

タイにおける現地情報(Vol.04, No.01 May 2023);Quarterly



ドリアンの季節到来

2023年5月16日
 HS-TECH ENGINEERING
 橋本真也
 Sunisa Thammaphrot

本年度はアフターコロナを見据えたタイでの事業展開に向け、タイにおける消費者行動の変化、ビジネスチャンス等について紹介する。

世帯・月間出費状況推移

2021年～2023年までの各年2月における世帯(2.6人^注)当たりの出費費目とその金額(円換算¹)を図・表1に示した。費目の総計では、65,344円(2021年)から71,400円(2023年)と9.2%の増加が見られた。特に「公共料金、車両の購入、燃料、携帯電話」の費目が総計に占める割合が最も高く2023年2月では23.3%(16,647円)、「家賃、家屋用資材、電気、調理ガス、家電製品」が22.1%(15,850円)であった。タイでは地域ごとの所得格差が甚だしいことから、この出費額がバンコク周辺の間層以上の住民を代表しているとは考えにくい。ただし、消費財に関するタイ展開を検討する際の一助にはなろう。

図・表1 世帯当たりの出費額(円)推移

出費費目	2021年2月	2022年2月	2023年2月	増減傾向
公共料金、車両の購入、燃料、携帯電話	14,851	16,251	16,647	↑
家賃、家屋用資材、電気、調理ガス、家電製品	14,549	15,378	15,850	↑
家禽の肉類、魚介類	6,119	6,642	6,901	↑
家庭用食品、宅配	5,797	6,131	6,433	↑
外食(ライス&カレー、オーダーメイド料理、KFCピザ)	4,480	4,716	4,920	↑
医師費用、投薬料、個人サービス料	3,757	3,777	3,851	↑
果物、野菜	3,399	3,431	3,938	↑
本、レクリエーション、授業料、慈善活動	2,975	2,951	2,991	↓
米、小麦粉、小麦粉製品	2,661	2,551	2,653	↓
調味料	1,525	1,655	1,686	↑
ノンアルコール飲料	1,482	1,497	1,568	↑
衣服、衣類、履物	1,474	1,470	1,474	↓
卵、牛乳	1,356	1,407	1,541	↑
タバコ、酒、ビール	920	935	947	↑
総計	65,344	68,791	71,400	↑

出所:商務省貿易政策戦略室のデータから作成

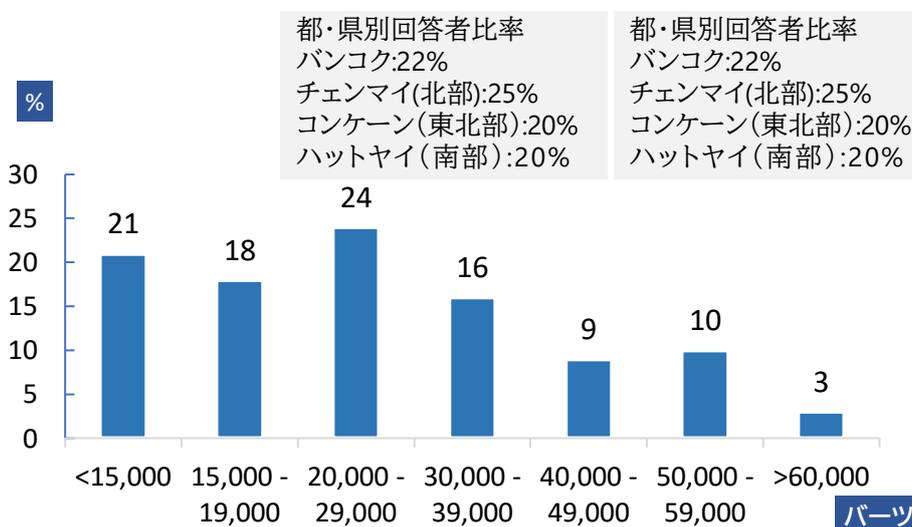
注)世帯当たりの人数は、弊社の問い合わせによる。1960年代は6人を超えていた。

¹ 為替レート:各年2月1日時点

世帯・月間所得額の聞き取り調査

民間調査会社・Deloitte Southeast Asia は 2022 年 8 月、「タイ国消費者動向調査：(タイ人の消費行動と多様性を理解するために)」と題する報告書²(以下、「報告書」)を公表した。調査はバンコク都をはじめ、各地方を代表する都・県の住民・500 人超への面談(2021 年第 4 四半期に実施)結果に基づく。ただし、県・総生産が高い西部地域(図・表 3)での聞き取りは無さそうだ。

