

平成 30 年度畜産物輸出産地緊急対策事業

フランスにおける牛乳乳製品の市場調査  
及び日本産乳製品に関する調査

最終報告書

2020 年 2 月

一般社団法人日本乳業協会

# 目次

1	序章	4
1.1	調査目的	4
1.2	調査内容	4
1.3	調査方法	4
2	総合分析	7
2.1	フランスにおける牛乳乳製品販売の現状	7
2.2	フランス産、日本産、海外産牛乳乳製品のイメージの違い	15
2.3	日本産牛乳乳製品の輸出拡大のための課題	18
2.4	日本産牛乳乳製品の輸出拡大に向けた今後の戦略	20
3	【調査1】基礎データ調査	22
3.1	牛乳乳製品のマーケットデータ	22
3.2	主要牛乳乳製品の輸出入の状況	40
3.3	販売に関する法規制及び商習慣	66
3.4	牛乳乳製品の輸入に関するラベル・表示等の規制	75
4	【調査2】流通・物流構造調査	78
4.1	物流実態	78
4.2	調査対象カテゴリー商品の販売状況	86
5	【調査3】消費者動向調査	89
5.1	消費者の食に関する嗜好	89



図 1	フランスにおける牛乳乳製品の流通フロー	14
図 2	輸入及び国内輸送の流通フロー	15
図 3	フランス産の牛乳乳製品に対するイメージ (%) (消費者調査)	16
図 4	日本の牛乳乳製品に対するイメージ (%) (消費者調査)	16
図 5	EU 以外の牛乳乳製品に対するイメージ (%) (消費者調査)	17
図 6	フランス以外の EU の牛乳乳製品に対するイメージ (%) (消費者調査)	17
図 7	飲用乳の市場規模及び生産量	22
図 8	種類別飲用乳生産量 (左) 及び種類別飲用乳内訳 (右)	23
図 9	はっ酵乳の市場規模及び生産量	25
図 10	チーズ及びチーズカードの市場規模及び生産量	26
図 11	フランスのチーズ生産量内訳 (左、2018 年) 及び AOP に認定されているフランス産チーズ (右)	27
図 12	生クリームの市場規模及び生産量	29
図 13	育児用調製粉乳の市場規模及び生産量	30
図 14	ホエイの市場規模及び生産量	32
図 15	アイスクリームの市場規模及び生産量	33
図 16	生乳の用途別の割合 (2018 年)	78
図 17	フランスにおける牛乳乳製品の流通フロー	79
図 18	フランスにおける小売市場及び小売形態の内訳	80
図 19	フランスにおける食品流通フロー	81
図 20	輸出の流れ	82
図 21	フランス人の食生活	89
図 22	オーガニック認証マーク (左: フランス、右: EU)	91
図 23	栄養スコア (Nutri Score)	91

## 表

表 1	情報収集先一覧	5
表 2	インターネット調査の概要	5
表 3	ヒアリング先一覧	6
表 4	フランスにおける飲用乳の小売価格 (参考)	8
表 5	フランスにおけるヨーグルトの小売価格 (参考)	9
表 6	フランスにおけるチーズの小売価格 (参考)	10
表 7	フランスにおける生クリームの小売価格 (参考)	11
表 8	フランスにおける育児用調製乳の小売価格 (参考)	12
表 9	フランスにおけるアイスクリームの小売価格 (参考)	13
表 10	牛乳生産量推移	23
表 11	全重量に対する脂肪分の比率による飲用乳の類別	24
表 12	加熱殺菌方法による飲用乳の類別	24
表 13	山羊、羊、及びプロセスチーズの生産量	28
表 14	育児用調製液状乳の生産量	31
表 15	牛乳乳製品類におけるトップ 3 企業及び市場占有率	39
表 16	輸入手続きにおいて必要な書類	66
表 17	乳製品を原材料に使用した日本産混合食品を EU 域内に輸出する場合の要件 (JETRO レポートの抜粋)	67
表 18	牛乳乳製品の EU 側譲許表	68
表 19	輸入チーズの種類と価格 (参考)	74
表 20	食品小売店の形態別分類	82

注)

本事業は、一般社団法人日本乳業協会と株式会社 JTB との請負契約に基づき、株式会社 JTB 及びプロマー・コンサルティングが実施したものであり、本報告書の執筆の責任は株式会社 JTB 及びプロマー・コンサルティングにある。

**[本事業担当者]**

株式会社 JTB  
岩下 拓

新宿第三事業部営業第四課 事業統括マネジャー

プロマー・コンサルティング

吉田 里絵

常務取締役

調査統括責任者

カルデナス イバン

シニアコンサルタント

調査統括マネジャー

林田 淳子

アナリスト

調査員

上間 茉莉

リサーチアナリスト

調査員

Conrad Caspari

海外調査カウンターパート（英国）

# 1 序章

## 1.1 調査目的

「総合的な TPP 等関連対策大綱（平成 29 年 11 月 24 日 TPP 等総合対策本部決定）」に即し、農林水産物の輸出を拡大し需要フロンティアの開拓を図ることにより、攻めの農林水産業を推進することが必要になっていることから、牛乳乳製品の輸出拡大を図るための取り組みを行なう。

フランスは今後の日本産牛乳乳製品の輸出先として有望な市場であるため、本調査ではフランスの牛乳乳製品の市場調査及び日本産牛乳乳製品に関する調査を実施し、今後日本からの輸出を検討する乳業メーカーに提供することを目的とする。

## 1.2 調査内容

上記の調査目的を踏まえ、本事業では以下の牛乳乳製品市場及び日本産牛乳乳製品に関する調査を実施し、情報及び現状を整理した。

対象国：フランス

対象品目：

- 牛乳（チルド及び LL 牛乳）
- はっ酵乳（ヨーグルト）
- 生クリーム
- チーズ（ナチュラル及びプロセス）
- アイスクリーム
- 育児用調製乳（粉乳・液状乳）

調査項目：

1. 輸出の実務に関する規則・規制（輸出の手続き、及び規制規則：添加物、放射性物質、表示、輸出）
2. 市場規模（2014 年～2018 年）の推移と今後の見通し（2019 年～2021 年）
3. 市場動向、物流（流通）実態（家庭用・業務用）
4. 対象国製品、他国産の競合状況（主要国、ブランド、輸入量、価格、用途）
5. 容器、容量、賞味期限、販売温度帯、販売価格、陳列状況
6. 販売に関する法規制
7. 日本ブランド、日本産乳製品に対するイメージ
8. 消費者の消費行動

調査期間：2019 年 08 月～2020 年 01 月

## 1.3 調査方法

本事業は、下記の 5 段階に分けて実施された。効率的な調査を行うため、経験豊富な現地カウンターパートを活用した。

1. デスクトップ調査及び統計データの収集
2. インターネットによる消費者行動調査
3. 現地調査の実施

4. 報告書の作成及び提出

5. 最終報告書の提出

1.3.1 デスクトップ調査及び統計データの主な情報収集先

以下の機関・団体の出版物及びホームページから主に情報収集を行った。

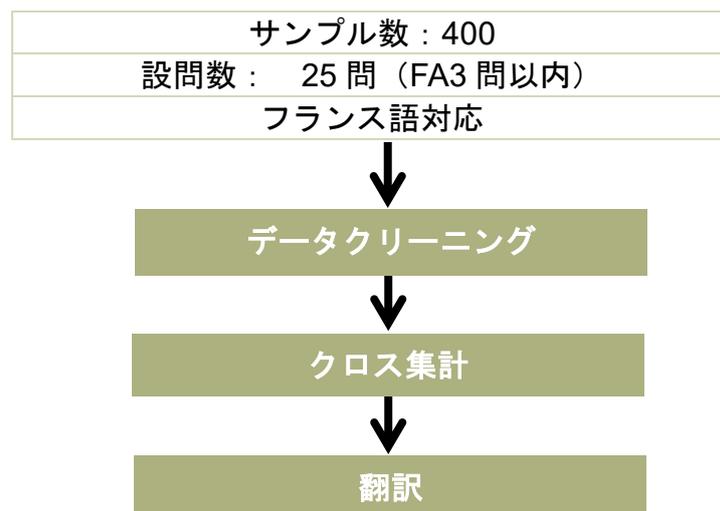
表 1 情報収集先一覧

データ	主な情報収集先
生産量	フランス全国酪農経済センター (CNIEL)、EUROSTAT 等
需給量	EUROSTAT、国立統計経済研究所 (INSEE)、欧州委員会等
輸入量及び輸出量	International ComTrade (ITC), EUROSTAT 等
市場価格	国立統計経済研究所 (INSEE)、フランス農業省、フランス乳製品マガジン (French Dairy Magazine)、店舗ウェブサイト等
流通経路	欧州議会、現地大学研究論文、フランス乳製品マガジン (French Dairy Magazine)、SYNDIFRAIS (フランス乳製品製造業者ユニオン) 等
輸入規制	ヨーロッパ乳製品協会、The French National Committee of the International Dairy Federation (IDF) (乳製品貿易団体)、フランス農業省等

1.3.2 インターネットによる消費者行動調査の実施

消費者行動調査は 2019 年 8 月上旬～8 月下旬に実施し、調査内容は日本製品に対するイメージ及び乳製品に対する消費行動について調べた。

表 2 インターネット調査の概要



### 1.3.3 現地調査の実施

現地調査では、文献で得ることが出来ない情報収集を中心にヒアリング調査を行った。現地調査は 10 月 14 日から 18 日の 5 日間（実働日数は 4 日間）で 11 人へのインタビューを実施した。調査対象地域は、首都のパリ及び、カマンベールチーズの発祥の地であるノルマンディー地方カマンベール村を選定した。

まず、パリにおいて、JETRO、輸入業者、乳製品製造業者、及びチーズ専門店に対してヒアリング調査を行い、事前調査で得た資料を中心として乳製品産業の概要、流通状況及び最新の動向について把握した。

ノルマンディー地方カマンベール村では小規模生産者の Fromagerie Durand 社及び中規模生産者の Fromagerie E. GRAINDORGE 社を視察し、生産者及び工場関係者等に対してヒアリングを実施した。ヒアリング先は以下にまとめた。

表 3 ヒアリング先一覧

団体・会社名	役職	ヒアリング日
JETRO パリ	農産物食品部門 ディレクター	10 月 15 日
JETRO パリ	農産物食品部門 コンサルタント	10 月 15 日
JETRO ブリュッセル	ディレクター	10 月 15 日
KIOKO（輸入業者）	輸出マネジャー	10 月 15 日
Laiteries H. Triballat （乳製品製造業者）	輸出マネジャー	10 月 16 日
Fromagerie Laurent Dubois （チーズ専門店）	店舗マネジャー	10 月 16 日
Fromagerie Beaufils Philippe （チーズ専門店）	店舗マネジャー	10 月 16 日
Eurial（乳製品製造業者）	エリア輸出マネジャー	10 月 17 日
JFC フランス（輸入業者）	ジェネラル マネジャー	10 月 17 日
Fromagerie Durand （乳製品製造業者）	施設案内担当者	10 月 18 日
Fromagerie E. Graindorge （乳製品製造業者）	施設案内担当者	10 月 18 日

## 2 総合分析

### 2.1 フランスにおける牛乳乳製品販売の現状

#### 2.1.1 牛乳乳製品の市場概況

カテゴリー	概況
牛乳	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライフスタイルの変化に伴い、牛乳の消費量は減少し続けている。</li> <li>飲用乳全体の約 9 割は UHT 牛乳でスーパー等では冷蔵又は常温で販売されている。また、市場規模は小さいが、牛乳の他に山羊乳や羊乳の消費もある。</li> <li>消費者の嗜好にあわせオーガニック牛乳生産及び販売が増加し、フランスの農場で搾乳された牛乳であることをアピールする動きがみられる。</li> </ul>
ヨーグルト	<ul style="list-style-type: none"> <li>ヨーグルトを含むはっ酵乳は「健康によい」と認識されている。</li> <li>消費者の牛乳乳製品離れに影響されはっ酵乳の消費量も伸び悩んでいる。</li> <li>ヨーグルト商品の傾向としては、無添加（ナチュラル）、低糖質、またはデザート感覚で楽しめる商品などが販売され消費者への様々なアプローチが見られる。</li> </ul>
チーズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランスは世界有数のチーズ生産大国であり、その種類は 1200 以上にのぼる。</li> <li>チーズはフランス人の食生活に欠かせない食材であり、伝統的には食後に食べるものである。</li> <li>現在は食後以外にも、前菜、メイン料理、チーズプレート（盛り合わせ）としても楽しまれている。</li> <li>原産地呼称保護制度（AOP/PDO）に認定されているチーズが 45 存在し、チーズ専門店はフランス全土で 3,200 店舗ある。</li> <li>フランスの消費者はチーズに強いこだわりを持つ消費者も多く、AOP チーズや個々の農場で生産された生産者スタンプのあるチーズも人気である。</li> <li>輸入チーズも受け入れられているが、パルミジャーノ・レッジャーノ、ゴーダ、エメンタール、スティルトン等、既に馴染みのある欧州のチーズが好まれている。</li> <li>一般的にプロセスチーズは子供向けと認識されている。</li> </ul>
生クリーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>生クリームは主にベーカリーやパティスリー等の業務用向けである。</li> <li>フランスでは、クリームと定義されるものは脂肪分 30%以上であり、それ以下の脂肪分が含まれるクリームはライトクリームと呼ばれている。</li> <li>原産地呼称制度（AOP/PDO）に認定されているクリームはイズニークリームとブレセクリームの 2 つであり、どちらも脂肪分は 35%以上である。</li> </ul>
育児用調製乳	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランスの出生率は緩やかな減少基調であり、国内の育児用調製乳市場は頭打ちとなっている。アフリカおよび中国への輸出が多い。</li> <li>牛乳を原料とする育児用調製乳の他、山羊や羊乳を使用した商品も販売されている。</li> <li>同国では母乳による育児が推奨されているため、育児用調製乳の商品にも母乳の重要性が記載されたラベル表示が義務づけられている。</li> <li>育児用調製乳大手製造企業によるリコールが発生したため、商品の安全性、品質、オーガニック及びトレーサビリティがより重視されるようになっている。</li> </ul>
ホエイ	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランスはヨーロッパでは最大のホエイ輸出国である。</li> <li>ホエイは主に業務用向けであり、加工食品や飼料等に用いられている。</li> <li>ホエイを使用したプロテインパウダーも小規模ながら人気を集めており、健康に気遣い日頃からエクササイズなどを行なう消費者の間で人気である。</li> </ul>
アイスクリーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランスのアイスクリーム消費量は日本より低いですが、近年、熱波などの影響で暑い夏が続いているため同国の消費量は伸びをみせている。</li> <li>イタリア系アイスクリームのジェラートが人気であり、抹茶味アイスクリームも好まれている。</li> <li>アイスクリームにおいては海外ブランドもある程度の市場シェアを持っている。</li> <li>アイスクリーム製造各社は高品質チョコレート、国産牛乳を使用したプレミアム商品の販売に力を入れている。</li> </ul>

## 2.1.2 主に喫食（飲用）している牛乳製品ブランド

牛乳においては、フランスのラクタリス社の LACTEL（27%）及び乳業組合の Sodiaal の傘下である Candia（25%）が上位を占める。どちらもフランス産のブランドである。ヨーグルトにおいてはダノン社（31%）及び Yoplait 社 (General Mills)（18%）のブランドが多く喫食されており、ダノンブランドは Activia、Danette、Gervais、Actimel、Bio、Fjord 等が挙げられ、Yoplait ブランドは Yop（液体はつ酵乳）、Perle de Lait、Petit Yoplait、Yorik（液体はつ酵乳）等が人気であった。チーズにおいてはラクタリス社の President ブランド（17%）がトップであるが、牛乳やヨーグルト等と比べてトップブランドのシェアは低く、その他のブランドも消費者の喫食率が同等で様々なブランド/メーカーが拮抗していることが分かる。また、ブランド名を答えた消費者よりもカマンベールやロックフォール等チーズの種類名を回答した消費者も多かった。このことから、フランスの消費者は購入の際にブランド名よりもチーズの種類を重視している事が伺える。生クリームにおいては Elle & Vire、President、Bridelice 等が 40%を占め、カルフルーや量販店のプライベートブランドを含めると上記が占める割合は全体の 6 割である。育児用調製乳（粉乳・液状乳）においては、消費者から挙げられたブランド名は 10 にも満たず、そのほとんどはフランスのブランドであり、Lactel、Candia、Guigoz、Gallia などである。海外ブランドとしては Nestle が挙げられた。喫食及び飲用ブランドが少ない理由は、消費者調査に参加した消費者で育児用調製乳を購入する家庭が少なかったことが理由のひとつとして挙げられる。アイスクリームにおいては、他の牛乳・乳製品と比較して海外ブランドが多いことが特徴である。英国や米国メーカーのブランドが多く、Magnum、Häagen Dazs、Carte D'or、Nestle 等が 42%を占めた。国産ブランドは Miko、Gervais 及び量販店のプライベートブランドが挙げられた。

## 2.1.3 販売価格動向

### 飲用乳：

牛乳の他に山羊乳や羊乳も販売されており、販売形態も常温と冷蔵に分けられる。常温はボトル容器が多く 6 本で 1 パックなどパック売りされている。一方で、冷蔵されている飲用乳はパック詰めではなく 1 本ずつ購入できるよう陳列されている。現地調査で訪れた小売店では、フランス産の飲用乳のみ売られ、輸入品はみられなかった。価格は 1 リットルのボトルサイズで安いものは 0.84 ユーロ、高いもので 1.85 ユーロであった<sup>1</sup>。山羊乳及び羊乳は比較的高価格でそれぞれ 2.15 ユーロ及び 3.01 ユーロである。

表 4 フランスにおける飲用乳の小売価格（参考）

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/L
Carrefour	Lait demi-ecreme Carrefour	スキムミルク	1L	0.84	0.84
Monoprix	Lait demi-ecreme Monoprix	スキムミルク	1L	0.95	0.95
Carrefour	Lait entier Carrefour	ホールミルク（牛乳）	1L	0.96	0.96
Lactel	Lait demi-ecreme Lactel	スキムミルク（牛乳）	1L	1.1	1.1
Candia	Lait demi-ecreme Candia	スキムミルク（牛乳）	1L	1.1	1.1
Lactel	Lait de chèvre demi-écrémé Lactel	パスチャライズドスキムミルク（牛乳）	1L	1.3	1.3
Lactel	Lait bio de demi-écrémé Lactel	オーガニックスキムミルク（牛乳）	1L	1.56	1.56
Auchan	Lait bio frais Auchan	オーガニックミルクフレッシュ（牛乳）	1L	1.59	1.59
Lactel	Lait bio demi-ecreme Lactel	山羊乳	1L	1.79	1.79
Monoprix	Lait bio entier	オーガニックホールミルク（牛乳）	1L	1.85	1.85
Lactel	Lait demi-ecreme Lactel	スキムミルク（山羊）	1L	2.15	2.15
Lactel	Lait demi-ecreme Lactel	スキムミルク（羊）	1L	3.01	3.01
Carrefour	Lait demi-ecreme Carrefour	スキムミルク（牛乳）	6x50cL	3.9	1.30
J'AIME LE LAIT D'ICI	Lait demi-ecreme J'AIME LE LAIT D'ICI	スキムミルク（牛乳）	6x1L	4.14	0.69
Candia	GrandLait Candia	スキムミルク（牛乳）	4x1.5L	5.16	0.86
C'EST QUI LE PATRON?!	Lait demi-ecreme C'EST QUI LE PATRON?!	スキムミルク（牛乳）	6x1L	5.94	0.99
Auchan	Auchan lait équitable entier bouteille	フェアトレードホールミルク（牛乳）	6x1L	6.42	1.07
Auchan	Lait entier Auchan	ホールミルク（牛乳）	6x1L	6.43	1.07
Auchan	Lait bio entier Auchan	オーガニックホールミルク（牛乳）	6x1L	6.9	1.15
Lactel	Matin Leger Lactel	ラクトースフリーミルク（牛乳）	6 x 1L	8.4	1.40

出所) プロマー編集

<sup>1</sup> セール品を除く。



常温販売の飲用乳（パック販売）



冷蔵販売の飲用乳（個別販売）



オーガニックホールミルク（常温）

### はっ酵乳（ヨーグルト）：

ヨーグルトにおいては、オーガニックの他にギリシャ・スタイルのヨーグルトが多く見受けられた。ギリシャ・スタイルはフランス産の他にギリシャ産の輸入ヨーグルトも販売されていた。個別パックのものから1kg 容器の大容量も見受けられた。価格は1キログラムあたり0.84ユーロ～7.4ユーロであり、オーガニック、山羊及び羊ヨーグルトの価格が比較的高い。

表 5 フランスにおけるヨーグルトの小売価格（参考）

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/kg
Carrefour	Yaourt Nature	ナチュラルヨーグルト	16x125g	1.68	0.84
DANONE	Yourts nature	ナチュラルヨーグルト	16x125g	2.47	1.24
Carrefour	Yaourts nature sucre	ナチュラルヨーグルト（加糖）	4x125g	0.69	1.38
Yoplait	Yaourts nature sucre	ナチュラルヨーグルト（加糖）	12x125g	2.4	1.6
Yoplait	LES LAITIERS RESPONSABLES	ナチュラルヨーグルト	4x120g	1.4	2.92
NESTLE	YAOS	ギリークヨーグルト	8x125g	2.95	2.95
NESTLE	Bio Yaos	ギリークヨーグルト	4x125g	2.25	3.14
Yoplait	OERLE DE LAIT	ナチュラルヨーグルト	4x125g	2.95	3.3
Yoplait	Petits Filous	フルーツミックスヨーグルト	12x50g	1.99	3.32
IFANTIS	Authentique Grec	ギリークヨーグルト（脂肪分 10%）	1kg	3.9	3.9
DELTA	Yaort Grec	ギリークヨーグルト（輸入）	400 g	3.58	n/a
LYNOS	YAOURT GREC	ナチュラルギリークヨーグルト	1kg	3.99	3.99
Carrefour	Carrefour Kids	ラズベリーバニラヨーグルト	6x90g	2.27	4.2
Monoprix	Yaourt de Brebis nature	羊ヨーグルト	4x125g	2.25	4.5
Rians	Yaourts lait de chevre	山羊ヨーグルト	4x120g	2.5	5.21
DANONE	DANONINO BIO	オーガニックフルーツミックスヨーグルト	12x50g	3.13	5.22
SOIGNON	Yaourts au lait de chevre	山羊ヨーグルト（無脂肪）	4x125g	2.69	5.38
SOIGNON	Yaourts au lait de chevre	山羊ヨーグルト（全脂肪）	4x125g	2.75	5.5
VRAI	Yaourts nature au lait de brebis BIO	オーガニック羊ヨーグルト	2x125g	1.49	5.96
Rians	Yaourts au lait de brebis	羊ヨーグルト	4x115	2.75	5.98
VRAI	Yaourt bio nature au lait de chevre	オーガニック山羊ヨーグルト	2x125	1.85	7.4

出所） プロマー編集



ヨーグルトの販売棚



ギリシャ産輸入グreekヨーグルト



ヨーグルトの個別販売

**チーズ：**

チーズにおいてはハイパーマーケットやスーパーマートでも様々な種類のチーズが取り揃えられており、President 等の大手メーカーから小規模企業で生産されているものまで販売されている。また、オーガニックチーズや AOP チーズの品揃えが豊富であり、フランスにおけるチーズ市場の大きさを象徴するものとなっていた。価格は安いもので 1 キロ当たり約 5 ユーロから高いものでは約 42 ユーロの商品も確認できた。

ナチュラルチーズに比べ、プロセスチーズの販売がほとんどみられず、子供向けのカットチーズが主であった。

**表 6 フランスにおけるチーズの小売価格（参考）**

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/kg
Carrefour	Camembert	カマンベールチーズ	250g	1.19	4.76
REFRETS DE FRANCE	Camembert de Normandie lait cru	ノルマンディーAOP カマンベールチーズ	250g	2.49	9.96
CŒUR DE LION	Camembert Bio	オーガニックカマンベールチーズ	240g	2.76	11.62
President	Comte Le Montarlier AOP	AOP コンテチーズ	220g	3.04	13.82
APERICUBE	Fromage fondu Charcut' Fromages	プロセスチーズ	250g	3.48	13.92
Carrefour	Comte bio Carrefour Bio	AOP オーガニックコンテチーズ	200g	2.85	14.25
La VACHE QUI RIT	Fromage Fondu Bio	オーガニックプロセスチーズ	128g	1.99	15.55
SOIGNON	Fromage de chevre bio	オーガニック山羊チーズ	180g	2.85	15.83
JEAN PERRIN	Froage a raclette 3 saveurs AOP	AOP ラクレットチーズ（3 フレーバー）	720g	12.2	16.94
BADOZ	Fromage Mont d'or chaud familial APO	AOP モントドールチーズ	1kg	17.4	17.4
REFRETS DE FRANCE	Fromage Epoisse AOP	APO エポワスチーズ	250g	4.42	17.68
ISIGNY STE MERE	Camembert affine au Calvados IGP	カルバドス熟成カマンベール	250g	5.1	20.40
ROUSSAS	Fromage Feta Grecque AOP	AOP グreekフェタチーズ	200g	4.09	20.45
MARIE HAREL	Petit Camembert bio au lait cru IGP	オーガニックペティート生乳カマンベール	150g	3.1	20.67
CŒUR DE LION	Fromages camembert à dorer	カマンベールチーズ	90g	2.04	22.67
Gaec de Villiers	Poulligny Saint Pierre Fromage Chevre APO	AOP プリニー・サンピエール山羊チーズ	250g	6.95	27.8
GERMAIN	Fromage Langres APO	AOP ラングルチーズ	180g	5.05	28.06
GRAUBDIRGE	Petit camembert au four 23%	ペティートカマンベール（脂肪分 23%）	480g	14.55	30.31
Fromagerie de la Drome	Fromage de chevre Picodon AOP	AOP ピコドン山羊チーズ	120g	4.25	35.42
La FERME des CRAYS	Fromage Maconnais AOP	AOP マコネチーズ	130g	5.4	41.54

出所) プロマー編集



Kiri ブランドのチーズ



スーパーで販売されていた AOP チーズ



チーズの販売棚（スーパー）

### 生クリーム：

生クリームは主にプラスチックの容器で販売されており、オーガニック及び APO 認定の商品もある。生クリームの脂肪分もライトクリームとされる 12%以上、ヘビークリームである脂肪分 40%の商品が揃えられていた。1 リットルあたりの商品で安価なものは約 2 ユーロからあり、高額なものでは最高 9 ユーロ程度であった。

表 7 フランスにおける生クリームの小売価格（参考）

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/L
Carrefour	Crème fraîche legre	ライトクリーム（15%）	50cL	0.99	1.98
Monoprix	Crème fraîche legre epaisse	濃厚ライトクリーム（15%）	50cL	1.39	2.78
Bridelice	Crème fraîche mild light	ライトクリーム（15%）	50cL	1.59	3.18
Elle&VIRE	Crème fraîche epaisse legere	濃厚ライトクリーム（12%）	328g	1.25	3.28/kg
PRESIDENT	Crème fraîche epasse entiere	フレッシュクリーム（30%）	45cL	1.57	3.49
FAIREFRANCE	Crème fraîche entiere	フレッシュクリーム（液体）	3x20cL	2.69	4.48
Carrefour	Creme fraiche bio epaisse (30%)	オーガニック濃厚フレッシュクリーム(30%)	20cL	0.9	4.5
Yoplait	Crème fleurette 15%	ホイップクリーム（15%）	38cL	1.89	4.97
Bridelice	Crème fraîche epaisse legre 15% BIO	オーガニック濃厚ライトクリーム（15%）	40cL	2.11	5.27
ISIGNY STE MERE	Crème fraîche d'Isigny 35%	AOP イズニーフレッシュクリーム（35%）	50cL	2.73	5.46
EURIAL	BIO NAT crème fraîche Entiere	オーガニックフレッシュクリーム（30%）	40cl	2.76	5.52
Monoprix	Crème fraîche epaisse (30%) BIO	オーガニック濃厚フレッシュクリーム(30%)	50cL	2.89	5.78
Alsace Lait	Crème fluide lable rouge	液体クリーム（32%）	50cL	2.95	5.9
Reflets de France	Crème fraîche d'Isigny 40%	AOP イズニーフレッシュクリーム（40%）	396g	2.38	5.95
Elle&VIRE	Crème de Normandie fleurette legere	ノルマンディーライトホイップクリーム(20%)	33cL	1.99	6.03
Yoplait	Crème freishe epaisse Fleurette	ホイップクリーム	10cL	0.61	6.1
PRESIDENT	Crème fraîche biologique	オーガニックフレッシュクリーム	40cL	2.55	6.37
Auchan	Mmm! Crème fraîche d'Isigny	オーシャン AOP イズニーフレッシュクリーム（40%）	392 g	2.53	6.39/kg
VRAI	Crème fraîche bio de Normandie	ノルマンディーオーガニッククリーム	20cL	1.78	8.9
Laitière de la Motte	Crème fraîche bio epaisse	オーガニックフレッシュクリーム（42%）	40cL	3.71	9.27

出所) ブロマー編集



スーパーで販売されていたイズニークリーム（AOP）



クリームの販売棚

### 育児用調製乳：

育児用調製乳はフランス産ブランドが主流である。育児用調製粉乳の価格帯は1キロあたり約12ユーロから33ユーロまでであり、育児用調製液状乳は、1リットルあたり約1ユーロから3ユーロで販売されている。オーガニック商品や低ラクトースの調製乳、及び山羊乳や羊乳を使用した商品も販売されており、バラエティーが豊富である。

表 8 フランスにおける育児用調製乳の小売価格（参考）

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格 (ユーロ)	価格/kg	メモ
Gallia	Lait en poudre junior, de 18 mois a 3 ans	調製粉乳	900g	10.50	11.67	18ヶ月～3歳
Bledina	Lait bebe 1er age BLEDILAIT	調製粉乳	900g	11.75	13.06	0～6ヶ月
NESTLE	Lait bebe en poudre 2eme age NIDAL	調製粉乳	800g	11.60	14.5	6ヶ月～12ヶ月
Gallia	Lait bebe 2eme age LABORATOIRE GALLIA	調製粉乳	700g	11.05	15.79	6～12ヶ月
Gallia	Lait bebe 1er age LABORATOIRE GALLIA	調製粉乳	1,200kg	20.45	17.04	0～6ヶ月
NESTLE	Lait bebe en poudre 1er age NIDAL	調製粉乳	800g	14.00	17.50	0～6ヶ月
Babybio	Lait de croissance 3, de 10 mois a 3 ans, bio BABYBIO	オーガニック調製粉乳	900g	16.69	18.54	10ヶ月～3歳
Juneo	Lait de croissance bio pour bebe de 12 a 36 mois	オーガニック調製粉乳 (山羊乳)	900g	28.95	32.17	12ヶ月～36ヶ月
Juneo	Cereake a cinokenebt oriteubique composee de lait de brebis biologique 100% francais	オーガニック調製粉乳 (羊乳)	900g	29.90	33.22	6ヶ月
Biostime	Lait bebe en poudre infantile 1er age bio BIOSTIME	オーガニック調製粉乳	800g	20.85	n/a	0～6ヶ月
ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格 (ユーロ)	価格/L	メモ
Carrefour	Lait bebe liquide Croissance Carrefour Baby	調製液状乳	6x1L	6.99	1.16	10ヶ月～3歳
Candia	Lait bebe liquide des 10 mois	調製液状乳	24x250ml	9.61	1.6	10ヶ月～24ヶ月
Candia	Lait bebe liquide des 20 mois CANDIA	調製液状乳	24x250ml	10.00	1.70	20ヶ月～
Lactel	Lait bebe liquide 2eme age LACTEL EVEIL	調製液状乳	6x1L	10.94	1.82	6ヶ月～12ヶ月
Bledina	Lait bebe bledilait bio 12 mois a 3 ans BLEDINA	オーガニック調製液状乳	6x1L	13.00	2.20	12ヶ月～3歳
Bledina	Lait croissance 3, de 1 a 3 ans, bio BLEDILAIT	オーガニック調製液状乳	6x1L	13.50	2.25	1歳～3歳
Giogoz	Lait infantile 3eme age croissance Bio GUIGOZ	オーガニック調製液状乳	6x500ml	8.70	2.29	10ヶ月～3歳
Giogoz	Lait bebe 2eme age GUIGOZ	調製液状乳	6x500ml	7.13	2.38	6～12ヶ月
Lactel	Lait Bebe Reduit en lactose EVEIL DE LACTEL	調製液状乳(低ラクトース)	6x1L	14.95	2.49	10ヶ月～36ヶ月
Candia	Lait bebe liquide des 10 mois chocolat CANDIA	調製液状乳(チョコレート味)	6x250ml	3.94	2.63	10ヶ月～3歳
Babybio	Lait bebe liquide des 10 mois	オーガニック調製液状乳	6x25cl	5.05	3.37	10ヶ月～3歳

出所) プロマー編集



左・中央・右) 現地スーパーで販売されていた育児用調製乳。調製液状乳は常温で販売されており、オーガニックも確認できた。

### アイスクリーム：

アイスクリームは他の乳製品に比べ外国のメーカーのブランドが多く確認でき、米国の企業であるゼネラル・ミルズ (General Mills) やベンアンドジェリーズ (Ben & Jerry's) も各スーパーで販売されている。現地調査で視察を行なった際確認できたアイスクリームフレーバーは濃厚なチョコレートやキャラメル味が多かった。また、アイスクリームは大容量カップか数個入りのパック販売が主流であった。価格は1キロ当たり約5ユーロ～17ユーロ程度である。

表 9 フランスにおけるアイスクリームの小売価格 (参考)

ブランド	品名	フレーバー	サイズ (g)	価格 (ユーロ)	価格/kg	メモ
Uniliver	CARTE D'OR	ラムレーズン	500	2.76	5.25	
Uniliver	CARTE D'OR	ダークチョコレート	500	2.73	5.46	
Nestle	EXTREME	コーヒヌガー	426	2.85	6.69	6本 (コーン) 入り
Uniliver	MAGNUM	アーモンド	656	4.45	6.78	8本入り
Nestle	EXTREME	ミントチョコレート	426	2.9	6.81	6本 (コーン) 入り
Nestle	EXTREME	フルーツシャーベット	426	2.9	6.81	6本 (コーン) 入り
Uniliver	MAGNUM	クラシック	316	2.34	7.41	4本入り
BEN & JERRY'S	BEN & JERRY'S	ピータッツバター	431	3.99	9.26	
BEN & JERRY'S	BEN & JERRY'S	クッキードウバニラ	425	3.99	9.39	
Nestle	SMARTIES POP UP	バニラキャンディ	52	2.47	9.5	子供向け、5本入り
BEN & JERRY'S	BEN & JERRY'S	ファッジブラウニー	415	3.99	9.61	
Uniliver	MAGNUM	ダブルラズベリー	292	3.33	11.4	4本入り
General Mills	Haagen-Dazs	クッキードウ	349	4.95	12.56	
BEN & JERRY'S	BEN & JERRY'S	キャラメルブラウニー	426	5.65	13.26	
General Mills	Haagen-Dazs	バニラキャラメルブラウニー	413	5.2	13.47	
Uniliver	MAGNUM	塩キャラメル	264	3.99	15.11	6本入り
Uniliver	CARTE D'OR	マダガスカルバニラ	250	3.8	15.2	
Uniliver	CARTE D'OR	オーガニックピスタチオ	250	3.8	15.2	
General Mills	Haagen-Dazs	塩バター	324	4.99	15.4	4カップ入り
General Mills	Haagen-Dazs	バニラ&マカデミアナッツ	348	5.5	16.98	4カップ入り

出所) プロマー編集

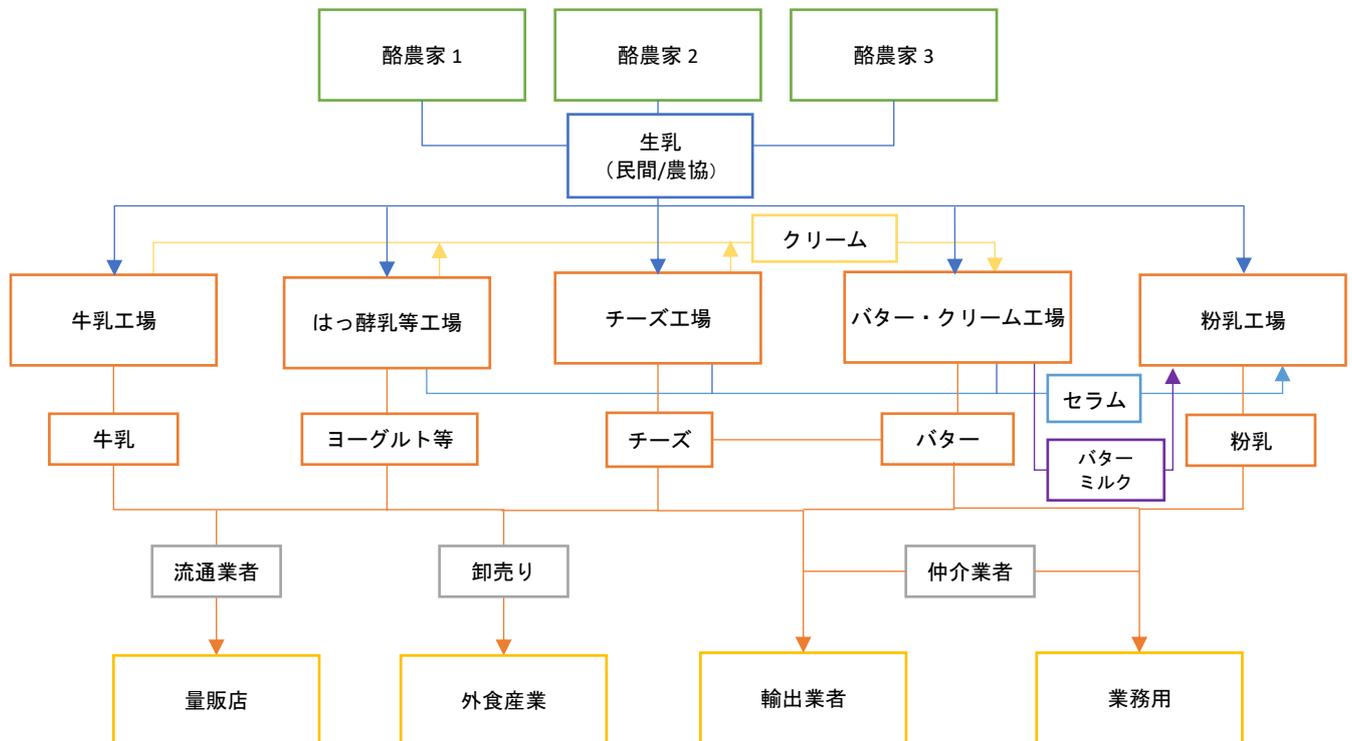


左・中央・右) スーパーで販売されていたアイスクリーム。チョコレート系が多い。

### 2.1.4 流通動向

フランスで生産される牛乳乳製品の約 40%は輸出される。残り 60%は国内消費であり、そのうち小売店や量販店を通しての家庭消費が 40%を占め、業務用<sup>2</sup>が 11%、外食産業向けが 5%、その他が約 4%を占めると推計される<sup>3</sup>。フランス国内で生産される生乳の約半分はチーズ及びバター向けとなっている。飲用乳向けは全体の 10%程度のみである。チーズ、はっ酵乳及び飲用乳は家庭用消費が多い一方で、バター、クリーム及び粉乳は業務用としての使用が多い。

図 1 フランスにおける牛乳乳製品の流通フロー



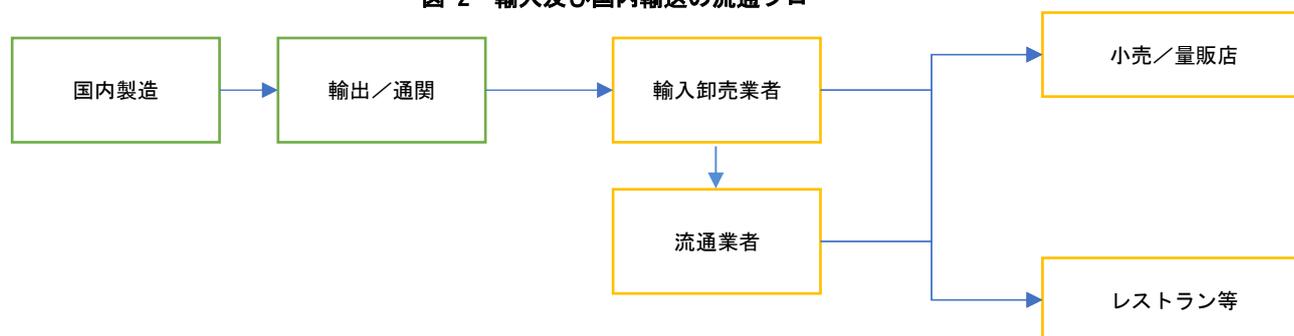
出所) French AgriMer よりプロマー編集

<sup>2</sup> 乳製品産業以外の農畜産業用及びその他

<sup>3</sup> LE SECTEUR LAITIER FRANÇAIS EST-IL COMPÉTITIF FACE À LA CONCURRENCE EUROPÉENNE ET MONDIALE ?

