

□■タイのSNSマーケティング■□

こんにちは。島根・ビジネスサポート・オフィスの佐藤です。

日本でも幅広い年齢層に利用されているソーシャルネットワークサービス(※以下 SNS＝LINE、Facebook、Twitter、Instagram 等)ですが、皆さんはタイでの SNS 普及率についてご存知でしょうか。

日本のネットユーザーにおける SNS 普及率は、全体の 69%にあたる 6872 万人という調査報告がありますが、タイでは、総人口 6,886 万人のうち、56%にあたる 3,900 万人がインターネットを利用しており、そのほぼ全員ともいえる 3,800 万人が SNS を利用しています。(※「We Are Social」が発表している調査報告「Digital in 2016」)

単純に SNS 利用者の数だけを比較すると、日本のほうが広いマーケットのように感じられますが、実は、タイは SNS を通じた商品購入の割合が世界で最も高く、51%もの人が SNS を通じて商品を購入しているという調査結果が報告されています。(次いで、インド 32%、マレーシア 31%、中国 27%) (※ PwC による調査報告) SNS 上で紹介された商品に対し、閲覧者がダイレクトに問い合わせやコメントを残し、メッセージ機能を通じて商品を購入します。

タイ人が利用する SNS のトップは Facebook です。タイにおける SNS 利用者のうち 92.1%が Facebook を利用しています。また、Facebook 首都別ユーザー数ランキングでもバンコクが世界第 1 位で、ユーザー数は 2,700 万人、バンコク市だけで日本全国における Facebook ユーザー数を上回っています(日本では人口 12632 万人のうち 2500 万人、約 19.8%が Facebook ユーザー)。バンコク市内の人口が 830 万人なので、一人で複数のアカウントを取得していると考えても、バンコク市内を対象としたプロモーションにおいては、Facebook 上でほぼ 100%ターゲットにリーチすることが可能な状況であると言えます。(※ Thoth Social による調査結果)

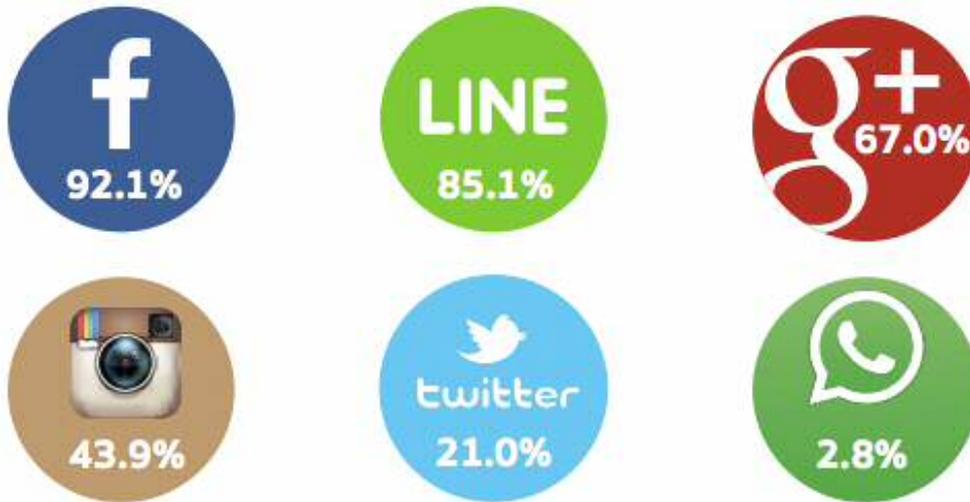
タイでは業種を問わず、企業名や店名を検索しても Web サイトが存在せず、Facebook ページのみが見つかることが少なくありません。SNS からの情報取得が一般的であるタイにおいては、Web サイトを開設する以上に Facebook ページを持つことが機会損失を防ぐことに繋がるのかもしれない。近年では、Facebook を利用した企画・戦略立案を請け負う広告代理店も増えてきました。企業がそれぞれのブランディングに合った有名人を起用し、自社の製品やサービスを Facebook や Instagram で紹介させたり、有名ブロガーやタレントを旅行に連れて行き、現地の観光記事を書かせることでインバウンド効果を狙うといった、インフルエンサーマーケティングが主流です。また、日本からタイへの進出において検討段階の企業が、現地の需要や反応を測定するために Facebook をマーケティングツールとして利用するケースもあります。

