

中南米ワイド調査
「日本食品輸出のヒント集」
(コロンビア)

2024年3月

日本貿易振興機構 (ジェトロ)
ボゴタ事務所
農林水産食品部 市場開拓課

【免責条項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

はじめに

ALPS 処理水の海洋放出を受け、一部の国・地域で日本産水産物に対する輸入規制が強化された。これを受け、ジェトロでは、2023 年 9 月 4 日に岸田総理大臣が発表した「水産業を守る」政策パッケージの一部として、日本からの水産品等食品の輸出に大きな影響を与えるような急激な事業環境の変化に可及的速やか且つ組織的に対応するため、水産品等食品輸出支援にかかる緊急対策本部（以下、「水産対策本部」という。）を設置し、水産物をはじめとした日本産食品の海外における代替市場の販路開拓への一端を担うこととなった。そのため、中国など特定国による水産物等の輸入停止措置により大きな影響を受けているホタテ等の水産物等の輸出先の多様化を図るため、当該水産物等の日本産品を取り扱う事業者の販路開拓活動に資するための調査の一環として実施することとした。

中南米地域には、日本食レストランやシーフードレストランがあり、日本産の水産物をはじめとする食品にとって潜在市場と見込まれる。本報告書には、日本産水産物を含む食品の新たな需給構造構築に向けた新たな輸出先開拓の支援の一環として、中南米地域の対象国における水産物をはじめとした食品の市場概況、制度的制約（輸入規制、販売規制）、食品販売店・レストラン情報、バイヤー情報、先行事例等について調べ、視覚的に分かりやすい資料として取りまとめた。

本調査は、中南米地域での新規市場開拓を目指す中堅中小企業の関係者、生産者等の輸出拡大、また今後官公庁や団体等が支援事業の検討を行う際の一助となれば幸いである。

日本貿易振興機構（ジェトロ）
ボゴタ事務所
農林水産食品部 市場開拓課

目次

第1部	1
1.1 現地スーパーの水産物・食品売り場の様子	1
1.2 レストランの様子	18
1.3 その他、現地の食トレンド	25
第2部	26
2.1 概況	26
2.1.1 基礎的経済指標	26
2.1.2 市場規模	27
2.1.3 日本食消費動向（トレンド）	27
2.1.4 ALPS 処理水放出に対する反応	28
2.2 制度的制約	28
2.2.1 水産物	28
2.2.2 その他食品	29
2.3 食品販売店・レストラン情報	29
2.3.1 食品販売店	29
2.3.2 レストラン	30
2.4 バイヤー情報	30
2.4.1 代表的なバイヤー企業	30
2.4.2 各社の取引概要	31
2.5 先行事例	32
2.6 まとめ	33
2.6.1 日本産食品の輸入の可能性	33
2.6.2 課題と留意点など	33

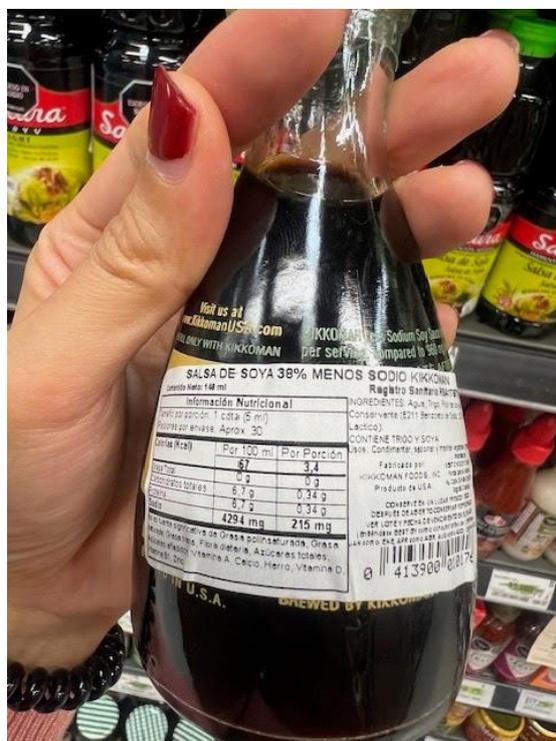
※本調査レポートの写真はすべてジェトロ撮影

第1部

1.1 現地スーパーの水産物・食品売り場の様子

店舗名：Carulla

「Carulla」は、高所得層の住宅街に店舗が多いコロンビアのスーパーマーケットチェーン。1905年に設立され、現在は国内最大のスーパーマーケット会社の1つ。会社名はAlmacenes Exito SA。



