

調査レポート

タイの自動車市場

～2010年の新車市場は80万台まで拡大

<要旨>

タイの自動車市場がかつての輝きを取り戻しつつある。販売台数をみると、96年に59万台のピークを記録した後、通貨危機の影響により98年には14万台まで落ち込んだがその後は回復に向かい、2002年は38万台まで回復する見込みである。

タイの自動車販売市場はアジア全体では5%程度、ASEAN域内の30%弱のシェアを占める。所得水準に比べ自動車普及が進展しており、世帯当たりの自動車保有率は19.9%と5世帯に1台の割合で自動車が普及している。こうした背景には90年代前半に中間層が拡大し自動車購買層の役割を担ったことがある。

本稿では所得、自動車価格、世帯数などの動向から2010年までの自動車市場(販売台数、保有台数)を予測した。その結果、販売台数は2002年が38万台、2004年が48万台、2006年が55万台、2008年が65万台、2010年80万台となった。通貨危機後に買い控えた反動(ペントアップディマンド)が顕在化することから2004年までは二桁の伸びとなる。その後、伸び率はやや鈍化するものの、2010年には2002～2004年の買い替え需要によってやや加速する見込みである。また、保有台数は、2010年には874万台となり、総人口に対する保有率が13%余りに達するとみられる。

販売台数が通貨危機前のピークを越えるのは2007年まで持ち越される見込みである。危機前の水準回復までに10年余り要することを考えると、通貨危機の後遺症は大きかったといえる。しかし、タイのモータリゼーションは着実に進展しており、今後も自動車市場は拡大が見込まれる。



【照会先】調査部(東京)竹島

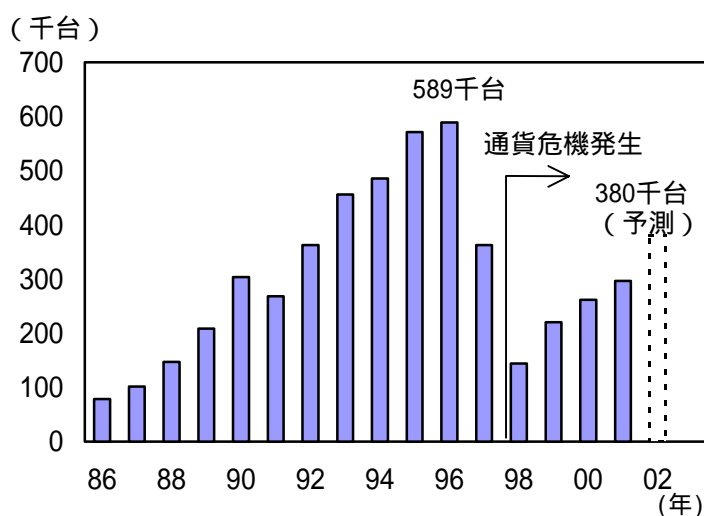
Email: takeshima@ufji.co.jp

はじめに

タイ経済は80年代後半からアジア通貨危機発生までの10年余りの間、平均8%台の高成長を達成した。この間、所得水準の上昇を背景に都市部を中心に中間層が形成され消費ブームがおこった¹。中でも自動車は消費ブームの象徴であった。自動車販売台数の推移をみると、90年代前半に急速に拡大し、ピーク時の96年には約59万台を記録した(図表1)。しかし、通貨危機を境にそれまで好調であった自動車市場は急速に縮小し、98年には約14万台まで落ち込んだ。その後は回復に向かい2001年は約30万台となった。2002年に入っても販売は好調を維持している。2002年1-8月期は約25万台、前年同期比35.1%増となり、2002年通年では38万台程度に達する見込みである。タイの自動車市場はかつての輝きを取り戻しつつある。

本稿ではタイの自動車市場の現状を捉えた上で、2010年までの販売台数および保有台数の予測を行う。予測に際しては、タイ統計局発表の家計調査(“Report of the Household Socio-Economic Survey”)を用い、所得階層毎の自動車購入行動を勘案する。

