

タイ・バンコク経済環境視察団 報告書



2026年3月25日～3月29日

横浜商工会議所

目 次

(頁)

目 次	1
I. 本視察団の趣旨・目的	2
II. 本視察団の派遣期間	2
III. 本視察団の企画・実施主体	2
IV. 団員名簿	2
V. 視察行程	3
VI. 視察報告	
■行程 1 日目 [2026 年 3 月 25 日 (水)]	
1. 羽田からバンコクへ移動	4
2. 夕食交流会 (結団式)	4
■行程 2 日目 [2026 年 3 月 26 日 (木)]	
3. ジェトロ・バンコク事務所 ブリーフィング	5
4. 横浜市アジア事務所 ブリーフィング	6
5. One City Centre (三菱地所株) 訪問 ブリーフィング、施設内視察	8
6. サイアム高島屋 訪問 ブリーフィング、施設内視察	9
■行程 3 日目 [2026 年 3 月 27 日 (金)]	
7. UFM フジスーパー 2 号店 訪問 ブリーフィング、施設内視察	10
8. タイ日産自動車会社 第 2 工場 訪問 ブリーフィング、施設内視察	12
■行程 4 日目 [2026 年 3 月 28 日 (土)]	
9. バンコク都内視察	15
■行程 5 日目 [2026 年 3 月 29 日 (日)]	
10. バンコクから羽田へ移動	16
VII. 参考情報 (タイの基本情報)	17

I. 本視察団の趣旨・目的

横浜商工会議所では、市内企業の海外展開支援の一環として、日本貿易振興機構（ジェトロ）横浜貿易情報センターや市内国際関係機関との連携により、2013年度よりアジア新興国の経済・投資環境等を見聞する視察団を派遣してきた。

2025年度は、ASEAN進出の中核国として、製造業や小売業、不動産業を中心とした6,000社近くの日系企業が進出しており、年間130万人以上の日本人が訪れるアジアの中でも最も魅力的な観光地でもあるタイを訪問し、日系企業におけるビジネス戦略やタイの消費市場の現状について実感することを目的とし、視察団の派遣を行った。

II. 本視察団の派遣期間

2026年3月25日（水）から3月29日（日）まで4泊5日

III. 本視察団の企画・実施主体

視察企画：横浜商工会議所

企画協力：日本貿易振興機構（ジェトロ）横浜貿易情報センター、横浜市

旅行企画・実施：(株)JTB

V. 視察行程

	月 日	都 市	現地時間	交通手段	予 定
1	3月25日（水）	羽 田 バンコク	8:30 11:05 16:20 19:30	航空機 NH847 便	・ 集合：羽田空港第二ターミナル ・ 羽田出発 ・ 昼食（機内食） ・ バンコク着 ・ ホテル着 (Royal Orchid Sheraton Hotel&Towers) ・ 夕食（結団式） ＜バンコク泊：Royal Orchid Sheraton Hotel&Towers＞
2	3月26日（木）	バンコク	9:00 10:30 14:00	専用車	・ 朝食 ◆ ブリーフィング（宿泊先ホテル内） ジェトロ・バンコク事務所 横浜市アジア事務所 ◆ 企業訪問「One City Centre（三菱地所(株)）」 ・ 昼食 ◆ 企業訪問「サイアム高島屋」 ・ 夕食

					<バンコク泊 : Royal Orchid Sheraton Hotel&Towers>
3	3月27日(金)	バンコク	10:00 14:00	専用車	<ul style="list-style-type: none"> ・朝食 ◆企業訪問「UFM フジスーパー2号店」 ・昼食 ◆企業訪問「タイ日産自動車会社第2工場」 ・夕食 <バンコク泊 : Royal Orchid Sheraton Hotel&Towers>
4	3月28日(土)	バンコク	9:00 18:30	専用車	<ul style="list-style-type: none"> ・朝食 ◆バンコク都内視察 ワット・アルン、ワット・プラ・ケオ ・昼食 ◆バンコク都内視察 ワット・パークナム ・夕食(解団式) <バンコク泊 : Royal Orchid Sheraton Hotel&Towers>
5	3月29日(日)	バンコク 羽田	9:35 18:00	専用車 航空機 NH848便	<ul style="list-style-type: none"> ・朝食(バス内) ・スワンナプーム国際空港 ・バンコク発 ・昼食(機内食) ・羽田着 ・解散