減塩醤油 (米国産) USD5.21



テリヤキソース (米国産)



減塩醤油 (米国産)



減塩醤油 (小)



(ブラジル産)



減塩醤油 (大)



(ブラジルブランド)



ガリ (コロンビアブランド)



寿司キット (米、海苔、醤油などのセット) (コロンビアブランド)



焼きのり (コロンビアブランド)



寿司用米 (米国産)



カップラーメン (米国産) USD1.55



カップラーメン (米国産) USD1.78

店舗名：[Hipermar fish](#)

シーフードとオリエンタル食品を扱い、魚の種類が豊富なことで人気の大型スーパーマーケット。



カレールー



ふりかけ、減塩醤油



チューブワサビ



粉ワサビ



ワサビ



日本酒 ライチ風味、ピーチ風味



塩ラーメン、醤油ラーメン、つけ麺



納豆



冷凍うどん



冷凍餃子



生どらやき



なると



和包丁



巻きす

店舗名：[Y&Y Asian Market](#)

ヒアリング相手：ミゲル・ペレス氏（マネージャー）

「Y&Y Asian Market」はエルドラド国際空港から16km、ボゴタの北側に位置する。店構えは金で装飾されており、高級感があふれている。店名にも中国語が使用されており、中国の食材が多い。

焼肉のたれ、日本酒は日本産の食材を取り扱っている。マヨネーズ、カレー、わさび、焼きそば、味噌も日本産とのことだが、中国産の表記があるものも見られる。

顧客としてはアジア系よりもコロンビア人の方が多い。アジア料理好きな顧客が来店する。顧客の需要次第では日本産製品の輸入を増やすことを検討するとのこと。メデジンとバランキージャに事業を拡大する予定。



焼肉のたれ甘口（日本産）約 USD7.50



日本酒 純米大吟醸 (日本産) 約 USD30.12



日本酒 純米吟醸 花黄桜 (日本産)



マヨネーズ (中国産)



味噌 (中国産) 約 USD9.76



カレールー（中国産） 約 USD6.48



チューブワサビ (中国産) 約 USD2.95

1.2 レストランの様子

店舗、レストラン名：[Petronio Cocina de Autor](#)

ヒアリング相手：ホセ・ロドリゲス氏（料理人兼オーナー）

コロンビアの歴史、文化、音楽、芸術からインスピレーションを受けた、美食と文化を体験できるレストラン。伝統的な白身魚とココナッツとパタコン（揚げバナナ）を添えたご飯など、料理の域を超えた太平洋料理の概念を顧客に広めることを目的としている。

1年の来店客数は17,000人であり、1日あたり平均47人が訪れるという。繁忙期は3月、5月、9月、12月。顧客はコロンビア人がほとんど。コロンビア料理のレストランであり、地元産の材料のみを使うコンセプトを持つ。



