



















































































ともに、検査体制の不備が露呈されることになった。検査官数の不足、また検査官の費用はメーカー側の負担となっていることが問題となった。

一方、食品製造の現場での汚職、品質の問題に対して連邦警察が動いたためマスコミを通じてのインパクトは大きく、必要以上のネガティブなイメージを世界中に広めたという指摘もある<sup>17</sup>。

その後、10月31日の農相の発表によると、従来の輸出先の93カ国のうち90カ国ですでに輸入は再開されている。このうち33カ国は通常の輸入体制に戻り、56カ国では部分的な輸入停止あるいは検査の厳格化が行われているという。輸入が再開された国の取引額は全輸出の99.8%に達しているという。

---

<sup>17</sup> Rosana de Oliveira Pithan e Silva. Considerações sobre a Operação “Carne Fraca”. Análises e Indicadores do Agronegócio. v. 12, n. 4, abril 2017. IEA - INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA.

## II その他

### 6 ブラジルの醤油市場

#### 6.1 ブラジルでの醤油生産のはじまり

醤油は日本人の移住と共に 1908 年、ブラジルに初めてもたらされ、2018 年には 110 年になる。日本人移民をベースにして市場が作られていった。日本人移民は大部分がサンパウロ州内陸部のコーヒー園へ労働者として入り、食習慣がまったく異なるブラジルの食材を「日本的」にして食べるために欠かせないものだった。そのことから比較的はやくから移民は醤油製造を始めている。自家製のものはその前に作られていたと思われるが、商業的にはじめて製造が行われたのは、1913、14 年頃、サントスにおいてだった<sup>18</sup>。その後、コーヒー園での就労を終えた移民が集団地を形成し、それにともなって醤油製造業者も各地に生まれた。現在、ブラジル最大の醤油メーカーである **Sakura Nakaya Alimentos** 社も、創業は 1940 年、そうした流れの中で設立された。

このように醤油は日本人及び子孫の日系人の向けの商品だったが、最初は日本人を通して、後に米国でのブーム（1990 年代）に影響を受けて一般のブラジル人に寿司、刺し身など日本食が浸透したことによって、市場は大きく広がった。

#### 6.2 ブラジルで販売されている醤油

ブラジルで販売されている醤油は次のカテゴリーに分けることができる。

- ①ブラジルのメーカーが製造するもの。
- ②日本のメーカーが日本で製造するもの。
- ③日本のメーカーが日本国外で製造するもの。
- ④中国醤油









①は圧倒的なシェアをもつ **Sakura Nakata Alimentos** が製造する「**Sakura**」ほか「**Hinomoto**」「**Azuma (Tozan)**」「**Maruiti**」「**Daimaru**」「**Mitsuwa**」などのブランドがある。このうち「**Tozan**」は三菱の岩崎家の個人事業として 1927 年に創業された東山農場が作っているものであるが、2016 年にキリン・ホールディングが完全子会社した。②はキッコーマン、ヤマサなど日本のメーカーが製造するものの輸入品である。③は主にキッコーマンがシンガポール、米国、オランダで製造しているものである。

#### 6.3 販売されている製品と価格

ブラジルで主に販売販売されている醤油と価格（1 リットル）は次の表のようになる。このうち **Yamasa**、**Kikkoman**、**Shoyu Nippon** が輸入品である（小売価格、2017 年 11 月調べ）。

