

タイ自動車市場月次統計（2017年1月）

タイ現地取材報告：国内市場の回復を楽観視するのは禁物。輸出低迷に伴う収益性悪化リスクに要注意。

主任研究員

深尾 三四郎

045-225-2375

fukao@yokohama-ri.co.jp

要約

- 17年1月国内生産台数（季調値）は前月比10.2%増の年率186.4万台。内需減少を輸出増加が吸収。
- 同月輸出台数（季調値）は前月比6.4%増の年率114.7万台。しかし、輸出減速基調には変わりなし。
- 2月下旬にタイ現地取材を実施。17年度は収益性改善のための事業戦略策定が今まで以上に重要。

タイ国内販売台数（SAAR）は前月比2.0%減少の78万台と底堅いが、市場の収益性悪化リスクに要注意

タイ工業連盟（Federation of Thai Industries）が発表した2017年1月の四輪車総生産台数は、前年同月比3.1%増加し、季節調整済年率換算値（当社試算、以下SAAR）も前月比10.2%増の186.4万台と、大きく落ち込んだ12月から反転増加した。もっとも、3か月後方移動平均値でみたトレンドは昨年7月からの減少基調が続いており、昨年実績194万台を下回る足元の生産は軟調に推移している（図表1）。

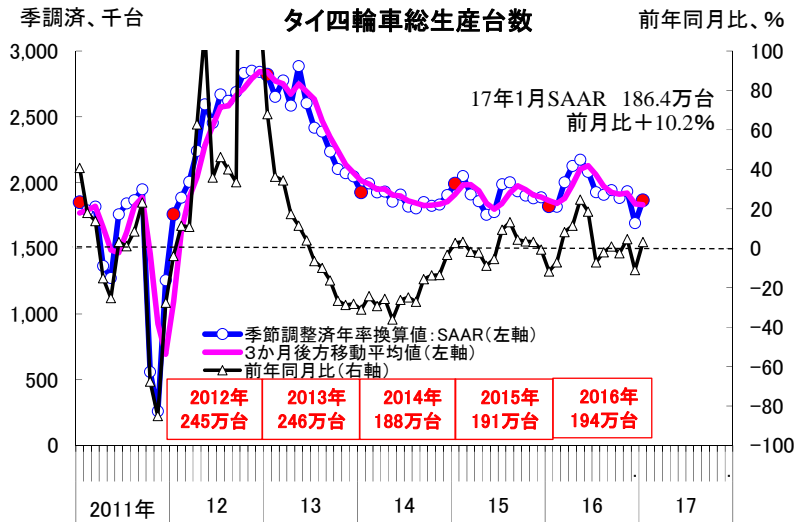
1月生産台数が反転増加した背景には、輸出台数の増加がある。1月の総輸出台数は前年同月比14.5%減と7か月連続で前年割れとなったが、SAARは前月比6.4%増の114.7万台と増加した（図表2）。引き続き中近東やアフリカでの景気悪化と南米の景気低迷が逆風となっているが、1月にAEC（ASEAN Economic Community）加盟国である隣国ベトナムで車両輸入関税が引き下げられた影響で、同国への輸出が大幅に増加したことがタイからの車両輸出増加の一因となった。もっとも、同要因をもってしても輸出減速の流れは変わることはなく、3か月後方移動平均値でみたトレンドは下向いたままである。

1月の国内販売台数は前年同月比10.5%増と4か月ぶり、そして2桁%の大きな増加となったものの、SAARは前月比2.0%減の78.2万台と5か月ぶりに増加した昨年12月に対し1月は再び減少に転じた（図表3）。1月の消費者信頼感指数は2か月連続の上昇となり、消費ムードは緩やかながらも改善の動きが続いており、国内需要に関しては現在の年率78~80万台レベルの水準で底堅さが感じられる（図表4）。

筆者は2月下旬にタイで現地取材活動を行った。それを踏まえての同国自動車市場における17年の注目点は2点ある。第1に17年も輸出低迷がタイ国内生産の大きな足かせ要因になるということである。特に中近東における新車需要の低迷が深刻かつ出口が見えないままである。同地域向けの輸出が早期に持ち直すと見込むことは極めて困難であり、関連企業の頭を悩ませる状況が続こう。第2は国内需要の盛り返しが輸出減速をどれだけ食い止めることができるかである。内需に関しては、緩やかではあるが改善する見通しが立てやすくなったという企業が増えている。前述の通り足元で国内販売に底堅さが出ていることもあるが、天然ゴム市況の改善（原油高に伴う合成ゴム価格上昇に連動）でゴム農家からの新車の引き合いが増えることや、消費ムードが改善するなかでマイナーチェンジを中心とした新モデルが増えていくといった見通しがサポート材料となっているようだ。もっとも、昨年終盤からこの1月にかけて一部メーカーのシェアが大きく変動したことを鑑みると、収益性を犠牲にした積極販売が売上数量の下支え要因になっている可能性に要注意である。また、今年は利幅の薄い乗用車の新モデル投入が多いことも懸念材料だ。

