

南東欧諸国の市場動向調査 (セルビア、クロアチア)

欧州課、ウィーン・センター

南東欧諸国は、高い経済成長を背景に高所得者層や中間所得者層が拡大し、消費市場としての魅力が高まっている。欧米企業は、こうした市場の潜在力を見込んで投資を活発化させている。そこで、同諸国の市場の潜在性、欧米企業の展開、販売に関わる法規制などを調査し、日本企業の事業戦略策定に資することとした。

本レポートではセルビアとクロアチアをとり上げるが、ルーマニアとブルガリアについては、ジェトロ「通商弘報」の2009年5月28日付の「[富裕層の増加で高級品市場も拡大](#)」および27日付の「[顧客獲得の決め手はアフターサービス](#)」をご参照頂きたい。

目次

1. セルビア	2
(1) セルビアの消費者・市場の基礎情報	2
(2) 消費財および資本財の輸出業者の参入	8
(3) 輸出入および販売に関わる主な関連法規	11
(4) 消費者性向と購入決定要因	17
2. クロアチア	21
(1) クロアチア概況	21
(2) 消費者市場に関する基本情報	22
(3) 消費市場	29
(4) 販売に関する主なルール	32

1. セルビア

(1) セルビアの消費者・市場の基礎情報

① 経済力

国際通貨基金 (IMF) の 1 人当たりの GDP (2008 年) でみると、セルビアの経済力 (6,782 ドル) は西欧諸国の水準をはるかに下回る。また、欧州連合 (EU) 加盟国のルーマニアやブルガリア (6,857 ドル) をわずかに下回るが、マケドニアやボスニア・ヘルツェゴビナ (4,625 ドル) などの近隣諸国よりは高い。

このような状況は、セルビアの実態経済をみると理解できよう。①セルビア国外に住む親族からの送金は、2004 年の世界銀行の報告によれば 41 億ドルに上り、これは GDP の 17% 以上に相当する。しかし、10 年以上国外に居住する親族は通常、故国の身内への送金を減らすため、将来的には、この送金収入は減少するとみられる。②アングラ経済からの収入が増加している。③外資系銀行を中心に、消費者信用による融資が急成長している (最新データによれば、2005 年から 2006 年の間に消費者信用は 56% 成長した)。

② 人口の構成と動向

セルビアは、欧州で高齢化が最も進行している国の 1 つである。その原因は、90 年代における紛争と、すでに 80 年代から始まっていた出生率の低下にある。

統計局の予測によれば、出生率が 2002 年の 1.53 人から 2032 年の 1.8 人へと小幅に上昇し、平均寿命が小幅に上昇することを条件に予測すると、24 年後の人口は 2007 年の約 754 万人に比較して 9% 減少し約 685 万人となる (表 1)。

表 1 人口の予測推移 (2007~2032 年)

(単位：人)

	2007 年	2012 年	2017 年	2022 年	2027 年	2032 年
男性	3,666,632	3,582,070	3,509,530	3,454,392	3,404,744	3,364,835
女性	3,868,705	3,770,010	3,683,253	3,611,373	3,545,363	3,486,264
合計	7,535,336	7,352,081	7,192,783	7,065,765	6,950,106	6,851,099

(出所) セルビア統計局

こうした人口の減少傾向により年齢構成は、高年齢層の比率が増加し、子供と若者の比率が減少すると予測される。その結果、消費性向に影響が及ぶとみられる。20 歳未満の人口比率は、2007 年の 21.7% から 2032 年の 20.7% へとわずかに低下する。30 歳未満の人口比率は、同 35.5% から同 32.5% へと比較的大きく低下する。その一方で、60 歳以上の人口比率は、22.1% から 27.3% へと上昇する (表 2)。

表2 2007年と2032年における人口構成の比較

(単位：人)

年齢(才)	2007年			2032年		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性
0-4	396,060	201,095	194,964	344,436	176,032	168,403
5-9	370,744	189,504	181,240	343,891	175,875	168,016
10-14	411,852	212,043	199,809	355,307	182,096	173,212
15-19	453,813	232,191	221,622	376,769	192,979	183,789
20-24	512,180	260,960	251,219	395,084	202,075	193,008
25-29	528,744	268,004	260,740	408,523	207,307	201,216
30-34	521,484	260,705	260,779	382,055	194,261	187,793
35-39	488,440	241,735	246,706	418,947	214,031	204,916
40-44	493,375	242,930	250,446	454,260	230,590	223,670
45-49	531,004	261,489	269,514	504,421	255,268	249,153
50-54	603,043	298,130	304,912	510,334	256,256	254,078
55-59	559,675	272,090	287,585	485,997	238,619	247,358
60-64	371,602	174,551	197,051	429,402	205,220	224,182
65-69	391,069	178,217	212,851	393,846	182,809	211,036
70-74	379,024	167,253	211,771	361,002	163,012	197,989
75-79	287,808	119,739	168,070	318,307	140,017	178,291
80以上	235,420	85,996	149,423	368,538	148,385	220,152
合計	7,535,336	3,666,632	3,868,705	6,851,099	3,364,835	3,486,264

(出所) セルビア統計局

③ 平均賃金（学歴・業種別など）と家計収支

入手可能な公式データ（2005年および2006年の各9月）によると、労働者の学歴別および技能別の平均月給は、表3のとおりである。最高学歴（652ユーロ）と最低学歴（240ユーロ）では、2006年ベースで2.7倍の格差がある。また、超熟練工（425ユーロ）と未熟練工（226ユーロ）では約1.9倍の給与格差がある。

表3 労働者の学歴別・技能別の平均月給（2007年）

（単位：ディナール）

	合計平均	中央セルビア		ヴォイヴォディナ 自治州
		全体	ベオグラード市	
合計平均	38,970	39,108	48,988	38,585
最高学歴	65,879	66,120	76,361	65,144
高等学歴	44,783	44,430	53,398	45,829
中等学歴	36,299	36,433	43,051	35,957
初等学歴	23,647	23,734	28,288	23,529
高度熟練工	39,712	39,603	46,219	40,236
熟練工	29,573	29,158	36,552	30,797
半熟練工	25,032	24,299	28,638	27,278
未熟練工	21,605	20,878	25,403	23,076

（注）2007年の対ユーロ為替レートは79.9809ディナール

（出所）セルビア統計局のデータから作成

平均月収（2007年、グロス）を業種別にみると、金融業が1,026ユーロ（8万2,041ディナール）と最も高給で、最も低い漁業の271ユーロと比較すると3.8倍の格差がある。製造業は383ユーロで、全13業種中、第10位と低賃金である（表4）。

表4 業種別にみた平均月給（2007年）

（単位：ディナール）

	グロス	ネット
合計	38,744	27,759
農林業・利水	29,680	21,244
漁業	21,699	15,592
鉱業・採石	48,978	34,818
製造業	30,620	22,066
電力・ガス・水道	53,128	37,867
建設	34,944	24,869
卸売・小売・修理	34,685	24,934
ホテル・レストラン	25,844	18,614
輸送・倉庫・通信	41,568	29,821
金融	82,041	58,951
不動産	47,154	33,888
行政・社会保障	47,728	34,055
教育	40,286	28,781
健康・福祉	42,900	30,654
その他サービス	38,641	27,648

（注）2007年の対ユーロ為替レートは79.9809ディナール

（出所）セルビア統計局

④ 家族規模

1971～2002年の国勢調査によると、世帯数は1971～1981年の10年間で14.3%、1981～1991年の10年間で5.4%増加し約271万世帯となった。その11年後の2002年の世帯数は252万世帯と記録されているが、この数値にはコソボ・メトヒア地域の世帯数が含まれていない。この地域の推定世帯数約30万を加えると、セルビア全体の世帯数は約282万世帯となり、1991年比では4.2%増加している（表5）。

家族構成数でみた世帯数は、単身世帯と2人世帯の増加が著しく、反対に、5人以上の大家族世帯は減少が著しい。社会主義時代には、住宅事情の悪さから1世帯に2～3家族が同居するのが通例であったが、このデータから住宅事情の変化が読み取れる。また、ユーゴ紛争による数百万人とも言われる犠牲者が、世帯構成に及ぼす影響も大きいと推測される。

表5 家族構成数別にみた世帯数の推移（1971～2002年）

（単位：1,000世帯）

年	世帯数計	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人以上
1971	2,248	283	397	455	483	266	168	85	113
1981	2,569	340	513	519	584	247	164	80	121
1991	2,707	377	579	489	615	255	178	82	134
2002	2,521	505	625	480	536	206	112	37	20

