

□ ■ タイ財団インタビュー ■ □

～日系企業との取引に関心のあるタイ現地財団をご紹介します～



# Thai Health Promotion Foundation

タイヘルス・プロモーション・  
ファウンデーション

チャンウィット ワサナタラット医師

元ディレクター

## 1. 貴財団の事業内容、規模について教えてください。

Thai Health Promotion Foundation は首相の管理下にある政府機関です。人々の健康促進のため、また健康に配慮した生活環境をタイ社会に整備するため支援に取り組んでいます。

## 2. 事業内容と財団の役割について教えてください。

主な役割は、政府、私立、民間機関と連携し、国民が健康的な生活を送り、タイ社会が健康に配慮した生活環境を築けるよう、食事や生活習慣などの分野で啓蒙を行っています。例えば、高齢化社会を迎えたタイで、弊財団も高齢者の健康促進、高齢者用の施設や居住環境づくりの支援をしています。タイの高齢者向け設備やサービス提供のため、高齢化社会先進国の日本の知識を応用しながら活用しています。

### 3. 事業運営にあたり大事にしている方針について教えてください。

基本方針は色々な機構や部署と協力しながらタイ国民の「生まれてから亡くなるまで」の健康を支援することです。例えば、妊婦に自分自身の健康管理について啓発することは、母体と胎児に安全をもたらします。

### 4. タイ国民のため、現状、どのような健康支援策がありますか。

高齢化社会という問題に対して、国家高齢者委員会は、高齢者がより良く生活できるよう様々な方針を打ち出しています。例えば、タイ国民年金基金です。従来の社会保険年金制度はタイ国民労働者の25%或いは1千万人ほどしかカバーしていません。また保険料率は政府と雇用者、被雇用者それぞれ3%に過ぎません。故に、退職後の年金受給額はわずかです。社会保険制度ができてから間もないため、現代の高齢者の大半が制度に加入していないという問題点もあります。国民年金基金は退職後に備えた貯蓄を奨励し、タイ国民の未来の安定を築く役割があります。

### 5. 高齢者向けの商品、施設、介護サービスに関するタイの現状と今後の傾向について教えてください。

タイで市場規模が拡大し続けていて、将来、重要な消費者層となるグループ、それは高齢者向け市場です。タイで高齢者向け機器、商品やサービスの供給はまだ少ないため、大きなビジネスチャンスといえます。高齢者向け商品を購入するのはシニア世代に差し掛かるグループ、つまり、高齢者である両親や祖父母のために商品を購入する彼らの子供達の世代です。日本から製品を輸入し直接高齢者に販売することはまだできません。現代のタイ高齢者は高齢化社会に直面したばかりで、高齢者向け商品について知らず、使った経験もないため、高齢者向け商品の購入を考えないでしょう。高齢者向け製品を購入し、実際に使用するのはシニア世代に差掛かる40歳以上のグループかと思われます。高齢者よりも彼らのほうが商品やサービスに関心をもっています。彼らは高齢になっても生活の質を向上させる方法について学んでいますし、労働者のための制度に加入し、購買力が高い世代です。



チャンウィット先生が興味を持っているショッピング・リハビリ・カート

## 6. 現状、シニア市場で必要とされる商品やサービスは何でしょうか。

高齢者向けの食品、生活に役立つ便利商品です。しかしながら、タイ人に見合ったデザインや形状を研究する必要があるでしょう。またタイでの市場拡大のため以下二つの重要なポイントがあります。

- 現代のタイ高齢者は高齢者向け商品やサービスを実際に目にしたり体験したことがない。
- 10～20年後に高齢者となる世代は高齢化社会をどう生きるか学びつつある。

タイに輸入される製品はこの二つのグループの需要を満たす必要があります。また、日本人は機能がたくさん備わった機器を好むかもしれませんが、タイ人はマニュアルを読まなくても簡単に操作できる、使い易い製品を好む点が日本人と大きく異なっています。将来性としては、高齢者向け機器やサービスより先に、高齢者向けの洋服、靴、食品といった商品の需要拡大が見込まれます。

