

※各税関管内からの食料品輸出額については、対ロシアのみの数値データがないため、参考として食料品全体輸出額を記載している。

上記の図は、財務省統計データより主な税関管内および経済圏における 2013 年の対ロシア輸出額及び食料品輸出額を表したものである。東京税関管内には、新潟県や山形県、成田空港や羽田空港などロシアとの物流拠点が多く含まれていることから、食料品輸出が最も高くなっている。また、神戸税関管内には、ロシアへの食料品輸出がさかんである中国地方日本海側の港が多く含まれていることから、やはり食料品輸出額が高い。対ロシア貿易全体から見た場合、特筆すべきは、名古屋税関管内、大阪税関管内、九州経済圏の方が東京税関管内よりも対露輸出総額が圧倒的に高いことである。これは、地理的な要素と輸出品目によるものと思われ、特に名古屋税関管内は自動車の輸出が多いためにこのような結果となっている。

2) 通関手続き

日本からロシア（外国）に日本産品を輸出する場合、関税法第 67 条、第 67 条の 2 により、税関長の許可を得る必要がある。日本から外国に貨物を輸出しようとする者は、貨物の品名並びに数量及び価格その他必要な事項を税関長に申告し、その貨物に必要な検査を経て、税関長の輸出の許可を受けなければならない。なお、輸出申告は、例外を除き、輸出の許可を受けるために貨物を入れる保税地域を所轄する税関長に対してしなければならない。

3) 輸出申告

輸出申告は、原則として、輸出申告書に所定の事項を記載して輸出の許可を受けるために貨物を入れる保税地域を所轄する税関長に提出することにより行う（関税法第 67 条の 2、同法施行令第 58 条）。関税法施行令第 58 条により、輸出申告書には、①貨物の企業、番号、品名、数量及び価格、②貨物の仕向地並びに仕向人の住所または居所及び氏名または名称、③貨物を積み込もうとする船舶または航空機の名称または登録記号、④輸出の許可を受けるために貨物を入れる保税地域または他所蔵置許可場所の名称及び所在地、⑤その他参考となるべき事項を記載することとされている。関税法施行令第 59 条の 2 により、輸出申告書に記載する数量および価格について、①数量は、財務大臣が貨物の種類ごとに定める単位による輸出貨物の正味の数量とし、②価格は、日本の輸出港での本船甲板渡し価格（FOB 価格）とし、常に日本円とすることになっている。

4) 特定輸出申告制度

特定輸出申告制度は、リスク度に応じた国境管理と貿易円滑化をはかるため、法令順守度が高く、あらかじめ税関長の承認を受けた輸出者（特定輸出者）の申告については、保税地域外に貨物を置いたままでも輸出通関手続きを行うことを可能とし、コンプライアンスを反映した審査及び検査を実施するものである。関税法第 67 条の 3 により、コンプライアンスの優れた者として税関長の承認を受けた特定輸出者等は、通常の輸出者と異なる通関手続きを行うことができる。特定輸出者等は、その申告に係る貨物が置かれている場所またはその貨物を外国貿易船等に積み込もうとする開港等を所轄する税関長に対して輸出申告をすることができる。通常の輸出申告と異なり、貨物が置かれている場所と異なる場所（積み込み場所）を所轄する税関長にも申告することが可能である。この制度を利用することにより、自社工場に貨物を置いたままで、積み出し予定地の税関に輸出申告を行うことができ、リードタイムの短縮につなげることが可能である。

