



中南米市場ビジネスセミナー
2013年3月12日

チリ“競争”市場

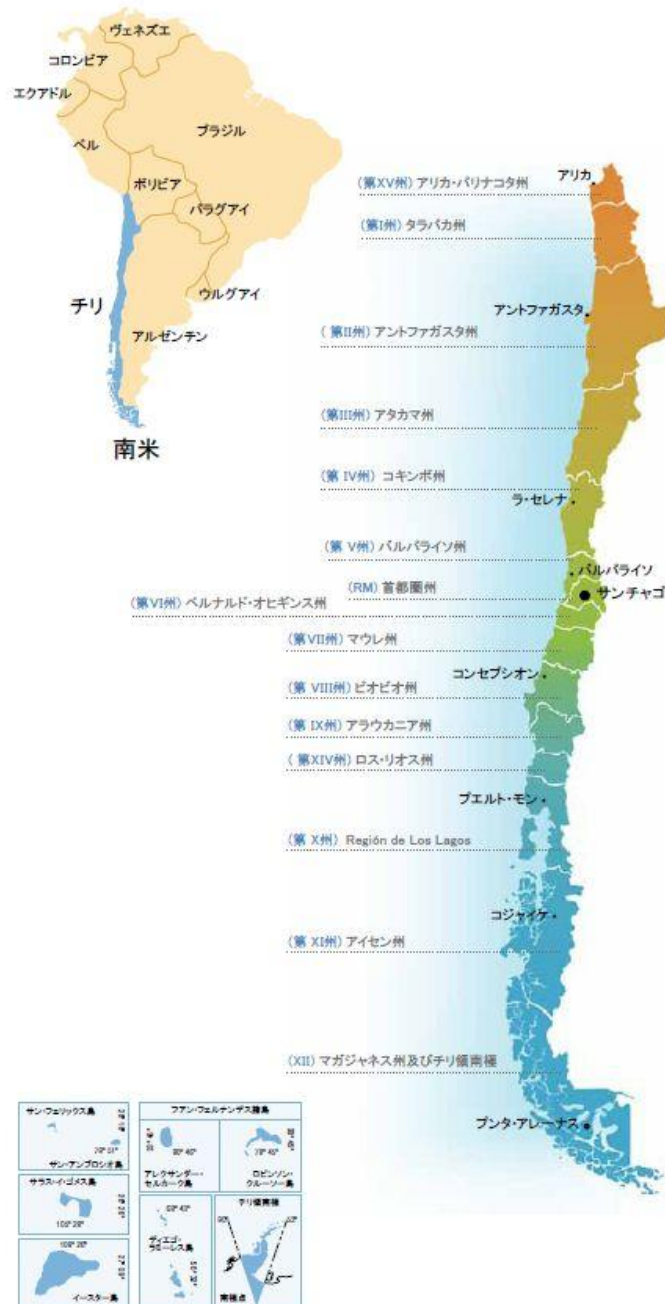
JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)

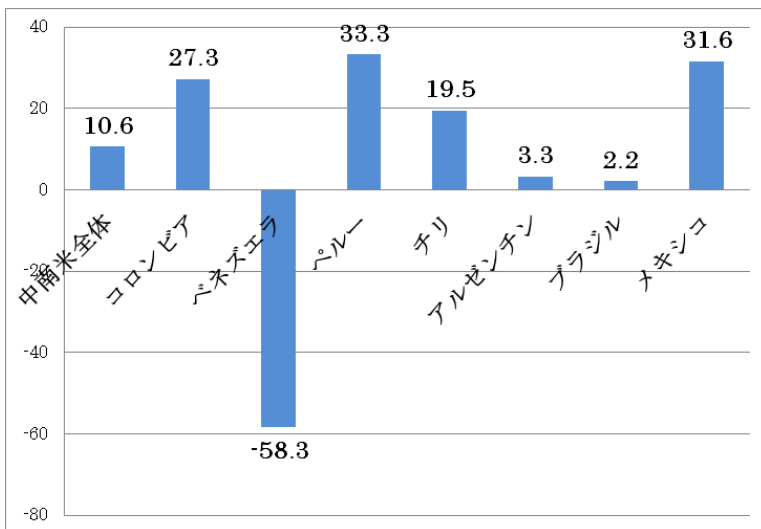
サンティアゴ事務所長
堀之内 貴治

目次

1. 中南米ビジネスの実態
2. チリの経済事情
3. チリの消費市場



■ ジェトロ第13回中南米日系進出企業の経営実態調査より

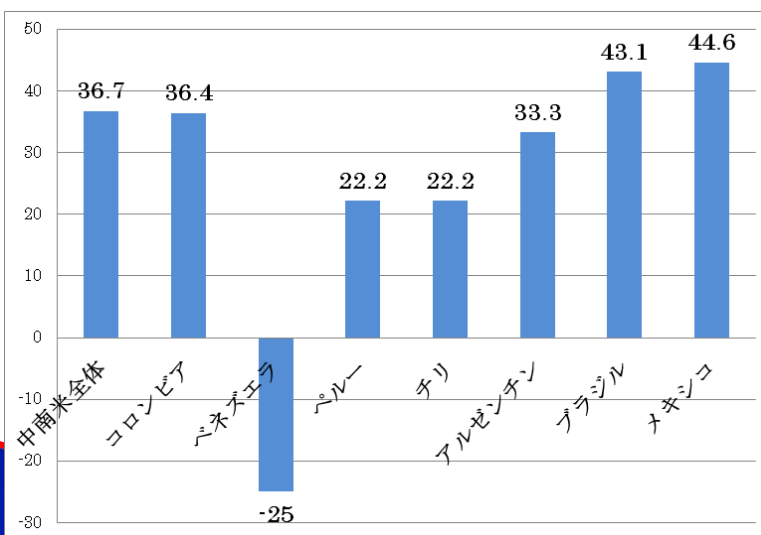


在中南米日系企業の景況感は2年連続で悪化

景況感を示すDI値*で見ると、2012年(見込み)は10.6と前年比13.6ポイント減。2年連続で景況感が悪化。

【中南米調査対象国の国別DI値】 (2012年)

*DI値：調査年の営業利益が前年比で「改善」した割合から「悪化」した割合を引いた数値)