図表1 タイの自動車販売台数



(資料) FOURIN 『海外自動車調査月報』、CEIC

¹ タイの中間層の動向については、2002年7月9日発行のレポート『タイの消費市場は蘇ったか? ~ 中間層の回復が消費市場拡大のカギ』を参照。レポートは弊社HP (<http://www.ufji.co.jp>)にてダウンロード可能。

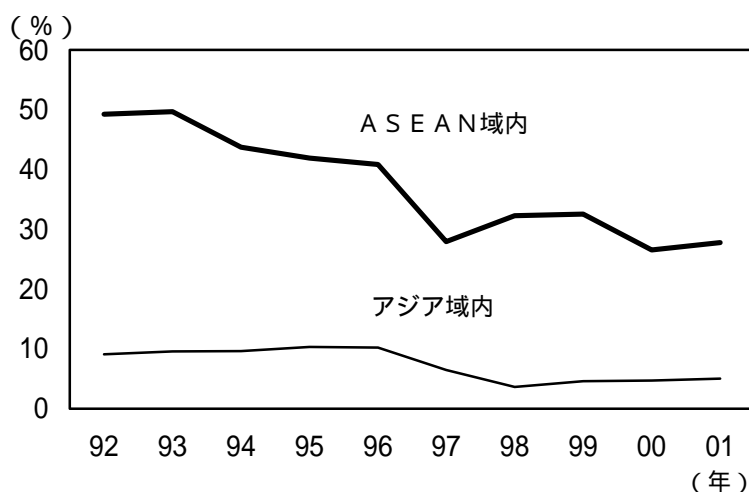
1. タイの自動車市場の現状

(1) アジア市場における販売シェア

タイの自動車市場の規模はどれくらいであろうか。まず、アジア域内のシェアをみると、販売台数がピークを迎えた 96 年には 10.2%とアジア全体の 1 割に達したが、通貨危機後はシェアが低下し 2001 年には 5.1%となった。アジア域内では中国の成長が著しくアジア全体の約 4 割を占めている²。

次に、ASEAN域内における販売シェアをみると、92年に49.2%と半数近いシェアを誇っていたが通貨危機を境に急低下し、2001年には27.8%となった(図表2)。通貨危機後はマレーシアがシェアを伸ばしている。

図表2 アジアにおけるタイの自動車販売シェア



(注) ASEANはタイ、マレーシア、インドネシア、フィリピンの4カ国。

アジアはASEANに中国、インド、台湾、韓国を加えた8カ国・地域。

(資料) FOURIN

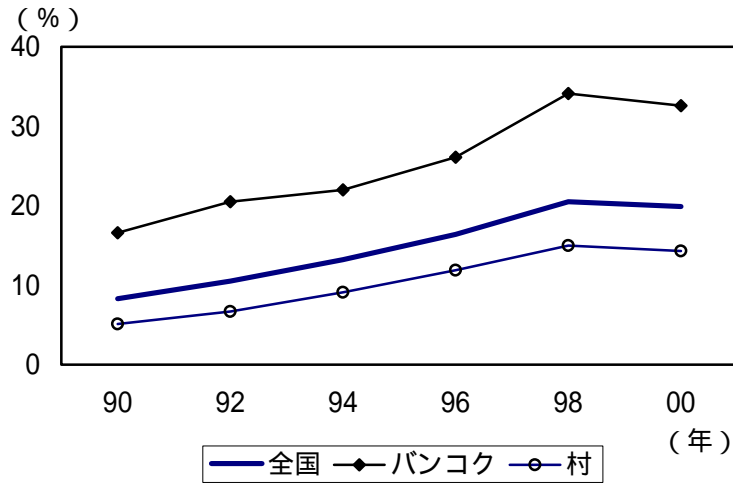
(2) 保有率

世帯あたりの自動車保有率をみると、90年以降ほぼ一貫して上昇している。2000年時点の保有率は19.9%と5世帯に1台の割合で自動車が普及している(図表3)。ただし、地域間の格差が大きい。バンコクの保有率は32.6%と約3世帯に1台の割合で自動車が普及しているのに対し、村部の保有率は14.3%にとどまっている。

