

タイ自動車市場月次統計（2015年12月）

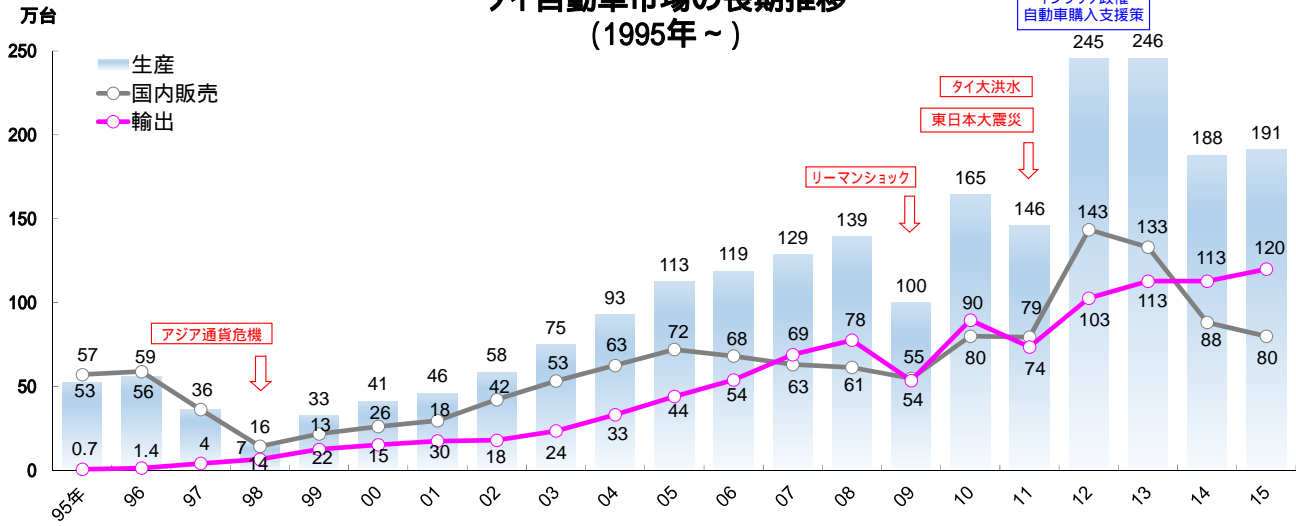
税制改正による内需減少リスクより、むしろ足元の輸出急減速が大きな懸念材料

2015年総輸出台数は過去最高の120万台

- ・タイ工業連盟（Federation of Thai Industries：FTI）が発表した2015年のタイの自動車市場統計は、総生産台数が前年比1.8%増の191万台、総輸出台数が同6.8%増の120万台、総販売台数は同9.3%減の80万台となった（図表1）。輸出台数は過去最高記録を更新したが、インラック政権下の自動車購入支援策が終了した後の国内販売の低迷が引き続き足かせとなったため、生産台数は微増にとどまった。
- ・直近の月次統計をみると、15年12月の四輪車生産台数は、前年同月比0.6%減と6か月ぶりに減少に転じた。季節調整済年率換算値（当社試算、以下SAAR）は前月比1.1%増の189.3万台と4か月ぶりに反転増加したが、3か月後方移動平均は3か月連続で減少しており、減産基調を形成しつつある（図表2）。
- ・輸出の減速が国内減産の背景にある。12月の輸出台数は2か月連続で前年割れとなり、SAARは前月比6.6%減の111.0万台と3か月連続で減少した（図表3）。2015年はタイ自動車産業の多様化の進展が、輸出台数を過去最高水準に押し上げた。すなわち、タイのお家芸とも言えるピックアップトラックの輸出にエコカーの世界拡販が加わったことで、新興国を中心とした海外市場の景気悪化の逆風を乗り越えることができたのである。しかし、足元その逆風が一層強まり、それまで勢いのあった輸出もいよいよ失速してしまった。
- ・一方、12月の国内販売台数は前年同月比13.4%増と、31か月ぶりにプラスに転じた11月（同4.6%増）に続き2か月連続の前年超えとなった。SAARは7月以降緩やかな増加トレンドを形成しており、12月も前月比7.4%増の94.0万台となった。（図表4）。
- ・タイ商工会議所が発表している消費者信頼感指数は、9月を底に上昇が続いている（図表5）。9月以降に相次いで発表されているタイ政府の積極的な経済対策が消費者の新車購買意欲を高め、国内販売の持ち直しに繋がったと考える。
- ・なお、セグメント別の12月の販売台数（SAAR）は、乗用車が前月比0.6%増、ピックアップトラック（ピックアップトラックベースのSUVであるPPVを含む）が同7.0%増、SUV（乗用車ベース）が同33.2%減、貨物車・バスが同18.2%増となった（図表6）。
- ・1月に導入された新自動車税制^{（注）}を前に、駆け込み需要が発生した可能性もあり、その反動減が今後の販売にどの程度影響するかが注目されるが、現地サプライヤーへの取材情報によると、メーカーまたはディーラーが増税分を負担し（実質値下げ）、末端の小売価格への影響が軽微なモデルもあるとの声が聞かれている。大手自動車メーカーやFTIの悲観的な国内販売見通し（16年内需減少）を額面通り受け取るのは尚早と考える。
- ・もっとも、前述のように足元で輸出の減速が止まらない状況となっているのは新たな懸念材料である。16年前半のタイ自動車生産は、重苦しい展開が続こう。

