

国・地域名

**カンボジア**

【更新】2019年5月

<p><b>人口・経済発展状況等</b></p> <p>〔参考：日本〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●人口：1億2,645万3千人（2018年11月確定値、総務省統計局）</li> <li>●実質GDP成長率：0.8%（2018年度、内閣府）</li> <li>●1人あたりGDP（名目）：3万9,306ドル（2018年、IMF）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人口 <b>1,625 万人</b></li> <li>・ 実質GDP成長率 <b>7.3 %</b></li> <li>・ 1人あたりのGDP（名目） <b>1,509 ドル</b></li> <li>・ 在留邦人 <b>3,518 人</b></li> <li>・ 訪日外客数 <b>2.2 万人</b></li> <li>・ 日本食レストラン数 <b>約190 店</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2018年、IMF推定値</li> <li>2018年、IMF推定値</li> <li>2018年、IMF推定値</li> <li>外務省「海外在留邦人数調査統計」平成30年要約版</li> <li>2018年、日本政府観光局（JNTO）</li> <li>2018年、ジェット口調査</li> </ul>
<p><b>日本からの農林水産物輸出状況</b> （平成30年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省）</p>	<p><b>14位 75億円 うち農産物72億円(96.6%)、林産物0.2億円(0.3%)、水産物2億円(3.1%)</b></p> <p><b>輸出額の多い品目： 牛肉（くず肉含む）、鶏肉（くず肉含む）、粉乳等、水産缶びん詰、アルコール飲料</b></p>	
<p><b>味覚、嗜好上の特徴</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 甘め、かつ濃い味が好まれ、唐辛子などの辛い調味料やライムを足してアレンジをする。酸味はあまり好まれないと思われる。</li> <li>・ チキンより豚肉消費が多い。加工食品もチキン風味より豚肉風味の方が好まれる。</li> <li>・</li> </ul>	
<p><b>制度的制約</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ほぼすべての商品・サービスに10%の付加価値税（VAT）が課せられる。</li> <li>・ 商業省輸出入検査局（カムコントロール）が2019年2月1日に廃止。しかし、税関が食品や消費材の品質管理、品質・安全性・商標等に関する規則の運用等の実務を所掌。</li> <li>・ カンボジア標準協会（Institute of Standards of Cambodia：ISC）が食品の統一基準の策定や品質保証の促進を所掌。</li> <li>・ 輸入者条件については、“Prakas on trading activities of commercial companies”により、商業省に登録した企業は貿易取引が自由に行える。</li> <li>・ 手続きとしては、“Prakas No.963”により、カンボジア標準協会（ISC）へ登録が必要。</li> <li>・ 若干の例外を除いて輸入規制は撤廃されており、加工食品に輸入禁止品目はない。輸入ライセンス制度についても1994年に撤廃された。</li> <li>・ 牛肉、豚肉、鶏肉：日本との二国間条件は定められていないが、カンボジア農林水産省の輸入許可を得て、必要な検疫条件を満たせば輸入可能。</li> <li>・ 人口甘味料：輸入許可を取得する必要がある。</li> <li>・ 食品表示規制 について“Regulation No.1045 Cambodian Standard CS001-2000 Labeling of Food Product”により、クメール語（カンボジア語）で表示する。英語、フランス語、日本語などの外国語での追加表示は認められているが、クメール語の表示より文字サイズを小さくする。</li> <li>・ 製品およびサービスの品質や安全に関しては、“Law on the Management of Quality and Safety of Product and Services”に基づき関連事項が規定されている。</li> </ul>	
<p><b>商流・物流・商習慣</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本食はプノンペンにあるイオンモール内のスーパーマーケット（※2014年6月開店。プノンペン市内北部に2号店が2018年5月30日にオープン）、マックスバリュ（イオンの小型スーパーマーケット、プノンペン市内8店舗）、ラッキーグループ（大手スーパーマーケットチェーン、国内5店舗）などで購入可能。品目カテゴリごとのプロカーに購買決定権があることが多い。</li> <li>・ 大手食品ディストリビューターが4～5社存在する。日本食に関しては4～5社が扱い、タイやシンガポールで日本食を取り扱う大手食品卸会社から購入・再輸入されることが多い。昨今は日本食品需要の増加から、日本から直接輸入されることも増え、また2018年後半からコンテナ単位（冷凍・常温）で直接輸入するケースも。</li> <li>・ 2016年9月より全日本航空（ANA）のプノンペン・成田間直行便が就航し、生鮮食品類の即日輸入も可能となった。物流会社へのヒアリングによると、果物・野菜で、出荷当日の夕方～夜に納入実例があり（※同便は10:50成田発・15:10プノンペン着）、通関で留め置かれた事例もないとのこと。</li> <li>・ 中国旧正月（1月～2月）、クメール正月（4月）、プッチュンバン（9月末）、水祭り（11月半ば）前後はビジネスアポイントは取得しづらく、ビジネスが動かないこともある。クメール正月にはバスケット等での詰め合わせのギフトを贈る習慣がある。</li> </ul>	
<p><b>日本食普及状況等</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本食・日系レストランが2011年には20店舗程度だったところ、在留邦人の増加と日本食人気が高まり、2018年5月時点は190店舗を超え、新規出店も多いが同時に淘汰が起きている状況。</li> <li>・ カンボジア人に人気がある店は、当地店舗並みの価格帯のレストラン（一食5ドル程度の麺類等）か、和牛を使った焼肉や寿司など富裕層向けレストランと二極化している。</li> <li>・ 鍋料理（カンボジア人は「スープ」と呼ぶ）の人気が高く、10店舗ほど展開するチェーンレストランがある。好きな具材を回転ずし形式で取る店もあり多くの客が集まる。</li> <li>・ 日本食はまだ外食の対象であり、現状では現地人が日本食材を家庭で使う段階にはほど遠い。</li> <li>・ 進出済み日本食レストランの経営者は、日本のオペレーションや味付けをそのまま持ち込みながらも、ローカライズを模索していることが多い。</li> <li>・ 食材の形状をカスタマイズした業務用食材（例えばおろしにんにく・刻みネギなど）にニーズの可能性がある。</li> </ul>	