

国・地域名

## イタリア

【更新】2021年11月

<b>人口・経済発展状況等</b>	<table border="1"><tr><td>・人口</td><td><b>5,926 万人</b></td><td>2021年1月1日時点（推定値）、イタリア国家統計局（ISTAT）</td></tr><tr><td>・実質GDP成長率</td><td><b>-8.9 %</b></td><td>2020年、イタリア国家統計局（ISTAT）</td></tr><tr><td>・1人あたりのGDP(名目)</td><td><b>3万1,288 ドル</b></td><td>2020年、国際通貨基金（IMF）</td></tr><tr><td>・為替レート(EUR)</td><td><b>132.3 円</b></td><td>三菱UFJリサーチ&amp;コンサルティング為替相場（TTS）</td></tr><tr><td>・日本の直接投資額</td><td><b>722 億円</b></td><td>2020年、フロー、国際収支統計（財務省・日本銀行）</td></tr><tr><td>・進出日系企業数</td><td><b>425 社</b></td><td>外務省「海外進出日系企業拠点数調査（令和元年10月1日時点）」</td></tr><tr><td>・在留邦人</td><td><b>1万4,435 人</b></td><td>外務省「海外在留邦人数調査統計」令和元3年版</td></tr><tr><td>・訪日外客数</td><td><b>13,691 万人</b></td><td>2020年、日本政府観光局（JNTO）</td></tr><tr><td>・日本食レストラン数</td><td><b>※ 3,905 店</b></td><td>2021年6月、検索サイト「Tripadvisor」掲載の日本食レストランをJetro Milanoが調査。</td></tr></table>	・人口	<b>5,926 万人</b>	2021年1月1日時点（推定値）、イタリア国家統計局（ISTAT）	・実質GDP成長率	<b>-8.9 %</b>	2020年、イタリア国家統計局（ISTAT）	・1人あたりのGDP(名目)	<b>3万1,288 ドル</b>	2020年、国際通貨基金（IMF）	・為替レート(EUR)	<b>132.3 円</b>	三菱UFJリサーチ&コンサルティング為替相場（TTS）	・日本の直接投資額	<b>722 億円</b>	2020年、フロー、国際収支統計（財務省・日本銀行）	・進出日系企業数	<b>425 社</b>	外務省「海外進出日系企業拠点数調査（令和元年10月1日時点）」	・在留邦人	<b>1万4,435 人</b>	外務省「海外在留邦人数調査統計」令和元3年版	・訪日外客数	<b>13,691 万人</b>	2020年、日本政府観光局（JNTO）	・日本食レストラン数	<b>※ 3,905 店</b>	2021年6月、検索サイト「Tripadvisor」掲載の日本食レストランをJetro Milanoが調査。
・人口	<b>5,926 万人</b>	2021年1月1日時点（推定値）、イタリア国家統計局（ISTAT）																										
・実質GDP成長率	<b>-8.9 %</b>	2020年、イタリア国家統計局（ISTAT）																										
・1人あたりのGDP(名目)	<b>3万1,288 ドル</b>	2020年、国際通貨基金（IMF）																										
・為替レート(EUR)	<b>132.3 円</b>	三菱UFJリサーチ&コンサルティング為替相場（TTS）																										
・日本の直接投資額	<b>722 億円</b>	2020年、フロー、国際収支統計（財務省・日本銀行）																										
・進出日系企業数	<b>425 社</b>	外務省「海外進出日系企業拠点数調査（令和元年10月1日時点）」																										
・在留邦人	<b>1万4,435 人</b>	外務省「海外在留邦人数調査統計」令和元3年版																										
・訪日外客数	<b>13,691 万人</b>	2020年、日本政府観光局（JNTO）																										
・日本食レストラン数	<b>※ 3,905 店</b>	2021年6月、検索サイト「Tripadvisor」掲載の日本食レストランをJetro Milanoが調査。																										
<b>日本からの農林水産物輸出状況 (2020年農林水産物・食品の輸出実績 農林水産省)</b>	<b>21位 31億円 うち農産物27億円(86.3%)、林産物1億円(3.8%)、水産物3億円(9.9%)</b> <b>輸出額の多い品目： 真珠、播種用の種等、アルコール飲料、ソース混合調味料、醤油</b>																											