また、車種別の保有率をみると地域毎に特徴がある。バンコクでは乗用車の保有率が21.5%と商用車(主にピックアップトラック)を上回っている一方で、村部では商用車の保有率が高く、乗用車の保有率は3.4%にすぎない(図表4)。

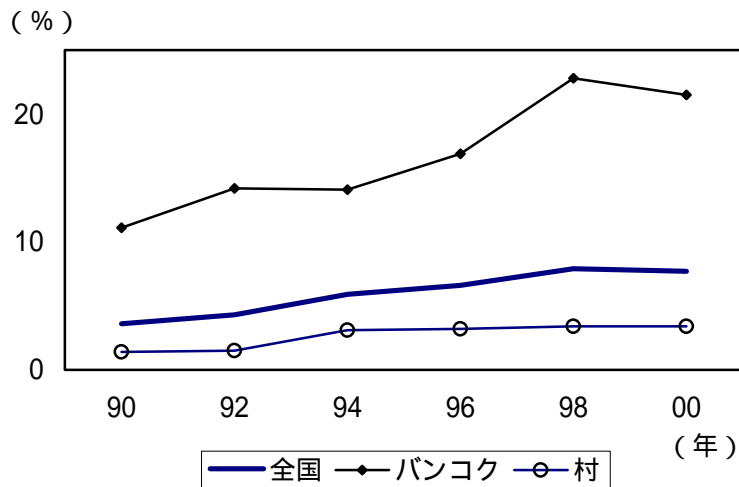
² 中国の自動車市場については、2002年7月10日発行のレポート『中国の自動車市場～2015年までに日本を上回る』を参照。

図表3 自動車保有率



(注) 自動車 = 乗用車 + 商用車 (ピックアップトラック)。
 (資料) 家計調査

図表4 乗用車保有率

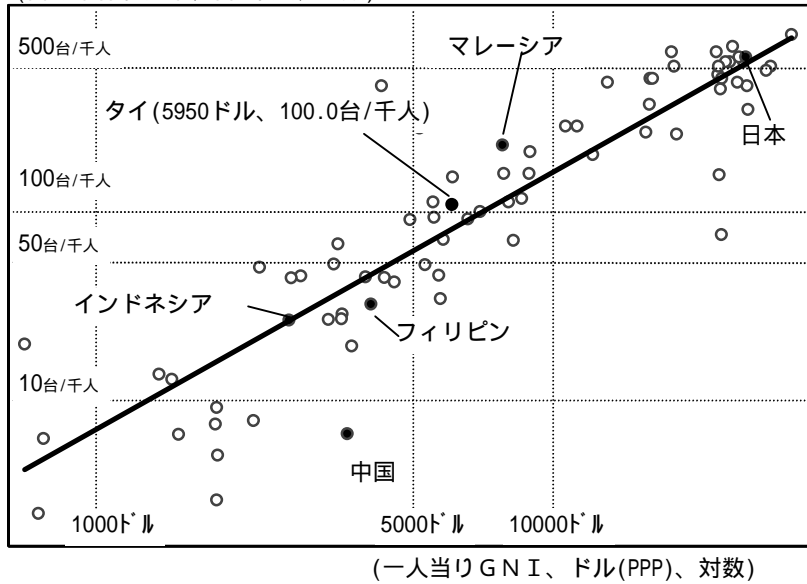


(資料) 家計調査

同一所得水準の国と比べ、タイはモータリゼーションが進展しているであろうか。そこで各国の国民所得と自動車保有率の関係をみた。99年のタイの一人当たり国民所得(世界銀行試算による購買力平価ベース)は5,950ドル、自動車保有率は千人あたり100.0台(国際比較可能ベース)であった。国民所得と自動車保有率の関係から回帰分析により得られる推計式に当てはめると、タイの所得水準に見合った自動車保有率は千人あたり75.0台となる。所得水準からみるとタイのモータリゼーションは進展しているといえる(図表5)。