---

<sup>18</sup> ブラジル日本移民百年史編纂・刊行委員会、『ブラジル日本移民百年史第三巻』、2010 年

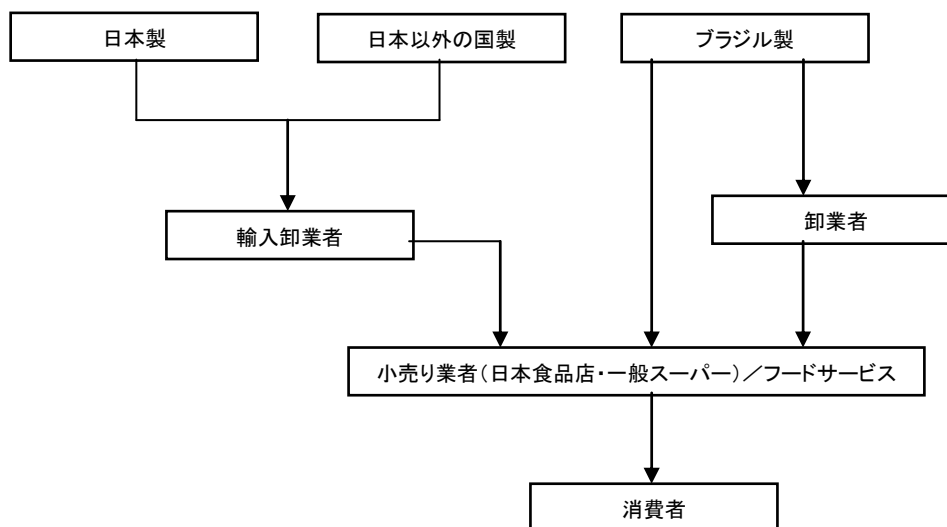
Sakura	Hinomoto	Azuma (Tozan)
 R\$ 10.70	 R\$ 9.00	 R\$ 11.80
Maruiti	Daimaru	Mitsuwa
 R\$ 9.90	 R\$ 12.40	 R\$ 5.20
Yamasa	Kikkoman	Shoyu Nippon (Daiso)
 R\$ 28.00	 R\$ 30.00	 R\$ 18.99

#### 6.4 醤油の流通

醤油のブラジルでの流通の流れを図 6-1 に示す。輸入品の場合は輸入卸業者が輸入して、小売店、フードサービス（飲食店）に卸販売をする。一方、ブラジル製の場合は、大手スーパー向けの販売は卸業者を通さずメーカーが直に取引するケースが多いが、日本食料品店向けなどは卸業者（ディストリビューター）を通すことがある。フードサービス向けの業務用はガロンなど大きな容器が使用されている。また醤油だけを扱う業者はなく、通常他の商品と併せて販売される。例えばSakuraの場合は味噌その他のソース類、Tozanの場合は日本酒、味醂、味噌等と併せて販売される。



図 6-1 醤油の流通図



## 6.5 輸入品の醤油

現在、輸入されている主な醤油のブランドはキッコーマン、ヤマサ、ヒガシマル、そして Shoyu Nippon（大創産業株式会社）である。このうちヤマサと Shoyu Nippon、ヒガシマルは日本から、キッコーマンは日本、米国、シンガポールから輸入されている（以前はオランダで作られたものもあったが、2016 年は輸入がゼロになっている）。輸入統計を見ると表 6-1 のようになる。ただし NCM コードは「Molho de soja」（大豆ソース）と定義されているので大部分は醤油だと思われるが、麵つゆその他の調味料が含まれている可能性もある。日本からの輸出が 2015 年から 16 年まで 68%増加しているが、これは大創産業がはじめた Shoyu Nippon の影響が多い。同社輸入の自社店舗（2016 年現在で 22 店舗）で販売するほか Hirota などのスーパーでも売られており、キッコーマン、ヤマサより安く値段設定されている。シンガポールからの輸入はキッコーマンの同国にある工場で作られたものである。米国からのものは、量が日本、シンガポールより多くなっており、キッコーマンの醤油に加え、中国醤油その他の調味料が多数含まれていると思われる。また 2015 年米国から量が増えているのは、JFC というキッコーマン系の販売会社がブラジルに設立されて米国からの輸入を始めたことによる。なお日本からの輸入には、中国系の業者が問屋から仕入れる「並行輸入」のキッコーマンも含まれている。

表 6-1 醤油の輸入国

単位：kg

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
日本	31,536	49,799	45,841	44,210	72,992	122,398
シンガポール	43,438	70,574	83,536	86,607	114,454	81,369
米国	45,713	36,372	91,590	59,640	148,523	165,755
オランダ	7,000	5,364	4,000	4,649	3,318	0,000

出典：MDIC（商工開発省）

備考：NCM コード 21031010 及び 21031090

## 6.6 ブラジル製の醤油

ブラジルで作られている醤油の最も大きな特徴は大豆とトウモロコシを原料として作られており、日本が大豆と小麦であるのと異なる。日本の醤油は小麦を炒って加えるので自然に色がつくが、ブラジルではトウモロコシなので色が無く、着色のためにカラメル色素を加えている。そのため色は濃厚で日本製に比べて甘みが強い。

