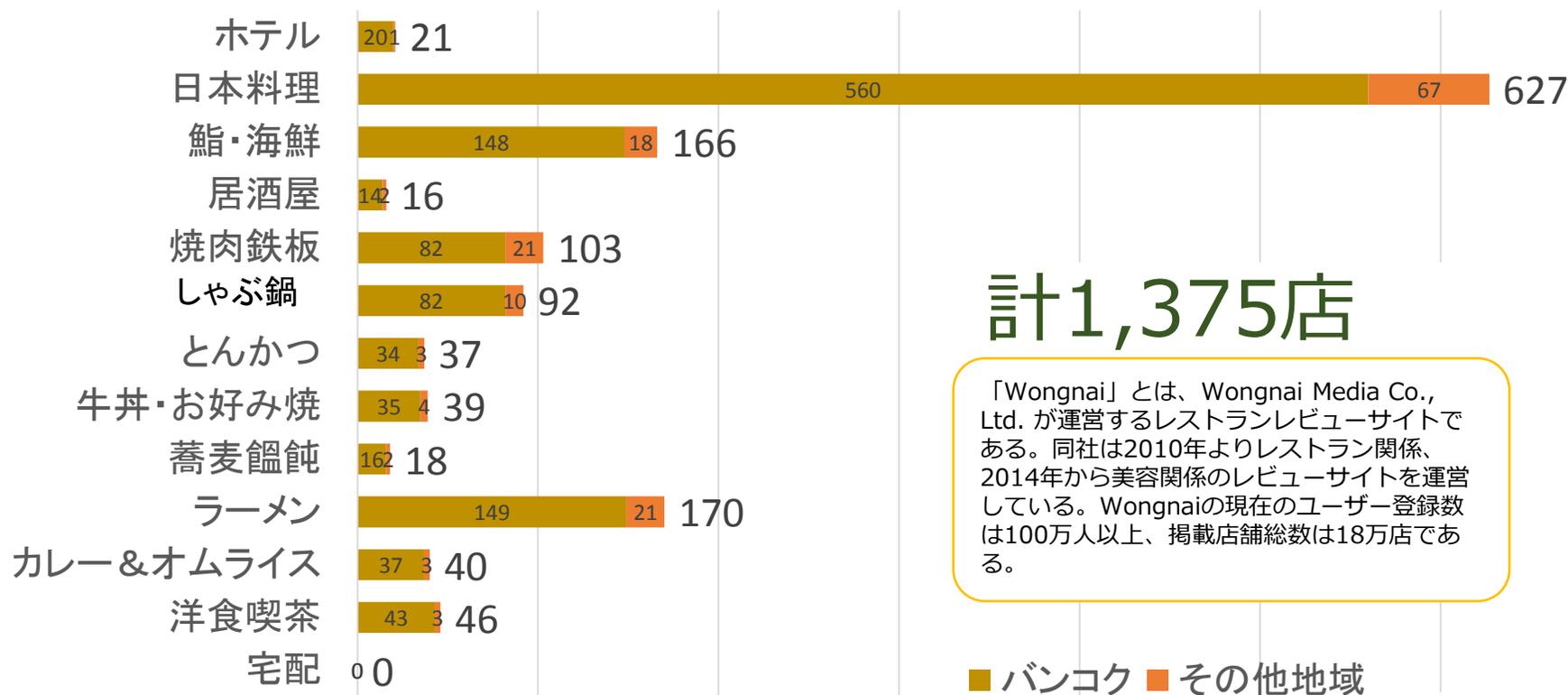


出所：2013年7月19日カオソッド誌 タイ国商務省（Department of Business Development, Ministry of Commerce Thailand）のデータをまとめたもの

