

ブラジルにおけるアパレル・繊維市場調査

2012年2月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

本報告書に関する問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）
生活文化産業企画課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL:03-3582-5313

email: CI-CDR@jetro.go.jp

【免責条項】

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

© JETRO 2012

本報告書の無断転載を禁ずる。

アンケート返送先 FAX : 03-5572-7044
e-mail : CI-CDR@jetro.go.jp
日本貿易振興機構 生活文化産業企画課宛

● ジェトロアンケート ●
調査タイトル：ブラジルにおけるアパレル・繊維市場調査

ジェトロでは、将来の市場として、潜在的需要が高い可能性のある国や地域のマーケット情報を日本の中堅中小企業の方々に紹介することを目的に本調査を実施いたしました。報告書をお読みいただいた後、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問 1：今回、本報告書で提供させていただきました「ブラジルにおけるアパレル・繊維市場調査」について、どのように思われましたでしょうか？（○をひとつ）

4：役に立った 3：まあ役に立った 2：あまり役に立たなかった 1：役に立たなかった

■質問 2：①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

--

■質問 3：今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

--

■お客様の会社名等をご記入ください。(任意記入)

ご所属	□企業・団体	会社・団体名
		部署・部署名
	□個人	お名前

～ご協力、ありがとうございました～

※本アンケートにご記入いただいた情報は、当該サービスの向上のために使用します。

目次

I	ブラジルの経済、社会概況.....	1
1.	経済.....	1
2.	国民所得と繊維生産・消費.....	2
1)	消費者タイプ.....	3
2)	購買行動.....	3
3)	購買ルート.....	3
4)	ブランド.....	4
3.	社会・人口構造.....	4
1)	人口増加率.....	5
2)	出生率.....	5
3)	死亡率.....	5
4)	純移住率.....	5
5)	乳児死亡率.....	5
6)	出生時平均余命.....	5
7)	総出生率.....	5
8)	民族グループ.....	5
9)	識字率（定義：年齢15歳以上で読み書きの能力を持つ）.....	6
10)	気候と地域.....	6
11)	人口密度.....	8
12)	人口分布.....	9
II	ファッション-アパレル産業.....	10
1.	概要.....	10
1)	市場概況.....	10
2)	国内繊維アパレル産業構造の概観.....	11
3)	主要産業拠点地区.....	11
4)	部門合計.....	12
5)	各部門メーカー別平均.....	12
2.	ファッション産業の規模.....	13
1)	生産数量および成長率.....	13
3.	市場規模.....	16
1)	レディースウェア.....	17
2)	メンズウェア.....	17
3)	キッズウェア/ベビー服.....	17
4)	社会階級.....	18
4.	輸入/輸出.....	19
1)	輸入先.....	22
2)	輸出相手国.....	22
5.	市場（定性的分析）.....	23
1)	小売業および卸売業.....	23

2)	アパレル製品小売業の概要	26
6.	主要アパレルブランド	27
7.	主要協会・ファッション関連機関	58
8.	販売ルート	60
1)	シーズン別製品展開	60
2)	繊維アパレル製品の生産チェーン	61
9.	主要アパレルメーカー（使用素材/主要製品）	63
10.	店舗経営	73
1)	アパレルショップ開店の準備	73
2)	店舗・販売代理店間の契約書モデル	74
11.	展示会（産業見本市）に関する情報	80
1)	展示会の位置付け	80
2)	展示会（産業見本市）参加にあたっての重要ポイント	80
12.	主要な展示会（産業見本市）リスト	83
13.	ブラジルにおけるアパレル販売に関する重要なポイント	88
1)	衣類のサイズおよび表示ラベル	88
2)	ブランド登録	88
3)	法制	89
4)	表示ラベル	94
5)	税金	95
6)	価格設定	96
7)	セレクトショップ	98
14.	セレクトショップリスト	99
III	繊維産業	102
1.	概要	102
1)	3部門合計	102
2)	各部門の企業当たりの平均値	102
2.	原料	104
1)	綿工業	104
2)	絹工業	104
3)	繊維製造業	105
3.	繊維産業の企業リスト	107
4.	新規市場参入者が留意すべき重要ポイント	117
5.	織物幅	118
6.	潜在市場	121
1)	エコファッション	121
2)	インターネット販売	121
3)	FIFA ワールドカップ	122

I ブラジルの経済、社会概況

1. 経済

2010年度におけるブラジルの国内総生産（GDP）は、3兆6,750億レアル（前年度比7.5%増）、また同年における国民一人当たりのGDPは19,016レアル（前年度比6.5%増）となった。

表1－ブラジルの国内総生産（GDP）

年度	指標						
	GDP	農業関連産業	工業	サービス	資本財投資	家計最終消費支出	政府（公的）最終消費支出
2010年度金額 （単位：10億レアル）	3,675	181	841	2,114	678	2,226	778
2010年度増加率 （対前年度比）	7.5%	6.5%	10.1%	5.4%	21.8%	7.0%	3.3%

（出所：2011年度ブラジル国家統計局（IBGE）統計による）

- 一人当たりのGDP19,016レアル（2010年度成長率：対前年度比6.5%）
- 投資率18.4%
- 貯蓄率16.5%

農業関連産業は、2010年度の成長率が6.5%に達した。この要因としては、同年の好調な農業生産が挙げられ、その成長率はそれぞれ大豆20.2%、小麦20.1%、コーヒー豆17.6%、とうもろこし9.4%、さとうきび5.7%、オレンジ4.1%であった。

工業分野における成長率は10.1%となり、その主要成長部門は採鉱業（成長率15.7%）、次いで建設業（同11.6%）、加工工業（同9.7%）であった。

サービス分野の成長率は5.4%、金融・証券仲介業および商取引業の業績が伸び、それぞれ10.7%の成長率を示した。

家計最終消費支出については、7年連続で順調な伸びを記録しており、2010年度増加率は7%となった。

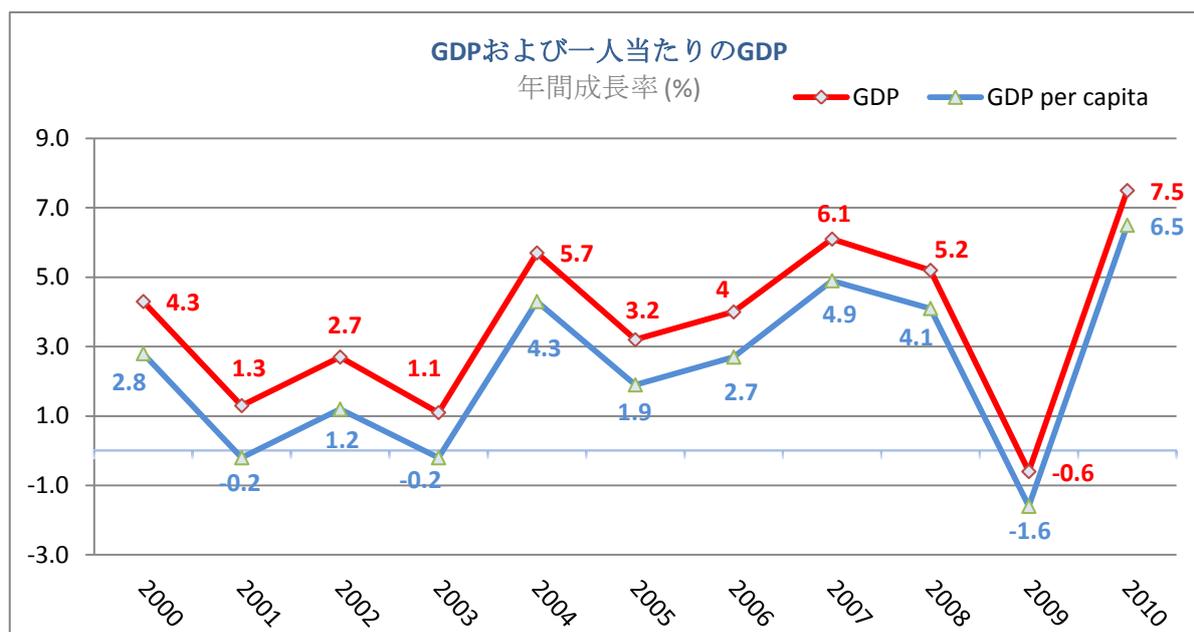
資本財投資の増加率については、1996年以降最大となる前年度比21.8%を記録した。

また2010年度政府（公的）最終消費支出も、3.3%の増加を見せた。

同年の輸出成長率は11.5%、一方輸入成長率は36.2%となった。これは国内通貨価値が2009年度は平均1米ドル=2.00レアルであったのに対し、2010年度には平均1米ドル=1.76レアルとなったことに起因する。

以下に示す図1は、過去10年間のブラジルのGDP（および一人当たりのGDP）推移を表している（データの出所はIBGE：ブラジル地理統計院）。

図 1 - ブラジルの GDP 成長率推移



(出所：2011年度 IBGE 統計)

2. 国民所得と繊維生産・消費

2010年、ブラジルの国民一人当たりの繊維生産量は10.9kg、同消費量は12.9kgとなったことがIEMI (Instituto de Estudos e Mercado Industrial：生産財マーケティング調査研究所)の調査で明らかとなった。消費量が国内生産を上回り、その不足分は輸入材料で補われた。

また1998年から2010年までの12年間で、国民一人当たりの繊維の生産量および消費量はそれぞれ29.8%、56.1%の伸びを見せた。

表 2 - 国民所得および繊維生産、消費量

年度	人口 (単位：千人)	平均所得 (国民 一人当たり) 単位：レアル	国民一人当たり の生産量 (単位：kg)	国民一人当たり の消費量 (単位：kg)
1998	166,252	13,616	8.4	8.2
1999	168,754	13,448	9.5	9.2
2000	171,280	13,820	11.3	11.0
2001	173,808	13,798	10.1	9.6
2002	176,304	13,964	9.6	9.1
2003	178,741	13,932	9.3	8.3
2004	181,106	14,535	10.3	9.7
2005	183,383	14,808	10.0	9.8
2006	185,564	15,215	10.5	10.8
2007	187,642	15,961	10.7	11.7
2008	189,613	16,607	11.0	12.7
2009	191,481	16,414	10.9	12.8
2010	190,733	16,750	10.9	12.9

年度	人口 (単位：千人)	平均所得（国民 一人当たり） 単位：リアル	国民一人当たり の生産量 (単位：kg)	国民一人当たり の消費量 (単位：kg)
1998年から 2010年までの 増加率	15.2%	20.5%	29.8%	56.1%

(出所：IBGE、BACEN：ブラジル中央銀行、IEMI)

以下、ブラジル繊維アパレル産業協会（ABIT [Brazilian Association of Textile and Apparel Industry]）および IEMI による研究に基づき、ブラジルにおけるアパレル製品消費者のタイプ、購買行動などに関連した分析を紹介する。

1) 消費者タイプ

- 広告塔タイプ（The Multiplier）：総人口の 3%を占める。基本的に、社会階級別購買力の評価区分（A,B,C,D,E に区分されている。後述の社会階級を参照）としては「A/B1 クラス」に属する、15 歳～24 歳の若者たちで構成される消費者層。新製品はいち早く購入し、一定のブランド、品質、およびスタイルを追求する。そのための出費を惜しまず、自ら良いと認めたものを仲間たちに宣伝し、普及させることができるタイプ。
- 支持者タイプ（The Follower）：総人口の 39%を占める。主に購買力評価区分「B2/C クラス」にあてはまり、24 歳～35 歳の青年層で構成される。常にブランドの新作コレクションを購入、何よりもファッション製品を好み、品質を重視。他ブランドで同種製品が低価格で提供されていれば購入するが、通常セールで製品を買い求めることはない。
- 実用的タイプ（The Functional）：総人口の 50%を占める。そのほとんどが購買力評価「B2/C クラス」にあてはまる、25 歳～44 歳の年齢層の消費者。ファッションに関心がなく、自分が着たいものを着る。製品の価格と品質のバランスに注目し、販売促進商品を好む。
- 独立タイプ：総人口の 8%を占める。そのほとんどが購買力評価「B2/C クラス」にあてはまる、35 歳を超える年齢の消費者。ファッションやブランドといったものに興味がなく、着心地が良く機能的、かつ低価格の衣服を好む。ファッションと社会的地位を結び付けて考えることはなく、身に付ける衣服によってどんなグループに所属するか判断されることに関心がない。

2) 購買行動

- 消費者の 67% が少なくとも月に 1 回衣服を購入している。
- 消費者が購入する衣服の 81% が、自分が着用するためのものである。
- 消費者の 46% が、知人等と一緒にショッピングに出掛け、衣服を購入する。
- 購入動機の 31% が、着古した服を新調したいというものである。
- 全製品の 31% が若者をターゲットとしている。

3) 購買ルート

- アパレル製品は、91%がオンラインショップではなく実際に店頭で購入されている。

- アパレル製品の47%が複数のブランドを扱う店舗で購入されている。
- 消費者の34%が、自宅の近くにある店舗で衣服を購入したいと考えている。
- 消費者の91%は、自分が既知っている店で買物をしたいと考えている。
- 消費者の76%が、サービスの悪い店では買い物をしないと回答している。

4) ブランド

- スポーツアパレル部門は、ブランド想起力が最も大きい。
- レディースアパレル部門のブランド認知度は低い。
- トップブランドが最重要視する製品特質は、高品質と着心地の良さである。
- アパレル上位10ブランドのブランド想起率は消費者数の52%にのぼる。

3. 社会・人口構造

ブラジルの統計局であるIBGEにより行われた2008年度全国家計サンプル調査(PNAD)によると、同年のブラジルの人口は1億8,995万3,000人であった。その後、最新の(2010年度)国勢調査では、ブラジル政府は人口を1億9,080万人と推定している。

2010年国勢調査	
男性♂(人)	女性♀(人)
93,406,990 (49%)	97,348,809 (51%)

表3 一年齢別人口分類

年齢別分類 (人)			
年齢	合計	男性	女性
0 -- 4 歳	13,796,159	-	-
5 -- 9 歳	14,969,375	-	-
10 -- 14 歳	17,166,761	8,725,413	8,441,348
15 -- 19 歳	16,990,870	8,558,868	8,432,002
20 -- 24 歳	17,245,190	8,630,227	8,614,963
25 -- 29 歳	17,104,413	8,460,995	8,643,418
30 -- 34 歳	15,744,512	7,717,657	8,026,855
35 -- 39 歳	13,888,581	6,766,665	7,121,916
40 -- 44 歳	13,009,367	6,320,570	6,688,797
45 -- 49 歳	11,833,351	5,692,013	6,141,338
50 -- 54 歳	10,140,402	4,834,995	5,305,407
55 -- 59 歳	8,276,219	3,902,344	4,373,875
60 歳以上	20,590,599	9,156,112	11,434,487

(出所：IBGEによる2010年国勢調査)

高年齢グループになるにつれ、女性人口の方が男性人口をはるかに上回る傾向が見て取れる。例えば、45歳～49歳のグループについては、女性人口が男性人口より8%多いのに対し、60歳以上のグループでは、25%多くなっている。

1) 人口増加率

0.98% (CIAによる2008年推定値)

2) 出生率

人口1,000人当たり16.04人 (CIAによる2008年推定値)

3) 死亡率

人口1,000人当たり6.22人 (CIAによる2008年推定値)

4) 純移住率

人口1,000人当たり-0.09人 (CIAによる2009年推定値)

5) 乳児死亡率

- 合計：出生数1,000人当たり19.67人
- 男児：出生数1,000人当たり26.28人
- 女児：出生数1,000人当たり17.89人 (2010年推定値)

注：ブラジル南部には、同死亡率を生児1,000人当たり12.4人と低い割合に抑えている州が見られる。このことから、同国では州によって生活の質に非常に大きな差が生じていることが分かる。

6) 出生時平均余命

(対象) 全人口：72.24歳

男性：68.8歳

女性：76.38歳 (2008年推定値)

7) 総出生率

出産可能年齢女性一人当たり2.19人 (2010年推定値)

8) 民族グループ

- ブラジルの少数民族グループとは、各地域固有のさまざまな先住民を指し、総人口の1%未満を占めている。政府指定保留地で生活を営み、他民族との接触を避けている、または独自の社会的・政治的コミュニティを構成している。
- それ以外の人口は、単一の「ブラジル」民族グループと考えられる。人種やバックグラウンド等、非常に変化に富んでいるが、民族的には明確な小区分は成されていない。2008年の全国家計サンプル調査(PNAD)で行った「皮膚色」または「人種」による分類では、白人が48.43%、他民族が43.80%、黒人が6.84%、アジア人が0.58%、米国インディアンが0.28%、無申告のケースが0.07%となっている。

- ブラジル総人口を構成する主な人種・民族は以下に示す通り。

バントゥー族、エウエ族、ドイツ人、グアラニー族、イタリア人、日本人、レバノン人、ポーランド人、ポルトガル人、スペイン人、シリア人、トゥピ族、ウクライナ人、ヨルバ族

9) 識字率（定義：年齢 15 歳以上で読み書きの能力を持つ）

（対象）総人口：91.6%

男性：90.4%

女性：91.8%（2010 年推定値）

以下に示す表は、ブラジル永住者一人当たりの月収別分類（2010 年度における国民最低賃金、510.00 レアルを基準とする）である。

表 4-永住者数と最低賃金の関連性

対最低賃金（=510 レアル）	永住者数（人）	全永住者に対する占有率
4 分の 1 未満	5,252,767	9.2%
4 分の 1 以上 2 分の 1 未満	10,591,130	18.5%
2 分の 1 以上同額未満	16,441,266	29.7%
同額以上 2 倍未満	12,551,391	22.9%
2 倍以上 3 倍未満	4,025,026	7.0%
3 倍以上 5 倍未満	3,056,396	5.3%
5 倍以上	2,939,438	5.1%
無収入	2,449,573	4.3%

（出所：IBGE による 2010 年国勢調査より）

「一人当たりの所得が最低賃金の 2 分の 1 以上 2 倍未満に分類される人々がブラジル全永住者の半分以上を占める。

10) 気候と地域

ブラジルの四季は、欧州、米国、および日本の四季とは逆となる。

- 春：9 月 22 日～12 月 21 日
- 夏：12 月 22 日～3 月 21 日
- 秋：3 月 22 日～6 月 21 日
- 冬：6 月 22 日～9 月 21 日

勿論、必ずしも各季節が上記区分に忠実に対応するとは限らない。実際、上記季節区分はブラジル南部にのみ当てはまるものであり、ブラジルの大半の地域には、雨季（夏）および乾季（冬）の二季のみが存在する。

北東地域（アマゾン川地方またはリオデジャネイロおよびその周辺地域）を特徴づけるものは、寒さではなく雨である。通常わずか 1, 2 時間で止んですぐに再び雨が差すにわか雨や夕立がほとんどであるが、アマゾン川周辺地域やパンタナール湿地など明らかに雨季が存在する地域では特に、雨はより長期間降り続く。

図 2 - ブラジルの気候地域



(出所：ブラジル旅行ガイド)

- 1- アマゾン川流域は、赤道地方特有の気候地域で、気温は心地よく感じられるが雨と湿気が多いのが特徴である。雨季の期間は、アマゾン川南部の地域では 10 月中旬から 3 月まで、中部地域（マナウスなど）では 12 月から 5 月中旬であり、主に北部では 6 月にまで及ぶこともある。
- 2- フォルタレーザからバイア南岸までの北東沿岸地帯は、一年中バカンスを楽しむのに適した気候パターンを呈している。サルバドル、フォルタレーザ、レシフェ、その他これらの都市近郊リゾート地（プライア・ド・フォルテ、ポート・デ・ガリーニャス、ナタールなど）は一年中温和な気候地域であり、最低気温が 25℃を下回することは少なく、最高気温が 32～33℃を超える日はほとんどない。冬場の気温は、夏場に比べわずか 3～4℃低いのみである。
サルバドルおよびレシフェ地区では、雨季は 4 月初旬から約 3 カ月間続くが、フォルタレーザでは雨季の開始は 4 月後半または 5 月からと少々遅めである（雨季期間は同じく 3 カ月間）。
以上はいずれも一年を通じて海岸気候に分類される地域であり、雨については夕立やにわか雨が降ることがあるが、通常すぐにやむ性質のものであるため、行楽を楽しむのに適している。
- 3- リオデジャネイロ、ビトリア、およびサンパウロ沿岸は、混合型の気候パターンが見られる地域である。リオの行楽最盛期は夏（12 月から 3 月）であり、この時期は同都市が最も混雑する季節でもある。冬の気温は 20℃前後、短期間ではあるが気温が低い時期も

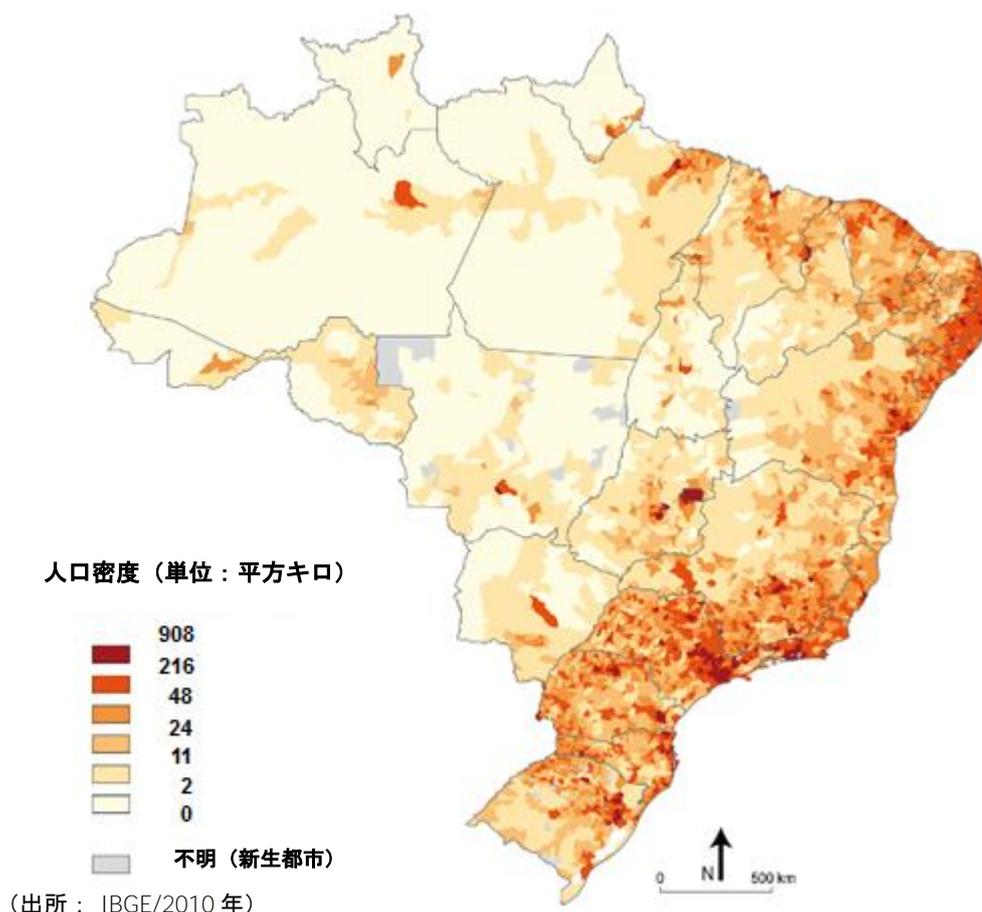
あるため、15℃を下回ることもあり、海岸地域に生活する者にとっては過ごしにくい季節である。サンパウロは、リオデジャネイロにはほぼ隣接しており、その気候と共通するパターンを示すことから、完全にブラジル南部都市気候地域に分類されるわけではない。実際、サンパウロ州沿岸部の気候はリオと非常に良く似た特徴を示すことがある。しかし、サンパウロ市は高原地帯にあり、また比較的内陸部に位置することから、その天気については、やや南部地域の特徴が見られる。このことから、基本的に、サンパウロでは年の大半が快適な気温と好天に恵まれるが、夏場は非常に蒸し暑く、また冬場は寒さが厳しい。

- 4- 南部州地域には四季があり、中でも標準的な欧州の四季にパターンが類似する。冬は寒さが厳しく（冬季を通じて、また夕方以降は 5℃～8℃と気温が低く、過ごしにくい。セーターや薄手の冬物コートが必要）、一方夏は暑い日が続く。
- 5- 北東内陸部からパンタナール湿地にかけて広がる内陸高原地帯は、気温の変化が激しく、乾季が厳しい。雨季は12月から3月まで続き、中間季が4月から6月、10月から11月となっている。雨季には雨が激しく降り、気温も高く、パンタナール湿地では浸水が起こる。

11) 人口密度

ブラジルの人口密度は低く、1平方キロメートル当たりわずか 22.43 人という割合である。この値は世界平均より低く、またベルギーや日本のような人口密集国に比べると、はるかに低い。

図 3- ブラジルの人口密度



12) 人口分布

ブラジルの人口分布は極めて不均一であり、人口が密集しているのは沿岸地域、特に南東・北東ゾナ・ダ・マタ（森林地帯）である。続いて重要な中核地域となっているのは南部地域、一方人口が少ない地域は中西部および北部地域である。

表 5- ブラジルにおける人口の多い上位 20 都市

順位	都市名	州	人口数	順位	都市名	州	人口数
1	サンパウロ	サンパウロ	11,316,149	11	ベレン	パラ	1,402,056
2	リオデジャネイロ	リオデジャネイロ	6,355,949	12	ゴイアニア	ゴイアス	1,318,148
3	サルバドル	バイア	2,693,605	13	グアルーリョス	サンパウロ	1,233,426
4	ブラジリア	連邦直轄区	2,609,997	14	カンピナス	サンパウロ	1,088,611
5	フォルタレーザ	セアラ	2,476,589	15	サンルイス	マラニョン	1,027,429
6	ベロオリゾンテ	ミナスジェライス	2,385,639	16	サンゴンサロ	リオデジャネイロ	1,008,064
7	マナウス	アマゾナス	1,832,423	17	マセイオ	アラゴアス	943,109
8	クリティバ	パラナ	1,764,540	18	ドゥケ・デ・カシアス	リオデジャネイロ	861,157
9	レシフェ	ペルナンブコ	1,546,516	19	テレジナ	ピアウイ	822,363
10	ポルトアレグレ	リオ・グランデ・ド・スル	1,413,094	20	ナタール	リオ・グランデ・ド・ノルテ	810,780