ガーリックシュリンプを使った前菜



寿司風の料理（「寿司と叫ばないで」がメニューの名称）



チョコアン地方風パエリア ロブスター、海老、イカ、ムール貝を使用

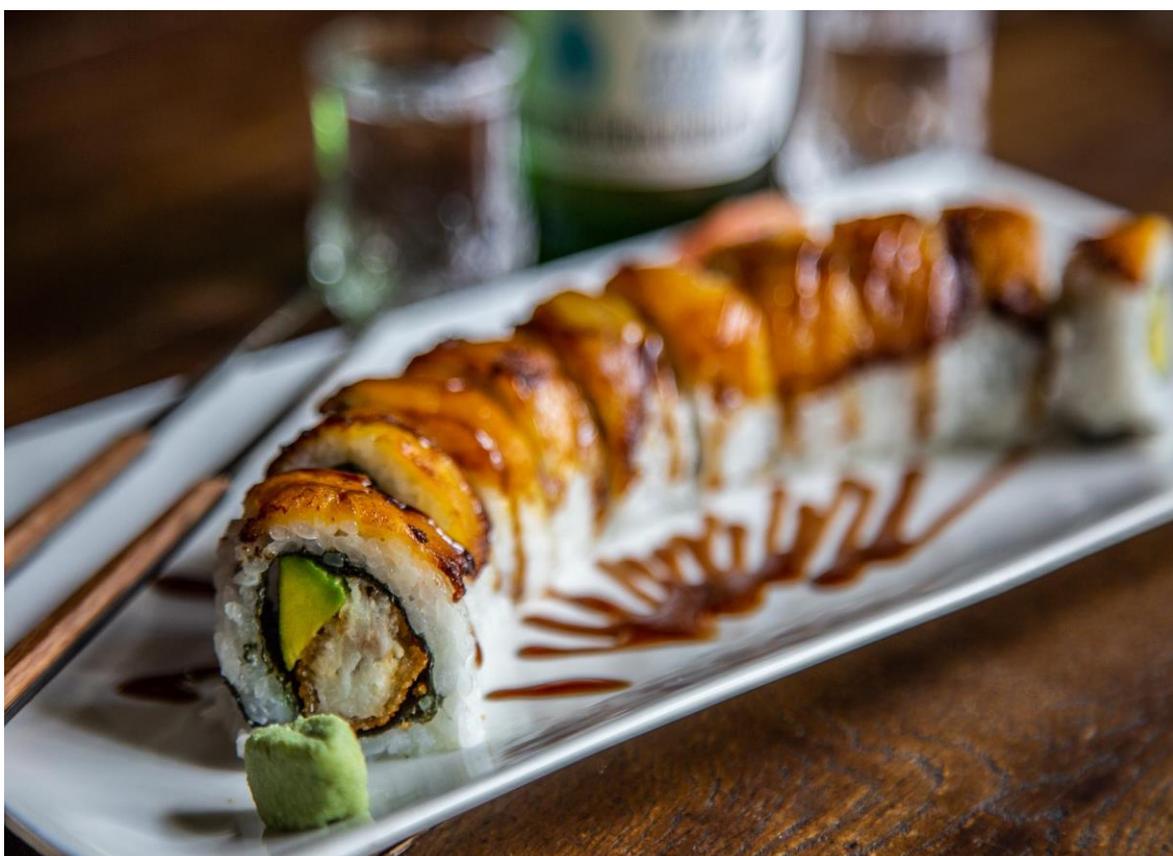
店舗、レストラン名：[Oriental Gastropub](#)

ヒアリング相手：Nana Yamamoto 氏（オーナー）

オリエントをコンセプトとしたクラフトビール専門のガストロパブ。メニューは、ビールを飲みながら食べるのに適した物を選んでいる。

1週間の平均来店客数は120人で、繁忙期は9月以降～クリスマス前まで。平均客単価は約12.70ドル（COP50,000）。日本食レストランで少量の食事をとり、その後バーに行つてつまみながら飲むというのがコロンビアではよくあるスタイル。各国料理のレストランが並び、おしゃれなレストランが多いエリアに立地している。観光客も集まりやすいエリアであり価格は比較的高めに設定されるが、地元顧客にも手が届く範囲とすることに気を使っている。

メニューを決める際は、主に同氏が料理したものをスタッフに試食してもらい、コロンビア人がどう感じるかを確認している。仕入れ先は価格、信頼、安定供給、コミュニケーション、接客など多角的な観点から決めている。カレーフレークは日本産のものを使用。料理用の食材ではないが、日本の菓子は非常に人気があるため、つまみとしての提供や販売を検討している。日本食はコロンビアでも人気があり、醤油などの調味料だけでなくより消費者に親しみやすいラーメンやレトルト食品の輸入販売も検討している。



魚のフライとアボカドを入れ完熟バナナをトッピングした寿司



揚げ餃子



和風カレー



イカなどの具材を入れたシーフードラーメン



ワンタン麺に食材を包んで揚げたおつまみ



キムチチャーシュー

1.3 その他、現地の食トレンド

店舗名：[Sarku Japan](#)