特定輸出者

特定輸出者の承認要件（関税法第 67 条の 6）

1. 承認を受けようとする者が次のいずれにも該当しないこと（関税法第 67 条の 6 第 1 号）
 - ① 関税法もしくは関税定率法その他関税に関する法律またはこれらの法律に基づく命令の規定に違反して刑に処せられ、または通告処分を受け、その刑の執行を終わり、もしくは執行を受けることがなくなった日またはその通告の旨を履行した日から 3 年を経過していない者であること。
 - ② 関税法第 70 条第 1 項または第 2 項に規定する他の法令の規定のうち、輸出に関する規定に違反して刑に処せられ、その刑の執行を終わり、または執行を受けることがなくなった日から 2 年を経過していない者（上記①に規定する者を除く）であること。
 - ③ 上記①及び②に規定する法令以外の法令に規定に違反して禁固以上の刑に処せられ、その刑の執行を終わり、または執行を受けることがなくなった日から 2 年を経過していない者であること。
 - ④ 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律の規定に違反し、または警報第 204 条、第 206 条、第 208 条、第 208 条の 3 第 1 項、第 222 条もしくは第 247 条の罪もしくは暴力行為等処罰に関する法律の罪を犯し、罰金の刑に処せられ、その刑の執行を終わり、または執行を受けることがなくなった日から 2 年を経過していない者であること。
 - ⑤ 暴力団員等であること。
 - ⑥ 上記①から⑤までに該当する者を役員とする法人であること、またはその者を代理人、使用人その他の従業員として使用する者であること。
 - ⑦ 暴力団員等によりその事業活動を支配されている者であること。
 - ⑧ 関税法第 67 条の 11 第 1 号または第 2 号ロに規定により特定輸出者の承認を取り消された日から 3 年を経過していない者であること。
2. 承認を受けようとする者が、特定輸出申告を NACCS（注）を使用して行うこと、その他特定輸出申告に係る貨物の輸出に関する業務を適正かつ確実に遂行することができる能力を有していること（同第 2 号）
3. 承認を受けようとする者が、特定輸出申告に係る貨物の輸出に関する業務について、その者または代理人、支配人その他の従業員が関税法その他の法令の規定を順守するための事項として財務省例で定める法令順守規則を定めていること（同第 3 号）

（注）NACCS（Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System）は、入出港する船舶・航空機及び輸出入される貨物について、税関その他の関係行政機関に対する手続及び関連する民間業務をオンラインで処理するシステム

5) 他法令の許可承認の証明または確認

関税法等以外の法令の規定により許可、承認その他の行政機関の処分またはこれに準ずるものを必要とする貨物については、輸出申告の際に、その許可、承認等を受けている旨を税関に証明しなければならない（関税法第 70 条第 1 項）

《輸出関係他法令一覧表》¹⁰

法令名	主な品目	主管省庁課
外国為替及び外国貿易法 輸出貿易管理令	武器・化学兵器、麻薬、ワシントン条約該当物品、特定有害廃棄物等	経済産業省貿易経済協力局 貿易管理部 安全保障貿易審査課 貿易管理課
文化財保護法	重要文化財又は重要美術品 天然記念物 重要有形民俗文化財	文化庁文化財部伝統文化課
鳥獣の保護及び狩猟の適正化に関する法律	鳥、獣及びそれらの加工品、鳥類の卵等	環境省自然環境局 野生生物課
麻薬及び向精神薬取締法	麻薬、向精神薬、麻薬向精神薬原料等	厚生労働省医薬食品局 監視指導・麻薬対策課
大麻取締法	大麻草、大麻草製品	
あへん法	あへん、けしがら	
覚せい剤取締法	覚醒剤、覚せい剤原料	
狂犬病予防法	犬、猫、あらいぐま、きつね、スカンク	農林水産省消費・安全局 動物衛生課
家畜伝染病予防法	偶蹄類の動物、馬、鶏、あひるなどの家きん、兎、みつばち及びこれらの動物の肉、ソーセージ、ハム等、稲わら（一部）	
植物防疫法	植物（顕花植物、しだ類又はせんたい類に属する植物（その部分、種子、果実及びむしろ、こもその他これに準ずる加工品を含む）、有害植物、有害動物（昆虫・ダニ等）	農林水産省消費・安全局 植物防疫課
道路運送車両法	中古自動車	国土交通省自動車局 自動車情報課

¹⁰ 財務省 Website より抜粋 http://www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-nswer/extsukan/5501_jr.htm

II-1-(2) EAC マーク認証制度

2013年2月15日から GOST-R（ロシア）認証制度が廃止され、ロシア、カザフスタン、ベラルーシの3国関税同盟（CU）における EAC(Eurasia Conformity)マーク認証制度がスタートした。

関税同盟は2010年7月1日に設立された。その目的は、これらの国々の間での市場アクセスを容易にすることと、輸出入にかかわる技術的規制に関する手続きを簡素化することであった。2011年には、ロシア、ベラルーシ、カザフスタンの大統領は、関税同盟の唯一の意思決定機構として、ユーラシア経済委員会(Eurasian Economic Commission (EurAsEc))を創設した。関税同盟により、単一の関税地域 (Customs Territory) が創設され、この地域内ではアンチダンピング等の理由を除けば、関税やほかの経済的制限は課すことができない。関税同盟の枠組みの中で、関税同盟加盟国以外の第三国については、統一された関税率や貿易政策が適用されることとなる。

このような中であって、関税同盟の認証システムは2011年4月1日から動き始めた。関税同盟の認証は、関税同盟加盟国の輸出及び輸入に際して使用することができる。この認証システムは関税同盟の加盟国において有効で、従来の GOST-R（ロシアの認証）あるいは GOST-K（カザフスタンの認証）に代って使われることになっている。

