

ブラジル市場の現状と将来

一覚醒する巨大中間所得層の拡大



グループ最大級の広さを持つペデルネイラス工場

自信と矛盾が交錯するブラジル

2013年6月下旬、FIFA コンフェデレーションズカップ2013の開催中、サンパウロの目抜き通りであるアベニダパウリスタは、連日のように様々な要求を行う大群衆で埋め尽くされていた。このデモは、ほぼ定例となっているサンパウロ市などのバス・地下鉄運賃の値上げを契機としたものであった。しかし、それは瞬く間に各地に広まり、同カップ各開催地でもスタジアム近くでデモが行われた。それは、ルセフ大統領の訪日がキャンセルになったこともあって日本でも大きく報道されていたようだが、一部には政府に対して激しい抗議行動をとっている者がおり、この機会に便乗して商店などを襲うような悪事を働く輩がいたことも事実であった。

一方で印象に残ったのは、比較的身ぎれいな普通の身なりの学生や高学歴の会社員と思われる参加者も非常に多く、「生活にひどく困って差し迫っているわけではないが、まじめに訴えたいことがある」といった風情の参加者が多かったことであった。つまり、経済発展に伴う経済格差の拡大に取り残された貧しい人々の不満が爆発したというだけのことではなかった。

ブラジルは経済も発展し自分たちの生活もそれなりに良くなり、他国に比べて様々なアドバンテージがある国だと自覚している。サッカーW杯やオリンピックも招致するなど自信もつけてきた。しかし、その割にはどうも簡単にはうまくいかない、歯がゆい、何かがおかしい、変革が必要

ブラジル味の素社
 上席取締役 **加藤浩輝**

だ、などと考えている多くの市民が参加したのではないかと推察している。一連のデモンストレーションを見ると、デモ参加者の思いは、魅力あふれる市場でありながら一筋縄ではいかないブラジル市場の特性と、なにやら重複している気がしてならない。

ブラジル市場はこれからもますます世界的に魅力ある大市場として成長していくものと考えますが、そのためには構造改革が必要となる。また、継続的にキャッシュを生み出すのがそう簡単な市場ではないことも事実であろう。本稿では、当社のビジネスでの身近な事例をあげながら、その状況について説明していきたい。

ブラジルから世界市場を目指す

ブラジル味の素は、1956年に設立され今年で57周年を迎えた。現在、サンパウロ市内に事務所を構え、4つの拠点と6つの工場を有している。味の素グループの中で、ブラジルは日本、タイに次ぐ世界第3番目の売り上げ規模でもある。主に当地で収穫されるさとうきびを主原料とした発酵法による調味料およびアミノ酸の製造販売、一般家庭や外食ユーザー向けの調味料や加工食品の製造販売を行なっている。特に「テンペロ・サゾン」という調味料は、ブラジル全土で知られ



今年25周年の主力調味料「テンペロ・サゾン」



「ほんだし」や「アジシオ」もラインアップ