



**令和4年度輸出環境整備推進委託事業（農林水産物・食品の輸出拡大に
資する輸出環境実態調査等事業（アフリカ地域））**

調査結果報告

有限責任監査法人トーマツ

2023年3月20日

発表内容

本日は、以下の通り発表いたします

1. 調査概要

- 調査の背景と目的
- 調査の方針
- 実施方法

2. 調査結果

エジプト

- 現地基礎環境の分析とターゲットの選定
- ターゲットごとの食文化の変化と日本食材へのニーズ可能性
- 日本食材の輸出・販売施策の検討

ナイジェリア

- 現地基礎環境の分析とターゲットの選定
- ターゲットごとの食文化の変化と日本食材へのニーズ可能性
- 日本食材の輸出・販売施策の検討

3. アフリカ全地域への 輸出拡大に向けた戦略案の 検討

- アフリカ地域に対する輸出可能性のある食品の検討
- 輸出戦略の方向性
- 輸出拡大実行戦略案

1. 調査概要

本事業は、今後拡大することが見込まれるアフリカ市場に対し農林水産物・食品の輸出を拡大するためのデータを収集し、戦略を提案することを目的とする

調査の背景と目的

背景

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」の改定

- これまでの国内市場のみに依存する農林水産業・食品産業の構造を、成長する海外市場で稼ぐ方向に転換することの重要性を踏まえ「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」が改定された（令和4年12月）
- 輸出重点品目29品（日本に強みがあり、輸出拡大の余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的であるもの）あり、品目ごとに輸出拡大を重点的に目指すターゲット国が決まっている

アフリカ地域に対する農林水産物・食品輸出拡大の検討

- アフリカはターゲット国に含まれていないが、人口増加により世界最大の消費市場となること、所得向上により健康志向や味の嗜好の多様化が進むこと等から、量と質で市場創出が見込まれる
- 日本政府としても、新たな海外市場において、日本の農産物・食品等の流通拡大やシェア確立のために、企業支援や現地の取引環境整備を強化することが重要と認識されている

課題

我が国の対アフリカ農林水産物・食品輸出額は伸び悩んでいる状況

- 対アフリカ農林水産物・食品輸出額は小規模にとどまり、2018年をピークに落ち込んでいる（2021年では150億円程度）

アフリカ市場における様々な障壁

- 日本から遠隔地であること、実行関税率の高さ、ビジネス容易度の低さ、食品の流通や貯蔵等が挙げられる



本事業の目的

今後のアフリカへの輸出拡大に資するデータの収集及び戦略の提案

- 新型コロナウイルス感染症により変化した、流通体制、消費動向、食習慣等の現状について調査する
- アフリカ全地域への輸出拡大に向けた戦略の提案を行う

令和4年12月改定の「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」では、輸出額目標を達成するため、成長する海外市場で稼ぐ方向に転換することの重要性等が謳われている

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」の概要

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」

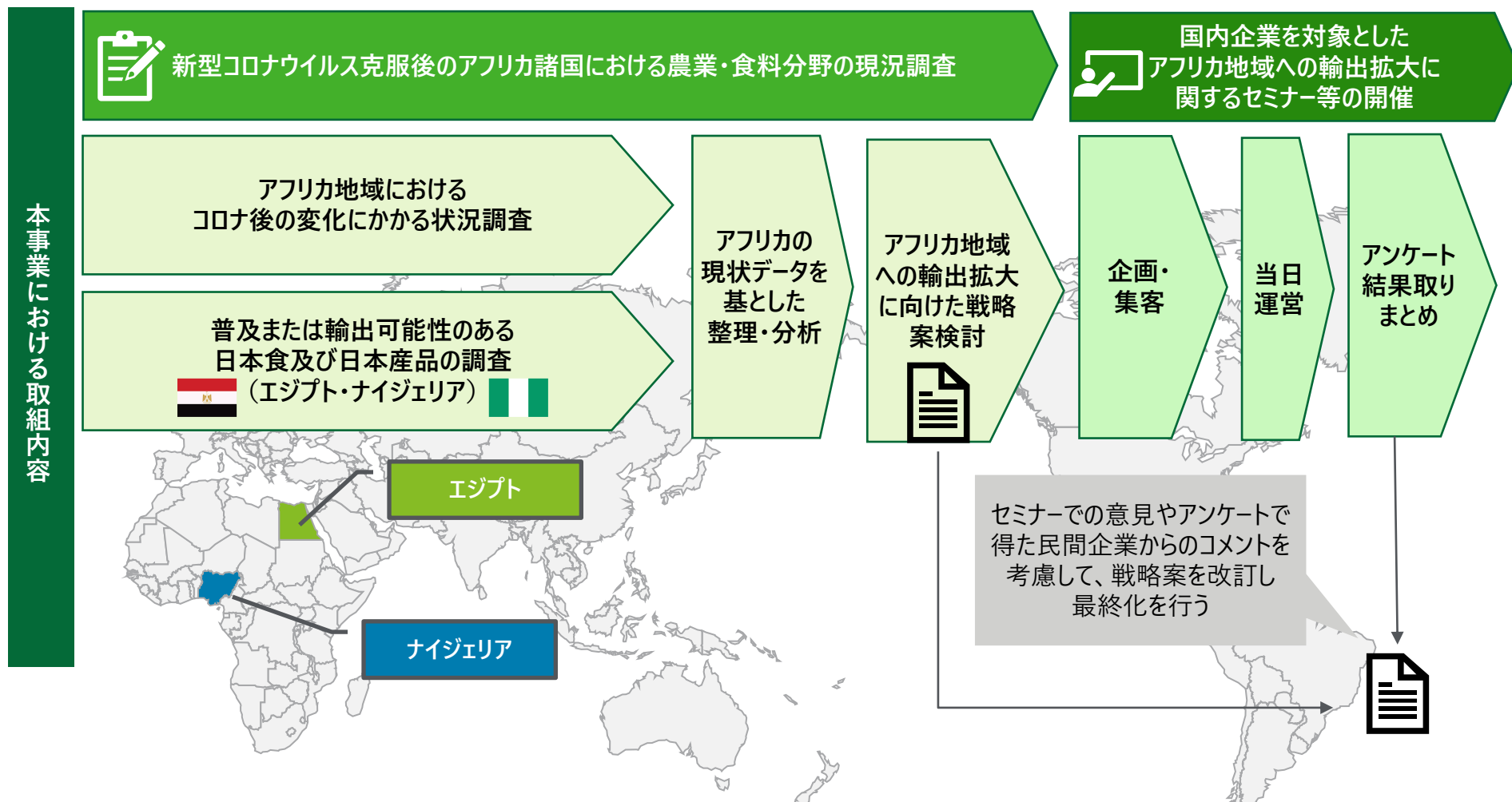
目的	政府の輸出額目標である、2025年に2兆円、2030年に5兆円を達成する
経緯	- 令和2年11月：「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」において取り纏めた - 令和3年12月：改訂 - 令和4年5月：改訂 - 令和4年12月：改訂
概要	2025年2兆円・2030年5兆円目標の達成には、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産・販売する（＝「マーケットイン」）体制整備が不可欠 3つの基本的考え方に基づいた政策の立案・実行 ① 日本の強みを最大限に発揮すること ② マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者を後押しすること ③ 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服すること

重点輸出品目

#	品目名
1	牛肉
2	豚肉
3	鶏肉
4	鶏卵
5	牛乳・乳製品
6	果樹（りんご）
7	果樹（ぶどう）
8	果樹（もも）
9	果樹（かんきつ）
10	果樹（かき・かき加工品）
11	野菜（いちご）
12	野菜（かんしょ等）
13	切り花
14	茶
15	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品
16	製材
17	合板
18	ぶり
19	たい
20	ホタテ貝
21	真珠
22	錦鯉
23	清涼飲料水
24	菓子
25	ソース混合調味料
26	味噌・醤油
27	清酒（日本酒）
28	ウイスキー
29	本格焼酎・泡盛