図表5 各国の国民所得（購買力平価ベース）と自動車保有率（99年）

（自動車保有比率、台/千人、対数）

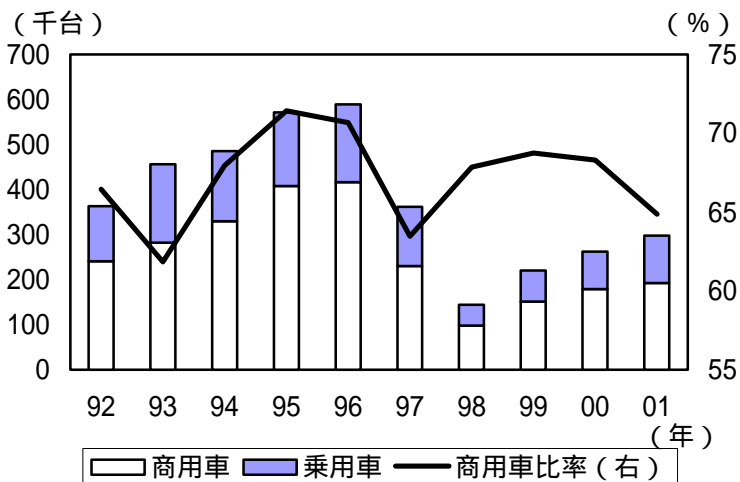


（注）図表の保有比率は英国自工会による国際比較可能なベースのもの。
（資料）自動車年鑑ハンドブック、世界銀行

（3）販売車種の特徴

タイの自動車販売市場の特徴は、ピックアップトラックを中心とした商用車の割合が高いことである。2001年では商用車比率は64.9%と販売台数の約3分の2を占めた（図表6）。商用車比率が高い要因は乗用車に比べ車両価格が安価なこと、都市部以外では道路の舗装状況が良くないことが背景にあると考えられる。

図表6 商用車比率



（資料）FOURIN、CEIC

2. 自動車関連支出動向

(1) 自動車関連支出

自動車関連支出額はどれくらいあるだろうか。家計調査によると、2000年時点の全国一世帯当たりの平均支出額（月額）は1,012パーツ（約3,000円）であった。これは総支出額の10.3%にあたる。86年以降、総支出額に占める自動車支出額比率の推移をみると、自動車販売台数が高水準にあった94～96年が12%程度と最も高い。その後、販売台数が落ち込んだことから10%程度まで低下した（図表7）。

通貨危機後（98～2000年）の比率は、90～92年とほぼ同水準であるが内訳をみると様相が異なる。自動車関連支出を購入費と維持費に大別してみると、90～92年は購入費のシェアが52～56%と半数を越えていたが、98～2000年は販売水準の落ち込みを背景に購入費が32～36%まで低下した（図表8）。

図表7 自動車関連支出（全国）

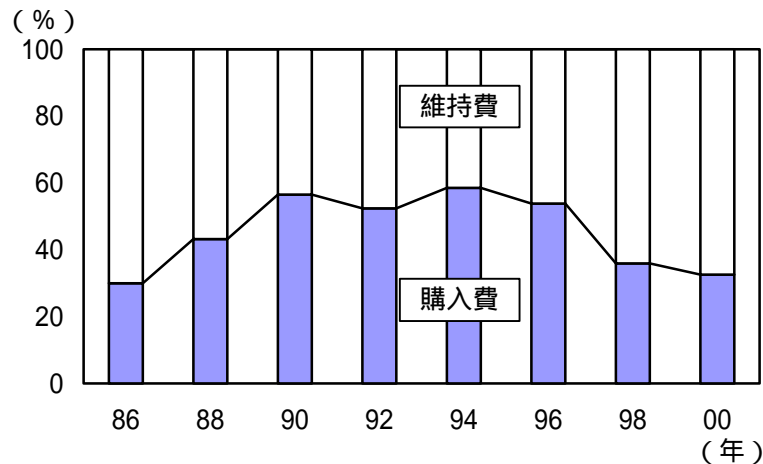
	総支出額	うち自動車関連	総支出額比 /
86	3,783	215	5.7
88	4,161	275	6.6
90	5,437	522	9.6
92	6,529	581	8.9
94	7,567	891	11.8
96	9,190	1,136	12.4
98	10,389	989	9.5
2000	9,848	1,012	10.3

