

□■西居ファインプレスタイランド、タイ進出 19 年の記録■□

～西居 広和 社長インタビュー～



東京・大田区で半世紀以上の歴史を持つ金属プレス・金型メーカー、株式会社西居製作所。そのタイ法人である西居ファインプレスタイランドは、2007年の工場稼働から約19年、チョンブリー県のアマタシティ工業団地を拠点に精密プレス部品を製造し続けています。現在は自動車部品が売上の90%を占め、工場は24時間稼働、従業員は40名です。

今回、島根・ビジネスサポート・オフィスは代表の西居 広和 社長にインタビューを行いました。タイ進出を検討する島根県内企業にとって現場感のある情報となるよう、進出の経緯から現場の壁、事業を続けてきた理由、そして「これからタイを目指す企業へのメッセージ」までを伺いました。

進出のきっかけ — 大田テクノパークという出会い

2006年、大田区産業振興協会からある連絡が届きました。タイのアマタ工業団地が大田区の中小企業向けに用意したレンタル工場「大田テクノパーク」への入居打診でした。

海外進出はずっと検討していたのですが、なかなかきっかけがなくて。声をかけていただいて、日本国内で事業を広げるより、海外に拠点を構えた方がいいんじゃないかという判断で、思い切って決めました。

それ以前から、タイへカメラ部品を輸出していた顧客が1社あり、「完全にゼロからではなかった」というのがスタート時の一定の土台になっていました。ただし、その1社だけで事業を成立させるには到底足りません。工場稼働後は、西居社長自身が日系企業を一軒一軒回る営業活動を続けました。

最初は大きな会社に営業に行っても、全然相手にしてもらえなかった。ただ、大田テクノパークが地元のテレビ取材を受けるなど注目されていたので、『大田区の中小企業が集まるテクノパークに入居している精密プレス屋です』というかたちで、試作品の受注から少しずつ量産へとつなげていきました。

なお、タイ進出前には中国・上海にも目を向けていた時期がありました。取引先が上海に進出するのに合わせて技術応援として現地に出向いたこともありますが、「中国市場への参入はなかなか難しい」という感覚が先立ち、上海での展開は見送りました。その後タイの話が持ち上がり、方針を切り替えたという経緯があります。

進出前の準備 — BOI 勉強会と JETRO の活用

進出を決断するまでの準備期間、西居社長はさまざまな情報収集を行いました。日本国内で開催されるタイ投資委員会（BOI）の説明会や勉強会に参加し、同じくタイ進出を検討している企業とのネットワーク構築を進めました。また、すでに海外展開をしていた企業を直接訪問し、現場の話聞くことも欠かしませんでした。

法人設立前にはJETROのレンタルオフィスを約3ヶ月間利用し、現地での情報交換や調達先の調査を実施しました。法人設立後、工場がまだ完成していない期間は、工業団地近くの小さなオフィスを借りて内装の進捗管理や立ち上げ準備を進めました。

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

「事前にタイの生産工程をイメージしながら社内システムを構築していたのですが、実際に使ってみるとあまり活用できなかった」とも振り返ります。準備と現実のギャップは、どれだけ事前に考えても避けられない部分があるということでしょう。

進出から約 19 年経った現在、大田テクノパークは様変わりしています。当初は大田区の企業のみという入居条件でしたが、のちに条件が変更されてどの企業でも入居可能になりました。2006～07 年頃は 3 棟の建物が全室埋まっていたのですが、現在は 4～5 社ほどに減少しています。拡大のため手狭になって移転した企業もあれば、事業が成立せず撤退した企業もあり、19 年分の変化がそこには刻まれています。

事業のピボット — デジカメの衰退と自動車部品へのシフト

タイ進出当初、西居ファインプレスタイランドの主軸はカメラ部品でした。長年にわたって培ってきた精密プレス加工のノウハウをそのままタイに持ち込み、既存顧客への供給を軸に事業をスタートさせました。しかし、やがて市場の潮目が変わります。

スマートフォンの普及によってコンパクトデジタルカメラの生産が急速に縮小し、カメラ関連部品の需要が大きく落ち込んでいきました。一方でその時期、タイの自動車産業は拡大を続けており、西居社長はカメラ部品で培ったノウハウを自動車部品に転用することを選択します。

デジカメが落ちてきたなと思ったら、自動車の方が少し上がってきたという感じで。今は自動車が 90%を占めています。

この転換は計画的に仕込んだというより、市場の変化に合わせて「カメラ部品で磨いた技術を応用できる場所を探したら自動車があった」という流れでした。精密加工・高品質・傷をつけない加工というカメラ部品のノウハウが、インジェクターなど安全部品の領域でそのまま強みになったのです。



現地で見つけたニッチ — 「できる会社が少なかった」 精密小物部品

自動車部品市場への参入にあたり、西居社長が着目したのは「小物で高精度な部品」でした。タイには自動車関連の製造業が多く集積している一方で、小さく複雑な形状の部品を高い精度で加工できる企業は当時あまり存在していませんでした。

インジェクターのような安全部品に位置づけられるものは、品質への要求が非常に厳しい。そういった小物精密部品をこなせる会社が、当時は少なかったんです。長年カメラ部品で磨いてきた精密加工の技術が、ちょうどそこに活かせると思いました。

また、当初は日本本社から金型を持ち込んでいましたが、顧客から「現地で金型を作れないか、メンテナンスできないか」という要求が高まるにつれ、協力会社と連携しながら現地での金型製作体制を構築していきました。当時、現地で精密な金型を製作できる日系企業はほかになく、パートナーとなる会社とのタイミングが合ったことが大きかったといいます。時間はかかりましたが、これが現地完結の生産体制という大きな強みにつながっています。