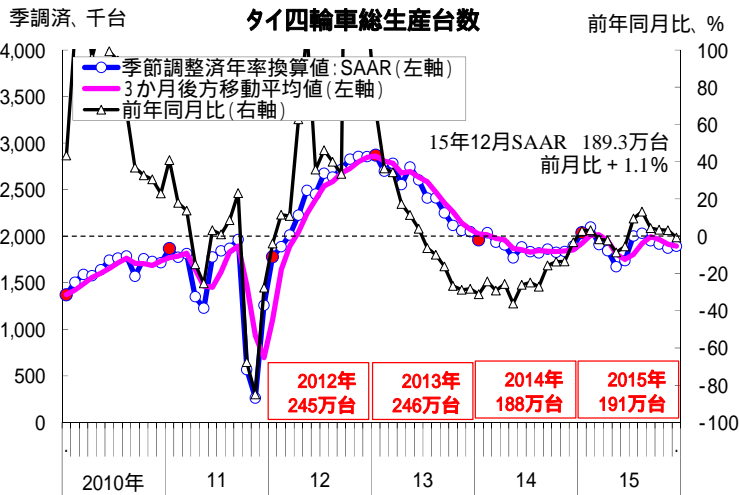
（注）16年初導入の新自動車税制（物品税の変更）については、11月27日発行のタイ自動車市場月次統計（2015年10月）の3～4ページを参照されたい。（リンク先：<https://www.yokohama-ri.co.jp/html/report/pdf/TH1510.pdf>）

図表1 2015年輸出台数は過去最高記録を更新
タイ自動車市場の長期推移
(1995年～)



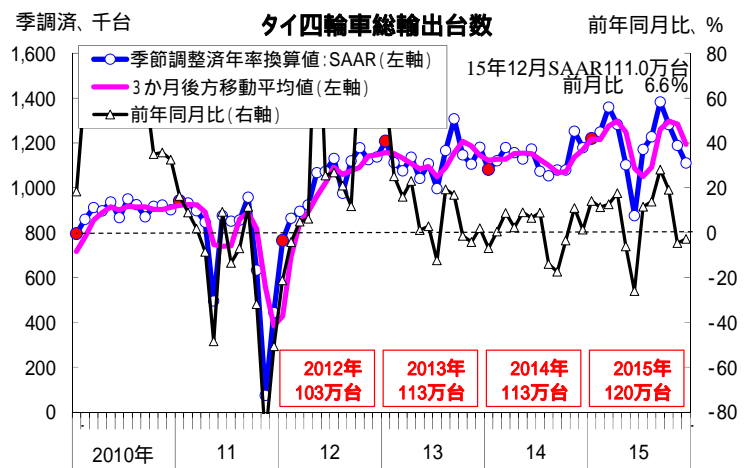
出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に浜銀総合研究所が作成