関税同盟の創設により、商品についての品質・安全性管理、及び貿易のための統一された枠組みができた。商品の品質等の監視のために、関税同盟加盟国は技術基準に関する基本的なルールについて合意している。

関税同盟の認証システムは、以下のような原則から成り立っている：

1. 統一の様式による適合証明：関税同盟加盟国の認定された認証機関から発行される適合証明は関税同盟のすべての地域で有効である。
2. 統一的な関税同盟技術規準の適用
3. GOST 等従来の強制認証が適用される商品の統一リスト：GOST 等従来の強制認証が適用される商品は2011年4月7日の関税同盟委員会決議第620号で採択したリスト¹¹で決められている。このリストには関税同盟の技術規則が発効していない商品が載せられており、関税同盟の技術規則ができると、このリストからははずされる。従ってこのリストは今後短くなっていく。食品については、このリストには次の商品が含まれている（これらの商品

¹¹ 下のウェブサイトから入手できる

<http://gostr-certificat.com/www/upload/tmp/Single-list-of-products-subject-to-mandatory-conformity.pdf>（グループ 35.1 から 35.16 までが食品となっている）

には、関税同盟技術基準ができるまでは GOST 規格が適用されるが、適用される GOST 規格はオリジナルの表で明らかにされている)。

グループ	商品
35.1	魚由来の保存食品
35.2	魚由来の保存食品
35.3	キャビア、魚卵由来のか食品（保存品）
35.4	甲殻類、貝類ほかの水生無脊椎動物由来の保存食品
35.5	コーヒ豆、及挽いたコーヒー
35.6	溶かしたコーヒー及びそれを含む製品
35.7	紅茶・緑茶（天然のもの、香料を加えたもの）その他の茶飲料
35.8	白糖
35.9	香辛料
35.10	野菜、トマト、キノコの缶詰・瓶詰
35.11	ソース、ケチャップ、マヨネーズ、
35.12	果物、イチゴ類の缶詰・瓶詰
35.13	大豆油
35.14	オリーブ油
35.15	ナタネ油
35.16	ヒマワリ油

4. 関税同盟の国境における衛生・疫学的な監視を必要とする商品についても、それを必要とする商品のリストが 2010 年 5 月 28 日の関税同盟委員会決議第 299¹²により採択されている。

関税同盟の認証システムの下では従来の GOST 認証マークに代り EAC（Eurasian Conformity）マークを商品につける必要がある。実際にモスクワの商店、スーパーマーケット等で調べたところ、ほとんどの食品に EAC マークが付けられていた。

¹² 下のウェブサイトから入手できる：

<http://gostr-certificat.com/www/upload/tmp/Single-list-of-goods-in-the-territory-of-%20the-Customs-Union.pdf>



EAC マーク



リンゴにつけられた EAC マーク



日本製の冷麦につけられた EAC マーク



ダイエットチョコレートと EAC マーク

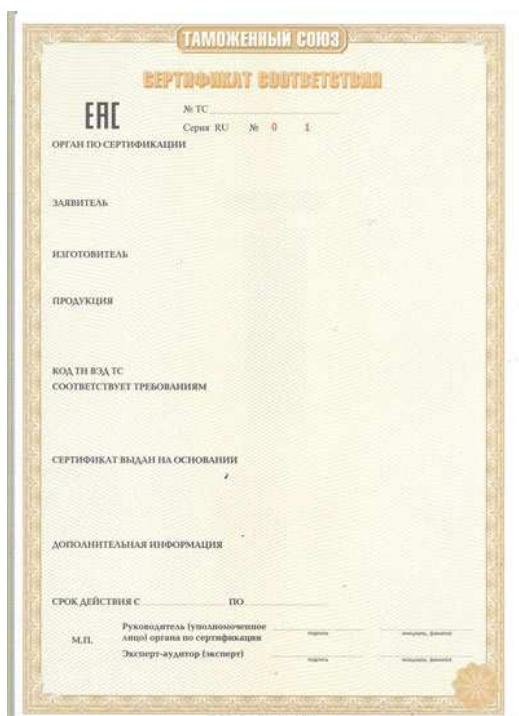


韓国製のそばにつけられた EAC マーク



レトルトパウチに入ったなめこと EAC マーク

関税同盟の技術基準への適合証明書 (Certificate) は新しい GOST-R の強制認証に代るシステムである。Certificate は 2012 年 12 月 25 日のユーラシア経済委員会の評議会決定 293 号で決定された統一の様式で発行される。



関税同盟の適合証明 (Certificate)



関税同盟の適合宣言 (Declaration)

