

ロ シ ア 編

為替レート

1 ロシアルーブル=2.56 円

(2009 年 1 月 15 日)

ロシア地図



I. 市場特性

1. 経済概要

(1) 国の概要とマクロ経済データ

1) 国の概要

(1) 国名

ロシア連邦 Russian Federation

(2) 国土

ロシアは、ユーラシア大陸の北部に位置し、西部で欧州、南部中央で中央アジアおよびモンゴル、東部で中華人民共和国と接し、また、西部でバルト海と黒海、北部で北極海、東部でベーリング海、オホーツク海に面している。欧州から極東に伸びる広大な国土には、多様な地勢が展開している。面積は世界一の約 1,707 万平方キロメートルで、日本の 45 倍、米国の 2 倍近くである。

(3) 人口

2008 年 11 月時点で、人口は 1 億 4,190 万人を占め、世界第 8 位である。

(4) 首都

首都はモスクワ、人口は 1,044 万 2,000 人(2007 年 4 月 1 日時点)。

(5) 民族

ロシア人、タタール人、ウクライナ人、バシキール人、チュバシ人など、多様な民族が住んでいる。160 を超える少数民族からなる。

(6) 公用語

民族の多様性を反映し、様々な民族語が存在するが、公用語はロシア語である。

(7) 宗教

ロシア正教が最も優勢であるが、イスラム教、仏教、ユダヤ教など他にも多数の宗教がある。

2) マクロ経済データ

ロシアの主要マクロデータは以下の通りである。

名目 GDP :

33.1 兆ルーブル (約 84.7 兆円) (2007 年時点) *対日本比 : 約 1/6 *

人口 :

1 億 4,190 万人 (2008 年 11 月時点) *対日本比 : 約 1.46 倍

一人当たり名目 GDP :

6,897 米ドル (2006 年時点) *対日本比 : 約 7 分の 1

ロシアの主要マクロ経済指標の推移

年度	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
名目 GDP(億米ドル)	3,066	3,455	4,314	5,919	7,643	9,886	12,895
一人当たり GDP(米ドル)	2,096	2,379	2,975	4,105	5,326	6,923	9,075
実質 GDP 成長率(%)	5.1	4.7	7.3	7.2	6.4	7.4	8.1
消費者物価上昇率(%)	18.6	15.1	12.0	11.7	10.9	9.0	11.9
輸出(億米ドル)	1,000	1,067	1,337	1,816	2,415	3,015	3,525
輸入(億米ドル)	419	432	573	756	987	1,377	1,997
貿易収支(億米ドル)		635	764	1,060	1,428	1,638	1,528
経常収支(億米ドル)	339	291	354	595	844	943	762
外貨準備(億米ドル)	325	441	732	1,208	1,759	2,956	4,659
為替レート(対米ドル、年平均)	29.1685	31.3485	30.6920	28.8137	28.2844	27.1910	25.5808

(資料) 国家統計局、IMF

(2) 消費への影響要因

ロシアにおいて、消費に影響を与えうる諸要因及び状況などは以下の通りである。

1) 経済成長の推移

ロシアは、過去5年以上堅実な経済成長を遂げており、年間 GDP の平均成長率はおおよそ6%となっている。個人消費の急速な伸び、ルーブルの継続的安定、原油高などがロシア経済の回復を促進、消費者の可処分所得の増加を加速させた。

ロシアの主要な経済指標（2006～2007 年）を以下に示す。

ロシアの消費関連経済指標

人口（2008 年 11 月時点）	1 億 4,190 万人
人口増加率（2007 年）	-0.5%
モスクワ市人口	大都市圏 1,800 万人 市域 900 万人
サンクトペテルブルグ市人口	500 万人
GDP（2006 年、購買力平価ベース）	1 兆 7,410 億米ドル
一人当たり GDP（2006 年、購買力平価ベース）	12,213 米ドル
外国からの直接投資受け入れ額の GDP 比	2.3%

2008 年 11 月時点のロシアの人口は、1 億 4,190 万人となっている。

ロシアの人口は、体制移行後の混乱のなかで、一時的に心臓疾患、癌、アルコール中毒などが急増した結果、一時減少した。加えて、平均寿命は緩やかに伸びてはいるものの、西欧諸国などと比較すると著しく低い。特に、男性と地方居住者についてはこの傾向が顕著である。ロシアの一部地域では、男性の平均寿命は 57 歳を超えていないところもある。一方、急速なロシア経済の発展が報道されている通り、この 10 年間でロシアは見違えるほどの変貌をとげつつある。2007 年の GDP（国内総生産）は 33.1 兆ルーブルと日本の約 6 分の 1 であった。

2000 年には 2,281 ルーブル（約 5,839 円）であった平均収入月額、2007 年には 12,551 ルーブル（約 32,131 円）に上昇し、この一方で、同時期の失業率は 9.8% から 5.6% に低下した。

一方、輸入総額は 2002 年から 2006 年の間に約 3 倍と増加し、なかでも食品と農産物の輸入額は、下表に示す通り 2 倍となっている。

輸入額・輸出額の推移

(億ドル)

輸入額	2002	2003	2004	2005	2006
全製品	462	573	756	987	1370
食品と農産物	104	120	139	174	216
輸出額	2002	2003	2004	2005	2006
全製品	1070	1340	1820	2410	3020
食品と農産物	28	34	33	45	55

出典：ロシア統計国家委員会

2) 社会指標

ロシアの主要な社会指標は、以下の通りとなっている。

ロシアの主要な社会指標

失業率	7.5%
平均寿命	男性 58.9 歳 女性 72.4 歳
都市部人口	77%
民 族	ロシア人 79.8%, タタール人 3.8%, ウクライナ人 2%, その他 14.4%
宗 教	ロシア正教

3) 可処分所得

経済成長に伴い可処分所得は、過去 5 年、年平均 11%と着実に伸びている。このなかで、中間所得者層は急速に増加しており、現在ではロシアの人口の 20%を占め、この層の食料支出額は国民食料支出総額の 55%を占めている。また、中間所得者層の月収は 500～800 米ドル、貧困層では平均 100 米ドルとなっている。

所得を都市別にみると、モスクワの消費者の収入はロシア全体の平均と比較してかなり高く、ロシア人の平均月収が 400 米ドルであるのに対し、モスクワでは 1200 米ドルとなっている。

これらを背景に、小売業の発展あるいは近代的小売店形態の急速な広がりの中で、消費者の購買力の高まりとともに高品質商品が普及している。

なお、2006 年時点で 3,180 億米ドルに達した小売業の売上規模は、可処分所得が年平均 10%伸張するのに伴い、2011 年まで年平均 22% で拡大していくことが予想されていたが、世界不況の影響でスローダウンを余儀なくされる見通しである。

4) 所得階層の二極化

ロシアでは消費者の所得間格差が広がっている。人口ベースでみたときの高所得者層と低所得者層の数は変わっていないが、富裕層はより裕福に貧困層はより貧しくなっている。ロシア連邦国家統計局によると、2006 年の人口ピラミッド上位 10%の可処分所得は底辺 10%の 18 倍となるなど二極化が進んでいる。

なお、モスクワと地方の所得間格差は若干縮小傾向にはあるが、現時点でモスクワには、ロシアの富の 70%以上が集中していると推定されている。

5) 高額商品の消費動向

可処分所得の伸びに伴い、高級消費財の売上げも急上昇した。現時点では、ロシアは米国、日本、中国に次ぐ世界第 4 位の高級品消費国となっているとみられている。このような高級品への指向は、富裕層及び中間所得者層の購買力によって支えられている。

ロシアには合計 30 人の億万長者が存在しており、この数は世界第 2 位となっている（フォーブス誌）。2006 年には、億万長者フェアがモスクワで開催され高級品を求めるロシア人が多くつめかけた。また、ハーレーダビッドソンはロシアにディーラーショップをオープンしており、ハーレーダビッドソンクラブの会員数は数千人に達する。

ロシアの富裕層は、旅行、車、服を消費し、また、商品・サービスの選択及び消費に関する知識も豊富に持っている。

高級ブランド品ブティック及びファッション街の数が多く、高付加価値商品がよく売れている。2006 年、モスクワにおける高級アパレルの販売額は、19 億米ドルと推定されている。高級ブランド品ブティック及びファッション街には、アルマーニ、ブリオーニ、ブルガリ、シャネル、ドルチェ&ガッバーナ、フェンディ、グッチ、ティファニー、アトリウム等のショップが立ち並び、ショーメ、スワロフスキー、カルティエ、エタロン・ジュナーヴィ、サルバトーレ・ベルサーニなどのブランドジュエリーショップが進出している。

また、グルメ食品の小売店や外食サービス店舗の数が急激に増加し、ロシア系食品小売チェーンや外国資本の食品小売チェーンは、高付加価値商品の展開をコンセプトにした店舗を続々とオープンさせている。小売店では、ヨーロッパで 7 位の小売チェーン「ファイブ・スターズ」がまず挙げられる。他には、「アーズブカ・フクーサ」「グローバス・グルメ」「ビオ・グルメ」「グルンワールド」「ヴァテル」「エディアール」「プロヴァンス」など、ロシア国内資本が展開している。外食サービス分野では、「アルカーディー・ノヴィコフ」グループがブランド・チェーンレストランを展開しており、レストラン名は「ツァールスカヤ・アホータ」「ヴォーグ・カフェ」「シレーナ」などが代表的である。また、「デリオス」レストラングループは「トゥーランドット」「プーシキン」「ル・デュークチェーン」を、「ライト・ライフ」は「タヌキ」「ラフ」などを展開している。

さらに、食品や飲料メーカーは新しい高級ブランドを新たに市場に導入して、高級品需要を引き出している。このような対応の例としては、以下のようなものがある。

- ・ ボトル単価が 500 ルーブル又はそれ以上の高級ウォッカ
- ・ コルクーノフ高級チョコレート
- ・ 高級ロシア産加工水産食品
- ・ グリーンフィールド産高級ザクロ

6) 食費と消費パターン

ロシアでは家族の役割が大きく、現在でも家庭内で家族と共に食事をする習慣が根強く残っており、家庭料理によって健全かつ十分な食物を摂ることが基本となっている。しかし、政治体制の急変に伴う急激な社会体制の変化により、生活のリズムが速まるとともに、消費者が家庭以外で軽食を取ったり、ファーストフードなどを口にする機会が増えている。なかでも、高品質の食料品や高付加価値食品への需要が増加している。なお、西ヨーロッパと比較すると、ロシアの消費者のエンゲル係数は 50% と非常に高いのが大きな特徴となっている。ちなみに、英国ではエンゲル係数は 12% に過ぎない。

7) 消費者の購買行動の特徴

ロシアでは、食料品を毎日購入する習慣があり、70% 以上の消費者が毎日買い物に出掛けているという統計もある。しかし、急速に拡大を続けている小売りチェーンや郊外型ショッピングモールの発達、自動車所有者の増加、消費購買力の向上などの要因により、これまでの伝統的な購買行動には変化かがみられつつあり、“低頻度・大量購入” をキーワードとする消費者の新たな購買行動が、富裕層、中間所得層を中心に主流となりつつある。これに対して、地方労働者などの庶民層は一度に大量購入することは経済的に困難であり、従来型の消費パターンを踏襲している。

(3) 最近の経済情勢

ロシアを取り巻く金融・経済環境は、グローバル金融危機の深刻化と資源価格の急落を受けて厳しさを増している。景気は停滞色を強めており、2009 年の実質 GDP 成長率は 2% 程度に落ち込むと予想される。