(出所：IBGE/2010年)

サンパウロ州を除き、一般にブラジルの都市は単一のネットワークに属しているわけではないが、その多くがブラジル海岸沿い各地の貿易港につながる経路上にあり、最重要都市は海岸沿いまたはその近辺に位置している。また、各州の州都がその州の最大都市となっている（エスピリトサント州の州都ビトリアおよびサンタカタリナ州の州都フロリアノポリスを除く）。その他、州都以外の大都市として、カンピナス、サントス（以上サンパウロ州）がある。

サンパウロおよびリオデジャネイロは、ブラジルの二大都市である。サンパウロは、ブラジル国内でも、さらには国際的にも、その経済面での影響力が著しく、その他各中心都市がこれに続く。一方、リオデジャネイロは、かつて国の首都であった背景も要因の一つとなっているが、今なおさまざまな大企業が本社を構える大都市であり、またブラジル文化の中心地として、連続ドラマや映画の舞台となっている。

II ファッション－アパレル産業

1. 概要

1) 市場概況

- ブラジルのアパレルメーカーは 26,988 社
- 2010 年にブラジルで製造された衣類、靴下・タイツ、およびアクセサリーは 64 億点に及ぶ
- 2010 年、ブラジルのアパレル製品製造量は 8.4%増加
- 2010 年におけるアパレル製品の国内消費数は 68 億点（その内 6%が輸入製品）
- 2011 年度の国内生産・国内消費の予測増加率はそれぞれ 4.5%、7.3%
- 2011 年度予測では、国内供給量の 8.3%は輸入品
- 主要流通経路はファッション専門店、百貨店
- 消費量が多い地域はサンパウロ州などの位置するブラジル南東部
- アパレル製品消費市場における消費主体の大部分は中産階級

20 世紀初頭、ブラジルのファッション業界は欧州、特にフランスのデザインドレス、靴、靴下・タイツ、手袋、アクセサリーなどに影響を受けたが、この影響をもとに、特にブラジルへの移民たちの手により、地方ごとのアパレル産業が発達した。

1920 年代には、アパレル産業はすでにブラジルにおいて、食品産業、繊維産業に次ぐ、3 番目に大きな産業部門となっていた。

しかしながら、1950 年代に至るまで、アパレル産業は主に小規模な作業場や、独立して自宅で作業を行う女性裁縫師たちの存在によって支えられていた。

1950 年にテレビがブラジルに導入され、国民の多くが息抜きを楽しめるようになり、結果、国民の習慣が均一化され始め、またその国内消費行動に影響がもたらされた。

1970 年代半ばになって、既製服のようないわゆる産業化されたファッションがブラジルのファッション市場において影響力を発揮し始めた。この頃、大量生産が可能となり、生産性が向上し始めたのである。

続く 1980 年代を特徴づけるのは、ショッピングモールや、若者をターゲットとした店舗の台頭である。

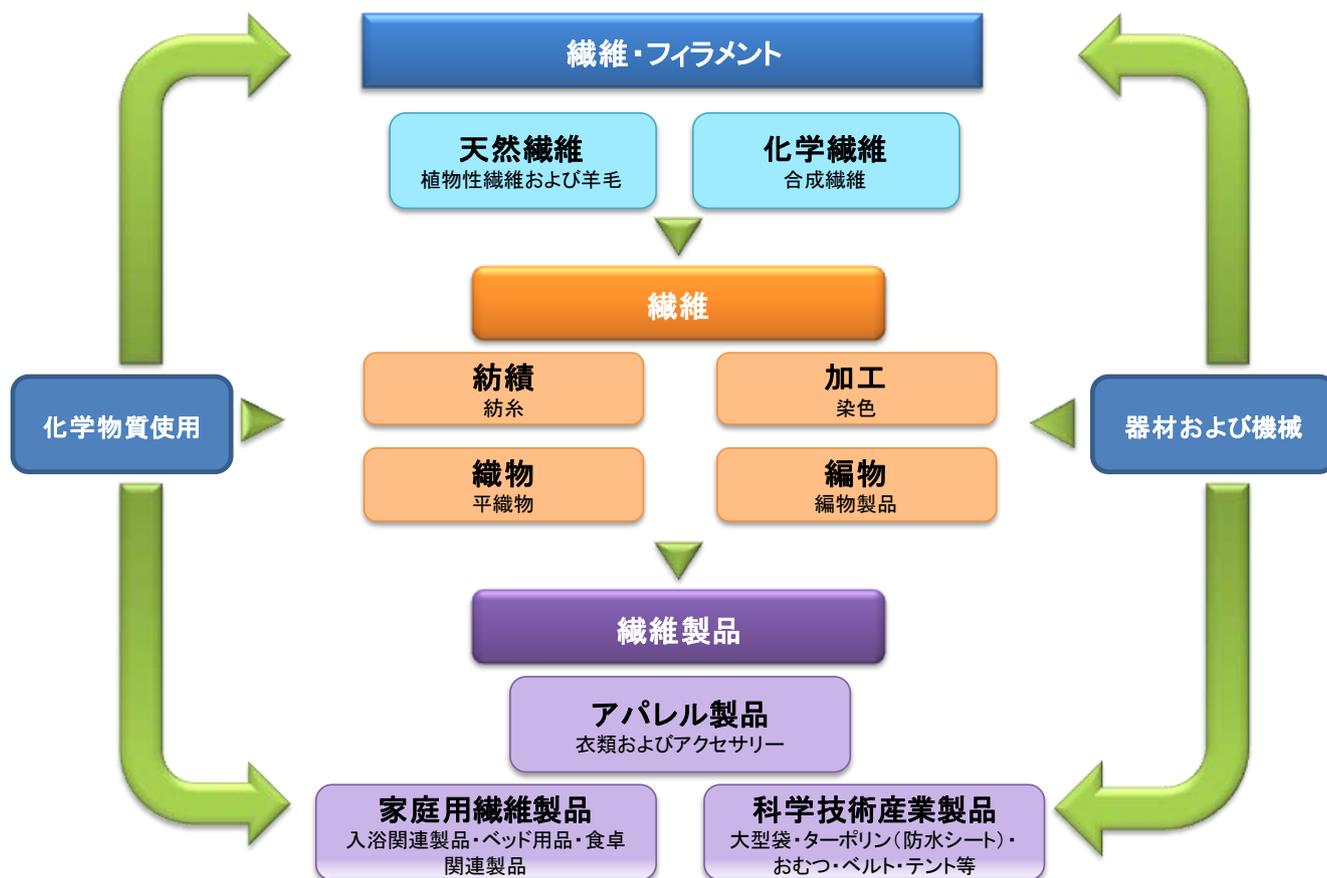
1990 年代半ばには、ブラジルのテレビ局、Globo（グローボ）作成の連続ドラマ「Quatro por Quatro（クアトロ・ポル・クアトロ）」（常にミニスカートををはいている非常に官能的なキャラクター、ババルという少女が登場する）が放映され、その放映期間中「ミニスカートのババル」はブラジル国内で最も人気のあるキャラクターの一つとなった。

アパレル産業および広告代理店は、連続ドラマのキャラクターが視聴者の心をとらえる魅力の大きさを認識し、現在では、アイドル的存在のキャラクターと同じ服を着たいと切望する視聴者に向けて、連続ドラマのキャラクター専門の雑誌 2 冊（リオデジャネイロの「Moda Moldes（モダ・モルデス）」、サンパウロの「Manequim（マネキン）」）が出版されている。

2) 国内繊維アパレル産業構造の概観

繊維生産体制の全体構造を見ると、その産業活動は、大きく3つの部門、つまり化学繊維生産、原繊維生産（糸、生地、および編地）、既製品生産（アパレル、家庭用繊維製品、および科学技術産業製品）に分類することができる。本セクターで工業活動と見なされない唯一の例外が天然繊維生産であるが、これは同繊維が性質上農業由来または家畜由来と考えられるためである。

図4- ブラジルの繊維アパレル産業構造



(出所：IEMI)

3) 主要産業拠点地区

繊維アパレル産業：

- ・ リオグランデ・ド・スル州 (セラ・ガウーシャ)
- ・ サンタカタリナ州 (バレ・ド・イタジャイ)
- ・ サンパウロ州 (アメリカーナ、セラネグラ、アグアス・デ・リンドーヤ)
- ・ ミナスジェライス州 (ベロオリゾンテ、ディビノポリス、カタグアゼス、ジュイス・デ・フォーラ)
- ・ ペルナンブコ州 (カルアル地区)
- ・ パライバ州 (ジョアンペソア、カンピナグランデ)
- ・ リオグランデ・ド・ノルテ州 (グランデ・ナタール)

- セアラ州（グランデ・フォルタレーザ、マラカナウ）

アパレル産業：

- パラナ州（ロンドリナ、アプカラナ、マリングア）
- サンパウロ州（州都サンパウロ）
- リオデジャネイロ州（州都リオデジャネイロ）
- トリアングロ・ミネイロ（＝鉱業三角地帯）（ミナスジェライス）
- ゴイアス州（ゴイアニア）
- リオデジャネイロ州（フリブルゴ）

下記の表は、既製品（アパレル）メーカーに関する情報（規模等）を示すものである。
ブラジルの「既製品」（または「アパレル」）産業を支えているのは大部分が小規模メーカーであり、そのかなりがインフォーマル企業である。

4) 部門合計

表 6 – 部門合計

既製品	
メーカー数	26,988 社
従業員数	1,300 千人
生産量	1,850 千トン/年
売上高	445 億米ドル

（出所：IEMI）

5) 各部門メーカー別平均

表 7 – メーカー別平均

既製品	
従業員数	54 人
生産量	72 トン/年
売上高	170 万米ドル/年

（出所：IEMI）

下記の表 8 は、過去 6 年間における「既製品」種類別メーカー数の推移を示すものである。

表 8 – 既製品種類別メーカー数

既製品種類	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
全既製品（合計）	21,021	21,898	23,276	24,338	25,666	26,988
衣類	18,096	18,884	20,070	21,044	22,303	23,449
靴下・タイツ アクセサリ	1,081	1,101	1,043	1,068	1,043	1,035
家庭用繊維製品	1,098	1,157	1,199	1,291	1,359	1,430
その他	746	756	964	935	961	1,075

（出所：IEMI 提供情報を基にした Nova Investe 2010 年度予測）

次に、過去6年間における既製品種類別メーカーの従業員総数の推移を示す。

表9－既製品種類別メーカーの従業員総数

既製品種類	2005	2006	2007	2008	2009	2010
全既製品（合計）	1,196,311	1,193,918	1,223,862	1,286,867	1,300,348	1,332,912
衣類	1,009,188	1,008,121	1,034,332	1,090,115	1,100,259	1,129,598
靴下・タイツ アクセサリ	40,628	44,203	45,352	47,892	46,283	49,626
家庭用繊維製品	105,631	99,504	102,590	104,026	105,942	105,086
その他	40,864	42,090	41,588	44,834	47,864	48,602

続いて、過去6年間の既製品種類別メーカー当たりの平均従業員数を示す。

表10－既製品種類別メーカー当たりの平均従業員数

既製品種類	2005	2006	2007	2008	2009	2010
全既製品（合計）	61	59	56	57	55	54
衣類	56	53	52	52	49	48
靴下・タイツ アクセサリ	38	40	43	45	44	47
家庭用繊維製品	96	86	86	81	78	74
その他	55	56	43	48	50	45

（出所：IEMI）

機械類・器材への投資については、2008年の国際危機が原因となり、翌年2009年の投資水準が前年度に比べ17.6%減少したが、2010年にはその投資額が10億米ドルを超え、前年度比30%増となった。

2. ファッション産業の規模

1) 生産数量および成長率

IEMI（生産財マーケティング調査研究所）によると、2010年度アパレル製品生産数量は64億点、金額にして827億レアルとなり、同生産額488億米ドルであった2005年に比べ69.5%増、生産数量では30.6%増となった。

2011年度アパレル製品生産額は903億レアル、前年度比9.2%増となる見込みである。2005年から2011年の6年間における生産額増加率は約85%、同期間のインフレを考慮に入れた場合の増加率は47%と予想される。

また、2011年度製品生産数については、前年度比1.5%増の65億点となる見込みで、2005年から2011年の6年間における生産数増加率は約33%となる。

アパレル製品生産量については、その数値に多少議論の余地が残る。ABITによると、2010年度アパレル製品生産量は120万トン（その他、家庭用繊維製品などを含めた場合180万トン）とされるが、同時期生産量は200万トンを超えるとする調査結果も存在する。

表 11 - アパレル製品生産数および生産額

年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
生産数(*) (10億点)	4.9	5.0	5.5	5.9	5.9	6.4	6.5(**)
生産額 (10億リアル)	48.8	51.7	59.9	67.9	72.0	82.7	90.3(**)

(*)靴下・タイツおよびアクセサリーを含む

(**)概算

(出所：IEMI/2011年)

アパレル製品が大量生産されるようになり、その生産数・売上総額の双方が増加を見せている背景には、国民一人当たりの所得が着実に増加している事実がある。

このような国民の所得および購買力の増加は、1994年のインフレ抑制策「リアル・プラン」実施による所が大きいの。ハイパーインフレが抑制されたことにより、企業による投資や雇用創出が期待できる環境が生まれたのである。

ブラジル経済および社会においてこのような現象が起こるのは、実際の所得が増えたことにより社会階級別購買力の評価分類上のCクラス（中間層）に属する国民が増え、その生活の質が向上したため、またかつて属していた最貧困クラスより上位に分類される国民グループが台頭してきたためであると考えられる。

下記の表12は、衣類組合 Sindivestuario のデータに基づいた、過去6年間におけるアパレル製品一点当たりの平均生産コストを示したものである。同コストは上昇し続けているのが見て取れるが、本データの分析には、同期間における国内通貨価値その他の要素も加味する必要がある。いずれにしても、同期間のブラジル国内における生産コストは明らかに上昇の一途をたどっている（米ドルで算出）。

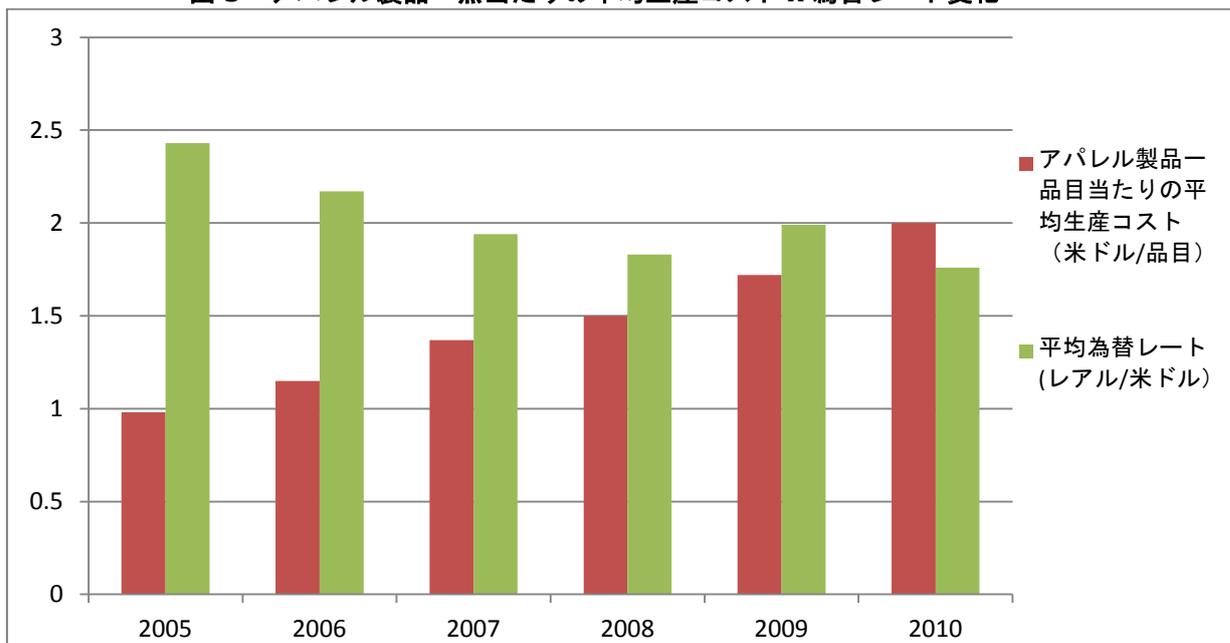
本データから、同期間における製品一点当たりの生産コストと為替レートには多少の相関関係が見られることが分かる。

表 12 - アパレル製品の平均生産コスト

年度	アパレル製品の平均生産コスト (米ドル/一点)	平均為替レート (リアル/米ドル)
2005	0.98	2.43
2006	1.15	2.17
2007	1.37	1.94
2008	1.50	1.83
2009	1.72	1.99
2010	2.00	1.76

(出所：Sindivestuario / BACEN)

図 5 - アパレル製品一点当たりの平均生産コスト x 為替レート変化

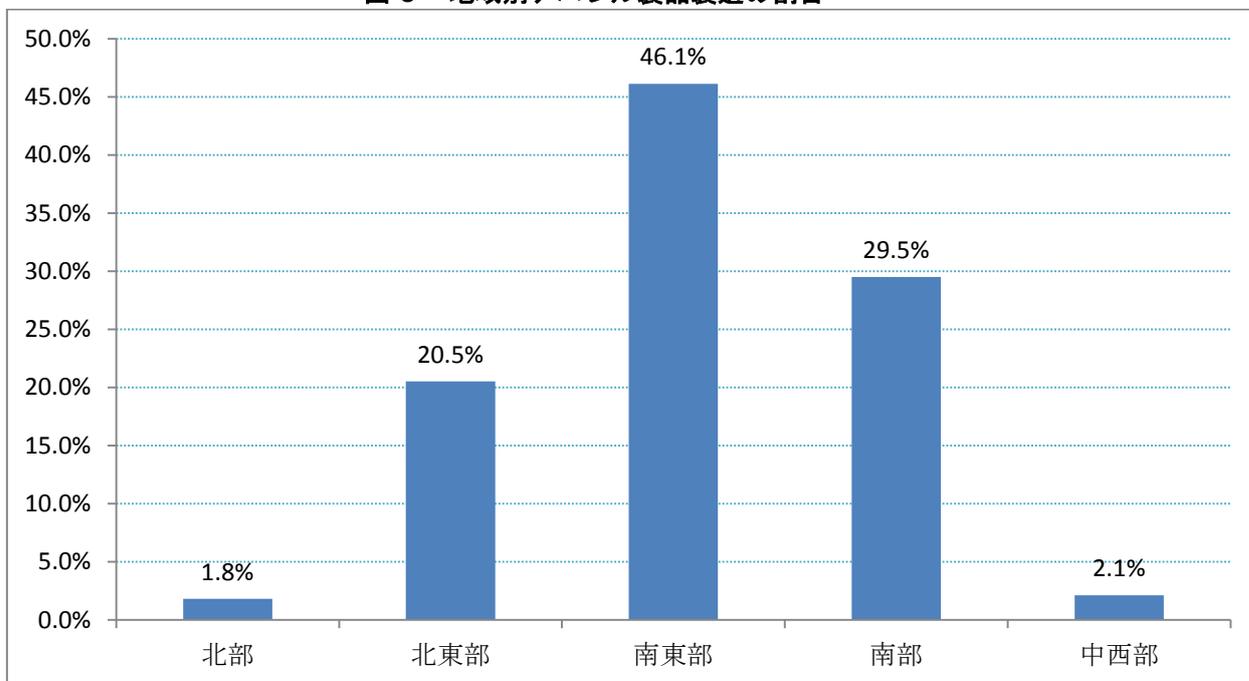


(出所 : Sindivestuario / BACEN)

ブラジルの繊維生産の中心地は南東部であるが、これは国内最大の消費市場が同地域に集中し、また主要な小売・卸売販売拠点が位置しているためである。

「既製品」(衣類)の製造は、主に南東部(47.9%)で、次いで南部(28%)で行われている。

図 6 - 地域別アパレル製品製造の割合



(出所 : IEMI)

表 13 – 繊維・アパレル製品 地域別製造割合

製品種類	北部	北東部	南東部	南部	中西部	合計
糸	1.3%	37.6%	35.5%	24.4%	1.2%	100%
生地	2.3%	17.9%	62.5%	15.6%	1.7%	100%
編地	1.0%	8.8%	38.4%	50.2%	1.6%	100%
既製品	2.6%	17.7%	47.9%	28.0%	3.8%	100%
平均	1.8%	20.5%	46.1%	29.5%	2.1%	100%

(出所: IEMI)

3. 市場規模

IEMI 調査による、ブラジルのアパレル「既製品」市場におけるシェア内訳は、下記表 14 に示すとおりである（「家庭用繊維製品」および「科学技術産業製品」を除く）。

表 14 – ブラジルの既製品市場

既製品種類	シェア
下着	8%
寝間着	3%
ビーチウェア/水着	5%
スポーツウェア	10%
レジャーウェア	43%
ツーピーススーツ（正装）	5%
盛装（晴れ着）	0%
ベビー服	5%
冬服	2%
作業服	3%
安全着	4%
靴下・タイツ/アクセサリ	11%
合計	100%

(出所: IEMI)

「レジャーウェア」が 43%のシェアで市場をリードしており、次いでシェア 11%の「靴下・タイツ/アクセサリ」、そして 10%の「スポーツウェア」が続く。

下記の表 15 は、2010 年度アパレル製品製造数量合計（64 億点）に照らした、各種アパレル製品の製造量を示しており、ブラジルにおけるトップシェアを誇る「レジャーウェア」市場では、年間 27 億点以上の製品が製造されていることが分かる。

「レジャーウェア」の定義は非常に広く、「ジーンズ」、「T シャツ」といった衣類も含まれる。

表 15 – ブラジルの既製品市場

既製品種類	シェア	製造数量 (百万点)
下着	8%	531
寝間着	3%	160
ビーチウェア / 水着	5%	294
スポーツウェア	10%	654
レジャーウェア	43%	2,776
ツーピーススーツ (正装)	5%	323
盛装 (晴れ着)	0%	13
ベビー服	5%	305
冬服	2%	159
作業服	3%	209
安全着	4%	264
靴下・タイツ / アクセサリー	11%	714
合計	100%	6,400

(出所：IEMI 提供情報を基に Nova Investe 作成)

1) レディースウェア

成人女性用アパレル製品は、アパレル製品総数の 41%を占めており、市場最大のシェアを誇っているが、これは、一般的に女性は外見に気を使う傾向があり、衣服を含む美容関連製品の消費が多いという特性があることが大きな要因となっている。その他要因としては、パンティーやストッキングなど、寿命の短い製品の消費が多いことが挙げられる。従来より、繊維・アパレル製品の主な消費者は女性であり、夫を含む家族の衣服を購入する主婦である。

女性の労働市場参入が増えるにつれ、母・妻としてだけでなく労働者としても重要な役割を果たすようになってきている女性の消費パターンには変化が見られるようになった。現代の女性は、職業上の責任を果たしながら、女性らしさやセクシーさも維持している。このため、ファッション市場はこうした現代女性の新しいニーズや願望を認識し、反映させる必要があると言える。

2) メンズウェア

一方、女性の労働市場への参入が増えた逆説的な効果として、男性ファッション市場では、メンズウェアだけでなく男性用美容製品に至るまで、その消費が増加している。その理由はいくつか考えられるが、中でも大きな要因は、男性には自分の妻を養う義務があり、女性より多くの収入を得る必要があるものの、次第に女性も自分自身の収入を得るようになったため、自らが自由に使えるお金が増えていることである。その他要因としては、男性労働者間の、さらには女性の労働市場参入の増加による激しい競争が引き金となり、男性がより自らの外見に注意を向けるようになったことが挙げられる。

男性は次第に保守的な考え方から抜け出し、自分のスタイルを追求するようになってきている。成人男性用衣服の売り上げは、アパレル市場の 27%を占めている。

3) キッズウェア / ベビー服

アパレル市場におけるキッズウェアの売り上げの割合は 32%であり、その内ベビー服が占める割合は 8%に相当する。子供をターゲットとした「衣類・アクセサリー」部門の展開は、アパ

レル市場における重要な新ビジネスとなりつつある。今の世代の子供たちは、以前に比べ、自主性が高く、結果、家計消費に大きな影響を与えている。Multifocus が行った調査によると、中南米諸国で「Kiddo's Study (キッズ・スタディ)」と呼ばれる 6 歳から 11 歳の子供を対象に行われた研究で、子供たちが買物をする際、商品がおもちゃの場合、その 59%、洋服の場合 40% を、自らが選んで購入していることが分かった。

ブラジルでは少子化が進みつつあるが、キッズウェア市場は着実に成長を続けている。これは、各世帯の収入は増加しているが、一人当たりのアパレル製品の消費量はまだ少なく、増加の一途をたどっているためである。しかし、同製品全体の消費増加を見た場合、その最大の担い手はキッズウェア産業ではなく、やはりレディースウェア部門であると言える。これを裏付ける事実としては、ファッション業界のメインイベントであるリオ・サンパウロのコレクションに、キッズ部門のイベントが実質存在していない、あるいは参加者が非常に少ないことが挙げられる。