エジプト及びナイジェリアを中心としたアフリカ地域に対し、普及または輸出拡大可能性のある日本食及び日本産品を把握した上、中長期的に取るべき戦略を検討した

調査の実施方針



エジプト・ナイジェリアの調査においては、富裕層および中間層をターゲットとする仮説の下、ヒアリング調査を実施した

調査アプローチ案と調査項目の全体像（エジプト・ナイジェリア）

仮説を軸とした調査のアプローチ		現地基礎環境の分析とターゲットの選定	ターゲットごとの食文化の変化と日本食材へのニーズ可能性	日本食材の輸出・販売施策の検討
		日本食材の最終消費者のターゲット選定を行うための仮説 - エジプト、ナイジェリアの人口推移および、個人所得の増加により、食事への支出額が増加する - エジプト、ナイジェリアの富裕層・中間層はその他の層と比べて食事に対する支出額が多く、今後も増加が見込める - 中間未満の層は食事に対する支出が限られており、富裕層、中間層ほどの増加が見込めない	ターゲット層の食文化の変化から日本食材へのニーズ可能性を探るための仮説 - ターゲット層は伝統的なエジプト、ナイジェリア料理に加えて、外国料理（イタリア料理、中華料理、日本料理など）を食べる - 外国料理レストランでは現地食材で代替不可能な輸入食材を利用する - ターゲット層は食材を購入する際、またはレストランなどでメニューを注文する際、商品の品質や安全性の高いものを選ぶ、また、調理時間が短縮できる食材も好まれる	ニーズ可能性を持つ日本食材を現地へ輸出・販売するための仮説 - 最終消費者へ届けるために日本食材を仕入れるのは現地の商社、大手卸売業者、大手小売業者等である - 食材を仕入れる際には市場ニーズに合わせて他国の食材と比較したうえで品質、価格、納期に優位性があれば日本食材を選択する - 現地での食材輸入手続きは貿易政府機関が所掌しており、食材ごとに異なる手続きや貿易上の課題と対策がある
調査内容の全体像	調査先	- 公開文献 - 現地協力者	- 最終消費者（富裕層、中間層） - 飲食店、小売店	- 商社、大手卸売業者、大手小売業者 - 貿易政府機関
	調査手法	- デスクトップ調査 - インタビュー	- アンケート - インタビュー	- アンケート - インタビュー
	調査項目	- 人口動態統計、推計 - 所得レベルごとの人口分布、栄養摂取状況 - 富裕層・中間層（富裕層を年間所得2万ドル以上、中間層を2万ドル～5千ドルと定義）の食事に対する支出額と増加推移 - 中間層未満（年間所得5千ドル未満）の食事に対する支出額と推移	- 富裕層・中間層の食文化の実態を把握するための、市場構造と最終消費者の定性的なニーズ - 何を食べるのか、どこで食べるのか、何を用意するか(食材)、どこで購入するか、どの頻度で食べるか、何を意識して選ぶか - 日本食のニーズはあるか、どの食材、製品か	販売先のニーズを把握するための、輸出可能性が高い日本食材に対するニーズ（ニーズ有無、想定される取引量、購入価格帯、販売先）、競合品（国、商品名、取り扱い量や価格）や輸入する際の課題

アフリカ地域への輸出拡大に向けた第1ステップとして、エジプト、ナイジェリア及び近隣国（アルジェリア、モロッコ、ガーナ）をターゲットと想定した戦略を検討した

戦略案におけるターゲット国の設定手法

ターゲット国の想定

- ✓ CAGE分析を活用し、ナイジェリア及びエジプトと文化的な類似が見られる国をターゲット国として選定する

① 経済共同体での絞り込み

- ✓ ナイジェリア及びエジプトと地域且つ同じ経済共同体に属する国をピックアップ

② 経済レベルでのスクリーニング

- ✓ 各地域のうち、名目GDPの上位3カ国を抽出

③ 文化的な要素を比較しターゲット国の選定

- ✓ ナイジェリア及びエジプトと文化的な隔たりが少ないと思われる、**ガーナ、アルジェリア、モロッコ**をターゲット国として選定

1

	加盟する経済共同体	①及び②を満たす国
ナイジェリア	①西アフリカ諸国経済共同体 (ECOWAS) ②サヘル・サハラ諸国国家共同体	ベナン、ブルキナファソ、カーボベルデ、コートジボワール、ガンビア、ガーナ、ギニア、ギニアビサウ、リベリア、マリ、ニジェール、ナイジェリア、セネガル、シエラレオネ、トーゴ
エジプト	①東南部アフリカ市場共同体 (COMESA) ②大アラブ自由貿易地域協定	アルジェリア、モロッコ、チュニジア、リビア、エジプト

出所：外務省

2

Rank	国	1人当たりGNI (USD)
1	カーボベルデ	3,330
2	コートジボワール	2,450
3	ガーナ	2,360
4	ナイジェリア	2,100
5	セネガル	1,540

出所：IMF World Economic Outlook database: April 2022

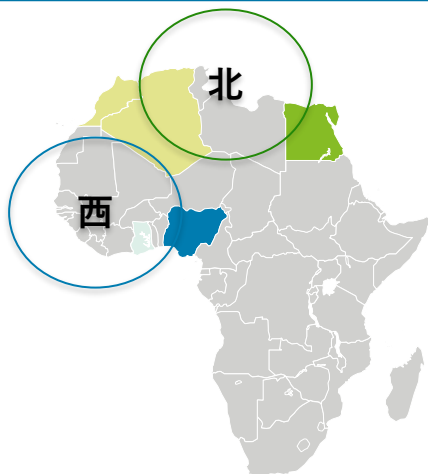
Rank	国	1人当たりGNI (USD)
1	リビア	8,430
2	アルジェリア	3,660
3	チュニジア	3,630
4	エジプト	3,510
5	モロッコ	3,350

3

	公用語	宗教	民族
ナイジェリア	英語	イスラム教、キリスト教、伝統宗教	ハウサ、ヨルバ、イボ等
ガーナ	英語	キリスト教徒、イスラム教、伝統的宗教	アカン、ガ、エベ、タゴン、バマンシ他
コートジボワール	仏語	キリスト教、イスラム教、伝統宗教	アカン系、クル系、ボルタ系、マンデ系

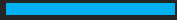
出所：外務省

	公用語	宗教	民族
エジプト (10,261万人)	アラビア語 (英語)	イスラム教、キリスト教	主にアラブ人
アルジェリア (4,446万人)	アラビア語、ベルベル語、仏語	イスラム教	主にアラブ人
モロッコ (3,631万人)	アラビア語、ベルベル語、仏語	イスラム教	主にアラブ人
チュニジア (1,202万人)	アラビア語、仏語	イスラム教	主にアラブ人



2. 調査結果

エジプト



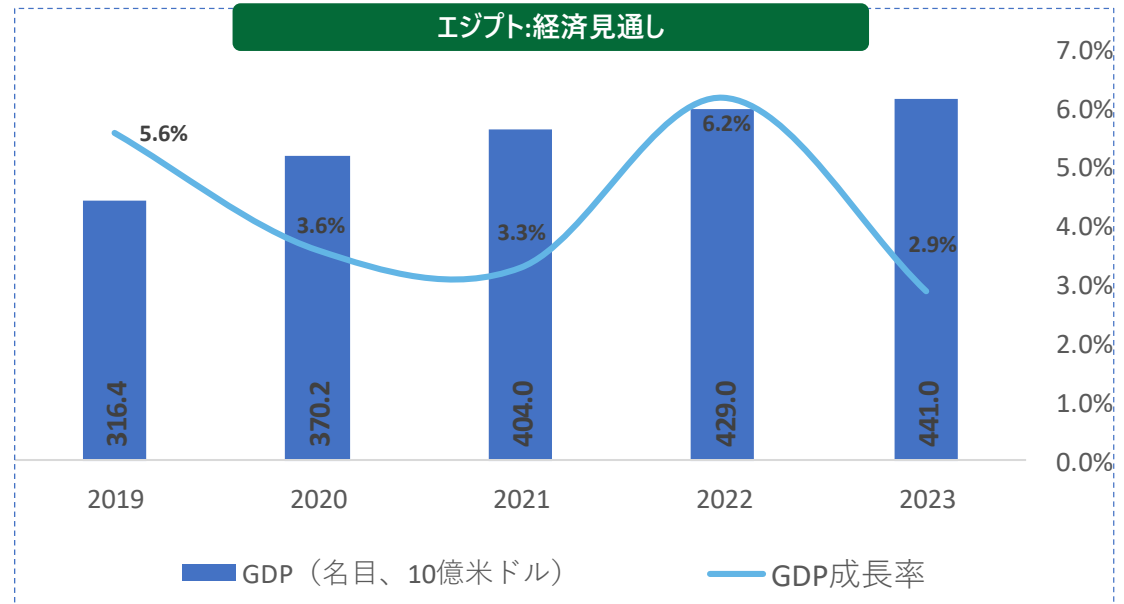
エジプト経済は成長を続けているが、コロナ禍や政治状況による輸出入の停滞やインフレにより鈍化傾向にある

基礎情報、経済概況、人口動態統計や推計

項目	値
人口	1億1100万 (2022) 国民の約9割がイスラム教徒、約1割がコプト教徒（キリスト教）
公用語	アラビア語
実質GDP (USD)	4041億4000万米ドル (2021年)
実質GDP成長率	6.2% (2022)
1人当たりGDP（名目）	13,316米ドル (2021)
CPI/インフレ率	12.5% (2022)
失業率	7.8% (2022)
貧困線以下の人口	27.9% (2022)

他の中東アラブ諸国と比較したエジプトの所得分布

	2021		2026	
	エジプト	中東諸国	エジプト	中東諸国
平均月給 (USD)	398	1,040	496	1,220



- **GDP:**高インフレと国内需要の低下により、2022/23年の実質GDP成長率は大幅に鈍化する見込みである
 - 2021/22年の実質GDP成長率6.2%に続いて、金利の上昇と高インフレが2022/23年の経済の足かせとなり、内需が減少する見込みで、輸出が経済成長の主要な原動力となる
- **家計支出の内、食料、飲料、タバコへの支出は37.1%と、中東・アフリカ平均の27.9%よりはるかに多い**

エジプト・カイロ在住の富裕層23名（10名対面インタビュー、13名Webアンケート）に、食生活や日本食材の感想を聴取した

富裕層インタビュー対象者

インタビュー対象

- 都市部在住の富裕層（年収2万米ドル以上）の23名に、対面インタビュー及びWebアンケートにてヒアリングを実施した
- 23名の内、対面インタビューを行った10名の属性は以下のとおり