関税同盟の適合証明 (Certificate of the Customs Union) は、商品が関税同盟の基準に従っていることを証明する公的な書類である。証明を得るためのスキームは従来の GOST-R と Technical Regulation のシステムと同様で、次の三つのスキームがある：

- スキーム 1c：大量生産時の適合認証
- スキーム 3c：バッチごとの適合認証
- スキーム 4c：商品ごとの適合認証

関税同盟の認証は大量生産の場合には 5 年まで有効である。認証の有効期間が 1 年以上の場合には、一年に一回以上の検査が入る。

EAC マークの導入により、経過措置として、GOST-R 認証により流通している商品には次のようなルールが導入された：

- 2011 年 9 月 2 日 (関税同盟基準の発効日) 以前に作られた商品については、有効な GOST-R 基準が有効である期間については、従来通り GOST-R 認証マーが使える。
- 2011 年 9 月 2 日から 2013 年 2 月 15 日までに発行された GOST-R は 2015 年 3 月 15 日まで有効。

関税同盟の適合証明（Certificate）を入手するためには、必要書類を揃えて、定められた試験機関に商品に関する書類やサンプルを送付し、商品が関税同盟委員会または関税同盟諸国によって定められた規格に合致しているか否か検査を受ける必要がある。必要書類の中には、申請者の責任によって作成される適合宣言（Declaration）が含まれる。検査の結果、商品が規格に合致した場合には、適合証明書（Certificate）が発行され市場に流通させることができる。

GOST-R が適用されていたときには、強制認証の他に、自主認証システムが存在しており、強制認証が必要とされる品目以外でも、顧客の要請に応じて自主的に認証を取得することが行われていた。新しい EAC マークによる認証システムでは自主認証のスキームは行われていない。

II-1(3) 現地インポーターの現状について

ロシア・ウクライナの食品動向や小売店一覧は JETRO のウェブサイト¹³で確認することが可能である。ロシアでは輸入者の衰退が激しいのが特徴である。JETRO では全世界から食品のバイヤーを日本に集め、毎年 8 月に定期的に大阪にてアグリフード、幕張メッセにて Foodex を開催しており、ロシアからも輸入者が参加している。本調査団がロシアでの大手輸入者 JFC EURASIA¹⁴から聞き取ったところ、日本食レストランが減少傾向にあることから、日本からの食材輸入を減少させているとのことであった。現在の仕入れ先を日本から欧米にシフトしており、日本からの輸入の規模は毎月コンテナ1本程度とのことであった。日本から輸入する主な食品は、主に、日本人シェフのいるレストランからの注文品で、欧州で調達できないポン酢やウナギのたれ、だしの素、豆腐などである。最近の動向では、ルーブル安の影響から、日本からの輸入が減少傾向である。

II-2 流通・販路拡大に関する現状と手続き

II-2(1) 主要な小売・卸業者等、業界構造と流通ルートについて

・小売業者

ロシアで日本食品を取り扱っているのは、スーパーマーケットのチェーンと日本食品専門店である。モスクワには日本食品専門店があるが、それ以外の主要都市（サンクトペテルブルグなど）には日本食材専門店はなく、スーパーマーケットが日本食品を販売している。モスクワの日本食材専門店で販売されている代表的な日本食品は、寿司関連商品（米、海苔、酢、醤油、ガリ、わさび等）で、その他は、即席めん、即席みそ汁、味噌、乾めん（そば、そうめん）、冷凍魚介類、水産加工品、ソース・ドレッシング類、スナック・菓子類、

¹³ www.jetro.go.jp/world/russia_cis/ru/foods/data/201005_01.pdf など

¹⁴ かつての大口輸入者である AZUMA HOLDINGS とは契約関係にあり、米などは AZUMA HOLDINGS の商標を使用している。

日本酒、焼酎、ウイスキー、インスタントコーヒー、日本茶、缶コーヒー、機能性飲料（「ウコンの力」、「アセロラ」等）などである。

「NIPPON」は、2012年開業の日本食品専門店である。運営しているのは、輸入者兼小売業者の「IP FADEEVA」で、個人企業主の形態をとっている。日本のパートナーは「ITS NIPPON」社で、同社が日本から食品を輸出している。今後は日本食品の卸先も拡張していく予定だという。

「AZBUKA VKUSA」は、大手のスーパーチェーンで、モスクワ州、モスクワ市内に50店舗を運営している。同店は、以前日本産生鮮果実・野菜を販売していたが、日本からの流通が途絶えて現在は販売していない。大部分の店舗に日本食品コーナーがある。また牛肉も販売している。和牛は2000年より輸入禁止措置が取られているため、オーストラリア産の和牛を扱ってきた。和牛の輸入禁止は最近解除されたが、和牛はまだ見られなかった。



