

～タイの EC 市場について～

こんにちは。鳥取県東南アジアビューローの辻です。

タイ政府は、タイで新型コロナウイルス感染症が拡大した昨年4月以降、ロックダウンによる規制強化と緩和を繰り返してきましたが、国民生活に大きな影響を与えた規制の一つとして「大型商業施設（デパート・ショッピングモールなど）の閉鎖^{*}」が挙げられます。

（※2021年9月時点では時短営業中）

そのような状況の中、EC（電子商取引）の市場が順調に拡大を続けています。

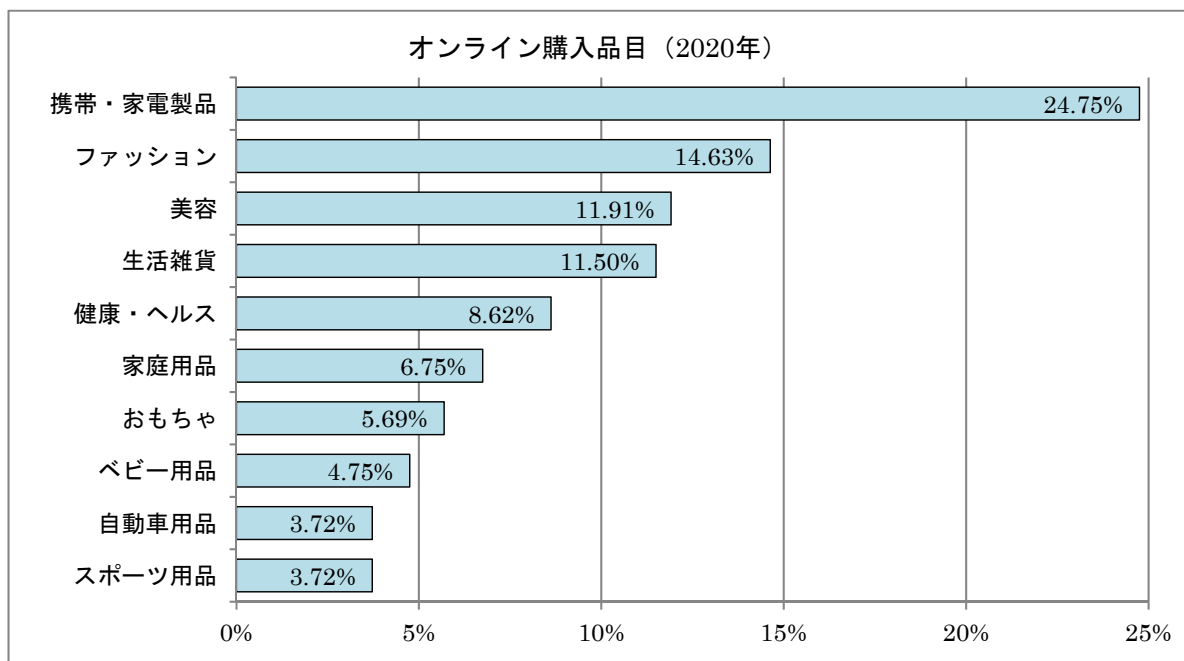
今回は、タイにおける EC 市場についてお伝えします。

<タイの EC 市場のトレンド>

タイのオンラインマーケティングサイト「Marketeer Online」によると、タイの EC 市場の市場規模は、コロナ禍以前の 2019 年は 1,633 億バーツ（約 5,438 億円^{*}）でしたが、コロナ禍の影響を大きく受けた 2020 年には 2,940 億バーツ（約 9,790 億円^{*}、前年比 81%増）にまで成長しました。（※「1バーツ=3.33円」で算定）

2018 年までの市場成長率が 10～20%であったことを考えると、この1年間の成長は驚異的な伸びと言えます。その要因として、コロナ禍におけるロックダウンの規制により、実店舗での買い物ができなくなったことが大きく影響していると言われています。また、利用者の7割以上が、スマートフォンを使用して購入しているなど、スマートフォンの普及も一因と言われています。

品目別の売上げを見ると、最も売れているのは携帯・家電製品で全体の約4分の1を占めています。以下、ファッション、美容、生活雑貨と続いています。



出典：Heroleads (<https://th.heroleads.asia/blog/e-commerce-marketing-2021/>)

