

フランスにおける日本食品市場概要

2024年
ジェトロ・パリ事務所

目次

1. フランス市場の特徴
2. 食品の流通経路と販売チャンネル
3. ビジネスチャンス、市場参入におけるヒント
4. 留意すべき事項、規制の動向

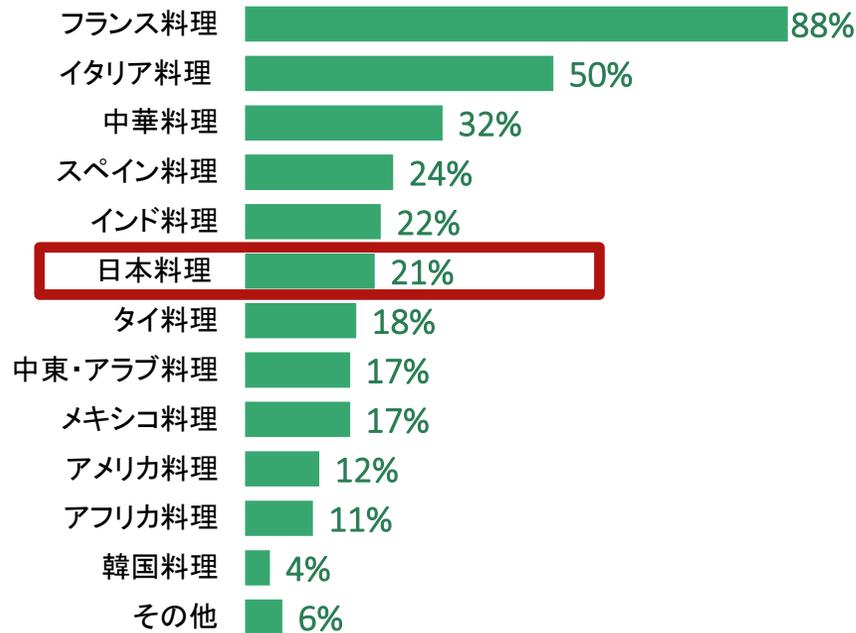
フランス市場の特徴

フランス人は日本食好き

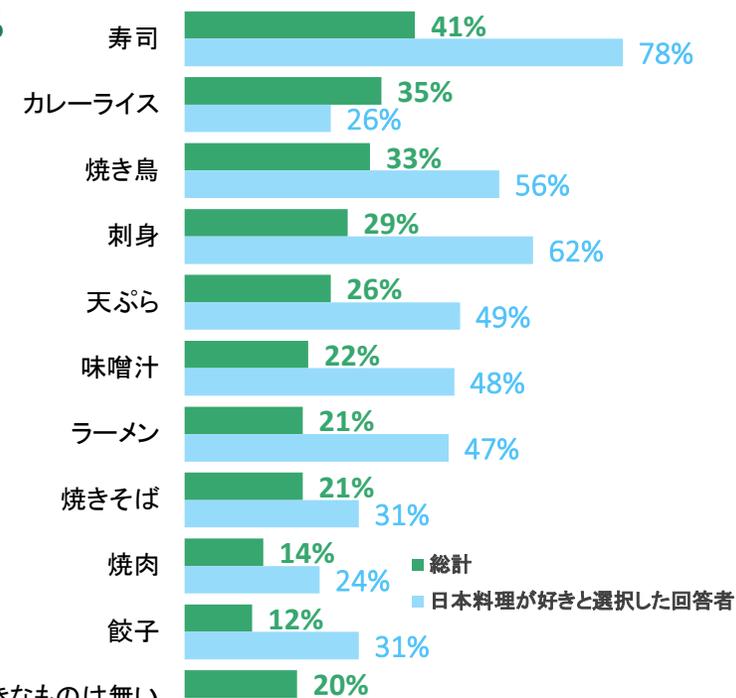
- 新型コロナウイルス感染症の影響もあり、**健康志向**が急速に高まっている。
- 日本食が元来持つヘルシーなイメージから、**日本食人気は拡大**。

出所:JETRO PARISの依頼でifopが行ったウェブアンケート(2016年10月)

あなたの好きな料理はどれですか？(複数回答)



