



2025年度

タイ国日本食レストラン調査

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

2026年1月20日



【免責条項】

本レポート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。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、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、ジェトロおよ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。

目次

1. 調査の基本情報	01
2. タイにおける日本食レストラン店舗数の推移	03
3. 日本食レストラン店舗数調査 業種別	04
4. バンコク/バンコク近郊5県/その他の地方・業種別	05
5. 個店店舗数および複数店舗展開のブランド数の推移	06
6. 客単価別内訳	07
7. 日本食レストランのタイ国内の分布	09
8. 2025年度タイ国日本食レストラン調査のまとめ	10
9. 日本食レストランを巡る近況、今後の見通し	11

1 | 調査の基本情報

調査期間：

- 店舗数調査：2025年8月15日～10月31日
- 状況ヒアリング調査 (12社・団体)：2025年11月1日～2025年12月26日

調査方法：

- 対面取材
- オンライン取材
- 電話取材

対象店舗：

- 日本食または日本風にアレンジされた料理を提供する店
 - 日本食メニューが過半であること
 - 客席具備の外食店舗
- (※客席を具備しないデリバリー専門店は対象外)

公表日：2026年1月20日

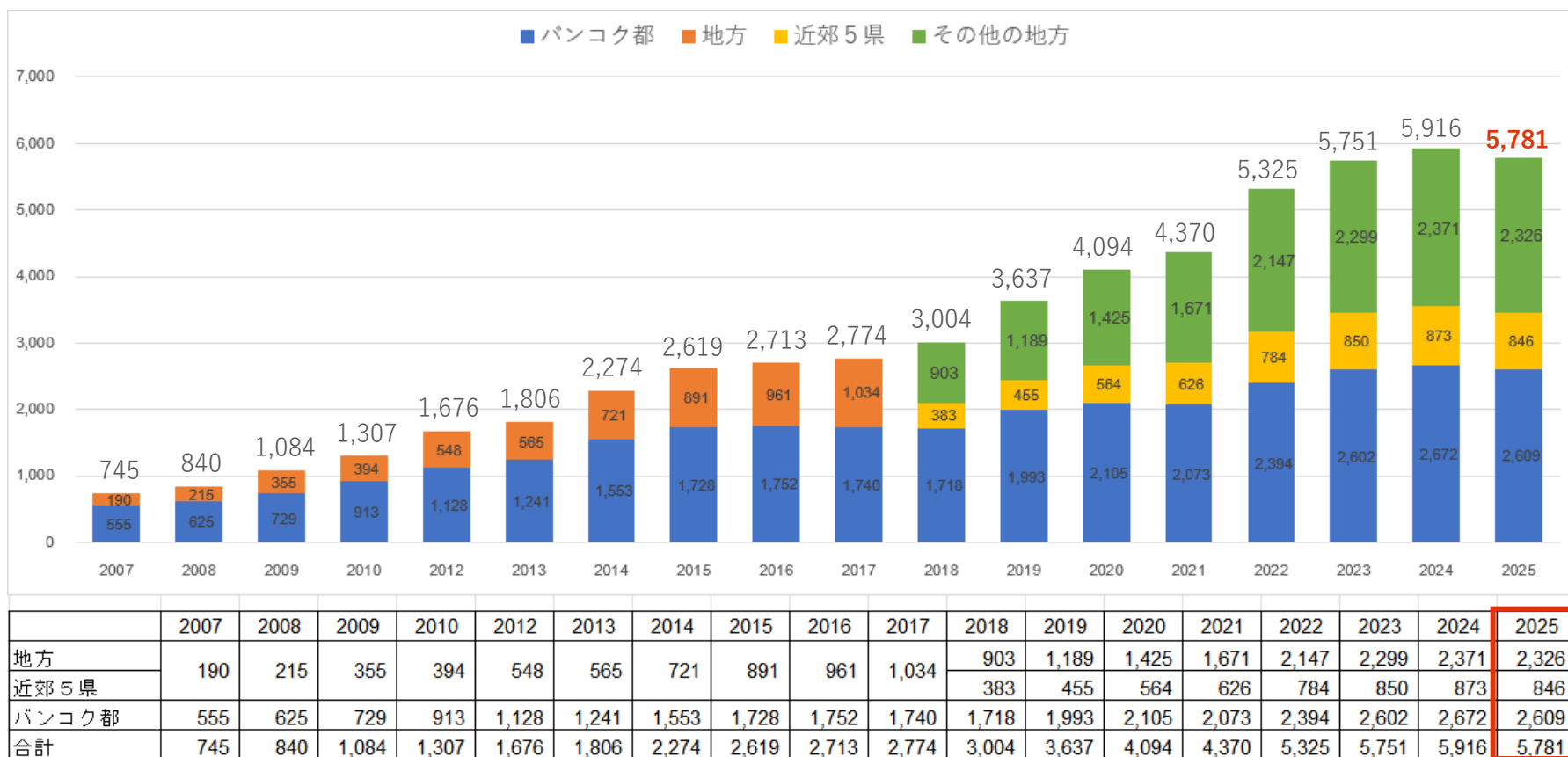
1 | 調査の基本情報

分類方法：

業種名	提供されているメニューの例
総合和食	和定食、懐石料理
寿司	寿司、刺身
ラーメン	ラーメン、餃子
居酒屋	焼き鳥、唐揚げ、酒類
すき/しゃぶ	すき焼き、しゃぶしゃぶ
焼肉	焼肉
喫茶	抹茶ドリンク、和風ケーキ
丼専門	牛丼、天丼、豚丼、海鮮丼
揚げ物専門	豚カツ、串カツ、天ぷら
カレー/オムライス	カレーライス、オムライス
総合洋食	ハンバーグ、和風スパゲティ
鉄板焼き	鉄板料理、お好み焼き、たこ焼き
蕎麦/うどん	蕎麦、うどん

