



携タイ事情

タイの携帯電話事情

執筆者

The Concierge Co., Ltd. 代表 大川ひろあき

(在タイ・Bangkok)

🕒 記事のポイント

アジア通貨危機、軍事クーデター等、経済・政治的に不安定で先行き不透明だったタイも、ようやく回復の兆しを見せている。

携帯電話は未だ2Gサービスが中心だが、政治的混乱のために周辺諸国より遅れをとっていた各社の3G携帯サービスも、徐々に開始されつつある。

そのような状況の中、携帯電話は急激に普及しており、普及率は122.57%と全人口を超えても、依然として増加傾向を続けている。さらにスマートフォン、特にiPhoneとBlackBerryはステータスを象徴する持ち物としても重要視されている。

サマリー

急激な普及の要因としては、低価格化に加え、プリペイド式の携帯が事実上登録なしで誰でも買える状態であること、さらに目的や相手によって端末やSIMを使い分けることも一般化していることなどの影響も大きい。

用途は通話が主流だが、SMSやメールも急速に増えている。チャット機能やFacebook、Twitterアプリ等を装備したBlackBerryが価格低下もあってブームと言えるほど急増。対照的にiPhoneは世界標準価格を維持し、高級ブランドのイメージを保っている。今後Android、タブレット、Windows Phoneなどの動向も注目される。

このように活性化しているタイの携帯業界だが、残念ながら日本製の携帯電話は販売されていない。日本メーカーの技術力とノウハウがあれば、タイに進出して成功するチャンスは大きいはず。現地の事情を十分に把握して、顧客中心のマーケティングを展開し、全世界への進出・普及を図ることを日本メーカーに期待したい。

主な登場者 タイ人 AIS DTAC True Move Nokia 韓国メーカー 日本メーカー

キーワード スマートフォン BlackBerry iPhone Android iPad プリペイド Facebook

地域 タイ

Title	Mobile phone market in Thailand
Author	OKAWA, Hiroaki Chief Executive Officer, The Concierge Co., Ltd.
Abstract	<p>Thailand seems finally recovering after suffering from political and economic unrest and uncertainty such as the Asian financial crisis and the military coup.</p> <p>While most of the mobile phone services are based on 2G technology, 3G services by each mobile company, which have been behind neighboring countries due to the political turmoil, are beginning to flourish.</p> <p>Mobile phones are rapidly penetrating, reaching the ratio of 122.57%, which means more than all the population in the country, and are still in the upward trend. A smartphone, especially iPhone and BlackBerry, is gaining recognition and is considered as a status symbol.</p> <p>The rapid growth of popularity of mobile phones is largely due to lower prices as well as some characteristics of the market where anyone can purchase prepaid phones virtually without registration and where it is becoming more popular to use different SIMs depending on purposes and/or called parties.</p> <p>Voice calls are still the dominant application, but SMS and email are also making rapid increase. BlackBerry handsets with a chat feature and Facebook, Twitter and other applications, along with price reduction, are making a big hit so as to deserve a word “boom.” In contrast, iPhone is maintaining world standard pricing, holding the image of a classy brand. Attentions also will need to be paid to Android, tablets, and Windows Phones.</p> <p>In such a vitalized mobile market in Thailand, it is regret that we can hardly find handsets made in Japan. With advanced technology and ample expertise, there should be big chances for Japanese manufacturers to enter into and succeed in this market. Hopefully, Japanese manufacturers will try to enter and prevail in the market worldwide, implementing customer-oriented marketing based on thorough understanding of local fundamentals.</p>
Keyword	smartphone BlackBerry iPhone Android iPad prepaid Facebook

1 タイの今

1980年代後半から始まった日系企業のタイ進出以降、1990年代のタイの経済はそれまで年間平均経済成長率10%近い好景気を記録していたが、1997年7月のアジア通貨危機、2006年の軍事クーデター、2009年と2010年の反独裁民主戦線（赤服軍団）によるデモ活動とまだまだ安定しない、先行き不透明なタイの政治と経済ではある。

