

本レポートでは、信金中金の海外駐在員等が最新のトピックス等について報告します。今回は、近年のタイ経済の動向および消費市場としての魅力が高まるタイについてご紹介します。

## 今月のトピックス:

1. 近年のタイ経済の動向について
2. 消費市場としての魅力が高まるタイ

## はじめに

2022年10月1日より、タイ政府は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、約2年半続いた非常事態宣言を解除し、入国制限を撤廃しました。これにより、入国時のワクチン接種証明書や陰性証明の提示が不要となり、タイ入国へのハードルが下がったことから、当地は各国からの観光客で賑わいを取り戻しつつあります。

コロナ禍においては、外国人観光客数が激減したことで、コロナ禍以前(2019年)に名目GDPの約20%(間接的な収入を含む)を占め、同国の重要産業である観光業が大きな打撃を受けました。コロナ禍による観光業の不振は、タイ経済に大きな影響を与えましたが、足元では、入国制限の解除等に伴い、タイ経済は復調傾向にあります。

また、タイにおいては、最低賃金の引上げによる可処分所得の増加、所得層の変化、今後の人口増加等もあって、消費市場としての魅力が今後も高まっていくものとみられます。

そこで、本稿では、近年のタイ経済の動向や消費市場としてのタイについてご紹介します。

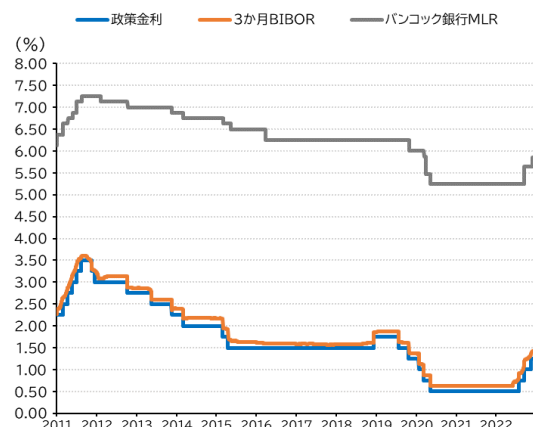
## 1. 近年のタイ経済の動向について

### (1) 金利の動向

タイの政策金利は、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で個人消費の低迷や外国人観光客数の減少による観光業の不振等を背景に、2020年5月に過去最低水準となる0.50%にまで引き下げられ、それ以降の約2年間、経済支援のため緩和的措置を継続するという方針の下、0.50%で据え置かれてきました。

しかし、2022年8月10日に、①水際対策の緩和により外国人観光客数が予想を上回ったこと、②労働市場の改善や家計所得の増加といった下支え要因により個人消費が回復していることを踏まえ、3年8か月

[図表1]タイにおける政策金利の推移



(備考)タイ中央銀行(BOT)資料より作成

ぶりに政策金利が0.50%から0.75%へと引き上げられました。それ以降、9月、11月と3回会合連続で0.25ポイントの政策金利の引上げが実施され、2022年12月時点で、1.25%になっています。(図表1、2)

政策金利の引上げに伴い、タイの銀行間平均貸出金利である BIBOR や企業向け最優遇金利に相当する MLR(Minimum Lending Rate/バンコック銀行)といった各種貸出金利についても政策金利に連動するような形で上昇傾向にあります。

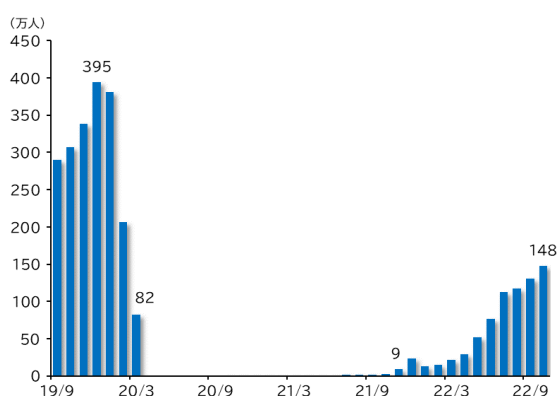
例えば、BIBORは、2021年8月に0.620%まで低下したものの、足元では、1.432%と2倍超の水準となっているほか、MLR(バンコック銀行)は、政策金利が0.50%へと引き下げられた当時は、長らく5.25%で推移していましたが、政策金利の引上げに伴って、足元では、5.85%まで上昇しています。