2 | タイにおける日本食レストラン店舗数の推移

- 2025年は5,781店舗となり、前年から2.2%減少した。減少店舗数は135店舗、調査開始以来初めての減少となった。
- バンコク、バンコク近郊 5 県、その他の地方のすべてで店舗数が減少した。内訳は、バンコクが2.3%減少、バンコク近郊が3.1%減少、その他の地方が1.9%減少となった。



※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、パトゥムターニー、サムットプラカーン、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。

3 | 日本食レストラン店舗数調査 業種別

- 総合和食の店舗数が最も多く、次いで、寿司、ラーメン、居酒屋と続く。
- 店舗数が増加したのはラーメン、喫茶のみ。鉄板焼きは横ばい、その他の業種では全て減少した。
- 増減率の大きいところでは喫茶が6.4%の増加、焼肉が9.0%の減少となった。

業種	2023	2024	2025			
			合計	増減率 (%)	増加	減少
総合和食	1,354	1,439	1,398	-2.8	105	146
寿司	1,372	1,279	1,250	-2.3	154	183
ラーメン	741	802	823	2.6	117	96
居酒屋	437	480	459	-4.4	35	56
すき／しゃぶ	453	448	437	-2.5	40	51
焼肉	417	433	394	-9.0	26	65
喫茶	291	329	350	6.4	67	46
丼専門	169	162	148	-8.6	32	46
揚げ物専門	136	149	146	-2.0	17	20
カレー／オムライス	158	156	146	-6.4	7	17
総合洋食	144	151	143	-5.3	5	13
鉄板焼き	48	52	52	0.0	6	6
蕎麦／うどん	31	36	35	-2.8	4	5
合計	5,751	5,916	5,781	-2.3	615	750

※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。

4 | バンコク/バンコク近郊5県/その他の地方・業種別

- バンコク（－2.4%）、バンコク近郊5県（－3.1%）、その他の地方（－1.9%）すべてで店舗数が前年を下回った。
- ラーメンと喫茶については、各地域で店舗数が増加した。