ブラジル最大の醤油メーカーは **Sakura Nakaya Alimentos** である（1940 年創業）。「**Sakura Shoyu**」ブランドで醤油市場のシェアは 80%以上を占め、他メーカーを圧倒している。売上げ額は、2012 年で 1 億 8000 万リアル、現在は既に 2 億リアルは超えていると推察される。現在は、サラダドレッシング、ケチャップ、マスタードその他の分野に進出して総合食品メーカーとしての地位を確立している。各スーパーのプライベートブランド生産も行っている。販売先は小売りが 70%、フードサービス 20%、食品工業用 8%、輸出が 2%である。醤油は全ブラジルの 40 万の小売店で販売されている<sup>19</sup>。日本食品店でこそ各ブランドの醤油を見ることができるが、一般のスーパーでは同社製のみの場合が多い。

ブラジル地理統計院（IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística）の工業統計年鑑<sup>20</sup>によると、2015 年（最新データ）の醤油の生産量は 3 万 2523 トンだった。2009 年から 2 倍以上に増えており、2013 年からの伸びが著しい。これは 2013 年に **Sakura Nakaya** がゴイアス州の工場を拡張したためである。同工場はそれまで全社生産量の 15%であったものを 50%に増やした<sup>21</sup>。統計でも同社がブラジルの醤油市場を動かしていることがうかがえる。

一方、大統領選挙後（2014 年）ブラジル経済はリセッションに突入し、2015 年、2016 年はマイナス成長に陥ったが、それにもかかわらず生産量は伸びている。しかし、販売量を見ると生産量との差が大きくなっており、消費者の購買力低下で、外食業界が低迷していることが示唆される（グラフ 6-1）。

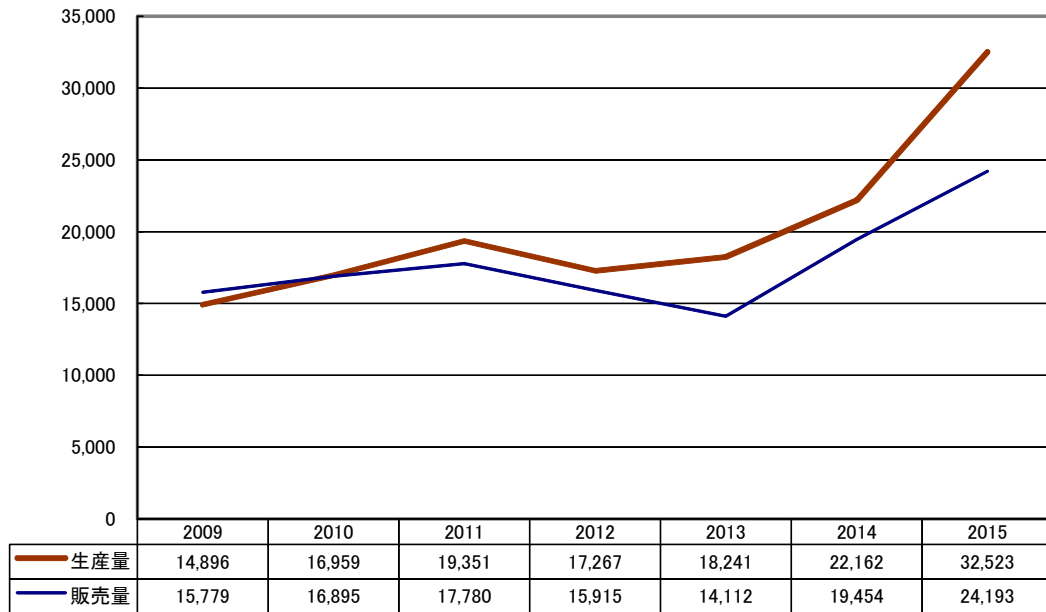
<sup>19</sup> 『サンパウロ新聞』2014 年 3 月 19 日、Valor Econômico, 2103 年 11 月 22 日

<sup>20</sup> IBGE, Pesquisa Industrial - Produto, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015

<sup>21</sup> Valor Econômico, 2103 年 11 月 22 日

グラフ 6-1 ブラジル国内の醤油の生産量と販売量

単位：トン



出典：IBGE, Pesquisa Industrial – Produto 各年次

備考：PRODLIST コード 1095.2060 (Molhos de soja preparados)

