2026年8月 発行

ほくほくフィナンシャルグループ
Hokuhoku Financial Group, Inc.

海外事務所レポート

タイのばらまき政策？
「タイ・シュアイ・タイ・プラス」

北陸銀行 法人ソリューション部
バンコク駐在員事務所
所長　伊藤　邦敏

１．はじめに

タイでは2026年6月から、消費刺激策「タイ・シュアイ・タイ・プラス（タイ人助け合いプラス）」が実施されています。これは、タイ国民が参加店舗で買い物をする際に適用される制度で、一見すると、いわゆる「ばらまき政策」のようにも見えます。しかし、現金をそのまま配るのではなく、実際に店舗で買い物や飲食をした場合に限り、支払額の一部が補助される仕組みとなっています。そのため、家計の負担を軽減すると同時に、飲食店や小売店の売上を下支えする狙いがあります。

物価上昇による生活への負担感が続くなか、タイ政府は国民の消費を直接後押しする施策を実施しています。大型投資やインフラ開発のような政策ではありませんが、日々の食事や日用品など身近な分野にお金を回すという点で、一般消費者にも分かりやすい政策といえます。

２．政策概要と特徴

「タイ・シュアイ・タイ・プラス」は、対象となるタイ国民が飲食店や小売店などで買い物や飲食をした場合に、政府が支払額の60%を補助する制度です。補助額には上限があり、1人あたり1日200バーツ（約1,000円、以下1バーツ＝5円換算）、1か月1,000バーツ（約5,000円）まで利用できます。実施期間は2026年6月1日から9月30日までの4カ月間で、最大4,000バーツ（約20,000円）まで補助を受けることができます。

対象は18歳以上のタイ国民となっており、日本人駐在員を含む外国人居住者は利用できません。また、対象となる支出は食料品や日用品など生活に直結するものが中心で、アルコール、たばこ、宝くじ、ギフトカードなどは対象外です。利用には政府系の電子決済アプリ「パオタン（財布）」を使用し、店舗側は「トゥングン（集金袋）」というアプリで決済を受け付けます。

ちなみにタイでは、2025年10月から12月には「コン・ラ・クン（1人半分）」と呼ばれる、半額補助の消費刺激策が実施されていました。今回の「タイ・シュアイ・タイ・プラス」は政府負担割合を高めた形となっており、より強い消費喚起を狙っていることがうかがえます。

３．生活・消費への影響

補助額は月1,000バーツまでのため、高額商品の購入を促す制度ではありませんが、日々の食事や日用品を購入する際には使いやすい金額であり、生活に必要な小口消費を後押しする効果が期待されます。また、フードデリバリーも対象に含まれており、タイの日常的消費行動に合わせた内容となっています。

本支援策により、タイ国民の消費行動は拡大しています。報道によると、2026年6月15日15時時点で、実際に利用したことがある人数は約2,498万人、利用店舗は約100万店、累計支出額は約309億バーツ（約1,545億円）に達しました。この数値から見ても、補助金が単なる「ばらまき」ではなく、一定規模の消費を実際に動かしていることが分かります。

４．店舗側への影響

「タイ・シュアイ・タイ・プラス」は、個人事業主や中小規模の企業のみが申請可能で、大企業は対象外です。そのため、対象店舗は生活に身近な業種が中心となり、大手チェーン店を幅広く支援するというよりも、ローカルの食堂や小規模な小売店・商店などにお金が回りやすい仕組みとなっています。

店舗側にとっては、参加することで来店客の増加や売上の押し上げが期待できます。実際、参加店舗では新規顧客が増えたり、客単価が上がったりしたという声も出ているそうです。消費者には「補助が使えるのなら利用したい」という心理が働くため、店舗が制度へ参加すること自体が集客材料になり得ます。特に、同じエリアに価格帯や商品・サービスの内容が似通った店が複数ある場合には、補助を利用できるかが消費者の店舗選びに影響しやすくなります。

全体としては、消費者と参加店舗に分かりやすいというメリットがある一方、対象外の店舗にとっては売上減少への懸念から、条件の見直しを求める声が出てくる可能性があります。本政策は、タイ政府による一時的な内需下支え策として捉えつつ、対象外店舗への影響や期間終了後の反動にも注視する必要があります。

５．日系企業から見たポイント

日本人にとって、「タイ・シュアイ・タイ・プラス」は直接利用できる制度ではありません。しかし、タイ人消費者の行動を知るうえでは参考になります。特に注目すべきは、消費者が価格にどの程度敏感に反応するかという点です。実際、事務所至近のレストランでは、制度開始当初、普段では見られないような長蛇の列が見られました。



補助制度が使えるレストランに並ぶ人々
（筆者撮影）

また、本制度はアプリを通じて運用されている点もポイントです。タイでは政府支援策とデジタル決済が

結びついており、消費者側もスマートフォンを使った支払いに慣れています。今後の販売促進やキャンペーンを考えるうえでも、デジタル決済を前提とした消費行動は無視できません。

６．おわりに

「タイ・シュアイ・タイ・プラス」は、タイ政府が国民の日常消費を支援するために実施されています。いわゆる「ばらまき政策」と異なるのは、実際の買い物や飲食を通じて家計と小規模店舗の両方を支える制度であるという点です。大きな景気回復を一気に生む制度ではありませんが、国民の日常生活に直接届く政策であるため、政権支持の下支えを意識した面もあるという声も聞かれます。

本制度は、タイ人消費者がどのような支援に反応し、どのような店舗を選ぶのかを知る手がかりにもなります。短期的な消費刺激策ではありますが、タイの生活者目線の政策動向や、現地消費の温度感を把握するうえで、注目すべき事例といえるでしょう。

＜ご注意＞
文中意見は筆者の個人的見解であり、北陸銀行としての見解の反映ではありません。当レポートは作成時点の経済状況に基づき、情報提供のみを目的に作成したものです。記載内容についてはご利用者の判断と責任のもと、ご利用くださいますようお願いいたします。

発行：北陸銀行 法人ソリューション部 グローバルビジネス推進室
〒930-8637 富山市堤町通り1-2-26 TEL (076)423-7111