国・地域名

フィリピン

【更新】2022年6月

人口・経済発展状況等	・ 人口	**1億958 万人**	2020年確定値、世界銀行（World Bank）
〔参考：日本〕 ●人口：１億2,550人 （2021年10月推計値、総務省統計局「人口推移」） ●実質GDP成長率：2.1% （2021年度、前年度比、内閣府） ●1人あたり GDP(名目):3万9,340ドル （2021年4月、IMF）	・ 実質ＧＤＰ成長率	**6.5 %**	2022年推定値、国際通貨基金（IMF）
	・ 1人あたりのＧＤＰ(名目)	**3,687 ドル**	2022年推定値、国際通貨基金（IMF）
	・ 為替レート(１ペソ)	**2.39 円**	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング為替相場 2021年間平均（TTS）
	・ 日本の直接投資額	**876 億円**	2021年、財務省「国際収支状況」
	・ 進出日系企業数	**1,418 社**	2020年、外務省「海外進出日系企業調査」
	・ 在留邦人	**1万5,728 人**	外務省「海外在留邦人数調査統計」令和4年版
	・ 訪日外客数	**5,625 万人**	2021年暫定値、日本政府観光局（JNTO）
	・ 日本食レストラン数	**463 店**	2022年、マニラ首都圏近郊　「マニラ生活電話帳」（日刊マニラ新聞）　系列店の重複含む

日本からの農林水産物輸出状況 **（2021年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省）**	**10位　207億円　うち農産物75億円(36.4%)、林産物108億円(52.1%)、水産物24億円(11.5%)** **輸出額の多い品目： 合板、 製材、 さば、 たばこ、 ソース混合調味料**
味覚、嗜好上の特徴	・ インスタントラーメンなど乾麺は、間食として食べられている。 ・ お酒を飲む場所と食事をする場所は別で、食事中に酒を飲む人は少ない。一方で富裕層を中心に、ワインなどお酒を飲みながら食事を楽しむ人も増えつつある。 ・ コメが主食。コメに合う鶏肉や豚肉を使った煮物や炒め物が食卓の中心で、糖分や塩分が濃い味付けを好む。薬味として酸味、辛味を利用する場合が多い。 ・ 伝統的なフィリピン料理はスペイン料理の影響が濃い。また文化面も含め、アメリカの影響も受けている。
制度的制約	＜動物検疫＞ ・ 水産物は、商工会議所が発行する衛生証明書と水産庁がその内容を保証する書簡(現在、衛生証明書様式は比農業省と協議中のため、経過措置)、比農業省が発行する検疫許可書・輸入許可書を取得すれば輸入可能。牛肉は、日本国内13カ所（2022年6月現在）の認定食肉取扱施設で処理されたものに限り、食肉衛生証明書、比農業省が発行する輸入許可書・検疫許可書を取得すれば輸入可能。 ＜植物検疫＞ ・ りんご・なしは、植物検疫証明書、比農業省が発行する輸入者登録証明書・検疫許可書を取得すれば輸入可能。精米・玄米は、植物検疫証明書、遺伝子組換/非遺伝子組換証明書・重金属検査証明書、比農業省が発行する輸入者登録証明書・植物検疫輸入クリアランスを取得すれば輸入可能。 ＜原発関連規制＞　※すべての対象品目において撤廃
商流・物流・商習慣	・ 農林水産物・食品の多くは、ASEAN、米国から輸入されている。 ・ 小売業・外食産業に参入するには外資規制があるため（2022年1月に一部緩和）、日系企業が進出する場合、現地企業との合弁やフランチャイズ契約により進出している。モールやデパート、大規模スーパーなどの大規模小売店は中華系・スペイン系の財閥が事業展開している。 ・ 日本産食品の取り扱いは高級スーパーのみ。 ・ 慢性的な交通渋滞により、物流は安定的といえない。コールドチェーンは冷凍・冷蔵倉庫は整備が進んでいるが、トラックなど輸送設備の整備が遅れている。また、温度管理の重要性に対する物流業者や店舗の従業員等の意識も低い。
Eコマースの概要	・ インターネットユーザー数やスマートフォン保有者数が多いこともあり、2021年のEコマース利用者は4,300万人と前年比11%以上増加、Eコマースを通じた購入額は168億ドルと前年比25%以上増加している。 ・ 主なEC事業者として、Lazada、Shopee、Zarolaなどが挙げられる。 ・ コロナ禍によるビジネス環境の変化を契機に、いくつかの食品ディストリビューターが自社ECサイトで消費者に直接販売するビジネスを開始。日本の食品（他国産含む）を販売しているEC事業者も存在。
外食・小売等の状況	・ 外食市場の中心は米系ファストフードチェーン、高級店ではイタリアンやフレンチ、タイなどのアジア料理店やステーキハウス。 ・ 高級スーパーで日本産水産物や加工食品、りんご・なしが取り扱われている。
日本食普及状況等	・ 健康ブームの影響で、味噌など日本の伝統的な調味料がフィリピン人にも受け入れられ始めた。大豆由来の調味料はフィリピン伝統の調味料と親和性が高い。本格的な日本料理は富裕層を中心に人気があり、中間所得者層にはとんかつやとんこつラーメン・味噌ラーメンが人気。 ・ 緑茶は飲料だけでなく、菓子にも利用される。富裕層を中心に抹茶を使用した菓子が人気。 ・ 富裕層を中心に日本酒・日本産ウィスキーの愛好家が少しずつ増えてきている。 ・ 日本産品は加工食品など安価な韓国産と並べて販売されることが多く、製法・パッケージ・ブランド力・味等で明確に差別化できる商品が求められる。

Copyright © 2022　JETRO. All rights reserved. 禁無断転載