食べたことがある日本料理の中で好きなもの(複数回答)

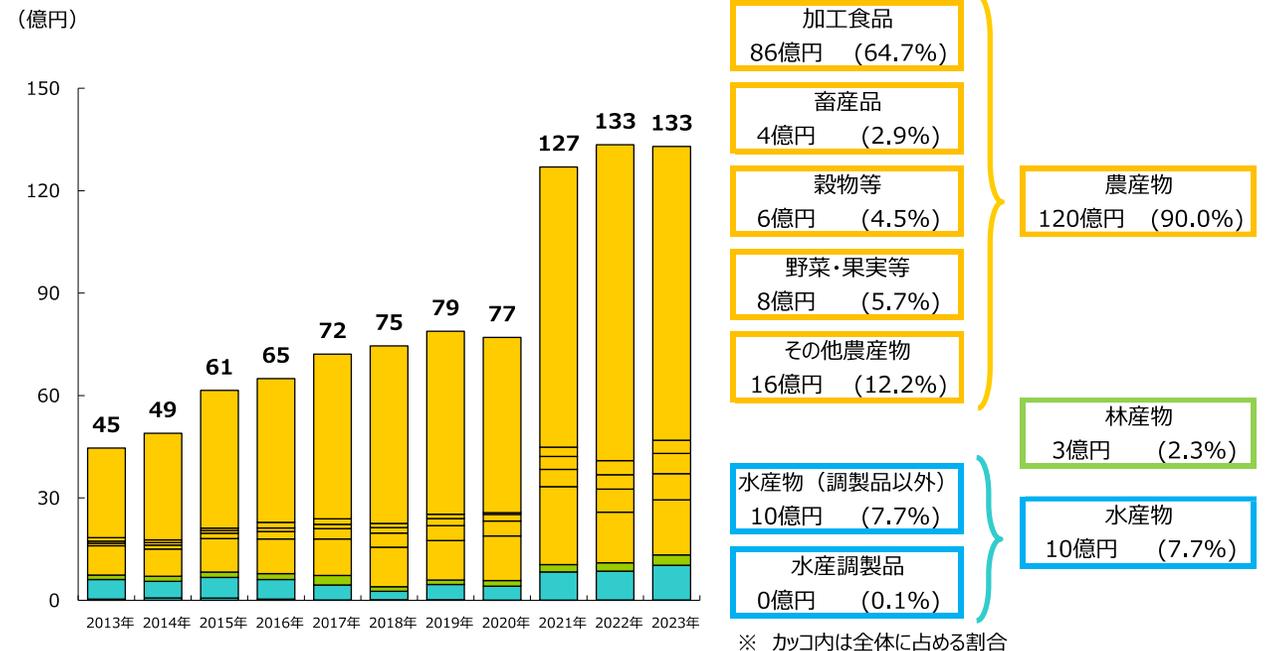


食べたことが無い・好きなものは無い

フランス向け農林水産物・食品の輸出額の推移

- 2023年のフランス向け農林水産物・食品の輸出額は**133億円（世界14位）**で前年比-0.4%と横ばい。
- オランダ等を経由して輸入されるものも多く、欧州有数の市場。
- 日本食人気の拡大**とともに、日本食材の輸出量も拡大傾向。
- 新型コロナウイルスの感染拡大以降、**消費者の健康志向の高まり**に合わせ、輸出が拡大。