AZBUKA VKUSA 店内の様子



販売されている日本の調味料

・輸入者、卸売業者

日本産品にかかる業界構造は、①輸入者兼卸売業者から小売りチェーンへ流れるパターンと、②輸入業者からホテル、レストラン、カフェ等に販売網をもっている卸売業者へ流れるパターンの、大きく2つに分けられる。輸入業者の中には、コンテナ便により日本から食品を輸入している会社と、航空便で仕入れる会社、コンテナを入れる輸入業者に混載を依頼して商品を買付ける会社などがある。大手輸入業者には上記「JFC EURASIA」のほか「KONUS PLUS」がある。「KONUS PLUS」は、中級日本食レストランチェーン「YAKITORIYA」を展開する「VESTA TESNTR INTERNATIONAL」の傘下にある日本食品大手輸入業者で、伊藤忠商事と取引を行っている。

II-2(2) 流通マージン等の商習慣について

流通マージン等の商習慣に関する情報が収集しづらいという制約がある中、本調査団がJETRO モスクワ事務所に聞き取り調査を行ったところ、小売店はマージンが高く、マージンの支払いは複雑なシステム（Listing Fee、導入料、棚代という名目で徴収されることが多

い) となっており、支払回数も一回の支払いではなく定期的に費用が発生するシステムになっている。しかし、マージンは力関係によって決まることが多く、たとえば、AZBUKA VKUSA は関心があれば棚代を取らないという（商品による）。マージンについての交渉力を上げるためには、商品の競争力を高める必要がある。売れる商品であればマージンは下がる傾向にある。

マージン以外の商習慣の特徴としては、モスクワでは小売店による買い取り制になっていないことがあげられる。売れ残ったものは輸入者が引き取ることになる。すなわち、輸入者がリスクを負うということである。あるいは、輸入者が店舗を借りて商品を置かせてもらっているともいえる。

II-2-(3) 低温物流、冷凍物流の現状について

低温物流、冷凍物流については、どこまで低温にするかが問題であり、ロシア国内で工場から商店へ配送するためのコールドチェーンは整備されている。食料品の物流は特殊であり、取扱業者は数社に限定される。生鮮品はもっぱら保冷コンテナで輸送され、保冷コンテナは電源さえ確保できればどこでも利用可能である。鉄道では電源が確保されないことから保冷ワゴンと呼ばれる保冷設備を整えた専用の貨車（冷蔵車）が使用される。船やトラックの場合は電源の確保に問題はなく、発電機を備えた保冷コンテナもある。このことから、日本とロシアの間の冷蔵輸送・冷凍輸送は技術的に可能であると結論づけることができる。

II-3 拠点設立に関する現状と手続き

II-3-(1) 外資に対する投資規制について

ロシアでは、国内外国企業を問わず、軍需工業や原子力産業等といった戦略的産業は、私有化が禁止・制限されている。特に、特定産業（軍需工業、旅客航空業、保険業、地下資源の開発など）は外国企業による事業が禁止されており、私有化への参加、外資の出資比率、役員等の国籍要件等に制限がある。

外国投資について、1999年7月9日付連邦法160-FZ号「ロシア連邦における外国投資について（外国投資法）」第4条第1項では、外国投資家には、国内企業に対して与えられている待遇より不利でない待遇を許与しなければならないとされているが、同4条第2項では、憲法体制の基礎、公序良俗、国民の健康、第三者の権利および合法的な利益の擁護、国防と国家の安全に必要な程度に限り、別途連邦法で規定を設けることができるとしている。

