

メキシコ

肥満対策に商機

ジェトロ海外調査部中南米課 中畑 貴雄

メキシコは肥満大国だ。成人のみならず、子どもの肥満も深刻だという。昨今は砂糖含有飲料や高カロリー食品の消費に対する増税、熱量や栄養素などに関する食品表示義務の強化など、肥満対策目的の規制が強化されている。国民の健康意識が高まり、生活習慣や消費習慣に変化が生まれつつある今、ビジネス機会はスポーツウエア、豆乳飲料、医療や健康関連機器などあらゆる分野に広がっている。

肥満が生活習慣病を招く

世界保健機関（WHO）の資料によると、メキシコの成人に占める肥満（BMI^注30以上）比率は2008年に32.8%、BMI25以上の「過体重」で見ると全成人の69.1%に及ぶ。肥満比率は世界第20位、米州主要国（カリブ島しよ国を除く）では米国を上回って第1位だ。性別で見ると、過体重の男性の比率は米国より低い、女性のそれは米国よりも高い（表1）。

保健省が約6年に1度実施している国民健康栄養調査（ENSANUT）によると、12年時点で成人の38.8%が「過体重」、32.4%が「肥満」という結果が出

ており、合計すると成人人口の71.2%に達する（表2）。5歳から19歳の年齢層の肥満も深刻だ。BMI25以上の1999年と12年のデータとを比較すると、5～11歳で26.9%から34.4%へ、同じく12～19歳も28.5%から34.9%へと、それぞれ高まっている。

肥満の広がりには生活習慣病の増加を招いている。国際糖尿病連合（IDF）の13年の推計データによると、メキシコの糖尿病患者数（成人）は約872万人で、世界で6番目に多い（表3）。有病率（人口に占める患者数）はより深刻だ。糖尿病患者数の上位10カ国のうち、メキシコの実有病率は11.8%とエジプト、ドイツに次いで3番目に高い。

食品に対する規制を強化

コカ・コーラ社によれば、メキシコの1人当たりのコカ・コーラ消費量は世界第1位。12年の1人当たり年間消費量は745瓶（236.6ミリリットル入り瓶換算）であり、2位のチリ（486瓶）、3位のパナマ（416瓶）、4位の米国（401瓶）を大幅に上回る。食事のときにコーラをはじめ炭酸飲料を飲むのがメキシコ流。お茶や水を飲む人は少ない。加えて、ミネラルウォーターよりも炭酸飲料の方が安価で日持ちすることから、貧困層でも消費量が多い。しかし、含まれる糖分が高いため、炭酸飲料の消費、特に子どもの消費については問題視する意見もある。10年以降、公立の小・中学校構内での炭酸飲料の販売を禁止。14年1月に施行された税制改正では、炭酸飲料など砂糖含有飲料に1リットル当たり1ペソの生産・サービス特別税（IEPS）