しかし、昨年後半からはバンコク都内で中断していたホテル、コンドミニアム建設工事の再開、ショッピングモール等の大型プロジェクトの開始、輸出型企業や自動車関連企業の生産量の増加、また観光面では中国人やロシア人を中心とした外国人観光客が戻ってくる（前年比12.4%増）など、景気の回復を感じることができる。

通信業界の状況としては、本来であれば2006年暮れから商用サービスの開始が予定され、携帯電話キャリア各社がインフラ設備の契約直前まで進んでいた3Gサービスが、クーデター後の暫定政府、政権の交代、NTC（国家通信委員会）とNBC（国家放送委員会）の人選問題等の巨大な利権絡みの影響が、インドシナ半島の他国に遅れて未だに正式にサービスが開始されていない。

しかし、政府系TOTは2009年12月から1900MHz（1900-2100MHz帯）の公称3Gサービスを開始し、携帯電話販売会社や商社系ISP等の数社がそのインフラを借り受けて、MVNO（仮想移動体サービス事業者）により携帯電話事業を展開している。

また、携帯三大キャリアのAIS、DTAC、True move（旧TA Orange）も2010年9月に出された中央行政裁判所による2100MHz帯3Gサービスの入札差し止め命令を受け、現行2G GSMで使用している850MHz及び900MHzによる3Gサービスの提供について政府系CAT Telecomの承認を得て、Technical TestからCommercial Testでのサービスインを2011年中に予定している。

2 ITの代名詞は、携帯電話？

Information Technology（情報技術）は、タイでもメディア等でここ2-3年頻繁に用いられる流行の単語である。タイにおけるIT、それ自体が曖昧で明確な定義はない単語であるが日本人が持つイメージとは少し違う感覚を受ける。大型ショッピングモールにはIT売り場という情報機器を売るお店が集まっているエリアがあったり、バンコクには独立したITショッピングモールが多く点在する。それらの売り場の半分以上が携帯電話、スマートフォン（BlackBerry、iPhone、Android、PDA、iPad等）の正規品を販売するメーカーの大きな代理店と並行輸入品、中古品を小さなショーケースに並べた屋台スタイルのお店で構成されている。

また年に数回バンコクの大型展示場で開催されるIT関係のExpo（見本市）も同様にPC、ノートPCはもちろんであるが、大部分の面積が携帯電話、スマートフォンの展示特売会場となっており、残念ながら最新の情報技術に触れられるような催し物ではない。



< Thailand Mobile Expo 2011の会場 >

タイにおけるITとは、一般のタイ人が言う「High Technology」。それは最新のノートPC、特にApple社のMacBookシリーズやBlackBerry、iPhone、iPad等を使いこなすことのイメージが強いように感じる。

特にタイは、第一印象を重要視するお国柄、富裕層のタイ人は初対面の時に家柄（ファミリーネーム）や留学を含む学歴、持っているブランド品（腕時計・バック・アクセサリ）、乗っている車等を確認する。その際にも、最近ではiPhoneやiPadを持っていることで最新のITを使っていると見られ、スマートフォンが一種のステータスの持ち物として重要視されている。

3 携帯電話の普及状況

筆者が初めてタイに出張で訪れた1990年、日系企業の現地法人では社長だけが黎明期の大きな携帯電話を持っていて、1台が10万バーツ（当時の日本円で55万円）以上もする高級品であった。その当時は、1バーツ約5.5円の固定相場制、日本への

国際電話料金が1分100バーツ前後、バンコク地区の最低賃金が1日約90バーツと記憶している。また、固定電話も回線数が少なく、バンコク都内ではホテルやコンドミニアム、バンコク近郊では工業団地の建設ラッシュにインフラの敷設が追いつかず、大きな会社でも「固定電話回線は2-3本、残りは数ヶ月待ち」の状態が続いていた。

