

## 2025年の小売売上高は3.0%の増加を予想 事業者は競争激化とコスト増のリスクも



วรรณวิษา ศรีรัตนะ  
ผู้บริหารงานวิจัย  
wanwisa.s@kasikornresearch.com

- ・景気刺激策や外国人観光客の回復により、2025年の小売売上高は前年比3.0%増の4兆3000億バーツに達するとみられるものの、依然として過去に比べると鈍化した伸びと考えられます。消費者が生活費の高騰に懸念を抱いているため、購買力はまだ明確な回復を見せておりません。
- ・また輸入製品との激しい競争が続くことは、小売業者にとって、2025年における継続的なリスクです。特に中国製商品は、メーカーや中国人による直接販売の為、価格が安くなっています。また、最低賃金が引き上げられた場合のコスト増加の可能性についても、経営陣の判断に大きな影響を与える可能性が高いとみられています。

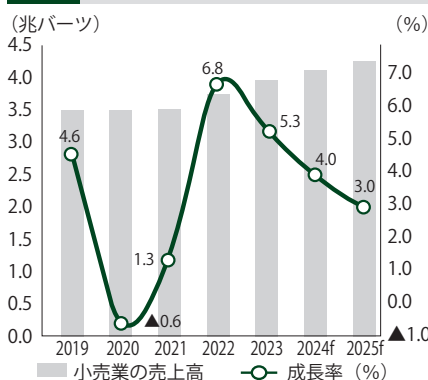
2025年の小売売上高は3.0%増と、4.0%増だった2024年から伸びが鈍化すると予想され、生活コストの高騰と消費者の購買力が回復していないことが消費を圧迫していると予想されます（図1）。

カシコンリサーチセンターは、2025年には高齢者向け給付金（フェーズ2）、デジタルウォレットによる景気刺激策、電子レシート減税策、You Fight、We Help策、外国人観光客の緩やかな回復を踏まえ、小売業の売上高は3.0%増の4.3兆バーツに拡大するものと予想しています。ただし年平均6.1%で成長していた過去2年間よりも成長は鈍化するとみられています。

一方で、デパートやスーパーといった近代的小売業者の売上は、市場全体の成長よりもハイペースに伸びると予想され、2025年には4.8%の成長が見込まれます。

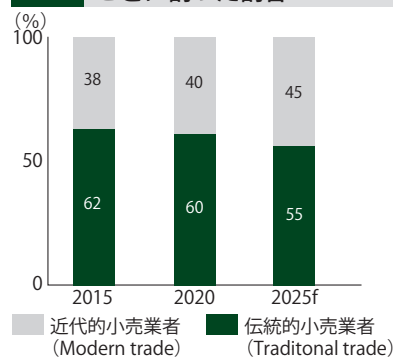
しかし、このような成長によって市場全体が過去ほどの高成長をみせることはなく、むしろ他のプレーヤー、特に伝統的な小売グループとの間でシェアを奪い合う可能性を示しています。この点は、近代的な貿易小売業者の市場シェアが、5年前の40%から2025年には45%に増加すると予想されていることも反映されています（図2）。

図1 小売業の売上高と成長率



出典：NESDC、DBD、カシコン研究センターが編集および予測

図2 小売市場価値を店舗の種類ごとに割った割合



小売事業全体の売上高は、顧客グループによって次のように分類されます（図3）。

- ・タイ人の消費は、小売総売上高の82%を占める

依然として高い生活費に直面し、購買力も回復していないため、消費者の行動は慎重になっています。カシコンリサーチセンターの調査結果をみると、調査に回答した消費者全体の32%以上が、より支出を計画的に行っており、一見すると以前とあまり変化が無いようにみられますが、外食を減らす／高級品の購入を減らすなど、購入額／サー

