



12月のタイ景気は観光業回復の牽引で引き続き回復基調

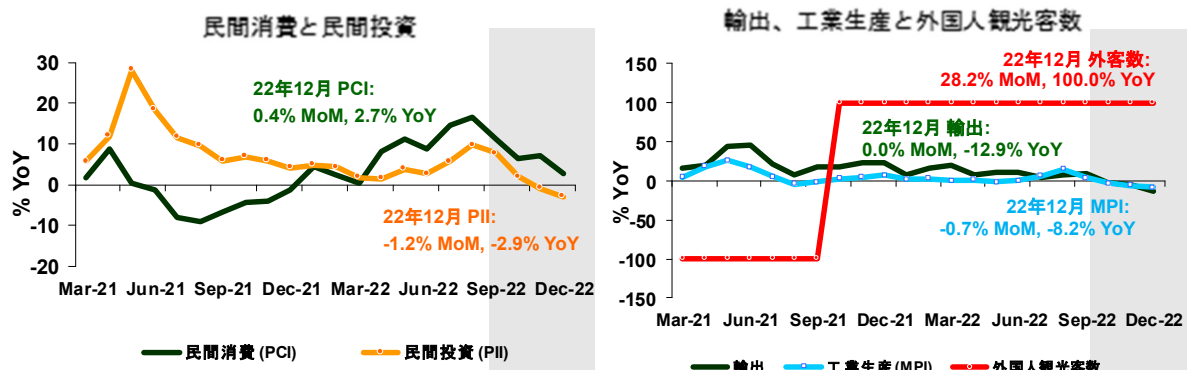
要点

- 2022年12月のタイ経済は緩やかな改善が続いています。輸出が収縮したことにより、景気は下押し圧力がかかっています。しかし、急速に回復している外国人旅行者を背景に、観光業を中心としたサービス業がタイ経済の回復を牽引しています。
- 2023年1月のヘッドライン・インフレ率は、前年同月比5.02%と、前月の5.89%から減速しました。エネルギーや食品価格の下落で、上昇率は4カ月連続で6%を下回っています。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3.04%と、前月の3.23%からやや減速がみられます。
- カシコンリサーチセンターは、2023年のタイ食事宅配市場が前年比0.8~6.5%減の810億~860億バーツ規模になると予測しています。新型コロナウイルス感染症の収束で消費者の生活が正常化し、伸びが鈍化する上、前年に伸長した反動が出る見込みです。コロナ収束で外出する消費者が増えており、注文頻度がコロナ流行中の月7回から5回に減少する見込みです。
- 食事の宅配市場はコロナが流行した2020~21年に急拡大し、2022年は伸びが鈍化したものの、注文件数は前年比44%増加したものと見込まれます。2023年は市場が縮小するものの、それでもコロナ前の2019年水準は大きく上回る見込みです。

タイ経済の動向

□ 2022年12月のタイ経済情報

タイ中央銀行が発表した2022年12月の重要な経済指標によると、タイ経済は緩やかな回復基調を続けています。急速に回復している外国人旅行者を背景に、観光業を中心としたサービス業がタイ経済の回復を牽引しています。一方で、輸出は主な仕向け地の需要停滞を受けて3カ月連続で前年同月を割り込みました。国内製造業の生産や民間投資を下押ししています。



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

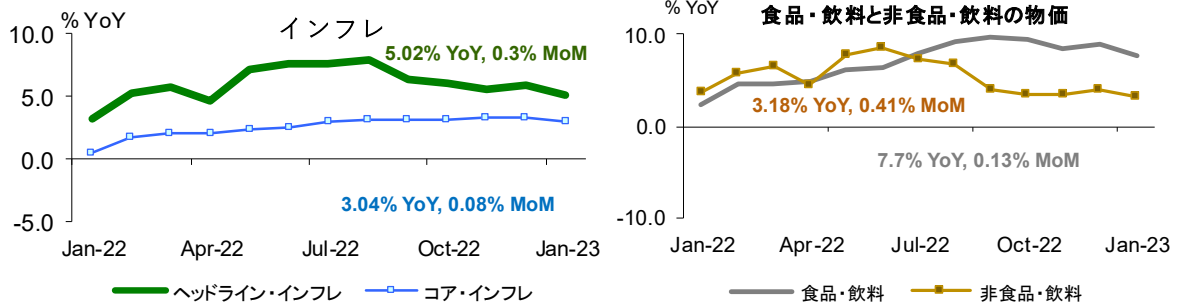
備考: YoY = 前年比; MoM = 前月比

12月の民間消費は前年同月比2.7%拡大と、前月の7.2%から減速しました。旅行者の支出が2.6倍に増えたほか、サービスが19.9%増と全体を牽引したほか、半耐久消費財は1.0%、非耐久消費財が0.3%の拡大でしたが、耐久消費財は5.6%のマイナス成長となりました。

一方で、民間投資は前年同月比2.9%下落しました。機械・設備を中心とした資本財の輸入が12.9%の2桁減となったほか、商用車の販売が8.5%減、建設認可を受けた土地の面積は2.8%減となりました。

12月の輸出は、前年同月比12.9%減の218億米ドルとなりました。輸出は主な仕向け地で需要が停滞していることから悪化が続いています。金を除いた輸出額は12.3%減の217億米ドル、金と石油関連製品を除いた場合は10.2%減となっています。

工業生産に関しては、前年同月比8.2%縮小しました。輸出の落ち込みが製造業の業績を下押ししています。一方で、外国人観光客が急速に増加しており、この結果、サービス業の活動は上向き続けています。



出所: MoC, KResearch

商務省が発表した2023年1月のヘッドライン・インフレ率は、前年同月比5.02%上昇し、前月の5.89%から減速しました。エネルギーや食品価格の下落で、上昇率は4カ月連続で6%を下回っています。

食品・飲料部門は7.70%上昇と昨年7月以降で最も低い水準となりました。果物・野菜が16.60%と最も上昇率が高く、卵・乳製品は9.66%、総菜類は9.19%と共に9%を超えています。肉・魚は2.72%、調味料は5.61%、米・粉製品は5.48%とそれぞれ上昇しました。非食品部門も3.18%上昇。運輸・通信が4.26%上昇し、全体を押し上げています。

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3.04%増で、前月からやや減速しました。

2023年のタイ食事宅配市場は最大6.5%縮小の見込み

カシコンリサーチセンターは、2023年のタイ食事宅配市場が前年比0.8~6.5%減の810億~860億バーツ規模と予測しています。新型コロナウイルス感染症の収束で消費者の生活が正常化し、伸びが鈍化する上、前年に伸長した反動が出る見込みです。

コロナ収束で外出する消費者が増えており、カシコン・リサーチの調査では全体の37%が2022年初めからこれまでに注文頻度がコロナ流行中の月7回から5回に減少したと回答しました。注文1回当たりの料金は、原材料価格やエネルギー価格の高騰で上昇傾向にあります。

こうした中で引き続き注文が得られているのは、麺やタイ料理、タイ東北料理などの一皿料理です。しかし、外出先で手軽に買える飲料やベーカリーは注文が得にくいと予測しました。一方で、経験型のレストランや、友人や家族との会食向けのビュッフェといった料理は、ほぼすべて店内飲食に回帰するとみえています。

食事の宅配市場はコロナが流行した2020~21年に急拡大し、2022年は伸びが鈍化したものの、注文件数は前年比44%増加したものと見込まれます。2023年も市場が縮小するものの、コロナ前の2019年水準は大きく上回る見込みです。

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。