業種	バンコク				バンコク近郊5県				その他の地方			
	2023	2024	2025		2023	2024	2025		2023	2024	2025	
			店舗数	増減率 (%)			店舗数	増減率 (%)			店舗数	増減率 (%)
総合和食	504	501	495	-1.2	196	206	195	-5.3	654	732	708	-3.3
寿司	489	484	472	-2.5	235	224	212	-5.4	648	571	566	-0.9
ラーメン	352	378	384	1.6	136	153	158	3.3	253	271	281	3.7
居酒屋	252	290	273	-5.9	33	33	35	6.1	152	157	151	-3.8
すき／しゃぶ	183	188	190	1.1	68	68	65	-4.4	202	192	182	-5.2
焼肉	200	206	187	-9.2	55	53	48	-9.4	162	174	159	-8.6
喫茶	177	183	191	4.4	30	37	40	8.1	84	109	119	9.2
井専門	102	96	83	-13.5	26	23	23	0.0	41	43	42	-2.3
揚げ物専門	102	107	105	-1.9	23	26	22	-15.4	11	16	19	18.8
カレー／オムライス	86	81	77	-4.9	21	20	18	-10.0	51	55	51	-7.3
総合洋食	100	100	93	-7.0	21	22	23	4.5	23	29	27	-6.9
鉄板焼き	30	30	31	3.3	5	6	5	-16.7	13	16	16	0.0
蕎麦／うどん	25	28	28	0.0	1	2	2	0.0	5	6	5	-16.7
合計	2602	2672	2609	-2.4	850	873	846	-3.1	2299	2371	2326	-1.9

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

5 | 個店店舗数および複数店舗展開のブランド数の推移

- 複数店舗を持たない1店舗経営のブランド数は2,168店舗となり、前年まで増加傾向にあったが減少に転じた。
- 複数の店舗を経営するブランド数についても、全体としてはやや減少した。特に、2～5店舗規模のブランドは前年から大きく減少した一方、51店舗以上を展開する大規模ブランドは横ばいで推移し、店舗展開の二極化傾向がうかがえる結果となった。

