

【海外拠点】山口銀行釜山支店、山口銀行青島支店、山口銀行大連支店、山口銀行香港駐在員事務所

【現地駐在】TMB 銀行(タイ・バンコク)、日本政策金融公庫バンコク駐在員事務所(タイ・バンコク)

HD 銀行(ベトナム・ホーチミン)、明倫国際法律事務所(ベトナム・ホーチミン)



【タイ駐在員】

タイの食文化について

1. はじめに

タイでの食事といえばタイ料理を思い浮かべますが、首都のバンコクには、様々な国と地域の料理が集まっています。日本語の看板を掲げたレストランも多くあり、スーパーに足を運べば日本で馴染みのある食品などを購入することができます。今回は、そんなタイにおける食文化についてご説明します。

2. タイの食文化

○ タイ料理について

タイ料理は唐辛子、ナンプラー（魚醤）、ライムなどの調味料を使った刺激的かつ明確な味付けが特徴的で、トムヤムクン、パッタイ、ガパオライス等が有名です。またデザートや甘味類は、ココナツミルクや砂糖を大量に使い甘みが強い傾向にあります。タイ人の食事は外食が一般的と言われており、タイの人々は日常的に屋台料理を利用しています（価格は一皿 40 バーツ：約 140 円程度）。

酒類については、販売可能な時間（11:00～14:00、17:00～24:00）が決められており、コンビニやスーパー等のレジがあるお店では購入できる時間が厳密に定められています。また、販売時間の規制の他に酒の販売が禁止となる禁酒日が年 5 日程度あり、禁酒日にはレストランであってもお酒は提供されません。

○ 食文化の特徴

タイでは現在、食の多様化が進んでいますが、その一因として外国人旅行者の増加が挙げられます。タイを訪れる外国人旅行者は年々増加しており、2017 年は 3,559 万人、2018 年は 3,817 万人、2019 年には 3,982 万人と推移しています。また、2018 年のデータでは、タイは世界全体で 9 番目に外国人旅行者の多い国であり、アジアで見ても、世界全体で 4 番目の中国に次ぐ外国人旅行者数を誇っています。

一方で、タイ全国における一世帯当たりの月収は、その約 90%が月収 50,000 バーツ（約 17 万円）以下であり、外国料理を頻繁に食すまでには至っていません。しかしバンコク首都圏においては、約 25%が月収 50,000 バーツを上回る所得を得ています。また、市場規模でみても大きく、タイの人口の約 8.5%となる約 567 万人がバンコクにて生活していることから、都市部において外国料理の消費は年々増加しているのが実状です。

3. 日本食のタイ進出

○進出状況

今日の日系進出企業数は約 7,000 社、タイ在留邦人は 72,000 人を超え、また観光でタイへ訪れる日本人は年々増加し現在は 180 万人程度となっており、ビジネスと観光の双方で日本人がタイを訪れる機会は増加しています。そのため、以前より日本人をターゲットにした日本食は多く、さらにタイ人に日本食が浸透してきて以降、日本食のマーケットは拡大傾向にあります。

タイにおける日本食レストランは 3,637 店舗（2019 年）で、有名なレストランチェーンでは、大戸屋や CoCo 壺番屋、モスバーガー等があります。また、フジレストランという地元のタイ人のお客さんをターゲットとして 1999 年に日本人によりタイで起業され、現在タイ全国に 100 店舗以上展開しているようなレストランもあります。

小売りに関しては、日系デパートや日本食を主に扱うスーパー（フジスーパーやドン・キホーテ）があり、幅広い食材が並んでいます。なお、ドン・キホーテに関しては、2019 年 2 月に 1 号店をオープン、2020 年 3 月には 2 号店をオープンしています。



左：大戸屋 右：ドン・キホーテ 【筆者撮影】

○タイ人に対する日本食の普及

日本食レストラン・スーパーの増加やタイ人向け日本食・観光フェアなどを通じて、タイ人にも徐々に受け入れられつつあります。

近年では富裕層から上位中間層にかけて毎年日本へ旅行するタイ人が増加しており、現在のように日本へ自由に旅行できない状況の中で、日本へ旅行できない代わりに日本食をタイ国内で食べようという人が大幅に増えています。旅行の代替としての飲食である側面からか、飲食店では通常日本人があまり注文しないような高級な食材を注文しているのを度々見かけます。

従来は日本人在住者や観光客・出張客しか見かける事のなかった飲食店でも、タイ人同士の SNS による情報発信などを背景として、タイ人が顧客の大半を占めているといった飲食店も増加しています。

また、近年のタイ人の嗜好の変化の象徴的なものとして、牛肉の消費が挙げられます。

歴史的には宗教的理由や生活習慣などから、牛肉を食べるタイ人が過去ほとんど存在しなかったのに対し、食の多様化を背景として嗜好が変化してきており、牛肉の消費は年々増加傾向にあります。ただしタイ国内で生産される牛肉は量が少ないのに加え、品質面で他国産に劣っている点等から、日本・アメリカ・オーストラリア等からの輸入がほとんどです。特に肉質が柔らかく、脂肪分の多い「和牛」が好まれる傾向が強いと言われています。

その他、冷蔵環境等が整っていなかった時代にはほとんど食べられていなかった生魚についても、日本食の普及を背景に刺身を好んで食べるタイ人も多いのが特徴です。なおタイ人の好む刺身ネタとしては、サーモンが圧倒的に多く、それに次いでマグロや貝類、最近では高価格帯であるウニやイクラ、タラバガニ等も人気があります。

なお、2019年に日本からタイ向けに輸出されている農林水産物及び食品の輸出額は395億円で、東南アジアではベトナムについて2番目に多い国となっています。主な輸出品目は、かつお・まぐろ類（62億円）、さば（35億円）、いわし（35億円）、豚の皮（28億円）、牛肉（16億円）となっています。

○規制等

タイの食品関係の輸入に関しては様々な規制があり、中には輸入が禁止されているものもあります。一例として、山口県の特産品であるフグは輸入が禁止されており、飲食店でも目にすることはできません。またタイ特有の規制として、タイでは様々な銘柄の日本酒が販売されていますが、同一製造業者・銘柄のアルコール飲料については、タイの輸入者1社に独占輸入販売権を与えなければならないというものがあり、日本酒などでタイにおける販路拡大を検討する際には注意が必要です。

4. おわりに

日本食レストランの多い国と地域でタイは世界5位（東南アジアでは1位）と言われています。近年はタイ人の日本食認知度も徐々に高まっており、日本食レストランに足を運ぶタイ人は増加しています。山口フィナンシャルグループでは、海外での事業展開を検討する方々のために、タイ現地の情報提供や調査、販路開拓サポートなどの海外展開支援をアドバザリー業務として行っておりますので、ぜひご活用ください。

（タイ駐在員 石丸 将伸・山口 新吾）

【参考文献】

・アユタヤ銀行 HP

<https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/Services/Hotels/II/Industry-Indicator-Industrial-Estate>

・国連世界観光機構 HP

https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2020/02/Tourism-HL2019_JP.pdf

-
- ・ジェトロ HP

https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/02/2017/c89c34591b088681/rp-reseth201703.pdf

https://www.jetro.go.jp/ext_images/News/releases/2019/50519114bd17145e/2-report.pdf

<https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/foods/exportguide/>

- ・農林水産省 HP

https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kokusai/attach/pdf/houkoku_gaikyou-22.pdf