（注）2002年の数値はコソボ・メトヒア（約30万世帯）が含まれていない。

（出所）セルビア統計局データから作成

⑤ 耐久消費財などの普及状況

世帯の特徴をみると、住居を所有している世帯（持ち家比率、2007年）は90.4%で、日本（61.2%、2008年）と比較しても非常に高く、都市部（88.2%）よりも都市部以外（93.6%）の方が高い。住居の暖房は、都市部以外では石炭・薪など固形燃料（84.1%）に依存しているが、都市部ではセントラルヒーティング（温水供給公社によるパイプライン供給、36.2%）と固形燃料による暖房（34.3%）が中心となる（表6）。

家電製品で普及率の高い物は、テレビ（96.9%）、掃除機（86.2%）、洗濯機（86.1%）である。冷蔵庫（76.0%）と冷凍庫（74.8%）は、意外なことに都市部より都市部以外の方が普及率はそれぞれ27.4ポイント、17.4ポイント高い。都市部では食料品店が近隣にあるので必要時に購入可能だが、都市部以外ではその逆で、まとめ買いして保存が必要と推測される。電子調理器（15.1%）とエアコン（15.3%）の普及率はかなり低い、潜在的な需要は大きい。

乗用車の普及率は48.9%で、およそ2世帯に1台の割合で保有されている。2008年9月にイタリアのフィアットがセルビアに工場進出し、2009年4月から小型車プントの生産・販売を開始したので、乗用車の普及率が高まると期待されている。

乗用車の保有台数は、2006年時点で約151万台（表7）で、その後、新車は年間5万台前後で増加している（表8）。また、中古輸入車も、正確なデータはないが、新車の数倍が輸入されていると推測される。

パソコンの普及率は都市部では45.3%だが、都市部以外では19.4%と低く、その差は約26ポイントと大きい。通信インフラの未整備が背景にあるが、政府はテレコム・セルビアの民営化による売却で、インフラの早急な改善を目指している。

耐久消費財の使用年数は、一般的に見てかなり古い。たとえば、冷蔵庫や冷凍庫の平均使用年数は約17年、掃除機やアイロンは10年、テレビは約9年である。乗用車は、使

用年数は約15年とかなり長い。

表6 耐久消費財などの普及率（2007年）

（単位：世帯、％）

耐久消費財等	合計	都市部	その他
乗用車	48.9	51.2	45.5
パソコン	34.9	45.3	19.4
テレビ	96.9	98.3	94.8
ビデオ・カセット・レコーダー	25.2	28.6	20
ステレオ	36.4	42.8	26.7
ビデオカメラ	4.4	6.2	1.8
エアコン	15.3	22.8	4.0
冷蔵庫	76.0	69.0	86.4
冷凍庫	74.8	67.8	85.2
洗濯機	86.1	93.0	75.8
皿洗い機	8.4	12.0	2.9
電子調理器	15.1	18.5	10.0
掃除機	86.2	93.5	75.4
電話	85.3	93.3	73.4
携帯電話	67.6	74.7	57.4
住居の所有	90.4	88.2	93.6
世帯1人当たりの部屋面積(m ²)	30,3	29,3	31,9
セントラルヒーティング	21.8	36.2	0.3
固形燃料による暖房	54.2	34.3	84.1
ガス暖房	7.1	8.3	5.3
電気暖房	8.6	12.5	2.7

（出所）セルビア統計局のデータから作成

表7 自動車の保有台数 (2006年)

(単位：台)

	乗用車	オートバイ	トラック	バス
全体	1,511,837	20,380	126,045	9,312
個人	1,431,038	19,911	50,914	8,541
企業	80,799	469	75,131	771
中央セルビア	1,078,796	12,012	85,588	7,051
個人	1,019,097	11,733	33,703	6,520
企業	59,699	279	51,885	531
ヴォイヴォディナ自治州	433,041	8,368	40,457	2,261
個人	411,941	8,178	17,211	2,021
企業	21,100	190	23,246	240

(出所) 内務省のデータから作成

表8 新車の主要メーカー別販売台数推移 (2005～07年)

(単位：台)

	2005年	2006年	2007年
合計	43,181	47,387	50,321
ザスタバ	13,621	13,438	13,343
オベル	1,894	1,942	4,301
VW	2,623	3,347	3,466
シュコダ	3,260	3,289	3,351
フィアット	1,796	2,421	2,575
ダチア	5,269	4,813	1,872
トヨタ	1,221	1,677	1,722

(出所) 自動車輸入業者協会の資料から作成

(2) 消費財および資本財の輸出業者の参入

① 通常の流通ルート

外国企業がセルビア市場に参入する場合、①セルビア企業（卸・小売）と総代理店契約を結ぶ、②自社の駐在員事務所（法人格はない）を設立する、③支店・支社（有限会社、株式会社、合名会社、合資会社）を設立する方法がある。

② ケース・スタディと特徴

a. 特徴

- (i) 南東欧諸国の中で、現代的な小売・卸売業のインフラに対する需要が最も大きいのはセルビアであろう。コソボ紛争や経済制裁などにより、小売販売など経済活動が停滞したことに起因する。
- (ii) セルビアでは、海外在住の身内からの送金やグレー・マーケットからの収入などにより、統計上の平均所得より所得が増加しているため、購買力が予想以上に高い。
- (iii) 外国投資家にとって、セルビアの市場の魅力は、不動産分野では開発と建設工事と共に、その後の賃貸、運営および管理、小売分野では総売上高に基づく利益率の高さである。

b. ケース・スタディ：外資系小売チェーン

セルビアの商業分野はここ数年、力強い成長を示している。商業省によれば、卸売上高は、2001年の4,055億ディナール（68億ユーロ）から、2006年には1兆1,510億ディナール（137億ユーロ）へと増大している。2007年の卸売上高は、同省推定で1兆4,410億ディナール（180億ユーロ）。

この消費市場に、西欧や近隣諸国から小売大手・中小が参入し、競争が激化しつつあり、同業他社の買収も始まっている。主なスーパーマーケット・チェーンは次の通り。

(i) メトロ

ドイツのメトロ・キャッシュ&キャリーはすでに2003年からセルビアに進出しおり、現在5店舗を展開し、今後さらなる店舗網拡大を目指している。また、6,000万ユーロを投資して流通センターを2カ所（ベオグラード、クラグイエヴァツ）設立し運営している。

メトロ・セルビアのDamir First取締役会長によると、従業員（1,000人以上）は優秀であり、これまでの経験からみて、将来的に著しい能力向上が期待できる有能な高学歴の人材がたくさんいると言える。開業時の従業員募集には、募集人数を数倍上回る応募があった。

(ii) メルカトール

スロベニアの大手小売チェーン・メルカトールは2001年に進出し、その後2006年に地場のRODIC M&Bの株式を買収（現在88%）して、ベオグラード、ノヴィ・サド、ニッシュおよびチャチャックの4都市でハイパーマーケットを4店舗に拡大・展開している。

また、スロベニアの小売チェーン・TUSグループは、2008年4月にスーパーマーケットのチェーン展開で進出し6店舗まで拡大した。しかし、金融・経済危機の影響で消費

が減退し、同業他社との競合激化もあり、2009年7月、TUSは前述のメルカトールに全店舗の売却を決めた。

(iii) スーパー・ヴェロ

ギリシャの小売流通企業ヴェロポウロス（VEROPOULOS）は、2002年以降、スーパー・ヴェロの名称でスーパーマーケットを運営し積極的に店舗網を拡大している。ベオグラードを中心に5店舗を展開している。

(iv) インターレックス

フランスのインターマルシェ（INTERMARCHE）傘下のCDE インターレックス（INTEREX）は2004年以降、インターレックスの名称でニッシュ、チャチャックなど地方4都市でスーパーマーケットを展開し、2007年末にベオグラードで開店した。今後さらなる拡大が見込まれている。

(v) イデア

クロアチアの食品大手複合企業アグロコル（AGROKOR）が、イデア（IDEA）という名称のスーパーマーケット・チェーンを展開している。2008年9月にイデアは、欧州復興開発銀行から7,000万ユーロの融資を受けて、店舗網拡大を図っている。

c. ケース・スタディ：ショッピングセンターの開発

セルビアの小売事業への大規模な開発に参入している現地企業や外国企業の事例を紹介する。

(i) ショッピングセンター「デルタ・シティ」

セルビアの複合企業デルタ・ホールディングは、7,400万ユーロを投じてベオグラード市内の新ベオグラード地区にセルビア初の大規模ショッピングセンターを2007年11月に完成オープンした。売り場面積は8万7,000㎡で、ナイキ、マークス&スペンサー、カルバン・クラインなど有名店が130店入居している。レストランもマクドナルドなど15店が入居する。