＜タイの主な EC プラットフォーム＞

※2020年第4四半期

順位	サイト名	ウェブサイト 月間訪問者数	アプリダウン ロードランク		フォロワー数		
			iOS	Android	Line	Instagram	Facebook
1	Shopee TH	51,242,700	1	1	10,608,340	530,000	19,908,460
2	Lazada TH	38,539,000	2	2	22,385,660	417,000	30,461,820
3	JD Central	2,203,700	3	3	3,957,700	45,800	373,010
4	Central Online	2,131,500	4	5	6,836,770	171,000	1,166,970
5	Advice	1,995,000	—	—	130,970	8,970	488,590
6	Powerbuy	1,940,700	—	—	11,376,150	33,600	1,147,580
7	HomePro	1,656,700	—	—	24,139,670	32,800	1,199,440
8	JIB	1,332,500	10	9	98,210	1,940	449,360
9	Banana Store	1,114,100	—	—	38,290	—	732,830
10	ShopAt24	1,051,900	8	6	11,616,910	9,410	704,960

出典：iPrice Insights (<https://ipricethailand.com/insights/mapofecommerce/>)

タイの EC プラットフォームで2大勢力といえるほど圧倒的な数の利用者を誇るのが、「Shopee（ショッピング）」と「Lazada（ラザダ）」の2社です。

■Shopee

サービス開始は 2015 年と後発ながら、若者に人気のアイドルグループや世界的人気を誇るサッカー選手のクリスティアーノ・ロナウドをブランド大使として任命するなど積極的なマーケティング活動を展開し、タイでもっとも利用される EC サイトの1つになるまで急成長を遂げました。

Shopee が急成長を遂げた最大の要因として、購入者が商品を受け取るまで販売者への支払いを保留する「Shopee Guarantee」という機能が挙げられます。かつての日本と同様に、EC（通信販売）を使ったことがないタイ人は「無事に商品を受け取ることができるのか？」という不安から、EC サイトを通じた買い物を避ける人も少なくなかったですが、この機能により購入者の安全性が確保されたことで、EC 初心者の利用が急増したと思われます。

また、ライバルの Lazada と比べて C2C（消費者対消費者）取引が多いことも特徴です。

残念ながら、対応言語がタイ語のみとなっているため、現地在住の外国人にとっては利用するためのハードルが高くなっています。

■Lazada

タイでまだ EC の利用が少なかった時代に EC サイトを立ち上げた Lazada は、タイにおける EC サイトの先駆的存在です。

ドイツのベンチャー企業「ロケット・インターネット」が、世界最大の EC サイトである「Amazon.com」が参入していない東南アジアのオンライン消費者市場を狙い、2012年にインドネシア・マレーシア・フィリピン・タイ・ベトナムの5カ国でサービスを開始、2014年にはシンガポールでもサービスを開始しました。2016年に中国の EC 最大手のアリババの傘下に入り、その後も利用者・出店者ともに順調に成長を続けています。

出店できるのは法人のみであり、中古品の販売はできないなど、B2C（企業対消費者）取引のみとなっているので、Shopee と比べて幅広い品揃えが特徴です。昨年、自動車メーカーのトヨタがオフィシャルショップを Lazada 内に開設し、純正部品のオンライン販売を始めたことも話題になりました。

英語対応もされているので、外国人も容易に利用できます。

■その他のプラットフォーム

その他にも、実店舗をもつデパート（Central Online）やホームセンター（HomePro）、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなど、あらゆる小売業態が EC 市場に参入を果たしています。

昨年のタイにおける小売市場全体に占める EC の割合（EC 化率）は約 8%でしたが、今年は 10%以上に拡大すると見られており、今後、益々 EC 化率が増加していくと思われれます。

<タイの EC 市場の今後と課題>

Lazada の運営会社 Lazada Thailand によると、タイの EC 市場は 2021 年も順調に成長し、市場規模は二桁拡大すると見込まれています。

同社が運営するブランド正規品のオンライン店舗「LazMall」は、ロックダウンの影響で実店舗での販売ができなくなったブランド各社が続々と出店し、出店しているブランドは前年から 4.5 倍の 9,000 を超えました。売上げが約 63%、注文数が約 67%、顧客数が約 47%とそれぞれ大幅に増加しています。