（注）支出額は1世帯当たりの月額。

自動車関連支出 = 購入費 + 維持費。

（資料）家計調査

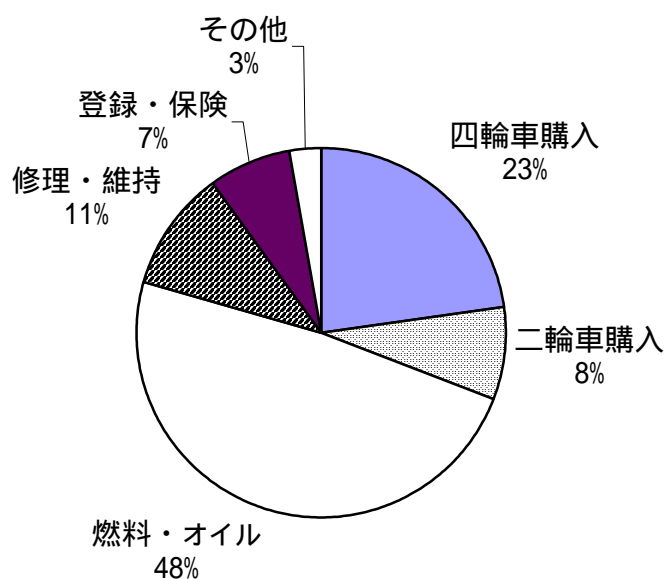
図表8 購入・維持費シェア



（資料）家計調査

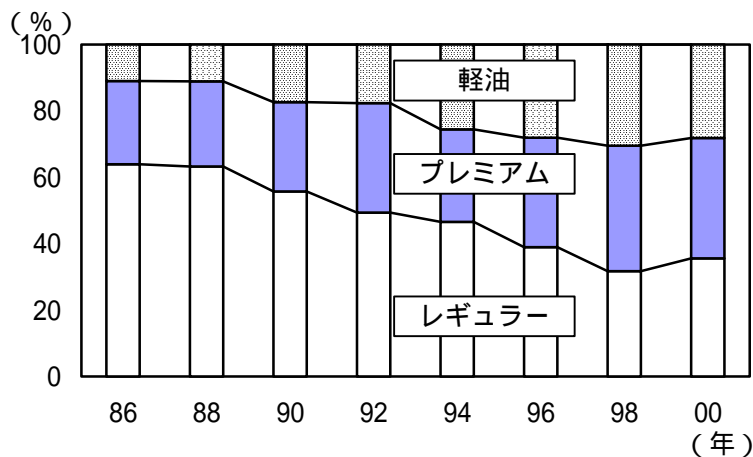
自動車関連支出を費目別にみると、支出額が最も多いのは「燃料・オイル」(48%)で自動車支出全体の約半分を占める(図表9)。さらに「燃料・オイル」の中で9割程度占める「燃料」を種別にみると、「レギュラーガソリン」(35.6%)、「プレミアムガソリン」(36.3%)、「軽油」(28.1%)となっている(2000年実績)。86年以降の推移をみると、レギュラーガソリンの比率がほぼ一貫して低下しており、逆にハイオクおよび軽油の比率が上昇している(図表10)。

図表9 自動車関連支出内訳(2000年)



(資料) 家計調査

図表10 燃料支出内訳



(資料) 家計調査

(2) 所得階層別の自動車販売シェア推計

90年代前半に急拡大した自動車市場はどの階層が担い手となったであろうか。ここでは所得階層を4分類し、自動車購入費と自動車価格から所得階層別の自動車販売台数を推計した。

所得階層の分類は自動車購買力を基準として分類した。具体的には家計調査から得られる「地域(3)×職業(9)」の27分類を、各年の自動車販売価格を基準とし、世帯年収の自動車価格に対する倍率を用い所得階層をグループ化した(図表11)。なお、基準となる自動車価格はタイの自動車市場で主流のピックアップトラックのエントリーモデル価格を用いた。