(ii) ショッピングセンター「U s c e」

MPCホールディング（セルビア人実業家と米銀行メリル・リンチの所有）は、ベオグラードで2番目となる大型ショッピングセンターを1億5,000万ユーロを投じて建設し、2009年3月にオープンした。敷地総面積は13万㎡で、売り場面積5万㎡に150店舗が入居する。

(iii) デルタ・プラネット（仮称）

前述のデルタ・ホールディングは、ベオグラードで2012年までに合計6億8,500万ユーロを投資して大規模ショッピングセンターのデルタ・プラネットを建設する計画を進めている。

(iv) 地方都市へショッピングセンター進出はこれから

今後数年間に、前述のデルタ・シティはノヴィ・サドやニッシュの地方都市にも建設される予定である。また、その他にも小規模なショッピング・センターの建設がベオグラードで3店、ノヴィ・サド、クラグイエヴァツ、ニッシュに各1店で予定されている。

d. 中古資本財市場

民間企業の大部分は中小企業が占めており、彼らは資金不足により中古機械を購入する傾向が強い。一方、国営企業は新品機械を競争入札で購入する傾向が強い。

民族紛争後に新たに誕生した中小企業の経営者の多くは、以前は大企業の従業員であり、中古の輸入機械を使って事業を開始した。

機械購入総額に占める中古機械の比率は特に以下の産業分野で高い。

- ・木材加工および家具生産（90%弱）
- ・金属加工（80～90%）
- ・プラスチック成型（80%）
- ・繊維機械（90%）
- ・建設機械（80%）

(3) 輸出入および販売に関わる主な関連法規

① 関税法令

a. 輸入関税

輸入税に関わる関税率法は2005年7月、WTO関税、EU関税およびHSコードに準拠するよう改正された。適用される関税率の範囲は0～30%で、平均輸入関税率は6.3%である。ただし、現時点では、WTOにオブザーバーとして参加しており、加盟交渉中。

EUからの繊維製品の輸入税は、2005年7月に締結された繊維製品の自由貿易協定に基づき、2008年1月から廃止されている。

セルビアは、EU加盟候補国として承認されるまでの間、EUに対してセルビア側のみで暫定貿易協定を2009年1月から発効し、1年目は原材料の輸入税を30%削減し、高度加工製品は20%削減した。

b. 貿易障壁

セルビアは、WTOへの加盟を目指す取り組みの一環として、すでに主要な貿易政策

改革を実施しており、その実務はWTOの規定に全面的に適合している。また、最終的にはEUへの加盟を目標としている。すでに実施された改革の中には、輸入割当ての廃止、輸入許可・禁止対象品目の削減、関税手続きの簡素化および関税・非関税障壁の低減などが含まれている。

貿易を律する法的基盤をなす法律としては、2005年11月に成立した外国貿易取引法（FTT法）、関税法、関税率法、「輸出入制度に基づく物品の分類に関する決定」などがある。FTT法では、外国貿易が自由で無制限であることが規定されている。同法では、物品の輸出入、内国民待遇、量的制限と免許証、外国貿易業務を遂行する上での特別条件、緊急輸入制限、臨時措置および関連措置などが取り扱われている。また、同法は競争と透明性を原則としているものの、経済に悪影響がある場合には国家の介入も認めている。さらに、同法では、外国の政府または企業による競争上の違法かつ不正な脅威について、国家が捜査を行って対策を講じることのできるとしている。例えば、外国政府から補助金を受けた外国企業が、国内企業に対して特権的地位に立っている場合が該当する。再輸出取引に関しては、特別な承認や行政手続きは義務付けられていない。

c. 輸入に関わる規定と書類

セルビアでは標準的な輸出入書類で手続きが行われている（一般に船荷証券などの書類が義務付けられる）。貿易制度の自由化と貿易・関税関連制度の改革によって、書類手続きをEUと一致させる方向に進んでいる。

輸入免許制は大部分廃止されているが、武器・弾薬、軍用・警察用装備、古美術品、芸術作品、貴金属、廃棄物およびオゾン層に有害な物質については輸入免許が必要とされる。

薬物や麻薬などの物品は免許制ではなく許可制に基づいて取り扱われる。許可証は関係官庁（社会保健省または農業省）によって発行される。

d. 一時輸入

以下に示すような一定の条件下では、一時的に製品をセルビアに持ち込むことができ、関税も免除される。

- (i) 外国企業のために製品を生産するかサービスを提供するセルビア企業に対して、当該外国企業が一時的に送付する機器。
- (ii) 外国の請負業者がセルビアにおける建設、組み立て、保守管理および類似の業務を遂行するために一時的に輸入する機器。
- (iii) セルビアで加工するために一時的に輸入されて再輸出される原材料。

セルビアはATAカルネ（物品の一時輸入のための通関手帳に関する条約）の加盟国としてその資格を更新している。

② 現行の自由貿易協定

a. EU との安定化・連合協定（SAA）の締結

セルビアは、2008年4月にEUとSAAに調印しているが、ユーゴ内戦時の戦犯の国際刑事裁判所への引き渡しが完了していないため、同協定の発効は見送られている。

しかしながら、EUへの輸出については、2000年11月から特惠関税の適用を受け、ほとんど全ての製品が非課税となっている。ただし、ワインと子牛肉を除く。

b. 中欧自由貿易協定（CEFTA）

CEFTAは1992年12月に発足した中・東欧におけるEU非加盟国間の貿易協定である。

加盟国は、2007年5月1日以降、アルバニア、ボスニア・ヘルツェゴビナ、クロアチア、マケドニア、モルドバ、モンテネグロ、セルビア、コソボとなっている。

以前の加盟国には、チェコ、ハンガリー、ポーランド、スロバキア、スロベニア、ブルガリア、ルーマニアが含まれていた。これらの国々はEUに加盟した時点でCEFTAから脱退した。

c. ロシアとの自由貿易協定

セルビアは2000年8月にロシアとの間で自由貿易協定に調印し、全品目の85%を非課税とした。外国投資家にとっては、同協定の存在が対セルビア投資の魅力の1つになっている。非課税の対象外となる品目リストは毎年見直し・更新される。対象外品目には、家禽類、砂糖、チョコレート、アルコール飲料、石けん、綿製品、カーペット、木製家具、家庭電化製品、自動車などが含まれていた。ロシアとセルビアは2009年4月に、自由貿易の対象とする品目リストを拡大することに合意・調印した。品目リストの調整はおよそ1年かかって協議され、非課税対象品目は95%に拡大された。

③ ラベル付けと認証

a. ラベル付けと表示に関する要件

ラベルには以下の事項が記入されていなければならない。また、すべての情報はセルビア語で書かれ、通関手続きの前に各製品に添付（または付属）されていなければならない。

- ・ 製品名
- ・ 生産者名または輸入業者名とその住所
- ・ 正味数量／重量／体積
- ・ 含有物
- ・ 保管方法（輸送、保守管理の必要性）
- ・ 消費者に対する適正な注意事項

技術的に複雑な製品には以下のものが付属していなければならない。

- ・取扱説明書
- ・製造業者の仕様書
- ・公認の保守管理担当事務所のリスト
- ・保証に関する情報
- ・保証期間
- ・その他の適切なデータ

b. 規格に関する概観

セルビア規格協会（ISS）は、標準化法（「SCG（セルビア・モンテネグロ）官報」第44/05号）に基づきセルビアで唯一の国家規格機関として認められている。ISSは規格の策定に責任を負っている。ISSは、国際標準化機構（ISO）および国際電気標準会議（IEC）に正式加盟しており、また、WTO/TBT協定（の「任意規格の立案、制定および適用のための適正実施規準」（「貿易の技術的障害に関する協定」の付属書3）を受け入れている。

規格に関する情報は、以下のISSの情報センターから入手できる。

電話：+381 11 254 72 93

Eメール：infocentar@jus.org.yu、ljubica.petrovic@jus.org.yu.

