

国・地域名			【更新】2025年7月
韓国			
人口・経済発展状況等 〔参考：日本〕 ●人口：1億2,374万人 （2024年12月確定値、総務省統計局 「人口推計」2025年5月20日公表） ●実質GDP成長率：0.8% （2024年度〈前年度比〉、内閣府 経 済社会総合研究所 「国民 経済計算（GDP統計）」2025年） ●1人あたり GDP(実質):3万2,498ドル （2024年、IMF WEO2025年4月）	・ 人口	51,751 万人	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 実質GDP成長率	2.0 %	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 1人あたりのGDP(名目)	3万6,129 ドル	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 為替レート（100ウォン）	11.33 円	三菱UFJリサーチ&コンサルティング_現地参考相場_2024年間平均
	・ 日本の直接投資額	2,685 億円	財務省「対外・対内直接投資フロー令和6年（2024年）」
	・ 進出日系企業数	3,003 社	外務省「海外進出日系企業拠点数調査」（令和5年10月1日現在）
	・ 在留邦人	4万3,064 人	外務省「海外在留邦人数調査統計」（令和6年10月1日現在）
	・ 訪日外客数	881万7,765 人	日本政府観光局（JNTO）「日本の観光統計データ」2024年訪日外客数の推移
	・ 日本食レストラン数	1万8,210 店	農林水産省「海外における日本食レストランの国・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 （2024年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省）	5位 911億円 うち農産物592億円(65.0%)、林産物39億円(4.3%)、水産物280億円(30.7%) 輸出額の多い品目：アルコール飲料、ホタテ貝（生鮮等）、ぶり、ソース混合調味料、たい、		
味覚、嗜好上の特徴	・ 塩味の強い食べ物（韓国で塩辛さの感じ方に相違があるため要注意）。 ・ 保守的な嗜好。消費者は昔からの定番商品を選ぶ傾向がある。 ・ 簡便食（レトルト食品、コンビニエンスストア用製品など）の人気が上昇。また、一般家庭におけるノンフライヤーの普及が進んでおり、ノンフライヤー対応の揚げ物などの簡便食の需要も高い。 ・ 非対面サービス（配達、電子決済、セルフ注文・決済のキオスク端末など）の増加。 ・ 健康志向の高まりから高たんばく質、ノンシュガー、ゼロカロリーの関連食品が人気上昇。 ・ ベジタリアン、ヴィーガンなども流行。		
制度的制約	・ 肉（鶏、豚、牛）：輸入不可。ただし、熟処理済みの鶏肉類は輸入可能。 ・ 鯉節：日本産は味がよいため需要はあるが、2013年2月18日からベンゾピレンに対する規制が10.0 μg/kg以下となっている。 ・ コメと青果物（一部を除く）：輸出可能。もも、りんご、キュウリなど一部の青果物は韓国の規制により原則輸入禁止。 ・ コメ：2015年1月1日から、従来のミニマム・アクセスとして国が輸入を管理する制度から、関税（関税率：513%）へと切り替えた。 ・ 輸入食品安全管理特別法（2016年2月4日施行）：食品を韓国に輸入しようとする者または海外製造業所の設置・運営者は、当該海外製造業所にに関する所定の情報を輸入申告の7日前までにウェブサイトまたは郵便を通じて食品医薬品安全処に登録しなければならない。 ＜東京電力福島第一原子力発電所事故に伴う輸入規制＞ ・ 輸入停止措置の対象地域・品目 【水産物】福島県、茨城県、群馬県、宮城県、岩手県、栃木県、千葉県、青森県の8県からのすべての水産物：2013年9月9日から全面輸入禁止。 【水産物以外】福島県、群馬県、栃木県、茨城県、宮城県、千葉県、神奈川県、岩手県、長野県、埼玉県、青森県、山梨県、静岡県、新潟県、山形県の15県で収穫・加工され、日本政府が出荷制限要請対象と指定したことのある27品目：輸入禁止。 （注1）日本政府が出荷制限を解除した場合も、韓国側の輸入停止措置は継続。 （注2）2019年4月11日、『韓国による日本産水産物等の輸入規制』に関しては、WTO協定に照らし、恣意的または不当に差別していること、必要以上に貿易制限的なものであることを認定したパネル報告書（第一審）の判断がWTO上級委員会で取り消しになり、同26日に開催された紛争解決機関（DSB）会合において、上級委員会報告書および上級委員会によって一部改訂されたパネル報告書が採択。 ・ 証明書発行対象・内容 一部都道府県の対象品目は「放射性物質検査証明」などが必要。詳細は農林水産省ウェブサイト（https://www.maff.go.jp/j/export/e_info/attach/pdf/hukushima_kakukokukensa-1.pdf）を確認のこと。 ・ 韓国輸入通関時の放射性物質の検査および追加的な検査報告書の要求 韓国へ輸出された日本産食品については、韓国の通関段階での検査が行われる場合があり、放射性セシウム（134Cs+137Cs）またはヨウ素（131I）が0.5Bq/kg以上（小数点第一位を四捨五入して1Bq/kg以上）検出されれば、輸入者に放射性ストロンチウムやプルトニウム等17核種の追加的な放射性物質検査証明書が求められる。		