コロンビアの日本食ブームは既にブームを乗り越え、食事の選択肢の1つとして確立している。「Sarku Japan」は、コロンビアにある日本食のファミレスのような位置付け。多くのショッピングモールに出店し、土日は行列ができるほど。

「寿司ブリトー」は寿司から派生したメニューとして同店のみならず多くの店が扱っている。揚げ物が多くボリュームのある食事を好むコロンビア人に合っており、ボゴタのみならずメデジンなどの地方都市でも見られるようになった。



「Sark Japan」のメニュー



コロンビア人の好みに合った「寿司ブリトー」

第2部

2.1 概況

2.1.1 基礎的経済指標

コロンビアの名目 GDP は 3,638 億ドル（2023 年 IMF 推定）と南米においてブラジル、アルゼンチンに次ぐ 3 番目の規模となるが、人口は 5,000 万人超でブラジルに次ぐ二番目である。一人当たり GDP は為替レートにより 6,000 ドル～7,000 ドル程度であり、南米ではエクアドル、ペルーとほぼ同程度と位置付けられる。

2023 年は前半までの物価高騰や高金利政策による消費の停滞や投資の落ち込みから、実質 GDP 成長率は 0.6% とパンデミック期を除けば近年稀にみる低成長となったが、2024 年は回復が見込まれている。

表 1. コロンビアの基本的データ（2023 年）

国名	コロンビア共和国
面積	114 万 1,748 平方キロメートル (日本の約 3 倍)
人口	5,221 万 5,503 人
首都	ボゴタ
言語	スペイン語
宗教	キリスト教（主にカトリック）
進出日系企業数（2022 年）	85 社
在留邦人数（2022 年）	1,323 人
GDP（名目）	3,638 億ドル
一人当たり GDP	6,976 ドル
実質 GDP 成長率	0.6%
消費者物価指数	9.28%
失業率	10.2%
輸出額	495 億 4,289 万ドル
輸入額	627 億 9,664 万ドル
為替レート（対 US ドル）	4,326 ペソ
対日輸出	6 億 7,686 万ドル
対日輸入	13 億 6,079 万ドル

(出所) 国家統計庁 (DANE)、中央銀行、IMF、外務省

(注) 進出日系企業数および在留邦人数は 2022 年

2.1.2 市場規模

国家統計庁 (DANE) によると 2023 年のコロンビアの名目 GDP は 1,572 兆ペソ (約 3,600 億ドル) であったが、同項目中、民間最終消費支出は 1,219 兆ペソ (約 2,800 億ドル) で、このうち食料・非アルコール飲料は 16% を占め最大となっている。また外食 (ホテル含む) については 10% と教育や娯楽を大きく上回る。またコロンビア産業連盟 (ANDI) の調査によると、2023 年のコロンビアにおける家計消費のうち食料に対する支出額は合計で 238 兆 8,000 億ペソであり、家計収入のうち食料支出が占める割合は平均で 38.3% となっている。

2023 年のコロンビアの輸入総額は 627 億 9,664 万ドルだったが、このうち農畜産品・食料・飲料の輸入は 95 億 7,623 万ドルで、品目別に見ると穀類・同製品が 29 億 3,270 万ドル、飼料が 15 億 140 万ドル、野菜・果実が 7 億 9,000 万ドル、加工食品が 5 億 2,240 万ドル、肉・同製品が 5 億 230 万ドルなどとなった。

表 2: コロンビアの農畜産品・食料品・飲料輸入 (単位: 1,000 ドル、%)

	2022 年	2023 年	増減
農畜産品・食料品・飲料	11,307,194	9,577,629	-15.3
穀類・同調整品	3,559,658	2,932,745	-17.6
飼料	1,545,896	1,501,441	-2.9
野菜・果実	815,332	790,043	-3.1
植物性油脂	771,277	513,805	-33.4
魚介類	534,843	460,621	-13.9
加工食品	565,860	522,414	-7.7
砂糖類	261,617	260,963	-0.2
油糧種子・果実	367,257	328,451	-10.6
肉類・同調整品	518,986	502,349	-3.2
コーヒー・茶・ココア・香辛料、同調整品	642,893	397,614	-38.2
その他の農畜産品・食料品・飲料	1,723,574	1,367,185	-20.7

