

2017年上期の回顧と下期の展望

『回復途上のブラジル経済 – いま打つべき戦略は？』

ブラジル日本商工会議所 食品部会

2017年8月24日(木)

目次

- ◆ 2017年上期業界動向
- ◆ 原材料動向
- ◆ 2017年下期の展望

2017年上期の業界動向

◆ 国内市場概況

- スーパーマーケットの売上高前年比(実質)は、6月までの直近1年のうち10ヵ月間で前年を上回った。経済情勢の悪化に底入れ感が出てきており、緩やかな回復基調が続いている。*ABRAS(ブラジルスーパーマーケット協会)データ
- 17年1-3月の食品・飲料・日用雑貨は、重量前年比93.9%、同金額(実質)96.3%と厳しい状況も、3月に若干回復が見られた。*Nielsen1月-3月データ
- 低価格指向が強まり、嗜好品への支出を抑制する傾向が継続している。

2017年上期の業界動向

<調味料>

- 市場はほぼ前年並み。食品部会所属企業では主力の家庭用調味料で対前年金額ベースで107%、新カテゴリーのメニュー用調味料も同102%と堅調。

<飲料>

- 乳飲料：食品部会所属企業では金額ベースで前年並み。数量ベースでは前年比6%減も、新製品投入や販促活動により5月以降回復の兆し。
- 粉末飲料：市場は金額ベースほぼ前年並みで推移した。

2017年上期の業界動向

<しょうゆ>

- 輸入しょうゆは現地メーカーとの販売価格差により厳しい状況が続く。
- 日本食材輸入代理店と共に販路拡大に取り組み、新たなターゲットや需要発掘を目指す。

<清酒>

- 食品部会所属企業では景気低迷と競争激化により対予算で10%程度の減少。
- 酒、米に対する顧客の低価格指向が高まっている。

2017年上期の業界動向

<コーヒー>

- レギュラーコーヒー:寡占化が進む中、原料相場に軟化の兆しが出てきた。
- インスタントコーヒー:レアル高と原料相場上昇により、前年同期比数量ベースで12%減、金額ベースで10%増。

<即席めん>

- 市場は昨年後半より横ばいで推移。食品部会所属企業では値上げ等もあり金額ベースで増、数量ベースで微増。

2017年上期の業界動向

<食肉>

- 食肉業界は3月の食肉不正問題(Carne Fraca)が相場に影響する等、安定感に欠ける環境が続く。
- 食品部会所属企業では食肉輸出は堅調に推移。国内販売の活性化が課題。

<チョコレート>

- 数量ベースでの減少傾向は2017年も継続。金額ベースでは値上げが進み横ばいから微増と推定。
- 食品部会所属企業の主たる市場の業務用も、同様に数量は減少。金額ベースでは値上げもあり微増。