商流・物流・商習慣	・ 酒類の流通における免許制（製造業、輸入業、輸出業、小売業の專業規定）。酒類のネット販売は原則禁止（一部韓国の伝統酒、ネット注文後の店舗ピックアップは可能）。 ・ 流通マージンが高い傾向（例：日本酒の場合、卸売業者のマージンは販売価格の20%程度、百貨店は25～35%など）。 ・ 物流関係は充実しており、特有の問題は聞かれない（日本への航空輸送時間は約3時間、海上輸送日数は最短で1日程度）。 ・ 冷凍冷蔵食品の一人当たりの市場規模がアジア域内では比較的高く、コールドチェーンの整備が進んでいる（特に、釜山港は韓国国内の冷凍冷蔵倉庫の一大集積地）。 ・ 小さな個人商店よりも流通大手で購入する傾向が強く、小売は大手財閥の百貨店・総合スーパーマーケットが主導し成長。近年ではEコマース販売の成長が著しい。 ・ オンライン購入が急速に伸び、従来の加工食品のみならず、生鮮食品まで拡張。注文後、翌日の朝に配送されるシステムが人気。 ・ 加工食品の輸出の場合、少なくとも6カ月以上の消費期限が求められる。		
Eコマースの概要	・ ここ数年、Eコマース市場は毎年、急成長を記録。特に、コンピュータよりモバイル（スマートフォン）による購入が急増している。 ・ 食品の個人輸入は毎年急増しており、韓国のEコマース企業による日本からの個人輸入ビジネスも拡大しつつある。なお、個人輸入目的の食品は輸入食品安全管理特別法の対象ではないため、食品検査が免除される。 ・ オープンマーケットプレイスとしては、ネイバー(Naver)、11番街、Gマーケットなど、ソーシャルコマースとしてはクーバン(Coupang)などが有名。食品専門のEコマースとしてはマーケットカーリー(Market Kurly)が有名。特に、Coupang、Maket Kurlyは当日の夜までの注文分を翌日の早朝に配送するシステムを構築しており、脚光を浴びている。 ・ 配達の民族、クーバンイーツ(Coupang Eats)など、レストランの飲食類を配達するEコマース分野も急成長している。		
外食・小売等の状況	・ 外食市場の中心は韓国料理であり、中華料理、日本料理も数多くある。最近はニュートロ（New+Retro）風のレストラン、一人向けのレストランも人気。若者を中心に高額な「おまかせ」コース（すし・割烹料理）を提供する日本料理レストランの人气が高い。 ・ フランチャイズ・非フランチャイズを問わず、フライドチキンの人气が高い。 ・ 百貨店・大型スーパーマーケットでは、日本産加工食品や調味料などを取り扱っているが、日本産生鮮食品はほとんどない。 ・ 日本食材専門店は従来のオフライン店舗から、オンライン店舗に変わりつつある。 ・ 人件費の高騰、IT技術の進化などを背景に、無人店舗（アイスクリーム店、カフェ、コンビニ、ペットフード店など）が急速に増加しており、新たな販路として注目されている。		
日本食普及状況等	・ 日本式居酒屋や日本食店の人気から、業務用食材は全般的に有望。小売向け商品は、原発事故の影響から日本産が避けられる傾向。 ・ 日本食は広く認知され普及しており、すし店、ラーメン店、とんかつ店、カレー店、丼店、日本式居酒屋などが多く存在する。日本食店以外のフュージョンレストランや韓国居酒屋などでも日本食メニューを提供する店が増えており、日本食に使用する食材・調味料（しょうゆ、ラーメンスープ、ソース、わさびなど）の需要が拡大。 ・ 日本産ビールは、国別で輸入ビール1位となっているほど人気。日本酒は、高級日本酒の販売増加に伴い輸入単価が上昇傾向にある。ハイボール・缶酎ハイなどのRTD（Ready to Drink）製品で構成される日本産リキュールは、日本産ウイスキー人気の余波もあり最近、飛躍的な伸びを記録。 ・ ペーカリー・スイーツは、付加価値の高いものが有望と考えられる。 ・ 日本での放射性物質検査が必要な地域の産品は、日本での検査費用がコストアップの要因となるため、韓国の輸入業者が輸入を避ける傾向にある。または日本のメーカーが放射性物質検査や書類の作成に対応できない場合もある。 ・ 日本産品の高品質なイメージを利用した日本の商品名を冠した韓国製品が販売されており（長崎ちゃんぽんなど）、日本産と間違っって購入されるおそれもあるため、知財対策を含めて注意が必要。		