

# 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略 (ロシア)

## 1.基礎データ

輸入 2,866億ドル  
輸出 4,978億ドル

- ・人口:143百万人(人口増加率 0.0%)
- ・面積:約1,707万km<sup>2</sup>  
(日本の45倍, アメリカの2倍近く)
- ・宗教:ロシア正教、イスラム教、仏教、ユダヤ教等
- ・名目GDP:1兆8,606億ドル
- ・一人当たり名目GDP:12,718ドル
- ・実質GDP成長率:0.7%



## 2.日本との関係

日本とEPA締結なし

- ・為替レート:1ルーブル=1.26円(2016年1月時点)
- ・対日輸入:10,917百万ドル(自動車及び部品、ゴム製品、建設・鉱山用機械等)
- ・対日輸出:19,854百万ドル(原油及び粗油、液化天然ガス、非鉄金属等)
- ・日本の直接投資:2億9,100万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数:466、居留邦人数:2,732人
- ・日本への渡航者数:54,400人(国・地域別20位)
- ・日本からの渡航者数:105,220人



## 3.農業関連データ

- ・農業生産額:96,939百万ドル(穀物自給率124%)
- ・農産物輸入額:40,272百万ドル
- ・主な輸入品:牛肉(2,493百万ドル、ブラジル、パラグアイ等)、チーズ(2,086百万ドル、ベラルーシ、ウクライナ等)、豚肉(1,792百万ドル、ブラジル、デンマーク等)

## 4.市場の特性

物価  
(参考)

りんご1kg 約70円(ロシア産)、約203円(セルビア産)  
コメ1kgあたり 約980円(秋田産あきたこまち)  
約1099円(英国産Yutaka・寿司用)、約132円(ロシア産)

- ・モスクワやサンクトペテルブルクなどでは、寿司などの日本食人気が高い。
- ・日本食への関心は高いが、食材が日本産かどうかのこだわりは少ない。中国・韓国・タイ・ベトナム等他国産の日本食材も、数多く販売されている。
- ・日本産品の販売は高級スーパーのみ、数量も少なく、日本の小売価格の3~4倍で販売されている。
- ・昨今、ルーブルの暴落や景気低迷の影響で、外食を含む消費が減少。
- ・経済制裁への対抗措置で、欧米諸国の農産物の輸入が禁止されている。

## 5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・主食は小麦、大麦、ライ麦等を使ったパン・パンケーキ類。ソバを粒食するほか、コメも各種料理の具材等として多用。
- ・辛いもの、酸味の強いものは好まない。味付けはシンプルで、塩・こしょうを基本とし、ハーブを用いる。ボルシチ・ピロシキ・ペリメニ(餃子風の料理)等の伝統的な料理に加え、他地域の食文化も取り入れる。ジャガイモも好まれる。
- ・肉食率が高い。食は一般的に保守的だが、好みに合致するものは積極的に取り入れる。寿司など、生魚を食べることに抵抗は少ない。
- ・酒類、茶の消費量大。

## 6.商流・商習慣

- ・日本食品の輸入業者は少なく、小規模企業がほとんど。
- ・スーパーは売れた分の代金のみ卸売業者に支払うのが一般的。返品もある。卸売業者が宣伝費・棚代などを負担するため、卸値が上がり、小売価格も高くなる。
- ・ロシア国内での流通には国家規格に適合する認証取得とラベル貼付が必要。
- ・欧州経由での船輸送には約2ヶ月を要するため、長期の賞味期限が必須。

## 7.外食・小売等の状況



日本食

- ・イタリア料理と並び日本食が人気。寿司の人気極めて高く、日常食となっているが、巻き寿司が中心で、ロシア独自の寿司として進化。日本とは味付けが異なる別物。焼き鳥も好まれる。
- ・高級店からファストフードまで幅広い。日本食レストランは、モスクワ近郊に約1,200店、サンクトペテルブルクに500店程度あるが、日本人が経営や調理に関与するレストランはわずか。
- ・丸亀うどんがモスクワで5店舗展開。かつおだしよりも、豚汁のようなスープのうどんの方が人気。



