

アフリカの  
食品・飲料市場調査  
(モロッコ編)

2022年10月  
日本貿易振興機構(ジェトロ)  
ラバト事務所  
海外調査部

**【免責条項】**

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

## 目次

パート A. モロッコの食品・飲料市場調査 .....	2
1. 食品・飲料市場.....	2
1.1. 基礎情報、人口、市場規模（所得別） .....	2
1.2. 流通チャネル .....	7
1.2.1. ≪伝統的≫流通チャネル .....	8
1.2.2. ≪古典的≫流通チャネル .....	10
1.2.3. ≪近代的≫流通チャネル .....	12
1.3. 販売リストと小売価格(国産品・輸入品).....	14
2. モロッコの食品・飲料輸入の概要 .....	19
2.1. 食品・飲料の輸入額 .....	19
2.2. 輸入国別シェア .....	19
2.3. 輸入商品別シェア .....	20
2.4. 日本からの輸入品目、輸入額、輸入量 .....	21
3. モロッコの食品・飲料の概要.....	23
3.1. 食品・飲料市場における主な国内・外国ブランドと急成長ブランド・製品（企 業） .....	23
4. 富裕層の食料消費パターンに関する調査（カサブランカ、マラケシュ） .....	26
4.1. 富裕層のチャネル別利用頻度（小売店） .....	26
4.2. 富裕層によるスーパーマーケットや食料雑貨店の利用頻度.....	26
4.3. 平均月間家計支出 .....	29
4.3.1. 食品・飲料の平均月間家計支出 .....	29
4.3.2. 飲食店での平均月間家計支出.....	30
4.4. 富裕層がよく利用する E コマース .....	30
5. ビジネス慣行 .....	31
5.1. 贈答文化に基づいた年間行事.....	31
パート B. モロッコへの食品・飲料の輸出入および製造に関する留意点 .....	32
1. 食品・飲料（酒類を含む）の輸出入に関する政府機関および関連法令 .....	32
1.1. 関係行政機関の一覧 .....	32
1.2. 法令の種類、制定過程.....	32
1.3. 主な食品・飲料関連法規 .....	33
1.3.1. 食品安全に関する枠組み：法律第 28-07 号.....	33
1.3.2. 食品表示の条件および様式：政令第 2-12-389 号.....	34
1.3.3. モロッコの食品・飲料業界における ISO 標準 .....	34
1.4. 食品の輸入手続きの概要と法規制 .....	35
1.4.1. 輸出入取引前の手続き .....	35
1.4.2. モロッコにおける食品輸入手続き .....	35

1.5.	輸出手続きの概要 .....	37
1.5.1.	輸出入取引前の手続き .....	37
1.5.2.	モロッコの食品輸出手続き .....	37
1.6.	登録プロセス .....	39
1.6.1.	モロッコでの経済活動に必要な経済事業者という地位の取得.....	39
1.6.2.	特定の活動（農産物や食品の輸出等）に関する経済事業者の地位の取得 .....	39
1.7.	登録機関（例：ADIL、BADR など） .....	40
1.7.1.	オンライン輸出入申請窓口 PORTNET .....	40
1.7.2.	税関・間接税局 ADIL（Administration des Douanes et Impots indirects） ...	40
1.7.3.	通関システム BADR（Base Automatisee des Douanes en Réseau） .....	41
1.8.	サンプル等の輸入システム .....	41
1.9.	グローバルリストライセンス保持者（例：ONSSA、IMANOR など） .....	42
1.9.1.	食品安全衛生局（ONSSA - Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires） .....	42
1.9.2.	モロッコ標準化協会（IMANOR - Institut Marocain de Normalisation） .....	42
1.9.3.	モロッコ認定サービス（SEMAC - Service Marocain d'Accréditation） .....	43
1.9.4.	モロッコ Foodex.....	44
1.9.5.	カサブランカ公共化学分析研究所（L.O.A.R.C. - Laboratoire Officiel d'Analyses et de Recherches Chimiques de Casablanca） .....	44
1.9.6.	輸出入管理を担当する税関・国境検問所.....	45
2.	食品・飲料の安全に関する規制 .....	46
2.1.	食品・飲料の基準値 .....	46
2.2.	食品製造工程 .....	46
2.3.	包装容器.....	46
2.4.	ハラール認証プロセスと要件.....	47
3.	表示および広告の規制.....	48
3.1.	指定品目：包装食品の表示、栄養表示、GDA 表示（1 日の栄養摂取量ガイド ライン）、遺伝子組換え食品の表示（GMO 表示）の概要 .....	48
3.2.	任意項目、広告：健康表示、栄養表示、その他の任意認証マーク（オーガニック、 ハラールなど）の表示、広告 .....	48
4.	検疫関係規程等.....	49
4.1.	青果物の輸入規制 .....	49
4.2.	食肉輸入規制 .....	49
4.3.	水産物輸入規制.....	49
4.4.	アルコール含有飲料 .....	49
5.	その他の税制等.....	50
5.1.	輸入関税、関税割当制度 .....	50
5.2.	国内消費税.....	52
5.3.	価格管理システム .....	52



