

# ブラジル：女性がビール市場を牽引

～ビール市場は2010年には年間986万キロリットルに～

\* 本稿は筆者が日経ビジネス・オンラインに06年6月12日に寄稿したものです。

2006年7月2日(日)

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、ブラジルでビールの愛好者が増えつつある。キリンビール社の資料によると、2004年の年間消費量は前年比+2.8%の845万キロリットルに達した。90年時点と比較すると消費量は1.5倍に膨らんだ計算だ。

そうはいても、ブラジルで一番人気のアルコール飲料はビールではない。圧倒的な人気を誇るアルコール飲料は、カイピリーニャと呼ばれる飲物。カイピリーニャは、純度の高いラム酒にライムと砂糖と氷を加えた独特のカクテルで、ブラジルでは国民的な飲物になっている。

強いお酒を好む人はカイピリーニャ、強いお酒を好まない人はビールを飲むというように、ブラジルのアルコール飲料の市場は二分されている。それが、最近ではビールのシェアがじわじわと上がってきている。

ブラジルでは、ここ数年の間に、女性のビール消費量が大きく増えてきたといわれ、これがブラジルのビール市場の拡大につながっていると考えられる。高学歴化などによって女性の社会進出が進み、女性の所得水準が上がっていきなかつ、会社帰りに同僚とアルコール度数の低いビールを飲むという習慣が、キャリアウーマンの間で定着しつつあるのだ。

1人あたりのビール消費量が所得水準に比例して増えていくものと仮定したうえ、人口要因などを加味してブラジルのビール市場の将来予測を行うと、2005年の年間868万キロリットルから2010年には同986万キロリットルに、2015年には同1109万キロリットルに、そして2020年には、なんと同1238万キロリットルまで拡大する見込みだ。

こうしたブラジルのビール消費の拡大を受けて、国内外のメーカーはビール生産を大幅に増やしている。ブラジルでは、インターブリューAmBev社が、ビール市場で7割のシェアを握っており、第2位のシンカリオル社(シェアは10%強)を大きく引き離している。

欧米のビール市場では、世界の大手ビールメーカーの勢力地図がすでにある程度固まってしまったため、世界のビールメーカー各社は未開拓のアジアや中南米のビール市場を虎視眈々と狙っている。日本のビールメーカーは、中国市場での事業拡大を急いでいるが、中南米市場については出遅れ気味だ。ブラジルは、日系人が多く日本のビールが比較的浸透しやすいという条件を備えているので、日本のビールメーカー各社は、成長余地の大きいブラジルのビール市場にもっと目を向けてもいいのではないかと。