2017年上期の業界動向

<香料>

- 食品部会所属企業では対予算で数量、金額ともに増加。
- 顧客となる清涼飲料、乳製品、ベーカリーは増、菓子類は横ばい(いずれも対前年、金額ベース)と予測。

<食品添加剤>

- 食品部会所属企業では既存顧客への販売はほぼ前年並みも、新規顧客との開発テーマは増加。

2017年上期の業界動向

<アセロラ製品>

- 主要産地での干ばつにより、原料供給が少ない状態が続く。
- 天然ビタミンCへの需要は欧州を中心に引き続き増加傾向。

<種苗>

- 景気低迷の影響を受け、野菜消費の低迷・作付意欲低下により、種子の販売も前年同期比で大幅減。
- 世界的なM&Aによる市場のモノポリー化進む。

2017年上期の業界動向

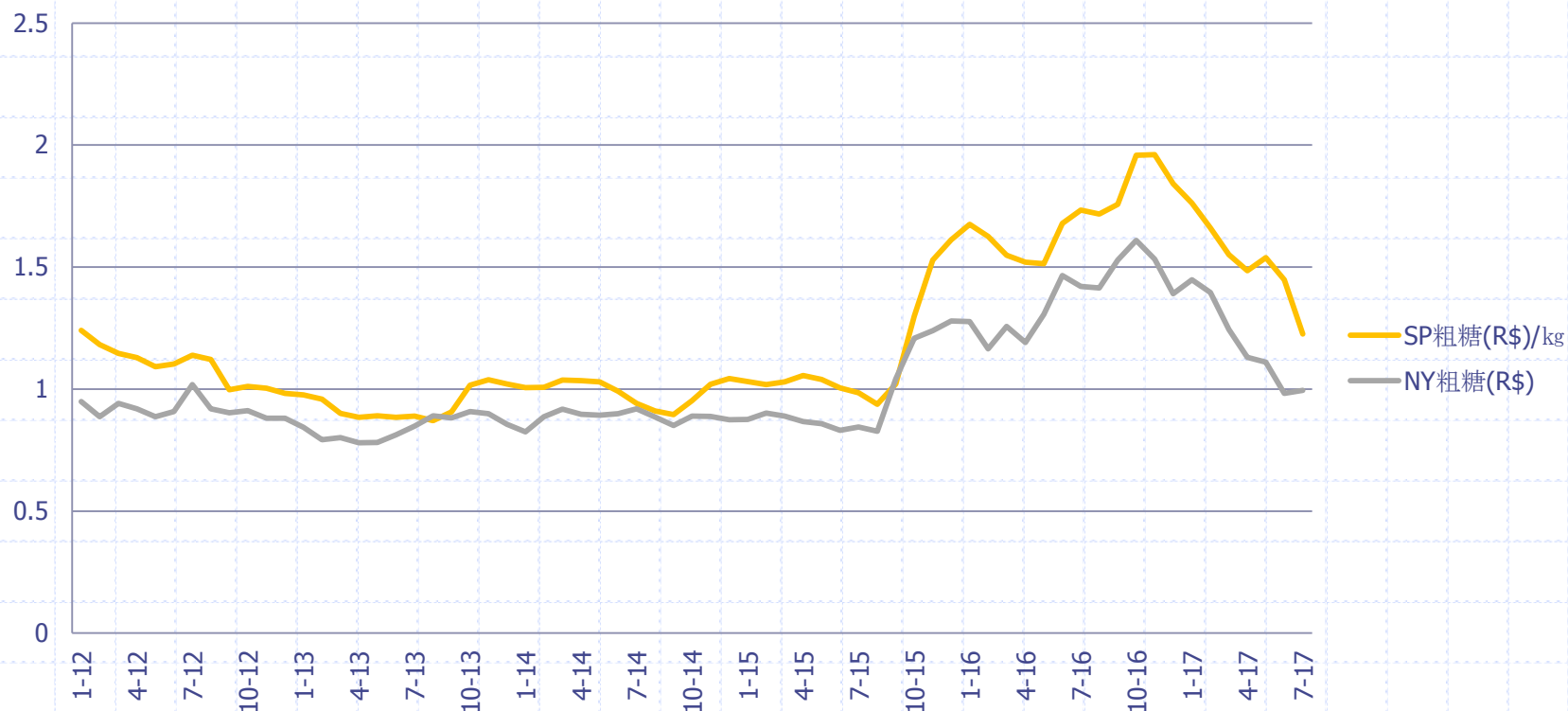
<外食産業>

- 食品部会所属企業ではラーメンに続き焼きそばや New Wave Bowl等の新製品投入により、予想以上の売上増。
- 初めてサンパウロ市郊外（モジ・ダス・クルーゼス）に出店し、予想以上の集客。

原料動向

砂糖相場の推移(2012～)

粗糖キロあたりリアル単価

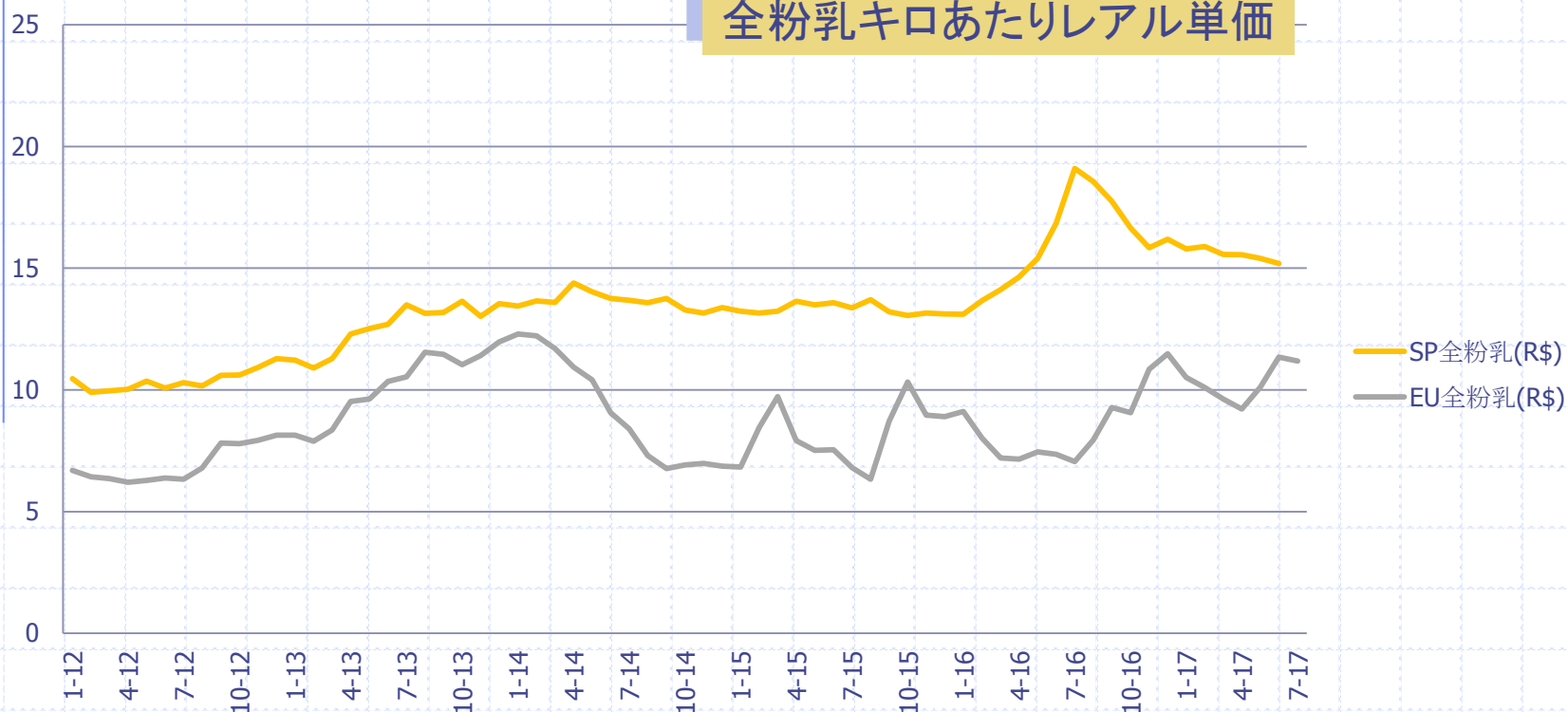


◆2015年後半以降相場は高騰していたが、砂糖生産国での減産懸念材料が軽減したことで2016年末以降下げ相場に転じた。国際相場は安値にあるもののリアル通貨安の影響でリアル建て国内相場の下げ幅は限定的となっている。