図表2 12月生産台数は6か月ぶりの前年割れ



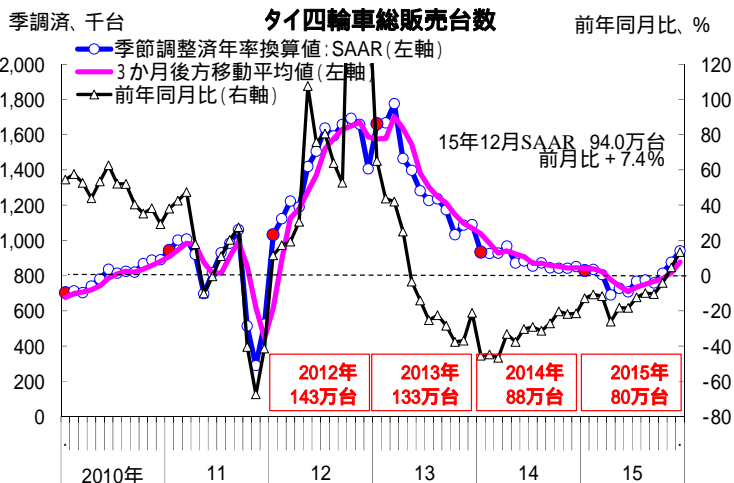
注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成

図表3 輸出台数(SAAR)は3か月連続の減少



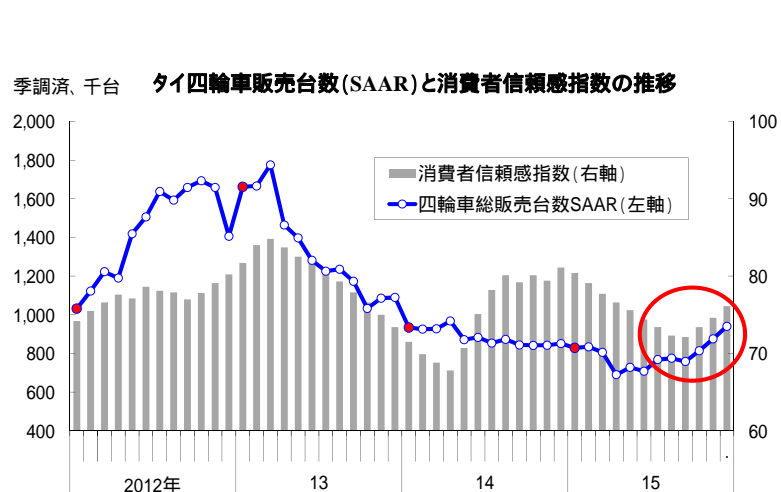
注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成

図表4 12月国内販売は2か月連続の前年越え



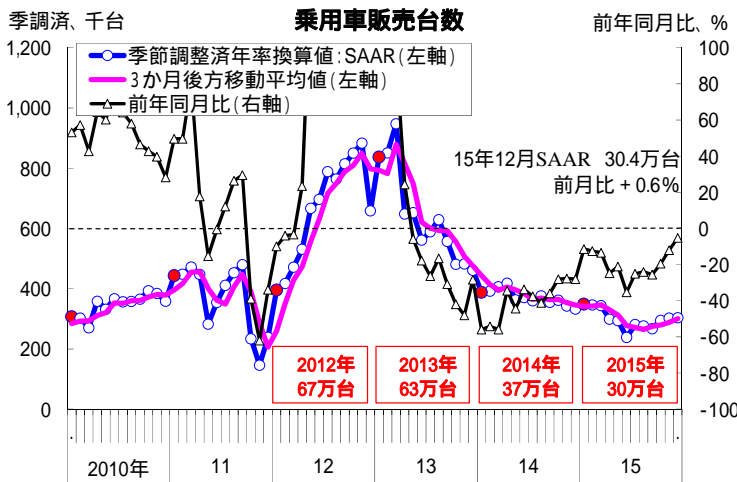
注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成