消費者物価指数(11月:5.6%)をみると物価の上昇は、一旦、落ち着きつつあるように見受けられ、タイ中央銀行も2023年末には目標レンジ内に収まるとの見通しを示していますが、依然として、その水準は目標レンジである1.0~3.0%を上回っています。物価上昇率が長期にわたり高止まりする場合や物価の上昇圧力が強まる場合等には、政策金利の更なる引上げや、それに伴う貸出金利の上昇が見込まれます。(図表3)

一方、米国では、高止まりする物価上昇率を抑制するために段階的な利上げを実施していますが、その影響で同国が景気後退に陥る可能性があり、その余波が世界経済にも押し寄せてくると指摘されています。

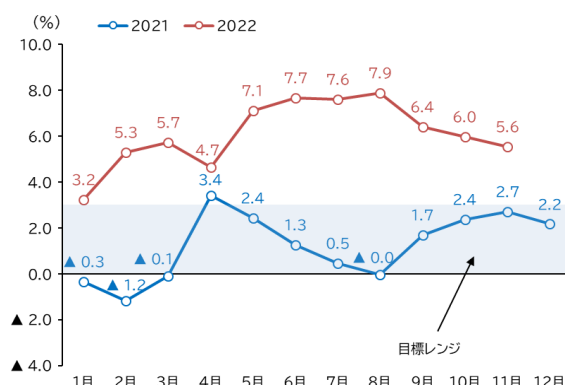
タイ経済は、観光業の回復によって今後も堅調に推移するとみられていますが、タイ中央銀行においては、タイ国内の利上げに伴う個人消費や家計債務への影響に加え、米国の景気後退に伴う世界経済の減速等先行きに不透明感が増していることから、今後、国内外の動向を一層注視していくとしています。

[図表2]タイに入国する外国人観光者客数の推移



(備考)タイ観光・スポーツ省資料より作成

[図表3]消費者物価指数(前年比)の推移



(備考)タイ商務省資料より作成

## (2) 経済成長の推移

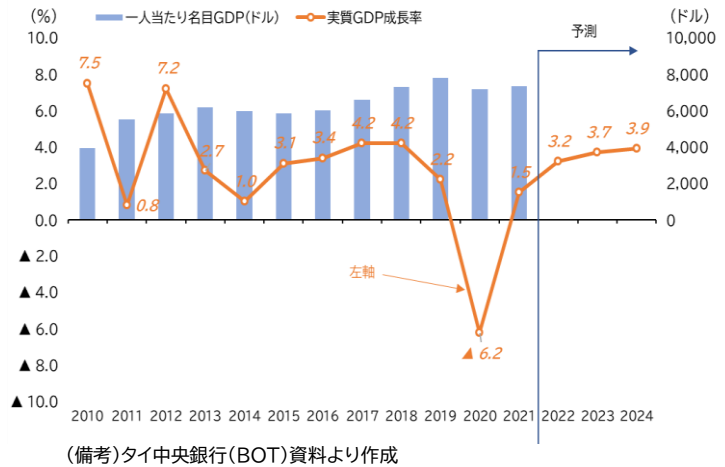
タイの実質GDP成長率(前年比)をみるとコロナ禍以前(2019年)の成長率は+2.2%でしたが、新型コロナウイルス感染症が拡大した2020年の成長率は、主力である観光業の低迷により▲6.2%となりました。その後、2021年の成長率はプラスに転じたものの、+1.5%に留まっていた。(図表4)

しかし、2022 年は、入国規制の緩和により、外国人観光客数の大幅な回復および好調な個人消費により、タイ中央銀行は、2022 年の成長率を +3.2% と見込んでいます。

新型コロナウイルス感染症の再拡大等による観光業の悪化懸念はありますが、観光業と個人消費の堅調な推移を踏まえ、今後 2 年間の経済は回復するとの判断から、2023 年 +3.7%、2024 年 +3.9% と景気拡大が続く見通しが示されています。

また、タイ政府は、コロナ禍の 2020 年に実施した消費刺激策「ショッピング・デー・ミー・クーン」を年明けの 2023 年にも実施することを決定しました<sup>1</sup>。同施策は、最大 40,000 バーツ(約 156,000 円)を個人所得から控除することが可能で、アルコール飲料や自動車等といった一部対象外の商品・サービスもありますが、ほとんどの商品・サービスが対象となります。同施策は、国民の積極的な利用が見込まれ、消費が刺激されることから、今後の景気拡大の一助になるとみられています。