原料動向

乳相場の推移(2012～)

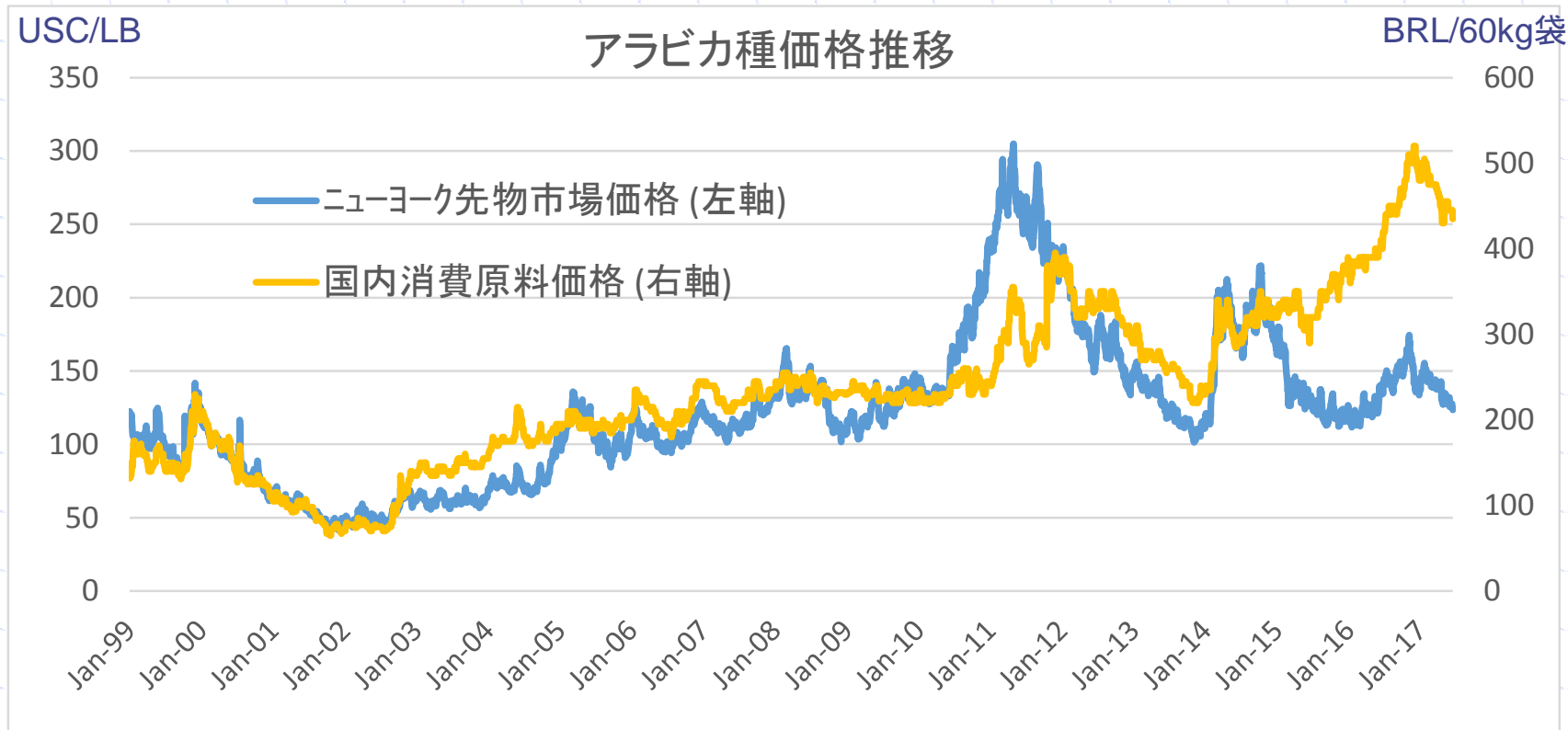
全粉乳キロあたりリアル単価



◆乳製品価格は2014年以降国際的に大きく下落したが、国内相場は高値を維持。2016年は生乳価格の上昇で国内相場が高騰した。国際相場は比較的落ち着いているが、国内相場は高止まりとなっており、国内相場、国際相場間の乖離が未だに存在する。