日本からフランスへの輸出は海運で30日～45日程度かかる。輸出から輸入及び店舗販売までは3ヶ月～4ヶ月を要する。そのため、小売店向けには賞味期限の短い商品の販売は難しく、店舗販売の時点で賞味期限にある程度余裕のあるものでなければならないことから、全体で賞味期限は1年以上あることが望ましい。

図2 輸入及び国内輸送の流通フロー



出所) JETRO

## 2.2 フランス産、日本産、海外産牛乳乳製品のイメージの違い

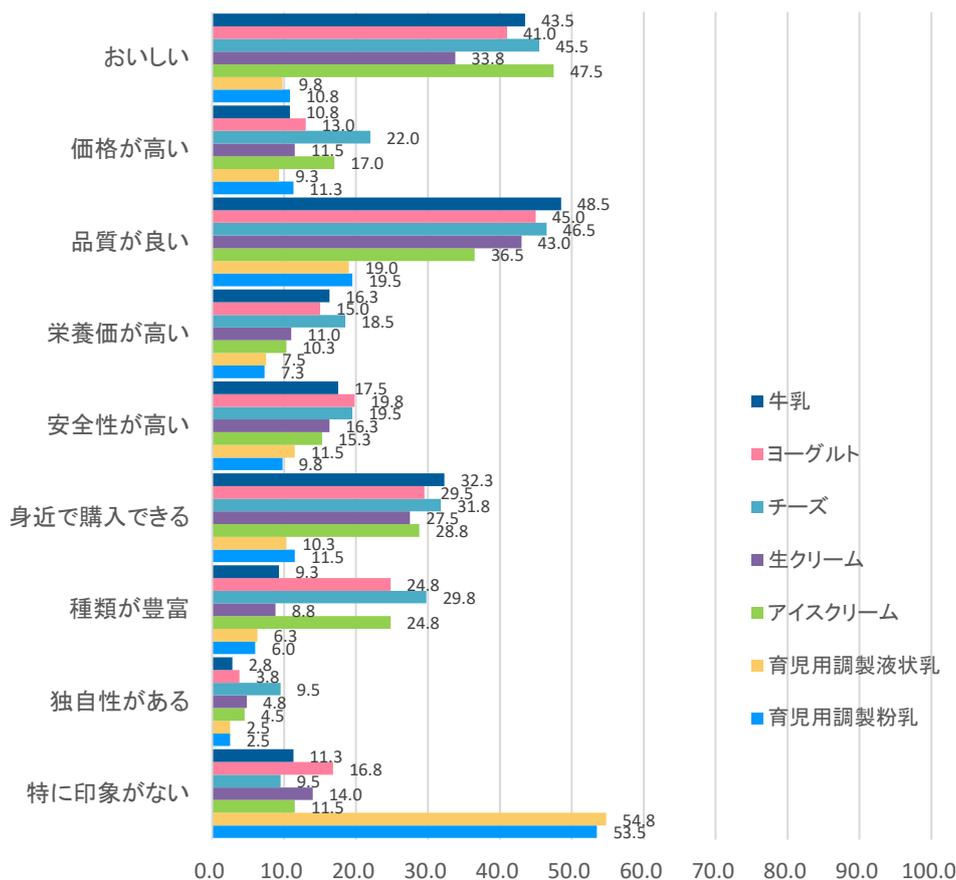
本調査ではフランスの消費者の飲用乳及び乳製品に関する嗜好や消費、購買行動について理解するためインターネットによる消費者行動調査を実施した。下記では、同調査の結果を基にフランス産、日本産、海外産牛乳乳製品に対するイメージの違いを簡単にまとめる。

自国の牛乳乳製品についてフランスの消費者は、全体的に「おいしい」、「品質が高い」、「身近で購入できる」というイメージを持っている。育児用調製乳を除く全ての品目で3割～4割以上が「おいしい」、「品質が高い」といった印象を抱いており、チーズにおいては上記に挙げた回答以外にも「種類が豊富」、「栄養価が高い」及び「独自性がある」と評価されている。その一方、調査を実施した品目の中でチーズは「価格が高い」と回答した消費者が最も多かった。育児用調製乳においては「特に印象がない」という回答が半数を占めたが、これは育児用調製乳を必要とする子持ちの回答者が少なかったためと考えられる。

輸入規制等があり、日本産の牛乳乳製品はフランスではほとんど流通していない。アイスクリーム等乳成分が含まれる加工食品のごく一部は販売されているが、日本食品やアジア食材・食品を扱う輸入小売店でのみ購入が可能である。消費者調査の結果もこの状況を反映しており、日本産の牛乳、ヨーグルト、チーズ、生クリーム、アイスクリーム及び育児用調製乳についていずれも70%以上の消費者が「特に印象がない」と回答している。その一方、日本産牛乳乳製品のイメージについては、全体に占める割合は低いものの、「品質が良い」、「安全性が高い」というポジティブな印象を抱いている消費者も見受けられる。ネガティブな印象として日本産は「価格が高い」と思われているようである。また、EU以外の牛乳乳製品に対しても60%以上が「特に印象がない」と回答している。

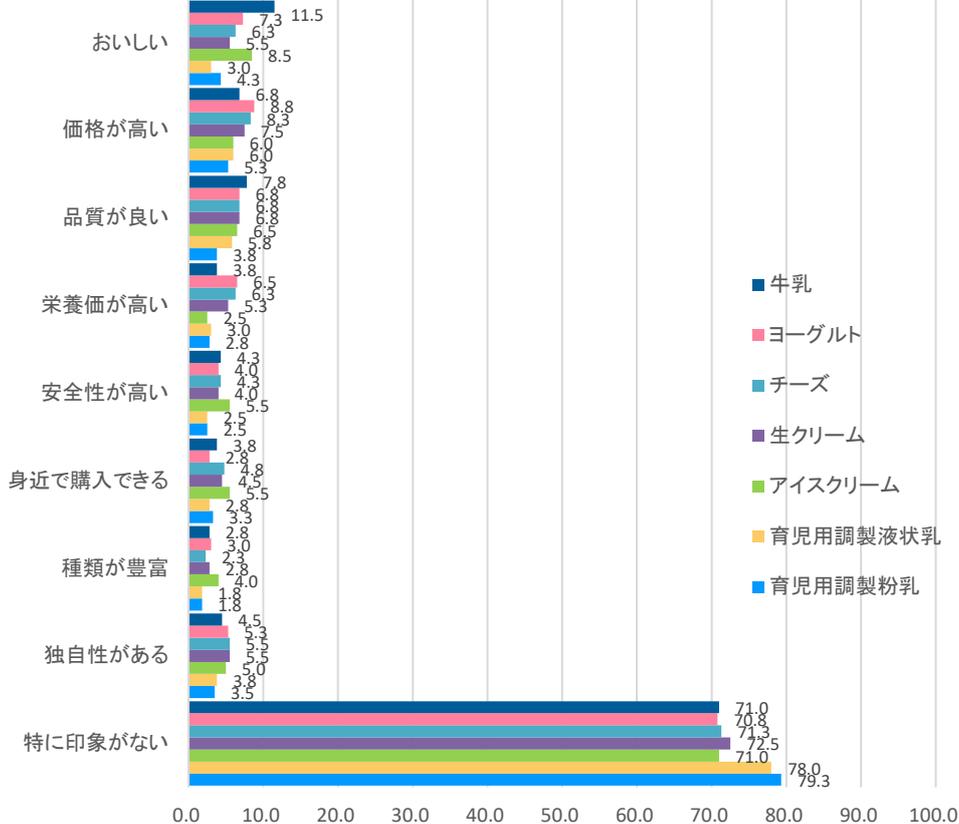
EU域内（フランス以外）の牛乳乳製品については、日本産よりも割合は減るものの「特に印象がない」と答えた回答が約半分を占めている。ポジティブな印象としては、「品質が良い」、「おいしい」、「身近で購入できる」等が挙げられている。その一方で、チーズはフランス産同様「価格が高い」という印象を持たれている。

図3 フランス産の牛乳乳製品に対するイメージ (%) (消費者調査)



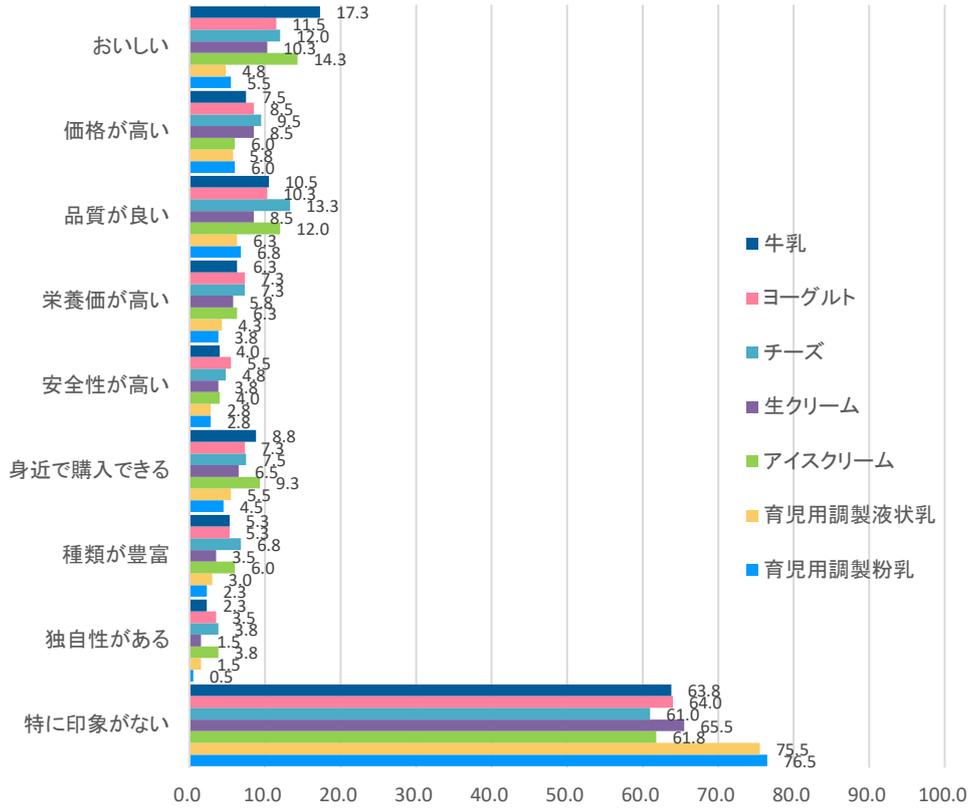
出所) 消費者調査よりプロマー編集

図4 日本の牛乳乳製品に対するイメージ (%) (消費者調査)



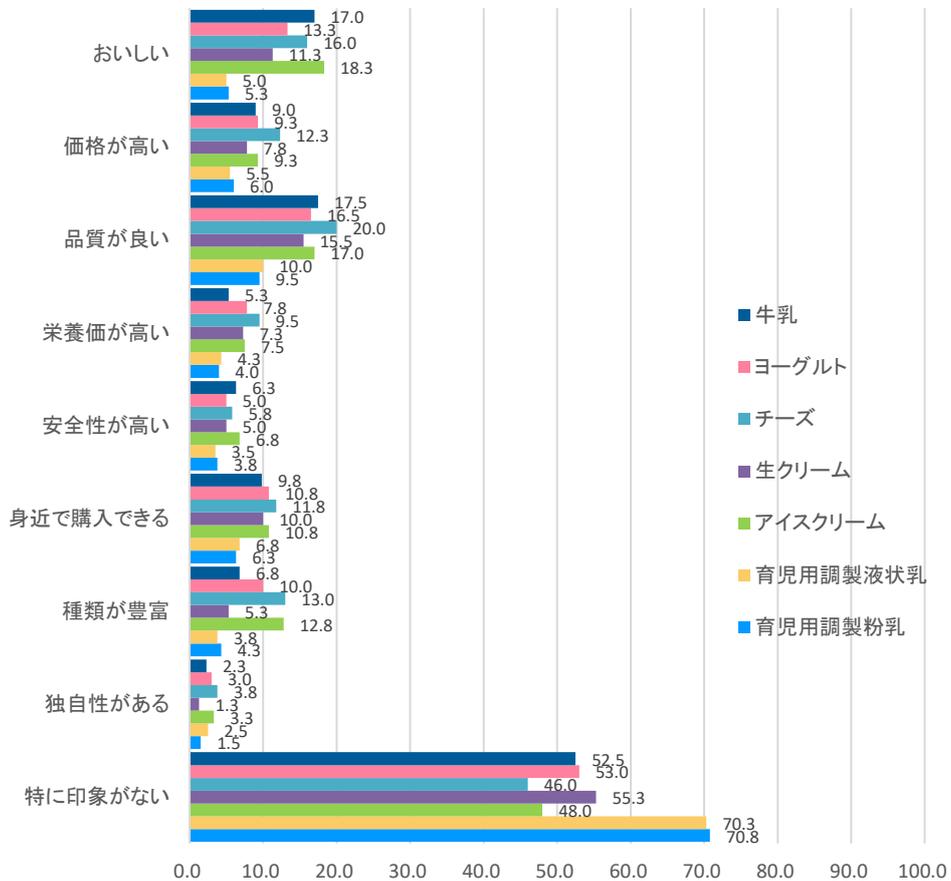
出所) 消費者調査よりプロマー編集

図 5 EU 以外の牛乳乳製品に対するイメージ (%) (消費者調査)



出所) 消費者調査よりプロマー編集

図 6 フランス以外の EU の牛乳乳製品に対するイメージ (%) (消費者調査)



出所) 消費者調査よりプロマー編集

## 2.3 日本産牛乳乳製品の輸出拡大のための課題

### 2.3.1 横断的課題

#### ■ EUの輸入規制（HACCP 関連）

EU に向けて乳製品を輸出する際の規制は当面の課題である。対 EU 輸出に関する取扱要綱によれば、EU 向けに乳製品を輸出する場合、生産農場の農林水産省への登録が必要であり、さらに乳製品を製造する施設は厚生労働省から認定を受けなければならない<sup>4</sup>。これらの登録及び認定を受けるためには様々な要件を満たさなければならず、施設の場合は HACCP に基づく衛生管理をしていることが求められる。EU の規則に準じた要件であるため、現状では EU 向けに対応している施設がなく、事実上、日本産の乳を使用した牛乳乳製品の輸出は行われていない<sup>5</sup>。

他方で、乳成分の含有率が 50%未満であれば施設認定が不要であり、この枠組みの中でアイスクリーム等の日本食品の輸出が既に行われている。しかし、この措置は 2021 年 4 月までで廃止になる可能性がある<sup>6</sup>。さらに、輸入業者によれば、原材料及び使用割合を証明する必要があり、手続きが煩雑であるようである。

#### ■ EUの輸入規制（ラベル、容器関連）

EU 域内で流通する食品及び輸入品に関する規制は、商品表示等に関する細かいルールを設けている。アレルギー表示においては食品の原材料にアレルギー成分が含まれる際、ラベル表示において当てはまる原材料の表示強化が定められているなど、注意が必要である。

また、食品のパッケージや容器に関する規則においても、素材や特性についての注意が必要であり、日本の缶の裏側に使われるビスフェノール A はフランスでは使用禁止となっているため、留意が必要である。また、添加物の規制においては、EU の食品添加物リストに記載された食品添加物のみ使用が認められている。ポジティブリストを採用しており、食品添加物規制内容などは適宜改正されるため最新の情報を現地当局に確認する必要がある。

#### ■ 自給率が高く、EU 域外からの輸入は非常に少ない

フランスは EU 有数の乳製品の生産及び輸出国である。牛乳をはじめ、はっ酵乳等の乳製品の自給率が非常に高く、はっ酵乳、ホエイ、チーズ等においては輸出が盛んである。さらに、大規模企業が多く、品揃えが豊富で価格競争力がある。輸入商品は少なく、国内で生産されないパルミジャーノ・レッジャーノ、ゴード、チェダーなどのチーズは近隣諸国から輸入されるが、EU 域外からの輸入はほとんどない。

#### ■ 輸送期間が長く、賞味期限が長くないといけない

日本から海運で輸出する際は、フランスに貨物が到着するまで 30 日～45 日程度かかり、通関手続きや国内輸送時間等を含めると日本国内の出荷から現地の店舗に並ぶまで 3～4 ヶ月程度がかかる。さらに、既存の在庫の処理もあるため、輸入業者にとって、賞味期限の長い商品の方が扱いやすいという状況がある。具体的には 1 年以上の賞味期限が望ましい<sup>7</sup>。乳製品の中で、賞味期限の長い商品はおのずと限られることになる。

#### ■ 外国の料理や食品の普及に時間が掛かる

フランスの消費者は日本人よりも保守的であり、馴染みのない外国の料理や食品の普及には時間がかかる傾向があると言われている。他方で、外国の料理でも味が認められれば、人気は長く続くという特徴もある。現地で普及している日本料理やタイ料理等はその一例である。

また、消費者調査で明らかになったが、多くのフランス人は一つのブランドを買い続ける傾向があり、価

<sup>4</sup> 厚生労働省医薬・生活衛生局 / 農林水産省消費・安全局「対 EU 輸出食肉製品、乳製品、殻付き卵及び卵製品の取扱要綱」（令和元年 10 月 18 日作成） <https://www.mhlw.go.jp/content/11130500/000564934.pdf>

<sup>5</sup> さらに、チーズ等の乳製品の EU への本格輸出のためには、OIE から牛結核病・ブルセラ病についての清浄国認定を得る必要がある。（[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/yunyuuokoku\\_kisei\\_kaigi/dai3/siryou2.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/yunyuuokoku_kisei_kaigi/dai3/siryou2.pdf)）

<sup>6</sup> JETRO、「動物性原材料を含む食品の EU 向け輸出に関する規制について」（2019 年 5 月更新） p.16 [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/Reports/02/2019/8584a7bc58773a05/201904kakoushokuhin.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/02/2019/8584a7bc58773a05/201904kakoushokuhin.pdf)

<sup>7</sup> <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/country20.pdf>

格や流行に左右されないという傾向がある。ロイヤリティが高い消費者である一方で、新しい商品を手にとって消費するまでに時間が掛かることを意味している。

### ■ 健康志向及び環境への関心の高さが乳製品の消費動向に影響を与えている

フランスを含む欧州では畜産及び乳製品全般に対する目が厳しくなっている。消費面についていえば、高カロリーや糖分のある食べ物が敬遠される傾向が朝食スタイルに影響を及ぼし、シリアル消費量の減少が飲用乳消費量の減少にもつながっている。健康的な食品への関心はオーガニック食品の生産量増加につながっている。また、消化率が良く、栄養価が高い山羊乳への注目も健康志向が高い傾向の現れといえる。

さらに、生産現場に対してはアニマルウェルフェアや持続可能性に関する規制が増えており、消費者からの関心も高い。その結果として、乳製品業界においても地産地消の動きがみられ、輸入品に対して不利な状況であるといえる。

### ■ 日本産乳製品に対するイメージがなく、関心が低い

今回行った消費者調査では、7割以上の消費者が日本の乳製品に対する印象がなかった。特に種類が豊富と考える消費者が非常に少なく、1-2%程度である。さらに、日本の乳製品を購入する意欲について質問したところ、「とても購入したい」と回答した人は6-13%にとどまった一方、「まったく購入したくない」と回答した者は35-54%に上った。フランスにおいては、日本産牛乳乳製品のイメージ作りから始めなければいけないといえる。

## 2.3.2 個別課題

牛乳	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費量は減少傾向をたどっている。</li> <li>国産牛乳が主であり、輸入牛乳はほとんどない。</li> <li>1リットルあたりの小売価格が1ユーロを切っており、低価格での販売が一般的で各ブランドは厳しい価格競争に晒されている。</li> <li>消費者の半数が特定ブランドを継続して購入しており、新しいブランドや輸入牛乳に対する関心が薄い。</li> <li>旨みや風味よりも、牛乳の販売価格で購入を決める傾向がある。</li> </ul>
はっ酵乳	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本産は輸送に時間がかかるため、賞味期限が短くなり小売店での販売は困難。</li> <li>はっ酵乳は冷蔵輸送であるため輸送コストが高い。</li> <li>フランス産生乳を使用したヨーグルトが大半であり、輸入品はギリシャ産などヨーグルトの産地として知名度の高い少量の商品のみ流通している。</li> <li>消費者の牛乳乳製品離れにより、ヨーグルトの消費も低迷している。</li> <li>市場はDANONやYoplait等世界的な企業の市場占有率が高い。</li> </ul>
チーズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランスはチーズ生産大国であり、国産AOPチーズ、農場チーズ、及び輸入AOPチーズ等の高品質でブランド力のあるチーズが競合しているため、日本産商品の差別化が難しい。</li> <li>プロセスチーズは子供向けと認識されている。</li> <li>フレッシュチーズは賞味期限が短いため、日本産の取り扱いが困難。</li> </ul>
生クリーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>主要仕向け先はベーカリーやパティスリー等の業務用、家庭用はフランス産ブランドが好まれる</li> <li>AOPクリームも存在し、日本産クリームの差別化が難しい。</li> </ul>
育児用調製乳	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランスの人口減少により国内市場は頭打ちしている。</li> <li>フランス産ブランドの知名度が高い。他方で、消費者は近年のリコール問題などから安全性やトレーサビリティに敏感になっている。</li> <li>約半数の消費者が、特定ブランドや特定商品のみを継続的に購入する傾向があり、新規輸入商品の定着には時間がかかると考えられる。</li> <li>育児用調製乳は輸入関税がかかる。</li> </ul>
アイスクリーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>乳成分含有率50%未満の日本産アイスクリームは輸出可能だが、輸入規制が厳しく通関用の提出書類などの作成及び入手に時間がかかる恐れがある。</li> <li>アイスクリームには日EU・EPA発効後も輸入関税がかかる（段階的削減）。</li> <li>冷凍コンテナでの輸送となるため、輸出コストが高い。</li> </ul>

## 2.4 日本産牛乳乳製品の輸出拡大に向けた今後の戦略

現在は、EU 向けの輸出に関する規制関連の課題があり、日本産乳製品の輸出はできない。乳成分含有率 50%以下の商品のみ輸出が可能であり、現在ではアイスクリーム数種類のみが日本食材店で販売されている。輸出拡大に向けた戦略の中で、最も重要なことはこうした規制への対処である。具体的には HACCP に基づく衛生管理の導入支援が必要であり、さらに現地情報（ラベル表示、容器関連規制）を随時確認する体制が必要である。JETRO が公表しているこうした情報を確認することが重要である。

規制関連以外にも課題が複数あり、今後の対フランス輸出に向けた戦略として、以下の点に注目する必要がある。

### 1. 日本産乳製品の知名度を上げる（露出度を高める）

日本の乳製品に対するイメージがほぼ皆無である現状では、まず存在感を示すことが重要である。消費者へのアピールも大事ではあるが、業界の中においても日本産乳製品のプレゼンスを示すことが、今後の輸出拡大に寄与すると思われる。

具体的な施策としては、フランス乳製品業界で重要とされる見本市への出店が一策である。フランスにおいては特に以下の見本市が重要とされている：

#### SIAL / ANUGA

世界最大級の食品見本市。SIAL（シアル）はパリ、ANUGA（アヌーガ）はドイツのケルンで開催され、交互に行われる。2020 年は SIAL の開催年となる。毎年 100 カ国以上から 7,000 社を超える出展者があり、来場者数は 15 万人以上である。乳製品に特化したイベントではないが、食品業界の関係者が集まる欧州最大の見本市である。

#### MONDIAL du FROMAGE et des Produits Laitiers

フランス Loire Valley で開催されるチーズの見本市。チーズコンテストも開催されている。20 カ国以上からチーズが集まる。チーズメーカー及び酪農家も参加。輸入業者等が来場者である。2 年に 1 回開催。

#### Salon du fromage et des produits laitiers

フランス Porte de Versailles で開催されるチーズ見本市。2018 年は世界 48 カ国からのチーズが集まった。チーズメーカー及び酪農家が参加し、輸入業者等が来場者である。2 年に 1 回開催。

こうした見本市において露出度を高めることが今後の輸出拡大にとって重要である。また、日本＝高い品質というイメージを形成するためには、フランス国内でも知名度の高いワールドチーズアワード等に積極的に出品することが重要である。受賞者は少量生産のチーズであったとしても、日本産乳製品のイメージに対してプラスに働くため、積極的な参加が期待される。

#### World Cheese Award

ヨーロッパで開催されるチーズコンテスト。開催国は毎回異なる。2019 年はイタリアで開催。同コンテストで優勝するとヨーロッパ各地のグルメ雑誌等で取り上げられる。バイヤーや輸入業者も来場する。2019 年には栃木県のチーズ工房が出品した「森のチーズ」がトップ 16 に入賞。

さらに、新しい味に対する姿勢が保守的なフランス人に対して、積極的なサンプリングと試食を繰り返す必要があると思われる。味に対する評価が定まり、知ってもらえるようになるとロイヤルティの高い消費者が生まれてくる可能性が出てくる。

### 2. 差別化できる商品を紹介する

乳製品市場が成熟しているフランスでは、数多くの牛乳乳製品の商品が市場に出ている。国産品に対するイメージがよく、さらに EU 域外からの輸入が非常に少ないことから考えて、既存の商品を提供しても購入してくれる可能性は低い。

事実、現地調査において確認できた唯一の欧州域外から輸入されたチーズは米国産「コーヒーチーズ」であり、フランス国内にない商品であった。日本とフランスの乳製品を比べると、味の違いが第一の差別化要素であると考えられる。具体的には、「さけるチーズ」と同類の商品は現地で販売されているが、日本のような「スモーク」や「バターしょうゆ」、「ベーコン」等の味のバラエティーがない。さらに、日本のスナックとして親しまれている「チータラ」といった商品についても、現地にはなく、新しい味として関心がもたれる可能性がある。

アイスクリームについても、日本市場にみられるの多様な味はフランスにはなく、特に和風テイストのアイスクリームへの関心が高いと考えられる。現在フランスに輸入されている日本産アイスクリームは抹茶味及び餅アイスクリームであり、いずれもフランスにはない新しい味や食感である。

差別化できるもう一つの商品としては、現地で賞をもらったチーズが挙げられる。フランスは自国産のチーズに対するプライドと自信があり、その中で賞をもらった日本産チーズであれば、関心と呼び、日本の品質の高さへの一つの証となろう。こうした高品質な商品の紹介は日本産牛乳乳製品全体へのイメージ作りに良い効果をもたらす。

### 3. 賞味期限への対策を行う

生鮮で扱われる商品は別として、ハードタイプ・チーズのように賞味期限の比較的長い商品の場合、工夫によりフランスにおける販売期間を延ばすことが可能である。日本に輸入される欧州産ハードタイプ・チーズの場合、原木をリーファーコンテナで輸入し、日本国内でカット処理を行う場合が多く、賞味期限はカット処理された時点からカウントされることから、輸入輸送のリードタイムを賞味期限から省くことが出来る。これと同様に、輸出向けのチーズを原木で輸出し、現地でカット処理を行うといった工夫をすれば、現地で販売される期間を延ばすことが可能である。

### 4. 「日本」との関連を強調する

自給率の高いフランスでは、わざわざ国外、さらに EU 域外からの乳製品を買わなければならない理由が特にない。そのため、商品を手にとってもらうためのきっかけが必要であり、「日本」というキーワードが有効である。これは、日本の食材、日本食、さらに文化としての「日本」をも含むキーワードである。

日本食材を考えた場合、食材店（日系・アジア系に関わらず）に来る顧客が購買層であり、「日本食」と関連付けた場合（例：食後の抹茶アイスなど）、本物の日本食を食べたい顧客が購買層となる。日本食が人気のフランスにおいて、こうした層はある程度広いと考えられる。

さらに、フランスは日本のアニメの浸透度合いが高く、若年層を中心に関心が高い。よりマス層へとアプローチを行う場合は、日本という軸を維持しながら「日本アニメ」が良いきっかけとなる可能性がある。現地調査において、アイスクリームのパッケージにはディズニーのアニメキャラクターを使った商品が多くみられ、日本産乳製品においても同様のプロモーションが有効といえる。

### 5. 若年層を主要なターゲットとすべき

上記3と関連するが、若年層へのアプローチが最も効果的であると考えられる。すでに見てきたように、日本の乳製品に対するイメージがないフランスにおいて、日本の乳製品を「とても購入したい」及び「やや購入したい」と答えた割合が最も高かったのは20-39歳の年齢層であり、その割合は40%と高い。こうした若年層は新しい商品に対する好奇心が高いだけでなく、日本文化への理解も高いといえる。

また、保守的なフランス人の中でも、最近では牛乳乳製品の食べ方が変化している。朝食における牛乳の消費量が減り、さらに「食後のチーズ」というパターンから、「アペタイザーとしてのチーズ」などへとスタイルの多様化がみられる。その中で、「スナック/デザート」として食べられる日本の乳製品（さけるチーズ、チータラ、アイスクリーム等）に可能性があると考えられる。

### 3 【調査 1】基礎データ調査

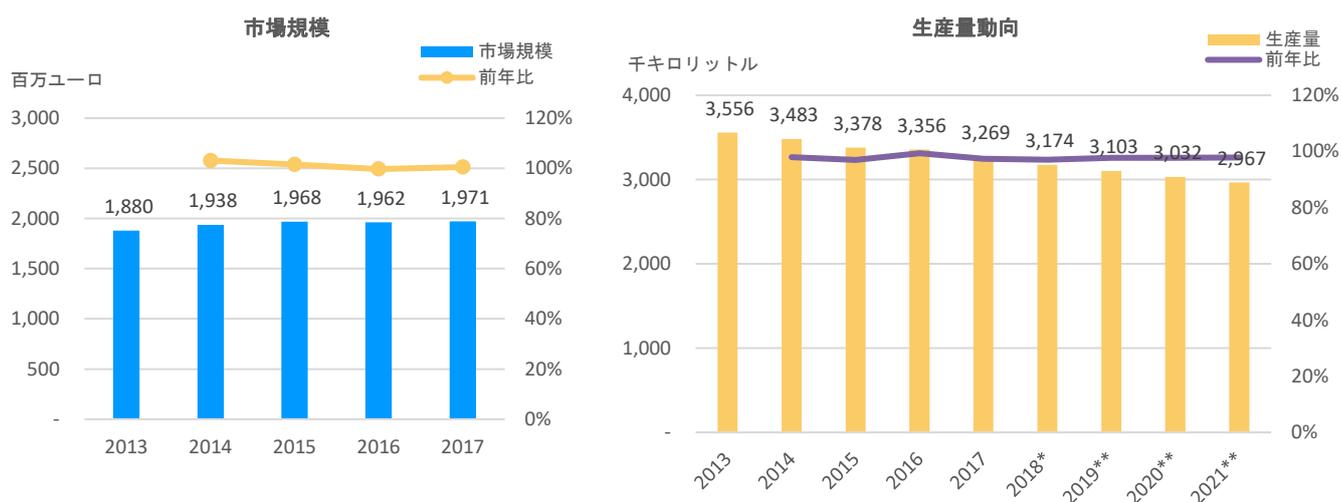
#### 3.1 牛乳乳製品のマーケットデータ

フランスは EU 最大の農業大国であり、その生産額は EU 全体の農業生産額の約 18% を占める<sup>8</sup>。EU 域内の農業生産において酪農は穀物及び畜産（食肉）に次ぐ 3 番目に大きい規模を持ち、2018 年の生産額は約 650 億ユーロ（EU における市場シェア約 18%）に上った<sup>9</sup>。EU 域内の主要酪農国は、フランスをはじめドイツ、英国、オランダ及びイタリアが挙げられ、生乳生産においてフランスはドイツに次いで第 2 位の生産量を誇り、チーズやホエイといった乳製品の主要な生産及び輸出国である。以下ではフランスの飲用乳及び乳製品の市場規模推移についてまとめた。なお、アイスクリームの市場規模及び生産量はフランス全国酪農経済センター（CNIEL）のレポートでは発表されていないため、フランス農業省が公表している PRODCOM データ（EU 共通の生産物分類（CPA）コード）で集計されたデータを使用している<sup>10</sup>。

##### 3.1.1 飲用乳<sup>11</sup>

##### 飲用乳市場規模推移

図 7 飲用乳の市場規模及び生産量



	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年*
市場規模 (百万ユーロ)	1,880	1,938	1,968	1,962	1,971	n/a
前年比	-	103%	102%	100%	100%	-
生産量 (キロリットル)	3,556,098	3,483,031	3,377,772	3,356,133	3,269,117	3,174,121
前年比	-	98%	97%	99%	97%	97%

出所) フランス農業省、CNIEL

\*2018年は推計値、2019年～2021年は現地調査から得られた情報を基にした予測値

2013年から2018年において、フランスの飲用乳市場規模は約19～20億ユーロと比較的に安定して推移し

<sup>8</sup> Agri Statistical Fact Sheet EU (2019)

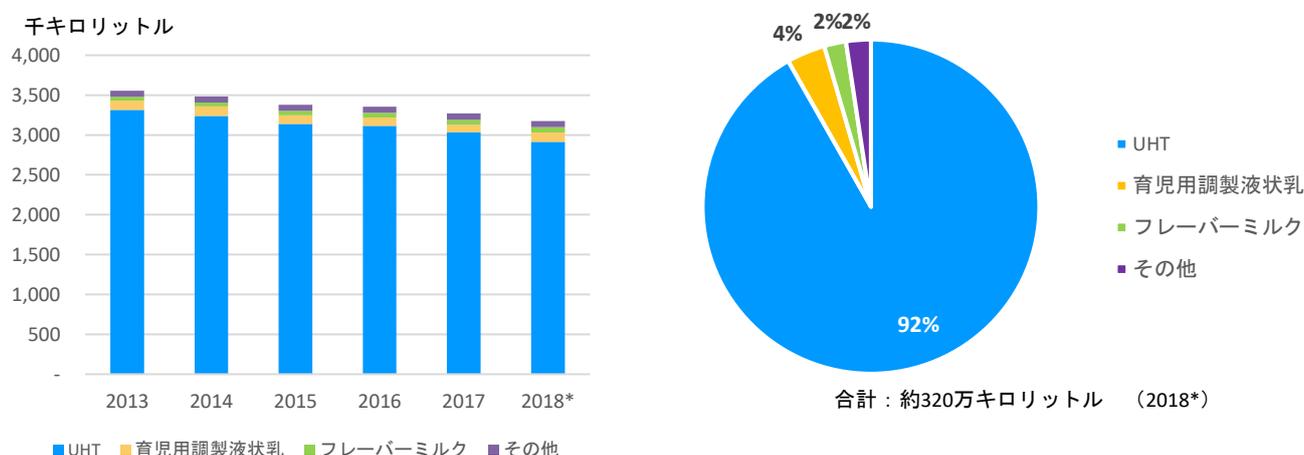
<sup>9</sup> [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/agri-statistical-factsheet-eu\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/agri-statistical-factsheet-eu_en.pdf)

<sup>10</sup> CPAとは「Statistical Classification of Products by Activity in the European Community (欧州共同体生産物分類)」であり、共通の性質を持つ財やサービスを分類するために策定された国連中央生産物分類 (Central Product Classification, CPC) の欧州版である。

<sup>11</sup> 飲用乳には牛乳以外に山羊乳や羊乳を含める。

た。フランス農業省が実施している酪農産業調査によると同期間の平均生乳生産量は約 2,500 万キロリットルであり、その内 97%は牛乳が占め山羊乳と羊乳は残る 3%を占めた。同期間の飲用乳の生産量は約 360 万キロリットルから 320 万キロリットルまで減少している。2015 年にはロシアによる欧州産乳製品の輸入禁止及び EU 生乳クォータ撤廃に向けた超過供給に伴う生産者価格の下落があり、2018 年の夏はヨーロッパ全域で厳しい猛暑となった影響で生産量・生産額ともに減少したとみられる<sup>12</sup>。