報告書によると、世帯・月間所得額・3 万バーツ(12 万円³)未満が母集団の 63%。平均的な世帯・月間所得額は 2~4 万バーツか。確かに、国家統計局による 2022 年第 2 四半期の個人月収 3 万バーツ以上は官公庁職員で 24.7%、民間企業勤務者では 6.9%であった⁴こと等から、面談地域にやや偏りは残るものの、二つの組織が示した結果に“顕著な相違”は無さそうだ。



図・表 2 世帯・月間所得額(2021 年第 4 四半期調査)

出所: Deloitte Southeast Asia のデータから作成、注)世帯当たりの人数は確認できず。

また、報告書では平均的なタイ人世帯が商品を購入する際のチャネル、情報入手先なども分析されている。なお、日本の 2021 年の平均世帯月収は 56.3 万円⁵(14.1 万バーツ)。

ところで、本邦・経済産業省が [Mercer 'Total Remuneration Survey \(2019\)](#)⁶に基づき取りまとめた「[未来人材ビジョン](#)⁷ (令和 4 年 5 月)」によれば、

タイの部長職の年収は 20,539,923 円で 514.6 万バーツ相当だ⁸。この年収を 12 等分した 42.9 万バーツは、図・表 2 に示した世帯・月間所得額区分の遙か枠外にある。ただし、報告書ではわずか 3%(図・表 2)に過ぎない月収・6 万バーツ以上の世帯や富裕層の消費動向への言及はなかった。これらの高所得(世帯)層の出費実態は、図・表 1 に示した傾向とはかけ離れた傾向を示すのだろう。

² The Thailand Consumer Survey Understanding multiplicities in consumer Behaviour.

[<https://www2.deloitte.com/vn/en/pages/consumer-business/articles/thailand-consumer-survey-2022.html>]

³ タイバーツに対して円が爆安状態にあることから 12 万円になる。

⁴ タイにおける現地情報(Vol.03, No.8 December 2022)[<https://www.f-abc.org/news/156/>]

⁵ 松下、林、『日本の消費者はどう変わったか-生活者1万人アンケート結果でわかる最新の消費者動向』、東洋経済新報社、2022 年で示された年収額を 12 等分した。

⁶ 報告書は有料(約 170 万円)であることから、原文を確認しなかった

[<https://info.mercer.com/event-2019-mercero-trs-result-event-2019-11-registration-landing-egypt.html>].

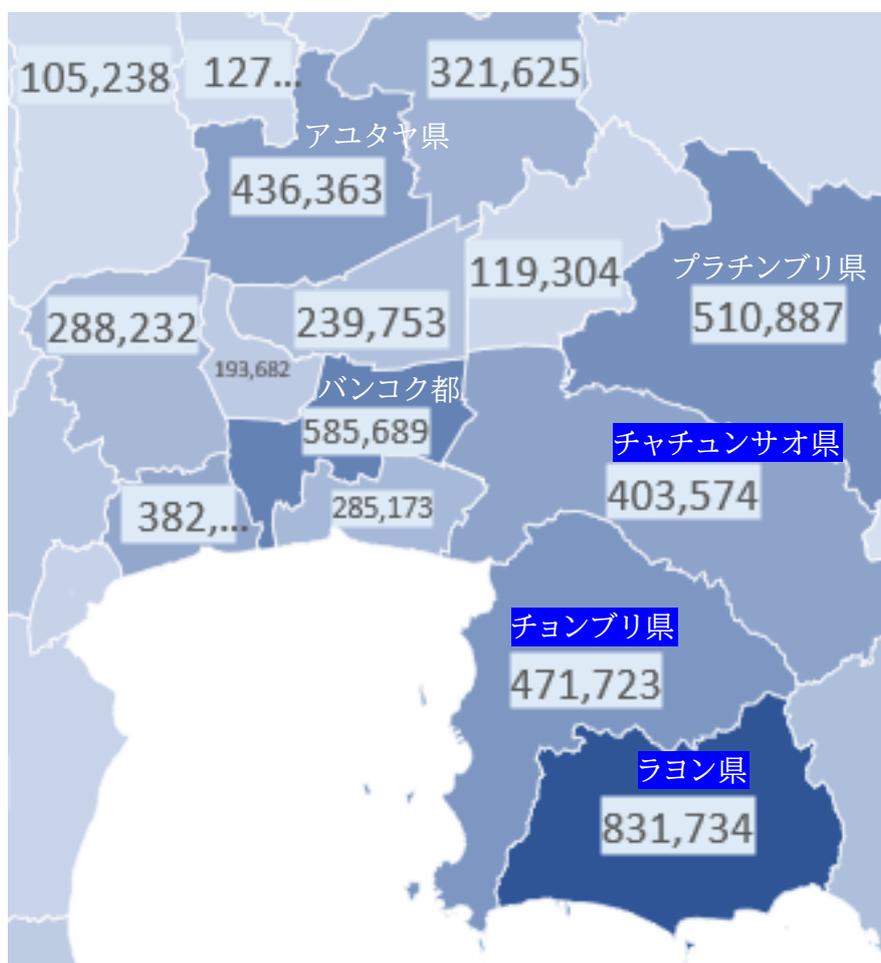
⁷ [<https://www.meti.go.jp/press/2022/05/20220531001/20220531001-1.pdf>]