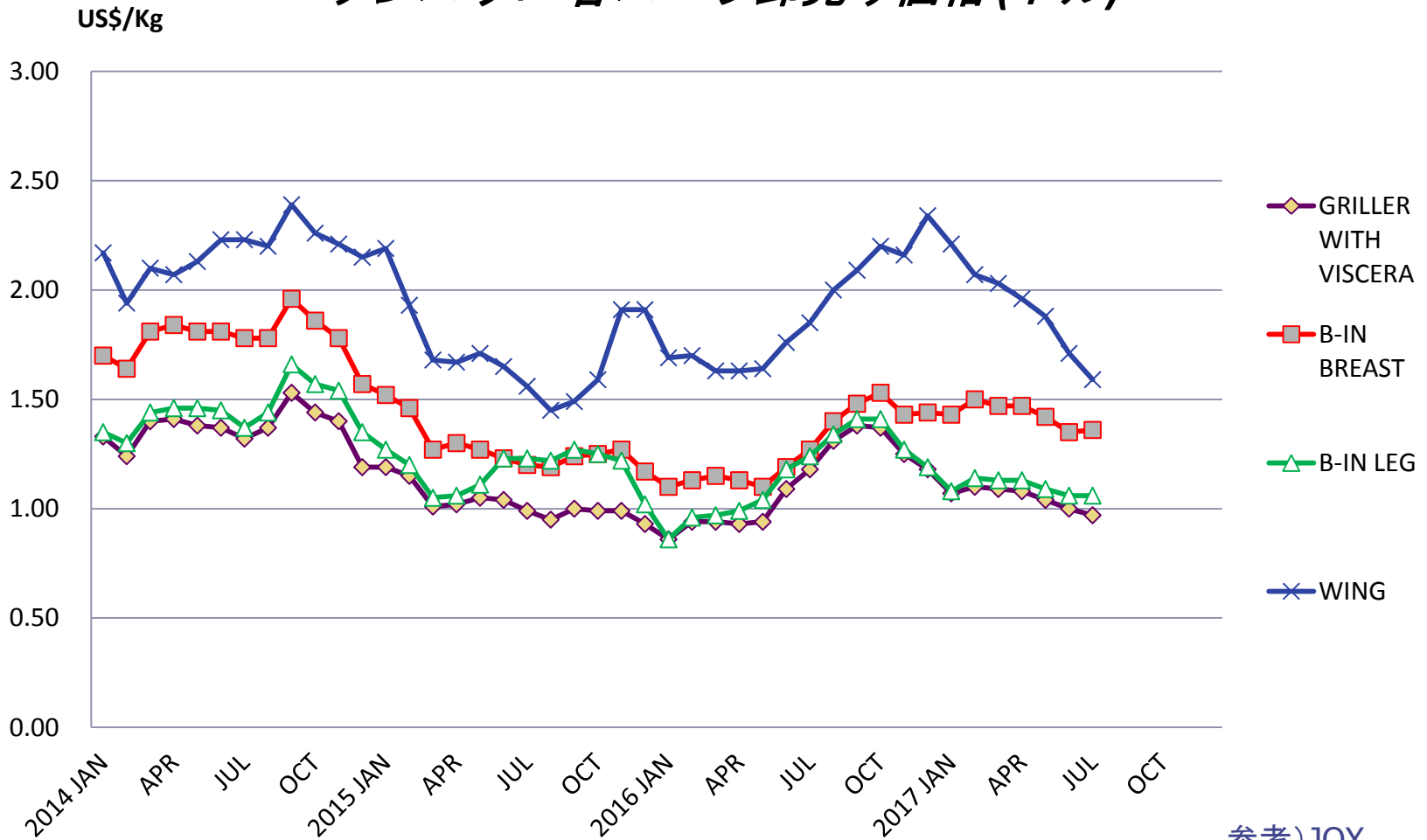
原料動向

コーヒー相場の推移



- ◆2017年上期は、ブラジル国内消費原料相場はR\$500/袋をピークにR\$430/袋まで低下。今クroppはロブスタ種も生産は好調にて、国内相場価格が緩んだもの。
- ◆今クroppは、Brocaと呼ばれるコーヒー豆に穴を空ける害虫被害がアラビカ種を中心として広がっており、相場への影響が懸念される。

サンパウロ 各パーツ卸売り価格(ドル)