1) グローバル金融危機で悪化する民間部門の資金繰り

ロシアでは 2008 年央まで好況が持続し、1~6 月期の実質 GDP 成長率は前年同期比で 8.0% に達した。しかしながら、グローバル金融危機の深刻化と資源価格の急落を受けて、ロシア経済の急速なスローダウンが懸念され始めている。

ロシアが 2008 年 8 月 8 日にグルジアに軍事介入したのを契機に、外国人投資家のロシア株離れが進んでいる。外国人投資家の売買が活発なロシアの代表的な株価指数である RTS 指数は、2,487 ポイントの史上最高値を記録した 2008 年 5 月 19 日から 12 月初旬までの間に、およそ 75% 下落した。株価低迷が続くなか、金融機関と企業部門は、株式発行による資金調達や証券を担保とした借入が困難な状況に置かれている。政府は公的資金を活用した株式の買い取りに踏み切ったものの、株価を押し上げるにはいたっていない。

このような状況下にあって、金融機関と企業は、流動性の確保がきわめて難しくなっている。大手国営商業銀行のような政府による手厚い支援が期待できない新興民間銀行や中小

銀行は、預金の確保、銀行間市場での調達、対外借入などに苦慮している。企業部門では、借入依存度の高い建設、不動産、小売などの業種が流動性不足に陥っている。

民間部門の既往対外債務の借り換えも深刻な問題である。ロシアの民間部門（金融機関＋非金融機関）は2008年6月末時点で計4,883億ドルの対外債務を抱えている。民間部門は、欧米金融機関の資金供給力の回復にメドが立たないなか、その借り換えのために2009年に約1,000億ドルを手当てしなければならない。国営の大手エネルギー企業4社は、対外債務の借り換えに必要な資金を確保するために、政府に資金支援を求めた。

2) 原油価格急落と2009年連邦政府予算

ロシアの経済パフォーマンスは、石油に代表される一次産品価格の動向に大きく左右される。エネルギー・鉱物資源は、輸出と株式時価総額の65%以上、税収の50%以上を占めている。しかしながら、予算編成に際して重視されるウラル原油の価格は、2008年7月3日に1バレル139.5ドルの史上最高値を記録した後ほぼ一本調子で下落し、同年12月初旬には40ドル前後に落ち込んだ。去る11月12日に上院を通過した2009年予算は、原油価格の急落にもかかわらず2008年8月の政府原案に示された1バレル95ドルを前提に作成されたものである。

クドリン副首相兼財務相は、予算成立後に2009年の原油価格見通しを1バレル95ドルから50ドルへ下方修正することを明らかにした。同氏は、2009年に原油価格が50ドルで推移した場合、財政収支が赤字に転落するのみならず、貿易収支も大幅な赤字を計上するとの見通しを示した。一方、メドベージェフ政権は2009年予算を計画通り執行することを表明している。仮に財政赤字に転落した場合、石油・天然ガスの採掘税と輸出税を積み立てた準備基金を取り崩して対応することになる。

3) 急速に冷え込む実体経済、2009年は2%成長に

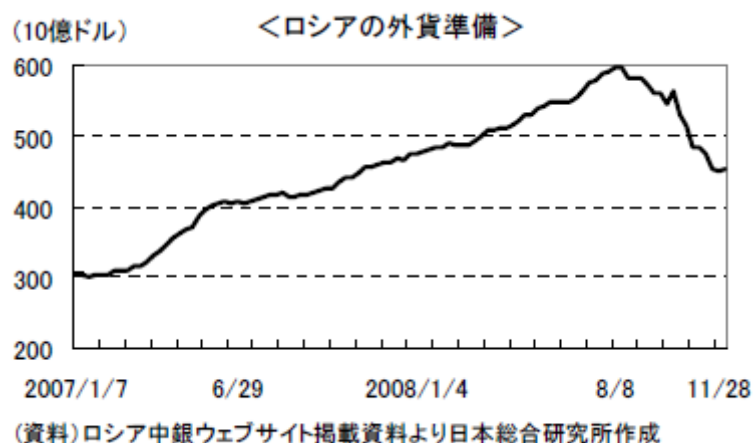
去る9月のリーマンブラザーズ・ショック以降流動性不足が深刻化するなか、景気停滞色が強まっている。鉱工業生産指数（前年同月比）は2008年9月の6.3%から10月に0.6%へ急低下した。同月の粗鋼生産は前月比▲29%と急減し、2001年2月の水準に落ち込んだ。固定資本投資（前年同月比）は2008年10月に6.9%と前月の11.8%から低下した。前年比で30%程度の伸びを維持していた自動車販売台数は、11月に同▲10%程度に落ち込んだ模様である。

政府は2008年9月以降、数回にわたり金融危機対策を打ち出してきた。その総額は5.7兆ルーブル（2,067億ドル）、2007年の名目GDPの11.2%に相当する大規模なものである。しかしながら、流動性を必要とする金融機関や企業に必ずしも資金が届いていないなど、期待通りの効果を発揮するか予断を許さない状況にある。

2009年のロシア経済を取り巻く環境は、欧米の経済金融情勢を勘案すると引き続き厳しいものとなろう。実質GDP成長率は、原油価格が50ドル程度で推移し、欧米金融機関の資

金供給力が低迷するとの前提に立つと、2002 年から 2007 年までの年平均である 6.6%を大幅に下回る 2.0%程度に低下すると見込まれる。個人消費と固定資本形成の伸びが大幅に鈍化することに加え、外需の成長への寄与度がマイナスになると予測される。ルーブルの実質実効為替相場（2002 年＝100）は 2008 年 10 月時点でも 191 と過大評価された水準にあり、輸出主導による景気回復も期待し難い。

ルーブル相場の動向は、2009 年の注目点の一つである。ロシア中銀はドルとユーロで構成される通貨バスケットにルーブルの価値を連動させる政策をとってきた。しかしながら、ルーブル売り圧力が続くなか、去る 11 月 12 日にルーブルの通貨バスケットに対する価値を 1%と小幅ながらも切り下げる政策に転じた。外貨準備は 11 月 28 日時点で 4,549 億ドルと潤沢ではあるものの、民間部門の対外債務の借り換え支援や株価買い支え等のための支出を差し引くと、介入に使える外貨準備は 1,000 億ドル程度になる。今後、国内外の投資家による売り圧力が継続してルーブル相場が大幅に下落した場合、対外債務の借り換え負担の増加等の経路を通じて、実体経済に悪影響が及ぶことが懸念される。



2. 食生活、食文化、嗜好性

(1) ロシアの「食」の概観

ロシアには 100 以上の民族が存在し、食文化も多様性に満ちているといえる。しかし一方で、ロシア全域に共通する食文化の特徴として、いくつかの点を指摘することが可能である。

まず、ロシアでは、基本的な食事の形態として、伝統的に昼食をメインと考える文化が主流となっている。食事の構成としては、「前菜・スープ（第一の皿）・メイン（第二の皿）・お茶（デザート）」の 4 品が基本である。ロシアの料理は、大きな食材の塊をじっくりと長時間煮込んだものが多い。また、寒く長い冬をしのぐために、温かいもの、漬け込んだもの、乾燥させたものが多くみられる。伝統的なロシアの食生活、食文化は人々の中に根強

く浸透しており、一朝一夕には崩れそうもない伝統となっている。

また、ロシアでは、自宅や別荘などに大勢の友人や知人を招待し、パーティーや食事会を開催する機会が多い。このような場合、肉を使った料理がメインとなるが、宗教的な制限のある民族もあり、誰でも食べることが可能な牛肉や鶏肉が選ばれることが多いという。また、料理の方法としては、肉を大きな塊のままローストしたり、煮込んだりする調理方法が多い。

しかし一方では、ここ数年の間に、日本料理店を含む外食産業や加工食品が著しく発展し、ロシア人の食に大きな変化が起こりつつある。

日本食材を 1993 年から提供している日本食専門店「ジャプロ」の購買層は、60%がロシア人、30%が日本人、残りの 10%がアメリカ、ヨーロッパ、スカンジナビア諸国その他の外国人となっている。なお、同店では、食肉については、現在はロシア産も含め肉類自体を一切取り扱っていない。

（２）ロシアの伝統的な食事の内容

ロシアの伝統的な食事の内容は、以下のようなものである。

主食：パン、ジャガイモ

肉料理：特に鶏肉、牛肉。場合によって、羊肉。豚肉は避けられることも多い

魚料理：あまり取らない。淡水産物が中心で海産物は従来から少ない

野菜：根菜（ニンジン、ビーツなど）、トマト、キュウリ、キャベツなど、漬物の種類も豊富

果物：りんご、ベリーなど

（３）宗教、行事などに起因するロシアの食生活の特性

ロシアに存在する代表的な宗教として、ロシア正教、カトリック、イスラム教、仏教、ユダヤ教があげられる。特徴としては、ロシア正教信者は断食日（肉、乳製品などを食さない日）が多く、断食日ではない日は 1 年間に 174～190 日に過ぎないと言われる。ただし、実際に信者の何割がどの程度断食しているのかは明確でなく、すべてのロシア正教徒が断食期間は肉を食さないわけでもない。しかも、ロシアにおいては長年の共産主義時代に宗教が弾圧され、ロシア正教のみならずイスラム教徒などにおいても、純粋な意味での信者（規律、戒律を厳格に守るという意味）の数が少ないことに加え、仮に信者であっても厳格に教義、規律、戒律を守っている信者の数は極めて少ないといわれている。とくに、ロシア正教の場合には、信者は多くともこのような断食を厳格に遵守しているケースは極めて少ないとみられる。

なお、参考までに公式に登録されている主な宗教団体の数を「ロシア連邦における登録された宗教団体数（2008 年 1 月 1 日時点）」より以下にとりまとめ、かつ各宗教の割合を示した。

ロシアにおける宗教団体の状況

	全体	ロシア正教	カトリック	イスラム教	仏教	ユダヤ教
登録数	22866	12586	240	3815	200	286
全体に対する割合	100.0%	55.0%	1.0%	16.7%	0.9%	1.3%

3. 食肉の需給・価格動向

ロシア人は伝統的に肉の消費量が多く、特に牛肉を多く食す傾向にある。

2006年1年間の、ロシアにおける肉の消費量は一人当たり 50kg との報告¹がある。

また、「米国食肉輸出連合会²」のとりまとめによれば、ロシアにおける牛肉の消費量は、2002年時点で一人当たり 16.82kg、2007年では一人当たり 17.13kg と報告されている。

現在、モスクワ市内で一般に手に入る肉は、牛、豚、鶏、羊が主体である。その他に、うさぎ、七面鳥、うずら、鴨、アヒル、子豚などが少量出回り、珍しいものでは外食店などで熊、鹿、猪などもある。

ロシアにおける牛肉の国内生産量、輸入量を、以下の参考資料をもとに算出し、以下の表にまとめた。

(参考資料と算出方法)

- ・ 食肉の国内生産量：ロシア国家統計庁「家畜、鶏の種類別肉量³」（2003－2007年、単位は千トン）。2007年に関しては各種類の割合を弊社独自に算出（小数点2桁以下四捨五入）。
- ・ 国内生産と輸入量の実数値：「肉および肉製品の資源と利用⁴」より（2003－2007年、単位は百万トン）
- ・ 「大型家畜」のうちの乳牛・それ以外の牛の比率：「家畜頭数⁵」より。（2002－2006年。単位は百万頭）
- ・ 上記の比率を「肉および肉製品の資源と利用」に当てはめ、食肉の輸入量を計算。