VI. 視察報告

■行程1日目 [2026年3月25日(水)]

1. 羽田からバンコクへ移動

羽田空港第二ターミナルより、羽田からバンコクへ移動。

2. 夕食交流会(結団式)

宿泊先のロイヤル・オーキッド・シェラトン内「Riverside 1」において、参加者との交流会を開催した。



開会挨拶を行う岡田団長

■行程 2 日目 [2026 年 3 月 26 日(木)]

3. ジェトロ・バンコク事務所 ブリーフィング (9:00~9:40)

ジェトロ・バンコク事務所の阿部所長、森下次長より、タイの経済動向、日系企業のタイでの位置づけ、注目産業等についてブリーフィングを受けた。

【ブリーフィング内容】

- ・タイの名目 GDP は約 5,264 億ドルで、日本の 1 割強、ASEAN 内第 3 位(世界第 30 位)である。
- ・GDP の構成比は 1 次産業が約 9%、2 次産業が約 32%、3 次産業が約 59%で、自動車関連と電子・電気製品が工業の 2 本柱となっている。
- ・バンコク周辺部と地方の所得格差が大きく、バンコク都内 1 人当たり GDP が東北部の約 6.8 倍、全国平均の約 2.6 倍でバンコクに集中した経済となっている。
- ・2026 年の実質 GDP 成長率は 2%前後の見通しで、4%前後の成長率の他の ASEAN 諸国に比べると、緩やかな成長率である。
- ・2025 年の工業生産指数は前年比 0.8%減で自動車の生産台数はコロナ禍前の 200 万台の 3/4 程度にあたる 146 万台程度にとどまっている。
- ・タイの自動車生産は ICE (エンジン車) とピックアップトラックが 8 割を超え、近年ではハイブリッド車の生産が伸びている。
- ・タイは輸出立国であり、2025 年の輸出は電子・電気製品が牽引し前年比の 12.9%増の 3,396.4 億ドルで、過去最高を記録した。
- ・2025 年の外国人観光客数は、中国人観光客数が減少したことにより、前年比 7.2%減の 3,297 万人となった。
- ・タイの GDP 成長率が他の ASEAN 諸国に比べ伸びが緩やかな原因として観光客数の伸び悩みと、家計債務の高止まりの問題が挙げられる。
- ・日系企業によるタイ政府への要望事項として「景気対策の推進(消費喚起)」と「家計債務問題」が最も多い。
- ・日系企業のタイ国内の拠点数は中国、米国に次ぐ第 3 位の約 6,000 拠点数となっている。企業の構成比は大企業が 36.4%、中小企業が 48.5%、個人が 15%となっている。製造業が約 40%で非製造業が約 57%で、農林業、漁業、鉱業、建設業が合わせて約 3%となる。
- ・企業の地域統括機能の移管は日本からとシンガポールからが多い。
- ・外国直接投資はシンガポールが 1 位、次いで韓国、中国、日本となっている。
- ・ジェトロ調査、JBIC (国際協力銀行) 調査ともに、今後の事業拡大先として、タイは常に有望視されている。
- ・タイでの今後の注目産業では自動車産業、ヘルスケア、コンテンツ、ペット、サステナビリティが挙げられる。

(質疑応答)

- ・タイに日系企業が進出する際にどのような心構えや準備が必要か。
→地域の特色などもあるので、進出前に情報を集め、企業のニーズに合った進出先を選定するのが重要である。ジェトロとしてもそのサポートを行う。中国企業の進出などによる競争も激化している点も留意が必要。

・タイの人材についてどういった分野が強いのか。

→日本から製造業の進出が多かった歴史的な経緯もあり、チームワークでの生産性が高い。

ベトナムと比較すると、日本・韓国・中国などの東アジアの国々のように徹底的なチームワークを行うが、独創的な部分を大事にする側面もある。日系企業の製造業の視点から見ると近くはあるが、相違点もある。