## 6.7 ブラジルの醤油業界の展望と課題

ブラジルでは醤油の味の好みについて独特の嗜好があるといわれている。日系人口が多く醤油市場の大きなブラジルを開拓するためキッコーマンが 1980 年代後半から約 10 年間、三菱系で日本酒の製造を戦前から行っている東山農場へ委託して製造販売したが、結局、Sakura を崩せずに製造を中止、輸入販売に転換させた。このとき「ブラジルに住んでいる人はブラジル製の醤油の味、コロニア（ブラジルの日系コミュニティ）にはコロニアの醤油の味に慣れ、日本の味に馴染めなかった」という見方がされた。しかし価格の影響も大きいと考えられる。価格表の値段を見ると、ヤマサ、キッコーマンはそれぞれ 28 レアルと 30 レアルとほぼ同じ価格帯になっているが、これは最大のシェアの Sakura と比べると約 3 倍に相当する。もっとも低価格の Mitsuwa と比べると 5 倍もあり、この価格差は大きい。一方、大創産業が自社輸入で市場に投入した Shoyu Nippon の価格は 19 レアルでヤマサ、キッコーマンの価格と Sakura ほかのブラジル製のものの中間を狙った価格に設定している。

ブラジルの輸入日本食製品はもともと日系コミュニティの需要を満たすために始まった。日系人にとって必需品あり、希少性からある程度は値段を度外視したマーケットだったが、今後、ブラジルで日本製品の需要を増やすためには、これまでの仕入れ値に自動的に税金や輸入商社、小売りのマージンをのせたビジネスモデルではなく、メーカーがもっと関与、マーケットをよくわかっている輸入商社とタイアップして、マーケットに合わせた製品開発、そしてプライスマーケティングが必要とされる。

また Sakura が現状のように圧倒的なシェアをもつことができたのは、一般のスーパーに大量供給できるだけの生産体制を築きあげ、全国流通体制を構築したことだと考えられる。

## 7 ブラジルの水産物について

### 7.1 漁獲量

表 7-1 はブラジルの海水と淡水の水産物の養殖を除く水産物漁獲量のデータである<sup>22</sup>。これによると 2009 年から 2011 年の平均は海水が 55 万 8600 万トン、淡水が 24 万 6000 トンとなっている。淡水が全漁獲量の約 30% を占めているのは広大な国土の中、大型の河川が存在するブラジルならではの特徴である。

表 7-1 ブラジルの海産物漁獲量

水産物合計(海水)			水産物合計(淡水)		
2009	2010	2011	2009	2010	2011
585,671.50	536,454.90	553,670.00	239,492.60	248,911.40	249,600.20

出典：Ministério da Pesca e Aquicultura - Boletim Estatístico da Pesca E Aquicultura 2011

### 7.2 輸入と輸出

表 7-2 に 2012 年から 2016 年までのブラジルの海産物の輸出入金額と数量を示す<sup>23</sup>。輸入、輸出ともに額、量は横ばい状態で増えていない。

またこれを見るとブラジルの海産物貿易は完全な入超状態で、2016 年では輸入額が輸出額の 5 倍、輸入量が輸出量の 9 倍となっている。肉食中心の食生活が営まれているといいながら、7,367 キロの海岸線をもつ国としては、まだ水産資源の開発は遅れているといえる。

表 7-2 海産物の輸入金額と数量

	輸入額	輸入量		輸出額	輸出量
2012	1,158,141	340,695	2012	178,737	35,404
2013	1,332,463	383,380	2013	190,371	31,188
2014	1,435,390	373,616	2014	178,080	28,509
2015	1,109,240	306,291	2015	198,221	31,105
2016	1,099,052	335,387	2016	219,265	36,772

出典：Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio Exterior - Aliceweb

<sup>22</sup> 総括的なデータは 2011 年が最新

<sup>23</sup> NCM 03.02～03.08

## 7.3 イカ

### 7.3.1 漁獲と輸入

表 7-3 にブラジルのイカの漁獲量を示す。イカは海水水産物全体の中で 0.3%を占めるに過ぎない。一方、2016 年の輸入は 1972 万ドル、7431 トンであった。イカの国内消費量の大きな部分（約 80%）は輸入品で賄われていることになる。イカの輸入元を見ると中国が最大で約半分を占める。輸入額・量の推移を見ると、2012 年から 2016 年までに 2.1 倍に増加している。中国からの輸入量は同期間に 2.3 倍増えているから、輸入の増加分は同国によって担われたことがわかる（表 7-4、7-5）。

表 7-3 ブラジルのイカの漁獲量

単位：トン		
2009	2010	2011
1,701.80	1,608.40	1,623.60

出典：Ministério da Pesca e Aquicultura - Boletim Estatístico da Pesca E Aquicultura 2011