図 8 種類別飲用乳生産量（左）及び種類別飲用乳内訳（右）



出所) l'économie laitière en chiffres 2017 & 2019 (CNIEL)

\*2018 年は推計値

表 10 牛乳生産量推移

単位：キロリットル

	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
UHT	3,313,355	3,240,029	3,136,773	3,115,551	3,035,588	2,914,684
育児用調製液状乳	116,735	116,763	111,191	104,512	92,628	117,171
フレーバーミルク	47,802	50,399	54,340	60,073	62,158	66,584
その他 <sup>13</sup>	78,206	75,840	75,468	75,997	78,743	75,682
<b>合計</b>	<b>3,556,098</b>	<b>3,483,031</b>	<b>3,377,772</b>	<b>3,356,133</b>	<b>3,269,117</b>	<b>3,174,121</b>

出所) l'économie laitière en chiffres 2017 & 2019

\*2018 年は推計値

CNIELによれば、2018年の飲用乳生産量は約320万キロリットルと推計されており、超高温殺菌乳(UHT)が全体の92%を占め、育児用調製液状乳(4%)、低温殺菌乳(pasteurized)(2%)、フレーバーミルク(2%)が残りを占めた。高温殺菌乳(sterilized)が占める割合は全体の1%にも満たない。フランスでは飲用乳の消費量が減り続けており、2000年には1人当たり消費量は76.5kgであったが2017年には62.3kgまでに減少している<sup>14</sup>。同国では朝食としてシリアルと一緒に飲用乳を食べることが一般的であったが、近年、朝食を抜く消費者が増加しており、また、シリアルに含まれる糖分などを敬遠する消費者が増え、シリアルの消費量減少が飲用乳の消費減少にもつながっていると考えられる。ヨーロッパでは酪農や畜産業が与える環境への負荷やアニマル・ウェルフェア(動物福祉)に対する考えが急速に広まっていることから、若い世代の消費者の間では牛乳の購入を避け豆乳やアーモンドミルクなどの植物性ミルクに切り替える動きもみられる<sup>15</sup>。

なお、日本では常温保存が可能な超高温殺菌の牛乳はLL牛乳と呼ばれているが、フランスではUHTミ

<sup>12</sup> [https://www.alic.go.jp/chosa-c/joho01\\_001628.html](https://www.alic.go.jp/chosa-c/joho01_001628.html)

<http://www.europeanmilkboard.org/special-content/news/news-details/article/drought-causes-discomfort-for-europes-dairy-farmers.html?cHash=f539422401fd115c9c194cbb1f1deb46>

<sup>13</sup> 低温殺菌乳(pasteurized)及び高温殺菌乳(sterilized)を含む。

<sup>14</sup> フランス農業省統計

<sup>15</sup> <https://www.lsa-conso.fr/les-boissons-vegetales-en-pleine-mutation,283151>

ルク／牛乳と呼ばれることが一般的である。以下では、EU 及びフランスの飲用乳の定義を簡単にまとめた。  
また、生乳の販売も行われており、販売価格は割高である（2-3 ユーロ/リットル）。

**表 11 全重量に対する脂肪分の比率による飲用乳の類別**

成分無調整乳 (Lait entire)	生乳を加熱殺菌したもので脂肪分が 3.5%以上のもの *EU メンバー国であれば、脂肪分が 4.0%以上のものでも Lait entire/whole milk として定義できる **成分無調整乳は主に赤色でパッケージや容器に示されることが一般的である
低脂肪乳 (Le lait demi-écrémé/Semi-skimmed milk)	生乳を加熱殺菌したもので脂肪分が 1.5%以上 1.8%以下 **低脂肪乳は主に青色でパッケージや容器に示されることが一般的である
無脂肪乳 (Le lait écrémé /Skimmed milk)	生乳を加熱殺菌したもので脂肪分が 0.5%未満 **無脂肪乳は主に緑色でパッケージや容器に示されることが一般的である
その他の飲用乳 (Consumer milk)	脂肪分が上記の飲用乳定義にあてはまらないもの *その他の飲用乳は、脂肪分含有率を少数点第 1 位で示し「脂肪分 X%」とパッケージまたは容器に記載しなければならない

出所) Groupe D' etude des Marches de Restauration Collective et de Nutrition (GEM RCN), "Specification Technique de L' achat Public - Laites et Produits Laitiers", Ministère de l' économie de l' industrie et de l' emploi 2009

**表 12 加熱殺菌方法による飲用乳の類別**

生乳 (Lait cru)	哺乳類から搾乳された乳を指し、40℃を超える加熱又は同等の効果を持つ処理を受けていない乳 *生乳の販売は規制対象であるため、検査機関などで販売規制や手続きを確認すること **生乳は黄色でパッケージや容器に示されることが一般的である
低温殺菌飲用乳 (Le lait pasteurisé / pasteurized milk)	以下の 1-3 をすべて満たすもの： 1) 72 度及び 15 秒以上加熱殺菌したもの、または異なる温度及び殺菌時間で同等の効果があるもの 2) 加熱殺菌後 6℃以下まで急速冷却されたもの 3) アルカリ性ホスファターゼの陰性反応が出たもの *低温加熱殺菌の飲用乳において「フレッシュ (生)」等と商品名に付くものは、上記 1-3 に加え、ペロオキシターゼテストで陽性結果が出ている場合である
マイクロフィルター処理生乳 (Le lait frais micro filtré / microfiltered raw milk)	以下の 1-3 をすべて満たすもの： 1) 生乳をマイクロフィルターまたは濾過製法で処理したもの 2) 加熱殺菌後 6℃以下まで急速冷却されたもの 3) 加熱殺菌又は同等の殺菌が行なわれた乳脂肪を加える場合もある *同処理方法では、アルカリ性ホスファターゼの陽性反応が出る
高温殺菌飲用乳 (Le lait stérilisé / sterilized milk)	115℃～120℃で 15 分～20 分加熱殺菌されたもの
UHT 飲用乳 (Le lait stérilisé UHT)	135℃以上で 2～4 秒加熱殺菌されたもの

出所) Groupe D' etude des Marches de Restauration Collective et de Nutrition (GEM RCN), "Specification Technique de L' achat Public - Laites et Produits Laitiers", Ministère de l' économie de l' industrie et de l' emploi 2009



UHT 牛乳の販売棚



山羊乳

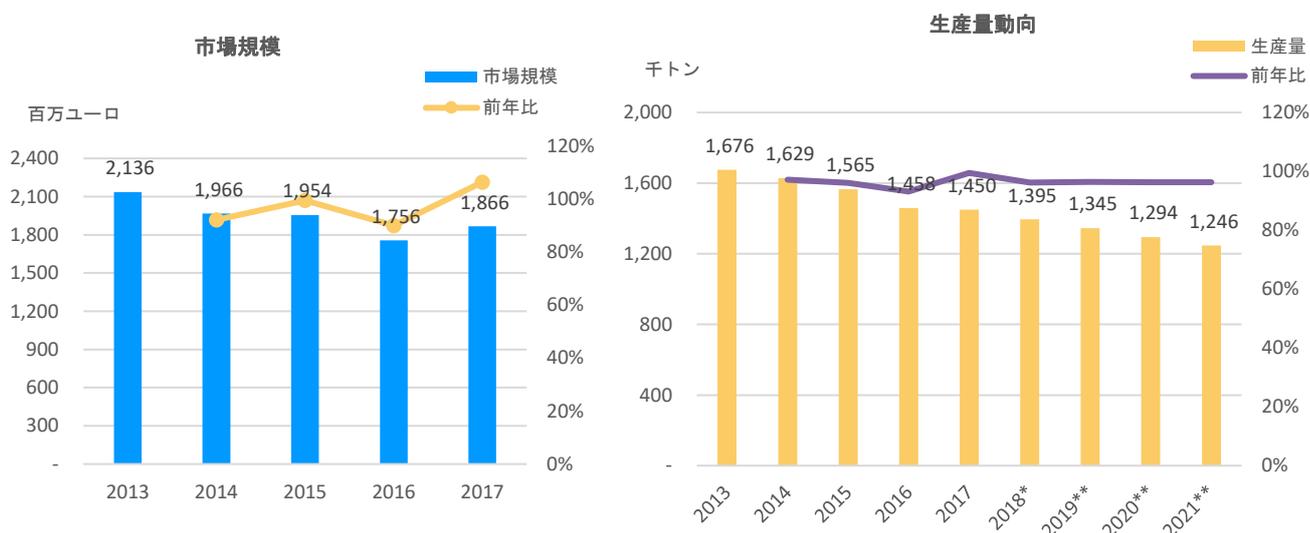


植物性ミルク（「植物性飲料」と明記）

### 3.1.2 はっ酵乳（ヨーグルト）

#### はっ酵乳市場規模推移

図 9 はっ酵乳の市場規模及び生産量



	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年*
市場規模（百万ユーロ）	2,136	1,966	1,954	1,756	1,866	n/a
前年比	-	92%	99%	90%	106%	-
生産量（トン）	1,675,669	1,628,690	1,564,890	1,457,866	1,450,159	1,394,587
前年比	-	97%	96%	93%	99%	96%

出所：フランス農業省、CNIEL2017&2019

\*2018年は推計値、2019年～2021年は現地調査の聞き込みを基にした予測値

フランスのはっ酵乳市場は2013年～2016年にかけて年平均6%縮小したが、2017年は約19億ユーロまで持ち直した。生産量は同期間にかけて約170万トンから約140万トンと減少基調である。同国ではヨーグルトは幅広い年代層に食べられており、1人当たりの年間消費量は約20kgとEU域内ではドイツに次いで2番目に多い<sup>16</sup>。ヨーグルトなどはっ酵乳は健康に良いというイメージが一般的に広まっており、特にヨーグルトは消費者の嗜好（グreekヨーグルト、無脂肪ヨーグルト、子供用、果実入りヨーグルトなど）や現

<sup>16</sup> <http://www.campusm4i.fr/wp-content/uploads/2017/01/%C3%89tude-de-march%C3%A9-Yaourt.pdf>

代のライフスタイルにあったパッケージ（ファミリーサイズ、個別パックなど）で販売されていることが消費者の購入理由となっている<sup>17</sup>。しかしながら、消費者の牛乳乳製品離れが進んでいることから、酵乳市場も伸び悩んでおり、乳製品会社は消費者嗜好に合わせた商品開発を行い、無添加や糖質カット、新しいフレーバー、デザートヨーグルト商品の販売に力を入れている<sup>18</sup>。例えば、乳製品メーカー大手のダノン（Danone）社は牛乳を含む100%自国産（フランス産）の原材料を使用したヨーグルトの発売を開始し、自社のギリクヨーグルトブランドである Oikos からはコーヒー味やキャラメルバナナなどが入ったデザート感覚で楽しめる商品を販売している<sup>19</sup>。

ヨーグルトの販売棚

電車内のヨーグルトの広告

Triballat 社の Rians の山羊ヨーグルト



### 3.1.3 チーズ及びチーズカード

#### チーズ及びチーズカード市場規模推移

図 10 チーズ及びチーズカードの市場規模及び生産量



<sup>17</sup> <https://www.syndifrais.com/chiffres-cle-etudes-etudes-d-images.html>

<sup>18</sup> <https://www.mintel.com/blog/food-market-news/4-global-yogurt-trends-to-look-for-in-2019>

<sup>19</sup> <https://www.usinenouvelle.com/article/comment-danone-entend-vous-faire-aimer-a-nouveau-les-yaourts.N594858>

<https://www.dan-on.com/fr-fr/actualite-oikos>

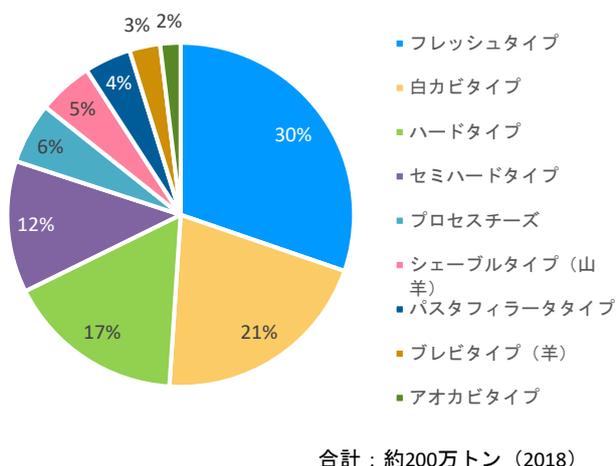
市場規模（百万ユーロ）	8,211	8,422	8,385	8,247	8,632	n/a
前年比	-	103%	100%	98%	105%	-
生産量（トン）	2,087,068	2,076,769	2,078,015	2,055,435	2,047,736	1,977,530
前年比	-	100%	100%	99%	100%	97%

出所) フランス農業省、CNIEL2017&2019

\*2018年は推計値、2019年～2021年は現地調査で得られた情報を基にした予測値

フランスのチーズ及びチーズカード市場は牛乳乳製品市場の中でも最大規模で、2013年～2018年においては約82～86億ユーロと安定して推移している。同期間の生産量は約200万～198万トンであり<sup>20</sup>、CNIELによれば、チーズ製品の売り上げは小売レベルの牛乳乳製品全体の45%を占めるといふ<sup>21</sup>。フランスは伝統的なチーズ生産大国であり、その種類は1,200種類を超え、原産地呼称保護制度（Appellation d'Origine Protégée, AOP）に認定されたチーズは45にのぼる<sup>22</sup>。フランス発祥の代表的なチーズは、フロマージュ・ブラン（フレッシュタイプ）、カマンベール及びブリー、（白カビタイプ）、コンテ（ハードタイプ）、カンタル（セミハードタイプ）、ロックフォール（青カビタイプ）等が挙げられる。2018年の生産量をみると、フレッシュチーズと白カビタイプで全体の約5割を占めた。

図 11 フランスのチーズ生産量内訳（左、2018年）及びAOPに認定されているフランス産チーズ（右）



出所) CNIEL2019

出所) <https://www.fromages-aop.com/>

フランスのチーズ消費量は1人あたり年間約26kgであり、EU平均の約19kgより7kg多い<sup>23</sup>。また、その消費量は日本の消費量の約12倍である<sup>24</sup>。牛乳などの乳製品と比べチーズ市場は安定しているようで、牛乳離れの消費者の影響はさほど受けていない。しかしながら、消費者の間ではチーズの食べ方に変化が出てきており、伝統的には食後に食べられてきたチーズだが、近年は食前のアペタイザーや食後のデザート、おやつとしてのスナック、または料理の一部として食べられるようになってきている。食前のアペタイザーとしてのチーズの消費は季節によって異なり、夏場の6月～8月、冬場の12月及び春のイースターの時期に消費量は増加する傾向がある<sup>25</sup>。これらの時期は祝日やバカンスにあたるため、家族、友人との集まりに際して、前述のような新しいスタイルでチーズが提供されるようである。また、フランスの料理系メディアによれば、同国の消費者の4割が週に2回の頻度でアペタイザーとしてチーズを食べると伝えており<sup>26</sup>、今後もアペタイザーとしてのチーズの消費は拡大すると見込まれる。その他の傾向としては、種類やフレーバーの

<sup>20</sup> フランス農業省統計

<sup>21</sup> Les Laits de Consommation, SYNDILAIT, 2017

<sup>22</sup> <https://www.fromages-aop.com/qui-sommes-nous/quest-ce-quune-aop/>  
<https://www.produits-laitiers.com/le-chiffre-du-mois-1200/>

<sup>23</sup> 一般社団法人日本乳業協会、日本乳業年間2018年版より

<sup>24</sup> <http://www.jic.gr.jp/data.html>

<sup>25</sup> <http://www.artisans-gourmands.fr/projet/le-marche-du-fromage-les-cremiers-fromagers-et-les-nouvelles-tendances/>

<sup>26</sup> <http://www.artisans-gourmands.fr/projet/le-marche-du-fromage-les-cremiers-fromagers-et-les-nouvelles-tendances/>

異なるチーズを少量サイズで購入し好みのチーズプレートを作ったり、チョコレートやドライフルーツとともにデザートとして味わったり<sup>27</sup>、ワイン以外のアルコール飲料（ウイスキー、カクテル等）と新しいペアリングでチーズ楽しんだりすることも人気である<sup>28</sup>。また、イタリア料理や地中海料理の人気からパスタやピザ、サラダ等に載せる料理に使う食材の一部としてのチーズの消費も増えている<sup>29</sup>。全体の傾向としては、原産地、国産オーガニックなど品質にこだわったチーズが消費者の間で選ばれている。

表 13 山羊、羊、及びプロセスチーズの生産量

		2013	2014	2015	2016	2017	2018*
山羊チーズ	生産量（トン）	96,488	98,888	103,331	106,796	105,084	101,147
	前年比（%）	-	102%	104%	103%	98%	96%
羊チーズ	生産量（トン）	58,775	58,071	60,277	64,373	64,714	56,703
	前年比（%）	-	99%	104%	107%	101%	88%
プロセスチーズ	生産量（トン）	144,876	134,382	132,285	139,447	139,651	113,051
	前年比（%）	-	93%	98%	105%	100%	81%

出所) CNIEL2019 \*2018年は予測値

フランスのチーズ生産において、山羊チーズ及び羊チーズは全体の11%程度であるが、その生産量は増加傾向を見せている。フランスは北欧やデンマーク等の北ヨーロッパ諸国よりも乳糖不耐症の人口が比較的多いとされている。山羊乳や羊乳は脂肪球が牛乳よりも小さく消化がしやすいうえ、栄養価も高い商品として注目されており、牛乳製品を苦手とする消費者に受け入れられている。そのため、乳業企業も様々な商品を開発している。例えば、Triballat社の山羊ヨーグルトは、山羊乳の臭みが苦手な消費者でも食べられるように山羊乳の独特な臭みを押さえた商品を提供している。また、フランスでは果物やナッツ類等を小売店で購入し好みの味にアレンジしたり、トッピングしたりする消費者も多いため、ヨーグルトやカッテージチーズに別容器に入ったフルーツソースを付けた商品も販売されている。フランスの山羊チーズ市場でトップを占めるEurial社も山羊チーズは将来的に拡大の可能性がある商品だと話しており、上記で述べた山羊チーズの栄養価等の点を消費者にアピールしているという声が聞かれた<sup>30</sup>。

プロセスチーズの生産量は2013年～2018年間でやや減少傾向を見せており、年平均で5%減っている。プロセスチーズはフランスでは子供向けのチーズだと認識されている。そのため、プロセスチーズのパッケージも子供向けにデザインされ、ポップ感が出る色やキャラクターを使用している。小売店や量販店では子供の目に留まりやすいよう冷蔵棚の下段に配置されている。日本や米国ではプロセスチーズはハンバーガーやピザなどに多く使用されているが、現地調査で訪れた量販店では、ハンバーガー用としてのプロセスチーズ（チェダー、エメンタル、ゴーダ等）も売られているが、その種類は少なかった。

<sup>27</sup> <https://www.fromages-aop.com/tendance/>

<sup>28</sup> <https://www.emilien-fromages.com/aperitif-fromages/les-mocktails-vitaminent-laperitif-fromager>

<sup>29</sup> <https://www.lsa-conso.fr/le-fromage-retrouve-le,280876>

<sup>30</sup> 現地インタビューより



Triballat 社のカッテージチーズ (山羊)  
ラズベリーソース付き



スーパーの乳製品セクション

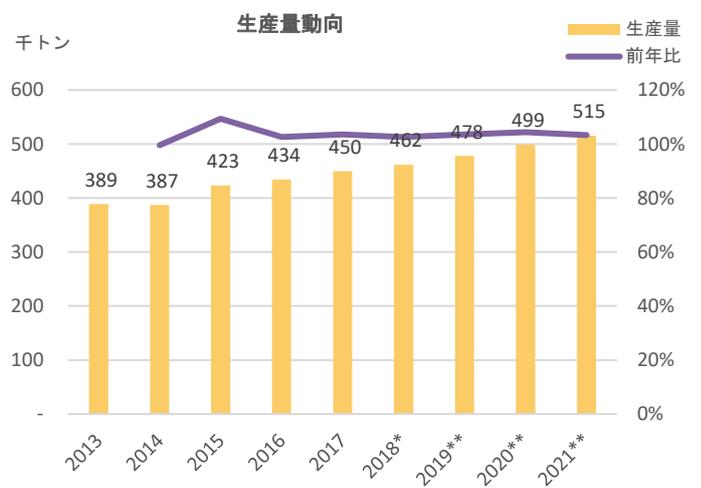
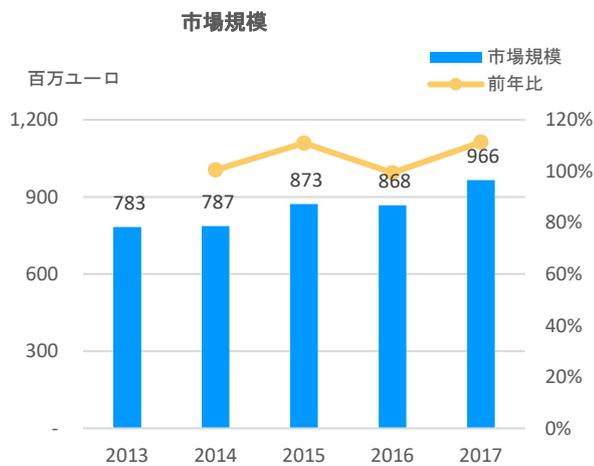


プロセスチーズ (チェダー風味)

### 3.1.4 生クリーム

#### 生クリーム市場規模推移

図 12 生クリームの市場規模及び生産量



	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
市場規模 (百万ユーロ)	783	787	873	868	966	n/a
前年比	-	101%	111%	99%	111%	-
生産量 (トン)	388,725	387,034	423,318	434,477	449,885	461,581
前年比	-	100%	109%	103%	104%	103%

出所) フランス農業省、CNIEL2017&2019

\*2018 年は推計値、2019 年~2021 年は現地調査で得られた情報を基にした予測値

フランスのクリーム市場は 2014 年~2018 年間、生産額約 8~10 億ユーロ及び生産量 39 万~46 万トン

で推移している。日本の生クリームは添加物などを含まない乳脂肪分 18%以上のものと定義されているが、フランスでは、1980 年に制定された「消費用乳クリームの法令 (Decree No. 80-313)」においてクリーム (crème) と呼ばれる製品は乳脂肪分が 30%以上含まれていなければならない、乳脂肪分 12%~30%の製品はライトクリーム (crème légère 又は crème et crème légère) と表記されることが定められている<sup>31</sup>。

生クリームは様々なフランス料理に使用され、無くてはならない食材のひとつというイメージがあるが、実際には、フランスの生クリーム消費量は北欧地域よりも低く、1人当たりの年間消費量は 3.3kg と、ヨーロッパの生クリーム消費量の平均と同じ程度である<sup>32</sup>。クリームの種類は様々だが、大きく分けて生クリーム (生乳からできたクリームで、ほとんどの場合は酪農生産者などが直接販売している。)、低温殺菌処理 (pasteurized) されたクリーム、高温殺菌処理 (sterilized) されたクリーム、UHT クリーム、及びホイップクリーム等がある。2016 年に CNIEL が実施した最新のパネルデータ調査によれば、小売レベルでのクリーム製品の市場規模は牛乳乳製品全体の売上げの約 5%を占めており、そのうち UHT クリームとフレッシュクリーム<sup>33</sup>がそれぞれ 2%を占めた。

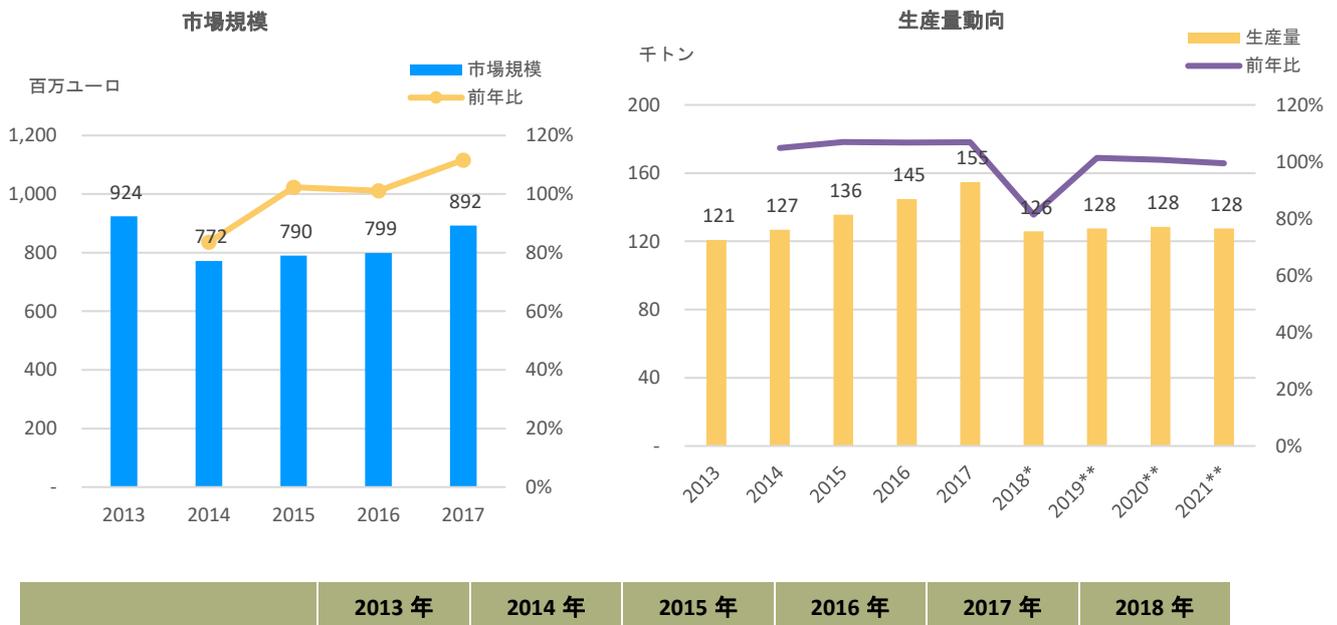
また、原産地呼称保護 (AOP) の認定を受けているクリームはフランス北西に位置するノルマンディー地方のイズニークリーム (Crème d'Isigny) 及び南東オーヴェルニュ=ローヌ=アルプ地域のブレセクリーム (crème de Bresse) などが有名である<sup>34</sup>。イズニークリームは 35%~40%、ブレセクリームは最低 40%の脂肪分が含まれている<sup>35</sup>。生クリームはケーキやペイストリーなどのデザートに使用されるほか、肉や魚料理のソースにも使われる。

### 3.1.5 育児用調製乳 (育児用調製粉乳)

#### 育児用調製粉乳市場規模推移

育児用調製乳全体に関する市場規模統計はないため、下記では育児用調製粉乳のみの市場規模及び生産量を表記している。

図 13 育児用調製粉乳の市場規模及び生産量



<sup>31</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000879692&categorieLien=cid>

<sup>32</sup> Les Laits de Consommation, SYNDYLAIT, 2017

<sup>33</sup> 低温殺菌処理で製造されたクリームはフレッシュクリーム (crème fraîche) と呼ばれる。

<sup>34</sup> <http://www.filiere-laitiere.fr/fr/les-produits-lait/cremes>

<sup>35</sup> 同上

市場規模（百万ユーロ）	924	772	790	799	892	n/a
前年比	-	84%	102%	101%	112%	-
生産量（トン）	120,914	126,768	135,572	144,780	154,675	125,862
前年比	-	105%	107%	107%	107%	81%

出所) フランス農業省、CNIEL2017&2019

\*2018年は推定値、2019年～2021年は現地調査で得られた情報を基にした予測値

フランスの育児用調製粉乳市場は2014年に約7.8億ユーロまで縮小したものの、その後は持ち直しており、2017年は約9億ユーロと2013年と同規模まで回復した。市場規模の縮小は、育児用調製乳の原料である全粉乳や脱脂粉乳の価格下落によるものである。ロシアによるEU産農産物（乳製品を含む）の禁輸で育児用調製粉乳の原料である全粉乳や脱脂粉乳が供給過多に陥ったため<sup>36</sup>、2015年～2017年においてはヨーロッパ委員会による脱脂粉乳の買い付けも行なわれた<sup>37</sup>。2013年～2017年において、粉乳市場全体では16億ユーロから12億ユーロまで減少した一方、育児用調製粉乳は輸出先の需要増加もあり増加基調であった。同期間の生産量も約12万トン～15万トンにまで伸びている。

フランスでは出生率が年2%弱と緩やかな減少傾向にあるため国内市場は頭打ちで育児用調製粉乳の需要は減少基調である<sup>38</sup>。また、2017年には同国乳製品大手ラクタリス社の製品からサルモネラ菌が検出されたため、同社の製品リコール及び販売・輸出中止となる騒動が起こった<sup>39</sup>。今後も他の乳製品と同様、消費者は品質、原材料の原産地、添加物の有無などに着目すると考えられるが、上記のような出来事もあったためより透明性のある製造工程で造られた製品が求められると予測される。

また、CNIELでは育児用調製液状乳の生産量は、飲用乳の生産量に加算されている。2013年から2017年にかけての生産量は12万キロリットルから9万キロリットルまで減少したが、2018年に12.6万キロリットルに回復している。共働きの家庭では、利便性の面から育児用調製液状乳の需要が高い。

表 14 育児用調製液状乳の生産量

生産量（キロリットル）	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
育児用調製液状乳	116,735	116,763	111,191	104,512	92,628	117,171

出所) l'économie laitière en chiffres 2017 & 2019 (CNIEL)

\*2018年は推計値

育児用調製粉乳の主要輸出先国は中国である<sup>40</sup>。中国では2008年に中国産育児用調製粉乳からプラスチック製造などに使用されるメラミンが検出されて以来、中国産品の購入を避けフランス産などの外国産育児用調製乳を購入する消費者が増加している<sup>41</sup>。フランス酪農組合のSodiaalや大手乳製品製造会社のダノン社などはフランス産の育児用調製乳を中国に輸出する大手でもある<sup>42</sup>。

なお、フランスでは「育児用調製乳などに関する消費者令 (Decree No.98-688)」によって、育児用調製乳のプロモーション及びメディア上の広告、無料サンプルの提供などは禁止されている<sup>43</sup>。また、育児の食事に関する資料や教育ビデオなどにおいては、母乳による授乳を奨励するために、母乳の重要性、妊娠及び授乳期間の栄養管理、母乳育児への準備などに関する情報や、育児用調製乳の不適切な使用による健康被害への注意などに関する情報を含まなければならない<sup>44</sup>。

<sup>36</sup> <https://www.cnn.co.jp/business/35070164.html>

<sup>37</sup> <https://www.dairyfoods.com/articles/93470-will-eu-intervention-stocks-affect-the-price-of-skim-milk-powder>

<sup>38</sup> World Bank

<sup>39</sup> <https://sustainablejapan.jp/2018/01/27/salmonella-agona/30320>

<sup>40</sup> <http://www.filiere-laitiere.fr/en/filiere-laitiere/market-expanding-through-exports>

<sup>41</sup> <https://qz.com/1323471/ten-years-after-chinas-melamine-laced-infant-milk-tragedy-deep-distrust-remains/>

<sup>42</sup> <https://www.reuters.com/article/us-danone-results/frances-danone-buoyed-by-chinese-demand-for-baby-formula-idUSKBN1HP0KG>

<https://www.reuters.com/article/us-sodiaal-synutra-dairy/sodiaal-takes-over-french-baby-formula-plant-from-chinas-synutra-idUSKBN1QT1UH>

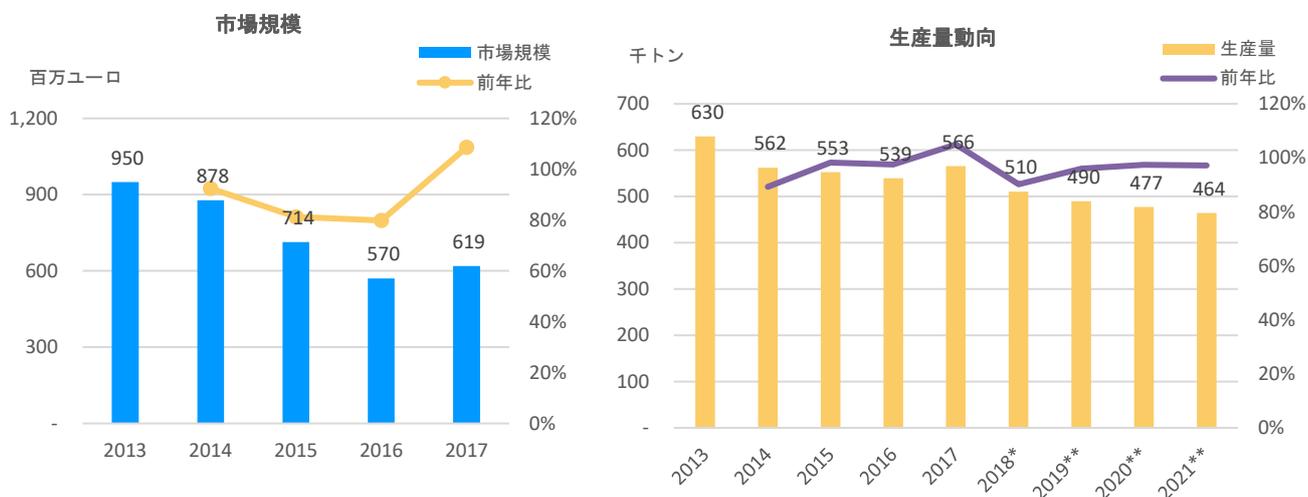
<sup>43</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000740770>

<sup>44</sup> 同上

### 3.1.6 ホエイ

#### ホエイ市場規模推移

図 14 ホエイの市場規模及び生産量



	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
市場規模 (百万ユーロ)	950	878	714	570	619	n/a
前年比	-	92%	81%	80%	109%	-
生産量 (トン)	629,901	562,458	552,755	539,057	565,852	510,174
前年比	-	89%	98%	98%	105%	90%

出所) フランス農業省、CNIEL 2017&2019 ホエイパウダーのデータ

2014年～2018年にかけてホエイ市場は9.5億～6.2億ユーロで推移しているが、全体としては減少基調であり、生産量は63万～51万トンに減っている。フランスはEU域内においても主要なホエイ生産及び輸出国である。ホエイは飼料用の他、パンや菓子などの加工食品の原材料としても使用され、育児用調製乳の原材料としても重要な輸出品となっている<sup>45</sup>。フランスのホエイ市場は大手3社(Sodiaal, Lactalis, Savencia)が全体の4分の3の生産を占めており、寡占化が進んでいる<sup>46</sup>。Sodiaal社には、用途別にホエイを製造する関連会社があり、飼料用のホエイ製品を製造するBonilait社の他に、加工食品用のホエイ製品を製造するEuroserum社があり、同社は国内外向けに生産・輸出を行なっている。主な輸出先は、中国、オランダ、インドネシアなどであるが、France AgriMerの発表によれば、中国及びインドネシア向けは育児用調製乳の原料として使われており、オランダ向けは飼料用が主な用途である<sup>47</sup>。オランダは畜産業が盛んであり、ホエイの生産はあるものの需要が供給を上回っており、近隣国のドイツ及びフランスから飼料用ホエイを輸入している。

ホエイは主に業務用として使用されているが、近年、ヨーロッパではホエイの栄養価が着目されるようになりプロテインパウダーの原料としての需要が高くなっている。フランスのスポーツ食品及び飲料市場は英国やドイツに次ぐ規模を持ち、特に高所得世帯や若い世代の間で消費が多くなっている<sup>48</sup>。健康を意識した消費者や日頃からジムに通いスポーツを楽しむ若い世代が増えてきていることが背景にあると考えられる。しかしながら、若い世代には肉や乳製品などを食べない消費者も他の世代よりも多いため、大豆などの植物

<sup>45</sup> France AgriMer, Le Marche Mondial du Lactoserum, 2013

<sup>46</sup> France AgriMer, La transformation laitière française: évolutions récentes, 2018

<sup>47</sup> France AgriMer, Le Marche Mondial du Lactoserum, 2013

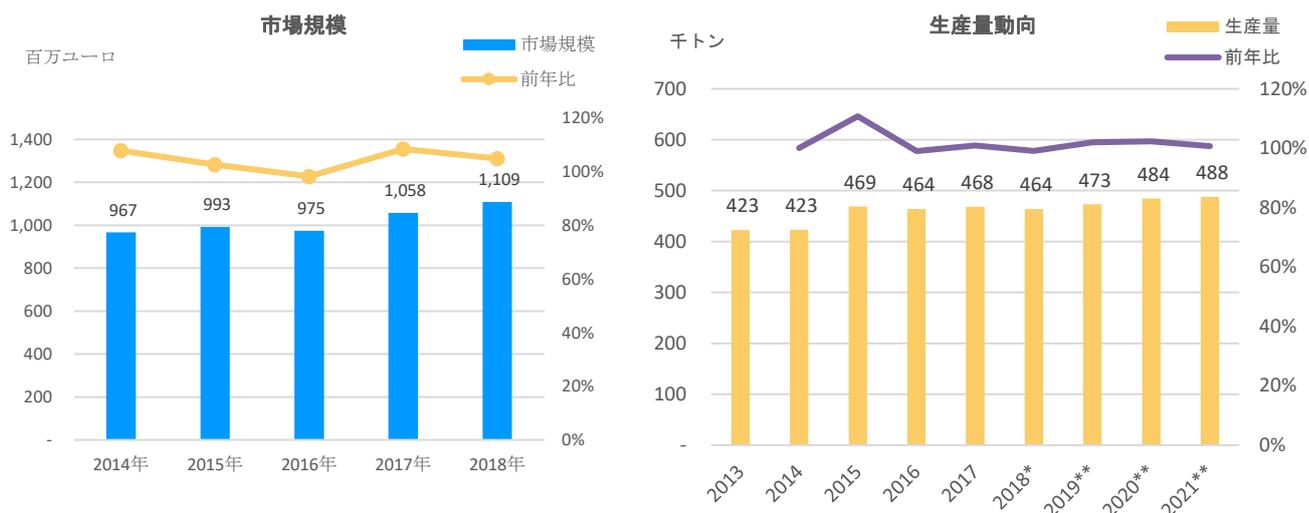
<sup>48</sup> <http://www.agr.gc.ca/fra/industrie-marches-et-commerce/reenseignements-sur-les-marches-internationaux-de-lagroalimentaire/rapports/service-de-rapport-personnalise-marche-des-produits-de-nutrition-sportive-europe/?id=1547558650117>