<b>味覚、嗜好上の特徴</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・食に対して保守的で、自国料理(イタリア料理)に自負のあるイタリア人がほとんどであるが、近年のエスニック食品へのニーズの高まりを反映し、スーパーマーケットでは醤油やうどん、やきそば、惣菜コーナーでも餃子や春巻き、チャーハンなどが散見されるようになった。</li><li>・イタリア人は香りにとっても敏感なため、ガーリックや玉ねぎを香りづけとして調理に使用することはままあるが、特にガーリックをそのまま食べることはまずない。Dolce(デザート)好きなイタリア人は多く、ほどほどの辛さであればPiccante(辛口)もあまり抵抗ない。</li><li>・近年、大都市部や若い層を中心に健康志向への高まりからほとんどのスーパーマーケットに寿司コーナーが設置され、寿司やボケのようなヘルシーメニューが並んでいる。また、かつては鮮魚は包装のみだったスーパーマーケットでも、海鮮売り場を新設する店舗や魚専門店が増加。</li><li>・有機食品(BIO)、グルテンフリー食品、ビーガン向け食品の消費は引き続き拡大基調。レストランのメニューに今やベジタリアン向けは欠かせず、日本食レストランでもベジタリアンラーメンや野菜天ぷら、ビーガンハンバーガーなどが提供され人気メニューのひとつになっている。</li></ul>																											
<b>制度的制約</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・牛肉を除く生鮮肉は日本からの輸出は不可。牛肉については認定を受けた北海道、群馬県、栃木県、岐阜県、京都府、兵庫県、宮崎県、鹿児島県の12施設からの出荷に限り可。</li><li>・ケーシングについては認定を受けた北海道、静岡県のみからの出荷に限り可。</li><li>・卵及び卵製品については認定を受けた兵庫県の1施設、ゼラチン・コラーゲンについては認定を受けた静岡県、大阪府の3施設からの出荷に限り可。</li><li>・その他、牛肉以外の肉類、乳に関しては、EU向け輸出認定施設が日本に存在しないため輸出不可(2021年12月時点)。</li><li>・2021年4月21日から施行された新規則により、動物性加工済原料（魚粉末、液卵、脱脂粉乳等）を含む混合食品を輸出する際に、動物性加工済原料がEU 域内外の認定施設由来であること等を証明するために公的機関が発行する公的証明書（Official Certificate）または事業者による自己宣誓書（Private Attestation）の添付が必要。</li><li>・水産物については品目ごとにEUHACCP認定を受けた施設からの出荷に限り輸出可（天然水産物の場合、IUU漁業規則に基づく漁獲証明書・加工証明書も必要）。</li><li>・食品添加物・香料・食品包材プラスチックについてはポジティブリスト制度をとっており、日本で使用が認められている添加物等がEUでは認められていないことがある。例えば日本で使用が認められている一部の天然添加物（クチナシ、ペニコウジ）の使用が認められていない。EUで使用できない添加物の例：赤106号（漬物）、クチナシ色素、ペニバナ色素、ペニコウジ色素など。</li><li>・日本で使用可能な農薬がEUのポジティブリストには入っていないことがあるため、コメ・茶葉等の農産物を輸出する場合には留意が必要である。輸出前の残留農薬検査、当該検査証明書の提出等が必要になる場合がある。</li><li>・ワインおよび蒸留酒の容量規制：指定されている容量サイズで販売する義務がある。リキュールも該当。ただし日本酒および日本で瓶詰めされた日本産の720mlおよび1800mlの容器の単式蒸留焼酎は該当しない。</li><li>・オーガニック製品について、2017年10月19日よりオンラインシステムTRACESを通じ、輸出証明書を電子申請する必要がある。</li></ul> <p>&lt;原発関連規制&gt;</p> <p>2021年10月10日以降、日本産食品への輸入規制が改訂され、原発規制対象が変更された。2021年10月時点での規制措置は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・放射性物質検査証明書を要求。<ul style="list-style-type: none"><li>①福島県：一部の水産物（ブリ、ヒラマサ、カンパチ、マダイ、シマアジ、クロマグロ、マサバ、甲殻類、軟体動物【ホタテ含む】、海藻及び活魚を除く水産物）、柿（乾燥品）、野生のきのこ類、一部の山菜類（野生のワラビ、コシアブラ）</li><li>②宮城県：野生のきのこ類、一部の山菜類（タケノコ、野生のワラビ、コシアブラ、ゼンマイ）</li><li>③群馬県：一部の水産物（ブリ、ヒラマサ、カンパチ、マダイ、シマアジ、クロマグロ、マサバ、甲殻類、軟体動物【ホタテ含む】、海藻及び活魚を除く水産物）、一部の山菜類（コシアブラ）</li><li>④山形県、山梨県、静岡県：野生のきのこ類</li><li>⑤長野県、茨城県、新潟県：野生のきのこ類、一部の山菜類（コシアブラ）</li><li>⑥岩手県：野生のきのこ類</li><li>⑦47都道府県：上記の県ごとの放射性物質検査の対象品目又は生産・加工地が不明な上記の品目の使用割合が 50%を超える食品及び飼料</li></ul></li><li>・原産都道府県を示す産地証明書を添付する。<ul style="list-style-type: none"><li>47都道府県：放射性物質検査証明の対象品目について、当該検査証明書が要求される県以外で生産・加工されたもの。または放射性物質検査証明書が要求される県以外の品目の使用割合が50%を超える食品及び飼料。</li></ul></li></ul>																											
