

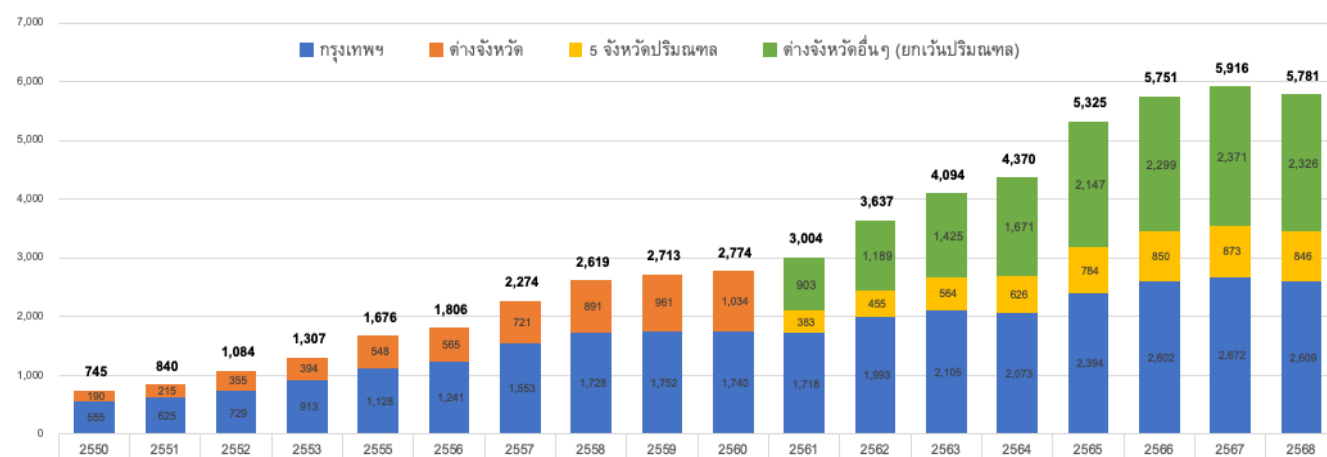
**เจโทรแถลงผลสำรวจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยประจำปี 2568
พบมี 5,781 ร้าน ลดลงเป็นครั้งแรกตั้งแต่เริ่มการสำรวจเมื่อปี 2550**

เมื่อวันพุธที่ 20 มกราคม 2569 องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (เจโทร) กรุงเทพฯ แถลงผลการสำรวจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยประจำปี 2568 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นลดลงทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด

การสำรวจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยประจำปี 2568 พบว่า ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยมีจำนวน 5,781 ร้าน ลดลง 135 ร้าน หรือลดลง 2.2% เมื่อเทียบกับการสำรวจครั้งก่อน (ปี 2567 มี 5,916 ร้าน) โดยจำนวนร้านลดลงทั้งในกรุงเทพฯ (-2.3%) 5 ปริมณฑล (-3.1%) และต่างจังหวัด (-1.9%)

แผนภูมิ : จำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย (หน่วย : ร้าน)



	2550	2551	2552	2553	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
ต่างจังหวัด	190	215	355	394	548	565	721	891	961	1,034	903	1,189	1,425	1,671	2,147	2,299	2,371	2,326
5 จังหวัดปริมณฑล											383	455	564	626	784	850	873	846
กรุงเทพฯ	555	625	729	913	1,128	1,241	1,553	1,728	1,752	1,740	1,718	1,993	2,105	2,073	2,394	2,602	2,672	2,609
รวม	745	840	1,084	1,307	1,676	1,806	2,274	2,619	2,713	2,774	3,004	3,637	4,094	4,370	5,325	5,751	5,916	5,781

จำนวนร้านทุกประเภทมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ร้านราเม็ง ร้านคาเฟ่ มีจำนวนเพิ่มขึ้น

เมื่อวิเคราะห์จำนวนแยกตามประเภทร้านอาหารพบว่า มีอันดับไม่เปลี่ยนแปลงไปจากปี 2567 มากนัก ประเภทร้านอาหารที่มีจำนวนมากที่สุดได้แก่ ร้านประเภทภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ร้านซูชิ ร้านราเม็ง ร้าน Izakaya และร้าน Suki/Shabu ตามลำดับ ประเภทร้านอาหารที่เพิ่มจำนวนขึ้นมีเพียงสองประเภท ได้แก่ ร้านราเม็ง เพิ่มขึ้น 2.6% และร้านคาเฟ่ เพิ่มขึ้น 6.4% ประเภทร้านที่จำนวนไม่เปลี่ยนแปลงได้แก่ ร้าน Teppanyaki สำหรับประเภทร้านอื่นๆ ที่เหลือพบว่า มีจำนวนลดลงทุกประเภท โดยร้านอาหารประเภท Yakiniku/BBQ หรือปิ้งย่าง ลดลงมากที่สุด คิดเป็น 9.0%

ตาราง จำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นแบ่งตามประเภทร้านอาหาร (หน่วย : ร้าน , อัตราการเพิ่ม %)

ประเภทร้าน	2566	2567	2568			
			รวม	อัตราเพิ่ม (%)	เพิ่ม	ลด
ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น	1,354	1,439	1,398	-2.8	105	146
Sushi	1,372	1,279	1,250	-2.3	154	183
Ramen	741	802	823	2.6	117	96
Izakaya	437	480	459	-4.4	35	56
Suki / Shabu	453	448	437	-2.5	40	51
Yakiniku / BBQ	417	433	394	-9.0	26	65
Café	291	329	350	6.4	67	46
Donburi	169	162	148	-8.6	32	46
อาหารทอด	136	149	146	-2.0	17	20
Curry / Omu-rice	158	156	146	-6.4	7	17
อาหารตะวันตกสไตล์ญี่ปุ่น	144	151	143	-5.3	5	13
Teppanyaki	48	52	52	0.0	6	6
Soba / Udon	31	36	35	-2.8	4	5
รวม	5,751	5,916	5,781	-2.3	615	750

