2026年10月 発行

ほくほくフィナンシャルグループ
Hokuhoku Financial Group, Inc.

海外事務所レポート

「バンコク日本博2026」に見る タイ市場における「日本」の現在地

北陸銀行 法人ソリューション部
バンコク駐在員事務所
所長　伊藤　邦敏

１．はじめに

2026年8月28日（金）から30日（日）までの3日間、バンコクのクイーン・シリキット国際会議場（QSNCC）において、「NIPPON HAKU BANGKOK 2026（バンコク日本博2026）」が開催されました。

タイ最大級の日本総合展示会として注目されている本イベントでは、観光、食、教育、就職、健康・美容、文化、エンターテインメントなど幅広い分野から日本関連の商品やサービスが紹介されています。11回目を迎えた2026年は「Japanese Way for Better Day」がテーマに掲げられ、3日間で15万人を超える来場者が訪れました。



「バンコク日本博」会場入口

タイでは中国や韓国をはじめ各国の商品・サービスが身近になる一方、日本への関心は現在も多分野で見られます。本稿では、バンコク日本博の様子に加え、訪日旅行や日本食を巡る最近の動向から、タイ市場における「日本」の現在地について紹介します。

２．バンコク日本博2026

バンコク日本博の来場者数は、2024年の約12万人から、2025年には約15万人へ約3割増加しました。2025年には会場をサイアムパラゴンからQSNCCへ移し、約400ブース・300団体が出展する過去最大規模の開催となりました。2026年も来場者数は15万人を超え、前年に大きく拡大した規模を維持しています。

会場では、日本各地への旅行、食品・飲料などに加え、留学や日系企業への就職、健康・美容、アニメ・漫画など多様な分野が紹介されました。近年の日本博は、日本文化の紹介のみならず、商品の販売や市場調査、企業の認知度向上、採用など、日本とタイを結ぶビジネス・交流の場としての性格も強まっています。これだけ多くの来場者が集まる背景には、タイにおいて「日本」が依然として一定の集客力を持っていることがあると考えられます。

３．「日本だから選ばれる」時代からの変化

タイ人と「日本」の接点は、年々多様化してきています。その変化を示す一つが、訪日旅行のリピート化と訪問先の広がりです。日本政府観光局（JNTO）のデータによると、2025年にはタイからの訪日客は123万人を超え、その約7割がリピーター、うち約半数が4回以上日本を訪れているそうです。また、地方への関心も高まっており、富山県におけるタイ人の延べ宿泊者数は、2019年の約1万人から2025年には約1.6万人へ約6割増加しました。タイ人にとって日本は、訪日経験を重ねながら新たな地域や魅力を探す、身近な旅行先となりつつあります。

こうした市場の成熟は、他分野にも表れています。タイ国内の日本食レストランは、2025年に5,781店と、2007年の調査開始以来初めて前年（5,916店）を下回りました。日本食が広く定着した一方、「日本食であること」だけでは差別化しにくくなっており、産地や品質、商品の背景、体験価値など、より具体的な魅力が求められる市場へ変化していると考えられます。

４．おわりに

15万人を超える来場者を集めた今回の日本博からも、タイにおける日本への関心は依然として高いことがうかがえます。一方、訪日経験の増加などにより、日本はタイの消費者にとって身近な存在となり、「日本であること」だけでは差別化しにくい市場へと変化しています。

今後は、日本というブランドに頼るのではなく、地域や商品、サービスそれぞれの魅力を具体的に伝え、選ばれる理由をつくることがより重要になると考えられます。

＜ご注意＞
文中意見は筆者の個人的見解であり、北陸銀行としての見解の反映ではありません。当レポートは作成時点の経済状況に基づき、情報提供のみを目的に作成したものです。記載内容についてはご利用者の判断と責任のもと、ご利用くださいますようお願いいたします。

発行：北陸銀行 法人ソリューション部 グローバルビジネス推進室
〒930-8637 富山市堤町通り1-2-26 TEL (076)423-7111