性プロテインを使用したプロテインパウダーやドリンクなども人気を集めている<sup>49</sup>。このような需要の高まりから、植物性プロテインパウダーの品質も向上しバラエティーにとんだ製品も販売されつつある。そのため、これらの植物性製品は、今後、ホエイを使用したプロテインパウダー製品とも競合していくと予測される。

### 3.1.7 アイスクリーム<sup>50</sup>

#### アイスクリーム市場規模推移

図 15 アイスクリームの市場規模及び生産量



	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
生産額 (百万ユーロ)	897	967	993	975	1,058	1,109
前年比	-	108%	103%	98%	109%	105%
生産量 (トン)	422,791	423,220	468,724	464,215	468,343	464,118
前年比	-	100%	111%	99%	101%	99%

出所) フランス農業省

\*2018年は推計値、2019年～2021年は現地調査から得られた情報を基にした予測値

2013年～2018年にかけてフランスのアイスクリーム市場は緩やかな拡大基調で推移しており、直近2年においては生産額が10億ユーロを超えている。同国のアイスクリーム消費量は消費量が増える夏シーズンの天候に影響されやすい傾向があるが、近年は平年より暑い夏が続いているため販売増加にも繋がっている。また、現地メディアは消費者の嗜好に合わせた商品開発が消費量の伸びを後押ししているとも伝えている<sup>51</sup>。実質、過去5年間においてアイスクリームの生産量は42万トン～46万トンと増加しており<sup>52</sup>、消費量増加に伴いアイスクリーム市場は今後も拡大すると見込まれる<sup>53</sup>。なお、一概に比較は出来ないが、同期間の日本のアイスクリーム類及び氷菓の販売物量は約80万キロリットル～90万キロリットルでありフランスのア

<sup>49</sup>

[https://www.researchgate.net/publication/301798256\\_Tendance\\_de\\_marche\\_en\\_France\\_sur\\_la\\_presence\\_des\\_proteines\\_vegetales\\_dans\\_les\\_produits\\_alimentaires](https://www.researchgate.net/publication/301798256_Tendance_de_marche_en_France_sur_la_presence_des_proteines_vegetales_dans_les_produits_alimentaires)

<https://www.nu3.fr/c/proteine-poudre-vegan-comparatif/>

<sup>50</sup> フランス農業省統計 PRODCOM、CPA コード 10.52.10 のデータを使用。氷菓なども含む。

<sup>51</sup> [https://www.challenges.fr/economie/consommation/en-france-la-consommation-de-glaces-atteint-des-records\\_652782](https://www.challenges.fr/economie/consommation/en-france-la-consommation-de-glaces-atteint-des-records_652782)

<sup>52</sup> フランス農業省統計

<sup>53</sup> Les Laites de Consommation, SYNDILAIT, 2017

アイスクリーム消費量は日本のそれより少ないことが分かる<sup>54</sup>。

消費者の嗜好の変化に伴い、アイスクリームのサイズや原材料、フレーバーにも変化がみられる。小売店で販売されるアイスクリームの 55%がスティックアイスクリームまたはコーン付きであり、シャーベットや大容量アイスクリームは 36%、残りは季節限定のシーズン商品が占める<sup>55</sup>。フランスではアイスクリーム商品のバラエティーが増えたことから消費者は大容量よりも小さめサイズのアイスクリームを購入し異なるフレーバーを楽しむようになっている。また、原材料の産地や添加物の不使用、ヘルシー、オーガニック商品が重視されていることから、アイスクリーム製造業者各社は天然素材を使用したアイスクリームや、グルテンフリー、ラクトースフリー、国産オーガニック乳を使用した商品を販売している<sup>56</sup>。例えば、マグナムブランドのプレミアムチョコレートアイスクリームはレインフォレストアライアンス認証を受けたカカオを使用しており、一方で、ベンアンドジェリーズ社は自社商品にフェアトレードマークを付け消費者にアピールしている。プレミアム商品も人気上昇しており、ハーゲンダッツブランドやマグナムブランドを持つ大手企業のジェネラルミルズやユニリーバなどはチョコレートやナッツを使用し高級感のあるアイスクリームを提供している<sup>57</sup>。

現地調査を行なったパリ市内では Amorino や Grom といったジェラート等のイタリアンアイスクリームを販売するアイスクリーム専門店が多く見られた。聞き込みを行なった店員からは「フランス人はアイスクリーム＝ジェラートと考えている人が多い」との声が聞かれた<sup>58</sup>。



ジェラート店 GROM



個別販売されているアイスクリーム



植物性アイスクリーム<sup>59</sup>

<sup>54</sup> 日本アイスクリーム協会、「アイスクリーム類及び氷菓」販売実績（2018 年度）

<sup>55</sup> <http://www.agro-media.fr/analyse/les-glaces-un-marche-ultragourmand-et-dynamique-28489.html>

<sup>56</sup> <https://www.20minutes.fr/economie/2495547-20190413-boom-marche-glace-seduire-millennials-nouveaux-produits-doivent-etre-instagramables>

<sup>57</sup> <https://www.magnumicecream.com/fr/produits/icecream-classics.html>

<https://www.haagen-dazs.fr/>

<sup>58</sup> 現地調査インタビューより。

<sup>59</sup> 植物性アイスクリームには牛乳等の代わりにアーモンド、ココナッツ、大豆が原料として使用されている。

脱脂粉乳、砂糖、ラズベリーピューレ(12%)、異性化糖(グルコースフルクトスシロップ)、ココナッツ油、カカオマス、ココアバター、全粉乳、グルコースシロップ、バターオイル、脱脂ココアパウダー、脱脂または濃縮粉乳、濃縮ラズベリージュース、化工でん粉、乳化剤 (E471, E442, E476)、ラクトース及びミルクプロテイン、安定剤 (E440i, E412, E410)、脱脂粉乳、濃縮ニンジン、香料、酸味料 (E270, E330, E331iii)、塩、濃縮レッドビートジュース、濃縮ベニバナ(カーサマス)、カシス濃縮、濃縮レモン果汁



cocco, pasta di cacao<sup>1</sup>, burro di cacao<sup>1</sup>, LATTE intero in polvere, sciroppo di glucosio, BURRO concentrato, cacao magro in polvere<sup>1</sup>, LATTE scremato in polvere o concentrato, succo di lampone concentrato, amido modificato, emulsionanti (E471, E442, E476), LATTOSIO e proteine del LATTE, addensanti (E440, E412, E410), LATTE scremato in polvere, concentrato di carota, aromi, correttori di acidità (E270, E330, E331), sale, succo di barbabietola rossa concentrato, zafferanone concentrato, ribes nero concentrato, limone concentrato. Senza glutine. <sup>1</sup>Certificato Rainforest Alliance™. Conservare a -18°C. Da consumarsi preferibilmente entro fine: vedi lato. **DE AT CH (DE)AT** Eis Himbeer umhüllt von kakaohaltiger Fettglasur (8%), Himbeersauce (19%) und Milchsokolade (24%). **I (CH)** Himbeerglace umhüllt von kakaohaltiger Fettglasur (8%), Himbeersauce (19%) und Milchsokolade (24%). Zutaten: Entrahmte MILCH, Zucker, Himbeerpüree (12%), Glukose-Fruktose-Sirup, Kokosfett, Kakaomasse<sup>1</sup>, Kakaobutter<sup>1</sup>, VOLLMILCHPULVER, Glukosesirup, BUTTERREINFETT, fettarmer Kakao<sup>1</sup>, MAGERMILCH-Pulver oder -Konzentrat, Himbeersaftkonzentrat, modifizierte Stärke, Emulgatoren (E471, E442, E476), MOLKENERZEUGNIS, Stabilisatoren (E440 (i), E412, E410), MAGERMILCHPULVER, Karottenkonzentrat, Aromen, Säureregulatoren (E270, E330, E331 (iii)), Speisesalz, Rote-Bete-Saftkonzentrat, Färbemittelkonzentrat, schwarze Johannisbeerkonzentrat, Zitronenkonzentrat. **Glutenfrei**. <sup>1</sup>Rainforest Alliance™ zertifiziert.

Bei -18°C mindestens haltbar bis Ende: siehe Seitenfläche. **FR BE** Glace à la framboise, enrobage au cacao maigre (8%), sauce à la framboise (19%) et second enrobage de chocolat au lait (24%). Ingrédients : LAIT écrémé réhydraté, sucre, purée de framboise (12%), sirop de glucose-fructose, huile de coco, pâte de cacao<sup>1</sup>, beurre de cacao<sup>1</sup>, LAIT en poudre entier, sirop de glucose, BEURRE concentré, cacao maigre en poudre<sup>1</sup>, LAIT écrémé en poudre ou concentré, jus de framboise concentré, amidon modifié, émulsifiants (E471, E442, E476), LACTOSE et protéines de LAIT, stabilisants (E440i, E412, E410), LAIT en poudre écrémé, concentré de carotte, arômes, correcteurs d'acidité (E270, E330, E331iii), sel, jus de betterave rouge concentré, concentré de carthame, concentré de cassis, concentré de citron. **Sans gluten**. <sup>1</sup>Vérfifié Rainforest Alliance™. A conserver à -18°C. A consommer de préférence avant fin : voir sur le côté de la boîte.

**NL DE** Frambozenijs omhuld met een laagje cacaoamasie (8%), frambozensaus (19%) en melkchocolade (24%). Ingrediënten: Gerehydrateerde magere MELK, suiker, frambozenpuree (12%), glucose-fructosestroop, kokosolie, cacaoamasie<sup>1</sup>, cacaooter<sup>1</sup>, volle MELKPOEDER, glucosestroop, BOTERCONCENTRAAT, magere cacaoeoder<sup>1</sup>, magere MELKPOEDER of -concentraat, geconcentreerd frambozenap, gemodificeerd zetmeel, emulgatoren (E471, E442, E476), LACTOSE en MELKEIWITTEN, stabilisatoren (E440(i), E412, E410), magere MELKPOEDER, geconcentreerd wortelsap, aroma's, zuurteregelaar (E270, E330, E331 (iii)), zout, geconcentreerd rode bietensap, saffloerconcentraat, geconcentreerd zwarte bessensap, geconcentreerd citroensap. **Glutenvrij**. <sup>1</sup>Rainforest Alliance gecertificeerd™. Bewaren bij -18°C. Ten minste houdbaar tot einde: zie zijkant. **PT** Gelado de framboesa, com cobertura aromatizada de chocolate (8%), xarope de framboesa (19%) e chocolate de leite (24%). Ingredientes: LEITE magro reconstituído, açúcar, puré de framboesa (12%), xarope de glucose e frutose, óleo de coco, pasta de cacáo<sup>1</sup>, manteiga de cacáo<sup>1</sup>, leite em pó integral, xarope de glicose, BEURRE concentrado, cacáo magro em pó<sup>1</sup>, leite em pó ou concentrado, suco de framboesa concentrado, amido modificado, emulsificantes (E471, E442, E476), LACTOSE e proteínas de LEITE, estabilizantes (E440i, E412, E410), leite em pó desnatado, concentrado de cenoura, aromas, corretivos de acidez (E270, E330, E331iii), sal, suco de beterraba vermelha concentrado, concentrado de carvão, concentrado de cassis, concentrado de limão. **Sem glúten**. <sup>1</sup>Certificado Rainforest Alliance™. Conservar a -18°C. Consumir preferencialmente até o fim: ver o lado.





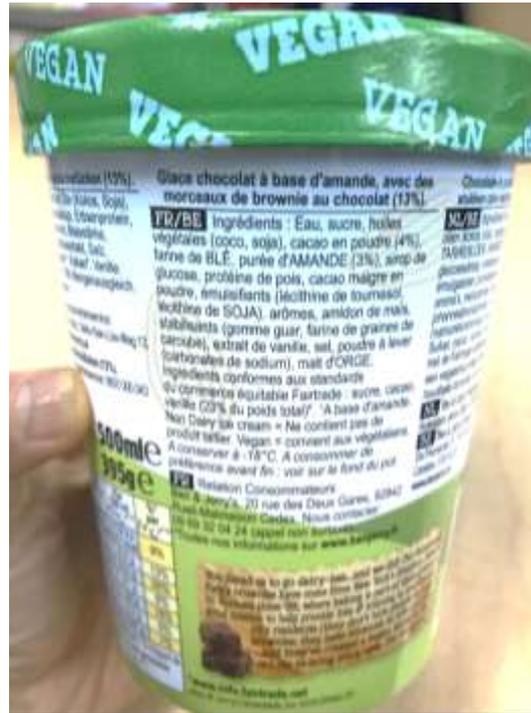
Extreme Mini (Nestlé 社) アイスクリーム及びその原材料

#### Mini Cone Citron

水、砂糖、濃縮レモン果汁(12%)、小麦粉、異性化糖(グルコースシロップ)、植物油(ココナッツ油、ひまわり油)、転化糖、脱脂ココアパウダー、りんご、レシチン(大豆)、レモン果肉(0.4%)、安定剤(カロブیینガム、グァーガム、ペクチン)、化エでん粉、デキストロース、ホエイパウダー、天然香料(レモン)、ラクトース及びミルクプロテイン、パイナップルファイバー、酸味料(クエン酸ナトリウム、クエン酸、クエン酸カリウム)、塩、ゲル化剤(アルギン酸ナトリウム)、着色料(ルテイン、クルクミン)

#### Mini Cone Fruits Rouges

水、砂糖、ストロベリーピューレ(15%)、小麦粉、植物油(ココナッツ油、ひまわり油)、異性化糖(グルコースシロップ)、転化糖、ラズベリーピューレ及び濃縮ラズベリー(3%)、カシスピューレ及び濃縮カシス(2%)、濃縮果実ジュース(エルダーベリー、赤ブドウ、黒ニンジン)、脱脂ココアパウダー、大豆レシチン、濃縮カシスジュース(0.5%)、りんご、化エでん粉、酸味料(クエン酸、クエン酸ナトリウム、クエン酸カリウム)、グリセリン(保湿剤)、安定剤(カロブیینガム、ペクチン、グァーガム)、デキストロース、ホエイパウダー、パイナップルファイバー、ラクトース及びミルクプロテイン、天然カシスフレーバー、塩、ゲル化剤(アルギン酸ナトリウム)、着色料(アントシアニン)



Chocolate Fudge Brownie Non-Dairy (Ben&Jerry' s社/Unilever 系列)

乳製品を使わない植物性アイスクリーム及びその原材料

水、砂糖、植物油(ココナッツ油、大豆油)、カカオパウダー(4%)、小麦粉、アーモンドピュレ(3%)、異性化糖(グルコースシロップ)、えんどう豆由来プロテイン、脱脂ココアパウダー、レシチン(ヒマワリ、大豆)、香料、コーンスターチ、安定剤(グァーガム、カロブベーンガム)、バニラエストラクト、塩、ベーキングパウダー、麦芽

### 3.1.8 フランスの大手乳業企業及び製品別トップ3企業の占有率

フランスには牛乳乳製品市場において世界的なシェアを持つ乳業企業が存在し、ラクタリス社やダノン社などが挙げられるが、フランス国内市場におけるトップ3大企業の占める割合は各牛乳乳製品類によって異なる。以下では各牛乳乳製品類におけるトップ3企業とそれら3企業の市場占有率をまとめた。

表 15 牛乳乳製品類におけるトップ3企業及び市場占有率<sup>60</sup>

タイプ	類名	占有率 (生産量ベース)	企業名 (トップ3)
飲用	飲用乳	66.6%	Sodiaal, Lactalis Laiterie St Denis de l'Hôtel
	はっ酵乳	64.4%	Danone, Yoplait, Lactalis
チーズ	ホワイトチーズ	51.1%	Yoplait, Maîtres Laitiers du Cotentin, Danone
	フレッシュチーズ	76.2%	Savencia, Bel, Laïta
	ナチュラルチーズ	63.6%	Lactalis, Compagnie des Fromages et Richesmonts, Savencia
	ハードチーズ	70.1%	Sodiaal, Lactalis, Laïta
	セミハードチーズ	43.9%	Sodiaal, Bel, Lactalis
	パスタ・フィラータ <sup>61</sup>	99.6%	Eurial, Lactalis, Compagnie des Fromages et Richesmonts
その他	バター	54.8%	Lactalis, Sodiaal, Laïta
	フレッシュクリーム	58.8%	Eurial, Yoplait, Lactalis
	クリーム	76.2%	Lactalis, Savencia, Sodiaal
	乳製品デザート (フレッシュ)	75.7%	Lactalis, Novandie, Danone
	全脂粉乳	64.5%	Lactalis, Ingredia, Sill
	脱脂粉乳	58.6%	Lactalis, Savencia, Laïta
	ホエイ	74.6%	Sodiaal, Lactalis, Savencia
	育児用調製粉乳	62.8%	Isigny Sainte Mère, Nestlé, Lactalis
	育児用調製液状乳	90.1%	Danone, Sodiaal, Lactalis
	アイスクリーム*	65.0%	Unilever, Nestle, General Mills

出所) La transformation laitière française : évolutions récentes 2017, France AgriMer

\*アイスクリームは 2017 年の市場規模 (金額) 推計<sup>62</sup>

パスタ・フィラータや育児用調製液状乳類における大手3社の占有率は9割以上である。その一方、ホワイトチーズ及びセミハードチーズ類における占有率は5割程度であり、その他企業(生産量第4位以下)のシェアが一定以上存在し競合している市場だということが分かる。

<sup>60</sup> プロセスチーズ及びアイスクリームは調査対象外。

<sup>61</sup> モッツァレラタイプのチーズ

<sup>62</sup> <https://www.lesechos.fr/2017/04/magnum-vient-affronter-haegen-dazs-dans-les-glaces-en-pot-170630>

## 3.2 主要牛乳乳製品の輸出入の状況

フランスは牛乳乳製品の輸出大国であり、2018年においてははっ酵乳（0403）、ホエイ（0404）、チーズ（0406）、及び育児用調製品（190110）の категорияでそれぞれ世界第3位の輸出国となった<sup>63</sup>。主な輸出先国はEU諸国であるが、ミルク及びクリーム（0401）やホエイ、育児用調製品においては中国が主要輸出先国として上位に入っている。フランスは牛乳乳製品の消費大国でもあるため、これら製品の輸入量も世界上位であり、特にバター及びホエイにおいては2018年の輸入量はそれぞれ世界第1位及び第4位であった<sup>64</sup>。以下では主要カテゴリー別の輸出量及び輸入量推移をまとめた。

### 3.2.1 主要カテゴリー別輸出入量推移

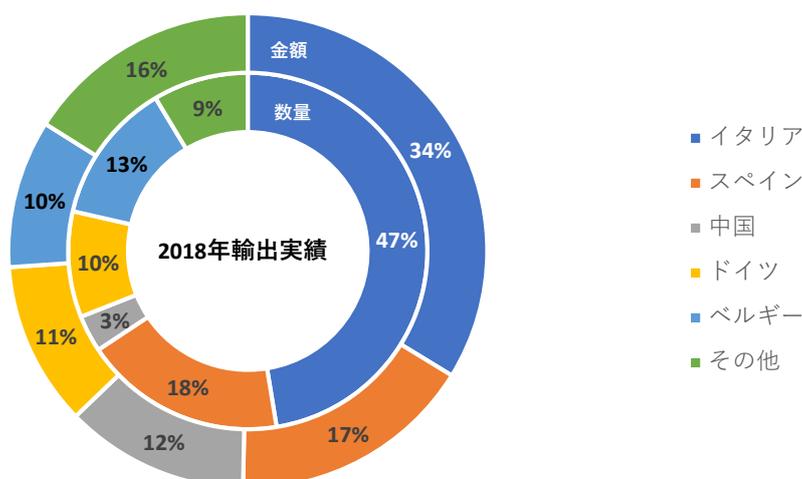
#### ミルク及びクリーム（濃縮若しくはは砂糖その他の甘味料を加えたものを除く）

HS code	英語表記	日本語表記
0401	Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter	ミルク及びクリーム（濃縮若しくは乾燥をし又は砂糖その他の甘味料を加えたものを除く。）
10	Milk and cream of a fat content by weight of not exceeding 1%, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter	脂肪分が全重量の1%以下のもの
20	Milk and cream of a fat content by weight of exceeding 1% but not exceeding 6%, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter	脂肪分が全重量の1%を超え6%以下のもの
40	Milk and cream of a fat content by weight of exceeding 6% but not exceeding 10%, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter	脂肪分が全重量の6%を超え10%以下のもの
50	Milk and cream of a fat content by weight of exceeding 10%, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter	脂肪分が全重量の10%を超えるもの

出所) ITC

- HS Code: 040110 ミルク及びクリーム（脂肪分が全重量の1%以下のもの）

主要輸出先国（2018年）



<sup>63</sup> International ComTrade

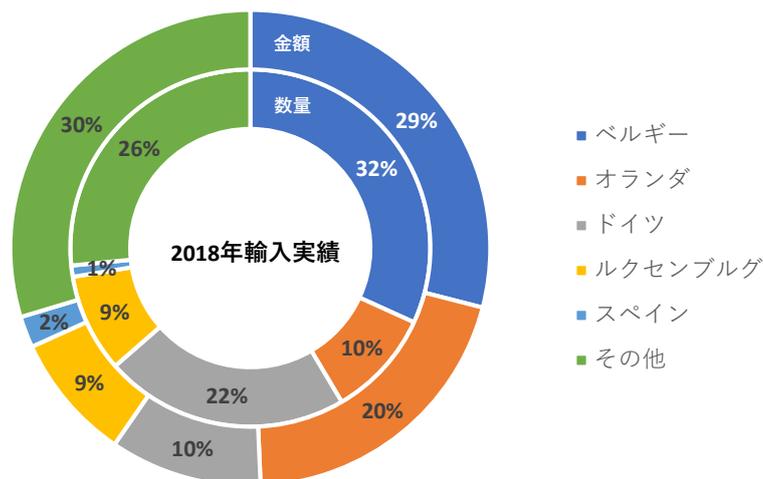
<sup>64</sup> 同上

単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
イタリア	106,027	42,293	90,950	24,412	90,321	20,424	65,170	17,688	62,454	13,752
スペイン	67,571	19,799	47,859	10,339	14,802	4,387	13,760	4,145	23,981	6,737
中国	2,366	2,212	1,501	1,060	2,169	2,073	2,762	1,755	4,397	5,066
ドイツ	3,623	1,506	5,875	1,293	4,979	579	9,305	1,513	12,644	4,540
ベルギー	8,714	6,216	15,749	6,669	18,614	3,911	19,953	5,248	16,891	4,100
その他	24,876	16,782	24,785	12,612	17,998	8,469	11,913	6,929	11,298	6,523
合計	213,177	88,808	186,719	56,385	148,883	39,843	122,863	37,278	131,665	40,718

出所) ITC

主要輸入先国 (2018年)



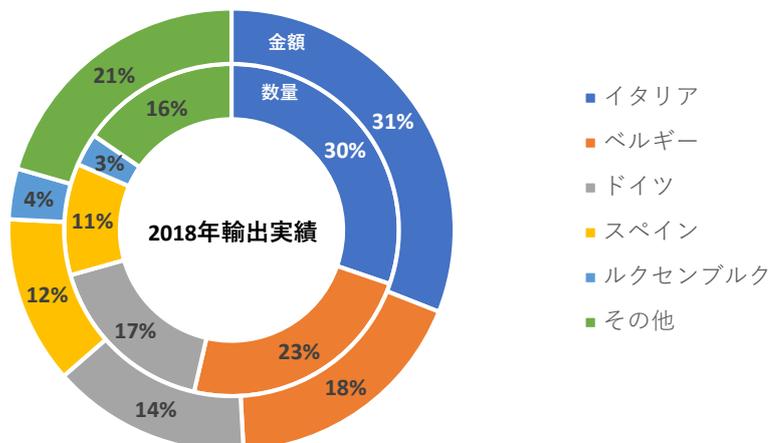
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	25,786	21,486	21,127	12,204	16,239	8,586	10,089	5,579	6,385	4,065
オランダ	231	142	233	139	611	2,053	3,759	4,869	1,945	2,843
ドイツ	11,968	7,879	9,912	4,589	7,445	3,000	5,372	2,667	4,415	1,437
ルクセンブルグ	218	170	1,196	646	2,753	1,373	2,237	1,289	1,787	1,209
スペイン	1,555	1,294	12,121	6,929	798	662	423	283	204	297
その他	7,887	8,922	9,461	6,206	7,074	4,128	6,251	4,855	5,329	4,157
合計	47,645	39,893	54,050	30,713	34,920	19,802	28,131	19,542	20,065	14,008

出所) ITC

• HS code: 040120 ミルク及びクリーム（脂肪分が全重量の1%を超え6%以下のもの）

主要輸出先国

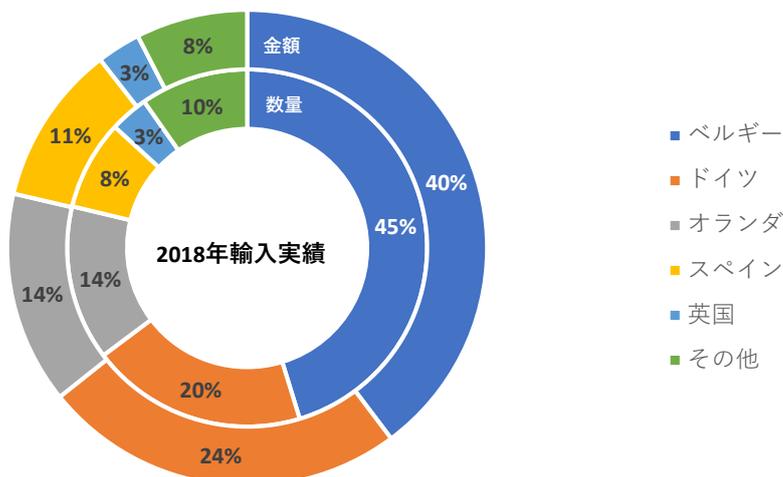


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
イタリア	277,698	185,926	279,768	128,241	260,263	120,945	192,450	105,298	213,304	112,368
ベルギー	76,654	47,589	78,691	30,747	100,596	33,592	132,275	56,302	164,438	65,659
ドイツ	64,550	33,028	101,122	40,001	147,737	50,704	143,656	59,973	119,993	52,191
スペイン	154,036	88,120	113,549	51,836	78,056	36,206	69,239	39,523	76,580	44,337
ルクセンブルク	34,879	21,175	65,353	30,396	36,311	17,349	14,272	7,737	22,221	13,404
その他	130,401	110,193	137,556	87,975	190,596	117,896	133,818	97,787	108,283	74,357
合計	738,218	486,031	776,039	369,196	813,559	376,692	685,710	366,620	704,819	362,316

出所) ITC

主要輸入先国



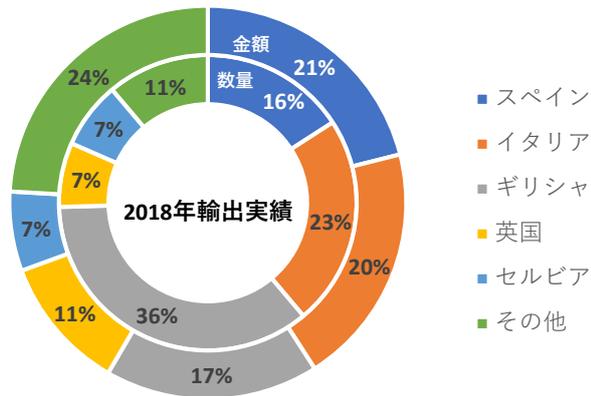
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	147,557	90,990	166,561	77,704	131,275	61,541	86,882	53,150	67,366	46,391
ドイツ	86,329	63,508	100,406	53,913	64,178	33,842	41,952	32,022	28,938	28,589
オランダ	39,974	35,358	36,237	21,841	27,269	21,365	33,241	27,815	20,861	16,822
スペイン	30,342	34,130	29,742	24,961	19,642	17,694	16,656	16,214	12,057	12,661
英国	7,184	6,199	2,443	2,019	2,365	1,860	8,448	6,041	5,133	3,444
その他	6,505	4,611	5,561	3,730	9,145	5,710	20,408	13,018	14,421	8,786
合計	317,891	234,796	340,950	184,168	253,874	142,012	207,587	148,260	148,776	116,693

出所) ITC

• HS code: 040140 ミルク及びクリーム（脂肪分が全重量の6%を超え10%以下のもの）

主要輸出先国

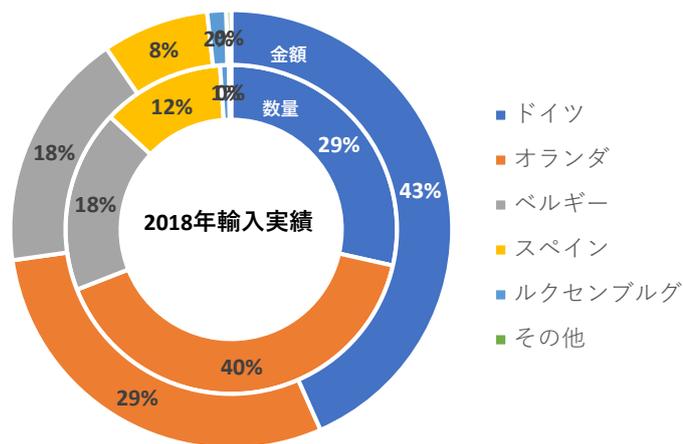


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
スペイン	789	1,087	381	404	423	497	205	294	1,014	1,582
イタリア	6,612	8,094	3,658	4,072	2,676	2,719	1,286	1,368	1,475	1,495
ギリシャ	2,423	2,613	1,560	1,564	5,573	4,243	3,456	2,288	2,281	1,310
英国	584	1,224	534	883	495	777	434	686	451	828
セルビア	-	-	-	-	11	13	315	322	467	490
その他	1,468	2,290	566	1,147	1,959	4,212	1,287	2,670	711	1,810
合計	11,876	15,308	6,699	8,070	11,137	12,461	6,983	7,628	6,399	7,515

出所) ITC

主要輸入先国



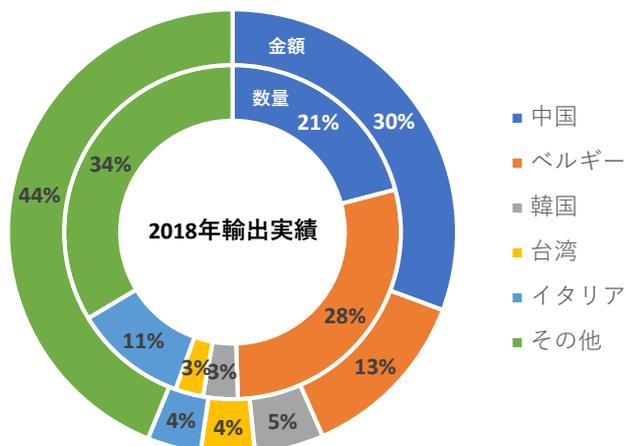
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ドイツ	3,385	6,908	3,271	4,745	2,109	3,386	2,156	4,127	1,348	3,826
オランダ	2,289	3,167	2,824	3,697	3,409	4,388	2,274	2,902	1,914	2,590
ベルギー	192	321	571	810	899	1,276	790	1,255	848	1,561
スペイン	405	559	1,559	1,842	198	240	1,400	1,481	564	688
ルクセンブルグ	172	473	3	10	1	3	41	108	41	123
その他	219	625	163	121	622	632	15	56	10	31
合計	6,662	12,053	8,391	11,225	7,238	9,925	6,676	9,929	4,725	8,819

出所) ITC

● HS code : 040150 ミルク及びクリーム（脂肪分が全重量の10%を超えるもの）

主要輸出先国

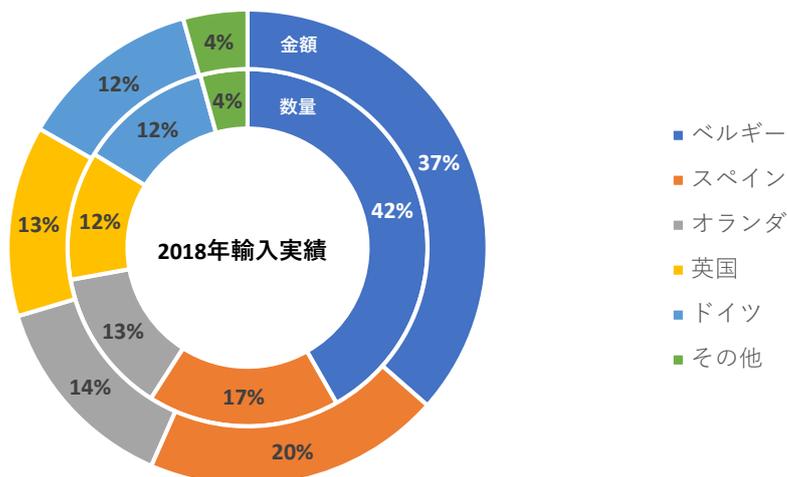


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
中国	15,993	46,605	22,302	55,347	27,328	67,348	47,342	119,589	33,044	108,999
ベルギー	52,534	57,413	54,949	37,137	48,825	35,427	47,747	49,085	45,192	45,182
韓国	4,122	11,989	3,807	9,066	4,507	10,622	3,752	10,044	5,270	17,665
台湾	4,755	13,931	4,984	12,312	5,766	14,238	4,931	14,237	4,223	13,830
イタリア	18,174	20,380	27,540	20,794	25,917	14,968	12,036	10,296	17,204	13,697
その他	134,993	180,872	136,799	143,262	77,755	128,124	65,305	138,946	53,140	155,730
合計	230,571	331,190	250,381	277,918	190,098	270,727	181,113	342,197	158,073	355,103

出所) ITC

主要輸入先国



単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	70,831	164,398	59,199	112,002	70,745	129,976	68,435	161,447	67,046	167,667
スペイン	42,645	134,421	31,768	74,572	28,379	66,740	27,241	93,987	27,697	92,091
オランダ	8,630	25,977	7,333	12,851	12,673	27,903	19,077	60,399	21,023	63,302
英国	4,330	14,886	3,861	8,952	7,963	17,474	11,359	35,578	18,699	59,524
ドイツ	14,248	36,013	20,109	30,673	19,947	36,156	22,991	56,604	19,264	56,711
その他	13,551	37,748	13,400	27,451	13,720	29,191	6,560	18,649	6,785	19,873
合計	154,235	413,443	135,670	266,501	153,427	307,440	155,663	426,664	160,514	459,168

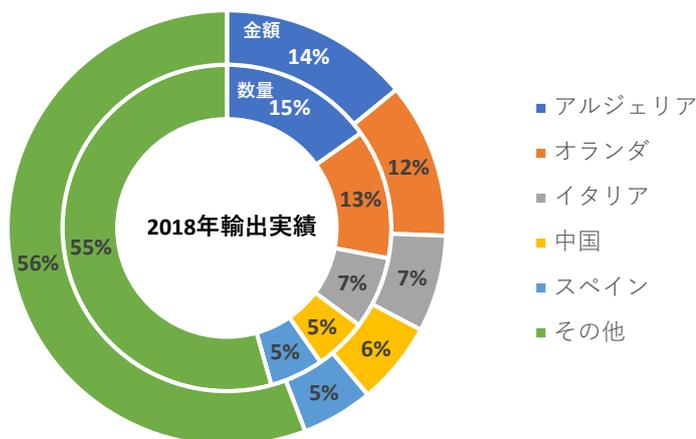
出所) ITC

ミルク及びクリーム（濃縮若しくは砂糖その他の甘味料を加えたものに限る。）

HS code	英語表記	日本語表記
0402	Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter	ミルク及びクリーム（濃縮若しくは乾燥をし又は砂糖その他の甘味料を加えたものに限る。）
10	In powder, granules or other solid forms, of a fat content, by weight, not exceeding 1.5%	粉状、粒状その他固形状のもの（脂肪分が全重量の1.5%以下のものに限る。）
21	In powder, granules or other solid forms, of a fat content by weight of exceeding 1.5%, unsweetened	粉状、粒状その他固形状のもの（脂肪分が全重量の1.5%を超えるものに限る）砂糖その他甘味料を加えていないもの
29	In powder, granules or other solid forms, of a fat content by weight of exceeding 1.5%, sweetened	粉状、粒状その他固形状のもの（脂肪分が全重量の1.5%を超えるもの）砂糖その他甘味料を加えたもの
91	In powder, granules or other solid forms, concentrated but unsweetened (excluding in solid forms)	粉状、粒状その他固形状でないもの、砂糖その他の甘味料を加えていないもの
99	In powder, granules or other solid forms, concentrated and sweetened (excluding in solid forms)	粉状、粒状その他固形状でないもの、砂糖その他の甘味料を加えたもの

- HS code: 040210 ミルク及びクリーム  
（粉状、粒状その他固形状のもの、脂肪分が全重量の1.5%以下のものに限る）

主要輸出先国

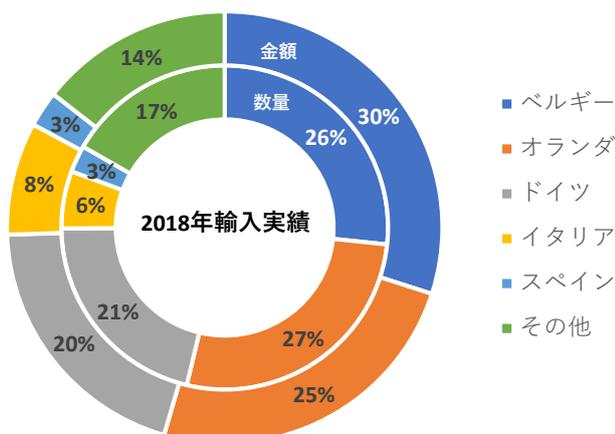


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
アルジェリア	41,101	154,410	29,299	65,594	41,581	82,729	43,537	92,109	34,068	60,383
オランダ	35,751	121,597	35,822	71,941	24,490	46,835	19,319	42,635	28,930	49,573
イタリア	11,063	42,689	17,588	38,017	14,393	30,278	15,952	35,653	16,135	30,887
中国	15,223	63,954	9,325	21,467	7,874	20,300	11,583	28,656	11,754	26,436
スペイン	17,000	65,550	19,341	42,832	11,481	23,959	12,602	27,726	11,896	22,741
その他	132,401	508,334	168,723	371,771	133,009	272,006	126,457	287,843	122,357	239,982
合計	252,539	956,534	280,098	611,622	232,828	476,107	229,450	514,622	225,140	430,002