外資系大手製薬会社
オペレーションディレクター
35歳、女性

日本食が大好き！
家族で月に2回は寿
司レストランに行っ
て、味噌汁、鶏肉の
照り焼きも好き



ジムの経営者
32歳、男性

新鮮な果物、野菜、
オリーブオイル、ヨー
グルトなど健康的な食
材を多く使うギリシャ
料理が好きだね



旅行代理店の経営者
37歳、女性

昔、日本人の友達が
くれた和菓子がとっ
てもおいしかった、また
抹茶と合わせたい！



医師
48歳、男性

妻（45歳）と娘（18
歳）は、毎日のように
韓国料理に韓国の
ソースを付けて食べ
ているよ



外資系携帯通信会社
オペレーションマネージャー
42歳、女性

以前一度だけ食べた
和牛が柔らかくて美
味しかったから、また
食べてみたい



大学の英語教員
31歳、女性

新しいイタリアンレ
ストランやエジプトレ
ストランを探索するの
が趣味です



医師
35歳、男性

外食はイタリアンかア
ラブ料理が多い。ア
ジア料理は、寿司以
外はどれが日本食か
分からないな



ギャラリーの経営者
38歳、女性

コロナ禍でファース
トフードに行くことが減
って、より健康的な食
材やサプリを取ること
が増えた



キッチン用品店の経営者
38歳、男性

僕の家族はチーズに
は厳しいから、Seoudi
スーパーでしか買わな
いよ



インテリアデザイナー
34歳、女性

毎晩外食していて、
日本食レストランにも
よく行きます。早く日
本で本物を食べたい
！



対面インタビュー対象者10人全員が日本食を食べた経験があり、健康的、軽い、おいしいという印象が多く出された

エジプトにおけるヒアリング結果

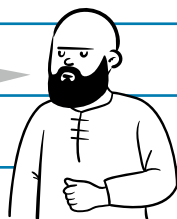
日本食の経験と印象

- 10人全員が日本食を食べた経験があり、その内6人は月1回以上の頻度で食べている。なお、全員が日本食＝寿司と認識していた
- 日本食については全員がおいしい（3名）、健康的（7名）というポジティブな印象を答えているが、価格が高い（2名）、PR不足という指摘もあった

日本食の経験と頻度（各人の回答概要）

高	寿司は大好きで、週に1回位食べる
	とても好きで、寿司、味噌汁、照り焼きを月に2、3回食べる
	寿司は大好きで良く食べる。おやつにつまむこともある。
	寿司は月2、3回食べている
	寿司は月に1、2回は食べ
頻度	寿司は大好きで、月に1、2回は食べる
	独身時代はよく食べたが、子供がいるので今は行かない
	寿司を一度食べたが好きではなかった。日本・韓国・中国料理の見分けがつかないがアジア料理は好きだ
	寿司は生魚が苦手なのでダメだった
低	寿司を一度食べたが好きではなかった

医師
35歳、男性



日本食の印象

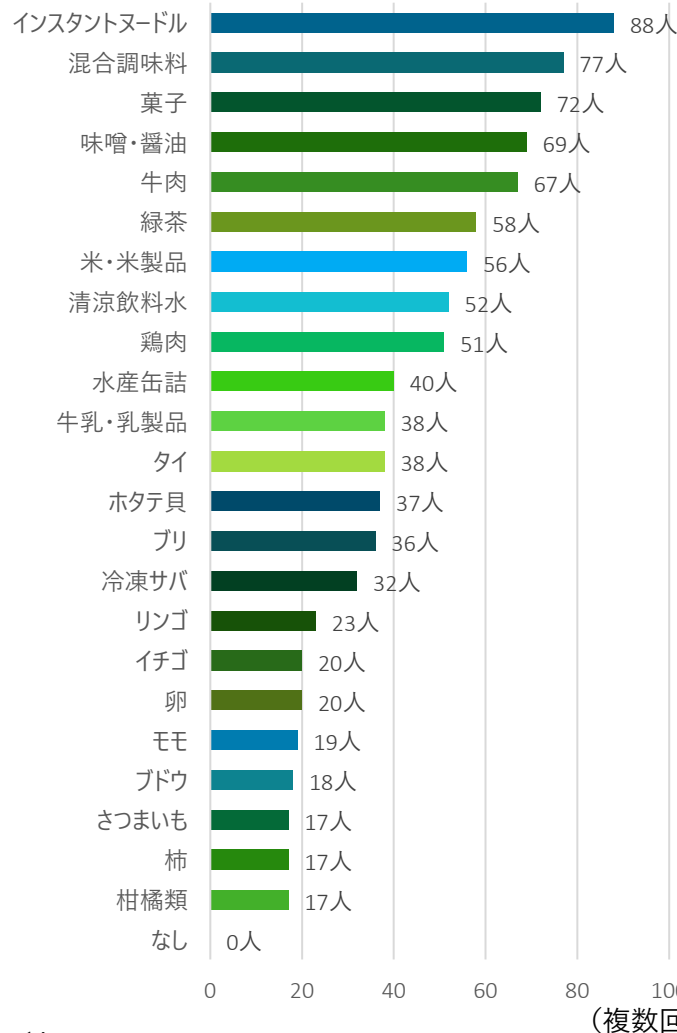
健康的で軽い
ヘルシーでボリュームがある
生魚を食べること以外何も知らない、PR不足
非常に軽くヘルシーで品質が良いが、値段が高い
大変おいしくヘルシーで軽い
健康的
清潔、健康的、非常に高価、辛い
おいしい
寿司については軽い
健康的、おいしい、充実している、エジプトには種類が少ない

韓国料理が中華料理との混同の可能性

COP27及びWeb上のアンケートを行い、109名から回答が集まった

エジプトにおけるアンケート結果

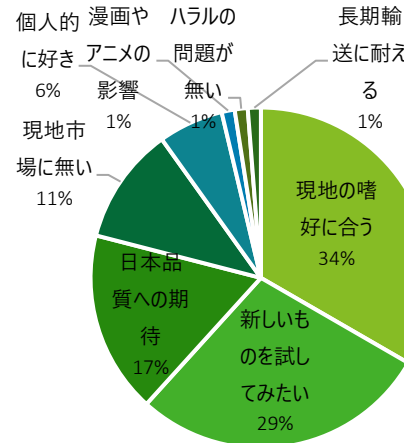
エジプト市場で成功すると思う食材



エジプトで成功すると思う食材

- エジプトで特に成功すると思う食材を訊いたところ、左図のとおり回答となった
- 上位の食材に関して、成功すると思う理由の記載は以下のとおりである

1位：インスタントヌードル：88人



「インスタントヌードルはすでに人気がある。」

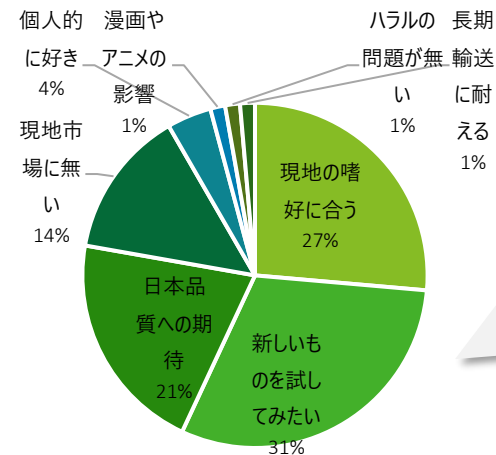
「エジプトではみんな麺を食べる。どこのスーパーにもあり、手頃なものもあれば、高価なものもある。」

「麺が大好きな人が多い」

「大好きな麺類は良く買うから」

「私は買いませんが、多分利便性のために人々は買うでしょう。」

2位：混合調味料：77人



「私たちはソースが大好き」

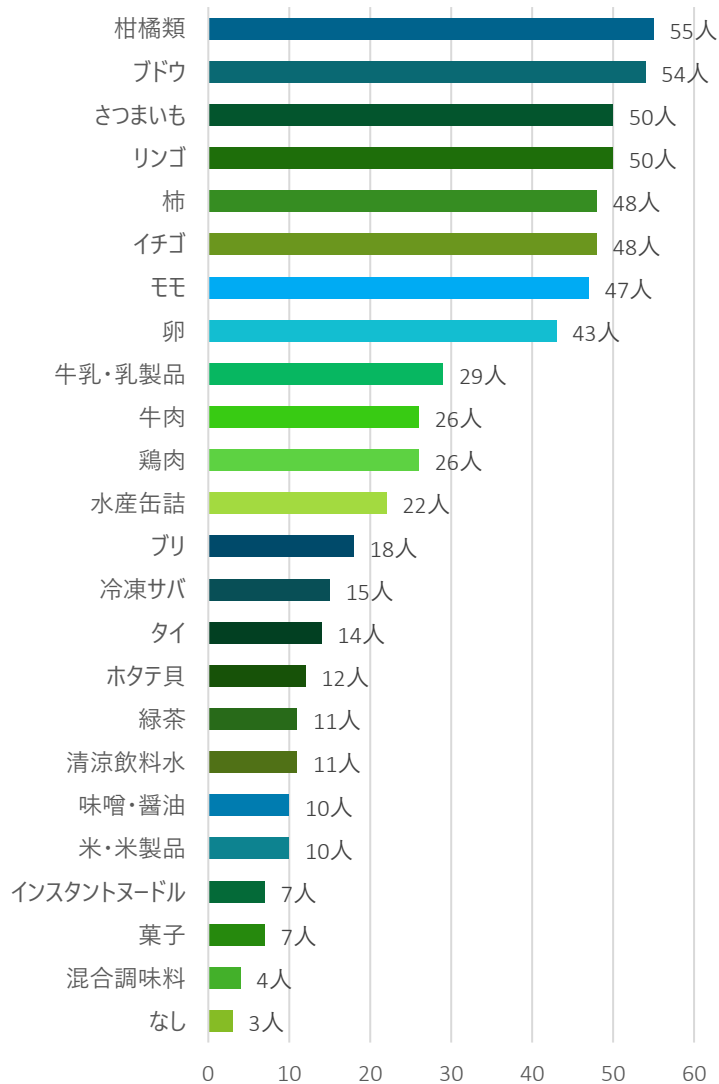
「エジプトの人々は新しいソースを試すのが好きだ」

「ソースは食べ物に新しい味を与えるだろう」

「スパイシーなソースがいいだろう」

エジプトにおけるアンケート結果

エジプト市場で成功しないと思う食材

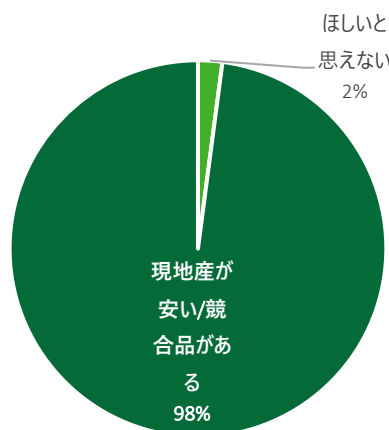


(複数回答)