・人口構成が日本と近いが、若年層のタイ人の日本での就労への関心について教えていただきたい。

→日本の風土や文化への関心で就職を希望する人々も多くいる。しかし、賃金が高い地場企業や欧米の企業へ転職してしまうケースが多くみられる。

工業系の大学は日系の製造業への就職は多いが、情報系の学生はグローバル企業へ就職したいという声も多い。そのため他国との人材確保の競争は激しくなっている。

【所感】

・タイは、自動車や電気製品を中心とした工業で経済発展をしてきたが、観光業も近年は経済成長を支えている。一方で、地域による所得格差や少子高齢化という構造的な課題が経済発展の障壁となっていることが課題として挙げられる。6,000社近い日系企業が進出しており、日系企業のASEANにおけるビジネス戦略の中核拠点となっている。



ブリーフィングを行う
阿部所長(左)と森下次長(右)



ブリーフィングを受ける視察団一行

4. 横浜市アジア事務所 ブリーフィング (9:40~10:00)

横浜市アジア事務所の三上所長よりブリーフィングを受けた。

【ブリーフィング内容】

- ・横浜市の海外事務所は上海、欧州・フランクフルト、米州・ニューヨーク、アジア事務所の4拠点がある。予算の削減のため、次年度からは各事務所1名の職員となる予定。
- ・横浜市アジア事務所は、令和4年7月にタイ政府工業省産業振興局内に設立され、「ジャパンデスク」内に事務所がある。対象のエリアは東南アジアが中心だが、横浜市の姉妹都市のムンバイをはじめとするインドも含まれる。

- ・横浜市職員1名と現地採用職員1名で業務を行っていて、横浜市内企業の事業活動支援、海外企業の横浜への誘致、都市間連携の推進、高度人材の横浜での就労促進、海外インバウンドの促進の主に5つの役割がある。都市間連携が最大の役割で、日本国内の自治体と連携し、企業のバンコク都進出の支援を行っている。例：横浜市とバンコク都の連携のワークショップ、横浜市・神奈川県庁と連携したビジネス商談会。
- ・高度人材確保については給与の面で日系以外の企業へ就職を希望する学生もいる一方で、日本の文化などに魅力を感じ、日系企業へ就職を希望する学生も多い。

(質疑応答)

- ・横浜市内の企業が海外展開する際の具体的な支援策を教えてください。
- アジア事務所は海外への進出のきっかけを作るのが主な業務で、具体的な支援策についてはアジア事務所ではなく、横浜市経済局がジェトロ、神奈川県と共同で支援メニューを用意している。
- ・アジア諸国の人材を日本へ呼び込む経路などを教えてください。
- 言語を習得する上で、その習得研修の費用負担を企業が負担をするのが焦点となる。
 神奈川県の支援事業としてインターンシップがあるが、企業と労働者のミスマッチなども防ぐことができるため、横浜市としても実施していきたいと考えている。

【所感】

各種機関や都市とのネットワークを構築し、横浜市内企業の海外展開支援やビジネス機会の拡大を推進している。海外での広報活動を通じて横浜市の都市ブランドの向上や外資企業の横浜市への誘致や高度人材の横浜での就労促進にも寄与する。横浜市職員1名と現地職員1名の計2名体制という限られた職員体制で多岐にわたる事業を担っている。



ブリーフィングを行う三上所長

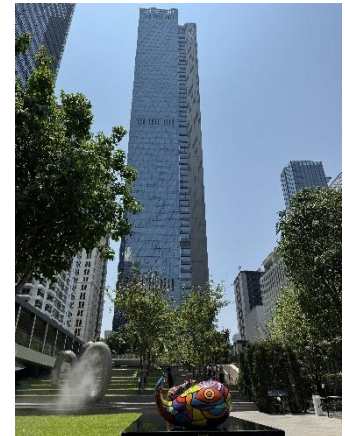


ホテル会議室での記念撮影

5. One City Centre (三菱地所株) 訪問 ブリーフィング、施設内視察 (10:30~12:00)

One City Centre は、三菱地所株がタイを代表する高級住宅開発デベロッパーRaimon Land Public Company Limited社と共同で開発し、2023年3月に竣工した大型規模複合オフィスビルである。

MITSUBISHI ESTATE (THAILAND) CO., LTD. 岡本マネージングディレクター、田(EDEN)ディレクターよりブリーフィングを受けた後、オフィスビル内を視察した。