外食



その他

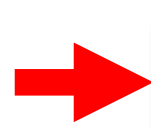
- ・日本食以外のレストランでも、寿司などの日本食をメニューに取り入れている店がある。



流通

スーパー  
・  
日本食材店

- ・日本食材の専門店は、ロシア資本の個人事業主が運営するNippon(4店舗)など、数は少ない。
- ・モスクワなどでは、一部の高級スーパーでも日本食材コーナーが設置されている。日本産品は少なく、韓国や中国産の商品が多い。

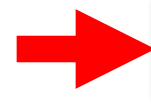


小売



ネット販売等

- ・消費が落ち込む中、ネット販売も注目を集める。モスクワ市などで食品のネット販売を行うウトコノスなどが台頭。外資系の大手食品メーカーでもネット販売を開始する動き。

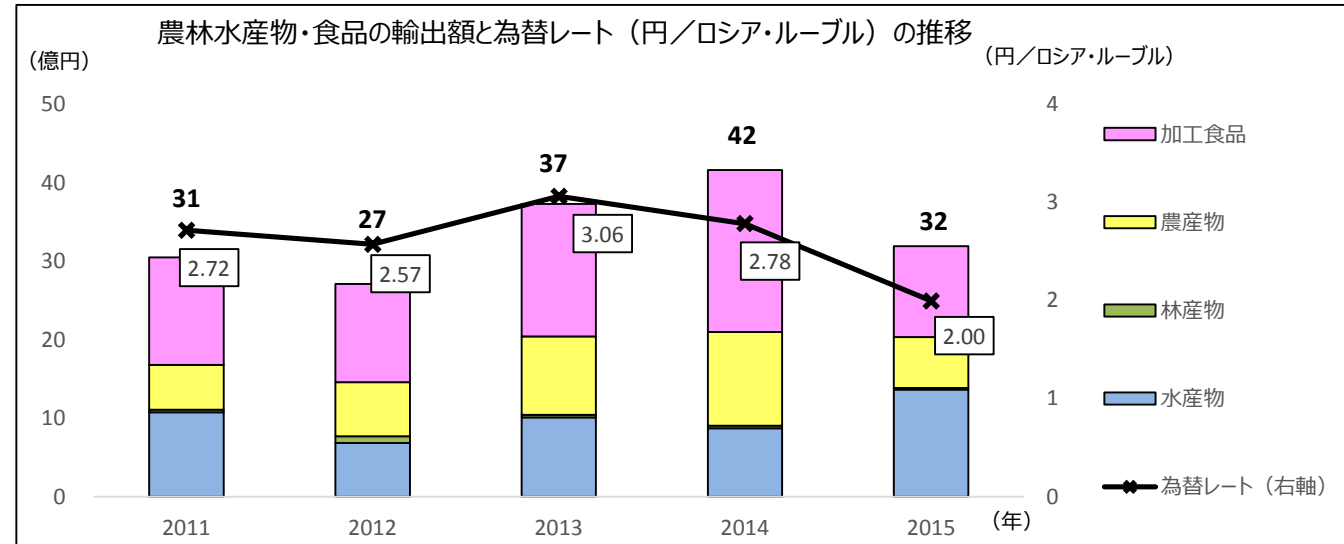


加工原料

水産加工場

- ・日本の水産物の輸出は、加工原料用が多い。

- ロシアは、日本の農林水産物・食品の輸出先第20位。
- さんま、すけとうだらの輸出が3分の1を占める。
- インスタントコーヒーの輸出が大きいことも特徴。インスタントコーヒーの最大の輸出先。



