国・地域名

サウジアラビア

【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	**3,530 万人**	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 実質ＧＤＰ成長率	**1.31 %**	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 1人あたりのＧＤＰ（名目）	**30,746 ドル**	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 為替レート(1SAR)	**41.26 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	**-305 億円**	財務省「対外・対内直接投資フロー令和5年（2024年）」
	・ 進出日系企業数	**114 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	**661 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	**17,443 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	**150 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）**	**30位　21億円　うち農産物14億円(64%)　林産物0.4億円(1.7%)　水産物7億円(34.3%)** **輸出額の多い品目： 米菓（あられ・せんべい）、 魚等缶詰、 菓子（米菓を除く）、 ソース混合調味料、 練り製品**
味覚、嗜好上の特徴	・ イスラム教が国家・社会の基盤であり、サウジアラビア国内の食品は基本的にすべてハラールであること。豚肉・アルコール等は厳禁。 ・ 人口の約3分の1を南西アジア、東南アジアなどからの外国人労働者が占めており、サウジアラビア人は1,879万人（2022年度国勢調査）。 ・ サウジアラビア人は食に対し保守的な傾向が強い。日本産品を販売する際は、食べ方や調理方法、その商品の特徴が一目でわかるようなパッケージなど工夫が必要。 ・ 日本のアニメや訪日サウジアラビア人などの影響により、日本食への関心・認知度が高まりつつある。「日本食はヘルシー、クール(かっこいい、すばらしい)」などのイメージあり。 ・ ツナ缶やパスタの需要が高く、小売店の缶詰・パスタコーナーに占める面積は最大。カフェブームにより抹茶人気が高いが日本産以外の商品が流通している。健康志向の高まりにより、オーガニックやプロテイン商品などの需要が拡大しつつある。 ・ 主食はパン。羊肉や鶏肉、スパイスなどを炊き込んだサウジアラビアの伝統料理カブサに代表されるようにコメ料理もある。カルローズ米などのジャポニカ米が流通している（ベトナム産、エジプト産など）。 ・ 濃い味付け、甘味、油っこいものを好む傾向にある。日中の厳しい暑さを避けるため、夜型の生活様式をとる傾向もあり、肥満症や糖尿病の人が多い。都市部の若年富裕層を中心に健康志向が向上しており、生活習慣病対策への取組みが見られる。 ・ 家きん肉や羊肉の消費量が多く、2024年の1人当たりの年間消費量は家きん肉が約24.3kg（OECD加盟国の平均は約21.8kg）。牛肉の1人当たりの年間消費量は約4.2kg（OECD加盟国の平均は約13.4kg）。BBQスタイルが主流。 ※OECD加盟国：イギリス、ドイツ、フランス、イタリア、オランダ、ベルギー、ルクセンブルク、フィンランド、スウェーデン、オーストリア、デンマーク、スペイン、ポルトガル、ギリシャ、アイルランド、チェコ、ハンガリー、ポーランド、スロヴァキア、エストニア、スロベニア、ラトビア、日本、アメリカ合衆国、カナダ、メキシコ、オーストラリア、ニュージーランド、スイス、ノルウェー、アイスランド、トルコ、韓国、チリ、イスラエル、リトアニア、コロンビア、コスタリカの38ヵ国（2025年7月現在）。 ・ 2023年1月より日本産和牛の輸入開始。訪日経験のある富裕層を中心に日本産和牛への関心は高いが、高価格帯であることから取扱い店舗・提供レストランは限定される。豪州産Wagyuとの違いについて店舗・シェフ共に理解が浸透していない。継続的な日本産和牛の認知度向上・普及・販売戦略が求められる。 ・ 1人当たりのGDPは高く、中間所得層も購買力はある。高級店、高級品の需要は一定程度あるが価格にはシビア。
制度的制約	<動物検疫> ・ 牛肉は2020年6月に日本産牛肉の輸出条件および輸出検疫証明書様式に合意。実際にサウジアラビアに牛肉を輸出するためには、日本のハラールと畜証明書発行機関がサウジアラビア政府に登録され、当該機関から畜肉のハラール認証を受けると畜施設が、都道府県などから認定を受ける必要がある。豚肉は宗教上の理由から輸入禁止。 ・ 羊、山羊、牛、子牛、家きんの肉類は、冷蔵、冷凍、缶詰の種類を問わず、その製品および調製品も含め、すべてサウジアラビア食品医薬品庁（SFDA）の基準に適合する必要がある。サウジアラビアで施行されている動物検疫法に規定される伝染病が蔓延している国からの製品および機器はすべて輸入禁止。SFDAの承認を受けていない施設やと畜場からの商品輸入禁止。 ・ 肉および家きんの輸入貨物にはハラール証明書を添付する必要がある。と畜がイスラム法の規定に従って認可されたと畜場で行われたことを証明するものであること。と畜日、動物の種類、平均年齢を明記するなどの証明をすること。