エジプトで成功しないと思う食材

- エジプトで特に成功しないと思う食材を訊いたところ、左図のとりの回答となった
- 上位の食材に関して、成功しないと思う理由の記載は以下のとおりである

1位：柑橘類：55人



「エジプトでは既に柑橘類を幅広く取り揃えている」

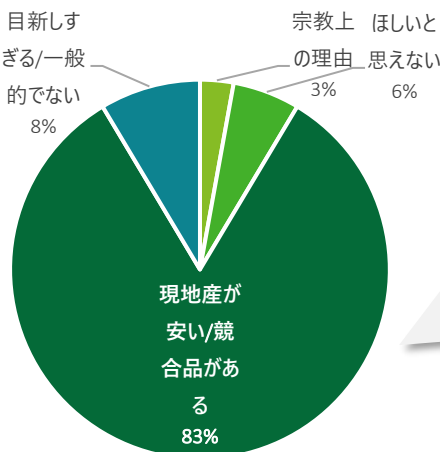
「エジプトは果物、特に柑橘類のような農産物の主要生産国である」

「これらの果物は既にすべてエジプトで栽培されており、他国から輸入した果物を買う必要性を感じることはないだろう」

「エジプトは最高の果物を持っている。変わったものがあれば良いが、これらのフルーツは一年中手に入る」

※2～7位のブドウ、さつまいも、リンゴ、柿、イチゴ、モモもほぼ同様の結果

8位：卵：43人



「卵は新鮮なままの輸送は簡単でない」

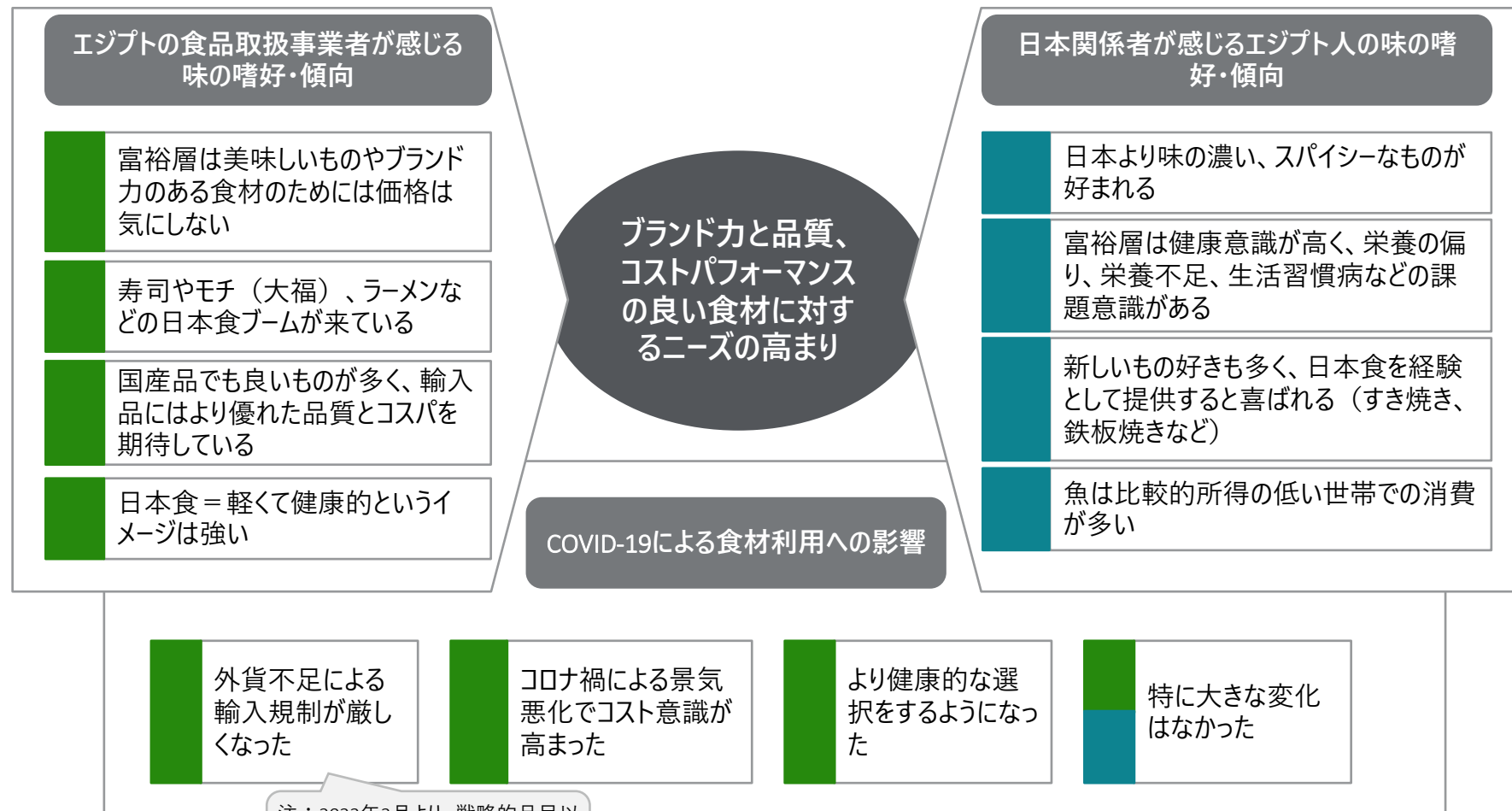
「私は卵が好きではない」

エジプトでは元々味の濃いスパイシーな味が好まれるが、日本食については健康的で軽いという好印象があり、コスト課題が解決すれば爆発的なブームが起きる可能性がある

エジプト人の味の嗜好・傾向とCOVID-19による食材利用への影響

■ エジプト関係者意見
※流通業者、小売業者、日本食店シェフなど11名

■ 日本関係者意見
※元・現駐在員、留学生、日本食関係者など6名



注：2022年2月より、戦略的品目以外の食品輸入は規制されていたが、同年12月末に概ね緩和されている

出典:インタビュー結果を基に作成

2022年2月より、戦略的品目以外の食品輸入は規制されていたが、同年12月末に概ね緩和されている

食品の輸入・販売に関する規制

- ✓ 輸出にあたっては、以下で示す相手国の規制の他、動植物検疫の観点から相手国のとの協議等が必要な場合がありますので、相手国において実際に必要な手続き等をご確認願います。なお、輸出証明書の申請手続や輸出実績のある国の規制情報など農林水産省でも全般的な相談窓口を設置しておりますので、併せてご活用ください。
- ✓ <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/soudanmado.html>

関連する食品安全法

- **食糧管理に関する1966年法律第10号:**
 - 食品衛生の確保を目的とし、食品に有害成分を使用しないことや食品の衛生状態の監視について定めている
- **詐欺の防止に関する1994年法律第281号。**
 - 食品の不正を禁止し、商品が契約上の仕様に適合しない場合や、原材料の偽装、輸出入に関する罰金と罰則を定めている

輸入要件、税関手続及び書類

- 製品の適合履歴、原産国、輸出業者、荷主、輸入業者にかかわらず、**製品のすべての構成要素を検査することが義務付けられている**
- 輸入される農食品は、**保健・供給・農業省による健康品質検査**の対象となる。エジプト規格が存在しない場合は、以下の規格が認められる
 - 国際規格 (ISO/IEC)、欧州規格 (EN)、米国規格 (ANS)、日本規格 (JAS)、Codex規格
- 輸入許可は、輸入者登録を制限する法第121/1982号に基づいて規制される。同法により、輸入者登録簿への登録なしに、売買目的で商品をエジプトに輸入することはできない。輸入業者登録簿に登録されるためには、一定の条件を満たす必要がある
- すべての食品輸入業者は、製造目的であれ再販目的であれ、食品輸入許可取得のために主管省庁に申請書を提出する必要がある

✓ 輸出入法により小売用牛乳、乳製品、小売用油脂、小売用チョコレート・カカオ製品、砂糖菓子、シリアル、パン・ベーカリー製品、フルーツジュース、天然・ミネラルソーダ水は「特定条件下で輸入が許可される品目」とされる。（注：スーパーではこれらの輸入食品は販売されており、物流業者のヒアリングにおいても特に輸入に支障はないとのコメントがあった）