สถานการณ์ร้านอาหารญี่ปุ่นและแนวโน้มในอนาคต

- ตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นเข้าสู่ระยะเติบโตเต็มที่ท่ามกลางรสนิยมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

สถานการณ์เศรษฐกิจประเทศไทยโดยรวมยังคงชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหาร ในขณะเดียวกันผู้บริโภคชาวไทยได้สั่งสมความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่นมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้ตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยเข้าสู่ระยะเติบโตเต็มที่ การขยายตลาดด้วยการเปิดร้านใหม่หรือการขยายสาขาเพียงอย่างเดียวจึงเป็นเรื่องยาก อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การบริโภคลดลงสำหรับกรุงเทพฯ ซึ่งมีร้านอาหารกระจุกตัวหนาแน่นคือจำนวนชาวญี่ปุ่นที่อยู่อาศัยในประเทศไทยรวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง

ท่ามกลางสถานการณ์นี้ ความเป็น "ร้านอาหารญี่ปุ่น" เพียงอย่างเดียวจึงไม่สามารถนำมาสร้างความแปลกใหม่และดึงดูดผู้บริโภคได้ ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับแหล่งที่มา คุณภาพ รวมทั้งการบอกเล่าเรื่องราว (Story) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและคุณค่าทางประสบการณ์ มากกว่าการเลือกโดยให้คุณค่าแก่ความ "พรีเมียม" เพียงอย่างเดียว สำหรับผู้บริโภคกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีแนวโน้มเลือกร้านอาหารตามการดูรีวิวและกระแสเทรนด์ในโลกโซเชียล

- จำนวนร้านอาหารเฉพาะทางมีเพิ่มมากขึ้น

ผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสนใจร้านอาหารที่มีเมนูอาหารญี่ปุ่นเฉพาะทางเช่น ร้านราเม็ง ร้านคาเฟ่ ร้านหมุทอดทงคัตสึ ร้านแฮมเบิร์ก รวมทั้งร้านที่มีความพิถีพิถันเป็นพิเศษ เช่น ร้านที่เลือกใช้วัตถุดิบอย่างข้าวญี่ปุ่น นอกจากนี้กระแสความนิยมมีทังจะยังทำให้ร้านประเภทคาเฟ่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอีกด้วย

- ผลกระทบจากความนิยมนำท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของคนไทย

ค่าเงินเยนที่อ่อนตัวลงอย่างต่อเนื่องส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จึงเริ่มเห็นแนวโน้มผู้ประกอบการบริโภควัตถุดิบอาหารญี่ปุ่นที่มีราคาสูงภายในประเทศไทย เช่น โอมากาเสะซูชิ เนื้อวัว วากิว และสาเกญี่ปุ่น เพื่อไปบริโภคในประเทศญี่ปุ่นที่เป็นแหล่งกำเนิดแทน

แนวโน้มในอนาคต

ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นหลายท่านให้ความเห็นว่า ตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยจะยังคงมีร้านที่เปิดใหม่และปิดตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่าจะเห็นการเติบโตของร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน มีเมนูเฉพาะทาง (Specialty) มีการเล่าเรื่องราว (Story) และสามารถมอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจ (Experience) ให้กับผู้บริโภคได้ โดยคาดว่า นอกจาก “อาหารญี่ปุ่นต้นตำรับ” และ “อาหารญี่ปุ่นที่มีมูลค่าเพิ่ม” แล้ว จะเห็น “ร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นกระแส” และ “อาหารญี่ปุ่นที่มีการปรับให้เข้ากับผู้บริโภคชาวไทย (Localized)” มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ เนื่องจากเทรนด์การบริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียจึงยังคงมีความจำเป็นต่อไป

เจโทร กรุงเทพฯ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารจากประเทศญี่ปุ่นมายังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว เจโทร กรุงเทพฯ จึงมีกำหนดจัดงานเจรจาธุรกิจขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์นี้ทั้งแบบออนไลน์และพบหน้า ดังมีรายละเอียดดังนี้

งานเจรจาธุรกิจออนไลน์ “Online Business Meeting in Winter”

วันเวลา : วันจันทร์ที่ 9 ถึง วันจันทร์ที่ 16 กุมภาพันธ์ 2569 (10:00 -17:00 น.)

สถานที่ : ออนไลน์ผ่านระบบ ZOOM

ผู้จัดแสดงสินค้า : ผู้ประกอบการจากญี่ปุ่น 36 บริษัท (มีล่ามแปลภาษา)

งานเจรจาธุรกิจ “Food Matching in Bangkok” (แบบพบหน้า)

วันเวลา : วันพุธที่ 25 และ วันพฤหัสบดีที่ 26 กุมภาพันธ์ 2569 (10:00 -17:00 น.)

สถานที่ : ห้อง Royal Jasmine โรงแรมจัสมิน ซิตี้ กรุงเทพมหานคร

ผู้จัดแสดงสินค้า : ผู้ประกอบการด้านอาหารจากประเทศญี่ปุ่น 26 บริษัท (มีล่ามแปลภาษา)

สามารถดูเอกสารเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.jetro.go.jp/thailand/>

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

แผนกอาหารและเกษตร เจโทร กรุงเทพฯ

Mr.Yoshihiro CHUDA / Mr.Atsushi SHIRAI (ภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ)

คุณชุติมา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

เบอร์โทรศัพท์ : 02-253-6441

E-mail : bgk-food@jetro.go.jp