日本食レストラン基本情報

②日本食レストラン数（現地レストランレビューサイト）

単位：店数

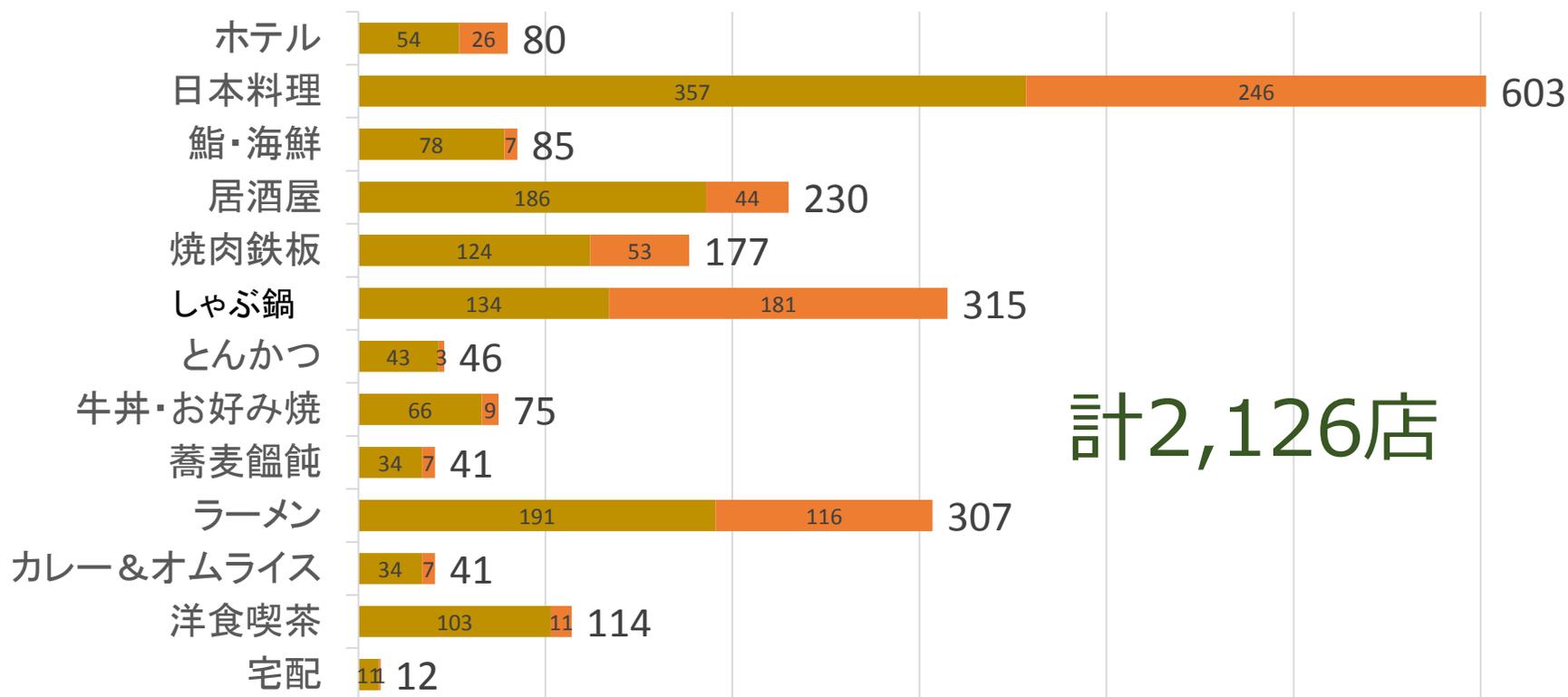


出所： 2014年12月時点 レストランレビューサイト「Wongnai」
<http://www.wongnai.com>

日本食レストラン基本情報

②日本食レストラン数 (JRO・ジェトロ共同調査)

