

(8) フィリピン Philippines

基礎データ

人口：1億98万人（2015年）
 名目GDP：3,600億米ドル（2019年）
 1人当たり名目GDP：3,294米ドル
 （2019年）
 実質GDP成長率：5.9%（2019年）

日本との関係

日系企業数：1,356社（2018年）
 在留邦人数：16,894人（2018年）
 日本食レストラン数：564店
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

健康ブームの影響で日本食の人気上昇中

A 市場の特性

フィリピンの主食はコメ（長粒種）ですが、人口増加による消費量の増加、経済発展に伴う水田の転用等により1995年からコメを輸入しています。フィリピンの2019年のコメ輸入量は300万トンに達しており、世界最大級のコメ輸入国です。2019年にフィリピン政府はコメの輸入を原則自由化する「改正農業関税法（コメ関税化法）」を施行しましたが、フィリピンの生産者団体は反発しています。

フィリピン特許庁（PSA）によると、2019年1～8月のコメの輸入量は233万トン、うち70%にあたる163万トンをベトナム、14%に当たる32万トンをタイから輸入しています。

なお、日本からのコメの輸出は、フィリピンの輸入額全体の1%未満です。

B 消費の傾向

フィリピン人の基本的な主食は長粒種のインディカ米で、コメに合う濃い味付けのものが好まれます。中国料理、スペイン料理、アメリカ料理の影響を受け、肉や魚の揚げ物を好み、調味料にココナツや酢等を加えて煮込んだもの、炒め物等が多く食されます。

日本産食品は、中・高所得者層向けの手スーパーや日本食材店等を中心に販売されており、日本のメーカーがタイなどで現地生産した食品も販売されています。

近年、フィリピンでは肥満などに起因する生活習慣病が社会問題となっており、健康的な印象のある日本食人気が高まっています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2015	2016	2017
生産量（千トン）	18,150	17,627	19,276
消費量（千トン）	17,370	17,065	18,992
輸出量（千トン）	0.22	0.20	0.32
輸入量（千トン）	1,079	450	841

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	11	17	11
輸出単価（円/kg）	364	412	364

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2016	2017	2018
輸出量（トン）	21	19	23
輸出額（百万円）	24	19	22

コメの主な輸入先国

ベトナム、タイ、インド、中国、台湾、シンガポール、スペイン、アラブ首長国連邦、インドネシア

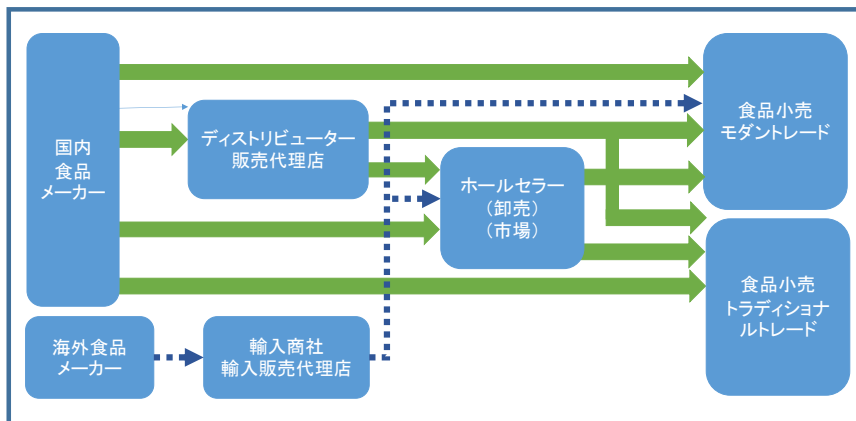
(8) フィリピン Philippines

2 流通チャネルと取引慣行

日本産食品の取り扱いは高級スーパーのみ

A 加工食品の流通経路

フィリピンには、全国をカバーする大規模な食品卸売企業がないため、ディストリビューターかメーカーから小売へ直接配送されます。



(出典) 経済産業省「平成 26 年度商取引適正化・製品安全に係る事業（アジア小売市場の実態調査）」より

B 取引慣行

日本産食品の取り扱いは高級スーパーのみです。なお、フィリピンの小売業・外食産業には外資規制があるため、参入するためには現地企業との合併やフランチャイズ契約が必要です。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ます。

慢性的な交通渋滞により、物流が安定的とはいえません。コールドチェーンは冷凍・冷蔵倉庫は整備が進んでいますが、トラックなど輸送設備の整備が遅れています。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です。

3 関税割当枠と関税

2019 年にコメの関税割当枠を撤廃し自由化へ

関税割当枠 これまでコメは「ミニマム・アクセス・ボリューム (MAV)」と呼ばれる関税割当制度の対象でしたが、フィリピン政府は 2019 年 2 月 14 日に「改正農業関税法 (コメ関税化法)」を發布し、コメの輸入数量制限を撤廃しました。なお、コメ加工品に関税割当枠はありません。