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

加えて、2011年のタイ洪水も転機のひとつとなりました。自社工場は直接的な被害を免れましたが、被害を受けた他社の代わりに金型を活用して部品供給を支援したことで、新たな顧客との関係が生まれました。

終わったらもちろんお返ししましたが、そこからつながったお客さんもいますし、実績として積み上げることができました。

自動車部品で安定した受注が取れるようになるまで、工場立ち上げから実に約18年を要しました。それが実際に事業が軌道に乗るまでに要した時間です。

スタッフ管理の現実 ― 繰り返すことと、見続けること

事業継続を最も難しくしてきたのは、従業員のマネジメントです。現在タイ拠点の日本人は西居社長ひとり。約40名のタイ人スタッフとともに工場を動かしています。工場稼働当初から在籍しているローカルスタッフも複数おり、長い付き合いの中で組織が育ってきた側面もあります。

任せると、やっぱり自分なりのアレンジを加え始めてしまうんです。だから目を光らせながら、毎日繰り返し同じことを伝えていく。それしかないですね。徐々にタイ人スタッフの中にも、意図を理解して代弁してくれる人が出てきてはいますが。

仕組みを複雑にしすぎないことも、意識的に心がけてきた点です。「複雑にすると続かないので、なるべくシンプルな仕組みに絞っています。たとえば担当チームを3人に絞って継続させるとか」。従業員に自ら考えてもらおうとしても継続性が出ないため、一緒に業務に入り込みながら、頭ごなしにならないよう気を遣い、双方のやり方を工夫して進めてきました。

毎日工場を歩き回って、観察して、見ているよという姿勢を示すことも大事です。一度それを怠った時期があって、その時に組織が崩れかけた経験がある。20年続けてきた中でも、そこは常に課題であり続けています。

給与水準についても、悩ましい問題が続きます。同じ工業団地内には日系自動車関係の大手日系企業も多く、従業員から「他社の方が給与が高い」と比較されることがあります。「自社は大田区の中小企業の集まりであり、その相場に基づいている」と説明することで今のところ大きな問題にはなっていませんが、中小企業として大手と人材を奪い合う構造は常に存在しています。

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

過去には、タイ人スタッフを日本本社に研修派遣していた時期もありました。しかし費用対効果が合わず、受け入れ側の負担も大きく、また研修後に離職してしまうケースもあったため、現在は中断しています。当時研修を受けたスタッフは今も在籍しており、組織の核になっているのは皮肉でもあり、それが積み重ねの現実でもあります。

労働組合問題と、そこから得た教訓

従業員数が70名近くに膨らんだ時期に、労働組合が結成されました。賃上げ・賞与増額の要求が続き、毎週のように組合との交渉が求められ、最終的には労働局の仲裁が入る事態にまで発展しました。外部からアドバイザー的な人物が関与していた可能性もあり、当時の西居社長はタイ人の顧問弁護士の助けを借りながら、一人で対応を続けました。

できないものはできないという姿勢を貫きました。結局、組合の手続きに不備があって組合自体が法的に成立しなかったことがわかって、そこで一気に状況が変わりました。こちらも解雇はしなかったのが、みんなそのまま残ってくれましたが。

この出来事は、振り返れば自分のマネジメントへの反省でもあったと西居社長は語ります。

掘り起こしてみれば、自分のやり方が反発を買って、それが火種になっていた部分があったんです。それからは考え方を改めて、一緒に考えていかなきゃダメなんだろうと。現地の文化や風習を理解したうえで、従業員を仲間として経営していく姿勢を意識するようになりました。

離職率の高さも、タイで事業を運営する上での構造的な課題です。コロナ前は社員旅行や職場パーティーも積極的に実施していましたが、コロナ以降は社員旅行を取りやめ、その費用を賞与に充てる方針に切り替えました。「継続してやっても、辞める人は辞めてしまう。去るものを追わず、というのが現実です」とのことでした。

19年続けられた理由

西居社長が事業継続のキーワードとして挙げるのは、技術力と規模感の二つです。

小さくて複雑な形状のものを高い品質で加工できる技術があったこと。特定分野に絞らず、多分野に応用できる柔軟性があったこと。でも、もうひとつ大きいのは、あまり広げなかった、ということだと思っています。

景気のいい時期に工場を拡張し機械台数を増やすことも検討しましたが、踏みとどまりました。「今ある設備でなんとか伸ばしていく、細く長く続けることを選んだ。それが結果的に良かったと思っています」

日本本社の従業員数は現在 10 名未満。大手競合が量産一辺倒で動く中、西居社長は「小回りの利く対応と、顧客に寄り添うパートナーとしての距離感」で独自のポジションを維持してきました。営業専門チームを持たず、紹介や広告を通じて顧客を獲得するスタイルも、規模に合った判断と言えます。