II-3-(2) 登録申請手続きについて

ロシアで設立可能な拠点の形態は、現地法人（有限責任会社など）、支店および駐在員事務

所の3種類である。形態別の比較一覧は以下のとおりである。

	現地法人（有限責任会社の場合）	支店	駐在員事務所
法人格	有する	有しない	有しない
活動範囲	原則として定款に定めた範囲であれば親会社で行わない業務についても実施可能。	原則として本店の定款に定めた業務範囲に限られる。営業活動は認められる。	原則として本社の補助的・準備的活動に限られる。営業活動は原則として認められない。
登録申請先	連邦税務局に対して申請を行い、連邦税務局は会社の設立登記および税務登録を行う。	認証及び設立登記は国家登記局で実施される。その後税務署にて税務登録が行われる。	認証機関はロシア連邦商工会議所か国家登記局となるが、設立登記は国家登記局で実施される。その後税務署にて税務登録が行われる。
更新期間	なし。	最大5年	最大3年
出資手続	あり。	なし。	なし。
会計基準	ロシア会計基準の適用が必要。	ロシア会計基準の適用は不要。	ロシア会計基準の適用は不要。
会計監査	基準を満たせば必要。	不要。	不要。
外為規制	ロシア居住者として認定。	ロシア非居住者として認定。	ロシア非居住者として認定。
自社輸入	問題なく可能。	原則として自社販売目的の輸入は可能。	販売目的の輸入は不可能。
本社の責任	出資額を限度とする有限責任。	支店の活動に対し全責任を負う。	駐在員事務所の活動に対し全責任を負う。
駐在員ビザ	労働ビザを取得。高度な専門ビザを対象。	外国人ビザを取得。高度な専門家ビザを対象。	外国人ビザを取得。高度な専門家ビザ対象外。

II-4 ロシアにおける食品に関する購買行動

II-4 (1) 食文化、食品購買状況について

調査会社「Romir」がロシアの人口10万人以上の都市に住む年齢18～50歳の人々1,000人

を対象に実施した「職場での間食および昼食に関するアンケート」調査（2012年9月）によれば、昼食に費やす金額は、平均142ルーブル（約270円、2015年3月20日現在。以下おなじ。）となっている。また、昼食費を節約するために、アンケート回答者の約半数にあたる44%の回答者が、「職場に弁当を持参している」と回答している。主に女性と高年齢層にその傾向が強い。一方、働き盛りの男性は「職場の近くで昼食を購入する」との回答が多かった。男女別でみると、男性はサンドイッチや即席食品、半加工品を好んでいるが、女性は自分のスタイルを気にする傾向が強く、健康的なフルーツやヨーグルト、カッテージチーズ（トゥヴァログ）を好む、というアンケート結果が出ている。「Romir」社のアンケート結果では、10人中9人が職場でパン類やスイーツなど甘味類をとっており、1日に平均で111ルーブル（約210円）ほど費やしているという。「Romir」社は1年前にも同様のアンケートを実施したが、人気の高かった間食の品目は、2012年も変わらず、回答者の半数が「クッキー類」、「ケーキ類」、「プーラチキ（コッペパン）」などと答えている。その次に人気の高い品目は、ヨーグルト、カッテージチーズ（トゥヴァログ）、甘味類、チョコレートとなっている。

上記調査結果をふまえながら、本調査団が Romir に聞き取り調査を行ったところ、2008年-2009年の経済危機以降、給与額が上昇しておらず、2015年は給与減額者が増える見通し。こうした影響から、食品に費やす金額を減らす傾向が見える。2014年4月以降の消費者傾向として、貯金しない人が減少し、より安い金額の商品を求める人が増加している。一方で、消費者の食品の質に関する関心は高まってきており、テレビ等による公告が消費者の購買行動に及ぼす影響が増えてきているとのことだった。

II-4 (2) 日本産品に対する意識等について

JETRO が2014年12月に実施した「日本食品に対する海外消費者アンケート調査 ―モスクワ編―」によると、日本料理はイタリア料理に次ぐ人気を博しており、ロシアでは日本料理について好意的な意識を持たれていることがうかがえる。日本料理が好まれる理由は、「味の良さ」、「健康に配慮」、「安全性の高さ」の順に挙げられており、これら3要素を重視する傾向が分かる。好きな日本料理としては、約半数が「寿司・刺身」を挙げるなど圧倒的であり、「焼き鳥」と「ラーメン」が続いている。日本料理を含めた日本産品については、上記のように好意的なイメージが持たれているが、同調査結果からは、いくつかの課題も指摘されている。主な指摘事項は、「販売場所が限られている・わからない」、「価格が高い」、「安全性に不安がある」である。

上記調査結果をふまえながら、本調査団は現地調査期間中にモスクワ及びその近郊に在住の10代から50代のロシア人男女57人に対して、日本食材・食品・調味料（日本食材等）についてアンケート調査を行った。アンケート調査は、フェイスブックを用いて、調査団

が現地のコンサルタントと相談の上選んだ日本の料理、食材等について次の 4 つの質問について Yes か No で答える形で行った。

問 1 の日本食材等を知っているかとの問いに対して、全員が「寿司」を知っていると回答し、関心の高さがうかがえた。認知度の高いもの（約 90%以上の認知度）は、「わさび（96%）」、「醤油（93%）」、「しょうが（がり）（89%）」、「米（日本米）（89%）」、「酒（88%）」であった。寿司関連のものが認知されていることが分かる。

