

ラオス *Laos*

ビール生産に注力

ジェトロ海外調査部アジア大洋州課 堀間 洋平

国産ビール「ビアラオ」の中国・タイ向け輸出量が増加傾向にある。しかし、このまま輸出拡大を続けるためには課題も多い。日系企業にとってはビジネス機会がありそうだ。

メコン川に沈む夕日と生バンド演奏、氷で冷やした瓶ビールを片手に辛みのあるラオス料理を楽しむ——首都ビエンチャンにあるメコン川沿いのレストランやバーでよく見かける光景だ。東南アジア特有の蒸し暑さにはビールがよく合う。ラオスでよく見かけるビールのブランドがある。それが国産の「ビアラオ」だ。日本ではあまり知られていないが、日本で開催したコンペティションで受賞するなど、国際的な評価は高い。本稿では、人口700万弱という小国ラオスのナショナルブランドビールの生産状況、ひいては輸出拡大の可能性を探る。

国際的にも人気の「ビアラオ」

「ビアラオ」の醸造会社、ラオ・ブリュワリー（LBC）によると、同社はラオス独立前の1973年、宗主国のフランスと地元の企業家による合弁で設立された。「ビエール・ラリュ」というブランドで販売を開始した当時の生産能力は、年間300万リットル程度。ラオスが独立した75年に国有化され、社名を現在のLBCとした。95年、ブランド名を「ビアラオ」に変更。2002年にはLBC資本の50%を外資系企業が取得、05年にはラオス政府が50%、カールスバーグが50%を出資する現在の資本構成になった。

LBCの工場は、ビエンチャンとチャンパサック県にある。これら2工場を合わせた生産量は、年間21万キロリットル。キリンビールによれば、14年における日本のビール生産量は546.9万キロリットルなの



人気上昇中の「ビアラオ・ラガー」（左）と中央の筒に氷を入れてビールを冷やす「タワー」

で、LBCの生産量はその4%にも満たない。

「ビアラオ」はアルコール度数5.0%のラガービールだ。値段は1缶（330ミリリットル）6,500キープ（97.5円）。ミネラルウォーター（1.5リットル）が5,000キープ（75円）であることを踏まえると、価格的には水を購入するのと変わらない。ラインアップは、定番の「ビアラオ・ラガー」、コクのある「ビアラオ・ゴールド」、黒ビールの「ビアラオ・ダーク」の3種。ビアラオは国際的にも評価が高く、07年に日本で開催された国際的なビアコンペティションでは、「外観」「アロマ」「フレーバー」などが評価され、「ビアラオ・ダーク」が金賞を、「ビアラオ・ラガー」が銀賞をそれぞれ受賞した。国際的な評価を受けたことで知名度を上げたLBCでは工場見学も可能で、ラオスの観光スポットの一つとなっている。

ラオス国内のビール消費量に関わる具体的統計はない。しかし、さまざまな指標から増加傾向が読み取れる。世界保健機関（WHO）によると、08～10年における同国飲酒人口（15歳以上）1人当たりの純アルコール摂取量は、平均7.3リットル（表）。中国や日本

表 飲酒人口（15歳以上）1人当たり純アルコール換算の平均摂取量

	(単位：リットル)	
	2003~05年	2008~10年
カンボジア	4.6	5.5
ラオス	6.7	7.3
ミャンマー	0.6	0.7
タイ	6.8	7.1
ベトナム	3.8	6.6
日本	8.0	7.2
中国	4.9	6.7