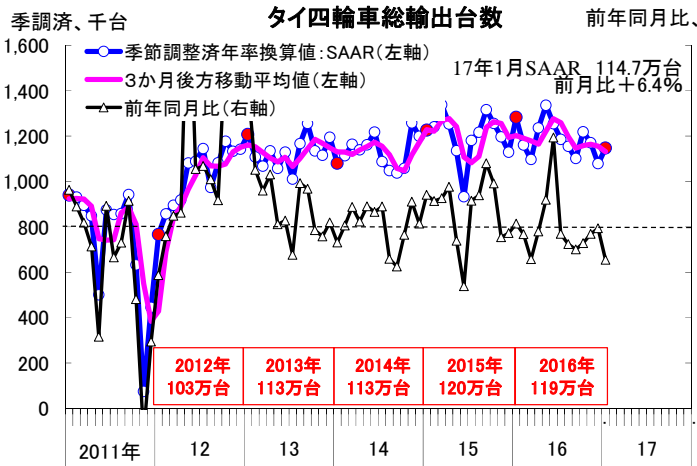
タイ工場の稼働率維持・向上を目指すメーカーが、無理のある国内販売の押し上げで輸出減速を食い止めるという展開が顕在化するリスクが横たわっており、タイ国内新車市場が底割れする状況ではなくなったと安心するのは禁物である。新年度を迎えるタイ進出企業においては、台数・数量よりも市場全体で収益性が悪化する懸念が高まっていることに注意・警戒し、止まらない人件費上昇への対抗策も引き続き熟考しながら、自社の収益性を改善するための事業戦略を強化・策定することが今まで以上に重要となろう。

図表1 17年1月の国内生産（SAAR）は反転増加



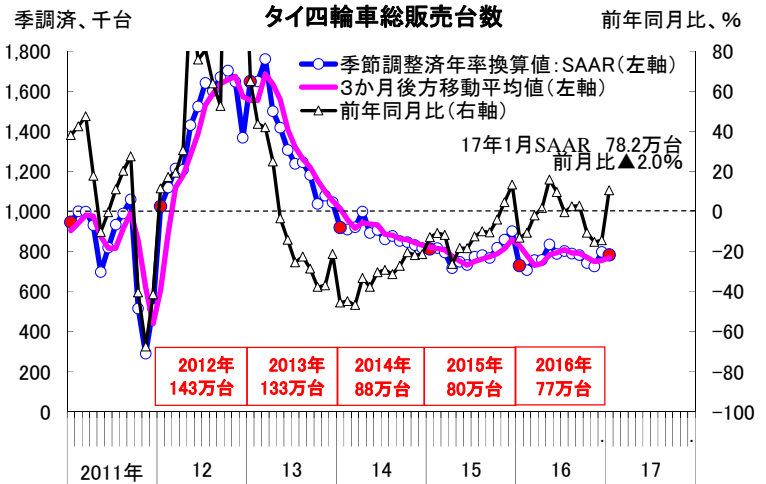
注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
 注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
 出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成

図表2 輸出台数（SAAR）は前月比増加



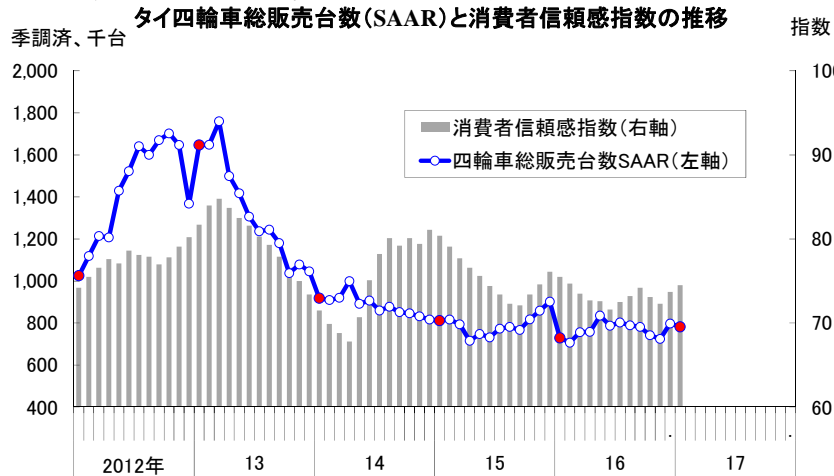
注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値。
 注2: SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算。
 出所: Federation of Thai Industriesのデータを基に作成

図表3 国内販売（SAAR）は減少



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 1月の消費者信頼感指数は2か月連続の上昇



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

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。