Facebook に次いで利用が多いのは LINE です(ユーザー数は 1800 万人)。タイのスマートフォン利用者の 9 割以上が LINE アプリを使用しています。EC 決済やお店の予約、職場での連絡網などは当たり前で、最近では、金融 IT 分野や、配車サービス業などにも参入しており、買い物、ビジネス、プライベート、生活のあらゆる局面で欠かせない存在となっています。

タイ人には、自宅、職場、移動中、学校、場所や時間帯を問わず、自分の写真撮って SNS に投稿する習慣があります。携帯の待ち受け画面を自分の写真で設定している人も多く、ビジネスの相手と撮った写真をそのまま Facebook に投稿することも普通です。LINE のプロフィール写真は自分の写真が基本ですので、猫や車の写真をプロフィール写真としているような日本人は

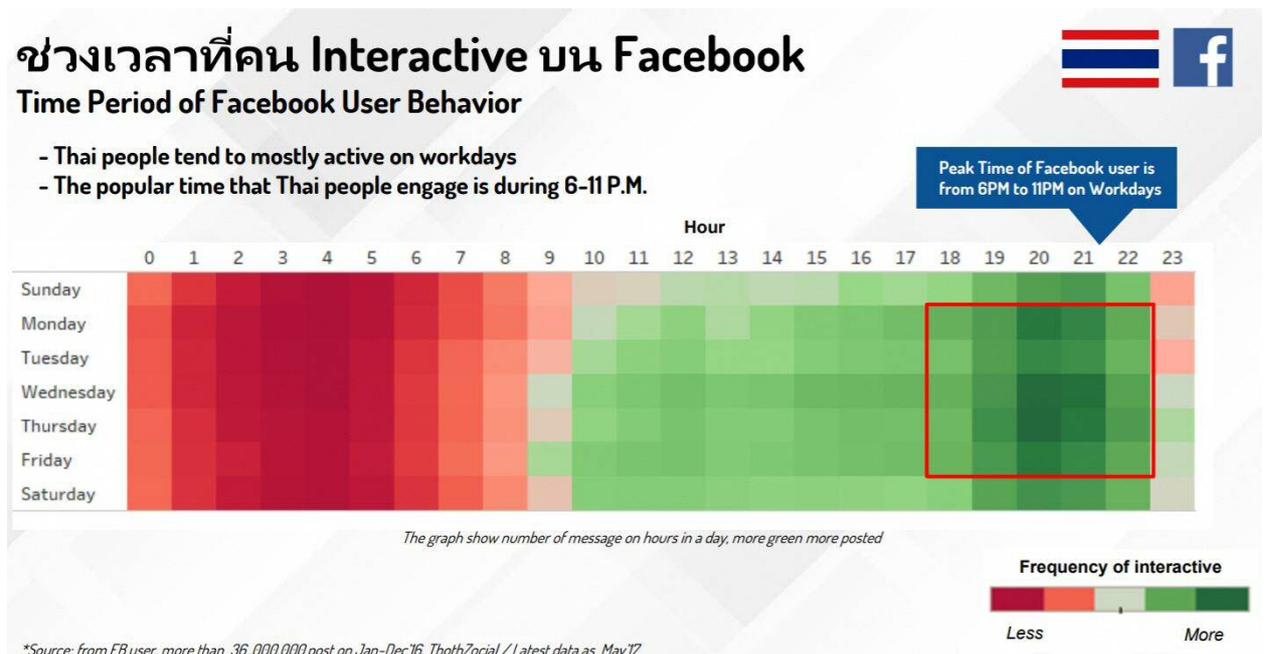
タイ人に不思議がられます。自分の情報も他人の情報もタイムリーに共有できる SNS は、タイ人の気質に合っているのだと思われます。タイ人の関心を捉えるために、ターゲット層の SNS 利用傾向を把握しながらマーケティング施策を行うことも、今後の重要なテーマとなりそうです。