変わりゆくタイのビジネス環境 — タイ人トップの台頭と BCP

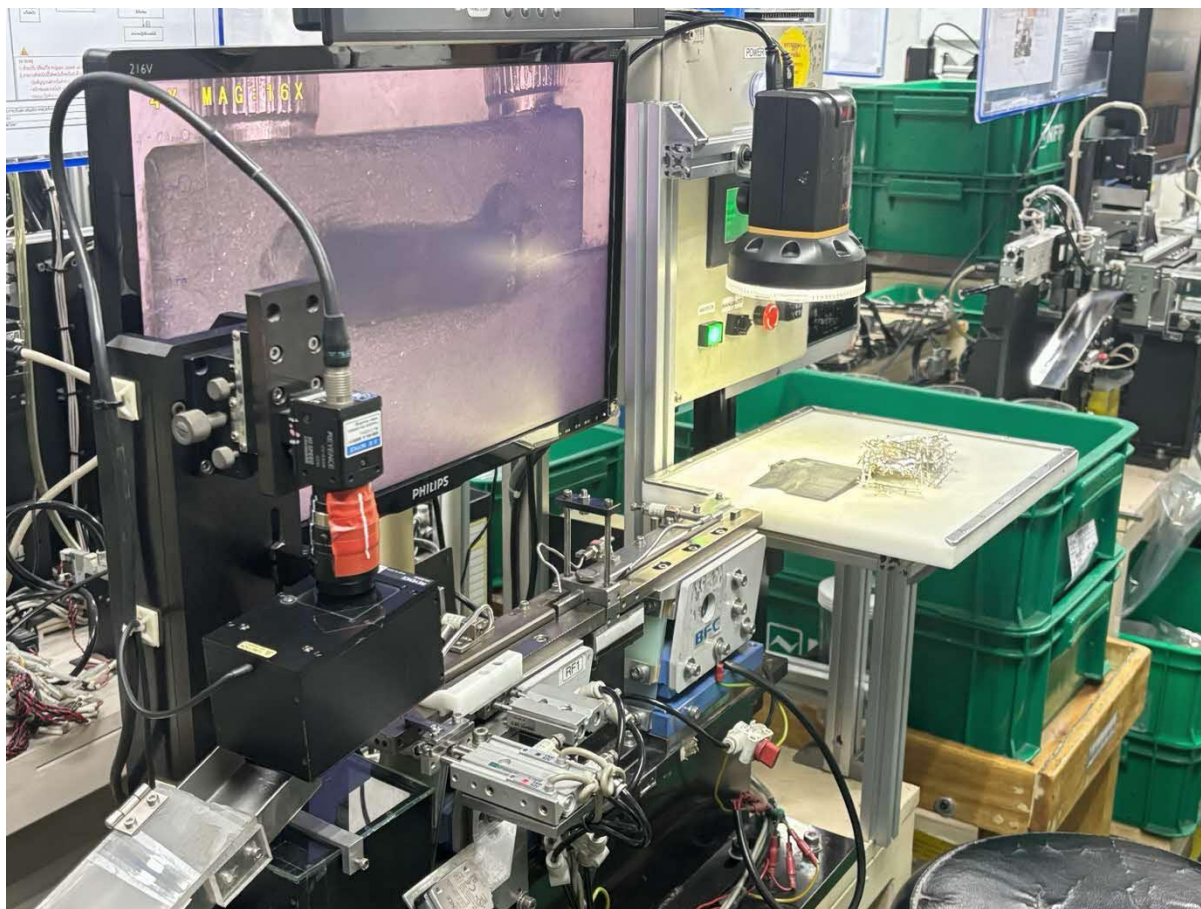
19 年の間に、タイのビジネス環境は大きく変わりました。顧客である大手日系企業のトップがタイ人に交代するケースが増えており、富士通・ヤマハモーターなどでもその傾向が見られます。かつては日本人同士の付き合いで通じた慣習が通用しなくなり、チュラロンコン大学やキングモンクット工科大学出身の優秀なタイ人マネージャーたちが、よりシステマティックな対応を求めてくるようになりました。

そうした変化の中で近年重要視されているのが、事業継続計画（BCP）です。大手との取引では組織図の提示を求められ、「社長に何かあった場合、会社はどうなるのか」という質問に答えられないと問題視されるケースが増えています。職人を兼任する社長一人が会社の要になっている中小企業にとって、これは切実な問いです。

自分の年齢を考えると、この問題にはいずれ向き合わなければいけない。ここ数年で、事業の継続性をどう担保するかは非常に注目されている論点になっています。

また、タイ進出のタイミングについても、西居社長は興味深い視点を示します。2012 年から 2014 年にかけての超円高の時期に、日本国内での生産を維持できなくなった多くの企業がタイへ移転しました。これがタイ進出のピークでしたが、この時期に進出した企業の多くが現在、事業基盤を固めるのに苦労しているといいます。「強固なパイプを作る前に来てしまった企業は、やはり安定するのに時間がかかる」。それ以前から腰を据えてタイに根を張ってきた企業

との差が、今になって表れているということでしょう。



これからタイを目指す企業へ

20年以上の現場経験を持つ西居社長に、タイ進出を検討する企業へのメッセージを求めました。「報道される情報は良い側面に偏りがちで、現場感のある情報が伝わりにくい」という前置きとともに、率直な言葉が続きました。

ビジネスの内容にもよりますが、最初から大きく投資するのではなく、いつでも撤退できるくらいの規模感で始めること。そして最初は単独ではなく、どこかローカル企業なり現地パートナーと一緒にやるのがいいんじゃないかと思います。そこで手応えが見えたら、自分たちだけでやっていけばいい。