経済・地域開発省は、標準化、技術規制、認証および測定に関わる規制の起草に責任を負っている。「製品の技術的要件および所定の要件を備えた製品の適合性評価に関する法律」（「SCG官報」第44/05号）には、技術規制の対象となる製品は、適合性に関する適切な証明書が添付され、所定の方式に従って表示されていなければ、市場への出荷および使用ができないことが定められている。適合性証明書は同省が公認した適合性評価機関によって発行される。

測定機器の輸入には制限がないものの、市場への出荷または使用については、「測定に関する法律」（「SCG官報」第44/05号）および関連法令に定められた条件を満たす必要がある。経済・地域開発省の測定・貴金属局（DIRECTORATE FOR MEASURES AND PRECIOUS METALS）が同法の実施に責任を負っている。

農林・利水省は外国貿易における農産品と食品の品質管理に責任を負っている。輸出入品には「外国貿易における農産品・食品の品質管理に関する法律」（「FRY（旧ユーゴスラビア連邦共和国）官報」第12/95号、第28/96号、第59/98号および「RS（セルビア共和国）官報」第101/05号）が適用され、梱包、税関申告、ラベル付けおよび輸送に関する品質要件の遵守の徹底が図られている。「品質管理の対象となる輸出入向け食品・農産品およびその加工品の指定に関する決定」（「FRY官報」第13/96号、第39/96号）によれば、53種類の物品が輸入の品質管理の対象となり、8種類の物品が輸出の品質管理の

対象となっている。品質証明書は物品の通関手続きの前に同省の検査監督部（Sector for Inspectoral Supervision）または家畜検査部（VETERINARY INSPECTORATE）によって発行される。

c. 標準化機関

政府は、2007年2月に「セルビア規格協会設立に関する決定」を公布した（もともと協会は1946年に設立されていた）。標準化法と上記法令により、ISSは独立の非営利組織として設立された。

規格および関連文書の大部分は、国際的なISOおよびIEC、欧州の諸規格および関連文書、あるいは他の先進諸国の規格を基にして策定されたものである。

ISSは、以下のような標準化関連の国際組織や欧州組織においてセルビアを代表している。

- ・ 国際標準化機構（ISO）：正式加盟
- ・ 国際電気標準会議（IEC）：正式加盟
- ・ IEC電気機器安全規格適合性試験制度（IECEE）：正式加盟
- ・ IEC防爆電気機器規格適合試験制度（IECEX）：正式加盟
- ・ IEC電子部品品質認証制度（IECQ）：正式加盟
- ・ 欧州標準化委員会（CEN）：オブザーバー参加
- ・ 欧州電気標準化委員会（CENELEC）：オブザーバー参加

ISSは外国の標準化組織と二国間協力を行っている。二国間協定の締結は、セルビアと諸外国間の貿易・経済協力を目的とした合同特別委員会により進められるとともに、しかるべき国際協定や自由貿易協定に基づいて行われることもある。

問い合わせ先：

Institute for Standardisation of Serbia（ISS）（セルビア規格協会）

Stevana Brakusa 2

11030 Belgrade

Serbia

電話番号：+381/11/35 41 260

ファックス番号：+381/11/35 41 257

Eメール：infocentar@NOSPAM.jus.org.yu, jus@NOSPAM.us.org.yu

d. 適合性評価

公認された適合性評価機関の登録簿は経済・地域開発省が管理している。現在、一部製品の適合性評価を実施する公認機関が存在しない場合には、ISSが適合性評価を行っ

ている。政府は「技術規制、規格および適合性評価に係わる情報提供および通知の方式に関する規則」（「RS官報」第126/07号）を採択しているが、その規則には、経済・地域開発省が依頼に応じて技術規制と適合性評価の手続きに関する情報を提供する責任を負うこと、およびISSが規格に関する窓口の役割を担うことが定められている。

e. 製品の認証

認証済みのすべての製品には認証表示を付けなければならない。認証表示は、その製品が適正な試験を受けたこと、および関連する法令の規定に適合していることを表すものである。

f. 認定

認定機関JUATは国内の認定業務を行う組織であり、政府の一部局として位置付けられている。JUATは、公認の測定・試験研究所および認証や検査の実施機関のネットワークと協力しながら、セルビア企業が世界的に認知された基準に従いながら国際市場に参入できるようにするための支援を行っている。

セルビア認定機関（JUAT : ACCREDITATION BOARD OF SERBIA）

Mihaila Pupina 2, 11070 New Belgrade

電話番号 : +381/11/311 11 70

ファックス番号 : +381/11/313 03 74

Eメール : juat@NOSPAM.drenik.net

ウェブサイト : www.juat.gov.yu

g. 技術規制の公表

技術規制の登録は経済・地域開発省が管理している。同省はそれに加えて「技術規制、規格および適合性評価に係わる情報提供および通知の方式に関する規則」（「RS官報」第126/07号）に基づき、関係者から依頼があった場合に、技術規制や適合性評価の手続きに関する情報や関連文書を提供する業務も行っている。

h. ラベル付けと表示

製品が特定の技術規制に適合していることを証明する適合性表示は、セルビアの適合性表示とCEマークの2つある。

セルビアの適合性表示は、その製品が技術的要件を満たしていること、および所定の適合性評価手続きが遵守されていること確認するものである。この表示は、三つのA（大文字）を正三角形の形に組み合わせた形状をしており、表示ははっきり見えるように製品に貼付する。製品に貼付できないときは、包装に貼付した上でその事実を付属文書に

明記しなければならない。表示の貼付に関する詳細な規定は「適合性評価の方式および手続きに関する命令」（「SCG官報」第22/06号）に定められている。

CEマークは、当該製品に関してEUの法令に適合していることを示す文書が発行された場合、またはEUの法令への適合性を示す文書がそれぞれの製品に同封されている場合に限り使用される。

④ 販売制限

a. 輸入禁止と輸入制限

環境保護に関連する技術的条件が原因で、特定の製品を対象とした輸入制限（一時的および／または恒久的）の限定的リストが存在する。

現在、禁止措置の対象となっている製品として以下のものなどがある。

- ・中古自動車のうち、少なくとも、許容される排ガス排出量と騒音の最大水準を示した「ユーロ3」基準に従って製造されたエンジンを備えていないもの。製造後3年を超えるトラクター、建設機器および採掘機器。ただし、人道的目的で供給される製品は規制対象から除外される。
- ・有害廃棄物
- ・19種類の有毒物質（「有毒物質の生産および流通に関する法律」に基づく）

さらに詳しい情報はセルビアの税関から入手できる。

セルビア税関局（SERBIA CUSTOMS ADMINISTRATION）

Bulevar AVNOJ-a 155

11070 Novi Beograd

ウェブサイト：www.fcs.yu

b. 外国品の売買に関する他の法律および規制

検討を要する他の法律や規制はない。

(4) 消費者性向と購入決定要因

① 所得および消費の地域的格差

地域による大きな所得格差が見られる。最大の格差は中央セルビアのラシナ県で、月収（ネット）が首都ベルグラードの約65%である（表9）。

所得格差は人口動向に大きく関わっている。セルビア全体の人口は減少傾向にあるが、相対的に所得の低い中央セルビアや南セルビアの地域は、人口移動が原因で住民数が大きく減少している。地域間の人口移動の主な行き先はベオグラードで、次いでノヴィ・サドが続く。コソボ紛争中、難民の大部分はノヴィ・サドへ移った。全28県の中で、平均の3万2,746ディナールを上回るのは6県のみで、他の県は平均以下である。

表9 地域（県）別平均月給（2008年）

（単位：ディナール）

	グロス	ネット
全体	45,674	32,746
ベオグラード市	56,011	40,089
北バチュカ(North Backa)	41,947	30,188
中央バナト(Central Banat)	43,209	30,188
北バナト(North Banat)	42,385	30,392
南バナト(South Banat)	47,734	34,173
西バチュカ(West Backa)	43,092	30,974
南バチュカ(South Backa)	49,290	35,278
ノヴィ・サド市	53,310	38,128
スレム(Srem)	43,611	31,216
マチュヴァ(Macva)	38,514	27,617
コルバラ(Kolubara)	38,284	27,519
ダナベ(Danabe)	47,458	34,117
ブラニチェヴォ(Branicevo)	45,893	32,860
シュマディヤ(Sumadija)	39,421	28,324
クラグエヴァツ市	42,556	30,530
ポモラヴリエ(Pomoravlje)	38,190	27,368
ボル(Bor)	41,569	29,905
ザイエチャル(Zajecar)	34,760	24,925
ズラティボル(Zlatibor)	39,190	28,460
モラヴィツァ(Moravica)	36,907	26,577
ラシュカ(Raska)	37,395	26,819
ラシナ(Rasina)	35,863	26,150
ニシャヴァ(Nisava)	38,317	27,337
ニッシュ市	39,306	28,026
トプリツァ(Toplica)	31,234	22,398
ピロット(Pirot)	32,945	23,579
ヤブラニツァ(Jablanica)	33,936	24,265
プチニャ(Pcinja)	33,556	24,009

（注）2008年の対ユーロ為替レートは88.601ディナール。

（出所）セルビア統計局

② 消費者の商品購入の決定要因

TGI社が行った食料品市場の調査によれば、購入者の決定に影響する最も重要な要因は価格であり、その他の要因の順序は以下のとおりである。

- ・ 価格39%
- ・ 品質23%
- ・ 品揃え19%
- ・ 店の近さ19%

別の市場調査会社によれば、消費者は価格水準について大きな不満を抱いているが、西欧で通常考慮される、たとえば以下のような要因は現在のところ問題にならないか、あるいは重要性が低い。

