Vene Investment

Venezuela Weekly Report

No.３９５　２０２５年２月２６日（水曜）

（写真）全国スーパーマーケット協会（ANSA）“スーパーマーケット業界の状況、消費者の傾向など紹介”

スーパーマーケット調査

株式会社ベネインベストメント
松浦　健太郎

全国スーパーマーケット協会（ANSA）は、全国のスーパーマーケットを対象としたアンケート調査（２０２４年版）を公開した。

同調査では２０２４年になり店舗に置かれる商品のバリエーションが増え、国産品が増加、新たに開店・リニューアルされた店舗が増えたことが確認できる。

本稿では、ANSA のアンケート調査結果を紹介すると同時に、ここ数年でのベネズエラ人の消費傾向の変化について紹介したい。

スーパーマーケット業界　前年比６％増

ANSA によると、２０２４年のスーパーマーケット業界はベネズエラの「国内総生産（GDP)」全体の約４．５％を占めているという。

また、ANSA は２０２４年の同業界の GDP 成長率は前年比６％増としており、２０２０年から４年連続で成長を続けているとした。なお、ANSA の発表ではないが、マドゥロ大統領は「２０２４年のスーパーマーケット業界の GDP 成長率は前年比９％増だった」と言及している。

いずれにしてもスーパーマーケット業界はベネズエラの中でも比較的好調な業種と言えそうだ。

スーパーマーケット業界の好調は、新規オープンする店舗数の増加、あるいはリニューアルオープンする店舗数の増加でも見ることが出来る。

ANSA によると、２０２４年に新規オープンあるいはリニューアルオープンした店舗数は全国で６１店舗。２０２３年の３８店舗から大きく増加した。つまり、２０２３年～２４年の間に全国でスーパーマーケットが約１００店舗増えたと言える。

なお、２０２４年は、店舗数の拡大により４８８０人の新規雇用と１９５２０人の間接雇用が創出されたと試算している。

また、同業界が抱える直接雇用者数は全国で約１３万人、間接雇用者数は約５２万人。直接・間接雇用を含めると合計で６５万人の雇用を創出しているとしている。

商品バリエーションが増加

ANSA は２０２４年の特徴として、商品バリエーションが大きく増えたことを挙げている。

ANSA によると、２０２４年に店舗で販売されている商品のブランド数が前年よりも２，５７８種類増えたという。

特に「コーヒー」のブランドが４００種類増加したという。他、「調整済み小麦粉」のブランドは４０種類増、「マヨネーズ」のブランドは２５種類増、「トマトソース」のブランドは２０種類増えたという。

ANSA のイタロ・アテンシオ代表は、
「２４カ月前、１２カ月前のスーパーマーケットの店舗には、よく見るブランドしか販売されていなかった」「しかし、今は様々なブランドの商品が販売されている」「加えて、小さいサイズから大きなサイズまで商品容量のバリエーションも増えた」
と説明している。

スーパーでの国産品の割合は９割前後

また、２０２４年の特徴として国産品が増えた点も挙げている。

ANSA によると、２０２４年末時点で、スーパーマーケットで販売されている商品の８５％は国産品、１５％が輸入品だという。

なお、２５年２月にルイス・ビジェガス国家商業相は「店舗で販売されている商品の９７％は国産品になっている」と言及しており、マドゥロ政権が２０１８年から勧めてきた輸入代替産業を育成する「経済回復計画」の成果が出ていると強調している。

ベネズエラは歴史的に「原油を輸出し、原油輸出で得た外貨を使って、食料品を含めて財・サービスを輸入する」という輸入依存型の経済体質だった。

しかし、原油収入の激減を受け、これまでのように外国から商品を輸入することが困難になり、国産品に切り替えなければならない状況に迫られた。

このようなやむを得ない事情から国産品が増えた面は間違いないだろう。

なお、アテンシオ代表によると「キャンディやスナックなどの菓子類はまだ国産品よりも輸入品の方が多い」「とはいえ、クッキーなどを中心に菓子類もベネズエラ産の商品が増えている」とコメントしており、国産品の割合は品目によって異なるようだ。