その後、徐々に携帯電話の低価格化が進み、携帯電話キャリア各社のSIMロック解除を経て、2009年タイにおける携帯電話の利用者数は、8,305万7千人、普及率は122.57%^{④(脚注1)}とタイの全人口を超えても、依然として増加傾向が続いている。

この携帯電話の急速な普及の大きな理由として、携帯電話は固定電話に比べてインフラの敷設が安い・早い・簡単だという点があり、次にNokia、Ericsson(現Sony Ericsson)、Motorolaを中心とした携帯電話の第一次低価格化(数万~1万バーツ台)これに加えて韓国メーカーSamsung、LGの低価格携帯電話、中国製OEM携帯電話による第二次低価格化(数千~数百バーツ)があげられる。今では、通話とSMS(ショートメッセージサービス)^{⑤(脚注2)}が使える最低価格の携帯電話が大型スーパーマーケットで数百バーツの特売商品として新聞広告に載っているくらいである。



^{④(脚注1)} 総務省ホームページ 世界情報通信事情

<http://g-ict.soumu.go.jp/item/mobile/index.html>

^{⑤(脚注2)} SMS(ショートメッセージサービス) 日本のNTT docomoの「ショートメール」、auの「Cメール」等に該当する。タイでは、キャリアが異なっても携帯電話番号のみでメッセージの送受信が可能となっている。国内SMS料金は、1通1バーツ、国際SMSは、1通9バーツが基本的な価格で各社独自のキャリアメールは提供されていない。Twitterの本文140文字制限は、SMSの文字制限160文字からきている。

さらに、プリペイド式携帯電話（SIMカード）の普及によりタイ人はもちろん、外国人観光客でも容易にコンビニ、街中の携帯ショップ、空港到着ロビーにある携帯電話キャリア各社のカウンター等で使用者登録なし^{④（脚注1）}にプリペイド式携帯電話に入れるSIMカードが購入できる。またキャンペーンとして街中でSIMカードが無料配布されたり、携帯キャリアの系列コンビニ等で1パーツというタダ同然の価格で配布されることもある^{④（脚注2）}。



< SIMカードを専門に販売するショップ >



^{④（脚注1）} タイ最南部3県で携帯電話を利用したりリモート爆弾テロ事件が続発したため、2005年5月10日からプリペイド式携帯電話の使用者登録を義務づけたが実際には登録している人は少なく、登録無しでも購入できる。ポストペイド式携帯電話（SIMカード）を購入する場合、タイ人はIDカード、外国人はパスポートと労働許可証の提示が必要。場合によっては、勤務先が発行する給料証明書を要求されることがある。

^{④（脚注2）} 携帯電話番号の不足により2006年9月1日に桁数が9桁から10桁に増やされたが、プリペイド携帯の電話番号は使い捨てというイメージが強く、有効期間を経過したプリペイド携帯の電話番号は、すぐに再利用されている。

タイは物価水準に合わせて携帯電話の通話料金も安く、国内通話であれば1分1パーツ^{④(換算率)}を基本に同じ携帯電話キャリア間なら終日無料、登録した家族・友人なら一定料金で話し放題、待ち受け専用の有効期限が長期のものなど、通話だけでも多種多様な通話料金のパッケージが準備されている^{⑤(脚注)}。また、通話料金のリフィル(リチャージ)は、リフィルカードがコンビニや携帯電話ショップで買える他、街中に設置されている銀行ATMや専用自動販売機でも10パーツ単位でリチャージができる。同じ携帯電話キャリア間では、通話料金のリフィルと有効期限の譲渡がダイヤルキー操作のみで容易にできる。

携帯電話の普及率が122.57%と人口を超えている理由には、プライベートと業務用、通話専用とデータ通信メインのスマートフォン、頻繁に通話する相手のキャリアに合わせてSIMカードを入れ替えるなど複数の携帯電話(SIMカード)を使い分けしている利用者が多いことと、ISPと契約するよりは容易にインターネット接続ができるUSBタイプのデータカード、iPadなどのタブレットPCの普及が影響している。