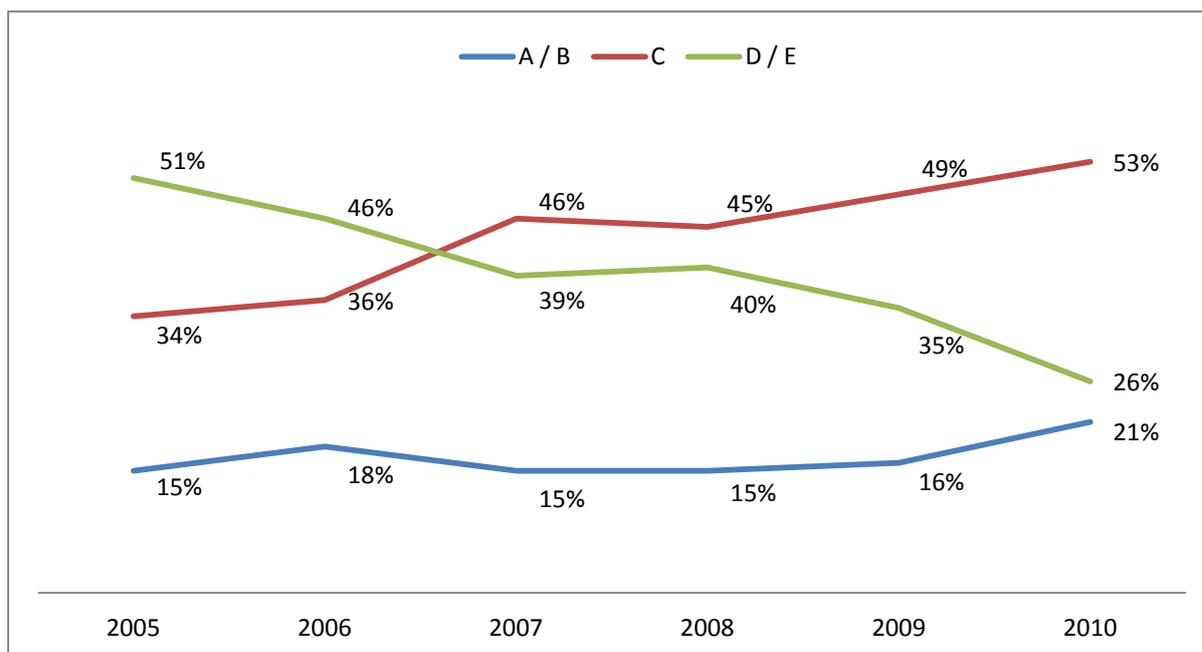
4) 社会階級

近年のブラジル経済に見られる、雇用増加や国民の所得レベル上昇といった現象により、同国で中流階級が増えていることは先に述べたとおりである。この「新」中流階級はますます多くの財産を手にし、さまざまな金融制度も利用できるようになってきていることから、その消費力には伸びが期待できる。

ブラジル中流階級の国民は、2003 年に 6,600 万人であったが、2010 年には 53% 増の 1 億 300 万人となった。政府の予想によると、中流階級の人口は 2014 年には 1 億 1,300 万人（2010 年比 9.7% 増）となる見込みである。

2010 年、ブラジル社会階級の内、A および B クラスを合わせた人口は、全人口の 21% にあたる 3,000 万人となった。

図 7-社会階級の割合の変化



(出所: IBGE)

下記の表 16 は、ブラジルの社会階級別アパレル製品の潜在的消費需要の割合を示したものである。B1、B2、C1 の 3 クラスを合わせた潜在的消費需要の割合が全体の 60～70%を占めていることが分かる。

先に述べたとおり、現在 C1 および C2 を合わせた C クラスの人口が全人口の 53%を占めている。このように、同クラスに属する人口が圧倒的に多いことから、同クラスの潜在的消費需要の高さが表れる結果となっている。

表 16 – 社会階級別潜在的消費需要

クラス	A1	A2	B1	B2	C1	C2	D	E	合計
既製品	2.4%	12.5%	18.8%	26.8%	21.6%	12.1%	5.6%	0.2%	100%
その他アパレル製品	4.6%	15.6%	20.6%	27.0%	18.6%	9.2%	4.2%	0.1%	100%
靴	2.5%	13.3%	18.6%	27.3%	21.4%	11.5%	5.3%	0.2%	100%

(出所：2011 年 IBGE、IEMI 調べ)

4. 輸入 / 輸出

ブラジルの経済構造は「生産者と消費者」の二者によって成り立っており、繊維アパレル製品のほとんどは国内市場をターゲットとしている。

1994 年のハイパーインフレ抑制策「リアル・プラン」実施後、ブラジルでは国民の所得が増加し、消費者の購買力が徐々に増大した。いわゆる貧困層から脱し、中流階級に属するようになった国民は精力的に内需をけん引している。アパレル部門でも需要が高まっているが、過去数年にわたって主に製品の輸入を増やすことで対応を図っている。輸入アパレル製品に関しては、2003 年から 2010 年にわたり輸入金額が増加したが、一方で国内製造部門ではほぼ変化は見られなかった。

過去十年間、ブラジルのアパレル製造部門における輸出入動向は、国際貿易の拡大による為替相場の動きに大きく影響された。輸出については、2004 年に為替相場が高騰したものの、2000 年から 2005 年の間、高まる世界需要に応じてその総額は増加を見せた。一方輸入については 2000 年から 2002 年にわたって減少し、通貨価値の上昇によってようやく増加に転じた。貿易黒字が 5 年間続いた後、ドルに対するリアル高、さらに ATC(*) 締結により、ブラジルの貿易収支は 2006 年以降赤字となった。

(*)WTO (世界貿易機関) の「繊維および繊維製品に関する協定」のことであり、2005 年に輸入割当や同製品のその他非関税障壁の撤廃を定めている。

下記の表 17 はそれぞれ、過去 6 年間における繊維アパレル製品種類別の輸出入数量（および輸出入金額を示したものである）。

表 17 製品種類別輸入量

(単位: トン)

製品種類	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
繊維/フィラメント	290,658	385,584	410,108	385,214	341,429	396,375
繊維製品	214,203	295,027	422,179	508,540	479,673	668,846
編糸/縫糸	67,491	117,589	177,755	206,449	207,224	332,497
生地	78,272	86,522	99,881	144,219	117,790	153,158
ニット製品	8,035	18,996	58,455	56,215	74,001	79,017
特製品	60,405	71,920	86,088	101,657	80,658	104,174
既製品	56,747	69,312	84,144	100,082	95,392	141,151
アパレル製品	27,589	31,916	34,522	38,138	41,333	59,500
靴下・タイツ アクセサリ	4,588	5,052	5,573	6,970	7,667	8,781
家庭用繊維製品	8,831	12,545	21,143	35,120	29,549	53,210
その他	15,739	19,799	22,906	19,854	16,843	19,660
合計	561,608	749,923	916,431	993,836	916,494	1,206,373

(出所: BACEN)

表 18 製品種類別輸入額

(単位: 千 米ドル)

製品種類	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
繊維/フィラメント	514,813	684,095	843,856	881,695	715,477	940,628
繊維製品	728,036	1,037,334	1,556,431	2,060,173	1,850,038	2,332,797
編糸/縫糸	145,534	285,324	494,994	606,359	586,919	664,682
生地	286,012	341,514	393,446	664,772	513,608	729,330
ニット製品	29,489	70,009	255,253	268,706	338,518	378,345
特製品	267,001	340,487	412,738	520,336	410,993	560,440
既製品	279,013	427,258	621,144	907,636	931,179	1,225,340
アパレル製品	20,707	319,554	450,076	640,779	706,126	983,000
靴下・タイツ アクセサリ	20,088	27,331	37,087	52,982	60,947	90,900
家庭用繊維製品	30,490	50,964	90,840	166,604	125,601	94,689
その他	21,365	29,409	43,141	47,271	38,506	56,750
合計	1,521,862	2,148,687	3,021,431	3,849,504	3,496,694	4,498,765

(出所: BACEN)

表 19 製品種類別輸出量

(単位: トン)

製品種類	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
繊維/フィラメント	506,835	413,710	540,847	635,901	590,781	663,490
繊維製品	227,588	245,727	238,534	213,137	161,318	177,587
編糸/縫糸	49,536	47,256	33,326	22,614	17,163	13,305
生地	71,545	70,318	66,921	48,106	30,155	29,051
ニット製品	8,155	8,646	7,737	7,050	3,589	3,868
特製品	98,352	119,507	130,550	135,367	110,412	131,363
既製品	99,465	78,666	78,721	64,508	44,672	42,994
アパレル製品	17,532	12,030	8,814	6,112	3,913	3,530
靴下・タイツ	578	542	686	734	682	860

製品種類	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
アクセサリ						
家庭用繊維製品	75,016	59,278	62,613	50,831	35,398	33,437
その他	6,338	6,816	6,608	6,831	4,679	5,167
合計	833,888	738,103	858,102	913,546	796,771	884,071

(出所: BACEN)

表 20 製品種類別輸出額

(単位: 千米ドル)

製品種類	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
繊維/フィラメント	649,411	542,336	738,777	912,150	836,960	985,065
繊維製品	791,619	911,136	971,232	934,601	662,925	792,903
編糸/縫糸	150,808	163,885	140,354	117,863	84,540	82,028
生地	332,577	345,371	365,045	317,358	203,568	222,652
ニット製品	52,407	61,413	62,801	66,099	34,180	42,670
特製品	255,827	340,467	403,031	433,281	340,637	445,554
既製品	787,000	664,225	669,406	593,364	408,984	426,944
アパレル製品	340,284	281,084	252,473	218,982	142,705	150,791
靴下・タイツ	12,094	12,287	16,429	19,792	19,061	25,633
アクセサリ						
家庭用繊維製品	402,740	340,747	366,095	319,874	221,924	222,289
その他	31,882	30,107	34,408	34,716	25,294	28,231
合計	2,228,029	2,117,697	2,379,415	2,440,115	1,908,869	2,204,912

(出所: BACEN)

上記各表の中で赤字で示したアパレル製品の貿易収支は 2006 年以降赤字続きであり、その貿易収支赤字額は 2006 年に 5,400 万米ドル、2010 年には約 17 倍の 8 億 9,700 万米ドルとなった。

ブラジルのアパレル産業部門における貿易収支赤字の漸増は、主に近年の大幅な輸入拡大の影響によるものである。

輸入製品の重量は、2006 年から 2010 年にかけて約 85%増加した。ブラジル繊維アパレル産業協会 (ABIT) のシルビオ・ナポリ氏によると、このような 2006 年以降のアパレル製品輸入の段階的な増加には、主に米ドルに対する通貨 (レアル) の騰貴による為替相場の動きが関連している。主な製品輸入先は中国である。

2000 年に輸入されたアパレル製品は重量にして 1,500 万 kg、金額にして 1 億 4,000 万米ドルであり、1kg 当たりの金額を計算すると約 8.88 米ドルとなった。2010 年には、輸入製品の総重量は 6,800 万 kg、金額にして 10 億米ドルで、1kg 当たりの金額は 17.71 米ドルとなった。

過去 10 年間の平均価格の上昇は、ブラジルのアパレル製品の輸入動向における変化を示している。これは、より付加価値の高い製品が輸入されるようになったためである。

当初、アパレル分野の最大輸入先である中国からの輸入製品は、貧困層向けの低品質製品とみなされていた。しかしながら中国製品は、その品質が徐々に向上するにつれ、大型の百貨店やハイパーマーケットの陳列棚に並び始め、国内製品、さらには中国以外の国からの輸入製品に取って代わるようになった。

輸出については、2000年に輸出総額が2億7,400万米ドルに達したが、2010年には35.7%減の1億7,600万米ドルとなった。これまでブラジルの輸出相手国であった中国など、より競争力を持つ国が、ブラジルに代わって製品輸出拡大を果たしていることが、こうした輸出額減少の理由であると考えられる。

輸出重量に関しては、同時期における変動値は非常に大きく、2000年のアパレル製品輸出货量は2,000万kgであったのに対し、2010年には440万kgに落ち込み、78.7%の減少となっている。

1) 輸入先

現在、ブラジルにおけるアパレル製品の最大の輸入先は中国である。

アパレル製品輸入について、中国からの輸入が全体に占める割合は、1990年にはわずか1.9%であったが、1999年になると23.3%に増加した。しかし、中国からの輸入が本格的に増え始めたのは、2000年に中国が世界貿易機関に加盟したことがきっかけで、その割合は2010年にはアパレル製品輸入全体の59.9%にまで及んだ。

ブラジルにおける衣料品輸入総額（単位：米ドル）は2000年から2010年の間に661%増加したが、特に中国からの輸入に注目するとその増加率は1,725%にも及ぶ。

2010年度、中国に次いで衣料品輸入先第2位となったのがバングラデシュであり、総輸入の6.5%を占め、第3位はインドで、総輸入の6.4%を占めた。

最大の輸入先である中国は、総輸入の59.9%のシェアを誇っていることから、中国製品はその他の国の製品をおさえ、圧倒的な競争力を見せていることが分かる。

表 21 - アパレル製品輸入先の割合

国名	2010年
中国	59.9%
バングラデシュ	6.5%
インド	6.4%
インドネシア	2.1%
アルゼンチン	2.0%
香港	2.0%
パラグアイ	1.1%
その他	20.0%

(出所: BACEN)

2) 輸出相手国

表 22 - ブラジルのアパレル製品輸出相手国

国名	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
パラグアイ	4.6%	4.1%	2.5%	1.6%	1.9%	2.6%	3.1%	4.9%	6.8%	8.8%	14.9%
アルゼンチン	28.0%	25.7%	3.4%	6.5%	8.9%	9.4%	10.6%	12.3%	15.5%	11.9%	12.5%
米国	35.3%	38.0%	57.8%	51.3%	38.5%	35.6%	31.4%	24.7%	15.0%	10.9%	10.4%
チリ	4.5%	3.6%	5.9%	4.2%	4.9%	5.8%	5.9%	6.1%	6.7%	7.7%	6.6%
アンゴラ	0.3%	0.6%	2.5%	2.5%	1.7%	1.5%	1.9%	3.0%	5.8%	6.7%	4.2%

(出所: BACEN)

ブラジルのアパレル製品輸出相手国は過去 10 年間で大きく変化した。

以前からブラジルにとって大きなアパレル製品輸出相手国であった米国だが、同国への 2000 年度の輸出額は全体の 35.3%にあたる 9,700 万米ドルであり、さらに 2002 年にはその輸出額が全体の 57.8%に相当する 1 億 1,500 万米ドルまで増加した。

当時、アルゼンチンでは、構造的、経済的、かつ社会的に史上最悪の危機の一つを迎え、国家として債務不履行に陥り、米ドルに対して大幅なペソ（アルゼンチン通貨）の切り下げを余儀なくされる事態が発生し、結果としてブラジルの同国への輸出額は激減した。

2004 年以降、米国への輸出は徐々に減少するが、これは 2005 年の WTO（世界貿易機関）による「繊維および繊維製品に関する協定」（ATC）と関連して起きた現象と言える。同協定により輸出割り当てが撤廃され、中国がブラジル企業を退けて大部分の北米市場を獲得したのである。2010 年には、米国向けアパレル製品輸出額の割合は、ブラジルの同製品輸出総額の 10.4%（1,800 万米ドルに相当）に減少した。

南米南部共同市場の加盟国であるパラグアイは、2000 年代を通じて徐々にブラジルの重要なアパレル製品輸出相手国となった。2000 年のパラグアイへの輸出額は、輸出総額のわずか 4.6%にあたる 1,200 万米ドルであったが、2010 年には輸出総額の 14.9%に相当する 2,600 万米ドルとなり、米国およびアルゼンチンへの輸出額を上回った。

5. 市場（定性的分析）

1) 小売業および卸売業

1990 年代、アパレル製品の販売経路として専門店および独立系小売店が比較的その重要性を増した。

アパレル製品小売業部門は、その事業規模によって以下 2 つのグループに分類される。

1. 専門小売店：ある特定市場分野（ニッチ市場）をターゲットとした個人商店またはチェーン店
2. 大型小売チェーン店：製品の数量、種類、および多様性といった面でさまざまな特定市場分野の需要に対応する大規模店舗

小売業部門の競争優位性については、以下の 2 つの側面がポイントとなる。

1. 固有のデザインまたは自社デザイン
2. 固有ブランドまたは自社ブランド

下記は、アパレル製品小売業部門の企業・店舗をタイプ別に示した図である。

図 8 - アパレル製品の各種小売業者チャート

デザインを自社で行う	③ - 自社の小売チェーンを持つ大型企業			自社ブランドを展開
	④ - 独自の小売業（ブランド製品製造および売買）を展開する既製品取扱会社		② - 自社ブランドを展開する大型小売店	
	⑧ - デザインを自社で行い、また自社ブランドを持つ既製品取扱会社	⑤ - 自社ブランドを展開する（ブランド製品売買）既製品取扱会社		
デザインを自社で行わない		⑥ - 自社ブランドを展開しているがデザインは自社で行わない小売店		開いていない自社ブランドを展開
	⑨ - デザインは自社で行わない既製品取扱会社	⑦ - 専門マルチブランド小売店	① - 大型マルチブランド小売店	
	製造	専門小売店	大型小売チェーン店	

(出所：ABIT 提供情報をもとに Nova Investe 作成)

タイプ別アパレル製品小売業部門企業・店舗

①- 大型マルチブランド小売店（ハイパーマーケットおよび百貨店）

本グループに属する小売店は、強力な流通経路を持ち、また必ずしもアパレル製品をメインに取り扱っているとは限らないという点が主な特徴と言える。ハイパーマーケットの場合、販売展開されるアパレル製品はごく一部に限られているものの、こうしたネットワークはアパレル市場部門における重要な販路となりつつある。

- 一般的にさまざまな種類の低価格製品を展開
- 自社特有のデザインおよびブランドを確立したアパレル企業から製品をロット単位で大量に仕入れる
- 最終消費者層は多岐にわたる低品質または中級品質の製品を販売しているのが特徴である。
- ハイパーマーケットの例：Walmart、Carrefour、Extra
- マルチブランド百貨店の例：C&A、Renner and Riachuelo

②- 自社ブランドを展開する大型小売店

自社特有のデザインおよびブランドを確立し、製品開発およびファッションデザインに投資を行ってマーケティング強化を図る小売店。アパレル製品の製造は行わず、外部に委託する。一般大衆向けのさまざまな特定市場分野の需要に対応。

自社ブランドを展開する大型小売店は、そのブランド力が演出する製品の品質、デザイン、およびメリット、という点で大型マルチブランド小売店とは異なる。

例：Zara

③- 自社の小売チェーンを持つ大型企業

大型小売チェーンおよび自社ブランド・デザインの展開を行う事業が特徴で、事実上、一貫生産を行っている。適切な生産規模を保つため、数種類の製品ライン（一般的には主軸となる製品）に絞ったビジネスを行う。幅広い消費者をターゲットとし、さまざまな特定市場分野に対応する。チェーン店またはフランチャイズ店を通じて自社ブランド展開を行う主要小売店として機能。

例：Hering、Marisol、Malwee

④- 独自の小売業（ブランド製品製造および販売）を展開する既製品取扱会社

自社ブランド・デザインを売りにした既製品を製造し、大型マルチブランド小売店または独自の販売ルートを通じてその販売展開を行う。中には、この2種のルート双方を通じて異なるブランド製品の販売を行う企業も存在する。

特殊市場分野として、高級店における高品質かつ優れたデザインの製品展開も行われる。

このグループに属する企業形態はさまざまで、一般に小・中規模企業型の組織からなる同族会社であることが多い。

⑤- 自社ブランドを展開する（ブランド製品売買）既製品取扱会社

小売販売のルートおよびノウハウを生かし、オリジナル作品や素材が特徴の自社ブランド・コレクション販売を展開。製品の製造は、自社で行わず外部へ委託している。特定の市場分野に向けた自社ブランド製品を展開する。

⑥- 自社ブランドを展開しているがデザインは自社で行わない小売店

ある特殊な市場分野の需要に応じた自社ブランド製品を展開する個人販売店および小規模小売チェーン。製品の製造は自社で行わず、提携する製品メーカーが行い、メーカーと共同でブランド・コレクションの一部販売、また自社ブランド固有のデザイン開発を行う。通常、こうした小売店は、ある特定の市場分野の需要を満たすコレクションを複数の異なるメーカーから仕入れ、販売展開を行っている。

例：Via Veneto、Brooksfield

⑦- 専門マルチブランド小売店

特定地域における特定市場分野の需要に対応する個人商店。極度の断片化がみられる分野であり、自社の販売拠点は1箇所のみであることが多い。製品デザインは自社で手掛けているが、製品の最終仕上げは縫製（女性）職人に発注している。

⑧- デザインを自社で行い、また自社ブランドを持つ既製品取扱会社

さまざまなコレクションを展開し、極めて特殊な市場分野の需要に対応。小売販売は自社では行わないものの、そのブランドについては一般消費者の間で知名度が高い。一流ファッションショーでコレクションを披露し、自社ブランドのプロモーションに投資を行っており、主な

事業活動としてコレクションの調査・展開、卸売り、製品製造、さらには外部委託管理などを行っている。

例：Alexandre Herchcovitch

⑨ - デザインは自社で行わない既製品取扱会社

オーダーメイド服の製造を行う小規模な作業場および自営業者。
外部委託という形で大型小売店のビジネスに関与する場合もある。

2) アパレル製品小売業の概要

- 店舗数..... 11万7千カ所（専門店：10万7千カ所）
- チェーン数..... 740（1チェーン当たり約8～11店）
- 主要5チェーンの売り上げ..... 総売上の12%を占める
- 主要50都市における売り上げ..... 総売上の45%を占める
- 小売販売形態：
 - 「専門小売店」46%
 - 「大型小売チェーン」 12%
 - 「企業（メーカー）」 42%
 - 「自社の小売チェーンを持つ大型企業」 18%
 - その他.....24%

6. 主要アパレルブランド

表 23 主要アパレルブランド（ショップ）および製品価格リスト

（単位：レアル）

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ ブランド詳細	靴下・ タイツ		ランジェ リー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャ ツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケッ ト		ブレザー		スーツ		バミュー ダパンツ		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショーツ パンツ	
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格		
Adidas		Rua Oscar Freire, 1055 Jardim Paulista	http://www.adidas.com.br	アディダス製品のみを展開するスポーツウェアショップ	9	75					49	150																								49	160	
Adriana Degreas		Rua Dr. Melo Alves, 734 (11) 3333-3331	www.adrianaadegreas.com.br	ビーチウェアを中心に展開するブランド。SPFW（サンパウロ ファッションウィーク）に参加						169				599	869															199	799	1579						
Agua de Coco		Rua Oscar Freire, 1181 (85) 4008-0088	www.aguadecoco.com.br	1985年創業のビーチウェアブランド。2006年にビクトリアズシークレット社と業務提携を結ぶ。自社生産工場を有し、従業員数 500、国内店舗数 23。																														150	270			
Alcaçuz		Alameda Lorena, 1721 Jardins (11) 2348-2522	www.alcacruz.com.br	コンテンポラリーなレディースウェア													799	1030							549	699												
Alexandre Herchcovitch		Rua Haddock Lobo, 1151 Jardins	http://herchcovitch.uol.com.br	強く明確なコンセプトを打ち出しているデザイナーズブランド。ブランドレーベルの認知度向上、さらなる顧客獲得に努めている。							179	249																										

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダッパンツ		バミュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショートパンツ	
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格		
American Apparel		Rua Oscar Freire, 433 Cerqueira Cesar	http://www.americanapparel.net	材料・製造・販売部門を垂直統合した生産拠点を米国に置くアパレルブランド。サンパウロに大型店舗1店を構える	14	27					68	108			126	175	129	210	119	199	106	200														58	150			
Animale		Rua Bela Cintra, 2164	www.animale.com.br	レディースウェア、ビーチウェア、カジュアルウェアのブランド。自社店舗は50を超え、年間生産数は100万点										279		450	790																							
Anni Futuri		Alameda Lorena, 1592 Jardim Paulista (11) 3215-4580 / (11) 3212-4578	www.annifuturi.com.br	コンテンポラリーなメンズジーンズウェア						40	160																													
Antishock		Rua Oscar Freire, 926 (11) 4071-4899	http://www.antishock.com.br	スポーツウェアを販売する他、Antishock, Varal, MilkBabyといった自社ブランド製品を展開							55	86	90																											
Anunciação		Rua Oscar Freire, 540 Jardins (62) 3213-2407 / (11) 3085-7883	www.anunciacao.com	豊富なパターン（模様）と色使いが特徴のレディースウェア																																				
Aramis		Avenida Brigadeiro Faria Lima, 2232	http://aramis.com.br	カジュアル・ビジネスメンズウェア。店舗数はサンパウロ州を中心に18店舗	24						80	100	150	200	190	350	330																							

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダパニユ		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショーツ		
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	
Bebé		Rua Bela Cintra, 2157 (11) 3044-0938	www.boutiquebebe.com.br	レディースカジュアルウェア (サンパウロに2店舗)	9	15																																	
Bebesh		Rua Bela Cintra, 2182	www.bebesh.com.br	レディースカジュアルウェア (国内4店舗)													200	250	350	750			700	800							250	300							
Bianca Ranucci		Rua Oscar Freire, 236	http://www.biancaranucci.com.br/	2007年創業のデザイナーズ・レディースウェアブランド													1000	1915	2390			1800									1515						895		
Billabong		Rua Oscar Freire, 909	www.billabong.com.br	若者向けカジュアルウェア、スポーツウェア (国内12店舗)								77	120	140				220	240				300	1280					125	500	180				90	100			
Blue Man		Alameda Lorena, 1621	www.blueman.com.br	ビーチウェア																															175				
Bo.Bô		Rua Haddock Lobo, 1708	www.bobo.com.br	20歳~50歳を対象としたレディースウェアおよび2~8歳の女の子向けライン Bo.Bô Mignonを展開するブランド								280								1000		300	640	2650	800								200					318	

