
EU（フランス）への米の輸出に関する カントリーレポート

2026年3月 EU輸出支援プラットフォーム

目次

1. 市場動向

貿易統計

日本から世界・EUへの米輸出規模 -----	4
日本から世界・EU・フランスへの米輸出推移 -----	5
日本から世界・EU・フランスへの米加工品輸出規模 -----	6
日本から世界・EU・フランスへの米加工品輸出推移 -----	7
外国産ジャポニカ米のEU輸入の状況 -----	8
外国産ジャポニカ米のフランス輸入の状況 -----	11

EUでの米生産 -----	13
---------------	----

フランスでの米生産 -----	14
-----------------	----

フランスでの米消費 -----	15
-----------------	----

2. 輸出入規制

EUおよびフランスの米輸出入規制 -----	17
------------------------	----

3. 流通実態

日本産米の流通構造 -----	22
米流通事業者 - フランス・外国のプレーヤー -----	23
日本産米流通事業者 -----	25
フランスでの米（全般）の販売チャンネル -----	27
フランスでのジャポニカ米の小売販売チャンネル -----	28
フランスのスーパーでの米小売販売状況 -----	29
フランスのスーパーでの米加工品販売状況 -----	30
中華系スーパーでの米／米加工品小売販売状況 -----	31
韓国系スーパーでの米／米加工品小売販売状況 -----	32
日本食専門店での米小売販売状況 -----	33
日本食専門店での米加工品小売販売状況 -----	34
外食での米需要 -----	35
日本産米市場の展望と課題 -----	39
関係者ヒアリング -----	40

1.市場動向

日本から世界・EUへの米輸出規模（貿易統計）

	2020						2021						2022					
	輸出量*			輸出額*			輸出量			輸出額			輸出量			輸出額		
	全体**	玄米	精米	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米
世界	40938	5547	35391	6288	1114	5170	43119	7176	35923	6953	1412	5534	30588	8653	21935	7475	1758	5716
EU	629***	21	608	219.2	5.7	213.5	757	15	742	271.6	4.8	266.8	957	45	912	317.4	13.7	303.4
	スウェーデン	0	22	0	9	0	0	12	0	7	0	20	0	0.3	8.2			
	デンマーク	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0.7	1.6			
	オランダ	1	109	0.5	39.1	0	0	92	0	33.2	0	93	0	30.5				
	ベルギー	0	3	0	1.2	0	0	8	0	2.3	0	8	0	2.6				
	フランス	20	91	5.2	43.1	15	158	4.8	67.2	44	193	11.7	80.8					
	ドイツ	0	144	0	58.1	0	185	0	68.4	0	239	0.6	79.8					
	フィンランド	0	188	0	44	0	216	0	56.9	0	190	0	45.4					
	イタリア	0	7	0	3.5	0	14	0	0.7	0	24	0	10.4					
	スペイン	0	7	0	4.3	0	13	0	102	0	87	0.3	27.9					
	チェコ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
	ポーランド	0	0	0	0	0	0	3	0	1.1	0	3	0	1				

- 米の輸入額は世界的にも、EUレベルでも2020年来で右肩上がり。

- 日本産米（精米）の欧州における主要な輸出国はオランダ、フィンランド、フランス、ドイツ。

	2023						2024						2025					
	輸出量			輸出額			輸出量			輸出額			輸出量			輸出額		
	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米	全体	玄米	精米
世界	43333	8836	34493	9748	1822	7919	45112	10713	34399	12029	2235	9790	46573	10839	35734	13880	2556	11322
EU	2253	72	2181	672.3	22.1	650	3110	121	2989	970.9	34.2	936.7	3186	161	3025	1135.3	49	1086.3
	スウェーデン	0	65	0	23.1	0	45	0	19.6	0	43	0	19.2					
	デンマーク	1	2	1.7	1.4	0	7	0	3.7	0	29	0	13.5					
	オランダ	2	291	0.9	84.2	10	410	3.2	126.3	0	473	0.4	167.7					
	ベルギー	0	43	0	11.4	0	81	0	23.4	0	222	0	62.1					
	フランス	34	361	9.5	125.2	59	414	17.3	154.4	116	432	34.1	174.9					
	ドイツ	1	581	0.7	185.2	3	864	2.3	266.3	1	748	1.94	273.3					
	フィンランド	0	159	0	43	0	182	0	52.2	0	179	0	53.8					
	イタリア	20	14	4.6	6.7	0	63	0	25.3	0	45	0	24.7					
	スペイン	0	544	0	134.4	0	675	0	182.1	0	579	0.7	190.1					
	チェコ	14	16	4.8	7.4	49	21	11.4	8.4	44	24	11.7	13.4					
	ポーランド	0	57	0	12.8	0	118	0	29.4	0	100	0	30.4					

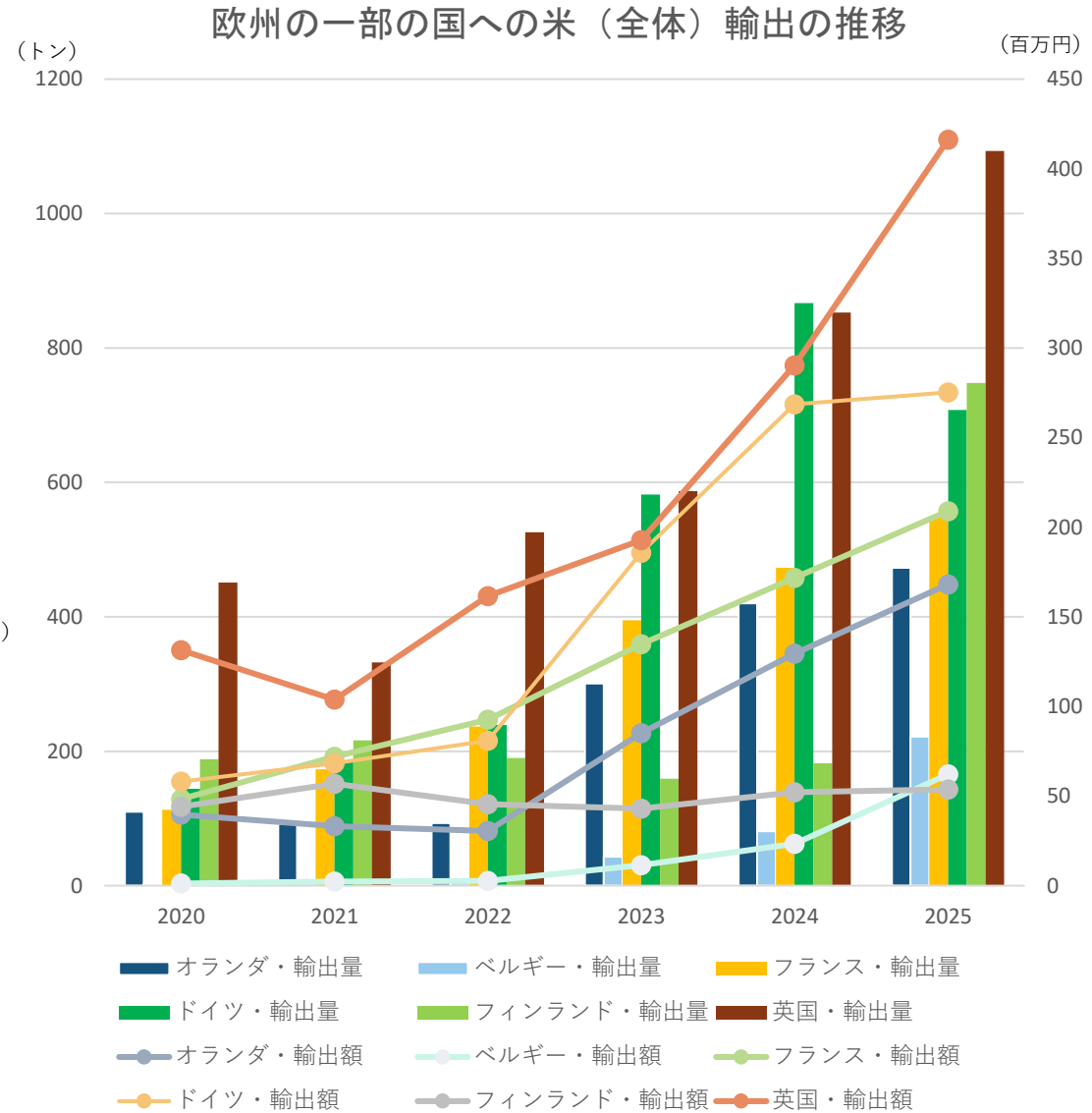
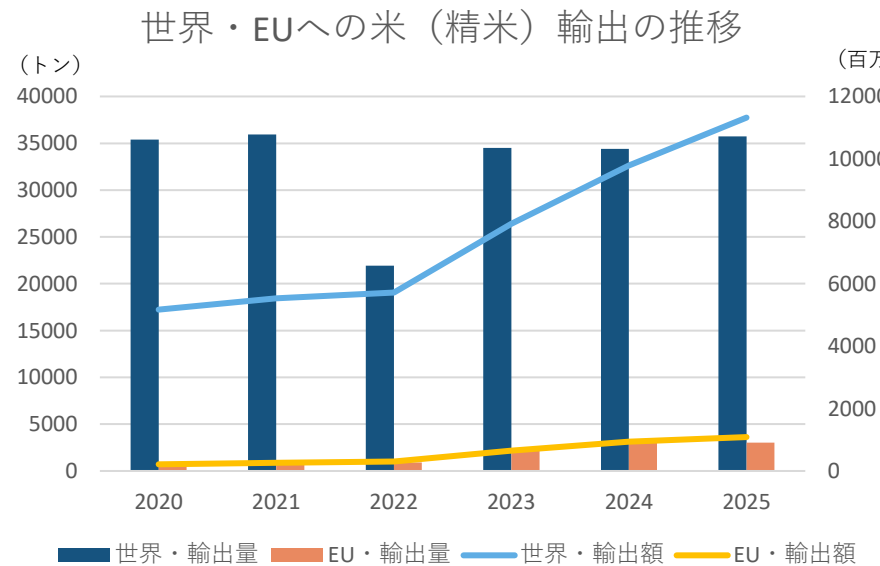
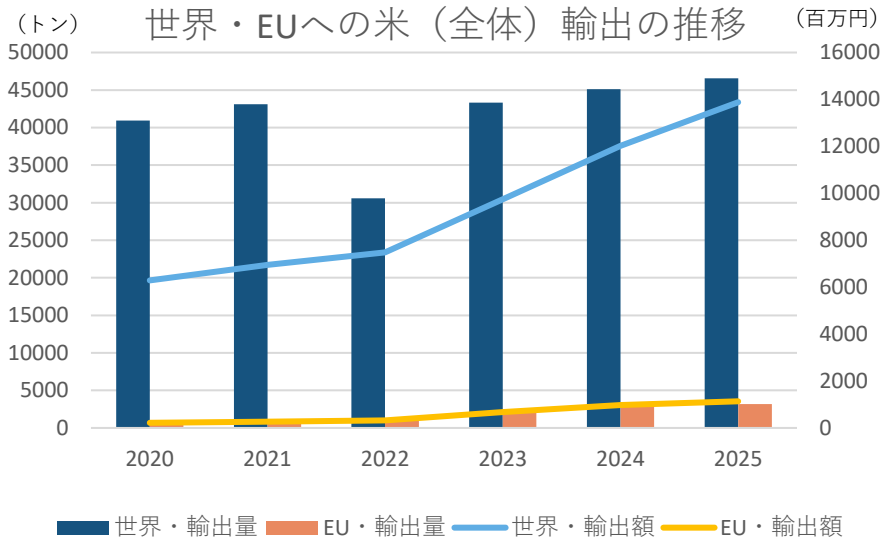
- 玄米を定期的に輸出しているのはフランス（近年チェコも）。

- 近年、規模（量・金額）はまだ小さいながらも、東欧諸国（ポーランド、チェコ、スロバキアなど）への輸出が急増。

*輸入量の単位はトン、輸入額の単位は百万円（EUおよびEU諸国に関しては輸入額が小さいケースもあるので小数点以下1桁で四捨五入した数字を記載）

「全体」には精米・玄米の他に粳米や砕け米なども含む。 *2020年のEUの数値には英国が含まれる。

日本から世界・EU・フランスへの米輸出推移（貿易統計）



日本から世界・EU・フランスへの米加工品輸出規模（貿易統計）

米加工品輸出货量 単位：米粉トン、米粉以外kg

年	品名	全世界	EU	フランス
		トン	トン	kg
2020	米粉	226	6	0
	米粉の麺・パスタ	23161	5252	0
	パックごはん	1205320	14299	4953
	米菓 あられ・せんべい	4221879	208501	13217
2021	米粉	72	24	0
	米粉の麺・パスタ	15831	6604	0
	パックごはん	1131484	12770	6516
	米菓 あられ・せんべい	5141310	270961	11833
2022	米粉	144	59	1
	米粉の麺・パスタ	28913	12665	0
	パックごはん	1384075	20883	9980
	米菓 あられ・せんべい	4523112	173928	13684
2023	米粉	76	14	0
	米粉の麺・パスタ	25417	7096	0
	パックごはん	1597303	15806	6974
	米菓 あられ・せんべい	4564671	219199	12902
2024	米粉	90	16	0
	米粉の麺・パスタ	33368	12298	0
	パックごはん	2300253	18055	3154
	米菓 あられ・せんべい	4656494	296333	13140
2025	米粉	76	32	1
	米粉の麺・パスタ	21252	12583	144
	パックごはん	2853823	16276	655
	米菓 あられ・せんべい	4046565	150425	16558

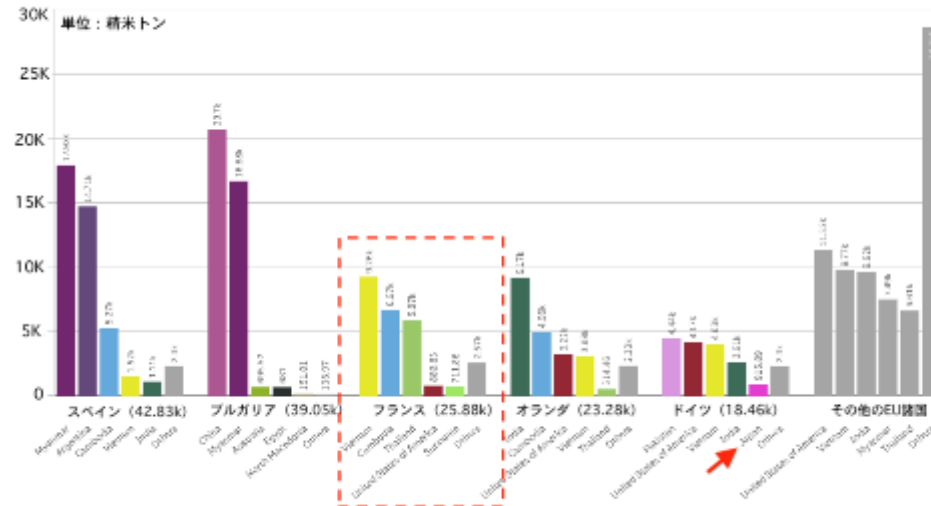
米加工品輸出額 単位：千円

年	品名	全世界	EU	フランス
		千円	千円	千円
2020	米粉	48446	2707	426
	米粉の麺・パスタ	24072	5072	0
	パックごはん	657730	9428	2080
	米菓 あられ・せんべい	4530917	147980	13771
2021	米粉	36791	9911	802
	米粉の麺・パスタ	19162	6330	0
	パックごはん	597499	7899	2629
	米菓 あられ・せんべい	5636690	199280	16169
2022	米粉	67899	22882	4899
	米粉の麺・パスタ	30307	10016	0
	パックごはん	790080	14583	2393
	米菓 あられ・せんべい	5503394	175027	19608
2023	米粉	49593	7465	3016
	米粉の麺・パスタ	27891	5875	0
	パックごはん	1010191	19952	4640
	米菓 あられ・せんべい	6098371	211721	20343
2024	米粉	73089	12462	5746
	米粉の麺・パスタ	37588	10539	0
	パックごはん	1439532	19556	1455
	米菓 あられ・せんべい	6570658	251133	22643
2025	米粉	71587	18583	6641
	米粉の麺・パスタ	24714	10778	216
	パックごはん	1932424	23163	537
	米菓 あられ・せんべい	5959183	196152	31615