問 2 として、これら日本食材等を知っていて、食べたことがあるかとの問いに対して、食べたことがあると回答した割合を見てみると、上記 6 品目（「寿司」、「わさび」、「醤油」、「しょうが」、「米」、「酒」）のほとんどが 90%以上食べたことがあった一方で、「酒」だけが 66%しか食べたことがないのは特徴的であった。

問 3 として、食べた結果気に入ったかとの問いに対して、気に入ったと回答した割合を見てみると、ほとんどが 80%以上の高い割合を示した一方で、やはり「酒」だけが 63%しか気に入らなかった点は特筆すべきであろう。

問 4 として、また食べてみたいかとの問いに対して、「しょうが（がり）」と「米」が全員がまた食べたいと回答したのを筆頭に「酒」を含めて 90%以上がまた食べたいと回答したことは、日本食材等はリピーターが多いことをうかがえた。さらに、問 2 で食べたことがあるという答えよりも、また食べてみたいと答えた人の方が多量のもの（すき焼き、和牛、なし、リンゴ、フグ、タラバ蟹）も見られたが、これは、まだ食べたことはないけど食べてみたいということを意味している可能性もあり、ロシア人が日本食についての少なからぬ好奇心を抱いていることを示している。

逆に、認知度が低かった日本食材等を見てみると、「こんにやく（5%）」、「機能性飲料（ウコンの力）（7%）」、「びわ（9%）」の 3 品目が認知度の低い日本食材等であった。「こんにやく」については、知っているとは回答した人に食べたことがある人がおらず、関心が低いことがうかがえる。

なお、日本食レストランで良く使用されているにもかかわらず、「ポン酢」の認知度が 12%だった点は、ポン酢を使った日本食が外食のみで、ロシア人家庭では食されていないことがうかがえた。

アンケートの集計結果を以下に示す。

ロシア人57人に聞いた結果 (%)

	問 1: 知っている	問 2: 食べたことがある	問 3: 気に入った	問 4: また食べたい
1. 料理				
すし	100.0	91.2	75.4	71.9
さしみ	71.9	43.9	36.8	35.1
てんぷら	71.9	52.6	47.4	47.4
しゃぶしゃぶ	38.6	28.1	28.1	28.1
すき焼き	50.9	38.6	38.6	40.4
お好み焼き	52.6	40.4	35.1	35.1
おでん	14.0	5.3	5.3	5.3
ラーメン	80.7	56.1	56.1	56.1
即席ラーメン	84.2	77.2	54.4	47.4
そば	68.4	56.1	52.6	52.6
うどん	61.4	47.4	47.4	45.6
ソーマン	70.2	61.4	49.1	49.1
焼き鳥	59.6	38.6	35.1	35.1
納豆	21.1	8.8	3.5	5.3
焼きそば	35.1	15.8	15.8	15.8
ウナギのかば焼き	47.4	31.6	28.1	24.6
おにぎり	64.9	29.8	26.3	26.3
ふりかけ	10.5	8.8	8.8	8.8
2. 食品				
酒	87.7	57.9	36.8	33.3
梅酒	63.2	47.4	33.3	29.8
焼酎	10.5	7.0	5.3	5.3
ウイスキー	22.8	14.0	7.0	7.0
しょうが(がり)	89.5	80.7	70.2	70.2
インスタントコーヒー	75.4	64.9	40.4	40.4
清涼飲料水	22.8	15.8	15.8	14.0
機能性飲料(ウコンの力)	7.0	3.5	1.8	1.8
日本茶	86.0	80.7	71.9	70.2
和菓子	50.9	40.4	40.4	40.4

スナック	21.1	10.5	10.5	12.3
3.食材				
のり	84.2	70.2	66.7	66.7
豆腐	77.2	52.6	38.6	38.6
こんにゃく	5.3	0.0	0.0	0.0
和牛	28.1	14.0	14.0	15.8
コメ(日本米)	89.5	80.7	75.4	75.4
鶏肉	84.2	77.2	73.7	73.7
豚肉	80.7	75.4	68.4	68.4
4.調味料				
わさび	96.5	87.7	71.9	70.2
醤油	93.0	89.5	77.2	75.4
ソース	49.1	35.1	26.3	26.3
味噌	59.6	40.4	36.8	33.3
酢	50.9	31.6	26.3	22.8
味の素	35.1	26.3	15.8	12.3
みりん	29.8	15.8	12.3	14.0
カレー	78.9	66.7	52.6	52.6
ポン酢	12.3	8.8	8.8	10.5
ニンニクソース	64.9	45.6	38.6	40.4
マヨネーズ	77.2	64.9	43.9	43.9
天ぷら粉	29.8	15.8	15.8	15.8
5.農水産品				
りんご	29.8	10.5	12.3	12.3
イチゴ	24.6	8.8	10.5	12.3
温州ミカン	24.6	8.8	10.5	12.3
スイカ	29.8	7.0	10.5	10.5
メロン	26.3	7.0	8.8	10.5
かき	64.9	47.4	38.6	42.1
なし	66.7	50.9	50.9	54.4
さくらんぼ	73.7	59.6	57.9	61.4
ぶどう	66.7	50.9	52.6	54.4
ビワ	8.8	1.8	0.0	3.5
長ネギ	64.9	49.1	42.1	42.1
ニンジン	75.4	64.9	63.2	61.4