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダパンツ		バミュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショートパンツ		
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格			
Bobstore		http://www.bobstore.com.br/	http://www.bobstore.com.br/	Alshop Visa 賞を過去 5 回受賞したレディースウェアブランド (国内 54 店舗)							290					220~380		270		670		230		1630	2330										280	330			300		
British Colony		(21) 2227 4105	www.britishcolony.com.br	レディース、メンズウェア (リオデジャネイロに 4 店舗)							100	124	173					350																					270		
Brooksfield		Rua Oscar Freire, 690 Jardim Paulista	www.brooksfield.com.br	メンズ向けビジネス、カジュアルウェア (国内 66 店舗)											165								900																		
Brooksfield Jr.		Rua Oscar Freire, 811 sac@brooksfieldjr.com.br	www.brooksfieldjr.com.br	キッズ向けよそ行きウェア、スポーツウェア (国内 49 店舗)							80		120																												
Buckman		São Paulo Morumbi Shopping (11) 5182-9015	http://www.buckmanbck.com.br/	メンズウェア (国内 13 店舗)							170							140																							
C&A		(11) 2131 0004 cea@cea.com.br	www.cea.com.br	オランダで創業され世界中に店舗を持つ百貨店。1976 年ブラジルに出店し現在国内で 170 店舗を展開。価格水準：2。							26	40			60			60		60	130	70	80	100	130																

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダパニュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショートパンツ			
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格		
Calvin Klein		Rua Oscar Freire, 716 Jardins	www.calvinkleinjeans.com.br	レディース、メンズのジーンズウェア			60	125	75	110	170	1190	160		200			1900	2800	3300	6500			6800								270		240					240	
Camiceria Romanato		Alameda Franca, 1161 Jardim Paulista	http://www.camiceriaromana.com.br/	カジュアルメンズウェア (サンパウロに2店舗)																																				
Canal		R. Oscar Freire, 987	www.canal.com.br	カジュアルレディースウェア																																				
Carina Duek		Rua Oscar Freire, 736 (11) 2359-5972 atendimento@carinaduek.com.br	www.carinaduek.com.br	レディースウェア (サンパウロに3店舗)														260	750	690	1500	460	1040	2800										280	790			330	590	
Carlos Miele		Rua Bela Cintra, 2231 Brazil Press Office 55 11 3488 1337 studio@carlosmiele.com	www.carlosmiele.com.br	ファッション性の高いレディースウェアブランド。サンパウロ、ニューヨーク、パリに店舗を構える。																3100	8400																			

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダッパンツ		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショーツ・パンツ	
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格
Carmim		Rua Oscar Freire, 1007 Jardins onlinestore@car mim.com.br (11) 4112-5558	www.carmims.com.br	若者向けレディース、メンズのカジュアルウェアブランド（国内10店舗）	20	37					95	215			240	308	400	565	408	1550	205	470	1780	1880	595	815					270	525	168	295	160	225	265	500
Cast Uniformes		Rua Dr. Melo Alves, 448 castuniformes@ castuniformes.co m.br (11) 3088- 3808 / (11) 3062-0442	www.castuniformes.com.br	業務用ユニフォームの製造販売																																		
Cavalera		Rua Oscar Freire, 1102 comercial@cava lera.com.br	www.cavalera.com.br	若者向けニット類、ジーンズのファッションブランド（13店舗）							120	210	110										450						295	366	345	435	165					
Chicletaria		Rua Dr. Melo Alves, 423	www.chicletaria.com.br	キッズウェア（19店舗）							40	50	70		70		70	95	160	200			90	200					80	100	80						50	
Colcci		colcci.cnor@uol.com.br - tel [11] 2221.0088	http://www.colcci.com.br	フランチャイズ店舗を通じて製品販売するレディース、メンズウェアのブランド。ブラジルのほかサウジアラビア、チリ、スペイン、米国、日本、ポルトガルにも出店しておりブランド運営は AMC グループが実施。							80			295		285		158	386	152	190															260	310	

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダッパンツ		バミュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショートパンツ	
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格		
Dibikini		Rua João Lourenço 353, São Paulo – (011) 3849 0105	http://www.dibikini.com.br/	マルチブランドストアにて販売されるビーチウェアブランド							162												190	220											102	224				
Diesel		Rua Haddock Lobo, 1573	Operation ended in 2011	若者向けウェア、レディース、メンズウェアのブランド。非正規ルートや偽ブランドの販売業者との激しい販売競争によりサンパウロの3店舗は閉店予定							185	260	210		370	445	315	735	610				885	1000					315		515	815					250			
Dior		Rua Haddock Lobo, 1589 Jardins	www.diorcouture.com/us/dior_us.html	オートクチュールとレディース・メイド（既製服）コレクションのブランド						220	530	410	500			700	1445								3625			1195		1320										
Dixy Dizzy		Alameda Lorena, 1188 dixydizzy@dixydizzy.com.br (11) 3086-3443	www.dixydizzy.com.br	レディース向けアパレル、アクセサリーのブランド（サンパウロに2店舗）															240									120								140				
Doc Dog		Alameda Lorena, 1998 (11) 3338-2233 / (11) 3081-3089	www.docdog.com.br	若者向けのレディース、メンズウェアブランド（サンパウロに2店舗）						140						280	410				180		470	830				330		295	500					200	245			
Dzarm		0800-473 114 / (47) 3321-3544 (Mrs.Maria Luiza) mscharf@hering.com.br	http://www.dzarm.com.br/	レディース、メンズウェアとジーンズウェア（Heringブランドと同じグループ会社に属する）								70		140																										

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ ブランド詳細	靴下・ タイツ		ランジェ リー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャ ツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケッ ト		ブレザー		スーツ		ダミュー パンツ		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショーツ パンツ		
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格			
Ecko		andre@tbcg.com.br Tel (11) 6454 0444	http://www.eko.com.br/	Marc Ecko、Ecko Unltd、Ecko Red、および Ecko Boys and Girls のブランド名で展開される若者向けカジュアルアパレル							100	170	90	250	220	250	130	300	250	320	50	170	320	500	340					95	200	125	300	90	220			180	240
Ed Hardy		Rua Dr. Melo Alves, 453 multimarcas@edhardybrasil.com (11) 3078-1555	http://www.edhardybrasil.com/	タトゥー愛好者向けファッションブランド				225			140	205	160						160			159							140	176			260	350	230				
Ellus		Rua Oscar Freire, 990 (21) 2575-3505	www.ellus.com.br	国内に 72 店舗を持つジーンズウェアブランド。ドバイ、東京、サンティアゴ（チリ）、ルアナ（アンゴラ）、カントンドゥフリブール（スイス）にも出店している。							200	360	120	190	350	490	360		300	690	260	290	500								270	430							
Emanuelle Junqueira		Rua Peixoto Gomide, 1805 contato@emmanueljunqueira.com.br (11) 3062-4112	www.emannuellejunqueira.com.br	ブライダルウェア、カジュアルウェア、キッズウェア											470		475		485	4430	400	600									555	230	400			395			
Emporio Armani		Rua Haddock Lobo, 1550 Cerqueira Cesar	http://www.armanistores.com/armani_stores_docs/en.html	レディース、メンズウェア（6店舗）							310	650	420		700	1000							2040	2990							460	580			130	310			

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ ブランド詳細	靴下・ タイツ		ランジェ リー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャ ツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケッ ト		ブレザー		スーツ		ダパニ ツ		バミュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショール パンツ			
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格				
Flor		Alameda Lorena, 1974 marketing@flor.net (11) 2659-4457	www.flor.net	レディースウェア（国内6店舗）							100	170			260	400	290	400	260	1390	260	450	460		480												190	480			230	360
Foch		Alameda Franca, 1546 Jardins sac@superexclusivo.com.br (11) 2797-5316	www.foch.com.br	メンズウェア、アンダーウェア、ビーチウェア			29	45			49	98					119																							98		
Folic		atendimento@folic.com.br	www.folic.com.br	レディースカジュアルウェアブランド。1985年に設立され国内店舗数53。																																						
Forum		Rua Oscar Freire, 916 Jardins	http://forum.com.br	レディース、メンズウェア。AMCグループ傘下のブランド（国内48店舗）。	12	14	49	139	180	230	100	160	100	220	329		299		420	950																					260	
Fredy		(11) 2694-1133 (Mrs. Juliana/Terezinha) compras@lojasfredy.com.br	www.lojasfredy.com.br/ www.lojasfredy.com.br/lojas.asp	人気の大型アパレル店（メンズ、レディース、キッズウェアを販売）	2	9	15	55					29	79	35	80	40	77					56	89																		
Garniere		Rua Augusta, 2549 ganiere@ganiere.com.br (11) 3082-6781	www.ganiere.com.br	テーラー工房																																						

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダッパンツ		バミュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショートパンツ	
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格		
Iodice		Rua Oscar Freire, 940 Cerqueira César produto@iodice.com.br	http://www.iodice.com.br/iodice.html	レディースウェア (サンパウロに3店舗)							105	235			210	455	165	520	590	1890	135	745	570	1055							205		200	325	150	480			135	455
Isabela Capeto		Rua da Consolação, 3358 isabelacapeto@isabelacapeto.com.br (21) 2537-3331	http://www.isabelacapeto.com.br	サンパウロファッションウィークに参加しているレディースウェアブランド (2店舗)										400					445	2100																				
Lacoste		Rua Oscar Freire, 1107 Jardim Paulista	http://www.lacoste.com.br/br/pt/main.html	メンズカジュアルウェア (40店舗)							130		150		320			385													335			490						
Le Lis Blanc		Rua Oscar Freire, 1119	www.lelisblanc.com.br	レディースウェア、アクセサリー (54店舗)			80	100							200	400	180	460	160	690	140	900	1990		500	650							200	280	200	460			180	240
Levi's		0800 891 28 55	http://www.levi.com.br	ジーンズウェア							150				80		110															350								
Lillaka		Alameda Lorena, 1591 (11) 3842-3843	www.lillaka.com.br	レディースウェア (サンパウロに4店舗)											280		250	400				290													160	245				

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダパニュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショートパンツ		
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	
M.Officer		Rua Oscar Freire, 944 Jardins	http://www.mofficer.com.br/home/	カジュアルなレディース、メンズウェアとジーンズウェア								66	120	120						200	300			300	380						99	199	240						
Maale		Rua Melo Alves, 555 (11) 3034-4542 / (11) 3814-1375	www.maale.com.br	レディースウェア (1店舗)																																			
Madame X		Rua Dr. Melo Alves, 295	www.madamexconfeccoes.com.br	レディースウェア (1店舗)																																			
Mara Mac		Rua Oscar Freire, 1141	http://www.maramac.com.br	SPFWに参加しているレディースウェアブランド (11店舗)											340	400	360	545	545	1500	320	630	330	850	980								200	530			360	400	
Marc Jacobs		Rua Haddock Lobo, 1594 Jardins (11) 3897-2699	http://www.marcjacobs.com/#/en-us/topnav/findastore	レディースウェア、メンズウェア							275				630	660	700						1020	3390					540		700	760							
Marcella Sant'Anna		Rua Oscar Freire, 136	www.marcellasantanna.com.br	ニット製品ブランド													300	510	600	1200				1000									250	400			180		

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ ブランド詳細	靴下・ タイツ		ランジェ リー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャ ツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダミアン ツ		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショーツ パンツ		
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格			
Marcia Mello		Alameda Lorena, 1626	www.marciamello.com.br	レディースウェア（11店舗）							168				170						160																		
Maria Bonita Extra		Rua Oscar Freire, 705 comercial@mariaabonitaextra.com.br / marketing@mariaabonita.com.br	www.mariabonitaextra.com.br	レディースウェア（国内24店舗）米国および日本にも出店している							147															360	715												
Maria Garcia		Rua Oscar Freire, 1105 (11) 3393-3581 / (11) 3393-3582 / (11) 3393-3583	www.mariagarcia.com.br	レディースウェア（サンパウロに2店舗）。Huis Closブランドと同じグループ会社へ属する。						240	345				500		375		600	2200	610		715																
Mario Queiroz		Alameda Franca, 1166 Jardim Paulista (11) 3063-5787 / (11) 3062-3982	www.marioqueiroz.com.br	サンパウロファッションウィークに参加しているメンズウェア（サンパウロに1店舗）							170	210	220	240	220	300	260	370											280		250								
Marisa			http://www.marisa.com.br/	ブラジル最大規模の店舗網を誇るレディースウェア、ランジェリー、アクセサリーの店舗チェーン（店舗数は約300）	5	8	10	35	25	50	20	30	20	40	40	60	50	80	40	90	25	90								20	60	50	90	20	40	20	60	30	60

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダパニュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショーツ	
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格
Monne		Rua Dr. Melo Alves, 357 (11) 3081-0864	www.monne.com.br	子供服（サンパウロに1店舗）Moda infantil / 1 loja em São Paulo																																		
Nike		Rua Oscar Freire, 969 Jardins	http://www.nike.com/nikeos/pt_BR/	スポーツウェア	23	25					45	190																								80	150	
NK Store		Rua Sarandi, 34 Jardins	http://www.nkstore.com.br	1997年創業。自社ブランド「NK」に加えて、他の海外ブランドも扱う																						1690												
Onbongo		http://www.onbosurf.com.br/2010/contato/	http://www.onbosurf.com.br	サーフウェア			25	28			50	170	100																									
One Up		Rua Dr. Melo Alves, 541 oneup@oneupfashion.com.br	www.oneupfashion.com.br	レディースウェア（10店舗）																																		
Opera Rock		Rua Oscar Freire, 992 Jardins	http://www.operarock.com.br/oi_2010/index.html	若者向けレディースウェア およびメンズウェア（20店舗）																																		

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダッパンツ		バミュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショートパンツ			
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格				
Planet Girls		Rua Oscar Freire, 1148	www.planetgirls.com.br	若者向け人気レディースウェアブランド (71 店舗)							15	39								55	180			70	170							80	200									
Pop Up Store		Rua Oscar Freire, 512 comercial@popstore.com.br / marketing@popstore.com.br	www.popupstore.com.br	ファッション性と大衆性のコンセプトを組み合わせたレディースウェア (サンパウロに 2 店舗)						100	170			190	250					180	300			180	350	325	1000	290	500							135	280	160	110	300		
Puc		Alameda Lorena, 2599 0800-473113	www.puc.com.br	キッズウェア (65 店舗)					90	30		80		75	95	95	105	75											85	105				35	105							
Pucket		Alameda Lorena, 1575 (11) 3062-4897	http://www.pucket.com.br	靴下、パジャマ、ランジェリー (84 店舗)	20	29	21	65	91	98																																
Quatsi		Alameda Lorena, 1570	www.quatsi.com.br	レディースウェア (サンパウロに 8 店舗)																160																						
Reebok		Rua Oscar Freire, 841	www.reebok.com	スポーツウェア						60						100																										

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ ブランド詳細	靴下・	タイツ	ランジェリー	パジャマ	トシャツ	ポロシャツ	シャツ	パンツ	ドレス	スカート	ジャケット	ブレザー	スーツ	ダパンツ	バミュー	ジーンズ	ブラウス	ビキニ	ショーツ										
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格							
Sacada		Rua Oscar Freire, 720	http://www.sacada.com/verao2012/	レディースウェア (サンパウロに 13 店舗)																													
Santa Ephigenia		Rua Dias Ferreira, 417 sl 405 . Leblon Rio de Janeiro . RJ . Brasil tel 21 2540 5198	http://www.staephiphenia.com.br/	レディースウェア/テーラー工房																													
Sergio K		Rua Oscar Freire, 964 Jardim Paulista	www.sergiok.com.br	カジュアルメンズウェア (11 店舗)	14				120	140	200	300	280	300						198	260		160										
Shoulder		Rua Oscar Freire, 819 (11) 3366-0040	www.shoulder.com.br	レディースウェア (32 店舗)								180	300	240	330	260	500	180	400		300	360		200	300	200	290	160	350		170	300	
Siberian		Rua Oscar Freire, 835 Jardim Paulista	www.siberian.com.br	メンズウェアおよびレディースウェア (71 店舗)						56	89									100	150		160						160				
Someday		(48) 3344-2105	http://www.someday.com.br/	レディースウェア (10 店舗)																													

ブランド	多国籍企業	店舗所在地	ウェブサイト	取扱製品・ブランド詳細	靴下・タイツ		ランジェリー		パジャマ		Tシャツ		ポロシャツ		シャツ		パンツ		ドレス		スカート		ジャケット		ブレザー		スーツ		ダッパンツ		バミュー		ジーンズ		ブラウス		ビキニ		ショーツ・パンツ	
					最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格	最低価格	最高価格		
Sommer		Rua Augusta, 2619 Jardins	http://www.sommerland.com.br/	若者向けカジュアル、ジーンズウェア。AMCグループの傘下。											160			165	260															220		110	120			70
Speedo		Rua Augusta, 2521	www.speedo.com.br	インポートスポーツウェア																																				
Spezzato		Rua Bela Cintra, 2151	www.spezzato.com.br	レディースウェア、ニット製品を展開。テーラー工房を兼ねる（10店舗）						90	200																								120	300				
Stroke		Alameda Lorena, 2066	www.stroke.com.br	レディースウェア（55店舗）																																				
Suely Caliman		Rua Bela Cintra, 1833 (11) 3060 8236 / (11) 2372 6162	www.suelycaliman.com.br	レディースウェア（サンパウロに1店舗）														190	590																					
Taco		(21)2585-8644 (Mr.Andre / Mrs.Monica - secretary) monica@taco.com.br	www.taco.com.br	国内 145 店舗（フランチャイズ）を展開。メンズウェア、レディースウェア、靴、アクセサリ、カジュアルウェアを取り扱う。								35	40	100	120								180	250											50	80				

7. 主要協会・ファッション関連機関

表 24 - ブラジルの主要な繊維およびファッション産業関連団体・協会

協会/企業名	連絡先	活動・事業内容	ウェブサイト
ABEPEM	Revista ModaPalavra modapalavra@gmail.com Editora Profa. Dra. Mara Rúbia Sant'Anna	ファッション専門学校やファッション専門家に向けて、新たな方向性を評価し提案するフォーラムを主催。同フォーラムでは、参加者が共同で、スタイリストという職業に求められる基準や、デザインの現場とつながりの深い業務について検討し、その本質や問題点を徹底して明確にすることを目指している。	www.ceart.udesc.br
ABEST	Rua Sabará, 566 - cj. 141/143 CEP 01239-010 São Paulo - SP - Brasil +55 11 3256-1655 +55 11 3255-9053 abest@abest.com.br	ブラジルファッションデザイナー協会は、ブラジルから発信されるデザインやファッションの振興およびその影響力拡大を目指し、2003年に設立された。同協会の主な目的は、国際舞台における同国のブランド展開を促し、個々のブランドが信頼性や独創性を確立できるようサポートを行うことにある。	www.abest.com.br
ABIT	Rua Marquês de Itu, 968 - Vila Buarque CEP 01223-000 - São Paulo Telefone: (11) 3823.6100 Fax: (11) 3823.6122 E-mail: abit@abit.org.br	ブラジル繊維アパレル産業協会は、1957年に設立された、同国経済界有数の影響力を持つ団体のひとつである。同協会には、生産に携わるあらゆる規模の企業が全国から加入しており、加入企業の総従業員数は170万人超、年間総売上額は合計470億米ドルにのぼる。	www.abit.org.br
ABRAFAS	Rua Marquês de Itú, 968 - Vila Buarque - São Paulo - SP Tel: (55 11) - 3823-6161 Fax: (55 11) - 3825-0865 E-mail: abrafas@abrafas.org.br	ブラジル化繊協会は、1968年11月7日に加工繊維製造企業の代表団体として創設された非営利団体であり、現在は化学合成繊維の製造、加工処理、マーケティングに携わる企業が加入し、活動を行っている。同国における化学合成繊維生産のほぼすべては、同協会加入企業が担っている。	www.abrafas.org.br
ABRAVEST	Av. Indianópolis, 2855 - Planalto Paulista São Paulo-SP - CEP : 04063-005 Fone: (11) 2901-4333 / 2909-9420 Contato: contato@abравest.org.br	ブラジリアパレル協会は、国内外での衣料品製造企業の利益保護を目的とする代表的団体である。サンパウロ市を拠点として1982年に活動を開始。全国で約22,112社におよぶ企業を対象とした、衣料品製造産業の約63の地方経営者連盟が結集し、協会の掲げる基本戦略をもとに活動を行っている。	www.abравest.org.br
ABTT	presidente@abtt.org.br Secretaria - abtt@abtt.org.br Secretaria Geral - secretaria@abtt.org.br	Associação Brasileira de Técnicos Têxteis は、会員企業および国内外の企業間における技能や知識の交流を奨励している。	www.abtt.org.br/
AFIPOL	Av. Paulista, 2.439, 8º andar CEP 01311-936 - São Paulo - SP Tels. (11) 3253-7232, 3251-2707 Fax. (11) 3251-2886	AFIPOL は、可能な限り多くの活動や情報を会員に提供し、再教育や知識向上の促進を図っている。会員には変更点が定期的に通知されるほか、市場統計も提供される。	www.afipol.org.br

協会/企業名	連絡先	活動・事業内容	ウェブサイト
ASSINTECAL	Rua Júlio de Castilhos, nº 526, Bairro Centro - Novo Hamburgo / RS - CEP 93510-130 Tel (51) 3584-5200	革製品、靴・履物、工芸品用部品製造企業協会は、靴・履物の構成部品産業の改革を行う団体として機能するよう組織化・体系化された非営利団体である。同協会は、生産系統を結集することで競争力、そして会員企業の技術革新・成長を追求する意欲を高めることを主な目的とし、同産業全体の発展に寄与している。	www.assintecal.org.br
BNDES	Avenida República do Chile, 100 - Rio de Janeiro - RJ - Brasil Tel: 21 2172-7447	ブラジル国立経済社会開発銀行（BNDES）は、同国発展のために重要な資金調達機関である。1952年の創設以来、同国の産業およびインフラの拡張を促進する上で、基礎となる重要な役割を果たしている。	www.bndes.gov.br
DESIGN BRASIL	www.designbrasil.org.br/contato	DesignBrasil ポータルサイトは、開発商工省（MDIC）の政策のひとつであり、ブラジル・プログラム・デザイン（PBD）が SENAI やブラジル中小企業支援機構（SEBRAE）とともに運営し、ポータルサイトのコーディネータはパラナ・デザイン・センターが担当している。全国のデザイン分野における様々な活動を統合・結集し、その連携を保つよう推進している。	www.designbrasil.org.br
IBMODA	Capote Valente, 432 / Sala 126 Fone: (11)2528.8996 informa@ibmoda.com.br	IBModa の活動は3つの基本方針、すなわち、リサーチ、コンサルティング、および指導がベースとなっている。同方針では、より広い視点でファッションを扱い、衣服だけでなく、デザイン、行動、マーケティングの関連性にも焦点を当て、同機関の発展と活動の遂行を促している。	www.ibmoda.com.br
IEMI	Av. Nove de Julho, 4865 - Pinheiros São Paulo, 01407-200	織物や靴・履物、家具に特化した市場に関する知識や情報を提供。常に情報を用いたソリューションに力を注ぎ、企業を支援。	www.iemi.com.br
SEBRAE	Av. Adolfo P inheiro, 712 Capital - Sul Santo Amaro Tel. (11) 5522-0500	ブラジル中小企業支援機構（SEBRAE）は、非営利団体として1972年に創立され、零細および小規模企業の競争力や持続可能な成長の促進を目的としている。	www.sebrae.com.br
SINDITEXTIL SP	R. Marquês de Itu, 968 - São Paulo/SP Tel: (11) 3823.6100 Fax: (11) 3823.6122	Sinditêxtil-SP は、サンパウロ州における綿花栽培、合成原料、織物用繊維、紡糸に始まり、紡織、染色、捺染に至るまでの織物の生産チェーンの代表として、その取りまとめおよび強化を図ることを主な目的としている。	www.sinditextilsp.org.br

（出所：2011年 Nova Investe 作成）

8. 販売ルート

1) シーズン別製品展開

アパレル産業における製品製造量はシーズンによって非常に異なる。総製造量に占める割合は、春/夏シーズン向けの衣服が約 70%であるのに対し、秋/冬シーズン向け衣服はわずか 30%となっている。

シーズン	シェア
春 / 夏	70%
秋 / 冬	30%

ブラジルは、国土の大部分が熱帯気候地域であり（国土の 92%）、また国土の 7%にあたる南部地方は、より詳細な分類によると亜熱帯気候地域に属すとされ、雪が降ることはまれである。

大型百貨店では、シーズンごとに展開するアパレル製品に関して、通常各シーズンが始まる半年前に商談を開始し、3~4 カ月前から製造を開始する。こうしたスケジュールに沿った製品展開を行う典型例が水着などのビーチウェアである。

例えば、Carrefour で販売するアパレル製品には、以下のような「シーズン商品」、「定番商品」などがある。

- シーズン商品..... 37.96%
（ベビー服、キッズウェア、レディースウェアおよびメンズウェアなど）
- 定番商品..... 28.86%（育児用品、下着類など）
- 家庭用繊維製品..... 20.33%
- 靴..... 12.85%