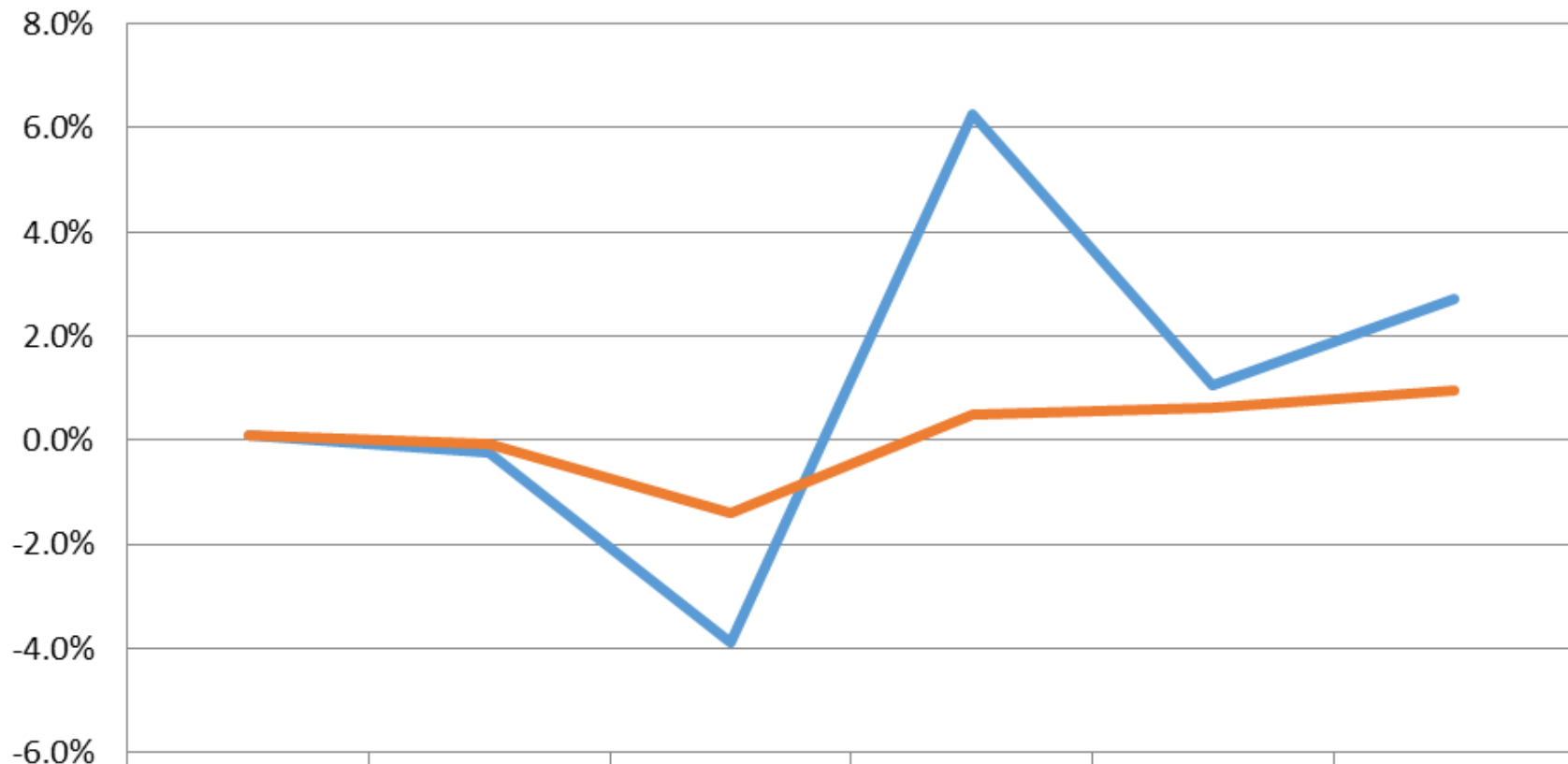


参考)JOX

中国・香港の引き合いが落ちついたことから手羽の価格は年始から大きく下降。その他部位は季節的な要因により若干下降気味も、価格は比較的安定しており、国内需要が堅調なことが伺える。JBSのスキャンダルにより牛肉から鶏肉に代替え需要があったことが推測される。

スーパーマーケットの売上高前年比(実質)は、6月までの直近1年のうち10ヵ月間で前年を上回った。

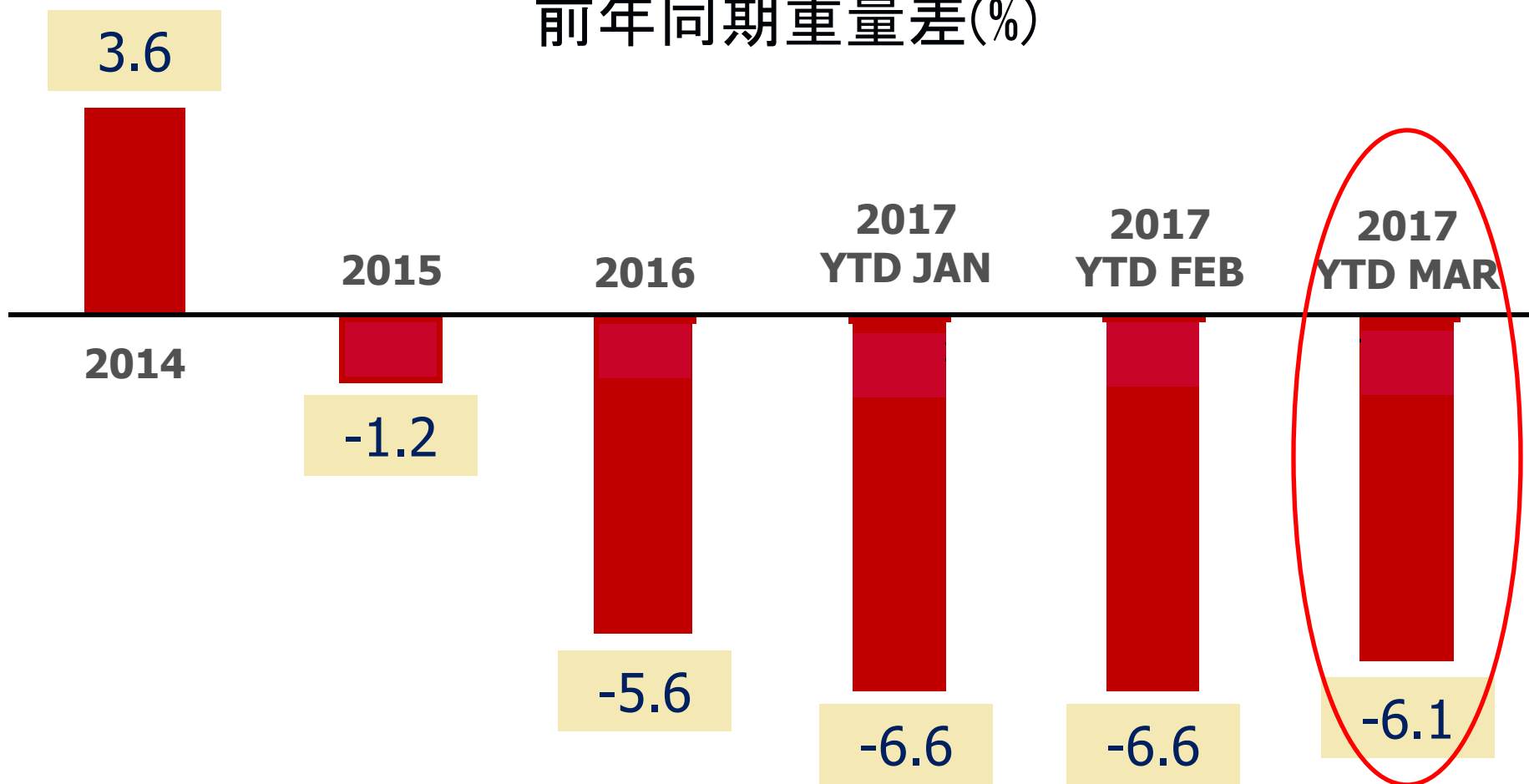
2017年度 スーパーマーケット売上前年比(実質)