図. 1店舗経営のブランド数

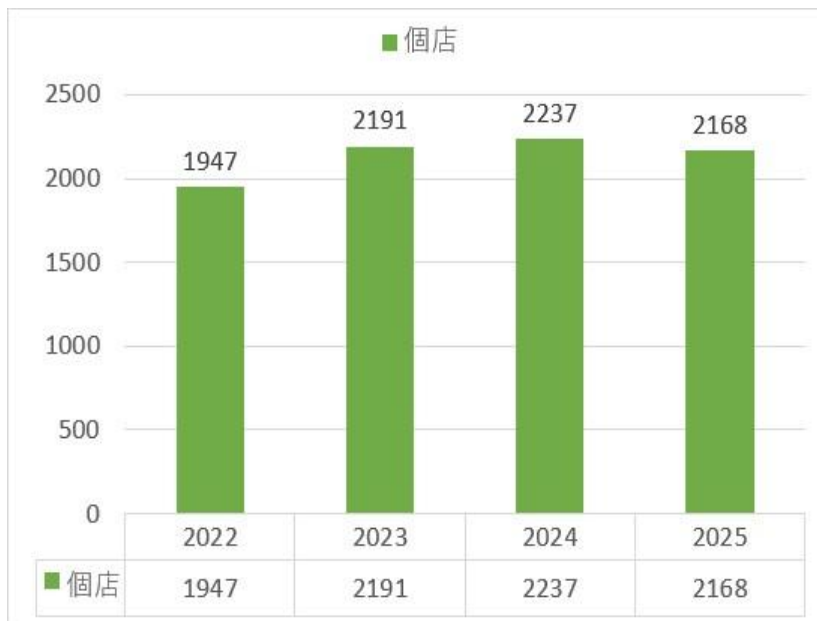
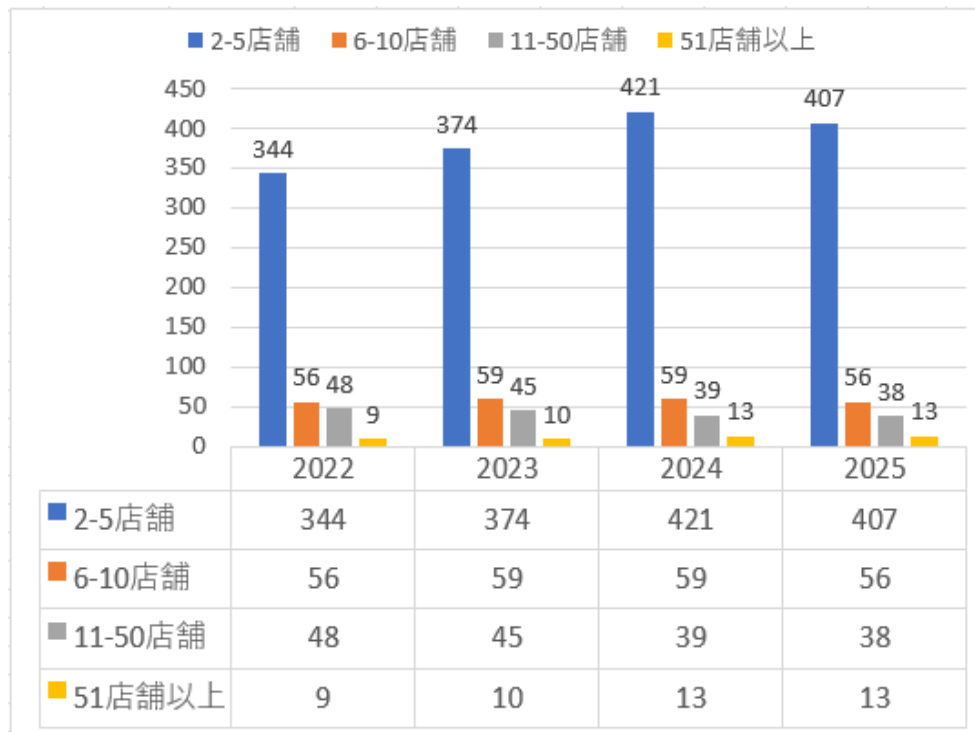


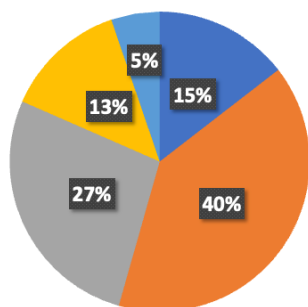
図. 複数店舗経営のブランド数



6 | 客単価別内訳

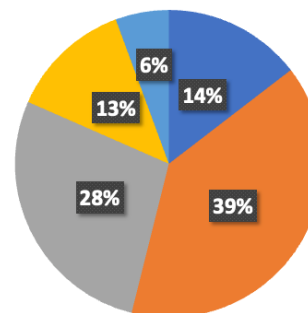
- 2025年の客単価別の店舗数を見ると、101～250パーツ（2,116店舗）が最も多く、次いで251～500パーツ（1,490店舗）、100パーツ以下（784店舗）、501～1,000パーツ（689店舗）と続く。
- 地域別にみるとバンコクでの客単価はその他の地域に比べて高い傾向にある。
- 客単価の構成比率は昨年度からほぼ変化していない。

客単価	2024				2025			
	全国	地域別			全国	地域別		
		バンコク	バンコク近郊5県	その他の地方		バンコク	バンコク近郊5県	その他の地方
100パーツ以下	749	208	155	386	784	190	158	436
101～250パーツ	2,057	867	358	832	2,116	867	364	885
251～500パーツ	1,401	738	185	478	1,490	762	185	543
501～1,000パーツ	681	452	83	146	689	455	78	156
1,000パーツ超	270	224	13	33	302	242	17	43
確認できず	758	183	79	496	400	93	44	263
合計	5,916	2,672	873	2,371	5,781	2,609	846	2,326