各アパレルカテゴリーのうち、シーズン展開される製品の割合は以下のとおりである。

- ベビー服..... 2.05%
- キッズウェア..... 5.91%
- レディースウェア..... 11.6%
- メンズウェア..... 18.4%

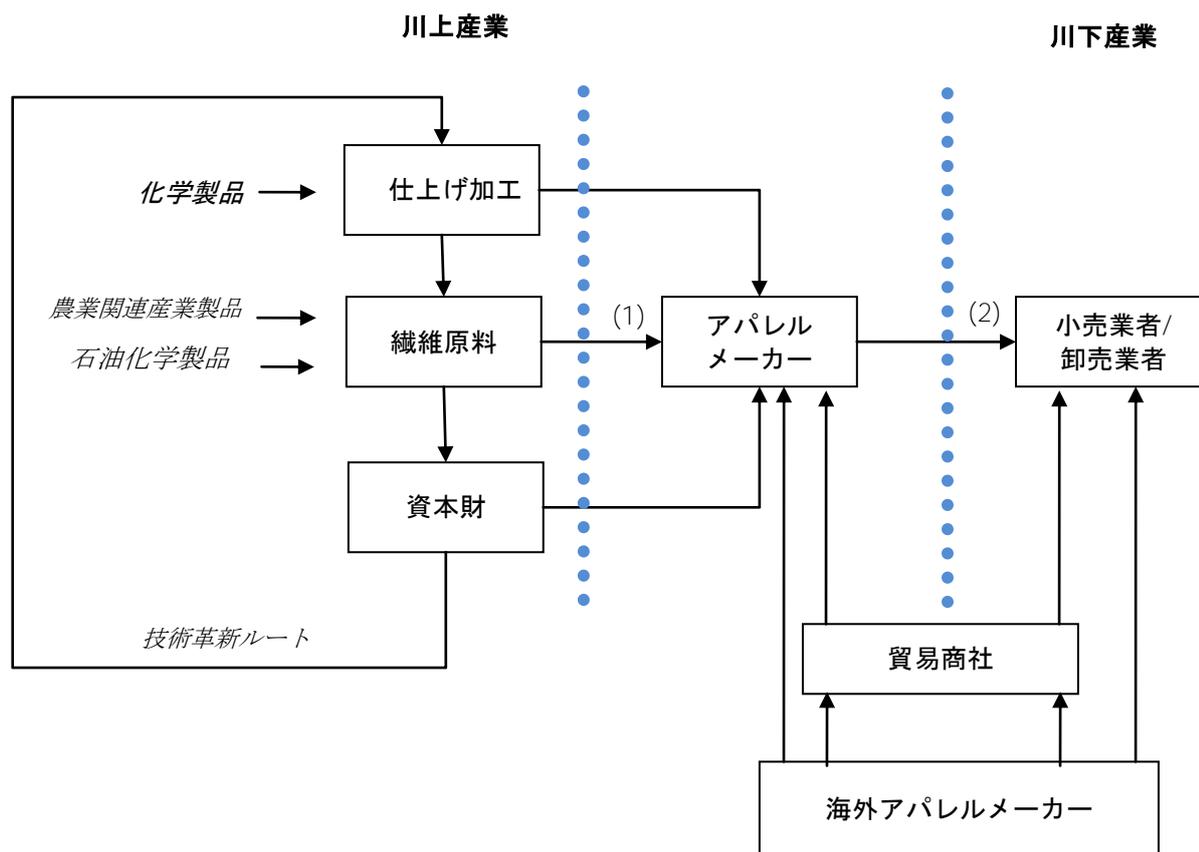
レディースウェアのカテゴリーで、シーズン展開される製品の 66.2%が水着などのビーチウェアである（以下内訳）。

- ビキニ..... 49.09%
- 水着..... 14.58%
- 定番スタイルの水着..... 2.57%
- サロン（腰布）..... 22.31%
- スポーツウェア類..... 11.03%
- ビーチハット..... 0.42%

2) 繊維アパレル製品の生産チェーン

ブラジル国内の繊維アパレル製品の生産チェーンは、そのプロセスに沿って以下のようなフローチャートで表すことができる（製品の最終到達先となるのは小売・卸売業者）。繊維部門とアパレル部門間の相互依存性は非常に強く、コスト構造の中では繊維原料コストが最も重要な構成要素となっている。

製品フローチャート



（出所：2009年 ABIT 調査および 2006年 IPT レポートに基づき Nova Investe が作成）

矢印 (1) および (2) はそれぞれ、繊維産業とアパレルメーカー、そしてアパレルメーカーと小売・卸売業者の間の製品供給ルートを示している。

市場から得られた情報によると、双方のルートにおける「販売代理店」または「販売担当者」はそれぞれ以下のように特定される。

- a) 繊維産業・アパレルメーカー間： 後者は小規模アパレルメーカーおよび/または遠隔地を拠点とする業者。いずれの場合にも取引額は非常に限られている。ここで言う「販売代理店」または「販売担当者」は、同時に服飾品、ボタンや縫糸といった裁縫用品の販売も行う。
- b) アパレルメーカー・小売業者/卸売業者間： このルートにおける「販売代理店」、「販売担当者」は小規模小売業者の需要に対応している。卸売業者および/または中規模/大規模

小売業者については、アパレルメーカーと顧客を直接結ぶ「マルチブランド」ルートと呼ばれる直接販路が存在しており、この場合には販売代理店・担当者は介在しない。

いずれのケースにおいても、「販売代理店」および「販売担当者」の規模は小さく（多くがワンマン会社）、小規模な販路に対応しており、ブラジルでは一般的に「representante comercial（商業上の代表）」と呼ばれている。

輸入に関しては、小売業者が貿易商社と取引を行うのに対し、卸売業者は直接アパレル製品を輸入するルートを有する。アパレルメーカーは、繊維製品やアパレル既製品などを海外メーカーから直接輸入する場合もあれば、特に服飾品や小間物については「貿易商社」を通じて輸入を行う場合もある。

下記の表 25 は、使用原料および製造製品の種類により分類された主要なアパレル業者を示したものである。

9. 主要アパレルメーカー（使用素材 / 主要製品）

表 25 - 主要アパレルメーカー

会社名	所在地	最高経営責任者	ウェブサイト	生産設備	従業員数	創立案	輸出の有無	使用素材						主要製品													
								生地	ニット	繊維	綿	合成繊維	その他	ウエア	カジュアル	ビジネス	フオーマル／ ウエア	ジーンズ	ウエア	スポーツ	ビーチウエア	下着類	ベビー服	キッズウエア	ユニフォーム	冬服	
Alzido Dinnebier & Cia Ltda.	Nova Petrópolis - RS	Sandra Regina Aren Delio	www.intuicao.com.br	1	140	1968	-																				
AMC Têxtil Ltda	Itajaí - SC	Alexandre Menegotti	www.colcci.com	3	1429	1986																					
Andriello S/A Ind. e Com.	São Paulo - SP	Francesco Andriello Neto	www.andriello.com.br	3	900	1962																					
Apa Confeções S/A	Teresópolis - RJ	Luiz Roberto Apa	www.apaconfeccoes.com.br	2	1200	1968	-																				
Brandili Têxtil Ltda.	Apiúna - SC	Lili Elza Bernard Brandes	www.brandili.com.br	3	1400	1964																					
Be Eight Ind. e Com. de Roupas Ltda.	Cianorte - PR	Admir Nabam	www.beeight.com.br	5	726	1998	-																				
Brendler Confeções Ltda.	Erechim - RS	Elói Brendler	www.brendler.com.br	2	733	1989																					
Bundy's Ind. e Com. de Conf. Ltda.	Fortaleza - CE	Samuel Feitosa de Oliveira	www.bundyslinterie.com.br	1	80	2004																					
Botucatu Textil S/A	Botucatu - SP	Roberto Faconti	www.staroup.com.br	1	700	1955	-																				
Cativa Têxtil Ind. e Com. Ltda.	Pomerode - SC	Gilmar Rogério Sprung	www.cativa.com.br	6	1600	1988																					
Cambuci S/A	São Paulo - SP	Roberto Estefano	www.penalty.com	3	2500	1945																					
Celbi Ind. e Com. de Roupas S/A	Rio de Janeiro - RJ	Fernando Celso Laranjeira	www.celbi.ind.br	1	207	1973	-																				
Cherne Ind. do Vestuário S/A	Colatina - ES	Darcy Andrade Silva	www.cherne.com.br	1	180	1974	-																				
Cia. do Jeans Ind. e Com. Lrda	Belo Horizonte - MG	Fernando Abras	www.vilejack.com.br	1	300	1999	-																				
Cia. Hering S/A	Blumenau - SC	Fábio Hering	www.ciahering.com.br	10	6107	1880																					

会社名	所在地	最高経営責任者	ウェブサイト	生産設備	従業員数	創立年	輸出の有無	使用素材						主要製品											
								生地	ニット	繊維	綿	合成繊維	その他	ウエア	カジュアル	ビジネス	フオーマル	ウエア	ジーンズ	スポーツ	ビーチウエア	下着類	ベビー服	キッズウエア	ユニフォーム
Demillus S/A Ind. Com.	Rio de Janeiro - RJ	Abdala Chafic Haddad	www.demillus.com.br	2	4483	1959																			
DM Têxtil Ind. e Com. Ltda.	Fortaleza - CE	Felipe Augusto Vasconcelos	www.dmetal.com.br	2	550	1987	-																		
DR. Lingerie Ind. e Com. S/A	Maracanaú - CE	Daniel Lauriano de Souza	www.delrio.com.br	1	1000	1969	-																		
Drastosa S/A Ind. Têxtil	São Paulo - SP	Siegfried Israel Radomysler	www.drastosa.com.br	1	1023	1959	-																		
Dudalina S/A	São Paulo - SP	Sônia Regina Hess de Souza	www.dudalina.com.br	3	1229	1957																			
D'Viller Ind. e Com. Ltda.	Belo Horizonte - MG	Anfonso Geraldo Gomes	www.dviller.com.br	1	280	1985	-																		
Eduforme Ind. e Com. de Uniformes Ltda.	Maringá - PR	Eduardo Carvalho Negri	www.eduforme.com.br	1	190	1988	-																		
Elían Têxtil Ltda.	Jaraguá do Sul - SC	Francisco Caviguioli	www.elian.com.br	2	754	1990																			
Ellus do Brasil Ind. e Com. Ltda.	São Paulo - SP	Nelson Alvarenga Filho	www.ellus.com.br	1	400	1972																			
Erminia Maria Latreille & Cia Ltda.	Dois Vizinhos - PR	Carlos Latreille	www.latrille.com.br	3	532	1982	-																		
Esplanada Conf. do Nordeste S/A	Fortaleza - CE	José Otoch	www.esplanord.com.br	1	280	1976	-																		
Estação Ind. Com. Imp. Exp. Brind. Ltda.	Apucarana - PR	Jayme Leonel	www.italiamilano.com.br	1	209	1996																			
Excitant Ind. e Com. de Conf. Ltda.	Anápolis - GO	José Vieira Gomide Júnior	www.babioli.com.br	2	230	1986	-																		
Fakini Têxtil Ltda.	Pomerode - SC	Moacir Luiz Fachini	www.fakini.com.br	2	600	1994																			
Fateixa Confecções Ltda.	Fortaleza - CE	Eliana Medeiros	www.feitico.com.br	2	110	1989	-																		
Fé Modas Ind. e Com. Ltda.	São Paulo - SP	Stefanos Anastasiadis	www.controvento.com.br	1	80	1967	-																		
Filo S/A	São Paulo - SP	João Silva	www.triumph.com	1	990	1995																			

会社名	所在地	最高経営責任者	ウェブサイト	生産設備	従業員数	創立案	輸出の有無	使用素材						主要製品												
								生地	ニット	繊維	綿	合成繊維	その他	ウエア	カジュアル	ビジネス	フオーマル	ウエア	ジーンズ	スポーツ	ビーチウエア	下着類	ハベ服	キッズウエア	ユニフォーム	冬服
Kyly Ind. Têxtil Ltda.	Pomerode - SC	Salézio José Martins	www.kyly.com.br	3	1038	1985																				
Le Mark Ind. Confecções Ltda.	São Paulo - SP	Heitor Alves Filho	www.lemark.com.br	2	310	1976																				
Lepel Nordeste Confecções Ltda.	Pacatuba - CE	Herbert da Costa Velho	www.diuncorpo.com.br	1	400	1985																				
LMG Roupas Ltda.	Jaraguá do Sul - SC	Guilherme Weege	www.imgroupas.com.br	1	1050	1975																				
Loony Conf. Ltda.	São Paulo - SP	José Derio Costa dos Santos	www.loonyjeans.com.br	1	102	1977																				
LPH Ind. e Com. Ltda.	Vila Velha - ES	Lucas Izoton Vieira	www.cobradagua.com.br	1	215	1988																				
Luli Ind. e Com. de Confecções Ltda.	Blumenau - SC	Jair Cordeiro	www.lulimalhas.com.br	6	2000	1986																				
Lunender S/A	Guaramirim - SC	Antidio Aleixo Lunelli	www.lunender.com.br	1	1060	1983																				
Lupo S/A	Araraquara - SP	Liliana Aufiero	www.lupo.com.br	3	4244	1921																				
M Estela Braga de Carvalho	Fortaleza - CE	Estela Braga	www.amarelonet.com.br	1	120	1986																				
M.A. Falleiros e Cia Ltda.	Maringá - PR	Marcos Falleiros	www.ladoavesso.com.br	5	800	1987																				
M5 Ind. e Com. S/A	Osasco - SP	Carlos Miele	www.mofficer.com.br	1	1500	1984																				
Malharia Cristina Ltda.	Blumenau - SC	Pierre Sabbagh	www.cristina.com.br	2	550	1970																				
Malharia Farroupilha Ltda.	Farroupilha - RS	Valter Folle	www.malhariafarroupilha.com.br	1	110	1960																				
Malhas Keeper Ltda.	Juiz de Fora - MG	Lúcio Gabriel Rebouças	www.malhaskeeper.com.br	3	350	1959																				
Malwee Malhas Ltda.	Jaraguá do Sul - SC	Wandér Weege	www.malwee.com.br	4	7000	1968																				
Maria Odaci Freitas da Silva – ME	Fortaleza - CE	Macário Freitas	macarioslap@uol.com.br	2	150	1987																				

会社名	所在地	最高経営責任者	ウェブサイト	生産設備	従業員数	創立案	輸出の有無	使用素材						主要製品											
								生地	ニット	繊維	綿	合成繊維	その他	ウエア	カジュアル	ビジネス	フオーマルノ	ウエア	ジーンズ	スポーツ	ウエア	ビーチウエア	下着類	ハベীব服	キッズウエア
Marisol S/A	Jaraguá do Sul - SC	Giuliano Donini	www.marisol.com.br	4	4568	1964																			
Mash Ind. e Com. Ltda.	São Paulo - SP	Jaime Hara	www.mash.com.br	1	450	1962																			
Martini & Cia Ltda.	Caxias do Sul - RS	Carlos Pretto Martini	www.3eja.com.br	1	146	1965																			
Mazer 10 Minutos Ind. de Modas Ltda.	Tietê - SP	José Roberto Mazer	www.dezjeans.com.br	1	194	1979																			
MCS Têxtil Ltda.	Blumenau - SC	Rosana Sabbagh Dias do Nascimento	www.mcstextil.com.br	2	150	1998																			
Modelitos Confeções Ltda.	Belo Horizonte - MG	Evaldo Neves Thibau	www.alphorria.com.br	1	150	1985																			
New Work Com. e Participações Ltda.	Osasco - SP	Carlos Isaac	www.vilaromana.com.br	2	1554	1953																			
NCA Têxtil Ltda.	Guabiruba - SC	Valmor Carlos Mafferzzolli	www.ncamalhas.com.br	1	110	1999																			
Nicola Colella & Cia Ind. de Roupas Ltda.	São Paulo - SP	Wilson Ricci	www.colella.com.br	1	500	1960																			
Nóbile Caramel Júnior - EPP	Jacutinga - MG	Nóbile Caramel Júnior	www.malharianacional.com.br	1	100	1988																			
Noruega Ind. e Com. de Malhas Ltda.	Osasco - SP	Jakow Lejb Zatyрко	www.noruega.com.br	1	150	1956																			
Nutrisport Ind. e Com. Vestuário Ltda.	São Paulo - SP	Sidnei Knobloch	www.nutrifashion.com.br	1	260	1950																			
Pacífico Sul Ind. Têxtil e Conf. Ltda.	Blumenau - SC	Célio Martins	www.pacificosul.com.br	1	350	1989																			
Passy Manufatura de Roupas Ltda.	Itapeví - SP	Maurice Zelazny / Marianne Zelazny	www.ciademoda.com.br	1	138	1966																			
Paty Moda Íntima Ltda.	Fortaleza - CE	José Socorro Lopes	www.patymodaintima.com.br	1	200	1992																			
Phael Conf. de Auriflama Ltda.	Auriflama - SP	José Jacinto Alves	www.phael.com.br	1	650	1990																			

会社名	所在地	最高経営責任者	ウェブサイト	生産設備	従業員数	創立年	輸出の有無	使用素材						主要製品										
								生地	ニット	繊維	綿	合成繊維	その他	ウエア	カジュアル	ビジネス	フオーマル／ ウエア	ジーンズ	ウエア	スポーツ	ビーチウエア	下着類	レジャー服	キッズウエア
Vulcabrás do Nordeste S/A	Horizonte - CE	Milton Cardoso dos Santos Filho	www.vulcabras.com.br	5	55000	1952	■		■								■							
WJ Ind. de Confeções Ltda.	Campinas - SP	Vilson Cassia Jr.	www.wjcamisaria.com.br	1	185	1957		■	■					■										
Yellow Bug Confeções Ltda.	Mirasol - SP	Amilton Barreiros	www.yellowbug.com.br	1	260	2000	■	■	■				■				■							
YKZ Confeções Ltda.	São Paulo - SP	Roberto M. Yokomizo	www.ykz.com.br	2	87	1989	■				■	■	■								■	■		

(出所 : ABIT 資料 - 2011 年 Nova Investe 作成図)

10. 店舗経営

1) アパレルショップ開店の準備

海外の企業がブラジルでアパレルショップを開店（新企業を設立）するにあたっては、以下の方法が選択可能となる。

- ケース 1：「当該海外企業」と「ブラジル人市民（個人）」との間で共同経営契約（Partnership）を結ぶ。こうして設立される新企業の名称は、その企業形態によって（当該海外企業名）Ltda（有限会社）または（当該海外企業名）S/A（株式会社）となる。
- ケース 2：「当該海外企業」と「外国人市民（「当該海外企業から派遣されるディレクターまたは社員）」との間で共同経営契約を結ぶ。ケース 1 と同様に、新企業の名称は（当該海外企業名）Ltda または（当該海外企業名）S/A となる。

両ケースの違い

- ケース 1：新企業の共同経営者として「ブラジル人市民」との契約が必要となる。株式保有の割合に制限はなく、例えば新企業の株式のうち「当該海外企業」の保有率が 99.99%、ブラジル側共同経営者の保有率が 0.01%という図式も成り立つ。問題となるのは、本ケースでパートナーシップを組む「ブラジル人市民」は、単なる従業員ではなく「共同経営者」であるという事実であり、新企業設立には、必要な申請書類がすべて提出されたのち 2～3 カ月を要する可能性がある。
- ケース 2：新企業は「当該海外企業」が完全所有する形で、同海外企業のディレクターまたは従業員の一人がブラジルに赴任して統括を行うが、企業「代理人（procurator）」または「弁護士（attorney）」については「ブラジル人市民」から選出しなくてはならない。この方式の利点は、企業内「弁護士」は「共同経営者」ではないため、同弁護士への「委任状」は随時容易に破棄が可能な点にある。本ケースにおいても、新企業設立には、必要な申請書類がすべて提出されたのち 2～3 カ月を要する可能性がある。

上記 2 ケースはいずれも、商事会社設立に適した方法を示した例であり、特に輸入業の立ち上げに適している。

必要書類の作成・提出

- まず、ブラジル国内で新店舗開店（新企業設立）を行う住所（会社所在地）を取得する必要がある。
- 同時に、以下詳細の報告書類が必要である。
 - ケース 1：ブラジル国内での共同経営者および海外共同経営者の詳細情報
 - ケース 2：企業内弁護士および海外共同経営者の詳細情報、同弁護士の委任状
- また、CNPJ 番号（国税庁に登録する企業の納税者番号）を取得する必要がある。取得にあたっては、例えば「米国 XXX 社」は、同社がブラジル国内で投資を行う意思を書面で表示する、などの方法が取られる。このため該当書類に、正確に翻訳された会社定款を添

付して、国税庁およびブラジル中央銀行に提出し、申請を行う。申請は、提出後約 15 日で受理される。

d) 上記書類作成後の手続きは、ブラジルで通常会社を新たに設立する場合と同様であり、以下に示す各機関に申請を行う必要がある（所要期間は合計 2～3 カ月）。

- ・ Jucesp （サンパウロ州商業登記所）
- ・ Receita Federal （連邦国税庁）
- ・ Receita Estadual （州財務局）
- ・ Prefeitura (alvara) （市財務当局等）
- ・ INSS （国家社会保障院）
- ・ Ministerio do Trabalho （労働省）

e) この時点で、申請された新企業は正式に活動が認められるが、注意すべきなのは、同企業が製品の「輸入」を行う場合、商工開発省（MDIC）に対し、RADAR と呼ばれる別の申請を行う必要があるという点である（輸入する製品、価格、数量、およびその他条件によるので確認が必要）。d) のケース同様、申請受理に要する期間は 2～3 カ月である。RADAR が受理される前に製品を輸入する必要がある場合には、下請貿易商社が代わりに輸入業務を行う事ができる。

2) 店舗・販売代理店間の契約書モデル

以下は、店舗オーナーおよび指定販売代理店が合意する全標準条項を記した契約書のモデルである。（ポルトガル語版および同日本語仮訳）

<ポルトガル語版>

CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

Pelo presente instrumento particular de contrato de representação comercial que entre si representante comercial, brasileiro, casado, CPF nº com domicílio em, na rua nº Estado, matriculado no INSS sob nºPortador da Cédula de Identidade RG nº expedida pelo Conselho Regional dos Representantes Comercias do Estado do doravante denominado simplesmente de REPRESENTANTE e de outro lado, a empresa, sociedade comercial com sede na cidade de, na, nº Estado neste ato representada por seu sócio gerente inscrita no CNPJ - sob nº aqui denominada simplesmente de REPRESENTADA, resolvem regular suas relações de representação comercial segundo as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA

A REPRESENTADA confere ao REPRESENTANTE a representação comercial dos artigos de sua produção, de modo a permitir-lhe que promova a venda nas condições estipuladas no presente contrato. Os produtos representados serão os seguintes:

.....

CLÁUSULA SEGUNDA

O presente contrato terá prazo indeterminado de duração.

CLÁUSULA TERCEIRA

O REPRESENTANTE desempenhará suas atividades de representação comercial promovendo a venda dos produtos da REPRESENTADA, na zona que lhe é atribuída, ou seja, em toda a extensão do território do Estado do.....zona essa que lhe é conferida com exclusividade, sendo defeso à REPRESENTADA nela negociar diretamente ou por interposta pessoa, bem como nomear outro ou mais representantes.

CLÁUSULA QUARTA

O REPRESENTANTE a título de retribuição receberá% de comissão calculada sobre o valor das vendas, realizadas por seu intermédio. O REPRESENTANTE haverá as comissões logo que os compradores efetuarem os respectivos pagamentos ou na medida em que o façam parceladamente. A REPRESENTADA manterá conta aberta, em nome do REPRESENTANTE, relativa ao movimento das comissões, obrigando-se a pagar, até o dia de cada mês, o saldo apurado no último dia do mês vencido.

CLÁUSULA QUINTA

As comissões também serão devidas no caso de pedidos cancelados ou recusados, pela REPRESENTADA, quando o cancelamento ou recusa não houver sido manifestado, por escrito, nos prazos de 15, 30, 60 ou 120 dias, conforme se trate de comprador domiciliado respectivamente na mesma praça, em outra do mesmo Estado, em outro Estado, ou no Estrangeiro.

CLÁUSULA SEXTA

Nenhuma retribuição será devida ao REPRESENTANTE, se a falta de pagamento resultar da insolvência do comprador, bem como se o negócio vier a ser por ele desfeito, ou for sustada a entrega da mercadoria por ser duvidosa a liquidação.

CLÁUSULA SÉTIMA

O REPRESENTANTE poderá exercer suas atividades para outra empresa, ou efetuar negócio em seu nome e por conta própria, desde que não se trate de atividade que resulte concorrência à REPRESENTADA.

CLÁUSULA OITAVA

O REPRESENTANTE fica obrigado a fornecer a REPRESENTADA, quando lhe for solicitado, informações sobre o andamento dos negócios a seu cargo, devendo dedicar-se à representada de modo a expandir os negócios da REPRESENTADA promovendo os seus produtos.

CLÁUSULA NONA

Salvo autorização expressa, não poderá o REPRESENTANTE conceder abatimentos, descontos ou dilações, nem agir em desacordo com as instruções da REPRESENTADA.

CLÁUSULA DÉCIMA

As despesas necessárias ao exercício normal da representação ora concedida, ligadas à locomoção, hospedagem, telegramas, porte mensal, selos, condução de mostruários, etc. correm por conta do REPRESENTANTE, e as que se referirem a frete de mercadorias devolvidas, fiscalização, propaganda, etc., serão de responsabilidade da REPRESENTADA, inclusive os impostos sobre elas incidentes.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA

O REPRESENTANTE se responsabiliza pela conservação e manutenção do mostruário que lhe é entregue pela REPRESENTADA, dela recebido conforme a nota fiscal nº

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA

A rescisão, sem motivo, do presente contrato pela REPRESENTADA, fora dos casos previstos no art. 35 da Lei nº 4.886, de 08.12.65, dará ao REPRESENTANTE o direito ao aviso prévio de 30 (trinta) dias e a uma indenização de 1/12 (um doze avos) do total das comissões auferidas durante o tempo em que foi

exercida a representação nos termos do art. 27, letra "j", da Lei nº 8.420, de 08.05.92, que deu nova redação à Lei nº 4.886/65.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA

A base de cálculo da indenização prevista na cláusula 13ª e no art. 27, letra "j" da Lei nº 4.886/65, será corrigida monetariamente com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor - INPC - IBGE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA

O fato de o REPRESENTANTE dever dedicar-se à representação com zelo e lealdade, de modo a expandir os negócios a seu cargo, de prestar colaboração excepcional a pedido da REPRESENTADA, com encargos ou atribuições diversos dos previstos neste contrato, não desclassifica a relação de representação comercial em relação ao emprego.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA

É facultado ao representante comercial sacar duplicata de prestação de serviços, para cobrança das comissões, observando-se as exigências da Lei nº 5.474/68, art. 20 e seguintes.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA

Os casos omissos serão regulados pelos preceitos da Lei nº 4.886, de 09.12.65, com a nova redação da Lei nº 8.420/92, pelo Código Comercial e pelos princípios gerais de Direito.