【図表 4】実質 GDP 成長率(前年比)の推移



## 2. 消費市場としての魅力が高まるタイ

タイへの日系企業の進出は、低廉な人件費や取引先からの要請等を理由に、製造業を中心に進んできましたが、現在では、上記 1. のとおり、同国の経済成長に伴う物価上昇等により人件費が上昇傾向にあるため、他の ASEAN 諸国と比較すると「低廉な人件費を目的とした生産拠点」としての魅力は低下しつつあります。

一方、タイにおける最低賃金の引上げは、個人消費を支える可処分所得の増加につながるほか、同国では経済成長に伴い所得層が変化しており、消費市場の拡大につながることが期待されています。

加えて、タイの人口構成をみると消費意欲の強い現役世代の人口が多く、当面、人口も増加する見通しであること等から、同国の消費市場としての魅力は高まっていくものとみられます。

本章では、タイへの日系企業の進出動向やタイの所得水準に焦点を当てながら、消費市場として魅力が高まるタイについてご紹介します。

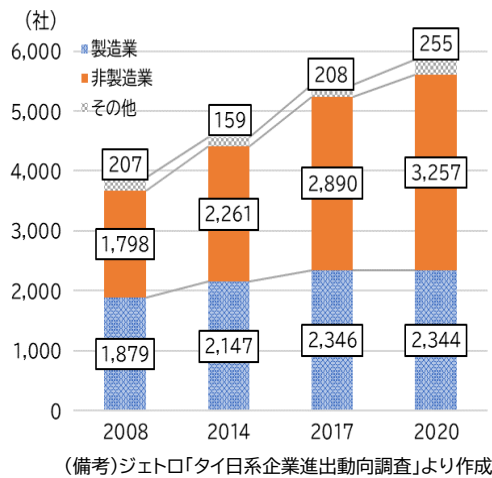
### (1) 日系企業のタイ進出動向

ジェトロ(日本貿易振興機構)・バンコク事務所「タイ日系企業進出動向調査」(2020年)によると、タイにおいて活動が確認された企業数は、5,856社と前回調査(2017年10月)から412社増加していますが、その内訳をみると、小売・卸売業やサービス業等を中心とした非製造業が367社増加した一方、製造業は2社減少と非製造業の増加が目立つ結果となっています。2008年から2020年における10年超のスパんでみても製造業の進出ペースが一服する一方、非製造業の進出が進展している

<sup>1</sup> タイ政府「2022 年 12 月 20 日閣議決定」  
<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/62908>

ことが確認できます。(図表5, 6)

【図表5】業種別タイ日系企業の進出動向の推移



【図表6】非製造業の動向

(単位:社)

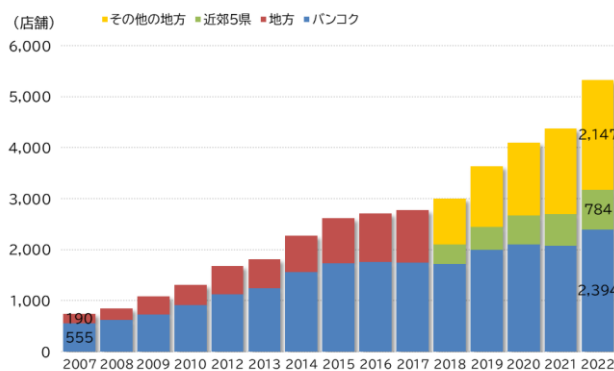
	2008	2014	2017	2020
小売・卸売業	942	1,082	1,360	1,486
サービス業	475	686	896	1,017
運輸業・郵便業	144	176	204	211
情報通信業	118	148	191	209
不動産業・物品賃貸業	63	64	100	188

(備考)ジェトロ「タイ日系企業進出動向調査」より作成

また、近年、飲食業の進出も盛んになっています。ジェトロバンコク事務所が公表した「2022年度タイ国日本食レストラン調査」によると2022年は5,325店舗(前年比+21.9%)となっており、その増加数(955店舗)は、2007年の調査開始以降、最大の増加数となっています。バンコク近郊県とその他の地方の伸び率が大きいことから、タイ全土において幅広く日本食が受け入れられているものと思料されます。(図表7)

直近では、2022年4月に、タイで3店舗目となるスシローが出店しました。1皿40パーツ(約160円)からと日本よりも高い価格設定であっても現地に駐在する日本人のみならず、タイ人にも人気があり、休日ともなると1時間程度の待ち時間ができるほどの賑わいとなっています。(図表8)