【タイ人ソーシャルメディアユーザーにおける各 SNS 利用率】



参考 : <https://www.etda.or.th/documents-for-download.html>

【Facebook ユーザーの利用時間帯】



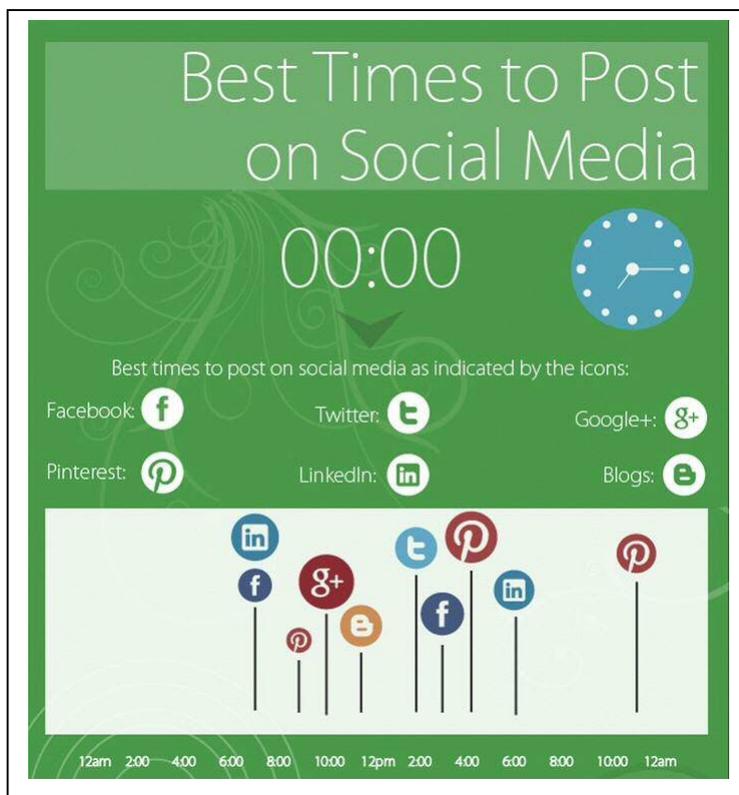
【特徴】

- ・ 週末より平日のほうが利用頻度が高い。
- ・ 最も利用されている時間帯は 18 時～23 時。

出典：Thailand Zocial Awards 2017

<https://thailandzocialawards.com/download-slides/Social-Media-Movement-by-Pnern-Asavavipas.pdf>

【SNS に投稿するベストタイムについて】



【特徴】

- ・ Facebook にアップする最適な時間帯は、午前 6 時～8 時と午後 2 時～5 時。
- ・ 反応が薄い時間帯は午後 10 時～午前 4 時まで。
- ・ 全ユーザーの 80% が毎朝、毎晩スマートフォンで SNS をチェックしています。

出典：デジタルマーケティング、トレンド、メディア、モバイル、テクノロジー等のサイト
<https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/infographic-how-to-post/>

☆☆タイから便り☆☆

～「タイの農耕祭」～

こんにちは。島根・ビジネスサポート・オフィスのタイ人スタッフ、ビューです。

タイは農業国と言われ、世界各国へ様々な農産物を輸出しています。その中で最も有名なのが「ジャスミンライス」です。タイからは年間100万トン以上のお米が海外へ輸出されています。お米はタイの経済の向上に寄与するととても大切な農作物です。また、タイ人の食文化において何世代にも渡り食されてきた、最も重要な食品でもあります。農民が苦勞して米を育て、収穫したことに感謝し、ご飯を残さないようにする「もったいない」という考え方は、日本と同様タイにも存在します。しかし、時代とともにタイ人の若者の食習慣が変わり、タイ人にとってのお米の重要性も下がってきています。今回は、毎年タイで開催されるお米と農家の人達の大切さを思い出すための行事「農耕祭」についてお話します。



Wikipedia から引用した画像

農耕祭はタイ王室による田植えの儀式で、タイ国中の農民が祝福を受ける式典です。農民の日として毎年バンコクの王宮前広場で開催されますが、日付は占星術決定され、宮内庁官報で告知されます。昔はバラモン司祭が占星術によって田植えをするのに最適な日を決定し、田植えの季節が始めることをこの儀式を通して農民に伝えるものでした。

