農林水産物・食品　国別マーケティング基礎情報

国・地域名

ペルー

【更新】2025年7月

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	**3,407 万人**	2024年推定値（IMF WEO2025年4月）
	・ 実質ＧＤＰ成長率	**3.3 %**	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 1人あたりのＧＤＰ（名目）	**8,485 ドル**	2024年推定値（IMF WEO2025年4月）
	・ 為替レート（1米ドル）	**3.6754 ソル**	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング_外国為替相場_世界の為替相場
	・ 日本の直接投資額	**55 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	**68 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	**3,011 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	**6,582 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	**230 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 **（2022年二国間貿易実績、 農林水産省）**	**87位　1億円　うち農産物0.4億円(51.9%)　林産物0.002億円(0.3%)　水産物0.4億円(47.8%)** **輸出額の多い品目：播種用の種等、 さめ（生鮮・冷蔵・冷凍）、 ふかひれ（生鮮・冷蔵・冷凍・塩蔵・乾燥）、 ソース混合調味料、 アルコール飲料**		
味覚、嗜好上の特徴	・ 食文化に関しては、国土の多様性に伴い、海岸・山岳・熱帯雨林地域で大きく異なる。主食もコメ・パン（海岸地域）、ジャガイモ・トウモロコシ（山岳地域）、キャッサバ・バナナ（熱帯雨林地域）のように地域差がある。比較的安価な鶏肉が人気で、魚や牛肉も食す。近年、高所得者層・中間所得者層は健康意識が高く、低カロリー・低脂肪食品および機能性食品も好む。一方で、低所得者層は炭水化物に偏る傾向が見られる。 ・ 中国からの移民によってペルーに持ち込まれて根付いたと言われる中国しょうゆ（Sillao）は、ペルーの家庭やレストランで欠かせない調味料のひとつであり、中南米では珍しく広く定着している。加えて、中華料理を起源とする「Chifa」（チーファ）についても、自国料理のジャンルのひとつと言えるほど普及している。		
制度的制約	・ 農牧畜産品の輸入において、農業省農業検疫局（SENASA）が定める植物衛生リスクカテゴリ（CRF）および牧畜産品リスクカテゴリ（CRP）の対象となる製品は、カテゴリーに応じて輸入衛生許可、衛生検疫、衛生証明が必要となる。 ・ 加工食品および飲料の輸入時には、輸出国において食品としての販売許可が取得できているという証明書（Libre de Venta）が求められる。さらに、品目ごとに保健省環境衛生総局（DIGESA）に申請して衛生証明書を取得する必要がある。 ・ 輸送およびペルー側での税関手続きに時間を要するため、賞味期限が日本酒で１年、加工食品で6カ月程度しかない場合、店頭に並ぶ期間が短くなる問題がある。		
商流・物流・商習慣	・ 輸出入の拠点は、全人口の1/3を擁するリマ首都圏に隣接するホルヘ・チャベス空港およびカヤオ港。 ・ 小売業には大型スーパーマーケットのほか、各コミュニティにある伝統市場や市内に点在する「ボデガ」と呼ばれる個人経営の小規模店舗があり、一般消費者によく利用される。さらに、コンビニエンスストアが増加傾向にある。		
Eコマースの概要	・ 2024年、ペルーにおけるEコマースは前年比21.2%増、156億米ドルの市場となった。 ・ Eコマースチャネルを通じて販売を行う事業者は、33万5,000社を記録。人口の約55%（1,870万人相当）がEコマースを利用。(出所：Gestión)		
外食・小売等の状況	・ 2024年のレストラン（飲食サービス）部門の国内生産は、営業時間の延長やクレジットカード利用による割引、オンライン予約導入などにより、前年比3.45%増加した。 ・ 2024年の小売部門の売り上げは、スーパーマーケットが4.9%増、デパート5.6%増、家具・家庭用品店が5.0%増と牽引し、499億7300万ソルとなった。 （出所：Reporte Coyuntural Sector Comercio Interno Resultados de las Ventas del Comercio Interno Año 2024：Ministerio de la Producción）		
日本食普及状況等	・ 日本食品は一般的に専門店で輸入・販売される。なお、日本食に使われる輸入食材は米国産や中国産も多い。一方で、日本酒やジャパニーズウイスキーを取り扱う輸入販売企業やレストラン、バーが増加傾向にある。ただし、一般への普及はまだ限定的であるため、引き続き試飲試食イベントを通じた市場形成が必要。 ・ 水産品、野菜、果実の三分野においてペルーは世界有数の輸出大国であるため、対ペルー輸出品ではペルーにない食材に絞る必要がある（例えば、すしネタのうち、サーモンは輸入に頼る必要があるが、他はすべてペルー国産の魚で対応可能）。また、日本料理に使われる野菜も白菜、長ネギ、きゅうり、ナス、ゴーヤ、大根、里芋、ごぼうなど日系人が生産するペルー産が豊富にある。加えてみそ、しょうゆ、豆腐などの調味料や加工食品もペルー産が存在する。 ・ ペルーには日系人が約20万人在住し（出所：外務省「海外日系人数推計」2023 年10 月 1 日現在）、「Nikkei」（ニッケイ）というジャンルの食文化の形成に貢献し、日本食の普及に重要な役割を果たしている。世界のベストレストラン「THE WORLD'S BEST 50 RESTAURANTS」ではペルーの日系人がオーナーシェフを務める「Maido」が2025年に世界第１位を獲得するなど、ニッケイ料理はペルーを代表するジャンルとなっている。また、近年は、特にマキ（バラエティーに富んだ巻きずし）やラーメン、おにぎりなどの日本食が人気であり、全国的に店舗が増加傾向にある。 ・ 現地拠点を有し調味料・加工食品などを現地生産する味の素株式会社は現地人に受け入れられる製品を製造する方針の下、うま味調味料、しょうゆ、即席ラーメンを生産・販売している。特に、うま味調味料は、レストランから一般家庭まで浸透しており、現地の他のメーカーによる類似品も流通している。		

Copyright © 2025　JETRO. All rights reserved. 禁無断転載