¹ 出所）日本農林水産省 <http://www.maff.go.jp/> 「品目別市場実態調査報告書」 p. 26

² 出所）米国食肉輸出連合会 <http://www.usmef.org/TradeLibrary/Russia.asp> （英語）

³ 出所）ロシア国家統計庁「数のロシア 2008」p. 247。なお、この「肉量」というのは、屠殺された家畜の重さを指し、精肉を指していない。「食肉の需給」の項において「肉量」とは以降も同様である。

⁴ 出所）ロシア国家統計庁「数のロシア 2008」p. 248

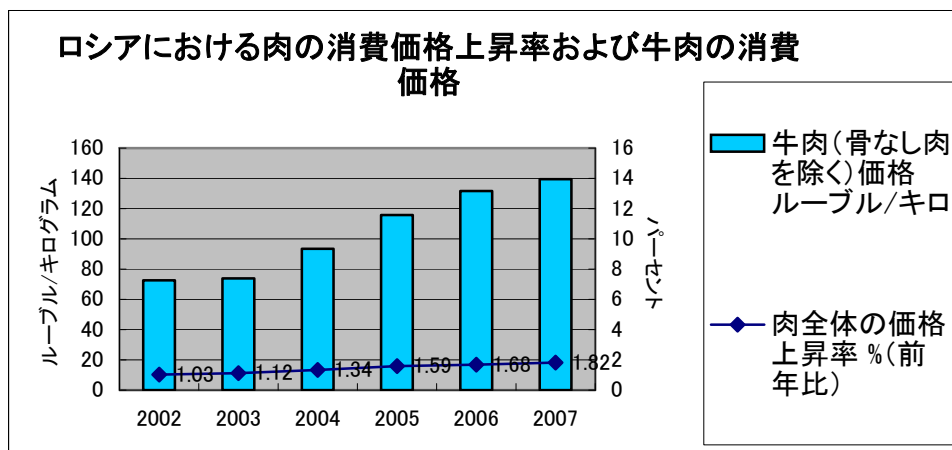
⁵ 出所）ロシア国家統計庁「数のロシア 2008」p. 246

ロシアにおける食肉および牛肉の国内生産量・輸入量

食肉全体（単位：千トン）				
	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年
総量	7690.8	8022.9	8382.2	8858.1
国内生産	4994.0	4914.0	5189.0	5637.0
輸入	2696.8	3108.9	3193.2	3221.1
牛肉（単位：千トン）				
牛肉（%）	21.6%	20.4%	18.5%	17.2%
総量	1658	1637	1549	1523
<u>国内生産</u>	<u>1077.3</u>	<u>1001.3</u>	<u>959.6</u>	<u>967.1</u>
<u>輸入</u>	<u>581.0</u>	<u>635.3</u>	<u>589.2</u>	<u>556.3</u>

生産者価格とは別に、「食料品の種類別消費価格指数⁶」および「食料品の種類別消費価格⁷」より、ロシアにおける肉⁸の消費価格の上昇率（単位は%、前年比）と、牛肉の消費価格（単位はキログラム当たりの年末の価格をルーブルで表示）を以下にまとめた（どちらも2002－2007年）：

ロシアにおける食肉の消費価格上昇率および牛肉の消費価格



出所）ロシア国家統計庁「数のロシア 2008」

⁶ 出所）ロシア国家統計庁「数のロシア 2008」p. 449

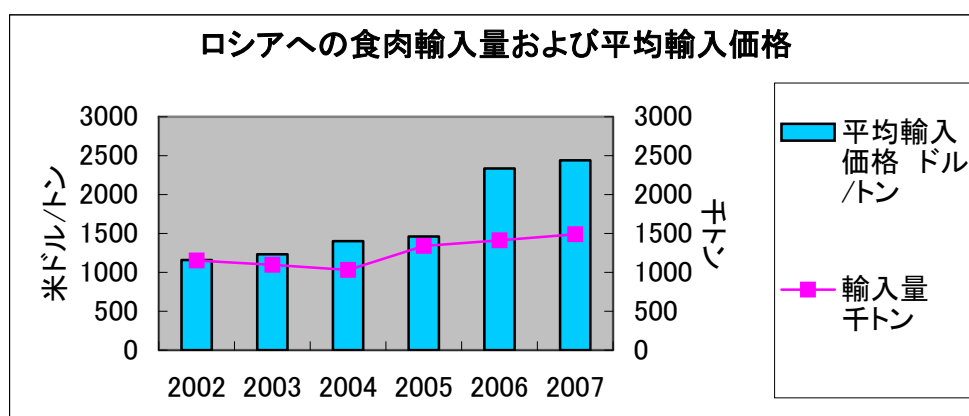
⁷ 出所）ロシア国家統計庁「数のロシア 2008」p. 451

⁸ この項での肉は、特に注釈がない限り、精肉を指す。

消費価格においては、2002年から2007年までの間に、2倍未満の上昇であるものの、生活実感からは、最近の小売価格⁹の値上がりは大きく、実際「2008年12月23-29日の1週間に関して、特に肉類、鶏肉、一部の菓子類が0.4-0.6%と大幅な物価上昇率であった¹⁰」との報道がある。

ロシアは食肉全体の35%前後を輸入しており、輸入肉の価格も見過すことができない。「ロシアへの最重要品の輸入¹¹」および「主要な品の平均輸入価格¹²」より、ロシアへの輸入肉（冷蔵、冷凍合計。鶏を除く）の輸入量（単位は千トン）および平均輸入価格（1トンあたりの米ドル）を、以下にまとめた（どちらも2002-2007年）。2008年に関して言えば、鶏を除いた肉の輸入量は、1月から9月の間に126万500トン、9月1カ月間だけで16万1100トンである¹³。

ロシアへの食肉¹⁴輸入量および平均輸入価格



世界的な経済危機のロシアへの波及と、ロシアにおける食肉消費への影響が気になるところであるが、現時点において入手できるデータから以下に検討する。

ロシア政府の発表によれば、2008年のロシアの一人当たりの食肉消費量は63kgとなり、前年比12.5%増となっている。一方、2008年の食肉のロシア国内生産は、前年比6.5%増となり、過去3年間の年平均伸び率である13.5%から大幅にスローダウンした。このことから、食肉消費の伸びは、国内生産よりも輸入品が主流となっているものとみられる。

ロシア税関の発表では、2008年の食肉全体及び鶏肉の輸入量及び輸入額は以下の通りとな

⁹ 現在の実際の小売価格に関しては「④現地生産・輸入食肉の販売事例」を参照されたい。

¹⁰ 出所) RBK (経済紙) 2008年12月31日付 <http://top.rbc.ru/economics/31/12/2008/272180.shtml>

¹¹ 出所) ロシア国家統計庁「数のロシア2008」p. 488

¹² 出所) ロシア国家統計庁「数のロシア2008」p. 494

¹³ 出所) ロシア肉連合 <http://www.myasnoy-soyuz.ru>

¹⁴ 冷蔵、冷凍合計。鶏を除く

っている。

食肉及び鶏肉の輸入量と輸入額の推移（2007 年→2008 年）

（万トン、億ドル、％）

	輸入量			輸入額		
	2007 年	2008 年	伸び率	2007 年	2008 年	伸び率
食肉	140	160	14.2	34	49	43.4
うち鶏肉	128.7	121.8	-5.4	10.5	13.4	27.6

（資料）ロシア税関

2008 年の食肉の輸入量は 160 万トンで、前年比 14.2% 増となった。一方、同年の輸入額は 49 億ドルと、ロシア・ルーブルの対ドルレートの低下により、前年比 43.4% の大幅増となった。これに対して、2008 年の鶏肉の輸入は前年の実績を下回った。

ロシアでは、鶏肉と豚肉について国内生産に力を入れてきており、2008 年にも増産が行われた。政府の計画では、鶏肉について 2012 年までに国内生産の割合を 92% までに拡大するとしている。

また、ロシア食肉業者連合の見通しでは、2009～2010 年のロシアの食肉消費量は前年比で 5～10% のマイナスとなるとともに、より価格の安い鶏肉に需要が流れることを予想している。

4. 現地生産食肉及び輸入食肉の販売事例

(1) ロシア産牛肉

実際に売られているロシア産牛肉について、販売場所別の価格を以下にまとめた。

1) 量販店、安売りスーパー

(価格は1キロ当たり、単位ルーブル。かっこ内は参考円換算額)

部位など	価格 ルーブル	価格 円換算
平均	260.5	666.9 円
スープ(だし)用骨付き	115	(353 円)
ひき肉(牛)	154	(473 円)
バラ(あばら)骨付き	164	(503 円)
ハツ	167	(512 円)
ひき肉(牛、デラックス)	219	(672 円)
ひき肉(子牛)	238	(731 円)
炒め用	248	(761 円)
ひき肉(牛、エクストラ)	269	(826 円)
家庭風	301	(924 円)
ビーフステーキ用	330	(1013 円)
ビーフストロガノフ用	332	(1019 円)
肩ロース	334	(1025 円)
上等ヒレ	466	(1431 円)
「炒め用」の肉例		
アントレコット用	310	(952 円)

以下の封を開けた写真からも分かるように、大きさもまちまちである。

パッケージには料理名(例えば、「炒め用」)しか記載されておらず、ラベル情報からは詳細が判別できない状況にある。



2) 量販店、中級スーパー

(価格は1キロ当たり、単位ルーブル)

部位など	価格 ルーブル	価格 円換算
平均	363.6	930.8 円
ロース骨付き	299	918
ネック	300	921
ローストビーフ用	399	1225
ロース	400	1228
バラ (あばら)	299	918
肩ロース	310	952
シチュー用	399	1225
ブイヨン用 (すね肉)	410	1259
グリヤーシュ用	410	1259
アズー用	410	1259

このクラスでの牛肉の質は、比較的安定している。ロシアにおいては比較的脂が肉の中に散らばっているため、「焼く」という調理法にも適応している、と言われている。しかし、日本の牛肉に比べると硬いという印象がある。ただし、この種の肉は煮込み料理には適している。



3) 高級スーパー¹⁵

(価格は、もともと 100g 当たりであるが、比較のため 1 キロ当たりで計算した。単位ルーブル)

部位など	価格 (ルーブル)	価格 (円換算)
平均	916.7	2,346.7 円
ヒレ	760	2333
タン	840	2579
上等ヒレ	1150	3531

このレベルのスーパーになると、牛肉の価格が他と比べて高いのが分かる。取り扱っている牛の部位からも、富裕層がターゲットであることが分かる。表示においては、「ロシア産牛肉」の牛肉は、特にブランド名の記載もなく、購入者にとっては安売りスーパーとの違いを認識するのは難しい。店員に他店との比較を聞いても、その違いを説明できる店員は少ない。

ちなみに、ロシア人購入者の多くは、表示よりも自分の目で見て判断することが多い。



(右奥が肉売り場)

(2) 輸入牛肉

実際に売られている外国産牛肉について、部位による価格¹⁶を生産国別に以下にまとめた(単位ルーブル)。高級スーパー「グローブス・グルメ」「アズブカ・フクーサ」「ヘディアルド (Hediard、パリの食品屋)」の3店での調査に基づく。

¹⁵ 基本的にロシアの高級スーパー内はメモを取ることも禁止である。グローブス・グルメはその日売り場にあるすべての輸入牛肉について記載、アズブカ・フクーサについては、この他に 5-6 種の輸入牛肉があり、産地はオーストラリア、アメリカ、ニュージーランド産であった。

