

2016年11月14日

プミポン国王崩御後の当地日系企業の対応について（11月11日時点）

JETRO バンコク事務所

11月11日、ジェトロ、日本大使館およびバンコク日本人商工会議所が協力し、在タイ主要日系企業30社（商社、自動車・同部品、電機、素材、金融、流通等）に、国王崩御後のビジネスへの影響に関し、第4回目の聞き取り調査を行った。

10月13日のプミポン国王崩御後、第1回目（10月14日）および第2回目（10月17日）において、従業員の出勤体制や行政手続き、物流・サプライチェーン等が平常通りあることが確認できたことから、第3回目（10月25日）および今回の聞き取り調査では、売上状況の変化や、今後の見通し、事業計画への影響などの項目を中心に聞き取りを行った。結果概要は以下のとおり。

<売上の変化について>

- 11月11日14時時点で、聞き取り調査対象企業の30社のうち、国王崩御前と比べた崩御後の売上変化について、「ない」と回答した企業が19社、「減少した」との回答が9社、「不明・その他」が2社であった。
- 減少したと回答した9社のうち、小売部門では、「崩御後に来場者数・受注が減少した販売店もあったが、ヒアリングを実施した約50%程度の販売店から来場者数・受注が改善傾向にある」、「崩御の直後は、特にスーパーの家電売場での販売は大きく落ち込んだが、その後の家電製品の需要は、それほど大きくは落ち込んでいない。」と売上の下げ止まりの報告がある一方、「10月実績がまだ出ていないが数%売上減」、「じわじわと売上に影響が出ている（前年比約3%の減）」とのコメントもある。
- また、「家庭内消費が増えたためか生鮮品は若干伸びているものの、特にウイスキー、ワイン等のアルコール飲料の販売減が大きい。旅行客減の影響もあると思われる」と自社内のまちなな状況をコメントしている企業もある。
- さらに、「自粛している業界の影響を受けて、売上減している部門がある」と、間接的な要因による売上の減少を示唆するコメントも見られる。

<今後の売上への影響見通しについて>

- 今後の売上への影響については、「売上減少は崩御後100日を超える2月-3月頃までの予想」や「30日間の服喪期間後に回復するかどうか不安なところ」など、服喪期間終了後も消費の減少は続くとの回答に加え、「消費の自粛ムードが継続するならば、今後売上に影響する可能性がある。今後の消費マインドの動向を注視」、「外国王崩御以外にも、タイ国内情勢やアメリカ大統領選の結果など、先行き不透明感があり、国民の消費マインドが急激に回復、上昇するとは

考えにくい。引き続き2～3ヶ月の販売見通しは下方修正を継続」など、先行きの不透明感から当面消費者の買い控えが継続するという見方もある。

- 「広告等需要喚起策も打ちにくく、今後ジリジリと落ち込むことを想定」、「服喪明け後は広宣自粛の解除により集客数は底打ちすると期待するものの、買い控えからの本格的な回復は12月5日の国王誕生日以降にもずれこむものと見込んでいる。」など、1ヶ月の服喪期間が明けても、広告宣伝による需要喚起を実施できないことを懸念する声も出ている。

<事業活動の変化について>

- 仕入(納入業者当時の状況)への影響、在庫への影響は、いずれも「影響あり」と回答した企業はゼロであった。
- また人員等に関しても、「影響あり」との回答はゼロであった。通常勤務が継続されている。
- 今後の経営計画(設備投資、店舗展開、人員増強)の変化については、30社とも「変化なし」と回答した。一部の企業からは、「今期の売上減がどの程度影響なのか、今後吟味したうえで次期の予算策定する予定」、「経営計画ではないが、今年度決算には影響が出る模様で次年度の予算計画も下方修正せざるをえない」などのコメントが出ている。

<服喪期間の政府通達による影響>

- 社外事業に関連する影響では、「広告宣伝の自粛」、「新製品発表会等のイベントの延期」の継続を決定している一方で、「ビジネスマッチングフェアの開催」や「華美にならない販促の再開」等、ビジネス関連イベントの再開の動きも見られる。
- また、多くの企業においては、パーティーやゴルフコンペといった社内イベントを中止もしくは延期する期間に関し、30日間から100日間に拡大する対応が取られている。

<その他:服装等に関して>

- 服装に関しては、「100日間を服喪期間」とする企業がある一方で、「喪服(喪章リボンの着用等)を1年間継続」する企業があるなど、企業によって対応が分かれている。
- その他、「ビジネス関連の必要な接待等は実施しているが、その後の対応は不可」や「崩御後30日以降の行動指針につき検討中」等の対応事例も報告されている。

以上