単位：店数



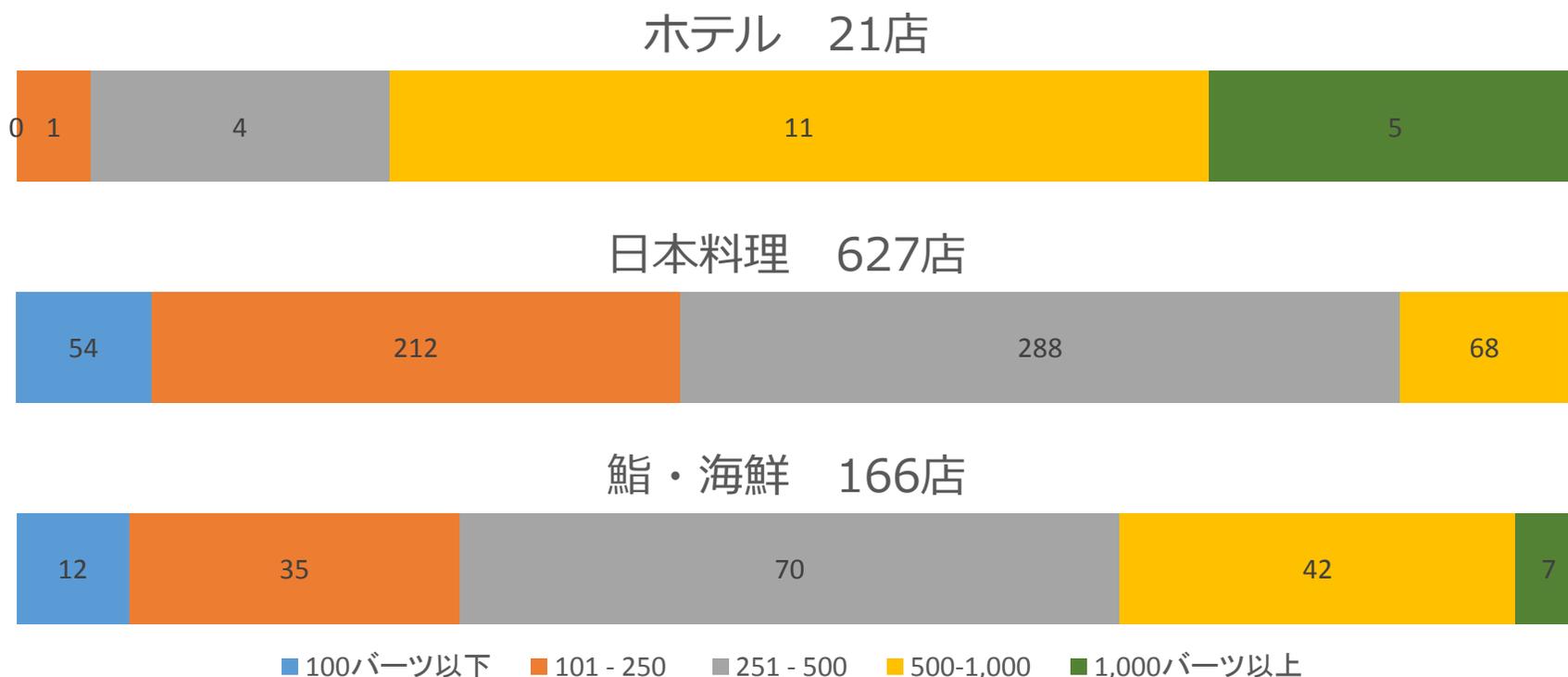
■ バンコク ■ その他地域

出所： 2014年度 ジェトロバンコク

日本食レストラン基本情報

③ 主な業種と価格帯（メニューの価格幅）

単位：店数

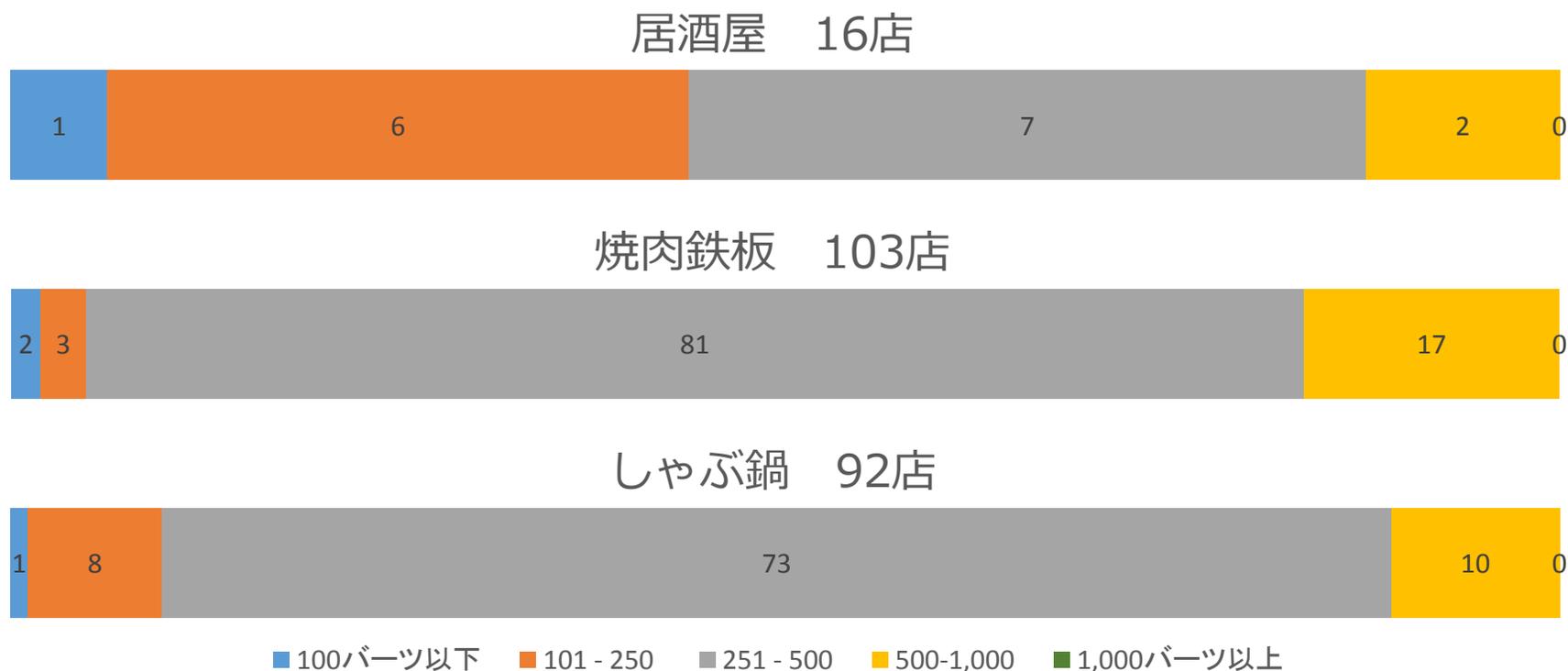


出所： 2014年12月時点 レストランレビューサイト「Wongnai」
<http://www.wongnai.com>

日本食レストラン基本情報

③ 主な業種と価格帯

単位：店数

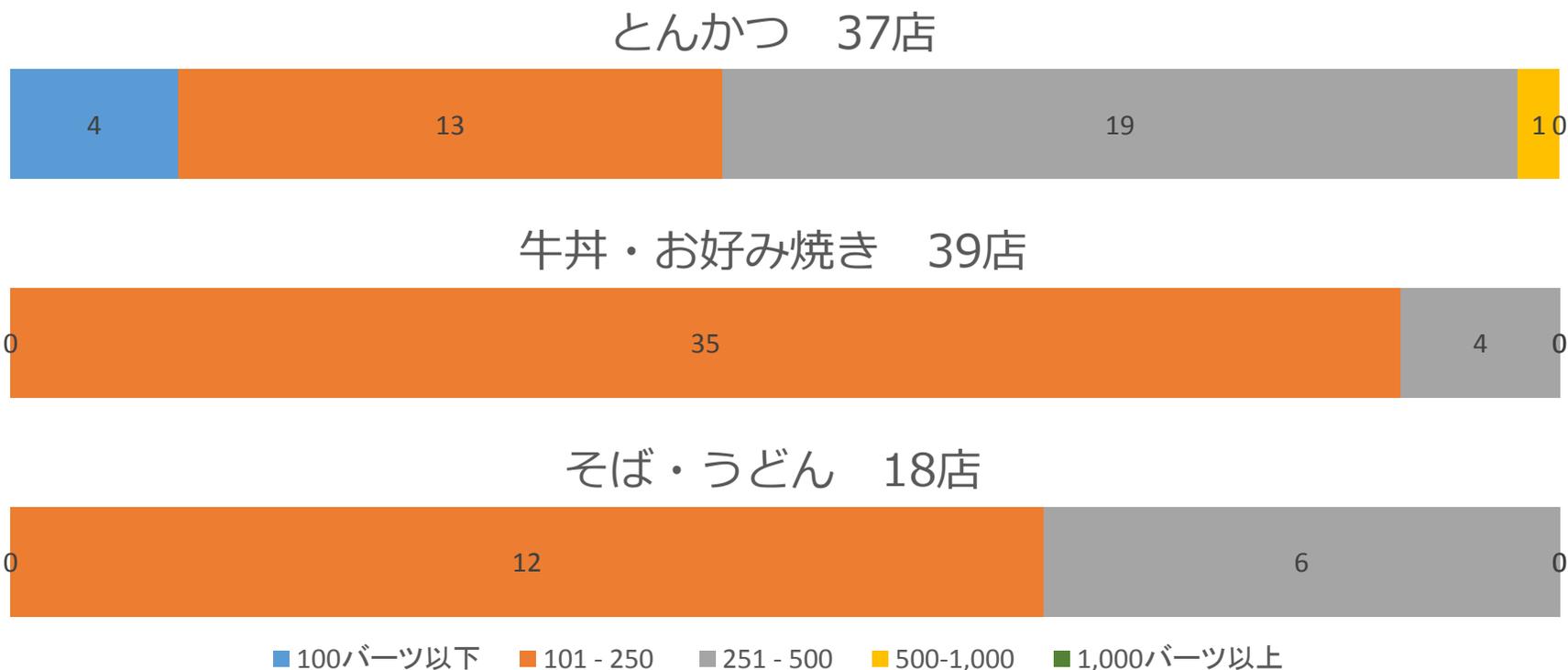


出所： 2014年12月時点 レストランレビューサイト「Wongnai」
<http://www.wongnai.com>

日本食レストラン基本情報

③ 主な業種と価格帯

単位：店数

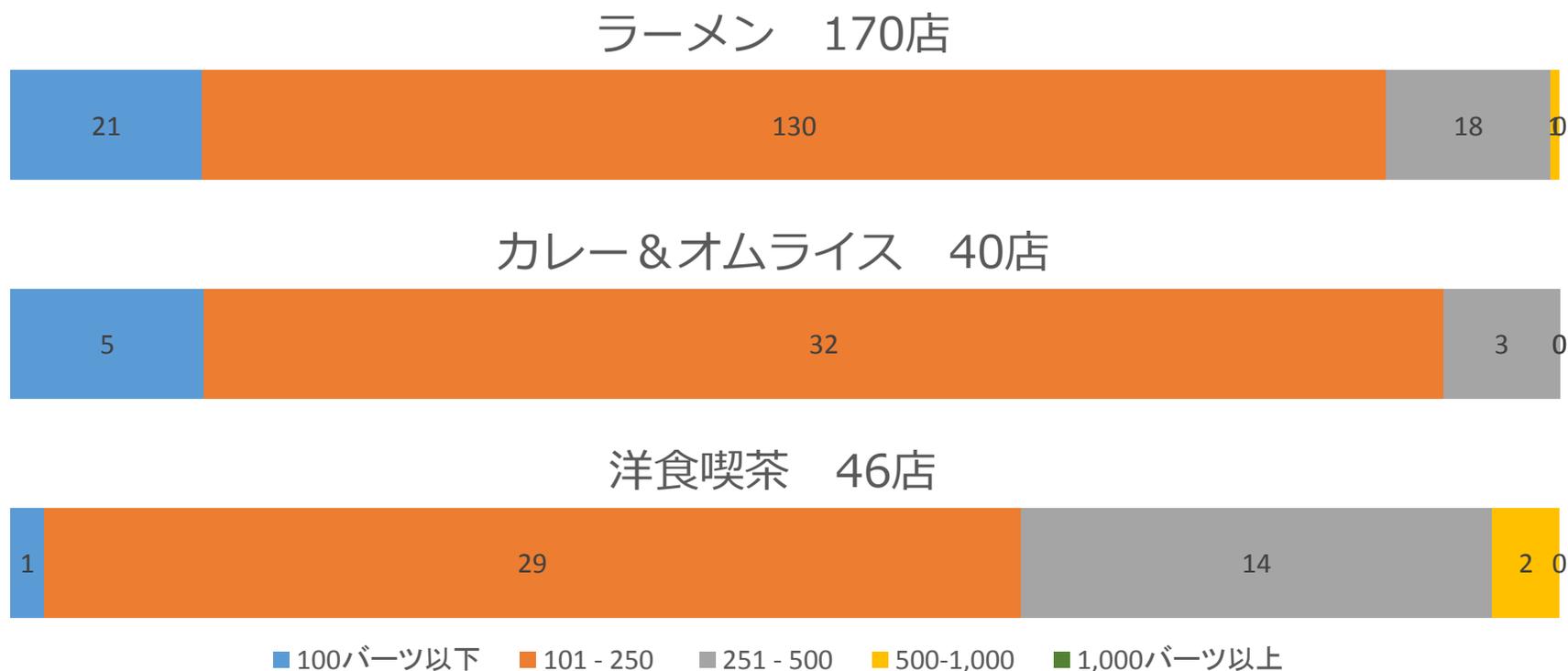


出所： 2014年12月時点 レストランレビューサイト「Wongnai」
<http://www.wongnai.com>

日本食レストラン基本情報

③ 主な業種と価格帯

単位：店数



出所： 2014年12月時点 レストランレビューサイト「Wongnai」
<http://www.wongnai.com>

日本食レストラン基本情報

④ その他

日本食レストラン出店に関する出店のトレンド

タイには手軽に利用できる屋台やフードコートなどの他、ショッピングモールやデパートなどの商業施設内にある少し高級なレストランまで様々な外食形態がある。