<b>商流・物流・商習慣</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・通関の所要時間が長くなりがちなため、ドイツやオランダ、フランス等他国経由で輸入されている日本食品も多い。文化的に消費者を守るという考えが強く、食品輸入に関するEU規制の適用の実態に関しても、他の加盟国に比べると厳しい傾向がある。</li><li>・輸入卸は大部分が日系、イタリア系、中国系。卸先としては、日本食レストラン・高級イタリアンレストラン・小売店・大手スーパーマーケット・茶専門店・アルコール専門店など。コロナ禍で大手スーパーマーケットがEC事業を強化、B2Bの輸入業者がB2C市場に参入の動きあり。</li><li>・日本食材を取扱う輸入業者は卸業者（ディストリビューター）を兼ねているところが多い。ここ数年市場のトレンドである有機食品に関しては、輸出者のみならず同商品を取り扱う輸入業者、ディストリビューターも有機食品取り扱いの書類が必要であり、当局の承認に時間を要する。一般的に有機食品に関心のある客層はマクロビオティックや日本食材に関心が高いため、価格と品質が市場に適した日本産有機食品のニーズは高い。</li><li>・輸出業者は、輸出商品の個別包装すべてに、EU規則で義務付けられている項目をすべて英語で明記(ラベル)しなければならない。当地食品見本市で試食・試飲させる場合は、正規の通関手続きを行い、必要書類は英語/イタリア語表記が必須である。また製品を市場に出す際にはイタリア語のラベル表記が必要のため、イタリアでイタリア語ラベルを貼るか、日本で直接貼るかを輸入業者と合意する必要がある。(出荷前の商談で明確にする必要あり)</li></ul>																											
<b>Eコマースの概要</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・コロナ禍で、E-Commerce販売が急増、テイクアウトやデリバリー販売も伸長、小袋の醤油やガリ、わさびなど小売用商材のニーズが高まっている。</li><li>・スマートフォンがオンライン購入のメインデバイスであり利用者としては便利なサービスである一方、レストラン事業者としては、デリバリーサービスは限られたマージンでメニュー数も限定され、顧客とコミュニケーションがほとんど取れない等々の理由であまり積極的ではない。</li></ul>																											
<b>外食・小売等の状況</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・2021年4月末から多くの州のレストランで屋外営業が再開、アペリティーボ(イタリア版ハッピーアワー)やディナーを楽しむ人で連日にぎわっており、多くのイタリア人は対面でのコミュニケーションスタイルを好む傾向にある。</li><li>・イタリア人はイタリア産や地産地消の食材を使用する志向が強いが、ロックダウン実施後はさらにクオリティ重視の傾向が見られ、KmZero(地産地消)、地元の信用がおける小売店(肉屋、魚屋、パン屋、八百屋など)への回帰がみられた。</li><li>・ニューノーマルの時代にシェフの社会的役割の重要性が高まりつつあり、いかに多くの人に美味しく、健康的で、サステナブルな料理を提供できるか、イタリアの食品業界復活のドライバーとなるべく期待されている。</li></ul>																											
<b>日本食普及状況等</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・2015年ミラノ万博以降、日本食への関心が急速に高まっており、イタリア人の訪日旅行者数が増加していることで、日本で経験した本場の日本食を帰国後も期待するなど、質の高い日本食へのニーズが広がっている。</li><li>・従来の安価な外国産の昆布・シイタケなどは、EU産のものも出回り始め、品質・安全志向に敏感な消費者に訴求する商品が増えている。</li><li>・ラーメン、お好み焼き、丼もの、抹茶、日本酒などを専門に提供する店に加え、おぼんざいのようなヘルシー惣菜の和食店も人気。ミラノやローマなどの都心部では、寿司は今やイタリア人の食生活の一部になり、ロックダウン緩和後も寿司や和食のテイクアウト・デリバリーサービスが急速に伸長。おにぎりや高級和食弁当を始めた日本人シェフがいるレストランも出現。</li><li>・大手スーパーマーケットの日本商品は、一部日系が運営している寿司コーナー以外はエスニック商品の棚に並べられているケースがほとんどであり、品質重視というよりは競争力のある価格のものが提供されている。</li><li>・2014年EUへ和牛が輸出解禁になって以降、コンスタントに和牛のニーズはあり、2020年、2021年のコロナ禍ロックダウン期間中でもB2C市場では富裕層から根強いリクエストあり。</li></ul>																											