

国・地域名

トルコ

<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 8,200 万人 ・実質GDP成長率 2.6 % ・1人あたりのGDP（名目） 9,632 ドル ・在留邦人 1,791 人 ・訪日外客数 196,912 人 ・日本食レストラン数 約30 店 	<p>2018年、トルコ統計機構（TUİK）</p> <p>2018年、トルコ統計機構（TUİK）</p> <p>2018年、トルコ統計機構（TUİK）</p> <p>外務省「海外在留邦人数調査統計」平成30年要約版</p> <p>2018年、日本政府観光局（JNTO）</p> <p>日本食品消費動向調査、各レストランウェブサイト、Zomato等を参考にジェトロ作成にて店舗数を確認。その他、寿司等を提供するアジア料理レストランや多国籍料理レストランは約120店舗程度。</p>
<p>日本からの農林水産物輸出状況（2018年／財務省貿易統計よりジェトロ算出）</p>	<p>70位 2億円 うち農産物1.8億円(89.9%)、林産物0.1億円(7.3%)、水産物0.06億円(2.8%)</p> <p>輸出額の多い品目：配合調製飼料、播種用の種等、植物の液汁エキス、植木等、キャビア及びその代用物</p>	
<p>味覚、嗜好上の特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・人口の大半はイスラム教徒であり、トルコの伝統料理を好み、変化に対し保守的である。世界三大料理と言われるトルコ料理に誇りを持ち、伝統を重んじる文化から、なかなか外国料理が浸透してこなかった。街中でも欧米系ファストフード・チェーン店よりも、ドネル・ケバブなどトルコ伝統的なファストフードやロカントとよばれる庶民食堂が目立つ。 ・2007年頃からの経済発展に伴い、外食産業が発達してきた。外国料理のなかで最も人気のあるイタリア料理をはじめ、フランス料理、中華料理、日本料理レストラン等が増加傾向にある。また、伝統的トルコ料理に新たな食材や味付けを施したモダンなトルコ料理を出す店も増えてきている。 ・トルコ料理には肉料理が多いが、魚をフライやグリルで楽しむ習慣もある。ただし生魚は苦手とする消費者もいる。 ・週末等に家族や友人とトルコ式の朝食を楽しむ習慣がある。 ・トルコでは国民の96%が毎日チャイ（トルコの紅茶）を飲むと言われており、1人あたりの年間の紅茶消費量は3kgとされている。 ・外国食品を取り扱う輸入者・小売店等によると、輸入食品に関心を有する消費者はハラール認証の有無をあまり気にしないが、豚肉については気にすることが多い。 ・イスラム教徒の消費者の意識としては、トルコの食品であればハラール認証等がなくても安心と考える人々もいる。 ・ビール、ワイン、ラク（伝統的蒸留酒）等のアルコール類は一般に流通しており、地域によって程度に違いはあるがアルコールを楽しむ習慣はある。 ・外国の食文化等に関心を有するトルコ人は、イスタンブール、イズミール等の大都市圏を中心に1,000万人程度と推測される。アルコールを好む消費者もこれらの地域に多い。 	
<p>制度的制約</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・動物検疫：牛肉については輸出解禁に向けて検疫協議中。 ・ハラール認証：イスラム教徒が大半を占めるが、世俗国家であることから輸入規制等においてはハラール認証等は求められていない。 ・遺伝子組み換え食品：輸入者によると遺伝子組み換え食品は厳しく規制されており、微量でも検出された場合は輸入不可。 ・必要書類：植物性由来の食品の輸出に当たっては、保健所の発行する英文衛生証明書または厚生労働省地方厚生局の発行する自由販売証明書の添付が必須。ただし、衛生証明書については2国間で書式等は定まっていないことから、発行を依頼する保健所によって発行可否・書式・記載内容が異なる。これにより通関トラブルにつながった例も確認されている。自由販売証明書については2国間でトルコ専用の書式が定められている。従来、日本国内で一般に販売されている食品に対してのみ発行を受けることが可能だったが、輸出のみを目的として製造・加工された食品であっても、原材料や製造方法等により食品衛生法に従って製造・加工されたものであることが確認できる場合には発行が可能となった。 ・原発関連規制：すべての食品および農水産物に関してトルコにて全ロット検査が実施されていたが、2018年2月に完全撤廃された。 ・アルコール：アルコールの輸入・販売等を行う場合、トルコ政府からの認可が必要。 ・水産物：現状では日本・トルコ両国間で衛生条件等の協議がなされておらず、輸出は困難。統計上、少量の輸出が見られるが方法は不明。 ・関税：食品によっては高関税率なものがあるため留意が必要（例：茶葉 145%、日本酒 70%）。 	
<p>商流・物流・商習慣</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・アジア圏からの輸入食品を取り扱う、または輸入に具体的な関心を有するインポーターは数社と限られている。 ・2009年にハラール認証制度が開始され、小規模ながらハラール食品専門店が店舗数を拡大している。ターゲットとする消費者によっては、ハラール認証取得が効果的な場合もある。 ・小売業界については地元資本が強く、地場最大手Migrosの店舗数の増加やSok、Bim、A101といった地場ディスカウンターの台頭が目立つ。 ・一般的に通関に要する時間が長いことから、輸送期間も考慮すると、アジア圏からの輸入食品については賞味期限が1年以上あることが求められる。 	
<p>日本食普及状況等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・海外生活経験のあるトルコ人が食文化を持ち帰ることで、近年は寿司レストランやステーキハウスが増加したが、日本食レストランが一般的に消費者の間に浸透しているとは言い難い。 ・親日的であり、対日感情は非常によい。ただし実際には日本についてあまり知識がない場合も多い。 ・日本からの食品の直接輸入事例が少なく、現時点では日本産食品はほとんど流通していない。 ・富裕層のなかには高品質な日本産を求める声がある一方、欧州、中国、韓国等から輸入された日本食品が市場に流通しており、一般に価格に対する要求は厳しい。 ・多くの富裕層向け高級多国籍料理レストランでは寿司がメニューに取り入れられており、寿司は一定程度普及していると言える。 ・健康ブームを背景に2016年頃から一部の茶専門店では抹茶が人気となり、2018年にはスターバックスが抹茶の取扱を開始したが、早期に停止。一般消費者への浸透は進まない一方、健康意識の高い一部の消費者やガストロノミー界では引き続き注目食材。 ・一般にスープヌードル（ラーメン、そば、うどん等）は苦手とされる。一方で、欧米の影響を受け、トルコにもラーメンブームが到来するのではないかといい声も聞かれる。実際、2018年以降、トルコ人経営者によるラーメン店が複数オープンしている。今後、ブームになるかが注目される。 	