6.	食品・飲料分野における自由貿易協定の効果.....	53
6.1.	モロッコと欧州連合（EU）の間の自由貿易協定.....	53
6.2.	モロッコと米国の自由貿易協定.....	53
6.3.	モロッコとトルコの自由貿易協定.....	54
6.4.	アガディール協定.....	54
7.	食品・飲料部門における国産品に対するモロッコの奨励策・保護協定.....	56
7.1.	主なトピックと法的参照情報.....	56
7.2.	モロッコが実施している食品・飲料業界の保護・支援活動.....	56
7.2.1.	支援プログラム.....	56
7.2.2.	産業・貿易省の支援プロジェクト.....	57
7.2.3.	その他のサポート体制.....	58
	パート B の主な出典.....	59
	パート B に関連する主なウェブサイト・お役立ちリンク集.....	60
	パート C. モロッコの食文化と嗜好.....	61
1.	消費者の特徴・食文化.....	61
2.	モロッコ主要都市（カサブランカ・マラケシュ他）での食に関わるアンケート概要.....	62
3.	食の嗜好・味覚の特徴・現地の食事.....	63
3.1.	毎日の食事.....	63
3.2.	食生活.....	64
3.2.1.	朝食.....	64
3.2.2.	昼食.....	65
3.2.3.	夕食.....	65
3.2.4.	昼食や夕食に食されるモロッコ料理.....	65
3.2.5.	飲み物.....	67
3.2.6.	ティータイム.....	68
3.2.7.	味覚の傾向.....	70
3.2.8.	食の制限.....	70
3.2.9.	調理方法の傾向.....	70
3.3.	食材.....	72
3.3.1.	肉.....	72
3.3.2.	魚.....	73
3.3.3.	野菜.....	74
3.3.4.	果物.....	75
3.3.5.	スパイス.....	76
3.3.6.	調味料.....	77
3.3.7.	インスタント食材.....	78
3.3.8.	デザート.....	79

3.3.9. 菓子.....	80
3.4. 食材の購入場所.....	81
3.4.1. 個人経営店.....	81
3.4.2. スーパーマーケットやハイパーマーケット.....	82
3.4.3. アジア・日本関連食材.....	83
3.4.4. オーガニック専門店.....	85
3.4.5. アルコール飲料（酒）.....	86
4. 都市部における食の多様化と各種レストラン.....	88
4.1. ローカルフード（庶民派レストラン）.....	89
4.2. 中上流向けカフェ・レストラン.....	90
4.3. オーガニック系「Organic Kitchen」.....	91
5. 好きな外国料理.....	92
6. 日本食の知名度・イメージと主な日本食レストラン.....	93
7. モロッコにおける日本食品の実態と今後.....	99
8. （参考）外資系と国内企業の外食チェーンの例.....	100

## はじめに

アフリカ大陸は人口 13 億人を擁する巨大市場であり、2000 年以降産油国を中心に、アフリカ諸国は経済成長を遂げてきた。都心部では高所得者層をターゲットにした外食産業が軒を連ねるほか、増加している中間所得層の消費を支える外国企業も参入している。所得水準の上昇に伴い、人々の食生活が大きく変化している中、日本食への現地での関心も高まりつつある。

ジェトロは、アフリカ主要国における食品・飲料市場について調査を実施した。

本レポートでは、モロッコの食品・飲料市場について 3 部構成でまとめ、日本食産業の販路拡大に向けた情報を提供している。パート A では、国産品・輸入品の小売価格や、流通チャネル、流通ブランドなど、モロッコの食品・飲料市場についての概要を説明し、パート B では、輸出入および製造に関する留意点や、関連法令や規制、輸出入プロセスなどの制度情報を提供している。パート C では、モロッコの主要都市で実施した食に関するアンケート調査の結果を基に、モロッコの食文化や、よく使用される調理方法や食材・調味料、味覚の傾向、好まれている日本食など、小売事情から外食産業に至るまで、様々な角度から検証している。