2023年フランス向け輸出額の推移



資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

品目別内訳（フランス向け）

フランス向け農林水産物・食品の輸出（品目別内訳）

輸出額上位品目は、アルコール飲料、ペプトン等、ソース混合調味料。

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
1	アルコール飲料 1,159百万円	アルコール飲料 1,648百万円	アルコール飲料 2,542百万円	アルコール飲料 2,618百万円	アルコール飲料 3,226百万円	アルコール飲料 3,333百万円	アルコール飲料 3,440百万円	アルコール飲料 3,185百万円	アルコール飲料 5,748百万円	アルコール飲料 6,185百万円	アルコール飲料 5,062百万円
2	ホタテ貝（生鮮等） 302百万円	醤油 337百万円	ホタテ貝（生鮮等） 367百万円	ホタテ貝（生鮮等） 381百万円	醤油 399百万円	醤油 390百万円	醤油 396百万円	醤油 424百万円	メントール 681百万円	ペプトン等 557百万円	ペプトン等 643百万円
3	醤油 300百万円	ペプトン等 233百万円	醤油 333百万円	醤油 369百万円	緑茶 285百万円	ソース混合調味料 330百万円	緑茶 320百万円	果汁 337百万円	醤油 555百万円	果汁 492百万円	ソース混合調味料 565百万円
4	ソース混合調味料 197百万円	ホタテ貝（生鮮等） 191百万円	緑茶 220百万円	緑茶 322百万円	ホタテ貝（生鮮等） 256百万円	緑茶 310百万円	果汁 314百万円	たばこ 318百万円	たばこ 484百万円	ソース混合調味料 445百万円	果汁 564百万円
5	ペプトン等 196百万円	ソース混合調味料 173百万円	ソース混合調味料 173百万円	ソース混合調味料 198百万円	ソース混合調味料 228百万円	果汁 310百万円	ソース混合調味料 306百万円	緑茶 312百万円	ソース混合調味料 415百万円	緑茶 371百万円	緑茶 524百万円
6	デキストリン等 193百万円	緑茶 170百万円	ペプトン等 172百万円	スープ プロス 186百万円	果汁 197百万円	デキストリン等 218百万円	かつお・まぐろ類 249百万円	ソース混合調味料 290百万円	緑茶 378百万円	牛肉 361百万円	ホタテ貝（生鮮等） 501百万円
7	メントール 155百万円	真珠（天然・養殖） 144百万円	播種用の種等 162百万円	植物の液汁エキス 176百万円	播種用の種等 196百万円	播種用の種等 216百万円	ペプトン等 244百万円	スープ プロス 234百万円	果汁 339百万円	清涼飲料水 359百万円	清涼飲料水 423百万円
8	播種用の種等 154百万円	植物の液汁エキス 132百万円	たばこ 151百万円	ペプトン等 161百万円	デキストリン等 177百万円	スープ プロス 178百万円	デキストリン等 184百万円	デキストリン等 179百万円	かつお・まぐろ類 270百万円	醤油 356百万円	醤油 369百万円
9	緑茶 153百万円	たばこ 131百万円	植物の液汁エキス 127百万円	デキストリン等 152百万円	植物性ろう 144百万円	ペプトン等 161百万円	スープ プロス 176百万円	ペプトン等 177百万円	清涼飲料水 264百万円	スープ プロス 308百万円	牛肉 369百万円
10	真珠（天然・養殖） 116百万円	播種用の種等 101百万円	真珠（天然・養殖） 118百万円	播種用の種等 139百万円	ペプトン等 140百万円	植物の液汁エキス 143百万円	植物の液汁エキス 170百万円	清涼飲料水 162百万円	スープ プロス 246百万円	ホタテ貝（生鮮等） 280百万円	スープ プロス 302百万円

- 「ソース混合調味料」
・・・ソース、たれ、マヨネーズ、ドレッシング、カレー調製品等。
- 「デキストリン」
・・・でん粉を分解したもので、食感の改良や増粘安定剤等に使用。
- 「ペプトン」
・・・牛乳や大豆のたんぱく質を分解したもので、食品添加物、培地等に使用。
- 「メントール」
・・・ハッカから抽出される成分で、チューインガムや歯磨き粉等に使用。
- 「植物の液汁エキス」
・・・用途は健康食品や化粧品など。

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

日本食品の消費形態と業態

- 日本食材のユーザーの多くが**日本食料理店を中心とした外食**。他方、醤油などの一般的な調味料、ゆず関連商品などはフレンチレストラン等でも一般的に使用されている。
- 他方、**醤油、ゆず製品等は既に多数の商品**（安価な他国産商品含む）が**流通**しており、新たな商流開拓のためには、品質、価格の違い等について丁寧に説明する必要がある。
- コロナ禍を経て、テイクアウト、デリバリー、ケータリング（ダークキッチン）が急速に普及。日本食はこれらの形態でも人気が高い。