## 7. 日本の製品や技術に関心はありますか。

日本の食品工場またシニア向け製品の製造方法に関心があります。例えば尿失禁といった問題をかかえる高齢者向けの吸水・速乾性をもつ洋服などです。高齢者向けの下着の需要はあるはずですが、タイではまだまだあまり販売されていません。日本の歩行器などの最新技術はタイでも求められています。しかしながら、高価なため、一般のタイ人にとって全てを購入することは困難です。タイで市場拡大を目指すには原価を抑えなければなりません。また、60歳以上の高齢者のために40代前後の人々購入するので、その世代に魅力的な商品であることが重要です。

## 8. 日本の政府或いは私立の機関と協働したことはありますか。もしあれば、難しかった点について教えてください。

直接ではありませんが、パートナーを仲介して、或いは弊財団が協力しているタイ政府が日本の機関と協働することはあります。例えば JICA の高齢者向けプロジェクトです。事実、日本側がタイのさまざまな省と協力して、タイ国内で高齢者向けプロジェクトをすすめています。例えば、保険省は高齢者の健康面で、労働省は高齢者の雇用確保の面で、社会開発・人間安全保障省は高齢者の福祉面で日本側と協力しながら支援しています。

**9. タイにおける新型コロナの影響と新型コロナ終息後のビジネスチャンスについてご意見を伺えますか。**

今後の傾向としては、健康や予防グッズに関するビジネスの拡大が見込まれます。タイ人も日本の衛生面の考え方を取り入れ応用しながら、これまで以上に健康に配慮するようになるでしょう。また食品と衛生用品、布マスクや衛生マスク、手を洗う装置などのタイへの輸入が増えると思われます。感染予防グッズ、スプレーといったものもタイに輸入できる機会となります。タイを衛生用品の製造拠点として ASEAN 諸国に販売することも可能でしょう。日本の製品は衛生面で際立っているので、諸外国の製品より大きなビジネスチャンスがあると考えます。

**10. タイ企業と日本企業のビジネスマッチング、交流会、展示会などの参加に興味はありますか。**

関心はあります。タイと日本両国の健康で幸福な生活、今後の方向性や傾向について話す機会があればいいですね。オンラインのビジネスマッチングもあれば興味があります。もし、タイ市場開拓できるような製品があれば関心があります。タイの経営者も新しい製品を望んでいます。例えば介護用のポータブルトイレなどは需要があります。しかしながら、タイで市場をどのように拡大していくか見極めなくてはなりません。タイ国内に在住する日本人の高齢者、あるいは中上流層のタイ人をターゲットにできるかもしれません。

