



## タイにおける日本の小売業

北陸銀行 国際部  
バンコク駐在員事務所  
所長 湧川 裕明

## 1. はじめに

今年8月31日、ニトリがタイにおける1号店をバンコクにオープンしました。バンコク都内にはユニクロ、無印良品、ダイソー、ドン・キホーテといった日本の小売業の店舗が至る所で見かけられます。その多くは、拡大傾向にあるタイ（特にバンコク）の中間層以上をターゲットしていると思われます。最近では電気自動車での中国勢の進出が目立つ自動車業界などで、日本の存在感が相対的に低くなったような感じがしますが、小売りの業態では日本の存在感はまだ高いと考えます。

## 2. バンコクの所得水準の上昇

タイの国家統計局は、2年毎に国内の月あたりの平均家計所得を調査・公表しています。それによりますと、バンコク首都圏（バンコク都並びに周辺3県）のみ30,000バーツ台に到達しており、一番低い北部地域と比較した場合17,000バーツ以上の乖離があります（表）。バンコク都に限って見た場合、平均家計所得は40,000バーツを超えており、確認できる最も古い2004年の28,135バーツと比べ4割強増加しています。

【表:タイの月額平均世帯所得(2021年)】

(単位:タイバーツ/月)

	全国	バンコク首都圏	中部	北部	東北部	南部
家計所得	27,352	39,047	28,166	20,995	21,587	26,021

出所:タイ国家統計局の資料を元に筆者作成

このように、タイという国はバンコクとそれ以外でかなりの所得格差があり、「バンコクはタイの中にある別の国のような存在」という表現も耳にします。筆者もタイの地方へ出向くこともありますが、バンコクのような高層ビルは皆無で、平坦な地形にひたすら田園風景が広がるといった印象を受けます。

### 3. 日系小売業のタイ進出

日系百貨店でタイにはじめて進出した大丸がオープンしたのは、1964年12月と約60年も前の話です。それから、様々な日系百貨店が進出してきましたが、コロナ禍の影響もあってか、現在営業しているのは高島屋1店舗のみとなっています。代わって出店が目立つのは、先述の専門店業態です。

百貨店業態は当初、タイを訪れる観光客を主要ターゲットとしていましたが、専門店タイ人をターゲットにして進出している点が大きな違いだと言えます。商品価格はタイローカルの一般的な小売店より高いものの、品質の違いやブランド戦略により、中間層以上の所得層の人々に訴求できているように感じられます。ちなみにダイソーはタイでは60バーツ(約240円)均一ショップです。



左写真: 2020年まで伊勢丹が入居していたショッピングモール「セントラルワールド」5階にオープンしたニトリの店舗。

下写真: 同じフロアには他にも日本の専門小売店が店を構えている。(筆者撮影)



### 4. おわりに

ニトリは今後5年間でタイ国内に25店舗の出店を予定しており、ユニクロのタイ国内店舗数は既に62店舗に達しています(2023年8月期現在)。中間所得層の購買力が増えるにつれ、タイのマーケットをターゲットとする日系小売業の増加も見込まれます。これからの動向に引き続き注目していきます。

#### <ご注意>

文中意見は筆者の個人的見解であり、北陸銀行としての見解の反映ではありません。当レポートは作成時点の経済状況に基づき、情報提供のみを目的に作成したものです。記載内容については、ご利用者の判断と責任のもと、ご利用くださいますようお願いいたします。

ほくりく長城会

海外ビジネス情報

発行：北陸銀行 ほくりく長城会事務局

〒920-0024 金沢市西念1-1-3 コンフィデンス4F

((株)人材情報センター内)

TEL: (076)254-6500 FAX: (076)254-6565

E-mail: info@chojo-hokugin.jp