<輸出上位品目の状況及び今後の見通し>

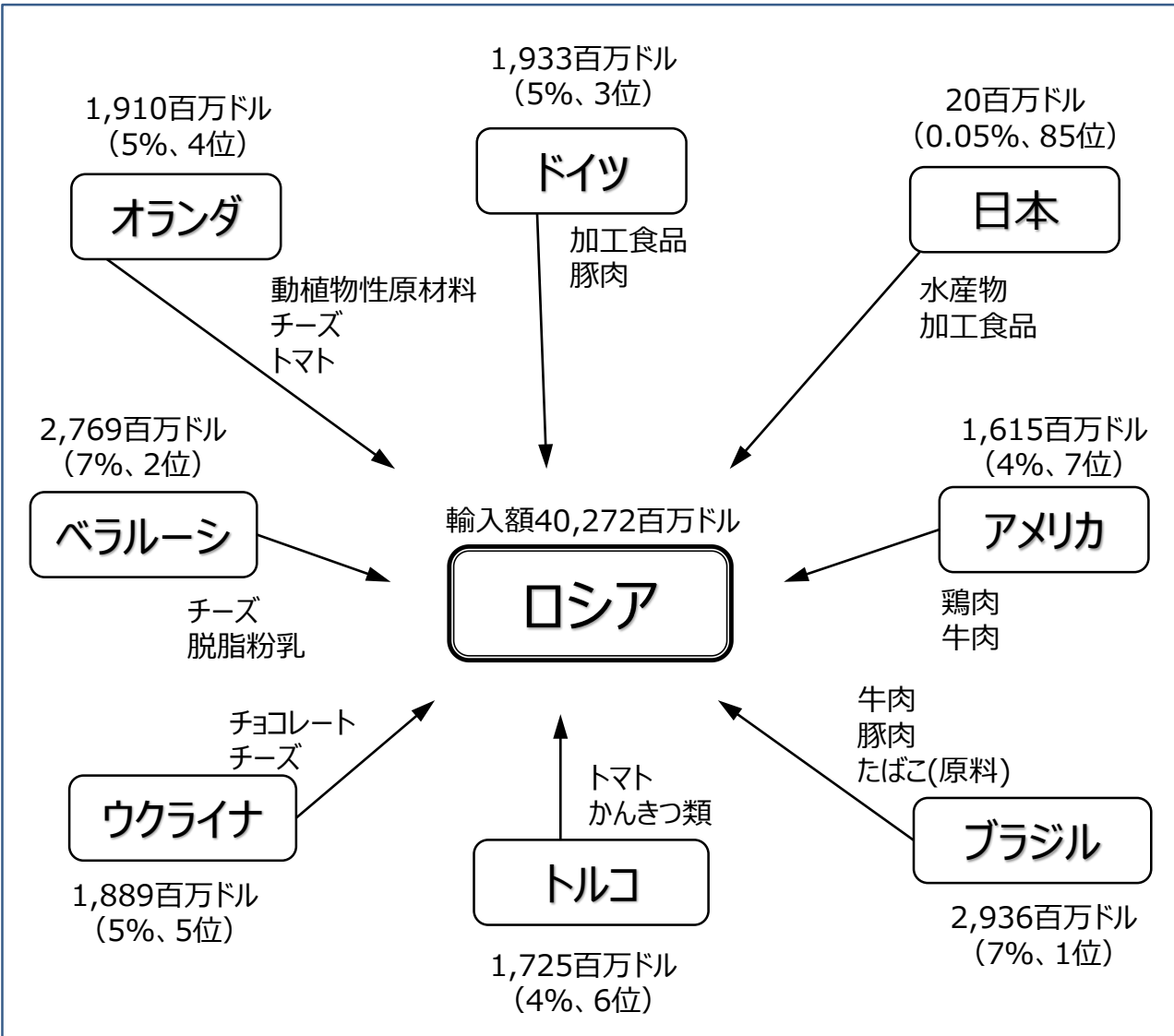
順位	品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013~)	現状	課題	今後の見通し・取組み
1	さんま	6.4億円	25.1%	・缶詰などの加工用原料としての輸出が多い模様。	・品質面での差別化が難しく、価格競争に陥りやすい。 ・水揚げ量や国内外の価格に応じて輸出量の変動。	・日本での水揚げの状況等に応じて変動。
2	すけとうだら	4.4億円	187.2%	・加工用原料としての輸出が多い模様。	・品質面での差別化が難しく、価格競争に陥りやすい。 ・水揚げ量や国内外の価格に応じて輸出量の変動。	・日本での水揚げの状況等に応じて変動。
3	アルコール飲料	4.1億円	▲48.0%	・ビールとウイスキーの輸出が主。 (アルコール飲料の夜10時以降の販売や露面店での販売が禁止されている。)	・ウイスキーの供給量確保に課題。 ・日本酒は普及していない。	・ウイスキーの供給量が確保できれば、ウイスキーの輸出を伸ばせる可能性。 ・日本酒の魅力を広く周知し、認知度の向上を図る。
4	インスタントコーヒー	2.7億円	12.7%	(並行輸出が主であるため、詳細は不明)	-	-
5	コーヒー	1.5億円	57.4%	(並行輸出が主であるため、詳細は不明)	-	-
6	清涼飲料水	1.5億円	▲24.2%	・自動販売機の輸出と併せて飲料の輸出が行われている。	-	-
7	菓子 (米菓を除く)	1.2億円	▲1.0%	・ロシア系の輸出業者を通じ、極東ロシアにクッキーを輸出している事例あり。 ・和風な商品は受けが良い。	-	-
8	ソース混合調味料	1.0億円	▲52.0%	・ウスターソース類、マヨネーズ、ドレッシングの輸出が見られる。	-	-
9	醤油	0.9億円	173.4%	・主にレストラン向けに需要があり大きく伸びてきたが、景気低迷の影響などから直近は伸びが鈍化。	-	-
10	かつお・まぐろ	0.7億円	86.7%	・寿司ネタ用食材として一定の需要あり。	-	-