出所) ITC

主要輸入先国



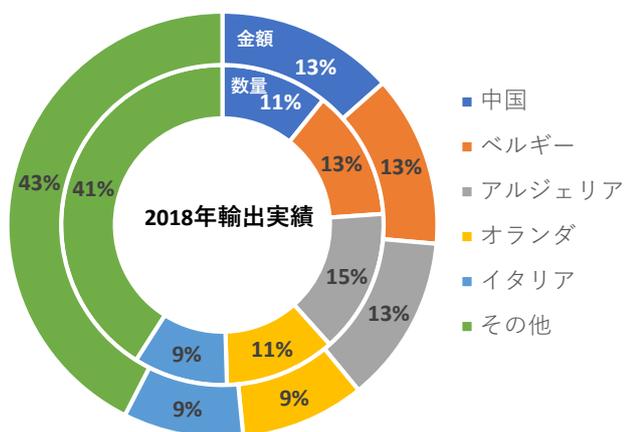
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ベルギー	10,752	43,008	9,883	23,136	9,288	18,719	9,809	24,002	9,810	23,711
オランダ	5,384	22,117	8,158	19,651	11,665	20,059	8,943	18,760	9,953	19,405
ドイツ	4,535	17,466	4,345	10,261	5,456	11,050	5,683	13,390	7,785	15,801
イタリア	1,134	5,924	1,600	5,450	2,227	6,715	1,454	4,472	2,105	6,679
スペイン	147	660	326	743	263	667	148	626	987	2,119
その他	3,246	13,390	4,391	10,908	5,181	9,814	3,983	8,782	6,136	11,404
合計	25,198	102,565	28,703	70,149	34,080	67,024	30,020	70,032	36,776	79,119

出所) ITC

- HS code: 040221 ミルク及びクリーム  
(粉状、粒状その他固形状のもの、脂肪分が全重量の1.5%を超えるもの、砂糖その他甘味料を加えていないもの)

主要輸出先国

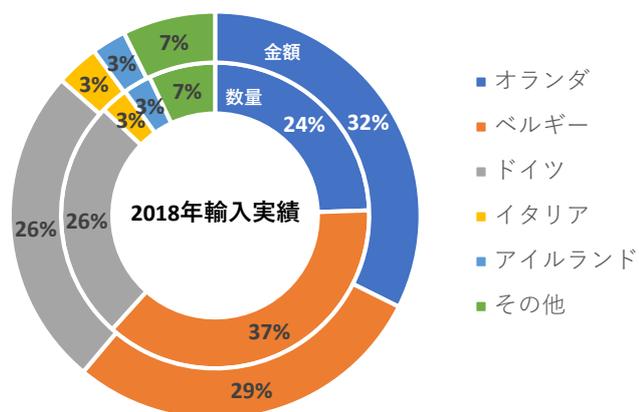


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
中国	2,370	12,864	2,827	9,588	8,721	28,969	7,616	33,657	6,784	30,694
ベルギー	14,246	62,645	14,785	42,295	10,327	28,370	7,486	25,757	8,318	29,701
アルジェリア	19,106	98,154	15,739	55,007	13,827	37,277	13,751	47,618	9,179	29,000
オランダ	4,435	18,684	4,136	11,566	5,318	11,512	5,469	13,623	7,049	21,410
イタリア	5,012	23,825	4,961	15,564	6,482	16,179	7,483	22,340	5,971	20,697
その他	28,288	133,429	27,950	88,348	26,604	77,735	25,660	91,856	25,923	97,229
合計	73,457	349,601	70,398	222,368	71,279	200,042	67,465	234,851	63,224	228,731

出所) ITC

主要輸入先国



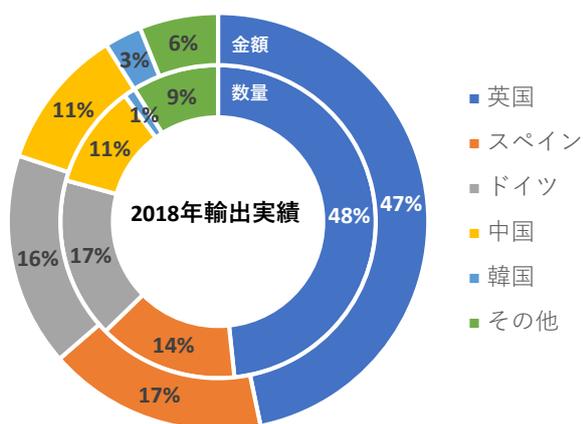
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
オランダ	2,814	14,942	2,258	9,210	3,571	13,480	3,679	16,484	4,863	22,654
ベルギー	5,060	22,325	3,957	10,505	4,235	9,122	6,361	17,058	7,387	20,074
ドイツ	7,698	33,060	9,031	24,344	5,905	14,848	6,059	20,210	5,073	17,805
イタリア	461	2,791	502	1,745	449	1,733	565	2,164	578	2,383
アイルランド	11	89	473	1,211	2,324	5,776	767	2,409	584	1,909
その他	1,426	7,324	1,561	5,539	1,285	4,883	913	3,857	1,390	5,116
合計	17,470	80,531	17,782	52,554	17,769	49,842	18,344	62,182	19,875	69,941

出所) ITC

- HS code: 040229 ミルク及びクリーム  
(粉状、粒状、その他固形状のもの、脂肪分が全重量の1.5%を超えるもの、砂糖その他甘味料を加えたもの)

主要輸出先国

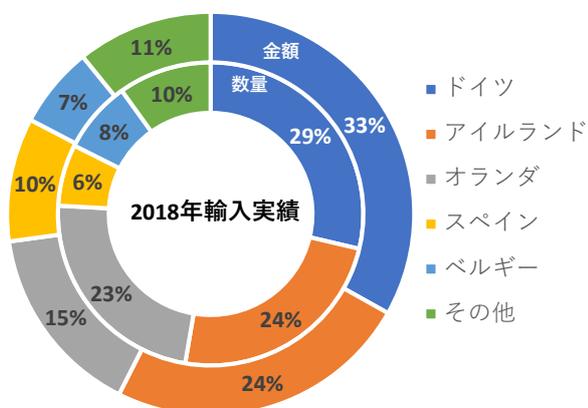


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
英国	6,578	33,727	5,611	24,195	5,066	20,589	5,268	21,371	4,879	21,896
スペイン	2,294	14,547	2,394	12,234	2,586	13,397	1,904	9,600	1,445	7,884
ドイツ	2,359	11,936	3,677	14,612	4,453	17,662	2,670	11,745	1,675	7,743
中国	13	92	1	15	343	1,699	2,350	13,550	1,076	5,135
韓国	-	-	-	5	-	-	11	128	120	1,340
その他	1,313	7,627	3,080	14,744	1,597	6,998	1,473	4,998	898	2,835
合計	12,557	67,929	14,763	65,805	14,045	60,345	13,676	61,392	10,093	46,833

出所) ITC

主要輸入先国



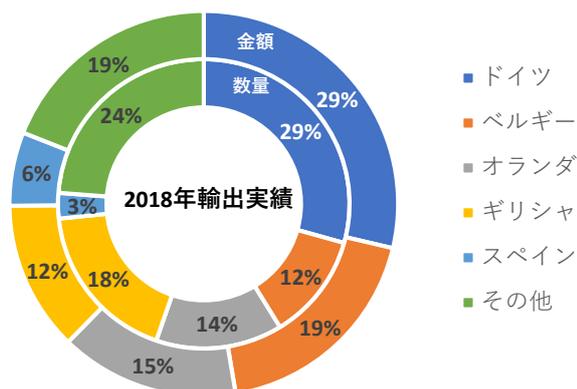
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	129	1,131	903	2,922	1,824	5,315	2,061	6,671	5,636	15,789
アイルランド	8,201	28,663	8,698	25,996	7,595	23,316	7,850	21,415	4,707	11,549
オランダ	4,821	12,902	7,308	14,221	5,447	9,329	4,340	7,222	4,556	7,324
スペイン	1,389	6,248	984	3,334	1,143	3,819	1,019	3,923	1,292	4,711
ベルギー	1,668	4,903	1,436	3,118	691	1,828	772	1,794	1,506	3,086
その他	2,261	7,764	1,209	2,716	1,265	2,384	1,608	4,510	1,940	5,142
合計	18,469	61,611	20,538	52,307	17,965	45,991	17,650	45,535	19,637	47,601

出所) ITC

- HS code: 040291 ミルク及びクリーム  
(粉状、粒状その他固形状でないもの、砂糖その他の甘味料を加えていないもの)

主要輸出先国

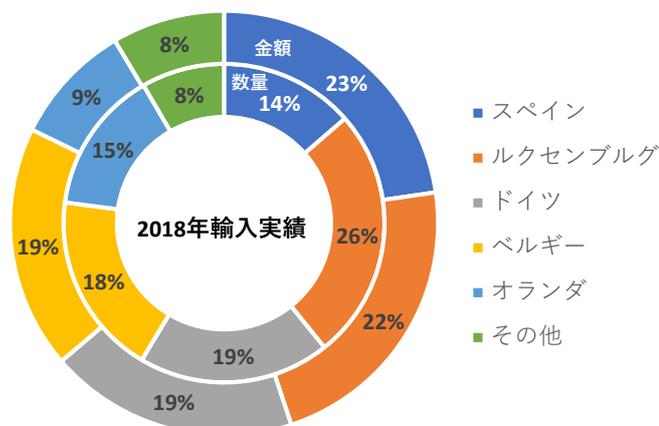


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	24,495	26,297	31,053	21,821	22,140	15,055	21,511	14,810	23,740	12,159
ベルギー	6,464	8,160	5,826	4,496	5,503	4,329	7,629	7,286	9,611	7,911
オランダ	8,541	17,970	11,352	16,198	9,345	15,574	7,277	8,227	11,361	6,326
ギリシャ	1,415	1,252	7,373	4,081	11,815	6,040	7,636	4,113	14,619	5,317
スペイン	13,493	19,271	8,006	6,551	4,553	4,744	2,716	3,640	2,308	2,617
その他	15,969	19,513	17,370	12,633	13,726	9,431	12,504	9,193	19,229	8,044
合計	70,377	92,463	80,980	65,780	67,082	55,173	59,273	47,269	80,868	42,374

出所) ITC

主要輸入先国



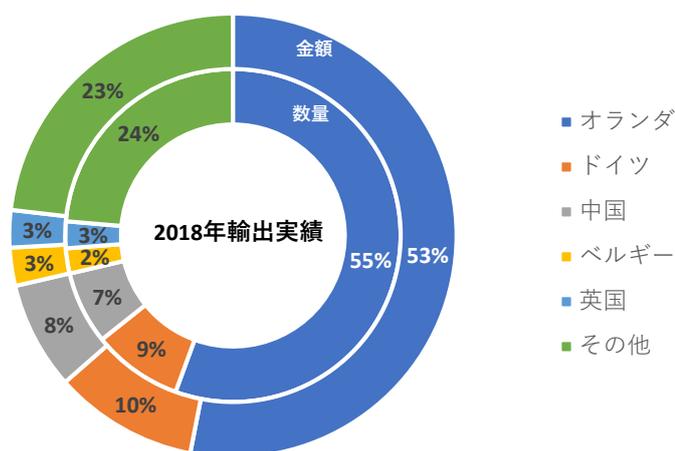
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
スペイン	6,146	20,309	7,101	21,833	4,412	15,062	7,800	18,339	3,760	10,588
ルクセンブルグ	13,213	19,802	21,789	25,368	15,552	18,249	11,887	15,020	7,097	10,378
ドイツ	5,658	11,253	5,000	7,918	3,893	5,747	5,403	7,978	5,347	8,794
ベルギー	17,102	24,949	15,458	15,348	11,903	12,977	7,200	15,478	5,124	8,647
オランダ	915	2,060	602	887	1,489	1,541	3,507	3,149	4,028	4,304
その他	5,110	10,148	3,146	4,944	1,331	2,273	2,617	2,989	2,311	3,977
合計	48,144	88,521	53,096	76,298	38,580	55,849	38,414	62,953	27,667	46,688

出所) ITC

- HS code: 040299 ミルク及びクリーム  
(粉状、粒状その他固形状でないもの、砂糖その他の甘味料を加えたもの)

主要輸出先国

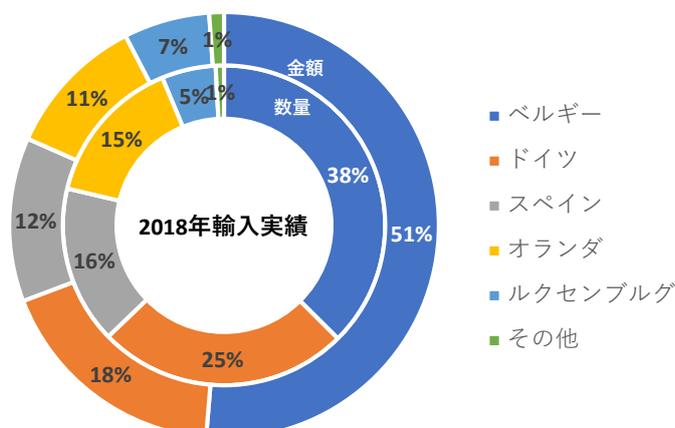


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
オランダ	24	28	49	83	573	359	3,069	7,857	4,514	12,380
ドイツ	2	12	8	18	1,710	697	2,027	2,030	707	2,437
中国	307	512	85	236	138	350	561	1,516	574	1,829
ベルギー	361	735	191	490	161	454	157	446	198	648
英国	-	-	126	218	237	324	252	465	212	635
その他	910	4,608	1,561	4,414	3,060	7,579	1,400	4,742	1,920	5,402
合計	1,604	5,895	2,020	5,459	5,879	9,763	7,466	17,056	8,125	23,331

出所) ITC

## 主要輸入先国



単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	8,628	26,698	9,936	30,732	10,804	31,702	9,519	30,277	9,692	33,744
ドイツ	6,954	14,829	6,869	10,068	6,197	8,769	7,047	11,973	6,521	11,757
スペイン	4,438	12,102	4,384	8,743	4,037	7,737	4,298	8,517	4,120	8,171
オランダ	1,546	3,414	1,545	2,892	3,227	5,503	3,511	6,401	3,888	7,073
ルクセンブルグ	1,129	2,723	1,388	2,280	1,479	2,245	1,122	3,079	1,399	4,252
その他	236	628	232	704	1,998	1,607	989	1,222	215	729
合計	22,931	60,394	24,354	55,419	27,742	57,563	26,486	61,469	25,835	65,726

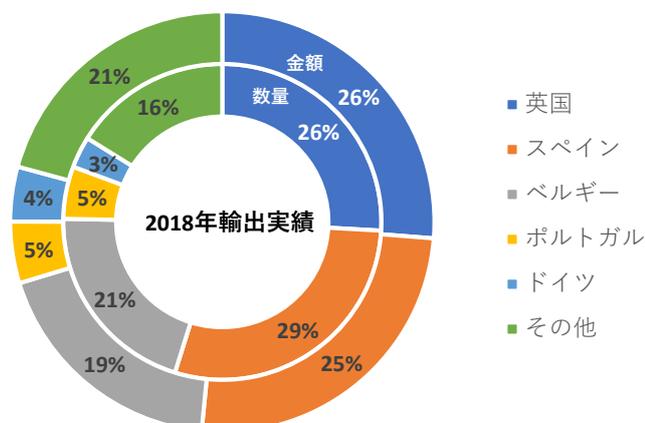
出所) ITC

## バターミルク、凝固したミルク及びクリーム、ヨーグルト、ケフィアその他発酵させ又は酸性化したミルク及びクリーム

HS code	英語表記	日本語表記
0403	Buttermilk, curdled milk and cream, yogurt, kephir and other fermented or acidified milk and cream, whether or not concentrated or flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa	バターミルク、凝固したミルク及びクリーム、ヨーグルト、ケフィアその他を発酵させ又は酸性化したミルク及びクリーム（濃縮若しくは乾燥してあるかないか又は砂糖その他の甘味料、香辛料、果実、ナッツ若しくはココアを加えてあるかないかを問わない。）
10	Yogurt	ヨーグルト
90	Buttermilk, curdled milk and cream, kephir and other fermented or acidified milk and cream	その他のもの

● HS code: 040310 ヨーグルト

主要輸出先国

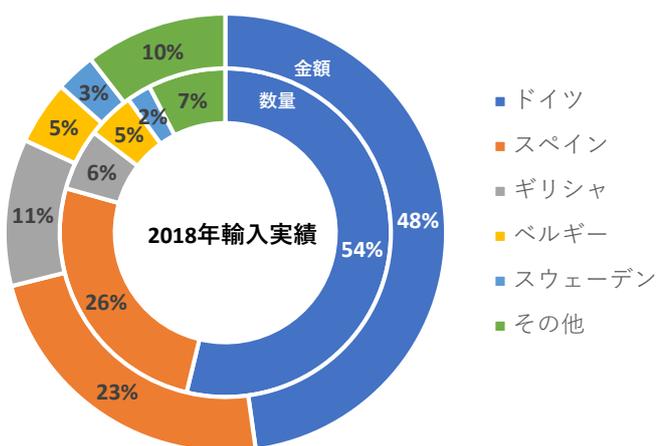


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
英国	52,701	90,044	51,386	73,916	65,959	96,791	62,966	82,741	49,465	82,741
スペイン	110,552	171,487	86,003	109,757	74,417	95,448	60,233	79,784	55,274	79,784
ベルギー	44,535	70,957	40,214	54,616	40,029	55,810	40,206	59,050	39,165	59,050
ポルトガル	16,531	27,859	12,530	16,362	11,609	14,644	10,422	14,906	10,253	14,906
ドイツ	2,314	5,191	4,364	8,313	6,669	11,507	5,464	13,258	6,142	13,258
その他	32,334	62,357	30,645	49,543	30,078	56,231	28,454	65,467	30,781	65,467
合計	258,967	427,895	225,142	312,507	228,761	330,431	207,745	315,206	191,080	315,206

出所) ITC

主要輸入先国



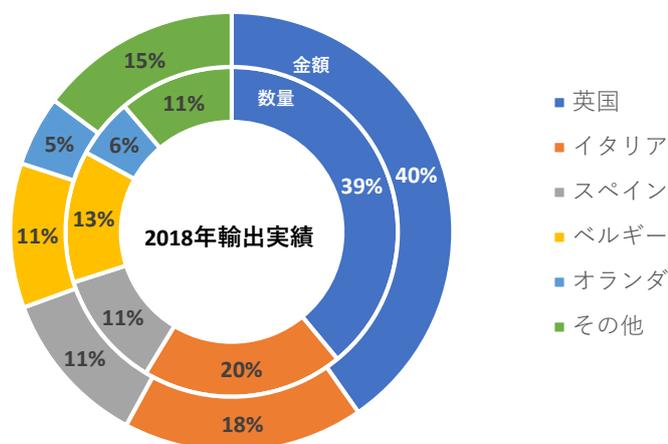
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	21,996	34,491	28,827	38,169	27,591	35,473	24,032	31,451	26,265	36,061
スペイン	11,540	17,844	5,954	8,481	9,697	13,691	11,426	15,567	12,506	17,566
ギリシャ	930	2,844	1,080	2,897	1,515	3,877	1,946	5,077	2,962	8,186
ベルギー	3,732	7,143	3,837	5,785	3,574	4,998	3,075	4,206	2,266	3,545
スウェーデン	1	2	-	-	95	152	720	1,240	1,153	2,213
その他	8,869	13,998	5,893	9,580	4,569	9,382	4,318	9,521	3,705	7,880
合計	47,068	76,322	45,591	64,912	47,041	67,573	45,517	67,062	48,857	75,451

出所) ITC

● HS code: 040390 その他のもの

主要輸出先国

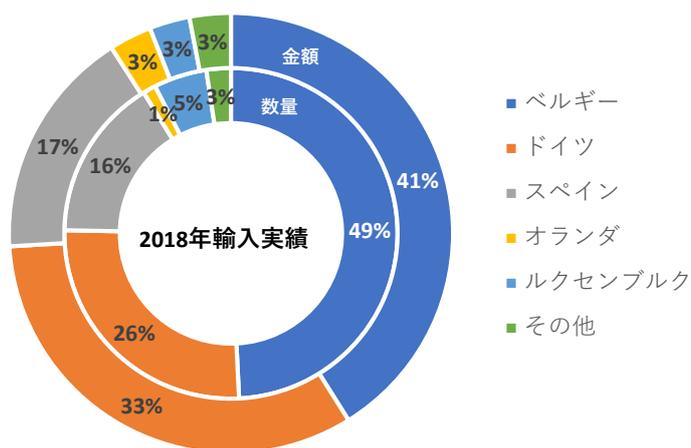


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
英国	99,318	170,403	90,460	126,613	80,595	114,227	80,284	118,402	76,755	120,155
イタリア	10,455	20,068	20,101	28,492	25,463	34,893	25,740	36,421	38,611	52,402
スペイン	20,044	43,906	19,370	28,856	19,884	28,106	23,970	34,489	22,409	34,329
ベルギー	25,757	39,783	24,781	35,430	23,655	32,048	20,632	27,557	25,478	31,688
オランダ	13,958	29,543	16,196	23,985	15,697	22,618	10,915	16,550	11,446	15,363
その他	25,001	64,582	26,708	46,753	23,387	40,543	22,125	45,403	22,011	44,113
合計	194,533	368,285	197,616	290,129	188,681	272,435	183,666	278,822	196,710	298,050

出所) ITC

主要輸入先国



単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	22,852	36,533	21,473	24,042	22,169	22,375	16,612	18,426	21,036	24,455
ドイツ	5,452	12,363	5,607	9,131	5,517	9,191	7,405	12,251	11,143	19,594
スペイン	3,623	7,449	4,253	5,273	4,928	7,668	10,630	13,843	6,806	10,052
オランダ	1,147	2,206	182	1,083	680	2,828	532	1,730	533	1,845
ルクセンブルク	3,203	2,828	3,400	2,460	2,216	1,562	2,246	1,719	2,205	1,749
その他	2,205	2,804	1,062	2,000	626	1,380	1,245	1,526	1,012	1,785
合計	38,482	64,183	35,977	43,989	36,136	45,004	38,670	49,495	42,735	59,480

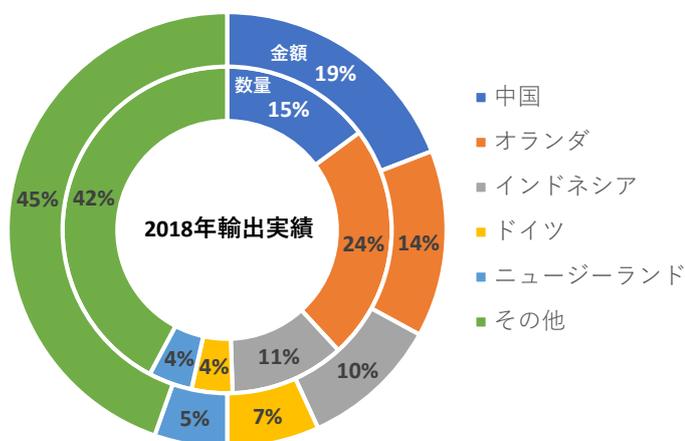
出所) ITC

## ホエイ

HS code	英語表記	日本語表記
0404	Whey, whether or not concentrated or containing added sugar or other sweetening matter; products consisting of natural milk constituents, whether or not containing added sugar or other sweetening matter, not elsewhere specified	ホエイ（濃縮若しくは乾燥してあるかないか又は砂糖その他の甘味料をくわえてあるかないかを問わない。）及びミルクの天然組成分から成る物品（砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わないものとし、他の項に該当するものを除く。）
10	Whey and modified whey, whether or not concentrated or containing added sugar or other sweetening matter	ホエイ及び調製ホエイ（濃縮若しくは乾燥をしてあるかないか又は砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わない。）

- HS code: 040410 ホエイ及び調製ホエイ

### 主要輸出先国

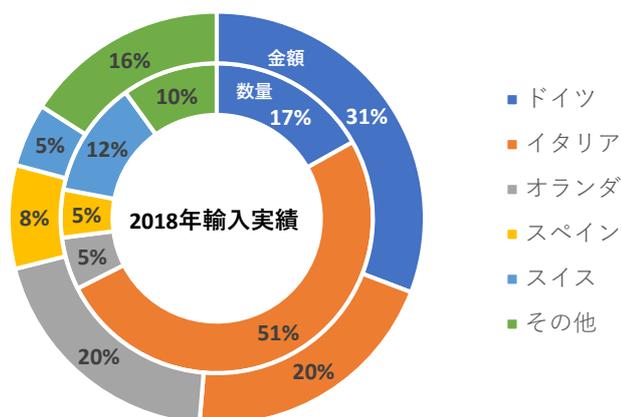


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
中国	49,708	115,664	45,833	73,291	48,150	66,103	42,340	70,056	47,308	77,436
オランダ	83,656	104,422	69,119	55,889	74,222	54,372	65,747	63,530	74,373	56,191
インドネシア	26,397	45,552	28,167	41,921	33,145	33,343	42,296	55,752	35,976	41,375
ドイツ	17,128	35,447	18,808	29,449	19,760	21,547	15,012	31,035	12,800	27,555
ニュージーランド	2,915	6,285	9,199	16,697	8,405	12,766	8,200	13,248	13,707	21,716
その他	165,320	294,998	166,904	216,040	163,341	180,451	149,721	209,436	134,522	180,856
合計	345,124	602,368	338,030	433,287	347,023	368,582	323,316	443,057	318,686	405,129

出所) ITC

## 主要輸入先国



単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	59,620	69,520	51,820	35,336	67,873	36,257	67,518	60,082	50,022	44,888
イタリア	248,486	91,897	209,701	35,660	166,367	25,516	180,769	34,696	150,770	29,854
オランダ	13,200	25,643	11,192	17,794	13,158	18,877	16,223	23,856	16,285	28,716
スペイン	23,868	28,852	16,239	12,765	16,493	11,642	17,114	15,446	14,894	11,803
スイス	47,731	17,860	47,913	10,080	43,052	6,162	47,506	10,715	35,908	7,215
その他	48,366	57,890	60,860	41,896	54,469	42,098	40,390	39,029	29,532	23,135
合計	441,271	291,662	397,725	153,531	361,412	140,552	369,520	183,824	297,411	145,611

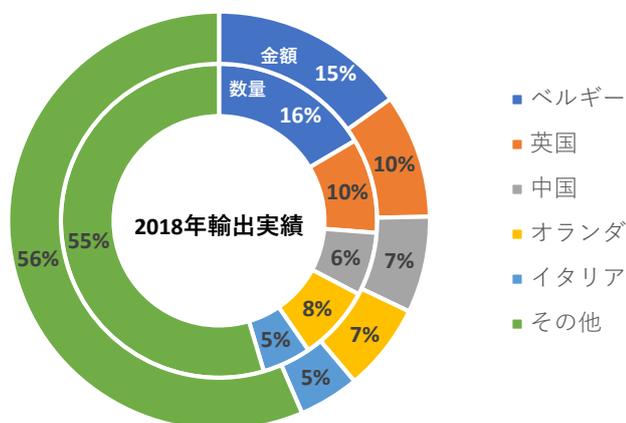
出所) ITC

## バター

HS code	英語表記	日本語表記
0405	Butter, including dehydrated butter and ghee, and other fats and oils derived from milk; dairy spreads	ミルクから得たバターその他の油脂及びデリースプレッド
10	Butter (excluding dehydrated butter and ghee)	バター

- HS code: 040510 バター

## 主要輸出先国

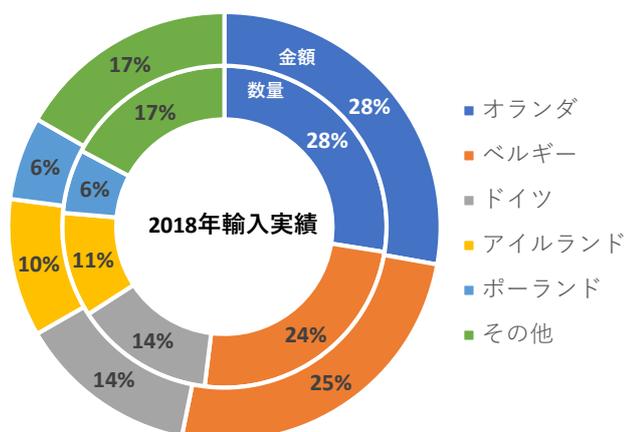


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	6,750	33,741	13,572	47,283	9,473	35,435	8,428	46,445	11,515	71,934
英国	7,703	45,831	6,626	31,304	6,840	32,653	7,528	45,905	6,827	45,558
中国	1,765	12,791	3,386	19,199	4,200	22,857	5,191	35,534	4,565	35,436
オランダ	5,522	23,818	6,779	22,468	5,634	19,648	6,051	33,313	5,366	32,230
イタリア	1,470	8,304	3,201	12,542	3,717	14,739	4,276	24,897	3,497	22,166
その他	45,690	257,184	42,695	196,620	42,198	198,941	40,833	244,087	38,160	268,661
合計	68,900	381,669	76,259	329,416	72,062	324,273	72,307	430,181	69,930	475,985

出所) ITC

## 主要輸入先国



単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
オランダ	47,664	221,886	41,532	138,956	44,210	148,482	49,022	261,348	52,942	315,825
ベルギー	34,026	172,491	32,757	118,325	38,909	138,793	39,636	214,179	46,997	287,800
ドイツ	31,127	148,584	25,761	88,003	26,345	85,498	26,224	133,006	26,752	153,365
アイルランド	16,853	75,938	18,735	60,807	22,843	76,824	22,741	119,181	20,240	117,958
ポーランド	4,799	21,446	3,375	10,724	2,750	7,852	7,331	39,217	12,412	71,224
その他	38,415	175,762	42,262	142,084	36,484	116,044	39,487	194,576	33,039	189,123
合計	172,884	816,107	164,422	558,899	171,541	573,493	184,441	961,507	192,382	1,135,295

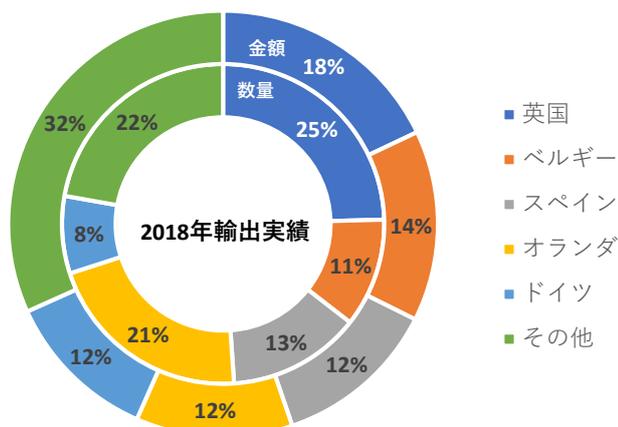
出所) ITC

## チーズ及びチーズカード

HS code	英語表記	日本語表記
0406	Cheese and curd	チーズ及びカード
10	Fresh cheese (unripened or uncured cheese), incl. whey cheese, and curd	フレッシュチーズ（ホエイチーズを含むものとし、熟成していないものに限る。）及びカード
20	Grated or powdered cheese, of all kinds	おろしチーズ及び粉チーズ（チーズの種類を問わない）
30	Processed cheese, not grated or powdered	プロセスチーズ（おろしチーズ及び粉チーズを除く）
40	Blue-veined cheese and other cheese containing veins produced by Penicillium roqueforti	ブルーベインドチーズ及びその他のペニシリウム・ロックフォルティにより得られる模様を含むチーズ
90	Other cheese	その他のチーズ

- HS code: 040610 フレッシュチーズ及びカード（ホエイチーズを含むものとし、熟成していないものに限る）

主要輸出先国

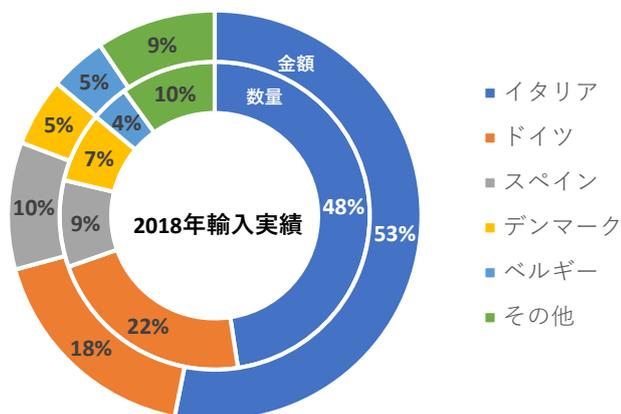


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
英国	81,737	189,335	78,874	152,820	60,179	108,094	56,771	106,857	54,530	108,343
ベルギー	25,668	92,544	24,666	75,807	23,482	71,080	24,065	77,805	24,374	87,530
スペイン	29,442	88,022	26,934	65,560	29,082	67,613	29,775	74,549	29,646	74,909
オランダ	25,632	49,593	29,747	45,419	34,927	49,663	43,384	62,030	46,773	71,328
ドイツ	14,944	85,910	21,599	83,955	17,758	69,636	18,292	71,925	17,365	70,712
その他	53,970	227,821	55,764	184,117	51,116	164,654	54,311	201,832	49,229	191,898
合計	231,393	733,225	237,584	607,678	216,544	530,740	226,598	594,998	221,917	604,720

出所) ITC

主要輸入先国



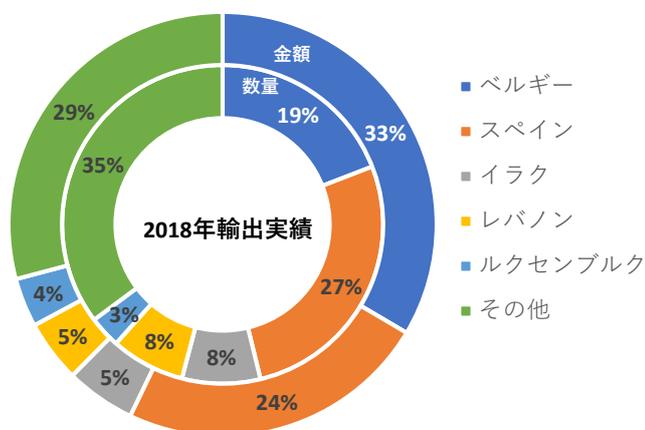
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
イタリア	37,652	208,924	41,687	176,037	40,690	192,682	48,421	219,206	49,351	245,167
ドイツ	15,394	66,324	18,956	58,731	16,330	56,781	20,417	66,805	22,821	81,529
スペイン	6,163	41,233	6,476	31,766	8,338	37,887	10,276	47,803	9,445	46,259
デンマーク	4,518	16,906	5,658	15,827	6,619	17,461	7,536	25,476	7,660	24,794
ベルギー	3,144	19,432	5,567	24,896	7,388	32,115	6,505	31,687	4,104	20,620
その他	7,704	41,426	7,453	29,012	8,725	30,016	10,816	44,956	10,293	43,226
合計	74,575	394,245	85,797	336,269	88,090	366,942	103,971	435,933	103,674	461,595

出所) ITC

• HS code: 040620 おろしチーズ及び粉チーズ（チーズの種類を問わない）

主要輸出先国

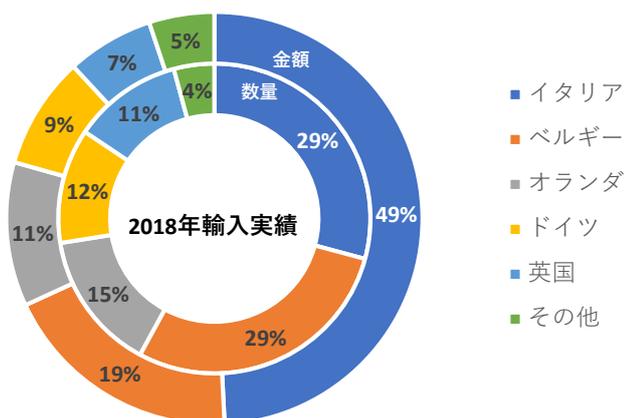


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	3,975	48,607	4,048	39,996	4,087	38,482	5,085	45,485	4,809	48,014
スペイン	7,098	43,761	6,920	32,978	6,985	31,073	7,241	34,432	6,828	33,755
イラク	104	472	456	1,554	1,532	4,844	1,879	7,087	1,984	7,572
レバノン	982	4,069	1,136	4,091	1,445	4,142	1,609	6,194	1,883	6,765
ルクセンブルク	1,580	10,575	991	5,400	1,178	6,161	846	5,139	810	5,341
その他	8,374	48,177	8,062	36,940	7,871	32,366	9,753	43,610	8,871	41,743
合計	22,113	155,661	21,613	120,959	23,098	117,068	26,413	141,947	25,185	143,190

出所) ITC

主要輸入先国



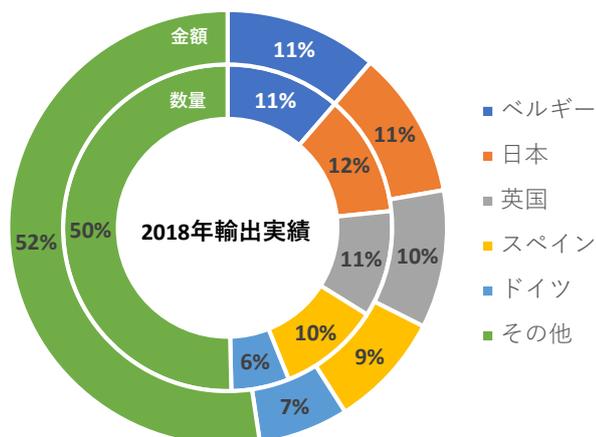
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
イタリア	8,591	95,130	14,095	83,835	8,256	88,624	9,995	105,230	10,841	119,344
ベルギー	6,508	33,855	7,706	29,327	7,630	27,422	8,464	35,886	10,652	45,825
オランダ	3,880	24,686	4,930	22,974	4,810	21,156	4,447	23,109	5,407	27,379
ドイツ	4,163	22,454	3,674	16,501	3,742	15,206	4,514	19,270	4,449	21,250
英国	4,263	21,627	4,525	16,448	4,533	16,425	4,262	17,251	4,219	16,414
その他	2,326	19,082	2,081	9,905	1,114	7,331	1,295	9,789	1,554	12,293
合計	29,731	216,834	37,011	178,990	30,085	176,164	32,977	210,535	37,122	242,505