図表11 所得階層分類

	G1	G2	G3	G4
所得階層イメージ	富裕層・上位中間層	下位中間層	中・低所得層	低所得層
平均世帯年収(2000年)	30～50万バーツ	18～22万バーツ	12～16万バーツ	5～11万バーツ
(円換算:1バーツ=3円)	(90～150万円)	(54～66万円)	(36～48万円)	(15～33万円)
世帯年収の車両価格に対する倍率	100%超	50～100%	33～50%	33%未満

(資料)大手自動車会社にヒアリングの上、筆者作成

推計結果を図表12に示した。90年代前半には上位中間層(G1)および下位中間層(G2)のシェアが拡大していることがわかる。これらの階層が自動車市場拡大の原動力になったと考えられる。

他方、平均所得水準の割には中・低所得層(G3)、低所得層(G4)の自動車販売シェアが比較的大きい。その理由は以下のように推測できる。

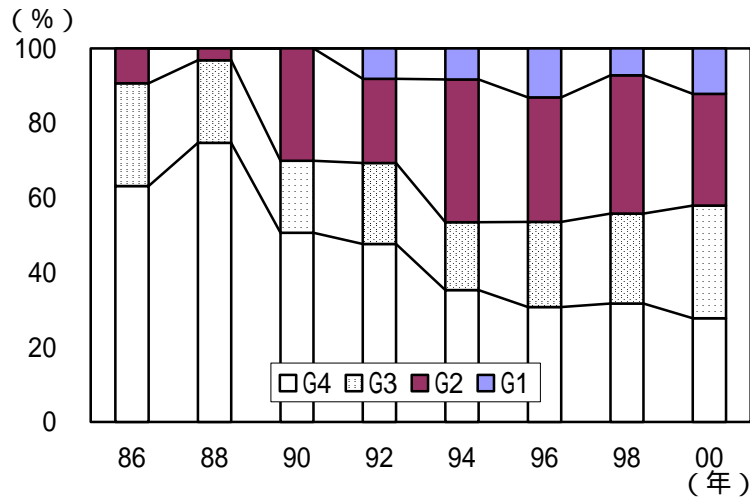
本稿では所得階層を所得ではなく地域×職業で分類しており、同一グループの中でも所得のバラツキがある。従って、G3、G4の中でも村部の地主層などはG1、G2に匹敵する購買力を有する世帯が含まれると考えられる。

G3、G4全体に占める高購買力世帯の割合は小さい。ただし、G3、G4は世帯数が多いことから(2000年の世帯シェアは全世帯数の約4分の3、約1,300万世帯)結果としてG3、G4の中に自動車購買可能層が多数含まれると推測される³。

実際、自動車の保有台数は都市部より村部の方が多いといわれている。

³これ以外の要因として、自動車購入費の中には二輪車購入費が含まれていることがある。中・低所得層(G3)および低所得層(G4)は村部の世帯が多く、これらの世帯は都市部の世帯に比べ自動車購入費に占める二輪車の割合が比較的大きい。このため推計結果が過大推計されている可能性がある点に留意する必要がある。