⁸ 産経電子版(2022 年 9 月 16 日付)[<https://www.sankei.com/article/20220919-NFM6SSW7NPN7PDQQUYTQWLG7TM/>], タイで部長への昇進年齢は 32.0 才(リクルートワークス研究所、「5ヶ国マネージャー調査」、2014 年)。要員の流動性が高い組織では、それでも運営できるのだろう[https://www.works-i.com/research/works-report/item/150409_5mgr_survey_01.pdf].

都・県総生産(Gross Provincial Profit)

図・表 3 にバンコク都周辺約 200 キロ圏内の都・県における一人当たりの総生産(2020 年)を示した。タイ全土でトップはラヨン県の 831,734 バーツ(324 万円)で、沖縄県の 311 万円(2018 年)を上回った。

バンコク都の東部三県(チャチュンサオ県、チョンブリ県、ラヨン県)は、知識集約型産業への転換を通じてタイ産業の高度化、高付加価値化を目指す「タイランド 4.0」の目玉プロジェクト区域に指定され、巨大インフラ(鉄道、港湾、空港)整備、先端産業誘致を重点的に推進している。これらの施策に伴い、前述したような飛び抜けた高所得者層も増加するのだろう。



APEC BCG CONFERENCE
(バンコク、2022 年)



魚介市場(ラヨン県マブタブット市)

図・表 3 都・県における一人当たりの総生産:2020年(タイバーツ)

出所: 国家統計局のデータから作成

BCG: Bio-Circular-Green Economic Model

タイの経営層の ESG 意識は日本より高いのか

図・表 4 に、Google Cloud・グローバルサステナビリティ調査 2023⁹における各国組織のエグゼクティブ層 1,476 名の意識調査結果を示した。「組織において持続可能性に関するテーマは優先順位の何番目か」に対して、シンガポールとタイは第一に優先すべき事項、日本は五番目だった。またタイの経営層の 85%は顧客が「サステナブルなブランドと取引をする傾向が強い」と感じており、日本の 67%よりも高い。

さらに「サステナビリティ目標の遅延や縮小は企業価値を損なう」と考えている割合は、タイが 84%に対して日本はわずか 52%。このような調査にも回答するタイ企業経営層だから ESG(環境・社会・ガバナンス)意識が高いのだろう。また、日本企業のパートナーとなり得るのは、これらの経営層だろう。

図・表 4 Google Cloud・グローバルサステナビリティ調査の要点

調査事項	国	スコア	順位、%
組織において持続可能性に関するテーマは優先順位の何番目か。	シンガポール	1	位
	タイ	1	
	台湾	3	
	日本	5	
	台湾	3	
顧客はサステナブルなブランドと関わり、取引をする傾向が強いと思う割合	シンガポール	97	%
	台湾	89	
	タイ	85	
	日本	67	
	台湾	89	
サステナビリティ目標の遅延や縮小は企業価値を損なうと思う割合	台湾	88	
	シンガポール	87	
	タイ	84	
	日本	52	
	台湾	88	
自社経営層のサステナビリティに関する意思決定プロセスの連携が十分でないと思う割合	シンガポール	85	
	台湾	77	
	日本	63	
	タイ	59	
	台湾	77	
経済状況が不透明なため、以前よりも低予算で企業の持続可能性目標の達成が課題とする割合	シンガポール	85	
	タイ	76	
	台湾	75	
	日本	60	
	台湾	75	