日本食の中でもラーメン、とんかつ、寿司など日本語のままタイ人に浸透しているものは多く見受けられ、日本食レストランはバンコク都内、またはバンコク近郊に存在する商業施設において数多く出店している。近年は、今までタイになかった居酒屋、うどんやそばなどの専門店の進出が目立つ。

日本食レストラン基本情報

以下は近年のレストラン出店の例である。

- 2013年10月、餃子専門店「寺岡商店 TERAOKA-GYOZA」はバンコク都内のショッピングセンター、サイアムパラゴンに1号店を出店、続いて2014年7月、サイアムスクエアワンに2号店を出店。
- 2014年4月、和食・そば専門店「サガミ SAGAMI」はASEAN諸国1号店となる店舗をバンコク都内のショッピングセンター、Central Plaza Rama 3内に出店。
- 2014年5月、フローズンヨーグルト専門店の「PARTYLAND」はショッピングセンター、サイアムパラゴンに出店。
- 2014年7月、居酒屋の「つぼ八TSUBOHACHI」はバンコク都内、Nihonmura Mallに出店。

日本食レストラン基本情報

- 2014年9月、とんかつ店「かつや Katsuya」はバンコク郊外の大規模ショッピングセンター、セントラルバンナーにタイ3号店を出店。
- 2014年10月、和食レストラン「和食さと Washoku Sato」はチョンブリ県シラチャにあるショッピングモールJ-Parkに出店。
- 2014年11月、名古屋名物みそかつの「矢場とん YABATON」はバンコクのJ-Avenueに出店。
- 2014年12月、名古屋名物手羽先の「世界の山ちゃん」はバンコク都内の複合施設The Manorに出店。
- 2015年1月、ラーメン店の「一風堂 Ippudo Thailand」はバンコク都内の高級ショッピングセンター、セントラル・エンバシーに続いて、2店舗目をバンコク都内の高級ショッピングセンターエンポリウムに出店。