<その他の品目の状況及び今後の課題（極東ロシア向け）>

品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013~)	現状	課題	輸出拡大のための取組み
水産物	14億円	35.4%	・日本からの距離が非常に近いため、日常用としても幅広い商品を輸出できる可能性。	・極東ロシアの需要・流通に関する情報収集が不足。	・極東ロシアに関する情報提供の実施。
畜産物	0.2億円	▲41.9%			
野菜	—	—			
果物 (りんご、みかん、メロン)	0.08億円	▲56.5%			
加工食品	12億円	▲31.1%			
即席めん	0.6億円	▲31.5%			
コメ	0.1億円	▲51.0%			

(参考) EU向け輸出の重点品目は、「水産物（ホタテ、ブリ）、牛肉、調味料、コメ、緑茶、アルコール飲料、花き」。

<他国からの農林水産物・食品の輸入状況>



※FAOSTAT2013及び各国統計より作成。計数・順位はFAOSTAT2013のもの。

●日本の輸出額は、ロシアの輸入額全体の1%未満。

●ロシアの主な輸入品目は、牛肉や豚肉などの肉類、チーズ、アルコール飲料が多い。

※ 統計は経済制裁の対抗措置の実施前の2013年のものであることから、欧米からの輸入もある。

<輸出上位品目の競合の状況>

品目	主な輸出国	日本産のシェアなど
さんま	・アイスランド ・ノルウェー	・日本の輸出は輸入額全体の3%程度。
すけとうだら	・中国 ・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・中国産が5割以上のシェア。
アルコール飲料	・フランス ・イタリア	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。
コーヒー	・ブラジル ・パラグアイ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。
清涼飲料水	・韓国 ・ウクライナ	・日本の輸出は輸入額全体の1%程度。
菓子 (米菓を除く)	・ウクライナ ・ドイツ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。
ソース混合調味料	・ドイツ ・オーストリア	・日本の輸出は輸入額全体の1%程度。
醤油	・オランダ ・中国	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。 ・オランダからの輸入が全体の5割以上。
かつお・まぐろ	・アイスランド ・ノルウェー	・日本の輸出は輸入額全体の3%未満。

<その他の品目の競合の状況>

品目	主な競合先	日本産のシェアなど
水産物	・ノルウェー ・チリ	・日本の輸出は輸入額全体の0.2%程度。
牛肉	・ブラジル ・パラグアイ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満 (2015年)。
野菜	・トルコ ・中国	・日本の輸出は輸入額全体の0.005%程度。
果物	・エクアドル ・トルコ	・日本の輸出は輸入額全体の0.003%程度。
コメ	・中国 ・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・中・短粒種の輸入は中国、アメリカが中心。

