

国・地域名

EU			【更新】2025年7月
人口・経済発展状況等	・ 人口	4億5,048 万人	2024年、EU統計局（EUROSTAT）（EU27カ国）
	・ 実質GDP成長率	1.1 %	2024年、EU統計局（EUROSTAT）（EU27カ国）
	・ 1人当たりのGDP(実質)	3万1,280 ユーロ	2024年、EU統計局（EUROSTAT）（EU27カ国）
	・ 為替レート（1EUR）	165.45 円	三菱UFJリサーチ&コンサルティング為替相場 前年の年末・年間平均（TTS）_2024
	・ 日本の直接投資額	3兆5,683 億円	財務省「対外・対内直接投資フロー令和5年（2023年）」
〔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 WEQ2025年4月）	・ 進出日系企業数（のべ）	6,678 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（のべ）	14万5,473 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	170万2,488 万人	2023年暫定値、日本政府観光局（JNTO）
	・ 日本食レストラン数（欧州）	約1万3,840 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）＊マルタを除く26カ国で集計
	日本からの農林水産物輸出状況（EU27カ国） （2024年農林水産物・食品の輸出実績、 農林水産省）	858億円 うち農産物735億円(85.7%) 林産物21億円(2.4%) 水産物102億円(11.9%) 輸出額の多い品目：アルコール飲料、緑茶、ソース混合調味料、牛肉、ホタテ貝(生鮮等)	
味覚、嗜好上の特徴		・ EU各国が独自の食文化をもつ（詳細は各国編参照）。	
制度的制約		・ 牛肉を除く生鮮肉について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、青森県、岩手県、群馬県、栃木県、岐阜県、京都府、兵庫県、大分県、宮崎県、鹿児島県の17施設からの出荷に限り可（2025年7月時点）。	
		・ 牛に対して生涯にわたって使用が禁止されている動物用医薬品等が定められている（日本で使用されているものとしては、エストラジオール安息香酸エステルが該当）（2025年7月時点）	
		・ 「人医療に使用が限定される抗菌剤を指定する規則」が、2023年2月9日からEU加盟国で適用されている。日本を含めた第三国には2026年 9 月3日から適用が開始される（2025年7月時点）。同規則に指定された抗菌剤をEUに輸出する動物または動物由来の製品に使用することが禁止される。日本で動物用医薬品として承認されている「ホスホマイシン」がこの規則で指定された抗菌剤に含まれる。	
		・ ケーシングについては、認定を受けた北海道の1 施設からの出荷に限り輸出可（2025年 7 月時点）。	
		・ ゼラチンについては認定を受けた大阪府の1社、コラーゲンについては静岡県1社2施設からの出荷に限り輸出可 （2025年7月時点）。	
		・ 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(2025年7月時点)。	
		・ 卵製品の輸出については、認定を受けた兵庫県の1施設からの出荷に限り可。鶏卵の輸出は認定を受けた生産農場は日本に存在しないため不可（2025年7月時点）。	
		・ EU では、動物性加工済原料、および植物性原料の両方を含む食品を「混合食品」として独自の規制を設けており、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など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。公的証明書は、混合食品に用いる動物性加工済原料の種類に応じて、農林水産省輸出・国際局または動物検疫所が発行。自己宣誓書は輸入者が作成。	
		・ 2024年11月29日以降、はちみつ、およびはちみつ製品は、EUの衛生要件に適合した認定施設由来に限り輸出可。	
		・ 水産物については、品目ごとにEU向けHACCP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）。＊IUU漁業：Illegal, Unreported and Unregulatedすなわち「違法・無報告・無規制に行われている」漁業	
		・ 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などが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の使用は認められていない（EUで使用できない添加物の例：赤色106号、クチナシ色素、ベニコバナ色素、ベニコウジ色素など）。	
		・ 2022年8月8日から食品添加物の二酸化チタン（TiO ₂ /E171）を使用した食品の流通が禁止されている。	