出所: 国家統計庁 (DANE)

2.1.3 日本食消費動向 (トレンド)

コロンビアの消費者は健康の重要性や食物の栄養素に対する意識を高めているほか、適度にエクササイズを行う健康的な生活スタイルがトレンドとなっている。寿司や刺身といった生魚を扱うことの多い日本食が健康的な生活のイメージと結びついており、日本食の人気店は週末ともなればコロンビア人で常に満席となる。

最も一般的な日本食メニューは **SUSHI**、**MAKI** であり、非常に多くの外食企業が取扱っている。チーズやアボカドを使いコロンビア風アレンジされ、フュージョン化されたこれらのメニューは健康的でおしゃれなイメージが持たれている。レストランなどで供されるほか、コロンビアでは一般的な **RAPPI** などのデリバリーサービスでも定番のメニューとなっている。

近年はラーメンが大きなブームとなっている。ラーメン専門店が次々に開業し、昼食時には店外まで客が行列を作っている光景も見られる。ラーメン店のなかには **YouTube** を見て料理法を研究し、そのまま開業したというケースまで見られる。

2.1.4 ALPS 処理水放出に対する反応

メディアにおける **ALPS** 処理水の海洋放出に対するコロンビア人の反応やコメントは少ない。コロンビアも太平洋に面しているものの日本は遠隔地であり、直接的な影響は意識されていない。2011 年の原発事故発生時と同様であり、コロンビア医薬食品監督庁 (**Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos/INVIMA**) が実施した各種測定結果をもとに、特に牛乳、果物、野菜、水などの食品に含まれる放射能に関し、コロンビアで消費される食品に汚染リスクはないことが政府機関より宣言されている。

ALPS 処理水の海洋放出に関する報道では当時、外国メディアの報道がそのまま転載されることが多かったが、コロンビアにおける反応を報道した例は見られない。

2.2 制度的制約

2.2.1 水産物

2004 年の決議 3336 号、2006 年の決議 1418 号に基づき、動物衛生証明書が不要（非指定検疫物、内臓を取り除いていない魚など指定検疫物については必要）な品目が下記のとおり指定されている。なお動物衛生証明書が不要であっても、コロンビア側輸入業者が事前に国家漁業養殖局 (**AUNAP**) に商品化許可の申請が必要。

【品目】魚油/サメの肉、ヒレ、軟骨/魚介類のスープ/キャビアあるいはキャビア代用品/亀の甲羅/珊瑚/魚介類の缶詰/鯨油/魚介類のエキス/魚のフィレ/魚粉/魚の卵/魚介類のペプトン/甲殻類の殻や貝殻（煮沸したもの）/化学的に処理した、酢漬けにした、燻製・塩漬けにした魚介類/加熱調理あるいは乾燥した魚介類/内臓を取り除いた冷蔵あるいは冷凍の魚/内臓を取り除いた乾燥魚/煮沸処理したエビ、かになど/貝殻を除いた貝類・軟体動物（冷蔵・冷凍）/貝殻を半分除いた貝類・軟体動物（冷蔵・冷凍）/貝殻つきの貝・軟体動物（冷凍したもの）/内臓を抜き殻から取り出したアワビ（冷蔵・冷凍）

なお日本からコロンビア向けの水産食品に関する検疫関連条件は確立されておらず、施設認定など衛生上の取り決めが行われていない。

2.2.2 その他食品

一般的に輸入を行うには商工会議所への登録や統一税務登録（**Registro Único Tributario-RUT**）が必要。加工食品、飲料、アルコール飲料など食品の輸入に際しては **INVIMA** が定める書式の提出が必要となる。動植物関連製品である場合、コロンビア農牧院（**ICA**）に対する輸入のための動植物衛生証明書（指定検疫物の場合）の申請を行う。指定検疫物となっている品目についてはコロンビアに到着後、内国貨物化に先立ち **ICA** による現物検査および検疫証明書が必要となる。この他、コロンビア国内での販売にあたって輸入販売業者が食品衛生登録を行う必要がある。