2022 年 10 月  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
ラバト事務所  
海外調査部 中東アフリカ課

## パート A. モロッコの食品・飲料市場調査

### 1. 食品・飲料市場

#### 1.1. 基礎情報、人口、市場規模（所得別）

北アフリカの国モロッコ：野心的な国家計画に基づき、経済成長を実現

モロッコは人口 4,000 万人弱の北アフリカの国で、その立憲君主制により、地域および国際レベルで政治的安定を保っている。

モロッコ王国	
▪ 人口:	3,690万人 <sup>1</sup>
▪ 首都:	ラバト
▪ 政府:	立憲君主制
▪ 国の標語:	「神、祖国、王」
▪ 言語:	アラビア語、ベルベル語、フランス語
▪ 通貨:	モロッコディルハム (MAD)
▪ 為替レート:	1USD=9.3MAD <sup>1</sup>

出典：世界銀行（2020）、モロッコ統計局（HCP）

過去数十年間、モロッコは、以下のような野心的な国家計画に基づき、社会・経済的に非常に良好な成長を続けてきた。

- **産業加速計画**：戦略的分野（自動車、エレクトロニクス、航空機、繊維、農業、化学、医薬品、オフショアリング）の開発と 22 の産業基盤の開発。
- **グリーンジェネレーション 2020-2030**：過去 10 年間の成果を集約し、人的資源を重視した農業開発戦略。農村環境の社会・経済的バランスにおいて重要な役割を果たすことができる農業中間層の育成を目指す。
- **漁業戦略**：産業施設の新設による漁業者支援。漁業資源を増やし、より専門的な方法で管理することを目的としている。
- **汎アフリカ戦略**：積極的な汎アフリカ戦略により、モロッコのアフリカでのプレゼンスを強化する。
- **新たな社会協約の締結**：新たな開発計画を推進し、モロッコの繁栄、エンパワーメント、持続可能性、地域におけるリーダーシップを目指す。

また、新型コロナウイルスによる健康危機に対しては、健康面、経済・金融面ともに優れた対応力を発揮し、強い回復力を示した。例えば健康面では、2,300 万人（人口の 62.4%<sup>1</sup>）がワクチン接種を完了した。経済・金融面では、農産食品サプライチェーンの継続、産業の現地生産化を促進し、産業エコシステムを構築した。

モロッコは、ジブラルタル海峡を隔ててアフリカと欧州を結ぶ地政学的に重要な位置にある。アフリカ、ヨーロッパ、米国等の 52 カ国、110 都市と直接接続し、自由貿易協定などにより 13 億人の消費者市場にアクセスすることができる。

<sup>1</sup> 世界銀行、モロッコ統計局（HCP）

人口は 3,690 万人で、2030 年には 4,000 万人に達すると予測されている。

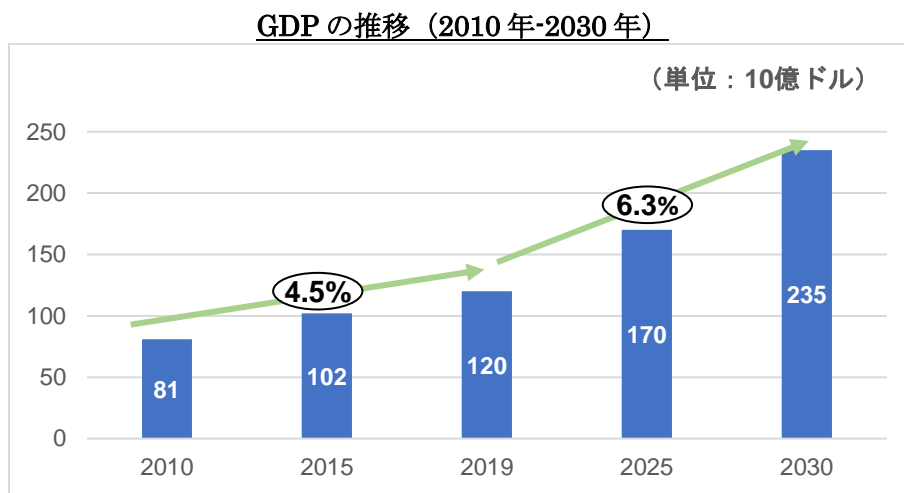
2020 年のモロッコの人口は 3,690 万人で、2030 年には 4,000 万人に達すると予測されており、年間増加率は約 1%である。