## 1. 検疫協議、食品安全規制等

### <動物検疫>

- ・牛肉は輸出可能（2014年12月解禁。2カ所の食肉処理施設が認定。新規施設の登録には現地調査が必要）  
⇒ ロシア当局の現地調査の実現に向け働きかけ。
- ・鶏肉・鶏卵は輸出解禁に向けて検疫協議中（2016年1月解禁要請）  
⇒ 引き続き協議の進展の要請が必要。
- ・豚肉、牛乳・乳製品は二国間で検疫協議を未実施。

### <植物検疫>

- ・ほとんどの品目で植物検疫証明書の添付で、輸出が可能。

### <水産物>

- ・衛生証明書の添付が必要。また、同証明書の発行にあたっては、水産加工施設又は保管施設の登録が必要（425施設が登録済みだが、ロシア政府がベラルーシ等と関税同盟を締結したことを受け、関税同盟が設定した衛生基準を日本が満たしていることが現地調査により確認されるまでは、新規の施設登録が認められない状況）。  
⇒ ロシア当局の現地調査の実現に向け働きかけ。

### <加工食品等>

- ・ロシアでは輸入されるすべての食品に検査機関による検査証明が義務付けられており、輸入手続き時に適合証明が求められる。
- ・食品のパッケージについても、製品の輸送手段、保管方法や廃棄方法についての関税同盟が設定した安全・技術上の規則があり、パッケージには、パッケージの成分、廃棄の可否、製造者の連絡先等の情報がロシア語で記載・貼付されている必要がある。

## 5. 関税

- ・主な関税率  
牛肉55%(枠外税率)、日本酒20%、緑茶5%、水産物：さんま(冷凍)6%、すけとうだら(冷凍)8%、かつお・まぐろ(冷凍)5%、清涼飲料水8%、醤油10.8% など  
[主な関税割当品目：牛肉、豚肉、鶏肉 など]

## 2. 放射性物質に係る輸入規制

- ・7県に所在する施設からの水産物・水産加工品が輸入停止（青森県が輸入停止解除されたが、求められている放射性物質検査証明書の様式が未合意のため、事実上輸入停止状態。）
- ・6都県で政府作成の放射性物質検査証明書の添付が求められている。  
⇒ 今後とも科学的データに基づき、更なる緩和・撤廃に向けた働きかけが必要。

品目	北海道	岩手	宮城	山形	福島	茨城	千葉	新潟	青森	栃木	群馬	東京	その他
水産物													
野菜・果実													
牛乳・乳製品													
穀物													
茶・茶製品													
食肉													
野生鳥獣													
酒類													
上記以外の食品													
飼料													

■ : 輸入停止  
■ : 政府機関発行の放射性物質検査証明書を要求  
■ : 輸入手続き時にサンプル検査を実施

## 3. ブランド保護

- ・日本の農林水産品GIマークの商標登録を申請中。
- ・ロシアでは独自の地理的表示保護制度があり、我が国と地理的表示の相互保護の枠組みづくり等の促進が必要。

## 4. 物流

- 物流関係は充実。
- ・日本との航空便は週約27便。航空輸送時間は10時間30程度。（シレメーチエヴォ国際空港）
- ・コンテナ便と陸送でモスクワまでは2ヶ月以上。
- ・日本と極東ロシア間のフェリー・RORO便は週約5便。コンテナ航路は週約1便。海上輸送日数は最短で3日程度。
- ・シベリア鉄道で極東ロシアからモスクワまでは40日程度。
- ・コールドチェーンの整備は進んでいるが、極東ロシアではコールドチェーンの整備が一部不十分。

輸出拡大に向けた基本的な方向性

- ロシアは、近年は資源価格の下落等から経済状況が悪化しているが、日本食レストランも多いことから、日本製品の輸出を拡大することは可能と考えられる。特に、極東ロシアは、日本からの距離が非常に近いことから、輸出小売・外食向けに日常的な日本製品を輸出することも可能と考えられる。
- ロシアは、西部の主要都市と極東ロシアで日本製品の輸出に関する状況が大きく異なっていることから、
  - ・西部の主要都市では、日本食の認知度は高いため、EUと同様に、外食を中心に輸出促進の取組みを進めていく。
  - ・極東ロシアでは、日本からの距離の近さを活かし、販路開拓を進めるとともに、ロシアの極東・シベリア開発における農業分野やエネルギー分野での協力なども通じて、日本のプレゼンスを高め、輸出拡大につなげていく。