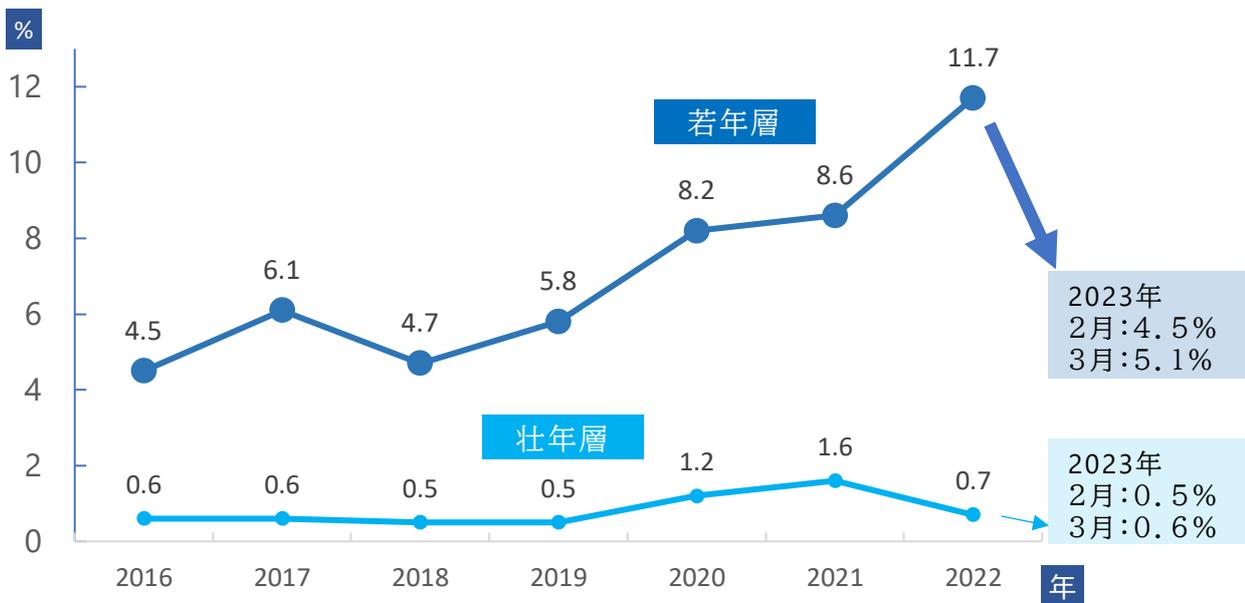
出所: CIO WORLD ASIA ¹⁰から作成

⁹ [https://services.google.com/fh/files/misc/google_cloud_cxo_sustainability_survey_final_2023.pdf]

¹⁰ [<https://cioworldasia.com/2023/04/26/singapore-and-thailand-lead-asian-markets-in-making-esg-a-top-business-priority/>]

若年層の失業率もコロナ禍以前に回復

コロナ禍が明けたにもかかわらず、若年層(24 才まで)の失業率が 2022 年時点で 11.7%まで上昇した(図・表 5)。これは若年層の技量不足だけではなく、職業選択上のミスマッチング¹¹もあるらしい。ただし 2023 年に入り 2 月(4.5%)、3 月(5.1%)と、コロナ禍以前にまで回復した。なお、壮年層(25 才以上)の失業率は 2023 年 3 月で 0.6%だ。



図・表 5 若年層および壮年層における失業率推移

出所：国家統計局のデータから作成



英国系私立学校(対象:1~13 才、バンコク都内)
タイ人児童生徒も多数通学している。

諸事情により教育・職業訓練機会に恵まれない若年層の失業率が回復してきたとはいえ、タイにも年間学費が 60 万バーツ超の私立学校がいくつもある。これを支払える層が確実に存在するのだ。

卒業生の多くは内外の超有名大学に進学する。日本以上の学歴社会であるタイでは、これら卒業生は就職もそれほど困らないようだ。

以上

¹¹ IN-DEPTH RESEARCH ON YOUTH NOT IN EMPLOYMENT, EDUCATION OR TRAINING (NEET) IN THAILAND, UNICEF Thailand Country Office, 2023

[\[https://www.unicef.org/thailand/reports/depth-research-youth-not-employment-education-or-training-neet-thailand\]](https://www.unicef.org/thailand/reports/depth-research-youth-not-employment-education-or-training-neet-thailand)