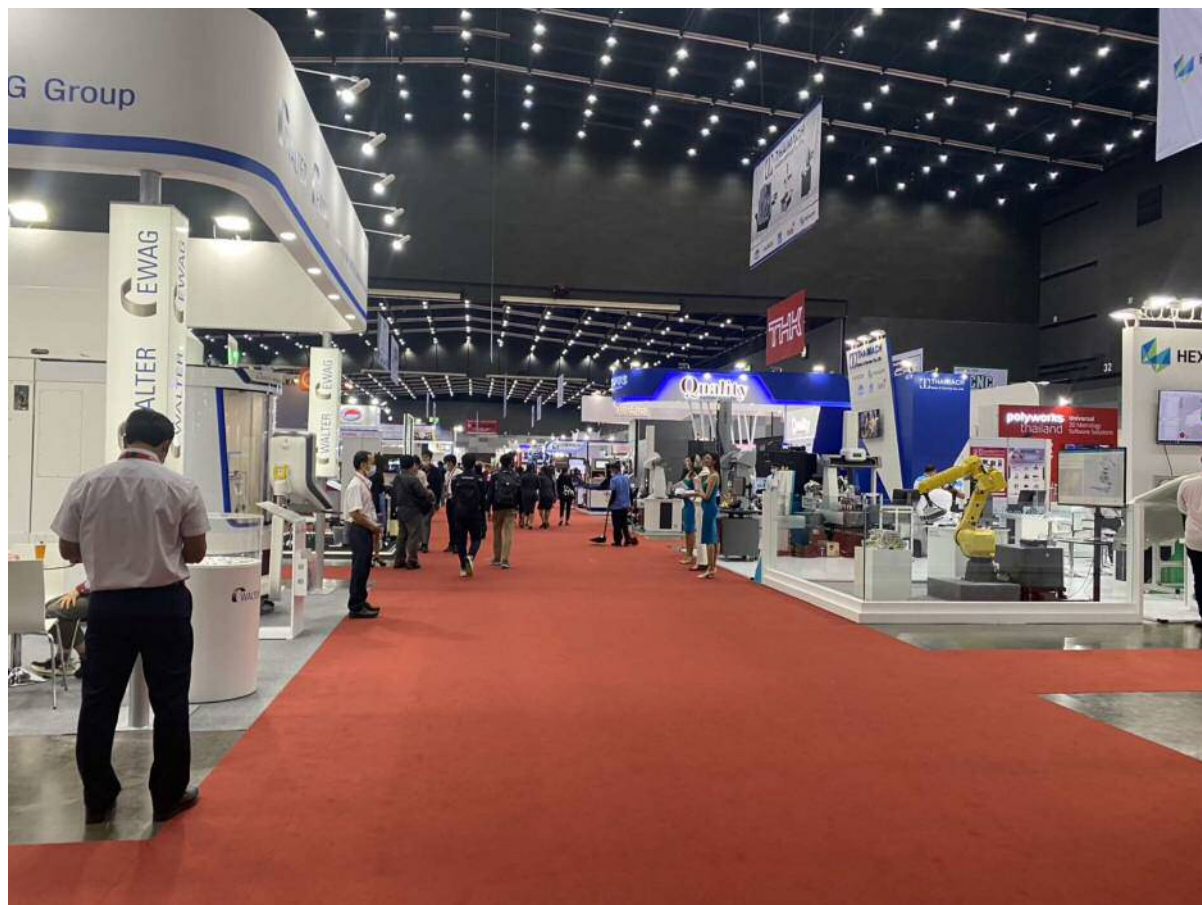
**11. 最後にタイ進出に関心がある島根県の企業及びタイの日本企業に PR をお願い致します。**

製品やサービスの種類に関わりなく、タイ進出を検討している日本の投資家や経営者を歓迎します。とりわけ高齢者向け市場は拡大しています。日本製品は原価が高く、タイで高齢者向け市場を開拓していくにあたり、市場開発の方法について学んだり、日本企業が製品を比較的安価で輸出するための何らかの支援が必要かもしれません。高齢者向け市場規模は大きく、拡大しており、購買力もあります。加えて、タイには製造拠点として投資するだけの将来性もあります。現在、タイ政府も税務恩典などで、食品や健康関連の製品を製造している海外企業の投資奨励をおこなっており、原価低減の後押しをしています。タイと一緒に高齢者のためのイノベーション、製品開発を行いましょう。

**【財団概要】****財団名** : Thai Health Promotion Foundation**住所** : 99/8 Soi NgamdupleeThungmahamek,  
Sathorn, Bangkok, Thailand 10120**Tel** : (+66)2-343-1500**Fax** : (+66)2-343-1501**Email** : InterRelations@thaihealth.or.th**URL** : <https://en.thaihealth.o>

□ ■ METALEX2020 レポート ■ □

～コロナ禍の中で開催された ASEAN 最大規模の製造業展示会～



例年より閑散とした展示会場

こんにちは。島根ビジネスサポートオフィス神谷です。

去る2020年11月18日～21日の4日間、ASEAN最大級のものづくりの展示会METALEX2020が例年通りタイのBITECで開催されました。今年はコロナの影響もあり、Japan Pavilionはもとより、各県の展示ブースも出展を見合わせる中、展示会はどのようになっているか視察してきました。

会場を訪れたのは例年ですとオープニングイベントも多い初日18日。残念ながら会場は写真の通り比較的閑散としていました。主催者の発表によれば前年2019年の開催では来場者が初の10万人を突破（100,475名）、出展企業数も970社と過去最大規模を誇っていました。2020年の開催では来場者53,122名、出展企業数については公式な発表はないものの、筆者が会場で出展社リストを目視で確認する限り300社ほど、ドイツや台湾は協会のブースが設けられていたので、企業数に換算するとそれより多いように見受けられました。開催スペースも例年であれば会場1階の98～107全ホールを使い、

