

特集

## 脱貧困層に注目

# 成長する中南米の消費市場

特別レポート

## 対ロシア投資は今が 仕込み時期～サンク トペテルブルクの投 資環境～

エリアレポート

- インド投資で失敗しないために——最近の相談事例から（インド）
- 海賊が押し上げる海運コスト（ソマリア沖）
- 不況下の「健闘」業種を読む（世界）
- 通商政策ににじむ民主党色とオバマ色（米国）
- 順調に滑り出したエコカー市場（欧州）
- 産業高度化に向けた歩みはスピードダウン（中国）
- 二国間投資協定は追い風となるか（ウズベキスタン）
- CSR活動がビジネス成功への道筋（中南米）



世界の市場：フィンランド・ラウマ旧市街のマーケット  
中世以来交易で栄えたラウマ。木造建築群は世界遺産に。



## ブラジル

# 消費の底力は衰えず

サンパウロ・センター 大岩 玲  
中南米課 二宮 康史

米国発金融危機はブラジルの消費市場にも少なからず影響を及ぼした。半面、明るい兆候もある。近年の順調な経済成長の中で中間所得層の厚みが増した。低開発地域に位置付けられている内陸部では消費が活発化している。自動車では中型セダンなど金融危機直後も売り上げが伸びている商品もある。ビジネス展開に当たっては、金融危機のみに惑わされず、これら上向きの変化を見極めることが大切だろう。

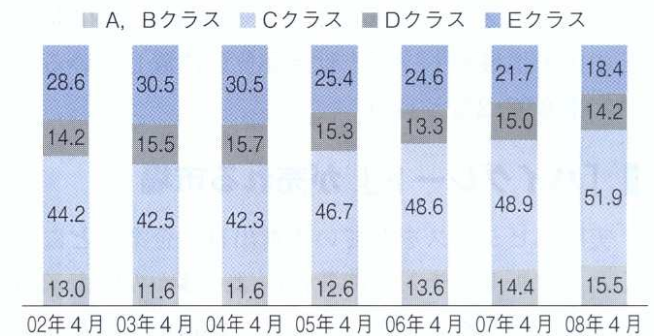
### ■ 中間所得層が過半

ここ数年ブラジルでは国民所得が順調に増加してきた。大学や調査機関を運営するジェトゥリオ・ヴァルガス財団 (FGV) によれば、全国の世帯当たり平均月間所得は、2004年4月の852ドル (1,568レアル、2008年通年の平均レート1ドル=1.84レアルで換算) から2008年4月には1,063ドル (1,956レアル) へと増加した。

そんな中で厚みを増しているのが、中間所得層だ。FGVが2008年8月に発表した「新中間層」と題する調査結果<sup>注1</sup>によれば、2008年4月現在の中間所得層の割合 (15~60歳の労働者1人当たり所得をベースに算出) は51.9%と過半を占めた。2002年4月の44.2%から着実に拡大している (図1)。FGVの定義では中間所得層は、「世帯月収578~2,495ドル」 (1,064~4,591レアル) とされる。中でもこの層の消費を牽引するのは「新中間層」と呼ばれる人々だという。新中間層とは、「弁護士、医師などの専門職ではないが、正規雇用の勤勉な労働者で、車、テレビなど付加価値の高い耐久消費材を意欲的に購入する層」 (FGV) である。

上記調査のコーディネーターである FGV のマルセロ・ネリ氏は「中間所得層の拡大は、政府が実施した貧困層支援策などによる購買力の底上げに加え、正規雇用の増加が大きい」と分析する。事実、正規雇用者数 (主要6大都市での合計推計値) は2008年4月に前年同月比8.4%増となり、失業率は2008年平均で7.9%と前年の9.4%から低下している。

図1 ブラジルの所得区分割合 (%)



注: A, Bクラスは世帯当たり月間所得4,592レアル (2,495ドル) 超, Cクラス (中間層) は同1,064超~4,591レアル (578超~2,495ドル), Dクラスは同768超~1,064レアル (417超~587ドル), Eクラスは同0~768レアル (0~417ドル)。ドル換算には2008年の平均レートを用いた。資料: ジェトゥリオ・ヴァルガス財団 (FGV) 発表資料 (2008年8月) から作成

2009年2月に発表された FGV の新たな調査結果<sup>注2</sup>では、2008年9月と12月の比較においてA, Bクラス (所得階層A~Eのうちの上位2層) のシェアが0.65ポイント低下する一方、Cクラス (中間所得層) は1.24ポイント上昇したとしている。上位階層からの下方流入の要因も指摘できるが、米国発金融危機の影響後も中間層が消費の中心を担う構図は変わらない。

### ■ 低開発地域の消費は好調を維持

近年の小売り販売動向をみると、北東部などこれまで低開発地域とされていた地方州の躍進が目立つ。2008年の小売り販売指数の増加率は全国平均で9.1%だが、州別順位をみると、北部の Rondônia 州が13.5%とトップである。全国平均を上回った7州は、サンパウロ州を除けば、すべて北部 (1州)、北東部 (3州)、中西部 (2州) に属する。これらの地域は最近まで所得の低い「低開発地域」と見なされ販売市場としては注目されていなかった。

