



# バンコク便り



## 1. はじめに

ジェトロが行った「2023年度タイ国日本食レストラン調査」の結果が発表され、タイ国内の日本食レストランは5,751店（前年比426店増）で、2018年と比較すると1.9倍に増加しています。特にバンコク近郊及び地方の大都市での増加が目立ち、業態別では寿司店、和食店、ラーメン店が多く、増加率では焼肉店、ラーメン店、居酒屋の順となっています。今後もさらに日本食の普及が進んでいくとともに、業態も多様化していくものとされます。

## 2. 現地ビジネス情報（タイの女性向け消費財の動向①）

タイにおける賃金上昇の背景には、男女間の賃金格差の縮小、女性の消費・購買力増加があることから、今回は、女性向け消費財市場の動向を分野ごとにご紹介します。第一回目の今回は、アパレルと食品分野です。

2023年のアパレル市場規模は6.5億ドルで、うち女性向けが3.35億ドルを占めています。タイのファッショントレンドは世界トレンドとほぼ合致しており、現在は2000年頃のトレンドを取り入れたデニムなどのスタイルが流行しています。また、多くのインフルエンサーが、企業からの依頼で商品やサービスをSNSでPRする事も日常化しています。「高級ファッション」市場は19.4億ドル規模までに拡大しており、さらに、今後5年間で年率5.7%の成長が見込まれることから、「高級品を消費する層」が着実に増加していることがわかります。

食品分野では、「代替植物性食品」の気が高まっています。タイのヴィーガン（完全菜食主義者）人口は2～3%と、日本と大きく変わりませんが、仏教への信仰が深く殺生をよしとしない伝統も存在するため、準菜食主義者（フレキシタリアン）はもっと多くいると言われています。例年9月～10月頃に実施される、菜食週間（タイ語名：ギンジェー）に際して行われたアンケート調査（有効回答数1,280人）では、回答者の39.4%が「菜食に参加する」と回答（前年比5.4%増）し、そのうち61.4%が期間中は完全に菜食のみを摂取すると回答しています。そのほか、「健康志向」も大きなキーワードであり、具体的には機能性食品、ノンシュガーのドリンク、アサイーをはじめとしたスーパーフードなどの人気上昇しており、そうした食品を扱う店舗も増加しています。

女性向け消費財トレンドにおいては、「高付加価値消費財の需要が増加している」と言え、賃金上昇に伴う健康や見た目、新しい価値観を意識した商品の選択が増えてきています。



ヴィーガンレストランの店頭

## 3. 現地トピックス（地方旅行・タイ第2の都市チェンマイ！）

年末年始の休暇では、地方に旅行する人が増加します。特にタイ第二の都市であるチェンマイは非常に人気で、往復航空券はオフシーズンの約2倍となる5,000THB（約2万円）程度まで高騰します。寺院や街並みなど観光資源が豊かである事に加え、バンコクと比較すると、気候が比較的涼しい・物価が安い・Wi-Fi整備含めカフェ文化が発達している等、ワーケーションにあった環境も揃っており、「ノマド（時間と場所にとらわれない働き方）の聖地」とも呼ばれています。

ソンテウ（乗合バス）に乗ってワット・プラタート・ドイ・ステーブ（山頂の寺院）や伝統衣装が有名なモン族の村などを回るチェンマイ山岳地帯定番観光コースもあり、在タイの日系大手観光事業者からは、「チェンマイなど北部地域は、まだまだ日本からの観光客数の増加が見込めるため、力を入れている」との話もあります。昨年2月には、大阪ーチェンマイ間の直行便が新設されるなど、今後、チェンマイと日本の相互往来が増えていくことが期待されます。



定番コースの観光マップ

【本件に関する連絡先】 荘内銀行営業推進部 地方創生室 軽部・齋藤 023-626-9019