

タイのノンアルコール市場について

前回までタイのアルコール飲料市場についてレポートしましたが、今回はノンアルコール飲料の市場についてレポートします。

タイのノンアルコール飲料市場は飲料水、炭酸水、ジュース、お茶などの商品で構成されていますが、実は東南アジア主要国の中でもインドネシアに次いで市場規模が大きくなっています。

Euromonitor International によれば、タイのノンアルコール飲料市場全体は 2023 年に市場規模が 90 億ドルであったものが、120 億ドル程度に伸びると推計されています。タイは人口の成長率が他の東南アジア諸国に比べるとやや劣るものの、市場全体は他国にも引けを取らない成長が期待されると言えます。

またタイ独自のトレンドとしては、高齢化が進む中で健康志向の消費者が増えているという事が言えます。例えばお茶は健康効果への注目から日々の習慣とする消費者が増えつつあり、多様なフレーバーが生み出されています。一方、コーラ等の（砂糖を含む）炭酸水市場はそのような健康志向からは敬遠される傾向にあり、また砂糖に対する新たな物品税制度が導入されたため、伸び率が限定的になる見込みです。スポーツドリンクやエナジードリンクについても同様の傾向がみられます。

企業に目を向けると、タイ国内の炭酸水、お茶、コーヒー、スポーツドリンクおよびエナジードリンクの市場は、大手企業による寡占の傾向が顕著であり、どのカテゴリーもシェア 1 位の企業が 50% 前後を占めている状況です。

一方で飲料水やジュース市場については寡占の傾向がやや弱まり、参入企業が分散しています。そのため、一般論としては飲料水やジュース市場の方が今後の成長が期待され、また参入企業が分散していることから新規参入がしやすい可能性があると言えます。

その他大手企業の個別状況に目を向けますと、黄金のライオンのマークでお馴染みのタイ国産ビール「シンハー・ビール」を展開する華僑系酒造財閥である『ブンロート・ブリュワリー』社は、ノンアルコール飲料においてもソーダの市場シェアが 90% 以上となっています。特に新製品の「シンハーレモンソーダ」が缶入りの無糖炭酸飲料市場でシェアトップとなっており、このほか飲料水などでも大きなシェアを持っています。また、今後はアルコールよりむしろノンアルコール市場に拡大機会があると想定していると経営陣よりコメントがありました。

その他、飲料専業会社では最大手である『タイ・ビバレッジ』社も、2022 年にノンアルコール市場に注力する方針を発表しています。