¹⁶ 価格は、100g あたりだったものを、1 キロあたりに換算した。

	部位など	格付け、ブランド	価格 (ルーブル)	価格 (円換算)	販売店名
平均			2,808.6	7,190 円	
オーストラリア産	リブロース	なし	1550 1700	4759 5219	グローブス・グルメ
オーストラリア産	リブロース	霜降り・霜降り度 4/5	3900	11973	グローブス・グルメ
オーストラリア産	リブロース	霜降り・霜降り度 8/9	5700	17499	グローブス・グルメ
オーストラリア産	リブロース	穀物飼料で育った牛	1190	3653	アズブカ・フクーサ
オーストラリア産	 リブロース	霜降り、Kobi ¹⁷	3840	11789	アズブカ・フクーサ
オーストラリア産	子牛（骨なし）	なし	870	2671	グローブス・グルメ
オーストラリア産	子牛（骨付き）	なし	1990 ・ 2100	6109 ・ 6447	グローブス・グルメ
オーストラリア産	子牛（上等ヒレ）	なし	1980 ・ 2290	6079 ・ 7030	グローブス・グルメ
アメリカ産	リブロース	オーガニック	2900	8903	グローブス・グルメ
アメリカ産	上等ヒレ	オーガニック	4220	12955	グローブス・グルメ
オランダ産	肩ロース	なし	1290	3960	グローブス・グルメ
オランダ産	子牛（リブロース）	なし	3100	9517	グローブス・グルメ
オランダ産	子牛（上等ヒレ）	なし	3860	11850	グローブス・グルメ
産地の記載無し	ステーキ用牛肉	霜降り	2100	6447	カフェ・ヘディアル ド (Hediard)
産地の記載無し	メダリオン用牛肉	霜降り	3100	9517	カフェ・ヘディアル ド (Hediard)

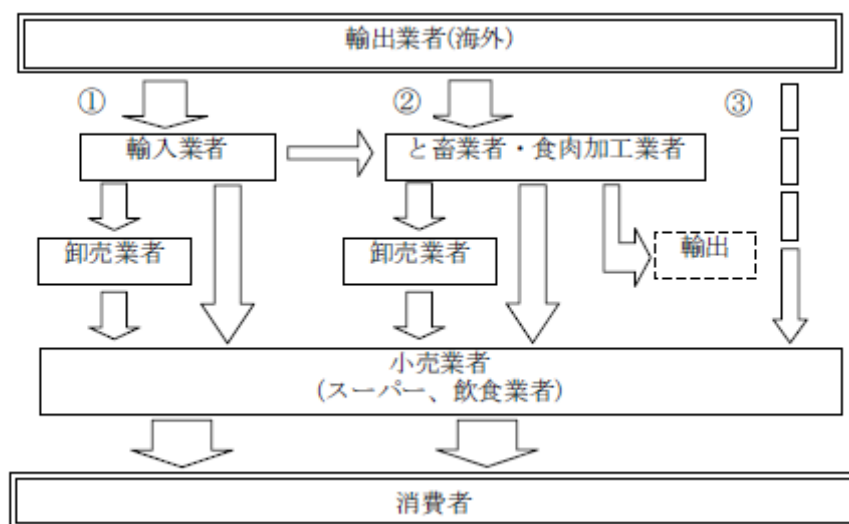
5. 国内流通、取引慣行など

（1）国内流通

流通経路としては、まず生産国より陸路、海路、空路のいずれかで運ばれ、輸入業者を通

¹⁷ この Kobi というロシア語表記は Kobe（神戸牛を指す）が何かで語尾が変わったものであると思われる。この詳細については、事項の「④日本産以外の和牛由来遺伝子を持つ牛肉や偽ブランド牛肉の販売実態」を参照されたい。

り、卸売業者（単数から複数のケースがある）を介して（輸入業者が卸売り業者を兼ねる場合もある）、一般店の店先に並び、購入者の手元に届くのが一般的である。



輸入された肉類の流通ルートは、輸入業者から始まるケースが一般的である。輸入業者は大量の肉類を他の流通業者あるいは直接小売店チェーン、外食産業チェーンに販売している。

一次卸売業者：国内外の納入業者から直接肉類を仕入れる大規模卸売業者
 二次卸売業者：一次卸売業者から仕入れる中規模流通業者。地方の流通業者であることが多い
 三次流通業者：一次卸売業者や二次卸売業者を含め、様々な供給元から製品を買う小規模流通業者。地方の業者であることが多い
 （通常、輸入業者から直接小売へ卸される、もしくは消費者に届くまでに1～3回中間業者が入る）

ほとんどの海外の牛肉輸出業者は、モスクワあるいはサンクトペテルブルグに本拠がある貿易会社を使っており、彼らが通関に伴う多大の障壁を解決している。

1) 物流インフラ

ロシアにおいては、冷凍およびチルド食品の物流インフラが未発達なままである。チルド製品の供給ルートはいまだ初期の段階にあり、冷蔵陳列棚に限られている。とくに、小売店レベルでは不足が顕著である。このため、市場はまだ冷凍製品が主体である。しかしながら、チルド食品の消費は増加傾向にあり、輸入業者と卸売業者はチルド製品の安全

な供給を確保するためのインフラにますます投資しつつある。

流通ルートのすべての段階において、冷凍製品のためのインフラは未発達である。

オランダの運輸会社のマースクは、ロシアへの超低温（-60℃）製品（水産物）の輸送と輸入を行う唯一の輸送会社である。しかしながら、最も取扱量の多いサンクトペテルブルグ港を含めたすべてのロシアの港には、冷凍コンテナを扱う適正なインフラが欠如している。これに加えて、ロシア税関が最終着地であるモスクワに着く前に仕向港でコンテナ開けるよう求めていること（このため食品安全の危険が増す）が、ロシアにおいて冷凍製品を扱うことを難しくしている。

さらに、凍結製品を保管できる冷凍施設を持っているロシア輸入業者はごくわずかである。その理由として、冷凍保管は製品コストを5倍に増やす高コストな貯蔵方法とみなされており、日常消費される食品を流通させるには適切な保管方法ではないと考えられていることがある。

この問題を解決するために、外国の輸送代理店は、冷凍水産物をフィンランドの港に運び、-18℃のコンテナに積み替え、トラックでモスクワへ運んでいることも行っている。

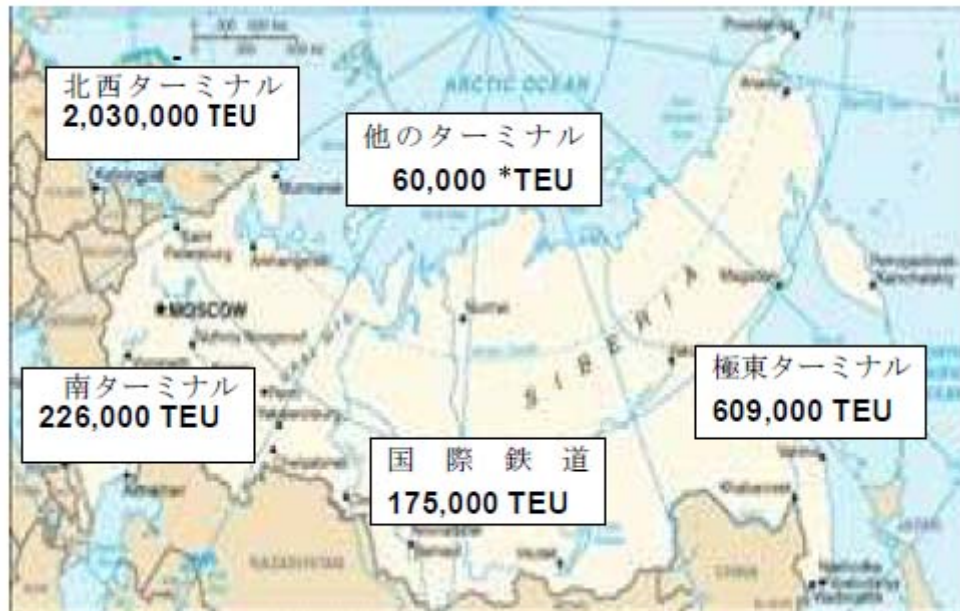
2) 輸入流通

肉類はロシア市場に海上、鉄道、陸路及び空路で入ってくるが、海上輸送が最も広く使われているルートである。

北西ロシアの港（サンクトペテルブルグ、ウスチ・ルガ、クロンシュタット、ヴィソツク）は、水産物を含むロシアへの輸入品の主要ターミナルである。ロシア極東向けの多くの製品は、ウラジオストク、ボストーチヌィ、ワニノ、ナホトカ、マガダンなどの港を通じて入る。

コンテナによる輸入は、ロシアの総輸入量の約65%が北西ロシアの港、16%が極東の港、7%がノボロシースク、7%がその他の港を通じて入り、鉄道でのコンテナ輸送はごく少量で5%である。ターミナル別コンテナ輸送の内訳は以下の通り。

ロシア国内のターミナル



(資料) 国営コンテナ会社

最も多くの食品がロシアに入ってくるのがサントペテルブルグ港である。増え続ける輸入量は国境通過地点の通過車両の増大と通関への負担を招いているが、特にサントペテルブルグ港においては顕著であり、下記理由のため停滞が常となっている。

- 煩雑かつ未整備な手続きシステム
- 空調コンテナ用プラグの不足
- 貧弱な輸送インフラ
- 通関と動植物検疫手続きの遅さ
- 保管スペース不足

政府は大サントペテルブルグ港におけるこの状況改善のため、新しい道路の建設と輸送設備への投資を行い、この地域の輸送インフラの発達と近代化を目指している。展開されているプロジェクトには次のものがある。

- サントペテルブルグーモスクワ有料道路
- ヘルシンキ～サントペテルブルグ～モスクワの貨物輸送
- 西部高速横断道路 - サントペテルブルグの北部と南部を結ぶ道路

これらは、短期間では実体のある結果をもたらさそうもないが、長期的な改善への第一歩とみられている。

輸入業者は、バルト海やフィンランドの港に船を向け、そこからトラックか鉄道に製品を積んでモスクワやその他の都市に運ぶなど、サンクトペテルブルグ港の渋滞問題の解決策を探している。これらの港の優位性は、効率性、港湾費の安さである。港から港への輸送時間は、おおむね下記の通りである。

- 中国あるいはベトナムからサンクトペテルブルグ（あるいは他のバルト海／フィンランドの港） - 45 日
- 日本からサンクトペテルブルグ - 45 日
- 米国からサンクトペテルブルグ - 20-27 日（米国内のどこから出荷するかによって異なる）
- ノルウェーからサンクトペテルブルグ - 5 日

3) 鉄道輸送

現在、日本からの食肉の輸入はないが、水産物の例でみると、サンクトペテルブルグ、ナホトカ、ウラジオストク港に到着後、さらに鉄道で輸送される。しかし、列車ダイヤの接続が非常に悪いため多くの輸入業者が不満をもっている。

極東ロシアからの輸送の場合、その距離が長いため、鉄道輸送は一般的ではない。モスクワからウラジオストクまで、平均 11~12 日かかる。搬送速度は過去 35 年間ほとんど変わっていない。さらに、予期せぬ途中停車、コンテナの超過停泊が長距離輸送をめぐる主要な問題である。

さらに、2007 年初めから、ウラジオストクからモスクワまで輸送する場合の鉄道料金が 2 倍以上になった。このため、極東からの水産物価格の大幅な値上げ（17~20%）をもたらさし、極東ロシアから鉄道輸送される製品の競争力を低下させている。

日本からの輸送についてみると、鉄道輸送は、船を使った場合の 45 日前後と比べるとその半分以下の日数での輸送が可能である。しかしながら、鉄道輸送の料金が高く、船便を使うよりも総輸送費が高くなってしまうことがネックとなっている。日本の自動車メーカーや家電メーカーなどもシベリア鉄道を使った輸送を検討しているが、高コストがネックとなって実現していない。また、温度管理にも十分対応できておらず、特に冬場の長低温時や夏場において課題がある。