日系日本食品店の醤油・調味料売場



4商品とも日本製で、日本からの直接輸入

現地系スーパーの日本食品売場



醤油
:オランダ製



カップヌードル
:中東欧製



抹茶、玄米茶
:フランス製
(原料は日本産(何れも有機茶))



JETRO パリ撮影

日本食材 外食・中食

外食



日系日本食レストラン
ランチメニューの例



アジア系・現地系日本食レストランの
メニュー例



ミシュラン二つ星レストランの
メニュー 七味・醤油使用



フレンチレストランのデザート例
ゆずソルベ

中食

左：躍進著しいSUSHI DAILY、右：販売しているパック寿司
ハイパー・スーパーマーケット内で製造する寿司と惣菜
業界トップで欧州内に800拠点以上を展開



デリバリー

左から：
UberEats, deliveroo,
JUST EAT
宅配アプリによるデリバ
リーサービスが大変普及
している



フランスの外食産業の特徴

全般

- フランス外食市場の特徴として、**一店舗当たりの席数が少なく**、北米やアジアのように一度の商談で**大量の商品の仕入が行われることは少ない**。
- 一方で、新しいトレンドを探している**トップシェフから食材のトレンドが浸透**していきることが多い。
- 特に新しい商品は、**トップシェフをうまく使いブランディング**していきことがカギ。

日本食レストラン 約4600軒

日本人経営、フランス人経営、アジア人（非日本人）経営と**大きく3種類**。日本人経営は1割。

- アジア人（非日本人）経営のレストランの多くが**寿司を提供**。日本産食材を1、2品しか使わない店も多い。
- 醤油、みりんをはじめとする日本食材の多くは、中国製、韓国製、現地製の**安価な競合商品が多数存在**し、一部の高級店以外は、それらを使う傾向。

典型的日本食レストラン

- [経営] 主に日本人
[主な客層] フランス人、日本人等
[特徴] 寿司に限らず、いわゆるB級グルメから高価な会席まで多様。



現地系寿司チェーン

- [経営] 主に現地系
[主な客層] フランス人等
[特徴] 寿司（サーモン・まぐろ）、焼鳥、刺身等、ケータリングも多い。



アジア系日本食レストラン

- [経営] 主に中国人等アジア人
[主な客層] フランス人等
[特徴] 寿司（サーモン・まぐろ）、焼き鳥、刺身等



食品の流通経路と販売チャンネル

日本食品の販売先（業種・形態）

- 外食関係者は直接輸入することではなく、**インポーター＝ディストリビューターを介して商品を仕入れることが大半。**
- 商慣習として、1商品 = 1ディストリビューターとなるため、既に商流がある場合は、新規インポーターの獲得は避ける必要。

【輸入卸】

- 日系
- アジア系
- 現地系

【外食】

- 日本食レストラン：日本人経営は約1割。現地系・アジア系経営者の店は寿司レストランが多く、定番は寿司と焼き鳥のセット。回転寿司も多い。
- フレンチレストラン：日本人シェフの有名店が近年増加。
- バー：日本ウィスキーを提供。
- カフェ・サロン・ド・テ：日本茶（緑茶、抹茶）を提供。

【小売】

- 日系、アジア系スーパー：フランス人利用者も多い。
- 現地系スーパー・ハイパー：日本食コーナーを設ける店舗も。
- デパート・高級食材店：日本食、日本茶、日本酒の取扱有。
- 酒専門店：日本のウィスキーは多くの店に存在。日本酒は一部の店舗のみ。

【中食】

- 惣菜：パック寿司、冷凍寿司など日本食有り。

【製造】

- パティスリー（お菓子屋）：チョコレート、マカロン、ケーキ等に日本の食材を利用
- メーカー等

日本食品を主に扱う輸入業者

- 日本食品を取り扱う主な輸入業者は、日系、現地系、アジア系に大きく分けられる。
- 各輸入業者によって、得意とする売り先が異なるため、インポーター選びが重要。

	日系	現地系	アジア系
日本食品中心	    	 	  
一部日本食品あり	—	  <p>Le meilleur de la gastronomie à votre porte !</p>  	  