このように順調に成長を続けるタイの EC 市場ですが、問題がないわけではありません。

タイでは、以前は日本に比べて個人向けの小口荷物の物流サービスがあまり普及していませんでした。近年の EC 市場の成長に合わせて外資を含めた多くの物流企業が参入しましたが、急速な成長スピードに追いつけない状況が続いています。

また、利用者の多くが住むバンコク都心部では慢性的な渋滞が発生しているため、四輪自動車での配送は時間がかかってしまいます。一方、素早い配送が可能なバイク便は、少ない物量しか運ぶことができません。今後、このような物流の問題をどのように解決していくかが課題だと思われれます。

海外から EC 市場に参入する「越境 EC」については、タイでの障壁となるのが「関税」です。

国外からタイの個人（購入者）宛に国際郵便で商品を送る場合、品物の申告価格が 1,500 バーツ（約 5,000 円）を超えると関税が発生し、購入者が受け取りの際に納付しなければなりません。つまり、購入者は商品の購入代金に加えて関税も支払わなければ、商品を受け取ることができないということになります。

タイ王国及び他の東南アジア諸国の経済・産業動向、社会動向報告書

2021年8月

タイの業者と提携し、現地の倉庫に在庫をして発送する方法もありますが、この場合もタイ側で通関する際に関税が生じることは同じで、さらに倉庫の使用料も発生します。また、化粧品や食品などは食品医薬品局（FDA）の認証が必要とされているため、事前に登録申請が必要です。中国のような越境 EC に対する税の優遇措置がタイでも施行されない限り、残念ながら日本からタイへの越境 EC は難しいと言わざるを得ません。

鳥取県東南アジアビューロー Tottori-Southeast Asia Trade and Tourism Bureau
担当：辻 三朗 Saburo Tsuji
Address：1 VASU 1 Building, 12 FL., Room 1202/C, Soi Sukhumvit 25, Sukhumvit Rd., Klongtoey-Nua, Wattana, Bangkok 10110
T e l：+66-(0)-2-260-1057
Mobile：+66-(0)-86-358-7298
M a i l：tottori@aapth.com

【鳥取県東南アジアビューローの運営法人（鳥取県より業務委託）】

■アジア・アライアンス・パートナー・ジャパン株式会社 <http://www.aapjp.com/index.html>

タイを中心に、ベトナム・インドネシア・インド・メキシコにて主に日系中堅・中小企業様の海外進出や進出後の会計税務法務を中心とした運営支援業務を行っております。

【免責事項】

■情報の掲載内容には万全を期しておりますが、その正確性、完全性、有用性、適用性についていかなる保証も行いません。また、その利用により生じた被害や損害に関して一切の責任を負いません。

タイ王国及び他の東南アジア諸国の経済・産業動向、社会動向報告書

2021年8月

ワンページタイ経済

項目	単位	2018年	2019年	2020年	2021年
GDP 成長率	前年比 (%)	4.2	2.4	-6.2	2.5 (1～6月)
人口*	千人	67,869	68,021	68,152	68,161 (1月)
労働者の数*	千人	38,353	38,207	39,451	38,778 (6月)
失業率**	%	1.06	0.99	1.62	1.93 (6月)
最低賃金* バンコク	バーツ/日	325	325	331	331
チョンブリー		330	330	336	336
アユタヤー		320	320	325	325
ラヨーン		330	330	335	335
賃金：全国製造業の平均	バーツ	12,831	13,131	13,562	13,469 (6月)
インフレ率**	前年比ベ (%)	1.06	0.71	-0.84	0.85 (7月)
中央銀行政策金利*	%	1.75	1.25	0.50	0.50 (8月)
普通貯金率**	%	0.47	0.47	0.31	0.25 (7月)
ローン金利(MLR) **	%	6.32	6.29	5.60	5.42 (8月)
SET 指数*	1975年：100	1,563.8	1,579.84	1,449.35	1638.75 (8月)
バーツ/100円**	バーツ	29.26	28.48	29.33	28.95 (8月)
バーツ/米ドル**	バーツ	32.31	31.05	31.29	31.32 (8月)
円/米ドル**	円	110.4	109	106.8	108.3 (8月)
車販売台数 (1月からの累計)	台数	1,041,311	1,019,602	779,857	449,448 (7月)
BOI 認可プロジェクト	件数	1,469	1,500	1,501	801 (1～6月)
BOI 認可プロジェクト金額	10億バーツ	549.48	447.36	361.41	263.84 (1～6月)

*...期末、**...平均