

# ベネズエラの包装事情 ー生活者の視点からー

## Packaging Situation in Venezuela from the Viewpoint of Resident

小原京子  
Kyoko Obara

### 1. はじめに

ベネズエラ（正式国名：ベネズエラ・ボリバル共和国）は、南米大陸北端、東をガイアナ、西をコロンビア、南をブラジル、北をカリブ海に囲まれている。面積は約 91 万平方キロメートル（日本の国土の 2.4 倍）、人口は約 2,790 万人（2008 年世銀）である。赤道に近い（北緯 0 度 38 分 53 秒から 12 度 11 分 46 秒）ため暑い地域もあるが、私が住む首都のカラカス（人口約 4 百万人）は、カリブ海から山をひとつ越えた標高約千メートルの盆地にあり、一年を通して気温が 20℃台と常春の気候である。1498 年、コロンブスの第 3 回目の航海でヨーロッパ人が渡来しスペインによる植民地支配が始まって以来、混血が進み、今の人口構成は、メスティソ（混血）66%、白人 22%、黒人 10%、先住民 2% である。スペイン系の他は、イタリア系、ポルトガル系が主流である。ベネズエラは長らくプランテーション農園によるコーヒーとカカオ栽培を中心とする農業国であったが、1914 年マラカイボで世界最大級の油田が発見されると、その莫大な石油収入により一気に南米の地域先進国となった。原油だけでなく、ボーキサイト、金、ダイヤモンド、鉄鉱、石炭なども産出し、日本のように天然資源が少ない国から見ると羨ましい限りである。しかし、そのために却って国内の製造業や農業はかなり衰退し、店頭に並んでいる商品の多くは外国製である。2009 年通年の実績では、全輸出額に占める原油・石油製品の割合は 94.1%にも上る（輸出額合計 575 億 9,500 万ドルに対し、原油・石油製品輸出額 542 億 100 万ドル）。国としては中南米でトップクラスの高所得水準でありながら貧富の差が大きく、一握りの富裕層がとんでもなく贅沢な生活をしている一方で、大半を占める貧困層はランチョと呼ばれるバラックに住み、中産階級の割合が極端に低いアンバランスな社会である。そんなベネズエラの不均衡な社会を変革しようと、貧困層の絶大な支持を受け 1999 年に誕生したのが、ウーゴ・チャベス大統領である。現在第 3 期目で、企業の国有化、土地や建物の接收、政府による為替管理、社会主義教育、貧困層地域での無料診療など、「21 世紀の社会主義」を掲げ、反帝国主義、貧困層重視の政策を推し進めている。ベネズエラの物価は決して安くない。中銀が公表している 2009 年累積のインフレ率は 25.1%であり、2010 年は多くのエコノミストが 30~40%を予想している。通貨はボリバル・フエルテ (Bs. F) を用いる。固定相場制で 2005 年以来、1 米ドル=2.15BsF であったが、今年 1 月に発表された通貨切り下げにより、食料品や医薬品など生活必需品の輸入は 1 米ドル=2.6Bs. F、その他の輸入品については 1 米ドル=4.3 Bs. F が適用されることになった。また、実態をより反映し、公定為替レートよりかなりドル高の並行為替レートが存在し、多くの取引や値段の計算が並行為替レートで行われている。前置きが長くなったが、ベネズエラの包装事情について、素人の立場から私なりに見聞き、感じた事を以下報告する。

## 2. ベネズエラの商品包装

買い物に行ってまず気付くのは、商品に値段シールが張られていない場合が多い事である。棚に表示されている各商品の値段は間違っていることが多く、当てにならない。高インフレ経済下、物価がどんどん上昇し、店での値段表示の変更が追いつかないのかもしれない。その代わり、売り場のあちこちに商品バーコードを読み取る機械が設置されており、買い物客はそれで値段をチェックする(図1)。日本では、商品バーコードはレジでの計算に使われているが、売り場での読み取り機はあまり見かけた事が無い。