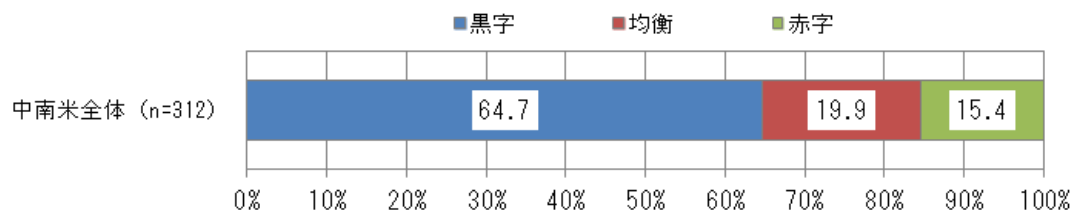
2013年は業況回復に期待

2013年(見込み)の景況感を示すDI値は中南米で36.7と大幅な改善を見込んでおり、メキシコは44.6、ブラジルは43.1と中南米の2大国への期待は大きい。

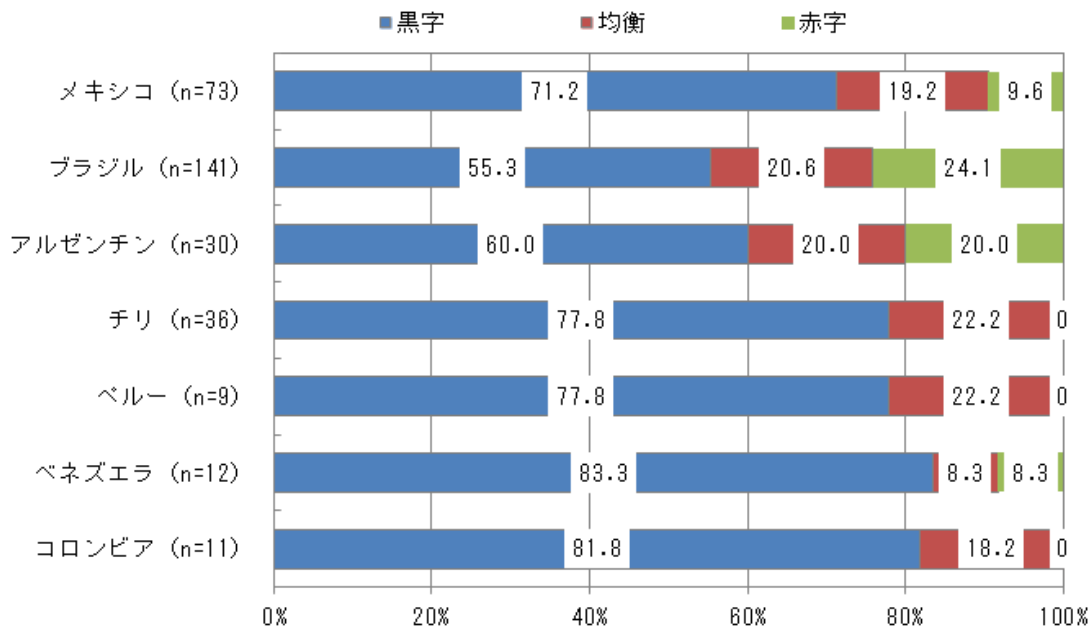
【中南米調査対象国の国別DI値】 (2013年)