【図表7】タイ日系企業(飲食業)の進出動向の推移



- (備考)1. ジェトロバンコク事務所「2022年度タイ国日本食レストラン調査」より作成  
 2. 2011年は調査を実施せず、2017年までは、バンコク以外を統一して調査  
 3. 近隣5県は、ナコンパトム、ノンタブリー、パトゥムターニー、サムットプラカーン、サムットサーコーン

【図表8】タイ人で賑わう日系飲食店の様子

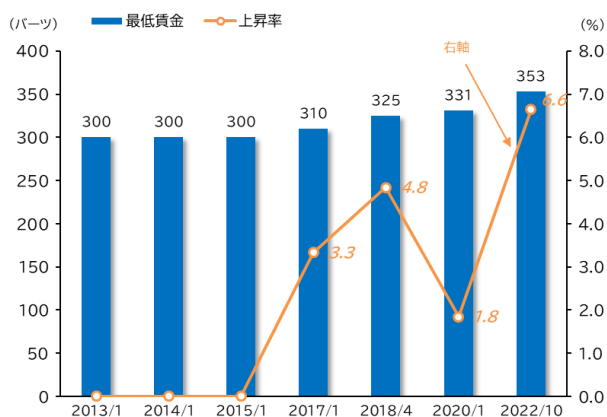


(備考)信金中央金庫撮影  
スシロー、一風堂、銀だこ

## (2) タイにおける最低賃金の水準

タイの最低賃金は、およそ2年に1～2回のペースで改定されており、直近では、2022年10月に2020年1月以来2年10か月ぶりとなる最低賃金の引き上げが実施されました。各エリアにおける2010年の最低賃金を基準にすると足元の水準は約1.5～2.0倍に上昇しています。(図表9、10)

[図表9]バンコクにおける最低賃金の推移



(備考)タイ労働局資料より作成

[図表10]タイ主要エリアの最低賃金の推移

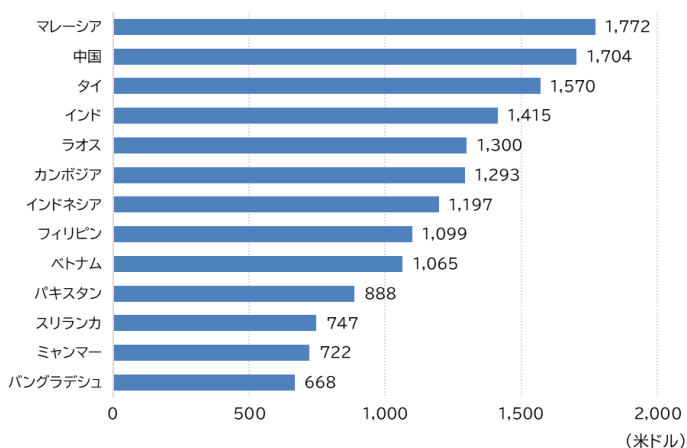
	バンコク	チョンブリ	アユタヤ	ラヨン	チェンマイ
2010/1	206	184	181	178	171
2011/1	215	196	190	189	183
2012/4	300	273	265	264	251
2013/1	300	300	300	300	300
2014/1	300	300	300	300	300
2015/1	300	300	300	300	300
2017/1	310	308	308	308	308
2018/4	325	330	320	330	320
2020/1	331	336	325	335	325
2022/10	353	354	343	354	340

(備考)タイ労働局資料より作成

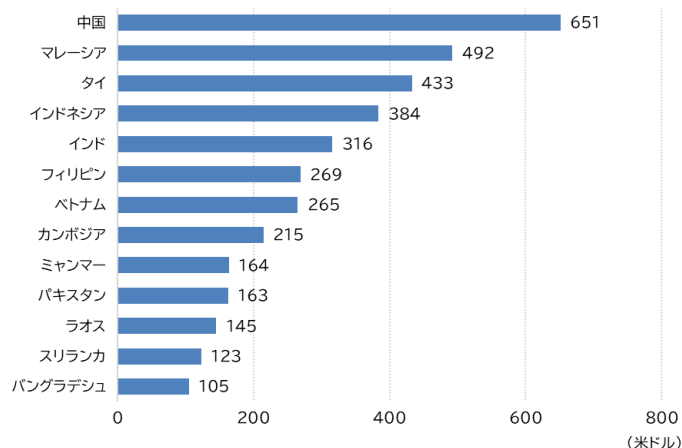
また、アジア各国と平均賃金を比較してみると、日系企業(製造業)に勤務するマネージャーの平均賃金(2021年)が、マレーシア、中国に続いて3番目に高い水準にあるほか、作業員(ワーカー)の平均賃金についても、タイは、中国、マレーシアに続いて3番目に高い水準となっています。