- ・ 駐車場の有無
- ・ キャッシュレスの支払いの可否
- ・ 割引やポイントなど得意客が有利な扱いとなるカード・システム

しかしながら、実際には上記の要因によって外国の小売チェーンの魅力が高まっている。

セルビアでは1週間に1回まとめて買い物をする習慣はあまり広がっていない。その主な理由は、通常それだけの品揃えのある店が近くにないことにある。消費者の3分の1は毎日食料品を購入している。

現在、チェーン拡大が進行しつつある大型スーパーによって、買い物の習慣は他の中・東欧諸国と同様の形態に移行すると見られる。「家族揃って買い物」に出かける傾向が、社会的な背景から増加している。最近の市場調査によれば、セルビアで「家族」を重視する人の比率は83.4%、東欧では約74.0%、西欧では69.0%となっている。こうした「家族志向」は、子供を含めた家族全員で買い物に出かけ、大人よりも子供のためにより多くのお金を使うことを好むセルビア人の消費行動に基づいている。

大型のスーパーマーケットやショッピング・センターは、消費者のそうした期待に応じるためコーヒー・ショップなどを併設し、成功を収めている。

セルビア国民はあらゆる所得層でブランドを意識している。重要なステータス・シンボルは少なくとも携帯電話を保有することである。さらに高価なブランド品を購入できる消費者は、少数に限られるが、非常に裕福で人目を引きたいと考える人々である。

③ 企業による資本財購入の決定要因

購入に影響を与える要因は企業によって異なり、一般的に言って、需要が「より専門的に」なりつつある。90年代から2000年代初めまでは、実質的に価格と入手の可能性のみが主な基準であったが、最近では、アフターサービスや品質などの要因も重要性を増し

つつある（特に工場、機械、設備について）。

かつて企業家は、自分や同僚が外部の助けなしに機械を直せることに自信をもっていたが、現在ではアフターサービスが購入決定に大きな影響を及ぼしている。

従来は、購入の決定はほとんど企業の社長によって行われていた。現在では、欧米の経営スタイルがセルビアの企業にも浸透しつつあり、購入の決定は、社長や取締役だけでなくプロジェクト・チームによって決定されるようになった。また、資本財の購入当たっては、保守管理のコスト、故障の発生確率などの要因も重要性が高まっている。

2. クロアチア

(1) クロアチア概況

① 投資事情

クロアチアの人口は約 450 万人で、観光地や造船業で有名。同国の市場自体は小さいため、事業展開については南東欧（SEE）地域全体を市場としてとらえる必要があるが、そのために必要不可欠な輸送網は周辺地域で最も充実していると言える。アドリア海沿岸にあるリエカ港は近代化・拡張工事が進められ、周辺地域へのゲートウェイとして期待されており、また、リエカ港から、首都ザグレブをはじめ、ウィーン、ブダペスト、ベオグラードなど周辺国の首都まで高速道路がほぼ開通している。このため、同国は SEE 諸国向け生産・販売拠点の設立の立地に適しており、首都・ザグレブを中心に販売拠点などを設ける企業が増加している。

投資環境の改善が進んでいることから、今後も対内直接投資は伸びると考えられる。同国の主要産業である観光業への投資をはじめ、国営企業の民営化も徐々に進んでいる。また、ザグレブなどの大都市におけるオフィスやショッピング関係の商業施設建設、またユーゴスラビア紛争からの復興需要もあり、建設ブームが起こっている。今後は物流拠点としての需要の高まりも予想されることから、流通業などの進出も考えられる。

一方で、さらなる投資を呼び込むためには、EU 拡大戦略に関するクロアチアの国別進捗報告書「プログレスレポート 2008」（08 年 11 月発表）で指摘されているとおり、行政面、司法面、手続き面、汚職の改善が求められている。

行政面では、政府は「行政改革計画 2008～2011」の策定、行政手続き法の改正、行政監査法の制定などにより、政治的介入の排除ならびに内部告発者の保護など、行政手続きの独立と管理・監視体制の強化を進めている。今後はさらなる関連法の整備とその適切な執行、不透明な政治的圧力の排除が求められる。また、政府は地方分権の推進を目指しているが、人員不足などで地方自治体の体制整備が遅れている。

汚職については、汚職・組織犯罪対策局（USKOK）の整備、汚職対策委員会の活動など、以前に比べて取り組みが強化されているとの評価もあるが、依然として広くまん延しているとの見方もある。世界各国の汚職・腐敗の状況を監視している国際的 NGO トランスペアレンシー・インターナショナルの「08 年腐敗認識指数（CPI）調査」（180 カ国・地域が対象、上位ほど腐敗度が低い）では、同国は 180 カ国中 62 位と、南東欧諸国の中では腐敗度は低いとされている。しかし、西欧諸国と比べると腐敗度は高く、実際にクロアチア汚職対策委員会は、同国の汚職規模が年額換算で総額 60 億クーナ（1 クーナ＝約 17.67 円）に上ると報告している。

② EU との関係

同国は EU への早期加盟を目標としており、EU 基準への調和を進めている。2001 年 10 月に EU と「安定化・連合協定」（Stabilization and Association Agreement : SAA）に調印。ま

た、貿易・輸送に関する中間協定が2002年1月1日に発効しており、工業製品と大部分の農産品はEU市場に非課税で輸出できるようになった。クロアチアも段階的にEUへの関税特恵を拡大し始め、現在はEUからの工業製品、農産品の70%が非課税で輸入されている。

SAAは2005年2月に発効している。EU加盟には「アキ・コムノテール（EU法体系の総称）」の受け入れが義務付けられている。クロアチアはこれを35分野に分けて、EUと加盟交渉を行っている。08年末時点で知的財産権、情報社会・メディア、経済・金融政策、企業・産業政策、科学・研究、教育・文化、外交・安全保障・防衛政策の7分野での交渉が終了している。政府は08年12月、EU加盟に向け、国内の法律や規則をEU基準に準拠させることを目的とした立法改革計画を策定しており、EU基準との調和を進めている。

SAAは安定化・連合プロセス（SAP, Stabilization and Association Process）、欧州近隣政策（ENP, European Neighborhood Policy）の一部である。現在、SAPはSEE諸国に焦点を当てている。多くのSEE諸国との間でそれぞれSAAが施行されており、これらの国々の将来のEU加盟に関する規定が明示されている。

③ 中欧自由貿易協定（CEFTA）

中欧自由貿易協定（CEFTA）は、EUに加盟していない南東欧州諸国間の貿易協定であり、2007年5月1日以降のCEFTA協定の締結国は、アルバニア、ボスニア・ヘルツェゴビナ、クロアチア、マケドニア、モルドバ、モンテネグロ、セルビア、コソボとなっている。2005年のザグレブ会議以降、現在適用されている基準は、「WTO加盟もしくはWTOの全規制尊重の誓約」、「EUと協定を結んでいること」、「CEFTA締結国との自由貿易協定」であり、クロアチアは2003年に加盟している。かつてのCEFTA締結国である中・東欧諸国は全てEUとSAAと類似の欧州協定を結び、CEFTAが事実上EU正式加盟のための準備段階として機能した。

(2) 消費者市場に関する基本情報

① 人口構造と人口の推移、労働人口と所得、世帯規模

統計局によると、クロアチアの人口は2006年時点で約450万人だが、国際連合（UN）は同国の人口が2025年には427万4,000人まで減少すると予測している。2005年時点で全人口の15.5%を占める15歳未満の割合は2025年には14.0%に、15歳から29歳までの若年層の人口割合は20.1%（2005年）から15.3%（2025年）に減少するとしている。これに対し、30歳から64歳までの人口は2005年の47.1%から2025年には48.2%微増、65歳以上の人口の割合は17.2%から22.5%に大幅に増加すると予想している。

労働人口はそれほど大きな動きはないものの、労働者数が順調に伸びており、失業率は半年で2.4ポイント減少している（表10参照）。内訳をみると、農業従事者の数は年々減少している一方で、工業従事者、サービス業従事者は増加している（表11参照）。

クロアチアでは西欧諸国同様、単身世帯と子供のいない夫婦世帯が増加している。2007年

に統計局が行った世帯構成に関する特別調査によると、子供を持つ世帯が最も多く（34.2%）、単身世帯（15.8%）、夫婦のみ（20.5%）が続いた。2世代以上が共に暮らす世帯は18.3%となった（表12参照）。2006年の退職年金払戻の実施以降、高齢者層の購買力が大きく伸びている。