4) 日本からの輸入流通の状況

日本からの食品輸出の場合、以下のようになっている。

- ・ 海上輸送が一般的
- ・ サントペテルブルク港経由が多い
- ・ 日本からサントペテルブルク港までの輸送時間は約 45 日
- ・ 陸揚げ作業に 5～15 日（平均 8 日）
- ・ 仕向地で行われる通関に 2～10 日

特に、ロシア到着後にかかる時間に関しては、複数の報告書や現地でのヒヤリングによれば、非常に時間がかかるとの指摘がみられる。この原因としては、まず港自体の不備と港からの道路の不備¹⁸、その他に、港湾設備の不足や事務手続きの煩雑さなどの理由から通関に実際にかかる時間が長いことなどが挙げられている。

5) 小売の状況

ロシアの小売市場は、中国、インドに次いで、世界で最も成長性の高い小売市場であるといわれている。

調査会社のユーロモニターによれば、2006 年の食品小売は、810 億米ドルとされている。持続的な経済成長と消費購買力の向上により、ロシアの食品小売市場は、過去 5 年間の平均で年 22%の成長を遂げ、今後も 2010 年まで年間 12%の成長が見込まれると予想される。一方、同じく調査会社の AC ニールセンによれば、ロシアにおける小売店の総数は 2003 年に 37 万 9,997 店、2006 年には 37 万 1,881 店であった。

小売は、肉類販売の約 85%を占め、残りの 15%が外食産業であるとみられている。

小売店は、一般に以下のように分類される。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - 生鮮食品マーケット、露店 - 独立系小売店 - 小売チェーン店 |
|---|

独立系小売店は、肉類小売販売の約 50%を占めているとみられる。

2007 年の生鮮食品マーケットと露店の数は合計で 5,075 店と推計される。これは前年である 2006 年の 6,444 店から大きな減少となっている。

ロシア当局は、従来型の生鮮食品マーケットや露店を整理する意向であり、このような流通チャネルの重要性は相対的に低下している。しかし、それでもまだ、肉類のすべての小売販売のおよそ 30%を占めているとされ、依然相対的に重要な流通チャネルとなっている。これらの店舗では、日常的に消費される肉類を、量り売りで消費者に販売流通しており、品質管理や衛生管理面で問題がある。

これに対して、ロシア全体でみると小売チェーン店のシェアは、約 20%と相対的に小さい。

¹⁸ 出所) 郵船航空サービス会社 <http://www.yusen.co.jp/china/report/002.html>

しかし、スーパーマーケットやハイパーマーケットが急速に拡大し、独立系小売店の売上を侵食しつつある。

小売チェーンは他の小売業者と比較して品揃えが豊富であり、品質と見た目の良さを強調している近代的な小売販売であるといえる。従って、日本を含む海外の納入業者が狙うべき最も重要な小売流通チャネルであるといえる。

ちなみに、モスクワとサンペテルブルグでは、小売チェーンが肉類販売においても重要な役割を果たしつつあり、そのシェアも 30%を超えているものとみられている。さらに、今後もシェアの拡大が急速に進むことが予想される。

スーパーマーケットやハイパーマーケットなどの近代的な小売チェーンの出現と急激な拡大により、小規模小売店の売上が低下するとともにその数も減少している。小売チェーン店の数は、2000 年の 569 店から 2006 年には 2,922 店に急増している。

また、可処分所得の上昇やモスクワへの富の集中の結果、とくにモスクワにおいては、高級食料品を販売する小売店が大幅に増加している。この例としては、ファイブスター(セブンス・コンチネントの小売店チェーン)、アズブカ・フクーサ、グローブス・グルメ、ストックマン、バイオ・グルメ、グルンワールド、バテル、ヘディアード、プロバンスなどが挙げられる。

既に触れたように、このような小売チェーンは、個人経営の小売店、独立系小売店市場、露店、キオスクなどに代わって拡大している。ロシアの地方行政当局の政策は、前近代的な青空市場を閉鎖し、近代的な小売店やショッピングセンターの建設を目指している。例えば、2006 年についてみると、モスクワ市は 69 の青空市場を再組織し、4,000 のキオスクと露店を取り壊すか、または新しい近代的な建物へ移動させた。同じような傾向がサンクトペテルスブルグとその他の地方大都市においても行なわれている。

小売チェーンは、モスクワとサンクトペテルブルグでとくに発展が目覚しく、食品小売店販売の約 30%を占めていると推定される。しかも、そのシェアは、2010 年までに少なくとも 40%に達するものと予想されている。高所得者層は、品物の種類、質、サービスの面で魅力的な大型あるいは高級なスーパーで買い物をする機会が著しく増えている。

6) 日本食レストランの状況

ロシアでは、1990 年代の中ごろから日本食の普及が始まり、高級志向のロシア料理店での提供を手始めとして、ロシアの外食産業において急成長している。現在では、寿司チェーンの出現により、寿司はロシア人のほとんどが口にできるものとなっている。

過去 5 年ほどの間に、多数の日本食レストラン(ファーストフード、カジュアルおよび高級レストラン)が、モスクワ、サンクトペテルブルグ、その他の主要都市に出店した。

調査会社 MCG のアンケート調査によれば、回答者の 46%が高級レストランの日本食を好むと答え、50%が日本の握り寿司と巻き寿司を出すカジュアル・ダイニング店に定期的に通っていると答えている。

ロシアの日本食レストランの多くが、アメリカの影響を強く受けたファースト・フード志向の外出サービス店であり、時間に追われたロシア人に人気がある。事実、これは日本料理がアメリカナイズされたものであると信じられており、その文化がロシアで受け入れられている。フィラデルフィアクリームチーズとカリフォルニアロールは、ロシアで最も人気の高い寿司ネタとなっている。また、持ち帰り寿司や出前寿司も多くの業者によって提供されている。

日本食レストランの数は、モスクワ市内だけでおよそ 1500 店あると推定されているが、主な日本食レストランは以下の通りである。

モスクワの主要日本食レストラン

カジュアル・ダイニング ファースト・カジュアル・レストラン		高級レストラン
-ヤキトリヤ	-ニヤマ	-インペレーター -ギンノタキ -Uni -Yakudza
-プラネット・スシ	-スシ・エクスプレス	
-ヤボーシュカ	-スシ・スシ	
-スシ・ベスラ	-スシ・ド	
-リトル・ジャパン	-スシ・ルックス	
-スシ・ハウス	-ビクトリア・スシ	
-サクラ	-インペリア・スシ	
-カフェ・テンボラ	-ソロ・スシ	
-エクスプレス・アジア	-スシ・タウン	
-スマクイ・ゲイシュ	-スシ・チーフ	
-スシ・ヤマ	-スシ・ヒート	
-ヤボナ・ママ	-チドリ	

ロシアでは、消費者の多くが、日本食レストランは栄養バランスの取れた健康食を出す店とみている。

モスクワでは、2003～2004 年前後に日本食の専門レストランのオープンが相次ぎ、ほとんど毎週新しい店がオープンした。このように日本食は急成長したものの、成長は早晚ピークに達するものとみられていた。しかし、その後も日本食市場はコンスタントな成長を続けており、今後も順調に成長することが予測されている。

また、持ち帰り分野でのニーズも根強く、例えば、大手日本食レストランチェーンの一つであるヤキトリヤは、寿司バー「ベンタ (Benta)」のチェーン化を進めている。

(2) 取引慣行

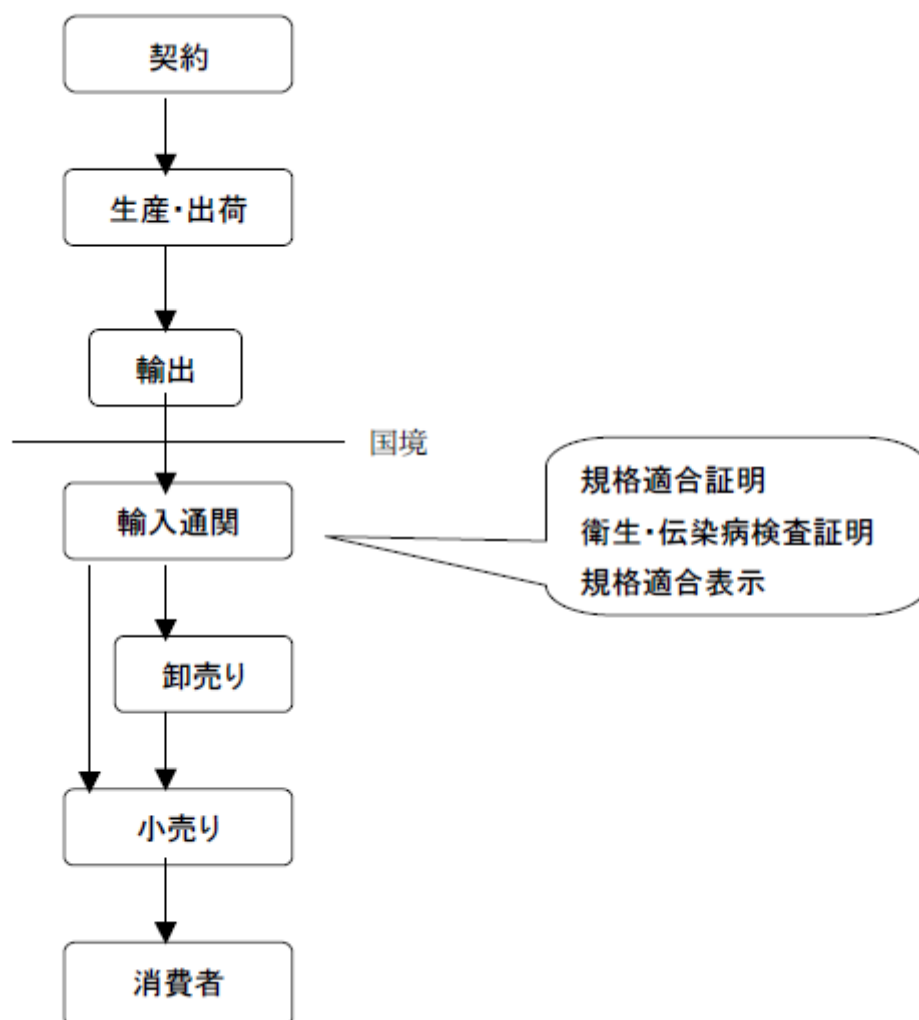
ロシアでの取引慣行には次のような特徴がある。

- ・ 公的活動および商業活動において不透明な部分が残っている。実際には、海外の納入業者に代わって現地ロシアの輸入業者や卸売業者がこれに対応している。
- ・ 時間に関する観念では緊急性に欠けている。ロシア人は決定プログラムを急がず、クライアントやパートナーの要求に応えることをあまり急がないため、返答には数日を要する。契約の取り交わしなども時間がかかる。
- ・ 個人的に親密な関係が求められる。このため、ビジネスで堅実・良好な関係を築くのに時間がかかる。本人だけでなくその家族や友人とも友好を図る必要がある。一度の訪問で物事が完結することは稀で、定期的に訪問し、十分な時間をパートナーと共有し、お互いの理解を深める必要がある。
- ・ ただし、最近では西側の影響でビジネスと個人生活を分ける人も増えてきており、これまでの伝統にとらわれない新しいビジネス習慣も増えつつある。
- ・ 代金回収が難しい。とくに外国企業がロシア企業から代金を回収する場合には注意が必要である。
- ・ ロシアでは企業の信用審査や格付け制度が十分に機能しておらず、取引先の信用度を客観的に測ることが非常に難しい。
- ・ ロシア人は感情に流されやすい傾向にあるため、冷静に対応することが重要となる。