出所) ITC

● HS code: 040630 プロセスチーズ（おろしチーズ及び粉チーズを除く）

主要輸出先国

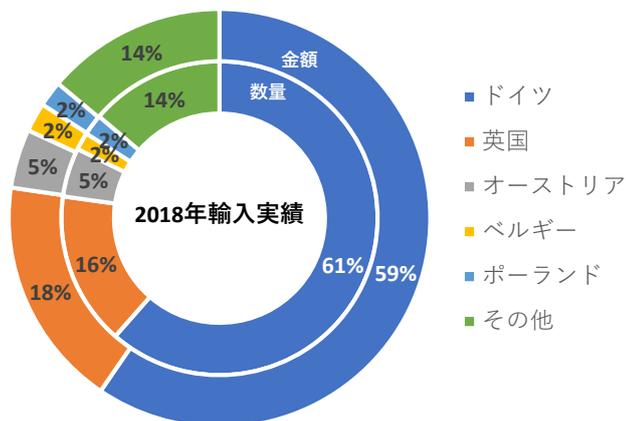


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	7,668	50,715	7,190	38,471	7,343	39,469	8,104	43,411	7,444	42,783
日本	6,168	35,938	6,015	26,055	7,422	31,048	7,950	34,551	7,946	41,504
英国	7,545	43,211	7,217	35,000	6,966	34,410	7,168	36,467	6,956	38,836
スペイン	8,644	43,085	8,793	35,650	8,351	35,781	6,692	31,346	6,600	32,384
ドイツ	3,385	21,681	3,435	17,970	3,396	17,396	3,629	21,731	3,760	25,131
その他	32,192	209,843	32,000	185,332	35,574	195,745	35,813	202,664	33,182	198,541
合計	65,602	404,473	64,650	338,478	69,052	353,849	69,356	370,170	65,888	379,179

出所) ITC

主要輸入先国



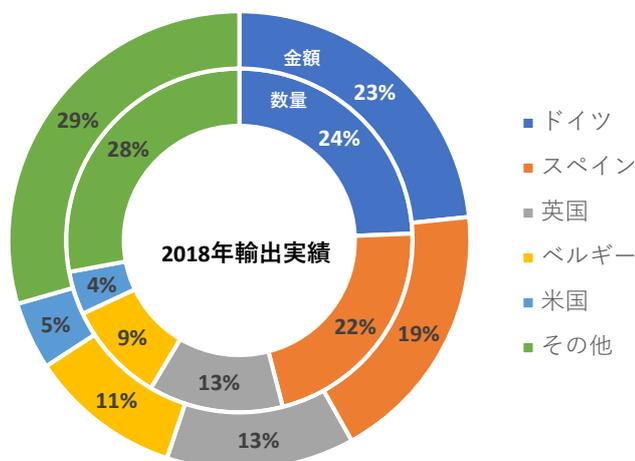
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	18,759	87,847	21,462	73,770	21,390	69,000	21,306	77,403	22,177	84,818
英国	8,751	44,436	8,157	31,813	8,088	32,239	8,575	36,140	5,693	25,370
オーストリア	1,823	7,632	1,808	5,591	1,920	5,590	1,525	5,000	1,817	6,495
ベルギー	176	1,117	663	3,699	741	3,885	804	4,214	652	3,193
ポーランド	501	2,079	782	2,487	759	2,226	734	2,349	781	2,833
その他	3,804	16,829	3,117	11,544	2,148	8,192	2,110	9,060	4,968	19,761
合計	33,814	159,940	35,989	128,904	35,046	121,132	35,054	134,166	36,088	142,470

出所) ITC

- HS code: 040640 ブルーペインドチーズ  
(ブルーペインドチーズ及びその他ペニシリウム・ロックフォルティにより得られる模様を含むチーズ)

主要輸出先国

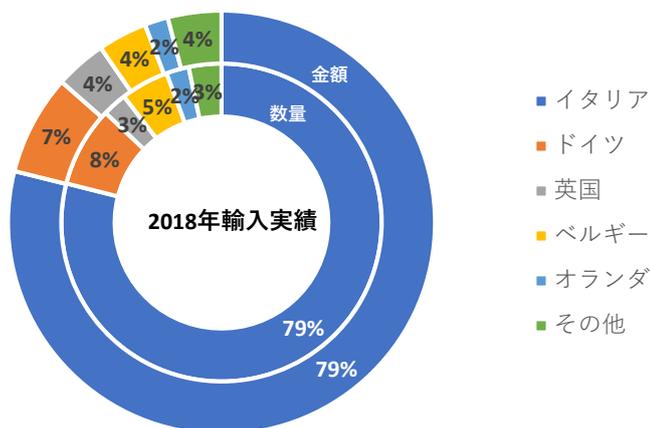


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	3,699	34,742	3,574	27,855	3,283	25,469	3,502	28,890	3,295	29,885
スペイン	2,535	23,380	2,576	19,627	2,621	19,807	2,878	22,560	2,922	23,725
英国	1,675	17,921	1,718	15,785	1,877	16,954	1,841	16,977	1,701	16,832
ベルギー	1,051	12,424	1,144	11,018	1,244	12,157	1,266	12,795	1,279	13,673
米国	595	7,652	441	5,110	536	5,909	753	7,853	551	6,112
その他	3,983	43,369	3,888	36,394	3,884	35,729	3,753	35,179	3,778	37,680
合計	13,538	139,488	13,341	115,789	13,445	116,025	13,993	124,254	13,526	127,907

出所) ITC

主要輸入先国



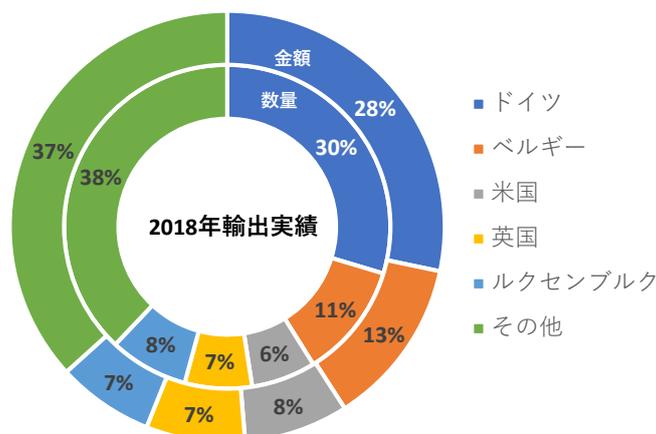
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
イタリア	4,211	32,677	4,458	28,280	4,941	30,963	5,245	34,155	6,311	40,579
ドイツ	593	3,975	612	3,420	891	3,737	585	3,262	652	3,930
英国	217	1,823	186	1,593	212	1,957	180	1,844	197	2,001
ベルギー	75	438	115	427	197	764	287	1,451	388	1,920
オランダ	236	1,721	322	1,695	232	1,403	123	708	182	915
その他	266	2,127	413	2,059	236	1,892	239	1,911	263	2,085
合計	5,598	42,761	6,106	37,474	6,709	40,716	6,659	43,331	7,993	51,430

出所) ITC

• HS code: 040690 その他のチーズ

主要輸出先国

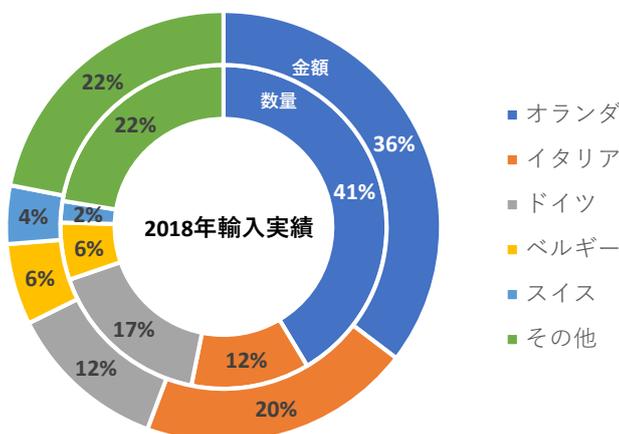


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	105,917	786,899	104,870	637,225	113,909	661,041	111,767	682,014	104,653	680,493
ベルギー	40,541	334,390	43,561	278,150	41,297	277,017	40,115	283,605	40,552	302,905
米国	20,654	187,334	21,071	162,760	22,017	167,222	20,241	157,760	22,544	186,738
英国	20,378	161,171	21,569	152,609	22,295	155,779	21,597	151,112	23,477	177,096
ルクセンブルク	31,953	218,213	29,734	161,525	25,106	137,967	27,135	159,935	27,652	173,133
その他	120,033	919,093	123,069	766,290	124,041	766,954	122,026	777,890	133,908	883,253
合計	339,476	2,607,100	343,874	2,158,559	348,665	2,165,980	342,881	2,212,316	352,786	2,403,618

出所) ITC

主要輸入先国



単位：トン

/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
オランダ	63,744	365,777	69,742	288,139	73,868	287,873	70,786	325,946	74,045	351,957
イタリア	15,795	145,868	15,985	134,835	14,949	144,490	18,143	168,245	20,976	201,729
ドイツ	31,360	151,380	31,277	108,834	29,597	96,840	26,309	107,255	29,575	118,825
ベルギー	7,480	49,951	8,464	40,622	8,564	42,872	8,850	51,909	10,222	60,463
スイス	4,871	59,089	4,221	50,708	4,982	52,138	4,827	52,332	3,826	43,502
その他	34,775	198,784	38,592	179,732	38,022	169,479	40,144	200,825	40,081	217,767
合計	158,025	970,849	168,281	802,870	169,982	793,692	169,059	906,512	178,725	994,243

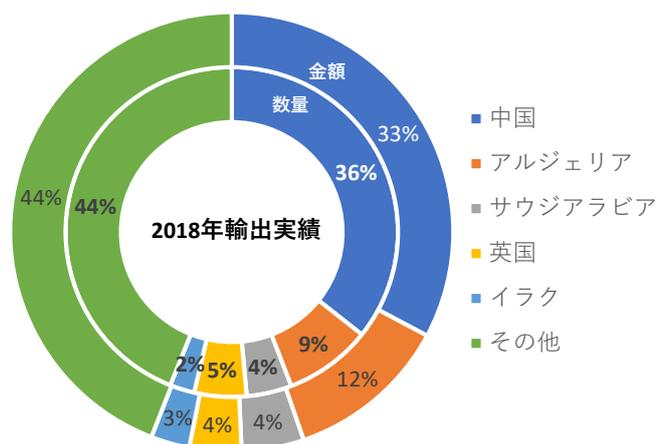
出所) ITC

## 育児用調製品

HS code	英語表記	日本語表記
1901	Malt extract; food preparations of flour, groats, meal, starch or malt extract, not containing cocoa or containing less than 40% by weight of cocoa calculated on a totally defatted basis, not elsewhere specified; food preparations of goods of heading 0401 to 0404, not containing cocoa or containing less than 5% by weight of cocoa calculated on a totally defatted basis, not elsewhere specified	麦芽エキスならびに穀粉、ひき割り穀物、ミール、でん粉又は麦芽エキスの調製食品（ココアを含有するものにあつては完全に脱脂したココアとして計算したココアの含有量が全重量の40%未満のものに限るものとし、他の項に該当するものを除く。）及び第04.01項～第04.04項までの物品の調製食品（ココアを含有するものにあつては完全に脱脂したココアとして計算したココアの含有量が全重量の5%未満のものに限るものとし、他の項に該当するものを除く）
10	Food preparations for infant use, put up for retail sale	育児用調製品（小売用にしたものに限る）

- HS code: 190110 育児用調製品（小売用にしたものに限る）

## 主要輸出先国

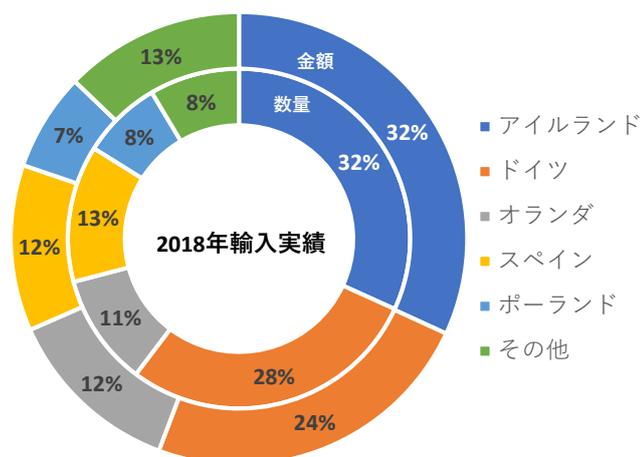


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
中国	14,144	126,886	15,624	115,744	15,064	104,724	46,780	330,168	66,233	332,618
アルジェリア	16,118	129,826	18,131	121,134	17,208	110,775	17,842	125,078	15,768	120,833
サウジアラビア	9,415	59,917	10,209	56,284	9,699	53,472	9,598	52,666	8,154	46,144
英国	5,142	8,233	6,530	14,710	8,649	34,829	8,915	35,041	9,425	38,426
イラク	1,157	8,262	2,908	17,281	4,612	25,642	6,297	38,609	4,457	28,700
その他	77,999	465,102	83,638	440,797	92,780	474,062	82,282	431,890	81,608	446,887
合計	123,975	798,226	137,040	765,950	148,012	803,504	171,714	1,013,452	185,645	1,013,608

出所) ITC

## 主要輸入先国



単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
アイルランド	30	160	6,839	27,037	7,418	30,494	8,183	34,398	13,218	61,192
ドイツ	15,553	63,701	19,237	66,154	18,686	64,612	15,888	55,562	11,834	45,713
オランダ	8,167	43,213	1,967	10,579	6,592	19,932	5,190	21,801	4,411	24,356
スペイン	3,389	15,070	3,655	14,729	3,741	15,590	4,316	18,430	5,410	22,751
ポーランド	967	5,992	2,434	10,575	3,274	14,357	2,501	10,555	3,151	13,364
その他	2,312	17,136	3,321	19,907	1,880	10,564	2,305	12,470	3,533	24,521
合計	30,418	145,272	37,453	148,981	41,591	155,549	38,383	153,216	41,557	191,897

出所) ITC

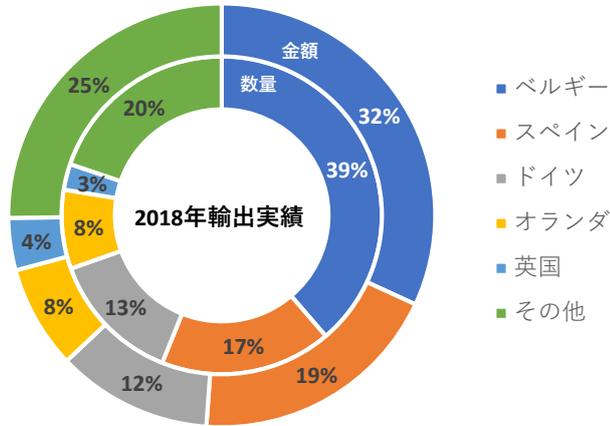
## アイスクリーム

HS code	英語表記	日本語表記
2105	Ice cream and other edible ice, whether or not containing cocoa	アイスクリームその他の氷菓（ココアを含有するかしないかを問わない）
0010	Ice cream and other edible ice, whether or not containing cocoa, not containing milkfats or containing <3% milkfats	アイスクリーム及びその他の氷菓（ココアを含有するかしないかを問わない、乳脂肪分が入っていないものまたは全重量の3%未満のもの）
0091	Ice cream and other edible ice, containing >=3% but <7% milkfats	アイスクリーム及びその他の氷菓（ココアを含有するかしないかを問わない、乳脂肪分が全重量の3%以上7%未満のもの）
0099	Ice cream and other edible ice, containing >=7% milkfats	アイスクリーム及びその他の氷菓（ココアを含有するかしないかを問わない、乳脂肪分が全重量の7%以上のもの）

●HS code: 21050010 アイスクリーム及びその他の氷菓

(ココアを含有するかしないかを問わない、乳脂肪分が入っていないものまたは全重量の3%未満のもの)

主要輸出先国

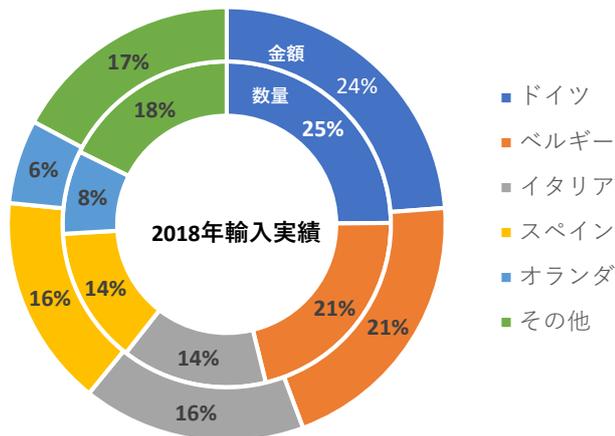


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ベルギー	12,436	26,885	20,831	40,523	25,659	50,470	26,198	51,767	22,535	49,360
スペイン	11,305	36,287	10,728	34,843	11,174	33,935	12,310	32,135	10,075	29,774
ドイツ	7,310	20,513	7,495	16,928	8,544	17,713	5,813	13,108	7,850	18,240
オランダ	4,149	13,745	4,045	9,937	3,304	8,123	3,511	8,725	4,679	12,176
英国	1,879	7,060	1,150	3,193	1,762	5,615	3,400	9,128	1,530	6,179
その他	16,234	54,509	15,325	42,454	17,200	52,891	12,845	38,977	11,500	38,972
合計	53,313	158,999	59,574	147,878	67,643	168,747	64,077	153,840	58,169	154,701

出所) ITC

主要輸入先国



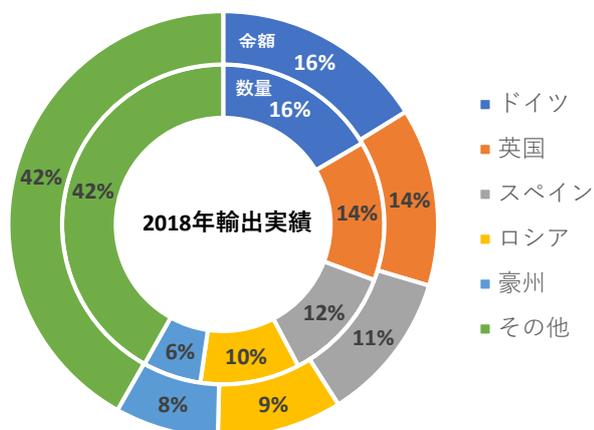
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	14,802	45,825	16,665	44,460	17,141	48,176	11,293	31,928	14,428	41,311
ベルギー	14,237	40,665	14,743	36,123	11,335	29,451	11,487	30,407	12,369	35,660
イタリア	14,073	56,252	13,365	44,930	9,263	33,231	8,703	31,826	8,331	28,642
スペイン	6,122	22,709	6,580	18,570	6,156	18,544	6,485	20,045	7,862	27,343
オランダ	3,306	9,955	3,746	9,727	4,166	8,813	4,527	9,896	4,813	10,876
その他	9,738	29,627	11,497	29,340	10,036	26,395	10,221	26,954	10,237	29,808
合計	62,278	205,033	66,596	183,150	58,097	164,610	52,716	151,056	58,040	173,640

出所) ITC

- HS code: 21050091 アイスクリーム及びその他の氷菓  
(ココアを含有するかしないかを問わない、乳脂肪分が全重量の3%以上7%未満のもの)

主要輸出先国

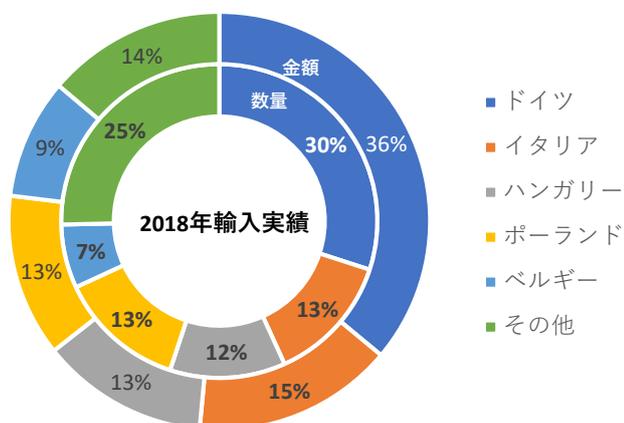


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
ドイツ	3,727	15,831	3,533	12,849	2,592	9,541	2,669	10,080	3,676	15,387
英国	3,513	16,106	3,038	12,183	2,724	9,257	2,636	9,519	3,145	12,851
スペイン	1,701	8,446	1,720	6,503	1,510	6,356	1,385	6,184	2,587	10,827
ロシア	1,940	7,832	1,181	3,981	1,264	4,545	1,505	6,642	2,222	8,966
豪州	653	3,427	1,481	3,574	1,606	3,345	1,331	4,117	1,300	7,421
その他	8,078	34,412	8,475	33,911	9,256	37,118	9,217	38,790	9,316	39,838
合計	19,612	86,054	19,428	73,001	18,952	70,162	18,743	75,332	22,246	95,290

出所) ITC

主要輸入先国



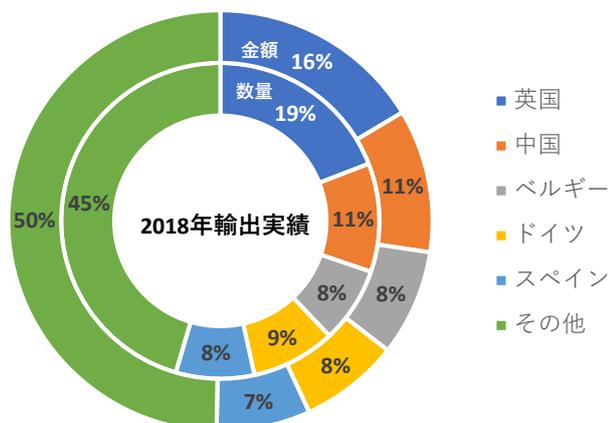
単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ドイツ	741	3,599	1,541	5,346	3,956	13,584	5,297	18,208	3,730	14,351
イタリア	429	2,490	329	1,761	365	1,995	328	1,634	1,643	6,134
ハンガリー	778	2,746	318	898	970	2,681	898	2,754	1,469	5,117
ポーランド	161	630	105	318	152	562	1,113	3,324	1,619	5,005
ベルギー	2,654	5,688	1,118	2,995	1,016	2,957	765	2,728	817	3,688
その他	682	2,689	1,084	2,502	2,130	4,810	2,952	5,749	3,151	5,483
合計	5,445	17,842	4,495	13,820	8,589	26,589	11,353	34,397	12,429	39,778

出所) ITC

- HS code: 21050099 アイスクリーム及びその他氷菓  
(ココアを含有するかないかを問わない、乳脂肪分が全重量の7%以上のもの)

主要輸出先国

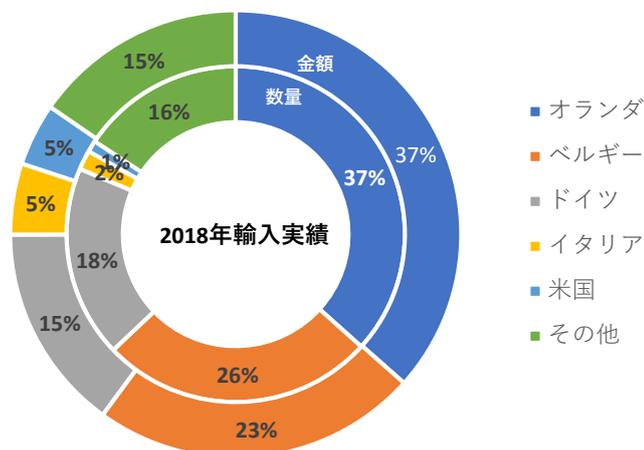


単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額								
英国	8,711	31,494	8,028	24,269	9,637	29,136	11,212	41,423	12,367	53,454
中国	6,703	32,180	7,235	28,602	6,081	24,837	7,391	32,197	7,189	35,873
ベルギー	8,841	27,299	6,224	16,515	5,325	13,864	4,427	13,295	5,024	26,563
ドイツ	3,675	14,822	4,286	14,458	4,052	13,583	5,411	19,994	5,545	24,742
スペイン	3,938	18,530	3,866	14,953	4,368	17,746	5,121	21,918	5,157	23,345
その他	24,312	126,832	23,135	105,593	23,619	109,455	26,066	131,387	29,422	162,103
合計	56,180	251,157	52,774	204,390	53,082	208,621	59,627	260,214	64,704	326,080

出所) ITC

主要輸入相手先国



単位：トン/1,000 米国ドル

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
オランダ	2,528	9,045	3,385	10,040	3,541	11,746	3,713	13,873	4,125	17,837
ベルギー	3,582	14,544	3,612	12,691	2,810	10,563	2,896	11,142	2,946	11,437
ドイツ	3,260	8,493	2,023	6,444	1,568	5,170	1,959	6,466	2,079	7,279
イタリア	728	5,104	437	3,088	490	3,055	407	3,088	209	2,506
米国	33	655	50	898	57	980	104	1,774	125	2,202
その他	3,633	14,145	2,273	7,599	1,529	5,536	2,242	8,479	1,762	7,495
合計	13,764	51,986	11,780	40,760	9,995	37,050	11,321	44,822	11,246	48,756

出所) ITC

### 3.3 販売に関する法規制及び商習慣

#### 3.3.1 フランスでの輸入及び国内販売に関する規制・手続き

フランスでの輸入には以下の書類の提出及び手続きが必要である。なお、同国の輸出入規制は、原則、EUの規制に準拠しているが、詳細に関してはフランス独自の規制を設けている場合もあるため、現地当局への確認が必要である。

表 16 輸入手続きにおいて必要な書類

書類名	
輸出入統一管理申告書 (Document Administratif Unique)	EU域外（第三国）とのすべての輸入手続きに必要な書類。電子通関（通関情報処理システム/DELTA）を使用することもできる。2021年1月1日から全面的に電子手続きに移行予定。（なお、EU域内における輸出入には取引申告書（DEB）の提出が必要。）
インボイス	
パッキング・リスト	貨物の中身・内容の識別に必要な書類。
船荷証券	
その他（必要に応じて） <sup>65</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 輸入申告書</li> <li>● 保護動植物種に関する輸入許可書</li> <li>● 輸入ライセンス</li> <li>● 検疫証明書</li> <li>● 衛生証明書</li> <li>● 流通証明または原産地証明</li> </ul>

出所) JETRO

また、乳を含む動物性原材料を使用した食品の輸入は、EU規則に基づいた以下の要件を満たす必要があり、これらの要件はフランスに輸入する際にも適用される。

- 輸出国としての要件：
  - ① 原産国による当該動物性原材料に関する「残留物質モニタリング計画」の承認を受けている。
  - ② 当該原産国が動物性原材料/状態ごとに個別に設けられている「第三国リスト」に掲載されている<sup>66</sup>。
- 輸出事業者としての要件：
  - ③ 動物性原材料を最終食品に加工するまでのすべての加工施設などが輸出元国の政府によって認定を受けなければならない。認定された施設はさらにEU当局のホームページにおいてその名称が掲載されなければならない。なお、日本国内で生産された原料乳を使用する際は、生産農場も農林水産省への登録が必要となる。

フランス（EU）への牛乳乳製品の輸出において、日本は残留物質モニタリング計画の承認を受けており、さらに、EU域内への輸出を許可された第三国リストにも掲載されている。そのため、輸出国としての条件は満たしている。輸出事業者は、HACCPに基づく衛生管理を実施している加工施設で生産されたことを示す「衛生証明書」を厚生労働省から取得し、現地での輸入の際には表16の書類一式を提出し、動物検疫を受けなければならない。なお、JETROによれば2019年4月時点、対EU向けに認定を受けた乳加工施設は存在しないため、事実上、日本産の生乳を使用した牛乳乳製品の輸出は行われていない。

その一方で、動物性及び植物性原材料の両方が使用されている混合食品については、その特性や加工具合によりEUへの輸出は可能である。しかし、それぞれの輸入規制が異なり複雑であるため、それぞれの品目に応じた対応が必要となる。以下の表に主要要件の内容をまとめている。混合食品の輸出要件についてJETROの「動物性原材料を含む食品のEU向け輸出に関する規制について<sup>67</sup>」を一部抜粋し掲載している。

<sup>65</sup> EUによる規制などにより輸出入が制限される品目及び特惠関税制度の対象となる品目は上記の書類に加えて、随時必須書類を提出しなければならない。

<sup>66</sup> さらに、チーズ等の乳製品のEUへの本格輸出のためには、OIEから牛結核病・ブルセラ病についての清浄国認定を得る必要がある。（[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/yunyuuokuu\\_kisei\\_kaigi/dai3/siryuu2.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/yunyuuokuu_kisei_kaigi/dai3/siryuu2.pdf)）

<sup>67</sup>[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/Reports/02/2019/8584a7bc58773a05/201904kakoushokuin.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/02/2019/8584a7bc58773a05/201904kakoushokuin.pdf) .

表 17 乳製品を原材料に使用した日本産混合食品を EU 域内に輸出する場合の要件（JETRO レポートの抜粋）

原材料に占める乳製品の割合	混合食品の第三国リスト掲載国での生産	政府発行の衛生証明書の提出	輸入時の動物検疫の有無	原材料である乳製品の EUHACCP 認定工場での加工証明	日本からの輸出の可否
50%以上の混合食品	必須	必須	検査対象	衛生証明書による証明義務	日本は乳及び乳製品について A ステータスを得ている第三国リスト掲載国であるため、日本国内の EUHACCP 認定工場加工された乳及び乳製品・その他 A ステータス第三国リスト <sup>68</sup> 掲載国の EUHACCP 認定工場生産された乳及び乳製品を使用していれば輸出可能。（ただし、衛生証明書の発行が必要。）
50%未満（動物性原材料全体では 50%を超える食品）	必須	必須ではない（商業文書で可）	検査対象	商業文書等による証明義務	日本は乳及び乳製品について第三国リスト掲載国であるため、日本国内の EUHACCP 認定工場加工された乳及び乳製品・その他第三国掲載リスト掲載国の EUHACCP 認定工場生産された乳及び乳製品を使用していれば輸出可能。
50%未満（動物性原材料全体でも 50%未満）だが、安定していない混合商品 <sup>69</sup>	必須	必須	検査対象	衛生証明書による証明義務	日本は乳及び乳製品について A ステータスを得ている第三国リスト掲載国であるため、日本国内の EUHACCP 認定工場加工された乳および乳製品・その他 A ステータス第三国リスト掲載国の EUHACCP 認定工場生産された乳及び乳製品を使用していれば輸出可能。（ただし、衛生証明書の発行が必要。）
50%未満（動物性原材料全体でも 50%未満）で、安定している混合食品	不要	不要	対象外	証明義務の対象外（2020 年 12 月末まで経過措置。当該経過措置は 2021 年 4 月 20 日まで延長の上、廃止が検討されている。）	輸出可能。ただし、乳及び乳製品は日本あるいはその他の第三国リスト掲載国で加工されていることが必須。

出所) JETRO

<sup>68</sup> 乳及び乳製品においては、第三国リスト掲載国として登録されている場合でも、ステータス（ランク付け）別によって輸出できる乳及び乳製品が異なるため注意が必要。日本はステータス A を取得しており、乳製品のほかにも、生乳・初乳の輸出も可能である。

<sup>69</sup> 「安定している」混合食品とは以下の点をすべて満たしている食品を指す。1) 常温保存が可能、または製造過程ですべての原材料が熱処理により変性している。2) ヒトの食用であることが明記されている。3) 清潔な容器に密封されている。4) 輸出先国の公用語で記載されたインボイス等の商用文書及び食品ラベル表示により、混合食品の種類、分量、個数、原産国、製造業者、原材料が明らかになっている。

日 EU・EPA の発効により、育児用調製乳を含む育児用調製品（小売販売用）及びアイスクリーム以外の牛乳乳製品の関税が即時撤廃となった。牛乳、クリーム、チーズ等を含む HS コード 0401～0406 に分類される日本産牛乳乳製品はフランスに輸入される際、無関税となっている。その一方、育児用調製品（HS コード 1901.10）及びアイスクリームの一部の品目（HS コード 2105.00.91 及び 2105.00.99）の関税は段階的削減となっている。

表 18 牛乳乳製品の EU 側譲許表

HS コード	基準税率	メモ
0401～0406	0%	即時撤廃
1901.10 育児用調製品（小売用）	7.6%+EA	輸入関税に加え農業部分負担関税（EA）が課税される。輸入関税及び農業部分負担関税は 11 年目までに基準税率の 66%分の関税を削減。
2105.00.91 アイスクリーム及び その他氷菓	8%+38.5 EUR/100kg MAX 18.1%+7.0 EUR/100kg	輸入関税に加え従量税が課税される。輸入関税及び従量税は 6 年目までに基準税率の 70%分の関税を削減。
2105.00.99 アイスクリーム及び その他氷菓	7.9%+54.0 EUR/100kg MAX 17.8%+6.9 EUR/100kg	輸入関税に加え従量税が課税される。輸入関税及び従量税は 6 年目までに基準税率の 70%分の関税を削減。

出所) EU 譲許表

育児用調製品（小売用）

HS コード	基準税率	年数	税率	EA
1901.10.00	基準税率 7.6%+EA  区分 R10(-66%)	1 年目	7.10%	0.94EA
		2 年目	6.70%	0.88EA
		3 年目	6.20%	0.82EA
		4 年目	5.80%	0.76EA
		5 年目	5.30%	0.70EA
		6 年目	4.90%	0.64EA
		7 年目	4.40%	0.58EA
		8 年目	4.00%	0.52EA
		9 年目	3.50%	0.46EA
		10 年目	3.00%	0.40EA
		11 年目	2.60%	0.34EA
		12 年目	2.60%	0.34EA
		13 年目	2.60%	0.34EA
		14 年目	2.60%	0.34EA
		15 年目	2.60%	0.34EA
		16 年目及び以降	2.60%	0.34EA

出所) EU 譲許表 (<https://www.mofa.go.jp/files/000382107.pdf>)

アイスクリーム及びその他氷菓（ココアを含有するかしないかを問わない、乳脂肪分が全重量の 3%以上 7%未満）

HSコード	基準税率	年数	税率	従量税 (EUR/100kg)	最大税率	年数	税率	従量税 (EUR/100kg)
2105.00.91	基準税率 8.0%+38.5 EUR/100kg  区分 R5(-70%)	1年目	7.10%	34.01	MAX 18.1%+7.0 EUR/100  区分 R5(-70%)	1年目	16.00%	6.18
		2年目	6.10%	29.52		2年目	13.90%	5.37
		3年目	5.20%	25.03		3年目	11.80%	4.55
		4年目	4.30%	20.53		4年目	9.70%	3.73
		5年目	3.30%	16.04		5年目	7.50%	2.92
		6年目	2.40%	11.55		6年目	5.40%	2.10
		7年目	2.40%	11.55		7年目	5.40%	2.10
		8年目	2.40%	11.55		8年目	5.40%	2.10
		9年目	2.40%	11.55		9年目	5.40%	2.10
		10年目	2.40%	11.55		10年目	5.40%	2.10
		11年目	2.40%	11.55		11年目	5.40%	2.10
		12年目	2.40%	11.55		12年目	5.40%	2.10
		13年目	2.40%	11.55		13年目	5.40%	2.10
		14年目	2.40%	11.55		14年目	5.40%	2.10
		15年目	2.40%	11.55		15年目	5.40%	2.10
		16年目 以降	2.40%	11.55		16年目 以降	5.40%	2.10

出所) EU 譲許表 (<https://www.mofa.go.jp/files/000382107.pdf>)

**アイスクリーム及びその他氷菓（ココアを含有するかしないかを問わない、乳脂肪分が全重量の7%以上のもの）**

HSコード	基準税率	年数	税率	従量税 (EUR/100kg)	最大税率	年数	税率	従量税 (EUR/100kg)
2105.00.99	基準税率 7.9%+54.0 EUR/100kg  区分 R5(-70%)	1年目	7.10%	47.70	MAX 17.8%+6.9 EUR/100  区分 R5(-70%)	1年目	15.70%	6.10
		2年目	6.10%	41.40		2年目	13.60%	5.29
		3年目	5.10%	35.10		3年目	11.60%	4.49
		4年目	4.20%	28.80		4年目	9.50%	3.68
		5年目	3.30%	22.50		5年目	7.40%	2.88
		6年目	2.40%	16.20		6年目	5.30%	2.07
		7年目	2.40%	16.20		7年目	5.30%	2.07
		8年目	2.40%	16.20		8年目	5.30%	2.07
		9年目	2.40%	16.20		9年目	5.30%	2.07
		10年目	2.40%	16.20		10年目	5.30%	2.07
		11年目	2.40%	16.20		11年目	5.30%	2.07
		12年目	2.40%	16.20		12年目	5.30%	2.07
		13年目	2.40%	16.20		13年目	5.30%	2.07
		14年目	2.40%	16.20		14年目	5.30%	2.07
		15年目	2.40%	16.20		15年目	5.30%	2.07
		16年目 以降	2.40%	16.20		16年目 以降	5.30%	2.07

出所) EU 譲許表 (<https://www.mofa.go.jp/files/000382107.pdf>)

上記品目の関税削減スケジュールは下記のリンクから EU の譲許表「附属書 2-A 関税の撤廃及び削減、第二編 EU による関税の撤廃及び削減 (Tariff elimination and reduction – the European Union)」で詳細を確認することができる。

EU 譲許表「附属書 2-A 関税の撤廃及び削減、第二編 EU による関税の撤廃及び削減」  
→ [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/europe/eu/epa/pdf/euepa.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/europe/eu/epa/pdf/euepa.pdf)