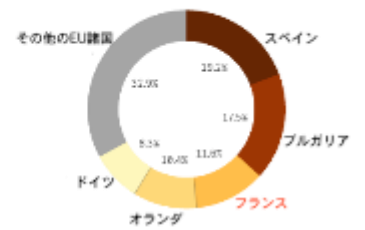
外国産ジャポニカ米のEU輸入の状況 1 - 輸入量

- 2024年9月～2025年8月（2024-2025年シーズン）のEU諸国のジャポニカ米全般（粳米、玄米、精米）の輸入量は22万2964精米トン。内訳は
 - 粳米：49精米トン
 - 玄米：4万166精米トン
 - 精米：18万2749精米トン
- EU諸国の中でジャポニカ米全般（粳米、玄米、精米）の輸入量が多い国はスペイン、ブルガリア、フランス、オランダ、ドイツとなる。後述の通り、フランスにはオランダ・ドイツの商社を経由して入る米もある。
- 精米に関してはブルガリア、スペイン、フランスが同程度くらいで拮抗。

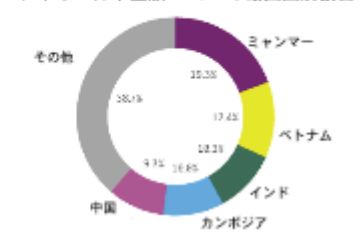
2024年9月～2025年8月 ジャポニカ米全般（粳米、玄米、精米）のEUへの輸入量



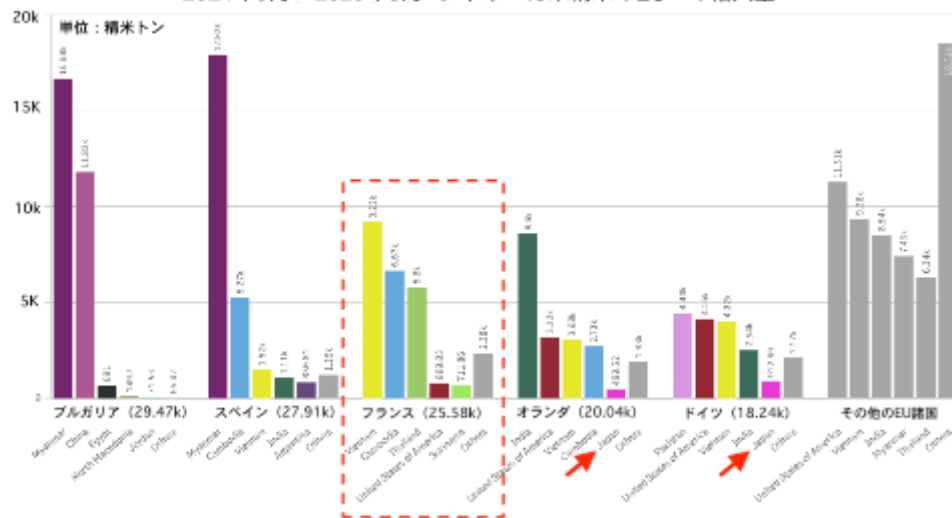
2024年9月～2025年8月 ジャポニカ米全般・EU輸入国別割合



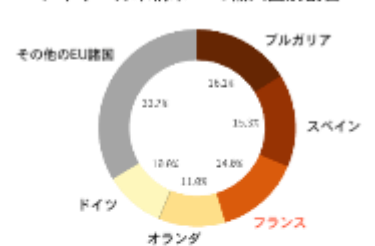
2024年9月～2025年8月 ジャポニカ米全般・EUへの輸出国別割合



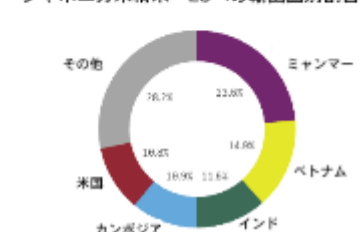
2024年9月～2025年8月 ジャポニカ米精米のEUへの輸入量



2024年9月～2025年8月 ジャポニカ米精米・EU輸入国別割合

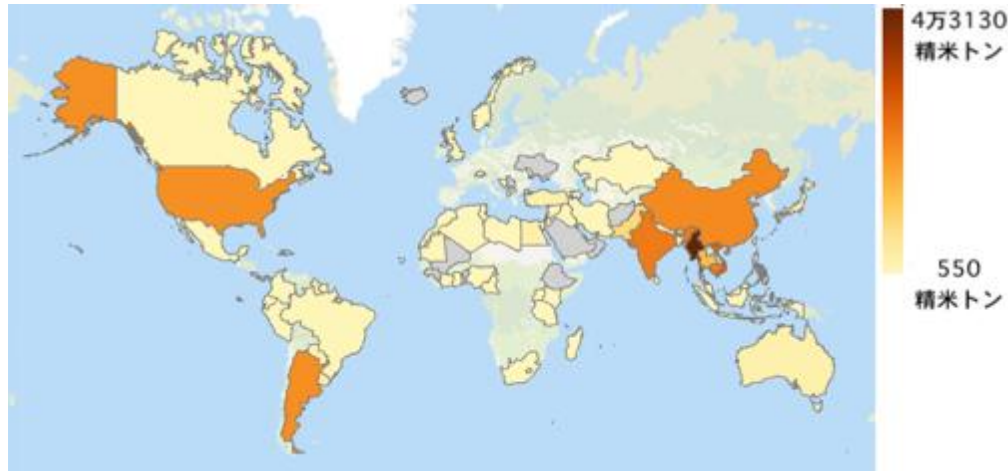


2024年9月～2025年8月 ジャポニカ米精米・EUへの輸出国別割合

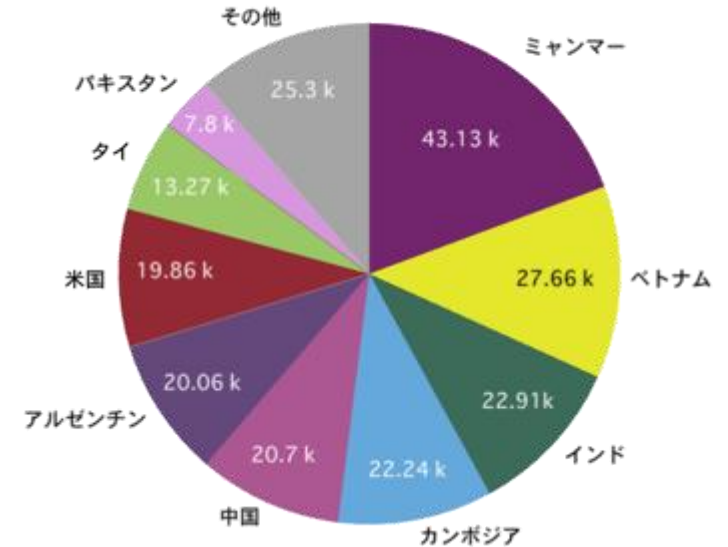


外国産ジャポニカ米のEU輸入の状況 2 - 輸入元および価格

EU域内へのジャポニカ米全般（粳米、玄米、精米）輸出国
（精米トンベース、2024年9月～2025年8月）



EU域内へのジャポニカ米全般輸出国ランキング
（精米トンベース、2024年9月～2025年8月）



EU域内へのジャポニカ米全般（粳米、玄米、精米）
輸出国別の平均輸出価格

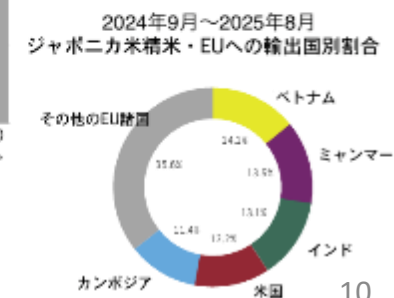
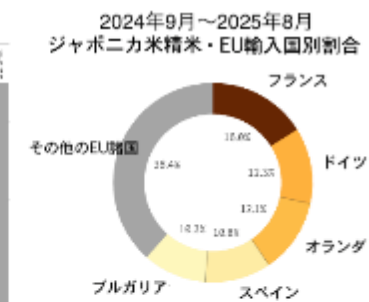
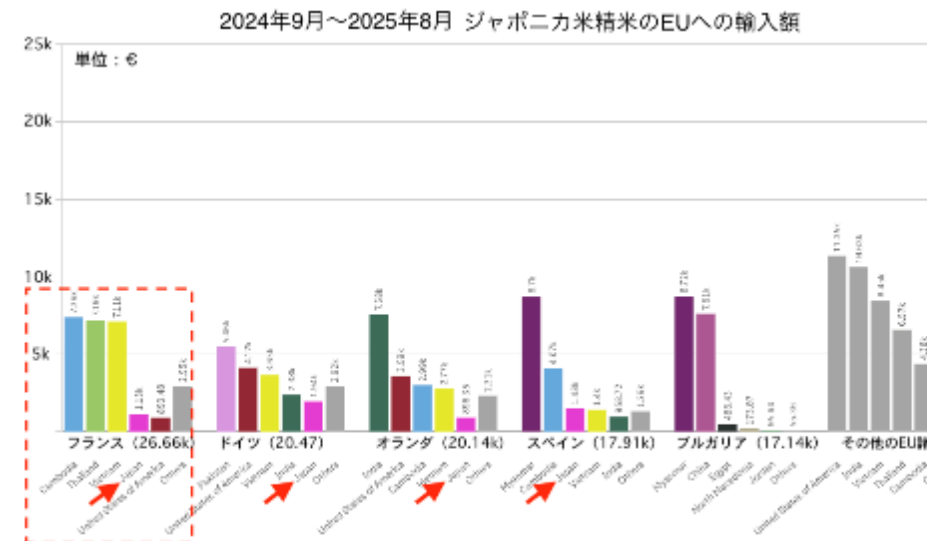
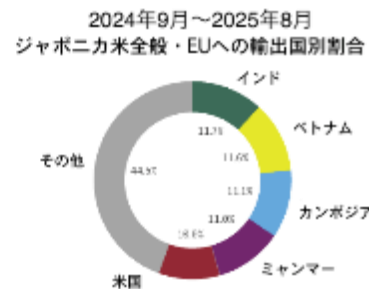
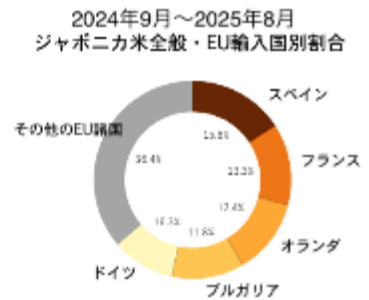
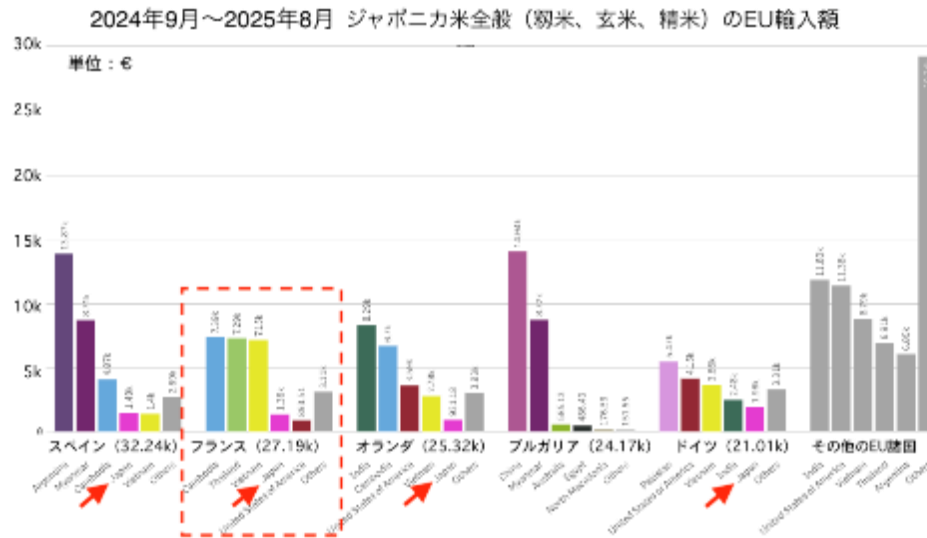
（輸出量単価：精米トン、価格単位：€/100kg、2024年9月～2025年8月実績）

輸出国	輸出量 (精米トン)	平均価格 (€/100kg)	輸出国	輸出量 (精米トン)	平均価格 (€/100kg)
ミャンマー	43.14 k	52.21	米国	19.86	107.75
ベトナム	27.66 k	85.97	タイ	13.27	114.84
インド	22.91	104.44	パキスタン	7.8	127.26
カンボジア	22.24	102.23	日本	3.61	211.46
中国	20.7	67.84	エジプト	2.15	89.35
アルゼンチン	20.06	100.58	オーストラリア	2.1	104.96

- EUへのジャポニカ米輸出国は東南アジア諸国 + 中国とインド。
- 中国は精米だけの場合には8位に後退し、米国・アルゼンチンが上位に。中国は玄米の輸出の割合が他国より多め。
- 日本の価格はミャンマーの4倍。

外国産ジャポニカ米のEU輸入の状況 3 - 輸入額

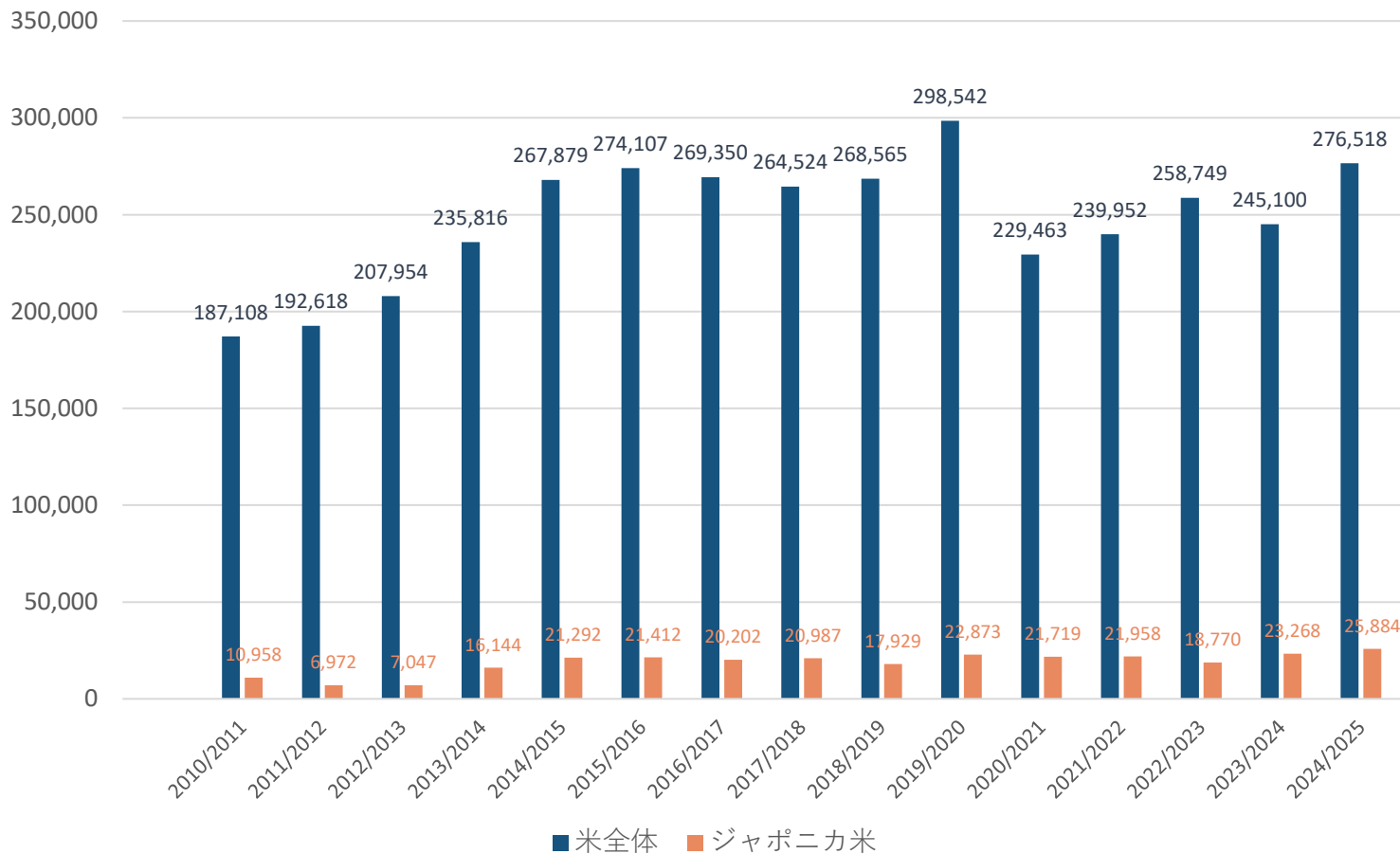
- 2024年9月～2025年8月（2024-2025年シーズン）のEU諸国のジャポニカ米全般（粳米、玄米、精米）の輸入額は2億412万€。内訳は
 - 粳米：14万7000 €
 - 玄米：3774万6000 €
 - 精米：1億6623万3000 €
- EU諸国の中でジャポニカ米全般（粳米、玄米、精米）の輸入額が高い国はスペイン、フランス、オランダ、ブルガリア、ドイツとなる。
- 精米に関してはフランスがトップとなり、次がドイツとなる。両国が価格が高めの米を輸入していることがわかる。
- EUへの輸出量では上位に入ることが少なかった日本が、輸入額では上位5位に入る。日本米の単価が高めであることがわかる。