また、Nokiaなどから発売されている1台の携帯電話に2枚のSIMカードが入るモデル、携帯電話キャリア各社が提供している1枚に2つの携帯電話番号を入れたSIMカードや一つの携帯電話番号に対して数枚のSIMカードを配布してくれるサービスもニーズが多い。

ちなみに筆者は、業務通話用にNokiaの一般的なGSM携帯電話、メールやSMSなどのテキスト中心の処理用にBlackBerry、ウェブサイトの閲覧、音楽・ビデオ鑑賞用、デジカメとしてiPhone、外出時のノートPCネット接続用にGSM/3G Wi-Fiポケットルーター、予備として携帯電話キャリア各社のSIMカード2-3枚を持ってモバイル環境メインで仕事をしている。

4 携帯電話、インターネットの利用形態

一般的なタイ人の携帯電話の用途は、もちろん通話が中心ではあるが約10年前にタイ語が使える携帯電話が一般化し、特にここ数年ではSMS(ショートメッセージサービス)の利用が急増している。日本で携帯メールの利用者が増えていた1990年後半、日本での留学経験があるタイ人の知り合いが、「タイで携帯メールは絶対に流行らない。文字制限のある文章を書く教育を受けてないし、それより電話した方が



^{④(換算率)} 1パーツ = 2.68円 (2011年3月1日東京市場TTMレート)

^{⑤(脚注)} 日本への国際通話は、1分3~12パーツで国際回線、IP網の利用や相手先が携帯電話、固定電話、時間帯による。携帯キャリア各社が独自の国際電話サービスを行っている。

早い」と言っていたがその予想は見事に外れ、最近では電車の中で携帯メールを打つ人が増え、通話する人は激減した。ちなみにタイでは、公共の場での携帯電話での通話を咎めるマナーはない。

また、それと同じ頃に学校やネットカフェでコンピューターを使う機会が多い生徒・学生を中心にチャット（IM：Instant Messenger）とネットゲームが大流行し、学校に登校しない、遅刻する等が社会問題化して深夜のネットカフェへの入場を規制する条例が発令された。

このチャットブームの後、日本でもmixiのユーザーが急増した2007年には、タイにおいてもアメリカのSNSであるhi5（ハイファイブ）が10～20代の若者を中心に流行し始めた。hi5は、mixiと違ってメンバーなら誰でもプロフィールのページを閲覧がすることができ、そこに自身の顔写真をアップロードするメンバーが多い。中には恋人や売春の相手探しに利用するメンバーもいて、hi5が犯罪の温床になるケースが多かった。そして、一昨年からは世界的な傾向であるFacebookとTwitterのユーザーが増え始め^{④（脚注1）}、今ではhi5のユーザーの大部分はFacebookに移動したと言ってもよい状況である。

5 人気の携帯電話

そんな携帯電話、インターネット利用状況の中、携帯電話キャリア最大手のAISが2008年11月にBlackBerry Bold 9000、翌2009年1月にはTrue moveがiPhone 3Gを唯一独占で発売を開始した^{④（脚注2）}。当初は両機種共に3万パーツを超える高価格のため、古くからのPDA（Windows Mobile/Palm）やMacintoshユーザー等を中心に徐々に普及が始まった。



^{④（脚注1）} 世界のSNS最新勢力地図 - Facebook、さらにリードを広げる

<http://jp.techcrunch.com/archives/20091221world-map-social-networks/>

^{④（脚注2）} BlackBerryについては、既にビジネスユーザーや外人ユーザーに販売・

BlackBerry Internet Serviceの提供を行っていた、また、iPhoneについては、既に初代iPhoneから並行輸入品が携帯ショップで発売されていたし、携帯キャリア各社の外商部門が輸入して上級顧客に販売していたという話もある。