モロッコでは、出生率が 1980 年の 5.52 人から 2019 年の 2.39 人になり少子化傾向が見られる。

2020 年時点で 800 万世帯以上、一世帯当たり 3~4 人の人口構成である。

### 2019 年の GDP は 1,200 億ドル、2030 年までに倍増する見込み

モロッコの GDP は 2019 年に 1,200 億ドルに達し、過去 10 年間（2010-2019）の平均成長率は 4.5%を記録した。2030 年には GDP がほぼ 2 倍の 2,350 億ドルに達すると予測されている。

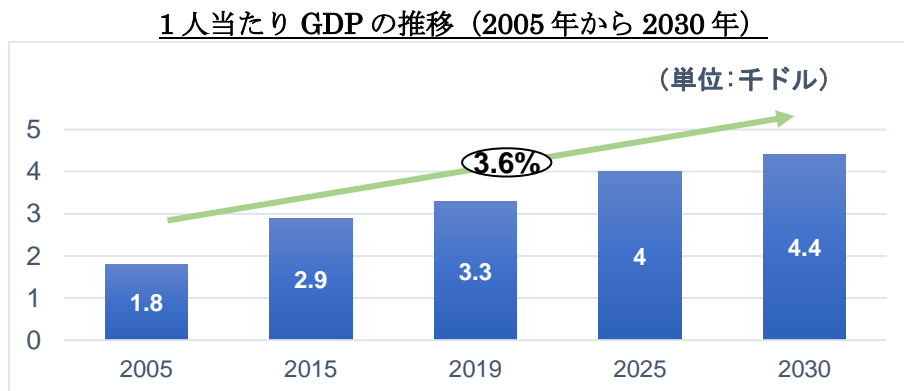


出典：HCP、FAOSTAT

モロッコ経済は、新型コロナウイルスの危機で負の影響を被ったが、21 年は農業が良好で、IMF の推定によると、対前年比 4.5%の成長を見込む。

### 地域内（アフリカ、中東）で最も競争力のある国の 1 つ

モロッコの 1 人当たり GDP は 2019 年に約 3,300 ドルであったが、2030 年には 4,400 ドルに達する見込みである。期間中の平均成長率は 3.6%である。



出典：HCP、FAOSTAT

---

### 地域内（アフリカ、中東）における魅力的なビジネス環境

---

モロッコは、その豊富な資産により、ビジネス環境ランキングにおいて、アフリカおよび中東地域で第3位、世界では第53位に位置し、ケニア（56位）、チュニジア（78位）、南アフリカ（84位）、エジプト（114位）、サウジアラビア（62位）、カタール（77位）、クウェート（83位）といった、同地域の国と比較して、海外投資家にとって魅力的なビジネス環境となっている。

アフリカへの投資の魅力度では、Rand Merchant Bank ランキング 2021 年においてモロッコは2位となっている。

また、モロッコは日系企業にとっても恵まれた環境となり、2021 年時点で住友電工や矢崎総業など約 70 社の日系企業が進出し、高い雇用創出力は地元政府や産業界から高く評価されている。

---

### モロッコにおける、最低平均給与は約 290 ドル/月

---

2020 年 1 月 1 日以降、産業、貿易、サービス、自由業の月額最低労働賃金（SMIG）は、1 カ月約 290 ドル（2,698MAD）である。

農業活動の最低賃金（SMAG）は 1 日約 8 ドル（73.22MAD）または 1 カ月約 197 ドル（1,830MAD）である。

---

### 平均世帯月収は約 820 ドル<sup>2</sup>

---

2020 年時点における、モロッコの世帯平均月収は全国平均で約 820 ドル（7,660MAD）であり、農村部（約 695 ドル、6,470MAD）より都市部（約 880 ドル、8,200MAD）の方が所得は高い。

モロッコ世帯の所得分布は中央値が約 550 ドル（5,133MAD）である。

---

### モロッコの世帯分類<sup>3</sup>

---

モロッコの世帯は、所得水準と職業的特徴により、大きく 5 つに分類される（CSP : Socio professional categories）。

- **CSP A : 16 万世帯、平均月収 3,700 ドル～**
  - 一般的に非常に豪華な邸宅やマンションに住んでいる
  - 教育レベルの高い夫婦で、学校で外国教育を受けている
  - 起業家、上級公務員、自由業
  - 海外旅行の頻度：年 2 回
- **CSP B : 32 万 3,000 世帯、平均月収 2,100～3,700 ドル**
  - 一般的に非常に豪華な邸宅やマンションに住んでいる
  - 高い教育水準
  - 上級公務員、上級管理職またはビジネスマン
  - 世帯平均自家用車は 2 台
- **CSP C+ : 96 万 8,000 世帯、平均月収 1,300～2,100 ドル**
  - 通常、平均的なアパートや一戸建てに住んでいる
  - 中高等レベルの教育を受けた夫婦
  - 公立・私立で教育を受ける
  - 夫のみ働いている家庭または中間管理職
  - 世帯平均自家用車は 1 台