One City Centre 外観

【ブリーフィング内容】

- ・タイでの不動産開発業は（一部の例外を除き）外資規制が適用され、外資企業は49%までしか事業シェアの獲得が出来ず、タイ現地の共同事業先を持つ事が原則となっている。
- ・SNSは日本以上に浸透しており、事業の広告戦略等では欠かせないツールである。
- ・三菱地所株は、は2010年前後から東南アジア事業に進出しており、2020年発表の「長期経営計画2030」では事業利益を成長させるドライバーと位置付けた。
- ・タイは外資規制がある為、三菱地所株ではアセット毎に信用に足る現地デベロッパーと、深く長い関係性を継続させる方針を取っており、共同でプロジェクトに関与している事が特徴である。
- ・三菱地所株の主な共同事業先は、住宅事業においてはAP社、非住宅事業ではCentral Pattana社である。
- ・タイ事業における留意点としては言語の壁、国民性・文化の違い、迅速な判断が挙げられる。言語について、ビジネスの場では、日本人とタイ人は英語で対話する事が多く、互いに第二言語である事を認識して、慎重に何重にも確認することが必要である。国民性・文化の違いについては、日本の当たり前を押し付けると、事業や会社そのものが停滞する危険がある。迅速な判断については、一般的にタイ企業は日本企業に比べて、意思決定までのスピードが速いため、日本本社から現地への権限移譲等が肝心となる。
- ・Raimon Land Public Company Limited社は主にタイ都心部で進める計25件の住宅開発に加え、新たな収益用不動産開発事業に進出しており、Once City Centreはその旗艦プロジェクトで、三菱地所株と協働で行う初の事業である。
- ・One City Centreは、フレキシブルなレイアウトを可能とする無柱空間やインバウンドを意識したルーフトップバー等がある「ハイゾーン」と潤沢なオープンスペースや多様な飲食機能がある「リテール、ローゾーン」から構成される。
- ・One City Centreの特徴として以下の点が挙げられる。非接触型顔認証管理システム、非接触エレベーター、駐車場におけるチケットレスシステム、就業者向けアプリ等の最新テクノロジーを採用。バンコク・スカイトレイン(BTS)「プルンチット駅」に直結し、バンコク市内各エリアからスムーズなアクセスを実現。タイでは初となるスカイロビーを導入し、入居者のエレベーター待機時間を短縮。タイでは珍しいオフィスユニット内に「無柱空間設計」を採用し、グレードA+オフィス必須の天井高3.0mを実現。

【所感】

現地の大手デベロッパーと連携し、タイの都心部を中心に事業展開を行っている。特に One City Centre については、バンコクの中心地というアクセスの良さ、非接触型顔認証システムなどの最新テクノロジーの導入、多様な飲食施設が入るローゾーン、レイアウトの選択肢が多い無柱空間を採用したハイゾーンなど快適なオフィスを提供することで高い入居率を誇っている。



高層フロアを視察する団員



One City Centre オフィスフロアでの集合写真

6. サイラム高島屋 訪問 ブリーフィング、施設内視察（14:00～15:30）

サイラム高島屋は 2018 年、「アイコン・サイラム」から 49%、シンガポール高島屋から 51% の出資を受けて設立され、チャオプラヤー川の西側の大型複合施設「アイコン・サイラム」内に位置する。

サイラム高島屋 奥森社長から歓迎挨拶を受け、店内視察を行った後に、池田副店長よりブリーフィングを受けた。

【ブリーフィング内容】

- ・現在、タイ国内の日系の総合百貨店はサイラム高島屋だけとなっている。
- ・東南アジアの急成長の中で、1993 年にシンガポール高島屋をオープン。オープン後 10 年は赤字が続いていたが、現在は高島屋グループの中でも大きな利益を出している。シンガポールでの利益を国内へ移すのが難しかったため、上海、ホーチミン、サイラムへ順番にオープンした。
- ・アイコン・サイラムの「ショッピングセンターの特徴化」という方針の元、サイラム高島屋は日本の百貨店（日本の文化や食品）の特色が求められている。
- ・タイでは少子高齢化が進んでおり、現在約 7,000 万人の人口は 2100 年には 4,600 万人まで縮小し、2029 年には超高齢化社会を迎える見通しである。
- ・タイで盛んな産業は農業、医療で食料自給率が 200% を超え、医療水準も非常に高い。また自動車生産も主要産業である。
- ・タイ人の人柄は大らかで集団主義である。ワークライフバランスについては、余暇の時間を重視する人が多い。またインターネット等を使用して情報を収集する意欲が高い。
- ・タイにおける日本の文化への関心は高く、アニメやゲームといったサブカルチャーだけでなく、茶道や生け花など伝統文化も人気である。