量り売りが多いのも特徴である。野菜や果物は、客が商品を品定めしビニール袋に詰め、売り場の店員が重さを計り値段シールを貼ってくれる。レジ台が計量器とセットになっており、各売り場ではなく直接レジで計量し、清算する店もある。魚は紙で巻くだけ、チーズやハムも発砲スチロール皿にラップのみ、基本食品として政府が価格統制している棒状のフランスパンも量り売りで、昔懐かしいざら紙の「かんぶくろ」である。レジで清算をしている間に、お小遣い稼ぎの少年達が商品をどんどんレジ袋に入れてくれる(図2)。レジ袋の節約という意識は無く、数日分の食料で20袋になったりする。レジ袋には、「必ずレシートをもらいましょう。脱税ゼロ計画推進中(ベネズエラ税関・税務庁)」といった政府の広告やスローガンが印刷されている事がよくあり、これもベネズエラの特徴のひとつであろう。

また、ベネズエラ製の食品用透明プラスチック・ラップ・フィルムの使いにくさが、当地に住む日本人の間でよく話題になる。日本に帰る時にはラップを必ず買って来るという人もいる。収まっている箱は使いにくい事この上ない。まず、日本のようにロールが飛び出さないように横の部分が折り込めるといふ工夫が無いので、毎回ロールが出て来る。しかもカッターがほとんど切れないため私は毎回ハサミで切っている。但し、フィルム自体は接着力がとても強く、私は使いづらいと感じるが、ベネズエラ人は日本製ラップはピタッとくっ付かないと感じるようで、私が日本製ラップ、箱、カッターの優秀性を主張してもあまり納得してもらえない。

ラップと言えば、空港でスーツケースを透明フィルムでラップするのも、こちらではよく見かけられる光景である。スーツケースが傷つかないように保護することと、空港でスーツケースを開けられて中身が盗難されるのを防ぐという二つの目的がある(図3)。

ベネズエラ人は明るいラテンの気質で、人を喜ばせる事が好きである。プレゼントのラッピングは、異常に大きいリボンを付けたり、きらびやかな包装紙を使ったり、かなり凝ったラッピングをするため、もらった人は「これ何？」とワクワクさせられる。「つまらないものですが・・・」という日本の謙虚さより、パーッと派手に「どうぞ!」という感覚である。結婚祝い、食器、ナイフ・フォークなど一式や写真立て、絵画などが多いが、現金の事もある。但し、ご祝儀袋の類は無い。食器などの緩衝材にはシュレッターで切った紙が使われている事もある。

## 3. ベネズエラ・パック協会 CAMARA VENEZOLANA DEL ENVASE

ベネズエラでの包装業界の実情を聞くために、ベネズエラ・パック協会、ディレクターのソニア・サパタ氏を訪ねた。同協会は、瓶、プラスチック、テトラパック、紙、カートンなどパッケージ業界の商工団体であり、40年前に設立された民間組織である。会員会社の取り纏め、政府との連絡仲介、大学生向けセミナーの実施などの他、25年前から2年おきにカラカスで開催されているパッケージフェア SALON DEL EMPAQUE ([www.salondelempaquet.com](http://www.salondelempaquet.com)) をサポートしている。フェアの主催は CONFEX 見本市協会であり、出展者は、包装・梱包機械のメーカー、ディストリビューター、卸売業者、小売業者などで、来場者は毎回約5千人にのぼる。ベネズエラのパッケージは技術も機械もほとんどが米国、一部がヨーロッパ製のものであり、SALON DEL EMPAQUE で開催される講演も、欧米の企業や大学から講師を招いて行うそうである。ラテンアメリカ諸国最大のパッケージフェアは、コロンビアのボゴタで開催される ANDINA-PACK (<http://www.andinapack.com/>) であり、今回は2011年11月開催予定と伺った。

#### 4. チョコレート&ラム酒

ベネズエラで流通している商品は外国ブランドのものが多く、ベネズエラ独自のパッケージを見つける事は困難である。そこで、ベネズエラが誇る特産品に注目してみた。カラカス空港の免税店で海外へのお土産として大変人気があるのが、チョコレート、ラム酒、コーヒー、葉巻である。そのうち、チョコレートとラム酒の会社を訪ねて話を聞いた。