行けば仕事がある、というものでもないですよ。よほど強いコネクションがなければ、すぐに受注が決まることはまずない。探しに行かなきゃいけないし、営業には時間がか

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

かります。日本の仕事をタイでやるか、あるいは事業拡大の先をタイにするという発想で来るのが、現実的じゃないかと思います。

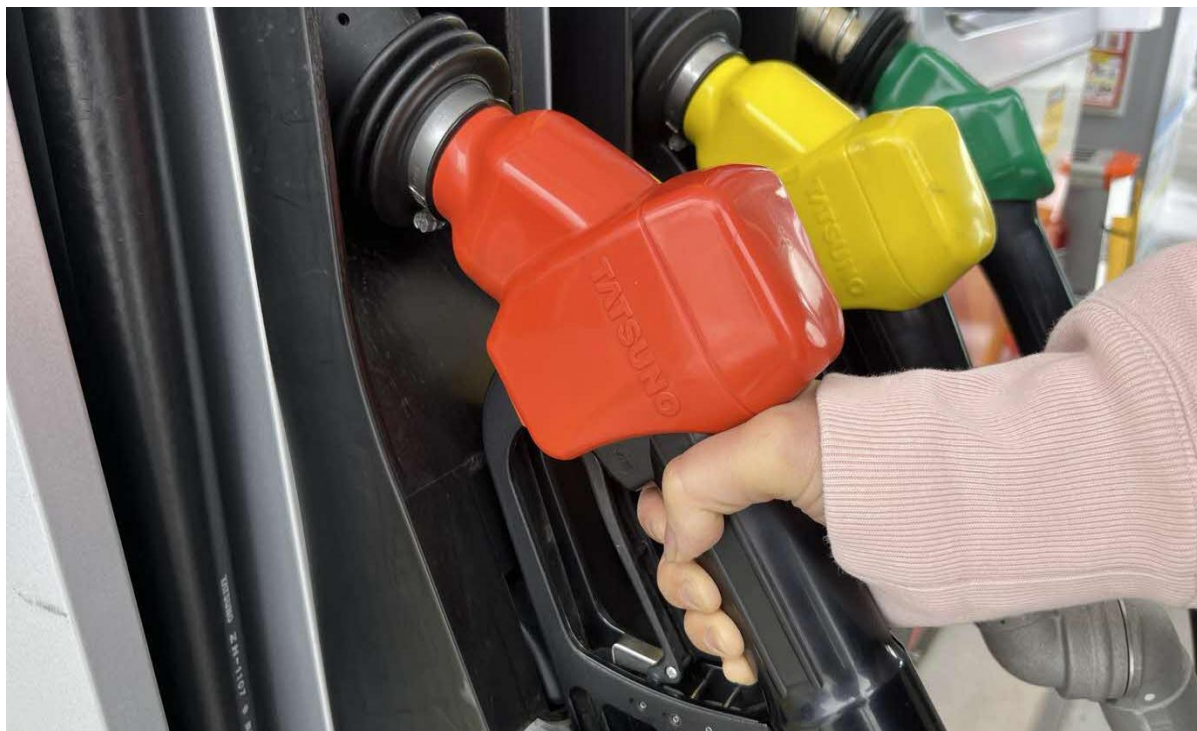
進出準備の段階では、JETRO のインキュベーション施設でのネットワーク形成が大きかったとも振り返ります。

3ヶ月ごとに入居者が変わる中で、同じ境遇の企業同士で情報交換ができた。卒業生が集まる交流会もあって、くだらない話から真面目な相談まで、なんでも話せる環境でした。進出を検討している企業同士が話せる場って、普通はあまりありません。そういった場の存在は、非常に重要だったと思います。

今回のインタビューを通じて印象に残ったのは、困難に直面するたびに立ち止まり、自分のやり方を見直してきたという姿勢でした。カメラ部品の市場が縮小すれば自動車部品に転じ、労働組合問題に直面すればマネジメントを改める。現地の現実に柔軟に合わせ続けてきたことが、タイで20年近く工場を動かし続けてきた土台になっています。

企業名	NISHII FINE PRESS (THAILAND) CO., LTD.
日本本社	株式会社西居製作所（東京都大田区千鳥町）1947年創業・三代目
タイ拠点	Amata City Chonburi（アマタシティ チョンブリー工業団地）
工場稼働	2007年（2006年進出決定）
従業員数	約40名（日本人駐在員1名）
事業内容	精密金属プレス加工・金型製作
主要製品	自動車部品（インジェクター関連・安全部品等）90%、その他10%
輸出実績	タイ国内流通が中心。ベトナムへも自動車部品を輸出

□■世界エネルギー危機と EV 移行の影響■□



こんにちは。島根・ビジネスサポート・オフィスのタイ人スタッフ、グラフです。

2026 年、世界のエネルギー市場は中東情勢の緊張を背景に不安定な状況が続いています。この危機はエネルギー価格に留まらず、世界の食料・物流サプライチェーンに連鎖的な影響を及ぼしており、特に GCC 諸国では食料調達の緊急事態に直面しています。石油の純輸入国であるタイや ASEAN 地域にとって、エネルギーコストの増加は EV 産業への移行を加速させる強力な原動力となっています。タイの自動車産業と半世紀以上にわたり戦略的関係を築いてきた日本企業は、タイ政府の「ニューエコノミー」政策に沿った投資計画の再構築が求められています。

出典：<https://www.pbs.org/newshour/world/oil-prices-spike-again-following-latest-standoff-in-the-strait-of-hormuz>

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138



■ バンコク国際モーターショーから見る 2026 年タイ自動車市場分析

2026 年 3 月末に開催された第 47 回バンコク国際モーターショーでは、予約台数が過去最高の 132,951 台を記録し、2025 年比で 71%増加しました。この驚異的な伸びは化石燃料価格の高騰を背景にしており、タイの消費者にとって EV はもはや単なる技術革新ではなく、長期的な支出を抑えるための「経済的な防衛策」となっています。予約数では中国ブランドの台頭が著しく、BYD が 17,354 台で首位、トヨタが 15,750 台で 2 位となり、EV リーダーと既存市場リーダーの間で激しい競争が繰り広げられています。

しかし、実際の納車率は金融機関の融資審査厳格化により約 70% (9.1 万台) に留まると予測されています。金融機関は価格競争による残価変動リスクを抑えるため、EV に対して高い頭金や短いローン期間を求めています。一方で、Omoda & Jaecoo、MG、Deepal といった新興ブランドの躍進は、タイの消費者のブランドロイヤリティが新技術に対して非常にオープンになっていることを示唆しています。