(質疑応答)

・現地スタッフの教育はどのように行っているのか。

→基本的には現地スタッフが現地スタッフへ教育を行っている。教育をする側のスタッフへは日本の講師による研修などを行っている。現在は16年日本の百貨店で勤務経験のある現地スタッフがいるため、その職員が行っている。顧客との対話なども含めOJTを通して教育を行っている。

・日本のレストランが多く出店しているが、出店の際に貴社でのサポートを行っているのか。

→レストラン事業についてはリーシングに近い形態を取っている。基本的には、レストランの運営会社として、タイで企業を設立いただきその企業が運営をしている。テナントとしての教育や出店のサポートは行っている。

・タイの顧客に好まれる日本の商品をどのように選定しているか。

→タイの顧客は日々最新の情報を収集しているため、流行に合った商品を早く売り出すよう心掛けています。また日本の食品は特に人気だが、日本産のものは輸送費や関税でコストはかかってしまうが、リーズナブルな価格で販売する点も重要である。

【所感】

タイ人、日本人、その他の観光客等、それぞれのニーズに合った商品展開をするために、顧客の傾向分析、流行商品の情報収集に基づいた商品選定を行っているのが印象的だった。日本製の商品の展開も多いため、タイ国内での日本文化への関心の高さが追い風となっている。また、日系総合百貨店の文化や風土を現地スタッフにも継承するため、職員への教育プログラムやOJTも大変充実していた。



ブリーフィングを受ける視察団一行



サイアム高島屋前にて記念撮影

■行程3日目 [2026年3月27日(金)]

7. UFM フジスーパー 2号店 訪問 ブリーフィング、施設内視察 (10:00~11:10)

UFM フジスーパーは1985年、タイの商社「メトロ社」が60%、富士シティオ(株)が40%出資を出資し合弁会社として設立された。約40年を迎える現在、タイ国内で5店舗がある。タイ国内2店舗目となるUFM フジスーパー 2号店はUFM フジスーパー内で唯一顧客の構成比が日本人に比べタイ人の方が多い。

UFM フジスーパー 中島デピティマネージングディレクターより、ブリーフィングを受けた後、店舗内を視察した。

【ブリーフィング内容】

- ・タイでは食事を作るよりも外食が主流である。コロナ禍では、外食店が営業停止になった影響で調理のための食材を買う顧客が増加し、タイでスーパーマーケット業界の売上が大きく伸びた。
- ・日本人の在留者について、家族での帯同者が減少し、比較的若年の単身者が増加傾向にある。
- ・スクンビットのアソーク、プロンポン、トンローの3地区に日本人が多く集中し、その日本人をターゲットに営業を行っている。アソークはオフィスビルが多く、プロンポンとトンローが居住エリアとなっている。タイでは大きな道路を挟み奇数地域と偶数地域に分けられる。偶数地域は欧米の居住者が急増している。
- ・UFM フジスーパーの全体の客数構成比は55%が日本人、30%がタイ人、15%が欧米諸国の人々や中国人となっている。構成比はパスポートを提示してもらい作成する「ボーナスカード(顧客の55%が所持)」を元に集計している。
- ・2号店は、日本人よりタイ人の顧客構成比が高い。近くにタイ人が多く居住しているのが大きな理由である。日曜日のみ日本人の構成比が大きくなるが、その理由として、ボーナスカード所持者は日曜日にポイントが5倍になる点が挙げられる。
- ・納豆の品ぞろえは40種類と豊富で、近年の健康志向の高まりにより、納豆の売上が非常に伸びている。
- ・日本人の滞在者は若年層が増加傾向にあり、可処分所得の関係で比較的安価なタイ料理の消費が増加している。
- ・UFM フジスーパー全体で従業員は現在約290名で日本人は4名。基本は各店舗1名+中島氏の6名体制で運営している。店舗の駐在員の任期は3年が基本となっている。
- ・大型連休などでは周辺アジア国(特にインド)からの日本人客が多いため、空港へ商品をお送りするパッキングサービスを提供している。

(質疑応答)