■ ジェトロ第13回中南米日系進出企業の経営実態調査より

◇ 2012年（1～12月）の営業利益見込み <中南米全体>

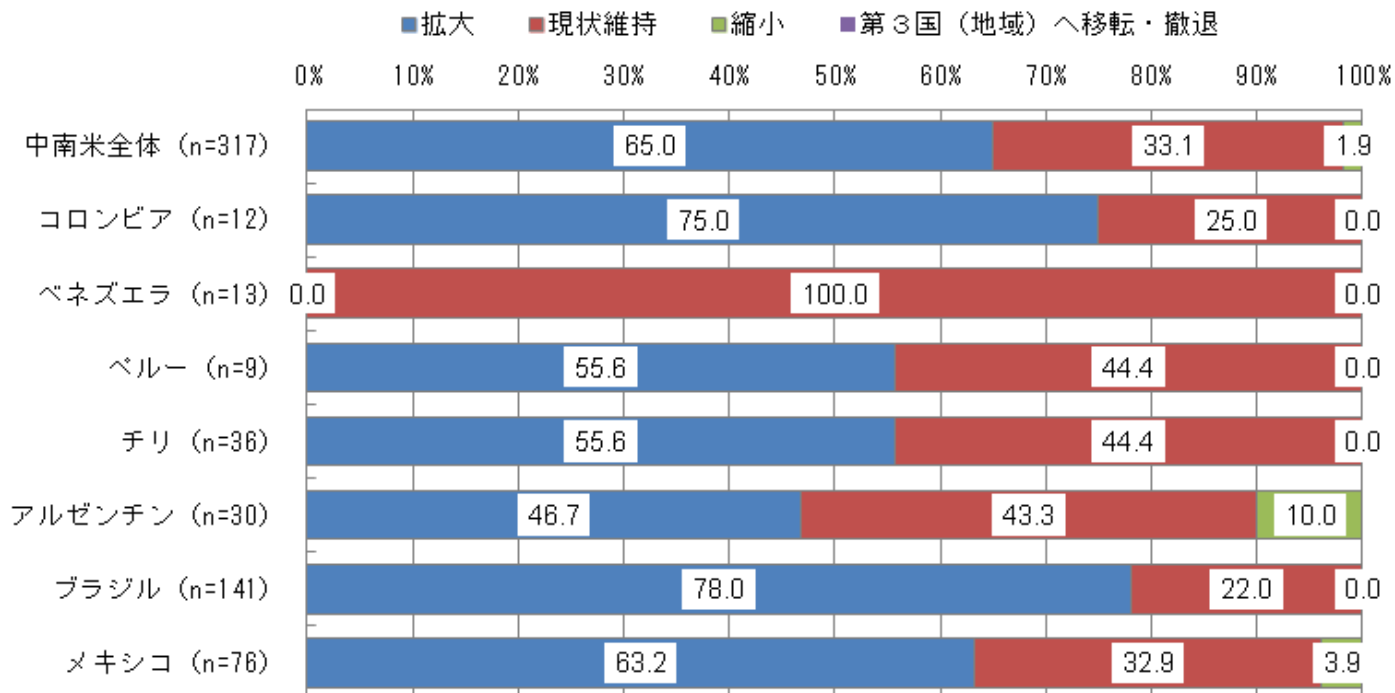


◇ 2012年（1～12月）の営業利益見込み <国別>



■ジェトロ第13回中南米日系進出企業の経営実態調査より

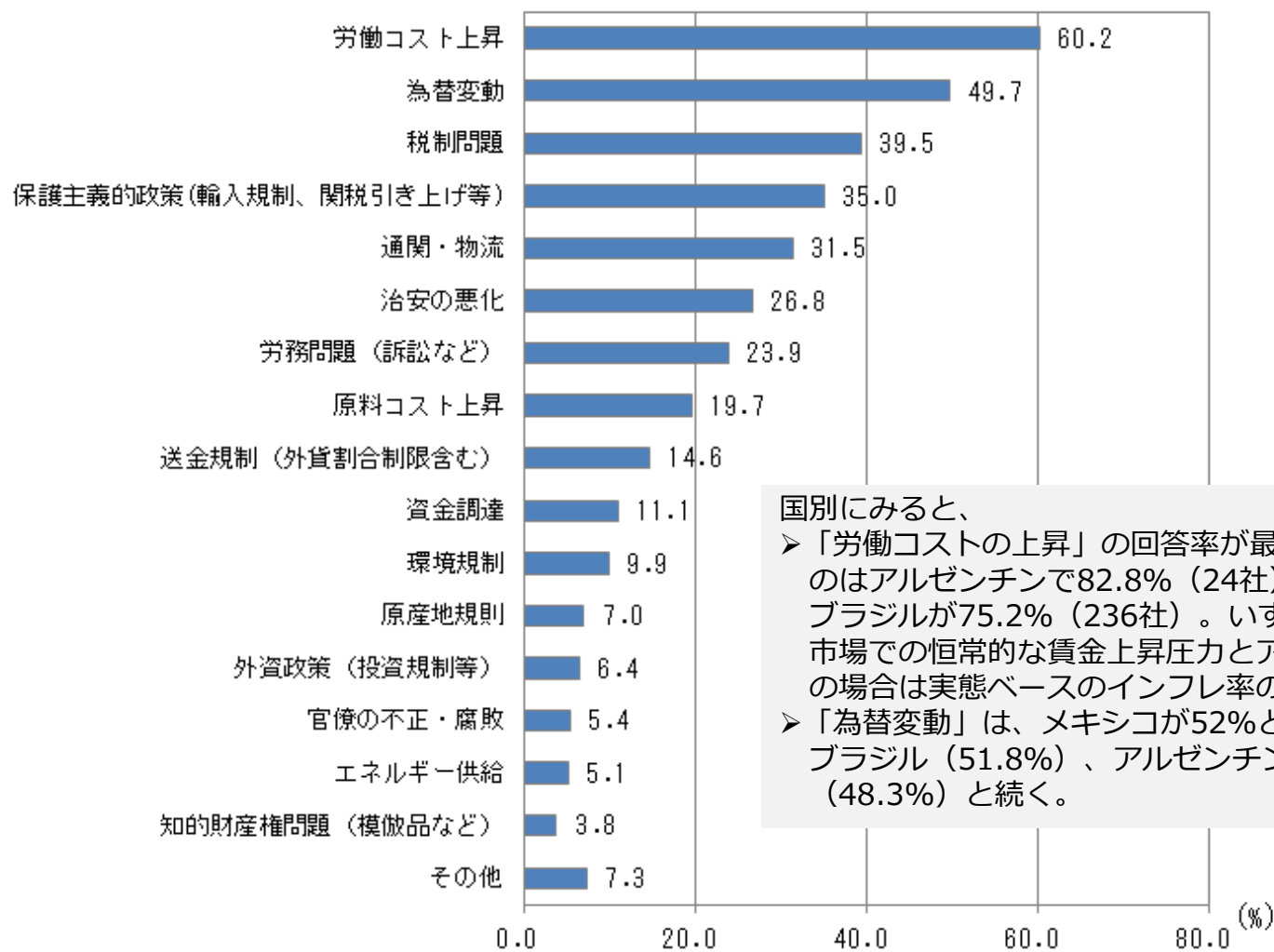
◇今後1～2年の事業展開の方向性



- ▶アンケート回答企業の65.0%が今後1～2年の事業展開を拡大させると回答。
- ▶理由として、「売上の増加」や「成長性、潜在性の高さ」を挙げる企業が多い。
- ▶特に、ブラジルやメキシコ、コロンビアでこうした回答が多い。
- ▶これらの国での販売機能を拡大する方針の企業が多く、市場としての魅力を感じている姿が浮かび上がっている。

■ジェトロ第13回中南米日系進出企業の経営実態調査より

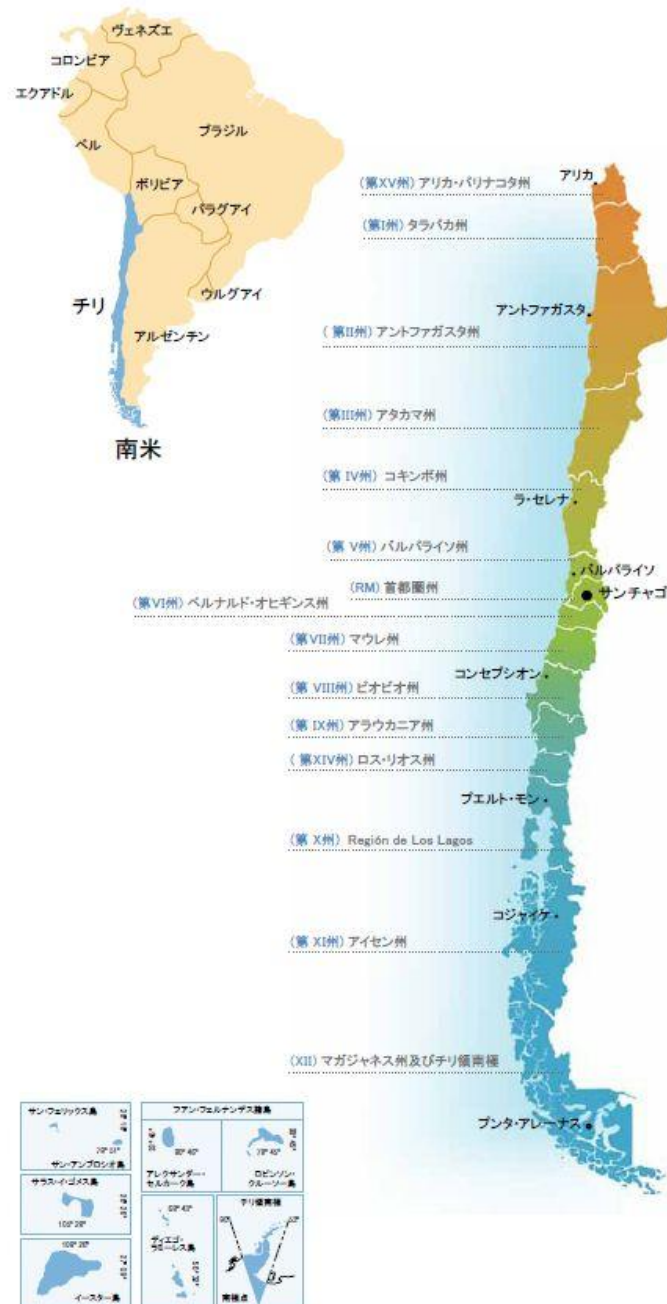
◇現在直面する経営上の問題点<複数回答> (回答数: 314社)



国別にみると、
➤「労働コストの上昇」の回答率が最も高かったのはアルゼンチンで82.8% (24社)、次いでブラジルが75.2% (236社)。いずれも、労働市場での恒常的な賃金上昇圧力とアルゼンチンの場合には実態ベースのインフレ率の上昇が背景。
➤「為替変動」は、メキシコが52%と最も高く、ブラジル (51.8%)、アルゼンチン (48.3%) と続く。

目次

1. 中南米ビジネスの実態
2. チリの経済事情
3. チリの消費市場



南米で最も先進国に近い国

2010年1月OCED加盟（南米唯一の加盟国）

	チリ	ペルー	コロンビア	ブラジル	アルゼンチン	ベネズエラ	メキシコ
人口 (万人)	1,657	2,822	4,551	1億9,325	4,009	2,883	1億1,234
面積(km ²) (日本の○倍)	756,102 (2倍)	1,285,916 (3.4倍)	1,141,748 (3倍)	8,514,876 (22.5倍)	2,791,810 (7.4倍)	912,050 (2.4倍)	1,964,375 (5.2倍)
名目GDP総額 (単位:100万ドル)	248,585	176,761	333,155	2,475,066	448,165	316,482	1,154,470
一人あたりの GDP(名目) ドル	15,416	5,904	7,114	12,789	10,959	10,630	10,146

出所：各国統計資料などから作成。

■ 投資環境は中南米で最高峰

腐敗認識指数（チリは調査対象国182国中22番目に政治的腐敗の少ない国）・・・中南米首位

順位	国	スコア
1	ニュージーランド	9.5
2	デンマーク	9.4
2	フィンランド	9.4
4	スウェーデン	9.3
5	シンガポール	9.2
12	香港	8.4
14	ドイツ	8
14	日本	8
22	チリ	7.2
24	米国	7.1
25	ウルグアイ	7

