農林水産物・食品　国別マーケティング基礎情報

国・地域名

ロシア

【更新】2024年7月

人口・経済発展状況等 〔参考：日本〕 ●人口：１億2,430万人 （2023年12月確定値、総務省統計局「人口推計」2024年5月20日公表） ●実質GDP成長率：1.2% （2023年度、前年度比、内閣府） ●1人あたり GDP(名目):3万3,806ドル （2023年、IMF WEO2024年4月）	・ 人口	**1億4,633 万人**	2023年（IMF WEO2024年4月）
	・ 実質ＧＤＰ成長率	**3.6 %**	2023年（IMF WEO2024年4月）
	・ 1人あたりのＧＤＰ(名目)	**13,648 ドル**	2023年（IMF WEO2024年4月）
	・ 為替レート（1RUB）	**1.91 円**	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング為替相場 2023年間平均（TTS)
	・ 日本の直接投資額	**1,084 億円**	財務省「対外・対内直接投資フロー令和5年（2023年）」
	・ 進出日系企業数	**380 社**	外務省「海外進出日系企業拠点数調査」（令和4年10月1日現在）
	・ 在留邦人	**1,003 人**	外務省「海外在留邦人数調査統計」（令和5年10月1日現在）
	・ 訪日外客数	**4万1,965 人**	2023年暫定値、日本政府観光局（JNTO）
	・ 日本食レストラン数	**3,190 店**	農林水産省「海外日本食レストラン国・地域別概数」　（令和5年10月13日）

日本からの農林水産物輸出状況（2023年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省）

26位　36億円　うち農産物33億円(90.3%)　林産物0.3億円(0.8%)　水産物3億円(8.8%)

輸出額の多い品目：　インスタントコーヒー、菓子（米菓を除く）、 清涼飲料水、 コーヒー、ソース混合調味料

味覚、嗜好上の特徴

・ 程よい味付け、甘いものを好み、酸味の強いものは好まない傾向にある。また近年は少しずつ辛い物を食するようになってきている。

・ 肉を中心とした料理が人気である。2023年における一人あたりの肉の平均消費量は80キロを超え、その量は今後も増加が見込まれている。同年に人気が高まったのはメキシコ、中東、コーカサスの料理だった。

制度的制約

・ ロシアで流通する商品には、ユーラシア経済連合（以下、EAEU）が定める関税同盟技術規則に適合していることを示す認証の取得が必要で、商品に認証取得済みマークを表示する必要がある。
ロシアはカザフスタン、ベラルーシ、アルメニア、キルギスとEAEUを形成している。EAEUでは統一された関税率表、品目、技術規則などが設定されており、EAEU内では商品を税関申告や規制なしに自由に移動させることができる。ロシアを含むすべてのEAEUの構成国は統一された規格認証制度へ移行しており、ロシアへの輸入時には、第一にEAEUの規則に従い、特別なケースにおいてロシアの国内法に従うことになる。

・ 畜産物：牛肉（骨付きを除く）は二国間条件を満たす必要がある。骨付きの牛肉および豚肉は輸入を認めておらず、鶏肉・鶏卵は二国間協議中となっている。
牛肉：「ロシア等向け輸出牛肉の取扱要綱」（農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律施行規則（令和２年財務省・厚生労働省・農林水産省令第１号）、家畜伝染病予防法（昭和 26 年法律第 166 号）)に基づいて輸出を行う必要がある。
動物検疫所「日本から輸出される食肉等の受け入れ状況一覧」　https://www.maff.go.jp/aqs/hou/require/export_meat_list.html
農林水産省「ロシア向け輸出牛肉の取扱要綱」　https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/i-4/attach/pdf/yusyutu_shinsei_ousyu-15.pdf
ロシア向け輸出施設として認定された施設は、農林水産省およびロシア連邦動植物検疫監督局のウェブサイトに掲載されている。
農林水産省「対ロシア等輸出牛肉を取り扱う食肉施設」　https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/i-4/attach/pdf/yusyutu_shinsei_ousyu-136.pdf
連邦獣医植物検疫監視局「日本 第三国企業の登録簿」（ロシア語）https://navigator.fsvps.gov.ru/trafficking/registry/index?countryId=107&ArgusSearch%5BproductTypeId%5D=1&ArgusSearch%5BproductId%5D=

・ 水産物：「ロシア向け輸出水産食品の取扱要綱」(農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律施行規則（令和２年財務省・厚生労働省・農林水産省令第１号）)に基づいて輸出を行う必要がある。
農林水産省「ロシア向け輸出水産食品の取扱要綱」　https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/i-4/attach/pdf/yusyutu_shinsei_ousyu-46.pdf
ロシア向け輸出施設の登録および衛生証明書が必要である。登録施設は農林水産省およびロシア連邦動植物検疫監督局のウェブサイトに掲載されている。
農林水産省「ロシア向け輸出水産食品取扱認定施設」　https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/i-4/attach/pdf/yusyutu_shinsei_ousyu-149.pdf
連邦獣医植物検疫監視局「日本 第三国企業の登録簿（製品の種類：魚介類）」（ロシア語）
https://navigator.fsvps.gov.ru/trafficking/registry/index?countryId=107&ArgusSearch%5BproductTypeId%5D=1&ArgusSearch%5BproductId%5D=&ArgusSearch%5BproductTypeId%5D=7&ArgusSearch%5BproductId%5D=

