

三重県アセアンビジネスサポートオフィス

<現地レポート（2026年4月発行）>



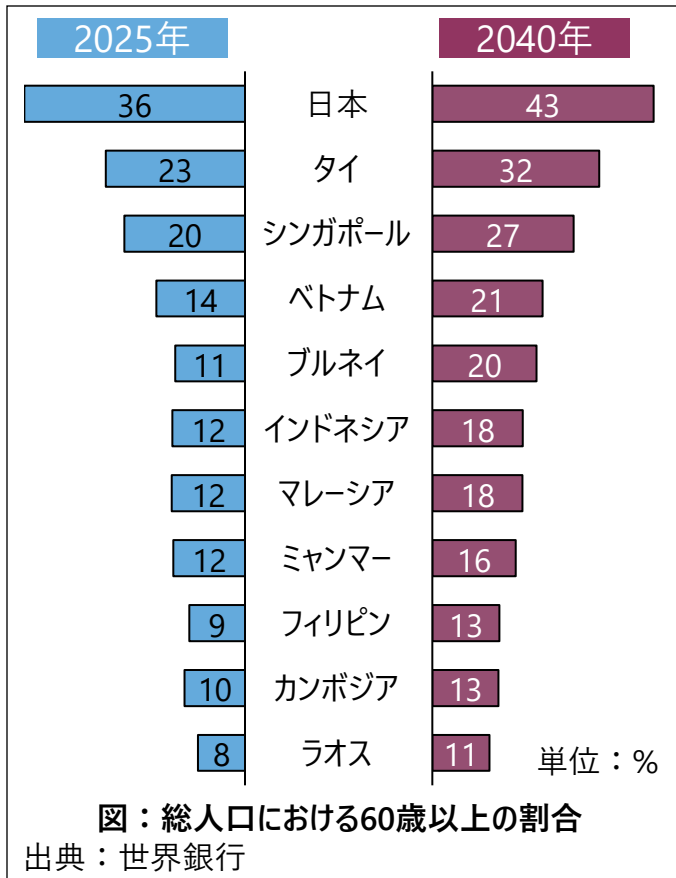
ASEANにおける高齢化の現状

近年、ASEANでは高齢化が急速に進んでおり、右の図に示すように、特にタイやシンガポールでは日本に近いスピードで高齢社会への移行が進んでいます。これに伴い、高齢者向けの商品・サービスからなる「シルバーエコミー」への関心が高まっています。

こうした中、医療・健康分野の需要は大きく拡大しています。ASEAN各国では非感染性疾患（NCDs）が主要な死因となっており、タイでも慢性疾患を抱える高齢者が増加しています。また、少子化の進行により、今後は家族による介護負担の増加も懸念されています。

加えて、ASEANでは高齢者向けの社会保障制度が十分に整備されていない国も多く、収入は就労や子どもからの支援に依存するケースが一般的です。そのため、高齢者関連の支出は自己負担が中心となります。また、子どもが親の面倒を見るという文化が根強く、施設介護への抵抗感がある点も特徴です。

このように、ASEANでは、日本と同様に高齢化が進んでいるものの、社会構造としては年金制度等がある日本と異なっております。



シルバーエコミーにおけるビジネス機会

上述のとおり、ASEANと日本でシルバーエコミーにおける社会構造は異なっているものの、日本企業にとって有望なビジネス機会が存在しています。

まず、ASEANでは中間所得層の拡大に伴い高齢者の購買力も高まっており、特にタイでは一定の所得を持つ高齢者が増加しています。そのため、健康維持や生活の質向上に対する支出意欲が高まっています。また、日本製品は品質や耐久性、使いやすさの面で高い評価を受けており、高齢者層においても信頼性の高い選択肢となっています。

さらに、社会保障が限定的であることから、「高齢期に備える」需要も広がっており、健康管理や生活支援の分野では中高年層を含めた市場形成が進んでいます。

一方で、市場参入にあたっては、日本のビジネスモデルをそのまま適用するのではなく、価格や機能を現地ニーズに合わせて調整することが重要です。

このような中、県内事業者にとっても、健康・生活関連分野を中心にASEAN市場への展開機会が期待されます。実際に関連分野での相談も寄せられており、自社の強みを活かした現地適応が重要となります。

今年度担当者の紹介

新年度にあたり、三重県アセアンビジネスサポートオフィス（MISA）の体制を以下のように変更致します。以下の体制にて、引き続き三重県内事業者の海外ビジネスの取組みを個別で伴走支援させていただきますので、アセアン地域への進出に際してご支援が必要な点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。

主担当

石原 大輝（いしはら ひろき）

- これまでの経歴：コンサルティング会社にて海外の主に資源循環分野における調査・コンサルティング業務に多数従事。
- プライベートの過ごし方：タイには大都会バンコクのみならず、チェンマイ・プーケット等の有名観光地やチェンライ・ウドンタニ等の自然豊かな観光地もあります。休みがあれば国内旅行を楽しんでおります。また、長期の休みがあれば、東南アジアを含め、海外旅行を楽しんでおります。
- ひとこと：今年度よりMISAの担当となりました石原と申します。県内事業者様のアセアンに進出について、密にご支援させていただきます。構想段階等、初期段階のご相談でも構いませんので、何か小さなことでもご相談がありましたら、MISAに是非お問い合わせください。

サブ担当

Picha Lamsam（パイ）

- これまでの経歴：B2Cやサステナビリティ分野における調査・コンサルティング業務に多数従事。
- プライベートの過ごし方：バドミントンと美術館・ギャラリー巡り。
- ひとこと：令和6からMISAのサブ担当としてサポートしております。タイ人としての視点を活かして、皆様の支援をさせていただきます。海外展開の一助になれば幸いです。

アドバイザー

小林 俊也（こばやし としや）

- これまでの経歴：野村総合研究所タイおよび外資系調査会社にて、アセアンの消費財・サービス分野におけるコンサルティング業務に多数従事。
- プライベートの過ごし方：スキューバダイビングと海外旅行。
- ひとこと：令和6～7年度にMISA主担当を務めており、今年度はアドバイザーとしてサポートさせていただきます。皆様からのご相談をお待ちしております。

ミニコラム) タイの旧正月「ソクラーン」

4月中旬、タイでは旧正月にあたる「ソクラーン」が開催されました。ソクラーンは、もともと仏像や年長者に水をかけて清める伝統的な行事ですが、現在では街中で水を掛け合う大規模なイベントとして知られ、国内外から多くの観光客が訪れる一大イベントとなっています。

このソクラーンは、文化的な側面だけでなく、タイ経済においても重要な役割を果たしています。タイ政府観光庁（TAT）などの発表によると、ソクラーン期間中は国内旅行およびインバウンド観光が大きく活性化し、宿泊、飲食、小売、交通など幅広い分野で消費が拡大します。実際に2026年のソクラーンでは、予測値として303.5億バーツ規模（約1500億円）*1の経済効果があると公表されており、年間を通じても有数の消費拡大期の一つと位置付けられています。

このように、ソクラーンは単なる伝統行事にとどまらず、「消費が大きく動くタイミング」として、企業活動にも影響を与える重要なイベントです。タイ市場への展開を検討する企業にとっては、こうした季節要因を踏まえたマーケティングや販売戦略の検討も、有効な視点の一つとなるでしょう。

*1) タイ政府観光庁（2026年4月14日）



写真：首都バンコク中心地



写真：古都アユタヤ

出典：タイ政府観光庁