

公益財団法人ハイライフ研究所
日本アジア共同研究プロジェクト
取材レポート「アジアの都市ライフスタイル新潮流」

「タイ王国の都市ライフスタイル新潮流」(連載3回)

第1回 タイ社会の変化

主執筆者 NUTTAPOL ASSARUT



- ・ チュラーロンコン大学准教授
(จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย、Chulalongkorn University)
- ・ 1999年チュラーロンコン大学商学部マーケティング専攻
卒業後 SCG グループに入社
一橋大学商学研究科修士 (2005)、博士 (2008)
2008年チュラーロンコン大学商学部講師、2012年当大学准教授
- ・ 研究分野 マーケティング、経営学、商学
- ・ 研究テーマ 消費者行動、プライシング、ブランド、
サービス・マーケティング、文化

共同研究者 古川一郎 一橋大学教授
福田博 縄文コミュニケーション (株)

アジェンダ

1. 生活者を取り巻く環境は大きく変わってきている
2. 少子高齢化社会と女性の社会進出
3. 都市化が進むバンコク、拡大する消費市場
4. 核家族化の進行と人気のコンドミニアム
5. 30年間で世帯収入は7倍に、但し、都市と農村の格差拡大
6. 女性の方が働き者で向学心もある
7. 急速な自動車の増加によるモーターレーゼーションの波
8. バンコクは先進国なみにネット社会化している
9. タイ人独自のライフスタイルと嗜好の理解が必要

1. 生活者を取り巻く環境は大きく変わってきている

タイと日本は昔から王室と皇室の関係も含めて繋がりが深い。1960年代初頭にはすでに、日系自動車産業のタイでの現地生産が始まり、85年のプラザ合意以降は、円高の影響もあ

り多くの製造業がその生産拠点をタイに移転している。また、観光客の行き先人気ランキングを見ても、タイでは日本の、日本ではタイの人气が高く、お互いの国に親近感を持っていることがわかる。このように歴史的に、製造業、観光産業、文化交流活動などによって、両国は良好な関係を築いてきた。

このような良好な関係を反映して、家電製品・自動車・化粧品などの耐久財や生活用品ばかりでなく、音楽・映画・漫画やアニメ・和食などの文化製品においても、タイの生活者は日本製品を高く評価している。しかしながらこの数年、いわゆる韓流ブームによって、韓国製の家電・韓流ドラマ・音楽などの韓国製品・サービスの人気が高まってきている。逆に、90年代にJポップなどによって培われてきたジャパンプランドの人气や競争力が失われている。基本的には親日的であるが、日本に対する印象も大きく変化してきているのである。

今後、タイは2015年のASEAN経済統合化を睨んでより多くの産業の集積が進み、日本やアジア各国、そして欧米に部品・製品を輸出する一大生産基地になると思われる。その結果、タイは経済的にさらに発展し、生活レベルも向上することが予想される。しかし、急速な経済発展は社会に様々な影響を与えている。地方から都市部への移住、富の2極分化、都市と農村の格差拡大、さらに過剰都市化の様々な問題などである。しかしながら、タイの都市部では富裕層や中間層のより豊かな新しいタイプの都市居住ライフスタイルが生み出されており、試行錯誤しながらも快適な生活環境が整備されつつある。

このような新しい環境の中で、タイと日本の相互理解を深めるためには、タイ国の状況およびタイ人の思考や生活文化、ライフスタイルをより理解し、またタイにおける日本文化やジャパンプランドの位置づけ（Market Positioning）を再認識することが必要であると考える。

今回のタイ特集は、タイと日本の共同研究としてタイ関係者への取材、文献や各種データを基に論考を整理し、10月から3回にわけて連載する。今回は、タイの国勢調査データなどを中心に分析し、タイの過去から現在までのマクロの社会変化を考察し、生活者の現状やこれから有望な消費者セグメントを考えていきたい。次回において、バンコク市民を対

象にして実施されたライフスタイル調査を詳細に分析することにより、バンコク市民の価値観や行動を解き明かしていきたい。最終回においては、歴史上の重要な出来事や現在の状況を考察することによって、タイの社会や生活者の特徴を紹介したい。



