

フォト・エッセイ

アジ研ワールド・トレンド2014年2月号（第220号）掲載

ブラジルを変える新中間層

写真・文： 二宮 康史 （Yasushi Ninomiya）



にぎわう東洋人街の日曜日



空港に展示される小型車



サンパウロ市を囲うように走る環状道路とビル群



日本食のファストフードも



街中のスターバックスの店舗も増えた

●消費社会の主役として興隆

「ブラジルの人口は約2億人、そのうちの半分の1億人が中間層である」、筆者が講演会でよく使うフレーズである。もっともブラジルの場合、中間層の定義は調査主体によって異なるが、一般にわかりやすい世帯月収を元に説明されることが多い。2008年に「新中間層（A Nova Classe Média）」という用語で興隆するブラジルの中間層を報告書で取り上げたジェトロ・ウエルガス財団（FGV）では、2011年時点に月あたり世帯収入額1,734～7,475レアルを中間層（Cクラス）の定義としている。日本円に換算すれば約8万～約33万円と、同階層に含まれる所得額の幅は広い。

報告によれば同階層の人口は2003年の6,588万人から2011年に1億547万人に増加、つまり八年間でおよそ4,000万人が中間層に組み込まれたことになる。4,000万人といえば、隣国アルゼンチンの人口に匹敵する。ブラジル経済のこれまでの成長が、拡大する中間層の力強い消費に支えられてきたことは想像に難くないだろう。所得底上げの要因は、ルーラ政権が発足した2003年以降における最低賃金の高率改定や、「ボルサ・ファミリア」と呼ばれる低所得者向け条件付現金給付制度の効果などが指摘できる。また外部経済も中国を中心に資源需要の増加で追い風が吹き、国内経済も低水準のインフレ率と金利引き下げという金融環境の改善で順調に推移し正規雇用の拡大が続いた。ここ数年は欧州債務危機や中国経済の減速など外部環境の悪化もあり経済低迷が伝えられるものの、失業率は主要都市平均で5～6%台と低水準で推移しており、個人消費が大崩れする状況にはない。

●自動車市場の変化

この新中間層の出現はブラジルの消費市場に大きな変化をもたらした。自動車为例にとれば、自動車販売台数は2002年の148万台から2012年には380万台と10年間で2.6倍に増加、ブラジルはドイツを抜き世界第四位の自動車販売市場に浮上した。変化は量的な側面に止まらない。ブラジルでは従来、乗用車販売シェアで、国民車とも呼ばれるフォルクスワーゲンのGOL（ゴル）など小型車による「エントリーカー」セグメントが52.7%（2003年）と半分以上を占めていた[ブラジル自動車流通業者連盟（Fenabrave）]。しかし同シェアは全体の市場規模が拡大するにつれ縮小し2012年には34.5%に止まる。その一方で、「小型ハッチバック（2012年シェア21.9%）」や「コンパクトセダン（同5.4%）」など、総じてエントリーカーより上の小型車セグメントでシェアが上昇、つまり質的な変化もみられた。

これまでの購買行動では、市場の車種の選択肢が限定されるなかで、安価で「定番モノ」として品質評価の安定したエントリーカーが選択される傾向が強く、それが同セグメントの過半数シェアにつながっていた。しかし消費者は購買力が向上したことで車に求める要素、具体的にはデザインやオプション装備なども重視する傾向が強まり、カーメーカー側はニーズに合わせて投入車種を拡充した。つまり消費者はこれまでの「定番モノ」では満足せず「新しい商品」を求め、その結果、セグメントの細分化とシェア変動が起きたと説明できる。カーメーカーも従来の欧米、日本に加えて韓国や中国の新規参入企業が登壇し、ブラジルは世界の主要メーカーが競うグローバルオートモーティブ市場に変貌した。