— 単月前年比	0.1%	-0.2%	-3.9%	6.3%	1.1%	2.7%
— 累計前年比	0.1%	-0.1%	-1.4%	0.5%	0.6%	1.0%

17年1-3月の食品・飲料・日用雑貨は、重量前年比93.9%と厳しい状況も、3月に若干の回復あり。

前年同期重量差(%)



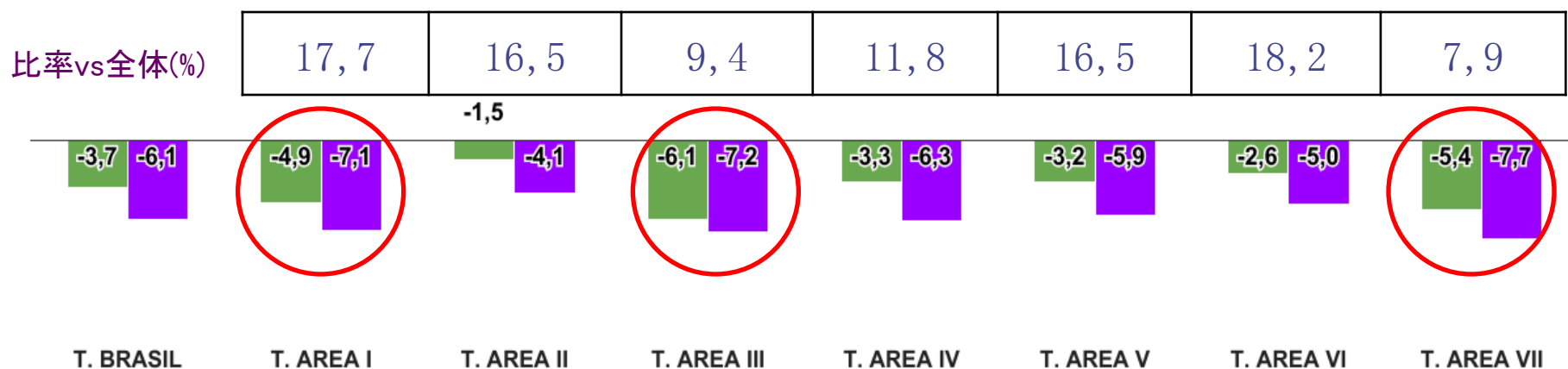
Fonte: Nielsen | Retail Index – 128 categorias

ブラジル合計金額(実質)前年比96.3%。 全地域で金額減少。北部(AREA I)、リオ中心部(AREA III)、 中西部(AREA VII)が平均よりも落ち込む。

17年1-3月地域別前年同期差(%)

■ 前年金額差(実質) ■ 前年重量差

AREA I	NORTHEAST
AREA II	MINAS GERAIS, ESPIRITO SANTO AND RIO DE JANEIRO COUNTYSIDE
AREA III	RIO DE JANEIRO - CAPITAL
AREA IV	SÃO PAULO - CAPITAL
AREA V	SÃO PAULO - COUNTRYSIDE
AREA VI	SOUTH
AREA VII	MIDWEST