✓ 輸入及び検査・管理に関してはJETRO「アフリカの食品・飲料市場調査（エジプト編）（2023年2月）」（<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2023/01/aad2ce29d4a28382.html>）に詳しい

出典:欧州連合（https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/default/files/handbook-egypt-2019_en.pdf）

United States Department of Agriculture（https://agriexchange.apeda.gov.in/IR_Standards/Import_Regulation/FoodandAgriculturalImportRegulationsandStandardsCountryReportCairoEgypt12312019.pdf）

NFSA（<https://www.nfsa.gov.eg/>）

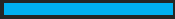
輸入関税規則

- エジプトに入るほとんどの農産物の輸入関税は20%を大きく下回っているが、**アルコール飲料については禁止的関税を課している**
- 外国企業は、輸入税に加えて**付加価値税（関税額の14%）**も課税される
- EU-エジプト協定の下で、牛、羊/山羊肉およびほとんどの家禽肉製品、乳製品、果物および野菜、オリーブ油、生きた植物、加工穀物を含む農産物を中心とする農産物の貿易が完全に自由化されている

表示、保存料および食品着色料の要件

- **表示:** **エジプト規格1546 (2011)** により規格が定められ、全輸入食品に適用される
- **ハラル表示:**ハラル認証を受けた製品には、イスラムの原則に従って屠殺されたことを示す文言を表示しなければならない
- **食品の着色に関する省令204 (2015年)：**許容される食品の色のすべての濃度レベルが記載されている。食品の色はCodex規格に従って頻繁に更新されるため、輸出業者は保健省に確認し、食品着色料の受け入れ可能性を検証する必要がある
- **保存料:**すべての保存料は、酸ベースで計算されたパーセンテージで表される許容濃度とともに識別されなければならない。**保健省令204 (2015)** には、すべての許容される防腐剤と濃度レベルが記載されている
- **食品添加物:**食品添加物は、食品産業での使用が認められているすべての食品添加物を定めた**保健大臣令204/2015**によって規制されている
- 加工食品は主に経済省の管轄下であり、農産品、生きた動物及び（収穫前の）非加工農産物は農業省の管轄下にある

ナイジェリア



アフリカ最大の人口を抱えるナイジェリアは、有望なマーケットとして成長中であり、特に上位層を中心として食料品への継続的な消費が見込める

基礎情報や食料品の購買が見込まれるターゲット層

基礎情報

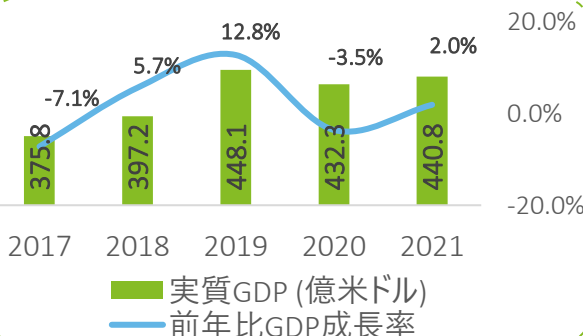
- ナイジェリアの人口は **2億人** を超えており、年毎に変動はあるもののGDPは着実に成長している

人口 2億1140万 (2021)

公用語 **英語**

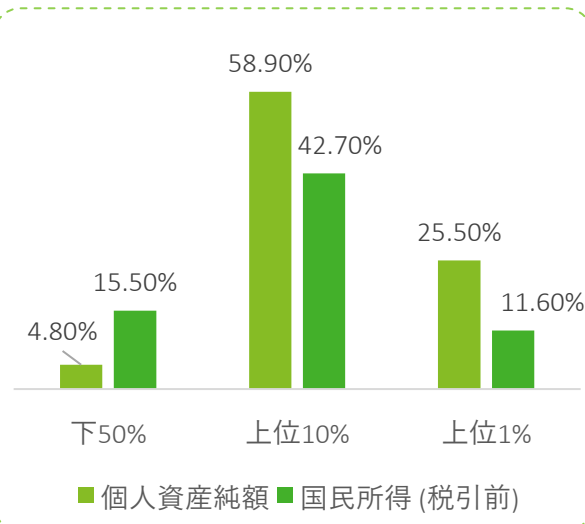
1人当たり名目GDP 5,494米ドル (2021)

インフレ率 19.5% (2022)



資産や所得の分布構成

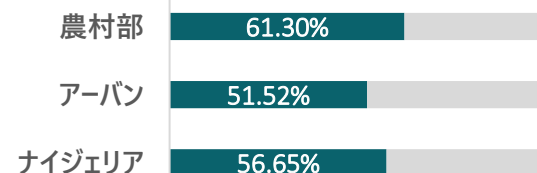
- 上位10%の国民**で国全体における**資産や所得の50%以上を得ている**（ここ数年の推移においても大きな構成の変動はない）