ジャガイモ	73.7	61.4	59.6	61.4
さといも	29.8	7.0	5.3	5.3
長いも	19.3	5.3	3.5	5.3
まぐろ	80.7	59.6	52.6	52.6
かつお	73.7	56.1	49.1	49.1
いわし	70.2	52.6	42.1	42.1
あわび	33.3	7.0	5.3	7.0
なまこ	49.1	12.3	7.0	8.8
ほたて	63.2	28.1	17.5	19.3
鯉	71.9	36.8	29.8	29.8
フグ	56.1	1.8	1.8	5.3
タラバ蟹	57.9	24.6	22.8	26.3
イセエビ	38.6	5.3	5.3	7.0

このアンケートにより、ロシアでの日本食の認知度はかなり高くなっていることが確認できた。すし等の一部の食品では、「知っている」、「食べたことがある」と答える者の数が非常に多いものもあり、これらの食品はロシア人の食生活の中で一定の位置を占めていると考えられる。一方、「知っている」と「食べたことがある」の間には大きな差がみられるものが多いが、これは、ロシア人の間ではロコミ等により多様な日本食品についての情報は広まっているものの、実際にそれらを食べるチャンスは限られていることを意味している。アンケートではその理由については訪ねていないが、物理的な供給量が少ないこと、あるいは価格が多くロシア人にとっては禁止的な水準になっているからであろうと考えられる。

更に、食べたことのある中でほとんどが気に入った、また食べたいと答えている食品（問2と問3、問4のパーセンテージが同じか近いもの）は、食べた人の全部があるいは殆どがおいしいと感じている日本食品であり、おそらくロシア人のし好に合っているものであると考えられる。そのようなものとして、てんぷら、しゃぶしゃぶ、すきやき、お好み焼き、ラーメン、そば、うどん、やきとり、やきそば、おにぎりがあり、今後の伸びが期待できる食品でもある。

今回のアンケート調査は非常に短い期間で行われ、標本数も少ないが、異なった日本の食品に対するロシア人の好みの傾向がかなり把握できたと考えられる。

添付資料

現地調査（モスクワ）の概要

「食品産業グローバル展開インフラ整備委託事業のうち食品規格等準備調査（ロシア）」の実施のために、平成27年3月10日（火）より13日（金）にかけて、下記のように現地調査を実施した。

月日	時間	訪問場所	面談者
3月10日（火）	12:45	モスクワ着	
	17:00	在ロシア日本国大使館	郡健次参事官
3月11日（水）	11:00	調査会社 ロミール	Anna Sovetova (Project manager) Ksenia Payzanskaya(Account manager/Romir Panel)
	13:00	GOST 販売機関	
	14:00	GOST 管理機関	
	10:00	JETRO モスクワ事務所	島田憲成(Director)
3月12日（木）	13:00	日本食レストラン「いちばんぼし」	岸本秀樹(Brand-chief)
	15:00	高級食品スーパー「Azбука Fkusa」	
	16:00	日本食材店「Nippon」	
	17:00	スーパーマーケット「Sejmoi Kontinent」	
	17:20	スーパーマーケット「Petyorochka」	
	18:00	スーパーマーケット「Metro」	
	3月13日（金）	10:00	郵船ロジスティクス ロシア
11:30		日本食品輸入業者 JFC EURASIA	Vitaly Kubishkin (Head of Horeca Sales Department)
13:00		ロシア連邦消費者の権利擁護・福祉分野監督庁 (Rospotrebnadzor)	Natalia Vadimovna Andriyashna (権利局長) Gennadii Evgenievich Ivanov (衛生管理部門長代理)

			<p>Stepanov Vladimir Sergeevich (放射能衛生管理局長)</p> <p>Merklina Larisa Aleksandrovna (国際協力局学術保障及び国際 事業部門主任専門家)</p>
	18:55	モスクワ発	