出所：ジエトロ・パリ事務所作成

日本食を主に扱う小売店

- フランスにおける日本食品の取り扱いには、**日本食材店、アジア食材店**が中心。
- 百貨店や有機食品店**でも商品数は多くないが取扱あり。
- スーパー等**の 대중向け店舗では、寿司の材料やカップ麺等**取扱いは限定的**であり、日本以外の国で製造された商品も多い。

日本食材店



アジア食材店



百貨店・高級食材店

LA GRANDE
ÉPICERIE PARIS

Galerias
Lafayette
LE GOURMET

ハイパー・スーパーマーケット

MONOPRIX

Carrefour

Auchan

有機食品店

biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE

La Vie
Claire
La bio est dans ma nature

NATURALIA

Bio
Bon

出所：ジエトロ・パリ事務所作成

ビジネスチャンス、市場参入におけるヒント

有機食品

- フランスの有機食品市場は**10年間（2011年から2021年）で3倍に拡大**。ただし、**2022年の市場規模は前年比4.6%減（約120億ユーロ）**で2019年レベルまで後退。
- 家庭での食品購入のうち有機食品が占める割合は後退傾向（2021年は6.5%）
- ベジタリアンの傾向がより強くなることが牽引して、有機食材も拡大（**ベジタリアンの30%が有機原料**）。
- 全ての品目で、有機食品は多少価格が高くとも引き合いが強い。
- 既に多品種が流通している商品（醤油、ゆず関連商品、日本酒など）でも**有機であれば引き合いが期待**できる。
- お茶関連商品等**有機食品でなければ難しい商品**もある。