日本食レストランへの インタビュー

調査概要

調査時期：2014年12月～2015年1月

調査対象：日本食レストラン10件 (アルファベットは店名非公表)

店舗名	業種	オーナー
A	日本食	日本人
Sakana Shushi & Sashimi	寿司	タイ人
B	居酒屋	日本人
Kushitaro Izakaya	居酒屋	タイ
C	焼肉	タイ
D	しゃぶしゃぶ	タイ人
E	とんかつ	日本人
Ramen-Bankara	ラーメン	日本人
Aoringo Japanese Curry Restaurant	カレー	日本人
Gold Curry Bangkok	カレー	日本人

日本食材使用状況

調査先10件すべてにおいて、日本産食材の使用があった。

日本産食材	回答数
酒	5
ホタテ	3
カニ	3
ウニ、ウニソース	2
サーモン	2
ハマチ	2
ヒラメ	2
マグロ	2
牛肉	2
漬物	2
カレールー	2

その他回答数1の食材：
イクラ、エビ、カキ、ホッケ、
スパイス類、カイエンヌペッ
パー粉、ソース、醤油、調味
スープ、メンマ、麺

1 カ月の仕入額における日本食材の割合

店舗名	業種	日本産	タイ産	その他
A	日本食	70%	30%	0%
Sakana Shushi & Sashimi	寿司	50%	35%	15%
B	居酒屋	90%	10%	0%
Kushitaro Izakaya	居酒屋	40%	50%	10%
C	焼肉	20%	75%	5%
D	しゃぶしゃぶ	20%	75%	5%
E	とんかつ	15%	80%	5%
Ramen-Bankara	ラーメン	80%	20%	0%
Aoringo Japanese Curry Restaurant	カレー	40%	55%	5%
Gold Curry Bangkok	カレー	70%	30%	0%