●サービス産業の活況

消費者の所得上昇の恩恵を受けるのはモノの消費に止まらない。新中間層の所得レベルになると、ローンを利用することで自動車や家電製品などの耐久消費財はある程度購入できるようになる。次に求められるのは外食や旅行などの余暇、さらに教育、医療といったサービス分野だ。GDP統計を業種別にみるとサービス業は全体の58.2%（2012年）を占め既にブラジル経済で重要な地位にある。2012年に工業のGDP成長率が0.8%減に落ち込んだ一方、サービス業は1.7%増と経済を下支えした。また、雇用データからもサービス業の好調は裏付けられる。雇用労働省の資料によれば、正規雇用の純増率は2012年に製造業が1.1%増に対して、商業が4.7%

増、サービス業が4.5%増であった。なかでも医療関係が6.5%増、教育関係が5.2%増と高い増加率を示した点の特徴的だ。この状況を反映して日本企業の進出傾向にも変化がみられる。これまでの進出業種は自動車や電気電子分野の製造業が中心であったが、飲食業の「すき家」（2010年進出）や旅行業のエイチ・アイ・エス（2011年進出）、Eコマースの楽天（2011年進出）、小売業の大創産業（2012年進出）など、ブラジル人消費者を顧客対象とするサービス業に裾野が広がった。

●新中間層と6月抗議デモ

このように消費市場をけん引した新中間層であるが、2013年6月の抗議デモの中心的な存在としても注目された。サッカーのコンフェデレーションカップ開催中に、ブラジル全土でデモが拡大。ブラジルはこれまで新中間層の出現に象徴されるように所得格差が改善し、社会的不安は少ないとみられていただけに、国内外で驚きをもって受け止められた。最初に大規模化したのはサンパウロ市のバス料金値上げに反対するデモであった。市側が3レアル（約130円）の運賃を3.2レアル（約141円）に引き上げたことをきっかけに、新中間層を含む多くの市民がデモに参加。市は値上げを撤回したが、教育や医療の改善、政治改革の必要性などを主張するデモとなり、その後も全国で散発的に起きている。国民は所得上昇という面で恩恵を享受する一方、生活面では慢性的な都市渋滞、公的医療や教育サービスの不備など不十分な社会インフラに不満を抱えてきた。その一方、政府の税収、つまり国民が負担する税金はGDPの36.3%（2012年、IBPT）とルクセンブルクやドイツ並みだ（2011年、OECD）。デモは自分たちの支払う税金に見合った公共サービスの質的向上を求める、新中間層の意思表示と捉えられた。ネガティブなニュースとして伝わったデモであるが、見方を変えれば社会システム全体の質を向上させるきっかけになることが期待される。

《参考文献》

- ① Neri, Marcelo 2008. “A Nova Classe Média”, Fundação Getúlio Vargas.
- ② Neri, Marcelo 2012. “De Volta ao País do Futuro: Projeções, Crise Européia e a Nova Classe Média Brasileira”, Fundação Getúlio Vargas.

（にのみや やすし / アジア経済研究所 ラテンアメリカ研究グループ）

[画面トップに戻る](#)

PÁGINA PRINCIPAL A fim de conhecer o país em desenvolvimento - resma de montagem - Ensaio fotográfico
 Nova classe média para mudar o Brasil

Ensaio fotográfico

Fevereiro 2014 assunto Mundo Trends (Part No. 220) publicação

Nova classe média para mudar o Brasil

Foto-frase: Yasushi Ninomiya (Yasushi Ninomiya)