このように、タイでは、継続的に賃金が上昇しており、その水準もベトナム等に比して高いことから、「低廉な人件費を目的とした生産拠点」としては、その魅力を失いつつあります。(図表11、12)

[図表11]アジア各国との平均賃金比較(製造業マネージャー)



[図表12]アジア各国との平均賃金比較(製造業作業員)



(備考)1. ジェトロ「2021年度海外企業実態調査」より作成

2. 諸手当を除いた基本給の比較

マネージャー: 正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度

作業員: 請負労働者や使用期間中の作業員を除いた正規雇用の一般工職で実務経験3年程度

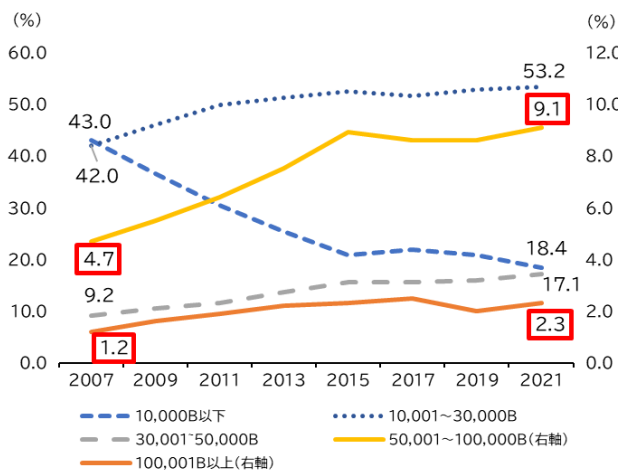
### (3) タイの所得層とその変化

図表13は、タイの所得層割合について時系列でみたものです。2007年からの変化をみてみると、月収10,000バーツ(約39,000円)以下の層は、2021年に半数以下まで減少する等、所得の底上げが進んでいるほか、月収50,001バーツ(約195,000円)以上の層の割合も増加傾向にあることが分かります。

タイの上位2層である月収50,000～100,000バーツ(約195,000～390,000円)、100,000バーツ(約390,000円)以上の世帯の割合は、2007年の5.9%(4.7%+1.2%)から2021年の11.4%(9.1%+2.3%)と1.93倍になっており、2021年のバンコク周辺部に限れば、その割合は21.7%(16.8%+4.9%)まで跳ね上がっています。(図表13、14)

2022年12月29日時点のレートが3.87円/バーツであるため、バンコクの人口(2021年:552万人)の約2割が月収約20万円以上の収入を得ている計算となり、首都圏を中心にタイ国民の生活水準が向上していると思料されます。

【図表13】タイの所得層割合の推移



(備考)タイ国家統計局資料より作成

【図表14】2021年の地区別の所得層割合

	全体	バンコク周辺	中央部	北部	東北部	南部
1,500バーツ未満	0.2	0.1	0.3	0.3	0.1	0.2
1,500~3,000バーツ	0.4	0.1	0.3	0.5	0.6	0.2
3,001~5,000バーツ	2.4	0.3	1.9	4.2	3.6	1.9
5,001~10,000バーツ	15.4	3.5	12.2	23.3	22.4	15.9
10,001~15,000バーツ	19.1	12.4	17.6	22.1	23.4	20.1
15,001~30,000バーツ	34.1	34.6	37.2	31.0	32.3	35.9
30,001~50,000バーツ	17.1	27.3	19.1	12.0	11.0	15.8
50,001~100,000バーツ	9.1	16.8	9.6	5.6	5.2	8.2
100,000バーツ超	2.3	4.9	1.8	1.1	1.5	1.9