出所：欧州連合 (EU) サイト

(<https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DashboardRice/RiceTrade.html#>)

外国産ジャポニカ米のフランス輸入の状況 - EU域外からの輸入



* 米全体には入るのは、インディカ米とジャポニカ米の粳米・玄米・精米（分つき米含む）および碎米。
 ジャポニカ米に入るのは、ジャポニカ米の粳米・玄米・精米（分つき米含む）。

- EU域外からの米全般の輸入量は過去5年に**23万トンから28万トン**で推移。
- EU域外から輸入される米全般にジャポニカ米が占める割合は10%未満で、**輸入米の大半はインディカ米（特に精米）**となる。
- これは後述の通り、フランスを含めたEUの米生産がもっぱらジャポニカ米に偏っている点、したがって**ジャポニカ米は域内諸国からの輸入が多い**ことで説明できる。

外国産ジャポニカ米のフランス輸入の状況 – EU域内を含む輸入

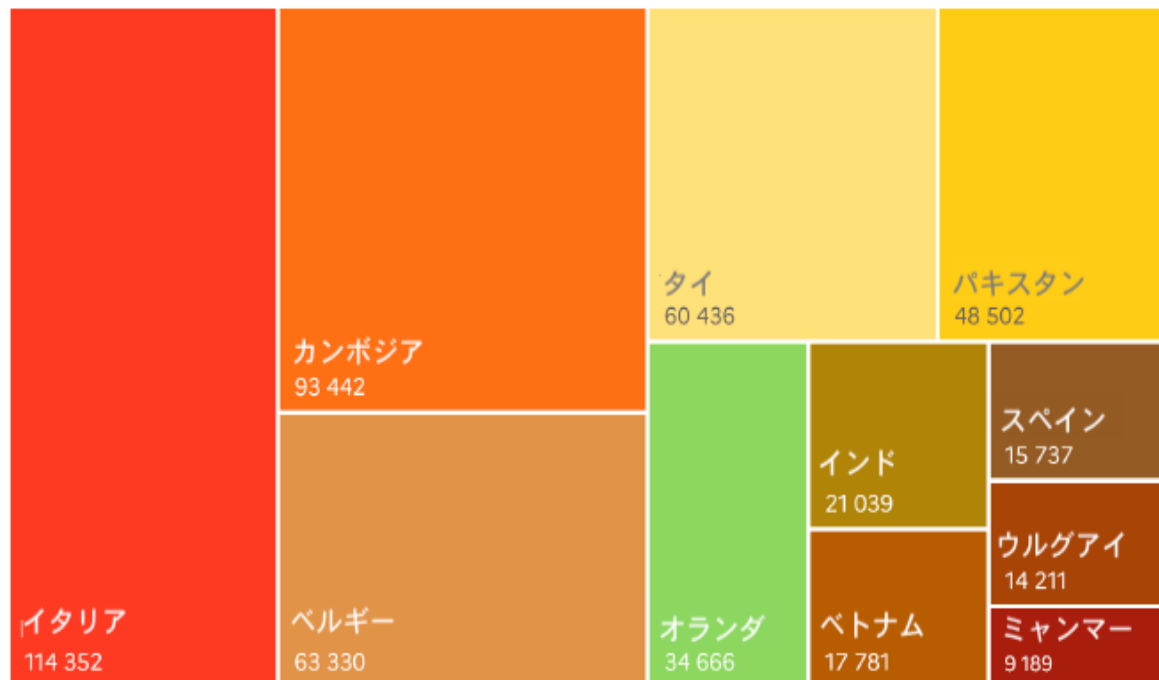
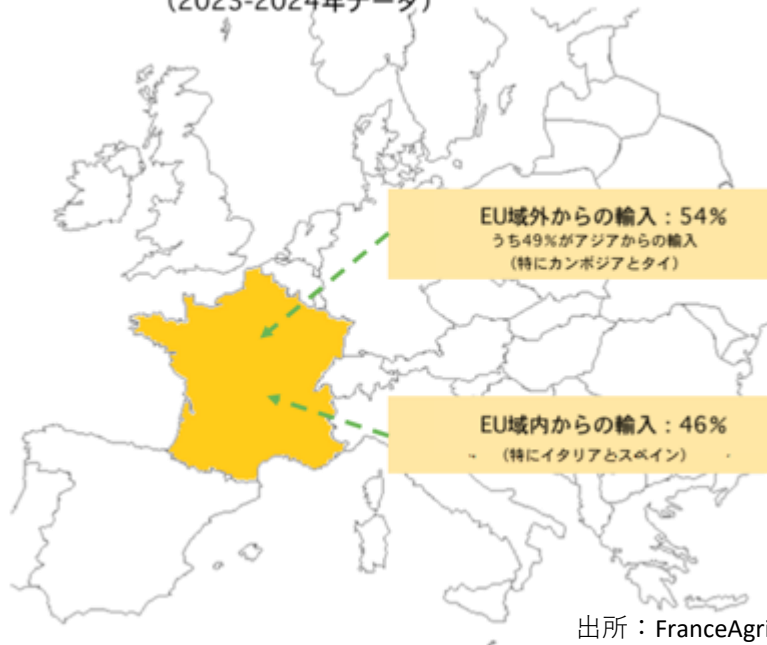
2023年9月～2024年8月（2023-2024シーズン）のフランスによるEU域外からの米輸入は輸入総量の54%を占め、域内輸入をわずかに上回った。

逆に言えば、フランスのEU域内からの米輸入は米輸入全体のほぼ半分に上る。

域内では

- **イタリア**：2023-2024シーズンの輸入実績が11万4000トン（うち90%は精米/分づき米）、フランス米輸入の22%、EU域内からの輸入の約半分を占める。
- **スペイン**：2023-2024シーズンの輸入実績1万6000トン（うち68%が精米/分づき米）、フランス米輸入の3%を占める（2023-2024シーズンは2年連続の干ばつの影響を受けて前シーズン比21%減、過去5年間の平均比56%減であった）。
- **ベルギーとオランダ**も、イタリア・スペインからの輸入米をフランスへと再輸出しており、フランスにとっては大きな米輸入元となる。

フランスの米輸入：EU域外とEU域内の割合はほぼ拮抗
(2023-2024年データ)



出所：FranceAgriMer | Le Marché du riz, monde, Europe, France Campagne 2023-2024]

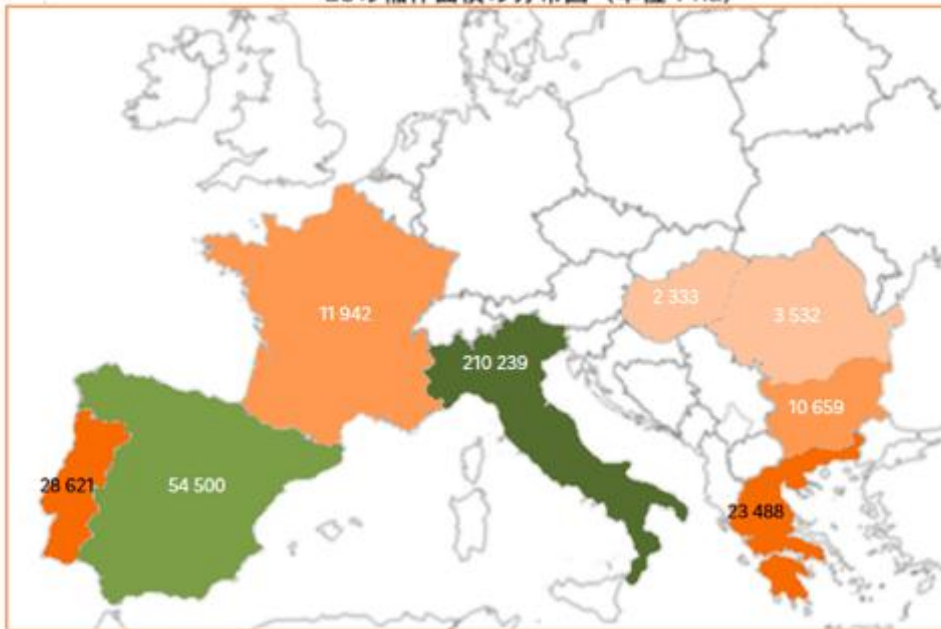
EUでの米生産

- 2023年9月～2024年8月（2023-2024シーズン）、欧州連合（EU）の稲作面積（surfaces de riz）は34万5000ヘクタール（前年度に比べ約3%減少。過去5年間の平均面積40万ヘクタールと比較しても縮小）。
- **ジャポニカ米が主流**でインディカ米の作付面積は総作付面積の20%未満
- 2023年のEUの生産量は230万トン（玄米換算）（2022年比8%増だが、過去5年間の平均比では15%減）。
- ちなみにEU域内の2023/24年の消費量は、精米換算で240万トン（2022/2023年比2%の減少）。

欧州の稲作：主に地中海沿岸諸国

イタリアとスペインがEU域内の稲作面積の75%を占める。

EUの稲作面積の分布図（単位：ha）



Source : DG AGRI

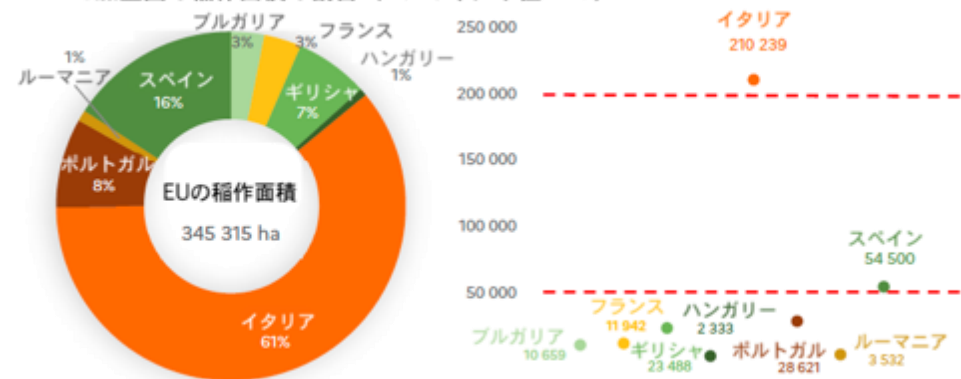
EUの稲作はヨーロッパの南半分、主に地中海沿岸地域に集中している。

生産量の割合は作付面積に比例。したがってジャポニカ米の主要生産国も地中海沿岸諸国（イタリア、スペイン、ポルトガル、ギリシャ）

欧州で生産される米の80%はジャポニカ種。

イタリアがEU域内の稲作面積の2/3を占める。

EU加盟国の稲作面積の割合（2023年、単位：ha）



Source : DG AGRI

フランスでの米生産

フランスの米農家：160（98%がカマルグに集中）

2024年の作付面積：13490ha　：生産量71980トン

- « IGP riz de Camargue（IGPカマルグ産米） »はフランスの米消費の4分1を占める。

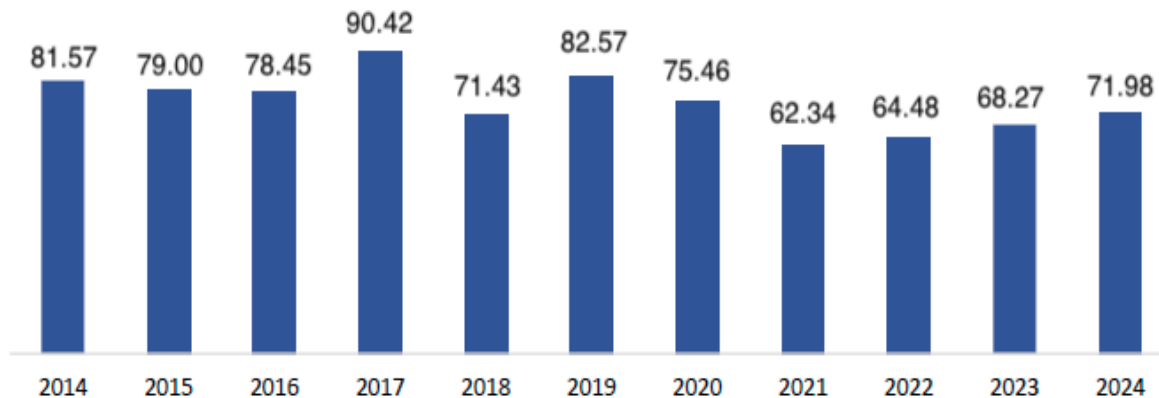
*カマルグ産米は保護指定原産地呼称（IGP）を取得して差別化を進めて付加価値化を高めている。

- 作付面積は2017-22年に29.7%減。2022-24年に14.4%増。

生産品種：2024年は89.5%がジャポニカ米、10.5%がインディカ米

*フランスの米生産はジャポニカ米に偏っており毎年国内生産の90%前後を占める。

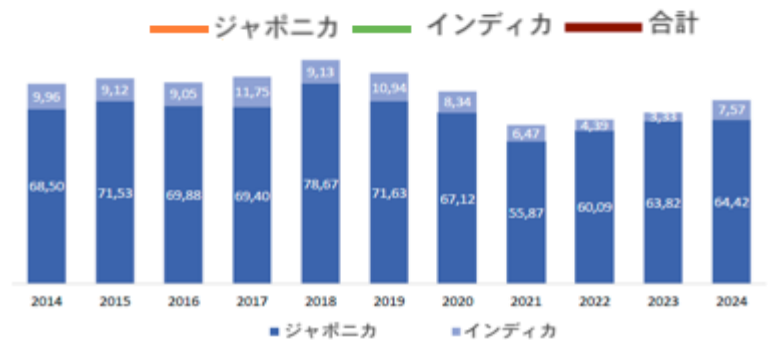
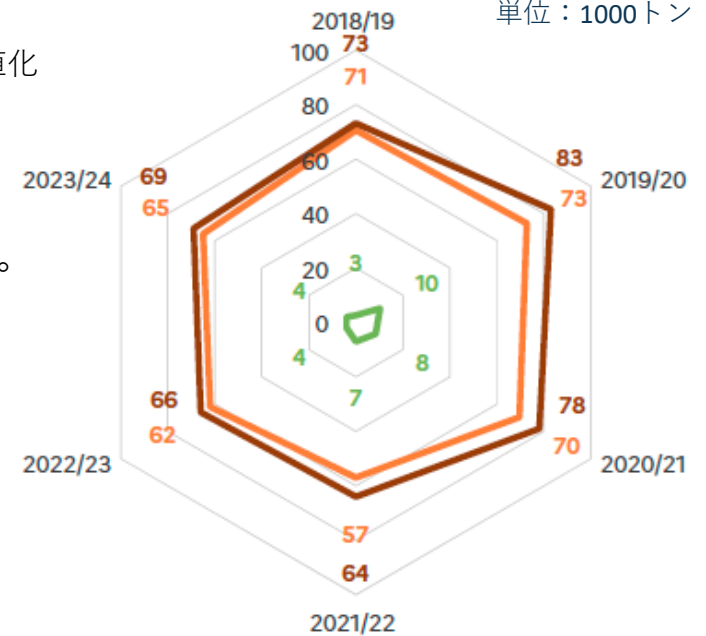
フランスの米生産の推移
(2014-2024年) 単位：1000トン