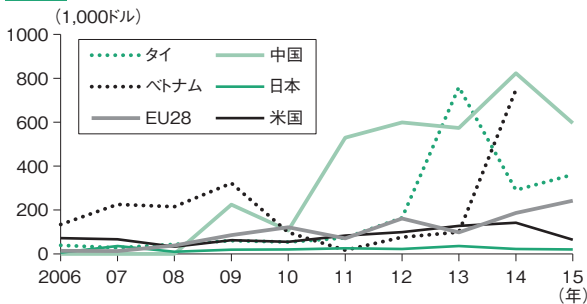
資料：世界保健機関（WHO）の資料を基に作成

を抜き、実はアジア地域で有数のアルコール摂取国なのだ。また、かつてアルコールといえば蒸留酒が圧倒的主流だったラオスでは、90年代以降ビールの消費が増え、WHOによれば10年には、純アルコールに換算した摂取比率において、蒸留酒の64%に対し、ビールは36%となった。最近では、ビエンチャンにもアルコールを提供するレストランが増えつつある。現地の人に聞いてみると「これまで飲酒の習慣がなかった女性も、飲食店で気軽に飲酒を楽しむようになった」という。

中国を中心に輸出拡大

LBCによると、「ビアラオ」は、中国をはじめタイ、日本、欧州、米国など13カ国に輸出され、道路インフラが整備された近年では、中国やタイへの輸出が活発化しているという（図）。特にラオス・中国間の貿易の増加は顕著で、中国の対ラオス輸入額は、09年から14年にかけて、22万4,460ドルから82万2,597ドルへと3.7倍に増加し、15年も14年と同水準になるとみられる。タイも09年の6万347ドルから29万1,421ドルへと4.8倍伸びた。15年11月時点で既に14年を上回っており、さらに増加する見込みだ。

図 ラオスのビール輸出額



注：①輸出額はタイ、中国、ベトナム、日本、EU28、米国の対ラオス輸入統計から算出。②2015年は、EU28は10月まで、タイ、中国、日本、米国は11月までのデータ。ベトナムはなし

資料：グローバル・トレード・アトラスを基に作成

15年9月、中国広西チワン族自治区南寧市で開催された「中国・ASEAN博覧会」でも、「ビアラオ」は人気を集めた。中国およびASEAN諸国から、新規顧客の開拓を目的としてさまざまな企業が参加した同博覧会に、ラオスからは61社が出展した。「ビアラオ」を出品した中国のラオス食品輸入代理店によると、「中国で人気が高い。1缶の価格が10元（190円）と地元産のその3倍だが、風味がよく、中国産ビールにはない味なのでよく売れている」とのこと。ラオス国内での消費量が増える「ビアラオ」は、国産ビールの代表として、輸出拡大にも成功しているといえよう。

生産・輸出拡大を図るには

ラオスの国際空港内では、外国人旅行者向けの土産品として「ビアラオ」が箱積みされており、外国人旅行者がラオスでの旅の思い出として購入する姿をよく見かける。同国は中国、ベトナム、タイといったビール消費大国と陸続きで接している。こうした地の利を生かせば、ビールの輸出拡大は可能だろう。

一方、周辺国のビールより割高な価格、輸出相手国における輸入制限といった課題もあり、このまま輸出拡大を続けるとは考えにくい。また同国のビール生産は、現状では周辺国に比べて競争力があるとはいえない。醸造装置や原材料を全て外国からの輸入に頼っているからだ。国内市場向けと海外向けの商品ラインアップを分けて用意したり、各市場に合ったブランドを確立したり、さらには海外で多様な販売ネットワークを構築するといった取り組みが必要となろう。

世界的なブランドから地ビールまで、さまざまなビールの醸造技術を有する日本は、ボイラーシステムなどの省エネ技術をラオスのビール工場に導入済みである。しかし、まだまだ日本の省エネ技術は必要とされている。同国では、日系ビール関連企業にとってのビジネス機会の余地も大きいのではないだろうか。

近年、ラオスが実現した高い経済成長は、鉱業や電源開発などによってけん引されたものである。14年には同国の輸出総額の4割を鉱物や電力が占めた。鉱業や電源開発は環境への負荷が大きいと考える政府は、こうした産業への過度な依存を低減させるためにも、ビールをはじめとする食品や伝統工芸品など新しい産業の育成に、中長期的に力を注ぎたいとしている。JA