表10 労働人口、労働者数と失業率

(単位：人、%)

	2007年	2008年6月	2008年7月
労働人口	1,781,357	1,771,462	1,778,449
労働者数	1,516,909	1,549,172	1,558,702
失業率	14.8	12.5	12.4

(出所) クロアチア統計局

表11 2003-2008年の分野別被雇用者数の推移

(単位：1,000人)

		合計	農業	工業	サービス
2003年	1-6月	1,538	259	465	813
	7-12月	1,535	258	448	827
2004年	1-6月	1,583	268	469	845
	7-12月	1,542	245	463	834
2005年	1-6月	1,566	271	446	848
	7-12月	1,580	273	455	852
2006年	1-6月	1,548	228	468	852
	7-12月	1,624	224	462	938
2007年	1-3月	1,563	197	494	871
	4-6月	1,609	214	492	902
	7-9月	1,661	222	492	946
	10-12月	1,625	206	496	922
2008年	1-3月	1,591	198	503	889

(出所) クロアチア統計局

表 12 クロアチアの世帯構成

(単位：%)

	2003 年	2007 年
世帯合計	100.0	100.0
単身世帯	24.4	15.8
子供のいない世帯	20.3	20.5
子供がいる世帯	12.6	9.8
子供 1 人	4.2	3.4
子供 2 人	6.4	4.7
子供 3 人以上	2.0	1.7
15 歳以上の子供がいる世帯	24.1	24.4
2 世代以上が同居する世帯	17.7	18.3
独居世帯	0.9	1.2

(出所) クロアチア統計局

表 13 法人組織の1ヵ月の平均支払い給与と被雇用者の総所得

	給与所得者数		一人当たりの賃金(ネット)			一人当たりの賃金(グロス)		
	合計 (千人)	2007年平均 =100.0	金額 (クーナ)	2007年平均 =100.0		金額 (クーナ)	2007年平均 =100.0	
				名目(%)	実質(%)		名目(%)	実質(%)
2006年 1月	1,106	91.2	4,458	92.1	95.7	6,386	90.6	94.2
2月	1,139	94.0	4,405	91.0	93.8	6,326	89.8	92.6
3月	1,144	94.4	4,602	95.1	97.9	6,650	94.4	97.2
4月	1,152	95.0	4,494	92.8	95.4	6,459	91.7	94.2
5月	1,162	95.9	4,686	96.8	99.0	6,780	96.2	98.4
6月	1,172	96.7	4,640	95.8	98.1	6,684	94.8	97.0
7月	1,179	97.3	4,557	94.1	97.1	6,550	92.9	95.9
8月	1,181	97.4	4,633	95.7	98.7	6,672	94.7	97.6
9月	1,178	97.2	4,542	93.8	96.7	6,530	92.7	95.6
10月	1,174	96.8	4,585	94.7	97.6	6,593	93.6	96.5
11月	1,172	96.7	4,883	100.9	103.4	7,097	100.7	103.2
12月	1,166	96.2	4,735	97.8	100.2	6,864	97.4	99.8
2007年 1月	1,159	95.6	4,739	97.9	100.0	6,850	97.2	99.3
2月	1,190	98.2	4,649	96.0	97.8	6,739	95.6	97.4
3月	1,196	98.7	4,788	98.9	100.1	6,973	98.9	100.1
4月	1,203	99.2	4,750	98.1	98.6	6,901	97.9	98.4
5月	1,213	100.1	4,875	100.7	100.7	7,102	100.8	100.8
6月	1,224	101.0	4,848	100.1	100.5	7,065	100.3	100.7
7月	1,232	101.6	4,855	100.3	101.3	7,067	100.3	101.3
8月	1,232	101.6	4,869	100.6	101.0	7,089	100.6	101.0
9月	1,231	101.6	4,743	98.0	97.2	6,890	97.8	97.0
10月	1,227	101.2	4,871	100.6	99.5	7,096	100.7	99.6
11月	1,224	101.0	5,131	106.0	103.8	7,521	106.7	104.5
12月	1,216	100.3	4,958	120.4	99.1	7,255	103.0	99.7
2008年 1月	1,210	99.8	5,019	103.7	99.7	7,357	104.4	100.4
2月	1,208	99.6	4,993	103.2	99.3	7,340	104.2	100.2
3月	1,214	100.1	5,042	104.2	99.7	7,404	105.1	100.5
4月	1,221	100.7	5,036	104.0	98.9	7,395	104.9	99.8
5月	1,231	101.5	5,174	106.9	100.5	7,625	108.2	101.7
6月	1,239	102.2	5,167	106.8	99.6	7,478	106.1	99.0

(出所) クロアチア統計局 (2008年8月)、給与所得者数は暫定データ

② 購買力

統計局によると、年間所得額の平均は2007年に1万ユーロを超えている。EU27の平均所得1万4,623ユーロよりは低いですが、ブルガリアやルーマニアなど、既にEU加盟を果たしているSEE諸国と比較して高い水準にある。また、欧州委員会によると、2008年の個人消費支出の伸びは前年比3.5%増となり、2009年は4%増と予測している。同国における賃金上昇率は近年6%台で推移しており(2006年:6.2%、2007年:6.2%、2008年:6.9%)、個人消費が伸びる要因の一つとなっている。

一方で、クロアチアは、首都ザグレブとその周辺地域の所得水準が他地域に比べて高く、地方との間に大きな所得格差があることを考慮する必要がある。人口の25%が密集しているザグレブを除くと、比較的所得水準が高い他の州は、アドリア北部(リエカ、イストリア半島他)、次いで南部の沿岸地域(ドブロフニク、スプリット)、ザグレブの南に位置するクロアチア中央部、カルロヴァツ、シサク=モスラヴィナである。一方、最も所得が低

いのはコプリヴニツァ＝クリジェヴツィを除くザグレブの北部、東部に位置する地域だった（表 14 参照）。

表 14 1 ヶ月の平均給与の州による地域差

（単位：ユーロ、％）

州	月額平均賃金 (グロス)	賃金上昇率 (2006 年/2007 年)
州平均	922	6.1
ザグレブ	1,086	6.5
プリモリエ＝ゴルスキ・コタル	901	6.8
イストラ	882	4.5
ドゥブロヴニク＝ネトヴァ	866	9.2
ザグレブ周辺州平均	848	6.9
スプリト＝ダルマチア	833	5.7
ザダル	826	5.6
コプリヴニツァ＝クリジェヴツィ	823	4.3
カルロヴァツ	789	4.9
シベニク＝クニン	777	5.7
シサク＝モスラヴィナ	761	3.0
リカ＝セニ	761	7.2
オシエク＝バラニャ	740	5.6
ブロード＝ポサヴィナ	729	5.8
ヴァラジュディン	718	5.9
ポジェガ＝スラヴォニア	715	5.3
クラピナ＝ザゴリエ	707	4.6
ヴコヴァル＝スリエム	693	6.0
ヴィロヴィティツァ＝ポドラヴィナ	691	6.5
ブエロヴァル＝ビロゴラ	978	4.0
メジムリエ	952	5.2

（出所）クロアチア統計局

クロアチアの 88%の世帯は持ち家に住んでおり、90%近くの世帯がカラーテレビ、冷蔵庫、洗濯機を持ち、6割弱が自動車を所有している。また、パソコンを持つ世帯が増加傾向にあり、2007年には34.5%に達している。DVDプレーヤーの普及率は35.3%、食器洗い機は20.2%、電子レンジは27.1%、エアコンは19.8%である（表 15 参照）。

表 15 耐久消費財普及率

(単位：%)

	2005 年	2006 年	2007 年
カラーテレビ	95.3	94.9	96.2
テレビ(2 台目)	14.5	16.6	19.7
冷蔵庫	93.3	94.2	93.3
冷凍庫	70.0	68.5	69.7
洗濯機	87.9	88.9	87.4
食器洗い機	15.6	17.3	20.2
自動車	54.5	56.2	58.4
自動車(2 台目)	9.5	10.3	11.0
二輪車(50cc 以上)	2.2	2.6	3.3
二輪車(50cc 未満)	1.4	1.3	1.4
音響機器	35.6	35.6	35.0
ビデオデッキ	40.2	37.5	32.8
DVD プレーヤー	18.2	28.0	35.3
パソコン	30.1	32.7	34.5
電子レンジ	19.2	21.8	27.1
エアコン	10.5	12.0	19.8