Fica eleito o foro do domicílio do REPRESENTANTE, de acordo com o artigo 30 da Lei nº 8.420, de 08.05.92, para discussão dos termos do presente contrato e cobrança dos valores dele derivados.

E, por estarem assim justos e contratados, REPRESENTADA e REPRESENTANTE, firmam o presente instrumento em 2 (duas) vias, de igual teor, perante as testemunhas que com elas subscrevem abaixo, para que produza todos os seus efeitos de direito.

....., de de 20.....

.....

(REPRESENTADA)

.....

(REPRESENTANTE)

以下は、上記契約書モデルの英語翻訳版を日本語に翻訳したものである。

商取引代理人契約

本商取引代理人契約は、ブラジル国籍の売買代理人〔名称〕（既婚、CPF 番号.....、.....州.....番地在住、INSS（社会保険院）登録番号.....、.....州 商取引代理人地方審議会発行 ID カード番号.....）（以下、「代理人」という）と、業務執行社員.....が代表を務める〔会社名称〕社（本社所在地：.....州.....市/町.....番地、CNPJ 番号.....）（以下、「被代理人」という）の間で締結され、以下に示す条件に従って、両者の取引関係について規定する。

第1条

「被代理人」は、「代理人」に対し、取扱製品に関する商業上の代理権を付与し、本契約に規定される条件下で当該製品の販売促進を行う権限を与える。当該製品とは、以下に規定するものを指す。

.....
.....

第2条

本契約は、無期限に有効とする。

第3条

「代理人」は、両当事者を代表し、指定地域における「被代理人」の商品の販売促進を行う。本指定地域とは.....州の全域を指し、代理人は本地域において独占的に販売促進活動に努める。「被代理人」は、「代理人」と直接または仲介者を通じて交渉し、単独の、または複数の「代理人」を指名する権利を有する。

第4条

「代理人」は、本指定地域における商品販売により生じた売上金額の.....%を販売手数料として受領する。本販売手数料について、「代理人」は、商品納入先が支払いを完了し次第、または分割払いの場合、本納入先が分割で支払いを行う期間内にこれを受領する。「被代理人」は、掛売買取引を基に「代理人」名義の当座預金口座を開設し、支払いが遅滞している月の最終日の段階で未払いとなっている金額を、毎月.....日までに支払うよう義務付けられる（。

第5条

本販売手数料は、「被代理人」による発注の取り消しまたは拒否があった場合においても、買主の所在地が、同じ市町村、同じ州の別の市町村、別の州、または海外のいずれであるかによって、それぞれ 15 日、30 日、60 日、または 120 日の期限内に発注取り消しまたは拒否が書面で明示されなかった場合は、その支払いが行われる。

第6条

買主の支払い不能による代金不払いが生じた場合、およびその不払いにより取引が成立しない、または商品が納入されず、解決が見込まれない場合、「代理人」にはいかなる補償金も支払われない。

第7条

「代理人」は、「被代理人」の業務と競合しない限り、別の会社のために業務を行い、また代理人自身が事業を展開することができる。

第8条

「代理人」は、要請がある場合は常に、「被代理人」に対して担当業務の進捗状況に関する情報を提供し、かつ当該商品の販売促進業務の拡大に専念しなくてはならない。

第9条

特に明示された許可がない限り、「代理人」は、払い戻しや割引を行うこと、または業務の遅滞を引き起こすことはできない。また、「被代理人」の指示に反する業務を行うことはできない。

第10条

本業務下で認められる通常の代理人業務遂行に必要な輸送、宿泊、電信、毎月の郵便、陳列展示等に関連する費用は「代理人」が負担する。返品運送、検査、広告等にかかる費用は、それらの税金を含め、「被代理人」が負担するものとする。

第11条

「代理人」は、「被代理人」が送付するサンプル品（送り状番号：.....）の維持管理を行う責任を負う。

第12条

「被代理人」が理由なく本契約を解除する場合、1965年8月12日制定の法令第4886第35条に規定される場合を除き、「代理人」に対し、30日前に通知を行わなくてはならず、また法令第4886-65改訂版である1992年8月5日制定の法令第8420の第27条jに従って、同代理人が本業務の代理権を行使した期間に得られた販売手数料の総額の12分の1を補償金として支払う。

第13条

法令第4886-65の第13条項および第27条jに規定される、補償金を算出する基準については、IBGE調査による全国消費者物価指数（INPC）の変動を基にした調整がなされる。

第14条

「代理人」は、本契約に基づく責任業務や付随行為として、自分の立場で業務を拡大するように、また「被代理人」の要請に応じて特別な協力する形で、代理業務を誠心誠意行わなければならない。そのことで「代理人」の商取引の代理権を剥奪されない。

第15条

「代理人」は、提供した業務の手数料請求のために、法令第5474-68第20条以下の規定に従って商業送り状を発行する。

第16条

両当事者間で訴訟が起きた場合、1965年9月12日制定の法令第4886の規定、および法令第8420-92、商法、および法の一般原則が適用される。

訴訟時には、1992年8月5日制定の法令第8420第30条に従って「代理人」の拠点地区の裁判所を選定し、本契約の条件について議論し、かつ本契約から導き出される当該損失等を補う同価値の回復を行う。

公正を期するため、「被代理人」および「代理人」の間で締結される本契約は、同じ内容の写しを2部作成し、以下に記名された両当事者がそれぞれに署名を行い、その効力を発するものとする。

20..年.....月.....日

.....
(被代理人)

.....
(代理人)

11. 展示会（産業見本市）に関する情報

1) 展示会の位置付け

ブラジル国内最大のファッション・イベントとされるのが「サンパウロ・ファッション・ウィーク」である。同イベントの規模はますます増大しており、アパレル産業部門の成長を物語っている。

同イベントの来場者は、初回から計算すると合計約 180 万人に及ぶ。1 年に 2 回開催され、発生する商取引額は 18 億ドル以上となり、1 回のイベントで直接的・間接的に 5,000 人以上の雇用を創出している。

米国 Global Language Monitor (GLM) が行った、世界のファッション都市ランキング調査において、サンパウロ市は 2011 年、前回に比べ 25 位アップの 8 位にランクされた。ブラジルのアパレル産業で非常に重要な影響力を持つもう一つの都市、リオデジャネイロは 18 位にランクされた。

ブラジルでは、見本市、パレード、および学術週間などを含め、50 を超えるファッション・イベントが開催されている。その内、報道だけでなく国内のあらゆる媒体を通じて現在クローズアップされているのが、サンパウロ・ファッション・ウィークおよびファッション・リオの 2 つのイベントである。

サンパウロ・ファッション・ウィークでは、数々の国内トップブランドが一堂に会し、コレクションを披露する。同イベントは幅の広い市場において一つの連結点、収束点として作用しており、ファッションが実際にブラジルの文化的かつ社会的発展の根幹をなす機能を果たす一助となっている。

同イベントは、ワールドカップ以降、ブラジルのメディア界が注目する最も重要なファッションショーとなっている。39 の多彩なブランドにスポットを当て、ラテン語で「魂」を意味する "Anima" をテーマに歓喜と熱狂を表現した第 29 回のショーでは、来場者が 10 万人を突破した。

2) 展示会（産業見本市）参加にあたっての重要ポイント

ブラジル中小企業支援機構 (SEBRAE) が指摘する、ブラジル展示会・見本市参加にあたっての重要ポイントを以下に示す。

展示会・見本市開催前

- 参加するショーを適切に選定する。重要性の低いイベント複数に参加するのではなく、各部門トップクラスのショーに参加するのがよい。
- プランニングを行う。
- ブースを予約する。
- 出展者マニュアルを注意深く読む。参加規則および詳細をすべてチェックする。
- 移動、宿泊が必要な場合、事前にホテルおよびチケットを予約する。
- 製造計画を立て、宣伝物の発送を手配する。
- 顧客および潜在顧客に招待状を送付する。

- スタッフのトレーニングを行う。来場者に十分なサービスを提供できるようディスプレイを工夫する。

展示会・見本市期間中

- 早めに現場に到着し、ブース展示作業、装飾、宣伝物をチェックする。
- ブース来場者の名刺、そして各顧客のニーズ詳細記録をファイルにとじる。
- 販促物はすべて、必要に応じて適宜配布できるよう十分な量を確保する。

展示会・見本市終了後

- ブースに来場した顧客すべての記録をまとめ、展示会後も引き続きサービス提供を行う。
- ブース来場に対する感謝の意を表す手紙またはEメールを送る。
- 見積もり作成およびサンプル送付のリクエストすべてに応える。

一例として、ブラジルにおける繊維・アパレル部門の主要な産業見本市に参加したことのあ
る専門家にインタビューを行った。FIT016 と呼ばれるキッズウェア・ベビー服の産業見本市で
出展者は 145 社、来場者は 15,000 人の見本市である。

本見本市では、展示ブースの最小サイズは 20 m²、スペースのみのレンタル価格は 4,000 レア
ルであった。

ブースは、その構成とレンタル費用によって以下の 5 タイプから選ぶ。

- 基本ブース - 比較的low価格（1 平方メートル当たり約 20 レアル）のパッケージブース。展
示スペースのレンタル料に含まれている場合もある。
- 標準ブース - 1 平方メートル当たり 250~350 レアルの標準ブース（すべてオクタノルム社
製）。
- 混合ブース - 1 平方メートル当たり 350~450 レアルのブース。
- 組立ブース - 使用素材によって、費用が 1 平方メートル当たり 450 レアルから 1,000 レアル
以上とさまざまなブース。
- 舞台式ブース - 組立ブースよりさらに高額となるオーダーメイドのブース。

注: 上記価格は、高品質素材を使用した、優良スタッフによる展示ブース施工を専門とする設
営業者への調査から得たブース費用の平均金額である。実際には、ブース設営費に比べ、人件
費の方がはるかにコストがかかるため、ブース設営についてはこれに比べ格安の料金を提示さ
れた場合、受けるサービスの質が低くならないよう注意する必要がある。

下記の表 26 は、ブラジルの主要展示会（産業見本市）のリストである。その性質の詳細から
得られた、興味深い分析結果を以下に示す。

- 各展示会（見本市）の来場数について各主催者に尋ねた所、15,000 人前後との回答が多く
得られたが、これは来場者数の変遷を示す過去の記録を持っていなかった（あるいは提示
しなかった）主催者に特に多く見られた。

- ブース料金および要求基準に関しては、主催者のほとんどが、その展示会（見本市）の公式ウェブサイトを通じて申請を募った後、担当スタッフが先方と直接コンタクトを取り、交渉を行うシステムを採用している。
- ほとんどの展示会（見本市）において、ブースの最小サイズは 20 m²であり、その設営費用は約 3,000～5,000 レアルである。

12. 主要な展示会（産業見本市）リスト

表 26 – ブラジルの展示会（産業見本市）リスト

名称	連絡先	会場	展示会・見本市詳細	開催期間	ウェブサイト	ブランド	来場者	参加条件
Couromoda	http://www.couromoda.com/english/	Pavilhão do Anhembi, Av. Olavo Fontoura, 1.209 - São Paulo	靴・履物メーカー、小売企業、海外からの仕入担当者、靴・履物のサプライチェーンの専門業者が参加。 出展ブランド数は 2,000。展示品は、メンズ、レディース、キッズ向けの靴・履物、服飾品、スポーツ用品、かばん等。	2012 年 1 月 16 日から 19 日まで	http://www.couromoda.com	ALEXANDRE HERCHCOVITCH, ANA HICKMANN, DIO ABC 900 AM • RAFARILLO • RAFITTHY • RAMARIM • RANDALL • RANK • RAPHAELLA BOOZ • RAQUEL PIRES BIJOUX • REAL TIME	COUROMODA 2011 では、1,000 社を超える様々な規模の企業が出展し、51,000 平方メートルの会場を埋め尽くした。また、4 日間で専門業者の 89,000 人が来場、中には、ブラジル全土の小売企業、64 カ国を超える海外の販売代理店や輸入企業も見られた。	ウェブサイトで参加申請を行う。申請受理後、担当者から連絡。
Encontro da Moda	Av. Prudente de Morais, 44 - 9º andar Belo Horizonte / MG Telephone: (31) 3296 - 5694 FAX: (31) 3344 - 0393 E-mail: Geral: sv@sveventos.com.br	Centro de Convenções Frei Caneca - São Paulo	全国のレディースウェア小売店オーナーを対象とした見本市	2012 年 1 月 30 日から 2 月 2 日まで	http://www.encontrodamoda.com.br/	ARIAN ARTHUR CALIMAN AT LAST BELLE CAROLE CARLA AMARAL CIA DA MODA CONTORNO CROCHETTA DEBORAH DILES ELISA ARRUDA FIRENZA HAES JACKIE-O MODAS LADY JANE LÁZARA DESIGN LE CLOS LIKA LIMITE URBANO MD / TOO MZB3/ FEEDBACK OFF	テナントや仕入担当者を中心に、メーカー、衣服メーカー、レディースファッションアパレル事業部門、繊維素材事業主、繊維および織物業、装飾業、組織・団体の代表者、国内外の小売企業、衣服やファッション専門の商業組合が参加	小売店オーナー（テナント）のみ。ブランド、独自性、価格について参加条件有り（要確認）。
Expovest Cianorte	Tel: (44) 3631 7690	Av Paraiba - Cianorte - PR	「ブラジルの主要ファッション発信地」として知られるシアノルテは、国内有数の、即売可能なファッション関連卸売企業が集まる都市のひとつである。今日では、ファッションは同都市の基幹産業であり、国内外で知られる 600 を超えるブランドを扱っている。	2012 年 7 月 17 日から 19 日まで	http://expovest.com.br	Comac – Cyclus – Cuecas Dom Bob – Decotes e Fricotes – For Boys For Girls – Goodness – Karapálda – Karícia Moda Intima – KD Você – Let's Line – Skina & Cia - Yonder's	テナント 7,000 店舗、来場者 15,000 人	ウェブサイトで参加申請を行う。申請受理後、担当者から連絡。

名称	連絡先	会場	展示会・見本市詳細	開催期間	ウェブサイト	ブランド	来場者	参加条件
Fashion Forward	redacao@luminosidade.com.br prcom@prcom.com.br marcela.d@prcom.com.br +55 11 3088.9667	Fashion Rio (Pier Maua - Rio de Janeiro), SPFW (Parque Ibirapuera - São Paulo), Rio-a-Porter (Rua São Clemente, 213 - Rio de Janeiro)	ファッションリオ、サンパウロファッションウィーク、リオサマー、リオブレタポルテを主催	ファッションリオ (2012年1月10日から14日まで)、サンパウロファッションウィーク (2012年1月19日から24日まで)、リオブレタポルテ (2012年1月10日から12日まで)	http://ffw.com.br		各イベント約10万人	イベントを主催する Grupo Luminosidade に直接連絡。
Febratex	fcem@fcem.com.br	Parque Vila Germânica - Blumenau - SC - Brasil	20年の歴史があるブラジルの繊維産業見本市、4日間の会期中に8万8,000人が来場	2012年8月14日から17日まで	http://www.febratex.com.br	Alternativa Têxtil Ltda, Basf S/A, Belldri Indústria de Veludos Ltda, Buck's Indústria e Comércio Confecção, Euro Têxteis	来場者8万8,000人(2010年)	ウェブサイトで参加申請を行う。申請受理後、担当者から連絡。
Fenin Fashion	EXPOVEST Matriz Rua Prof. Langendonck, 57 Cj. 206 Petrópolis - Porto Alegre - RS CEP 90630-060 Geral E-mail: info@expovest.net Fone (51) 3316 - 3100	Serra Park, Gramado - RS	グラマードで開催されるファッション産業見本市、会場の広さは25.000 m ²	2012年1月24日から27日まで	http://www.fenin.com.br/	ITABUNA TÊXTIL J. SHAYEB JEZZIAN JOHN VINCENT JOVANE MALHAS JULIA TRICOT JULIETA TRICOT JUST CO. BY MALHARIA STAR JUVENTUS K-DU K-DU K.HAGE K&F KALIUM KANTO DOS SONHOS KANZO KELO KEMPERS KISSAMAN KLA KLI KOAMO KOVARICK KRINDGES L & B L'UOMO L.V. LUVAS LAIBEL LATITUDE LAZZARO / CINTOS LAZCO LE CONFECÇÕES LE MARK LEPOQUE LIGA DA JUSTIÇA LINEA TRICOT LITORAL TEXTIL LIZ LOLMEX LOOCK COLLECTION LUA LUÁ PIJAMAS LUIZ EUGENIO LUKAFLEX LUMA CONFECÇÕES	来場者2万5,000人	ウェブサイトで参加申請を行う。申請受理後、担当者から連絡。

名称	連絡先	会場	展示会・見本市詳細	開催期間	ウェブサイト	ブランド	来場者	参加条件
FIT 016	Rua José Bernado Pinto, 333 - Vila Guilherme - CEP 02500-000 - São Paulo - SP	Expocenter Norte - São Paulo - SP	キッズウェア、ベビー服の国 際的ファッションショー	2012年1月 15日から18 日まで	http://www.fit 016.com.br/	TEX COTTON - ANIMÊ/ AUTHORIA/ MOMI/ PUCCA TEX NEW TICBY KIDS TINA TICA TRÊS MARIAS TRICK NICKTULYE E CHARPEY TUTTI I COLORI UP BABY / UP KIDS UPI ULI VENE VERIVÊ VEST ANJO	1 イベントに1万人から1 万5,000人	第38回FIT0/16に 出展希望の場合、 INTERFEIRAS EVENTS 商務部（電話(11) 3966.3022）に連絡 の上、必要詳細を 確認。
Minas Trend Preview	Estandes de Vestuário Gerência de Integração Empresarial Telefone: 31 3263- 4406 E-mail: ana.martins@fiemg.c om.br	Belo Horizonte - FIEMG	新作が一堂に集まるメインイ ベント。国内最大のファッシ ョンイベントのひとつ。新た なビジネス機会を狙う場でも ある。	2011年10月 26日から29 日まで	http://www.mi nastrendprevie w.com	Apartamento 03, Áurea Prates, Bárbara Bela, Camaleoa, Celso Afonso, Chicletes com Guaraná, Chouchou, Claudia Marisguia, Claudia Mourão, Cosh, Coven, Di Bella, Débora Germani, Faven, GIG, Graça Otoni, Júnia Gomes, Luiza Barcelos, Mabel Magalhães, Mary Design, Patachou, Patogê, Patrícia Motta, Paula Bahia	10,000 平方メートルの会 場にブースを150設置、 仕入担当者250人が来場	ウェブサイトで参 加申請を行う。申 請受理後、担当者 から連絡
Moda Intima Ceara	Av Ibirapuera 2907, conj 322/323 - Moema - São Paulo - SP TEL (11) 3368 4939	Centro de Eventos Ceará -	Associação da Moda Intima do Ceara が、New Stage Eventos との提携により企画するラン ジェリーの見本市。	2012年4月 15日から17 日まで	http://www.m odaintimaceara .com.br/	Cris Intima, Tainna, Starjane, Bola Branca, Lidiely, Onda Louca, L'amour, Bundy's, Polo, Detalhes, Thais&Thamires, D'Charm, Garden	展示品80点、来場者1万 5,000人	ウェブサイトで参 加申請を行う。申 請受理後、担当者 から連絡
Paraná Business Collection (PBC)	Paulo Martins - pmartins@paranabus inesscollection.com.br Nereide Michel - nereide@paranabus inesscollection.com.br	Centro de Convenções FIEP - Curitiba - PR	パレード、ショールーム、講 演会、討論会、ミーティン グ、パラナのファッション学 校、創作ワークショップとい ったプログラムを6日に渡り 開催。来場者は、ジャーナリ スト、オピニオンリーダー、 ファッションニスタ、実業家、 小売店オーナー、企業の購買 代理人、モデル、スタイリス ト等	2012年2月	http://www.pa ranabusinessco llection.com.br	Akazzus, All Purpose, Betu's, Cagi Brasil, Camoa Brasil, Chita Brasil, De'celo, Dhوتي, Dizzem, Dona Dita, Fabio Bartz, Fernanda Nadal, Dido Dio	来場者1万5,000人(2010 年イベント時)	ウェブサイトで参 加申請を行う。申 請受理後、担当者 から連絡

名称	連絡先	会場	展示会・見本市詳細	開催期間	ウェブサイト	ブランド	来場者	参加条件
Première Brasil	Fagga GL Exhibitions +55 (21) 3035 3203 Agência de Viagens Promotional Travel Patricia Strauss (21) 2126-2702 patricia@promotiona l.com.br	Expocenter Norte - São Paulo - SP	Première Vision のブラジル版。第 4 回 Première Brazil (2011 年 6 月 20 日から 7 月 21 日まで、サンパウロにて) では 2012 年秋/冬の業界トレンドを取り上げ、6,156 人の仕入担当者が来場。同イベントには、ラテン米 国、米国、欧州、アジアから著名な製造企業が参加。来場するファッション専門業者は、織物業者、紡糸業者、繊維業者、小物アイテム取扱企業、織物の捺染業者等、広範囲に渡る	2012 年 1 月 18 日から 19 日まで	www.premierebrasil.biz	Advance - Affiniti Berlan - Alan Litman - Albert Guégain & Fils - Arteprima - Antex - Artpreiss - Avantgard - Botões Corozita - Brasilev - Canatiba - Cedro - Charlex - Circleline - Coltex - Columbia - Components - Confetti fabrics - Covolan - Dalila - Dalutex - Dentelles A. Laude - Dentelles S.Halette - Dinamo Contemporary fabrics - Disboton - Doptex - Dunnatex - Dutel Création - Elizabeth Malhas	認定仕入担当者 6,156 人 (2011 年イベント時)	ウェブサイトで参加申請を行う。申請受理後、担当者から連絡
Salao Noivasul	Telefone: (41)3223-3554	Centro de Eventos FIEP - Endereço: Padre Agostinho, 522 Curitiba - PR	結婚式、社交界デビューパーティー、卒業式、会社行事などの祝典向けファッションを一堂に集め提案。	2012 年 5 月 24 日	www.noivasul.com.br	Arte em Flor, Cadiz Turismo, Chez Rosa, Comemorare, Deiverson Lara, DJ Eventos, DWD Eventos, Lizon, Mirante Barigui, Nilma Noivas, Pernambucanas, San Gennaro, Studio Karam, Studio Mix, KPF Eventos, Trevisan, Sergio Queiroz	来場者 19,000 人 (2011 年イベント時)	連絡先 : Ribeiro Campos Eventos (電話 : (41) 3223 3554)
São Moda Brasil	http://www.salaomodabrasil.com.br/2011/br/index2.html	Expocenter Norte - São Paulo - SP	New Stage Eventos e Promoções が企画するファッションショー。全国から 2 万人を超える来場者が訪れる。出展団体は 400。	2012 年 6 月 3 日から 5 日 まで	http://www.salamodabrasil.com.br	Alto Giro, Hanesbrands, Hope Lingerie, Be Bool, Conformatec, Darling, Del Rio, D'Noite, Dressy Lingerie, Farbe, Fitafles, Mash, Lupo, Maryssil, My Lady, Kalimo, Kitty Cat, Laibel, Lolupize, Mari M Lingerie	展示団体 400、来場者 2 万 1,000 人 (2011 年)	連絡先 : New Stage Eventos de Promoções

名称	連絡先	会場	展示会・見本市詳細	開催期間	ウェブサイト	ブランド	来場者	参加条件
São Paulo Pret-a-Porter	Tel: (11) 3897 6100 comercial@saopualo pretaporter.com.br	Expocenter Norte - São Paulo - SP	衣服、ファッション小物および靴・履物産業に向けた、ファッションビジネスには欠かせないイベント。国内の3,500を超えるブランドが作品を提供、秋/冬物新作を紹介。	2012年1月 15日から18 日まで	http://www.saopaulopretaporter.com/	<ul style="list-style-type: none"> • ACRILĂ KIDS • ACRILĂ TRICO • ACSA • ADVENTURE • AF MIX • AGIBOSS • ALOHA SPIRIT • ALPELO • A.MODENESI • ANA GONÇALVES TRICOT • ANANDA • ANATOMICA • ANGELO TOMA • ANNA FAGUNDES COLLECTIONS • ANTONELLO SERIO • ARTHUR CALIMAN • AT LAST • BACKYARDIGANS • BAD BOY • BAD GIRL • BALLENCIANI • BANA BANA • BANDOLEIRA • BANNYPEL • BASE • BENLETTI • BERNABEU • BEVEL • BIBELOT • BILU NEW • BLUE BAY • BLUMARINE • BOM TOM MALHAS • BULLOCKS • BUNNY'S 	ファッション専門家の来場者 20,500 人、170 の展示	ウェブサイトで参加申請を行う。申請受理後、担当者から連絡
Texfair Fashion	Organização e Comercialização Vale Feiras e Eventos +55 (47) 3037-5990 / 3037-2190 / texfair@texfair.com. br	Parque Vila Germânica - Blumenau - SC - Brasil	The Texfair Fashion - 国際レベル展示会 - は Texfair of Brazil のスピンオフ展示会であり、特定テーマを取り上げた 2 つのイベント（家庭用繊維製品および衣類部門）を開催。	2012年4月 17日から20 日まで	http://www.texfairfashion.com.br/pt_br/	A.S. Têxtil, Abdalla Imports, Álamo, Allegrini, Altenburg, Anatex, Art & Capricho, Laura Camolese, Atlantik Tapetes Imp., Beija-Flor, Belchior, Bella Arte, Bella Janela, Branyl, Buchara Comercial, Buettner, Camesa, Cobertores Parahyba, Copa & Cia, Cortbras, Corttex, Corttex Casa, Coteminas, Couselo, Dahruj, Döhler, E Tamer, Estamparia, Etruria, F.A Maringá, Fibrasca, Formas Y Cores, Good Dreams, Guaratinguetá	全国から展示団体 400 が参加、来場者 22,500 人	連絡先 : Capele Eventos (電話 (11) 5535 6856)

(出所 : 2011 年 Nova Investe 作成)