*バンコク市内「ロイヤルクラブ」から見る
オフィスと高層住宅

2. 少子高齢化社会と女性の社会進出

今日のタイ人の生活行動を理解するためには、まずタイの社会構造の変化を把握する必要がある。タイの国勢調査のデータを見ると、ここ50年間のタイの社会構造の大きな変化が読み取れる。表1はタイ人口の年齢構成であるが、これを見ると、タイでも日本と同様に高齢化・少子化という社会現象が進んでいることがわかる。1960年において、60歳以上の人口はわずか5%に過ぎなかったが、衛生状態の改善、医療水準・医薬の発展にともなって、長寿社会になってきている。2011年には高齢層の人口が12%に、2027年には23%に増加すると予想され、高齢化は将来の大きな社会問題として浮上している。

次の特徴として、女性の社会進出が進み、高学歴志向が高まっている傾向も見られる。そして日本と同様に男女とも晩婚化の傾向が強まっている。出生率も、タイ全土で1.58となり急速に低下してきている。バンコクの出生率は、すでに日本に近くなっているのである。その結果、19歳以下の人口の割合は、2011年には28%であったのが、2027年には20%まで低下すると予測され、19歳以下人口の急速な減少傾向が見える。

このような人口動態の変化は、タイの社会構造を大きく変えることが予想され、豊かなタイ社会を作るためにも、その変化に対応する社会政策や労働・経済政策が喫緊の課題となっている。

表1 タイの人口構成の変化と見込み

(千人)

	1960	1970	1980	2007	2011	2017	2027
0-19才	13,819	19,224	22,574	17,635	18,855	17,192	14,241
20-59才	11,185	13,449	19,805	37,200	40,444	41,571	40,343
60才以上	1,208	1,681	1,944	6,705	8,172	10,691	16,055
合計	26,212	34,354	44,324	61,540	67,471	69,454	70,639
							(%)
0-19才	53	56	51	29	28	25	20
20-59才	43	39	45	60	60	60	57
60才以上	5	5	4	11	12	15	23

出典：Office of the National Economics and Social Development Board, Thailand.

表2 出生率比較

	出生率 (2010)
タイ	1.58
日本	1.39

表3 平均寿命比較

	平均寿命 (2010)		
	平均	女	男
タイ	73.9	77.4	70.6
日本	82.9	86.4	79.6

出典：World Bank WDI 2012.6

3. 都市化が進むバンコク、拡大する消費市場

年齢別人口構成をバンコク首都圏とそれ以外の地域を分けて分析すると、都市部であるバンコクの方が問題は深刻であることがわかる。表4に示されているように、バンコクの19歳以下の人口の割合は、バンコク以外の地域に比べて低く、逆に、労働人口世代である19～59歳層の割合は、バンコク（65%）の方がバンコク以外（59%）よりも高いことが分かる。これは、地方の人々がより多くの所得を求めてバンコクへ出稼ぎに来ているからである。中には、子供を田舎の親に預けて夫婦で出稼ぎという事例も少なからずある。

そしてもうひとつの大きな理由として、バンコクでは比較的教育レベルも高く、経済的にも豊かであり、その結果、晩婚化、未婚化、そして少子化の傾向が進んでいることがある。

これに対して、地方は、比較的経済力が低く、教育環境もバンコクほど充実していない中で、より多くの子供を出産し育てていることがわかる。このことは地方で生まれた多くの子供達が充実した教育を受けられないという状況を示し、貧困の再生産と同時に、将来の人材の質にも影響が出てくるのではないかと危惧されている。

一方、大都会であるバンコクにおいては、経済力が高く、両親とも教育熱心であり、育てる子供の人数が少数であるため、さまざまな機会を子供に与えることができる。現在バンコクでは、こうした子供たちが成長して、これまでよりもずっと洗練された生活者として登場しつつある。

今後は、この層が富裕層、中間層として都市の新しいライフスタイルを形成すると共に、またその層をターゲットにマーケティングを展開することで、さまざまなビジネス・チャンスが生まれることも予想される。また、地方から多くの労働人口がバンコク首都圏に流入することにより、貧富の格差が拡大するものの、バンコクでは様々な生活様式が生み出され消費市場は大きくなっている。