なお食品包装の規制についてはコロンビア保健省が定めている。2021年決議 810号では栄養成分表示方法などを定めており、ナトリウム、糖分、カロリー、飽和脂肪酸の含有量が多い製品には、これらの含有量を消費者に分かりやすく知らせる必要がある。

しょうゆを含む 59 食品に対し塩分含有量を規制していることに留意が必要となる。このうち、しょうゆについては①天然発酵しょうゆと②アミノ酸添加しょうゆの 2 種類に分かれており、通常日本料理で使用される①については 2024 年 11 月 9 日以降のナトリウム含有量上限を 3.850 ミリグラム（100 グラム当たり）としている。このことから減塩タイプのみ流通可能となる。ただし加工食品などの原料として使用される場合やレストランなど外食産業向けに使用される場合には規制対象外となる。

2.3 食品販売店・レストラン情報

2.3.1 食品販売店

内陸の高地にあるボゴタ市では水産物がさほど一般的ではなく、バリエーションや新鮮さに対するこだわりは高くない。一般的な魚類はマス（trucha）、サーモン（Salmon）、ティラピア（Tilapia）、スズキ（Robalo）、タイ（Pargo）、ナマズ（Bagre）、サワラ（Sierra）で、ほとんどが冷凍で販売されている。スーパーマーケットで購入されることがほとんどだが、「[Hipermar](#)」、「[Pacific](#)」といった専門店もあり、シーフードレストランを併設するものも多い。

日本食向けの食材を販売する小売店としてはボゴタ市および近郊に計 7 店舗を展開する「[Hipermar](#)」があり、味噌、しょうゆ、ごま油、納豆、乾麺、冷凍うどん、冷凍餃子、日本酒など品揃えは最も豊富である。また「[Y&Y Asian Market](#)」「[Mercatus](#)」など中国系の小売店でも一部販売されていることがある。ただしいずれも日本産商品の取り扱いが少なく、日本食材であっても中国や韓国製のものが多い。

2.3.2 レストラン

ボゴタ市内にはレストラン街が多数存在するが、最新の流行を発信するような店舗が集中するのは市内北東部のウサケン地区、93 公園周辺、Andino ショッピングモール周辺、通称「ZONA G」(Calle 67 から 72、Cr. 7 東側のエリア)、キンタカマチョ地区など。これらの地域に水産物を専門とするシーフードレストランが多く存在する。

なお日本料理専門のレストランとしては「[Sushigozen](#)」、「[Seiki Sushi](#)」、「[Motomachi](#)」、「[和敬](#)」、「[Toshiro](#)」、「[Wok Izakaya](#)」などがあるほか、「[Osaka](#)」、「[Watakushi](#)」、「[Osaki](#)」のような、メニューや内装に和風を採り入れたスタイリッシュなレストランも非常に人気となっている。

[本「中南米ワイド調査」で作成した Google Map ページで、本レポートで取り上げた食品販売店やレストラン以外のものも含む所在地を確認可能。](#)

2.4 バイヤー情報

2.4.1 代表的なバイヤー企業

過去 10 年超の輸入統計より一定規模の日本産食品の輸入実績があるコロンビア企業を抜き出すと 23 社が存在した。そのうち継続的な輸入を行っており輸入実績が際立っているのは以下の 6 社である。

① ATLANTIC FS S.A.S.

本社所在地：メデジン（アンティオキア県）
代表電話番号：(604) 3222182
企業ホームページ URL：https://www.atlantic.la/
連絡先メール：infoweb@atlantic.la

② BEST CHOICE Y CIA S.A.S.

本社所在地：ボゴタ（首都区）
代表電話番号：(601) 4284631 / (601) 4283004 / (601) 3001139
企業ホームページ URL：https://www.bestchoice.com.co/
連絡先メール：importaciones@bestchoiceldta.com

③ PRICESMART COLOMBIA S.A.S.

本社所在地：ボゴタ（首都区）
代表電話番号：(601) 7424114
企業ホームページ URL：https://www.pricesmart.com/site/co/es
連絡先メール：servicioalsociocolombia@pricesmart.com

④ PACIFIC SEA FOOD S.A.S.