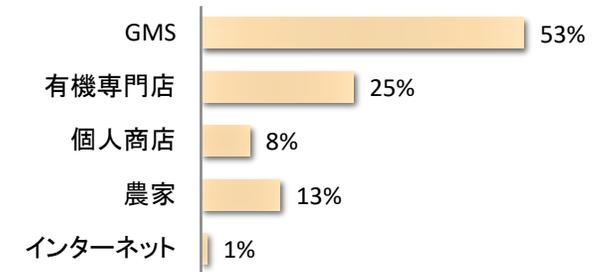


97%がフランスの
有機ロゴを認識

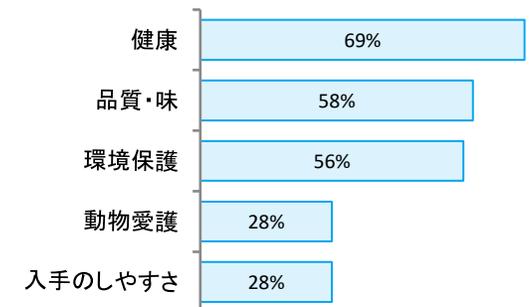


59%がEUの
有機ロゴを認識

有機食品を購入する場所



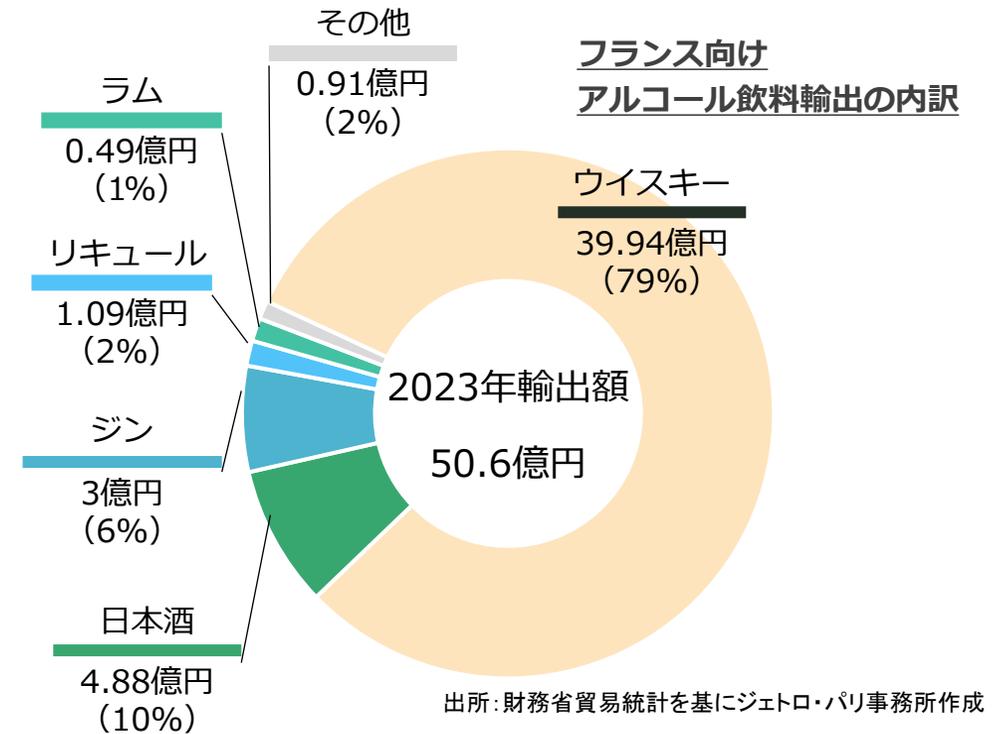
有機食品を消費する理由



(出所) Agence BIO と CSA Research による2018年のアンケートで約2000人が回答

蒸留酒・リキュール・日本酒

- ジン、梅酒などのリキュール類の人気の拡大中。カクテル需要やアペリティフ向けとして、バー向けなどの需要拡大が期待できる。
- 特にリキュール類は、個性的な商品でも興味を持ってもらいやすい。
- 日本酒は既に競合多数。欧米のアルコールのコンクール等に出品し、入賞をめざすことで認知度が高まる可能性あり。



アルコールコンクールの例



グルテンフリー・ビーガン

- フランスでは、食品アレルギーを持つ消費者が人口の3～4%、そのうち1%に相当する**60万人がグルテンアレルギー**と推定されている。
- 近年、セリアック病、アレルギー等ではない消費者も**健康に良いと考えてグルテンフリーを食べる**傾向が有り市場規模が拡大。日本の米粉もグルテンフリーの材料として日系店等で販売されている。
- 最近では、**ビーガン市場**も注目を集めており、**2023年の市場規模は4億6900万ユーロ**で、消費者数は20万人とされる（全体の0.4%）。
- 競合商品も多数**。新規商品よりも既存商品の代替商品（原料の肉を大豆ミート化したもの等）が良い。

フランスで販売されているグルテンフリー商品 JETRO パリ撮影



グルテンフリー専門パティスリーNoglu。ケーキやパンなど多種類を販売。



スーパーや専門店小売店で販売されているグルテンフリークッキー、パン、ホットケーキ用粉

現地系スーパー・専門小売店で販売されているグルテンフリー商品の多くが、欧州グルテンアレルギー協会の定める基準をクリアしていることを示すロゴ（右）が添付されている。