出典：<https://www.nationthailand.com/business/automobile/40064727>

出典：<https://en.thairath.co.th/news/auto/2927455>

位	ロゴ	ブランド	国	予約台数 (台)
1		BYD	中国	17,354
2		Toyota	日本	15,750
3		Omoda & Jaecoo	中国	15,088
4		MG	中国	10,537
5		Deepal + Nevo	中国	8,573
6		Geely	中国	7,811

出典：<https://www.nationthailand.com/business/automobile/40064727>

■ 日系自動車メーカーの対抗戦略

日本企業にとっての注目点は、タイの「プロダクト・チャンピオン」であるピックアップトラック市場を守るためのトヨタといすゞの動向です。両社は「マルチパスウェイ」戦略を採用し、多様なパワートレインを提供しています。トヨタは第9世代ハイラックス・トラボを発表し、過酷な環境下でもバッテリーを保護する「ダイヤモンド・ガード」技術を搭載したEVモデル（Travo-e）を投入しました。一方、いすゞはサムロン工場で生産されるD-Max EVを発売し、4WD（AWD）性能と1,000kgの積載量を武器に商用需要を取り込んでいます。



Toyota Hilux TRAVO-e

出典：トヨタ

この対抗策は、日系メーカーが高い信頼性とアフターサービス網で勝負していることを示しています。トヨタといすゞが依然として高い予約数を維持していることは、消費者が「リセールバリュー（残価）」と長期的な安心感を重視している証拠であり、これは日系サプライヤーにとって、従来のエンジン部品から高効率な電動・ハイブリッド部品生産へ移行する絶好の機会です。

出典：<https://global.toyota/en/newsroom/toyota/43512628.html>

出典：<https://www.electrive.com/2026/03/26/isuzu-launches-d-max-ev-in-thailand/>

■ タイ政府の支援策（2026～2027年）

2026年の政策の核心は、厳格化されたEV 3.5措置の下のタイ国内での生産義務の履行です。2024-2025年に輸入関税減税を受けたメーカーは、2026年には輸入1台につき2台（1:2）、2027年には輸入1台につき3台（1:3）の国内生産が義務付けられます。この高い比率は、タイ国内に長期的な生産拠点とサービスセンターを構築させるための意図的な設計です。一方で、政府は「輸出オフセット（Export Offset）^{※1}」を承認し、タイで生産され輸出されたEV1台につき国内生産義務の1.5台分としてカウントできる緩和措置を導入しました。また、年末の販売需要を考慮し、EV 3.5下の車両登録期限は2028年1月末まで延長されています。

また、BOI（タイ投資委員会）は2026-2027年に向け、先端技術（Tier A1+）分野への新規投資に対し、最大13年間の法人税免除（CIT^{※2}）を付与する新措置を発表しました。多国籍企業向けのグローバル最低税率（15%）への対応として、「還付型税額控除（QRTC）^{※3}」システムへの移行も準備されています。中小企業向けには、タイ企業が20%以上出資し、1億バーツ以上の新規投資を行う合併事業に対し、法人税免除期間を3年延長する特別措置が用意されています。

※1：タイの「EV3.5」政策における輸出オフセット（Export Offset）とは、電気自動車（EV）メーカーがタイ国内で受けた補助金や税制優遇の対価として求められる「国内生産義務」を、EVの輸出実績によって相殺（オフセット）できる制度です。

※2：タイのCIT（Corporate Income Tax）とは、現地法人やタイで事業を行う外国法人に課される「法人所得税」です。通常、純利益に対して原則20%が課されますが、中小企業向けの優遇税率や、BOI（投資委員会）認定事業による免税・減税措置も存在します。確定申告は年2回（中間・期末）行われます。

※3：タイのQRTC（Qualified Refundable Tax Credit：還付型税額控除）とは、OECDのグローバル・ミニマム課税（最低税率15%）に対応するため、タイ投資委員会（BOI）が導入する新たな投資奨励制度です。研究開発や技術革新などの適格支出に対し、減税ではなく「税額の払い戻し」という形で企業に実質的なコスト削減を提供し、誘致を促進します。

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

出典：<https://www.alvarezandmarsal.com/thought-leadership/thailand-s-renewed-boi-incentives-a-strategic-window-for-growth-expansion-and-investment-2026-2027>

出典：<https://emerhub.com/thailand/thailands-renewed-boi-incentives-for-2026-2027/>

出典：<https://osos.boi.go.th/TH/news/2228/>

■ 「買い替え促進策」と政府貯蓄銀行による低金利融資

国内市場活性化のため、政府は2026年後半に「買い替え促進策（Trade-in Scheme）」を導入予定です。当初1万～2万台を対象とし、タイ国内産のBEV、HEV、PHEVへの買い替えに補助金を提供します。また、政府貯蓄銀行（GSB）は50億バーツの低金利融資（Soft Loan）枠を設け、太陽光パネル設置やEV購入に対し、1人最大200万バーツ、当初2年間3.5%の特別金利で支援を行います。

出典：<https://www.nationthailand.com/news/policy/40065139>

出典：<https://www.thaienquirer.com/69017/thai-enquirer-news-summary-april-17-2026/>

ICE OUT, EV IN
Thailand Tests Trade-in Scheme with 20,000-Car Pilot

Government moves closer to launching a long-awaited 'old car for new car' programme to boost EV uptake, cut oil imports and tackle PM2.5 pollution.

WHAT IT IS
Trade in an old car for a new EV, hybrid, plug-in hybrid or electric motorbike.