- ・2階にある店舗はフジスーパーからテナントとして場所を貸しているのか。
→フジスーパーは1階と地下1階をシティリゾートからレンタルしている。2階の店舗も同様にシティリゾートからのレンタルとなっている。
- ・メトロ社との合併会社とのことだが、メトロ社との会議の頻度はどのくらいか。
→年に1度、9~10月に合同役員会と株主総会を開催し、月に2回、情報交換会議を開催している。
- ・タイ人の顧客はどのような日本の食材を多く購入するのか。
→日本の調味料が最も売上が大きい。また鮮魚、特にサーモンの売上也大きい。

・商品の陳列や顧客対応がタイのスーパーとは異なると思うが、現地職員の教育はどのように行っているのか

→コロナ禍前は一部の職員に対し、1年間の日本での研修を行っていた。現在は1週間の日本での短期研修を行っている。研修内容は刺身の切り方や総菜の作り方や調味料の調合方法などが中心である。日本での研修以外では日本人職員が専門的な知識などを教育している。

・タイ FDA（食品医薬品局）による規制は具体的にどのような基準で決められるのか

→フジスーパーでは直接での輸出入は行っていないため、どの商品にかかるか、どの程度規制対象になっているかについては分からない。しかし、FDA の関係で販売を行いたくても行えないケースは少なくない。

【所感】

タイにおける外食文化や日本人駐在員の家族構成の変化を捉えながら、顧客のボリューム層である日本人だけでなく、タイ人、欧米系の住民からも支持を集めている点が印象的だった。また、近年の健康志向の高まりによる納豆需要の拡大や鮮魚類の人気に合わせた商品展開や、日系スーパーのサービスを提供するための教育制度にも工夫が感じられた。



ブリーフィングを受ける視察団一行



店舗内視察の様子

8. タイ日産自動車会社 第2工場 ブリーフィング、施設内視察（14:00～16:00）

タイ日産自動車会社 第2工場は1975年に建設された第1工場に次いで、2014年にピックアップトラックを生産するための工場として建設された。

日産自動車アジアパシフィック・日産自動車タイランド 藤木社長より歓迎挨拶を受け、日産自動車タイランド 住シニアバイスプレジデントよりブリーフィングを受けた後、工場内の視察を行い、タイでの事業展開についてプレゼンテーションを受けた。

【ブリーフィング内容】

- ・タイでの事業を開始してから2023年で70周年を迎えた。
- ・2025年に、第1工場の車両組み立てラインを停止し、第1工場は現在プレス・ボディ・物流拠点として運用し、生産は第2工場に統合を行い、第2工場では乗用車とピックアップトラックの混流生産を行っている。

- ・2014年のエコカーブームで大きく生産台数を伸ばしたが、エコカーブームの終了、コロナ禍でのマーケットの変化や中国系企業の伸長により台数を落としている。今年度の生産台数は約4~5万台となる。
- ・部品の輸入比率は20%(80%をタイ国内で調達)でタイ国内でのサプライチェーンは充実している。
- ・生産車両はレムチャバン港から中東、ASEAN諸国、メキシコなどの約80か国へ輸出し、生産部品についても他の工場やASEAN諸国のパートナー企業への部品供給なども行っている。
- ・第2工場でフル稼働を行うと年間約24万台の生産能力がある。

(質疑応答)

- ・従業員の体調の管理やモチベーションアップの仕組みなどについて知りたい。
- 日本の工場と同様に給水タイムでの休憩を取りながらの運営を行っている。また、暑さ対策として天井を高くし、天井にファンをつけたことによって体感温度3度の低下を実現した。モチベーションアップについては、スポーツ大会の開催や社員旅行を行っている。

【プレゼンテーション内容】

- ・今後はSUVという車種が非常に注目されている。日産自動車のラインナップではC(中型)-SUVエクストレイル、B(小型)-SUVキックスが挙げられる。
- ・タイは70年以上パートナーとのビジネスを行っているが、フィリピンと台湾も1950年代からパートナーとのビジネスを行っている。また、マレーシアでも非連結ではあるが、タンチョンモーターと70年以上ビジネスを行っている。各国パートナー企業との関係を築きながらビジネスを行うのが日産自動車の特徴。
- ・ASEAN、台湾合わせての昨年度の販売台数は69,000台、タイ国内では8,500台でマーケットの1.5%である。昨年度は日本向けにキックスを輸出、オーストラリア向けにピックアップトラックを輸出し、ASEAN外へもタイ拠点から輸出を行っている。
- ・タイ国内の全新車販売台数は2012年度のエコカーブームがピークで142万台、2025年度は62万台となっている。マーケットシェアでは中国系のメーカーが伸びている。

