

急拡大するブラジルの化粧品市場

～ ブラジル人女性がおしゃれに費やすお金は 2010 年に 95.2 億ドルに～

2006年 7 月11日 (火)

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、ブラジルの化粧品市場が急成長している。2005年の化粧品年間販売数量（トイレタリーを含む）は前年比7.4%増の134.4万トンとなった。USドルに換算した金額ベースでみると、通貨レアルの対ドルでの大幅上昇とインフレの昂進などもあって、前年比38.5%増の63.8億ドルを記録した。ブラジルの化粧品市場が活況を呈している背景として、マクロ経済が好調に推移していること、女性の社会的地位が向上して女性の職場進出が進んでいること、化粧品に関心を持つ年齢層が上にも下にも広がってきたこと、などが挙げられよう。

化粧品需要の拡大を反映して、国内の化粧品メーカーの業績は好調に推移している。メーカー各社や販売店は従業員の拡充を図っており、2005年には大手メーカーの新規雇用が6.6%も増加した。

各種の化粧品のなかでも一番人気があるのはUVカット・日焼け止め化粧品である。日焼け止め化粧品の2005年の年間販売額は前年比+281%の大幅増を記録した。ブラジルでは、1年を通じて日差しが強いいため、日焼け止め効果のあるハンドクリームなどは女性の必須アイテムとなっている。また、種類や品質が充実してきたヘアケア関連の商品も人気が高い。そのほか香水の売れ行きも好調だ。ブラジルの熱帯地方が香水の原料となるヤシ油の有力産地となっているため、安いコストで女性の好みに合った多様な香水をつくることのできるのだ。

では、将来、ブラジルの化粧品市場はどこまで拡大するのだろうか。女性人口の将来予測（国際連合の中位推計）と1人あたり所得水準（ロジスティック曲線による予測値）などをもとに、化粧品市場の将来予測を行うと、ブラジル国内の化粧品販売額は、2010年に95.2億ドルに、2020年には187.5億ドルに達するとみられる。

ブラジルの化粧品市場が拡大を続けるなか、海外の化粧品メーカーもブラジルでの販売に力を入れている。たとえば、フランスのロレアルは2001年にブラジルの化粧品会社コロラマを買収、これによってブラジル国内での化粧品販売シェアを伸ばしている。日本のメーカーでは、資生堂がブラジル市場を積極的に開拓している。資生堂は1996年から代理店を通じて、高額化粧品に特化するかたちで、ブラジルでの化粧品販売活動を行うようになった。2001年3月からは、全額出資子会社となる資生堂ブラジルを通じて化粧品の輸入・販売を行っている。