表 7-4 イカの国別輸入元額・量（2016 年）

単位：千ドル、トン			
国	輸入額	輸入量	割合(金額)
中国	9,976	3,207	50.6%
ペルー	4,875	1,650	24.7%
アルゼンチン	2,734	1,598	13.9%
チリ	1,904	877	9.7%
その他	227	98	1.2%
全体	19,715	7,431	100.0%

出典：Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio Exterior - Aliceweb

表 7-5 イカの輸入額・量の推移

単位：千ドル、トン		
	輸入額	輸入量
2012	11,141	3,495
2013	13,215	5,332
2014	14,118	6,143
2015	12,139	6,278
2016	19,715	7,431

出典：Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio Exterior - Aliceweb

### 7.3.2 加工品

イカの加工品を貿易統計で見ると、2016 年はブラジル全体で 23 万 9832 ドル、69 トン 352 キロであり、そのほとんどをペルーより輸入している（表 7-6）。

表 7-6 ブラジルのイカ加工品の輸入額・量と輸出国（2016 年）

単位：ドル、トン		
	輸入額	輸入量
合計	239.832	69.352
ペルー	237.974	69.000
スペイン	1.439	0.292
ポルトガル	0.419	0.060

出典：Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio Exterior - Aliceweb

日本からのイカの加工品は、以前は塩辛、和物などが冷凍で輸入されていた時期があったが、2011 年の東日本大震災後、輸入検査、登録が厳格化され、現在ではほぼ止まっている

状況である。また日本食の輸入卸し業者によると添加物の基準が日本とブラジルと違い、輸入の際の障害になっている場合もあるという。

## 7.4 エビ

### 7.4.1 漁獲量と養殖量

表 7-6 はエビの漁獲量と養殖量である。漁獲量より養殖量の方が多くなっている。

表 7-6 ブラジルのエビの漁獲量と養殖量

漁獲量			養殖量	
2009	2010	2011	2015	2016
40,622.20	38,374.40	38,729.00	70,521.25	52,118.71

単位：トン  
出典：IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Agropecuária, Pesquisa da Pecuária Municipal 2015-2016, Ministério da Pesca e Aquicultura - Boletim Estatístico da Pesca E Aquicultura 2011

州別のエビ養殖量を表 7-7 に示す。東北部のセアラ、リオグランデドノルテの 2 州で 77%を占め、この 2 州に生産が集中し、7 位までの占める割合が 99%に達する。が、これらの州はすべて東北部であり、熱帯地域の海岸部がエビ養殖の重要な地域となっている。

表 7-7 ブラジルのエビの養殖量

	2013	2014	2015	2016	割合
ブラジル	64,678	65,028	70,521	52,119	100.00%
セアラ	33,950	35,392	40,718	25,431	48.79%
リオグランデドノルテ	16,983	18,295	17,830	14,656	28.12%
ピアウイ	3,701	3,666	3,572	3,140	6.02%
バイア	3,008	2,785	2,806	2,748	5.27%
セルジッペ	2,481	2,248	2,232	2,322	4.46%
ペルナンブコ	3,241	959	1,606	2,246	4.31%
パライーバ	864	933	938	894	1.71%
サンタカタリーナ	215	181	228	218	0.42%
アラゴアス	-	260	260	157	0.30%
マラニョン	50	55	85	134	0.26%
パラナ	85	125	125	90	0.17%
パラ	40	42	67	60	0.12%
リオデジャネイロ	6	7	9	11	0.02%
ミナスジェライス	14	13	13	7	0.01%
エスピリトサント	38	68	33	6	0.01%

出典：IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Agropecuária, Pesquisa da Pecuária Municipal

### 7.4.2 輸入

ブラジルはエビの輸入を解禁していない。一方、南米最大のエビの生産国であるエクア

ドルが市場開放を求めている。今年、ブラジル政府は解禁の方針を固めたが、養殖団体を中心に「病気が入る可能性がある」との申し立てがありまだ決着はついていない。

## 7.5 カニカマ

カニカマは1980年代の終わりごろから、いわゆる「運び屋」と呼ばれる人たちによってブラジルに持ち込まれはじめた。用途はほとんどが寿司ネタで、希少性から特上寿司のネタになっていた。その後、1990年代に入って輸入の自由化がはじまったことにより、供給量は増え、日本食だけでなくサラダなどブラジルの一般的なメニューにも使われるようになった。