13. ブラジルにおけるアパレル販売に関する重要なポイント

1) 衣類のサイズおよび表示ラベル

ブラジル人は、その大多数が自分の正確な衣類のサイズを知らないが、それはブラジルで衣類サイズの規格化がなされていないためである。自分の衣類サイズを正確に認識している人々も、そのほとんどが自分の体にぴったりの衣類を見付けることができないのが現状である。こうした状況において、「スリムであること」が至上とされ、事態を混乱させている。不合理な寸法に基づいてファッションの標準が定められた結果、かなりの国民が自分に合った衣類を入手できないでいる。

しかし、国家度量衡・規格・工業品質院（INMETRO）およびブラジル技術規格協会（ABNT）の繊維・アパレル委員会が共同で作業を行い、新しい繊維製品表示ラベルの技術的規則に従う基準を設けることで、衣類のサイズの規格化が進み始めている。この規則、言い換えれば表示ラベルに関する法律は、2005年12月に改正されたものである。

改正前の法律では、アパレルメーカーは自社の情報（CNPJ 番号＝国税庁に登録する企業の納税者番号）、繊維製品の組成・取扱方法の表示を衣類の表示ラベルに記載することが義務付けられていた。現在、ラベルには、標準規格をもとに衣類サイズの表示も行う必要がある。例えば、女性用の規格では、ウエスト・肩幅を表示する。

衣類サイズの規格化によって、従来のアパレル小売部門が利益を得ることになるだけでなく、インターネット販売事業などの成長部門にとっての利点も大きくなる。ブラジルの e-commerce（インターネット商取引）企業 Ikeda のディレクター、アレックスandro・ギル氏によると、これまで衣類のサイズ体系が統一されていなかったため、アパレル製品の返品は非常に多いのが現状である。

2) ブランド登録

海外の企業は、自社の登録権を保護するため、以下のような措置を講じなくてはならない。

- 現地法律事務所を通じ、国立工業所有権院（INPI）に商標および特許の登録申請を行う（参照ホームページ：<http://www.inpi.gov.br/>）。
- 販売店としっかりした契約を結び、登録所有権を含むメーカーの権利を保護する。本措置は現地エージェントを通じて行う。
- 契約に際し、代理店からメーカーへの登録所有権譲渡を行う特別条項を設け、リスクを最小限に抑える。

ブラジルでは、国立工業所有権院への商標登録が法的保護を保証する唯一の手段となっている。商標登録の有効期間は10年であり、商標所有権を維持する意思がある間、本期間終了後も継続して、無期限に10年間ずつ延長することが可能である。

このような登録を受けることができるのは、当該商標により特徴づけられる製品またはサービスについて合法的、効果的、かつ条件に適合した業務を行う自然人または法人のみとなる。海外の申請者の場合は、ブラジル居住者を法的代理人に任命する必要がある。その後、商標登録が可能か否かを確認しなくてはならない。ブラジルでは、商標として登録可能または不可能な対象を含め、商標権に関するあらゆる側面が産業財産権法により規制されているため、同法第124条を参照し、禁止事項をすべて確認しておくことよい。

しかし、登録可能または不可能の確認が必要なだけでなく、商標は使用可能なものでなくてはならない。ブラジルでは、かつて産業財産権法に記載されている例外を除き、先着順で登録が認められていた。この意味で、自社製品またはサービスを識別するために選択した記号や印が既に国立工業所有権院に登録されており、同製品またはサービスと同一の区分によってその登録権が守られていた場合、少なくとも最初のうちは登録が認められない。このため、登録申請が受理されるためには、強制ではないが、事前に同庁のデータベースを検索することが重要となる。検索にあたっては、インターネットを通じ、または同庁に正式に調査依頼を行うことで、申請する商標が未登録であるか否かをより確実に判断でき、さらに各商標に関連する同庁の決定についての情報を得ることができる。

申請する商標が登録可能であり、また自社製品またはサービスに適合していることが確認できた場合、次の段階、つまり商標の表現に関する性質および形式を決定するステップへと進むことができる。その性質に関しては、製品、サービス、認証、または集合的記号・印として定義することができる。また表現形式については、商標は記名式、象徴的、立体的、またはそれらの複合型いずれにも設定できる。いずれにせよ、その表示特徴・形式によって、登録保護の方法も異なるため、申請する商標がどのような目的で使用されるのか、またその表現形式はいかなるものかという点を正確に認識しておく必要がある。

3) 法制

先に述べた通り、現在ブラジルではアパレル製品のサイズ規格についてはそのパラメーターがただ一つしか存在せず、極めて不十分であると言える。このため、メーカーごとに、製品サイズ規格がまったく異なるという事態が生じている。

下記は、ブラジル技術規格協会（ABNT）の定める規格である。

- NBR 13377 – アパレル産業向け身体寸法測定
- NBR 15127 – 人体サイズ測定の定義
- NBR 15800 – キッズウェアおよびベビー服の規格化

**ABNT-Associação
Brasileira de
Normas Técnicas**

Sede:
Rio de Janeiro
Av. Treze de Maio, 13 - 28º andar
CEP 20003-900 - Caixa Postal 1680
Rio de Janeiro - RJ
Tel.: PBX (021) 3974-2300
Fax: (21) 2240-8249/2220-8438
Endereço eletrônico:
www.abnt.org.br

Copyright © 1995,
ABNT-Associação
Brasileira de Normas
Técnicas
Printed in Brazil
Impresso no Brasil
Todos os direitos reservados

Padronização

Origem: Projeto 17:001.02-004/1994
CB-17 - Comitê Brasileiro de Têxteis
CE-17:001.02 - Comissão de Estudo de Medidas e Tamanho de Artigos
Confeccionados
NBR 13377 - Body measurement for the apparel industry - Standardization
Descriptors: Apparel industry. Finished piece
Válida a partir de 30.06.1995

Palavras-chave: Vestuário. Medida de artigo confeccionado. | 3 páginas
Artigo confeccionado

1 Objetivo

1.1 Esta Norma padroniza os tamanhos de artigos do vestuário, em função das medidas do corpo humano.

1.2 Esta Norma visa orientar os consumidores de artigos do vestuário na escolha dos tamanhos nominais.

1.3 As referências de medidas do corpo humano e os padrões mínimos estão classificados nos segmentos masculino, feminino e infantil.

2 Condições gerais

Os conceitos de formulação aplicados nesta Norma são descritos em 2.1 a 2.4.

2.1 Medidas do corpo humano

As medidas utilizadas no Capítulo 3 representam as medidas circunferenciais do corpo humano.

2.2 Tamanhos nominais

Os tamanhos nominais representam a identificação dos diversos manequins comercializados, respeitando-se os critérios existentes no mercado para cada tipo de roupa. Os tamanhos nominais não mencionados representam produtos fora da grade convencional.

2.3 Tipo de produtos

Cabe aos fabricantes estruturar a modelagem de acordo com as características do estilo, da matéria-prima e da construção pertinentes a cada tipo de produto.

3 Condições específicas

As medidas do corpo humano encontradas entre os valores mínimos estabelecidos nas tabelas referenciais devem ser transportados para "o imediatamente superior", a fim de identificar o tamanho nominal.

3.1 Masculino

3.1.1 Camisas sociais:

a) medida referencial do corpo humano: pescoço. Efetuar a medição colocando a fita métrica, passando, circunferencialmente, acima da sétima vértebra cervical e na frente, na depressão da laringe;



b) tabela referencial:

Medidas do pescoço (cm)	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
Tamanhos	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44

3.1.2 Camisas esportes e similares:

a) medida referencial do corpo humano: pescoço. Efetuar a medição colocando a fita métrica, passando, circunferencialmente, acima da sétima vértebra cervical e na frente, na depressão da laringe;



b) tabela referencial:

Medidas do pescoço (cm)	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
Tamanhos	0	1	2	3	4	5						
	-	PP	P	M	G	GG						

3.1.3 Ternos, blazers, paletós, pulôveres, camisas-pólo, camisetas e similares:

a) medida referencial do corpo humano: tórax. Efetuar a medição circunferencial, horizontalmente, com a fita métrica, passando sobre os omoplatas, abaixo das axilas e pela maior saliência do peito;



b) tabela referencial:

Medidas do tórax (cm)	76	80	84	88	92	96	100	104	108	112
Tamanhos	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
	PP	P	M	G	GG					

3.1.4 Calças, bermudas, jardineiras, cuecas, sungas e similares:

a) medida referencial do corpo humano: cintura. Efetuar a medição circunferencial, horizontalmente,

com a fita métrica, passando pelo ponto mais côncavo da cintura;



b) tabela referencial:

Medidas da cintura (cm)	68	72	76	80	84	88	92	96	100	104
Tamanhos	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52
	PP	P	M	G	GG					

3.2 Feminino

3.2.1 Blusas, blazers, camisetas, vestidos, sutiãs, biquínis, maiôs, colans e similares:

a) medida referencial do corpo humano: busto. Efetuar a medição circunferencial, horizontalmente, com a fita métrica, passando sobre os omoplatas, abaixo das axilas e sobre a parte mais saliente do busto;

b) tabela referencial:



Medidas do busto (cm)	78	82	86	90	94	98	102	106	108
Tamanhos	36	38	40	42	44	46	48	50	52
	PP	P	M	G	GG				

3.2.2 Calças, bermudas, shorts, saias, jardineiras, calcinhas e similares:

a) medida referencial do corpo humano: cintura. Efetuar a medição circunferencial, horizontalmente,

com a fita métrica, passando pelo ponto mais côncavo da cintura;



b) tabela referencial:

Medidas da cintura (cm)	60	64	68	72	76	80	84	88	92
Tamanhos	36	38	40	42	44	46	48	50	52
	PP	P	M	G	GG				

3.3 Infantil

3.3.1 Camisas, camisetas, agasalhos, jaquetas, vestidos, sutiãs, biquínis, colans, maiôs e similares:

a) medida referencial do corpo humano: tórax. Efetuar a medição circunferencial, horizontalmente, com a fita métrica, passando sobre os omoplatas, abaixo das axilas e acima do peito;



b) tabela referencial:

Medidas do tórax (cm)	53	57	61	65	69	73
Tamanhos	2	4	6	8	10	12
	P	M	G			

3.3.2 Calças, bermudas, saias, jardineiras, calcinhas, cuecas, sungas e similares:

a) medida referencial do corpo humano: cintura. Efetuar a medição circunferencial, horizontalmente, com a fita métrica, passando pelo ponto mais côncavo da cintura;



b) tabela referencial:

Medidas da cintura (cm)	52	54	56	59	62	65
Tamanhos	2	4	6	8	10	12
	P	M	G			

上記の、ブラジル技術規格協会による現在のアパレル製品サイズ規格（NBR 13377）の日本語訳を以下に示す。

メンズウェア：

- フォーマルシャツ：

首回り (cm)	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
サイズ	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44

- スポーツシャツ：

首回り (cm)	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
サイズ	0		1		2		3		4		5	
	-		PP		P		M		G		GG	

- スーツ、ブレザー、プルオーバー、ポロシャツ、Tシャツ：

胸囲 (cm)	76	80	84	88	92	96	100	104	108	112
サイズ	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
	PP		P		M		G		GG	

- パンツ、バミューダパンツ、アンダーウェア、トランクスなど：

ウエスト (cm)	68	72	76	80	84	88	92	96	100	104
サイズ	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52
	PP		P		M		G		GG	

レディースウェア：

- ブラウス、ブレザー、Tシャツ、ドレス、ブラジャー、ビキニ、水着など：

バスト (cm)	78	82	86	90	94	98	102	106	108
サイズ	36	38	40	42	44	46	48	50	52
	PP	P		M		G		GG	

- パンツ、バミューダパンツ、ショーツ、スカート、アンダーパンツなど：

ウエスト (cm)	60	64	68	72	76	80	84	88	92
サイズ	36	38	40	42	44	46	48	50	52
	PP	P		M		G		GG	

キッズウェア：

- シャツ、Tシャツ、ジョギングスーツ、ジャケット、ドレス、ブラジャー、ビキニ、水着など：

胸囲 (cm)	53	57	61	65	69	73
サイズ	2	4	6	8	19	12
	P		M		G	

- パンツ、バミューダパンツ、スカート、アンダーパンツ、アンダーウェア、トランクスなど：

ウエスト (cm)	52	54	56	59	62	65
サイズ	2	4	6	8	19	12
	P		M		G	

4) 表示ラベル

1973年12月3日制定の、表示ラベル規定の技術に関する法律 第5956号の決議 第6号（2005年12月19日）によると、国産および輸入製品双方の衣類表示ラベルに、以下の内容を記載する必要がある。

- 国内メーカーまたは輸入業者の会社名
- CNPJ 番号（国税庁に登録する企業の納税者番号）
- 原産国
- 生地組成繊維（またはフィラメント）品質表示およびその混用率（%）
- 取扱／手入れ方法の指示
- サイズ表示

ブラジル技術規格協会（ABNT）は、2010年8月1日以降、アパレル製品の取扱絵表示を新たに規定し、製品の表示ラベルに記載することを義務付けている。

製品の取扱表示は、必ず以下に示す順に記載する。

1. 洗い方
2. 漂白の可否
3. 干し方
4. アイロンのかけ方
5. 専門家のケアを必要とする取扱い

上記については絵表示の代わりに、ポルトガル語で簡潔な指示を記載してもよい。

図 9 - アパレル製品の取扱い表示



(出所: ABNT)

5) 税金

ブラジルの税制は比較的複雑であり、さまざまな計算式、例外事項、税率に基づくシステムとなっている。

南米共通関税番号 (NCM) に基づく以下の製品コードのアパレル製品にカテゴリーについて簡潔に説明する。

- 部類 61 (ニット製品を除く衣料品)
- 部類 62 (ニット衣料品)

上記 2 つの製品部類例における、輸入品にかかる関税、各種税率は以下のとおりである。

- II (輸入税) 35%
(保険料および運賃込み価格 (CIF) にかかる輸入税)
- IPI (工業製品税) 0%
- ICMS (商品流通サービス税)
(CIF、II、および IPI の合計にかかる税金)
 - 12% (サンパウロ州) – 但し、2012 年 12 月 31 日までは 7%
 - 12% (パラナ州) – 但し、2015 年 6 月 30 日までは 3%
- PIS (社会統合基金) 1.65% (社会統合プログラム)
- COFINS (社会保険融資負担金) 9.10% (社会保障融資のための拠出金)

6) 価格設定

いかなる商事会社にとっても、価格設定が最も重要な経営戦略の一つとなることは言うまでもないが、その設定に関する情報は未公表で入手が困難な可能性が高い。

さらに、設定の仕方は各社のビジネスモデル、製品構成、および会社規模によって異なる。

以下の情報は、サンパウロ州のあるアパレル販売会社 A 社の経営者にインタビューした結果である。

同社は、南部および南東部の州（主にサンパウロおよびリオグランデ・ド・スル）で 10 店舗未満のチェーン店を展開し、化粧品・香水、衣料品（メンズウェア、レディースウェア、キッズウェア）、靴、およびアクセサリーの販売に特化している。

基本的に、全店舗同種の製品を販売しているが、取り扱っているブランドおよび価格は異なる場合がある。全店舗のうち 2 店舗が、知名度の低いブランドの比較的低価格の製品を販売しているが、その他店舗では有名ブランドの、それゆえ高額な製品（輸入品・限定製品などを含む）を取り扱っている。さらに、それ以外の 2 店舗ではスポーツウェアも販売している。

A 社の製品売上高、構成

製品	売上高 (リアル)	構成 (%)
メンズウェア	165,400.00	17%
レディースウェア	530,600.00	55%
化粧品	75,200.00	8%
キッズウェア	54,500.00	6%
スポーツウェア	130,800.00	14%
合計	956,500.00	100%

上記表は、2011 年 8 月における同社の製品別売上高の内訳を示したものである。

同社は、売上総額の 55% を占めているレディースウェアが主力品で、幅広い種類のレディースウェア製品を展開している。

一方、売上高が最も少ないのがキッズウェアとなっている。経営者によればその原因は、キッズウェア関連製品の平均価格が下がったことにあるようである。

- 顧客：同社各店舗の顧客は、社会階級の A クラスから D クラスに属する消費者である。

- 納入業者：主要納入業者の所在地はサンパウロ州に集中しており、ニット衣料品の納入業者はリオグランデ・ド・スル州に拠点を持つ。
- 競合企業：同社の製品構成が多岐にわたることから、キッズウェアやスポーツウェアのようなカテゴリーのうち一つに絞って製品展開を行っている企業が主な競合先である。
- クレジットカードやデビットカードの手数料は、販売価格の約4%となっている。

製品の仕入れに関しては、企業バイヤーが納入業者それぞれから3種類ずつ製品を仕入れる戦略を取っているが、そのうちの1つは顧客の関心を引くための「ルアー（おとり）」製品となるもので、ほとんど利益なしで売られることになる。

同社はまた、納入業者と強力な協力関係を築いており、30日から120日にわたる手形支払猶予を受けることが可能である。

新製品が導入されると、経理担当部でマージンの対コスト比を定め（通常、その比率は80%~120%）、計算価格を算出する。その後、計算価格の末尾の位を調整し、より顧客を引き付けられる価格に設定する。

製品	価格 (レアル)	マージン (%)	計算価格 (レアル)	調整価格 (レアル)
パンツ X	R\$ 49.00	90%	R\$ 93.10	R\$ 92.99
シャツ Y	R\$ 60.00	120%	R\$ 132.00	R\$ 131.99
靴 Z	R\$ 70.00	100%	R\$ 140.00	R\$ 139.99

上記表は、同社が実際に行った価格形成の例を示したものである。同社によれば、自社が仕入れる製品と同じ製品が競合他社によって販売されているか否かについては情報を入手していないとのことである。

こうした情報は、同社が製品を発売してから、主に顧客から寄せられる。情報が得られた場合、同社は製品価格を競合他社と同じ水準まで引き下げる。価格の差が大き過ぎる場合には、取り扱いを終了する。

このような価格形成を行うことで、同社は、顧客との直接交渉で割引や値引きに柔軟に対応できる。例えば、顧客が一覧払いを申し出た場合、販売業者はその場で5%の割引を行うことが認められる。顧客がより低価格での提供を強く求める場合（特定の顧客が多数の物品を購入する場合など）には、店長は最大10%の割引を行う権限を有する。また店長は、手数料なしで4回の分割払いを提供することもできる。

ブラジルのほとんどのアパレルショップやチェーン店が上記の方法を採用している。しかしながらこの方法は本質的に以下のような問題もはらんでいる。

- 各製品の正確な貢献利益を把握するのは不可能である。
- 製品によって課される税金が異なる（例：ICMS）ため、それに伴ってマージンも変わってくる（例えば、香水のICMSは25%であるのに対し、衣料品については7%~17%と幅があり、その課税率は州によって、また州政府が期間を定めて交付する奨励金によって異なる）。

同様に、中規模のアパレルショップでは、製品原価に利益を上乗せして販売価格を決定している。業界筋によると、多くの場合、これら店舗では 40%から 50%の上乗せで製品を販売している。この掛率は、30%から 35%の利益および 20%の販売事業固定費を考慮して算出される。この場合、企業の経営戦略として、割引販売は行わない。

A 社経営者によれば、コスト分析の専門家を採用している大型百貨店では、より専門的な手法を取り入れて製品それぞれにつき販売価格を設定している。

例えば、製品調達のネットコスト（純費用）に変動経費を加える、変動原価法である。

さらに、このような大型百貨店では、各分野における競合企業の価格調査を実施しているため、製品構成および価格帯の決定がバイヤーの「直感」によって左右されるといった事態は少ない。

7) セレクトショップ

ブラジルの小規模・中規模アパレルショップのほとんどが複数のブランドを扱っている。その主な理由は、非独占販売店が一連のブランドを取りそろえることが容易になるからである。

しかしながら、こうした場合、展開されるのは人気ブランドもしくは無名ブランドのどちらかに限定されるのが一般的である。

一方、ショップ経営者がトップブランドの製品を販売したいと考える場合、その交渉は困難を極める。理由は、ブランド企業側が自社ブランドの質を守り、また通常フランチャイズ方式に基づいた独占販売店との競合を避けるために要求する、店舗面積、客層、売上高などに関するさまざまな条件が存在するからである。従って、マルチブランドを展開する「セレクトショップ」は、その対象消費者を高級品志向の顧客のみに限定し、一般的に多額の投資が必要となる。

ブラジル人消費者の重要な特徴の一つとして、社会階級の高い消費者であっても、国際的な有名ブランド品を購入できるようになったのはごく最近のことである点が挙げられる。これは、ブラジル経済が好調で、国民の購買力が向上したことで、ここ 4~5 年の間に海外旅行が人気となったためである。

下記の表は、「セレクトショップ」のコンセプトに合致すると考えられるショップのリストである。

14. セレクトショップリスト

表 27 - ブラジルのセレクトショップリスト

会社名	連絡先	ウェブサイト	取扱ブランド/会社情報	店舗数
Alberta	Rua Visconde de Piraja, 302 Rio de Janeiro-RJ / (21) 2522-1552	http://www.alberta.com.br	2003年創業。取扱ブランド: Emilio Pucci, Issa London, Missoni, Diane Von Furstenberg, Nicole Miller, Givenchy, Valentino Garavani, Antik-Batik, Milly, Marchesa	1 店舗 (リオデジャネイロ)、(2012年に新たに1店舗オープン計画中)
Allegra	(1) Rua Dr. Guilherme da Silva, 375 Cambuí Campinas-SP / Tel: (19) 3255-4148 (2) Shopping Iguatemi Campinas 2º Piso / Tel: (19) 3367-8004	http://www.allegra.com.br	ファッションやスタイルの様々なトレンドが集結する重要な流行発信拠点。取扱ブランド: Bo.Bô, Daslu, Mixed, Cris Barros, Thelure, Taliem, Lilly Sarti, Triya, So Lovely Shirt, Marcelo Quadros, Dibikini and Nem	2 店舗 (サンパウロ州カンピナス)
Ammirati	Rua João Penteado, 1016 Ribeirão Preto-SP / (16) 3636-4057	http://www.ammirati.com.br	取扱ブランド: Raphael Falci, Patricia Motta, Juicy Couture, Red Valentino, Missoni, Marc Jacobs, Super Suite Seventy Seven, Anne Fontaine, Hugo Boss, Gola, Tufi Duek, Huis Clos, Maria Garcia, Dior, Fred Perry	1 店舗 (サンパウロ州リペイラウンプレト)
Capoani	(1) Capoani Batel Rua Comendador Araújo,906 Curitiba-PR (41) 3023-5353 / (2) Capoani ParkShoppingBarigui Curitiba-PR (41) 3279-1909 / (3) Capoani Shopping Crystal Curitiba-PR (41) 3324-1282 / (4) Capoani Foz do Iguaçu-PR Rua Almirante Barroso,1087 (45) 3523-4883	http://www.capoanionline.com	2001年創業。取扱ブランド: Ermenegildo Zegna, Armani, Hugo Boss, Diesel, D&G, J&Company, Just Cavalli, La Martina, Ralph Lauren, Seven, Drifter, Tommy Hilfiger, Lacoste, Galliano, Penguin, Ricardo Almeida, Animale, Rockstter, Artsy, Le Lis Blanc, Bo.Bô, Cris Barros	4 店舗 (パラナ州)
Daslu	(1) Daslu cidade Jardim Av. Magalhães de Castro, 1200 São Paulo-SP (11) 3552-3000 / (2) Daslu Villa Av. Juscelino Kubitschek, 2041 São Paulo-SP (11) 3841-4000 (3) Daslu - Fashion Mall - Rio de Janeiro	http://www.daslu.com.br	1958年創業。ブラジル・サンパウロにある、マルチブランドを展開する百貨店型高級ブティック。ブラジルの「ファッションデザイナーのメッカ」として知られ、展開ブランド数は60に上り、ストア・イン・ストア数は30に及ぶ。億万長者のサッカー選手から巨大複合企業の実力者に至る数々の著名人が訪れ、最新のアクセサリやファッションを買い求める高級店	サンパウロに2店舗、リオデジャネイロに1店舗 (サンコンラドの Fashion Mall)

会社名	連絡先	ウェブサイト	取扱ブランド/会社情報	店舗数
Farfetch.com	retailpartnersbr@farfetch.com	http://www.farfetch.com.br	取扱ブランド: Phillip Lim, A. Niemeyer, Azzedine Alaïa, Cecilia Prado, Chloé, Current Elliott, Diane Von Furstenberg, Dolce & Gabbana, Erika Ikezili, Etoiles, Gucci, Helmut Lang, Lanvin, Maison Martin Margiela, Marc Jacobs, Marcelo Quadros, Red Valentino, Reinaldo Lourenço, Rock Lily, Thorré, Valentino, Yves Saint Laurent, 7 For All Mankind, B Store, Band of Outsiders, Bottega Veneta, Burberry, Prorsum, Emporio Armani, Gant, Garoa, Giorgio Armani, Kmun, Korda, Lanvin, Neil Barrett, Prada, Ralph Lauren, Rick Owens, The Candy Shop Flavor, Uma	オンラインショップのみ
Glamour	Av. José Silva de Azevedo Neto, 200 Rio de Janeiro-RJ Tel: (21) 3613-9050 / faleconosco@glamour.com.br	http://www.glamour.com.br	2007年創業、以来2年間で100万人を超える顧客を獲得。取扱ブランド: Polo Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Calvin Klein Jeans, La Martina, Hudson Jeans, Love Moschino e Guess	オンラインショップのみ
Ker	Shopping Iguatemi Campinas – 1º piso tel: (19) 3294-3537 / (19) 3294.3352 / KER@LOJAKER.COM.BR	http://www.lojaker.com.br	取扱ブランド: Juicy Couture, Saad, Dior, Bottega Veneta, Love Moschino, Anne Fontaine, Alexander McQueen, Just Cavalli, Galliano	1店舗 (サンパウロ州カンピナス)
Luna Boutique	Rua Conselheiro Araujo, 119 Curitiba (41) 3018-9747	http://www.lunaboutique.com.br	取扱ブランド: Zn, Ambicione, Dzarm, Maria Valentina, Morena Rosa	実店舗 (クリチーバに1店) およびオンラインショップ
Magrella	SHIS – Comércio Local 03 – bloco F Lago Sul – Brasília – DF (61) 3364-4977	www.magrella.com.br	取扱ブランド: Andrea Marques, Barbara Bela, Bo.Bô, Carina Duek, Catherine Malandrino, Céline, Daslu, Diane Von Furstenberg, Le Lis Blanc, M&Guia, Martha Medeiros, Nicole Miller, Pat Pat's, Patrícia Viera, Paule Ka, Pop Up, Printing, Reinaldo Lourenço, Roberto Cavalli, Sta. Ephigênia, Super Suite 77, Talie NK, Village 284, Armani Collezioni, Armani Jeans, Balasarae, Ralph Lauren, Reserva, Ricardo Almeida, Ricardo Almeida Office, Sergio K, Vilebrequin	1店舗 (連邦管轄区ブラジリア、有数のファッション地区に立地)
NK Store	Rua Sarandi, 34 – Jardins – São Paulo (11) 3897 2600	http://www.nkstore.com.br	取扱ブランド: Céline, Marc Jacobs, Givenchy, Balmain, Fiona Paxton, Altuzarra, Alexander Wang, Isabel Marant, Lanvin, Current/Elliott, Issa, Michel, Alaia, Sell MacCartney, Malandrino, Zagliani	