2024年度 客単価構成比

- 100パーツ以下
- 101～250パーツ
- 251～500パーツ
- 501～1,000パーツ
- 1,000パーツ超



2025年度 客単価構成比

- 100パーツ以下
- 101～250パーツ
- 251～500パーツ
- 501～1,000パーツ
- 1,000パーツ超

※円グラフは「確認できず」を除いた客単価の構成比を表す。

出所：タイのグルメレビューサイトWongnai (<https://www.wongnai.com/>)のデータを元にJETROバンコク事務所作成

6 | 客単価別内訳

表. 2025年 全業種別客単価内訳

客単価	2025年 業種別						
	総合和食	寿司	ラーメン	居酒屋	すき/しゃぶ	焼肉	喫茶
100パーツ以下	107	355	136	12	11	16	96
101～250パーツ	559	318	510	84	30	43	197
251～500パーツ	424	210	106	179	216	147	33
501～1,000パーツ	179	125	4	98	136	109	6
1,000パーツ超	65	121	0	27	29	45	1
確認できず	64	121	67	59	15	34	17
合計	1398	1250	823	459	437	394	350

客単価	2025年 業種別					
	丼専門	揚げ物専門	カレー	総合洋食	鉄板焼き	蕎麦/うどん
100パーツ以下	20	5	19	6	0	1
101～250パーツ	94	75	98	84	15	9
251～500パーツ	24	52	24	37	17	21
501～1,000パーツ	2	12	0	9	7	2
1,000パーツ超	0	1	0	5	8	0
確認できず	8	1	5	2	5	2
合計	148	146	146	143	52	35

出所：タイのグルメレビューサイトWongnai (<https://www.wongnai.com/>)のデータを元にJETROバンコク事務所作成

7 | 日本食レストランのタイ国内の分布

- 最も店舗数の多い都県はバンコク、次いでチョンブリー、ノンタブリーとなっている。
- 観光地で日本食レストランの数が比較的多いチェンマイやプーケットも本年は減少に転じた。
- 2020年以降、すべての県で日本食レストランが営業されている。