2階の小ホールや会議室は各種イベントやセミナーで盛況でしたが、今年はセミナースペースも含め1階98-103ホールに収まり、規模的には半減といったところでした。



また、来場や出展がかなわない方向けに、主催者は「METALEX 360°」と銘打ってサイト内で Virtual tour も実施していました。こちらは現在でも登録を行えばサイト内で見ることができます。

<https://www.metalex.co.th/>

この様に例年とは様子の異なる展示会でしたが、島根県内企業の合併先である C.C.AutoPart 社の環境関連製品の周りには人だかりができていました。

タイにおいては PM2.5 に代表される大気汚染や、工場の生産過程で生み出される産業廃水による水質汚染は環境問題の中でも注目を集めているところです。

この日は C.C.AutoPart 社が新たに日本から導入した製品（切削などで使う工業用油脂を廃棄せず、廃水と油分にわけ、脂分をリフレッシュさせて長く使用する設備）の PR をブンラート社長自らが行っていらっしゃいました。



ブンラート社長と(株)研電社スリットセーバー

日本の技術に対する信頼は引き続き厚いものを感じます。

コロナはまだ世界的にも予断を許さない状況ではありますが、2021年度の METALEX の日程は既に発表されました。2021年11月17日（水）-20日（土）の4日間です。

その頃には日本とタイとの往来が今よりも自由になっていることを願わずにはられません。

## ☆☆タイからの便り☆☆

### ～タイの韓流ブーム～

こんにちは。島根ビジネスサポートオフィスの柴田です。

最近の韓国のエンターテインメントの躍進には目覚ましいものがあります。韓国映画「パラサイト」が、第92回アカデミー賞で、外国語（非英語）作品として史上初めて受賞した作品賞を含む、脚本賞、国際長編映画賞とポン・ジュノ監督が受賞した監督賞の4部門受賞という快挙を成し遂げたことは記憶に新しいかと思います。また、音楽でも、K-POPグループがアメリカの人気トーク番組に出演し、パフォーマンスを披露するなど、国際的な存在感を増しています。今回は、そんなアジアを超えて注目を集める韓流エンターテインメントの、タイでの人気についてお伝え致します。

#### 【数字で見るタイの K-POP 人気】

近年、グローバル戦略の1つとして、韓国で多国籍グループが増えてきており、そこでメンバーとして活躍するタイ人も増えてきています。その中でもタイで特に高い人気を誇るのが、女性アイドルグループ「Blackpink」のリサさんです。グループでは、炭酸飲料「ペプシ」のアジア・太平洋地域のイメージモデルに就任したり、世界的な人気を誇るゲーム「PUBG MOBILE」とのコラボや、タイの銀行「カシコン銀行」のイメージキャラクターを務めています。また、個人と

しても、タイの通信事業会社 AIS のイメージキャラクターを、同じく K-POP グループ「GOT 7」のタイ人メンバーであるベンベンさんと共に務める等、タイ国内での広告露出も多く、人気を確かなものとしています。



BTS チットロム駅に掲載されている K-POP グループ「Blackpink」の PEPSI の広告



BTS サイアム駅の Blackpink のタイ人メンバー-Lisa さんがイメージキャラクターを務める AIS の広告

K-POP の人気動向などの情報を発信する韓国のウェブサイト「K-POP Radar」によると、具体的な数字の発表はなかったものの、2019年7月～2020年6月までの1年間に、TwitterでのK-POP関連のツイート件数が世界で最も多かったのがタイであり、2位の本場韓国をしのぐものでした。このランキングで日本は9位につけています。

ドイツの Statista 社の 2020 年 10 月時点の各国の Twitter ユーザー数に関するデータを見ると、タイのユーザー数は 735 万なのに対し、日本のユーザー数は約 7 倍の 5,190 万人と大きな差があります。この大きな母数の差があるにも関わらず、K-POP 関連ツイート件数が世界 1 位ということで、タイ国内におけるその関心の高さが伺えます。