(出所) クロアチア統計局

一方で、クロアチア世帯の 10%は靴や服を買うための十分な収入がなく、15%は電話や携帯電話が持てない、14%は輸送手段を持てない、36%は耐久消費財（電子機器、家電）が買えない、39%は文化的活動・娯楽費用が捻出できないという調査もある。このため、特に耐久消費財の購入にはクレジットカードやリース契約が利用されており、消費者の借金残高が継続的に増えている。クロアチアの消費者の負債残高は EU の平均に比べると少ない方だが、クロアチア中央銀行によると、2007 年末現在の被雇用者 1 人当たりの負債残高は 7 万 6,200 クーナ（1 万,726 ユーロ）で、2006 年末に比べ 10.4%増、金額にすると 7,200 クーナの増加である。

表 16 一般世帯における平均個人消費の構成（2007 年）

（単位：ユーロ）

	2007 年
食品・飲料	3,189.2
酒類・たばこ	391.2
衣類・靴	799.6
住宅・エネルギー	1,345.9
家具・家庭用設備	546.6
健康・医療	265.5
交通	1,163.9
通信	525.5
娯楽・文化	627.5
教育	88.6
ホテル・レストラン	319.2
その他	823.2

（出所）クロアチア統計局

表17 1世帯および1人当たりの年間平均個人消費 (2004年～2006年)

	個人消費(年平均)						個人消費構成		
	1世帯当たり			1人当たり					
	クーナ			クーナ			%		
	2004年	2005年	2006年	2004年	2005年	2006年			
個人消費: 合計	68.5	69.7	29.5	23.4	23.8	23.7	100.0	100.0	100.0
食品・飲料	21.6	23.1	22.7	7.4	7.9	7.7	31.5	33.2	32.6
食品	19.8	21.3	20.8	6.8	7.3	7.1	91.9	92.1	91.7
飲料	1.8	1.8	1.9	598.0	625.0	638.0	8.1	7.9	8.3
酒類、たばこ	2.7	2.8	2.6	947.0	950.0	870.0	4.1	4.0	3.7
酒類	1.2	1.1	1.1	398.0	386.0	372.0	42.1	40.6	42.8
たばこ	1.6	1.7	1.5	549.0	565.0	498.0	58.0	59.4	57.2
衣類・靴	5.5	5.4	5.6	1.9	1.8	1.9	8.1	7.7	8.0
衣類	3.9	3.8	3.9	1.3	1.3	1.3	70.2	70.4	69.7
靴	1.6	1.6	1.7	561.0	544.0	574.0	29.8	29.6	30.3
住宅・エネルギー	8.9	9.5	9.5	3.0	3.2	3.2	13.0	13.6	13.7
賃貸料	420.0	389.0	519.0	143.0	133.0	177.0	4.7	4.1	5.5
住居修繕費	844.0	946.0	801.0	288.0	232.0	273.0	9.5	10.0	8.4
他のサービス	1.9	2.1	2.2	655.0	701.0	737.0	21.6	21.8	22.7
電気、ガス、他のエネルギー	5.7	6.1	6.0	2.0	2.1	2.1	64.3	64.1	63.4
家具、家庭用設備	3.7	3.5	3.6	1.3	1.2	1.2	5.4	5.1	5.1
家具、カーペットなど	1.0	882.0	921.0	343.0	301.0	314.0	27.5	24.9	25.9
家庭用繊維製品	179.0	203.0	211.0	61.0	69.0	72.0	4.9	5.7	5.9
家庭用消費財	687.0	658.0	597.0	234.0	225.0	204.0	18.7	18.6	16.9
食器など	121.0	122.0	113.0	41.0	41.0	39.0	3.3	3.4	3.4
住宅・庭用器具	136.0	168.0	148.0	47.0	57.0	50.0	3.7	4.7	4.2
住宅修繕用器具	1.5	1.5	1.6	524.0	517.0	534.0	41.9	42.7	44.0
健康・医療費	1.6	1.6	1.7	560.0	544.0	592.0	2.4	2.3	2.5
医薬品	1.1	1.1	1.2	364.0	378.0	395.0	65.1	69.5	66.6
外来	452.0	400.0	528.0	154.0	136.0	180.0	27.5	25.1	30.4
入院費	122.0	87.0	52.0	42.0	30.0	18.0	7.4	5.5	3.0
交通	8.1	7.6	7.9	2.8	2.6	2.7	11.9	10.9	11.4
自動車購入費	3.1	2.2	2.4	1.1	738.0	809.0	37.9	28.6	30.0
輸送用機械整備費	4.3	4.5	4.8	1.5	1.6	1.6	52.7	60.1	60.7
公共交通機関利用費	765.0	857.0	744.0	261.0	292.0	254.0	9.4	11.3	9.4
通信	3.7	3.7	3.5	1.3	1.3	1.2	5.4	5.3	5.1
娯楽	4.5	4.3	4.3	1.5	1.5	1.5	6.5	6.2	6.2
映像、音響、通信機器	663.0	596.0	498.0	226.0	203.0	170.0	14.8	13.8	11.6
他の娯楽用耐久消費財	92.0	51.0	46.0	31.0	18.0	16.0	2.1	1.2	1.1
ペット用娯楽用品	582.0	605.0	531.0	199.0	206.0	181.0	13.0	14.0	12.3
娯楽、文化関連サービス	1.6	1.4	1.6	534.0	493.0	539.0	35.0	33.4	36.6
本、雑誌	1.4	1.4	1.4	469.0	473.0	475.0	30.7	32.0	32.3
旅行	201.0	250.0	263.0	69.0	85.0	90.0	4.5	5.8	6.1
教育	510.0	528.0	466.0	174.0	180.0	159.0	0.7	0.8	0.7

(出所) クロアチア統計局

(3) 消費市場

① 消費財および資本財の輸入業者による市場参入

クロアチアでのビジネスは、現地代理店を通じた商取引が推奨される。外国企業の代理店活動は形式的な性格が強い上、代理店は国内で販売契約を取り交わす資格を持たないということに留意する必要がある。代理店による請負が許可されるのは、市場調査、マーケティング、販売準備に限られる。このため、流通ルートとして最も一般的なのは、国内の卸売業者や輸入業者を通して小売店へ販売する方法である。

代理店は、既に国内に大きなプレゼンスを有するものでない限り、クロアチア人が運営

する代理店が良い。アフターサービスなど顧客への細やかなサービスが大きなセールスポイントとなる。外資系企業が実際に国内で販売活動を行う場合には現地法人の設立が必要となる。この場合、最低資本金2万クーナ（約2,700ユーロ）で輸入・サービス等を実施する有限会社（d.o.o.）を設立し従業員が営業や小売店訪問を行う。また、自ら小売店を運営する方法も考えられる。

なお、クロアチアの小売店について、小規模店舗の売上シェアは2001年の53%から2007年は35%に減少したが、それでも小規模店舗は優位を占めている。一方、大型スーパーマーケットのシェアは2001年の6%から2007年は17%に拡大し、堅調な成長が認められる（表18参照）。

表18 2007年小売店の売上シェア状況

小売店の種類	売上割合
小規模店舗	35%
スーパーマーケット	32%
大型スーパーマーケット	17%
現金店頭販売店舗	8%
ディスカウントストア	3%
その他	5%

（出所）クロアチア統計局

事例①：MEDIKA D.D., ZAGREB

MEDIKA は薬剤と医療機器を扱う商社であり、地内外の幅広い製品（医薬品、ベビーフード・ダイエット食品、血清、ワクチン、避妊具・衛生用品、化粧品など）を薬局、病院、その他健康管理機関へ卸している。同社は1922年の設立以来86年にわたり事業を続けており、2002年9月に民営化された。同社の国内市場シェアは31%。国内最大の卸売業者であり、33の小売店も所有している。垂直統合型のチェーン展開の成功モデルである。

事例②：MEDIDENT d.o.o.