図表 12 自動車販売シェア推計（所得階層別）



(注) G 1=富裕層・上位中間層、G 2=下位中間層
G 3=中・低所得層、G 4=低所得層
(資料) 家計調査

3. 自動車市場予測（2002～2010年）

(1) 販売台数予測

以下の手順で販売台数の予測を行った。

<前提条件>

実質GDP成長率は4～5%の中成長で推移。

自動車価格は2000年時点のものを使用。

世帯数は直近5年間の平均増加率を使用（都市部と村部に分類）。

消費性向は2004年にかけて急上昇、通貨危機後に買い控えた反動（ペントアップ
ディマンド）が顕在化。その後は通貨危機前の水準で推移。

<予測プロセス>

経済成長率から名目所得を予測。

で予測した所得と自動車価格を基に所得階層を分類（G1～G4）。

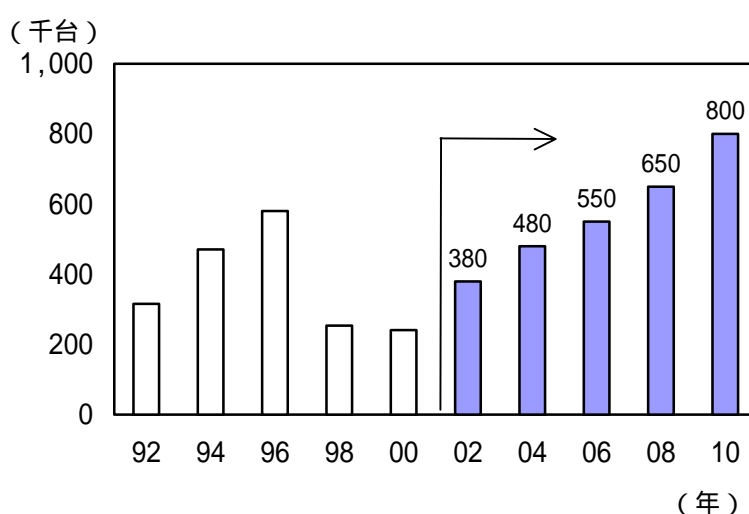
所得階層別に消費性向を勘案し、自動車購入支出額を算出。

自動車購入支出額に各階層の世帯数を乗じ、全世界帯の自動車購入支出額を算出。

算出した支出額を自動車価格で除して自動車販売台数を算出。

以上のプロセスに基づき予測した結果、販売台数は2002年が38万台、2004年が48万台、2006年が55万台、2008年が65万台、2010年が80万台となった（図表13）。販売台数の年平均伸び率は、2002年が20.4%、2004年が12.4%、2006年が7.0%、2008年が8.7%、2010年が10.9%となった。通貨危機後に買い控えた反動（ペントアップデマンド）が顕在化することから2004年までは二桁の伸びとなる。その後、伸び率はやや鈍化するものの、2010年には2002～2004年の買い替え需要によって伸び率はやや加速する見込みである。

図表13 自動車販売予測（2002～2010年）



（資料）家計調査を基に推計

（2）保有台数予測

前節で予測した販売台数と更新年数（15年）を基に保有台数を予測した。保有台数実績は99年（612万台）を基準として算出した。その結果、2002年が679万台、2004年が735万台、2006年が784万台、2008年が827万台、2010年が874万台となった。2010年には総人口に対する保有率が13%余りに達する見込みである。

図表14 自動車市場予測総括表（2002～2010年）

	99年	2002年	2004年	2006年	2008年	2010年
販売台数 万台	22	38	48	55	65	80
年平均伸び率 %	-	20.4	12.4	7.0	8.7	10.9
保有台数 万台	612	679	735	784	827	874

（資料）家計調査を基に推計

おわりに

予測の結果、販売台数が通貨危機前のピーク（96年の59万台）を越えるのは2007年まで持ち越される見込みである。危機前の水準回復までに10年余り要することを考えると、通貨危機の後遺症は大きかったといえる。しかし、タイのモータリゼーションは所得水準からみると着実に進展している。むしろ90年代前半の自動車市場の急拡大はむしろバブルと考える方が自然である。

今後の自動車市場を展望する上でカギを握るのが低価格車の導入である。低価格車が導入されれば自動車市場の拡大に弾みがつく可能性がある。自動車価格の低下は自動車購買力の上昇につながり、その結果、一次取得者層の拡大が見込まれる。加えて、既に自動車保有が進んでいる富裕層・上位中間層のセカンドカーのニーズを捉えることができる。公共交通が十分に発達していないタイでは自動車は有力な通勤手段の一つである。共稼ぎ世帯が6割を越えており、通勤のため自動車の複数保有ニーズが高いと考えられる。既にトヨタ自動車が2004年に低価格SUVタイプの戦略車（IMV）を投入する計画を発表しており、こうした動きに拍車をかける可能性がある。今後のタイの自動車市場は着実な拡大が見込まれる。

本レポートに掲載された意見・予測等は資料作成時点の判断であり、今後予告なしに変更されることがあります。