

# 変質する東南アジアのフリーペーパー

日本に住む日本人にも読んでほしい。  
ビジネスのヒントが必ずや隠されているはずだ。

株式会社ビザイア 企画広報部  
部長 岡本智行

## 生活に必要な情報が満載

海外赴任が決まると、スーツケースの中に現地の会話テキストとともに旅行のガイドブックをしのばせる人が多いらしい。しかも、わりかし厚めのもの(地方都市まで詳しく掲載しているもの)が多いと聞く。ところが予言してみよう。住んで1~2カ月は物珍しさも手伝って、あちこち本を片手に出かけるだろうが、しばらくたつと押入れの片隅でホコリをかぶることになる。なぜかって? それらの本には現地に住むにあたって必要な情報が何ら書かれていないからだ。現地での生活に必要なのは観光地や地元のレストランやスーパーニアショップの情報ではない。日本料理店や日本食材が手に入るお店の情報なのだ。

こうした情報をどこで入手すればいいのだろうか? 大きな会社の駐在員なら先輩方に教えを乞えばいいだろうが、そうもいかない人も多いに違いない。そこで登場するのが現地で発行している日本語フリーペーパーだ。ASEAN 諸国



バンコクの日本人街・スクンビットの中でも、もっとも日本人が集まるエリアであるプロムボン駅周辺

を見渡しても日本人が多く暮らす都市ではたいへい何らかの雑誌が発行されている。例えばタイなら10誌以上! フリーペーパーの収入源は広告だが、バンコク在住の日本人の数は年々増え続けており、登録ベースで7万人を超えている。つまり、立派に広告ビジネスとして成立していると言える。

## 紙媒体に頼らないネット世代

とはいえ、東南アジアではフリーペーパービジネスが隆盛かといえば、そうとも言い切れない。それこそタイではひと昔前までは20誌以上もフリーペーパーが発行されていたのだから、むしろ年々減少していると言えるのだ。しかし、先にも書いたように現地在住者の数は増加の一途をたどっている。なのに雑誌が減っているのはなぜだろうか?

日本でも活字離れが叫ばれているが、それは東南アジアでも同じ。ネットではほしい情報が簡単に手に入るようになったのも、もちろん大きな要因だ。それだけでなく、現地に住む駐在員の質の変化もその一因だと考える。

今やタイやマレーシアは、現地に住む人の所得が高くなったことで新しいマーケットとして注目を集めるようになってきている。第二次産業から第三次産業への展開だ。いわゆるサービス業の駐在者は、製造業に比べて若い人が多い。駐在員の若年化が進むようになると、日本でもネット世代である彼らは紙媒体に頼らなくなる。なんせ現地の情報はネットの口コミ情報を