**K-POP 関連のツイート件数の多かった国  
(2019年7月~2020年6月)**

| 順位 | 国      | アカウント数  | 順位 | 国      | アカウント数  |
|----|--------|---------|----|--------|---------|
| 1  | タイ     | 735 万   | 6  | ブラジル   | 1,665 万 |
| 2  | 韓国     | 520 万   | 7  | マレーシア  | 315 万   |
| 3  | インドネシア | 1,320 万 | 8  | 日本     | 5,190 万 |
| 4  | フィリピン  | 780 万   | 9  | メキシコ   | 1,065 万 |
| 5  | アメリカ   | 6,870 万 | 10 | アルゼンチン | 520 万   |

出所：K-POP Radar、Statista

また、現在タイ国内で連日行われている、若者による反体制デモでも、デモで使われるヘルメットやレインコートの購入のために、タイで展開している芸能人の非公式ファンクラブが寄付金を募ったところ、総額約 1,580 万円が集まりましたが、寄付を行った全 37 組のうち 30 組が K-POP グループのファンクラブだったことから、K-POP グループの持つ影響力が、思わぬところで発揮されることとなりました。

### 【数字で見る韓流ドラマ、韓流映画人気】

韓国の映像作品、特に韓流ドラマの人気は根強いものがあります。ストリーミングサービス集計サイト「FlixPatrol」による、2020 年 11 月時点のタイの Netflix における、年間の TV シリーズの視聴回数ランキングを見ると、上位 50 作品の内、なんと計 21 作品が韓流作品という結果となりました。トップ 3 を独占、更にトップ 10 の 7 作品が韓流ドラマという圧倒的な支持を受けています。

ランキング 1 位は「サイコだけど大丈夫」という作品で、その他日本でも大きな話題となった、「梨泰院クラス」と「愛の不時着」もそれぞれ、21 位（韓流作品：12 位）と 24 位（韓流作品：15 位）にランクインしています。一方で日本の作品については、上位 50 位にランクインしている作品は計 4 作品のみで、全てアニメ作品。最上位は、現在日本で大人気の「鬼滅の刃」で 14 位と健闘したものの、その他の 3 作品は全て 40 位台でした。



また、映画の興行成績を集積、分析するウェブサイト「Box Office Mojo」を参考に、タイで現在までに劇場公開された作品の成績を見ると、日本作品で歴代興行収入1位を記録した作品は2016年公開の「君の名は。」で、同年に公開された全作品の興行収入ランキングで、上位のほとんどをハリウッド映画が占める中、38位にランクインをしています。しかし、韓国のゾンビ映画「新感染 ファイナル・エクスプレス」はその上を行く19位にランクイン。興行収入を見ても「君の名は。」の倍近く、本国韓国を除き、アメリカに僅差で次ぐ2位、国外興行収入の約17%を占める高い数字を記録しました。

ところが、視野を世界に広げると、「君の名は。」は、中国や韓国、台湾で日本映画の歴代興行収入1位となるなど、アジアを筆頭に、「新感染 ファイナル・エクスプレス」よりも世界各国で高い評価を得ています。2016年の世界興行収入を見ても、「新感染 ファイナル・エクスプレ

|        | 君の名は。          | 新感染<br>ファイナル・エクスプレス |
|--------|----------------|---------------------|
| タイ興収   | \$ 1,222,693   | \$ 2,126,556        |
| 日本興収   | \$ 233,794,134 | \$ 568,538          |
| 韓国興収   | \$ 27,938,477  | \$ 80,466,363       |
| アメリカ興収 | \$ 5,017,246   | \$ 2,129,768        |
| 世界興収   | \$ 357,986,087 | \$ 92,742,323       |

出所：Box Office Mojo

ス」を3倍以上の数字をたたき出しており、ランキングでも「新感染 ファイナル・エクスプレス」が81位なのに対し、「君の名は。」は22位と大きな差をつけています。このことから、「君の名は。」がどれだけ国際的な大成功を収めたか、またそれとは対照的に、「新感染 ファイナル・エクスプレス」が、タイで局地的とも言える高い注目を集めていたことが分かります。