Source : Eurostat

フランスの米生産に占める
ジャポニカ米とインディカ米の割合

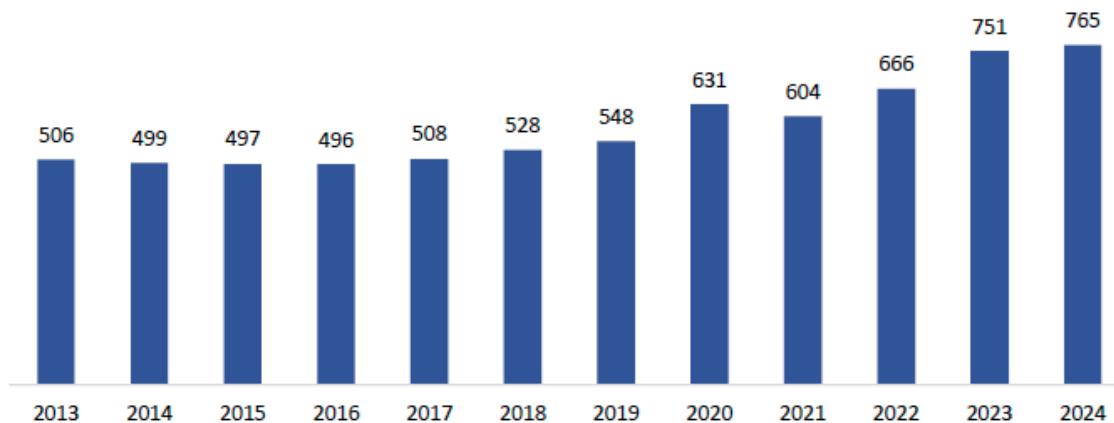
単位：1000トン



フランスでの米消費

- 一人当たりの年間米消費量：4.5kg
- 一部の海外県・海外領土では一人当たりの年間米消費量が非常に大きい（グアドループ30kg、レユニオン70kg、仏領ギアナ15kg、マルティニーク15kg）。
- 1960年以来、家計による米消費量は年平均3%増加
- 時短料理という消費者の期待に応えた商品開発が進む**：クイック調理米（炊かずに茹でて水を切るタイプ）、包装米飯（パックご飯）、調理済み製品など
- タイ米（ジャスミン米）やバスマティ米などの香り米が高級米として認識されている。
- カマルグ産でフランスの年間米消費の30%をカバー。

世帯での米消費額の推移
(2013-2024年) 単位：100万€



Source : [INSEE](#)

出所：Made in Fr 「Le Marché du riz en France – analyse marché」 30/09/2025、

左からクイック調理米、包装米飯、調理済み製品。テレワークの普及が家計の食習慣を変え、消費者は便利・簡単・時短（手早さ）を求めている。

画像出所：
メーカーウェブサイト（Minute Rice：<https://www.minuterice.ca/fr/produits/riz-blanc-instantane/>）、スーパーウェブサイト（Carrefour：<https://www.carrefour.fr/p/riz-basmati-1min30-carrefour-classic-3560070166046>、<https://www.carrefour.fr/p/plat-cuisine-colin-d-alaska-a-la-creme-de-st-jacques-son-riz-citronne-d-aucy-3017800237458>）

2. 輸出入規制

EUおよびフランスの米輸出入規制 - 1

日本からの輸出

米穀を日本国外へ商業目的で輸出する場合は、事前に最寄りの農政局管内の窓口へ輸出数量の届け出が必要（食糧法36条）[1]。米加工品（レトルトや米粉など）は届け出の必要なし。

※パックご飯に動物由来の原材料が含まれる場合は、混合食品規制の対象となるので注意が必要。

EUの輸入規制

- 輸入ライセンス：輸入業者は下記の場合に事前に輸入ライセンスを取得する必要あり。
 - 1トンを超える玄米または精米を輸入
 - 関税がゼロまたは減額される輸入割当枠を利用して輸入
 - *フランスではFranceAgriMer（農業省管轄）に輸入ライセンスAGRIMを申請・取得する。
- 関税率：米の輸入関税率はEU域内で一律

品目	CNコード	関税率	優遇関税	関税免除または減額となる輸入割当枠	従価税	申請用紙 N° ordre	根拠法	ライセンス 保証金
玄米	1006 20 11	42.50€ / t	n/a	英国を除く全ての国の合計1416トン	15%	09.4148	R2020/761	30€ / t
精米	1006 30 21	175 € / t	0	英国を除く全ての国の合計2万2442トン	-	09.4166	同上	46€ / t
	1006 30 42		0	豪タイ米英以外の国 1532トン	-	09.4130	同上	
	1006 30 61		0	タイ印パキスタン米英以外の国 3041トン	-	09.4119	同上	
碎米	1006 40 00	65 € / t	0	英国を除く全ての国の合計2万8360トン	-	09.4168	同上	5€ / t
			45 € / t	豪ギアナ米タイ英以外 11245トン	-	09.4154	同上	
米粉	1102 90 50	138 € / t	n/a		-			
米粉の麺	1902 19 1020	7.7%+24.60€/100kg	日本は 0%		-		D2018/1907	
	1902 19 9020	7.7%+21.10€/100kg	日本は 0%		-		同上	
パックご飯	1904 90 10	8.3%+46€/100kg	n/a		-			
米菓	1905 90 2010	4.5%+60.50€/100kg	日本は 0%		-		D2018/1907	

[1] https://www.maff.go.jp/j/syouan/keikaku/soukatu/kome_yusyutu/kome_yusyutu.html

EUおよびフランスの米輸出入規制 - 2

残留農薬規制 規則 (EC) 396/2005

- 使用可能な農薬をポジティブリストで規定。
- 食品のカテゴリーごとに許容される残留農薬の上限値 (MRL : Maximum Residue Limits) を「EU農薬データベース」で検索可能。
- MRLの設定がない農薬と食品の組み合わせには、一律0.01mg/kgの上限値が適用。
- 加工食品の一次原料の未加工品がMRLに準拠していると証明できない場合は、加工係数 (Pf : Processing Factors) を考慮するため、「規則 (EC) 396/2005第20条の解釈に関する通知」を確認。

重金属・汚染物質規制 規則 (EU) 2023/915

- 食品のカテゴリーごとに含まれる汚染物質*の上限値を規定。
- 米では、アフラトキシン、カドミウム、ヒ素、ニッケルの残留濃度上限値の規定あり。

*汚染物質：意図的に食品に添加されたものではなく、食品の生産（作物管理、畜産、獣医療における作業を含む）、製造、加工、調理、処理、包装、梱包、輸送および保管などのプロセスまたは生育環境に由来して食品中に存在する物質。

食品添加物規制 規則 (EC) 1333/2008

- 食品添加物ごとに、それを使用可能な食品のカテゴリーおよび許容含有量を規定。
- ポジティブリストをEUの食品添加物データベースで検索可能。
- 原材料リストには重量順にE番号で表示。
- 米に使用可能な添加物：E553b
- クイッククックライスに使用可能な添加物：E471、E472a、E481-482

EUおよびフランスの米輸出入規制 - 3

EUレベルの食品接触包装材規制

- すべての食品接触素材（FCM : Food Contact Materials）は、健康被害を引き起こしてはならない、食品成分に許容できない変化を引き起こしてはならない、食品の味・香り・触感などを劣化させてはならない－規則（EC）1935/2004
- 食品接触素材の製造工程における適正製造規範（GMP : Good Manufacturing Practice）を規定－規則（EU）2023/2006
- 一部の食品接触素材はポジティブリストで規定－規則（EU）10/2011
- 一般規定に加えて、特定の食品接触素材について個別の規定があり、それに準拠していることを示す「適合宣言書」が必要。
- 「再生プラスチック」については、規則（EU）2022/1616に準拠したリサイクル設備の登録等が必要。
- EUレベルでの規制に加えて、加盟各国は独自規制の導入が可能。

フランス独自の食品接触包装材規制

- ゴム、シリコンゴム（ポリマー）、イオン放射線処理、金属・合金（ステンレススチール、アルミニウム）に関して、国内法により、適用される基準値や添加できる物質のポジティブリストを規定。
- 銅、亜鉛、亜鉛メッキが飲食品に直接接触することを禁止。
- 食品に接触する重金属（ヒ素、鉛、スズ）、紙・ボール紙、ニス・コーティング剤、人口着色料などを独自に規定。

EUレベルの包装及び包装廃棄物規制

- 包装および包装廃棄物に関して、EU指令94/62/CEが廃止され、新たなEU統一規則が2025年1月22日に公布－規則（EU）2025/40包装及び包装廃棄物規則（PPWR）
- 2026年8月12日から、基準値以上の濃度のPFASを含む食品接触包装材を禁止。
- 2030年1月1日からプラスチック包装が含まなければならない再生材の含有率を規定。例えば
 - 主成分がポリエチレンテレフタレート（PET）の食品接触包装材：2030年に30%、2040年に50%（使い捨ての飲料ペットボトルを除く）
 - PET以外のプラスチック製食品接触包装材：2030年に10%、2040年に25%
- 2030年1月1日から、一定のリサイクル性能等級に分類される包装のみ上市が可能。

EUおよびフランスの米輸出入規制 - 4

ラベル表示 規則 (EC) 1169/2011

販売国における公用語での記載が必須。EU公用語であれば複数の記載が可能。
ラベルに表示する文字の大きさの規定：

- 包装面の最大面積が80cm²以上なら、「x」の高さ（図中の6）1.2mm以上
- 包装面の最大面積が80cm²未満なら、「x」の高さ0.9mm以上



義務表示項目

- 食品名称
- 原材料リスト：食品の原材料が単一で食品の名称と同一である場合は不要。
- 全ての原材料を重量順に表示。食品添加物はカテゴリー（酸化防止剤、防腐剤、着色料など）ごとに物質名またはE番号を表示。
- アレルギー物質：指定14物質を含有する場合は原材料リストに強調表示。
- 特定原材料の分量
- 正味量：重量単位（kgまたはg）で表示。
- 賞味期限または消費期限
- 特殊な保存条件や使用条件
- 食品事業者の名称または商号、および所在地
- 原産地
- 使用方法
- 栄養表示：下記項目について、100gまたは100mlあたりの栄養素を表示。
- エネルギー量（KJおよびkcalを共に記載）、脂肪（g）、飽和脂肪酸（g）、炭水化物（g）、糖類（g）、タンパク質（g）、塩分（g）
- 製造ロット番号



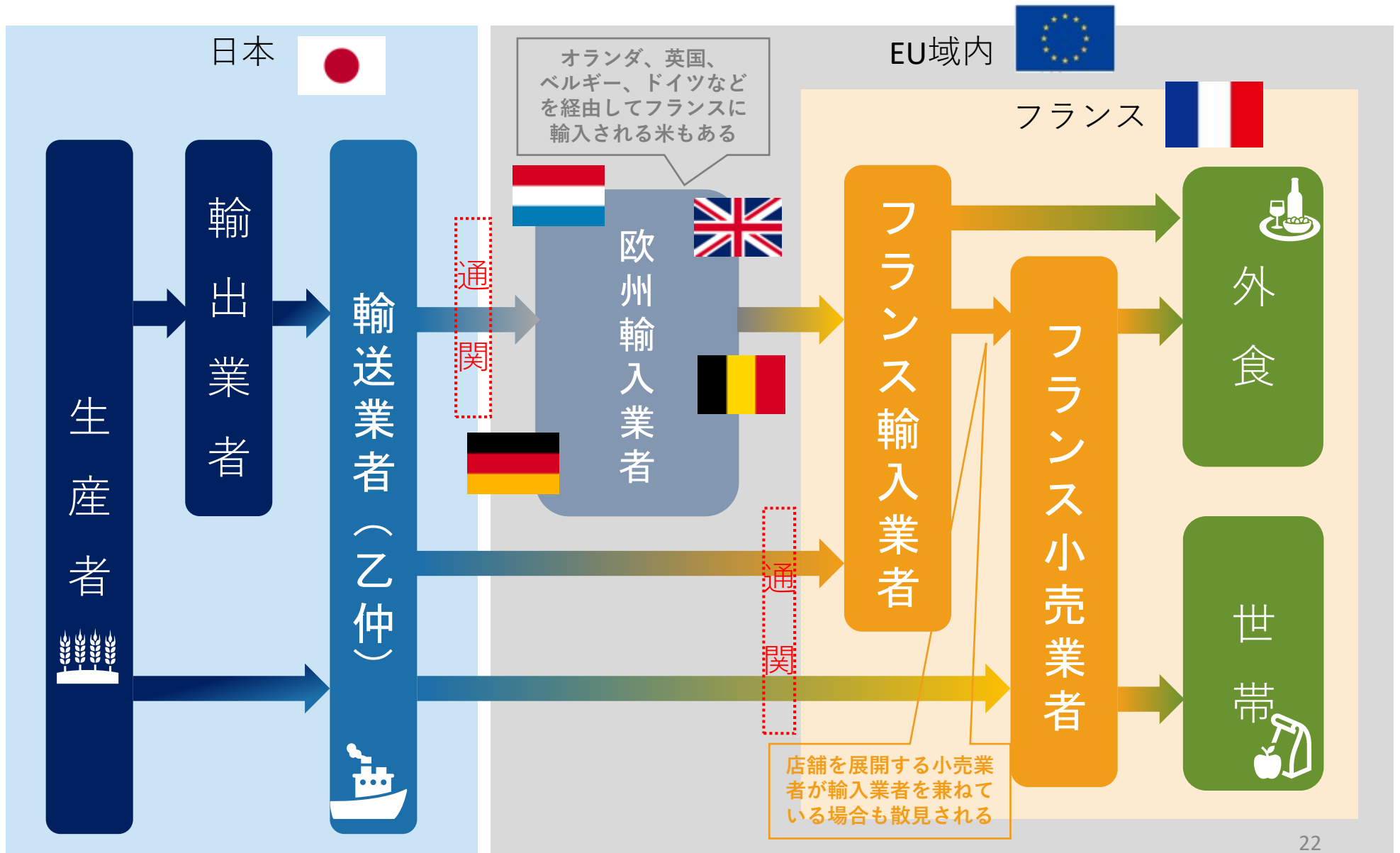
※ガス充てん包装がなされた食品は「packaged in a protective atmosphere」と表示。

※グルテン含有量が20mg/kg以下である場合には「gluten-free」の表示が可能。

※日本の有機JAS認証を取得した食品でも、EUの有機認証団体の認証を得ていなければ「Organic」表示は不可。

3. 流通実態

日本産米の流通構造



米流通事業者 – フランス・外国のプレーヤー 1

事業分野	企業名	規模	米製品 ブランド名	概要
生産	Arterris (協同組合)	PACAとオクシタ ニの農家1万 5000件が加盟		Riz de Camargue IGPのシェア25%。 加盟農家にVivien Paille（後述）が複数年契約を提案。
商社	VILACONIC（本 社ベトナム）	従業員300人以下		ベトナム産の米16種を取り扱い（うちジャポニカ米2種：寿司米、カルローズ米。産地はベトナム）。ベトナム国内2カ所に加工施設。豪メルボルンに子会社。
商社	FRANCE AJ GROUP（本社 カンボジア）	従業員150人超 輸出先50カ国		医療機器・医薬品・建設資材・食品・燃料・輸送などの部門をもつ総合商社。カンボジア・タイ・ベトナム・インド・パキスタン産の米40種以上を取り扱い（うち1種が寿司米、1種がアルポリオ米。産地はカンボジア・タイ・ベトナム）。仏パリに食品部門の営業所あり。
商社	NATURE BIO FOODS（本社 オランダ）	従業員51-200人		有機食品・有機飼料とアグリビジネス。取り扱い製品は、EU/NPOP/NOP規格に準拠。 製品を最適環境で保管し、産地から顧客へ直接配送するため、先進的なサプライチェーンプロセスを確立。
加工	AVRIL	年商77億€ (2024)	Vivien Paille	子会社Vivien Paille Camargue（年商2700万€）Riz de Camargue IGPを年間4万トン加工可能。 子会社Vivien Paille年商（2億2890万€）年間12万トンを加工。うち90%がPB向け、10%を自社ブランド「Vivien Paille」で販売。 商品：デザート、パエリア・リゾット・寿司用
加工	Groupe Marbour	グループ年商3億 €（2023）	Forban OEM	子会社Soboriz（レユニオン）米加工年間1万5000トン、自社ブランド「Forban」のほか、PB向けに販売 子会社Craf（グアドループ）米加工年間6000トン。 子会社Inariz（2024年売上高4040万€）はPB向けに1日20万袋生産、18カ国へ販売。PB向け70%+食品大手向け20%。 英子会社FEI Foodsで即席米、袋入りレンチン調理品を製造。