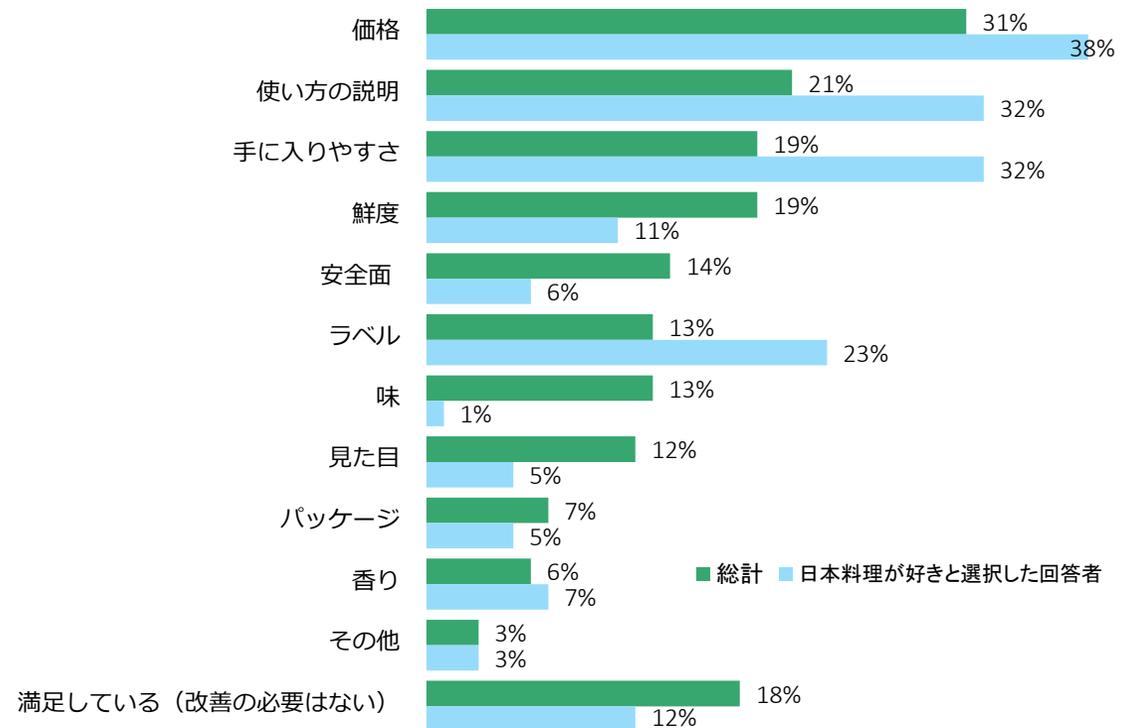
フランスにおける米粉市場価格（小売）

商品	原産国	価格 (€)	内容量	店舗
米粉	フランス	2.99	500 g	現地スーパー
米粉	日本	5.05	300 g	日本食専門店
米粉	タイ	0.92	400 g	アジア食品専門店

食品購入の際の基準

- 買い物の際に購入の決め手となる点
は**価格と回答した人が約4割**。
- 約6割は、味・質・産地、栄養成分
など価格以外の点を購入時に優先。
- **日本食材の購入時の不満としては、
価格や包装（説明ラベル）が上位。**

日本産食材を購入する際に不満な点（複数回答）



出所:JETRO PARISの依頼でifopが行ったウェブアンケート(2016年10月)

ビジネスチャンスを 獲得するためのポイント

市場開拓の目標設定

- フランス市場はブランディング可能な市場。ブランディングを行い、別の海外市場や国内市場のプロモーションに活用していくことも一考。
- **ブランディングか、フランス市場での黒字化を目指すのが目標の設定が重要。**
- 既存商流の有無によっても、プロモーション先が異なるため、注意が必要。

商品説明資料、各種データの準備

- **商品の味だけでは商品の良さが伝わりにくい場合も多い。**
- フランスは、商品のストーリーや技術的な特徴を重視。**商品の特徴、ストーリー、品質につながる技術的な特徴等を説明する資料が重要。**
- フランス語であればよいが、最低でも英語。
- 原材料として卸す可能性がある商品は、**商品のスペック情報**（水分含有量、糖度、酸度、塩分、温度などの**数字**）があると理解が得やすい。
- レストラン関係者等のエンドユーザーは商品のカスタマイズを希望することが多いため、**カスタマイズの可否情報**も重要。
- **商品の価格**（最低でもF O B価格）、**リードタイム等の情報を事前に準備**することが重要。

留意すべき事項、規制の動向

輸入規制の確認／裏ラベルの作成／ HSコード／賞味期限

輸入規制への確認・対応

- EUは輸入関連規制が特に多いため、事前によく確認することが必要。
- 特に注意が必要なのは、混合食品規制（次ページに詳述）、ビスフェノールA、添加物規制、有機食品表示ルール等

裏ラベルの作成

- 原材料表示、栄養成分表示等について現地のルールに従って作成する必要
- 日本酒の場合には、標準的裏ラベルの作成を推奨
(<https://www.jetro.go.jp/jfoodo/archive/label.html>)

HSコード

- 輸出入通関時の書類の事前準備が重要。
- **HSコード（関税分類番号）を確認**すること
- 詳細は、ジェトロ輸出支援ポータルを参照
(<https://www.jetro.go.jp/agriportal/>)

賞味期限

商品の条件や、サンプル提供時の注意事項として、賞味期限が問題となることがある。
1年以上が望ましい。

混合食品規制

混合食品規制とは

- **動物性食品（※）が入っている食品については、EU域内において原則輸入禁止**
- 例外的に、EU HACCP認定取得施設で加工されたものについては、衛生証明書を添付した上でEU域内に輸入することが可能
- ※動物性食品には、食肉、卵、乳製品、はちみつ、魚介類、ゼラチン・コラーゲンなどが含まれる。