関税 コメの輸入については、2019 年にコメの輸入数量制限を撤廃する「改正農業関税法 (コメ関税化法)」が施行されたことから、植物検疫証明書とフィリピン農業省が発行する輸入許可証 (SPS-IC) を取得の上、35%の関税を支払えば、自由に輸入できるようになりました。

包装米飯の輸入関税率 (HS コード : 1904.90.10)

- ・ JPEPA (日本・フィリピン経済連携協定) 適用率 (2018 年以降) : 0%
- ・ AJCEP (日本・ASEAN 包括的経済連携協定) 適用率 (2018 年以降) : 0%
- ・ MFN 税率 (2017~2020 年) : 15%

米菓の輸入関税率 (HS コード : 1905.90.80)

- ・ JPEPA (日本・フィリピン経済連携協定) 適用率 (2018 年以降) : 0%
- ・ AJCEP (日本・ASEAN 包括的経済連携協定) 適用率 (2018 年以降) : 0%
- ・ MFN 税率 (2017~2020 年) : 7%

なお、日本・フィリピン経済連携協定 (JPEPA)、日本・ASEAN 包括的経済連携協定 (AJCEP) を適応するためには日本商工会議所が発行する特定原産地証明書の取得が必要です。

(8) フィリピン Philippines

4 検疫制度と食品規制

コメの輸出には日本の植物検疫証明書とフィリピン政府発行の輸入許可証が必要

A 検疫制度

精米・玄米を輸出するためには、日本の植物検疫証明書と、フィリピンの農業省が発行する輸入許可証が必要です。なお、輸入許可証取得の際に、以下の例のような要件が示されますので、その要件を満たさなければなりません。

(検疫の要件の例)

精米をホスフィン 2 g/m³ で 120 時間、または 9 g/m³ で 72 時間 28℃、もしくは植物防疫機関 (NPPO) が認めるくん蒸方法でくん蒸した上で、当該くん蒸方法を植物検疫証明書に記載すること。

(その他の要件)

- ① 非遺伝子組換え (GM) である旨の証明書を添付すること。
- ② ヒ素、鉛、カドミウムなどの重金属検査を行った上で、重金属検査証明書を添付すること。
- ③ 衛生植物検疫輸入許可証 (SPS-IC) 及び植物検疫手続 (PQC) 番号は、添付する植物検疫証明書に記載すること。

また、輸入に際して、輸入許可書 (SPSIC) に規定された日付以内に原産国から輸出され、必須輸出日から 60 日以内に到着することが求められます。

なお、加工食品の輸入・流通・販売、もしくはフィリピン国内での再包装には、フィリピンの食品医薬品局 (FDA) から営業許可 (License to Operate: LTO) と製品登録証明 (Certificate of Product Registration: CPR) の発行を受ける必要があります。

B 食品規制

製品表示の内容

食品のラベル表示について、表示が義務付けられている情報は以下のとおりです。英語またはフィリピン語の表記が義務付けられています。

- a. 商品名
- b. ブランド名、トレードマーク (ある場合のみ)
- c. 原料成分 (含有量の多い順)
- d. 正味量および固形量
- e. 輸入者の会社名、住所および原産地
外国ブランドの製品については、当該製品を製造する外国企業の名称および住所を、(ローカル企業名が記載される場合) ローカル企業のものよりも小さな文字で記載する必要があります。
- f. ロット識別番号
- g. 保存方法
- h. 消費期限
- i. アレルギー表示 (※)
・ 甲殻類および当該製品
・ 卵および当該製品
・ 魚および当該製品

- ・ ピーナツ、大豆および当該製品
- ・ 牛乳および当該製品 (ラクトースを含む)
- ・ 木の実および当該製品
- ・ 濃度 10mg/kg 以上の亜硫酸塩
- j. 当該商品の正しい使い方 (食べ方)
- k. 栄養成分表示 (エネルギー、タンパク質、炭水化物 (食物繊維と糖類を含む)、脂質 (飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、コレステロールを含む)、ナトリウムを表形式で表示)
- l. 添加物に関する表示
※ グルテンを含む穀物 (小麦、ライ麦、大麦、オート麦、スペルト小麦、当該穀物混成成分およびこれらを含む製品)

なお、レストランやケータリング (機内食等) 用に使用されるもの、フィリピン国内で加工・再包装するもの、パッケージの表面が 10 cm² 以下のものについては表示義務が免除されます。

