

黒人の中産階級台頭で拡大する南アフリカのビール市場

～ 2010 年には年間消費量が 315 万キロリットルに ～

2006年 5 月20日 (土)

B R I C s 経済研究所 代表 門倉 貴史

E-mail: postbrics@yahoo.co.jp

～ 要 旨 ～

近年、南アフリカでは、ビールの消費量が増加傾向にある。南アフリカは、ビールだけでなくワインやブランデーの生産地・消費地としても有名だが、消費量ではビールが他のアルコール飲料を圧倒している。南アは開発途上国に属し、国民 1 人あたりの所得水準はまだ低い、ビールを飲むためには惜しむことなく相当の金額をつぎ込むといわれる。南アのアルコール消費量全体に占めるビールのシェアは、1980年には38%にすぎなかったが、2004年は60%まで上昇した。

最近では、人口の過半を占める黒人の中から中産階級が多数台頭するようになっており、それに伴い、今後ビール愛好者のすそ野が広がっていく可能性が高いといえよう。国民 1 人あたりビール消費量が過去 5 年間のトレンドで推移する。人口が国際連合の中位推計に沿って推移していくなどの前提を置いて、将来のマクロ・ビール消費量を予測すると、2010年が年間315万キロリットル、2020年が同378万キロリットル、2030年が同453万キロリットル、2040年が同541万キロリットル、そして2050年が同649億リットルと現在の日本（2004年で654.9万キロリットル）に匹敵する水準となる。

南アフリカのビール業界では、S A B ミラー社が圧倒的な販売シェアを握っており、現時点では、国内ビール販売数量の実に98%が S A B ミラー 1 社で占められる。

南アフリカは、2010年のサッカーワールドカップ開催国に決まっているが、ここで S A B ミラーの国内販売シェアが低下するのではないかと懸念も浮上している。バドワイザーのブランドで知られるビール業界世界最大手のアンホイザー・ブッシュ社が、F I F A（国際サッカー連盟）ワールドカップとの間で2007年から2014年まで、公式スポンサーとなる契約を結んでいるためだ。ワールドカップ・南アフリカ大会では、大会公式ビールはバドワイザーになるので、バドワイザーのブランドが南アフリカに浸透して、S A B ミラー社にとっては逆風になるというわけだ。

しかし S A B ミラー社は販売シェアの低下を懸念しておらず、むしろサッカー・ワールドカップをビジネス・チャンスとしてとらえている。同社は、観戦目的で南アフリカを訪れた観光客が、大会会場以外では必ず同社のブランド（ミラーライトやキャッスルなど）を消費すると見込んでいるからだ。