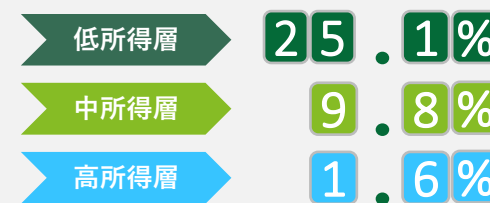
食料品への消費傾向

- 都市部・農村部ともに**総支出の50%以上を食料品へ支出**しており、中・高所得層は比較的に、食料品調達の自由度がある

2019-2020年の総支出に占める食料消費支出の割合



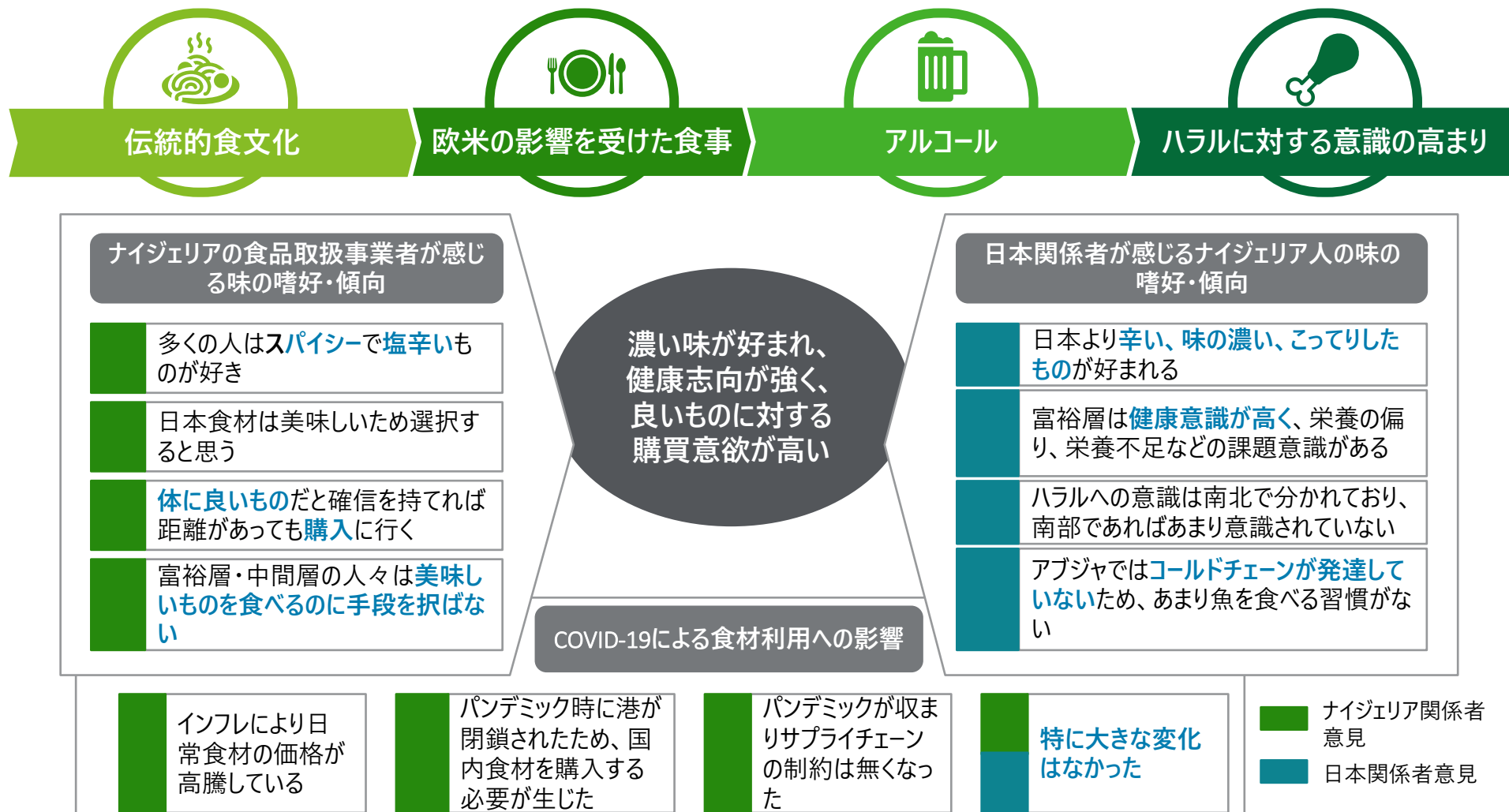
2018年における所得層別の食料安全保障危機人口割合



人口増加や経済成長による、中間層・富裕層における食料品需要の多様化や拡大は、ナイジェリアの魅力のひとつ

全体的に味の濃いものが好まれ、最近の富裕層は健康志向。また、COVID-19では一時的な混乱があったものの、食文化への大きな変化はなかった

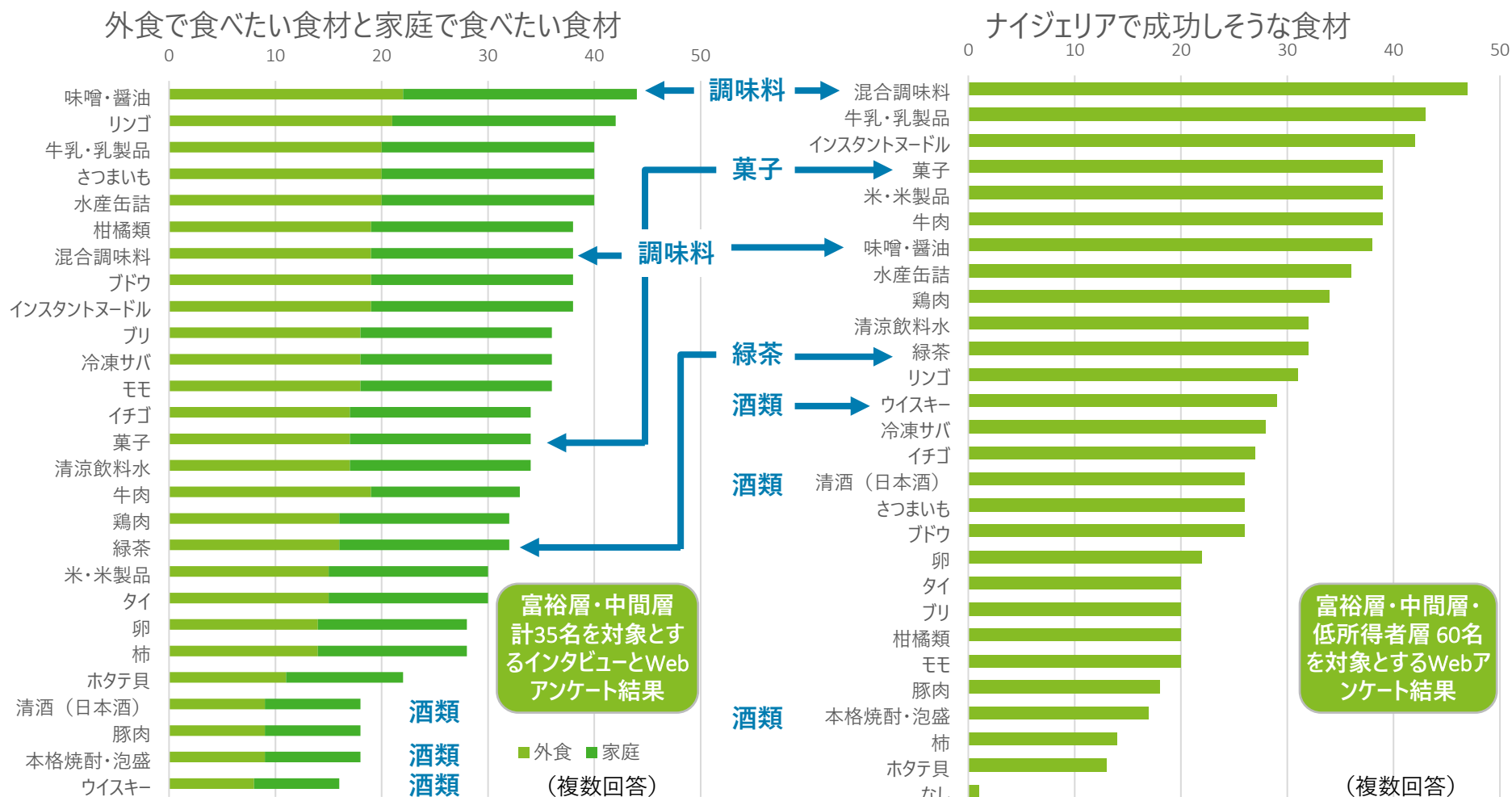
ナイジェリア人の味の嗜好・傾向とCOVID-19による食材利用への影響



出典:インタビュー結果を基に作成

第一、第二の都市に住む20代から50代を中心としたインタビューやアンケートでは、日本の輸出重点品目に対して幅広い関心が得られた

食べてみたい日本食材



出典:インタビュー結果を基に作成

通関手続きの遅延や整備されていないコールドチェーンによる鮮度への影響が考えられる。 地域に合わせた認知度の向上やECを含むデリバリーサービスの活用も重要

流通インフラと食材プロモーションにおける現地事情

流通インフラ

- 港湾のオペレーションが効率化されていないことにより、通関に時間がかかることや、コールドチェーンが整備されていないことによる生鮮食品鮮度への影響が考えられる

食材プロモーション

- アジア食材として中国、韓国製品が大半を占め、日本食材の認知度が低い。また、地域ごとに消費傾向が異なるため、対象地域に合わせたプロモーションが必要と考えられる

フードサービスの多様化

- 2020年はイートインが減り、ホームデリバリーや、持ち帰りが増えた
- 2021年はイートイン、持ち帰り率は戻る傾向にあるが、**ホームデリバリーは緩やかに増え続けている**

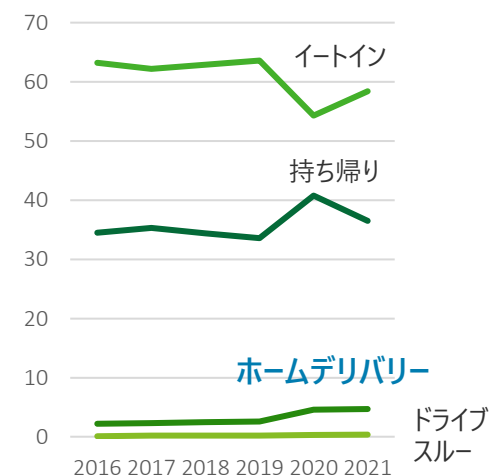
インタビューで得られたコメント

港湾オペレーション	港湾のオペレーションが効率化されていないことにより、通関時に時間がかかる (1か月ほどかかる場合もある) 通関をスムーズに処理してもらうために、賄賂を支払う業者も存在し、正当な手続きを行う業者の処理が後回しにされる事がある
コールドチェーン	コールドチェーンが発達していないため、内陸のアブジャでは生魚などは一般的に食べられていない 港には冷蔵、冷凍設備が乏しく、運搬する冷凍・冷蔵車両も少ないため、食品の鮮度を保つことが難しい
物流	原油価格の高騰により物流費の上昇が起きている

インタビューで得られたコメント

日本食材の認知度	日本食材や日本食に対して特に中間層以下の認知度が低いため、小売店に並んでいたとしても日本食材であることを認識した購入が少ない 日本製品であっても中国のラベルが貼られ、中国から輸入されているケースが多い アジア食材としては中国製品が全体の約8割、韓国製品が約1割、と多くを占めている印象
地域ごとに異なる消費傾向	日本食材を購入する可能性がある顧客層はラゴス、アブジャ、ポートハーコートに集中しており、それ以外の地域では高級食材の需要が見込みづらい ラゴスとアブジャでも生活様式が異なり、アブジャはイスラム教徒が比較的多く、ラゴスに比べれば外食の傾向が少ない 広い国であるため地域ごとに部族が異なり、言葉も異なるため、それぞれに合わせたモデルを活用する日用品ブランドもある

フードサービスの売上における
種類別の割合



食品の輸入や流通の規制を所管する食品医薬品管理局（NAFDAC）の規制に従うことが基本となり、品目ごとの輸入規制にも注意が必要である

ナイジェリアにおける食料品の輸入や販売における規制

関税・販売・輸入規制

- ナイジェリアは、輸入品への依存度を減らすために、特定の食品に輸入制限を課している。食品医薬品管理局 (NAFDAC) のガイドラインにメーカーは従う必要がある



NAFDAC：ナイジェリアにおける食品の製造、輸入、輸出、広告、販売、流通の規制を担当するナイジェリア政府の食品安全連邦機関

輸入手続き・検査

- 輸入食品は、入国時に検査の対象となり、通関には製品証明書などの書類が必要となる。NAFDACは食品の表示、色、添加物、栄養強化を規制・管理している



NCS：入国地で輸入商品を検査するナイジェリア税関庁

食料品の輸入における為替規制

- ナイジェリア中央銀行は、**食料品を含む特定品目の輸入について、外国為替市場での外貨調達を禁止**している

対象品目（食料品のみ）	制限内容
- 米 - マーガリン - パーム油/パーム油製品/植物油 - 食肉および食肉加工品 - 野菜および野菜加工品 - 豚肉、鶏肉、卵、七面鳥 - 魚の缶詰/イワシ及び魚 - トマト/トマトペースト	対象品目※の輸入を目的とした新規為替取引の禁止 （※対象品目のリストでは調理済が例外となる記載はない）
牛乳および乳製品	特定の6事業者以外による輸入の禁止
トウモロコシ	ナイジェリア中央銀行が輸入許可申請の受理を停止
砂糖	特定の3事業者以外による輸入の禁止

関税規制

西アフリカ諸国経済共同体 (ECOWAS) の共通対外関税に合わせている

食品の販売規制

販売前に、材料の検査と試験の結果の検証が求められる。

輸入制限品目

輸入への依存度を下げるために高い輸入税を課し、特定の商品の輸入を制限している

輸入手続きと要求事項

貿易業者は船荷証券、商業送り状の出口証明書、入国申告書、梱包リスト、単一商品申告書、製品証明書を提示して通関を受ける

食品の輸入業者は、連邦産業貿易投資省 (MITI) へ商標、特許および意匠登録を行う

食品添加物規制2019により添加物の表示が義務付けられている

包装や容器に関する標準規格や、食品ごとの衛生管理方法を規定している

表示、色、食品添加物、包装、栄養強化

出典:NAFDAC (<https://www.nafdac.gov.ng>)