ブラジルで流通しているカニカマには輸入品とブラジル製がある。ブラジル製は MGS Foods というメーカーが作っており、同社は2000年のはじめごろにマットグロッソドスル州のカンポ・グランデ市で創業した企業である。同社には日本のアパレル企業が資本参加している。輸入品には中国、タイ、アルゼンチン製などがある。

ブラジルのスーパーで販売されているカニカマ



## 8 オレンジジュース

### 8.1 生産と輸出

現在、ブラジルは世界最大のオレンジジュースの生産、輸出国であり、さらにオレンジ果実の生産でも最大となっている。とくに世界輸出に占める割合は 2016/2017 年で 78% に達しており、オレンジジュースはブラジルにとって輸出向けの産業ということがわかる。しかし世界の消費のトレンドが濃縮ジュースからフレッシュジュースに移ってきていることなどもあり、生産量、輸出量とも横ばい状態で、成熟産業となっている（表 8-1、8-2）。

ブラジルでオレンジジュースの輸出が増えた契機は、1962 年のクリスマスに世界最大のオレンジ生産地である米国のフロリダを襲った大霜害である。この霜害でフロリダは 1300 万本のオレンジの成木を失った<sup>24</sup>。これを受けてブラジルは 1963 年には 8 万 4720 トンだった輸出量が 1969 年には 27 万 560 トンにまで急増している。また 1963 年に加工に回されるオレンジの割合は 9.8% だったものが、1969 年には 23.5% に増えている<sup>25</sup>。

現在、オレンジジュースはブラジルにとって外貨獲得のための重要な輸出品となっており、2016 年の輸出額は 19 億 1400 万ドルで、農産物輸出の 2.3% を占めている。

表 8-1 世界のオレンジジュース生産量におけるブラジルの占める割合

単位：千トン

	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
世界	1,934	2,084	1,843	1,558	1,938
ブラジル	980	1,230	1,006	810	1,257
割合	51%	59%	55%	52%	65%

出典：USDA

表 8-2 世界の輸出量におけるブラジルの占める割合

単位：千トン

	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
ブラジル	1,110	1,200	1,153	895	1,143
世界	1,472	1,552	1,513	1,237	1,473
割合	75%	77%	76%	72%	78%

出典：USDA

オレンジジュースの国別輸出先を表 8-3 に示す。EU が最大で輸出量で 64.8%、輸出額で 64.4%、続いて 2 位の米国はそれぞれ 19.9%、20.3% の割合である。日本は 3 番目の輸出国で輸出量、輸出額はそれぞれ 5.1%、4.8% となっている（日本へのオレンジジュースの輸入元の約 7 割はブラジル）。

<sup>24</sup> Fernandes, Bruno Campos. Desenvolvimento histórico da citricultura. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

<sup>25</sup> Ferreira, Fábio Luiz et al. *O Mercado Internacional e a Produção Brasileira de Suco Concentrado de Laranja*. R. Adm. Emp. Nov/dez, 1974. Rio de Janeiro



表 8-3 オレンジジュースの輸出先（2016 年）

単位：トン、千ドル

	輸出量	割合	輸出額	割合
全体	1,080,448	100.0%	1,800,460	100.0%
EU	699,807	64.8%	1,158,939	64.4%
米国	214,818	19.9%	365,856	20.3%
日本	55,469	5.1%	87,180	4.8%
中国	31,641	2.9%	55,859	3.1%
スイス	9,600	0.9%	16,703	0.9%
韓国	5,074	0.5%	8,014	0.4%
その他	64,039	5.9%	107,908	6.0%

出典：CITRU BR

表 8-4 オレンジジュースが農産物輸出に占める割合（2016 年）

単位：100 万ドル

農産物	輸出額	割合
大豆	25,419	29.9%
砂糖	10,436	12.3%
鶏肉	6,760	8.0%
セルロース	5,573	6.6%
コーヒー	5,472	6.4%
牛肉	5,339	6.3%
トウモロコシ	3,655	4.3%
オレンジジュース	1,914	2.3%
豚肉	1,264	1.5%
農産物全体	84,935	100.0%

出典：MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

## 8.2 輸送

各工場で製造されたオレンジジュースは、タンクローリーでサントス港の各メーカーのターミナルの貯蔵庫まで運ばれ、そこで専用船に積み込まれる。大部分が挿入管で船倉に送り込まれるが、一部輸出先によってはドラム缶が使用されている。