米流通事業者 – フランス・外国の主要プレイヤー 2

事業分野	企業名	規模	米製品 ブランド名	概要
加工	Ebro Foods	年商31億4000万 €の77,8%が米製 品	Lustucru Taurau Ailé	LustucruとTaurau Ailéを合計すると、GMSでの米販売シェア28,1%。加工工場は仏国外。
加工	Mars (本社米国)	グループ年商550 億ドル	Ben's Original	袋入りレンチン製品は、スペイン産とイタリア産の米をベルギーで加工。
加工 小売	Les Mousquetaires	仏国内に販売拠 点4000カ所	Saint-Eloi	加工子会社Antartic II（2024年の年商1億€）が「Saint-Eloi」ブランドの米製品を生産。
加工	Camargue Production	n/a	Wei Ming	寿司用をAuchan、Carrefourで販売。
加工	Bjorg et Compagnie	売上高3億2800 万€（2024）	TANOSHI	イタリア産寿司用をCarrefour、Monoprix、Franprixなどへ納入
加工	Haudecoeur	売上高2億8000 万€（2024）	Riz du Monde	20種類の米を年間3万トン仏市場に出荷。国内シェア12%。顧客は小売・GMS・外食・加工・卸。輸出も。
加工	Kumo SAS À Draveil (91)	売上高1148万€ （2024）	KUMO	日本食ファストフード（Bento、Ramen、Yakisoba、Kumo roll）をMonoprix、Monoprix、Franprix、Carrefour、Casino、Intermarché、Super U、Auchanで販売。企業や学校に設置した自販機でも。
加工	Horizon des Mets	43万€（2021）	IGIRI	Monoprixで販売のおにぎり製造。ポケボウルも製造。

出所：登記情報サイトinfogreffe（<https://www.infogreffe.fr/>）および各社ウェブサイトの公開情報

日本産米流通事業者 - 日系・アジア系主要プレーヤー 1

	米取扱い状況	事業分野	企業名	規模	概要
日系 ・ 日本食専門	取扱う米の大部分が日本産。 一部で欧州（イタリア・スペイン）と米国産ジャポニカ米も取扱い。	輸入・卸・小売	KIOKO	売上高1663万€ (2024)	1972年にオープンのパリの日本食材専門小売店。日本に本社があり、取扱製品の選択は日本。輸入や卸も行う。日本食輸入・販売で草分け的な存在。
		輸入・卸	JFC	売上高5850万€ (2025)	キッコーマン傘下。独英仏伊蘭墾・スウェーデン・ノルウェーに支店。玉錦、はるか、Nishiki（錦）、Utage、ゆめにしき、玄米ゆめにしき、など。
		輸入・卸	FOODEX	売上高6880万€ (2022)、 従業員110人 (2021)	宝酒造傘下。日本食材全般を取り扱い。品質重視で60件あまりのパートナー・サプライヤーから300品目余りをセレクト。外食・食品小売を中心に顧客数1万件。
		輸入・卸・小売	FIRST GIFT EURO JAPAN CROSSING	従業員6名以下 n/a	外食業者向けに日本産米を取り扱い。Kodawari Rice、一粒のきらめき、富山なのはな米、みずかがみ、ゆめはるか、パックご飯発芽玄米、など。 小売は日仏文化会館内タクミフレーバーズおよびオンラインショップ Takumi Flavours Amazonで。
		輸入・卸・小売	ISSE	n/a	厳選した日本食材のみを扱う高級路線の日本食材販売店。輸入や卸も行う。昼時には日本食ランチも提供。店舗向かいのショールームスペースでは日本食イベントも開催。
		輸入・卸・小売	IRASSHAI	従業員80人	パリの中心レアール地区にオープンした日本食材のセレクトショップ。レストランやバーも併設するコンセプトストア。輸入や卸も行う。
		輸入・卸	SUNTOP	n/a	業務用厨房機器・食材の輸入卸、厨房機器のメンテ。外食業者向けに日本産米を取り扱い。
		オンライン	SATSUKI (https://www.satsuki.fr/)、NISHIKIDORI (https://www.nishikidori.com/)、Le marché japonaise (lemarchejaponais.fr) など		

出所：登記情報サイト infogreffe (<https://www.infogreffe.fr/>) および各社ウェブサイトの公開情報、当該企業へのインタビュー

日本産米流通事業者 - 日系・アジア系主要プレイヤー 2

	米取扱い状況	事業分野	企業名	規模	概要
韓国	韓国産ジャポニカ米6割、日本産米2割前後。その他産地（欧州・アメリカ）も扱う。	輸入・卸・小売	K-Mart 	n/a	2006年創業。パリ市内に5店舗。韓国と日本の食材。生鮮・冷凍食材から総菜まで。オペラ店には刺身用の「サク」やしゃぶしゃぶ用薄切り肉も。
		輸入・卸・小売	Ace Mart 	n/a	1998年創業。パリ市内に6店舗。韓国と日本の食材。生鮮・冷凍食材から総菜まで。パリ市2区サンタンヌ通りの総菜専門店はランチタイムに人気。
中華系	東南アジア産インディカ米が8割前後。ジャポニカ米はほとんどイタリア産。	輸入・卸・小売	TANG FRERES 	売上高 3億（2024）	1976年創業。フランス最大の中華系スーパーのひとつ。中国・タイ・日本・ベトナムなどアジアを中心に、100カ国から食材や雑貨を輸入。生鮮・冷凍・調理済み食品、香辛料、飲料など主要ブランド100件弱の1万1000品目以上を取り扱い。イルドフランス地域圏に9店舗、うちパリ市13区に3店舗。小売と卸売が半々。欧州向け輸出も。
		輸入・卸・小売	PARIS STORE 	売上高 2億8600万€ （2024）	1977創業。フランス最大の中華系スーパーのひとつ。仏国内に21店舗、うちイルドフランス地域圏に11店舗。生鮮から冷凍までアジアの食材6000品目を取り扱い。香港に買付拠点あり。卸売顧客は小売・卸・飲食業・加工業。

フランスでの米（全般）の販売チャンネル

米全般（ジャポニカ・インディカ）の販売チャンネル別売上

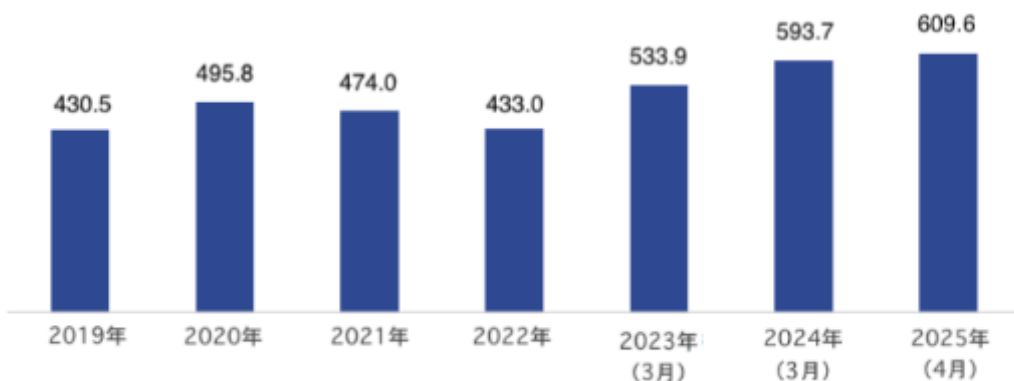
販売チャンネル	市場規模
ハイパー・スーパー/小売店	6億960万€
有機専門店	8520万€
外食（レストラン、集団給食）	7080万€

- 販売チャンネル別ではハイパー・スーパー/小売店が圧倒的に大きな市場となる。
- 2019-25年に販売額が41.6%増。コロナ禍後の食料品物価上昇も原因に。2022年に米一袋の価格は平均4.8%上昇。
- 03/2023-03/2024に販売量は前年同期比で1%減少したが、販売額は11.1%増加。04/2024-04/2025にハイパー・スーパーにおける米価格はわずかに下落。

米全般（ジャポニカ・インディカ）のハイパー・スーパーでの販売の推移

（2019-2025年、単位：100万€）

*2023,2024,2025年に関してはカッコ内の月の直近12ヵ月の数字



出所：Made in Fr 「Le Marché du riz en France – analyse marché」 30/09/2025

- 米全般の消費は、世帯が外食の9~10倍。
- 米消費量は横ばいもしくは微減傾向だが、米価格は上昇

- 加工業者市場の把握は困難。
- 米利用の調理済み食品メーカーとしてはCofigaが最大手となるが、商品ラインにアジア系が少ない。

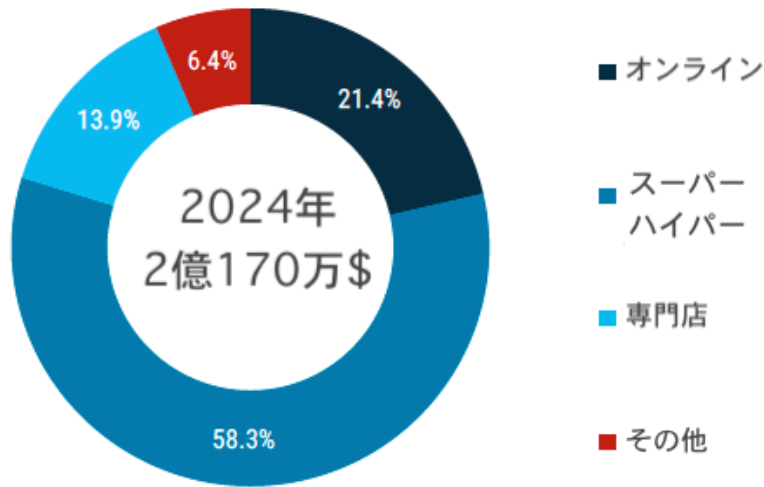
ハイパー/スーパーでは、テイクアウトの寿司・おにぎり・弁当以外の調理済み食品はあまり見かけない。

アジア系製品・料理としては「チャーハン」がもっとポピュラーか。



フランスでのジャポニカ米の小売販売チャンネル

ジャポニカ米の小売販売チャンネル別シェア



- フランスにおけるジャポニカ米のオンライン小売市場は、インターネット普及率の向上、宅配、有機食品や特産品専門のECプラットフォームの台頭により、近年著しい成長。オンラインでは、製品比較や認証有無の確認が容易であることが成長の一要因に。
- 主要流通経路はやはりスーパー／ハイパーマーケット。広範なリーチがある流通チャンネル。大手によるPBジャポニカ米の展開や、サプライヤーとの協働によりさらに成長する可能性も。
- 他の日常的な食材に比較して、ジャポニカ米流通においては、専門店（有機専門店含む）のシェアが大きい。これらの店舗は、価格よりも品質や産地を重視し、「ストーリーテリング」を利用したマーケティングで成功。本物志向や倫理的意識が高い消費者層において強み。

販売チャンネル別フランスのジャポニカ米市場（単位：100万\$） *2025年以降は予想値

販売チャンネル	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	CAGR
オンラインストア	39,7	36,6	38,0	39,5	41,3	43,2	45,2	47,4	49,7	52,2	54,8	57,7	60,8	64,2	67,8	71,8	76,2	5,4%
スーパー／ハイパー	118,8	107,4	109,5	111,8	114,6	117,6	121,0	124,5	128,2	132,3	136,6	141,2	146,3	151,7	157,7	164,2	171,3	3,5%
専門店	26,5	24,3	25,1	25,9	26,9	28,0	29,1	30,3	31,6	33,0	34,5	36,2	37,9	39,8	41,9	44,1	46,6	4,8%
その他	14,4	12,7	12,8	12,8	12,9	12,9	13,0	13,1	13,3	13,4	13,5	13,6	13,8	13,9	14,1	14,3	14,5	1,1%
合計	199,4	181,0	185,4	190,0	195,6	201,7	208,4	215,4	222,8	230,9	239,5	248,8	258,8	269,7	281,5	294,4	308,6	4,0%

フランスのスーパーでの米小売販売状況

フランスのスーパーでの米商品販売状況

- 客層は地元のフランス人。
- 販売される袋入り・箱入り米の種類は豊富だが、ほとんどがインディカ米。欧米料理もしくはインド・東南アジア料理に利用するパラパラとして粘らない米が主流。
- リゾット用もしくはお菓子（ライスプディング）用ではジャポニカ米もあり。
- 「寿司用」と称したジャポニカ米も数種類（店舗により1-5種類）取り扱いがある。産地はイタリアが多いが、ベトナムなどの東南アジア産もあり。日本産はない。
- カルフル、モノプリ、オーシャンなどにはPBの「寿司用米」も。
- 調理済み米製品もインディカ米が主に利用される。ソースを使った欧米料理が多く日本産米の入る余地はほぼないために、**日本産米の競合とはならない。**

一般的なスーパーでの「寿司用」米の産地・価格例

ブランド	産地	1kgあたりの価格 (€)
Carrefour PB	不明	3.38
RIZ du monde	イタリア	3.05
TANOSHI	イタリア	6.16
MEI WING	アジアまたはEU	4.39
MEI ASIA	ベトナム	3.69
SAITAKU	不明	3.30
Monoprix PB	イタリア	4.30
PRIMEAL (有機)	イタリア	5.30
Auchan PB	不明	5.22

			
<p>袋入り・箱入りの米の点数は店舗によっては数10種類におよぶ。</p>	<p>アジア産のタイ米（ジャスミン米）やバスマティ米も点数が多い。ジャポニカ米はリゾット用もしくはお菓子用として販売。</p>	<p>欧米料理の米利用調理済み製品（レトルト、冷凍、テイクアウトなど）も豊富だが日本産米の進出は困難か。</p>	<p>「寿司用」ジャポニカ米も1～5点程度の取り扱いあり。主にイタリア産で、東南アジア産も散見される。</p>

フランスのスーパーでの米加工品販売状況

フランスのスーパーでの米商品販売状況

- 米菓もごくわずかに取り扱い（グルテンフリーを謳ったものあり）。欧米風チップス・クラッカーもあれば、アジア風のあられ・せんべい風のものもわずかながらある。もちアイスブームを経て、もち菓子も徐々に浸透。米粉を使った麺は東南アジアのフォー、ポブン、パッタイ向けのものが多数取り扱われている。
- 大きめのスーパーやハイパーには寿司・弁当コーナーが設置。時としてスタッフがその場で寿司やおにぎりを作っている。
- 寿司コーナーに加えて、近年におにぎりを販売。ただしおにぎりは酢飯で、米も硬く、日本のおにぎりとは異なる。

			
<p>欧米風の米粉利用チップス・クラッカー。グルテンフリーを謳っており健康志向の消費者に訴求力。</p>	<p>韓国製の米菓を販売するスーパー・ハイパーも。</p>	<p>もち菓子も浸透。東南アジア系の米粉麺は従来より充実（タイ製・EU製が多い）。</p>	<p>大きめのスーパーやハイパーには寿司・おにぎり・弁当風のをその場で作り販売するコーナーが浸透。</p>

	
<p>オリジナルのサンドイッチ風おにぎらず。</p>	<p>寿司コーナーでは巻き寿司・握り寿司のほか、おにぎりや弁当・丼ものも販売。</p>

- 寿司はパックで8-12€程度で販売。おにぎりは3€台で販売。「クリームチーズ」と鮭などフランス人の味覚に合った製品開発も。
- 寿司コーナーを展開するのは SUSHI GOURMET（<https://sushigourmet.eu/>）、IZAKAYA（<https://izakayagenji.eu/>）など。
- おにぎりブランドはKUMO、IGIRI SHAKISHAKIなど。