日本食材の入手ルート

輸入商社、卸売業者	27 アイテム
その他 (ハンドキャリーなど)	4 アイテム
親会社から輸入	4 アイテム
自社で輸入	3 アイテム

日本産食材取扱い輸入商社、卸売業者一覧

社名	出資比率	おもな取扱商品
Asan Service Co., Ltd.	タイ74%、日本26%	醤油など調味料、酒類
Be Koon Thailand Co., Ltd.	タイ51%、日本49%	魚介類、和牛
Jagota Brother Trading Ltd.	タイ100%	魚介類、肉類、チーズ、日本食
Kobe-Ya Shokuhin Kogyo Co., Ltd.	タイ75%、日本25%	魚介類、日本食、加工食品
Lin Tuna Intertrade Co., Ltd.	タイ51%、中国49%	魚介類
Makotoya (Thailand) Co., Ltd.	タイ75%、日本25%	日本食
Seishin Co., Ltd.	タイ51%、日本49%	酒類
Similan Food Products Co., Ltd.	タイ100%	魚介類
Thai Ooi Yamamoto Co., Ltd.	タイ51%、日本49%	魚介類、和牛

日本食材に対して評価する点

品質が高い。

10件中8件が日本食材の品質の高さを挙げています。刺身など生で提供する食材において特にその安全性の高さが評価されている。また、高品質な食材でなければ出せない味、風味なども日本食材に求められているポイントである。

味が良い。

同じ食材でもタイ産に比べて味が良いことが高く評価されている。調味料においても、他を代用することができないとの声も聞かれた。

他店との差別化を図ることができる。

日本食材の使用により、日本と同じ味を提供することが他店との差別化につながるという声が聞かれた。

日本食材の問題点

価格が高い。

10件中6件が価格の高さを挙げている。関税や輸送費が上乗せされた高価格化がネックである。また、時期や収穫量による価格の大きな変動に使いにくさがあるという声もある。

商流が限定される。

10件中3件が商流が限定されているため、入手しづらいことを問題点としている。販売チャネルの多様化など供給の安定化が課題である。

日本産以外の食材使用状況

10件中7件がノルウェー産サーモンを上位に挙げており、タイ人の嗜好に合った脂乗り、安定した価格が支持されている。

牛肉はタイ産、オーストラリア産が使用されている。

その他の野菜、肉類、魚介類、調味料はタイ産が使用されている。

店舗概要

店舗名 : Sakana Sushi & Sashimi

住 所 : 62 Aree Garden, Soi 30, Rama VI Rd., Samsennai,
Phayathai, Bangkok 10400

立 地 : 大通りに面したショッピングセンター内にある。

客 層 : 男性50% : 女性50%、タイ人80% : 外国人20%、家族連れに次いで、友人同士、仕事関係が多い。30代が最も多い。夕方から夜に多い。

価格帯 (メニューの価格) : 250~4,700バーツ

人気メニュー : 1位「Set Toro Lover」1,540バーツ、2位「Set Nigiri Aburi」1,560バーツ、3位「Set Take Sashimi」950バーツ

事例① Sakana Shushi & Sashimi (寿司)



店舗外観



店舗外観



人気メニュー 2位 Set Nigiri Aburi



人気メニュー 3位 Set Take Sashimi

日本食材の取扱いについて

- 日本食材の取り扱い：ある

食材	メーカー/仕入先	産地
ウニ	不明/Similaran Foods Co., Ltd.	日本（北海道）
マグロ	不明/Lin Tuna Intertrade Co., Ltd.	日本
ヒラメ	不明/Similaran Foods Co., Ltd.	日本

- 1カ月の仕入額における日本産食材の割合：50%程度
- 日本産食材の入手ルート：
輸入商社・卸売企業経由。

日本食材に対する評価、問題点

- 評価すべき点：品質が高い。日本産は安全性が高いと思う。
- 問題点：商流が限定される。値段が安定していない。大量注文でも安くなることはない。

食材使用状況

●おもな取扱食材

食材	メーカー/仕入先	産地
サーモン	不明/Similaran Foods Co., Ltd.	ノルウェー
ウナギ、イカ、野菜	Food Project (Siam) Co., Ltd.	タイ
カニカマ、エビ	Surapon Foods Public Co., Ltd.	タイ
牛肉	不明/Gourmet-One Co., Ltd.	オーストラリア
米、ワサビ	Food Project (Siam) Co., Ltd.	タイ

食材使用状況、その他コメント

- 1カ月の仕入額における現地生産、第三国産食材の割合：
日本産50%、タイ産35%、その他15%
- 現地生産、第三国産食材の入手ルート：
輸入商社・卸売企業経由。ノルウェーのサーモンは日本産より脂が多いが、ノルウェー産食品は破損されていても返品できないのが難点である。
- その他コメント：
日本産食品は品質が良く、刺身で使用しても安全性が優れていると感じる。ある季節でないと入手できない商品があり、その時期に価格が高騰することが問題点として挙げられる。