HOW IT WORKS
Subsidy goes to car makers, who must pass it on as a discount to buyers.

SOFT LOANS
State banks to offer low-interest loans, with rates as low as 0.01% for lenders.

PILOT TARGET
First phase limited to 10,000 - 20,000 cars on a first-come, first-served basis.

KEY CONDITIONS
Low emissions and made in Thailand to support local jobs and industry.

TRADE IN PROGRAM

TRADE IN FOR A CLEANER FUTURE

EV CHARGING

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

▪ ASEAN 比較分析：ベトナム、インドネシア、そしてタイ

地域レベルでは、タイは依然として製造ハブの首位を維持していますが、VinFast が EV 普及率 40%を達成したベトナムや、電池工場の誘致に注力するインドネシアとの競争が激化しています。しかし、タイには成熟したサプライヤー網があり、2026 年の欧州連合（EU）との FTA 締結により、欧州向けの世界的な輸出拠点としての地位がさらに強化される見通しです。

出典：<https://seads.adb.org/news/southeast-asia-leads-global-boom-electric-vehicle-sales>

出典：<https://www.thailand-business-news.com/news/289332-chinese-ev-makers-propel-thailands-rise-as-a-global-automotive-production-and-export-hub>

出典：<https://www.nationthailand.com/business/trade/40062624>



ベトナムの電気自動車「Vinfast」

出典：Vinfast

▪ 日本企業および中小企業に向けた長期的投資機会

結論として、将来の勝敗を分けるのは「エネルギー効率」です。日系投資家は、①依然として需要が高いハイブリッド向け部品生産、②DC 急速充電器およびエネルギー管理事業、③電

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

池リサイクルを含むアフターサービスと循環経済、の3分野に注目すべきです。タイは「グリーンモビリティ・ハブ」へと進化しており、今回のエネルギー危機をビジネスの持続可能性へと変える絶好のチャンスでしょう。

□■バンコクの最新旅行トレンド■□

～グルメ・文化・体験、すべてが揃う街へ～

こんにちは。島根・ビジネスサポート・オフィスのタイ人スタッフ、バンブーです。

タイの首都バンコクは、東南アジアを代表する観光都市です。物価が安く、食事が絶品で、体験できることが盛りだくさん。日本からの直行便でわずか約6～7時間、それにビザなし（最大60日間）で入国できるため、日本人旅行者にとって非常に訪れやすい都市のひとつです。

2025～2026年のバンコクでは、SNSで話題の映えスポットから歴史的な水上観光、グルメツーリズムまで、さまざまな旅のスタイルが楽しめます。この記事では、今バンコクで注目されている4つのトレンドをご紹介します。ぜひ次の旅の参考にしてみてください！

【トレンド①：タイ衣装でテンプルホッピング】



出典：<https://www.pexels.com/photo/multigenerational-family-in-traditional-thai-attire-35271144/>

タイの伝統衣装をレンタルして寺院をめぐる「テンプルホッピング」が、いま世界中の旅行者の間で大人気です。特に「ワット・アルン」や「ワット・ポー」などでの撮影は、InstagramやTikTokで多くのバズる投稿が生まれており、日本人旅行者にもおすすめのアクティビティです。

以前は女性向けのイメージでしたが、最近は男性やカップル、家族連れの旅行者も増えています。映画のような照明スタイルで撮影するプロカメラマンを雇っての撮影が人気で、そのま

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

ま SNS にアップできる質の高い写真が撮れます。衣装の色を寺院のカラーに合わせて選ぶのもトレンドのひとつです。

■ タイ伝統衣装レンタル情報

- ・ **レンタル料金**：1着あたり約 200～300 バーツ（日本円で約 980～1,500 円）。
*ヘアセットやアクセサリも込み。
- ・ **着替え時間**：5分ほどで完了。
- ・ **予約について**：平日はウォークイン OK ですが、土日は混雑するため事前予約がおすすめです。

■ おすすめスポット

1) **ワット・アルン（暁の寺）**：チャオプラヤー川沿いに立つバンコクを代表する寺院。朝日や夕日に照らされた仏塔の美しさは格別で、タイ衣装との写真撮影スポットとして世界的に人気です。衣装レンタルショップはアルンアムリン通りのソイ 10～15 近くに多数並んでいます。

ワット・アルン近くの「アルンカフェ（ARUN CAFE）」では、ワット・アルンの屋根瓦をモチーフにした 3D アイスクリーム「Pop Icon」が人気です。撮影後のひと休みに、ぜひお試しください。



出典：Instagram @popicon.official

2) **ワット・ポー（涅槃寺）**：全長 46 メートルの黄金に輝く「涅槃仏」で有名な寺院です。境内はとても広く、見どころが多いので 1～2 時間かけてゆっくり見学するのがおすすめです。ワット・アルンとも近く、渡し船でアクセスできます。

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

3) ワット・プラケオ（エメラルド寺院） & 王宮：タイで最も格式の高い王室寺院で、「エメラルド色の翡翠で作られた仏像」が安置されています。荘厳な建築美は一見の価値ありです。

※ **服装注意**：王宮・寺院へは肌の露出が少ない服装が必須です。短パン・ノースリーブでは入場できません。ただ、タイ衣装を着ていれば問題ありません。もし入場 NG の服装で来てしまった場合にも、寺院入口近くで服を借りることができます（有料）。

【トレンド② タラートノイ&ソンワート通りを歩く】



出典：<https://www.pexels.com/photo/tourists-admiring-street-art-in-bangkok-alley-36772466/>

バンコクには最先端のショッピングモールだけでなく、200年以上の歴史を持つ「タラートノイ」という古い町並みも残っています。「タラートノイ」とはタイ語で「小さな市場」という意味です。かつてチャオプラヤー川沿いの重要な交易港として栄え、中国系移民の文化が今も色濃く残るエリアです。