Ⅱ．検疫・表示に関する制度、実態

1．輸入手続きの流れ

食肉をロシアに輸出する場合のフローチャートは以下の通りとなっている。



輸入通関手続きは、通常の場合、貨物が通関のための保税倉庫に到着した時点で、輸入業者が乙仲を通じて行う。

当該物品の輸入通関に当たっては、一般的な通関書類（輸入申告書、輸出申告書、仕入書および船荷証券、航空貨物輸送証など）のほか、以下の文書等の提出が必要である。

- ・ 当該商品のプライスリスト（作成：輸出者、証明：輸出国の商工会議所）
- ・ 輸出入契約書の公証コピー
- ・ 輸入者の登記を証明する各種文書（発給：ロシア側関係各機関）
- ・ 原産地証明（発給：輸出国の商工会議所）

- ・ 規格適合証明
- ・ 衛生・伝染病証明

すべての提出文書はロシア語でなければならない。また、原典が日本語等外国語の場合には、公証翻訳文を添付する必要がある。

以下では、ロシアに商品を輸出する場合に必要な規格適合証明書（ゴスト R¹⁹規格適合証明書）（ГОСТ-Р сертификат соответствия / GOST-R sertivikat sootvestviya）の取得手続きについて説明する。

（１）発給機関

連邦技術管理・度量衡庁（Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии Federalnoe agenstvo po tekhnicheskomu regulirovaniyu i metrologii / 略称「Ростехрегулирование Rostekhregulirovanie」）からライセンスを取得している検査・認証機関に発給を依頼する。一例として、以下の３機関を挙げるが、実際に利用する場合には、これ以外の機関も含めて適切な機関を選択する必要がある。

①Eurotest

住 所 : Kozhevnickeskaya St. 16, Building 4, Office B, 115114 Moscow

電 話 : +7-095- 730-1750

URL : <http://www.eurotest.ru> (ロシア語のみ)

担当者 : Ms. Alla Yudakova (alla@eurotest.ru)

②Rostest

住 所 : Nakhimovsky Prospekt 31, 117418 Moscow

電 話 : +7-095- 332-9840

FAX : +7-095-332-9911

URL : <http://www.rostest.ru> (英語版あり)

担当者 : Ms. Valentina Ilyukhina (srfood@rostest.ru)

③Prodex

住 所 : Vorobyovy Gory 1, Building 40, 119992 Moscow

電 話 : +7-095- 939-0484

¹⁹ ゴスト R とは、ロシア政府公式の規格認証システム。ロシアに輸出される商品はこの規格に適合していなければならない。なお、ゴスト R を所管する官庁が現在の連邦技術管理・度量衡庁（通称「ロステフレグリロワニエ」）である。同庁は最近まで長年にわたり「ゴススタンダルト」と通称されてきた。近年のロシアでは行政機構改革が繰り返し行われており、同庁の名称が今後も変更されることはあり得る。

URL : <http://www.prodex.ru> (英語版あり)

担当者 : Mr. Mark Mosichev

(2) 申請者

規格適合証明書の申請は、原則として輸入者が行う。輸出者が申請を行うことも可能であるが、言語やコミュニケーションの問題から輸入者に任せたほうが望ましいケースが多い。

(3) 必要提出書類など

規格適合証明書の申請に必要な書類などは以下の通りである。

- ・ サンプル (700~800 グラム)
- ・ 品質証明書 (作成 : 生産者)
- ・ 原産地証明 (発給 : 輸出国の商工会議所)
- ・ 重金属、毒素、放射性物質、微生物等有害物質含有検査報告書 (作成 : 輸出国の検査機関)
- ・ 検疫証明 (発給 : 輸出国の公的検疫機関)
- ・ 規格適合表示原稿 (ロシア語) または同表示 (外国語) に併せて貼付されるステッカー (ロシア語) の原稿 (作成 : 輸入者)

(4) 発給費用

証明書の発給に必要な費用は、発給機関によって様々であり、また、その請求の根拠もまちまちである。以下では、発給機関の例として紹介した3機関について、それぞれどのように発給費用を請求しているかを調べた結果である。下記はあくまでも目安であり、実際に依頼する場合には費用の積算根拠について確認することが望ましい。

前記 Eurotest 社の場合、520 ドル (1 品目当たり)

前記 Rostest 社の場合、7,000 ルーブル+契約価額の 0.1% (1 メーカー当たり)

前記 Prodex 社の場合、契約価額の 0.15% で最少額 1,500 ルーブル

(一契約中に複数のメーカーや品目が該当する場合にはその都度追加料金が掛かる)

(5) 所要日数

証明書の発給に要する所要日数は以下の通りである。どの機関もおおむね 10 営業日程度となっている。

前記 Eurotest 社の場合、10 営業日

前記 Rostest 社の場合、7~10 営業日

前記 Prodex 社の場合、10 営業日

(6) 発行先および有効期間

証明書の有効期間は、輸入者が申請する場合と輸出者が申請する場合とで、以下のように異なる。

- ・ 輸入者または当該の輸入契約案件に対して発給する場合、1 年間
 - ・ ロシア国外の生産者が輸出者として証明を取得する場合、3 年間
- ただし、輸出者が申請する場合には、発給機関から検査官を日本の当該生産工場に受け入れて検査を行う必要があり、その分の経費が発給費用に追加される。

2. 検疫関連法令

ロシアにおける検疫関連制度は、ロシア農業省の管轄下である連邦動植物衛生監督庁により関連法令が定められている。肉類をロシアに輸出する場合には、輸出国として登録する必要があり、また、輸出業者も事前に登録することが必要になる。なお、輸入業者としての申請は、輸出登録国からのみ可能である。具体的には、輸出業者は、連邦動植物衛生監督庁へ衛生証明書を提出し、同庁より輸入許可証を得る必要がある。

検疫関連法令には、以下のものがある。

①獣医学衛生法、輸入の肉および肉製品の使用と加工に関する規則（1994 年 8 月 25 日、ロシア司法省登録 No.668）1994 年 7 月 13 日、ロシア国家獣医学監督 V. M. アヴィロフにより承認 No.13-7-2/129

ロシア国外からのロシア領域内への食肉搬入に関し、必要となる獣医学上の書類とその発行元について、肉類と肉加工品の区分法、獣医学上の検印、執行機関に関する規定を定めている。

②肉への獣医学検印に関する指令（1994 年 4 月 28 日、ロシア農業省により承認）（1994 年 5 月 23 日、ロシア司法省登録 No.575）

(1) 衛生・伝染病検査証明

(С а н и т а р н о - э п и д е м и о л о г и ч е с к о е з а к л ю ч е н и е
Sanitarno-epidemiologicheskoye zaklyuchenie)

1) 発給機関

連邦消費者保護・安全監督局（Ф е д е р а л ь н а я с л у ж б а п о н а д з о р у в с ф е р е з а щ и т ы п р а в п о т р е б и т е л е й и б л а г о п

олучия человека / Federal'naya sluzhba po nadzoru v spere zaschity prav potrebiteley i blagopoluchiya cheloveka／略称「Роспотребнадзора Rosnotrebnadzora」）が担当している。

しかし、実際の手続は、その地域を管轄する支局で行うことになる。

例えば、モスクワで手続を行う場合には、担当支局は以下の通りである。

連邦消費者保護・安全監督局モスクワ市支局食品衛生部

住 所 : Grafsky pereulok 4/9, 129626 Moscow

電 話 : +7-095- 687-4035

F A X : +7-095-687-4067

2) 申請者

輸入者が申請することになっている。

また、個別に申請しなくとも、一連の輸入手続きのなかで、前記の規格適合証明機関に発給手続を行えば、衛生・伝染病検査証明も合わせて取得することが可能であり、あらためて申請する必要はない。

3) 必要提出書類など

申請に必要な書類などは以下の通りとなっている。

- ・ 輸出入契約書
- ・ サンプル（800 グラム）
- ・ 検疫証明（発給：輸出国の公的検疫機関）
- ・ 重金属、毒素、放射性物質、微生物等有害物質含有検査報告書（作成：輸出国の検査機関）
- ・ 安全証明（輸出国の検査機関が作成）

4) 発行手数料

申請先により、またケースバイケースで異なる。

通常は、1 件当たり 3,000 ルーブル程度が必要となる。

5) 所要日数

輸入者が直接申し込む場合には 1 週間程度

6) 有効期間

証明書の有効期間は 5 年間となっている。

7) 検印

検査に合格した場合には、以下の検印が押される。

獣医学検査

- ・ 検査に通った肉には指定箇所に指定された数の紫色の楕円形の検印が押される。
- ・ 三角形の検印は、検査に通った生産場所で生産されたという証明であるが、それによって、獣医学的検査が省略されるわけではない。

商品査定

- ・ 牛肉は肉のつき方（肥満度）によって分類され、第1カテゴリーには丸い検印が、第2カテゴリーには四角い検印が、痩せたもの（肉つきの悪いもの）には三角の検印がされる。

（2）販売規制

販売に当たって送付される商品インボイスに、当該商品の通関申告番号を記載することが必要になる。

また、商品インボイスには、次の文書の公証コピーを添付しなければならない。

- ・ 規格適合証明
- ・ 衛生・伝染病検査証明
- ・ 輸入申告書

小売の現場においては、販売される商品やその販売が伝染病証明および販売に関する諸規則に合致しているかどうかの検査が行われることがある。

検査者は、連邦消費者保護・安全監督局の各地方支局である。同支局では、管轄都市の各区に1カ所ずつ検査署を配置している。

検査の結果、偽造品、密売、不良品販売などの違反行為が発見された場合には、同局は商品の没収、販売許可の取り消し、強制閉店などの措置を行う権限がある。

3. 表示関連法令

（1）表示に関する規制

表示に関わる法令としては、「消費者の権利保護に関して（1992年2月7日より。No.2300-1）」肉の商品学上の表示規則に、以下のような商品に表示せねばならない情報が具体的に定められている（1993年10月4日より。ロシア食品と加工品産業委員会による）。

食肉へのラベル表示項目

- ・ 原材料成分
- ・ 栄養成分
- ・ 賞味期限
- ・ 保存方法
- ・ 食品添加物
- ・ 生物的添加物
- ・ 遺伝子組み換えなどの詳細情報
- ・ 推奨される食品消費日数
- ・ 禁忌事項
- ・ 食品の証明書を持つ責任元の機関名とマーク

アメリカ からの輸入牛肉を例にとると、合精肉（一般に店に並ぶ切り分けられた半加工扱いのもの）の場合、以下の内容のロシア語による消費者向けラベルの添付が必要となる。

- 1.食品名
- 2.企業名（英語のみも可）
- 3.原産国
- 4.重量
- 5.組織番号（establishment number）
- 6.貯蔵条件
- 7.賞味期限、もしくは生産日と保存期間（shelf life）
- 8.成分表示
- 9.栄養価（グラム当たりカロリー）
- 10.使用法（加工食品の場合）

冷蔵・冷凍牛肉の場合、各ダンボール箱にロシア語で以下の情報のラベルを 1 つ押さねばならない

- 1.国名
- 2.食品名
- 3.組織番号（establishment number）
- 4.原産国
- 5.重量
- 6.梱包日

(2) ラベル表示に関する実際の運用について

高級スーパー、中級スーパー、安売りスーパーの表示を比べたところ、小分けパッケージにして売られているものの場合には、詳細なラベル表示が見られたが、量り売りされている肉には、簡単に肉の種類、価格、産地や重量が表示されているのみであった。