出所: Transparency International 2012

IMD世界競争力報告書2012

順位	国	スコア
1	香港	100
2	米国	97.755
3	スイス	96.679
27	日本	71.354
28	チリ	71.285

世界経済フォーラムの国際競争力
ランキング2012-2013

順位	国	スコア
1	スイス	5.72
2	シンガポール	5.67
3	フィンランド	5.55
10	日本	5.40
33	チリ	4.65

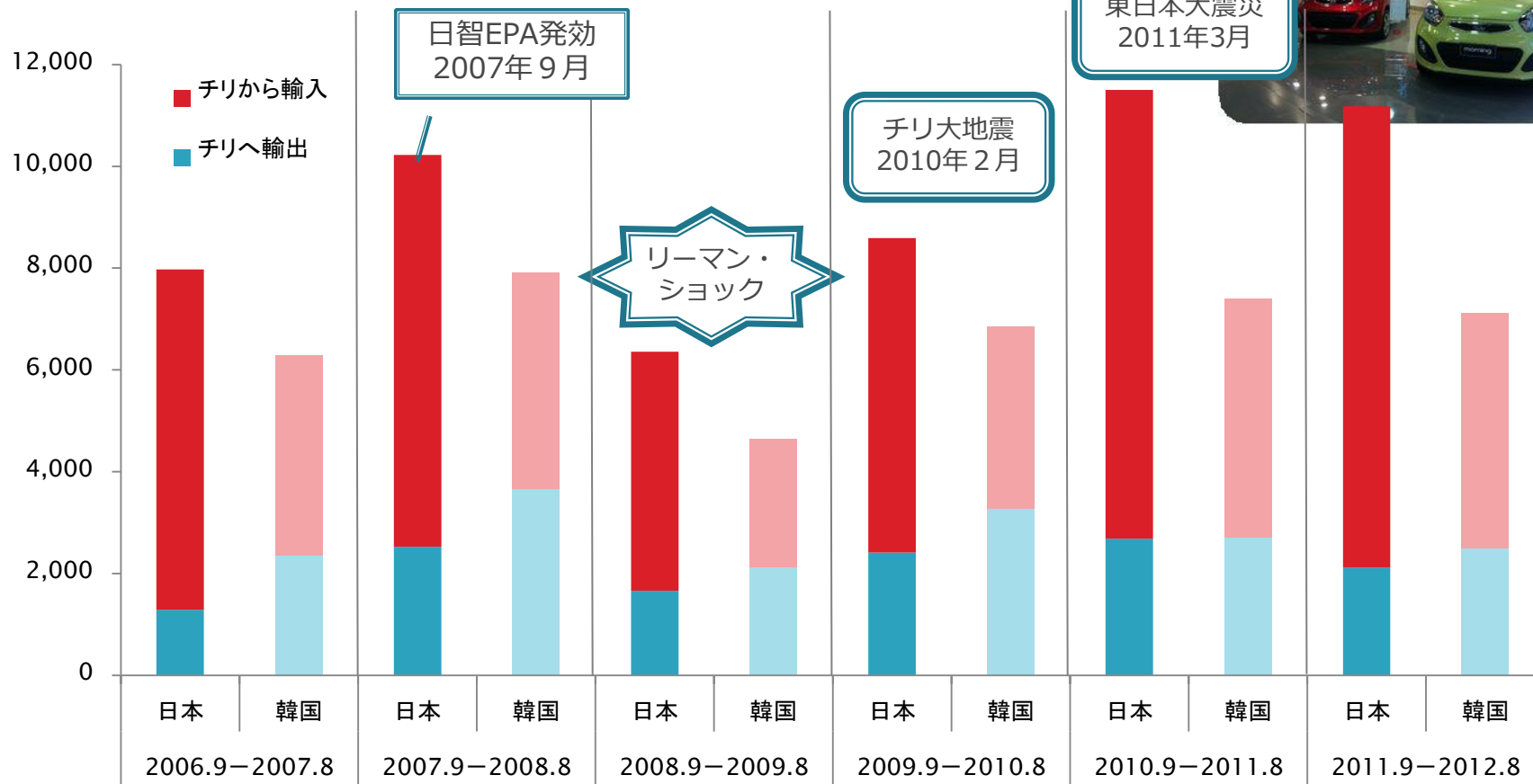


■ 基礎的経済指標

人口	16,572,475人			
面積	756,102km ²			
1人あたりGDP	15,416米ドル			
	2009年	2010年	2011年	2012年
実質GDP成長率(%)	△1.0	6.1	6.0	5.0(見通し)
消費者物価上昇率(%)年末値	△1.4	3.0	4.4	1.5
失業率(%) 全国	9.6	8.2	7.2	6.5
貿易収支(100万ドル)	15,360	15,325	10,792	5,882
経常収支(100万ドル)	3,518	3,269	△3,220	△4,783(3Q)
外貨準備高(ドル、年末時点)	25,373	27,864	41,979	41,640
対外債務残高 (グロス、ドル、年末値)	71,931	84,142	98,579	116,706
為替レート (1ドル当たり、期中平均)	559.7	510.4	483.4	486.6

出所：チリ国立統計院(INE)、IMF、チリ中央銀行

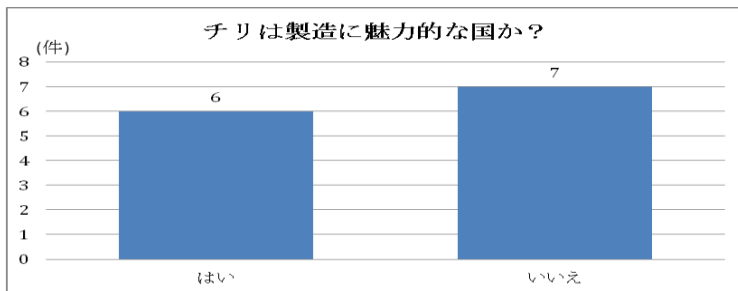
■ 日智EPA発効後の貿易額推移



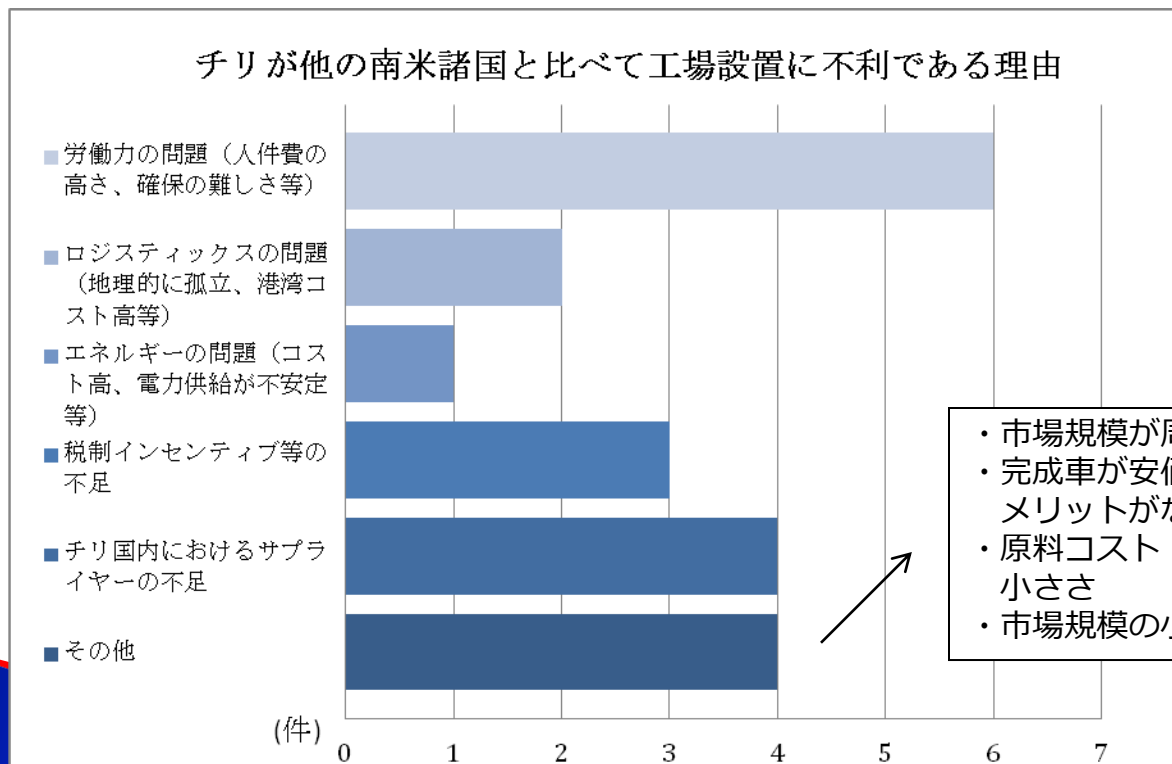
資料: LEGALPUBLISHINGデータから作成。

■そもそも製造業に不向き

(参考) 在チリ日本企業からみた製造拠点国としてのチリ
(2012年EPA運用アンケートによる)