表1 世界の成人肥満比率と過体重比率（2008年）（単位：%）

| 国名 | 成人肥満比率 | | | | 成人過体重比率 | | | |
|----------|--------|------|------|------|---------|------|------|------|
| | 順位 | 男性 | 女性 | 全体 | 順位 | 男性 | 女性 | 全体 |
| ナウル | 1 | 67.5 | 74.7 | 71.1 | 1 | 93.5 | 92.3 | 92.8 |
| クック諸島 | 2 | 59.7 | 68.5 | 64.1 | 2 | 91.0 | 90.2 | 90.6 |
| トンガ | 3 | 49.1 | 70.3 | 59.6 | 3 | 85.8 | 90.6 | 88.1 |
| サモア | 4 | 45.3 | 66.7 | 55.5 | 4 | 82.6 | 88.9 | 85.6 |
| パラオ | 5 | 44.9 | 56.3 | 50.7 | 5 | 81.9 | 81.7 | 81.8 |
| サウジアラビア | 11 | 29.5 | 43.5 | 35.2 | 13 | 70.2 | 73.2 | 71.3 |
| エジプト | 14 | 22.5 | 46.3 | 34.6 | 16 | 62.4 | 76.9 | 69.8 |
| 南アフリカ共和国 | 17 | 23.2 | 42.8 | 33.5 | 22 | 62.0 | 73.6 | 68.0 |
| メキシコ | 20 | 26.7 | 38.4 | 32.8 | 19 | 67.8 | 70.3 | 69.1 |
| 米国 | 24 | 30.2 | 33.2 | 31.8 | 17 | 72.5 | 66.3 | 69.4 |
| ベネズエラ | 27 | 26.6 | 34.8 | 30.8 | 24 | 67.9 | 67.0 | 67.5 |
| アルゼンチン | 31 | 27.4 | 31.0 | 29.4 | 33 | 66.8 | 61.1 | 64.0 |
| トルコ | 32 | 22.8 | 35.6 | 29.3 | 34 | 61.4 | 65.8 | 63.6 |
| チリ | 33 | 24.5 | 33.6 | 29.1 | 30 | 64.2 | 65.7 | 64.9 |
| 韓国 | 141 | 6.9 | 7.7 | 7.3 | 136 | 33.4 | 27.4 | 30.6 |
| 中国 | 151 | 4.6 | 6.5 | 5.6 | 149 | 28.9 | 24.9 | 25.0 |
| 日本 | 166 | 5.5 | 3.5 | 4.5 | 156 | 25.1 | 15.9 | 22.4 |

注：「成人」は20歳以上の人口。BMI30以上を「肥満」と定義
 「過体重」はBMI25以上の比率で「肥満」も含む
 資料：世界保健機関（WHO）、Global Health Observatoryを基に作成

表2 メキシコの過体重、肥満比率の推移（単位：%）

| 年齢層 | 1999年 | | | 2006年 | | | 2012年 | | |
|--------|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|
| | 過体重 | 肥満 | 合計 | 過体重 | 肥満 | 合計 | 過体重 | 肥満 | 合計 |
| 5～11歳 | 17.9 | 9.0 | 26.9 | 20.2 | 14.6 | 34.8 | 19.8 | 14.6 | 34.4 |
| 12～19歳 | 21.6 | 6.9 | 28.5 | 21.3 | 11.9 | 33.2 | 21.6 | 13.3 | 34.9 |
| 20歳以上 | 38.3 | 23.5 | 61.8 | 39.5 | 30.2 | 69.7 | 38.8 | 32.4 | 71.2 |

注：「過体重」はBMIが25以上30未満、「肥満」はBMIが30以上の人口全体に占める比率
 資料：保健省国立公共保健研究所データを基に作成

表3 世界の糖尿病患者数 (2013年推定値)

(単位:1,000人、%)

| 国名 | 成人患者数 | 有病率 | 関連死者数 |
|--------|-----------|------|---------|
| 中国 | 98,407.4 | 9.6 | 1,271.0 |
| インド | 65,076.4 | 8.6 | 1,065.1 |
| 米国 | 24,401.8 | 10.9 | 192.7 |
| ブラジル | 11,933.6 | 9.0 | 124.7 |
| ロシア | 10,924.1 | 10.0 | 197.3 |
| メキシコ | 8,723.4 | 11.8 | 70.3 |
| インドネシア | 8,554.2 | 5.6 | 172.6 |
| ドイツ | 7,559.8 | 11.9 | 62.5 |
| エジプト | 7,510.6 | 15.6 | 86.5 |
| 日本 | 7,203.8 | 7.6 | 64.7 |
| その他 | 131,539.4 | 7.0 | 1,789.7 |
| 全世界 | 381,834.4 | 8.35 | 5,097.0 |