また、前述の小売店舗調査の結果や以下の写真からもわかるように、生産地や消費期限を記載していないものも多数店頭に並んでいる。

結論として、輸入品も含めて、実際には表示に関する規制が必ずしも遵守されておらず、当局の取り締まりも必ずしも厳格ではないことがうかがわれる。

実例①：オーストラリア産輸入牛肉（高級スーパー）



- ・ラベル表示：計り売り。賞味期限の記載が無かった。
 - リブローズ 骨なし、霜降り Kobi 牛、オーストラリア、PLU#000695、包装 2009 年 1 月 16 日 20 時 02 分、賞味期限（記載なし）、重さ 0.148kg、1kg あたりのルーブル 3969.00（約 10,161 円）、価格 587.41 ルーブル（1,504 円）、ノヴィンスキー並木通り 8

実例②：ロシア産牛肉（中級スーパー）

- ・ラベル表示：計り売り。
 - ロース 牛肉、骨付き、半加工品 2009 年 1 月 13 日、0.536（単位の記載は無いが、重量 (kg)）、PLU 202、160.26（単位の記載は無いが、価格（ルーブル）、約 410 円）、299.00（単位の記載は無いが、Kg 当たりの値段（ルーブル）、約 765 円）、住所、有限会社 商業センター ヴァーシュ・プーチーM

実例③：ロシア産牛肉（安売りスーパー）

パッケージ肉のみが販売されていた。

ラベル表示：(2 種類)

【1 枚目】

商品のロゴ、生産者と住所、商品名、保存法、加工過程における規格適合表示 TU ナン

バー、調理法、電話番号。メールアドレス、添加物が入っていない国産の環境的に清潔な食品であること、HP アドレス、豚を使用しないハラル食品（イスラム用）として適合しているロゴ

【2 枚目】

商品名、冷蔵、本物であること、スーパー名、栄養素、賞味期限、商品のロゴ、重量、価格、1kg あたりの価格、バーコード、納入生産業者名と住所

4. 検疫・表示に関する税金、手数料

（1）検疫に関する諸費用など

前述の規格適合証明、衛生証明に要する費用を参照のこと。

また、通関手数料として、CIF 価格の 1.3%がかかる。ただし、実際には 1.3%よりもはるかに多額の多数料を請求されるケースが多い。

（2）表示に関する諸費用など

表示に関しては、特別な認可や検査はなく、従ってそれに伴う手数料の支払いや諸費用の負担などはない。

（3）その他輸入全般にかかる手数料など

連邦動植物衛生監督庁が管轄。検査にかかる料金の詳細について、インターネットなどの公開情報では料金についての情報が見つからなかったため、電話によるヒアリングを行った。

輸入業者であるエリダル社、オプティフード社、オスト・プリュス社や、ロシア肉連合、国内肉協会(NMA)、米国食肉輸出連合会（USMEF）など各種団体に問い合わせたが、料金に関する情報はとれなかった。

また、連邦動植物衛生監督庁へもコンタクトを取ったが、情報は得られなかった。ロシアの官公庁から、特別な身分を持たない者が情報を一般に得るのは簡単なことではない。通常、庁内をたらい回しにあうことが多い。

鑑識組合（SOEKS）の農業部（SOEKS アグロ）

製品の品質検査、輸入品に関する証明書発行を行う独立非営利団体（担当電話番号 +7(495)650-03-61）によれば、当団体において、1 回の検査（積荷全体に有効）あたり 2500 ルーブル（消費税 18%別）にて、獣医学検査に必要な微生物検査を請け負っている。この料金は鑑識組合（SOEKS）に支払うことになる、とのことである。検査の後、検査証明書が発行される。

日本から牛肉をロシアへ輸出する際には、輸入業者を通すことが多いと考えられる。輸入

の際の手続きは、直接輸入業者のマージンとも結びついており、これを企業秘密として明かさない輸入業者も多く見られた。それ故、輸入にかかるさいの手数料に関する詳細は一般公開情報としては少ない。

実際にロシアに輸出する場合、逐次パートナーとなる輸入業者に問い合わせしていく形が予想される。一方で、鑑識組合（SOEKS）の農業部（SOEKS アグロ）のような団体が手続きに必要な有料サービスを行っているため、そのサービスを利用する方法も考えられる。

5. 「和牛」の販売実態

（1）販売・取り扱いの具体例

1) 「神戸牛」

高級スーパー「アズブカ・フクーサ」で販売しているオーストラリア産牛肉には、ラベルに「Kobi（コビ＝神戸牛の意）」と書かれていた。

10kgの真空パック状で、店員はそのラベルにある日本語表記を日本語と認識しておらず、ラベルに書かれた「Kobi」が示す意味も知らない様子であった。

消費者向けの値札とは別に、輸入や卸の際につけられたと思われるラベルもついていたため、それを以下に記載した（英語表記のものは英語、その他は注釈のない限りロシア語）。

- ・リブロース 骨なし 霜降り神戸牛 （オーストラリア）
- ・100g が 384 ルーブル（約 983 円）（冷蔵）、 生産者：Andrews Meat オーストラリア
- 輸入者：有限会社アウス・トレード と住所
- 期限：2008 年 12 月 3 日（3 カ月間） 0－0.5℃
- 100g 171kcal たんぱく質 18.90g 脂 10.50g



2) 「日本の牛肉」（外食産業において）

- 「シー・トリア」（「モスクワ唯一の“フィッシュ・カフェ”」）
- メイン料理の平均価格 500 ルーブル（約 1,280 円）前後
- ・「霜降りグリル・ビーフ」 617 ルーブル（1,580 円）
- ・「日本の霜降り牛肉、野菜、薬味、たれ」 1950 ルーブル（約 4,992 円）



モスクワ市内中心部にある日本食レストラン「ヨコ」。

多数のレストランを傘下に抱えるノヴィコフ・グループの経営。

1回の食事予算：約 100 ドル（約 10,000 円）

・前菜「神戸牛たたき（日本の霜降り牛、115g） 1,070 ルーブル（2,739 円）」。



レストラン「エル・ガウチョ」

・レストラン紹介サイトに、「料理長ローベルトは、最良カテゴリーである 9+ の、日本の霜降り牛の厚いロースを使っている」との記載があった（9+ の意は不明）。しかし、実際のレストランの HP では、「霜降り肉使用」に言及しているものの、産地の記載は一切ない。レストランは、市内に 3 軒の店を持つアルゼンチン料理屋であり、肉料理における肉質の良さをアピールしている。

（2）実態

ロシアにおいては、日本産の和牛がおいしい、素晴らしいものだという漠然とした印象はあるものの、ほとんどのロシア人が実際の和牛を見たり食べたりしたことがないのが実態である。また、「霜降り」という言葉も多くみられるものの、これも正確な理解からは程遠い状況にある。

ロシアでは、例えばチョコレートについては明確なブランド区分が確立している。このため、良いもののスタンダードをきちんと理解すれば、それをベースに良いものと悪いものの区別を行うことはそれほど難しいことではないとみられる。牛肉にも正しい認識が浸透すれば、偽物購買にも歯止めがかかる可能性がある。問題は、和牛が入らないうちに間違った認識が先行し、定着してしまうことである。

ちなみに、米国食肉輸入連合会は、啓蒙運動も、ロシアにおける米国牛肉の輸入増加に結びついた要因の一つと指摘している。

ただし、和牛の場合は、高額であるため、それを実際に口にすることが出来るのは、高級

スーパーもしくはレストランに通える一部の高所得者層に限られる。ロシアでも、ニセモノであっても明確な区別が行われ、一般消費者が通うようなスーパーやレストランにおいては、神戸や霜降りといった記載自体があまり見られないのが現状である。

一方で、「日本産」というのはロシアにおいて絶大なブランドであり、今後、和牛のブランド性が一般消費者の間に浸透した場合、ブランド性の高い日本のブランド名は違法に使用されるのではと懸念される。

ロシア農業大臣ゴルデーエフは、現在のロシア市場においては、他国から輸入した牛肉が日本ブランドとして取引されている現状があり、これによってロシアの消費者がだまされないようにしなければならないと強調している。このコメントからも、日本産が禁止されていることを知らない一般消費者が、日本産だと思い込んで他国産牛肉を購入しているケースが少なくないことがみてとれる。

レストランにおいても、日本食レストランに日本人の料理人がいるのはごくわずかであり、料理方法も純粋な日本風であるとは言い難いのがロシアの和食ブームの現状である。このため、日本産和牛のブランド力を保持するためには、食材と同時に、適切な料理法なども普及させることが非常に重要であるといえる。

6. 偽装表示、不正規ルートの販売などに対する取締りと実態

偽物、不正規なルートなどに関しても、法とは別に常に逃げ道があり、さらにそれが公然とまかり通るのがロシアの現状である。購買者の意識も低く、明らかな偽物が売られていて、購入者自身もそれが偽物と分かっているにもかかわらず、それにより直接被害をこうむらない限り（例えば、食肉であれば中毒を起こすなど）、ロシア人購買者が訴える行為に出ることは稀である。

また、2004年の、消費者の権利と安全保護の連邦監督庁の調査によれば、ロシアの市場において食料の30～40%のラベルは、十分かつ信頼できる情報を記載していないとの報告がある。

これまで述べたように、ロシアにおいては、現状、日本産牛肉の輸入が認められていないにも関わらず、すでに「日本産牛肉」が市場に出回っている。

取締りに関わる法律では、ラベル不備に対して以下のような罰則を設けている。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・ 責任者に 500－1,000 ルーブル（1,280～2,560 円）の罰金・ 法人に 5,000－10,000 ルーブル（12,800～25,600 円）の罰金 |
|---|

また、次のような制度も存在する。

消費者の権利と安全保護の連邦監督庁：「消費者の権利保護」のためのホットライン（Tel: +7(499)973-18-58）を開設し、衛生上、表記上の問題などを取り扱う

特許組合（ソユーズパテント）：知的財産権の保護を主目的とし、商標、メーカー名などについて管理する。また、第三者による特許侵害や偽装品の取締りに関する裁判や当局への対応依頼などのサービス提供

しかし、他の体制移行国や途上国にみられるのと同様に、ロシアにおいても知財権などの保護のための法律の整備が終わっていて、根拠法がしっかりと存在するとはいえる。しかしながら、取り締まりの実施や権利者の具体的な保護などの実態面においては、実効性のある排除・抑止体制が依然整備されていないのが現状である。

Ⅲ. 卸売店、販売店などにおける問題点

1. 輸送および店舗内温度管理など

冷蔵や冷凍保管をすべきものが、運送段階、特に積み替え時や店内への搬入時などにおいて、室温に長時間さらされていることも少なくない。

また、倉庫やトラックなど、冷凍や冷蔵配送を一貫して請け負うことが可能な物流業者がほとんどない。

2. 商慣行の問題

ロシアでは法で整備された商習慣が成熟していないため、度々代金決済でトラブルが生じることが指摘されている。また、商取引に影響及ぼすような不透明さが存在し、これが公的活動及び商業活動に悪影響を及ぼしている。曖昧な点はすべて協議のうえ合意し、契約書をきちんと締結することが重要である。

IV. 今後の食肉市場拡大の見込み

ロシアに「本物の日本食材」を求める需要は高い。一方で、日本産は価格が高い、ということも同時に知られているため、富裕層以外の一般消費者層については、価格設定によって購買を大きく左右される可能性がある。

富裕層が多いこと、ロシア全体で所得の伸びが急速であること、外国製の高級品を受け入れることに慣れた市場であること、日本産品への信頼が極めて高いこと、日本食ブームであることなど、和牛が受け入れられる可能性が極めて高いのがロシア市場であるといえる。また、牛肉自体の現状における消費の多さ、今後も他の肉類に比べて牛肉が好まれる素地があることもロシア市場の特性である。