メーカーのみ回答
計13社



- ・市場規模が周辺諸国と比較して小さい
- ・完成車が安価に輸入できるため、自国生産のメリットがない
- ・原料コスト (の高さ) と国内マーケットの小ささ
- ・市場規模の小さい

■ 日本が投資国第1位

銅資源確保のための鉱山投資が好調で、2012年上半期は対内直接投資額の6割を占めた。日本からの投資は前年同期比で約3倍に増加。全投資額の43%を占め、投資国第1位。

〔個別案件〕

1. 住友金属鉱山によるチリ第2州におけるシエラ・ゴルダ鉱山（銅、モリブデン、金）開発への3億3,900万ドルの投資。同鉱山へは住友商事も1億4,600万ドル投資。
2. JX日鉱日石金属および三井金属鉱業が共同出資するパン・パシフィック・カッパーと三井物産による第3州におけるカセロネス鉱山（銅、モリブデン）開発に対する2億7,400万ドル。日本企業100%出資による大規模な銅鉱山開発プロジェクト。

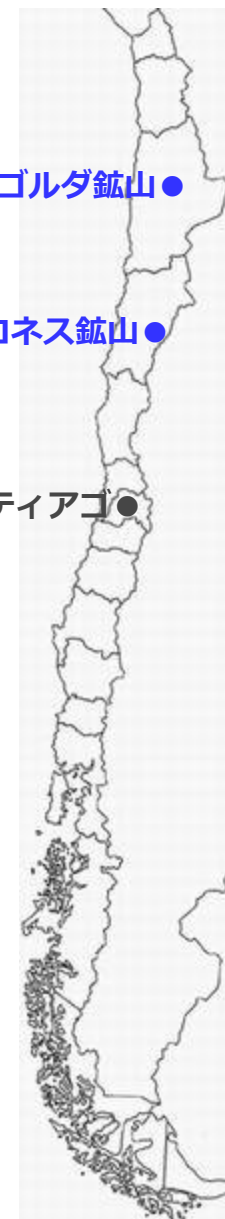


これらの銅山開発プロジェクトが稼働すると日本が必要とする精製銅の20%が供給されることに

シエラ・ゴルダ鉱山●

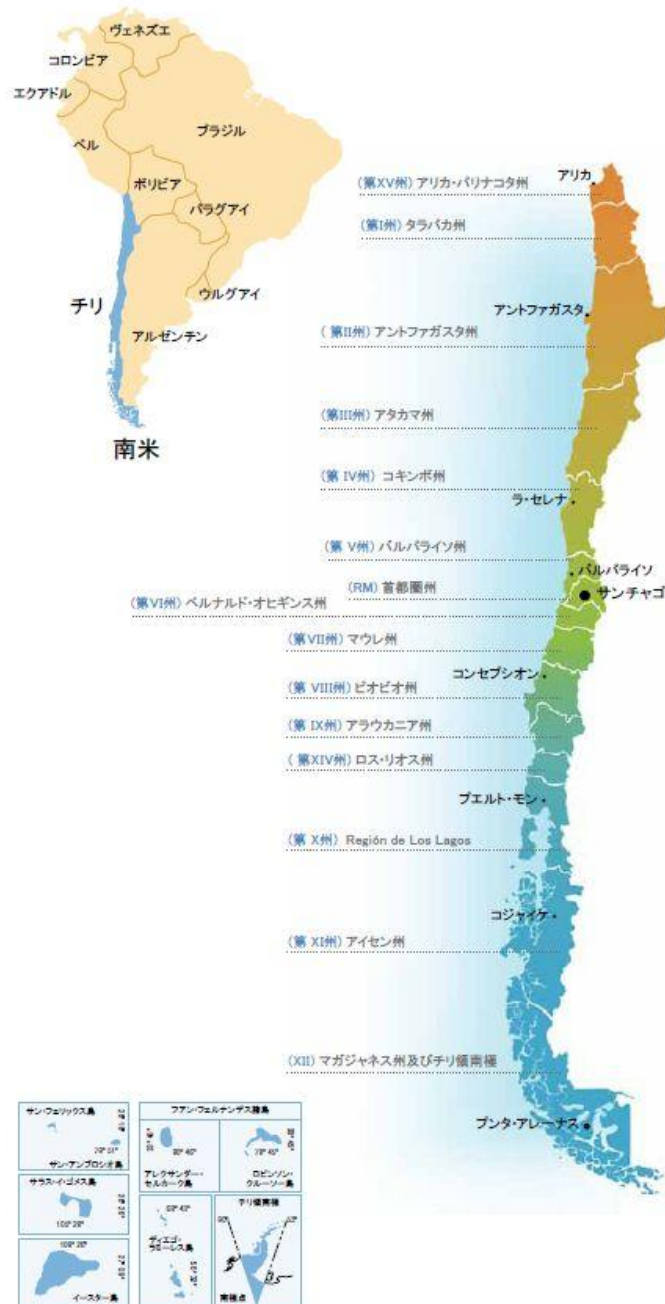
カセロネス鉱山●

サンティアゴ●



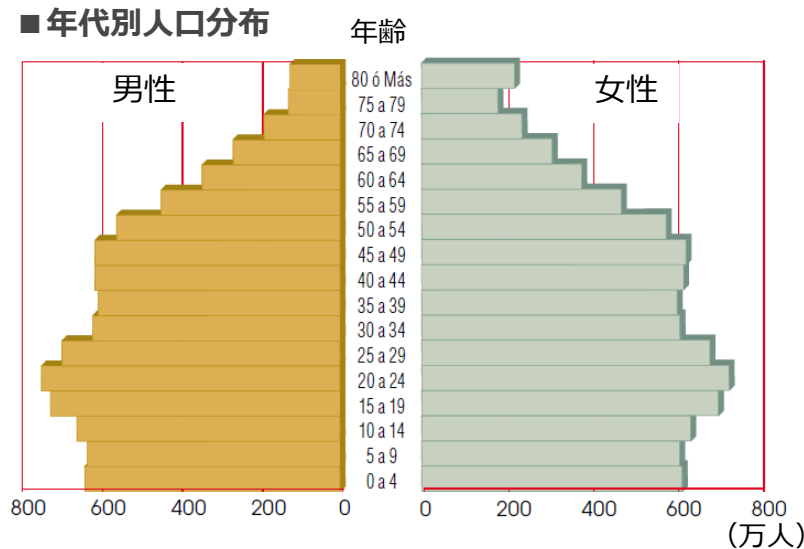
目次

1. 中南米ビジネスの実態
2. チリの経済事情
3. チリの消費市場



(1) 消費市場規模-人口

- ◆チリの人口：16,572,475人（2012年の国勢調査）
⇒20年間で24.9%増加
- ◆人口の40.3%（6,683,852人）がサンティアゴ首都圏州に集中
第8州ビオビオ（1,965,199人）
第5州バルパライソ（1,723,547人）
- ◆年代別人口では、15～54歳が多い壺型