現在、日本国内で上述の「君の名は。」や「アナと雪の女王」を超える興行収入を上げている映画「劇場版『鬼滅の刃』無限列車編」ですが、タイでも12月9日から劇場公開がされます。日本での記録的大ヒットにより世界中で大きな話題を呼んでいる本作が、タイでどれだけの成績を残せるかが注目されます。

## 【最後に】

今回取り上げた、音楽や映画などのエンターテインメントだけでなく、コスメティックスや料理等、韓国文化は、タイ国内で確固たる地位を築いています。日本のコスメティックスや料理は、タイ国内で韓国のものに勝るとも劣らない人気を誇りますが、今回の調査を踏まえると、エンタメ部門では韓国に大きく水をあけられているように感じました。

今年、2020年に日本のソニーミュージックと韓国のJYPエンターテインメントによる日韓合同のオーディションプロジェクト「Nizi Project」により、世界を舞台に活躍することを目標としたガールズグループ「NiziU」が誕生しました。今後、この「NiziU」を皮切りに、アジア各国で切磋琢磨、協力しながら、世界に通用するエンターテインメントが、同地から多く輩出される日がくることが期待されます。

※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 ; 神谷 靖子 Yasuko Kamiya

Address :1 VAS U1 Building, 12 FL., Room 1202/D, Soi Sukhumvit 25,  
Sukhumvit Rd., Klongtoey-Nua, Wattana, Bangkok 10110

Tel :+66-(0)-2-261-1058

Mobile :+66-(0)-89-200-7763

Mail : shimane-bizsup@aapth.com

➤ タイ経済指標

| 項目              | 単位          | 2017     | 2018      | 2019      | 2020          |
|-----------------|-------------|----------|-----------|-----------|---------------|
| GDP 成長率         | 前年比ベ<br>(%) | 4.1      | 4.2       | 2.4       | -7.1 (1~6月)   |
| 人口*             | 千人          | 67,697   | 67,869    | 68,021    | 68,067 (4月)   |
| 労働者の数*          | 千人          | 37,716   | 38,353    | 38,207    | 38,835 (8月)   |
| 失業率**           | %           | 1.18     | 1.06      | 0.99      | 1.44 (8月)     |
| 最低賃金*           | バンコク        | 310      | 325       | 325       | 331           |
|                 | チョンブリー      | 308      | 330       | 330       | 336           |
|                 | アユタヤー       | 308      | 320       | 320       | 325           |
|                 | ラヨーン        | 308      | 330       | 330       | 335           |
| 賃金：全国製造業の平均     | バーツ         | 12,473   | 12,831    | 13,131    | 13,577 (8月)   |
| インフレ率**         | 前年比ベ<br>(%) | 0.67     | 1.06      | 0.71      | -1.03 (8月)    |
| 中央銀行政策金利*       | %           | 1.50     | 1.75      | 1.25      | 0.50 (9月)     |
| 普通貯金率**         | %           | 0.47     | 0.47      | 0.47      | 0.33 (9月)     |
| ローン金利(MLR) **   | %           | 6.35     | 6.32      | 6.29      | 5.66 (9月)     |
| SET 指数*         | 1975年：100   | 1,753.71 | 1,563.8   | 1,579.84  | 1,237.04 (9月) |
| バーツ/100円**      | バーツ         | 30.27    | 29.26     | 28.48     | 29.33 (9月)    |
| バーツ/米ドル**       | バーツ         | 33.9     | 32.31     | 31.05     | 31.52 (9月)    |
| 円/米ドル**         | 円           | 112.2    | 110.4     | 109       | 107.6 (9月)    |
| 車販売台数 (1月からの累計) | 台数          | 869,763  | 1,041,311 | 1,019,602 | 478,662 (8月)  |
| BOI 認可プロジェクト    | 件数          | 1,227    | 1,469     | 1,500     | 815 (1~6月)    |
| BOI 認可プロジェクト金額  | 10億バーツ      | 625.08   | 549.48    | 447.36    | 213.16 (1~6月) |

\*期末、\*\*平均