図. 日本食レストランの分布

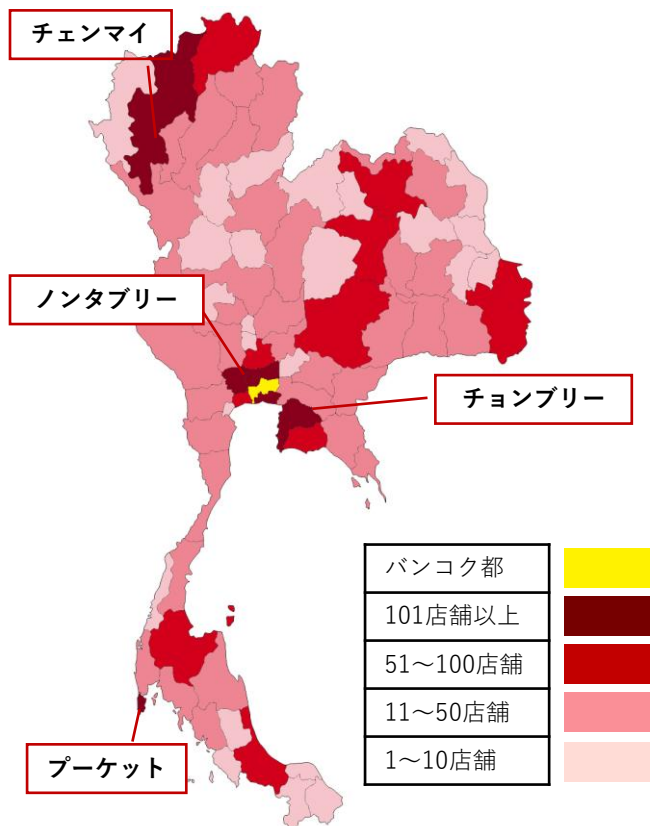


表. 各県の日本食レストラン店舗数

順位	県名	2023年 (店舗数)	2024年 (店舗数)	2025年			
				店舗数	増減率 (%)	増加	減少
1	バンコク都	2394	2,672	2,609	-2.4	284	347
2	チョンブリー県	358	363	355	-2.2	27	35
3	ノンタブリー県	355	360	343	-4.7	27	44
4	チェンマイ県	257	280	270	-3.6	20	30
5	サムットプラカーン県	184	182	173	-4.9	16	25
6	パトゥムターニー県	173	176	168	-4.5	12	20
7	プーケット県	131	142	137	-3.5	7	12
8	ナコンパトム県	89	104	106	1.9	11	9
9	ナコンラーチャシーマー県	103	100	93	-7.0	4	11
10	ソクラ県	85	86	92	7.0	16	10
11	ラヨーン県	79	79	77	-2.5	9	11
12	コーンケン県	69	80	75	-6.3	6	11
13	チェンライ県	64	64	62	-3.1	6	8
14	サムットサーコーン県	56	51	56	9.8	8	3
14	アユタヤ県	56	57	53	-7.0	2	6
16	スラターニー県	52	57	53	-7.0	5	9
17	ウボンラーチャターニー県	54	52	53	1.9	6	5
18	ウドンターニー県	49	54	49	-9.3	4	9
19	プラチュアップキーリーカン県	38	41	45	9.8	6	2
20	チャンタブリー県	43	36	45	25.0	12	3
その他		1,062	880	867	-1.5	94	107
合計		5,751	5,916	5,781	-2.3	582	717

8 | 2025年度タイ国日本食レストラン調査のまとめ

- 総店舗数は5,781店舗（前年比－2.2%、135店舗減）となり、2007年の調査開始以来、初めての減少となった。バンコク（－2.3%）、バンコク近郊5県（－3.1%）、その他の地方（－1.9%）のいずれも前年を下回った。
- 業種別では「ラーメン」、「喫茶」のみの店舗数が増加、「鉄板焼き」の店舗数は横ばい、それ以外のすべての業種で店舗数が減少した。
- 運営形態別では、1店舗経営のブランドおよび複数の店舗を運営するブランドの中でも小規模なもの（2～5店舗経営）の減少が目立つ一方で、51店舗以上を有する大規模なもののブランド数は維持されている。
- 客単価は「101～500バーツ」の中低価格帯に集中しており、バンコクの客単価は他の地域に比べ高い傾向にある。

9 | 日本食レストランを巡る近況、今後の見通し

市場の成熟と消費者嗜好の変化

タイ経済全体の低迷により外食産業全体が伸び悩む中、タイ人消費者の日本食の知識・経験値が向上し、市場全体が成熟段階に入り、単純な出店拡大では成長が難しい。日本食レストランの集中するバンコクにおいては、主要顧客であった日本人駐在員及び観光客の減少が消費鈍化の要因の一つとなっている。

関係者へのヒアリングによると、「日本食であること」自体は差別化要因になりにくくなっており、産地、品質、ストーリーを重視した選択をする層が増えている。

単なる「高級」ではなく、価格に対する納得感（コストパフォーマンス）と体験価値がより求められる。また、若年層はトレンド性やSNS映え、話題性を重視する。

専門店への関心の高まり

ラーメン、喫茶、とんかつ、ハンバーグなどの専門店や、日本産米へのこだわりを持つ店舗への消費者の関心が高まっている。特に喫茶は抹茶ブームが店舗増を牽引した。

9 | 日本食レストランを巡る近況、今後の見通し

「訪日機会の増加」による影響

関係者へのヒアリングによると、円安進行により訪日タイ人が増加。おまかせ寿司や和牛、日本酒などの高級食材については、タイ国内での消費を控え、「本場の日本で食べたい」という傾向がある。

今後の見通し

ヒアリングによると、日本食レストラン市場は、今後も入れ替わりが続くと予想され、成長が見込まれるのは、明確な客層、専門性・ストーリー・体験性を備えた店舗である。

「本物・高付加価値」の日本食の他に、「話題性がある」日本食、「現地向けにローカライズされた」日本食が増えると見込まれる。

また、トレンドの入れ替わりが激しく、SNSを活用した情報発信は引き続き重要となる。