(質疑応答)

- ・アメリカとイランの関係が緊迫しているが、その影響はあるのか。
- ガソリンの値段がかなり上がっていて、ASEAN諸国での石油の備蓄が極めて少ないこともあり、影響が出てきている。タイ政府はオフィスワーカーの在宅勤務を推奨している。当工場としても、中近東向けの輸出台数の調整をしている。
- ・電気自動車について、タイ国内での充電のインフラは整っているのか。
- タイ国内でもインフラは整っているとは言えない。しかし、利用者は自宅で充電をするため、都心部などでは充電施設に関する課題は日本と比べると小さいと思われる。しかし、田舎に行った際に充電施設がない等の問題はタイ国内でも存在する。

【所感】

中国系メーカーの台頭や市場縮小を受けつつも、生産体制の統合や SUV 分野への注力など事業構造の転換を進めていることが印象的であった。また、部品の現地調達率の高さや 80 か国への輸出体制から、タイが ASEAN の重要な生産・輸出拠点であることを改めて実感した。職員の労働環境については暑熱対策や福利厚生など、働きやすさにも配慮されていた。



歓迎挨拶を行う藤木社長



ブリーフィングを行う住シニアバイスプレジデント



工場内を視察する視察団一行①



工場内を視察する視察団一行②



タイ日産自動車会社 第2工場前での集合写真

9. バンコク都内視察

バンコク都は、タイ王国の首都であり、1782年にラーマ1世によって遷都されて以来、タイの政治・経済・教育・文化の中心地として発展してきた。2025年の人口は約540万人で、ASEANを代表する国際都市でもある。チャオプラヤー川と運河に囲まれたラッタナコーシン島(コ・ラッタナコーシン)と呼ばれる旧市街はバンコクの発祥の地で、王宮をはじめ、由緒ある仏教寺院、博物館、大学、官庁、歴史的建造物が集中している。

バンコク都は、日系企業の主要な進出都市でもある。バンコク東部のチョンブリー、ラヨーンなどの工業地帯を高度化する経済開発政策である東部経済回廊(EEC)政策を通じ、EVやデジタル産業育成の推進をしていて、周辺には自動車、電機分野の日系企業が集積している。バンコク中心部のアソークにはオフィスビルや商業施設が建ち並び、こちらも日系企業のオフィスが数多く建ち並んでいる。

今回の視察では、1782年にラーマ1世が現在の王朝であるチャクリー王朝を開いたときに護国寺として建てた寺院である「ワット・プラ・ケオ(エメラルド寺院)」、アユタヤ時代に建立された仏教寺院の「ワット・アルン(暁の寺)」、同じくアユタヤ時代に創設された王室寺院である「ワット・パークナム」を訪れた。



バンコクのオフィス街



ワット・アルン(暁の寺)

■行程 5 日目 [2026 年 3 月 29 日(日)]

10. バンコクから羽田へ移動

スワンナプーム国際空港より、バンコクから羽田へ移動し、解散。

【岡田団長総括コメント】

ジェットロ・バンコク事務所と横浜市アジア事務所からのブリーフィングや、タイへ進出する日系企業への訪問により、タイ経済の現状や、日系企業のタイにおけるビジネス戦略について、肌で感じる事ができた。多くの方にご参加いただき、また、ブリーフィングや企業訪問の受け入れを行っていただいた関係機関や企業の皆様のご協力により、大変充実した視察となったことに感謝している。

【本視察まとめ】

今回のタイ・バンコク視察では、日系企業の主要な海外進出先であるバンコクに注目し、タイの経済やタイ・ASEAN 地域における日系企業のビジネス戦略を目の当たりにした。また、バンコク都内の視察を通して、製造業と並びタイ経済の柱となる観光業の実情についても理解することができた。

