



## タイ経済最新情報

2022年5月号

### 3月のタイ景気はロシアのウクライナ侵攻で一気に不透明感が増した

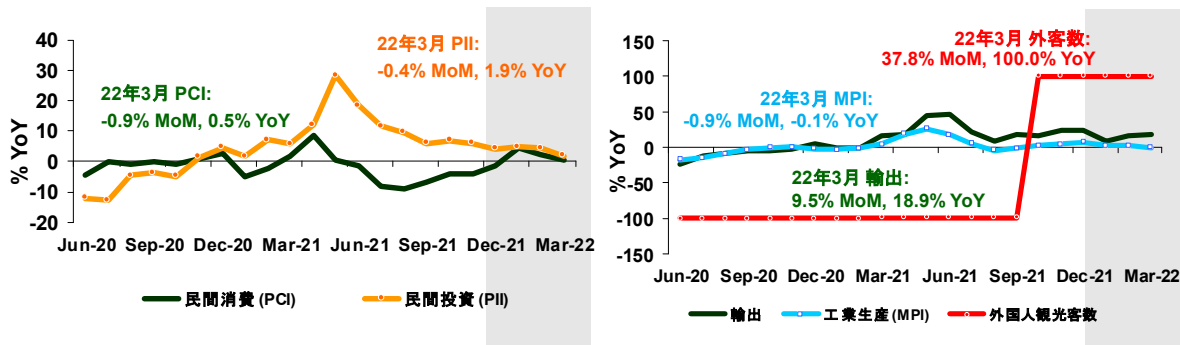
#### 要点

- 2022年3月のタイ経済は、ロシアのウクライナ侵攻で一気に不透明感が増しました。民間消費、設備投資とも振るわず、生産活動も鈍化しています。しかしながら、輸出の伸びが2桁台を維持し、外国人旅行者も改善しました。
- 2022年4月のヘッドライン・インフレ率は、前年同月比4.65%上昇し、前月からプラス成長が続いています。その主な要因は、ロシアによるウクライナ侵攻と、ロシアなどに対する経済制裁によって原材料やエネルギー価格の世界的な上昇がタイ国内のモノやサービス価格を押し上げていることによります。一方で、振れ幅の大きい生鮮食品とエネルギーを除くコア・インフレ率は、前年同月比2.0%増で、前月と比べ横ばいとなりました。
- カシコリサーチセンターは、2022年の企業・消費者間取引（B2C）の低温物流事業が、前年比15～20%増の29億～30億パーツ規模になると予測しています。その主な要因は、電子商取引の成長に伴い、生鮮・冷蔵・冷凍食品をオンラインで購入する消費者が増えていることからです。
- 今後、B2Cの低温物流は、燃料価格の上昇や競争激化などに直面することにより、サービスや効率性の向上などに取り組む必要があります。

## タイ経済の動向

### 2022年3月のタイ経済情報

タイ中央銀行が発表した2022年3月の重要な経済指標によると、前月の回復基調から鈍化基調に戻りました。民間消費、設備投資とも振るわず、生産活動も鈍化しています。新型コロナウイルス感染症や、ロシアのウクライナ侵攻による生産・生活コストが上昇した複合的な要因でした。しかしながら、輸出の伸びが2桁台を維持し、外国人旅行者も改善しました。