United States Department of Agriculture (<https://www.fas.usda.gov/>)

Flanders (https://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/market_studies/Food%20%26%20Beverage%20Nigeria-2020.pdf)

Nigeria Customs Service (https://customs.gov.ng/?page_id=3075)

日本貿易振興機構 (https://www.jetro.go.jp/world/africa/ng/trade_04.html)

3. アフリカ全地域への輸出拡大に向けた 戦略案の検討

アフリカ地域に対する輸出可能性のある食品の検討

各国共通してインスタントヌードルや調味料は人気が出るという声が強い一方、果物類は 自国生産で十分という声や、生鮮品は長期輸送への懸念が多くあった

調査対象5カ国の結果概要

	市場概況	(インタビュー) 有識者の勧める食材	(オンラインアンケート) 成功すると思う食材	(オンラインアンケート) 成功しないと思う食材	気付き事項
 エジプト	人口：1億1,100万人 1人当たりGDP：13,316米ドル ビジネス環境指数：60.1 イスラム教徒人口：92.5%	①緑茶 ②混合調味料 ③牛肉 ④水産缶詰 ⑤味噌・醤油、インスタントヌードル	①インスタントヌードル ②混合調味料 ③菓子 ④味噌・醤油 ⑤牛肉	①柑橘類 ②ぶどう ③さつまいも ④りんご ⑤柿	・富裕層には和牛の人気が出るのではとの意見が多かった ・若者には大福（mochi）の人気が高かった他、韓国インスタントヌードルの流行が見られた
 ナイジェリア	人口：2億1,140万人 1人当たりGDP：5,494米ドル ビジネス環境指数：56.9 イスラム教徒人口：49.6%	①鶏肉 ②魚 ③インスタントヌードル 他：醤油、お茶	①混合調味料 ②牛乳・乳製品 ③インスタントヌードル ④菓子 ⑤米・米製品	①豚肉 ②卵 ③柿 ④ホタテ貝 ⑤緑茶	・日本食・食材の認知がまだ低いとの意見があった ・スパイスで味の濃いものが好かれるとの意見が多かった ・地域によって魚介類や豚肉の受け入れに差がある
 アルジェリア	人口：4,517万人 1人当たりGDP：13,715米ドル ビジネス環境指数：48.6 イスラム教徒人口：99%		①インスタントヌードル ②味噌・醤油 ③混合調味料 ④米・米製品 ⑤緑茶	①ぶどう ②りんご ③鶏肉 ④桃 ⑤柑橘類	・他4カ国よりも、特にハラルを重視するとのコメントが多かった（牛肉、鶏肉関連）
 モロッコ	人口：3,710万人 1人当たりGDP：8,143米ドル ビジネス環境指数：73.4 イスラム教徒人口：99%		①混合調味料 ②インスタントヌードル ③米・米製品 ④味噌・醤油 ⑤菓子	①卵 ②りんご ③もも ④ぶどう ⑤柑橘類	・自由コメントにて、和牛を希望する声が多かった
 ガーナ	人口：3,170万人 1人当たりGDP：6,178米ドル ビジネス環境指数：60.0 イスラム教徒人口：18%		①インスタントヌードル ②菓子 ③混合調味料 ④米・米製品 ⑤牛乳・乳製品	①柿 ②鯛 ③本格焼酎・泡盛 ④ホタテ貝 ⑤柑橘類	・食品に関して比較的保守的と思われる自由コメントが多かった ・ナイジェリアに似た食文化であり、ナイジェリア同様に日本食材に興味がある、との意見があった

※ビジネス環境指数：世界銀行が2021年まで公表していた、ビジネス環境を100点満点で評価する指数

※人口はEIU、一人当たりGDP（名目）は世界銀行データ。ともに2021年 ※イスラム教徒人口はworldpopulationreview.comより ※エジプト、アルジェリア、モロッコでは、豚肉及びアルコール類は食材カタログに含めていない

現地富裕層・食品事業者向けのインタビュー調査及び、デスクトップ調査による現地の規制等を踏まえて輸出重点品目+αから輸出可能性が考えられる品目を検討した（※）

日本からエジプトに対する輸出可能性を持つ品目の検討(1/2)

品目は農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略に挙げられた輸出重点品目より食品を記載

	輸出重点品目	輸入規制	宗教・文化	現地関係者へのヒアリング結果	富裕層及びオンラインアンケート結果	日本関係者へのヒアリング結果	現地への輸送・通関上の懸念
1	牛肉		要ハラル対応	◎	◎	◎	保冷状態の維持
2	豚肉		×				
3	鶏肉		要ハラル対応				保冷状態の維持
4	鶏卵			×	×		運搬時の損傷、保冷状態の維持
5	牛乳・乳製品						保冷状態の維持
6	果樹（りんご）				○～×		運搬時の劣化、損傷
7	果樹（ぶどう）				○～×		運搬時の劣化、損傷
8	果樹（もも）				○～×		運搬時の劣化、損傷
9	果樹（かんきつ）				○～×		運搬時の劣化、損傷
10	果樹（かき・かき加工品）				×		運搬時の劣化、損傷
11	野菜（いちご）				○～×		運搬時の劣化、損傷
12	野菜（かんしょ等）			×	×		運搬時の劣化
13	茶			◎	◎	○	運搬時の劣化
14	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品			○		○	－

果物は富裕層ヒアリングでは高評価だったが、オンラインアンケートでは不評

輸入禁止品目は特に無し

◎：富裕層、オンラインアンケート共に高評価
○：どちらかで高評価

◎：3人以上が推奨
○：2人が推奨

◎：3人が推奨
○：1～2人が推奨

（※）輸出にあたっては、以下で示す相手国の輸入規制の他、動植物検疫の観点から相手国のとの協議等が必要な場合がありますので、相手国において実際に必要な手続き等をご確認願います。なお、輸出証明書の申請手続きや輸出実績のある国の規制情報など農林水産省でも全般的な相談窓口を設置しておりますので、併せてご利用ください。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/soudanmado.html>

現地富裕層・食品事業者向けのインタビュー調査及び、デスクトップ調査による現地の規制等を踏まえて輸出重点品目+αから輸出可能性が考えられる品目を検討した（※）

日本からエジプトに対する輸出可能性を持つ品目の検討(2/2)

品目は農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略に挙げられた輸出重点品目より食品を記載

	輸出重点品目	輸入規制	宗教・文化	現地関係者へのヒアリング結果	富裕層及びオンラインアンケート結果	日本関係者へのヒアリング結果	現地への輸送・通関上の懸念
15	ぶり				○		保冷状態の維持
16	たい				○		保冷状態の維持
17	ホタテ貝				△	○	保冷状態の維持
18	清涼飲料水			○	×	○	運搬時の損傷
19	菓子		要ハラル注意		○	◎	運搬時の損傷
20	ソース混合調味料		要ハラル注意	◎	◎		運搬時の劣化
21	味噌・醤油			○	◎	○	運搬時の劣化
22	清酒（日本酒）		×				
23	ウイスキー		×				
24	本格焼酎・泡盛		×				
他	水産缶詰			◎	×		－
他	インスタントヌードル		要ハラル注意	◎	◎	○	－

（※）輸出にあたっては、以下で示す相手国の輸入規制の他、動植物検疫の観点から相手国のとの協議等が必要な場合がありますので、相手国において実際に必要な手続き等をご確認願います。なお、輸出証明書の申請手続きや輸出実績のある国の規制情報など農林水産省でも全般的な相談窓口を設置しておりますので、併せてご利用ください。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/soudanmado.html>

現地富裕層・食品事業者向けのインタビュー調査及び、デスクトップ調査による現地の規制等を踏まえて輸出重点品目+αから輸出可能性が考えられる品目を検討した（※）

日本からナイジェリアに対する輸出可能性を持つ品目の検討(1/2)

品目は農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略に挙げられた輸出重点品目より食品を記載

	輸出重点品目	輸入規制	宗教・文化	現地関係者へのヒアリング結果	富裕層及びオンラインアンケート結果	日本関係者へのヒアリング結果	現地への輸送・通関上の懸念
1	牛肉	×		◎	◎	◎	保冷状態の維持
2	豚肉	×	×北部				保冷状態の維持
3	鶏肉	×	北部やアブジャ中心にムスリムが多い	○	◎	○	保冷状態の維持
4	鶏卵	×		◎：3人以上が推奨 ○：2人が推奨	○		運搬時の損傷、保冷状態の維持
5	牛乳・乳製品	×			◎		保冷状態の維持
6	果樹（りんご）				○	○	運搬時の劣化、損傷
7	果樹（ぶどう）						運搬時の劣化、損傷
8	果樹（もも）			◎：富裕層、オンラインアンケート共に高評価（トップ5前後） ○：どちらかで高評価		◎：3人が推奨 ○：1~2人が推奨	運搬時の劣化、損傷
9	果樹（かんきつ）						運搬時の劣化、損傷
10	果樹（かき・かき加工品）						運搬時の劣化、損傷
11	野菜（いちご）	×					運搬時の劣化、損傷
12	野菜（かんしょ等）	×			○		運搬時の劣化
13	茶					◎	運搬時の劣化
14	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	×			○	○	