〔出所〕チリ統計局（2002年国勢調査をもとにした2012年6月時点の推定値）



サンティアゴのショッピングモールのランチタイム

3. チリの消費市場

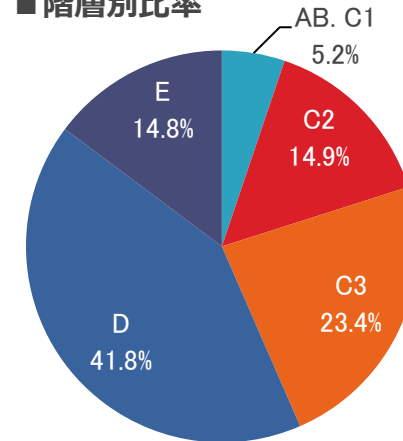
■世帯当たりの平均収入（月額）（単位：チリ・ペソ）

	2006年	2009年	2011年	参考 (単位：円)
全体平均	613,206	735,503	782,953	133,337
第1	75,687	64,361	85,741	14,602
第2	179,457	197,479	228,621	38,934
第3	239,074	273,493	315,200	53,679
第4	298,447	341,200	371,054	63,190
第5	345,526	407,924	470,642	80,150
第6	429,983	518,966	544,193	92,676
第7	533,240	625,524	667,302	115,345
第8	681,531	819,098	878,816	149,662
第9	983,646	1,149,137	1,219,273	207,642
第10	2,365,797	2,958,175	3,048,821	519,214

〔出所〕チリ統計局・社会開発省

◆社会開発省実施のアンケートによると、世帯当たりの平均月額収入はこの5年間で27.7%増加

■階層別比率



■階層別比率および各階層の所得（単位：チリ・ペソ）

階層	世帯数	構成比 (%)	一人当たり平均月収	世帯当たり平均月収	参考 (単位：円)	世帯月収最小額	世帯月収最大額
AB, C1	242,851	5,2	1,666,750	4,068,991	692,949	761,720	47,726,150
C2	698,021	14,9	443,377	1,350,933	230,064	288,240	6,703,318
C3	1,095,213	23,4	207,726	706,912	120,387	151,711	3,145,178
D	1,956,612	41,8	100,742	368,701	62,790	59,000	1,980,895
E	692,793	14,8	36,596	155,136	26,420	0	712,005
全体	4,685,490	100					

〔出所〕Collecto Gfk社(2011年8月)発表

■ チリの社会階層区分 (参考)

階層	住環境	自動車	通信	月給	職業	その他
AB	300㎡以上の家。質感の高い建材・家具使用。	Aは100%の自動車保有率でかつベンツ、ジャガーなど高価な自動車を複数保有。	固定電話・携帯電話保有	約20,000ドル	会社役員、外国機関の長など。	複数以上の家事手伝いなしは門番。Bは一人。3,500世帯
C1	賃貸20UF(約730ドル)以上。門番有りで150㎡以上の庭付マンションなど。家電は仕様の高いもの保有。	年以内の新車95%保有率。日本車やプジョー、シボレーなど。	固定電話保有。携帯も持っていることが多い。	約7000ドル	大学教授、会社の上層部、弁護士など特殊資格保持者、マスコミ、富裕な農家など。	銀行口座とクレジットカード保有。子女は私立。海外旅行経験。国内26万世帯。サンティアゴ15万世帯。時々家事手伝い依頼。
C2	賃貸の場合12UF(430ドル)以上。住建材は安価だが100㎡程度の広さ。家電はシンプル。	80%の保有率。新しくはない日本車を持っているか韓国車の新車を保有。	固定は85%の保有率	世帯収入は月額2,500ドル程度。衣食住は足り、貯金の余地あり。	会計士や若い技能資格者。中堅企業の役員、技術者など。	全国で63万世帯うちサンティアゴに30万世帯。家事手伝いは雇用しない。服装はシンプル。
C3	古い住宅密集地に住む。賃貸5UF(約200ドル)程度。広さ70㎡程度の土壁。家具は古い。家電は一部不足。	45%の保有率。古い欧州車(フィアット、プジョー)やトラック、タクシーなど。	固定は50%	約1400ドル。衣食は足りている	一般の会社員、教師、小規模企業の販売員、技術者など。	全国で90万世帯、サンティアゴで37万世帯。子息は公立校。
D	あまり整備されていない小さい家に住む。50㎡程度の広さ。	保有していないことが多い。保有していても20年以上前の古いもの。	固定は10%程度	約750ドル	単純作業労働者。世帯の中に家事手伝いとして働いている者あり。小売店勤務。	全国150万世帯サンティアゴ52万世帯。洋服は品質の悪いもの。
E	1ないし2つの部屋に家族が住んでいる。薪などで食事を作る。貧困層。	保有していない。	保有していない	約200ドル。生活保護を受けないし収入が不安定なケースが多い。	非正規労働者。荷役など。	全国で85万世帯うちサンティアゴに15万世帯。

〔出所〕 Grupos Socioeconómicos AIM 社2008年発表

(2) 消費市場の特徴

◆ 「FTA推進」で世界の主要市場とつながる

1. チリの自由貿易協定(FTA)または経済連携協定(EPA)締結国
カナダ、メキシコ、韓国、コロンビア、ペルー、中米5カ国、EU、米国、EFTA4カ国、P4(ニュージーランド、シンガポール、ブルネイ)、中国、パナマ、日本、エクアドル、オーストラリア、トルコ、マレーシア、ベトナム
※ベトナムとニカラグアは未発効
2. 経済補完協定(ACE)締結国
ベネズエラ、ボリビア、メルコスール4カ国
3. 部分到達協定締結国
インド、キューバ



**輸出入総額に占めるFTA等締結国との
貿易の割合は9割を超える!(2011年)**

◇輸入品天国 ⇒激しい競争を求める市場

<乗用車> 56ブランドによる大激戦

The screenshot shows the ANAC website interface. At the top, it displays the ANAC logo and the text 'Asociación Nacional Automotriz de Chile A.G.' along with the date 'Viernes 24 de Agosto del 2012' and time '15 : 56 : 51'. Below this is a navigation bar with 'Quienes Somos', 'Marcas de Automoviles', 'Marcas de Camiones', and 'Salones / Ferias'. The main content area is titled 'Marcas de Automoviles' and features a grid of 56 car brand logos, including Alfa Romeo, Audi, BMW, BYD, Changan, Chery, Chevrolet, Chrysler, Citroën, Datsun, DFSK, Dongfeng, Ferrari, Fiat, Ford, Foton, Geely, Great Wall, Hafei, Hama, Honda, Hyundai, JAC, Jaguar, Jeep, Jinbei Auto, JMC, Kia, Land Rover, Lifan, Mahindra, Maserati, Mercedes-Benz, MG, Mini, Mitsubishi, Nissan, Marubeni, Peugeot, Proton, Renault, Saab, Skoda, SMA, Ssangyong, Subaru, Suzuki, Tata, Toyota, Volkswagen, Volvo, ZNA, Zotye, and Zauto. On the right side, there are several utility buttons: 'Login Socios', 'Mapa del Sitio', 'Contacto', 'Indicadores' (with a value of 'TM : 39.570,00 | IPS/' and a link to 'Otros indicadores'), 'Entidades Gubernamentales' (listing various Chilean government ministries), and 'Links de interés'.