<http://www.chaoprayanews.com> から引用した画像

行事の内容として、まずは王室が国の代表的な農作物を取り寄せ、お盆に乗せた種（米、もち米、とうもろこし、豆など）に向かって作物がよく育つよう祈りを捧げ、バラモン司祭がヒンズー教に纏わる儀式を行います。儀式の長に任命された農業協組合の大臣はバラモン司祭の助手として参加し、官庁の職員と共に田植えの作業を始めます。儀式のために設置された田んぼを、

2017年5月

この儀式のために育てられた2頭の聖なる牛で耕し、そこへ祝福の儀式を受けた種の一部を撒き、再度耕します。この行程を3回繰り返し、田植えの儀式が終わります。最後に、バラモン司祭が聖なる牛に7つの農作物を捧げ、それによってその年の農業がどのような運氣となるかを占うことで、農耕祭も終了となります。祝福を受けた種の一部は保管され、農耕祭の見学者や地方の農家に配られたり、王室の田んぼへ植えられたりします。祝福を受けた種は聖なるものなので、一般的な人は自分の家の仏壇に仏像と共に置き、農家では自分の田んぼに撒いて、豊作を祈願します。この農耕祭は始めから終了までテレビで放映され、アナウンサーの状況解説も入るので、見る人が田植えの作業について理解し、昔ながらの儀式について学びながらお米の大切さと農家の人達の苦勞を知る良い機会となります。

今年、2頭の聖なる牛はとうもろこしと草を選んで食べたことから、バラモン司祭は、今年一年作物は豊かに育ち、収穫が多く、日照りもなく、十分な水に恵まれると占いました。毎日お米をいただいている身として、タイの農業にとって今年一年が占いのとおり実りある年となるよう祈ります。

島根・ビジネスサポート・オフィス Shimane Busuiness Support Office(Bangkok)

担当；佐藤 揺 Tayuta Sato

Address :1 Glas Haus Building, 12 FL., Room 1202/D, Soi Sukhumvit 25,
Sukhumvit Rd., Klongtoey-Nua, Wattana, Bangkok 10110

Tel :+66-(0)-2-261-10588

Mobile :+66-(0)-89-200-7763

Mail : shimane-bizsup@aapth.com お気軽にご連絡ください。

当拠点の運営法人（島根県より業務委託）

■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・インドにて主に日系中堅・中小企業様のアセアン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。

▶ タイ経済指標

項目	単位	2014	2015	2016	2017
GDP 成長率	前年比(%)	0.9	2.8	3.2	3.2(16年)
人口*	千人	67,065	67,293	67,506	67,538(2月)
労働者の数*	千人	38,963	39,165	37,792	37,461(3月)
失業率**	%	0.84	0.89	0.99	1.20(3月)
最低賃金*	バンコク	300	300	300	310(4月)
	チョンブリー	300	300	300	308(4月)
	アユタヤー	300	300	300	308(4月)
	ラヨーン	300	300	300	308(4月)
賃金:全国製造業の平均	バーツ	12,074	12,305	12,402	12,155(3月)
インフレ率**	前年比(%)	1.90	▲0.90	0.19	1.25(3月)
中央銀行政策金利*	%	2.00	1.50	1.50	1.50(4月)
普通貯金率**	%	0.59	0.56	0.47	0.47(3月)
ローン金利(MLR)**	%	6.96	6.75	6.47	6.43(3月)
SET 指数*	1975年:100	1,497.7	1,288.0	1,542.9	1,566.3(4月)
バーツ/100円**	バーツ	30.77	28.31	32.53	31.01(4月)
バーツ/米ドル**	バーツ	32.48	34.25	35.30	34.95(4月)
円/米ドル**	円	105.84	121.0	108.8	113.6(3月)
車販売台数(1月からの累計)	台数	884,346	795,905	765,593	215,312(3月)
BOI 認可プロジェクト	件数	1,662	2,237	1,688	202(2月)
BOI 認可プロジェクト金額	10億バーツ	729.4	809.4	861.3	55.3(2月)

*期末、**平均