ビス額を減らすことで行動を調整していることがわかりました。

### ・外国人観光客による消費は、小売業の総売上高の約18%を占める

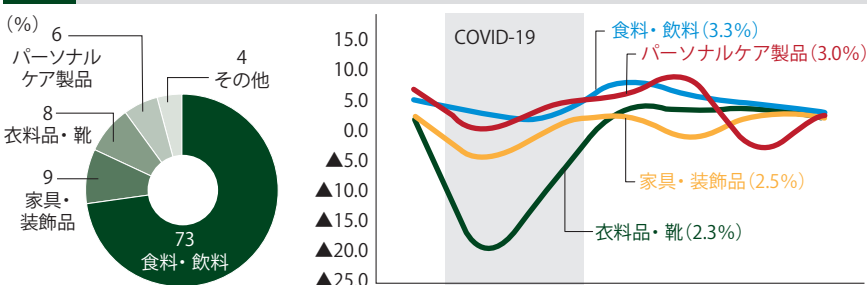
観光客数は現在も増加傾向にあります。2025年の鈍化の予想に伴いその方向性は緩やかです。加えて、観光客の消費額は、屋台料理をより多く食べ、土産物をあまり買わないといった行動の変化にも左右されています。こうした事もあり、外国人観光客の消費額の割合がCOVID-19以前の25%前後に戻るには時間がかかると予想されます。

### 食品・飲料やパーソナルケアなどの必需品は、小売売上高全体の79%以上を占め、必需品以外の商品や贅沢品よりも高い成長を続けています（図4）。

消費者の購買力は緩やかに回復しているものの、パーソナルケア製品を含む食品や飲料などの必需品が大きな割合を占めています（全小売売上高の79%）。2024年の家計支出にみられるように、市場全体よりも高い拡大傾向があり、そのうちの42%以上が食品とノンアルコール飲料と、40%を占めた2023年よりも増加しています。

残りの21%は非必需品や高級品のグループです。来年は、ファッション製品（衣料品、靴）、家具、住宅装飾・修理などが、市場全体よりも低い成長率で徐々に回復する可能性が高いと思われます。ただし消費者の支出計画は依然として厳しいか、必要な時だけ購入する傾向があると思われる。さらに洪水問題で被害を受けた場合には、家の修理・修繕にかかる出費が増える可能性も高いと予想されます。

図4 2025年の主要製品タイプ別の小売市場シェアの拡大



(注) ( ) 内の数字は2025年の成長率を示す。  
出典：NESDC、研究センターが編集および予測。

### 2025年においても小売企業はいくつかのリスクに直面すると考えられます。特に市場競争の激化と、最低賃金の引き上げによるコスト上昇の可能性については、大きなリスク要因と思われます。

#### ・輸入品との激しい競争の継続

大きなリスク要因として、タイに流入し続ける安価な中国製品が挙げられます。現在、中国のメーカーはオンラインとオフラインの両方のプラットフォームを通じて直接市場に参入しています。これにより、タイの小売業者や製品製造業者が競争することがより困難となっています。2024年の最初の10か月間に反映されているように、中国からタイへの消費者製品輸入額は12%増加の4300億バーツとなり、消費財の総輸入量の約41%を占めるほど中国製品の割合が増加しました。また、トランプ大統領の中国からの輸入品に対する関税引き上げ政策によるリスクもあり、その結果中国製品の流入が増加する可能性もあります。

#### ・コスト増加の傾向

特に最低賃金が400バーツに引き上げられた場合、その影響はより深刻なものと想定されます。賃金が上昇することで消費者の収入が上昇する一方で、現在、卸売・小売業では310万人以上が雇用されており、多くが最低賃金を受け取っている状況です。月給1万バーツ未満の人は約110万人（全体の35%）となっており、カシコンリサーチセンターでは、最低賃金が全国一律に1日400バーツに引き上げられれば、卸売・小売業の人件費は約5.6%増加すると予想しています。ただし、小売業者のコスト管理の柔軟性によっては、賃金の上昇は異なる影響を与える可能性があります。製品の値上げおよび最低賃金引き上げの詳細については今後の政府の発表を待つ必要があり、より明確なものとなるでしょう。

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