サンティアゴ・モーター・ショウ2012



(出所) チリ自動車業者協会(ANAC)

3. チリの消費市場

◇新車自動車販売台数は、2009年165,303台、10年275,270台、11年334,052台、12年は338,826台。



■チリにおける自動車の販売台数 (出所) チリ自動車業者協会(ANAC)

	2010年	シェア(%)	2011年	シェア(%)	乗用車+SUV	商用車	2012年合計	シェア(%)
シボレー(GM大宇)	49,483	17.1	56,640	17.0	48,642	8,596	57,238	16.9
現代自動車	34,122	11.8	35,063	10.5	31,691	3,432	35,123	10.4
日産自動車	35,494	12.3	34,597	10.4	19,617	14,507	34,124	10.1
起亜自動車	25,089	8.7	27,871	8.3	26,038	2,878	28,916	8.5
トヨタ	24,908	8.6	23,151	6.9	19,288	7,274	26,562	7.8
スズキ	18,659	6.5	21,554	6.5	16,977	412	17,389	5.1
フォード	7,332	2.5	10,126	3.0	6,971	4,061	11,032	3.3
プジョー	7,264	2.5	8,738	2.6	4,430	4,263	8,693	2.6
三菱自動車	7,677	2.7	9,102	2.7	2,017	6,582	8,599	2.5
長城汽車 (グレートウォール)	4,420	1.5	6,540	2.0	5,044	3,158	8,202	2.4
クライスラー	7,011	2.4	8,919	2.7	7,320	854	8,174	2.4
双竜自動車	5,011	1.7	7,465	2.2	2,633	5,421	8,054	2.4
マツダ	8,434	2.9	9,470	2.8	7,175	678	7,853	2.3
フォルクスワーゲン	4,113	1.4	7,075	2.1	4,234	2,489	6,723	2.0
ルノーサムスン	6,220	2.2	8,545	2.6	5,631	1	5,632	1.7
奇瑞汽車(チェリー)	3,643	1.3	4,376	1.3	5,387	3	5,390	1.6
シトロエン	4,036	1.4	4,971	1.5	3,175	1,953	5,128	1.5
合計	289,280		334,052		257,013	81,813	338,826	

3. チリの消費市場

◇主な耐久消費財の2009～2011年の輸入動向では、iPhone、携帯電話、ビデオゲーム機、石油ストーブ、洗濯機、冷蔵庫、テレビが増加。



■主な耐久消費財の輸入動向 (単位：ドル)

HSコード		2009年	2010年	2011年
8450	洗濯機	51,177,912	85,612,931	103,534,897
8418	冷蔵庫	110,200,451	178,734,803	214,065,017
73218200	石油ストーブ	20,081,125	36,637,617	45,959,692
8528	テレビ	360,071,691	740,890,876	709,372,049
84713000	ノートパソコン	411,548,583 918,928 (台)	593,084,775 1,279,973 (台)	690,753,390 1,697,944 (台)
85171200	携帯電話等	561,742,982 6,331,555(台)	917,539,268 11,453,288(台)	1,170,930,428 12,404,644(台)
85171200	iPhone	19,717,135 33,964(台)	70,022,107 122,282 (台)	161,431,558 291,783 (台)
85285910	iPad	-	150,580 314(台)	10,851,055 19,720(台)
95041000(2009-11) 95045000(2012)	ビデオゲーム機	33,348,776	73461022	83,038,039

◇非耐久消費財の2009～2011年における輸入動向では、化粧品（39.9%）、即席めん（92.0%）、履物（75.7%）が伸びている。即席めんは、米国、ブラジル、中国、ペルー、タイ等から輸入されている。

■ 即席めんの輸入動向（単位：ドル）

順位	輸入元	2009年	2010年	2011年
1	米国	470,423.99	853,259.22	1,575,733.40
2	中国	414,838.98	720,689.35	1,009,927.64
3	ブラジル	508,685.13	691,243.55	819,591.63
4	タイ	70,578.93	121,360.42	120,627.54
5	ペルー	32,401.08	56,060.53	91,237.81
	その他	74,530.00	143,118.24	72,923.26
	合計	1,101,034.12	1,732,472.09	2,114,307.88

〔出所〕 LEGAL PUBLISHING



(3) 小売・流通グループ

◆チリの小売・流通は、全国に流通チェーンを有するグループが支配。

■チリの主な小売・流通グループ

	主なグループ企業	業態
センコスッド	JUMBO, Santa Isabel	スーパーマーケット
	Paris	デパート
	Easy	ホームセンター
	Alto Las Condes, Costanera Center	ショッピングモール
ファラベーラ	Falabella	デパート
	Sodimac	ホームセンター
	Tottus	スーパーマーケット
	Mall Plaza	ショッピングモール
ウォルマート・チリ	Lider, Express Lider	スーパーマーケット
SMU	Unimark	スーパーマーケット
	OK market	コンビニ
カルデロン	Ripley	デパート

建設中のCostanera Center

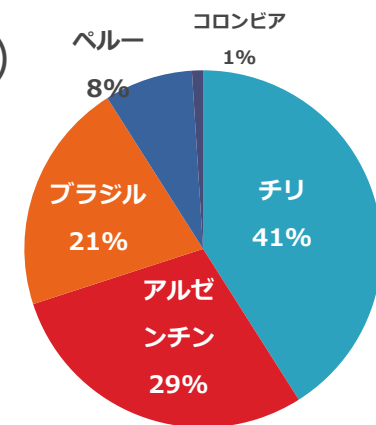


3. チリの消費市場

【センコスツド】

- ◆2011年のグループ売上総額は、約156億ドル(前年比22%増)
- ◆2012年にコロンビアでカルフルを買収

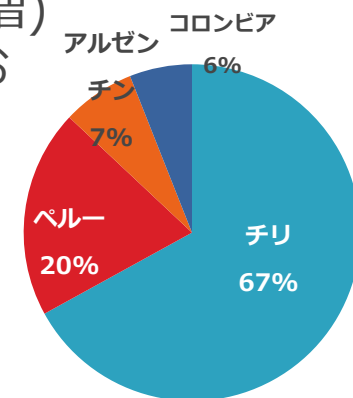
	企業名	業態	店舗数
チリ	JUMBO, Santa Isabel	スーパーマーケット	191
	Paris	デパート	74
	Easy	ホームセンター	29
	Alto Las Condes, Costanera Center, Florida Centerなど	ショッピングモール	9
アルゼンチン	JUMBO, Disco, Super Vea	スーパーマーケット	272
	Easy, Blaisten	ホームセンター	48
	Unicenter, Lomas Center, Portal Rosario	ショッピングモール	14
ブラジル	GBarbosa, Super Familia, Perini, Bretas	スーパーマーケット	189
ペルー	Wong, Metro	スーパーマーケット	74
	Cencosud Shopping Center	ショッピングモール	2
コロンビア	Easy	ホームセンター	4
〔出所〕 Memoria Anual 2011 Cencosud, エル・メルクリオ紙		合計	906



3. チリの消費市場

【ファラベラ】

- ◆2011年のグループ売上総額は、約100億ドル(前年比17.7%増)
- ◆2012～15年にかけて33億4,100万ドルを投資し、204店舗および16ショッピングモールを新設予定。



	企業名	業態	店舗数	
チリ	Falabella	デパート	40	
	SODIMAC	ホームセンター	70	
	TOTTUS	スーパーマーケット	37	
	Malls Plaza	ショッピングモール	11	
ペルー	Falabella	デパート	17	
	SODIMAC	ホームセンター	17	
	TOTTUS	スーパーマーケット	27	
	Malls Aventura Plaza	ショッピングモール	3	
アルゼンチン	Falabella	デパート	11	
	SODIMAC	ホームセンター	6	
コロンビア	Falabella	デパート	11	
	SODIMAC	ホームセンター	23	
〔出所〕 memoria anual - falabella 2011			合計	273



