

「ガソリンスタンドでマンゴー配布！」

嬉しいキャンペーンの背景とは？」

在タイ歴 25 年。会社・駐在員事務所設立、BOI 申請、ビザ・労働許可証、その他各種ライセンス・許認可申請・登記のサポート、労務・法務、コンサルティングを担う。会計事務所やセキュリティ、IT 会社、バイオ技術商社も含むグループ全体の管理を行い、タイでのビジネスをワンストップでサポート。



先日、バンコクのガソリンスタンドで給油をすると、カウンターで「はい、どうぞ」と、ずっしりと重い袋を手渡されました。中には、大きなマンゴーが 2 つも。南国らしい嬉しいサプライズですが、なぜガソリンスタンドでマンゴーが配られているのでしょうか？

実はこのキャンペーンの裏側には、タイの基幹産業である農業が直面する、深刻な課題とダイナミックな対応策が隠されていました。

<「豊作貧乏」と熾烈な国際競争>

まず背景にあるのが、タイ農業が長年抱える「豊作貧乏」という問題です。マンゴーのような季節性の果物は、収穫期に一齐に市場に溢れるため、供給過多で価格が暴落してしまいます。ある農家の声として、A 級品の高級マンゴーでさえ、価格が前年の 1kg80 バーツから 21-22 バーツにまで急落したと報じられています。これでは、手間ひまかけて育てても十分な収入を得ることはできません。

追い打ちをかけるのが、熾烈な国際競争です。近年ベトナムが急速に台頭。2025 年第 1 四半期の中国のマンゴー輸入でも、ベトナム産がシェア 97% を握り、タイの輸出額は 70% も激減しました。さらにラオスも中国への輸出を開始しており、タイは「国内では価格が暴落し、国外では最大の輸出市場をライバルに奪われる」という二重の苦しみと直面しています。

<強力な「官」主導の官民連携解決策>

この危機に対し、タイで見られたのが今回のマンゴー配布キャンペーンです。これは、タイ商務省内国取引局（官）と、PTT OR、Bangchak、Susco、PT といったエネルギー大手企業（民）が連携した「官民連携」の取り組みです。政府機関が調整役となり、企業が供給過剰となったマンゴーを、チェンマイやランプーンの農家協同組合から 2,000 トン以上も直接買い取ります。そして、それを全国のカソリンスタンド

網というエネルギー企業の強みを活かして顧客に配布します。これにより、農家は収入を得られ、企業は社会貢献でブランドイメージを高め、私たち消費者も嬉しい。「Win-Win-Win」の仕組みです。これは、社会課題を政府主導のもとビジネスの力で解決する、非常にタイらしい取り組みと言えます。

ガソリンスタンドで手渡されたマンゴーは、タイ農業が大きな転換期にあることを示唆します。国内では供給過多で価格が暴落し、国外では熾烈な競争に晒されるという課題が表面化。その中において官民が連携した今回の試みは、危機への応急措置的対応に過ぎないかもしれません。しかし肯定的に捉えれば政府の強力なリーダーシップとタイ社会の柔軟性を示す解決モデルの提示でもあります。この動きをいかに農業の構造改革と真の国際競争力強化へ繋げるか、タイ社会の底力が問われています。



【実際に買った直径 20cm 以上のマンゴー2 つ】
※1 バーツ＝約 4.4 円