注: 有病率は対象人口に占める患者数の比率
出所: 国際糖尿病連合 (IDF)、Diabetes Atlas 2013

が新たに設定された。

スナック菓子や砂糖菓子など高カロリー食品に対する規制強化も進む。前述の税制改正に基づき、14年1月からは100グラム当たりの熱量が275キロカロリーを超える食品(基礎食糧物資を除く)について、生産・サービス特別税8%が課税されるようになった。

政府は14年2月14日、「製品・サービスの衛生管理に関する規則」を改定する政令を公布し、食品や非アルコール飲料の表示として、全体の熱量、脂質(飽和脂肪酸とその他の脂質に2分類)、糖質、ナトリウム含有量などを表示することを義務付けた。食品メーカーにとっては、政令公布の翌日から1年間の猶予期間中に表示義務を実行する必要がある。また同日付で「広告に関する保健法施行規則」の改定を公布。子どもの健康に害を及ぼす可能性がある食品のテレビや映画館における広告の放映を規制することとした。

連邦衛生リスク対策委員会(COFPRIS)が策定した具体的な規制内容の指針の草案(3月5日付)によると、対象食品は商品分野ごとに熱量や脂肪分、糖分などの基準が細かく定められている。例えば「250ミリリットル当たりの熱量が130キロカロリー以上のジュースは規制対象」といった具合だ。規制対象食品の広告については、地上波テレビであれば平日の14:30~19:30まで、土日の7:00~19:30までは放送できなくなる。

健康意識の高まりが市場を創る

政府の規制強化によって、国民の健康意識、生活習慣や消費習慣が変わりつつある。

14年2月に開催された「第1回メキシコ・ランニング産業会議」の議長を務めたマリオ・A・リセアガ

氏によると、メキシコのランニング愛好家は年平均20~25%増加しており、これら愛好家600万人による1年間の消費額は212億650万ペソに達するという(「レフォルマ」紙14年2月3日付)。ユーロモニター・インターナショナルによると、12年のスポーツウェアの国内販売額は514億5,140万ペソ、5年前と比較すると約1.5倍。日本のスポーツ用品大手アシックスは13年7月、メキシコに現地法人を設立し、営業活動を強化している。

豆乳飲料など健康に配慮した飲料の消費も増えている。豆乳飲料を製造するハリスコ州のSミルク(S'Milk)の販売額は、25~40歳の主婦層に限って言えば過去5年間で年30~40%増えているという(「レフォルマ」紙14年3月11日付)。同じくハリスコ州には、糖尿病を抱える一家が始めたフルーツティー製造企業のボイソン(Boisson)がある。同社は従業員8人の中小企業だが、40の代理店を通じて国内主要都市に商品を販売している。甘味料や着色料は一切使わない。代わりに、乾燥させて糖分を除去した果実やハーブなどの天然原料を100%使用している。健康志向の高まりからメキシコ市などの大都市を中心にお茶の専門店が増えていることもあり、同社の販売は好調だという(「レフォルマ」紙14年3月18日付)。

医療や健康関連機器の分野で商機を探る企業もある。血圧計、体温計、吸入器などの医療機器と歩数計、体重体組成計などの健康管理機器を販売するオムロンは、「病気を予防する」という文化を普及しようと策を練る。例えば、歩数計を使った1万歩の競歩大会や一般大衆向けに血圧測定を無料で行うイベントなどを開催し、同社製品の販売促進とともに予防習慣の普及促進を図っている。メキシコで血液透析関連機器などを販売するニプロは、血糖値測定器の販売を12年3月から開始、成功を収めている。糖尿病の患者は病状が進行すると腎不全に陥り、人工透析が必要だ。主力の透析関連機器についてもビジネスは順調に拡大している。08年に30人だったニプロ・メキシコの従業員は、12年末には100人を超えた。

肥満対策に関心が集まるメキシコにおいて、健康に良いとされる日本食や優れた性能を持つ日本の医療機器の需要は、今後も高まるのではないかと見られる。

JS

注: 肥満度を表す指数。体重(kg) ÷ (身長(m) × 身長(m)) で算出する。