日本経済の内需が伸び悩む中、海外展開、特に急成長を続けるアジア市場への進出は、企業の持続的成長に向けた重要な戦略の一つであると実感した。そして、中国系や韓国系企業などとの競争が激しいタイ市場において事業を展開する日系企業は、ビジネスを成功させるために、日本企業ならではの強みを活かしつつ、現地ニーズに合わせた様々な工夫を重ねている点が印象的であった。海外展開をする上で、日本企業としての強みと現地への柔軟な適応力の両立が重要な課題になると考えられる。

【おわりに】

今後も、海外進出を目指す企業の後押しをするとともに、貿易の促進や外国人材の活用など企業のグローバル化につつまして、国際経済委員会や部会事業などを通じて積極的な情報提供を進めて参りたいと存じます。

以上

VII. 参考資料

タイの基本情報(ジェトロ HP より引用)



■一般的事項 ・地域名	タイ王国 Kingdom of Thailand
面積	51 万 3,115 平方キロメートル (日本の約 1.4 倍)
人口	6,595 万人 (2024 年、出所：内務省)
首都	バンコク (タイ語名：クルンテープ・マハナコーン) 人口 546 万人 (2024 年、出所：内務省)
言語	タイ語
宗教	人口の約 95%が上座部仏教、その他イスラム教 (4%)、キリスト教 (0.6%) など

■基礎的経済指標

項目	2024 年
実質 GDP 成長率	2.5 (%)
一人当たり GDP	7,492 (ドル)
消費者物価上昇率	0.4 (%)

失業率	1.0 (%)
貿易収支	19,274 (100 万米ドル)
(備考:貿易収支)	国際収支ベース
経常収支	12,347 (100 万米ドル)
外貨準備高	217,261 (100 万米ドル)
対外債務残高	191,685 (100 万米ドル)
対米ドル為替レート	35.3 (バーツ)
(備考:対米ドル為替レート)	期中平均値

■日本との関係

日本との貿易（通関ベース）（100 万ドル）	年	日本の輸出(A)	日本の輸入(B)	収支(A-B)
	2020	25,522	23,791	1,731
	2021	33,003	26,335	6,668
	2022	32,482	26,659	5,823
	2023	29,342	25,719	3,623
	2024	26,577	24,701	1,876
出所：Global Trade Atlas(GTA)よりジェトロ作成				

<p>日本の主要輸出品目</p>	<p>電気機器 (17.8%) 一般機械 (16.5%) 鉄鋼 (13.6%) 輸送用機器 (10.8%) 光学機器・同部品 (5.3%)</p> <p>備考：2024年、カッコ内は構成比、ドルベース 出所：同上</p>															
<p>日本の主要輸入品目</p>	<p>電気機器 (22.6%) 一般機械 (12.7%) 肉・魚介類調製品 (8.5%) 輸送用機器 (8.4%) プラスチック・同部品 (5.6%)</p> <p>備考：2024年、カッコ内は構成比、ドルベース 出所：同上</p>															
<p>日本企業の投資件数と投資額</p>	<table border="1" data-bbox="491 1055 927 1473"> <thead> <tr> <th>年</th> <th>件数</th> <th>金額 (百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020</td> <td>210</td> <td>643億5,700万</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>189</td> <td>735億300万</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>216</td> <td>499億6,000万</td> </tr> <tr> <td>2023</td> <td>275</td> <td>654億7,200万</td> </tr> </tbody> </table> <p>備考：タイ国投資委員会 (BOI) 認可ベース</p>	年	件数	金額 (百万円)	2020	210	643億5,700万	2021	189	735億300万	2022	216	499億6,000万	2023	275	654億7,200万
年	件数	金額 (百万円)														
2020	210	643億5,700万														
2021	189	735億300万														
2022	216	499億6,000万														
2023	275	654億7,200万														
<p>日系企業進出状況</p>	<p>企業数：1,671社 (バンコク日本人商工会議所会員数：2025年4月1日)</p> <p>※ジェトロ・バンコク事務所が実施した調査によると、2021年3月時点で確認された日系企業は6,083社に上る。</p>															

<p>投資（進出）に関連した問題点</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 他社との競争激化 2. 総人件費の上昇 3. 国内需要の低迷 4. 原材料価格の上昇 5. 為替変動 <p>出所：バンコク日本人商工会議所「2024年下期タイ国日系企業景気動向調査」</p>
<p>在留邦人</p>	<p>7万421人（2024年10月1日時点）</p> <p>出所：外務省「海外在留邦人数調査統計」</p>