価格以外の要素も購買決定に影響

次にベネズエラ人のスーパーマーケットでの消費傾向について紹介したい。

アテンシオ代表によると、この数年でベネズエラ人の消費傾向は大きく変化したという。

数年前、ベネズエラ人は月に１度、半月に１度など一度の買い物で大量に購入する傾向にあったが、ここ数年は１週間に２度、３度と頻繁に店舗で購入するようになったようだ。

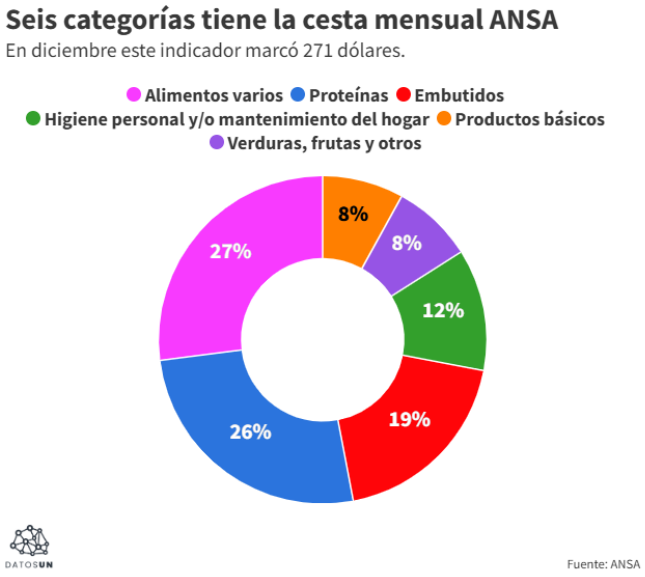
また、消費者の購買時の判断基準について、最近では「価格」だけが唯一の指標ではなく、「品質」も重要視されるようになったという。
ANSA は「価格以外の理由でスーパーマーケットを選ぶ際の重視する点」という質問を消費者に行った結果、「品質」と回答したのが全体の６割に上ったという。

また、アテンシオ代表は「顧客は、“行列が少ない”“店舗のイルミネーションが綺麗”など価格や品質以外の部分も重視しており、これらで満足できない場合、通う店舗を変えることがある」と説明した。

１カ月の生活費（サービス除）は２７１ドル

ANSA は、「ANSA バスケット（４人家族が１カ月生活するに当たり、必要になる食品や生活品のコスト）」を公表しており（医療費・交通費・公共サービスなどサービス系の支出は含まない）、２０２４年１２月の ANSA バスケットは２７１ドルとしている。

費用の構成としては「タンパク質類」が２６％、「その他食品類」が２７％、「ソーセージ」が１９％、「衛生用品・清掃用具」が１２％、「野菜・果物類」が８％、「その他基本品」が８％となっている。



（出所）ANSA

なお、具体的な品目は以下の通り。

・卵（３０個入り）：２つ
・とうもろこし粉：８キロ
・米：６キロ
・ひき肉：６キロ
・鶏肉：６キロ

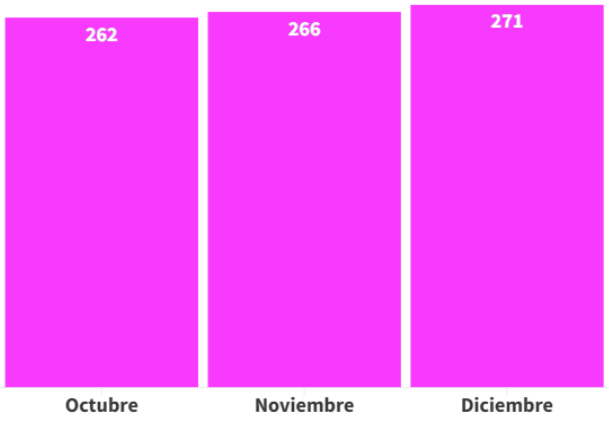
・パスタ：６キロ
・トマトソース：４缶
・砂糖：４キロ
・豆：４キロ
・粉洗剤（９００グラム）：４つ
・トイレ用せっけん：４つ
・白チーズ：４キロ
・いわし（１７０グラム）：３つ
・コーヒー：２キロ
・マーガリン：２キロ
・植物油：２キロ
・歯磨きペースト（１８０グラム）：２つ
・トイレットペーパー：８つ
・ソーセージ：２キロ
・生ハム：２キロ
・じゃがいも：２キロ
・トマト：２キロ
・玉ねぎ：２キロ
・バナナ：３キロ
・粉ミルク（９００グラム）１つ
・食塩：１キロ
・人参：１キロ

なお、２０２４年１０月の ANSA バスケットはドル建てで２６２ドル、１１月は２６６ドルと徐々に高くなっている。

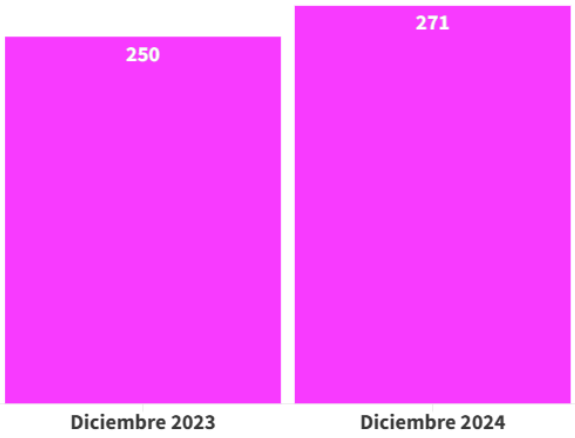
また、前年同期（２０２３年１２月）は、２５０ドルだったので、１年が経過して２１ドルほどドル建てで ANSA バスケットが上昇していることになる。