< Thailand Mobile Expo 2011で一番大きかったBlackBerryのブース >

その後、BlackBerryは、携帯電話キャリア各社に対応し、低価格（iPhoneの半額以下）な新機種を市場投入、プリペイド式でも使える多種多様なサービス料金の低価格化^④（脚注）、アメリカと同様にタイの芸能人、セレブを呼んでのプロモーション・パーティー等を行った。特に芸能人がBlackBerryを使っているシーンが雑誌やTVドラマ等のメディアで流れ、瞬く間に学生やOLのデフォルト携帯電話的な地位を築いた。ヒットした理由には上記の他に、QWERTYキーボードが入力しやすい、BlackBerry間であれば無料で使えるチャット機能BlackBerry Messenger、FacebookやTwitter用アプリケーションソフトの装備等が挙げられる。



④（脚注） True moveのプリペイドとポストペイド式BlackBerryサービス料金の一例

http://www.truemove.com/blackberry/en/pre_pay.aspx

http://www.truemove.com/blackberry/en/post_pay.aspx



< BlackBerryの着せ替えをしてくれるショップ >

特に昨年2010年は、BlackBerryブームの年であり、携帯ショップはBlackBerry各種（並行輸入品・中古品を含む）を揃え、売り場も拡大、色とりどりのカラーやデコレーションした筐体に着せ替えしてくれるショップも急増した。また、「BB」（BlackBerryの略）と「PIN教えて」^①は、流行語にもなった。

日本から観光や出張でバンコクを訪れた人の中には、街中で見慣れないカラフルなBlackBerryを首からぶら下げて歩いている女子大生、OLが多いことに驚く人も多かった。

BlackBerryが新品で9千～1万8千バーツ（並行輸入品は更に1～2割安い）の低価格になったのとは対照的に、iPhoneは世界標準価格^②を維持している。その影響で他のスマートフォンとは違い、「iPhoneは、高級ブランド携帯電話」というイメージが非常に高い。現に海外で発売が開始されると同時に並行輸入品を買い



^①（脚注1） BlackBerry Messengerでのチャットは、相手の端末固有のPIN（Personal Identification Number）を登録して行う。

^②（脚注2） iPhone 4は、True move、DTAC、AIS共に同一価格で、16GBモデル 22,250バーツ+VAT 7% / 32GBモデル 26,000バーツ+VAT 7%

付けに行くバイヤーが存在し、海外での発売日の翌週には携帯ショップの店頭で2-3倍のプレミア価格（iPhone 4の場合は最高値6万バーツ）で並び、タイ人富裕層の間で飛ぶ様に売れる。また、中古市場の価格も他の携帯電話やスマートフォンと違い値崩れが少ない。今でも2007年に発売された初代iPhoneが数千バーツ、前モデルのiPhone 3GSが1万バーツ以上で売り買いされている。



< Thailand Mobile Expo 2011でのiPhone 4販売・登録の様子 >

iPhone 4については、タイではアメリカ、日本より3ヶ月遅れの2010年9月24日深夜0時に携帯電話三大キャリアが一齐に正式販売を開始した^④（出典）。既に並行輸入品が大量にタイ市場に流れていたが、並行輸入品に比べて正規価格が2～3割安かったことと各キャリアがクレジット会社とタイアップして低金利の分割支払い用意したことで、深夜の発売開始にも関わらず多くの人が各社の発売開始イベントに並び、実際の引き渡しには約2ヶ月を要するバックストック状態が続いた。また、年末のクリスマス、ボーナスシーズンも各キャリア共に売り切れ状態が続き、正規価格より約1割安い価格に下げられていた並行輸入品が3万バーツ以上に高騰した。昨年の商品販促、新聞、雑誌、テレビ番組等の懸賞プレゼントでの景品がBlackBerry iPad iPhone 4と変わっていったのも人気をうかがわせる。



④（出典） Apple - iPhone - Buy iPhone

<http://www.apple.com/asia/iphone/buy/?cid=MAR-TH-166016-P0009629#th>

タイでは、iPhoneとBlackBerryを使うことがファッションであり、所有することが一種のステータスである。

高級外国車を乗り回す人、ブランド品を身に付けている人、いわゆる富裕層は、必ずiPhoneかBlackBerryのどちらか、又は両方を所有していると言っても過言ではない。そして、通話にしか使っていない人も意外と多いのである。