### 3.3.2 商習慣（営業・販促方法・プロモーション手法等）

#### フランス（パリ）における日本食品の販売

フランスの食品小売市場を価格帯及び顧客層で分けると以下のようなになる。

カテゴリー	企業/ブランド	価格帯・顧客層
ラグジュアリー	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Grande Epicerie au Bon Marche</li> <li>• Lafayette Gourmet</li> <li>• Printemps</li> <li>• Fauchon Madeleine 等</li> </ul>	中～高所得層向け 高級デパートの食品館等 高品質な商品を揃えており高価格なためギフト用などとして購入されている。
ハイエンド (オーガニック)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biocoop</li> <li>• Carrefour Bio</li> <li>• Naturalia</li> <li>• Bio c' Bon 等</li> </ul>	中～高所得者層向け 大衆向けの小売店や量販店よりも比較的高価格だがオーガニック商品や農産物を数多く取り揃えている。
大衆向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carrefour</li> <li>• Auchan</li> <li>• System U</li> <li>• Casino 等</li> </ul>	低～中所得者層向け ハイパーマーケットやスーパーマーケットが中心で郊外に展開。消費者の日常的な買い物場所である。低価格の品揃えを売りにしている。プライベートブランドも豊富。
ディスカウント	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lidl</li> <li>• Aldi</li> </ul>	低～中所得者向け プライベートブランドが中心的。 輸入品などの品揃えはほぼない。
その他食品専門店		ベーカリーやチーズ専門店などに代表される食品専門店。フランチャイズもあるが、個人経営が中心的。チーズ専門店においてはスペシャリティ商品を扱う。

出所) JETRO、MAFF レポート及び現地調査を基にプロマー作成

フランスは EU 域内でも特に日本食が普及している国であり、日本食レストランや日本食を提供するアジアレストラン及びファストフード系の寿司チェーン店は数多く存在する。日本食ブームやタイ料理及びベトナム料理等も人気を集めていることから、大衆向けのハイパーマーケットやスーパーマーケットでもアジア食品コーナーが設置されており、醤油やわさび、酢、味噌、豆腐等が販売されていることもある。寿司においてはその人気から、大型食品小売店でも寿司コーナーが設置され、手軽に食べられるテイクアウト寿司も多く販売されている。しかしながら、外食・小売向けの日本食品が全て日本産という訳ではない。価格や調達の難易度から日本産の商品の取り扱いは限られており、例えば加工食品においても日本からの輸入ではなく日本メーカーのヨーロッパ工場から調達されているケースが多い。柚子もフランスでは人気だが、柑橘類の輸入規制は厳しいためスペイン産の柚子を輸入しているという声も現地インタビューで聞かれた<sup>70</sup>。そのため、フランスでは日本食はブームである一方、日本産 (made in Japan) の食材や食品の流通は決して多くない。

日本産の食材・食品が取り扱われている小売店は、高品質及び希少性の高い商品を販売する高級デパートの食品館や日本食品に特化した輸入専門店及び高級レストラン<sup>71</sup>などである。高級デパートの食品館はその顧客層や購買目的、ハイパーマーケットやスーパーマーケットとの差別化を図るため高品質で他の競合店にはない品揃えを意識している。例えば、Fauchon Madeleine では Fauchon ブランドではあるものの日本産の玉露緑茶を販売している<sup>72</sup>。JETRO によれば Lafayette Gourmet 及び Bon Marche では日本の茶、味噌、わさび、うどんなどが取り扱われており、Bon Marche に至っては日本食コーナーが設置され多くの日本食品が揃えられている<sup>73</sup>。パリに店舗を構える輸入食品店も安価なアジア系輸入ストアと差別化を図るため商材のほとんどが日本ブランドや日本産である。同店舗にインタビューしたところ、客層の 6 割～7 割は現地のフランス人で、日本好き (漫画・アニメファン等) や旅行で日本を訪れたことのある顧客が、日本のお菓子や食材等を求めて買いに来ると話していた<sup>74</sup>。なお、フランスで主に日本食品を輸入している主な輸入業者は以下の通りである。

企業名	ウェブサイト
京子食品	<a href="https://www.kioko.fr/jp/">https://www.kioko.fr/jp/</a>

<sup>70</sup> 現地インタビューより。

<sup>71</sup> 日本人シェフが経営している日本食レストラン等。

<sup>72</sup> Fauchon.com

<sup>73</sup> JETRO、「フランス市場への架け橋」

<sup>74</sup> 現地インタビューより。

JFC France	<a href="https://www.jfc.eu/en/logistics/france/">https://www.jfc.eu/en/logistics/france/</a>
Foodex Group France	<a href="https://www.foodex.fr/">https://www.foodex.fr/</a>

### 小売店における販売促進及びプロモーション

ハイパーマーケットやスーパーマーケット等では低価格での販売を強みとしているため、販売促進方法として値引き販売を実施することが一般的である。Buy One Get One Free（商品一つの値段で二つ購入できること）に代表されるような2つ購入すると1つおまけや1つ購入で2つ目が半額になるといった値引き販売である。また、オンラインで注文し店舗で品物をピックアップするドライブ・スルー形式も需要があるため、各店舗のオンラインページで割引やプロモーション価格を公表している。AuchanのFontenay店舗のオンラインページでは、オーガニックスキムミルク常温6本入りパックが5.07ユーロで販売され10%割引のコードがついていた。

フランスの小売店や量販店でのプロモーションで最も効果的な方法は、店頭での試食及び試飲の実施である。農林水産省の調査レポートによれば、寿司の試食や日本産ウィスキーの試飲等は小売店でも人気があるという<sup>75</sup>。特に、日本産牛乳製品の場合、フランスの消費者は日本＝乳製品というイメージを持っていないため店舗で試食や試飲を実施しどのような商品があるのか、どのような食べ方ができるのかなどを知ってもらうことは重要である。日本食は既にブームとなっているため、フランスでよく知られている日本食品とのフードペアリングなども効果的であると考えられる。また、フランスでも日本の漫画及びアニメが知られており、日本の漫画やアニメキャラクターとのコラボ商品も他にはない商品となり需要が生まれると思われる。メディアを使ったプロモーションにおいては、コマーシャル等のテレビ広告が効果的といわれており、また、若い世代をターゲットにする場合はSNSでのプロモーションも効果があると思われる。



- 左) 現地スーパーで販売されていた子供向けさけるチーズ。個別パックされたさけるチーズが2本入っている。
- 中央) 子供向けフレーバーミルク。日本のキャラクターがパッケージにデザインされている。
- 右) 現地で日本食品に特化する輸入食品店で販売されていた日本のアイスクリーム

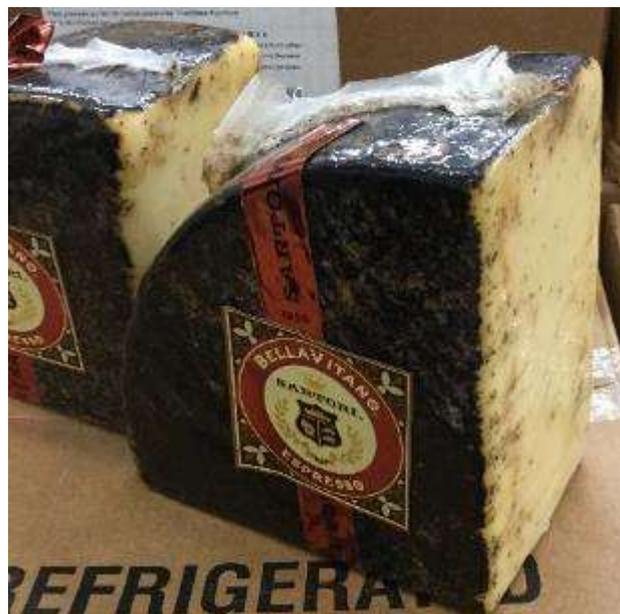
### チーズ専門店におけるプロモーション

本調査では、牛乳製品のうち特にチーズに焦点を当てているため、以下ではフランスにおけるチーズの販売及びプロモーションについてもまとめる。

<sup>75</sup> 農林水産省、「平成29年度輸出戦略実行事業 EUにおける大手小売調査報告書」

チーズの生産大国であるフランスでは、チーズ専門店も多く普及している。フランスチーズメーカー連合によれば、量販店の台頭によりチーズ専門店の店舗数も減少していたが、近年は再び増加しており現在はフランス全土に約 3,200 店舗存在する<sup>76</sup>。Carrefour や Auchan 等の量販店で販売されるチーズは大手チーズメーカーブランド（President 等）や大量生産が可能な商品を扱っているが、チーズ専門店では、AOP ブランドや小規模のチーズ工房及び酪農家が手作りしているスペシャリティ商品が主力である。同連合が行なった調査によれば、チーズ専門店での取り扱いのある商品数は平均で 231 品あり、アンケートに参加した 207 の専門店のうち 45%の店舗が輸入品の取り扱いもあると回答している。平均 16 品の輸入チーズが置かれており、取り扱いの多い輸入品は多い順からイタリア産パルメザンチーズ、同ゴルゴンゾーラ、同モッツアレラ、英国産スティルトン及びスペイン産マンチェゴである。現地調査で訪れたランジス卸売市場では米国産のスペシャリティチーズも取り扱われていたため、少量ながら米国産も流通していると考えられる。年間を通して取り扱いのあるチーズの種類もある一方、季節によって消費が増減するチーズもあるため、夏はカマンベールチーズやブリーチーズ等の白カビタイプ、冬になるとモン・ドールチーズ等に商品が変わる<sup>77</sup>。また、同アンケートに参加したそれぞれ 58%及び 31%の店舗が販売促進及びプロモーションのためのイベントやセールを開催すると回答している。

現地調査でチーズ専門店にヒアリングを行なった際は、高品質（AOP）、原材料の品質やこだわり、製造



左) ランジス市場の乳製品部門にて。同部門では 130 の卸売及び輸出入業者が取引を行っており、2018 年の売上は約 9.6 億ユーロであった。

右) ランジス市場で取引されていた米国産チーズ。エスプレッソコーヒー風味。

方法等でおいしいチーズを見つけるためチーズフェアで買い付けを行ったり、フランスの地方のチーズ工房や酪農家等に直接出向いたりして、出荷契約を結んでいるという声が聞かれた<sup>78</sup>。農場で生産されているチーズは AOP 認定が付いていない場合が多いが、それらのチーズには各農場が持つ独自の生産者スタンプが押されており、他にはない唯一の商品として消費者に認識されるためプレミアム価格で販売することができる。

チーズ専門店を利用する消費者の多くは、チーズを食べることが習慣化しているシニアの消費者や比較的高額商品を購入することのできる中・高所得層である。現地のチーズ専門店によれば、シニア世代の買い物客はほぼ毎日購入する傾向があり、働く世代の買い物客は仕事終わりに店舗に寄るとい<sup>79</sup>。買い物客はチーズに関する知識があり、好みのチーズの種類や味等を理解している。新商品等についてはカウンター上の会話の中でお勧めするという話が聞かれた。

スペシャリティチーズを売りとするチーズ専門店において日本産チーズを販売することは、フランス産、

<sup>76</sup> <http://www.fromagersdefrance.com/devenir-fromager/chiffres-cles>

<sup>77</sup> 現地調査インタビューより。

<sup>78</sup> 同上

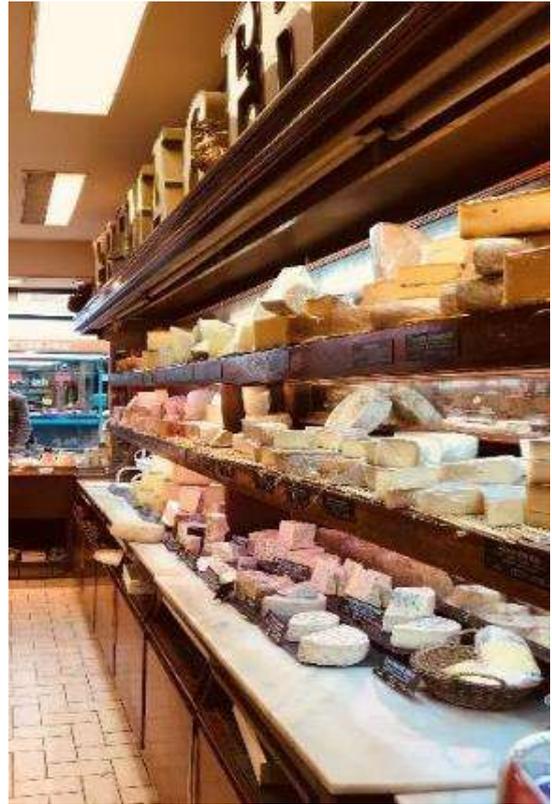
<sup>79</sup> 現地調査インタビューより

AOP、欧州の有名な輸入チーズが競合品となり激しい競争にさらされる。また、日本＝乳製品（チーズ）というイメージがないため、消費者に日本のチーズを受け入れてもらい定着させるには長い時間がかかると予想される。しかしながら、チーズ専門店もこだわりのチーズを集めており、高品質で希少性の高いチーズには興味を示すと考えられる。これら専門店のバイヤーは、輸入食品の見本市や様々なチーズを各地域から集めたチーズフェア等に参加し、店舗で販売できる商品を常に探しているためこういった見本市やフェアに参加することも日本産チーズを知ってもらうきっかけとなる。現地調査でインタビューしたチーズ専門店からは、チーズコンテストで入賞するとバイヤーに興味を持ってもらいやすいという話が聞かれた<sup>80</sup>。また、パリ市内では柚子を混ぜ込んだチーズも販売されていたため、上記に挙げたとおり、現地で知られている他の日本食材・食品とのフードペアリングもプロモーションの手段の1つである。また、フランスではプロセスチーズは子供向けと認識されており、量販店や小売店のみで販売されている。現地調査でインタビューを行ったチーズ専門店のマネジャーによれば、日本産のチーズがフランス市場に参入及び拡大することは厳しいものの、日本の技術の高さを利用した「さけるチーズ」等で新規参入を図ることは可能かもしれないと話していた<sup>81</sup>。実際に、現地でもさけるチーズと同等の商品は子供向けとして販売されているが、味が一つのみであり、日本のような多様な種類がない。

---

<sup>80</sup> 現地調査インタビューより

<sup>81</sup> 同上



左上) チーズ専門店で購入されているハードチーズ

左下) チーズ専門店で購入されている白カビチーズ。灰（アッシュ）チーズもある

右) 現地で訪問したチーズ専門店。ショーウィンドーがあり、様々なチーズが陳列されており歩道を歩いている人からも良く見えるようになっている。ソフトタイプの小ぶりチーズはガラスカウンターに並べられ、セミハード及びハードチーズはカウンターの後ろにある棚に飾られていた。

表 19 輸入チーズの種類と価格（参考）

生産国	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/kg
英国	Cheddar	チェダー	200g	6.00	15.60
オランダ	Gouda fermier au pesto vert	ゴード	250g	4.05	16.20
オランダ	Gouda extra-vieux	ゴード	200g	5.94	18.70
オランダ	Gouda vieux	ゴード	250g	5.76	23.04
イタリア	Mozzarella di bufala	モッツァレラ	250g	6.05	24.80
英国	Blue Stilton	スティルトン	200g	5.22	26.10
イタリア	Parmegiano reggiano	パルメジャーノ・レジャーノ	250g	6.60	26.40
イタリア	Gorgonzola cremoso	ゴルゴンゾーラ	200g	5.50	27.50
アイルランド	Irish porter Cheddar	チェダー（アイリッシュ・ポーター風味）	200g	5.70	28.50
イタリア	Parmesan 24 mois	パルメザン	150g	4.96	33.07
イタリア	Mozzarella tressee des Pouilles (bio)	モッツァレラ	120g	4.10	34.17
イタリア	Gorgonzola cremoso a la cuillere	ゴルゴンゾーラ	250g	8.99	35.96
スペイン	Manchego 12 mois	マンチェゴ	250g	9.65	38.60
スイス	Gruyere suisse affine 15 mois grande reserve	グリュイエール	270g	10.71	39.67
スイス	Appenzeller extra	アッペンツェラー	200g	8.42	42.10
英国	Stilton AOP	スティルトン	250g	10.88	43.52
イタリア	Pecorino Romano	パルミジャーノ・レッジャーノ	200g	6.56	44.70
オランダ	Tartufo - fermier	トリュフチーズ	250g	11.25	45.00
オランダ	Gouda a la truffe fermier	ゴード（トリュフ風味）	250g	10.24	45.51
オランダ	Vieux Gouda fermier	ゴード	200g	9.78	48.90
イタリア	Tomme de brebis sarde a la truffe	トム・ド・サヴォワ	150g	8.99	59.93
英国	Cheddar fermier	チェダー	200g	5.98	n/a

出所) プロマー編集

## 3.4 牛乳乳製品の輸入に関するラベル・表示等の規制

### 3.4.1 ラベル表示に関する規定<sup>82</sup>

#### ① 輸入食品の表示義務

EUにおける食品ラベル表示規制は2011年に新たに改正され、2014年12月13日から適用された「消費者への食品情報提供に関する規制（欧州議会・理事会規制（EU）No1169/2011）」に定められている。同規制はEU域内で流通する食品全般（ケータリング向け食品を含む）及び輸入食品に適用される。同規制では下記の項目に表示義務を定めている。食品ラベルに使用される言語は、EUの公用語であれば複数の記載が可能であるが、当該製品の販売国における公用語は必ず使用されなければならない。

- I. 販売製品の名称（品名）
- II. 成分リスト
- III. アレルギー成分
- IV. 特定の成分（ないし成分カテゴリー）の分量
- V. 正味量
- VI. 賞味あるいは消費期限
- VII. 特別な保管条件や使用条件（特にある場合）
- VIII. アルコール濃度（重量比でアルコールを1.2%以上含む飲料）
- IX. 栄養表示/カロリー表示

また、栄養表示として下記の項目の表示が義務づけられている（100グラム当たり、または100ミリリットル当たりの量を表示）。

- I. エネルギー量
- II. 脂質
- III. 飽和脂肪酸
- IV. 炭水化物
- V. 糖分
- VI. たんぱく質
- VII. 塩分

食品中のアレルゲンの強調表示は義務化され、以下の物質およびその製品が表示対象となる。

- I. グルテンを含有する穀類（小麦、ライ麦、大麦、オーツ麦等）
- II. 甲殻類
- III. 卵
- IV. 魚介類
- V. ピーナッツ
- VI. 大豆
- VII. ミルク及びラクトースを含む製品
- VIII. ナッツ（アーモンド、ヘーゼルナッツ、クルミ、カシューナッツ、ピスタチオ、マカダミア等）
- IX. セロリ
- X.マスタード
- XI. ゴマ
- XII. 二酸化硫黄（10mg/kg または 10mg/l を超える場合）
- XIII. ハウチワマメ（Lupin）
- XIV. 軟体動物

EUにおいては、ある食品がその属するロットを特定することができる記載、または「マークに関する理事会指令 89/396/EEC」により、全ての食料品に製造ロット番号を表示することが義務付けられている。ロット表示は“L”の文字を最初に記し、見やすく、読みやすく、そして消去不能なものでなければならない。

<sup>82</sup> <https://www.ietro.go.jp/world/qa/04A-080915.html>

### 3.4.2 動物性原材料を含む食品の規制<sup>83</sup>

牛乳乳製品には乳が含まれているため、EU 域内に輸出する際には動物性原材料に関する EU 規制が適用される。動物性原材料を含む食品は、その動物性原材料の状態によって 1) 動物性未加工食品（生鮮食品）、2) 動物性加工食品、3) 混合食品に類別され、対 EU 輸出の際はそれぞれ異なる規制に準じなければならない（詳細は表 17 を参照）。

1) の動物性未加工食品とは、生鮮食品や冷凍・冷蔵食肉があてはまり、過熱などによって変化を受けていない状態を指す。その一方、2) の動物性加工食品とは、加熱、薫蒸、熟成、乾燥、マリネなどの加工工程を経て製造される食品が当てはまり、加熱殺菌乳やチーズ、ヨーグルトなどは同類に含まれる。また、3) の混合食品とは、EU 規制において「動物性加工食品と植物性食品の双方を原材料に含む食品。一時製品の加工が最終製品の製造上不可欠なプロセスとなっている場合も含む。」と定義されている。なお、フルーツ入りのヨーグルトなどは動物性加工食品と植物性食品が含まれるため混合食品と考えられがちだが、実際は動物性加工食品に該当するため留意する必要がある。これは欧州委員会のガイドラインにおいて、「動物性加工食品に特徴付ける等のための植物原材料を添加する」、「動物性加工食品の性質上植物原材料が欠かせない場合」については混合食品ではなく動物性加工食品に分類されると定義しているためである。

また、EU へ輸入される動物性食品（動物性未加工食品及び動物性加工食品）は「欧州議会・理事会規則 853/2004」に従って、欧州委員会が作成する輸入承認リスト（第 3 国リスト）に原産国が登録されていなければ輸入が認められない。EU へ食品を輸出する事業者は、当該国の管轄当局が EU の要件を満たすことを保証した輸入許可施設のリストに記載されていなければならない。牛乳乳製品においては、2019 年 2 月 24 日に日本を第 3 国リストに加える改正が行なわれ、3 月 26 日に正式に記載された<sup>84</sup>。

輸入手続き及び動物性食品の輸入要件と必要書類については 3.1.1 を参照。

### 3.4.3 容器・容量規制<sup>85</sup>

食品と接触する素材は、「欧州議会・理事会規則(EC)No.1935/2004」のほかプラスチックなど特定素材や特定物質別に定められた規則等によって規制されている。

「欧州議会・理事会規則(EC)No.1935/2004」では下記の要求事項が記載されており、EU への輸出食品業者や加工業者は同規則に準ずることによって EU における食品接触剤規則へ対応することになる。

#### i. 主な要求事項

食品と接触する素材（Food Contact Material、以下 FCM）が適正な手順（Good Manufacturing Practice）で正しく製造され、規則に適合していることを示す根拠をもって証明・文書化したものを用意し、適合宣言書をもって安全性を宣言することが求められている。また、食品非接触面であっても、非接触面に使用されたインクが食品接触面に移行しないように取り扱うことが要求される。

#### ii. 素材別の要求事項

同規則は、食品に接触する可能性のあるほとんど全ての素材を対象としている。ただし、素材によっては特定の規則を設けているので留意が必要である。

#### iii. EU 加盟国の国内法

さらに、フランスの国内法や欧州評議会の決議及びガイダンスもあり、それぞれの法適合性を確認する必要がある。

また、フランスではフランス競争・消費・不正抑止総局（DGCCRF）によりアルミニウム、ステンレス鋼等の金属・合金の使用が規制されている。同国では法令 NO.2012-1442 に基づき、食品に接触する全ての包装容器などについてのビスフェノール A の使用が禁止されている。日本では缶の裏側にビスフェノール A が使用されていることが多く留意が必要である。

<sup>83</sup> [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/jfile/report/07001670/report\\_food\\_label.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07001670/report_food_label.pdf)  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/Reports/02/2019/8584a7bc58773a05/201904kakoushokuhin.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/02/2019/8584a7bc58773a05/201904kakoushokuhin.pdf)

<sup>84</sup> <http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/douei/190308.html>

<sup>85</sup> <https://www.jetro.go.jp/world/ga/J-180304.html>  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/Reports/02/2018/b44bfbfb1ad278a8/eu\\_guide2017.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/02/2018/b44bfbfb1ad278a8/eu_guide2017.pdf)

#### 3.4.4 食品添加物<sup>86</sup>

EUにおける食品添加物に関する基本的な規則は、欧州議会・理事会規則（EC）No.1333/2008 に定められており、同規則の食品添加物リストに記載された 27 分類の食品添加物のみ使用が認められている（ポジティブリスト制）。食品添加物リストや食品添加物の仕様は改正または再リスク評価などが適宜進められていることから、日本から食品等を輸出する際は最新の認可リストまたはデータベースで確認する必要がある。

使用が認められている食品添加物のデータベースは Food Additives Database ([https://webgate.ec.europa.eu/foods\\_system/main/?sector=FAD](https://webgate.ec.europa.eu/foods_system/main/?sector=FAD)) から確認することができる。

---

<sup>86</sup> <https://www.jetro.go.jp/world/ga/04A-080915.html>  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/jfile/report/07001683/report\\_additives.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07001683/report_additives.pdf)

## 4 【調査 2】 流通・物流構造調査

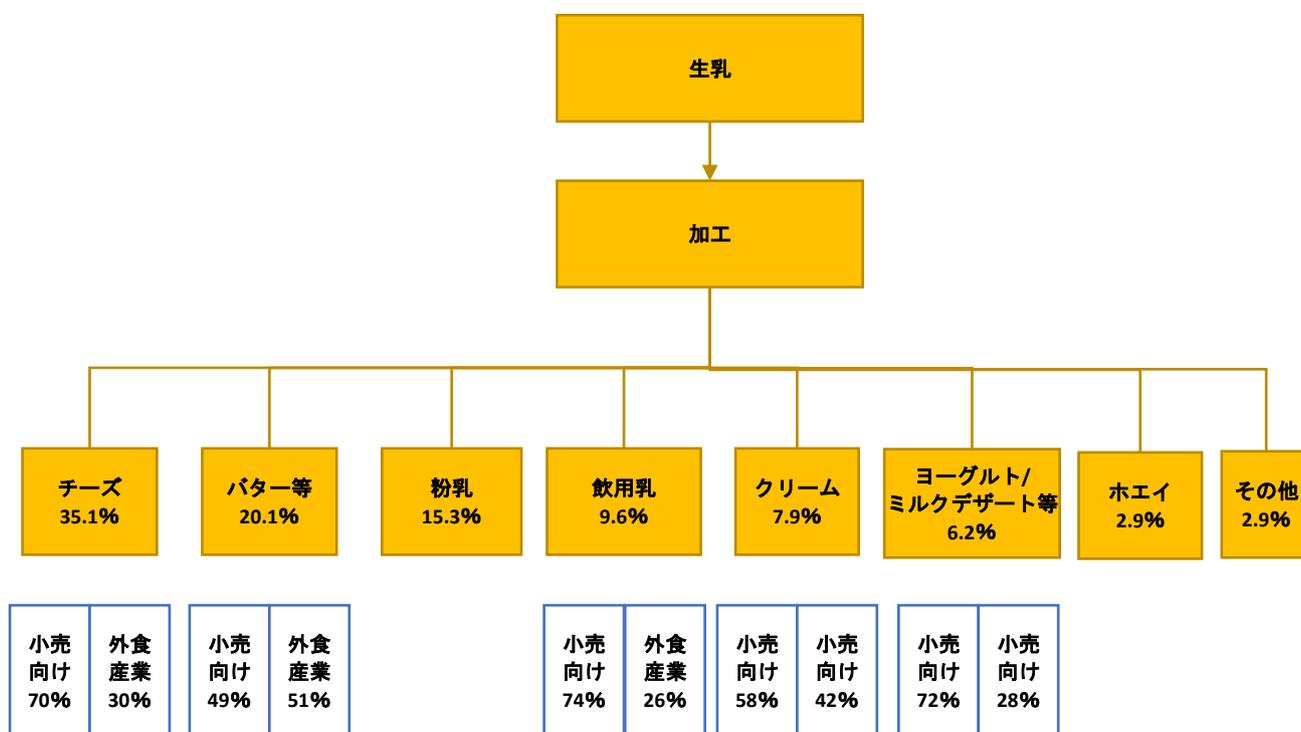
### 4.1 物流実態

#### 4.1.1 物流実態

##### (1) 流通販路経路

CNIELによれば、フランスの生乳仕向け先はチーズ向けが第1位を占め、全体の約35%の生乳はチーズ生産に使用されている<sup>87</sup>。チーズに続く第2位はバター及び乳脂肪製品が20.1%を占め、粉乳(15.3%)、飲用乳(9.6%)、クリーム(7.9%)及びヨーグルト(6.2%)と続く。以下の図に示されている通り、チーズや飲用乳、ヨーグルト等は小売向け(家庭用消費)の割合が多いのに対し、バターやクリームなどは外食産業向けの割合が高く、ベーカリーやパティスリー等での使用が多いことが分かる。また、粉乳は主に業務用であり、飼料等にも使われている。

図 16 生乳の用途別の割合 (2018年)



出所) FranceAgriMer, Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires 2019 及び CNIEL2019 を基に作成。

##### (2) 物流フロー

以下の図は、FranceAgriMer のレポートを基に作成した牛乳乳製品の一般的な物流フローである。上記の通り、牛乳、ヨーグルト、チーズ等は小売・量販店向けがほとんどであるが、粉乳は業務用がほとんどである。商品の配送において大手加工業者及び量販店等は自社で行なうが、中・小加工業者・小売店は外部の流通業者に委託する場合がある。また、パリ市郊外に設置されているランジス卸売市場も物流の重要拠点であり、小規模工房などで製造されるスペシャリティチーズやバター等の商品は卸売業者を通し、一度、ランジス市場に出荷され、チーズ専門店等のバイヤーに購入される<sup>88</sup>。

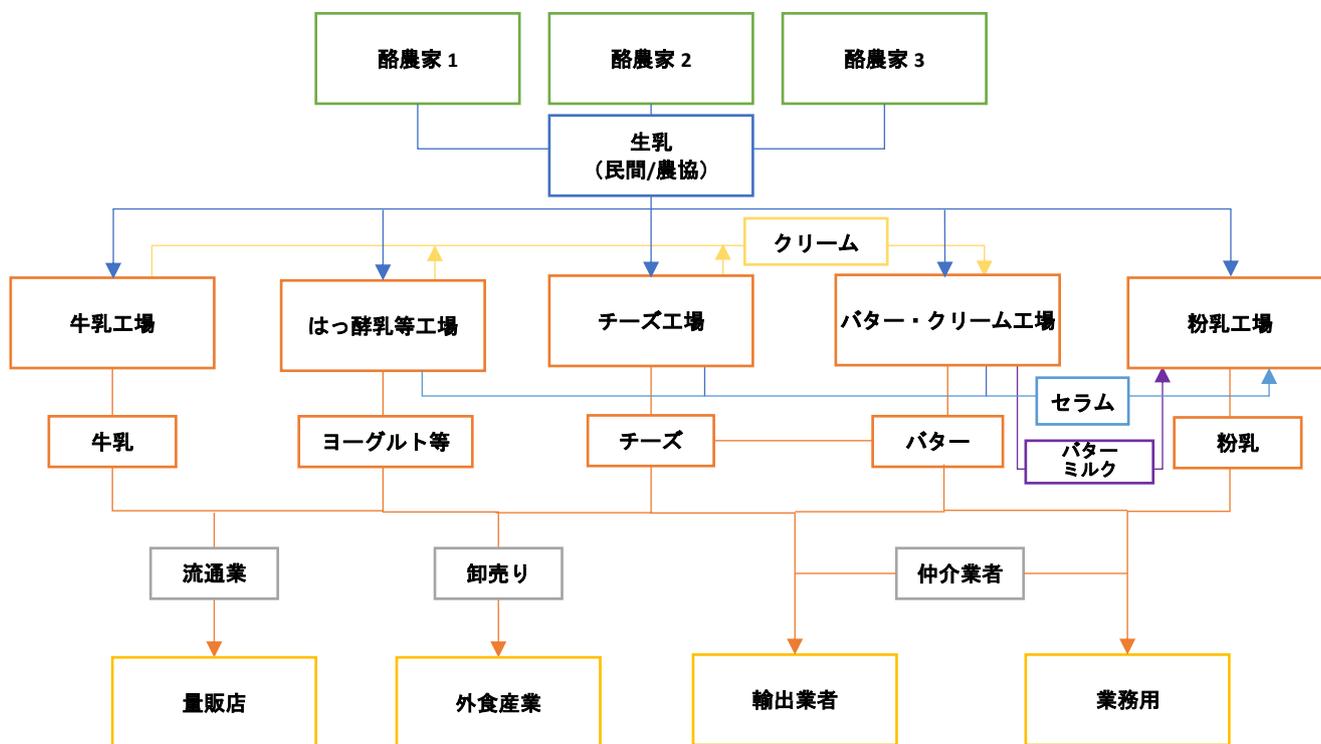
フランスの酪農業では農協が重要な役割を果たしている。牛乳乳製品のサプライチェーンにおいて、55%

<sup>87</sup> 固形成分量 MSU に占める割合

<sup>88</sup> 現地調査インタビューより。

の生乳は農協によって集乳されている<sup>89</sup>。Sodiaal などの大手酪農組合は、生産から販売に至るまでの全ての製造工程に関わっており、集乳された牛乳などは組合傘下の加工企業に届けられ、飲用乳、チーズ、はっ酵乳に製造される。Sodiaal 傘下の代表的なブランドは、Yoplait、Candia、EntreMont、Coeur Lion などが挙げられる。

図 17 フランスにおける牛乳乳製品の流通フロー



出所) FranceAgriMer, Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires 2019 を基に作成。

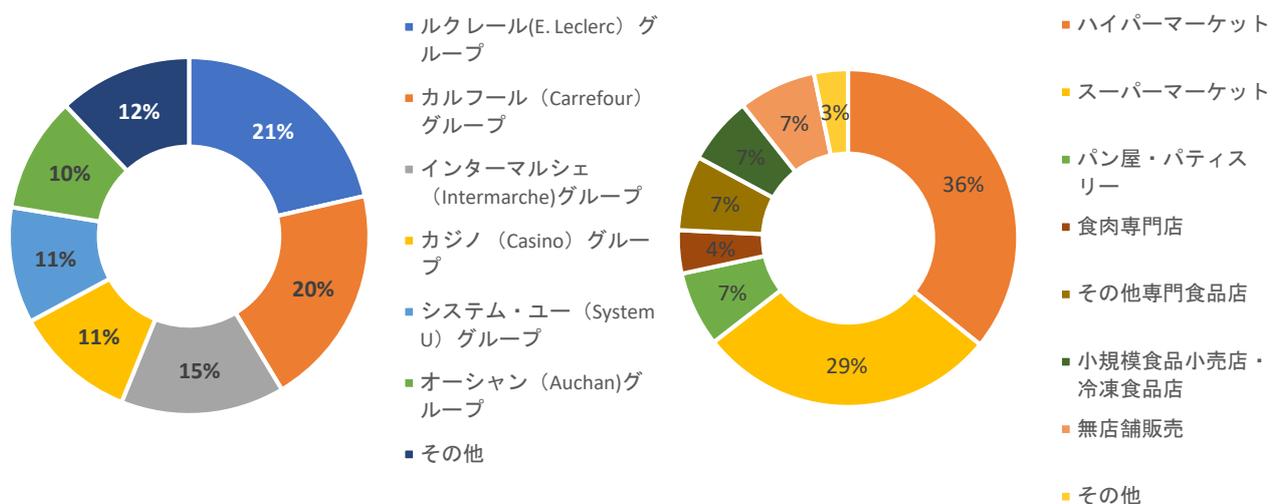
### (3) 流通特徴

フランスの食品小売市場の特徴は大手小売企業による寡占化であり、大手 6 社で市場の約 9 割を占めている<sup>90</sup>。店舗形態別のシェアにおいては、ハイパーマーケットやスーパーマーケット、ディスカウントストア等の大型及び中型総合小売等が全体の約 65%を占め、ベーカリー、パティスリー、及びスペシャリティ食品を扱う専門店が約 18%を占めている。

<sup>89</sup> <https://edepot.wur.nl/244795>

<sup>90</sup> JETRO レポート、「フランスの食品市場について」2019 年

図 18 フランスにおける小売市場及び小売形態の内訳



出所) JETRO

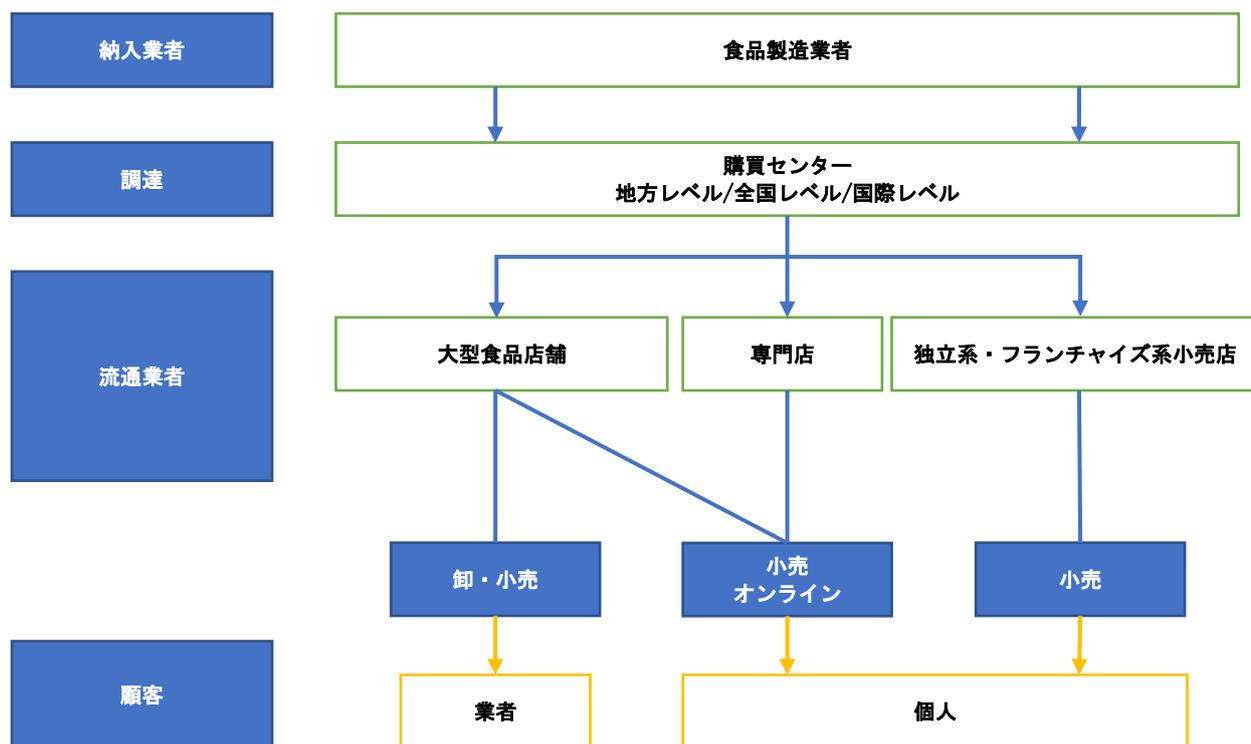
フランスの食品小売企業は購買センター（部門）からの商品調達主流であり、購買センターは企業内に設置されている場合と、外部の専門企業に委託している場合がある。Carrefour はグループ傘下に購買センターを有している一方、Leclerc は SystemU と共同で購買センターを運営し、Casino も同様に他社と共同で購買センターを運営している。