出所: BoT, Ministry of Industry, Ministry of Tourism and Sports

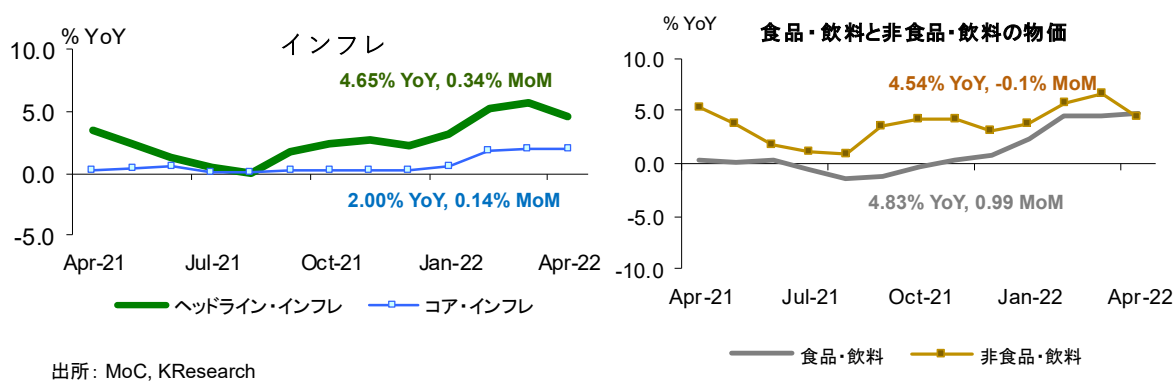
備考: YoY = 前年比; MoM = 前月比

3月の民間消費は前年同月比0.5%拡大しました。旅行者の支出が4.1倍と大幅に伸びたほか、サービスが9.8%増となっています。半耐久消費財と耐久消費財がいずれも0.2%の上昇となりました。しかし、非耐久消費財は5.0%下落となりました。

一方で、民間投資は、前年同月比1.9%上昇しました。建設認可を受けた土地の面積が6.5%、国内の機械販売が6.1%、商用車の登録が5.0%それぞれ増上昇しています。一方で、建材の販売と、機械・設備を中心とした資本財の輸入はそれぞれ5.1%、3.7%下落となりました。

3月の輸出は、前年同月比18.9%増の287億米ドルとなりました。世界的な需要回復によって輸出は好調を維持しています。

工業生産に関しては、前年同月比0.1%下落し、国内の需要鈍化に下押し圧力がかかりました。一方で、観光業では新型コロナワクチン接種完了者を対象とした隔離なし入国制度「テスト・アンド・ゴー（Test&Go）」を2月1日に再開したことにより、外国人観光客数が増加しています。



商務省が発表した2022年4月のヘッドライン・インフレ率は、前年同月比4.65%上昇し、前月からプラス成長が続いています。その主な要因は、ロシアによるウクライナ侵攻と、ロシアなどに対する経済制裁によって、原材料やエネルギー価格の世界的な上昇がタイ国内のモノやサービス価格を押し上げていることによります。

品目別にみると、食品・飲料部門は4.83%上昇しました。卵・乳製品が9.89%、調味料が9.13%、肉・魚が6.86%、総菜類が6.57%、外食が6.24%それぞれ上昇した一方で、米・粉製品は3.64%下落となっています。非食品部門は4.54%上昇。運輸・通信が10.73%と大きく上昇しています。

一方で、振れ幅の大きい生鮮食品とエネルギーを除くコア・インフレ率は、前年同月比2.0%増で、前月と比べ加速しました。

## 2022年の低温物流は最大20%成長見通し

カシコンリサーチセンターは、2022年の企業・消費者間取引（B2C）の低温物流事業が、前年比15～20%増の29億～30億パーツ規模になると予測しています。その主な要因は、電子商取引（e-Commerce）の成長に伴い、生鮮・冷蔵・冷凍食品をオンラインで購入する消費者が増えていることからです。

現在、生鮮食品・野菜・果物はオンラインで人気の商品としてファッション製品に次いで2位となっています。また、飲食店がe-Commerceを通じて地方市場を開拓していることも、低温物流の利用を後押ししています。

今後、B2Cの低温物流は、新型コロナウイルス感染症の流行や燃料価格の上昇、大手物流業者の本格参入による競争激化などに直面する見込みです。それにより、低温物流業者は配達時間の短縮や配達物の損害削減といった、サービスや効率性の向上などに取り組む必要があります。

監修：カシコンリサーチセンター

本資料は情報提供を唯一の目的としており、ビジネスの判断材料とするものではありません。掲載されている分析・予測等は、資料制作時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。また、予測の妥当性や正確性が保証されるものでもありませんし、商業ないし何らかの行動の為に採用することから発生した損害の責任を取れるものでもありません。本資料の予測・分析の妥当性等は、独自でご判断ください。

บริการทุกระดับประทับใจ