輸出先国、地域の港にもメーカーは専用ターミナルをもち、船から貯蔵庫に移されてそこからドラム缶で顧客のジュースメーカーまで運送される。米国ではメーカーまでパイプラインが引かれているケースもある。

日本では愛知県豊橋に日本ジュース・ターミナル株式会社が運営するターミナルがあり、Citrosuco 社と Cutrale 両社によって利用されている。

## 8.3 オレンジ生産

ブラジルで収穫されるオレンジ果実はブラジル地理統計院（IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística）の統計によると 1725 万 1000 トン（2016 年）だった。ジュース

ス加工工場が集中するサンパウロ州が最大の生産地で、シェアは 75%に達している。輸送コストなどから、ジュースメーカーは工場の近くの自社農場あるいは第三者の農場から原料を仕入れている（表 8-5）。

表 8-5 オレンジの州別生産量

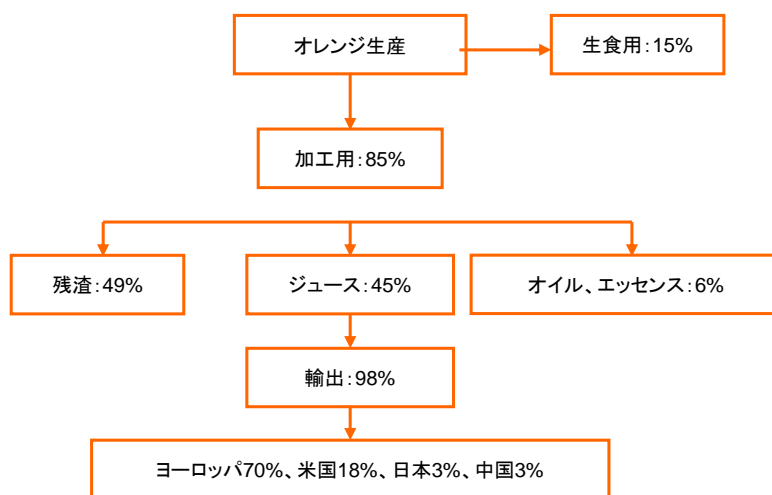
単位：千トン

	2012	2013	2014	2015	2016	割合
ブラジル	18,013	17,550	16,928	16,940	17,251	100.0%
サンパウロ	13,366	13,019	12,291	12,279	12,847	74.5%
バイア	1,037	995	1,026	1,161	1,130	6.5%
ミナスジェライス	864	895	940	987	961	5.6%
パラナ	913	977	980	903	741	4.3%
その他	1,832	1,665	1,692	1,609	1,572	9.1%

出典：IBGE - Produção Agrícola Municipal

オレンジ果実の用途を図 8-1 に示す。収穫されたオレンジの約 85%がジュースに加工され、製造されたオレンジジュースの 98%は輸出される。

図 8-1 生産されたオレンジの用途の割合



出典：Bradesco, DEPEC – Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos, SUCO DE LARANJA  
Gazeta do Povo, 2017年6月3日

## 8.4 オレンジジュースメーカー

ブラジルのオレンジジュースの生産と輸出は実質的に Citrusuco 社、Cutrale 社、LDC Juice 社 (Louis Dreyfus Company) の 3 つのメーカーが、総生産量の約 25%、30% 及び 15% を占め、寡占状態となっている。表 8-6 に 1970 年から 2004 年までのメーカー数の推移を示す。1995 年から 2000 年にピークを迎え、2004 年の時点で 8 社になっている。そして、さらに吸収合併を繰り返して現在の 3 社による寡占状態に至っている。1976 年に工場を建設して 1980 年から専用船で輸出していた Cargill 社も 2004 年に Citrusuco 社と Cutrale 社にオレンジジュース事業を分割して売却している。

表 8-6 メーカー数の推移

	メーカー数
1970	7
1975	9
1995	16
2000	17
2004	8

出典：農業経済研究所 (IEA, - Instituto de Economia Agrícola) Mudanças na citricultura paulista

### 8.4.1 Citrusuco 社

同社は当時、業界 2 位と 3 位だった Citrusuco 社とセメント大手の Votorantim グループの Citrovita 社が、1 位の Curale 社に対抗するためには 2010 年に合併してできたメーカーである (合併比率は 50%、50%)。