本社所在地：コタ（クンディナマルカ県）

代表電話番号：(601) 4378820 / (57) 3185171746 / (57) 3227004111

企業ホームページ URL：https://pacific.com.co/

連絡先メール：servicioalcliente@pacific.com.co

⑤ COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL ANTILLANA S.A.

本社所在地：カルタヘナ（ポリバル県）

代表電話番号：(605) 6932427 / (605) 6685919

企業ホームページ URL：－

連絡先メール：informacion@antillana.com.co

⑥ HICO FISH S.A.S.

本社所在地：ボゴタ（首都区）

代表電話番号：(601) 2173109

企業ホームページ URL：https://hipermarfish.com/hipermar-fish/

連絡先メール：hico.fish1@gmail.com / servicioalcliente@hipermarfish.com

2.4.2 各社の取引概要

<ATLANTIC FS S.A.S.>

主に専門店など向け食肉（鶏肉を含む）、食肉製品、魚介類の販売を行っている。国内第二の都市メデジンに本社を置き、取引範囲は全国に及ぶ。外食産業向けに強みを持つほか自社 EC サイトも運営している。2013 年から 2023 年の日本からの輸入実績は水産品を中心に 600 万ドルに及び、金額では圧倒的に最大の輸入業者となっている。日本からはカニが金額で半分以上を占めるが、各種の水産加工品、スープ用調製品、調味料などそれぞれ少量ながら多種の輸入実績がある。

<BEST CHOICE Y CIA S.A.S.>

国内唯一といえるアジア食材専門の輸入業者で、中国、タイ、韓国、日本、インドなどアジア全域の商品を取りそろえる。Exitto、Carulla など国内の主要なスーパーマーケットチェーンのほとんどが顧客となっており、これらのアジア食材コーナーで販売されることの多い「Best Choice」ブランドの海苔、食用油、調味料などは国内で広く浸透している。自社 EC サイトや直営ショップ、レストランも運営し、アジア料理の普及にも熱心に取り組んでいる。日本食材は日本のほか米国からも輸入している。水産品の輸入は少なく、2013 年から 2023 年の日本食材の輸入実績は 80 万ドルだが、日本産のマヨネーズなど調味料、麺類、味噌、出汁などを継続的に輸入している。

<PRICESMART COLOMBIA S.A.S.>

中米・カリブ地域およびコロンビアに会員制の大規模スーパーを運営する米国 PRICESMART, INC.が運営するグループ企業のひとつであり、コロンビア国内に 10 店舗を展開している。同系列にある米国 COSTCO の商品も多数取り扱う。2013 年から 2023 年の日本からの輸入実績は 60 万ドルだが、全量が緑茶となっている。

<PACIFIC SEA FOOD S.A.S.>

水産品全般、加工食品、調味料などを扱うディストリビューター。自社 EC サイトとボゴタ市に 1 店舗の小売店兼レストランを持つ。対象地域はボゴタ市および郊外（クンディナマルカ県）が中心となっている。同社が販売するアジア食材ではカニカマ、海苔、ウナギかば焼き、エダマメ、パン粉などがある。2013 年から 2023 年の日本からの輸入実績は 50 万ドル程度で、輸入の大半はカニだが、少量ながら日本産の日本酒を輸入していた時期も見られている。

<COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL ANTILLANA S.A.>

カリブ海沿いの都市カルタヘナに本社を持つ水産品全般を取り扱うディストリビューターで、対象地域は同市のあるポリバル県が中心となっている。2013 年から 2023 年の日本からの輸入実績は 20 万ドル程度で、魚、甲殻類が輸入されていたが 2021 年以降の実績は確認できない。

<HICO FISH S.A.S.>

水産品のほか、特にアジア諸国からの加工食品、菓子、調味料、酒などを幅広く取り扱うディストリビューターで、日本食材は米国からの輸入がほとんど。ボゴタ市および近郊に自社の小売店舗「HIPERMAR FISH」を計 7 店舗もち、それぞれにレストラン「COCTEL DEL MAR」を併設している。2013 年から 2023 年の日本からの輸入実績は 7 万ドル程度で全量菓子類だが、ボゴタ在住の日本人が日本食材を調達する際に最も頻繁に利用するのが同店である。