注意すべき商品例

肉由来製品（**チキンエキス**など）
→スナック菓子等に利用

卵
→菓子、マヨネーズ等に利用

牛乳、脱脂粉乳、はちみつ、ゼラチン
→菓子等に利用

水産物（**かつおぶし、えびエキス**など）
→だしつゆ等に利用

混合食品規制代替商品

- 混合食品規制のため、輸入不可となった商品の代替商品の需要多数。
- 特に卵、乳製品を使っているお菓子製品の代替商品、スナック菓子の引き合いが強い。
- 原料の卵をEU HACCP取得工場（国内外）生産のものに切り替えたり、原料の乳成分を豆乳に切り替えること等により代替可能。
- はちみつも動物性原料とされるので、日本産のはちみつを使用した商品は輸入不可。
- グルテンフリー対応等とも関連。原料の肉製品を大豆ミートに変更することで輸入可能となる商品もある（麻婆豆腐の素等）



動物性原料が使用できなくなり、商品群が少なくなった商品の例（ジェトロ撮影）

使い捨てプラスチック包装の 段階的禁止の動き

総論

- 包装廃棄物の増加、環境負荷等を背景に、**使い捨てプラスチックの使用は禁止**（リサイクル可能であれば可）**する方向**で、今後も**段階的に規制が強化**されていく方向。
- **詳細な規則については**、現在EU当局等で策定中であり、実際にどのような規制となるかは現時点で不明瞭。
- 上記の規則は**2030年から適用される見込み**。
- 展示会等において、使い捨てプラスチックの使用が禁止されている場合もある。

特に注意すべき事項

「多層フィルム」

複数の異種素材からなる。
和牛の真空パック、マヨネーズのチューブ、インスタント麺のカップ等多くの商材に使用されている。
リサイクル不可のため、2030年以降の使用が可能かどうか不明。

今後の対応

当該規制があることを念頭に、JETRO等を通じて**情報を入手し**、
(<https://www.eu.emb-japan.go.jp/files/100677591.pdf>)
包装資材メーカーと連携して規制に対応していくことが必要

輸出相談サービス

<https://www.jetro.go.jp/services/coordinator.html>

海外現地専門家への輸出可能性相談

海外コーディネーター（農林水産・食品分野）による輸出相談サービス



ジェトロが海外に配置する農林水産・食品分野の専門家（海外コーディネーター）が、Eメール相談、ブリーフィングを無料で行います。
※本サービスは、「国・地域」が限定されています。

POINT 海外在住の専門家が現地の最新事情に基づき日本語でご回答

現地の最新トレンドや売れ筋商品を知りたい。

現地の商習慣は日本とどう違うか知りたい。

こんな方にお勧めします

現地では競合商品があるのか知りたい。

その他、現地に売り込むためのヒントを探りたい。

海外ブリーフィングサービス

<https://www.jetro.go.jp/services/briefing>

海外ブリーフィングサービス



ジェトロの海外事務所で現地情報を提供します

世界約70カ所の海外事務所の現地にて、現地一般経済事情やビジネス環境について、海外駐在員や専門アドバイザーが情報提供を行います。

現地の一般経済状況を聞きたい。

海外現地法人設立についての手続きを知りたい。

こんな方にお勧めします

海外での商談前に、現地商習慣を確認したい。

現地駐在員の生活環境等を聞きたい。

免責事項

- ◆ 本資料は、日本からフランスへの食品輸出、販売等を行う事業者への情報提供として作成したものです。調査会社の作成した資料等を基に作成していますが、執筆後に規則が改定・変更され本資料の内容と異なっていることもあり得ます。
- ◆ この資料の正確性の確認と採否はお客様の責任と判断で行ってください。JETROは、本資料に起因して発生した損害・不利益等について、一切責任を負いません。
- ◆ 実際の輸出・販売を行う際には、フランス政府の該当機関および各専門家に照会される等、最新情報の確認をお勧めします。
- ◆ 本資料を無断で引用・転載することは禁じます。

2024年 日本貿易振興機構(JETRO)