Citrusuco 社はブラジル資本。もともとサンタカタリーナ州でオレンジを生産していたドイツ系の家族 (Fischer 家) が米国のパッキング業者、ドイツのインポーターとのジョイントで創業したジュースメーカーである。1969 年と 1992 年にそれぞれの出資企業の株を買い取って現在では完全同族経営となっている。Citrovita 社は 1989 年にセメント事業中心の Votorantim グループの多角化戦略の中で創業された事業である。

- 2016 年売上げ：28 億 3600 万リアル<sup>26</sup>
- 生産能力のシェア：40～45%<sup>27</sup>
- 世界生産におけるシェア：25%
- 自社農場：30 ヶ所、15 万 8000 ヘクタール (加工原料の約 30%)
- 工場数：5 ヶ所
- 専用輸出ターミナル：国内 2 ヶ所、国外 5 ヶ所 (うち 1 ヶ所は豊橋)
- オレンジ供給農家：2500 生産者
- 従業員：6000～6500 人、オレンジの収穫時は 1 万～1 万 5000 人
- ブラジル国内での生産、輸出だけでなくフロリダでもジュース生産を行っている。

<sup>26</sup> Assembleia Legislativa do Estado De São Paulo, Comissão Parlamentar de Inquérito da Cartelização da Citricultura. *Relatório Final*. 2017.

<sup>27</sup> 以下 Instituto Observatório Social. *Cultivo de laranja e produção de suco: indicativos de déficit de trabalho decente na Citrusuco S/A Agroindústria Sucocítrico Cutrale Ltda. Louis Dreyfus Commodities Agroindustrial S/A - 2013* から

#### 8.4.2 Cutrale 社

20 世紀のはじめにイタリア人移民（Giuseppe Cutrale）がサンパウロ州奥地のアララクアラでオレンジ売買業者として創業した企業である。1956 年にオレンジ輸出をはじめ、ジュース生産に参入したのは 1967 年にジュース工場を買収してから。1980 年代まで Citrosuco 社より生産量は少なかったが、自社生産のオレンジを増やすなどの積極策に出て最大のメーカーとなった。2012 年からは多角化の一貫として大豆生産、バナナ生産の分野にも進出している。

- 2016 年売上げ：30 億リアル<sup>28</sup>
- 工場：3 ヶ所
- 世界生産におけるシェア：約 30%
- 自社農場：35 ヶ所
- 資産：150 億リアル
- 原料：自社生産 40%
- 従業員数：1 万 5000 人（直接雇用）

#### 8.4.3 Louis Dreyfus Commodities Agroindustrial 社

フランスのグループで 1851 年に穀物の分野で創業。ブラジルへは 1942 年に企業買収によって進出して、砂糖、柑橘類、植物油、コーヒーなどの売買を行ってきた。オレンジジュースの分野には 1988 年に Frutopic Agropecu[aria 社を買収して進出した。1993 年には組合系の工場だった Coinbra-Frutesp を買収した。現在ではグループの 70%以上の資産はブラジルにあるといわれている。

- 2016 年売上げ：18 億 800 万リアル（ジュース部門のみ）<sup>29</sup>
- 工場：3 ヶ所
- 世界生産における生産ランキング：3 位
- 自社農場：10 ヶ所（1 万 1000 ヘクタール）
- オレンジ供給農家：30 生産者

#### 8.5 カルテルの問題

原料を供給する生産者からのオレンジ買い上げの際の価格の談合の疑いで、日本の公正取引委員会にあたる経済保護審議会（Cade - Conselho Administrativo de Defesa Econômica）が、2016 年 11 月に最終的な採決を出し、生産者、業界団体に対して総額 3

<sup>28</sup>Assembleia Legislativa do Estado De São Paulo, Comissão Parlamentar de Inquérito da Cartelização da Citricultura. *Relatório Final*. 2017

<sup>29</sup> Assembleia Legislativa do Estado De São Paulo, Comissão Parlamentar de Inquérito da Cartelização da Citricultura. *Relatório Final*. 2017

億 100 万レアルの支払いを命じた。この件は 1999 年から長期にわたって争われていたものである。支払いを命じられたメーカーは **Centrale**、**Citrosuco**、**Cargill**（すでにジュース事業から撤退）、**Coinbra**、**Citrovita** で、大手のすべてのメーカーがカルテルに加わっていたことになる。