6 これからの携帯電話市場は？

現在、タイで人気の携帯電話はiPhoneとBlackBerryであるが、今年はAndroid携帯電話とタブレット、そしてタイにおける携帯電話メーカーの代名詞であるNokiaがMicrosoftと組んでリベンジに挑むWindows Phone搭載のスマートフォンに注目である。

Android携帯電話は昨年後半OSがタイ語に正式対応し、PDAではシェアが大きいHTC、韓国勢のSAMSUNGとLG、SONY ERICSSON、台湾PCメーカー等が1~2万パーツの機種を投入している。また、タイのメーカーは1万パーツ以下の低価格機種を販売し、中国無名メーカーも数千パーツ端末を販売しているので、今年は一気に大きくシェアを伸ばすと予想する。特にHTCが投入すると噂されているFacebookフォンが発売された場合には、価格次第では850万人に急増しているというタイのFacebookユーザーへのセールスが期待できるであろう。

また、NokiaのWindows Phoneは未だ実際に製品の発表がされていないが、Nokiaの企業イメージ、タイ国内におけるNokiaの販売網とNokia Careによるサポート体制、ユーザーが多いWindows PC機との連携性によって、それなりのセールスが期待できると思う。

7 日本の携帯電話、スマートフォンは？

数年前、タイ人は日本国内向け携帯電話の高性能なデジカメ機能と小さくて薄い筐体に魅力を感じていた。日本国内向け携帯電話が並行輸入され、改造を施してタイの携帯ショップにも多く並びそれなりに売れていた。

残念ながら、現在では、純粋な日本メーカーの携帯電話はタイでは販売されていない。今年はNTT docomoからSIMフリー（SIMロック解除）の携帯電話、スマートフォンが発売されるがこれを機会に是非、タイに再進出してほしいと思う。

日本の携帯電話メーカーがこれから携帯電話の共通スタンダード的なOS開発をすることは無理と思うが、ハードウェアの設計、生産技術では世界最高レベルの技術を持っている。特にNFC（Near-Field Communication）技術を利用した非接触型決済機能、タイでもAISで始めるWiMAX（Super WiFi）やモバイルWiMAXの技術等に関しては、日本も技術力とノウハウを持っているはずである。日本の携帯電話技

術がガラパゴス化するのは海外から見ても大変残念である。

正式に登録している在留邦人だけでも47,000人いて^④(出典)、未だに日本ブームが続くタイの市場に日本の携帯電話メーカーがグローバル化の足掛かりとして進出することは比較的容易と考える。ただし、その際に今までやってきたメーカー主導の“日本の製品技術は良い、MADE IN JAPAN”では無理があると思う。グローバル(インターナショナル)で通用する製品を作るのであれば、まずはその国々(ナショナル)に出向いて、顧客主導の十分なマーケティングを行い、それをつなぎ合わせてインターナショナルな製品を全世界へ向けて発売するのが良いのではないだろうか。

執筆者プロフィール】

氏 名： 大川 公顕(おおかわ ひろあき)

経 歴： 1962年生まれ。1984年日本の通信機メーカー入社、国内工場、海外工場の品質管理業務の支援・指導に従事し、1990年にタイへ出張者として、1995年からはタイ現地法人(工場)の品質管理責任者として駐在。その後独立し、2003年にタイにコンサルティング会社を設立。日系企業のタイ進出、経営品質(ISO 9001/14001)、人事採用・社員教育、労使問題、IT等をサポートしている。

WEBサイト：<http://www.concierge.co.th>

Blog：<http://www.go2bkk.com>

Twitter：<http://www.twitter.com/go2bkk> (@go2bkk)

Facebook：<http://www.facebook.com/okawa>



^④(出典) 平成22年のタイ国内在留邦人数調査統計

<http://www.th.emb-japan.go.jp/jp/consular/zairyuto.htm>