		・ 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。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。	
		・ 環境保護（ミツバチなどの花粉を媒介する昆虫の保護）を目的として、茶やコメに使用されているネオニコチノイド系の農薬である「クロチアニジン」と「チアメトキサム」のMRLs*を検出下限値まで引き下げる改正規則が2023年3月7日に施行。2026年3月7日から改正後のMRLsが輸入農産品にも適用される予定。＊MRLs：Maximum Residue Limitsの略で「残留農薬基準値」	
		・ 食品接触材料において、ビスフェノールA(BPA)の使用禁止を2024年12月に採択。ほとんどの製品について18カ月間の移行期間が設けられた後に使用禁止となる。	
		・ 容器包装についてリサイクルやリユースの促進や包装廃棄物の削減を目的とした「包装および包装廃棄物規則（PPWR：Packaging and Packaging Waste Regulation）」が2024年12月に採択。詳細は今後策定される下位規則で定められるが、早ければ2030年に「全ての包装はリサイクル可能であること」「プラスチック包装に一定割合以上のリサイクル材を使用すること」等が義務付けられる。	
		・ ワインおよび蒸留酒の容量規制については、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容器の単式蒸留焼酎は該当しない。	
		・ 有機製品については、オンラインシステムTRACESを通じ、検査証明書を電子申請する必要がある。	
		・ 森林減少防止を目的として、EU域内で流通する特定の品目に関し、当該品目の生産において森林減少を引き起こしていないことの確認（森林デューデリジェンス）等の義務化が2025年12月30日から適用予定。対象品目は、EU域内で流通する牛、カカオ、コーヒー、アブラヤシ、ゴム、大豆、木材の7品目とその派生製品（牛肉、チョコレート、コーヒー、パーム油、タイヤ、木製家具、印刷紙等）。（2025年 7 月時点）	
<原発関連規制>		2023年8月3日、EUによる日本産食品に対する原発関連の輸入規制措置は撤廃された。放射性物質検査証明書および産地証明書は不要。	
商流・物流・商習慣		・ 各国の規制当局（通関当局）によるEU規制の解釈に多少の差異があることから、同様の商品でも通関する港または時期によって通関の可否が異なることが少なくない。	
Eコマースの概要		・ 域内の電子商取引規模は、前年比8%増の9,580億ユーロ程度と推定されている（2024年見込み。EU27カ国および英国、スイスなど欧州11カ国の合計）。	
		・ 総売上高における地域別シェアは、西欧64%、南欧19%、中欧9%、北欧6%、東欧2 %（2023年）。近年、西欧は減少傾向であり、南欧は増加傾向となっている。	
外食・小売等の状況		・ EUの食品・飲料産業は、2024年に470万人を雇用し、1兆2,000億ユーロの売上高と、2,500億ユーロの付加価値を生み出し、EU最大の製造業の一つとなっている。	
		・ 各国独自の食文化に基づく料理や食材を提供する外食・小売店以外にも、チェーン店や移民経営による多様な業態が存在する。	
日本食普及状況等		・ すしの人気が高く、すし店は、EU域内の主要都市で見られるが、中国系または韓国系の事業者が経営していることが多い。またテイクアウト用に、現地スーパーマーケットなどでも広く販売されている（EU域内共通）。すしに使う海苔やワサビの需要も増加している。	
		・ ラーメン店も人気があり、日本の有名店の出店のほか現地発のチェーン店もある。ヨーロッパ人や中国人など日本人以外の経営も多い。	
		・ すしや天ぷら以外にも、お好み焼きやラーメンなども人気が高く、多様な日本の食文化が広まりつつある（EU域内共通）。おむすび（おにぎり）は、現地スーパーマーケットで販売されており、パリやアムステルダムといった大都市では専門店もできている。たい焼きやたこ焼き、お好み焼きなどの軽食が、イベントでの屋台や、若者に人気のカフェ、スーパーなどで販売される機会も増えた。	
		・ 日本産食材への需要は継続しており、高額商品から一般小売店での取り扱い商品まで、品目も増加しつつある。「ゆず」や「抹茶」などは日本語のまま現地で定着し、これらを使用した食品や飲料なども増えている。しょうゆやワサビなども一般の小売店でも取り扱いが見られる（EU域内の都市部）。	
		・ 茶：緑茶の茶葉だけでなく、抹茶やほうじ茶もニーズが高まっており、抹茶ラテはカフェのメニューとして珍しくなくなっている。日本茶の安全性や健康イメージ、カテキンなどの機能性成分による効能のPRが有効。	
		・ 水産物：日本産養殖ハマチやホタテのニーズは高いが、認定施設からの出荷に限られており、施設の認定促進が必要。	
		・ 日本食＝ヘルシーのイメージが定着し、豆腐や海藻類などの消費も増えてきている（EU域内共通）。	