

国・地域名

**ブラジル**

<p><b>人口・経済発展状況等</b></p> <p>〔参考：日本〕                  ●人口：1億2,563万人                  （2020年1月推計値、「人口推移」総務省統計局）                  ●実質GDP成長率：-4.6%（2020年度、内閣府）                  ●1人あたりGDP(名目):4万146ドル                  （2020年4月、IMF）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口 <b>2億1,176 万人</b></li> <li>実質GDP成長率 <b>-4.1 %</b></li> <li>1人あたりのGDP（名目） <b>6,783 ドル</b></li> <li>為替レート <b>5.20</b></li> <li>日本の直接投資額 <b>19億5,802万 ドル</b></li> <li>進出日系企業数 <b>654 社</b></li> <li>在留邦人 <b>4万9,689 人</b></li> <li>訪日外客数 <b>0.7 万人</b></li> <li>日本食レストラン数 <b>1,300 店</b></li> </ul>	<p>2020年、ブラジル地理統計院（IBGE）</p> <p>2020年、ブラジル地理統計院（IBGE）</p> <p>2020年、IMF推計値</p> <p>1米ドルにつき、レアル、2020年期中平均</p> <p>2019年 ブラジル中央銀行</p> <p>2019年 外務省「海外進出日系企業拠点数調査」</p> <p>外務省「海外在留邦人数調査統計」令和3年版 ※サンパウロ中心に約190万人の日系人</p> <p>2020年、日本政府観光局（JNTO）</p> <p>現地食品関係業者による推計</p>
<p><b>日本からの農林水産物輸出状況 （2020年／財務省貿易統計よりジェトロ算出）</b></p>	<p><b>34位 13億円 うち農産物12億円(93.7%)、林産物0億円(2.4%)、水産物1億円(3.9%)</b></p> <p><b>輸出額の多い品目： 播種用の種等、ソース混合調味料、アルコール飲料、菓子（米菓を除く）、メントール</b></p>	
<p><b>味覚、嗜好上の特徴</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般的に、はっきりとした味（濃い、甘い、しょっぱい）を好む。</li> <li>高所得者層は新しいものに関心を示すが、所得格差が大きく中所得者層以下は保守的。</li> <li>健康志向の高まりから、パッケージに機能性表示のあるものが好まれる。</li> <li>主食は米と豆。</li> </ul>	
<p><b>制度的制約</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>動物由来製品（肉、魚介類、乳製品、はちみつ等）に関しては農牧食料供給省（MAPA）が規定する輸入防疫関連手続き（施設登録、製品・ラベル登録等）が必要。</li> <li>すべてのパッケージ済み食品に対して、規定RDC No259（2002年9月20日）に従ったポルトガル語のラベルの添付が必要。</li> <li>農牧食料供給省（MAPA）所管の食品のうち動物由来製品はラベルの事前登録が必要。MAPA所管の動物由来製品以外の食品および国家衛生監視庁（ANVISA）所管の加工食品についてはラベルの事前登録不要。</li> <li>パッケージには、グルテン及びラクトース含有の有無、アレルギー物質情報などのポルトガル語表示が必要。内容量の表示はパッケージの表面にあること、賞味期限表示は「dd/mm/yy」の順であることなど、細かな規定がある。</li> </ul>	
<p><b>商流・物流・商習慣</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本食材は、日本からの輸入品のほか、ブラジル国内産、米国・韓国・中国等諸外国産が流通している。</li> <li>サンパウロ市内における、日本からの輸入品の価格は、売れ行きの良い米菓は日本での小売価格の2倍以上、その他の食材は2.5倍以上。</li> <li>サンパウロ市内では、第三国から輸入された日本食材の類似品は、日本産の日本食材と比べて2/3から半額程度の価格で流通している。</li> <li>海上輸送に長い時間がかかること、通関に非常に長い時間を要するリスクがあること、一般的に店頭棚卸時で3カ月以上の賞味期限を小売店から求められることから、賞味期限は12か月以上を求められることが多い。</li> <li>稀に要冷蔵・冷凍食材であっても冷蔵・冷凍車を使用しない、冷蔵・冷凍倉庫に搬入すべき食品が倉庫外に長時間放置される、小売店が節電のために夜間冷蔵庫の電源を切る、といったことがある。</li> <li>輸入日本食材はサンパウロを経由してもたらされるため、地方州ではサンパウロに比べて高額になる。</li> <li>買い物代行、宅配サービスが普及し始めている。</li> </ul>	
<p><b>Eコマースの概要</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ渦においてネット販売は加速化し、専門業者（インポーター運営サイトなど）だけでなく、日本食品を取り扱うレストランや小売店も参入している。</li> <li>例えば、Ifood,Uberなどの配達システムを利用したレストラン等のネット販売が主流で、一部を除き各店舗が個別に配達システムを構築するまでに至っていない。</li> </ul>	
<p><b>外食・小売等の状況</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本食レストランは高級化と大衆化が進行している。手巻き寿司専門店や安価な和食の量り売りレストランができるなか、高級店が生まれている。一方、専門店も増えており、ラーメン、牛丼、うどん、天ぷらなどが存在する。また居酒屋形式の店も増えてきている。顧客は日系人及び一般ブラジル人が中心で、駐在員、移住者一世はマーケットの中で少数派となっている。相当な地方都市でも日本食レストランは存在している。</li> <li>日本食品の販売は主に日本食品店でされており、ブラジル製、日本からの輸入品、中国、韓国からの輸入品が混在して販売されている。また中国系、韓国系の店でもある程度売られている。一部の一般スーパーでも販売されているが、安価なブラジル国産のものが中心で輸入品は、海苔、ワサビなどを除くとあまり見られない。日系のスーパーには日本食の棚があり、輸入品を含めてある程度の種類の製品が販売されている。</li> </ul>	
<p><b>日本食普及状況等</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブラジル産日本食メーカーも、ウェブサイトにブラジル人に合った食べ方のレシピを載せるなど、消費者への普及・啓蒙に相当努力している。</li> <li>ブラジル・ミシュランガイド2019星獲得店18店舗のうち7店舗が和食店であり、高所得層を中心に、日本食への関心は総じて高い。</li> <li>米国、ヨーロッパ、ペルーなどで提供されているフュージョン料理はまだ少なく、高級店はなるべく日本と同じスタイルを追求しているように思われる。</li> <li>高級日本食レストランでも、伝統的な日本食調理法への理解が不足している。</li> <li>寿司ネタに使われる水産物は、ブラジル国内産品のほか、南米他国や北米、ヨーロッパなどから輸入されているが、日本からの輸入はサンマ、鰹節を除いて、他はない。日本食レストラン以外でも、イタリア、フランスなどのレストランで良質な水産物の需要がある。貝類、イクラなどの魚卵類を含む多様な種類の需要がある。</li> <li>酒類では、日本からの輸入品とブラジル国産品との小売価格差が目立つほか、米国産日本酒が中価格帯として流通している。またブラジル国産品で品質のよい日本酒が流通している。</li> <li>「Temaki」と呼ばれるブラジル風手巻き寿司は人気で、「Temaqueria」専門店は非常に多い。</li> <li>サンパウロでは、ラーメンの専門店化が加速しており、行列店もある。</li> <li>カレー、カツサンドといった「洋食」、シュークリームやショートケーキ、コーヒーゼリーなどの「洋菓子」も日本の食文化として広がってきている。</li> </ul>	