表4 2011年におけるバンコクとバンコク以外の人口構成

	人口 (千人)			割合 (%)		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性
バンコク						
0-19才	1,604	804	800	23%	25%	22%
20-59才	4,461	2,044	2,417	65%	64%	66%
60才以上	800	338	462	12%	11%	13%
合計	6,865	3,186	3,679	100%	100%	100%
バンコク以外						
0-19才	17,250	8,835	8,415	28%	29%	27%
20-59才	35,984	17,849	18,135	59%	60%	59%
60才以上	7,372	3,266	4,106	12%	11%	13%
合計	60,606	29,950	30,656	100%	100%	100%



*アッパーミドル向けの新しいショッピングセンター「PARAGON」

4. 核家族化の進行と人気のコンドミニアム

家族構成の観点から見ると、タイ人は急速に核家族化している。この30年の間にタイの人口は約2.6倍に増え、また表5が示しているように、世帯数は900万世帯程から、約2000万世帯まで増加している。それとともに、一世帯当たりの平均人数を見ると4.5人から3.3人までに減少してきている。“世帯が小さく”なってきた理由としては、子供の数の減少や親から独立して世帯を構えたり、また結婚後、嫁と姑の問題などで親と同居せずに別居を選択する子供夫婦が少なからず出始めてきたことなどが推察される。

但し、タイでは伝統的な家族観として、父母を大切に、家族を大切にする習慣は現在でも確固としたものがあり、家族の絆は強い。

表5 家族構成と経済状態

	1981	1992	2000	2004	2006	2009	2011
世帯数 (千世帯)	9,005	14,996	17,186	18,905	18,055	19,580	19,986
世帯サイズ	4.5	3.9	3.8	3.4	3.4	3.3	3.3

出典：National Statistics Office, Thailand.

さらに興味深いのは、住宅タイプ別の世帯数の変化である。表6によると、2000年においては、一軒家（78%）またはショップハウス（12%）に住むことが多かったが、わずか10年で居住形態に大きな変化が生じたことがわかる。2000年には、核家族の典型的な住宅であるコンドミニアムやタウンハウスが非常に少なかったが、2011年になると、コンドミニアムが8%に、タウンハウスが6%に増加している。特に、バンコクでは、コンドミニアムの世帯数が31%に上っている。さらに最近では富裕層向けに周囲をフェンスで囲んだ高級住宅が並び立つゲーティッド・タウンもバンコク市内では、少なからず見かけるようになってきた。

生活スタイルの変化が住居形態を大きく変えたが、逆にこのような住居形態のトレンドは、タイ人、特にバンコク市民のライフスタイルの変化に大きく影響するものと考えられる。

表6 住宅タイプ別居住形態

	2000		2010					
	世帯数	割合	合計		バンコク		バンコク以外	
			世帯数	割合	世帯数	割合	世帯数	割合
一軒家	12,336,555	78%	14,934,919	73%	915,870	32%	14,019,049	80%
タウンハウス	586,716	4%	1,160,436	6%	419,937	15%	740,499	4%
コンドミニアム	470,469	3%	1,714,439	8%	891,388	31%	823,051	5%
ショップハウス	1,977,409	12%	2,432,202	12%	586,551	21%	1,845,651	11%
その他	506,037	3%	86,508	0%	32,303	1%	54,205	0%
合計	15,877,186	100%	20,328,504	100%	2,846,049	100%	17,482,455	100%

出典：National Statistics Office, Thailand.

*タウンハウス：一棟の住宅で各住宅が壁を共通にし、それぞれ別々に外部への出入口を有しているもの

*コンドミニアム：日本では「マンション」と呼ばれる分譲物件の住戸のこと

*ショップハウス：1階が店で2階が住居の連棟式住居、シンガポール華僑の生活様式から生まれた

*ゲーティッド・タウン：米国発のセキュリティを重視しフェンスで囲み常駐警備員がいる住宅地

バンコクでは、セキュリティよりもむしろステータスとして富裕層の間で人気



*人気のコンドミニアム



*コンドミニアムには、プールやアスレティッククラブが併設されている



*1階が店で2階が住居の伝統的なショップハウス

5. 30年間で世帯収入は7倍に、但し都市と農村の格差拡大

この30年間に、通貨危機や今回の大洪水などの危機的状況はあったものの、タイの経済状況は順調に成長し続けてきた。1981年の全国平均の世帯あたりの月の収入は、3,378 バーツであったが、核家族化が進化したにもかかわらず、2011年の月平均収入は、23,544 バーツに増加している。