タラートノイでは路地を歩けばカラフルなストリートアートが目飛び込み、歴史的な建物やコロニアル様式の建築が立ち並びます。地元の素朴な食堂やトレンド最先端のカフェが共存するこのエリアは、新旧が融合した魅力を体感できる場所です。



出典：<https://www.pexels.com/photo/giant-robot-overlooking-traffic-in-bangkok-street-36703710/>

また、タラートノイに隣接するソンワート通りは、100年以上前の建物をリノベーションしたギャラリー、カフェやセレクトショップが急増中の最新の注目エリアです。タイの中華街やワラートやタラートノイ地区と隣接しているため、3つのエリアをまとめて、半日かけてゆっくり歩き回ることができます。

■ 見どころ

- 1) **ソイ・ワニット2のストリートアート**：細い路地に色鮮やかなストリートアートが点在しており、インスタ映えスポットとして大人気です。路地をゆっくり歩きながら、古い街並みと現代アートを一度に楽しめます。
- 2) **ソー・ヘン・タイ邸**：200年以上前に建てられた中国式の歴史的建築物で、現在も一族が住み続けています。一部の日程で内部見学が可能です。タイムスリップしたような体験ができます。
- 3) **タラートノイ博物館**：旧機械工場を改装したコミュニティ博物館。タラートノイの歴史と、この地に根付いた中国系移民のストーリーを展示しています。入場料は無料（月曜休館）。

【トレンド③ ロングテールボートで水上観光】

バンコクはかつて「東洋のベニス」と呼ばれていたほど、水路が発達した都市です。現在も多くの運河が市内を縦横に流れており、ロングテールボートに乗って水上から街を眺める体験が人気を集めています。



出典：<https://www.pexels.com/photo/close-up-shot-of-a-boat-on-chao-phraya-river-in-thailand-4238006/>

ロングテールボートとは、細長い船体と水面の上に突き出した長いエンジンシャフトが特徴的なタイ伝統の小舟です。迫力ある音と速さで運河を走り抜ける爽快感は、バンコクでしか味わえない体験です。

■ おすすめルート

- 1) **パーシーチャルーン運河**：タイ国王ラーマ4世の時代（19世紀）に掘られた歴史ある運河。両岸には地元の人々の家々、水辺のお寺、食べ物を売る屋台船が並びます。ルートのハイライトは「ワット・パークナム」です。高さ69メートルの巨大な瞑想仏像と白亜の5階建て仏塔が水面に映える姿は圧巻で、「宇宙寺院」としてSNSで話題になっています。最上階の天井は宇宙をテーマにしたガラスアートで装飾されており、必見です。
- 2) **バンコクノイ運河**：トンブリー地区の古い町並みを楽しみながら、チャオプラヤー川へと続く歴史あるルートです。見どころはタイ王室の豪華な儀礼用帆船を展示する「王室帆船博物館」です。ルート上には美しい寺院も点在しています。
- 3) **バンコクヤイ運河**：ターク・シン（トンブリー）王朝時代から続く運河沿いの歴史的コミュニティを巡るルート。「芸術家の家」では、タイの伝統的な人形劇を鑑賞できます（要事前確認）。ワット・アルン、ワット・カラヤナミット（中国系タイ人が多く信仰

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

する寺院) など5つの名刹を参拝する人気コースです。

■ ボート料金情報

- ・ **料金（貸し切り）**：約10人まで乗船可能
1時間コース：1,000~2,000 バーツ（約5,000~10,000円）
2時間コース：3,000~4,000 バーツ（約15,000~20,000円）
 - ・ **運行時間**：通常09:00~16:00頃（ルートにより異なります）
 - ・ **安全対策**：全席にライフジャケットが用意されています。
 - ・ **乗り場**：ワット・アルン周辺、サトーン船着場、アジアテイク前など複数あります。
 - ・ **服装メモ**：水しぶきが飛ぶことがあるので、着替えや防水バッグがあると便利です。
- ※ **ヒント**：日本語対応ガイドが付くツアーも多数あります。予約サイト（KKday・Klook など）で事前に予約するとスムーズです。

【トレンド④ 美食の街バンコクで「ガストロノミーツーリズム」】

「ガストロノミーツーリズム」とは、観光地を訪れるだけでなく、その土地の食文化・食材・料理人のストーリーを通じて旅先を深く知る旅のスタイルです。タイ料理の豊かさと多様性は、この旅のスタイルに最も適した国のひとつといえます。

2025年、バンコクは権威ある英国誌「Time Out」が選ぶ「世界で最もおいしい都市」ランキングで、世界第2位に輝きました（前年6位）。ミシュランガイド（2025年版）でも、3つ星1店・2つ星7店・1つ星28店のレストランが認定されています。また、安くておいしいお店を紹介する「ビブグルマン」には156店が掲載されており、ミシュランの星がなくてもおいしいお店が市内の至るところにあります。

■ バンコクグルメ4つのスタイル

- 1) **ストリートフード（屋台グルメ）**：バンコクの醍醐味といえば屋台料理です。衛生面を心配する方もいますが、地元の人で賑わっている屋台は新鮮な食材を使っているサインです。代表的なメニューはパッタイ（タイ風焼きそば）、トムヤムクン（エビのスープ）、マンゴースティッキーライス（もち米とマンゴー）などです。

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

- ・ ヤワラート（中華街）の夜の屋台通りは特に有名で、Netflix の料理ドキュメンタリー「Street Food」にも登場しました。
- ・ ジョッドフェアーズ・ラチャダー：MRT（地下鉄）タイ文化センター駅から徒歩5分のナイトマーケット。地元の若者に人気の最新フードエリアです（営業 17:00～01:00）。