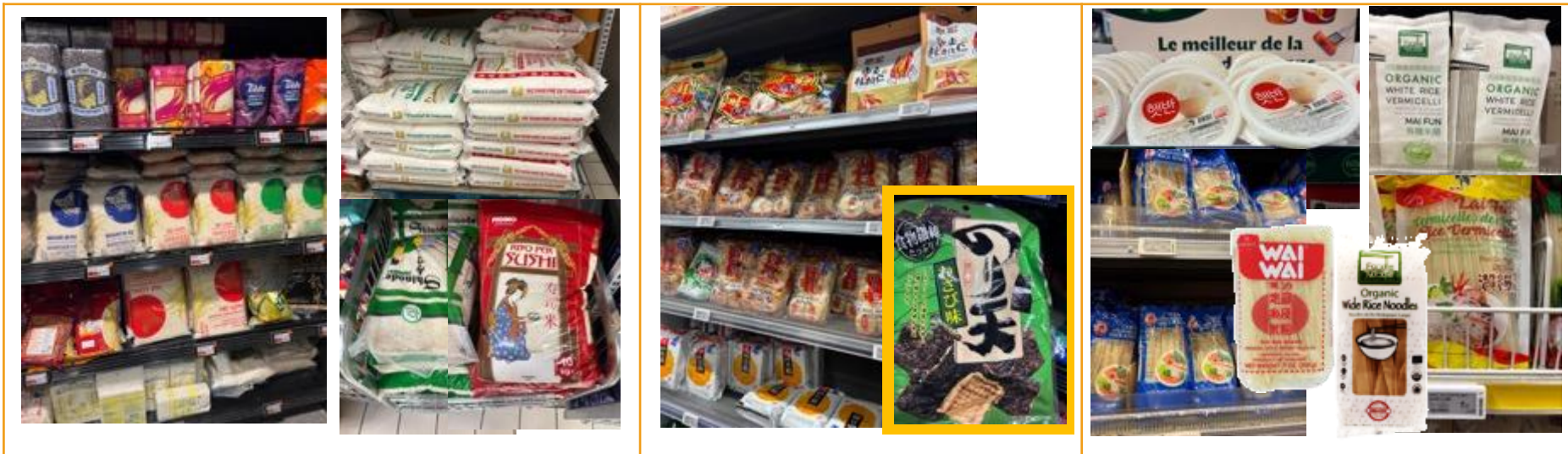
中華系スーパーでの米／米加工品小売販売状況

中華系スーパーでの米商品販売状況

- 客層は在仏アジア人、フランス人で半々程度。
- 販売される米自体はほとんどがインディカ米。ジャポニカ米はイタリア産で「寿司」向け米として販売されているものが数種（店舗により2-4種類程度）あり。
- 米菓は台湾製・東南アジア製・日本製。日本製を模してひらがな表記のある中国製あられなども取り扱い。
- 米粉麺が充実（ただしフォー、ポブン、パッタイ向けの東南アジア製）。
- 調理済み（レトルト、レンチン）は韓国製。
- **米についてはイタリア産ジャポニカが日本産の競合となっていることがわかる。**米菓は台湾製・東南アジア製が、調理済み（レトルト、レンチン）は韓国製が競合となる。

中華系スーパーでの「寿司用」米の産地・価格例

ブランド	産地	1kgあたりの価格 (€)
SHINODE (日の出)	イタリア	2.25 ~ 3.6
Ineko	イタリア	2.32
PIGINO	イタリア	2.35
OKAMI	イタリア	2.99
ゆめにしき (オンライン)	イタリア	7.78



米のほとんどがインディカ米。業務用の10kg袋の点数が多いのが特徴。「寿司」向けとしてジャポニカ米も。店頭で寿司用ジャポニカ米はすべてイタリア産。オンラインでは日本産の取り扱いも若干あり。

米菓は台湾製が主流となり、東南アジア製や日本製のものもある。中華系スーパー大手は輸入・卸をかねているため、日本製製品の輸入元はスーパー自体。

米粉を使った麺は種類もブランドも豊富。調理済み米製品（レンチン）は韓国製のものを取り扱い。

韓国系スーパーでの米／米加工品小売販売状況

韓国系スーパーでの米商品販売状況

- 客層（在仏韓国人・日本人、フランス人で半々程度）
- 販売される米自体はジャポニカ米で韓国、日本、アメリカ・欧州産。
- 米菓は台湾製・韓国製・日本製。種類は比較的豊富。
- 米粉麺も多少あり。
- 調理済み（レトルト、レンチン）は韓国製。日本製も少し取り扱い。
- 米については欧州・米国産ジャポニカおよび韓国産ジャポニカが日本産の競合となっていることがわかる。
- 加工品についてもアジア諸国の商品が競合。
- テイクアウトでキンパとともにおにぎりも製造・販売。

韓国系スーパーでの米の産地・価格例

輸入元	ブランド	産地	1kgあたりの価格(€)
JFC	Nishiki (錦) 無洗米	米国	7.15~8.65
JFC	Haruka (はるか)	イタリア	5.5~5.6
JFC	ゆめにしき	イタリア	6.7~7.3
JFC	ゆめにしき 玄米	イタリア	7.3
FOODEX	真珠米	イタリア	8.1~11.6
FOODEX	Hanabi お米	イタリア	3.95~ 4.75
RHEE Brothers., Inc	RHEE CHUN	米国	3.73~5.13
JFC	ななつぼし	北海道	6.8
JFC	ゆめぴりか	北海道	6.8
JFC	秋田県産あきたこまち (神明)	秋田県	6.3~8.5
SSP KONSUMGUETER TRADE&CONSULT GMBH (独)	秋田県産あきたこまち	秋田県	7.1~8.3
ACE MART	新潟県産こしいぶき	新潟県産	6.4~7.9
ACE MART	KOREAN RICE Hampyeong Nonghyup	韓国	2.5~3.8
ACE MART	NH KOREAN RIE DAMYANG	韓国	3.73~5.13



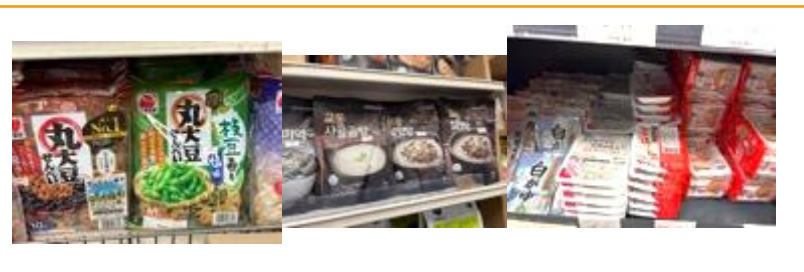
左端はカリフォルニア産ジャポニカで韓国系Rhee Brothersが輸出。真ん中と右端は韓国産ジャポニカ。

韓国惣菜とともにおにぎりも製造・販売。

画像出所：筆者撮影



日本産米の取り扱いもあり。日系輸入業者経由、もしくは自社で輸入。



米菓・レトルトおかゆ・レンチンご飯など、商品が日韓で似ているものは両国のものそれぞれを販売。

日本食専門店での米小売販売状況

日系スーパーでの米商品販売状況

- 客層（在仏日本人、フランス人で半々程度）
- 販売される米自体はジャポニカ米で日本産が主流。大きな店舗では10種類以上のブランドを提案。
- 日本産米の競合は欧州産・アメリカ産。日本人消費者は日本産米を求める傾向にあるが、その他の客層はまず日本食への入口として欧米産を購入。
- 日本産米の価格は全体的に高い。1kg30€の高級米もある。
 - フランスの一般的なスーパーの「寿司用」米（非日本産）価格：1kgあたり3€台から6€台
 - 中華系スーパーの「寿司用」米（非日本産）価格：1kgあたり2€台から3€台
 - 韓国系スーパーの米（欧米産）価格：1kgあたり3€台から最大で12€弱
 - 韓国系スーパーの韓国産米価格：1kgあたり2€台から5€台
 - 韓国系スーパーの**日本産米価格**：1kgあたり6€台から8€台
 - 日系スーパーの非日本産米価格：1kgあたり3€台から11€弱
 - 日系スーパーの**日本産米価格**：1kgあたり6€台から上は30€まで。

日系スーパー・日本食専門ECサイトでの米の産地・価格例

ブランド	産地	1kgあたりの価格 (€)
新之助	新潟	12.6 ~ 13
Rice B こしひかり	三重	14.8~15.5
こしひかり	飛騨高山	19
新潟産こしひかり	新潟	9.2~10
魚沼産こしひかり	新潟	12.7
宮城産ささにしき	宮城	12.75
無洗米ちほみのり	新潟	6
こしいぶき	新潟	9.8
ゆめぴりか	北海道	6.4~9.5
有機栽培魚沼産こしひかり	新潟	30.2
つや姫	山形	23
晴天の霹靂	青森	24,83
矢祭米こしひかり	福島	15,68
あきたこまち	秋田	9.65
にこまる	茨城	25
ゆめごち	茨城	25
ミルクークリーン	茨城	25
国宝ローズ	米国	4.5~4.7
Nishiki（錦）無洗米	米国	7.6
みのり	スペイン	5.4~6.5
ゆめにしき	イタリア	6~10.80
お米さん	イタリア	9.5
Shinode（日の出）	イタリア	5.5~6.1
はるか（真空パック）	イタリア	7.5
Riz pour Sushi Oishiya	EU	3.5
Kotobuki Sushi rice	EU	3.9
Obento Sushi rice	EU	7.4



日系スーパーで販売している欧州・米国産の米。「日本食」を試してみたい人、価格重視の顧客が購入。

日本産米の中には輸出用に「産地」をアピールしたパッケージを工夫している農家も。

日系スーパー・日本食専門店ではとりあつかわれる米は種類も産地も様々。価格の幅も広い。

日本食専門店での米加工品小売販売状況

日系スーパーでの米商品販売状況

- 米菓は日本製で種類も豊富。フランスの「アペロ（食前に楽しむアルコール）」に欠かせないスナック類の一つとして需要。
- 調理済み（レトルト、レンチン）は日本製。高齢者や一人暮らしの学生などから一定の需要。
- 調理済み（チャーハンなどの冷凍食品）の一部は、混合食品への規制に関連して多くの製品が輸入不可に。出汁が入った米菓にも同様の問題。
- 米粉麺もあり。スパゲティ・うどん・ラーメンを模したもの。グルテンフリーを求める健康志向の消費者に訴求力。



日系スーパー・日本食専門店では米菓の種類も多種多様。「梅」など、元来はフランス人の味覚に合わないと思われた風味の製品も予想外に人気。

保存料が少ないものの方がヘルシー志向の潮流にあってはいるが賞味期限が短い。海運の混乱などで入荷時期が不透明なので、時として問題が出るという。



1食向けのレトルトやレンチン製品は「少しだけご飯を炊くのが面倒」という客層に一定の人気。



グルテンフリーの米粉麺には専用のコーナーも。コアなファンがいる。



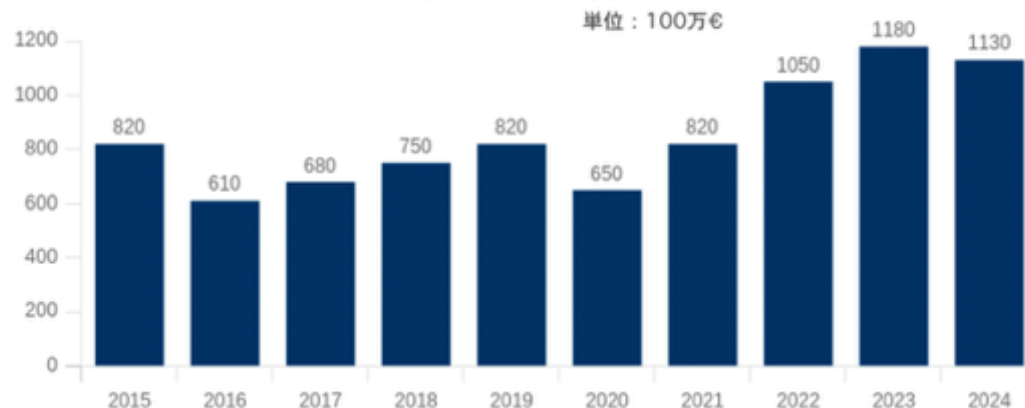
「もち」ブームで餅粉や白玉粉の需要も拡大中。

外食での米需要 1 - 寿司市場の現状

フランスにおける寿司市場

- 寿司は、仏ファストフード業界において欠かせない存在となっており、**2024年の売上高は12億ユーロ近く**に。仏ファストフード市場全体（2024年に245億ユーロ）の約4.6%を占める。
- **新鮮さ、手軽さ、健康的というイメージ**が人気の理由。食習慣における**品質、スピード、多様性**といったトレンドに込んでいる。
- 2025年にはフランス人の22%が毎月寿司を食べている。
- **寿司市場の成長を牽引した2つの要素は寿司チェーン店舗の展開と、都市部でのフードデリバリーの興隆**。
- スーパー・ハイパー・駅などには「寿司コーナー」が定着。**2024年にはこういった寿司コーナーが約500店**に達している。
- 寿司人気に後押しされ、家庭で寿司を作るフランス人も増えており、「寿司キット」も売れ行きを伸ばしている。

フランスの寿司市場（推定）
(2015-2024年)



- **ただし、2024年には「フランス人が好きな軽食」ベスト10から寿司が外れ（2023年には7位）、数年来の人気に翳りも**。「供給が増えすぎたための陳腐化」や「他のファストフードに比べて価格帯が高めであること」が市場成長のブレーキに。
- 寿司人気の近年の低迷を受けて、提供する商品をポケボウルや韓国ファストフードに広げるチェーンも急増中。

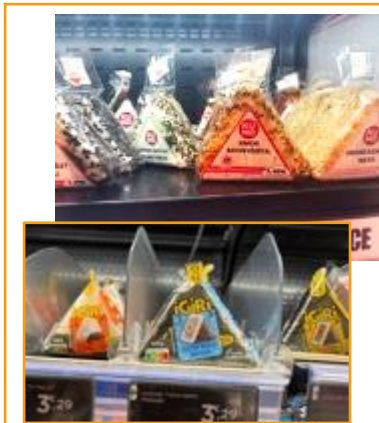
外食での米需要 1 - 寿司市場の主要プレーヤー

	企業名	売上高 (単位：100万€)	店舗数	概要
寿司 レストラン・ チェーン	Sushi Shop	111 (2024)	172	寿司の調理・販売のチェーンとしてはフランス最大手。1998年の創業以来、フランス国内および国外(11カ国で展開)でネットワークを拡大。比較的高めの価格帯で有名シェフ(シリル・リニャック、ティエリー・マルクスなど)との提携により、高級ファストフードとしての地位を確立。2018年にAmRestグループ(傘下にKFC、スターバックスなど)に2億4000万ユーロで買収された。
	Planet Sushi	12弱 (2021)	49	Sushi Shopの長年の競合(創業者同士は高校の同級生)であったが、2023年に一度倒産。所有していた19店舗中17店舗を投資ファンドに売却。ブランドを維持しつつフランチャイズ展開に転向。
	Eat Sushi	不明	39	2006年に設立。2012年に初の「寿司ドライブ」を創設。主にフランチャイズ形式で運営されている。
	Côté Sushi	59.5 (2024)	79	2007年に設立。伝統的な寿司だけでなく、ペルーで主流の食材や伝統を取り入れた日本料理「ニッケイ料理」も提供することで差別化を図る。売上高の80%はデリバリーで実現。最近の韓国料理ブームに乗って、韓国コレクションも提供開始。
	Matsuri	25 (2025)		1986年にパリで創業。フランス、スイス、モロッコで展開。どちらかといえば高級路線に位置づけられる。回転寿司形式を取り入れたことで注目。
寿司コーナー	Sushi Daily (KellyDeli)	424 (2022)	300	欧州最大の寿司チェーンの一つ。2021年にはヨーロッパ11カ国に1000以上のコーナーを展開(うち約200店舗が英国)。店舗は主にスーパー(AsdaやWaitroseなどの大手チェーンと提携)に設置されているが、駅などへの進出も目覚ましい。
	Sushi Gourmet (Hana Group)	18.8 (HANA GROUP / 2024)	130強	Sushi GourmetはHana Groupが所有するブランドでSushi Dailyの主な競合。西欧全域で事業を展開しており、2018年にはフランス国内に130以上のコーナーを数えた。2016年に米国のPeace Dining Corpを買収、2017年6月に仏競合Eat Happy(45店舗)を買収して欧州レベルでは2018年時点で550店舗まで拡大。親会社のHana Groupは、さまざまなアジア料理チェーン店を所有する企業(14ブランドを展開)。フランスでは、「Sushi Gourmet」の他「Sushi Market」および「Izakaya genji」のブランドで展開。
	Sushiman (Kimoco)	不明	37	フランス国内に37のキオスクを所有。ジェアン(Géant)、カジノ、アンテルマルシェ、ルクレールなどのスーパーやハイパーに展開。
	LDC	5.8 (2022)	30	もともと家禽の加工・販売を専門としていたが、2020年末にAsia General Foodの株式60%を取得すると発表した。Sushi Masterブランドで寿司やアジア料理のコーナーをフランチャイズ展開しており、2020年末時点で主にコラ(Cora)およびカルフルの店舗内に30の販売拠点を有している。
	Corner Cuisine Distribution (Wasabi Asian Street Food)	29.8 (2023)	100強	Wasabiは、Corner Cuisine Distributionグループに属する寿司、中華鍋料理、春巻きの製造・販売を専門とするブランド。フランス全土に100以上のコーナーを展開しており、主にアンテルマルシェ、ルクレール、システムU、カルフル、カジノなどの大型スーパーマーケット内に進出。

