

2014年4月17日

グローバルレポート

タイの無線通信－高成長期、日系チャンス

コンサルティング・国際事業本部 国際本部 グローバルコンサルティング部 コンサルタント 丁 韋哲

2011年3月にタイの内閣で承認された「ICT2020」政策は、ICT人材育成、IT産業の国内総生産（GDP）構成比を18%まで拡大するなど目標を明確に掲げている。その前提にはブロードバンドアクセスへの普及を実現させることがある。

固定回線ブロードバンドは、タイ電話公社（TOT）と民営化したタイ通信公社（CAT）のサービスによって04年から普及しつつある。一方、無線ブロードバンドは、タイ国内携帯電話最大手（契約者数の42%）のAIS社の創業者がタクシン元首相だった関係で、同氏の海外亡命、その後の反タクシン政権による政治的妨害により、国内のモバイル通信の普及が遅れている。13年で2G携帯電話契約者数は8200万に対し、3Gは660万人にすぎない。しかし、11年の3Gサービス開始以来、年率18倍のスピードで伸びている。

日系企業にとって無線ブロードバンドの普及とともに成長できるセクターは次の通りだ。まずデータ量の増加によってクラウド関連事業の拡大が期待される。ハード面でICTインフラや端末機器の需要が増加し、品質が信頼されている日系電子設備・機器メーカーにとり好機と考えられる。

次に主として情報入手や娯楽目的で利用されるスマートフォン・タブレットの普及はコンテンツ関連事業の拡大を後押ししている。「スポティファイ」や「ディーザー」など欧州音楽配信大手は13年末にタイに進出したほか、国営通信公社（CAT）は動画配信インフラの構築に動き、15年度にサービスを開始する予定。アニメなど日系コンテンツが支持されるメディア関連事業は有望な市場として見込まれる。

また、ちょっとした空き時間にスマートフォンで買い物するパターンの浸透、クレジットカードの普及とオンライン決済処理能力の強化などによって、過去3年間20—30%で伸びたネット通販市場は日系商品の物販に商機として捉えられる。日本では物販機能を持つ日本発の人気メッセージングアプリ「LINE（ライン）」の現地登録会員数が2200万を突破、消費者へのアプローチに絶好のルートとなっている。

（『日刊工業新聞』新興国マーケット① 2014年4月17日付より転載）

－ ご利用に際して－

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。当社までご連絡下さい。