これら地域で消費が活発化したのは、外需が好調だった農業などで内陸部の経済開発が進んだことに加え、政府による最低賃金の高率改定、条件付き所得分配政策 (ボルサ・ファミリア) の実施などが所得上昇をもたらした結果と考えられる。これらの要素は政治的な要素が強いため景気の影響を受けにく



い。

北東部や中西部では、米国発金融危機以降も消費は比較的堅調だ。例えばオートバイの地域別販売シェアをみると、最大はサンパウロ州などが含まれる南東部で、2008年12月に33.4%を占めるが、前年同月の41.5%からは低下している。その代わりに増加したのが北東部で、前年同月から8.1ポイント上昇し30.0%を占めるまでになった。

ブラジルの消費市場に詳しいプロモーション・マーケティング協会（AMPRO）はジェトロ・サンパウロのインタビューに対して、「多くのD、Eクラス（所得階層のうち下位2クラス）は『買い替え』『モデルチェンジ』などの目的で消費しているのではなく、『持っていないから買う』傾向が強いため、多少の落ち込みはあっても消費は継続する」とみている。そうだとすれば、所得階層D、Eに属する人々が相対的に多い北東部や中西部地域での活発な消費は今後も続きそうだ。

## 自動車販売に陰りも

米国発金融危機の影響はブラジルの消費市場にも表れている。自動車販売台数（新車登録ベース）をみると、2008年10月に前年同月比2.1%減となって以降、11月25.0%減、12月19.7%減と大きく減少した（全国自動車製造業者協会〈Anfavea〉データ）。オートバイ販売台数も10月12.2%減、11月22.9%減、12月12.8%減と落ち込んだ（全国自動車ディーラー連盟〈Fenabrave〉データ）。

これらの耐久消費財はこれまで主に消費者ローンの普及が販売増加に寄与してきた。金融危機の影響で新規貸出しに対して返済期間が縮小されるなど貸出し条件が悪化し、ローンを組みにくくなったことが販売減の主因とみられる。それでも、2008年通年の販売台数は自動車282万台（前年比14.5%増）、オートバイ193万台（同12.7%増）と、ともに過去最高を更新している。この数字を考えると、今後減少がしばらく続くにしても過去から見ればそこそこの

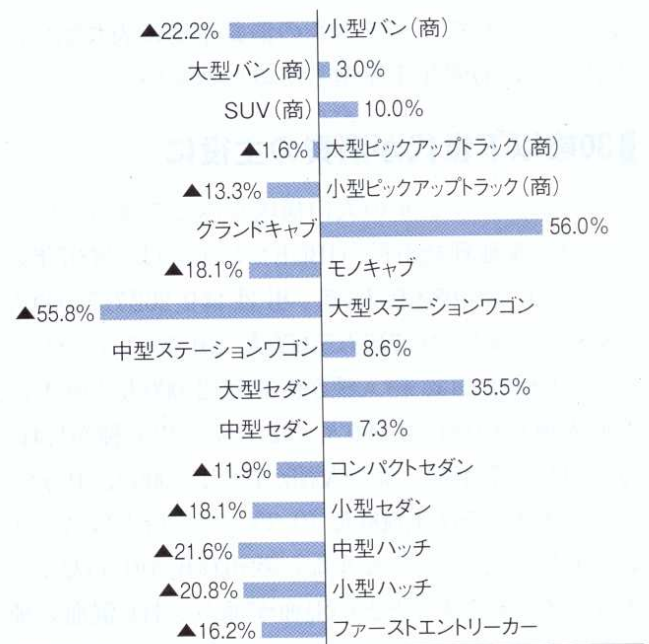
水準を維持することになるのではないかと。

政府は米国発金融危機による消費減退の緩和策として、2008年10月、自動車ローン用資金の供給を実施、12月にはローン販売の際に消費者が負担する金融取引税（IOF）の減免や、自動車製造に課される工業製品税（IPI）の免税を期限付きで実施した。その結果、2009年第1四半期の自動車販売は前年同期比3.1%増の66万8,262台と回復を見せている。

## 日系メーカーの強い中型セダン市場は拡大

自動車全体の販売台数が落ち込んでいるにもかかわらず、主要日系自動車メーカーの販売実績は逆に増加している。ホンダの2008年10月の販売台数は前年同月比3.2%増、11月は23.8%増、12月は11.2%増を記録、トヨタも10月に11.4%増、11月に2.3%増、12月に8.7%増という状況だ。ホンダはフィット、シビック、トヨタはカローラとハイラックス（アルゼンチン製）が販売の主力である。

図2 金融危機後の自動車カテゴリー別販売台数の増減率（2008年10月～2009年2月における自動車販売台数の前年同期比）



注：カテゴリー名の後の（商）は商用車  
資料：全国自動車ディーラー連盟（Fenabrave）データから作成

ここで車種カテゴリー別の販売を見よう。金融危機後の2008年10月～2009年2月の販売台数（図2）をみると、ブラジルのビッグスロー（ファルクスロー

図3 ブラジルの年齢別人口構成