外食での米需要 2 - おにぎり市場の現状

フランスにおけるおにぎり市場

- 過去数年でハイパー・スーパーでも「コンビニ風」のおにぎりが浸透。
- おにぎりを提供する独立系店舗が急増中。日本人が経営する小規模店舗が多かったが、フランス人や中国系・韓国系による出店も散見。価格帯はおにぎり一つ3-4€台。
- おにぎりは寿司と同じく手軽で健康的というイメージで人気。寿司よりも単価が低い点、寿司と違って「食べ歩き」ができる点がセールスポイントに。
- 具材の種類が豊富で、ベジタリアンや宗教上の食材の制約がある人にも訴求力。
- ラーメン同様に日本のおにぎりチェーン大手もパリに進出。
- 日本産米にこだわる店も多いが、日本人経営でも欧州産（スペイン・イタリア）のジャポニカを利用しているとの声もあり、日本産米の進出余地が大きい。



ハイパー・スーパーで販売されるおにぎり。保存を考えてのことか「寿司の延長」なのか「酢飯」が主流。パラパラとしており日本産米ではなく、日本人の味覚には合っていない。

日本のおにぎりチェーン大手もパリに進出。プームの火付け役でもあり、毎日長蛇の列ができるほどの人気。

日本人が経営する独立店舗が増加。米のおいしさにこだわっているが、かならずしも日本産米を利用しているわけではなく「おにぎりに適した米」を利用している店も。日系パン屋などでも近年、パンとともにおにぎりや弁当を提案している。

フランス人や中国系・韓国系の事業者も増加。チーズやスモークサーモン、フルーツを使ったおにぎり、さらにはアフリカ料理の「ヤッサ」風味やマグレブ料理の「タジン」風味のおにぎりなど斬新なメニューも提案。

その他の米需要 3 – その他の外食と家庭での米消費

寿司やおにぎりの以外にも、ジャポニカ米を利用した新しい外食サービスのトレンドや、家庭での消費増加に向けた動きがある。



いなり寿司を提供する店舗もいくつか出現。おにぎり感覚のファーストフードとして人気。



ニューヨークで始まったコンセプトを輸入したカウンター形式の手巻き寿司レストランが登場。間もなく2店舗目をオープンする。



レシピは日本人シェフと考案。利用しているのは日本産もしくは欧米産のジャポニカ米。



poke bowlは数年前から中食可能なファーストフードとして定着。イトインとともにデリバリーでの提供も多い。丼ものも手軽なランチとして人気。



有機食材専門店などから発した穀類の量り売りは、今では一般的なスーパー・ハイパーでも定着。「家庭でも日本食を」をコンセプトとするIRASSHAI

では、消費者がニーズに合わせて米を買うように量り売りを提案。



写真左はイタリヤ産

右は日本産

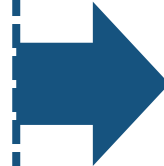


初心者でも家庭で寿司を楽しめるように少量のご飯、海苔、わさび、醤油などをセットにした「寿司キット」も人気。

日本産米市場の展望と課題

日本産米の強み（競合との差別化）

- 粘り気がありもちもちとしていつつ、ふっくら感。
- 炊き上げた時のツヤと香りがよい。
- 冷めても美味しく、硬くならない。



「冷めても美味しい」は寿司・おにぎりに代表される日本のファーストフードには欠かせない要素。
ファーストフードとフードデリバリーの興隆という今のトレンドにマッチ。

仏市場への参入障壁

- 最大の障壁は価格。特に近年の輸送コストの高騰が痛手に。
- 「差別化」要素に関する一般消費者の認識不足。



フランスの需要者側からも「輸出支援拡大」への要望の声。
「日本産米」を取扱い・利用する小売店・需要者からは、例えば「日本産取扱い店・利用店」ラベルの導入やその認知度向上に向けた取り組みへのニーズも聞かれる。

仏消費者への訴求力と今後の可能性

- フランス人は食への要求が高いため「味のおいしさ」がまず大きなセールスポイントに。
- 同時に産地や品種の紹介／説明・米作りへのこだわりなど「ストーリー性」が重要。
- 日本の寿司・おにぎりチェーンのフランス進出には大きな需要拡大の可能性。
- 頭打ちのきらいがある既存の仏系寿司チェーン市場で「日本産米利用」を競合との差別化要素に。
- 米の最大の販売チャンネルであるスーパー・ハイパーでの取り扱いを通じた一般消費者への拡販。

日本産米製品の強み／障壁

- **グルテンフリー**のトレンドにマッチ。米製品はヘルシーであるというイメージも。
- 混合食品規制により出汁や肉・魚が入った米菓やレトルト・冷凍食品の輸入ができないことが大きな障壁に。
- 紛争などにより海運にかかる時間が不透明なので、賞味期限も問題に。



関係者ヒアリング 1 (1) - 日本食輸入・小売 (スーパー)

日本食輸入・小売：1972年にパリに店舗オープン。パリの日本食材店としては草分け的存在の老舗。

扱っている日本産米：

- 新潟、北海道、富山、福島、宮城産、およびスペイン産（みのり、きたこまち）、カリフォルニア産（国宝）を扱う。新潟産こしひかり2kgが最も売れる。
- 基本的に売れ筋は運搬・価格が適当である2kgのもの。

仕入れ状況：

- 日本産米は直接に輸入（商社の機能を持つ日本の本社が仕入れをしてそれを輸送）。スペインとカリフォルニアは生産者とのやりとりもあるが、大抵は現地商社を通じて仕入れている。
- かなり頻繁に仕入れ（2-3ヵ月に数トン）。日本からの輸送のリードタイムは3-4ヵ月（紛争などで以前より1ヵ月余分にかかる）。

日本産米とその他の産地のジャポニカ米の需要：

- 日本産は外国産に比べるとほぼ倍の価格になるので、価格重視の人はスペイン産・カリフォルニア産を選ぶ（フランス人に多い）。日本人のお客さんは日本産米を選ぶことが多い。
- ただし欧州産のジャポニカ米は需要増に合わせて価格も上がってきている。今の日本食、特に寿司やおにぎりブームで、これまで日本米を食してこなかった層で需要が拡大している。外食への卸もやっているが、小売とは別の製品を卸している。

日本産のアピールポイント：

- 冷えても美味しい、保温をしたままでも美味さが続くという点。新米・精米したて・炊きたてであれば外国産でも美味しいが、条件が悪くなった時でも味が落ちないのが日本産の強み。



1kgあたり30€を超える高級ブランド米も販売。需要はあるという。



日本産も多種多様な産地・品種・ブランドを取り揃える。導入としてスペイン産・カリフォルニア産の安価な欧米産米も取り扱っている。

関係者ヒアリング 1 (2) - 日本食輸入・小売 (スーパー)

日本食輸入・小売：1972年にパリに店舗オープン。パリの日本食材店としては草分け的存在の老舗。

米菓：

- 米同様に日本の本社を通じて直接輸入。仕入れ物を選ぶのは日本の本社。
- EU規制で混合食品を仕入れられなくなってから、出汁が入ったようなものは輸入できないので取り扱い品目が減った。
- フランスにはアペロ文化があるのでフランス人の間でも需要はある。リピーターも多い。

加工済みご飯：

- レンチンは需要が大きいので取り扱っている。
- 年配の方や一人暮らしの学生で、お米を少量炊くのが面倒というお客さんが多い。
- チャーハンは以前は取り扱っていたが、混合食品の輸入規制で取り扱いを停止。
- レトルトおかゆも販売。

米粉麺・パン

- グルテンフリー麺は売り場でもコーナーになっている。
- アレルギーがある人など「グルテンフリーの麺」だけを探しにくるコアなリピーターがいる。

その他

- 1kgにつき30€超えといった非常に高い日本産米も扱っているが、富裕層で「何を買うにせよ最も高いものが欲しい」というブランド思考の高い層に訴求力がある。
- もちアイス・ブームで、もち・米粉・上新粉も人気がある。
- 店内に精米器があり、玄米購入のお客さんには無料で精米サービスをしている。



店内にはセルフで精米ができる精米器を設置。玄米購入のお客さん向け。利用方法も日仏両国語で説明。



一食分のレンチン、レトルトなどは、年配の顧客や一人暮らしの学生から安定した需要がある。



米粉麺はコーナー化できるほどの品揃え。「グルテンフリー」が謳い文句に。



関係者ヒアリング 2 (1) - 日本食輸入・小売（高級専門店）

高級日本食品輸入・小売：厳選した日本食材のみを扱う高級路線の日本食材販売店。昼時には日本食ランチも提供。自治体の特産品キャンペーンなどのイベントも開催しており、最近にも三重県の特産品（米含む）のプロモーションイベントを実施。

扱っている日本産米：

- 直接輸入しているのは飛騨高山産「ミルキークイーン」と「こしひかり」、南魚沼「こしひかり」、三重県「こしひかり」。他に魚沼「こしひかり」をオランダ（商社「ATARIYA」）から仕入れている。鳥取産「こしひかり・玄米」、高山産「高山もち・もち米」も扱っている。
- ほとんど直接輸入しているが、オランダ・イギリスの商社を通して輸入することもある。

仕入れ状況：

- 選ぶ基準はおいしさ、価格よりも味重視。卸価格と小売価格の違いは1.6倍から2倍弱くらい。
- 円安でも、日本で米自体が値上がりしているのので、仕入れ価格は高くなっている。
- 以前はほとんどエアで入れていたので小売価格も高かったが、今はほとんど船で運んでいる。
- 海運ドライ、海運リーファー、エアでは、到着した時の乾燥度が違うので、美味しく持ってくるのであればエアが一番良い。エアは発注から店に到着するまで2週間。海運リーファーだと通常は2ヵ月から2ヵ月半くらい。
- 仕入れ頻度は年に2回程度、量は1トン前後。1トン以上輸入すると輸入手続きが煩雑になるので1トン以内に収めている。

日本産米とその他の産地のジャポニカ米の需要：

- 5 - 10 kgで仕入れるが、需要に合わせて、それを1 - 2 kgくらいの小分けにして販売（販売価格は13-15€/ kg）。
- レストラン卸も少しやっている（南魚沼「こしひかり」）。卸は米売上の10%くらい。みんな昔よりご飯を食べるようになってきている。（ランチを提供しているが）ご飯を残す人が少なくなった。
- 10年前にシェフたちが日本食材を使ってアピールしてくれたが、今はかなり日本食材が一般化している。日本食ブームも落ち着いて、日本食材の裾野が大きく広がったと感じる。



店頭ショーウィンドウにも米袋。
近年、日本米の売れ行きも良く、力を入れているという。



仕入れた米は独自に1~2kgに小分けして、購入しやすく。

関係者ヒアリング 2 (2) - 日本食輸入・小売（高級専門店）

高級日本食品輸入・小売：厳選した日本食材のみを扱う高級路線の日本食材販売店。昼時には日本食ランチも提供。自治体の特産品キャンペーンなどのイベントも開催しており、最近にも三重県の特産品（米含む）のプロモーションイベントを実施。

日本産のアピールポイント

- 最近に行った三重県産米のPRイベントで、スペイン産「みのり」との比較実演をしてみたが、炊き立ての時のツヤが全く違う。日本産米は冷めても美味しい。

米菓

- 厳選して味の良いものを入れている。原料のお米が美味しいので、一度、当店の米菓を食べた人は必ずリピーターになってくれる。
- クリスマスや誕生日などのイベント時にプレゼント用にとって行く人も。
- 添加物が少ないので賞味期限が短いのが課題（そのためにエアで輸送）。

米粉麺

- 以前はやっていたが、思ったよりも美味しくなかったのをやめた。米粉を使ったものだと、フランスには東南アジア系のフォーの麺などの方が美味しいように思う。
- グルテンフリーを謳っているが、日本の米粉麺は結局「うどん」や「スパゲッティ」など既存の麺に近づけているので、既存の麺の代替品というイメージが強くなってしまふ。

その他

- 日本の生産者とコラボで輸出用の高級米を作り、それも販売している。



三重の生産者とコラボで輸出用の高級米を開発。パッケージもスタイリッシュに。

高級デパートへの卸の話も。



米菓も厳選して他にない製品を提案。賞味期限が問題になることも。

画像出所：筆者撮影

関係者ヒアリング 3 - 日本食輸入・小売（コンセプトストア）

日本食材コンセプトストア：「家庭でも日本料理を簡単に楽しく、おしゃれに」をコンセプトとして新型コロナ後にオープン。コンセプトストアながら、富裕層のみでなく、誰もが日本食に親しめる商材選びがモットー。

扱っている米：

- 取扱う米のほとんどが日本産。今は富山・宮城産が多く、約40点を扱う。
- 外国産ジャポニカとしてはイタリア産米を1種のみ扱う（日本食を作りたいという学生など向けに価格が低いものも提供）。

仕入れ状況：

- 日本子会社の物流チームが日本の米生産者と直接やりとりをしている。
- 買う米を選ぶのはパリの購買チーム。現場で消費者のニーズを聞き、トレンドを感じられるから。日本のチームを通じて生産者と直接契約。仲介者がいないので物流がよりシンプルである。
- 輸入経路としては、直接に農家と契約する場合と米卸を通じる場合がある。いずれにせよ運搬は海路。
- 選ぶ基準は味、価格、パッケージ。フランス人の消費者にとって「日本風」の洗練されたパッケージデザインであるとも重要。

日本産米の需要：

- 米は年間10-12トンを入力していると思うが、その3/4がは併設されるレストラン向け
- 小売の売れ筋はPBの1kgのもの。米の量り売りも大変好評である。
- 小売については客層により需要が違う。日本人は大量に5kg単位で購入することが多く、見た目（パッケージ）はさほど重要ではない。片やプレゼント用あるいは試しに日本米を購入するような人には見た目の良いパッケージで小さな量の方が良い。

日本産のアピールポイント

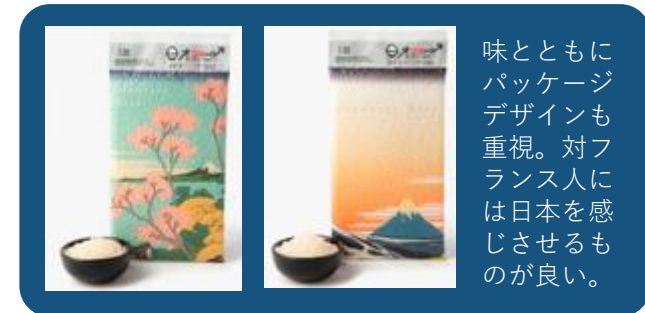
- おいしさ。フランス人は米には味がないのでソースをかけて食べるものだと思っているが。本当は日本のご飯は、それだけでおいしい。見かけ（炊いたあとのツヤ）も良い。
- 日本食を広めることが重要であると考えてるので、当店では店内で食材とともにそれを使ったレシピも提供している。レストランで出している料理もサイトでレシピを公開している。

その他

- 日本産米の最大の障壁は「価格」。
- 日本の米を美味しく炊こうと思うと、洗米し、時間をおいて、火加減を調整して炊き、蒸らす、など手間がかかる。それを理由に家庭での調理を躊躇する人もいるので、家庭に「炊飯器」が普及すれば、そこから消費量は一気に増えると思う。