図表5 消費者信頼感指数は3か月連続で上昇

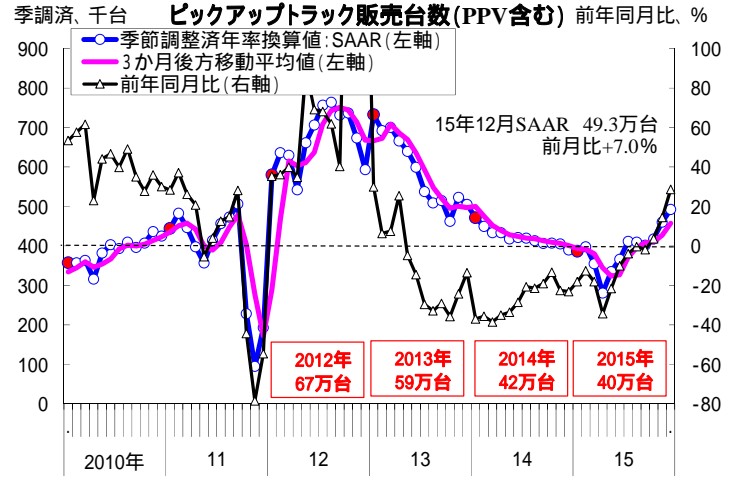


注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
出所: Federation of Thai Industries, University of the Thai Chamber of Commerceのデータを基に作成

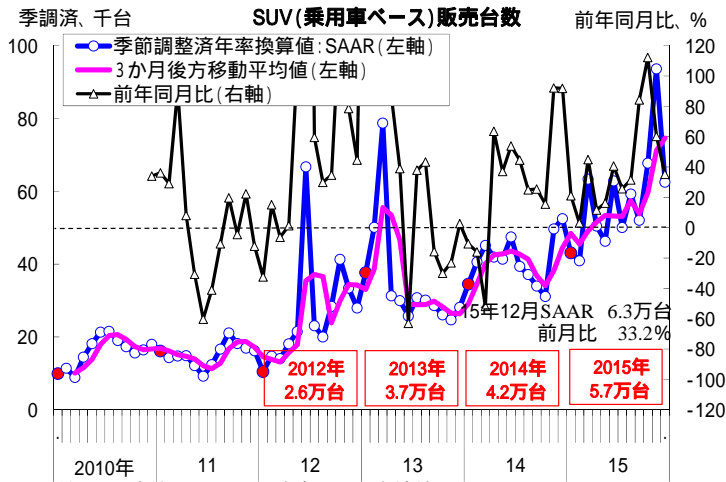
図表6 セグメント別販売台数推移



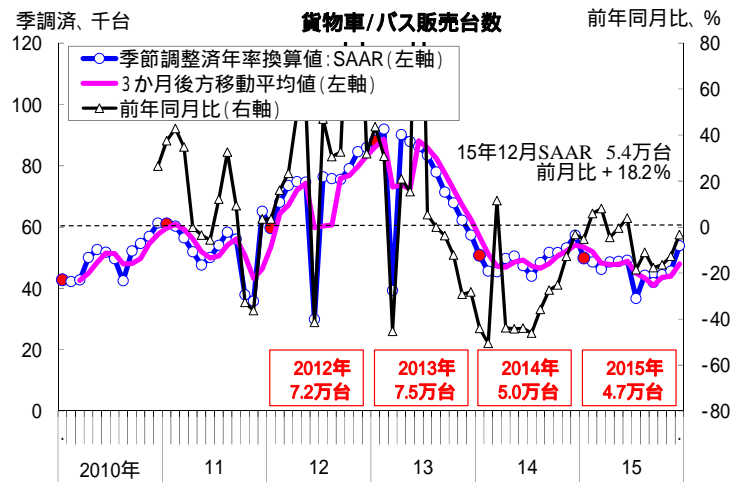
注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
 注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
 出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成



注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
 注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
 出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成



注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
 注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
 出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成



注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
 注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
 出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成

担当: 調査部 産業調査室 深尾三四郎

Tel: 045-225-2375

Email: fukao@yokohama-ri.co.jp

本レポートの目的は情報の提供であり、売買の勧誘ではありません。本レポートに記載されている情報は、浜銀総合研究所・調査部が信頼できると考える情報源に基づいたものですが、その正確性・完全性を保証するものではありません。