2.5 先行事例

これまでみてきたとおりコロンビアでは寿司、巻物を中心とした日本食は非常にポピュラーな料理となつてはいるものの、日本産食材へのこだわりは強いとはいえ、他の南米諸国と比較して浸透は十分とはいえない。

しかしそうした市場であるため日本企業の商品同士での競合は少なく、意外な日本メーカーの商品がコロンビアで代表的な日本の商品として流通する例もある。例えばコロンビアではキューピーおよび BEST CHOICE の 2 ブランドの日本製マヨネーズがスーパーマーケットなどで販売されているが、後者についてはインポーターである

BESTCHOICE のプライベート・ブランド品で、製造しているのは静岡県の調味料メーカーである。日本で行われた商談会で同社と BEST CHOICE が知り合ったことがきっかけとなった。また現在、コロンビアに店舗進出している日本の外食チェーンはないが、アジア諸国や米国への進出を盛んに行う熊本県の重光産業が、ボゴタ市で同社としては南米初となる店舗「味千ラーメン」を 2024 年 4 月開業に向け準備中である。このようにコロンビアでパイオニア的な存在になっている日本企業の例は、食品関連以外の産業でも多く見られている。

コロンビアで食品を輸入する際、INVIMA に対する衛生登録手続きの煩雑さがネックになることがある。特に近年の日本食ブームによりこれまでの米国産に加え、日本産の日本酒を求める声が高まっている。このことからさまざまなインポーターが輸入に取り組んでいたが、現状ではコロンビアの酒類インポーターである WINE&CO が輸入する黄桜酒造の日本酒（2 種類）のみが輸入に成功している。WINE&CO によると、INVIMA に対する手続きだけで 1 年以上を要した。市場が大きい割には手続きが煩雑であることから敬遠されることも多いが、両社による粘り強い取り組みにより本格的な輸入が実現したもので、黄桜は現在、日本から輸入される唯一の日本酒ブランドとして好調な販売が続いている。

2.6 まとめ

2.6.1 日本産食品の輸入の可能性

日本の食品メーカーにとりコロンビア市場に対する馴染みはまだ薄い。一人当たりの購買力もメキシコやチリに劣り、ブラジルやペルーといった大規模な日系人市場も存在しないことから関心が向きにくいこと、またコロンビア側においてもアジア食材を取り扱うプレイヤーは少なく、品目によっては複雑で時間のかかる手続きが要求されるなど、日本からの輸出にとり不利となる条件も多い。

一方、パンデミック以降のレストラン産業の回復やフードデリバリーの一般化で、外食産業向けの食材供給には有利な状況であること、トウモロコシ、豆といった中南米の伝統食材が中心の保守的な食生活が一般的ななかで **SUSHI**、**MAKI** は完全に定着し、日本食に対する健康的なイメージが既に出来上がっていること、日本産ウィスキーや日本酒を求めるインポーターが急増していること、上述のとおり日本企業同士の競合が少ないことなど、参入にとり有利な状況もある。何より南アフリカ共和国やイランに匹敵する経済規模と 5,000 万人超の人口を抱える市場としては日本食の浸透度は低く、伸びしろが大きいと考えられる。

2.6.2 課題と留意点など

実務面においては上述のとおり衛生登録に関する手続きで時間を要する場合がある

ほか、ラベルや包装もコロンビア向けに指定された方法で行う必要がある。最大の消費地であるボゴタは太平洋側主要港のブエナビスタから遠隔であることから内陸輸送コストが運賃に大きく影響する(40ft コンテナの太平洋側からボゴタまでの輸送コストは約 1,100 ドル/ 2024 年 1 月ジェトロ調べ)。販売面において、目新しい商品については SNS 向けのスペイン語コンテンツが販促として効果的である。そのためコロンビア人コンテンツ・クリエイターやインフルエンサーの活用も有効である。

中南米ワイド調査「日本食品輸出のヒント集」(コロンビア)

2024年3月作成

日本貿易振興機構(ジェトロ)農林水産食品部 市場開拓課
〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32
Tel. 03-3582-5186

禁無断転載