画像出所：当該店ウェブサイト



関係者ヒアリング 4 (1) - 日本食輸入・小売・外食

おにぎり／どんぶり店：パリ左岸で新潟産米を利用したおにぎり・どんぶりを提供。米・酒・菓子類などの小売も。オーナーは日本滞在経験のあるフランス人。

利用している米：100%新潟産米

仕入れ状況

- ・生産者2社（佐渡と賀茂の生産者）と直接取引をしている。佐渡の生産者の「こしひかり」、加茂の生産者。
- ・おにぎりやどんぶりに使う米の小売もしている。精白米・玄米いずれも販売している。
- ・東京に個人的に親交のあるパートナー（輸出業者）がおり、生産者とのやりとりを担当。
- ・東京に2年間住んだ経験があり、日本の米のクオリティを知った。新潟にも行って生産者にも何度も会っている。
- ・生産者のもとで、どのように生産されているか（「有機栽培である」、「鮭を肥料として使っている」、「牡蠣の殻を肥料として使っている」）などを教えてもらった。フランス人にとってはこういったストーリーが大事。米は30 €/kgで売っているが、高価な食品を販売するにはストーリーテリングが重要である。
- ・年間6トンを入力（半分は佐渡、半分は加茂）。輸入する新潟産米のほとんどは、おにぎりやどんぶりなど、当店で提案する料理に使っている。どんぶり用には（販売はしていない）新潟産米の中では廉価なものを利用している。
- ・発注から到着までのリードタイムは3ヵ月くらい。

日本産米の需要：

- ・販売はほとんど2kg単位だが、5kgで買いたいという人もいるので、少し割安な価格で5kg入りも販売している。
- ・客層としては3分の1が地元（パリ5区）、3分の1が他のパリの地区から来るパリジャン、3分の1が観光客。
- ・店舗での販売だけでなく、ファッションウィークなどのイベント時にはケータリング・サービスの需要も。
- ・フランス人も味わってみると日本米のおいしさを理解するようで、リピーターが多い。おにぎりセットメニュー（おにぎり数個+副菜+飲み物）を提案して買いやすくしている。
- ・具は鶏や鮭など、フランス人にも馴染みのあるものが入り口となる。おにぎりを気に入った人はそのあと、昆布や梅干しなど、より日本的でフランスにはない味にも挑戦する。そのため、具のクオリティにも配慮しており、フランス人でも受け入れやすい日本の味（酸味が強すぎない梅干しなど）を探索している。



生産者から直接に、厳選した新潟米を入力。販売するにあたってはストーリーを大切に。

関係者ヒアリング 4 (2) - 日本食輸入・小売・外食

おにぎり／どんぶり店：パリ左岸で新潟産米を利用したおにぎり・どんぶりを提供。米・酒・菓子類などの小売も。オーナーは日本滞在経験のあるフランス人。

米菓

- 米菓は質の良いものは保存料を使っておらず賞味期限が短いものが多い点が問題。出汁が入っているような味がしっかりしたものが人気だが、動物性食品の輸入が困難になってから、仕入れができなくなってしまった。

日本産のアピールポイント

- やはり「美味しさ」。おにぎりは腹持ちが良く、「一食になる」というのが売りになる。
- フランス人は食に愛着があり、グルメで、日本文化への造詣も深いので、日本米への関心が広がるポテンシャルはまだあると思う。生産方法やクオリティなどに関して、よりPRを進めることが有効である。

その他：

- 同じく新潟産の白玉粉を使って餅菓子も提供している。年間100kg程度の白玉粉を輸入している。
- 競合の一部は品質も悪く、味も劣り、日本の伝統も重視しない。ただし、そういう競合店に行った後に当店に来て、当店の気に入ってくれる人もいる。
- 当店も日本産食材サポーター店の認定を受けているが、こういったイニシアティブをより周知してもらいたい必要があると思う。
- 日本産米のフランス市場への進出には価格が一番の障壁になる。米は高級品ではないが、日本からの輸送費が高いために、どうしても日本産米は価格が高めになってしまう。



おにぎりは5種類。

1個4€～

どんぶりは4種類でそれぞれ15€



新潟産の米粉を利用した黒胡麻のシフォンケーキなども人気。

おにぎり・どんぶりと、飲みもの、デザートの設定メニューも提案。

関係者ヒアリング 5 (1) - 外食 (日本のおにぎりチェーン)

日本のおにぎりチェーン：日本の有名おにぎりチェーンが2017年にフランスに進出。現在パリに2店舗（2017年にオペラ界隈、2022年にレピュブリック界隈にそれぞれ出店）展開。玄米で輸入して、パリ店舗内で精米。

利用している米：あきたこまち（秋田）とななつぼし（北海道）

米選択の理由：

- 仕入れのチョイスに関しては日本の本社マター。おにぎりに合うブランドを選んでいる。使い分けているわけではなく、仕入れのタイミングの問題でいずれかを利用。品質・味に関しては特に差はないと思っている。
- 一度、イタリアのラボとやりとりをしたことがあり、当店で使っている米を送って、これに類似する数値データ（例えば水分、タンパク質含有量など）のジャポニカ米を送ってもらった。データ上では同じであるのに全く味が違い、日本産米との違いを強く感じた。
- 最近にポルトガルで非常に日本産米に近い味のものが出てきているという情報がある。

仕入れ状況：

- 契約農家から仕入れ、玄米のままリーファーで輸入。
- 輸入に関しては日系インポーターに間に入ってもらって運んでおり、それぞれの倉庫に置いてもっている。フランスの店舗（子会社）では、そのようなインポーターから買い取っているかたちになっている。需要は月に数トン。
- リーファーが安定しない、紛争で輸送が遅延、通関で引っかかるといった事態で米が足りなくなって困ることが極たまにあり、仕方なくフランス子会社で独自に米を調達したことが過去に2回あった。当店では玄米を輸入して独自に精米をしているが、欧州域内には簡単に仕入れができるジャポニカ産玄米がないため、1回は仕方なく急遽、空輸で調達。もう1回は欧州中を探して、東欧から調達した。
- リーファーのリードタイムはだいたい3ヵ月程度（今はスエズ運河が使えないので船足が1ヵ月以上かかっている）。



店頭には米袋。
玄米で輸入して現地で精米。



あえて具は少なめにして、
米の味で勝負しているという。
「塩なし」の塩結びを注文するよう
なコアな米ファンも。

イベント時にはケータリングサービスも人気。

画像出所：筆者撮影

関係者ヒアリング 5 (2) - 外食 (日本のおにぎりチェーン)

日本のおにぎりチェーン：日本の有名おにぎりチェーンが2017年にフランスに進出。現在パリに2店舗（2017年にオペラ界隈、2022年にレピュブリック界隈にそれぞれ出店）展開。玄米で輸入して、パリ店舗内で精米。



フランス人にも大人気で連日長蛇の列

冬場には店内に20人以上が並ぶ。



お米の味にこだわった塩むすびは1.7€の安さ。

フランス人の中にもお米の味がわかるコアなファン。

画像出所：筆者撮影

● 日本米の需要：

- オペラの一号店に関しては週日であれば1日700人、週末は1000人弱が来客。レピュブリック店はその70-80%くらい。
- 常連が多い。ロンドンと違い、パリは常連ができないと外食産業は生き残れない。
- おにぎりは具が選べるので、ベジタリアンの人にも、宗教を理由として食の制約がある人にも訴求力がある。グルテンフリーを売りにすることもできるので時代に合っていると思う。
- グーグルレビューの批判では「具が少ない」。これは当店の方針であり、米を食べてもらうことが重要なのであえて具を増やさずに米で勝負している。
- 「塩むすび」の「塩なし」をオーダーするコアなフランス人「米」ファンもいて、非日本産のご飯に醤油をかけて食べていた以前と比べ、フランス人の中にも米の味の違いがわかる層が出てきている。

● 日本産のアピールポイント：

- 甘み、粘り、冷めても美味しい。
- 米は精米した時点から劣化が始まってしまうので、米のおいしさの秘訣の一つは精米からの時間。

● その他：

- 日本からの米輸出には（新規需要米向けの）補助金がつくが、申請は2年前に行わなければならない。今の国際情勢では、2年先の見通しがつかず、申請が困難だと聞いている。
- 今後日本が日本米の輸出を増やしていくとなると、米自体の価格が、国内市場用のプレミアム価格と、輸出用のより廉価な価格へと二極化していくかもしれない。
- フランスの米輸入に関しては認可輸入者ごとの割り当て制度がある。前年の実績を見て割り当てられる。
- おにぎりや競合が出るのは大歓迎。当店の競合はマックやスタバといったファーストフードの大手であって、おにぎり屋ではない。スーパーで売り始めているおにぎりもクオリティは高くないが、一般消費者にとってのおにぎりへの導入として、こういった動きも歓迎する。

関係者ヒアリング 6 - 外食（独立系おにぎり屋）

おにぎり／カレー店：厳選した米でおにぎりとカレーを提供。以前はピガール界限（9区）にあった店舗をサンラザール駅近郊（9区）に移転して5年。日本人女性のオーナーは愛知県の米農家出身で米通。

利用している米：富山産米「みつひかり」

米選択の理由：

- 個人的には「こしひかり」が美味しいと思うが、こしひかりは弱い。生産段階でも気候耐性が低く、調理の際も長時間水につけておくと割れてしまったりする。「みつひかり」は弁当・おにぎり用に開発された品種なので強く、「こしひかり」系なので味も良い。
- 地産地消を意識して、地理的に近いイタリアのジャポニカ米を試したことがあるが、乾いていて、香りも良くなかった。欧州産のジャポニカ米は翌日までたず、保温をしておいても味が落ちる。また仕入れた米が古米や古古米だったこともあり利用を断念。

日本米の需要：

- フランス人は美味しいとわかればリピーターになってくれる。少々高くても、本物の日本食を食べようとする人は、ある程度の金額を払う用意がある。
- おにぎりは具を選べば、ビーガンの人も、宗教上の食の制約がある人も食べることができる。
- 若いお客さんが多いが、若者（子供や孫）に触発された父兄・祖父母の世代のお客さんも散見される。
- カレーも予想を超えて好評。
- これからも日本米の人気は高まると思うので、日本国内の需要が賄える限りにおいて輸出米を増やして欲しい。

その他：

- おにぎりのアトリエを店舗の地下などで定期的で開催しているが、常に満席状態で非常に人気。これから家庭でもおにぎりを作る人が増えるとさらに日本米の需要が上がるのではないかと。
- 一部の料理関係者しか参加できないイベントではなく、日本のカルチャーを絡めたより不特定多数に向けたイベントを増やすと、さらに知名度も上がると思う。

画像出所：筆者撮影



厳選した日本産米を利用
一つ一つ手作りのおにぎり

フランス人は辛いものが苦手というイメージがあったがカレーも予想外に好評



おにぎりは
単品で4€～

おにぎり+おかず
のセットメニュー
も用意

カレーは
12.5 €



関係者ヒアリング 7 - 外食（高級寿司・会席料理）

寿司・会席料理レストラン：夜のみ営業の隠れ家的な寿司・会席料理店。3種類のコース（寿司、会席、精進）を提案。厳選した食材を使った本格派の日本料理店として人気。

利用している米：北海道産「ななつぼし」

米選択の理由：

- ・ 生産量・出荷量が安定しているところが良い。
- ・ 日本産の米に関しては北の産地のものの方が甘みや粘り気が強いという印象がある。昼と夜の寒暖差が激しいためであると聞いたことがある。佐賀米など九州産の米は、少しあっさりしているように思う。自分の料理には北の方の米が合っているが、好みによってあっさりした日本米を好む人もいると思うので、それぞれ個性を出したマーケティング方法があるだろう。

仕入れ状況：

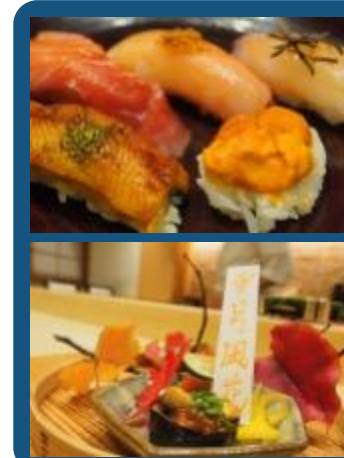
- ・ 在パリの日系インポーターを通じて仕入れている。
- ・ 寿司および会席メニューのご飯向けに月に100kgほど仕入れ（営業は夜のみ）。5kgの袋詰めを供給してもらっている。

日本米の需要：

- ・ お客さんに多いのは、日本に行ったことがあって、美味しい日本食をもう一度食べたいという人。
- ・ 日本米は寿司での利用がほとんど。酢飯なので米本来の美味しさの違いはお客さんにはわかりにくいかもしれない。
- ・ フランスではだいたい米自体のおいしさへの理解が深まってきたとは思いますが、それでも白米では物足りないので、醤油をかけてご飯を食べるというお客さんはまだ多い。当レストランはカウンター形式なので、お客さんとのコミュニケーションも取りやすく、お客さんには、お米の美味しさや食べ方を何気なく教えることも多い。フランス人はうんちくが好きな人が多いので、美味しさや食べ方などの米を巡る背景を話すと納得してくれる。
- ・ 日本食ブームもあり、まだまだ日本産米の需要は増えると思う。美味しさや価格ももちろん大事だが、日本産米に求めるのはまずは供給の安定。日本産米は、安定した供給を約束できて、価格も抑えられると訴求力が出ると思う。

日本産のアピールポイント：

- ・ カリフォルニア産日本銘柄の米を使ったことがあるが、炊いた翌日に使うのには適していない。日本産の米は、冷めても美味しく、炊いた翌日も美味しい。
- ・ 日本産米は一般的なスーパーにとっては価格が高すぎる。スーパーでの販売や、スーパーで販売するおにぎり・寿司への利用拡大には、まず価格競争力をつける必要がある。



「同じ日本産米でも、産地が北か南か味が違う」というご主人。

種類やブランドによって、美味しい炊き方も変わってくるので、常に同じブランドを利用。そのために安定した供給が必須となる。

画像出所：
当該店ウェブサイト

関係者ヒアリング 8 - 外食（ラーメン・カレー・どんぶり）

ラーメン／カレー／どんぶり店：地方都市（リヨン）に出店の日本のラーメンチェーンのフランチャイズ店。2018年オープン。フランス人の味覚にあったレシピ開発を行い、ラーメン以外にも日本産米利用のカレーやどんぶりを提案。

利用している米：北海道産「ななつぼし」、仕入れができない時には北海道産「ゆめぴりか」。

仕入れ状況：

- 仕入れ量は週10kgぐらい（5kgの袋 x 2袋）
- 仕入れ価格は本来は5kg = 19.8€のところを16.8€で仕入れ。
- 仕入れ先は日系インポーター

米選択の理由：

- 価格対品質を重視して店で使う米を選んでいる。たとえば「あきたこまち」は22-23€で少し高めになるが、味は「ななつぼし」や「ゆめぴりか」と大きな違いはないと思う。
- 日本産はおいしさが全く違う。米の中の水分量が違うのではないかと。
- 冷えた時の味持ちも他の産地と大きな違い。当店では昼に炊いた米を冷蔵して、レンチンで夜に利用することもあるが、イタリア産の米だと、味が大きく落ちてしまう。
- 心なしか、日本産米は甘みがより強い気もする。酢飯にすると、より質の違いが明確になるように思う。

日本米の需要：

- 個人的には今後、丼ものを増やしていきたいと思っているので需要が増える予定。
- 地方都市にはまだ、パリのようなおにぎりブームや丼もののブームが来ていないが、大抵、数年を経てパリの食文化のトレンドが地方にも広がり始めるので、今後フランスのパリ以外の地方で日本米の需要も増えるのではないかと。

その他：

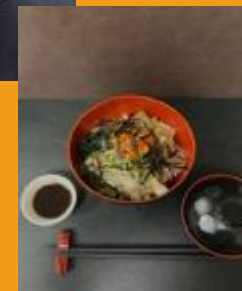
- フランスは硬水だが、フィルターを通してできるだけ硬さを抜いた水で米を炊いている。



現在提供しているどんぶりは2種類。

好評につき
今後種類を増やす予定。

パリでの食のブームは数年遅れて地方にも広がるという。



カレーライスの売れ行きも好調。

米はフィルターを通して硬さを抜いた水で炊く



画像出所：当該店提供

免責事項

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

本資料に関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
パリ事務所
電話番号：+33 1 42 61 29 49
E-mail アドレス：food-prs@jetro.go.jp