はじめに Chocolates el Rey 社を訪ねた。ここはベネズエラ産カカオだけを使ったチョコレートを製造する100%ベネズエラ資本の企業である。カカオの写真が目には鮮やかなパッケージがいつも気になっていた(図4)。カカオの含有量によって色違いのシリーズや、ベネズエラの風景写真や花のものがある

(図5)。輸出マネージャーのカルロス・ソリス氏が現在のベネズエラの状況と彼らが抱える問題を大学の講義のように詳しく説明してくれた。ソリス氏によれば、「ベネズエラ独自の包装技術や材料は初期段階で先進的なものは無く、ほとんどが輸入品。従来、優れたパッケージのノウハウがあるコロンビアからの輸入が多かったが、コロンビアとベネズエラの2国間関係が政治的に緊張しているため、現在、コロンビアに代わる輸入先として、米州ボリバル代替統合構想(ALBA)に加盟するエクアドル、アルゼンチン、ボリビアや、近年多くの協定を結ぶ中国などに転換を余儀なくされている。また、2年前にグアヤナのアルミ工場が国営化されて以来、チョコレートの包装に使うアルミ箔の生産量が落ち、希望通りに調達する事が出来ない事、値段が600%上がった事の2点が全てのチョコレート会社が抱える共通の問題である。また、なるべく国産品を使うようにという政府の政策があり、公定為替レートで物を輸入するためには、それが国内で調達ができない商品である証明が必要となる。アルミ箔のように国内で生産がある物を輸入する場合は、割高の並行為替レートに頼るしかなく、その結果、アルミ箔の値段の上昇がチョコレートの値上げにつながったり、チョコはあるもののアルミ箔が無いために製品として市場に出せないという形で消費者に影響を与える。チョコレートそのものは、カカオ、牛乳、砂糖など全て国産の材料なので問題なく作れるにもかかわらず、それを包むものがないために出荷できないという困った状況である。ベネズエラにはパッケージ

の会社が少ないため、この悪循環はチョコレートだけでなく、牛乳やジュースなど他の商品にも見られる。」との説明があった。商品がある時に買いだめをしておくベネズエラ人の心理や習慣は、このような状況から生まれたものだと理解できた。

Chocolates el Rey は12年前から日本へもチョコレートを輸出しており、輸出用の多言語で表示されているパッケージに日本語も含まれている。ここで特筆すべきは、彼らが輸出している国の中で、製品の材料のみならず、包装材料が何でできているかを表記する義務を課しているのは日本だけという事である。しかし世界で最も厳しい日本の包装基準を満たす事は、より良い製品を作るために役立つと肯定的に捉えられている。