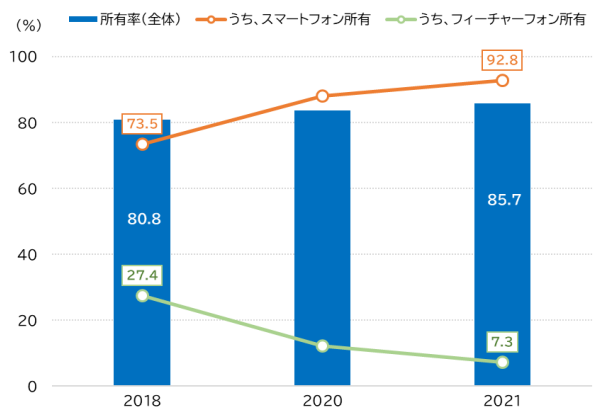
(備考)タイ国家統計局資料より作成

また、身近なタイ国民の生活水準の変化を示すデータとして携帯電話の所有率をみてみると、タイ国民(6歳以上)の携帯電話所有率は、2018年は80.8%でしたが、3年後の2021年には85.7%と所有率が更に上昇しています。(図表15)

所有する携帯電話の種類に着目すると、スマートフォンの所有率は、73.5%(2018年)から92.8%(2021年)へと大幅に上昇した一方、フィーチャーフォンの所有率は27.4%(2018年)から7.3%(2021年)へと低下しており、フィーチャーフォンより高価なスマートフォンへの切替えが進んでいることがわかります。

実際、タイに駐在中である筆者の身の周りにおいても、知人である新卒1年目のタイ人3名のうち2名が今年新たに発売されたスマートフォン「iPhone14」を購入・使用している等、身近なところでもタイ国民の生活水準の向上を実感しているところです。

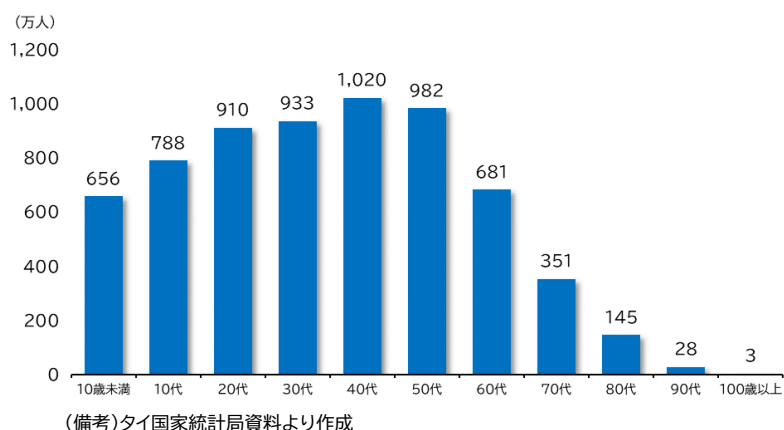
【図表15】6歳以上のタイ国民の携帯電話所有率



(備考)タイ国家統計局資料より作成

そのほか、人口の側面からみても、タイは高齢社会の入口に立っているとされているものの、年齢別の人口構成をみると消費意欲の強い現役世代の人口が多く、人口も2028年まで引き続き増加(2028年人口推計:7,039万人<sup>2</sup>)する見通しであること等から、今後も需要の拡大が見込まれます。(図表16)

[図表16]2021年の年齢別人口



## おわりに

タイにおいては、米国の景気後退に伴う世界経済の減速懸念等、先行き不透明感が高まりつつあるものの、現時点では、観光業の回復等が原動力となり、今後も景気拡大が続く見通しです。

また、同国では、経済成長に伴う物価上昇等を背景に最低賃金の上げが進み、人件費が上昇傾向にあります。賃金上昇による可処分所得の増加、所得層の変化等により、消費市場としての魅力も高まっていくものと思料されます。

信金中央金庫では、信用金庫や外部専門機関と連携し、「海外にモノを売りたい」信用金庫のお取引先に対して、現地の市場等にかかる情報提供、商談会の開催、バイヤーとの個別マッチング支援、越境EC活用支援等、様々なソリューションを提供しております。海外販路開拓に関するご相談等がございましたら、まずはお取引のある信用金庫までご連絡ください。

### <編集・発行>

信金中央金庫 海外業務推進部 企画グループ  
 東京都中央区八重洲1丁目3番7号  
 Tel: 03(5202)7703  
 E-mail: s1000860@facetoface.ne.jp

### <信用金庫使用欄>

本レポートは、標記時点における情報提供を目的としています。したがって投資等についてはご自身の判断によってください。また、本レポート掲載資料は、信金中央金庫が信頼できると考える各種データにもとづき作成していますが、信金中央金庫が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は、予告なしに変更することがありますのでご注意ください。

<sup>2</sup> UN(国際連合)「World Population Prospects 2022」