

国・地域名

ニュージーランド

【更新】2021年6月

<p>人口・経済発展状況等</p> <p>〔参考：日本〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ●人口：1億2,563万人 (2020年1月推計値、「人口推移」総務省統計局) ●実質GDP成長率：-4.6% (2020年度、内閣府) ●1人あたりGDP(名目):4万146ドル (2020年4月、IMF) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人口 500 万人 ・ 実質GDP成長率 4.0 % ・ 1人あたりのGDP (名目) 47,500 ドル* ・ 為替レート (1NZD) 71.4 円 ・ 日本の直接投資額 471 百万ドル* ・ 進出日系企業数 約200 社 ・ 在留邦人 2万1,694 人 ・ 訪日外客数 16,070 人 ・ 日本食レストラン数 887 店* 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年3月31日現在、ニュージーランド統計局 (推計) 2021年 (推計)、国際通貨基金 (IMF) 2021年、国際通貨基金 (IMF) *米ドル 三菱UFJリサーチ&コンサルティング為替相場 2020年間平均 (TTS) 2020年、国際収支ベース、ネット、フロー *米ドル 2020年、外務省「海外進出日系企業拠点数調査」 外務省「海外在留邦人数調査統計」令和3年版 2020年、日本政府観光局 (JNTO) レストラン検索サービスZomatoで算出※2021年データ
<p>日本からの農林水産物輸出状況 (2019年/財務省貿易統計よりジェトロ算出)</p>	<p>26位 25億円 うち農産物20億円(81.5%)、林産物0億円(0.8%)、水産物4億円(17.7%)</p> <p>輸出額の多い品目：ソース混合調味料、アルコール飲料(ビール、日本酒等)、醤油、さば(缶詰)、スープブロス</p>	
<p>味覚、嗜好上の特徴</p>	<p>・ 民族系別人口比率 (2018年国勢調査)：欧州系62.2%、マオリ系14.3%、アジア系13.3%、太平洋諸島系7.8%、その他2.4%、合計100%。民族別構成は欧州系比率が近年低減しており、中華系やインド系を中心としたアジア系の人口の伸びなどから食文化も多様化している (中華、インド、韓国、タイ、ベトナムなどの料理も)。バーガー人気も強い。ロックダウン解除の深夜、ハンバーガーのファーストフード店が行列になった。甘いものが嗜好され、炭酸飲料、栄養ドリンクなどもスーパーマーケットの棚で大きなシェアを占める一方、ベジタリアン、オーガニックなどへの健康意識が高まっている。コーヒーと、ワインは日常の食文化で強く根付いている。羊肉、乳製品も豊富。</p>	
<p>制度的制約</p>	<p><総括></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 輸入業者はニュージーランド在住者でありかつ、必ず天然一次産業省 (MPI) での登録が必要。登録時には食品輸入者としてのMPIが規定する適格要件順守が求められる。食品販売に際しては、食品の原材料や成分の確認や、ラベル表示規定も含むオーストラリア・ニュージーランドスタンダードコードへの準拠が必要。MPIのHPでは食品の輸出入ガイダンスが明示されている。(●重要：NZへの輸入※NZへの輸出者は要参照) https://www.mpi.govt.nz/importing/ (NZからの輸出) https://www.mpi.govt.nz/exporting/ ・ 登録輸入業者は安全に問題ある食品と分かった際のリコール手順を定める必要がある。 ・ 加工食品の場合、ニュージーランドで許可されている食品添加物の情報を確認すること。 https://www.mpi.govt.nz/food-safety/food-safety-for-consumers/whats-in-our-food/food-additives-and-preservatives/ <p><動植物検疫、自然環境保全、食品安全に関する規制></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ニュージーランド人の健康および環境資源保護のため植物、動物、食品の輸入にはバイオセキュリティ (植物検疫、動物検疫) による検査、手続きが必要。輸入に際して事前の安全承認が必要な税関輸入許可リストの商品は、NZ税関HPを参照。 https://www.customs.govt.nz/business/import/prohibited-and-restricted-imports/ ●動物検疫 ・ 牛肉はニュージーランド向けに輸出が可能。ただし、二国間での合意に基づいた輸出要件に準拠する必要がある。対米または対EU輸出食肉取扱施設で本要件を満たし、内臓を含まないもの、個体番号で識別された2001年11月1日以降に生まれ、日本で飼育されたことが確認できる牛由来であること、とされている。 ●植物検疫 ・ うんしゅうみかん、りんごは2カ国間合意に基づく検疫条件を満たしたもののみ輸出可能。 ※うんしゅうみかん http://www.maff.go.jp/ppsj/search/pdf/15.pdf ※りんご http://www.maff.go.jp/ppsj/search/pdf/14.pdf ・ 精米、玄米、緑茶は植物検疫証明書なしで輸出が可能。 ●水産物 ・ 2001年2月1日以降にニュージーランドに輸出される日本産の二枚貝は、ニュージーランド向け輸出二枚貝の取扱要領に基づく衛生証明書の添付が必要。ただし、1.ホタテガイの貝柱のみ及びその加工品については、本要領に基づく衛生証明書を添付する必要はない。2.生鮮及び殻付きの二枚貝は、ニュージーランドへの輸入が認められていない。 ・ アンタークティックアイナメおよびマゼランアイナメ (通称メロ) は税関輸入禁止法2009により、持ち込み不可。 ・ ヒスタミンの検出が疑われる魚 (マグロ等) およびその製品は、ヒスタミンが200mg/kg未満である必要。公的証明、NZでのサンプル抽出とテスト、NZ輸入者保証が求められる。 https://www.mpi.govt.nz/dmsdocument/10685-food-notice-importing-food 	
<p>商流・物流・商習慣</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本産の食品・農林水産物に特化して総合的に食材を輸入している日系専門業者は2社あるが、中華系や地場資本の業者も調味料 (カレールーやマヨネーズ含む) や寿司関連等の商材を扱っている。 ・ 商品のテレビ広告は小売店主導で行われることも多い。 ・ ベジタリアンは2019年時点で人口の15%であり、2018年の10%から増加傾向 (コルマールブランドン調査)。動物愛護が元々のベジタリアンの背景にある。また、価格的魅力や個人的な好みもある。ベジタリアン、ビーガン食材の選択肢も増えている。 ・ 日系輸入業者は商品アイテムを増やすべく倉庫スペースを拡張しているが、スペースに限りある場合、小売店同様に新商品導入に伴い取り扱い商品の入れ替えを行っている。 ・ 当地におけるコールドチェーンは概ね整備されているが「他のアジア・大洋州諸国などと比べると海上航路が限られている」ため、とりわけリーファーコンテナで混載便を探すのは現状難しい。 	

