

表1 消費者信頼感指数およびその内訳

	3月(%)			4月(%)			指数			
	良い・改善する	普通・変化なし	悪い・悪化する	良い・改善する	普通・変化なし	悪い・悪化する	1月(参考)	2月(参考)	3月	4月
消費者信頼感指数(CCI)	-	-	-	-	-	-	67.3	64.8	50.3	47.2
1. 経済環境全般	2.9	35.7	61.4	2.4	34.4	63.2	54.9	52.5	41.6	39.2
(1) 現在の経済状況	0.7	27.2	72.1	0.6	25.7	73.7	39.6	37.3	28.6	27.0
(2) 今後6カ月の経済状況	5.2	44.2	50.6	4.1	43.1	52.8	70.3	67.7	54.5	51.4
2. 就業機会全般	3.8	41.7	54.5	3.1	39.7	57.2	63.8	61.4	49.3	46.0
(1) 現在の就業機会	1.6	35.3	63.1	1.2	33.6	65.2	50.4	48.1	38.5	36.0
(2) 今後6カ月の就業機会	6.0	48.2	45.8	5.1	45.8	49.1	77.2	74.8	60.2	56.0
3. 将来の収入	6.1	47.7	46.2	5.0	46.4	48.6	83.0	80.4	59.9	56.4

(注1) n=2,241。

(注2) 各指数は、「良い・改善する」と答えた企業から「悪い・悪化する」と答えた企業の割合を引き、100を足して算出。CCIは、経済環境、就業機会、将来の収入の3つの指数の単純平均で算出。ただし、端数処理上、計算は必ずしも一致しない。

(出所) タイ商業会議所大学(UTCC)消費者信頼感指数レポート(5月8日発表)よりジェトロ作成

表2 消費者支出調査の結果概要

	3月(%)			4月(%)			指数			
	適切・非常に適切	不明	悪い・非常に悪い	適切・非常に適切	不明	悪い・非常に悪い	1月(参考)	2月(参考)	3月	4月
1. 新車購入時期	7.2	25.7	67.1	5.5	24.2	70.3	57.8	52.3	40.1	35.2
2. 住宅購入時期	4.3	17.6	78.1	3.6	15.4	81.0	33.5	29.6	26.2	22.6
3. 観光支出の時期	3.5	25.4	71.1	2.6	23.5	73.9	49.7	43.5	32.4	28.7
4. 投資時期(中小企業)	2.1	10.1	87.8	1.7	9.4	88.9	21.3	18.5	14.3	12.8

(注) 各指数は、「適切・非常に適切」と答えた企業から「悪い・非常に悪い」と答えた企業の割合を引き、100を足して算出。

(出所) タイ商業会議所大学(UTCC)消費者支出調査レポート(5月8日発表)よりジェトロ作成