残留農薬基準

コメの残留農薬については、フィリピンの農水産基準局 (BAFS) のウェブサイト上に基準値が公開されています。

なお、加工食品の残留農薬を定めた規制制度はありません。フィリピン食品医薬品管理局 (FDA) では「製品登録証明 (CPR)」の申請手続きにおいて、原産国が発行する自由販売証明 (CFS) などの提出を義務付けており、これによって該当輸入食品には残留農薬などの問題がないという証明がなされているとみなし、特にフィリピン側で厳しい残留農薬規制を課す必要はないと考えています。

原産国関連輸入規制

すべての対象品目において規制は撤廃されています。

(8) フィリピン Philippines

5 小売店の店頭価格

フィリピン産米のキロ単価は、日本産の約半額

A コメの販売価格

フィリピンでは、日本産だけではなく、フィリピン産のジャポニカ米も販売されています。販売単価については、多くの日本産米はフィリピン産米の約1.5~2倍ほどの価格で販売されています。他の東南アジアの国と比較して、フィリピン産のジャポニカ米は、日本語名よりも英語名が付けられることが多いようです。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (PHP)	円換算*
Mrs. Lam 日本コシヒカン (※誤字ではなく実際の商品名)	フィリピン	5kg	595	1,327
Harvester's GOLD Premium Sticky Rice	フィリピン	10kg	833	1,858
Bios Dynamis Black Rice	フィリピン	1kg	149	332
あきたこまち	日本	5kg	1,010	2,252
Mt. Fuji こしひかり	フィリピン	5kg	887	1,978
Dona Maria JAPONICA	フィリピン	2kg	241	537

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (PHP)	円換算*
Uncle ben's Ready Rice Spanish Style	米国	250g	172	384
Uncle ben's Long Grain and wild rice	米国	122g	78.5	175
テーブルマーク たきたてご飯	日本	540g	254	566

B 包装米飯の販売価格

包装米飯は、日本産米の他に米国産米も販売されています。販売単価は、米国産米が1.5円/g前後となっており、日本産米よりも若干高めの値段設定となっています。

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (PHP)	円換算*
亀田製菓 柿の種	日本	210g (6袋)	189	384
亀田製菓 海苔ピーバック	日本	89g (4袋)	180	401
亀田製菓 サラダうす塩	日本	93g	97.5	217
Lean Beef Mince	日本	155g	209	466
ブルボン 味ごのみ	日本	135g	209.5	467
天乃屋 歌舞伎揚げ	日本	11枚	188	419
三幸製菓 おかき餅	日本	12枚	120	268

※2019年4月為替レート: 1PHP= 2.23円

C 米菓の販売価格

米菓は、様々な種類の日本産の商品が販売されています。

(8) フィリピン Philippines

6 インターネット販売の実態

拡大するフィリピンのインターネット販売市場

フィリピンにおけるインターネットを活用した小売は、2018年で前年比20.9%成長、市場規模は約550億ペソと推定され、2023年までに約1,253億ペソ規模に拡大することが予測されています。

フィリピンの越境ECにおいて、外資100%企業が小売業に参入するには、最低払込資本金250万ドル以上などの要件が課されますが、個人による小口貨物輸入の免税範囲は約200ドルです（関税法第423項）。しかし、関税や付加価値税（VAT/GST）などの越境ECに係る税制も整備が進んでおらず、フィリピンの税務当局は規制やルール整備を急いでいます。

日本からフィリピンの越境ECへの出店

現地法人登記をせずに日本から直接越境セラーとしてフィリピンの主要ECサイトに出店できるのはLazadaのみで、他の主要ECサイトは日本からの越境ECサービスがまだありません（2019年末時点）。なお、Lazadaに日本企業が越境セラーとして出店する場合も、上述のような課題も多いため、直接出店するだけでなく、現地のディストリビューターを介して複数のECサイトで販売するオプションも候補として考えられます。

主要 EC サイト	a. Lazada	http://www.lazada.com.ph/
	b. Shopee	https://shopee.ph/
	c. Carousell	https://www.carousell.ph/
	d. eBay Philippines	https://www.ebay.ph/
	e. Galleon.ph	https://www.galleon.ph/

7 輸出拡大に向けて

フィリピンへの輸出については、マニラなどの主要都市を中心として、日本からの距離の近さを活かし、富裕層向け・中間所得層向けに様々な品目で輸出を拡大することが可能と考えられます。なお、フィリピンは日本文化の浸透度が他のアジア諸国と比べて低く、味覚・味付けも独特であることから、若い年齢層を中心に日本食・日本食材の紹介等を進める必要があります。

そのため、まずはフィリピンのマーケットニーズを分析し、価格差の評価を得られるような付加価値化や商品設計をする必要があります。現地のニーズを的確に把握することで、日本産米の品質の良さ、他国産との違いについての理解を浸透させるためのPRを効果的に実施していくことができると考えられます。