



バンコク便り



1. はじめに

タイは2月21日に乾季が終わり、暑季に入りました。暑季は5月中旬頃まで続き、その後は雨季となりますが、4月にはタイの伝統行事であるソンクラーンがあります。この行事は、水掛け祭りとして有名で、2023年12月にはユネスコの無形文化遺産に登録されました。ユネスコへの登録を記念してタイ全土でのイベント開催が予定されているほか、これに合わせて政府も特別休暇を設けるなど、例年以上の盛り上がりが見込まれます。今年は一味違ったソンクラーンを体験できるかもしれません。

2. 現地ビジネス情報（タイの女性向け消費財の動向②）

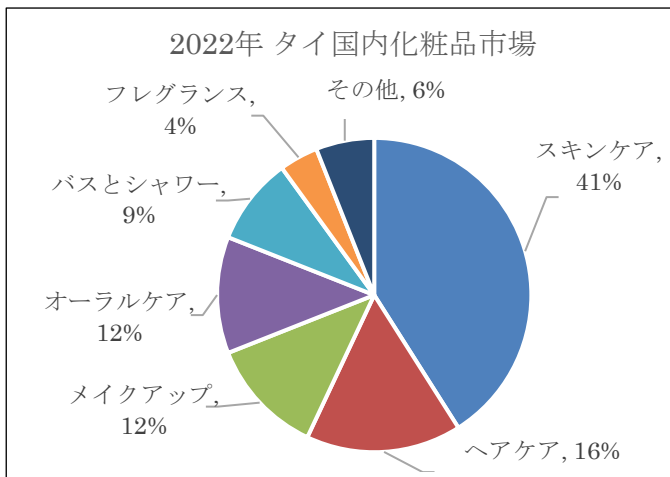
今月はタイの女性向けの消費財市場において、特に注目度の高い化粧品分野についてお伝えします。タイの化粧品市場は2014年以降、年平均7.2%~7.9%の成長率で推移し、2022年の市場規模は2,180億バーツ（約9,000億円）に達しています。

中でも注目すべきは、市場の28%を「中所得層にも購入可能な高価な製品」が占めていることです。現在タイでは、中所得層が拡大しており、今後も、いわゆるミドルハイエンド製品の需要が増加すると考えられています。また、タイの消費者は、より健康を意識するようになっており、見た目をよくするだけでなく「健康に効果がある成分を含んでいるのか」に注目するようになってきています。例えば、オーストラリアの化粧品会社G&Mの「PU'RE Papaya Care」という100%植物性自然由来製品への需要は急増しています。

また、香水の売上も拡大しており、2023年現在の市場規模は3億5,000万ドルとなり、2028年までに年率3.22%の成長が見込まれています。中所得層はより高付加価値の化粧品の購入を増加させると考えられます。

その他、コロナ禍で顕在化した特徴として、セルフケア用品の需要急増があります。家で過ごす時間が増加したことから、個人の美容と健康への関心が高まった事が要因とされています。

タイ国営銀行系シンクタンクの最新レポート（2022年タイ国内化粧品市場）によれば、化粧品市場のうち、スキンケアが41%で最も大きなシェアを占めています。続いて、ヘアケアが16%、メイクアップが12%、オーラルケアが12%、バス・シャワーが9%と続きます。これらのデータからも、肌へのケアが特に重要視されていることがうかがえます。



NC BIZ CENTER 作成

3. 現地トピックス（大規模試食見本市 JAPAN SELECTION の開催！）

2024年1月18日~20日にバンコク中心部の展示会場にて、農林水産省の農林水産物・食品輸出プロジェクト(GFP)として「JAPAN SELECTION FOOD STYLE」が開催されました。本イベントは、試食や輸出ロット・価格などの条件提示だけでなく、その場で購入手続きまでできる仕組みが導入されました。これまで日本食のプロモーションは地方ごとに開催していましたが、今般は、初めて「オールジャパン」で取り組むB2B向けの大規模な食品試食見本市として実施されました。日本食品のさらなるタイ進出に向け、これからもこうした新しい形態のイベント開催が期待されます。



会場内の様子

【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