また収入に占める支出の割合は一貫して低下し続け、2011年では、世帯の支出は収入の76%で、24%は貯蓄に向かっており、30年前に比べると、タイ人の家計状況は確実に豊かになっていることが分かる。

興味深いのは、世帯あたりのローンの推移である。消費の先取りのためのローンはこの十年間増えてきている。こうしたローンの大部分は不動産を購入するためのローンである。その理由として、特に、この数年間のバンコクにおけるコンドミニアムのブームが、その一因であると考えられている。

表7 時系列で見る全国の世帯月収／支出 単位バーツ 1B=約2.5円('12.9現在)

	1981	1992	2000	2004	2006	2009	2011
世帯あたり収入	3,378	7,062	12,150	14,963	17,787	20,903	23,544
世帯あたり支出	3,374	6,529	9,848	12,297	14,311	16,205	17,861
支出/収入	100%	92%	81%	82%	80%	78%	76%
世帯あたりローン	-	-	68,405	104,571	116,585	134,699	136,562

出典：National Statistics Office, Thailand.

世帯の家計状況をさらに地域別に分析すると、バンコク市民は他の地域と比べて、収入が高く（43,669 バーツ）、また支出と収入の比率もバンコク市民の方が経済的余裕があり、可処分所得が高いことがわかる。一方、北部、東北部は収入がバンコクの半分以下である。このようなバンコクと地方の収入格差は、社会的にも大きな問題となっている。

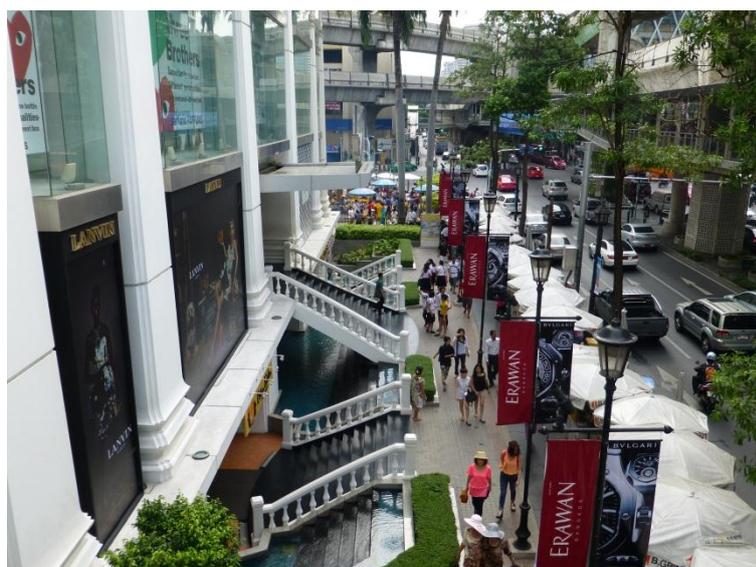
2012年からタイ政府は貧富の格差を解消する政策として、労働者の最低賃金を40%引き上げ日給を300バーツとし、また大学卒の初月給も15,000バーツに引き上げた。さらにタイ農村部では農産物の買い上げ価格を上昇させ、都市と農村部との格差是正に動き出し、今後は国民の平均収入は多少なりとも平準化が進み、全体的にはさらに上昇することが予想される。

表 8 2011 年における地域別経済状態

	収入		支出		ローン	支出/収入
	世帯あたり	一人あたり	世帯あたり	一人あたり	世帯あたり	
全国	23,544	7,403	17,861	5,616	136,562	75.9
バンコクと周辺	43,669	14,179	29,031	9,426	220,226	66.5
中央部	20,445	6,722	17,052	5,607	111,916	83.4
北部	17,247	5,768	14,083	4,710	117,700	81.7
東北部	18,159	5,352	14,750	4,348	133,026	81.2
南部	27,720	8,503	19,570	6,003	114,645	70.6