Sunday Market pessoas orientais lotado rua



Carro pequeno, que será exibido no aeroporto



Grupo construindo e do anel viário que vai cercar a cidade de São Paulo



Mesmo fast food de comida japonesa



Lojas Starbucks na cidade também aumentou

• ascensão como o papel de liderança da sociedade de consumo

"a população do Brasil cerca de 200 milhões de pessoas, 100 milhões de metade do que é uma camada intermediária" é uma frase que eu uso frequentemente em palestra. No entanto, o caso do Brasil, a definição da camada intermediária varia de acordo com o sujeito da pesquisa, mas é explicado em função do rendimento mensal domiciliar, que é fácil de entender, em geral, em muitos casos. Jeto ~ Urío Fundação Vargas, que foi retomada no relatório de uma camada intermediária do Brasil a subir no termo "nova classe média (A Nova Classe Média)" e, em 2008, (FGV), 1.734 ~ 7.475 por mês renda familiar totalizaram 2.011 vez você é a definição de uma camada intermediária (classe C), o Real. Largura e cerca de ¥ 330.000 para cerca de 80.000, o valor da renda que está incluído na mesma hierarquia de largura, quando convertidos em ienes japoneses. População do mesmo nível aumentou para 100 milhões de 5.470.000 pessoas em 2011 de 6.588 milhões de pessoas em 2003, em outras palavras, isso significa que cerca de 40 milhões de pessoas foram incorporadas na camada intermediária em oito anos, de acordo com o relatório. Falando de 40 milhões, comparável à da população da vizinha Argentina. Que o crescimento da economia Brasileira vez, tem sido suportado por uma forte consumo da camada intermédia para expandir seria fácil de imaginar. Fatores de aumentar a renda pode ser apontado e foi criada uma revisão alta taxa do salário mínimo em 2003 e regime governante mais tarde, e o efeito de famílias de baixa renda sistema de transferência condicional de renda chamado "Bolsa Família". A expansão do emprego regular continuou cauda soprou um aumento na demanda de recursos, especialmente na China, a economia doméstica também teve um bom desempenho na melhoria do ambiente financeiro das menores taxas de juros e taxa de inflação de baixo nível e economia externa. Alegadamente crise econômica é também a deterioração no ambiente externo, como a desaceleração da economia chinesa e da crise da dívida europeia nos últimos anos, mas a taxa de desemprego manteve-se em um nível baixo e 5-6% de bloqueio nas principais cidades consumo médio, pessoal Não é uma situação que você quer quebrar grande. • **mudanças no mercado automotivo** o surgimento dessa nova classe média levou a grandes mudanças no mercado consumidor do Brasil. Tomando o exemplo de um carro, as vendas de automóveis aumentou para 2,6 vezes em 10 anos e 3,8 milhões de unidades em 2012 de 1,48 milhões de unidades em 2002, o Brasil emergiu no mercado de vendas de automóveis no mundo quatro desligue o Alemanha . As mudanças não param em um aspecto quantitativo. No Brasil Convencionalmente, uma quota de mercado de veículos de passageiros, devido ao pequeno automóvel GOL da Volkswagen, também chamada de carro nacional, como "carro de entrada" segmento Gol foi responsável por mais da metade 52,7% e os distribuidores de automóveis (2003) [Brasil Federation (Fenabreve)]. Mas a parcela de paragens para 34,5 por cento em 2012 e reduziu o tamanho do mercado global como a expansão. Por outro lado, como "(quota de mercado de 21-9 por cento em 2012) hatchback compacto", "sedan compacto (até 5,4%)", como o aumento de market share no segmento de carros pequenos por cima do carro de entrada em geral, que é uma mudança qualitativa também viu eram. Na compra de comportamento até agora, entre a escolha de modelos no mercado é limitado, tendem a entrada carro estável de avaliação da qualidade como um "coisas básicas" a um baixo custo é selecionada é forte, isso levou a uma participação majoritária deste segmento tinha. Mas elementos de encontrar um carro que o poder de compra melhorou, tendem a se concentrar em, bem como as opções e design de equipamento em particular, é fortalecida, os fabricantes de automóveis têm expandido os modelos de entrada para atender às suas necessidades dos consumidores. Isto significa que os consumidores procuram "novo produto" não está satisfeito até agora nas "coisas básicas", pode ser explicada como resultado, ocorreu a mudança social e fragmentação do segmento. Os recém-chegados da Coreia do Sul e China apareceu além os EUA ea Europa, no Japão, de fabricante de carro convencional, o Brasil se transformou em um mercado automotivo global principais fabricantes no mundo competem. • **florescente indústria de serviços** beneficiam os rendimentos crescentes de consumidores não pára o consumo de mono. Quando se trata do nível de renda da nova classe média, bens de consumo duráveis, como automóveis e eletrodomésticos será capaz de comprar alguma medida, utilizando o empréstimo. O requerido ao lado de uma área de serviço de lazer e viagens de comer fora, mais educação e cuidados médicos. Está em uma posição importante na economia brasileira já foram responsáveis por 58,2% da (2012) total da indústria o serviço como visto por estatísticas do PIB da indústria. Enquanto a taxa de crescimento do PIB da indústria caiu 0,8% queda em 2012, o setor de serviços sustentada da