MEDIDENT は1990年設立された歯科用機器の輸入・販売会社である。RITTER、KAVO（以上ドイツ）、GALBIATI、TECHODENT、FARO、CATTANI、ASTRA（以上イタリア）、W&H INTERNATIONAL（オーストリア、イタリア）、IVOCLAR VIVADENT（リヒテンシュタイン）の9つの歯科用機器製造会社の歯科用製品を取り扱っている。

② 消費者の傾向と期待

クロアチアは急速に近代化を進めており、国内市場にない製品については、競争力の高い欧州のブランドあるいはその代替品が市場に参入できる可能性があるが、そのためには

消費者の消費傾向を把握する必要がある。クロアチアの消費者は国内市場だけではなくオーストリアやイタリアなど近隣の西欧諸国で消費を行う。このため、同国の消費者は近隣の西欧市場と国内市場の価格を比較・検討し消費行動を行う傾向がある。

また、旧ユーゴスラビア時代から近隣の西欧諸国へのアクセスが可能であったため、西側と同様の消費スタイルは長らくクロアチアの特徴であり、西欧志向が強い。このため、西欧市場で売られているような高級服や靴も消費者に人気がある。この傾向は西側の業者、小売チェーンのオーナーがクロアチアで成功を遂げる一助となった。さらに西側企業のプレゼンスが強いことでクロアチアの消費者の需要が喚起されてきた。

一方で、地元のブランドも高く評価されている。同国で実施された「最も人気の高い 10 の食品に関する市場調査」の結果では、コカ・コーラなど外資系が 3 社ランクインしたものの、それ以外はすべて国内ブランドが占めていた。

表 19 耐久消費財の貿易高の推移

(単位：1,000 クーナ)

	輸出			輸入		
	2004 年	2005 年	2006 年	2004 年	2005 年	2006 年
合計	48,362,953	52,282,750	60,436,998	100,008,106	110,520,226	125,248,775
エネルギー	5,466,682	7,271,996	9,128,545	11,884,177	16,690,927	19,906,796
中間財	14,201,526	15,132,564	17,017,285	31,983,330	33,555,305	38,329,286
資本財	13,022,234	13,176,132	15,759,390	30,364,460	32,451,349	36,026,378
耐久消費財	2,501,383	2,855,709	3,251,751	5,700,461	6,072,205	6,872,982
非耐久消費財	12,076,823	12,675,270	13,598,463	17,058,231	18,451,397	20,674,314

(出所) クロアチア統計局

③ 資本財市場

クロアチアでは、好調な経済や生産性向上の必要性、また安全性の EU 基準への調和のため、新しい機械の需要が高まっている。しかし、現状、機械市場では中古品のシェアが約 70%に上るとされる。このシェアは産業分野によって異なるが、印刷、プラスチック用では 90%に上ると推定され、農業用機械などの分野では低くなる。最新技術の機械を買う資金が少なく、国の中小企業向け開発プログラムの支援を受けている小規模の下請け企業はこういった中古機械に対して強い関心を持っている。通常、小規模企業は旧来の技術に甘んじているのに対し、中規模の企業は中古でも品質の高い機械への関心が強まっている。

このように、需要がある一方で、国内関連産業が十分発達しておらず、国内企業による十分な供給ができていないのが現状である。クロアチア企業が重視している資本財の技術、品質、アフターサービスなどを十分に供給できる外資系企業はビジネスチャンスがあるも

の、中古市場が発達しているため、中古資本財を扱う業者が競合相手となる。このため、クロアチアの資本財市場へ参入する場合は、現地で重要視されている最新の技術や品質を提供し、またアフターサービスなど顧客への細やかなサービスを提供することが求められる。

(4) 販売に関する主なルール

① 輸入税率

工業製品に対する現行の関税率は 0～17.6%で、大半は 0～10%、平均関税率は 3%である。農産品の関税率は 22～4%。WTO に加盟しているクロアチアは情報技術協定 (ITA) に調印しており、情報技術機器の輸入品は非課税である。輸入割り当ては段階的に廃止されている。

② 輸入に伴う要求事項と文書

クロアチアの輸入業者は、貿易・輸送・関税に関する公的文書のほか、必要に応じて品質管理証明書、許可証といった書類を提出する必要がある。EU や大部分の国が使用している単一行政書類 (SAD, Single Administrative Document) は、クロアチアでも重要な関税書類である。

また、輸入製品は市場調査担当者による品質管理の対象となる。市場調査担当者は、輸入製品がクロアチアの基準を満たしているか、ラベル表示や包装が適切か、必要書類や品質保証がそろっているかどうかを確認する。品質管理対象となるのは、品質が劣っていることが見極めにくく、消費者に危険をもたらす恐れのあるもの (ほとんどの食品、農産品、家具、セメント、繊維、電気・ガス機器、農業機器など) が対象となる。対象製品のリストは品質保証を必要とする製品を特定する法令 (官報 no.127/99; www.nn.hr で入手可能) に掲載されている。品質管理試験に合格した対象製品のみ市場で流通が可能となる。

また、衛生管理、植物病原体管理、獣医管理の対象となる製品もある。衛生に関する要求事項は保健省、植物病原体と獣医に関しては農業省で情報入手が可能。国の査察官は消費者保護法の施行も担当している (官報 no.96/03; www.nn.hr で入手可能)。

③ 一時輸入

クロアチアへの物品の一時輸入には EU 関税法、国際関税協定が適用される。同国は ATA カルネ、物品の一時輸入のための通関手帳に関する通関条約に調印している。ATA カルネか TIT カルネを提示すればプロセスが簡素化できる。カルネは米国の商工会議所で入手可能であり、1年間有効で、非課税で輸入できる物品の一覧が掲載されている。輸入の際カルネの提示が求められ、関税で許可されるとスタンプを押される。出国時にもカルネの提示が求められ、物品の国外輸送が確認されなくてはならない。再輸出手続きをしなかった物品には関税が適用される。

④ 関税規制と問い合わせ窓口

輸入規制のほとんどは WTO 加盟の際に英語に翻訳され、経済省にて交付されているが、特定の物品にかかる関税、税金、品質要求に関してはクロアチアの運送会社に問い合わせる必要がある。クロアチアの税関の問い合わせ窓口については <http://www.carina.hr/> (クロアチア語のみ) を参照のこと。

⑤ ラベルと認証

クロアチアでは、輸入製品の大半を対象とした、ラベルと品質認証に関する厳しい規制が存在する。

特別の製品グループ（電気機器、建設資材等）は、特定の機関で品質管理を実施するまで自由に販売することはできない。ただし、国外の特定の品質認証機関が発行した認証であれば効力が認められる。

ラベルにはクロアチア語で書かれた以下の情報を掲載する必要がある：

- ・ 製品名
- ・ 種類、型
- ・ 製造年月日、消費期限、その他消費者にとって重要な情報
- ・ 製造者の名前と所在地（完全なもの）、製造地と異なる場合は原産国
- ・ 輸入業者の名前と所在地（完全なもの）
- ・ 内容量（量、寸法等）
- ・ 製品の詳細に関する重要な説明（組成、用途、保管方法）
- ・ 重要な警告
- ・ 既存の製品があり、品質に変更があった場合はその情報
- ・ 規制がある場合、製造者が完全に準拠している旨

技術製品については、上記に加え以下のものをクロアチア語で添付する必要がある：

- ・ 取扱説明書
- ・ 保証書
- ・ サービス調査

2007年まではクロアチアを意味する「C」マークの表示が義務付けられており（認証された試験機関が発行）、CEマークでは代用できなかったが、2007年1月1日施行された新しい規則により、クロアチアでもCEマークが有効になった。ただし、この2年間で大幅に変更された法律は、現在も調整されながら実施されている。

⑥ 標準化

技術調和に関する EU の要請に応じ、技術面の規制を定め、実行するための独立機関を設立するため、2003 年、クロアチア議会は複数の法案を採択し、旧ユーゴスラビア連邦から受け継いできた制度を最終的に再編成するための基盤とした。

2005 年、採択された法案に則り、旧標準化・計測局は、標準化について、準備・採択・編集・出版を実施するクロアチア標準化機構 (HAVATSKI ZAVOD ZA NORME)、試験・校正研究所、検査、適合性評価委員会および製品・管理システム・人員配置認定委員会の認定 (ISO 基準など) を行うクロアチア認定機関 (HRVATSKA AKREDITACIJSKA AGENCIJA)、計測・検査関連の法案を起草し、車両の型式認定を実施する国立計測局 (DRZAVNI ZAVOD ZA MJERITELJSTVO) に再編成された。計測標準の実施・維持を担当するクロアチア計測研究所 (HRVATSKI MJERITELJSKI INSTITUT) はまだ設立されていない。

試験・適合性評価を実施しクロアチア認定機関が承認を行った機関のリストは同機関の WEB サイト上で公開されている。また、同期間では技術面での規制の公表も行っている。

なお、WTO の加盟国は、世界貿易機関・貿易の技術的障害に関する協定 (TBT 協定) に基づき、加盟国に影響を及ぼす恐れのある技術関連規制を課せられた場合は、WTO に報告することになっている。

⑦ 禁止・制限されている輸入品目

禁止されている輸入品目はない。武器・弾薬、軍・警察用機材、移動無線セット、薬品、麻薬、アンティーク、貴金属、廃棄物、原子力技術、化学兵器原料、オゾン層破壊物質については輸入許可証が必要となる (詳細なリストは「輸出入許可証の対象となる物品の詳細に関する政令 官報 no.67/03」; ホームページ www.nn.hr から入手可能)。WTO 非加盟の国からの輸入品の一部 (鉄管、鉄棒、肥料) についても輸入許可証が必要となる。輸入許可証はクロアチア経済省から発行される。