出典：National Statistics Office, Thailand

タイは階層社会であり貧富の格差が大きいものの、豊かな自然条件と国土に恵まれた国であり、各階層それぞれが所得に合わせて、それなりの快適な暮らしができる。貧困層には、安い食糧や衣料などの基礎的な生活必需品が揃っており、また富裕層には価格に比例



した上質な生活サービス環境が整備されている。そして都市部での生活が困難になれば、田舎の家族の元に帰ることも可能であり、生活に困ることはない。その様な風土を反映してか、タイ人には「マイペンライ」（なんとかなるさ）という気質がある。

* 富裕層、中間層向けのショッピング街

6. 女性の方が働き者で向学心もある

経済的に豊かになるに従い、タイの教育水準は年々高くなってきている。特にこの10年は、各世帯の経済状況が良くなり、大学への進学率が急速に増加した。その結果、現在では大学卒以上の人口が10パーセントを占めるに至った（表9）。さらに興味深いのは、大学卒以上の高学歴層は、女性のほうが高い割合を占めている点である。

タイでは、一般的に女性の方が勉強熱心であり、社会に進出してからも企業などで高く評価されている。女性の共働き比率も66%に達し（日本は42.4%）、良質な労働力として

の源泉になっている。

また、女性は家庭に於いても明るく働き者であり、特に母親は家庭の中心であり、発言力は強くその存在感は大きい。

表9 2011年に学歴別で示した6歳以上の人口

	人口(人)			割合		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
教育なし	1,248,516	1,944,228	3,192,744	2%	3%	5%
小学校以下	9,877,995	11,524,671	21,402,665	16%	18%	34%
小学校	6,873,999	6,216,627	13,090,626	11%	10%	21%
中学校	5,191,129	4,610,302	9,801,431	8%	7%	16%
高校	3,882,348	3,458,722	7,341,070	6%	6%	12%
短期大学	1,148,352	926,766	2,075,118	2%	1%	3%
大学とそれ以上	2,237,124	3,115,788	5,352,912	4%	5%	9%
その他	14,843	16,370	31,214	0%	0%	0%
不明	75,799	50,656	126,456	0%	0%	0%
合計	30,550,105	31,864,130	62,414,235	49%	51%	100%

出典：National Statistics Office, Thailand.

7. 急速な自動車の増加によるモーターゼーションの波

農村部では農産物買上価格を高めに誘導する政策により農民所得が向上し、その結果ピックアップトラックの販売が急速に拡大している。また都市部ではエコカーに対する補助金などの優遇策もあり納車も数ヶ月待ちの状態が続いている。2012年には販売台数が120万台に達することが予想され、タイは自動車社会になってきている。走行する自動車の8割強は日本製であり、日本車に対する信頼は厚い。

現在バンコク市内では、急激な自動車の普及、そして市民の足であるバイクの増大により、深刻な交通渋滞を引き起こしている。本来であれば、将来の人口動態や都市化の発展を見据えた公共交通網の整備などの都市計画と具体的な開発が必要であるが、都市化のスピードに追いついていないのが現状である。

また、モーターゼーションの影響は、タイ人の生活を大きく変えている。自動車の利用は郊外居住を可能にし、現在では、より拡大した郊外の住宅開発も盛んに行われている。

そして、家族などが週末に都心や郊外のショッピングセンターで買物や食事などを楽しむ光景も増えている。今後とも都市部への人口集中が進むことが予想され、モーターゼーションの波はバンコクの生活環境をさらに大きく変えると思われる。

表 10 タイの国内自動車販売台数 単位千台

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
533	626	703	682	631	615	549	800	794	1200 (予)

出典：JETRO、2012

表 11 タイの国内バイク販売台数 単位千台

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1353	1710	1956	2043	1918	1554	1746	1522	1869	2008