と畜前の12時間以内、と畜後の12時間以内に認可を受けた獣医師が確認したことの証明など各種手続きが必要。詳細はSFDAのウェブサイトで公開。 「Rules and regulations to importing meat（食肉の輸入に関する規則と規制）」 https://www.sfda.gov.sa/sites/default/files/2021-08/RulesRegulationsImportingMeatE.pdf (英語/468KB) ・ サウジアラビア向けの水産品で輸出が認められるのは、SFDAに登録された認定水産加工施設に由来するもののみ。日本の認定機関を通じての施設登録が必要であることに注意。登録済加工施設はSFDAのウェブサイトで公開されている。 「List of exported food establishments to the Kingdom of Saudi Arabia（サウジアラビア王国への輸出食品施設のリスト）」https://www.sfda.gov.sa/en/list_countries_products <植物検疫> ・ ほとんどの品目で輸入許可証を取得し、植物検疫証明書を添付すれば輸出可能。 <ハラール> ・ 原則として湾岸協力会議標準化機構（GSO）のハラール基準に準拠。非ハラール食品の流通が認められておらず、豚肉、アルコール類は輸入禁止。 ・ ハラール認証の取得有無に関わらず、食品はすべて輸入段階でSFDAに審査・検査され、ハラール性が確認される。食肉および肉関連製品のみハラール認証が求められる。 ・ サウジアラビア国内で流通している食材は基本的にすべてハラール食品であること。 <原発関連規制> ・ 原発事故発生以降、すべての日本産食品・飼料について、放射性物質検査証明書または放射性物質検査結果報告書の提出が求められていたが、2017年11月に当該規制は撤廃されている。 <その他> ・ サウジアラビアに輸入する食品は、輸入者がSFDAに輸入申請登録を行いSFDAからの問い合わせには輸入者が対応しなければならない。
商流・物流・商習慣	・ 日本産食材を扱う地場輸入業者が存在するが、取扱い業者は限定される。 ・ 日本食材専門の小売店はないが、中国・韓国食材店で日本産食材の取り扱いがある。入手経路のほとんどは大手輸入卸。 ・ ラマダーン月（日没まで断食を行う期間）には、伝統食の需要が増え、外食需要が増加する。
Eコマースの概要	・ 新型コロナウィルス感染症の沈静後、Eコマース市場は拡大。総合Eコマースプラットフォームとしては、AmazonとNoonが最大。食品デリバリーアプリは複数社あり、輸入卸が自社ECサイトにて日本食材を販売している。 ・ レストランやカフェのデリバリーも、複数のアプリを通じて注文・配達可能となっている。
外食・小売等の状況	・ 外食好きな国民性もあり、外食産業は非常に盛ん。欧米諸国における著名なレストランやカフェは、リヤド、ジッダなどの大都市には大方進出済み。ただし、流行り廃りが激しく、競争も厳しい。 ・ 主要都市では、ハイパーマーケット（Carrefour、Danubeなど）が展開されている。日系のデパートや百貨店は存在しない。 ・ 主要都市では、中華レストラン、韓国レストラン（BBQ)の人気が高まっている。
日本食普及状況等	・ 「すし」の認知度は高くレストランも多いが、カリフォルニアロールのような米国流「巻（マキ）」など創作系が主流。生ものを食す習慣がないため正統的な和食の浸透は難しく、創作料理が主流。 ・ 大都市の日本食レストランは輸入食材を使用せざるを得ないため、料理単価は高い。日本食は高級料理と認識されている。 ・ 日本食レストランではラーメンやカレーを販売しているが料理単価は高い。また、サウジアラビアは気温が高く夏季には酷暑となることもあるため、スープの温度はぬるめ。また、ハラール対応とするため鶏白湯系が多い。 ・ 鮮魚で比較的受容されているのはサーモン。コールドチェーンの問題もあり、チルド輸入はほぼノルウェー産サーモンのみ。そのほかマグロなどの水産品は冷凍で欧州から入手されることが多い。日本食好きであっても生食を好まない層が多い。高級日本食レストランでは、マグロ、ホタテ、ハマチ、とびっこ子などを取扱っているところもある。特にエビ、カニカマはサウジアラビア人に大人気。 ・ リヤドの大衆小売店では日本食材は（日本産、外国産を含め）ほとんど見られない。ハイパーマーケットでは、海苔やすし米などがセット商品として販売されている。そのほか、しょうゆ（日系企業製の外国産など）、豆腐、乾麺を販売。緑茶は外国産。和食材は中国・韓国食材店で購入可能だが、品揃えは限定的で価格帯は高め。サウジアラビア人や出稼ぎ労働者などの個人消費者による日本食材の購入は非常にまれ。 ・ ハイパーマーケット(Danube、Luluなど）では、アジアコーナーを設け、すしを販売している店舗がある。すしはサーモン中心ににぎりや巻きの創作系が主流で、販売価格も高めであるため、購入層は限定される。 ・ 日本産品への期待は高いが、製法・パッケージ・ブランド力・味等で外国産品と明確に差別化できる商品が求められる。また、中間所得層が多いため適切な価格帯の設定も重要。 ・ サウジアラビア人にとって日本食は外食、あるいはテイクアウトするものであり、自宅で日本食を調理することはほとんどない。 ・ 「健康」への意識の高まりや日本のアニメ、訪日サウジアラビア人などを通じて、日本食のイメージは年々向上している。

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