店舗概要

店舗名 : Kushitaro Izakaya

住 所 : 274/12 Soi Rewadi, Rama 6 Rd., Phayathai, Bangkok
10400

立 地 : 大通りに面しており、オフィス街に近接している。

客 層 : 男性50% : 女性50%、タイ人100%、仕事関係を中心に、友人
同士、家族連れ。20代が最も多い。夕方から夜に多い。

価格帯 : 69~399バーツ

人気メニュー : 1位「鶏ミソ鍋定食」399バーツ、2位「卵焼きそば」
179バーツ、3位「ビーフステーキ」79バーツ



店舗外観



内装



料理人



内装



人気メニュー 1位 鶏ミソ鍋定食



人気メニュー 2位 卵焼きそば



人気メニュー 3位 ビーフステーキ

日本食材の取扱いについて

- 日本食材の取り扱い：ある

食材	メーカー/仕入先	産地
ソース	カルディ/ハンドキャリー	日本
酒	サントリー/商社、卸売	日本
梅酒	チョーヤ/商社、卸売	日本

- 1カ月の仕入額における日本産食材の割合：40%程度
- 日本産食材の入手ルート：
酒は輸入商社・卸売企業経由、ソースは年1回自身で日本からハンドキャリー

日本食材に対する評価、問題点

- 評価すべき点：品質が高い。日本のソースはタイではまねのできない味である。
- 問題点：価格が高い。輸入税など含むと高くなる。

食材使用状況

●おもな取扱食材

食材	メーカー/仕入先	産地
サーモン	不明/Food Project (Siam) Co., Ltd.	ノルウェー
牛肉	不明/La Paloma Co., Ltd.	オーストラリア
豚、鶏肉	Betagro Public Co., Ltd./商社、卸売	タイ
イカ	Pacific Marine Food Products Co., Ltd./商社、卸売	タイ
アサヒビール	Singha Corporation Co., Ltd./商社、卸売	タイ

備考：アサヒビールはSingha社で委託生産されている。

食材使用状況、その他コメント

- 1カ月の仕入額における現地生産、第三国産食材の割合：
日本産40%、タイ産50%、その他10%
- 現地生産、第三国産食材の入手ルート：
輸入商社・卸売企業経由。牛肉は柔らかく、サーモンは骨がないのが良い。
- その他コメント：
日本産食品は真似できない味。特にソースは真似ができず、味つけによって料理の売上が左右されるので日本産にこだわって使用している。日本からの輸入品は関税が高く、特にアルコールは値段が高くなると感じる。アルコールの販売で利益をあげたいが、税金も高くなり「料理」の売上がとても重要となっている。

店舗概要

店舗名： Ramen-Bankara

住 所： 32/1 Sukhumvit 39, Sukhumvit, Bangkok 10110

立 地： ソイ（通り）の中の小規模ショッピングモール内にある。

客 層： 男性60%：女性40%、タイ人70%：外国人30%、土日は特に家族連れが多い。30代が最も多い。正午前後のランチ客が多い。

価格帯： 190（ばんかららーめん）～285（角煮つけめん）バーツ

人気メニュー： 1位「ばんかららーめん」190バーツ、2位「とんこつらーめん」195バーツ、3位「角煮らーめん」285バーツ



店舗外観



店舗外観



人気メニュー 1位 ばんかららーめん



人気メニュー 2位 とんこつらーめん



テーブル



メニュー

日本食材の取扱いについて

- 日本食材の取り扱い：ある

食材	メーカー/仕入先	産地
麺	高橋製粉/親会社から輸入	日本
醤油	ヒゲタ醤油/親会社から輸入	日本
メンマ	自社製造/親会社から輸入	日本
調味スープ	自社製造/親会社から輸入	日本

- 1カ月の仕入額における日本産食材の割合：80%程度
- 日本産食材の入手ルート：
自社製造品も含め、日本の親会社を通して輸入している。

日本食材に対する評価、問題点

- 評価すべき点：他店との差別化を図ることができる。日本の自社製造品で、日本と同じ味を提供することができる。
- 問題点：価格が高い。商流が限定される。輸送費を含めると高額になる。

食材使用状況

●おもな取扱食材

食材	メーカー/仕入先	産地
豚肉	情報非公開	タイ
鶏肉	情報非公開	タイ
野菜	食材市場で購入	タイ
アサヒビール	Singha Corporation Co., Ltd./商社、卸売	タイ

食材使用状況、その他コメント

- 1カ月の仕入額における現地生産、第三国産食材の割合：
日本産80%、タイ産20%
- 現地生産、第三国産食材の入手ルート：
豚肉、鶏肉の仕入先は非公開。野菜類は食材市場で購入するが、少量または急遽の場合、小売店で購入することもある。
- その他コメント：
査証に関する問題は特にない。日本の自社製造品を使用し、日本と同じ味を提供できるように努めている。タイで入手できない食材は輸入するほかなく、輸送費などで損失を出してしまうこともある。

事例④ Aoringo Japanese Curry Restaurant

(カレー)

店舗概要

店舗名： Hachi and Cats Co., Ltd. / Aoringo Japanese Curry Restaurant

住 所： 62 Thaniya BTS Wing Bldg., 2nd Fl., Silom Rd., Suriwong, Bangrak, Bangkok 10500

立 地： 市街中心部にあり、大通りに面している。

客 層： 男性50%：女性50%、タイ人50%：外国人50%、友人同士に次いで、家族連れが多い。20代が最も多い。正午前後のランチ客が多い。

価格帯： 180 (Curry Rice Plain) ～350 (Curry Rice with Beef Steak) バーツ

人気メニュー： 1位「とんかつカレー」250バーツ、2位「ひれかつカレー」250バーツ、3位「カレーうどん」250バーツ

事例④ Aoringo Japanese Curry Restaurant (カレー)