3. チリの消費市場

【ウォルマート・チリ】

- ◆2011年のグループ売上総額は、約50億ドル(前年比14.4%増)
- ◆2009年にLiderを買収し、チリ市場に参入。チリ国内最大のスーパーマーケットチェーンで、売上シェアトップ(35.5%)

企業名	店舗数
Lider	69
Express Lider	57
Acuenta	51
Ekono	137
合計	314

〔出所〕 Anuario 2011 Walmart Chile

【SMU】

- ◆2011年のグループ売上総額は、約34億ドル(前年比64%増)
- ◆チリ国内第3位のスーパーマーケットチェーンで、売上シェアは24.3%

	企業名	業態	店舗数	
チリ	Unimark, Bigger	スーパーマーケット	323	
	Mayorista10, Alvi, Maxi Ahorroなど	卸売スーパー	70	
	OK Market	コンビニ	75	
	Construmart	ホームセンター	31	
ペルー	Mayorsa, Maxibodegaなど	卸売スーパー	20	
〔出所〕 Memoria Anual 2011 SMU			合計	592



(4) 日本ブランド事例

◆ トヨタミの石油ファンヒーター

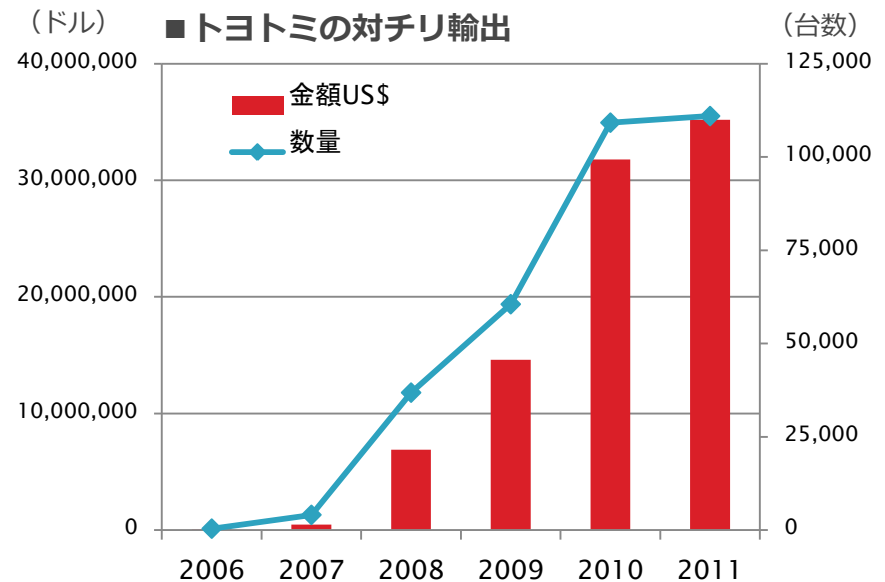
EPA発効を契機に2007年10月にサンティアゴで開催されたExpo Japan（日本製品見本市）に出展。大手小売チェーン店と契約を締結し、輸出額が急増。

◆ 低価格の中国製・韓国製のファンヒーターが輸入され始め競争激化。

■ 石油ストーブの輸入元ランキング（単位：ドル）

		2009	2010	2011
1	日本	14,597,769	31,801,672	35,201,394
2	中国	3,848,589	3,707,349	7,645,849
3	韓国	1,168,357	1,123,990	2,757,193
その他		466,412	4,606	355,256
総額		20,081,126	36,637,618	45,959,693

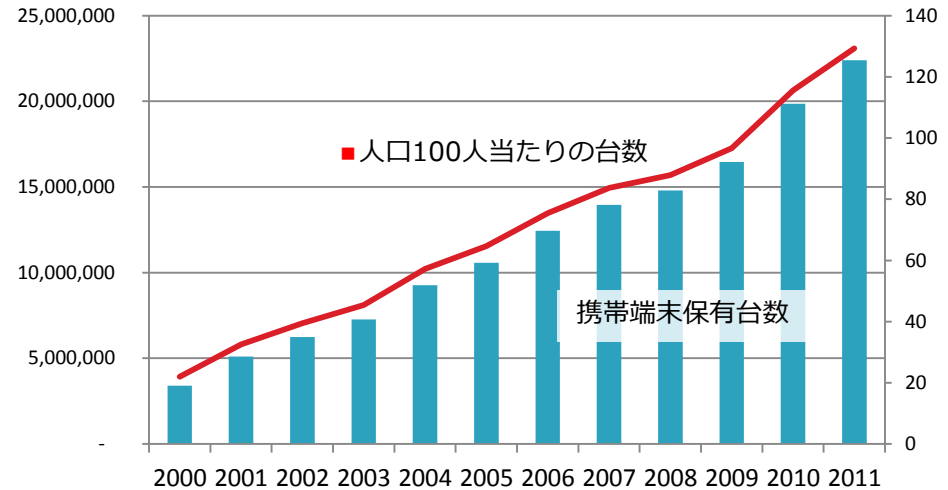
〔出所〕 LEGAL PUBLISHING



(5) 携帯電話・スマホ

- ◆チリ国内の携帯端末保有台数
⇒ 2,319万台 (2012年9月末)
- ◆Entel、Movistar、Claroの3強が
携帯電話市場をほぼ独占しているが、
2012年には、VTRとVirginが新規参入
- ◆2012年1月、ナンバーポータビリティ
制度の運用開始 (85,864件) 2013年1月
- ◆通信インフラの整備 ⇒新たな周波数帯の割り当て
- ◆Google、南米初となるデータセンターをサンティアゴ
近郊に建設。2013年に稼働予定

■ 携帯端末保有台数の推移



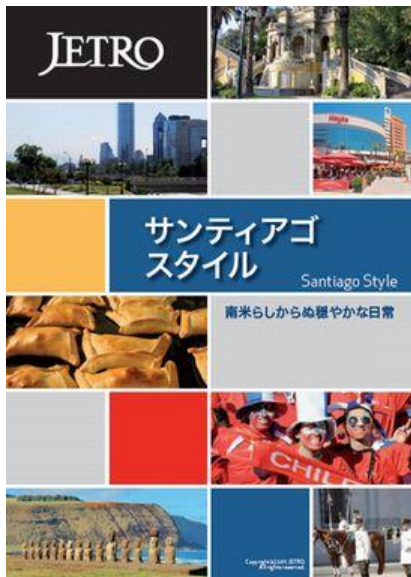
■ 本日のまとめとして チリとはどのような国なのか？

» 南米スペイン語圏における拠点

- 初めての南米進出なので情報収集拠点としたい
- ブラジルに拠点を作ったが、他の南米スペイン語圏の営業拠点・総務拠点となる本拠地としたい

» ブラジルや第三国からの輸出先

- ブラジル工場の輸出拠点として
- アジアなどの拠点からの輸出先として



ご清聴ありがとうございました。



チリに関する制度・投資コスト情報は、国・地域別情報（J-FILE）をご覧ください。

サンティアゴスタイル

「サンティアゴスタイル ジェトロ」のキーワードで検索ください。

【ご注意】本資料は2013年3月12日に開催された「中南米市場セミナー」資料として作成したものです。

Copyright(C)2013 JETRO. All rights reserved. 無断で複製・配布することを禁じます。