次にラム酒製造の Ron Santa Teresa 社を訪ねた。ここはカラカスから車で1時間半ほどのレベンガ市にあり、その敷地は15メートルを超えるチャグアラムス椰子が林立する広大な農園である。サトウキビ畑の中に点々と、ラム酒の醸造工場、酒蔵、ビン詰め・包装工場などが建っている(図6&図7)。ベネズエラ人は、サトウキビから作るラム酒 Ron をよく呑む。コーラで割って Cuba Libre で飲んだり、水割りやオン・ザ・ロックなどいろいろな飲み方があるが、ストレートで味わいたいものに Santa Teresa 1796 (以下 1796 と略す) がある。これは20年以上オーク樽で熟成させたラム酒を使ったスーパー・プレミアムであり、お酒で言えば大吟醸、ワインならグラン・レセルバである。1997年から日本にも輸出されているので、青い筒状のケースにサンタテレサ農園のイラストをあしらったそのパッケージを目にした方もいるかもしれない(図8)。サンタ・テレサのほとんどのラム酒は機械で包装する(図9)が、特に1796は瓶詰めした後、熟練工が手作業で包装の仕上げをする。コルクで栓をし、瓶を逆様にして小豆色の蠟に瓶の首を浸す。その後溶けた蠟の雫(彼らはこれを涙と呼んでいる)が、1796の紋章に少し架かる様に垂らして仕上げる。瓶の背中にトレイサビリティの番号を付け、青い筒に入れ、赤いリボンと1796の刻印がされた封蠟をつけ、金属の蓋をし、カートン詰めして完成である。瓶は国産であるがリターナブル瓶ではない。サンタ・テレサ社は、スペインを始め多くの国々に輸出しているが、日本の包装基準ほど厳しい国はなく、いくつかの商品は、ビンの強度、アルコール漏れなどの基準を満たすことができず、輸出を中止せざるを得なくなった時期もあったそうである。しかし世界で最も厳しい日本の基準を満たす事は、彼らの商品の品質向上にもつながることであり、日本に瓶、コルク、箱などの包装材料を送り検査をしてもらい、常にその基準を満たせるよう改善努力に努め、現在は数種のラムが日本で販売されているという事である。包装材料は一部の瓶を除いて、主にチリから輸入している。ベネズエラは政府による外貨のコントロールが厳しいため、輸入手続は通常3~4ヶ月かかる。また2月のチリの地震で輸入がストップするといった不測の事態もあり、何時も材料不足にならない様、調達計画は時間の余裕を心がけているとの事であり、こちらは、Chocolates el Rey のような包装材料の不足が出荷に影響を与えるという事は無いそうである。

## 5. 環境・エコ対策、ユニバーサル化

ベネズエラは、国土が広い事、何事も気にしないおおらかな国民性である事に加え、もともと米国からの影響が強く大量消費文化の国であり、節約や「も

ったくない」という発想、ゴミを減らそうという意識、リサイクルの文化が無い。シャンプーや洗剤などの詰め替え商品も見かけないし、ゴミ出しの際の、分別はほとんど行われていない。カラカスのマクドナルドでは、コップもナプキンもストローもフタも全部ひとつのゴミ箱に捨てられる。我が家のマンションでも、瓶以外のゴミは全て各階のダストシュートから捨てる。ゴミの収集車は全てのゴミを一緒くたに郊外のゴミ集積所へ運ぶ。そこで、瓶や缶のリサイクル業者がリサイクルできそうなものを仕分けて利用する。レストランなどでは、ビールとコーラの瓶は回収して業者に返すとその分が割引になったり、新聞紙（100%輸入）はある程度纏めると業者が買い取ってくれるそうであるが、「誰もが参加できる」瓶、缶、新聞、雑誌などのリサイクルシステムは全く発達していない。最近ようやく、家庭で出た瓶や紙などを学校へ持ちよる取り組みが始まったところである。また数ヵ月後に始動するカウカグアの廃棄物処理センターはベネズエラのリサイクルのパイオニアと期待されている。同センター企画部長は「ゴミ問題は技術面が10%、教育が90%」と語っている。この種のセンターの活動が拡大し、エコ教育を受けた今の子供達が成長することによって、リサイクルが文化として定着していくかもしれないが、まだまだ時間がかかりそうである。

高齢者、障害者等、誰でも使いやすいような工夫も遅れている。視覚障害者を考慮したシャンプーとリンスの容器の区別も無いし、高齢者でも簡単に開けられる様な工夫もあまり見かけない。「私が好きなカステラ風のお菓子があるんですが、一個一個セロファンで包んであるのは良いけれど、これを取り除くのが大仕事で鋏で切らないとだめです。日本なら一箇所小さな切口があつて、そこから簡単に切れるようになっています。要するに消費者の視点に立って物事を処理していないのです。」と嘆きの声もあつた。しかし、ビール瓶の栓は栓抜きがなくても手で開けることができ、これは便利である。

今回、ベネズエラの包装事情を考察するにあたり、この国はエコやリサイクルという意識が未発達であるため、まずは国民に対する啓蒙教育が急務であることが痛感された。またベネズエラの包装機械や技術はほぼ輸入に頼っているため、先進の技術を持つ日本等の関連企業にはビジネス・チャンスであると思われ、今後の進出に期待したい。