店舗外観



店舗内装



人気メニュー 1位 とんかつカレー



人気メニュー 3位 カレーうどん

日本食材の取扱いについて

● 日本食材の取り扱い：ある

食材	メーカー/仕入先	産地
漬物	不明/Makotoya (Thailand) Co., Ltd.	日本
カレー粉	不明/Makotoya (Thailand) Co., Ltd.	日本
カイエンヌペッパー粉	エスビー食品/Kobe-Ya Shokuhin Kogyo Co., Ltd.	日本

- 1カ月の仕入額における日本産食材の割合：40%程度
- 日本産食材の入手ルート：
輸入商社・卸売企業経由。

日本食材に対する評価、問題点

- 評価すべき点：品質が高い。
- 問題点：価格が高い。何度も利用していても仕入先は値引きに応じてくれない。

食材使用状況

●おもな取扱食材

食材	メーカー/仕入先	産地
牛肉、鶏肉、豚肉	CPF (Thailand) Public Co., Ltd./ 商社、卸売	タイ
小麦粉、イカ	不明/Kobe-Ya Shokuhin Kogyo Co., Ltd.	タイ
サーモン	不明/Food Project (Siam) Co., Ltd.	ノルウェー
ビール、ソース、醤油	不明/Asan Service Co., Ltd.	タイ
米	不明/Siam City Mart Co., Ltd.	タイ

食材使用状況、その他コメント

- 1カ月の仕入額における現地生産、第三国産食材の割合：
日本産40%、タイ産55%、その他5%
- 現地生産、第三国産食材の入手ルート：
輸入商社・卸売企業経由。ノルウェー産サーモンは日本産より美味しいと思う。
- その他コメント：
日本のカレーの味を提供するために、カレー粉は日本産を使用している。ほかのカレー粉に比べ香りが良い。

店舗概要

店舗名：金沢ゴールドカレー Gold Curry Bangkok

住所：58/14 Soi Thaniya, Silom Rd., Suriyawong, Bangrak, Bangkok 10500

立地：オフィス街に近いソイ（通り）の中にある。

客層：男性65%：女性35%、タイ人70%：外国人30%、一人の客が多い。20代、30代がメインである。正午前後のランチ客が多い。

価格帯：130（ゴールドカレー）～330（オムかつカレー） バーツ

人気メニュー： 1位「かつカレーライス」S：180バーツ M:200バーツ、
2位「オムカレーライス」S:160バーツ M:180バーツ、3位「チーズミル
フィーユカレーライス」S: 200バーツ M:220バーツ



店舗外観



メニュー



店舗内装



人気メニュー1位 かつカレーライス



チャレンジカレー



人気メニュー2位 オムカレーライス

日本食材の取扱いについて

- 日本食材の取り扱い：ある

食材	メーカー/仕入先	産地
カレールー	情報非公開/ハンドキャリー	日本（北海道）
スパイス類	エスビー食品/ハンドキャリー	日本（北海道）

- 1カ月の仕入額における日本産食材の割合：70%程度
- 日本産食材の入手ルート：
自身で購入し、ハンドキャリーで持ち込んでいる。

日本食材に対する評価、問題点

- 評価すべき点：カレールーやスパイス類はタイでは入手しづらい。
- 問題点：価格が高い。商流が限定される。タイで販売されているものは日本の3倍ほどの値段である。

食材使用状況

●おもな取扱食材

食材	メーカー/仕入先	産地
日本米	不明/Delica (Thailand) Co., Ltd.	タイ
豚肉	CPF (Thailand) Public Co., Ltd./ 商社、卸売	タイ
牛肉	CPF (Thailand) Public Co., Ltd./ 商社、卸売	タイ
加工食品 (エビフライ、 コロッケ)	不明/Kobe-Ya Shokuhin Kogyo Co., Ltd.	タイ
野菜	食材市場で購入	タイ

食材使用状況、その他コメント

- 1カ月の仕入額における現地生産、第三国産食材の割合：
日本産70%、タイ産30%
- 現地生産、第三国産食材の入手ルート：
輸入商社・卸売企業経由。
- その他コメント：
開店して2年になるが、この半年ほど人材確保が難しいと感じる。メインのカレーは5つのサイズからの選択が可能で、少食なタイ人に好評である。完食すると賞金がもらえるチャレンジメニューは、2～10Kgのサイズがあり、テレビで紹介されているので良い宣伝になっている。

まとめ

日本産農水産・食品輸出拡大に向けた課題 ～タイにおける日本食レストランの調達の観点から～

日本政府観光局（JNTO）の発表によると、2014年1～11月の間に日本を訪れたタイ人観光客は58万人を超え、その数は前年比46%の伸びとなっている。また、日本の人気店のタイ進出や、餃子やオムライスなど専門店の出店の勢いは衰えず、多様な日本食へのタイ人の関心の高さがうかがえる。目新しさばかりでなく、産地を謳った高級日本食材を用いた料理が求められる向きもある。タイにおける日本食レストランには、日本と同じ味、本場の味が求められており、そのためには、タイ産で代用できない日本食材の利用は必須である。

今回の調査では、日本食材の安全性、味の良さなどその品質の高さが高く評価されていることが判明した。一方、関税や輸送費が上乗せされた高価格や、時期による価格や供給量の不安定さは、日本食材使用拡大のネックになっている。

商流の拡大による供給の安定化と、価格の引き下げと安定化は、今後の日本食材利用拡大のカギとなると思われる。