国・地域名

ニュージーランド

【更新】2021年6月

<p>ECマーズの概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2020年の売上高は34億1,000万米ドルで、ニュージーランドは世界で40番目に大きなECマーズ市場を有しており、これは2019年に比べて20%の増加。2020年のNZオンラインストアのトップ3は、スーパーマーケットチェーン Countdown (4億6,800万米ドル)、Amazon (1億3,900万米ドル)、Apple (9,400万米ドル) で全体の20%を占める。 ・ 2020年には、人口の61%がネットショッピングを利用。服飾品 (25%) に次いで、食料品・家庭用品 (24%) が第2位。 ・ 利用者の年齢層 (2020年) は、30-44歳 (31%)、45-59歳 (28%)、15-29歳 (23%)、60-74歳 (15%)、75歳以上 (3%)。 ・ 2020年には、人口の約34%を占めるオークランド在住者の利用が、国内ネット販売全体の約40%を占め、利用総額は2019年と比べ38%増加。 ・ 2020年の食料品・雑貨・酒類のネット利用額は、2019年から47%増え、総利用額の23% (13億NZドル)。オンライン購入先 (2020年) は、国内の店舗が91%を占める。新型コロナウイルスによる都市封鎖により、消費者の多くがオンラインで食料品を購入するようになった。 ・ ネット通販は、小売業者にとって一般的な手段になりつつある。大規模な通販サイト (TradeMe、Mighty Ape、The Market) と並んで、数多くの新しい国内ネットショップでも、2019年から2020年にかけてネット利用額が46%増加。 ・ BNPL (後払い決済) の利用が、この3年間で急増。After Pay、Zip、Genoapayなどの決済サービスがあるが、日用品や衣料品の購入にはBNPLが一般的。 ・ 新型コロナウイルス (以下新型コロナ) による都市封鎖に対応して、多くの小売業者は、通販サイトやクリック&コレクトや商品配送オプションを追加し、ECマーズ市場での存在感および消費者からのアクセス数を高めた。これにより、都市封鎖中での営業が可能となった。 ・ 新型コロナの影響で、「地元ビジネスの支援」への強い思いから、より多くの金額を、より頻繁に、より多様な分野で消費するネット通販利用者の数が増加。ネット利用総額の71%は国内店舗であるのに対し、海外店舗からの購入は29%。また、平均購入価格は\$109NZドルで、2019年の\$102NZドルから7%増。 ・ 新型コロナの影響で、ネット通販は強力な支持を得ており、この勢いは、新しい習慣、社会的傾向、商品の入手のしやすさなど、すべてのポジティブな要因によって継続すると予想される。
<p>外食・小売等の状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者から小売業者への要望トップ3は、「配送の迅速化」「環境に配慮したパッケージ」「商品の品揃え」。 ・ スーパーマーケットは、クリック&コレクトなど配送の選択肢を増やしたり、受取場所を増やすなど、販売体制を改善。 ・ 国際的な日本のチェーン店 (味千ラーメン、一風堂) が、2019年にニュージーランドに進出。特にオークランドには、他にも個人経営のラーメン店が多数。 ・ UberEats、Delivereasy、Menulog、Regulr、Flamingo Food、Mobi2Goなど、多くのフードデリバリーサービスが利用可能。 ・ 新型コロナで最も大きな打撃を受けたのは、大都市オークランドと観光地クイーンズタウンの宿泊施設等ホスピタリティ業界。その他の多くの地域は、順調に回復傾向。テイクアウト需要により、2020年7月~9月の売上高は、2019年の同時期と比べて8.4%増加。 ・ 食費のうち、レストランでの外食やテイクアウトが占める割合は、国内平均値が27%で、オークランド在住者については32%。 ・ 2020年6月1日時点で、オークランドには約538軒の日本食レストランがあり、その多くは中心市街地にある。日本食は、ニュージーランドで人気料理トップ5に上がっており、地域ごとでオークランドがトップ。トップ5の内、上位4位までをアジア料理が占めている。 ・ 2020年2月時点で、全国の9,258店舗のカフェ・レストランの内、約3,795店舗 (41%) がオークランドにあった。2021年3月現在の国内のカフェ・レストラン数は、約8,740店舗。 ・ 2021年6月には、現地の日本食レストランでの食事を特別メニューやお得な価格で提供する「日本食フェア」を初開催。 ・ シーフードは多くのニュージーランド人の食生活に欠かせないものとなっている。魚介類の購入場所はスーパーマーケットが最も一般的で、その場合の購入商品は、(缶詰、乾物、冷凍食材より) 生鮮食品が主である。
<p>日本食普及状況等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本食は、寿司、ラーメン、アジアンフードなどのジャンルを中心に普及。寿司はテイクアウトの巻き寿司が中心。週4万人以上の顧客を持つテイクアウト寿司の全国チェーン店もある。巻き寿司の素材はサーモンやマグロ (シーチキン)、チキン、アボカドなど。特にマヨネーズがけの照り焼きチキンやサーモン寿司が定番。大福や緑茶などもテイクアウト寿司店で売られている。本格的な江戸前寿司専門店はないが、日本以上に巻き寿司は日常食として普及している。 ・ 日本食を看板に掲げつつ、アジアンフードとして韓国料理や中華料理などのメニューも扱う非日系日本食屋は多い。 ・ 日本食材は、スーパーマーケットの一部にしょう油、マヨネーズ、カレールー等の調味料や寿司の素材 (海苔、ショウガ)、菓子 (チョコレート、キャンディ) 等の棚がある。地元主要スーパーマーケット (Countdown, New World, PaknSave) のほか、中華系などのアジア系専門スーパーマーケットでも同様。日本食材専門店もあり、米、各種麺類、調味料、茶、納豆、缶詰、魚の加工品 (鰹節、冷凍イカ、しめサバ等)、菓子、アイス、アルコール含む飲料等を扱っている。 ・ 小麦アレルギーでグルテンフリー商品を望む消費者が家族・グループに1名いれば、その家族・グループが同商品を1名に合わせて購入する傾向もあり、グルテンフリー醤油も一定需要有。 ・ アルコールはワインやビールが中心だが、日本酒や梅酒が一部で置かれているところもある。 ・ 新型コロナウイルスの影響で、ロックダウンが行われた際は外食需要が激減。一方で、麺やRTE (Ready to Eat) 食品の需要は伸びた。