商品調達はフランス全土または地方レベルで統括されている<sup>91</sup>。Carrefour や Casino グループは全国レベルで購買センターが仕入れを行なうのに対し、Leclerc や Inter Marche グループは全国レベルの購買センターに加え地方レベルの購買センターでも商品を購入している。これらの購買センターは商品の仕入れの他、仕入先が同国の法規制に準拠しているかどうか、また関税の支払いが適切に行なわれているかどうか等をチェックする役割も担っている<sup>92</sup>。

<sup>91</sup> JETRO レポート、「日本食品マーケティング調査（フランス）」2011年

<sup>92</sup> MAFF レポート

図 19 フランスにおける食品流通フロー



出所) JETRO

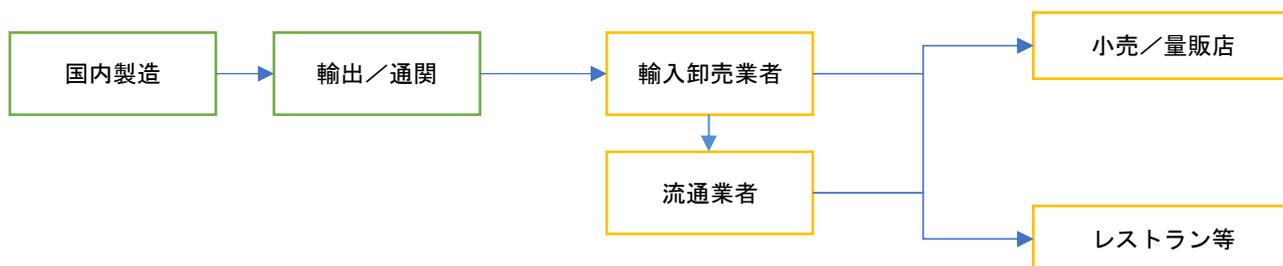
近年、オンラインショッピングの拡大などにより、ハイパーマーケットやスーパーマーケット等における実店舗の売上げも伸び悩んでおり、中でも、非食料品の売上げが落ち込んでいる。また、低価格が売りであるこれらの大型・中型総合小売店の競争は激化しており、各企業はこれまでのスケールの大きい店舗展開よりも、日本のコンビニと同等の小規模店舗を、都市部を中心に展開している。Carrefour Express や Carrefour City など小規模型店舗に当てはまる。現地調査では、商品の差別化を行なうため今までディスカウントストアとして成り立っていた Audi 等もクリスマスシーズンなどの季節に合わせたプレミアム商品・高価格商品を販売しているというコメントがあった<sup>93</sup>。その他には、プライベートブランドの拡大やオンラインで注文した商品を大型・中型店舗でピックアップするドライブ・スルー形式の販売も伸びを見せている<sup>94</sup>。

<sup>93</sup> 現地調査インタビューより。

<sup>94</sup> 森脇丈子、「フランス大手食品小売業の「Drive」の現状と課題」

#### 4.1.2 輸出～現地販売までの日数

図 20 輸出の流れ



出所) JETRO

日本から海運で輸出する際は、フランス（ル・アーブル港）に貨物が到着するまで 30 日～45 日程度かかり、通関での手続きや国内輸送時間を含めるとメーカーから出荷（日本国内）→輸出→輸入→現地販売まで 3～4 ヶ月程度を必要とする。以下では、現地で日本食品を輸入する業者に聞き込みを行なった際に得られた情報をまとめた。

- フランス（及び EU）では牛乳・乳製品の輸入に関して厳しい規制が設けられており、動物性原材料が含まれる食品等は通関の際に原料及び産地などを細かくチェックされる。
- 日 EU・EPA により日本産の乳製品は輸出しやすくなったと考えている日本の業者もいる。しかしながら、EPA により関税は撤廃となったものの、輸入規制は緩和されていないため、現時点では日本から乳製品を輸入することは難しい。
- 以前、フランスに日本産食品を輸入しようとした際、HACCP に基づく衛生管理下で製造されていない原料が使用されていたため通関でコンテナを止められ日本に送り返さなければならなかった。
- フランス及び EU では全ての輸入食品に対し当該国（販売国）の公用語でのラベル表示が義務付けられている。そのため、輸出前に日本でフランス語のラベルを作成・貼り付けしている。
- 動物性原材料の使用が 50%未満である食品は、輸入の際に衛生証明書や HACCP に基づく衛生管理を実施している施設での製造証明書などを提出する必要はない。しかしながら、乳製品を含む日本産食品を輸入しようとした際、製造会社から原材料及び使用割合を証明する書類をもらうことができず、輸入を断念したことがある。

また、インタビューを行なった輸入業者から日本産食品／乳製品を輸入する際に賞味期限が課題であることが挙げられた。国内出荷から現地店舗に並ぶまでに 3～4 ヶ月程度かかる。さらに、既存の在庫処理もあるため、店頭販売した時点で十分な賞味期限（最低 6 ヶ月）が残されていることが重要である。そのため、賞味期限は 1 年以上が望ましい<sup>95</sup>。

#### 4.1.3 主要食品小売事業者

##### 食品小売店概要

4.1.1 に記載されている通り、フランスの食品小売市場は少数の大手プレーヤーによって成り立っている。店舗形態は大きく 6 つに分けることができ、ハイパーマーケット、スーパーマーケット、ディスカウントストア、コンビニエンスストア/ミニスーパー、食品専門店、その他（デパート、オンライン等）で構成されている。以下では、店舗形態の定義、及び形態別の大手食品小売企業トップ 5 及び市場シェアをまとめた。

表 20 食品小売店の形態別分類

ハイパーマーケット	売場面積が 2500 m <sup>2</sup> 以上の店舗。食料品及び非食料品を販売する大型総合小売店。平均売場面積は 5600 m <sup>2</sup> 。
スーパーマーケット	売場面積が 400 m <sup>2</sup> 以上 2500 m <sup>2</sup> 以下の店舗。中型総合小売店。平均売場面積は 1250 m <sup>2</sup> 程度。
ディスカウントストア	商品のほとんどはプライベートブランド。
コンビニエンスストア/ミニストア	売場面積が 400 m <sup>2</sup> 未満の店舗。

出所) USDAGAIN、JETRO 及び現地メディアを元にプロマー作成

<sup>95</sup> <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/country20.pdf>



ショッピングモール内にあるオーシャン（スーパーマーケット）パリ市内のカルフルシティ（コンビニ/ミニスーパー）

ハイパーマーケット：

	グループ名	2018年の売上額（百万ユーロ）	シェア
1	Leclerc	30,962	35.4%
2	Carrefour	18,782	21.5%
3	Auchan	18,166	20.8%
4	Intermarché	6,254	7.1%
5	Casino	4,724	5.4%
...	その他	8,617	9.8%
合計		87,505	100%

出所) Kantar, Food Retail Country Report 2018

スーパーマーケット：

	グループ名	2018年の売上額（百万ユーロ）	シェア
1	Intermarché	18,016	26.4%
2	Système U	14,470	21.2%
3	Carrefour	12,617	18.5%
4	Casino	8,789	12.9%
5	Auchan	4,830	7.1%
...	その他	9,541	14%
合計		68,263	100%

出所) Kantar, Food Retail Country Report 2018

コンビニエンスストア/ミニスーパー：

	グループ名	2018年の売上額（百万ユーロ）	シェア
1	Carrefour	4,555	37.5%
2	Intermarché	2,445	20.1%
3	Système U	2,030	16.7%
4	Casino	1,943	16.0%
5	TotalFina Elf	522	4.3%
...	その他	648	5.3%
合計		12,143	100%

出所) Kantar, Food Retail Country Report 2018

ディスカウントストア：

	グループ名	2018年の売上額（百万ユーロ）	シェア
1	Schwarz Group	8,384	47.9%
2	Aldi Nord	3,598	20.5%
3	Casino	2,981	17.0%
4	Dia	1,262	7.2%
5	Intermarché	1,143	6.5%
...	その他	143	0.8%
	合計	17,511	100%

出所) Kantar, Food Retail Country Report 2018

## 主要参入プレーヤーリスト

以下ではフランスにおける主要食品小売企業についてまとめる。なお、店舗形態別の売上構成は2013年時点のものである。

社名	2018年売上（百万ユーロ）	店舗形態	店舗数
Carrefour (カルフル)	39,894	ハイパーマーケット：49.9%	約 1,940
		スーパーマーケット：33.5%	
		コンビニ/ミニスーパー：12.1%	
		その他：4.6%	
<b>特徴</b>			
1959年フランスにて設立。現在、世界30カ国で小売業を展開。長年、フランス小売業界において市場シェア第1位を誇っていたが、2016年以降ルクレールグループに順位を譲っている。食料品の売上げにおいてはフランス第1位。スーパーマーケットにおいてはCarrefour Market、コンビニエンスストア/ミニスーパーにおいてはCarrefour City及びCarrefour Expressを展開している。			

社名	2018年売上（百万ユーロ）	店舗形態	店舗数
Leclerc (ルクレール)	45,653	ハイパーマーケット：80.5%	約 700
		スーパーマーケット：13.1%	
		オンライン：6.4%	
<b>特徴</b>			
2016年にカルフルグループを追い抜き、フランス小売業界のトップに立っている。フランス全土に約700店舗展開しており、売上の8割はハイパーマーケットで得ている。低価格及びプライベートブランドの商品数の多さで差別化している。また、ドライブ・スルーピックアップのサービスの提供に力を入れており、各店舗の立地にあわせカスタマイズされた商品を提供し顧客ロイヤリティを高めている。食料品の売上げにおいてはカルフルグループに続く第2位。			

社名	2018年売上（百万ユーロ）	店舗形態	店舗数
Intermarché (インターマルシェ)	32,271	ハイパーマーケット：20.9%	約 1,825
		スーパーマーケット：60.3%	
		コンビニ/ミニスーパー：8.2%	
		ディスカウント：3.8%	
		オンライン：6.8%	
<b>特徴</b>			
カルフル、ルクレールに続き食品販売において第3位。カナダ、南アフリカ、スイス、豪州及び中国でも展開している。店舗形態の6割はスーパーマーケットである。近年は、ハイパーマーケットの展開に力を入れており、従来の店舗面積よりもコンパクト（3500㎡）なハイパーマーケットを提供し、顧客の買い物体験をより充実させる計画である。			

社名	2018年売上（百万ユーロ）	店舗形態	店舗数
Auchan	17,364	ハイパーマーケット：72.8%	約 272

(オーシャン)		スーパーマーケット：19.4%	
		オンライン：7.6%	
		その他：0.2%	
<b>特徴</b>			
1961年にフランスで設立された大手小売企業。2018年、オーシャングループは自社小売部門の購買力を高めるため競合他社（Casino、Metro）との購買提携計画を発表し、サプライヤーとの価格交渉力を強める狙いである。2017年よりオンラインサービスの拡充や自社店舗の近代化に力を入れている。			

社名	2018年売上（百万ユーロ）	店舗形態	店舗数
Système U (システム・ユー)	25,325	ハイパーマーケット：18.0%	約 1,179
		スーパーマーケット：63.8%	
		コンビニ/ミニスーパー：8.9%	
		オンライン：9.3%	
<b>特徴</b>			
1894年に設立されたフランスの小売組合。ハイパーマーケット、スーパーマーケット及びコンビニエンスストア/ミニスーパーにおいて Hyper U、Super U、U Express を展開している。また、オンラインサービスを提供し、顧客はドライブ・スルーによるピックアップスタイルで買い物を済ませられる。また、フランス産農産物や食材が商品の中心となっていることが特徴である。			

社名	2018年売上（百万ユーロ）	店舗形態	店舗数
Casino (カジノ)	19,142	ハイパーマーケット：24.1%	約 2,729
		スーパーマーケット：44.7%	
		コンビニ/ミニスーパー：9.9%	
		オンライン：6.1%	
		ディスカウント：15.2%	
<b>特徴</b>			
カジノグループの特徴は複数チャンネルに渡り小売業を展開しているところであり、ハイパーマーケットからオンラインに至るまで全てのチャンネルを持っている。 自社のハイパーマーケットブランドは Geant として展開し、スーパーマーケットは Casino 及び Monoprix ブランド、ディスカウントストアブランドは Leader Price、Franprix、コンビニエンスストア/ミニスーパーは Petit Casino、Vival、Monop'を持つ。			

社名	2018年売上（百万ユーロ）	店舗形態	店舗数
Lidl (リドル)	9,997	ディスカウント：n/a	約 1,486
		オンライン：n/a	
<b>特徴</b>			
Shwartz グループが所有するドイツ系ディスカウントストア。フランスでは Aldi よりも市場規模は大きい。販売商品の9割は自社のプライベートブランドであり、競合他社よりも20%~30%低い価格が売りとなっている。店舗の立地を考慮したセレクションやフランス産食品を提供し差別化している。			

出所) 上記小売店に関するデータは USDA、Kantar 及び各企業のウェブサイト情報を参考にプロマー作成

## 4.2 調査対象カテゴリー商品の販売状況

主要販売店における商品取り扱い状況

### 飲用乳：

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/L
Carrefour	Lait demi-ecreme Carrefour	スキムミルク	1L	0.84	0.84
Monoprix	Lait demi-ecreme Monoprix	スキムミルク	1L	0.95	0.95
Carrefour	Lait entier Carrefour	ホールミルク（牛乳）	1L	0.96	0.96
Lactel	Lait demi-ecreme Lactel	スキムミルク（牛乳）	1L	1.1	1.1
Candia	Lait demi-ecreme Candia	スキムミルク（牛乳）	1L	1.1	1.1
Lactel	Lait de chèvre demi-écrémé Lactel	パスチャライズドスキムミルク（牛乳）	1L	1.3	1.3
Lactel	Lait bio de demi-écrémé Lactel	オーガニックスキムミルク（牛乳）	1L	1.56	1.56
Auchan	Lait bio frais Auchan	オーガニックミルクフレッシュ（牛乳）	1L	1.59	1.59
Lactel	Lait bio demi-ecreme Lactel	山羊乳	1L	1.79	1.79
Monoprix	Lait bio entier	オーガニックホールミルク（牛乳）	1L	1.85	1.85
Lactel	Lait demi-ecreme Lactel	スキムミルク（山羊）	1L	2.15	2.15
Lactel	Lait demi-ecreme Lactel	スキムミルク（羊）	1L	3.01	3.01
Carrefour	Lait demi-ecreme Carrefour	スキムミルク（牛乳）	6x50cL	3.9	1.30
J'AIME LE LAIT D'ICI	Lait demi-ecreme J'AIME LE LAIT D'ICI	スキムミルク（牛乳）	6x1L	4.14	0.69
Candia	GrandLait Candia	スキムミルク（牛乳）	4x1.5L	5.16	0.86
C'EST QUI LE PATRON?!	Lait demi-ecreme C'EST QUI LE PATRON?!	スキムミルク（牛乳）	6x1L	5.94	0.99
Auchan	Auchan lait équitable entier bouteille	フェアトレードホールミルク（牛乳）	6x1L	6.42	1.07
Auchan	Lait entier Auchan	ホールミルク（牛乳）	6x1L	6.43	1.07
Auchan	Lait bio entier Auchan	オーガニックホールミルク（牛乳）	6x1L	6.9	1.15
Lactel	Matin Leger Lactel	ラクトースフリーミルク（牛乳）	6x1L	8.4	1.40

出所) プロマー編集

### ヨーグルト：

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/kg
Carrefour	Yaourt Nature	ナチュラルヨーグルト	16x125g	1.68	0.84
DANONE	Yourts nature	ナチュラルヨーグルト	16x125g	2.47	1.24
Carrefour	Yaourts nature sucre	ナチュラルヨーグルト（加糖）	4x125g	0.69	1.38
Yoplait	Yaourts nature sucre	ナチュラルヨーグルト（加糖）	12x125g	2.4	1.6
Yoplait	LES LAITIERS RESPONSABLES	ナチュラルヨーグルト	4x120g	1.4	2.92
NESTLE	YAOS	グreekヨーグルト	8x125g	2.95	2.95
NESTLE	Bio Yaos	グreekヨーグルト	4x125g	2.25	3.14
Yoplait	OERLE DE LAIT	ナチュラルヨーグルト	4x125g	2.95	3.3
Yoplait	Petits Filous	フルーツミックスヨーグルト	12x50g	1.99	3.32
IFANTIS	Authentique Grec	グreekヨーグルト（脂肪分10%）	1kg	3.9	3.9
LYNOS	YAOURT GREC	ナチュラルグreekヨーグルト	1kg	3.99	3.99
Carrefour	Carrefour Kids	ラズベリーバナナヨーグルト	6x90g	2.27	4.2
Monoprix	Yaourt de Brebis nature	羊ヨーグルト	4x125g	2.25	4.5
Rians	Yaourts lait de chevre	山羊ヨーグルト	4x120g	2.5	5.21
DANONE	DANONINO BIO	オーガニックフルーツミックスヨーグルト	12x50g	3.13	5.22
SOIGNON	Yaourts au lait de chevre	山羊ヨーグルト（無脂肪）	4x125g	2.69	5.38
SOIGNON	Yaourts au lait de chevre	山羊ヨーグルト（全脂肪）	4x125g	2.75	5.5
VRAI	Yaourts nature au lait de brebis BIO	オーガニック羊ヨーグルト	2x125g	1.49	5.96
Rians	Yaourts au lait de brebis	羊ヨーグルト	4x115	2.75	5.98
VRAI	Yaourt bio nature au lait de chevre	オーガニック山羊ヨーグルト	2x125	1.85	7.4

出所) プロマー編集

## クリーム：

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/L
Carrefour	Crème fraiche legre	ライトクリーム（15%）	50cL	0.99	1.98
Monoprix	Crème fraiche legre epaisse	濃厚ライトクリーム（15%）	50cL	1.39	2.78
Bridelice	Crème fraiche mild light	ライトクリーム（15%）	50cL	1.59	3.18
Elle&VIRE	Crème fraiche epaisse legere	濃厚ライトクリーム（12%）	328g	1.25	3.28/kg
PRESIDENT	Crème fraiche epasse entiere	フレッシュクリーム（30%）	45cL	1.57	3.49
FAIREFRANCE	Crème fraiche entiere	フレッシュクリーム（液体）	3x20cL	2.69	4.48
Carrefour	Creme fraiche bio epaisse (30%)	オーガニック濃厚フレッシュクリーム(30%)	20cL	0.9	4.5
Yoplait	Crème fleurette 15%	ホイップクリーム（15%）	38cL	1.89	4.97
Bridelice	Crème fraiche epaisse legre 15% BIO	オーガニック濃厚ライトクリーム（15%）	40cL	2.11	5.27
ISIGNY STE MERE	Crème fraiche d'Isigny 35%	AOP イズニーフレッシュクリーム（35%）	50cL	2.73	5.46
EURIAL	BIO NAT crème fraiche Entiere	オーガニックフレッシュクリーム（30%）	40cl	2.76	5.52
Monoprix	Crème fraiche epaisse (30%) BIO	オーガニック濃厚フレッシュクリーム(30%)	50cL	2.89	5.78
Alsace Lait	Crème fluide lable rouge	液体クリーム（32%）	50cL	2.95	5.9
Reflets de France	Crème fraiche d'Isigny 40%	AOP イズニーフレッシュクリーム（40%）	396g	2.38	5.95/kg
Elle&VIRE	Crème de Normandie fleurette legere	ノルマンディーライトホイップクリーム(20%)	33cL	1.99	6.03
Yoplait	Crème freishe epaisse Fleurette	ホイップクリーム	10cL	0.61	6.1
PRESIDENT	Crème fraiche biologique	オーガニックフレッシュクリーム	40cL	2.55	6.37
Auchan	Mmm! Crème fraiche d'Isigny	オーシャン AOP イズニーフレッシュクリーム（40%）	392g	2.53	6.39
VRAI	Crème fraiche bio de Normandie	ノルマンディーオーガニッククリーム	20cL	1.78	8.9
Laitière de la Motte	Crème fraiche bio epaisse	オーガニックフレッシュクリーム（42%）	40cL	3.71	9.27

出所）プロマー編集

## チーズ：

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/kg
Carrefour	Camembert	カマンベールチーズ	250g	1.19	4.76
REFRETS DE FRANCE	Camembert de Normandie lait cru	ノルマンディーAOP カマンベールチーズ	250g	2.49	9.96
CŒUR DE LION	Camembert Bio	オーガニックカマンベールチーズ	240g	2.76	11.62
President	Comte Le Montarlier AOP	AOP コンテチーズ	220g	3.04	13.82
APERICUBE	Fromage fondu Charcut' Fromages	プロセスチーズ	250g	3.48	13.92
Carrefour	Comte bio Carrefour Bio	AOP オーガニックコンテチーズ	200g	2.85	14.25
La VACHE QUI RIT	Fromage Fondu Bio	オーガニックプロセスチーズ	128g	1.99	15.55
SOIGNON	Fromage de chevre bio	オーガニック山羊チーズ	180g	2.85	15.83
JEAN PERRIN	Froage a raclette 3 saveurs AOP	AOP ラクレットチーズ（3フレーバー）	720g	12.2	16.94
BADOZ	Fromage Mont d'or chaud familial APO	AOP モントドールチーズ	1kg	17.4	17.4
REFRETS DE FRANCE	Fromage Epoisse AOP	APO エポワスチーズ	250g	4.42	17.68
ISIGNY STE MERE	Camembert affine au Calvados IGP	カルバドス熟成カマンベール	250g	5.1	20.40
ROUSSAS	Fromage Feta Grecque AOP	AOP グreek フェタチーズ	200g	4.09	20.45
MARIE HAREL	Petit Camembert bio au lait cru IGP	オーガニックペティート生乳カマンベール	150g	3.1	20.67
CŒUR DE LION	Fromages camembert à dorer	カマンベールチーズ	90g	2.04	22.67
Gaec de Villiers	Poulligny Saint Pierre Fromage Chevre APO	AOP プリニー・サンピエール山羊チーズ	250g	6.95	27.8
GERMAIN	Fromage Langres APO	AOP ラングルチーズ	180g	5.05	28.06
GRAUBDIRGE	Petit camembert au four 23%	ペティートカマンベール（脂肪分 23%）	480g	14.55	30.31
Fromagerie de la Drome	Fromage de chevre Picodon AOP	AOP ピコドン山羊チーズ	120g	4.25	35.42
La FERME des CRAYS	Fromage Maconnais AOP	AOP マコネチーズ	130g	5.4	41.54

出所）プロマー編集

## 育児用調製乳：

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格/kg	メモ
Gallia	Lait en poudre junior, de 18 mois a 3 ans	調製粉乳	900g	10.50	11.67	18 ヶ月～3 歳
Bledina	Lait bebe 1er age BLEDILAIT	調製粉乳	900g	11.75	13.06	0~6 ヶ月
NESTLE	Lait bebe en poudre 2eme age NIDAL	調製粉乳	800g	11.60	14.5	6 ヶ月～12 ヶ月
Gallia	Lait bebe 2eme age LABORATOIRE GALLIA	調製粉乳	700 g	11.05	15.79	6~12 ヶ月
Gallia	Lait bebe 1er age LABORATOIRE GALLIA	調製粉乳	1,200kg	20.45	17.04	0~6 ヶ月
NESTLE	Lait bebe en poudre 1 er age NIDAL	調製粉乳	800g	14.00	17.50	0~6 ヶ月
Babybio	Lait de croissance 3, de 10 mois a 3 ans, bio BABYBIO	オーガニック調製粉乳	900g	16.69	18.54	10 ヶ月～3 歳
Juneo	Lait de croissance bio pour bebe de 12 a 36 mois	オーガニック調製粉乳（山羊乳）	900g	28.95	32.17	12 ヶ月～36 ヶ月
Juneo	Cereake a cinokenebt oriteubique composee de lait de brebis biologique 100% francais	オーガニック調製粉乳（羊乳）	900g	29.90	33.22	6 ヶ月
Biostime	Lait bebe en poudre infantile 1er age bio BIOSTIME	オーガニック調製粉乳	800g	20.85	26.06	0~6 ヶ月

ブランド	品名	カテゴリー	サイズ	価格（ユーロ）	価格	メモ
Carrefour	Lait bebe liquide Croissance Carrefour Baby	調整液状乳	6x1L	6.99	1.16	10 ヶ月～3 歳
Candia	Lait bebe liquide des 10 mois	調整液状乳	24x250ml	9.61	1.6	10 ヶ月～24 ヶ月
Candia	Lait bebe liquide des 20 mois CANDIA	調整液状乳	24x250ml	10.00	1.70	20 ヶ月～
Lactel	Lait bebe liquide 2 eme age LACTEL EVEIL	調整液状乳	6x1L	10.94	1.82	6 ヶ月～12 ヶ月
Bledina	Lait bebe bledilait bio 12 mois a 3 ans BLEDINA	オーガニック調整液状乳	6x1L	13.00	2.20	12 ヶ月～3 歳
Bledina	Lait croissance 3, de 1 a 3 ans, bio BLEDILAIT	オーガニック調整液状乳	6x1L	13.50	2.25	1 歳～3 歳
Giogoz	Lait infantile 3 eme age croissance Bio GUIGOZ	オーガニック調整液状乳	6x500ml	8.70	2.29	10 ヶ月～3 歳
Giogoz	Lait bebe 2eme age GUIGOZ	調整液状乳	6x500ml	7.13	2.38	6~12 ヶ月
Lactel	Lait Bebe Reduit en lactose EVEIL DE LACTEL	調整液状乳(低ラクトース)	6x1L	14.95	2.49	10 ヶ月～36 ヶ月
Candia	lait bebe liquide des 10 mois chocolat CANDIA	調整液状乳(チョコレート味)	6x250ml	3.94	2.63	10 ヶ月～3 歳
Babybio	Lait bebe liquide des 10 mois	オーガニック調整液状乳	6x25cl	5.05	3.37	10 ヶ月～3 歳

出所) プロマー編集

## アイスクリーム：

ブランド	品名	フレーバー	サイズ (g)	価格 (ユーロ)	価格/kg	メモ
Uniliver	CARTE D'OR	ラムレーズン	500	2.76	5.25	
Uniliver	CARTE D'OR	ダークチョコレート	500	2.73	5.46	
Nestle	EXTREME	コーヒーマスター	426	2.85	6.69	6 本 (コーン) 入り
Uniliver	MAGNUM	アーモンド	656	4.45	6.78	8 本入り
Nestle	EXTREME	ミントチョコレート	426	2.9	6.81	6 本 (コーン) 入り
Nestle	EXTREME	フルーツシャーベット	426	2.9	6.81	6 本 (コーン) 入り
Uniliver	MAGNUM	クラシック	316	2.34	7.41	4 本入り
BEN & JERRY'S	BEN & JERRY'S	ピータッツバター	431	3.99	9.26	
BEN & JERRY'S	BEN & JERRY'S	クッキードウバニラ	425	3.99	9.39	
Nestle	SMARTIES POP UP	バニラキャンディ	52	2.47	9.5	子供向け、5 本入り
BEN & JERRY'S	BEN & JERRY'S	ファッジブラウニー	415	3.99	9.61	
Uniliver	MAGNUM	ダブルラズベリー	292	3.33	11.4	4 本入り
General Mills	Haagen-Dazs	クッキードウ	349	4.95	12.56	
BEN & JERRY'S	BEN & JERRY'S	キャラメルブラウニー	426	5.65	13.26	
General Mills	Haagen-Dazs	バニラキャラメルブラウニー	413	5.2	13.47	
Uniliver	MAGNUM	塩キャラメル	264	3.99	15.11	6 本入り
Uniliver	CARTE D'OR	マダガスカルバニラ	250	3.8	15.2	
Uniliver	CARTE D'OR	オーガニックピスタチオ	250	3.8	15.2	
General Mills	Haagen-Dazs	塩バター	324	4.99	15.4	4 カップ入り
General Mills	Haagen-Dazs	バニラ&マカデミアナッツ	348	5.5	16.98	4 カップ入り

出所) プロマー編集

# 5 【調査3】消費者動向調査

## 5.1 消費者の食に関する嗜好

### 5.1.1 フランス人の食生活と食への志向

フランスの人口は約6,600万人であり日本の人口の半分程度である。パリ市を中心とするイル・ド・フランス圏に人口が集中し全人口の約2割が同圏内に住んでいる。1872年に制定された法律により人種及び宗教に関する国勢調査の実施が禁止されているため、フランスの人種構成については正確な数値はないがworldpopulationreview.comによれば、同国の人口の85%は欧州系、10%は北アフリカ系、3.5%はアフリカ系、1.5%はアジア系と推定されている<sup>96</sup>。

日本人がイメージするフランス料理とは「格式が高い」、「高級」などと思われがちであるが、一般的に食べるのは肉と野菜の煮込み料理やジャガイモとステーキ、ピザなどいたってカジュアルである。共働き家庭の増加やライフスタイルの変化に伴い食生活も変わってきており、テイクアウトやファストフード、冷凍食品で食事を済ませることも多くなっている。一般的に、一日のうち昼食がメインとされており、朝と夜は軽めの食事と言われている。フランス人の1日の食事の例を挙げると、朝食はコーヒーやカフェオレとジャム・バターを塗ったトースト、クロワッサンなど、昼食はステーキ又は白身魚のソテーとジャガイモのフライなど、夜はキッシュ、パスタ料理やピザといった感じである<sup>97</sup>。しかしながら、平日の昼食は勤務時間の合間の1時間程度であるためサンドイッチなど軽食で済ませる人も多い。時間をかけて楽しむ食事は休日が主である。以下はJETROによって作成されたフランス人の1週間の食生活に関する表の一部を抜粋した。

図 21 フランス人の食生活

JETRO フランス人の食生活 I JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION			
・手間とお金をかけるのは、土曜の夜と日曜の昼。 ・フランス人の55%が週に一度はアペリティフの機会を持つ。(金・土の夜と日曜の昼)			
	平日	土曜	日曜
朝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パン・ビスコッティにバター・ジャム・スプレッド、シリアル(子ども)、飲み物(ジュース、コーヒー・お茶)、ヨーグルトなど簡易な食事が多い(63%)平均所要時間14分</li> <li>・毎朝朝食をとる(大人83%)</li> <li>・コーヒー(52%)、紅茶・お茶(25%)、ホットチョコレート(14%)</li> <li>・若い世代(18-24歳)はコーヒーよりホットチョコレートを好む</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・フランス人でランチをとるのは4割程</li> <li>・ランチはハリに住む若い層やホワイトカラーに好まれる</li> </ul>
昼	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家からランチボックス持参(35%)</li> <li>・サンドイッチ*(25%:約半数がハム・バター)購入</li> <li>・社内食堂(20%)</li> <li>・帰宅(15%)</li> <li>・外食(国内平均4%、予算は10€前後)</li> <li>・学生:食堂か帰宅(ピザ、野菜チーズタルト、デザート)</li> <li>・小中学生:給食(スープ、肉・魚、野菜、チーズ、デザート)</li> <li>・シニア層:卵・魚、ポテト、果物等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ステーキフリット等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>前菜(サラダ、スープ)</li> <li>メイン(ローストチキン、魚、肉料理)</li> <li>チーズ・デザート(手作りタルトやケーキ、フルーツ)、コーヒー</li> <li>【家族(複数世代)を囲む食事習慣が現存】</li> </ul>
夜	<ul style="list-style-type: none"> <li>・簡単に調理できるもの(パスタ・ピザ等)、ハム</li> <li>・野菜(サラダ、トマト、インゲン、ポテト等)</li> <li>・デザート(フランス人の約7割がとる:ヨーグルト、クレープ、果物、アイス等)</li> <li>・約8割が家で夕食</li> <li>・宅配食(ピザ・グルメ食等)、加工食品の消費増加</li> </ul> <p style="text-align: right;">金曜に魚が多い**</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アペリティフ(食前酒とつまみ:カナッペ、オリーブ、ピーナッツ、野菜スティック等)</li> <li>・前菜・メイン・チーズ・デザート(手作りタルトやケーキ)・コーヒー</li> <li>【友人を招いての食事が多い】</li> <li>アルコール飲料:ワイン、ビール***</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・軽食</li> </ul>

外食:平日後半・土・日曜昼が多い  
 \*年間サンドイッチ消費量23.5億本(ハンバーガー12億個) \*\*宗教的(カトリック)習慣  
 \*\*\*アルコール飲料の嗜好:ワイン(68%)、ビール(23%)

出所: Kantar World Panel 2015年 Les Français et le dîner  
 OAPA :2万2千人対象アンケート(2015年6月実施)、INSEE, AFLYT, INPES  
 BVA. 『Les Français et la cuisine, 2015年1月』(18歳以上の1127人を対象に行われた電話・ウェブアンケート結果)を元にJETRO/パリ事務所作成

出所) JETRO [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/industry/foods/past-seminar/pdf/201806\\_1-3.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/industry/foods/past-seminar/pdf/201806_1-3.pdf)

食ブームの入れ替わりが激しい日本に比べて、フランス人は比較的保守的であり馴染みのない外国の料理

<sup>96</sup> <http://worldpopulationreview.com/countries/france-population/>

<sup>97</sup> Travelco、フランス人の食生活事情より

や食品の普及に時間はかかる傾向があるが、同国の人口の1割は移民と推計されており、モロッコ料理やトルコ料理などのエスニック料理も食べられている。日本食はヘルシーと認識されており、すしや焼き鳥、ラーメンなどを提供する日本食レストランは人気であり、近年はタイ料理も広まってきているという<sup>98</sup>。

フランスの消費者は食品や食材にこだわりを持つ傾向があり、近年は地元産の食材、オーガニック、クリーンラベル（添加物なし）及び〇〇フリー（グルテンフリー、ラクトースフリー等）の需要が高まっている。このような傾向は、ライフスタイルの変化や畜産業のあり方（アニマルウェルフェア）、生産から消費までの過程における環境への配慮等への関心が高まっていることも影響しており、同国の消費者はより以下の項目に対応した商品を求めている。

- 〇〇フリー（グルテンフリー、ラクトースフリー等）
- オーガニック
- クリーンラベル（無添加等）
- 国産、地元産（made in France、made in Normandy 等）
- 栄養価（例：ギリクヨーグルト等の「低脂肪」「高たんぱく」または「低糖」なもの）
- トレーサビリティ
- サステイナビリティ
- アニマルウェルフェア等

個々の商品が上記の項目にすべて対応する必要はないが、現地で販売されていた牛乳乳製品の多くがラベル表示やパッケージデザインを利用して上記の項目に対応していることをアピールしていた。



左：現地スーパーマーケットで販売されていた牛乳。適正な価格で生産者から生乳を購入していることを強調している。  
中央：山羊チーズ生産大手 Eurial 社の SOIGNON ブランド。フランス産乳使用を示すマークがパッケージの右上についている。  
右：現地スーパーで販売されているミルクデザート。オーガニックを表す「Bio」を強調しアピールしている。

JETRO によれば、フランスのオーガニック食品市場は直近 10 年で 4 倍近く増大し、2018 年度の市場規模は約 97 億ユーロ（前年比 16%増）に拡大している。オーガニック食品は健康によい、品質・味がよい、環境にやさしいといった理由で購入されており、ハイパーマーケットからディスカウントストアまでオーガニック食材や食品を販売している。これらの食材・食品にはフランス認証の“**Agriculture Biologique**”または EU 認証のマークが表示されている。また、現地調査で訪問したランジス卸売市場では、オーガニック農産物の需要の高まりから、新しくオーガニック農産物を専門に扱う施設を設置し取引を始めている<sup>99</sup>。

<sup>98</sup> 同上

<sup>99</sup> 現地調査インタビューより

図 22 オーガニック認証マーク (左：フランス、右：EU)

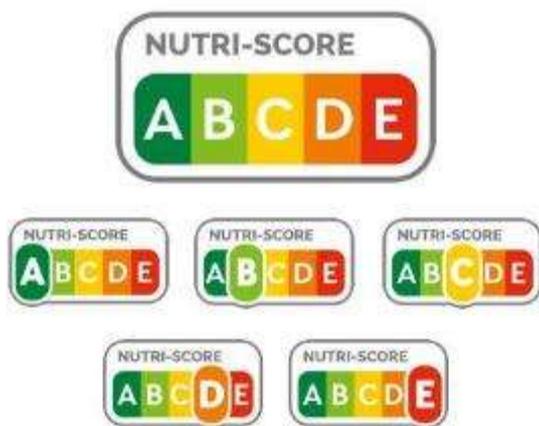


### 5.1.2 フランスにおける加工食品に対する栄養スコアラベルの普及

フランス政府は 2016 年に「健康法 (Health Act)」の取り組みとして任意の栄養スコアラベルの表示を推奨している<sup>100</sup>。加工食品に対する栄養表示は義務づけられているものの、従来の表示は消費者にとって分かりづらいものとなっているため、よりシンプルでカラフルな表示に統一し消費者の栄養に関する理解を普及させようという狙いがある。同栄養スコアラベルは「Nutri Score」と呼ばれており、食品に含まれる栄養成分によって A～E にランク付けされる。また、A～E のランクは緑色から赤色で分かれており消費者が同ラベルを見るだけで栄養スコアを理解できるよう可視化されている<sup>101</sup>。

高スコアは「A」であり、健康に良いと評価される原材料や栄養成分（野菜、果実、食物繊維など）が含まれる食品は A または B ランク付けされる。一方、塩分や糖分、脂肪分などが多く含まれる食品は低スコアの E や D とランク付けされる。同栄養スコアラベルは、フランスである程度普及しており現地スーパーで販売されていた乳製品にも表示があった<sup>102</sup>。

図 23 栄養スコア (Nutri Score)



出所) COLRUYT GROUP



写真) 現地スーパーで販売されていた DANONE 社のヨーグルト。栄養スコアの表示が「A」となっている。他の乳製品よりもヨーグルトは栄養スコアを表示しているブランドが比較的多かった。

<sup>100</sup> [http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/reu/europe/documents/events2017/FNsymp/PresEn/4\\_2/6Chauliac.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/reu/europe/documents/events2017/FNsymp/PresEn/4_2/6Chauliac.pdf)

<sup>101</sup> <https://nutriscore.colruygroup.com/colruygroup/en/about-nutri-score/>

<sup>102</sup> <https://www.mangerbouger.fr/Manger-mieux/Comment-manger-mieux/Comment-comprendre-les-informations-nutritionnelles/Qu-est-ce-que-le-Nutri-Score>