economia de 1,7 por cento. Eu também corroborou o setor de serviços forte a partir dos dados de emprego. De acordo com o artigo do Departamento de emprego Trabalho, de fabricação é de 1,1%, para, em 2012, um aumento de 4,7% comercial, a taxa de crescimento líquido de emprego regular foi de 4,5 por cento para a indústria de serviços. Isso mostrou uma alta taxa de crescimento de 6,5% de aumento é médica, a educação é 5,2% maior entre eles, mas característica. Mudança também é encontrada em tendência avanço das empresas japonesas para refletir essa situação. Indústria transformadora Adiantamento até agora foi centrado de campos e automóveis elétricos e eletrônicos, Shi-es da indústria de viagens de negócios restaurante "como família" e (2010 antecedência) (2011 antecedência), o otimismo de E-commerce pé se espalhou (2011 antecedência), varejo e Daisosangyo (2012 antecedência), o setor de serviço que os clientes destinados aos consumidores brasileiros. 6月 protestos e nova classe média é uma nova classe média que levou o mercado de consumo, desta forma, mas também foi observado como um papel central nos protestos de junho de 2013. A Taça da Confederação em futebol, as manifestações se espalhou em todo o Brasil. Só foi vista a desigualdade de renda é melhorada para ser simbolizado pelo surgimento de nova classe média que nunca, a ansiedade social é menor, o Brasil foi recebido Omotte surpresa em casa e no exterior. Será que DaiTadashi Mocha O primeiro foi uma manifestação contra a tarifa de ônibus caminhada da cidade de São Paulo. Na esteira desse lado da cidade está aumentando 3,2 Real (cerca de ¥ 141) uma tarifa de 3 Real (cerca de ¥ 130), muitos cidadãos, incluindo a nova classe média participaram da manifestação. A cidade retirou os aumentos de preços, mas é uma demonstração de que reivindicam melhoria da educação e da saúde, e da necessidade de uma reforma política, que está acontecendo esporadicamente em todo o país desde então. Enquanto desfrutar dos benefícios em termos de aumento de renda, o congestionamento crônico na superfície viva da cidade, as pessoas têm sido frustrados à infraestrutura social inadequada, tais como falta de educação e serviços de saúde pública. Por outro lado, a receita fiscal do governo, que é o imposto que as pessoas pagam o (2011, OCDE) é do mesmo nível que a Alemanha eo Luxemburgo 36,3% do PIB (2012年, IBPT) e. Demonstração foi capturado procuram melhorar a qualidade dos serviços públicos compatíveis com o imposto pago pelo próprio, ea intenção da nova classe média. É uma demonstração de que transmitiu notícia como um negativo, mas pode se tornar uma oportunidade para melhorar a qualidade de todo o sistema social, dependendo de como você olha para ele é esperado. "Referências" .. ① Neri, Marcelo, 2008 "A Nova Classe Média", a Fundação Getúlio Vargas ② Neri, Marcelo de 2012. "De Volta ao País do Futuro: Projeções, Crise européia ea Nova Classe Média Brasileira", Fundação Getúlio Vargas.



Texto original

これまでの進出業種は自動車や
が、飲食業の「すぎ家」(2010
(2011年進出)、Eコマースの
業(2012年進出)など、ブラジ
に裾野が広がった。

[Sugira uma tradução melhor](#)

(Yasushi Ninomiya / Instituto das economias em desenvolvimento da América Latina do Grupo de Pesquisa)

[Eu Voltar ao topo](#)