

国・地域名

オーストラリア

<p>人口・経済発展状況等</p> <p>〔参考：日本〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ●人口：1億2,645万3千人（2018年11月確定値、総務省統計局） ●実質GDP成長率：0.8%（2018年度、内閣府） ●1人あたりGDP（名目）：3万9,306ドル（2018年、IMF） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人口 2,539 万人 ・ 実質GDP成長率 2.8 % ・ 1人あたりのGDP（名目） 5万6,351 ドル ・ 在留邦人 9万7,223 人 ・ 訪日外客数 55.2 万人 ・ 日本食レストラン数 2,709 店 	<ul style="list-style-type: none"> 2019年5月現在、ABS（オーストラリア統計局） 2017-2018年、ABS（オーストラリア統計局）前年比 2019年4月（推計値）、国際通貨基金（IMF） 外務省「海外在留邦人数調査統計」平成30年要約版 2018年、日本政府観光局（JNTO） レストラン検索サイトZomatoから算出
<p>日本からの農林水産物輸出状況 （平成30年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省）</p>	<p>10位 161億円 うち農産物145億円(89.9%)、林産物1億円(0.3%)、水産物16億円(9.8%)</p> <p>輸出額の多い品目： 清涼飲料水、アルコール飲料（ビール、ウイスキー等）、ソース混合調味料、ホタテ貝、醤油</p>	
<p>味覚、嗜好上の特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ シドニーなどの都市圏では、日本食やベトナム料理などアジア料理が豊富。ランチタイムは、従来のフィッシュ・アンド・チップスやハンバーガーのほか、巻きずしやフォーなどのアジア料理を食べるオーストラリア人が増えている。 ・ 近年では、日本食、中華、東南アジア、中東などの要素を取り入れたモダンオーストラリアン料理がレストランなどで普及。 ・ 基本的に濃いめの味を好む傾向にあるが、食の安全や健康へのこだわりからオーガニック食品やグルテンフリー食品の需要が増加。デザート等は甘みの強いものを好む傾向にある。 	
<p>制度的制約</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ オーストラリアは海洋に囲まれ独自の生態系を持つため、国際的にも検疫制度は厳しく、生鮮果物・野菜、畜産物（卵およびその製品、牛肉およびその製品）は厳しい検疫をクリアする必要があり、商業目的でこれらの商品を輸入する事業者は事前にオーストラリア農業・水資源省（DAWR）の輸入許可証（Import Permit）の取得等の手続きが必要。豚肉・鶏肉・乳およびそれらの製品は二国間条件が整っておらず、輸出不可。 ・ 水産物は輸入可能だが、①甲殻類に関しては、冷凍品のみ輸入可能（生きているものは輸入不可）、②すべての冷凍水産物は輸入まで最低7日間マイナス18度の環境で要保管。さらに衛生証明書を提出する必要がある。ただし、サーモンなど日本産のサケ科のものは輸入禁止。 ・ 2015年11月5日付、レトルト、缶詰等の牛肉を含む加熱処理済み常温保存可能品の対象輸出が解禁。 ・ 2017年4月27日付、牛肉エキスを含む加工食品の対象輸出が解禁（原料となる牛肉は日本で出生・飼養・と畜された牛由来であること、2015年9月4日以降に製造されたエキスを使用などの条件付）。牛肉エキスの含有量が製品の5%以上の場合は、一定条件の加熱殺菌等、追加条件があるので注意が必要。 ・ 2018年5月29日付、日本産生鮮牛肉の輸出が再度可能に。日本産生鮮牛肉の輸出は、牛海綿状脳症（BSE）が発生した2001年9月以降停止されており、17年ぶりに再開されることとなった。厚生労働省が定める手続きに基づき認定を受けた施設から、オーストラリア向けの輸出が可能。輸出施設の認定要件（衛生管理基準など）は、対米国向け牛肉輸出施設に準じる。 ・ 検疫は、検疫法に基づき連邦農業・水資源省が通関前に実施する。また、オーストラリア・ニュージーランド食品基準（FSANZ）コードに基づき、有害添加物の有無、ラベル表示の内容の適否等に関する検査が実施される。 ・ 原材料としてピーナッツや卵・乳製品を使用している場合、その使用割合によって輸入許可証が必要となる場合がある。例えば、卵の含有量が10%を超える食品の場合は、DAWRから輸入許可書を取得する必要あり。 ・ 動物性油脂を含む食品の輸入が認められないため、検疫に対応した代替品を輸入するケースも存在している。 ・ 2014年1月23日をもって日本産食品に対する放射性物質検査を終了。 	
<p>商流・物流・商習慣</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本食については、日系、中国系、韓国系スーパーマーケットにて購入可能であるが、近年では一般の現地スーパーマーケットにおいても醤油やみりんなどの調味料やカレー粉などの日本食材が販売されるようになった。 ・ オーストラリアは小麦粉生産国であることから、当地産のうどん、ラーメンといった乾麺も現地スーパーにて販売されている。 ・ 当地の小売マーケットは、「Woolworths」、「Coles」のシェアが高く、両社がスーパーマーケットおよび日用雑貨分野の市場をほぼ独占している。 	
<p>日本食普及状況等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本食に対しては非常に関心が高い。日本食はヘルシーとの認識が強く、巻きずしはサンドイッチ感覚で浸透。 ・ 日本酒については、レストランを中心に認知度は高まりを見せつつあるが、リカーショップなど店頭で並ぶことは少ないため、家庭で消費するには壁があり、日本酒のマーケット拡大にはこの克服が課題。焼酎は、麦焼酎原料の大麦が豪州で産出されることから高い関税を付加されるため、日本酒以上に市場参入は厳しい。 ・ シドニーを中心とするラーメンブームによって一風堂、博多ん丸などの日系ラーメン店が相次いで進出している。ラーメンはアジア系のみならず西洋系オーストラリア人にも食されるようになってきており、その人気は「ブーム」を超えて「定着」の域に入ってきている。 ・ コメ：オーストラリアは日本からの第7位（2018年）の輸出相手国。対豪輸出は右肩上がりに伸びており、在留邦人以外にも中国系移民の富裕層などを中心に人気が出てきている。 ・ 対豪向け食品の輸出額（2018年）は、清涼飲料水が32億円、アルコール飲料が24億円、ソース混合調味料が18億円、ホタテ貝が7億円、醤油が6億円と続く。 	