会社名	連絡先	ウェブサイト	取扱ブランド/会社情報	店舗数
OQVESTIR	(11) 2155-0050	http://www.oqvestir.com.br	2007年創業。取扱ブランド: 7 for all mankind, Adriana Degreas, Alix Shop, Andrea Marques, Antes de Paris, Ballasox, Brigitte, Candy, Caleidoscópio, Cami Salles, Carina Duek, C'est La Vie, Chantik, Claudia Arbex, Clube Bossa, Copaclub, Cyann, Egrey, Fethie, Fernanda Kujawski, Gig, Giuliana Romano, Gloria Coelho, Iódice, Ilya, Jo De Mer, John John, Juicy Couture, Les Parents, Les Amis, Loér, Lolitta, Lu Spielmann, Mandi, M&Guia, Missinclof, Maria Garcia, Marcelo Quadros, Pat Pat's, Pop Up Store, Reinaldo Lourenço, Rock Lily, Rosa Preguiçosa, Shop 126, So Lovely Shirt, Sorbet, Super Suite Seventy Seven, Talie NK, Têca, Thelure, Thorrè, Toule, Trinitá, Vi and Co, Vix.	オンラインショップのみ
Tua Loja	Rua Dr. Melo Alves, 490 - Jardins - São Paulo – SP	www.tualoja.com.br	取扱ブランド : Converse, Australl, British Colony, Calvin Klein, Cohn, Cotton Project, Escudero, Gola, J.Chermann, Lacoste, Mojo Design, Passarella Death Squad, Penguin, Redley, Stone Bonker, Sympathy, The Blue Buddha, TuA, Juliana Jabour, Lolitta, Masqué, Paula Torres, Skinbikini, Thelure, Trinita, Vi and Co	実店舗 1、およびオンラインストア

(出所 : 2011年 Nova Investe 作成図)

III 繊維産業

1. 概要

下表 28 は、繊維アパレル工業の 3 段階（繊維・フィラメント、生地、およびアパレル既製品）について、各段階の企業数、従業員数、生産高、収益を順に示したものである。繊維アパレル産業系統の中で最終工程に向かうにつれ、その数値はいずれも増加している。

しかし、企業ごとの平均値を見てみると、全く逆の結果が得られる。つまり、最終部門に向かうにつれ、従業員数、生産高、および収益は減少している。

言い換えれば、ブラジルには小規模なアパレル製品製造企業が数多く存在しているということである。

1) 3 部門合計

表 28 – 部門合計

繊維・フィラメント	繊維（素材）製品	既製品
23 社	5,002 社	26,988 社
1 万 1,000 人	34 万人	130 万人
34 万トン/年	184 万 2,000 トン/年	185 万トン/年
12 億米ドル	200 億米ドル	445 億米ドル

（出所：IEMI）

2) 各部門の企業当たりの平均値

表 29 – 企業ごとの平均値

繊維・フィラメント	繊維（素材）製品	既製品
478 人	103 人	54 人
1 万 5,000 トン/年	395 トン/年	72 トン/年
5,220 万米ドル/年	430 万米ドル/年	170 万米ドル/年

（出所：IEMI）

過去 10 年間、ブラジル市場は世界中の競合企業にその門戸を開放してきた結果、世界的な大手製造業者および供給業者、特にアジア諸国の企業との競争を繰り広げるうえで、コストを削減し、品質を改良するため、最新の機械導入に多額の投資を必要としてきた。

同国では 1990 年から 2010 年の間に、最新世代の機械および繊維加工設備の導入に 140 億米ドルの投資を行った。これによりアパレル産業部門は、生産技術という観点では国際的大手メーカーと肩を並べることとなったが、世界と張り合う競合力を勝ち取るには、解決すべき問題が少なからず存在する。例えば、特にアパレル製造部門の 97%が小規模または中規模企業（従業員数 100 人未満）であり、より大規模で生産性の高い体制が必要であること、また輸出業にとって障害となる財務コスト、労働税、為替レート、そして世界中の消費大国との貿易協定交渉などが問題となっている。

2005年から2010年の間に、繊維（素材）製品部門の企業数、従業員数は表30,31に見られるように増加している。を示している。表32のとおり増加している。

しかし、同期間の企業当たりの従業員数平均値は、製造システムの自動化および近代化の水準が向上したことにより減少した（表32）。

表30－部門別企業数

部門	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
繊維（素材）製品	4,026	4,120	4,473	4,518	4,669	5,002
紡糸	376	383	417	419	426	447
織物	493	593	596	601	583	637
ニット製品	2,582	2,421	2,511	2,442	2,527	2,470
仕上げ加工品	575	723	949	1,056	1,133	1,448
既製品	21,021	21,898	23,276	24,338	25,666	26,988
アパレル	18,096	18,884	20,070	21,044	22,303	23,449
靴下・タイツ アクセサリ	1,081	1,101	1,043	1,068	1,043	1,035
家庭用繊維製品	1,098	1,157	1,199	1,291	1,359	1,430
その他	746	756	964	935	961	1,075
合計	25,047	26,018	27,749	28,856	30,335	31,989

（出所：IEMI 提供情報に基づいた Nova Investe による 2010 年度予測）

表31－部門別従業員数

部門	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
繊維（素材）製品	326,725	329,994	341,438	340,717	339,584	348,280
紡糸	80,132	79,422	78,318	75,889	76,385	74,774
織物	100,507	102,216	101,102	101,870	101,472	101,911
ニット製品	116,349	118,292	122,138	121,753	120,122	123,086
仕上げ加工品	29,737	30,064	39,880	41,205	41,605	48,509
既製品	1,196,311	1,193,918	1,223,862	1,286,867	1,300,348	1,332,912
アパレル	1,009,188	1,008,121	1,034,332	1,090,115	1,100,259	1,129,598
靴下・タイツ アクセサリ	40,628	44,203	45,352	47,892	46,283	49,626
家庭用繊維製品	105,631	99,504	102,590	104,026	105,942	105,086
その他	40,864	42,090	41,588	44,834	47,864	48,602
合計	1,523,036	1,523,912	1,565,300	1,627,584	1,639,932	1,681,192

表32－部門別一企業当たりの平均従業員数

部門	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
繊維（素材）製品	129	118	112	110	110	103
紡糸	213	207	188	181	179	167
織物	204	172	170	170	174	161
ニット製品	45	49	49	50	48	50
仕上げ加工品	52	42	42	39	37	34

部門	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
既製品	61	59	56	57	55	54
アパレル	56	53	52	52	49	48
靴下・タイツ アクセサリ	38	40	43	45	44	47
家庭用繊維製品	96	86	86	81	78	74
その他	55	56	43	48	50	45
合計	95	88	84	83	82	78

(出所：IEMI)

2. 原料

1) 綿工業

2010年、ブラジル繊維工業における国内産の綿（原材料）の消費量は110万トンで、国内生産量の70%を占める結果となった。

ブラジルの綿平織物の生産量は、2010年に83万9,400トンに達し、前年度比4.8%の増加となった。一方、消費量については、同じく2010年に86万8,000トンとなり、国内生産量を上回ったが、その不足分には輸入製品が当てられた。

綿平織物の輸出入については、輸出額が1億6,400万米ドル、輸入額が2億7,600万米ドルとなった。

綿平織物は主にアパレル製品製造企業に納入される。

近年、綿の価格は変動を続けており、綿織物の製造に影響が出ている。ABITのディレクター、Fernando Pimentel氏によると、ブラジルにおける2011年の綿織物製造量は、11%減少する見込みである。

2) 絹工業

現在、ブラジルで生産される絹の95%が、原料繊維として（つまり付加価値は低い状態で）国外へ輸出されており、その内70%が日本向けの輸出である。

ブラジル最大の絹繊維製造業者はBratacで、フランス、スイス、イタリア、日本、およびインドへの輸出を行っている。Bratacに次ぐ大手製造業者はFujimura do Brasilである。

① Bratac

世界の絹生産量が多い国ランキングで、ブラジルは4位に位置しているが、そのブラジルの綿生産の中核を担っているのが、1940年にサンパウロ州バストで創業されたBratac社である。社名のBratacは、ブラジル日系移民推進団体「Brasil Takushoku Kumiai（ブラジル拓殖組合）」の略語である。現在ではアジア、EU諸国、および米国に向けて輸出を行っている。

同社は、サンパウロ州バストスおよびパラナ州ロンドリナそれぞれに自社工場を持ち、年間約700トンの絹繊維を生産している（同繊維の国内総生産量の75%を占める）。

連絡先

- 住所：Av Brasilia, 1075 – Rodocentro – Londrina/PR

- 電話：(43) 3377 6000
- E メールアドレス：bratac@bratac.com.br

②Fujimura do Brasil S/A

パラナ州北部で絹生産を行い、原料繊維として特に日本の本社に向けた絹の輸出を展開する日系企業（前企業名は Kanebo Silk do Brasil）。

連絡先

- 住所：Rod BR-369, km 095 – Cornelio Procopio/PR
- 電話：(43) 3546 1224

3) 繊維製造業

人造繊維および合成繊維部門は「繊維・石油化学複合体」とも呼ばれる資本集約的部門であり、研究を重ね、常に最新技術への投資を行う必要がある。

ブラジルの繊維製造業は、2002 年から 2011 年の間に 14 億米ドルの投資を行い、中南米において確固たる地位を確立している。

しかしながら、化学繊維の国内生産は低調で、国内消費需要すらまかなえない状態である。

現在、ブラジルの繊維産業では、化学繊維に比べて天然繊維の需要の方が大きい、その数値は変化し続けており、人造・合成繊維の輸入量は増加傾向にある。

下記の表は、過去 10 年間における繊維素材の消費量を示したものである。

表 33 – ブラジルの繊維消費量（単位：千トン）

年	天然繊維						人造繊維			合成繊維					総計
	綿	羊毛	亜麻	絹	黄麻	合計	ビスコースレーヨン	アセテートレーヨン	合計	ポリアミド	ポリエステル	アクリル	ポリプロピレン	合計	
2000	885	8	2	0	19	915	30	2	32	102	315	53	122	592	1,538
2001	865	6	2	0	19	892	24	1	25	83	305	48	124	560	1,477
2002	805	5	2	0	19	831	24	10	34	73	315	43	144	575	1,439
2003	800	6	1	0	22	829	27	10	37	75	343	38	150	606	1,472
2004	930	5	1	0	22	958	29	10	39	80	401	48	161	690	1,688
2005	900	5	2	0	20	927	28	10	39	68	362	41	103	573	1,539
2006	890	5	2	0	18	916	37	11	48	71	375	35	96	577	1,541
2007	1,006	6	1	0	19	1,032	47	10	57	87	379	38	117	621	1,710
2008	1,050	6	1	0	21	1,078	20	9	29	81	446	41	110	679	1,786
2009	949	5	1	0	16	970	42	9	50	71	404	35	102	612	1,632
2010	1,015	6	2	0	19	1,041	24	8	32	97	456	32	126	711	1,784

（出所：ABIT, Febrala, Abraseda, Abrafas, Afipol, Conab）

ABRAFAS 提供の、2010 年における人造繊維および合成繊維に関するデータを以下に示す。

表 34 - 2010 年における人造繊維および合成繊維に関するデータ (単位: 千トン)

製品	設備 容量	生産量	国内 販売量	輸出量	総販 売量	輸入量	見掛け 消費量
人造繊維	59	37	24	15	39	10	32
ビスコースレーヨン	42	21	16	7	23	10	24
アセテートレーヨン	17	16	8	8	17	124	8
合成繊維	593	421	399	41	440	333	711
ナイロン (ポリアミド)	67	54	50	8	58	51	97
ポリプロピレン	160	103	90	8	98	31	126
ポリエステル	330	231	227	18	245	243	456
アクリル	36	32	32	6	39	6	32

(出所: ABRAFAS)

- 輸出入関連数値に関する情報は Aliceweb/MDIC system 提供
- 見掛け消費量 = 生産量 + 輸入量 - 輸出量
- 設備容量、生産量、および販売量はすべて推定値

下記の表は、過去 6 年間における糸、生地、ニットの生産量を示すものである。

表 35 - 部門別生産量 (単位: 千トン)

部門	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
繊維	1,662	1,732	1,768	2,077	2,089	3,590
糸	1,294	1,345	1,364	1,390	1,408	1,444
生地	1,314	1,369	1,362	1,393	1,376	1,408
ニット	554	609	678	679	671	737

(出所: ABIT)

以下、繊維およびフィラメント、紡糸、織物、ニット製品、仕上げ加工品、およびアパレルの各部門別 (複数部門にまたがる場合もある) 主要企業データを示す。

4. 新規市場参入者が留意すべき重要ポイント

米国のコンサルティング会社 A.T. Kearney (A.T.カーニー) 社の調査によると、ブラジルのアパレル部門は、投資機会ランキングにおいて開発途上国 30 国の中でトップに評価されている。

このランキングデータは、アパレル製品の総売上および総輸入、総人口、若年人口、および海外販売拠点の有無などの市場指標を基に打ち出されたものである。

以下のような点もプラスの評価につながっている。

- ブラジルでは、アパレル製品を購入する際、その支払い方法の 40%がクレジットカード決済であり、この傾向は米国や英国のような先進国で見られる購買行動に良く似ていること。
- ブラジルの消費市場を支えているのは、39 歳以下の国民の 60%を超える若者層であり、アパレル製品についても同層をターゲットとすることでビジネスチャンスが生まれること。
- ブラジル国内のアパレル製品の販売数は、中国における販売数を下回っているにもかかわらず、国民一人当たりの平均アパレル製品消費金額では、中国の約 6 倍の 490 米ドルとなっていること。

ブラジルの消費者は、特にテレビの連続ドラマに出演する国内の俳優やセレブリティたちが発信するトレンドを追い求めるため、ブラジル市場に参入する海外小売業者はこうした消費者の行動パターンに注目し、自社企業戦略をブラジル市場に適応させるべく努めている。

以下にブティック、一般大衆向け販売店、スーパーや百貨店といった新規市場参入を図る際に留意するポイントを列挙する。

① ブティック

ブラジルの高級品を取り扱うブティックでは製品のデザインを第一に考える。一般的な販売店では製品納入業者との条件交渉に重点を置くという点である。

ブティックが納入業者との関係で重視する点は、業者がいかに迅速に、他店と差別化の図れる製品を開発し、提供できるかという業者の能力である。また、ブティックのオーナーは、ファッション発信者としてのイメージを獲得できる製品の開発に多額の資金を投じており、納入業者は秘密保持の厳守が求められる。

従って、ブティック側の要求に適切に対応するため、アパレル製品納入業者は以下の点に留意する必要がある。

- a) 販売店の需要に応じた製品展開を行うため、ファッション、スタイル、モデリングに関する知識を提供する
- b) ファッション関連イベントに参加して、の最新ファッション情報を得るように努める
- c) 高品質原料を供給する納入業者との接点を築く
- d) 大規模小売業者より先に、品質の良い新製品への需要に対応するスピードを持つ。
- e) 顧客情報の秘密保持を厳守する

②一般大衆向け販売店

一般大衆向け販売店では、製品納入業者との条件交渉に重点を置く。より安価な製品の販売が求められ、納入業者側の条件によってその販売形態も変化するためである。また必要に応じて発注を行うスタイルが好まれるため、大量発注や長期的発注は行われない。

ブラジル市場における一般大衆向けアパレル販売店の需要に対応するために重要となるポイントは以下のとおりである。

- a) 原料供給業者と良好な関係を築き、工場直売の繊維を購入できるルートを確保する
- b) 顧客からの発注に迅速に対応できるよう、半完成品を保管しておく
- c) 効率的な生産システムを構築する
- d) 各顧客側の製造部門および製品開発部門と密にコンタクトが取れる連絡経路を確立する

③スーパーマーケットおよび百貨店

スーパーマーケットおよび百貨店にとって、最大の関心事となるのは、取り決め内容が達成されるかどうかである。これら店舗の品ぞろえはベーシックな低価格商品に集中しており、大量に販売することで売り上げを伸ばしている。よって、こうした小売戦略に適した、低価格商品を大量に供給してくれる大型納入業者との取引を好む。

こうした店舗のバイヤーは、厳密なプランニングや各納入業者の目標の達成状況に関するフィードバックは実施するが、モニタリングは行わない。リードタイムにおける対応に不足があれば、商品構成や商品のカラーに影響が及び、後のフォローは不可能となる。

加えて、百貨店は納入業者に対し、高品質かつ高い基準をクリアした製品の供給を求める。従って、百貨店への製品供給にあたっては、以下のポイントを守る必要がある。

- a) バイヤーと良好な関係を築き、しっかりとコンタクトを取って百貨店の製品ラインナップを十分に把握する
- b) 特に、受注から納品までの期間について、対応不可能な依頼は受けない
- c) 百貨店の販促活動、売上高といった情報の機密を保護する
- d) より低価格な製品の提案も行うなど、商談を円滑に進める
- e) 常に最新スタイルの製品を提案する
- f) スタイルやカラーのトレンドに合わせた製品展開にフレキシブルに対応する
- g) 納品に関するあらゆる規定を厳守する
- h) 大量発注に対応できる財務状態を整えておく

5. 織物幅

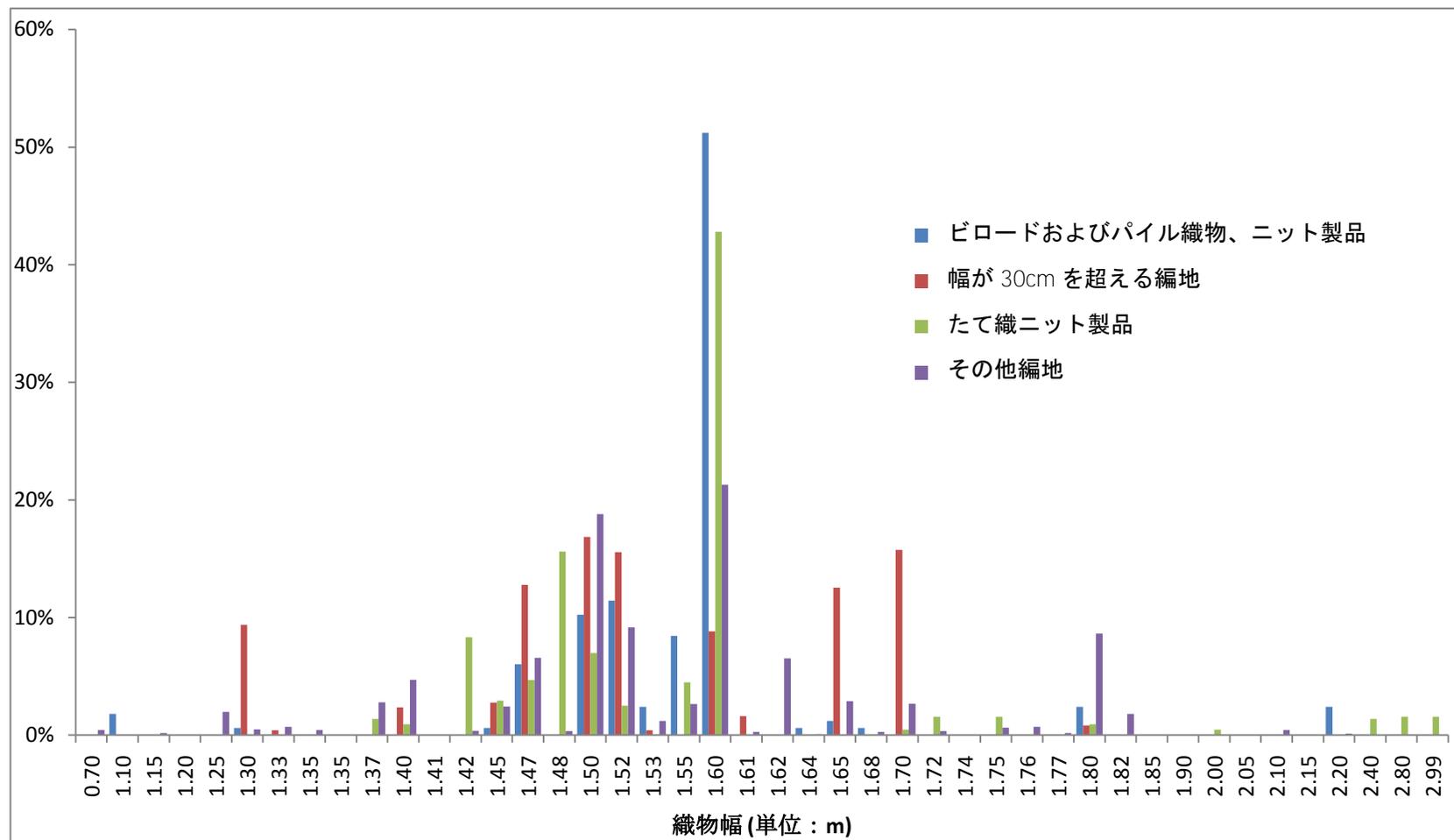
輸入織物の幅に関する 2010 年度取得データを、製品の種類別にグラフ化したものを以下に示す。

主要な織物幅は 1.6m、その他多くが 1.45m から 1.55m の間に集中しているのが分かる。

ブラジルの織物幅基準については、以下の2つの規格・標準が適用される。

- ASTM D3774 - 96(2008)e2 – 織物幅試験方法の標準規格
- AFNOR - Association Francaise de Normalisation (フランス規格協会の標準)

図 8 - 輸入織物幅分布グラフ



出所：中央銀行提供の 2010 年度輸入データを基に Nova Investe 作成

6. 潜在市場

1) エコファッション

[ブラジル中小企業支援機構](#)（SEBRAE）によると、ブラジルでは、環境問題対策への意識が高い消費者をターゲットとしたファッション分野、「エコファッション」と呼ばれる新コンセプトが流行している。

以下、同分野で需要のある製品を示す。

- エコ効率の高い原材料を使用したアパレル製品
- 天然繊維（農薬や化学肥料を用いず、伝統的方法で栽培された綿、亜麻、および麻）を使用したアパレル製品
- 植物由来原料（綿、亜麻、竹繊維、セルロース等）または動物由来原料（革、羊毛等）を使用したオーガニックアパレル製品
- リサイクル繊維素材（PET のようなプラスチック材料に天然セルロースを配合したもの）を使用したアパレル製品
- 再生原料（トラック荷台用麻布や廃棄材）を使用したアパレル製品またはアクセサリ
- ベジタルレザー（綿にラテックス加工をした植物性皮革、エコレザー）を使用したバッグや財布などの服飾品、ジャケット、靴、革張りソファ・椅子などの製品

2) インターネット販売

新興階級の人口が増加したことに加え、インターネット普及率も高まり、特にアパレル産業においてはインターネットを利用した製品売買が増えた。

アパレル業界における e ビジネスの先駆者とも言える Marisa のサイト来訪者数は年 120 万人、ネット販売による売上高は既に総売上高の 0.7% を占めている（同社の実店舗数は 226）。

Renner、C&A、Cantão、Redley、Osklen および Checklist のような企業は、ますます増加する製品需要に対応するため、既に e ビジネスによる販売経路の再構築を開始している。

ABIT によると、2010 年、アパレルおよびアクセサリ製品を含むファッション部門の成長率は、前年度比 108% を記録した。

一方、問題点として、ブラジルではアパレル製品のサイズ規格が統一されていないことがネックとなっているが、新たに ABNT が定める規格によって基準の統一が図られ、サイズ判断がより容易になる見込みである。

その他、新しいトレンドとして、若者および中年層の人々の間で絶大な人気を誇っているソーシャルネットワークサービスの台頭が挙げられる。大衆向けに、Google のファッションサイト（www.boutiques.com）のようなツールが登場し、消費者は、それぞれ自分に合ったバーチャルショップを構築できるようになっている。

こうした新しい機能に注目し、バーチャルなアパレル市場を開拓するためにパートナーシップを結ぼうと画策する小規模・中規模企業も少なくない。

3) FIFA ワールドカップ

2014 年、ブラジルではサッカー・ワールドカップが開催される。Fundacao Getulio Vargas (FGV)実施の調査が示したデータによれば、その経済効果として、同国アパレル部門投資額は 5 億 8,000 万リアル以上の増加が見込まれる。

繊維アパレル部門では数々のビジネスチャンスが生まれると想定されるが、中でもブランドやチームのライセンス商品としてのスポーツウェア（チームシャツ、ジョギングスーツ、帽子等）や、旗などの製品製造、その他プロスポーツ用品（シート、ユニフォーム等）など、ワールドカップサッカーに直接または間接的に関連した製品の展開による経済効果は大きいと言える。

同様に、2016 年にはリオデジャネイロで第 31 回オリンピック競技大会が開催されるため、引き続きこうした成長傾向が見られると予想される。