

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	1億1,317 万人	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 実質GDP成長率	5.7 %	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 1人あたりのGDP(名目)	4,079 ドル	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 為替レート(1ペソ)	2.81 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	1,697 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	1,604 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	1万2,648 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	81万8,659 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	760 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）	10位 287億円 うち農産物159億円(55.5%) 林産物95億円(33.1%) 水産物33億円(11.4%) 輸出額の多い品目：合板、たばこ、ソース混合調味料、スープ・ブロス、製材		
味覚、嗜好上の特徴	・ インスタントラーメンなどの乾麺は、間食として食べられていることが多い。 ・ 酒を飲む場所と食事をする場所は別で、食事中に酒を飲む人は少ない。一方で富裕層を中心に、ワインなどの酒を飲みながら食事を楽しむ人も増えつつある。 ・ コメが主食。コメに合う鶏肉や豚肉を使った煮物や炒め物が食卓の中心で、糖分や塩分が濃い味付けを好む。薬味として酸味、辛味を利用する場合が多い。 ・ 伝統的なフィリピン料理はスペイン料理の影響が濃い。また文化面も含め、米国の影響も受けている。		
制度的制約	＜動物検疫＞ ・ 水産物について、日本からフィリピンに輸出する際、次の3種類のうち少なくとも一つが必要。 ・ 原産国の国際衛生証明書（International Health Certificate）の写し。本証明書の発行主体は水産庁。 ・ 原産国の管轄当局が発行する検疫許可書（Sanitary and Phytosanitary Clearance）の写し。 ・ 原産国の管轄当局が発行する検疫に関する証明書の写し。 さらに、原産地証明書（Certificate of Origin）が必要。特定原産地証明書は日本商工会議所が発行。 ・ 牛肉は、日本国内17カ所（2025年7月現在）の認定食肉取扱施設で処理されたものに限り、食肉衛生証明書、フィリピン農業省が発行する輸入許可証・検疫許可書を取得すれば輸入可能。 ＜植物検疫＞ ・ りんご・なしは、植物検疫証明書、フィリピン農業省が発行する輸入者登録証明書・検疫許可書を取得すれば輸入可能。いちご（2024年12月に輸入制限解除）は、二国間合意による検疫条件として、生産施設および選果こん包施設の登録、生産施設でのアウトウショウジョウバエ等の病害虫の発生調査、輸出前の残留農薬検査および微生物検査を実施し、フィリピン側検査官による査察を受けることが必要。 ・ 精米・玄米は、植物検疫証明書、遺伝子組換え/非遺伝子組換え証明書、重金属検査証明書、フィリピン農業省が発行する輸入者登録証明書、植物検疫輸入クリアランスを取得すれば輸入可能。 ＜原発関連規制＞ ※すべての対象品目において輸入規制が撤廃 された。		
商流・物流・商習慣	・ 食品の多くは、ベトナム、米国、中国から輸入されている。 ・ 小売業・外食産業に参入するには外資規制があるため（2022年に一部緩和）、日系企業が進出する場合、現地企業との合併やフランチャイズ契約により進出している。モールやデパート、大規模スーパーなどの大規模小売店は中華系・スペイン系の財閥が事業展開している。 ・ 慢性的な交通渋滞により、物流は安定的といえない。コールドチェーンについては、冷凍・冷蔵倉庫の整備は進んでいるが、冷凍・冷蔵トラックなど輸送設備の整備が遅れている。また、温度管理の重要性に対する物流業者や店舗の従業員等の意識も高いとはいえない。		
Eコマースの概要	・ インターネットユーザー数やスマートフォン保有者数が多く、インターネットの利用時間は世界有数の長さ。SNSの利用時間も長く、SNSを活用したソーシャルコマースも非常に活発。 ・ 主なEC事業者として、Lazada、Shopee、Zarolaなどが挙げられる。 ・ コロナ禍によるビジネス環境の変化を契機に、いくつかの食品ディストリビュータが自社ECサイトで消費者に直接販売するビジネスを開始。日本の食品（他国産含む）を販売しているEC事業者も存在。		

国・地域名

フィリピン

【更新】2025年7月

外食・小売等の状況	- 日本食では、ラーメンや牛丼、とんかつ等のチェーンレストランが展開。独立系の高級日本食レストランも富裕層を主なターゲットとして展開している。 2022年に日系初の百貨店として三越がオープン。日本産食品の取扱いは高級スーパーが中心だが、近年では中間層を対象としたスーパーマーケットでも品揃えが増加。
日本食普及状況等	- 健康ブームの影響で、みそなど日本の伝統的な調味料がフィリピン人にも受け入れられ始めた。大豆由来の調味料はフィリピン伝統の調味料と親和性が高い。本格的な日本料理は富裕層を中心に人気があり、中間所得者層にはとんかつやとんこつラーメン・みそラーメンが人気。 - 緑茶は飲料だけでなく、菓子にも利用される。富裕層を中心に抹茶を使用した菓子が人気。 - 日本酒や焼酎、ウイスキーは、富裕層を中心に人気が高まっており、新規銘柄の進出が増加している。 - 日本産品は加工食品など安価な韓国産と並べて販売されることが多く、製法・パッケージ・ブランドカ・味等で明確に差別化できる商品が求められる。