（※）輸出にあたっては、以下で示す相手国の輸入規制の他、動植物検疫の観点から相手国のとの協議等が必要な場合がありますので、相手国において実際に必要な手続き等をご確認願います。なお、輸出証明書の申請手続きや輸出実績のある国の規制情報など農林水産省でも全般的な相談窓口を設置しておりますので、併せてご活用ください。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/soudanmado.html>

現地富裕層・食品事業者向けのインタビュー調査及び、デスクトップ調査による現地の規制等を踏まえて輸出重点品目+αから輸出可能性が考えられる品目を検討した（※）

日本からナイジェリアに対する輸出可能性を持つ品目の検討(2/2)

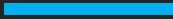
品目は農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略に挙げられた輸出重点品目より食品を記載

	輸出重点品目	輸入規制	宗教・文化	現地関係者へのヒアリング結果	富裕層及びオンラインアンケート結果	日本関係者へのヒアリング結果	現地への輸送・通関上の懸念
15	ぶり			○	○	○	保冷状態の維持
16	たい			○	○	○	保冷状態の維持
17	ホタテ貝						保冷状態の維持
18	清涼飲料水	×					運搬時の損傷
19	菓子					○	運搬時の損傷
20	ソース混合調味料						運搬時の劣化
21	味噌・醤油			◎	◎		運搬時の劣化
22	清酒（日本酒）		×北部			◎	
23	ウイスキー		×北部	北部やアブジャ中心にムスリムが多い		◎	
24	本格焼酎・泡盛		×北部			◎	
他	水産缶詰	×		○	◎		
他	インスタントヌードル	×		○		○	

（※）輸出にあたっては、以下で示す相手国の輸入規制の他、動植物検疫の観点から相手国のとの協議等が必要な場合がありますので、相手国において実際に必要な手続き等をご確認願います。なお、輸出証明書の申請手続きや輸出実績のある国の規制情報など農林水産省でも全般的な相談窓口を設置しておりますので、併せてご利用ください。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/soudanmado.html>

輸出戦略の方向性



デスクトップ調査やヒアリング調査を基に、アフリカへの食品輸出推進のボトルネックとなりうる項目を分類し、課題と対策を検討した

ボトルネック分野別の課題と対策

項目	課題	対策 (下線は政府に求められる取り組み)	戦略検討の方向性
ノウハウ・人材	生産・加工現場、低温管理等に関するノウハウと知識が不足しており、市場が広がらない	➤ ノウハウのあるパートナーと連携する ➤ マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者育成を行う ➤ 輸出支援プラットフォームを設立し、情報共有や助言等を行う ➤ 生産・加工における現在の技術レベル等に関する情報収集を行う ➤ 生産・加工業向けの技術指導プログラムの実施（または強化）を行う	✓ マーケットインを実現するには現地でのテストマーケティングやその結果に基づくローカライズが必要だが、そのためには企業としての中長期的な投資が必要となる
ローカライズ	現地文化に合わせたローカライズ（味、原材料、パッケージ）ができておらず、訴求力が弱い	➤ ノウハウのあるパートナー（食品・販売業者）と連携する ➤ 現地食文化や流行に関する調査を行い、セミナー等で共有する	
輸送コスト	- 輸送コストが EU 諸国に比べて高く、価格競争力に悪影響を与えている - 少量輸送の場合は特に輸送コストが高くなる	➤ 近隣諸国（EU等）に生産拠点がある場合、第三国からの輸送を行う ➤ 第三国から混載を行う仲介業者を介して輸出を行う ➤ 中東・アフリカ地域をカバーするワンストップ混載拠点を設置する ➤ 混載仲介業者のデータベース化を行い、情報を日本企業と共有する	✓ 現状アフリカで成功している外国企業の多くは、価格競争や関税障壁、輸入規制の問題を回避するため、現地に生産工場を設けて事業展開している
関税	少数の品目を除き、ほとんどの品目には輸入関税が発生する。FTA を有する欧州等に比べると競争力が下がる	➤ FTA 締結国（EU等）に生産拠点がある場合、第三国から輸出を行う ➤ 優先度の高い輸出品目を特定し、関税低減に向けた交渉を行う	✓ もしくは第三国で生産した製品を輸出している
輸入規制	- 長い手続期間により品質低下のおそれがある - 商品登録が必要で、手間と期間がかかる - 輸送期間を含めると、消費期間が制約条件となっている	➤ ノウハウのあるパートナー（輸入業者や認証機関）と連携する ➤ 品目毎の消費期限を確認し、要すれば期限緩和を相手政府に求める ➤ 商品登録の迅速化を相手政府側に求める ➤ 日本企業対応窓口の設置を相手政府側に求める	
認知の低さ	- 投入財を除き、日本企業及び商品の認知度が低く、欧州製に比べると不利である - 関心がある一方で、日本企業からのアプローチがなく、取扱いがない	➤ 輸入業者リストを作成する ➤ 分野ごとの商談会や、有望輸入業者の招聘事業を行う ➤ 近隣の食品見本展に出展し、対象国企業を招待する ➤ 輸出品目カタログを作成し、対象国企業に配布する ➤ 現地商工会議所等を通じてビジネス交流を促す ➤ 「日本食」ブランドのプロモーション活動を行う	✓ 現地の人々へ日本食を普及させるためには、興味・関心を惹く広報だけでなく、実際に購入に繋げ、さらに良さを拡散してもらうための総合的なプロモーションが重要である

輸出拡大実行戦略案

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に、各ターゲット国の特性を加味した戦略案を作成し、短期及び長期の視点で取り組むべき事項を整理した

エジプト、ナイジェリア及び近隣国をターゲットとした輸出拡大実行戦略案

※下線は政府に求められる取組
※青字は、着手しやすい取組

基本的考え方	短期	長期
1. 日本の強みを最大限に発揮するための取組	■ <u>現地向け展示会、商談会の継続開催、参加</u> ■ <u>現地輸入業者、卸売業者、飲食店、小売店等とのネットワーク構築・マッチング支援</u> ■ <u>日本食の広報活動の強化</u>	■ 現地消費者への日本食/日本産品のプロモーション強化 ■ 日本食レストラン事業者の進出/店舗拡大
2. マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者を後押し	■ <u>輸出支援プラットフォームを設立し、情報共有や助言等を行う</u> ■ <u>生産・加工における現在の技術レベル等に関する情報収集を行う</u> ■ 第三国から混載を行う仲介業者を介して輸出を行う ■ <u>混載仲介業者のデータベース化を行い、情報を日本企業と共有する</u> ■ FTA 締結国（EU等）に生産拠点がある場合、第三国から輸出を行う ■ <u>輸入業者リストを作成する</u> ■ <u>分野ごとの商談会や、有望輸入業者の招聘事業を行う</u> ■ 近隣の食品見本展に出展し、対象国企業を招待する ■ <u>輸出品目カタログを作成し、対象国企業に配布する</u> ■ <u>現地商工会議所等を通じてビジネス交流を促す</u> ■ <u>「日本食」ブランドのプロモーション活動を行う</u> ■ <u>現地食文化や流行に関する調査を行い、セミナー等で共有する</u>	■ ノウハウのあるパートナーと連携する ■ <u>マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者育成を行う</u> ■ <u>生産・加工業向けの技術指導プログラムの実施（または強化）を行う</u> ■ 中東・アフリカ地域をカバーするワンストップ混載拠点を設置する ■ 優先度の高い輸出品目を特定し、関税低減に向けた交渉を行う ■ 品目毎の消費期限を確認し、要すれば期限緩和を相手政府に求める ■ 商品登録の迅速化を相手政府側に求める ■ 日本企業対応窓口の設置を相手政府側に求める
3. 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服	■ <u>エジプトやナイジェリアをはじめとする国々については、食品輸入の際にハラル認証が求められる。そのため、ハラル認証に関連した、原材料の代替利用を促進する支援を強化する</u> 「着手しやすい取組」にかかる選定基準： ✓ 日本政府として既に実施してきている取組を発展させるもの（展示会等） ✓ 現地拠点（日本大使館、商工会等）を通じ円滑な実施が見込まれるもの ✓ 情報収集に関するもの ✓ IT等の活用により円滑な実施が見込まれるもの ※なお、何れの取組も、効果の発現は見込まれるものである	■ 各国の輸入規制撤廃に向けた働きかけを行う ■ ナイジェリアについては、いくつかの輸出重点品目に輸入規制がかけられているため、政府に対し撤廃に向けた働きかけを強化する ■ イスラム圏消費者が求めるハラルへのニーズに対応する ■ アフリカターゲット国とのFTA締結を促進する ■ エジプトでは、特定の製品については、輸出入管理公団（GOEIC）に登録されている企業の生産物のみ輸入が許可されている。そのため、日本企業のGOEICへの登録が円滑に進むよう支援を行う
4. 国の組織体制の強化		

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイト ネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ 合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人 トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャル アドバイザリー 合同会社、デロイト トーマツ 税理士 法人、DT 弁護士 法人およびデロイト トーマツ コーポレート ソリューション 合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスク アドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に約1万7千名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト（www.deloitte.com/jp）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュート マツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバル ネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）のひとつまたは複数指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィック における100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、リスク アドバイザリー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約415,000名の人材の活動の詳細については、（www.deloitte.com）をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイト トウシュート マツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバル ネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。またDTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTLならびに各メンバーファームおよびそれらの関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301