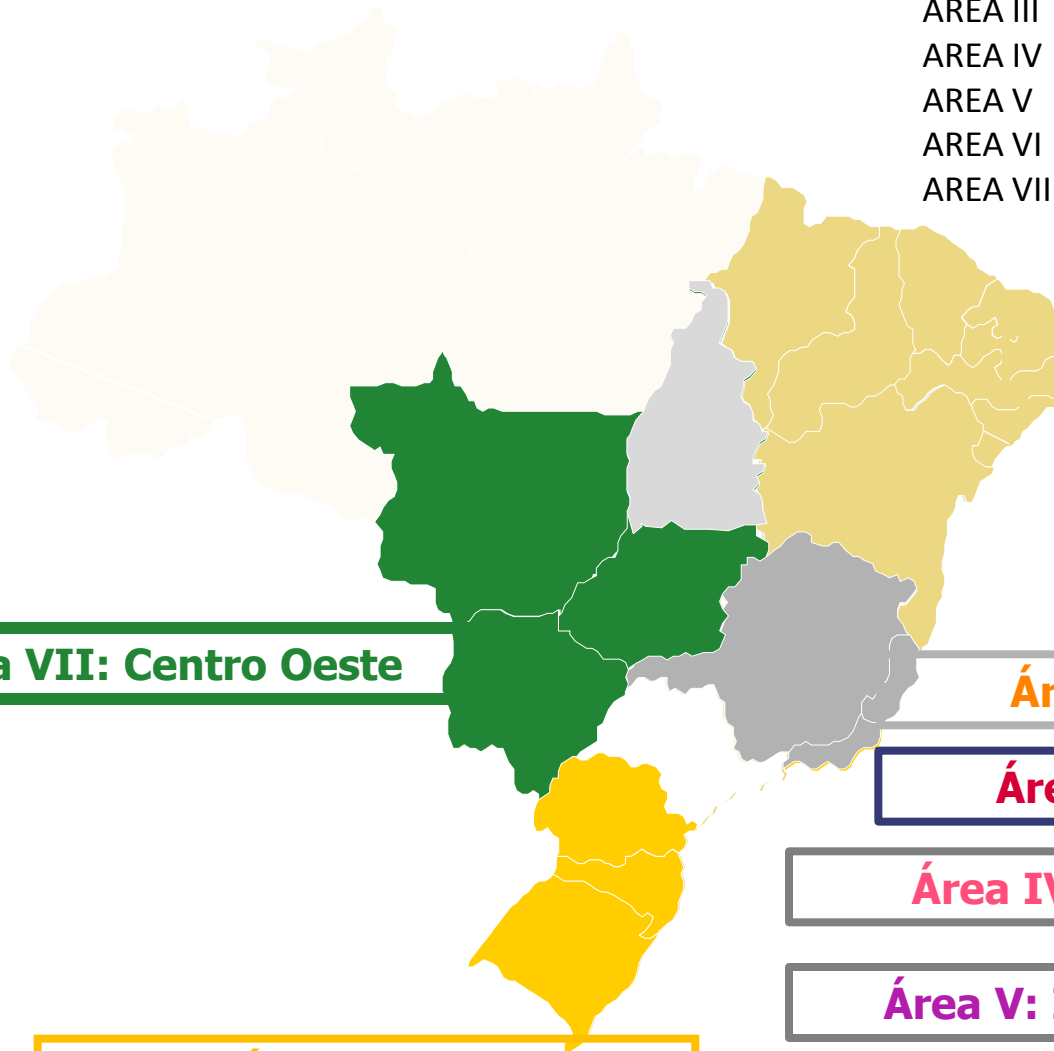


インフレ率4.89%を除いた(実質)価格上昇率(%)

2,6	2,3	2,7	1,1	3,2	2,8	2,6	2,4
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

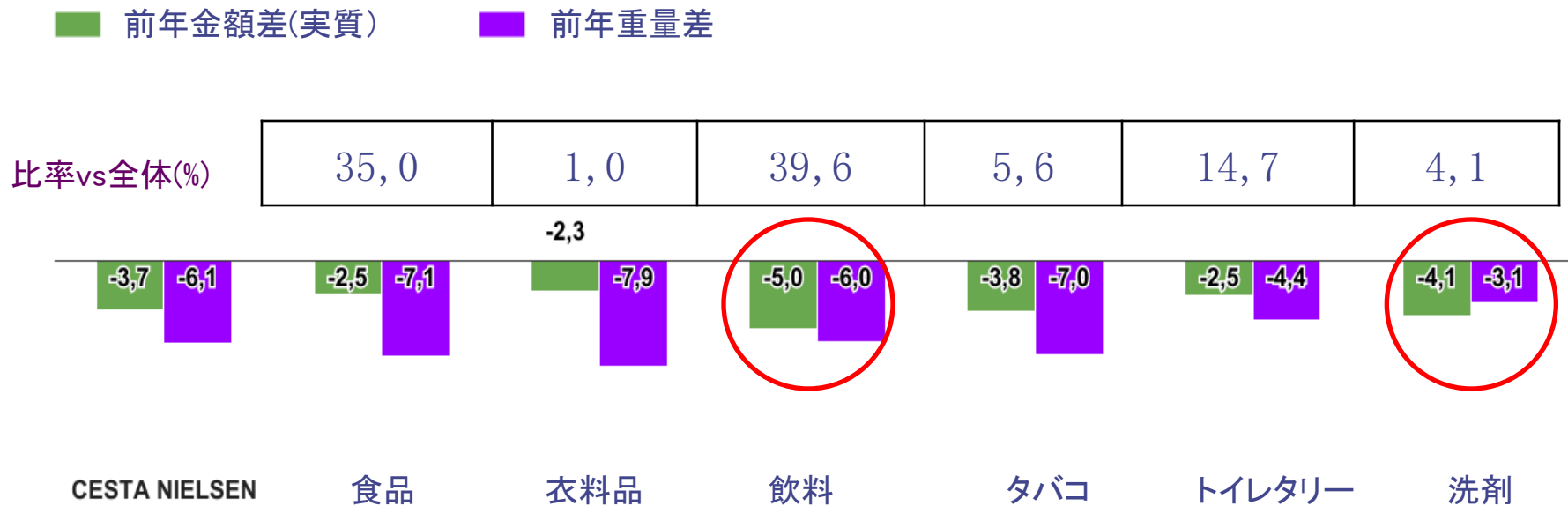
Áreas Nielsen

AREA I	NORTHEAST
AREA II	MINAS GERAIS, ESPIRITO SANTO AND RIO DE JANEIRO COUNTYSIDE
AREA III	RIO DE JANEIRO - CAPITAL
AREA IV	SÃO PAULO - CAPITAL
AREA V	SÃO PAULO - COUNTRYSIDE
AREA VI	SOUTH
AREA VII	MIDWEST



カテゴリー別では飲料、洗剤の落ち込みが大きい

17年1-3月製品カテゴリー別前年同期差(%)



