国・地域名

ラオス

【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	**769 万人**	2024年推定値（IMF WEO2025年4月）
	・ 実質ＧＤＰ成長率	**4.3 %**	2024年（IMF WEO2025年4月）
	・ 1人あたりのＧＤＰ（実質）	**2,066 ドル**	2024年推定値（IMF WEO2025年4月）
	・ 為替レート(１米ドル)	**21,619 ラオスキープ**	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_2025年4月.pdf
	・ 日本の直接投資額	**5 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	**171 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	**618 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	**7,429 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	**50 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農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省）**	**48位　8億円　うち農産物6億円(73.1%)　林産物0億円(0%)　水産物2億円(26.9%)** **輸出額の多い品目：魚等缶詰、 アルコール飲料、 清涼飲料水、 牛肉、 酵母**		
味覚、嗜好上の特徴	・ 酸味や辛味が好まれる。魚醤、砂糖、唐辛子、ライムを足して自分好みに味付けすることが一般的である。タイ料理よりも辛味は少ない傾向にある。 ・ 全体としてタイ料理の影響が強いが、フランスの影響を受けたパン・コーヒーやベトナム麺などの料理も浸透している。最近は日本食（すし、刺身）、中華料理（火鍋、串焼）が人気。 ・ 主要民族のラオ族はカオ・ニャオと呼ばれるもち米を主食とし肉、魚、野菜、スープ、チェアオ（焼き野菜に唐辛子やコリアンダー、魚醤などを加えたディップス）などをおかずに手で食べるのが一般的である。 ・ 魚*、肉、豆、タケノコなどの身近な食材を使った伝統的で多様な発酵食品が現地の人々の食生活に根差している。＊インドシナ半島唯一の内陸国であるラオスにとって、淡水魚は重要な食料資源の一つ ・ 肉や淡水魚の生食は古くから行われているが、都市部では生食を避けるように啓発され忌避される傾向にあった。近年はタイやベトナムなどの周辺国における日本食人気も相まって、すし・刺身が若者を中心に人気となっている。 ・ 食に対する宗教的禁忌はほぼないが、仏教の布薩日などには肉食を避ける人もいる。また出産後には生野菜や生魚、特定の魚、漬物、ハーブ類などの様々な食品を不浄（カラム）として避ける風習がある。 ・ 国産ビールであるビアラオの人気が非常に高いが、近年地場のクラフトビールの他に、Soju（韓国焼酎）や日本酒、ワイン、ウイスキーなど外国産のアルコール飲料の人気も高まっている。	
制度的制約	・ 輸入許可申請は全てラオス側の輸入業者が行う。 ・ 全ての商品は保健省への食品登録と事前の輸入許可取得が必要で、輸出国側でラオス語のラベルを貼付する必要がある。 ・ 農産物や肉・魚介類の輸出には、植物検疫証明書や動物検疫証明書が必要である。 ・ 全ての商品・サービスに10%の付加価値税が課せられる ・ 輸入を減らし国産消費を奨励しており、贅沢品・嗜好品の輸入を抑制する方針、ただし具体的に農水産物・食品輸入に対する品目制限は出していない。 ・ そのほか輸出入の詳細については、ジェトロ輸出入手続きを参照のこと。https://www.jetro.go.jp/world/asia/la/trade_05.html	
商流・物流・商習慣	・ 多くはディストリビュータ経由で各小売・外食に卸されているが、スーパーマーケットが自社で輸入会社を持っているケースもある。 ・ 小規模小売店やレストランはタイやベトナムの卸・小売業者に直接発注し、国境貿易で輸入するケースもみられる。 ・ ラオス側の輸入業者は、輸入に当たって輸入業務許可証が必要。 ・ 日用品・食料品などは周辺国で調達した並行輸入品も多く、市場に散見される。		
Eコマースの概要	・ 国内のプラットフォーム業者は零細で在庫を持たないことからタイのShoppee,Lazadaや中国のTaobaoなど近隣国のプラットフォームを利用し、小口輸送業者が国際輸送を安価に担うビジネスモデルが一般的。 ・ FacebookやTikTokなどのライブコマースは若者を中心に人気がある。		
外食・小売等の状況	・ 2020年頃より国内外のレストランや屋台のフランチャイズ店舗が増加傾向にある。 ・ 食品は10年ほど前まではタイ製品が市場を席巻していたが、近年は中国、韓国、日本などからの輸入が増加し、商品の多様化が進んでいる。 ・ 2022年、Starbucksが首都ビエンチャンにラオス1号店をオープンし、2023年にはセブン-イレブンが進出。順調に店舗数を増やしている。		
日本食普及状況等	・ 日本食レストランは首都ビエンチャンを中心に人気が高く、店舗数も増加している。ただし競争が激しく価格、味、雰囲気など総合的に高いパフォーマンスが必要。水産物ではサーモン、ハマチ、サバ、イクラ、ホタテなどが人気。 ・ 菓子類はタイ産が最も一般的であるが、日本、韓国、フランス、中国、ベトナムなどから輸入された様々な商品が販売されている。日本産は高価格帯であるものの、味や品質が良く人気がある。 ・ 「日本産食材・商品取扱店および日本食レストランガイド（2025年2月ジェトロ調査）」には、ラオスにおける約60店舗がリストアップされている。　https://www.jetro.go.jp/world/reports/2025/02/46377d6b69e7b6b6.html		

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