出典：<https://www.pexels.com/photo/vibrant-street-food-market-in-bangkok-31027042/>

- 2) **ローカルフード**：屋台とは異なり、ローカルフードは主に店舗型の食堂や専門店において提供される料理を指し、その調理工程や味付けは、より本格的かつ品質が保たれている点に特徴があります。店内には空調設備が整えられている場合も多く、地元住民の日常的な食事の場として広く利用されています。代表的なメニューとしては、カオマンガイ（蒸し鶏ご飯）、クイッティアオ（タイ風麺料理）、ガパオライス、カオカームー（豚足煮込みご飯）、カオゲーン（複数のおかずを選んでご飯に添える形式）などが挙げられます。いずれも価格帯は概ね 60～100 バーツ程度と比較的廉価で、日常的に利用しやすい点も魅力の一つです。
- 3) **ファインダイニング（高級タイ料理）**：バンコクはアジア有数のガストロノミー都市として、タイ料理のファインダイニングが世界的に高く評価されています。伝統料理を現代的に再解釈したコース料理が主流です。季節の食材や地域の特色を活かした一皿一皿が丁寧に提供されます。サービスや空間も含め、食事そのものを“体験”として楽しむのが特徴です。
- 4) **カフェ文化（タイ式カフェ）**：近年のバンコクはカフェ文化が盛り上がっています。タイらしいコンデンスミルク入りのタイミルクティーや、スペシャルティコーヒー専門

店など、おしゃれなカフェが多く誕生しています。

- ・ **バンタットン通り**は Time Out 誌が選ぶ「世界のベストストリート」第 14 位にランクイン。食の天国として知られ、老舗レストランとフュージョンレストランが混在しています。また、おしゃれなカフェやショップ、魅力的なワークショップが体験でき、力強く活力に満ちた雰囲気を楽しむことができます。
- ・ **BTS アーリー駅周辺**：BTS スカイトレインのアーリー駅を中心に広がる、地元バンコクっ子に人気のおしゃれな住宅街。駅の徒歩圏内にスペシャルティコーヒー店、ブランチカフェ、日本風スイーツカフェなどが数多く集まっており、「バンコクのカフェ激戦区」として知られています。観光客より地元の若者が多く、落ち着いたローカル感を楽しめるのが魅力です。

【最後に】

伝統と革新が同居し、グルメも遊びも歴史も、すべてが一つの街に詰まったバンコク。ミシュランシェフのレストランで感動的なタイ料理を味わう夜も、チャオプラヤー川を渡る渡し船から眺める景色も、すべてがバンコクならではの忘れられない思い出になるはずです。

「東南アジアは初めて」という方にとって、バンコクは最適の都市です。英語が通じる場所が多く、交通も整備されており、食の安全性も他の都市に比べると確保されています。そして何より、タイの人々の温かいホスピタリティが旅を支えてくれます。タイには「サバーイ・サバーイ」という言葉があります。「気楽に、のんびりと」という意味で、タイ人が大切にしている人生観のひとつです。バンコクに来たら、ぜひその精神を感じてみてください。

※掲載情報はご自身の判断と責任においてご活用ください。

※別紙に、年内に開催予定のタイ・インドネシア・ベトナムの展示会情報をまとめました。

サポートオフィスでは、現地で開催される展示会へのアテンドも行っております。

関心のある展示会がございましたら、お気軽にご連絡ください。

担当：柴田 隼介 Shunsuke Shibata

Address: 1 VASU1 Building, 12 FL., Room 1202/D, Soi Sukhumvit 25,

Sukhumvit Rd., Klongtoey-Nua, Wattana, Bangkok 10110

Mobile: +66(0)63-228-4585

Mail : shimane-bizsup@aapth.com

島根・ビジネスサポート・オフィス便り vol.138

▶ タイ経済指標

項目	単位	2023	2024	2025	2026
GDP 成長率	前年比 (%)	1.9	2.6	2.4	2.4 (25 年)
人口*	千人	70,104	70,269	70,413	70,436 (2 月)
労働者の数*	千人	40,674	40,356	40,229	42,137 (3 月)
失業率**	%	0.98	1.00	0.81	0.91 (3 月)
最低賃金*	バンコク	353	363	400	400
	チョンブリー	354	361	400	400
	アユタヤー	343	350	357	357
	ラヨーン	354	361	400	400
賃金：全国製造業の平均	バーツ	14,416	14,394	14,394	14,394 (24 年)
インフレ率**	前年比 (%)	1.23	0.06	-0.28	2.89 (4 月)
中央銀行政策金利*	%	2.50	2.25	1.25	1.00 (4 月)
普通貯金率**	%	0.40	0.39	0.20	1.02 (3 月)
ローン金利 (MLR) **	%	6.83	7.14	7.01	7.57 (3 月)
SET 指数*	1975 年 : 100	1,415.85	1,400.21	1,259.67	1,493.69 (4 月)
バーツ/100 円**	バーツ	24.82	23.33	22.00	20.20 (4 月)
バーツ/米ドル**	バーツ	34.80	35.29	32.88	31.79 (4 月)
円/米ドル**	円	144.07	153.72	155.88	158.64 (3 月)
車販売台数 (1 月からの累計)	台数	702,921	559,255	606,712	124,020 (3 月)
BOI 認可プロジェクト	件数	2,383	2,953	3,205	649 (3 月)
BOI 認可プロジェクト金額	10 億バーツ	750.12	973.14	1,615.80	330.13 (3 月)

*期末、**平均