



2012 年 9 月 11 日
WIP ジャパン株式会社

タイにおけるライフスタイルの変化と消費動向 その 1

～ Facebook ユーザー数“世界都市 No1”のバンコク～

グローバルビジネス支援サービスを提供する WIP(ウィップ)ジャパン株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役:上田輝彦ジェームズ、以下、WIP ジャパン)では、海外進出や海外向け E コマースに必須の多言語マーケティング・サービスを提供。世界 89 か国・414 都市という日本最大級の自社ネットワークをフルに活用して、多くのお客様の海外進出を支援するとともに、幅広い分野の調査にも携わっています。

新興国市場調査を行う場合、特に消費者のライフスタイルの変化に注目する必要があります。食品やファッション部門の市場動向の把握や予測にもつながるからです。ライフスタイルの変化の要因はさまざまですが、これまで新興国では電化製品の普及がその要因の一つとして挙げられてきました。実際、電化製品の普及が女性の社会進出を加速し、その結果、アパレル部門の売上げが伸びるといった相乗効果が指摘されてきました。

現在、新興国におけるライフスタイルの変化やその兆しは、2 つの観点からチェックすることが可能です。一つは、WEB ショッピングサイトに並んでいる商品の種類やデザイン。もう一つは、Facebook などのソーシャルメディアの利用傾向やコンテンツです。以下、タイにおけるこれらの傾向を簡単にチェックしてみましょう。同国のライフスタイルの変化が見えてきます。

まず、インターネットの利用状況から見てみましょう。アジアの近隣諸国と比較した場合、タイのネット利用率は低いと言われています。平均的な利用率は 26 ～ 30% 前後といったところです。ただ、首都バンコクに限って言えば 45% とやや高め、この点では地域差があると言えます。

一方でバンコクは、Facebook の都市別ユーザー数では世界一を誇ります。ある調査によりますと、タイ全体の Facebook のユーザー数 1400 万人超に対して、バンコクは 868 万人(2012 年 5 月)です。同市の人口は 1600 万人ですから、バンコクでは半分以上(54%)の人が Facebook を利用していることになります。

ところが、さらに驚くべき調査結果があります。今年 2 月、バンコクのアサンプション(Assumption)大学経営学部の世論調査チーム(ABAC Poll)は、バンコク市民を対象にソーシャルメディアの利用状況についての調査を実施しました。それによりますと、回答者(641 人)の 90% がソーシャルメディアを利用しており、さらにその 98% が Facebook を使用していることがわかりました。ちなみに、Twitter は 21%、アメリカ産 SNS の Hi5(ハイファイブ)は 13% でした。

タイでは、2011 年の初めごろまでは Hi5 が主流で、特に 10 ～ 20 代の若者に圧倒的な支持を受けていました。次回 その 2 では、その背景について述べてみましょう。



WIP ジャパン株式会社について:

2000年に設立されたWIP ジャパン株式会社は、海外リサーチ・マーケティングコンサルティングや多言語翻訳などのグローバルビジネス支援(Global Business Support:GBS)サービスを提供しています。顧客には、多言語で様々な情報を発信・伝達・入手する必要のある約 4 千社以上の企業、政府組織、研究機関が含まれます。

<http://japan.wipgroup.com>