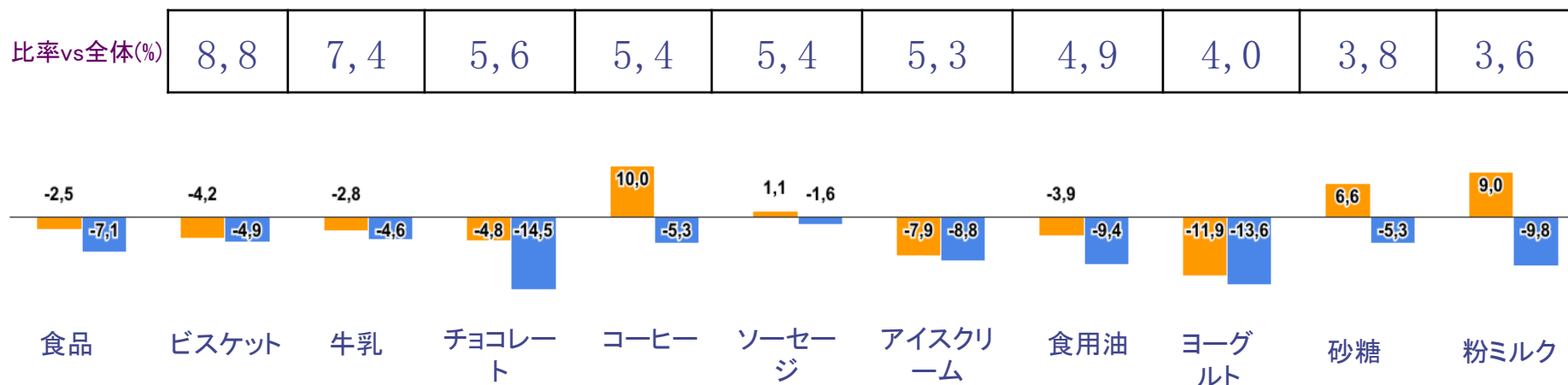
インフレ率4.89%を除いた(実質)価格上昇率(%)

2,6	5,0	6,1	1,0	3,4	2,0	-1,0
-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

食品カテゴリー内製品別前年同期差(17年1-3月、%)

金額増加 ; コーヒー、砂糖、粉ミルク
 金額大幅減少 ; アイスクリーム、ヨーグルト

■ 前年金額差(実質) ■ 前年重量差

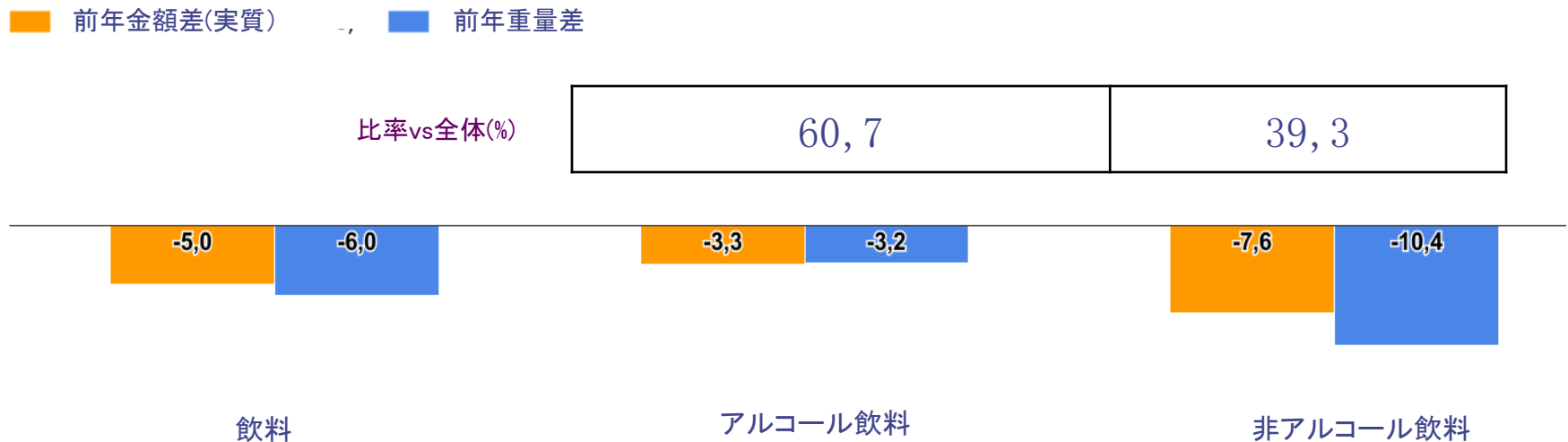


インフレ率4.89%を除いた(実質)価格上昇率(%)

5,0	0,8	1,9	11,4	16,3	2,7	1,0	6,1	2,0	12,6	20,8
-----	-----	-----	------	------	-----	-----	-----	-----	------	------

飲料カテゴリーの前年同期差(17年1-3月、%)

非アルコール飲料の落ち込みが顕著。 メインの炭酸飲料が7.4%前年から減少した。



インフレ率4.89%を除いた(実質)価格上昇率(%)

1, 0	-0, 2	3, 1
------	-------	------

2017年下期の展望

『回復途上のブラジル経済 – いま打つべき戦略は？』

- (1) ABRASの予測では、2017年度のスーパーマーケット販売額は1月は前年比101.3%であったが、インフレ率の低下が消費を下支えするという見込みから、7月予測では101.5%に上昇した。
⇒約2年間続いた景気低迷が昨年6月から回復基調であり、また、2017年度の景気予測も良化した。
- (2) 景気回復の波に乗れるような事業基盤の強化、新たな事業の種まき等を進める。
- (3) 会員企業の新たなビジネスチャンス発掘につながりうるCAMARA食品部会の取組を進めていく。