

## コロナ禍で変化したタイの購買スタイルとデジタル化へのシフトについて



QR決済



### 1. タイで成長するキャッシュレスとソーシャルコマース

新型コロナウイルスを背景に、個人の生活や行動、それを取り巻く社会の意識が変化しています。タイでも同様に在宅勤務やWEB会議など、「非対面」での活動が多くなり、同時に外出を控えることで「非接触」の購買行動が増えています。このように生活意識・行動が変わりゆく中、本稿ではタイで著しく成長する「キャッシュレス」、「ソーシャルコマース」に注目して、現場のトレンドに迫ってきたいと思います。

### 2. タイにおけるキャッシュレス決済の現状について

タイでは日常使いでのキャッシュレス決済の割合は89%と東南アジアの中で最も高い割合です。日本の使用率（約30%）と比較しても非常に高いことがわかります。バンコクの街並みではいたるところで携帯をかざし、支払いをしている光景をよく見かけます。その背景には感染防止対策から現金での支払いを控えるといっただけでなく、政府主導で開発したQRコード決済システム「Prompt Pay」が普及している状況があります。Prompt Payの特徴は、①携帯電話番号や身分証明書が銀行口座番号と紐づけられている。②各銀行が提供するモバイルアプリ内でPrompt Payが使用できる③他銀行向けの送金もわずかな手数料でできる点です。日本にもキャッシュレス決済サービスは存在しますが、

日本の銀行アプリは取引の際に口座番号が必須となります。タクシーの支払いや昼食のフードコート、路面の屋台でさえも、Prompt PayのQRコードで決済ができ、現金受渡しの手間が省け、衛生的にも利便性においても非常に有用です。また、携帯電話番号やQRコードで取引ができるため、数字の入力ミスや誤送金なども防ぐことができ安心です。外国人も利用できます。ここからは現地生活の中で聞いた話になりますが、これらの特質上、安易に支払いを済ませることも多く、レストランで食事を済ませた後、店員になりすました見知らぬ人間が駆け寄り、独自のQRコードを指し示しお金を騙し取られたという事件もあるようです。便利なQR決済であるが故に、このようなニュースもちらほら耳にします。

また「非接触」に加えて「無人化」も一つのキーワードです。例えば駅の構内や商業施設ではマスクや消毒液、コロナウイルスの簡易検査キットまで幅広い衛生用品が購入できる自販機が設置されています。購入しようと試みると現金挿入口にはテープが張られ、QR決済のみの自動販売機もあります。デジタルが不慣れ且つ現金以外の支払いに懐疑的な世代には少々ハードルが高い印象を受けました。その他にはコーヒーや紅茶の無人スタンドもあり、タッチパネルで選択し、プロテイン入りドリンクやタイのフルーツを



様々な自販機

使ったソーダ、甘さの調整など自分好みのドリンクを作ることができます。ちなみに先週「ジンジャーライムソーダ」といった日本では見かけない珍しいドリンクを購入しましたが、程よい生姜の香りと強炭酸の絶妙なバランスで期待以上に美味しくいただきました。タイにご出張の際は、是非自分好みのドリンクを探してみてくださいはいかがでしょうか。

### 3. タイにおけるソーシャルコマースの現状について

「非接触」や「非対面」の観点でいえば、近年タイではSNSを通じた取引「ソーシャルコマース」の存在感が高まっています。米アマゾン、日本の楽天、タイのLazada（ラザダ）などに代表される「Eコマース」は、自社のプラットフォーム上で売買取引を行うのに対して、「ソーシャルコマース」とは、売り手と買い手が直接SNSを通じて売買取引を行うケースです。年間4兆バーツ(約13兆6,000万円)を超えるとされるタイのEC市場のうち、プラットフォーム型は47%、続くソーシャルコマースは38%と市場に占める割合は高く年々拡大傾向にあります。商品の購入に使用されているSNSは「Facebook」が42%、「LINE」が34%と、この2つだけで全体の7割強を占めています。当タイ事務所のスタッフにも聞いてみたところ、「LINE」での商品購入割合が高く、中でも「ファッション製品」「ヘルスケア製品」等の生活用品の購入機会が多いようです。ケーキなどのスイーツを購入したスタッフもいました。当地のLINEは自身の銀行口座と連携させキャッシュレス決済をする人も多くいます。溜まったポイントを次回の購入時に使用できることから、継続的な使用率が高いようです。

### 4. シリキット王妃国際会議場がリニューアルオープン

展示会で訪タイしていた皆さまにはお馴染みのクイーンシリキット国際会議場が9月にリニューアルオープンしました。公社では9月に開催された2つの国際展示会でブースを構え、世界中のバイヤーに都内企業の魅力をご紹介しました。渡航制限の解除により、昨年度に比べて来場者数は増加傾向にあります。マッチング担当の職員からは、「WEB面談で新規顧客開拓に苦戦していたが、展示会では実際に現地ローカル企業ブースを訪問し、製品を手に取りながら担当者とは対面で話し合うことで、次回への面談アプローチへと繋がるケースも多い」と聞きました。11月にはよいよAPEC（アジア太平洋経済協力会議）首脳



TokyoSMEブース  
上:  
Food & Hospitality  
Thailand (FHT) 2022  
左:  
ASEAN Sustainable  
Energy Week 2022



シリキット王妃国際会議場

会談が開催されます。本会議では「新型コロナウイルス感染症流行後の経済回復振興」「貿易促進」「気候変動対策」など多様な観点から議論が展開される予定で有り、注目が集まるところであります。

#### 【まとめ】

ソーシャルコマース等ECビジネスの発展に伴い、日本の中小企業にとっては活動場所に制限されない海外展開アプローチが可能になります。成功に向けては、急速な環境変化に伴う現地ニーズの把握をこれまで以上に行うことも必要となります。

東京都中小企業振興公社タイ事務所では、都内中小企業の海外展開を現地でサポートするとともに、タイをはじめとするASEAN諸国でのビジネスネットワークの拡大に取り組んでおります。

ご利用を心よりお待ちしております。

【執筆】東京都中小企業振興公社タイ事務所  
(Tokyo SME Support Center)

#### 問合先

Tokyo SME Support Center Thailand Branch Office  
東京都中小企業振興公社 タイ事務所  
20th Floor, Interchange 21 Bldg, 399 Sukhumvit Rd,  
Klongtoey Nua, Wattana, Bangkok 10110 Thailand  
TEL : +66-(0)2-611-2641  
E-mail : thai-branch@tokyo-kosha.or.jp  
Website : <http://www.tho.tokyo-trade-center.or.jp/jp>

Website