＜原発関連規則＞

・ 福島県、栃木県、群馬県、茨城県、千葉県、東京都の6都県で生産された食品（水産物を除く）の輸出には、日本政府発行の放射性物質検査証明書の添付が求められる。

・ 上記6都県以外で生産されたすべての食品（水産物含む）：ロシアにてサンプル検査が実施される可能性がある。

・ ロシア政府は、予防措置として2023年10 月16日からの日本からの魚介類の輸入に対する中国の一時的制限措置に参加することを決定。これを受けて日本からの水産物輸入は実質禁止となっている。
農林水産省「ALPS処理水の海洋放出に伴い規制を強化した国・地域に関する情報」https://www.maff.go.jp/j/export/e-shorisui/kaiyou_houshutsu.html

＜その他＞

・ ロシアのウクライナ侵攻に対する制裁措置として、日本政府はロシア向けの幅広いカテゴリーの商品の輸出禁止措置を導入している。
経済産業省「対ロシア等制裁関連」https://www.meti.go.jp/policy/external_economy/trade_control/01_seido/04_seisai/crimea.html

Copyright © 2024　JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

農林水産物・食品　国別マーケティング基礎情報

国・地域名

ロシア

【更新】2024年7月

商流・物流・商習慣	・日本製品の取り扱いは高級スーパーマーケットが中心であり数量も少ない。物流コスト、マージンなどによって価格が高くなることが不可避。 ・ロシアのウクライナ侵攻に伴う西側諸国の対ロシア制裁措置により、日本ーロシア間・欧州ーロシア間の航空、海上、陸上（トラック）輸送の一部で引き続き混乱・停滞がみられる。 ・2024年7月時点で、ロシアの輸出入はトルコ、ジョージア、アゼルバイジャン、カザフスタンなどを経由したトランジット・ルートに進展がみられる。ロシアとアゼルバイジャン、イランをつなぐ「南北国際輸送路」の開発も議論されている。またアジア方面で、日本ーロシア間の交易の主要ルートでもあるロシア極東経由のコンテナ航路はすでに開戦直後の混乱からは抜け出し、一部で滞留の話は聞かれるものの、全体として安定的に動いている。
Eコマースの概要	・オンライン販売の拡大が続いている。ロシアのマーケットプレイス型ECサイトは世界的にも上位に位置しており、推定月間訪問者数（2024年3月）でみると、ロシア国内大手のWildberries が9位、Ozonが10位となっている。 2018年から上昇を続けていた購買時の平均単価が、2022年に減少に転じた。理由の一つに、海外ブランドのオンラインショップが撤退したことにより、（日本産食材を含む）プレミアム・ミディアムセグメントの商品が大きく減ったことが挙げられる。2023年も平均単価の低下が続くが、オンラインでの購入件数は急速に伸びており、2023年の1年間に51億5,000 万件に達した。 ・日本食品を取り扱うオンラインショップ（実店舗併設を含む）も複数存在する。ロシアのウクライナ侵攻を機に生じた物流網の混乱により、商品の入荷が不安定になり、取扱商品数が減少することもあった。2022年後半からは状況が改善し、以前と変わらない品揃えの店舗もある。一部の地場インポーターからは、「K-POPの台頭により、日本・日本食への関心が薄れてきている」との声が聞かれる。 ・Eコマースのうち、2023年の売上高はE-Grocery（食品EC市場）で前年比43%増、E-Pharma（医薬品EC市場）で同19%増と成長が続く。それに加え、政府は一般用医薬品のオンライン販売を許可し、一部の州で医療用医薬品のテスト販売を開始したことから、今後のさらなる成長が期待されている。 ・2023年にロシアのEコマース市場では中国からの出品者の売上が前年比で3倍超に、オーダー件数が5倍に増加した。
外食・小売等の状況	・新型コロナ禍以前よりデリバリーへの対応が進んでおり、今日ではドアツードアの配送利用がさらに加速している。 ・海外ブランドの撤退により、ロシア国産品への関心が一層高まっている。
日本食普及状況等	・日本食を含むアジア料理の人気が依然として高い。2023年発行の業界専門誌によると、サンクトペテルブルクではフードコートの店舗のうち、アジア料理の店が25%を占めている。2023年12月にロシア検索最大手Yandexの一般ユーザーが調べた料理を国別にみたところ、「中国」が1位となった。 ・モスクワを中心に高級日本食店から日本食チェーン店まで広く展開しており、その数はロシアの地図情報サービスの２GIS で日本食を検索すると2,000件弱となる。しかし、その多くはスシロールを中心としたものであり、またデリバリー形態も多く、日本からの食材を使った料理を提供する店はまだ少ない。また、チェーン店を中心に日本食からそれを含むアジア料理全般の提供へと変わりつつある。 最近のトレンドとして、日本料理とほかの民族料理をミックスしたフュージョン・スタイルへの人気の高まりが挙げられる（すし、ブリト―など）。 モスクワやサンクトペテルブルクのほか地方都市においても、ラーメンを中心としたカジュアルな日本食店がオープンしており、麺類のほか丼もの、和風スイーツなど新しいスタイルの日本食を提供するカフェが出現している。これらのレストラン・カフェは若い世代を対象としている。そのほかにも、カレーや弁当ボックス（定食）など、こだわりのスタイルで料理を提供するところが出現するなど、ロシアでは若い世代のレストラン・カフェ経営者が積極的に新しい日本食に取り組む姿が見られる。 ・2022年2月以降、日本や欧州との間の輸送が混乱・停滞した影響で、食材調達先を中国や韓国に切り替えようと検討するレストランやカフェも出てきた。

Copyright © 2024　JETRO. All rights reserved. 禁無断転載