２０２３年１２月～２４年１２月にかけて生活費が上昇していると言える。

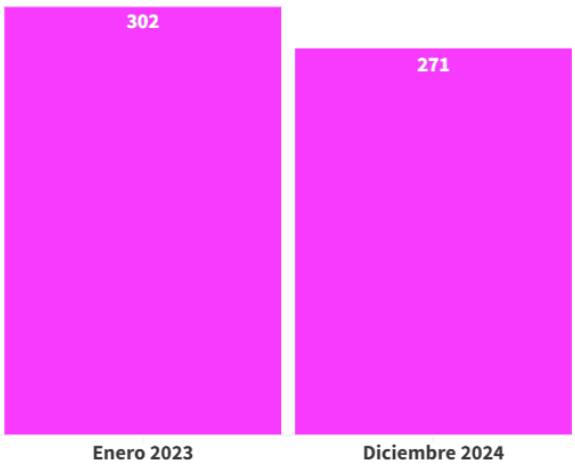
＜２４年１０月～１２月の ANSA バスケット＞



＜２３年１２月と２４年１２月 ANSA バスケット＞



しかし、更に時間をさかのぼった２０２３年１月の ANSA バスケットは３０２ドルで、約２年前と比べるとドル建ての生活費が減少している（下グラフ）。



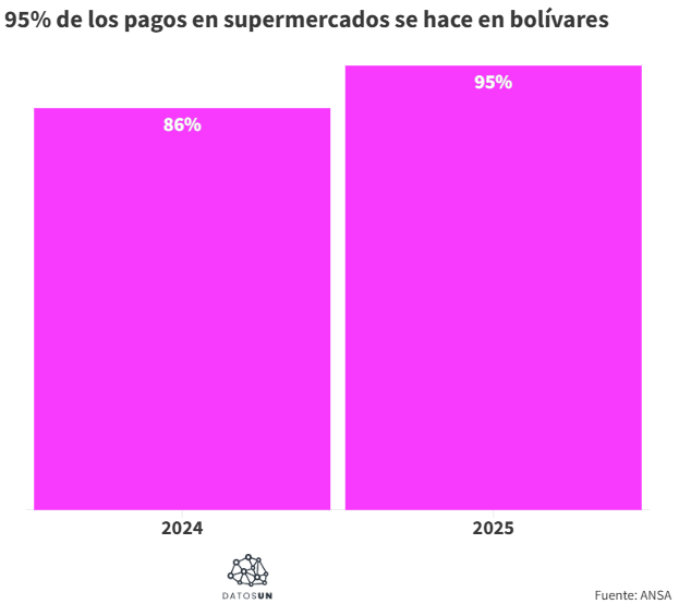
３年でボリバル通貨の使用率が大幅増

最後にスーパーマーケットでの決済通貨の使用状況について紹介したい。

現在ベネズエラでは、ボリバル建てでも外貨建てでも決済をすることが可能になっている。

アテンシオ代表によると、２０２４年１２月時点でボリバル建ての決済割合は全体の８６％、外貨建ての割合は１４％。更に２５年２月には９５％がボリバル建て、外貨建ては５％になっているという。

３年前（２０２１年）は８５％が外貨建て、１５％がボリバル建てだったようで、この３年間でベネズエラ国民の決済傾向が大きく変化したとしている。



また、アテンシオ代表は、直近の決済傾向の変化として「Cashea」に代表される個人向け融資サービスアプリの存在を挙げている（Cashea については「ウィークリーレポート No.394」参照）。

例えば、Cashea を利用すれば現在支払う資金が無くても６０ドルのクレジット枠を利用し、商品を購入することが可能。使用した６０ドルは１４日以内に返済する必要がある。そして、無事返済することが出来れば、今後のクレジット利用余力が拡大する仕組みになっている。なお、貸し倒れ率は１．５％以下と比較的少ないようだ。

ANSA の調べでは Cashea の普及により、店舗での取引額が１０％ほど増えたという。

アテンシオ代表は、「Cashea に代表されるような最新テクノロジーを利用したサービスが今後も導入される」と指摘。「これらのテクノロジーが消費拡大に貢献することを期待している」と言及している。

以上