出典：Bank of Thailand, 2012



*渋滞が恒常化するバンコク市内



*バイクも重要な交通手段

8. バンコクは先進国なみにネット社会化している

タイにおいてもインターネットや IT 機器が急速に普及し、情報収集の方法や友人や家族とのコミュニケーションの仕方などのライフスタイル、そしてワークスタイルにも大きな影響を与えている。当然、その様な市場の変化は企業にも新たなチャンスをもたらしている。

こうした IT 機器はタイではどの程度普及しているのだろうか。表 12 によると、タイ国全体では、携帯電話、パソコン、およびインターネットは先進国と比べてそれほど普及しているとはいえない。

表 12 IT 機器を使っている 6 歳以上人口の割合

	2003	2004	2005	2006	2011
携帯電話	22.5	28.2	36.7	41.6	66.4
パソコン	19.6	21.4	24.5	25.9	32.0
インターネット	10.4	11.9	12.0	14.2	23.7

出典 : National Statistics Office, Thailand.

しかしながら、これもバンコクとバンコク以外を分けて分析すると違う視点が見える。バンコクでは、携帯電話は人口の 80% まで普及している。これは IT 機器に不慣れな年配層を考えると、すでに飽和状況まで普及していると考えられる。また、パソコンやインターネットも 50% 程度まで普及しており、実質的には、ほぼ全世帯がパソコンやインターネットを利用していることがわかる。すなわち、バンコクでのネット社会化は、都市部での利用可能層で見ると、すでに先進国レベルに達している状況であると考えられる。

最近ではタブレット PC やスマートフォンも販売数を急速に伸ばしており、多くの生活者がネットワークでつながる情報環境が整備されてきている。また特に若者においては Twitter や Facebook などのソーシャルメディアをコミュニケーションツールとして活用し、日常生活の中で、なくてはならないものになっている。

また、ネット販売は、まだそれ程普及している状況ではないが、購入前の商品情報の収集などは、既に習慣化しており、ネットの流通への影響は確実に大きくなると思われる。

表 13 2011 年において IT 機器を使っている 6 歳以上人口の割合

	パソコン	インターネット	携帯電話
全国	32%	24%	66%
バンコク	48%	41%	80%
バンコク以外	30%	22%	65%
男性			
全国	32%	23%	67%
バンコク	50%	41%	81%
バンコク以外	30%	22%	66%
女性			
全国	32%	24%	66%
バンコク	47%	40%	79%
バンコク以外	30%	22%	64%

出展 : National Statistics Office, Thailand.



*デジタル機器は韓国製が人気

9. タイ人独自のライフスタイルと嗜好の理解が必要

今回は、国勢調査データなどのマクロデータを中心に分析することによって、タイの社会構造の変化を見てきた。タイはすでに少子高齢化社会へと変貌しつつある。特に、バンコクではこの傾向は顕著である。これは、バンコク市民が高学歴で、女性の社会進出が多く、晩婚化が進み、未婚率も高く、子供の出生率が劇的に低下している事が大きな理由と考えられる。

しかしながら、特にバンコクの市民は、子供の人数が少ない分だけ世帯あたりの経済状況には余裕があり、様々な都市ライフスタイルを生み出す源泉になっている。またその層は購買力が高く、消費者としてとらえれば魅力的な中間層である。住居形態も昔とは異なり、一軒家を持つことよりも、コンドミニウム居住が増えている。これは、ライフスタイルや消費する商品／サービスに、大きな影響を与えると考えられる。

また、タイの教育水準は以前より確実に向上してきている。特に、女性は勉強熱心であり、男性より高学歴の割合が高く、タイの社会を大きく変える原動力として、また消費者グループとしても大いに期待される。

インターネット／IT 機器の普及についても、バンコクでは他の先進国と変わらない。その他にも、医療技術、生産技術、そして様々なサービスレベルも先進諸国と比べ遜色はなく、むしろこれから先進国の多様な製品・サービスを受け入れ定着してくると、バンコク市民の生活の質はさらに向上することが予想される。

しかし、タイにはタイ独自のライフスタイルや嗜好がある。このことを理解することは、新たに生まれてきている豊かな生活者の心をとらえるために必要不可欠である。次回は、バンコク市民のライフスタイルや価値観を調査したマイクロデータによって、バンコク市民の特徴を浮き彫りにしたい。