ロシア連邦税関庁は、2008年1月から10月の間に、外国（旧ソビエト諸国を除くすべての外国）からの食肉輸入が前年同期よりも23.4%増えたと発表した。鶏肉を除いた肉の輸入量は、同年1月から9月において126万500トンで、前年同期比24.5%増となった。また、2008年9月の1ヵ月だけでも、16万1100トン（前年同月比27.7%増）に達した。2003年末から続いた禁輸が2007年末にようやく解禁となったアメリカを始めとして、近年禁輸を解除された国も増えている。

さらに、2009年は、2003年春から始まった、ロシアの生産者保護を目的とした、ロシアへの輸入食肉割当²⁰が有効である最後の年である²¹。

アレクセイ・ゴルデーエフ農業大臣は、2008年8月の東京での会談の後、ロシアは日本の有名な霜降り肉の輸入を考えるつもりであることを報告した²²。その発言では、日本の肉は「その質の良さを誇り」、ロシア市場において「富裕層の消費者にとってのプレミアム食材」になるであろう、としている。

²⁰ 輸入割当量に関しては「4）今後の食肉市場拡大の見込み」の項を参照されたい。

²¹ 出所) オプティフード(2008年8月21日付) <http://www.optifood.ru/analytics/article/147/5143.php>

²² 出所) AGRO.RU(農業情報サイト)(2008年8月19日付) <http://www.agro.ru/news/comments.aspx?id=2737>
(次の文も同様の出典)

V. 他国産牛肉の広報活動

リーフレットやチラシ類は、ロシアの菓子類（特に高級チョコレート）やアルコール飲料などでは目にするが、肉に関するものはほとんど無い。今回の現地調査において入手した唯一の肉に関するリーフレットとして、アメリカの霜降り牛に関するリーフレットの具体例を以下に示した。

これ一枚に、霜降り牛肉の概要、保存法、調理法など書かれている。ロシアに伝統的な「漬け込み」や複雑なソースなどが不必要であることも書き添えてある。

アメリカ産霜降り牛肉のリーフレット



表



裏

高級スーパー「アズブカ・フクーサ」の肉売り場にあった無料リーフレットである。以下にその内容を示す。

<p>(表) 世界の最高の肉に価値を見出す人のために</p> <p><u>アメリカのクラシカルなステーキ アメリカの霜降り牛</u></p> <p>アメリカの霜降り牛の一品は伝統的にもっとも繊細な肉料理の1つとされている。霜降り牛（ロシア語で「霜降り」は「大理石状」である）という名は、筋肉繊維の中に入り込んだ細かい脂の豊かさが、その高貴な石の断面のようであることからつけられた。内部の脂は肉のおいしさを良くする・調理の際、脂は溶け、うまみと香りが筋肉層に融和していく。このような肉の生産過程には多大な労力が費やされ、そこでは最良の品種の肉牛のための、特別な条件の穀物飼料が要求される。高度の最新の技術と、エコロジーへの特別な要求が不可欠であり、そのためアメリカを含むいくつかの国でしか霜降り牛は生産できない。アメリカ産霜降り牛は驚くべきジューシーさで軽く、柔らかい味、そしてまたとない香りは、世界中のグルメたちの垂涎の的である。</p> <p>レストランでアメリカ霜降り牛はよくステーキや丸ごとグリルされる。家庭で、5-6キロもある塊をグリルにはやりにくいこともあるため、家ではステーキを焼くことが好まれる。夏には、霜降り牛は、自然の中でのバーベキュー時、外での網焼きバーベキューに理想的である。</p> <p>(裏) ステーキのまたとないおいしさのためには、いくつかの簡単な方法に従わねばならない：</p> <p>(以下、項目のみを概訳) 1. 正しい解凍法 2. 肉の切り方 3. ステーキ状に切った後の肉の保存法 4. 調味料 5. 調理法 6. 焼き具合 7. 食卓に出す際に</p>

VI. 関連行政庁、企業、団体など窓口連絡先

(2009 年 1 月 1 日現在)

1. 行政、公共機関

・連邦税関局

121087 モスクワ、ノヴォザヴォドスカヤ通り 11/5 Tel: +7(495)449-77-71 Fax: +7(495)449-73-00

<http://www.customs.ru/ru/>

・連邦動植物衛生監督庁

107139 モスクワ、オルリコフ横丁 1/11 Tel: +7(499)975-43-47 Fax: +7(495)607-51-11

http://www.fsvps.ru/fsvps/main.jsp?_language=ru (ロシア語)

http://www.fsvps.ru/fsvps/main.jsp?_language=en (英語)

メール: (モスクワ支部として) rsnmoskva@mail.ru

・消費者の権利と安全保護の連邦監督庁

127994 モスクワ、ヴァトゥコフスキー横丁 18/20 ビルディング 5, 7

Tel: +7(499)973-26-90 Fax: +7(499)973-18-02 ホットライン+7(499)973-18-58

<http://www.rosпотреbnadzor.ru/> メール: depart@gsen.ru

・知的財産、特許、商標に関する連邦庁 (ロスパテント)

123995 モスクワ、ベレジュコフスカヤ河岸通り 30、ビルディング 1、G-59, GSP-5

Tel: +7(499)240-60-15, 240-61-38 Fax: +7(499)243-33-37, (495)956-43-74

<http://www.fops.ru/> メール: rospatent@rupto.ru

・在ロシア日本国大使館

129090 モスクワ、グロホリスキー横丁 27 Tel: +7(495)229-25-50 Fax: +7(495)229-25-55

<http://www.ru.emb-japan.go.jp> メール: ryoji.jp@japan.orc.ru (領事部)

2. 関連業者

・ヴォストーク・ザーパド: 1996 年創設の、大手ホテル、レストラン、店舗などに品を供給する食品納入業者。

Tel: モスクワ+7(495)232-21-21, ペテルブルク+7(812)333-01-01, エカテリンブルク+7(343)379-38-23

<http://www.ews.ru/assortiment/brands-dealers/> メール: foosservice@ews.ru

・エリダル (Elidar): 1997 年創設の輸入販売業の株式会社。牛肉の輸入元はベラルーシ、スペイン、アメリカ、ウクライナなど。

Tel: +7(495)783-74-44

<http://www.elidar.ru> メール: info@elidar.ru / buyer@elidar.ru

・オスト・プリュス：1997 年創設の輸入食肉卸業者。アメリカ、オーストラリア、カナダ、ヨーロッパ、南アフリカからのものを扱っている。現在、月平均の取引食肉量は約 1500 から 2000 トンとのこと。

190020 サンクト・ペテルブルク、リバフスキー横丁 5 Tel: +7(812) 336-41-13 (ペテルブルク事務所)

+7 (495) 727-40-62 (モスクワ事務所)

<http://www.ostplus.ru/> メール: dmitry@ostplus.net

・オプティフード (Optifood)：2000 年創設の、食肉輸入販売を含む、主に食品関連分野で多岐にわたる業務を展開する企業グループ。

117393 モスクワ、プロフソユーズナヤ通り 78 Tel: +7(495)363-46-26, 46-20 Fax: +7(495)363-48-98, 46-21

<http://www.optifood.ru> メール: sale@optifood.ru

・ジャプロ：日ソ貿易が 1993 年に創設し、最近になって移転、営業再開した。有限会社ジャプロ・コーポレーション Co Ltd.。里芋、かぼちゃ、しょうが、竹の子を始めとして、日本の調味料、漬物など手に入る。レストランなどへの卸販売も行っている。1993 年から日本食販売を専門に行っているが、ロシア産も含め、現在は肉類自体を現在一切取り扱っていない。

スーパー：モスクワ、アストラハンスキー横丁 5、ビルディング 1 Tel: +7(495)680-02-12

卸売り：モスクワ、ユジノボルトバヤ通り 7、ビルディング 2

Tel: +7(495)710-07-04/540-55-37 Fax: +7(495)710-08-16

<http://www.japro.ru> メール: info@japro.ru

・アズブカ・フクーサ：1992 年に珍味屋として営業開始し、97 年よりアズブカ・フクーサの名に。現在 25 軒の店舗を持つ、プレミアム・クラスのロシアのスーパー。

121170 モスクワ、クトゥーゾフスキー大通り 36、ビルディング 3、玄関 4

Tel: +7(495)504-34-87 Fax: +7(495)504-34-77

<http://azbukavkusa.ru> メール supermarkets@azbukavkusa.ru

3. 関連機関・団体

・鑑識組合 (SOEKS)：製品の品質や量の検査など輸入品に関する証明書発行を行う独立非営利団体。食肉は同組合の農業部 (SOEKS アグロ) が取り扱う。

109012 モスクワ、イリインカ通り 5/2

<http://www.soex.ru>

同、農業部 (SOEKS アグロ)：125009 モスクワ、マーラヤ・ドミトロフカ通り 13/17

Tel: +7(495)699-90-34, 650-03-81 Fax: +7(495)650-03-65, 699-94-59 メール:

agro@dm.soex.ru

http://www.soex.ru/rus/component/option.com_holding/task.view/id=20/Itemid.54

・特許組合 (ソユーズパテント)：旧全ソ商工会議所付属特許事務局で、現在は有限会社。1935 年創設の特許権を扱う組合。

101000 モスクワ、ミヤースニツカヤ通り 13、ビルディング 5
Tel: +7(495)221-88-80, 221-88-81 Fax: +7(495)221-88-85, 221-88-86
<http://www.sojuzpatent.com/default.asp> メール: info@sojuzpatent.com

・ロシア商工会議所商業情報センター

109012 モスクワ、イリインカ通り 5/2 Tel: +7(495)620-03-87 Fax: +7(495)620-02-70
<http://www.ruschamber.net> メール: infocentrum@tpprf.ru

・ロシア肉連合: 1998 年に肉関連のいくつかの大企業によって設立。代表者イオシフ・A ロゴフ。現在は 70 以上の企業連合とのことで、活発な活動を繰り広げている。

109316 モスクワ、タラリヒナ通り 33 Tel&fax: +7(495)678-75-29
<http://www.myasnoy-soyuz.ru> メール: rmu@msaab.ru

・国内肉協会(NMA): 2003 年発足の、食肉に関わる企業(生産、輸入、卸、販売)が参加する非営利団体。会長はセルゲイ E. ユーシン。ヨーロッパ肉取引組合(UECBV, <http://www.uecbv.be>) 会員。

115172 モスクワ、ゴンチャルナヤ通り 27/6、オフィス 24 Tel: +7(495)912-01-55
<http://www.natmeat.ru> メール: nutmeat@yandex.ru

・ウラル肉組合(UMS): ウラル地方の食肉に関わる企業が参加する非営利団体。

エカテリンブルグ市、スクラドゥスコイ通 12、オフィス 203 Tel&fax: +7(343)216-10-61
<http://www.meatunion.ru> メール: meatunion@mail.ru

・米国食肉輸出連合会(USMEF): アメリカの牛肉豚肉輸出促進のために各国で活動している団体。

119049 モスクワ、レニンスキー大通り 2、ビジネス・センター9 階
Tel: +7(495)544-93-87 Fax: +7(495)230-68-19
<http://www.usmef.org> メール: moscow@usmef.org

・Meat.su: 2006 年から開いている食肉に関する情報サイト。関連業者や価格情報など無料で入手できる。掲載されている牛肉を扱う業者数は、ロシア全土で約 150、モスクワ市で約 50 社。

<http://www.meat.su> メール: info@meat.su

なお、現在モスクワ市では市外局番 495 が一部地域で 499 に変更されているなど、常に変化があるため事前確認が必ず必要である。