重点品目 (西部主要都市向け)

- EU向けの重点品目と同様
  - ・水産物 (ホタテ、ブリ)、牛肉
  - ・調味料、日本特有の食材 (ゆず、わさび など)
  - ・緑茶
  - ・花き

重点品目 (極東ロシア向け)

- 距離の近さを活かして幅広い品目の輸出を目指す

輸出拡大に向けた主なターゲット

- モスクワを中心とする西部の主要都市は、日本からの距離も遠く、ヨーロッパと同じような状況にあるため、高い価格に見合うだけの特徴がある商品でなければ輸出は難しい。
  - 一方、極東ロシアは、人口は多くはないが (600万人程度)、日本からの距離は非常に近く、日常用としても小売・外食向けに幅広い商品を輸出できる可能性。
- (注) ロシアは、現在は、資源価格の下落などから、経済状況が悪化しており、通貨価値も下落していることにも留意。

西部の主要都市

日本食レストラン  
などの外食

高い価格に見合うだけの  
特徴がある食材や冷凍可能な食材

<EUの輸出上位品目>  
アルコール飲料、緑茶  
醤油、ソース混合調味料  
ホタテ、牛肉

極東ロシア

小売  
外食

日常用も含めた幅広い食材

水産物、畜産物、野菜、果物  
加工食品、菓子、清涼飲料水 など  
(中国産・韓国産と競合)

水産  
加工

比較的価格の安い水産物

輸出拡大に向けた主な取組み

ニーズの把握、需要の掘り起こし

<見本市>

●（西部の主要都市）：見本市（PIRなど）に継続的に出展するとともに、見本市と併せて商談会を実施し、輸出拡大につなげる。【農水、経産、民間】

（極東ロシア）：バイヤーの日本への招へいなども行いつつ、小規模な商談会等を実施する。【経産、農水】

<訪日旅行者>

●ロシアからの訪日旅行者向けに、日本・現地の旅行会社における、多様な日本食材を満喫できるツアーなど日本の食に関する旅行商品の提供を促進するとともに、ビジットジャパン事業と連携し、日本食・日本食材の魅力を海外に発信する。【観光、農水、民間】

販路開拓

<バイヤー等の情報提供、マッチング>

●現地バイヤーの情報等について幅広く情報提供を行うとともに、現地バイヤーの紹介・マッチングの取組みを進める。【経産、外務】

<賞味期限>

●賞味期限の長期化の取組みを進める。【民間、農水】

品目ごとの取組み

<花き>

〔方向性〕ロシアでの花きの国内生産は少ないが、バレンタインデーや国際婦人デーなどを中心に切り花の需要が大きいことから、富裕層を主なターゲットとして、PRを進めていく。

●見本市（Flowers Expoなど）に出展するとともに、見本市と併せて商談会を実施し、輸出拡大につなげる。【農水、経産、民間】

<水産物>

〔方向性〕極東ロシア向けとして、まずは、現地で加工され日常的に需要のあるさんま、すけとうだら等を中心に輸出の拡大を進めるとともに、バイヤーの日本招へいなどによる多様な日本産水産物・水産加工品の紹介を進め、輸出の拡大を目指していく。

●バイヤーの日本への招へいなども行いつつ、小規模な商談会等を実施する。【民間、農水】



輸入規制に関する主な取組み

海外当局への働きかけ

- <動物検疫>
  - ・鶏卵について、輸出解禁に向けた働きかけを引き続き実施。
- <牛肉>
  - ・牛肉の食肉処理施設の現地調査の実現に向けた引き続き働きかけを実施。
- <水産物>
  - ・水産加工施設及び保管施設の新規登録の働きかけを実施。
- <二国間対話>
  - ・二国間対話（日露農業対話等）を活用した輸入規制の緩和やビジネス環境の整備を働きかけ。

理解の促進・適合に向けた取組みの実施

- <関税同盟技術規則>
  - ・関税同盟技術規則に関する情報提供を実施。