

## タイのアルコール市場について

2024年2月、「政府はアルコール飲料販売時間規制を緩和して、現在原則的に禁止している午後2～5時の販売を容認する見通しである」というニュースが発表されました。観光振興を目的としてとの事です。タイでは酒類の販売に関する様々なルールが定められており、代表的なものでは「平日販売可能な時間帯は午前11時～午後2時、及び午後5時～0時のみ」「仏教由来の祝日は終日販売禁止」といったものが50年以上前からありましたので、大きな変化と言えます。そこで今回はタイにおけるアルコール市場についてレポートします。

タイの2018年の1人当たりアルコール消費量は世界64位で6.57リットル(日本は63位、6.82リットル)でした。なかでもビールは、コロナ禍の影響を除くと安定して増加しており、2021年のビール消費量は世界24位と、タイはとてもビール好きの国民と言えるようです。実際コロナ禍の影響からの回復も早く、2023年1月にCOVID-19の収束とパンデミック制限の緩和が発表されて以降、ビール事業は好調な成績を収めていると報じられていました。昨今の特徴的なトレンドとしては、購買力が高く品質・洗練度の高いビールを好むミレニアル世代が増えており、国内ビール事業者も、現在では体験型イベントなどでプレミアム価格帯製品の積極的なプロモーションを行っています。

タイに輸入されるアルコール飲料の中で、最も輸入量が多いのもビールとなっています。タイの主なビール輸入先は、ベトナム、ベルギー、メキシコ、ドイツとなっていますが、2020年の金額ベースでの最大の輸入先はベトナムでした。ベトナムからの輸入額は2018年以降急増しており、これにはタイ・ビバレッジやブリューベリーなどの主要企業がベトナムに醸造所を持っていることや、クラフトビールの人気が高まっていることなどが影響しています。

アルコール飲料の中でビールに次いで消費量が多いスピリッツ(蒸留酒)市場も1%前後と、ゆるやかに成長しています。現状スピリッツはTCCグループ傘下のタイ・ビバレッジが市場の80%以上、果物を原料にした蒸留酒であるブランデーはRegencyブランド(スワンナプーム社製造)が市場の85%以上のシェアを占めるなど大手が寡占していますが、結果として市場競争も穏やかとなっており、トレンドとなっている「中間所得層の拡大に対応した高価格帯」のスピリッツやブランデー製品であれば、新規参入の余地があるのではないかとされています。

また近年興味深いトレンドとしては梅酒の人気で、特に女性から支持されており、地場流通大手のセントラル・グループや日本ブランド専門店「ドンドンドンキ(ドン・キホーテの東南アジアでの業態名称)」では人気商品として扱われています。更にタイ人経営の梅酒バーが増え、現在バンコク市内だけで5件開店しています。実際日本からの梅酒の輸出は急速に拡大しており、2018年には1億円だった輸出額が、2020年には2億円近くに達し、2022年には6億円を超えたとの事で、過去5年間で6倍以上の増加となりました。その人気がどこまで拡大するのかに注目です。

### 大阪産業局 タイビジネスサポートデスク

#### 株式会社 NC ネットワーク(タイ: NC BIZ CENTER (THAILAND) CO., LTD.)

日本事務所：東京都台東区東上野1丁目14番5号 ユーエムビル8階

タイ事務所：142 Two Pacific Place Unit 1101 11F, Sukhumvit Road,  
Khlongtoei, Khlongtoei, Bangkok 10110 THAILAND