---

<sup>2</sup> 出典：HCP

<sup>3</sup> 出典：Naos コンサルティング調査

- **CSP C** : 129 万世帯、平均月収 860~1,300 ドル
  - 通常、質素なアパートまたは一戸建ての家に住む
  - 夫のみ働いている家庭
  - 夫の職業：従業員、商業関係者、一般公務員、自営業者
  - 基礎または中等教育レベル
- **CSP D** : 403 万 2,000 世帯、平均月収 430~860 ドル
  - 一般的に、非常に質素な住宅環境
  - 共働き夫婦または夫のみ働いている家庭
  - 職人等
  - 基礎的な公教育または教育を受けていない
- **CSP E** : 129 万世帯、平均月収~430 ドル
  - スラムエリア等
  - 教育を受けていない
  - 夫のみ働いている家庭
  - 不安定な仕事：労働者、職人等

食品・飲料業界は、モロッコ経済の主要部門の1つであり、以下のような特徴がある。

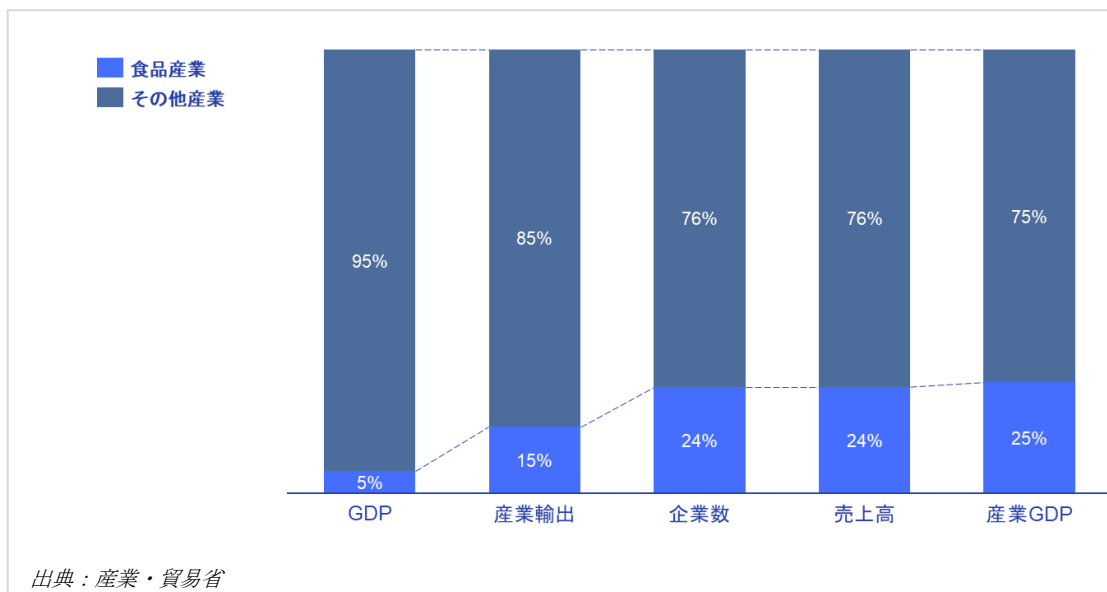
(2019 年末)

- 約 160 億ドルの売上高 (1,500 億 MAD)
- 約 156 億ドルの生産高 (1,450 億 MAD)
- 16 万 1,000 人以上の雇用
- 産業部門企業の 24% を占め、企業数は 2,000 社以上
- 国内 GDP に占める割合は 5% (約 60 億ドル、550 億 MAD)
- 約 34 億ドルの推定輸出額 (320 億 MAD)

食品・飲料産業は、モロッコの産業の中で大きな比重を占めている。

- 産業 GDP への寄与 25% 以上
- 産業部門の売上高 24% 以上
- 産業輸出 15% 以上

### 食品・飲料産業の貢献



- この産業は、穀物や動物飼料の加工から、パスタやクスクス、アイスクリームやシャーベットまで、約 13 の分野で構成されている。

#### 分野別の食品・飲料市場への貢献<sup>4</sup>

業種 (2019年時点のデータ)	生産高 (100万ドル)	売上高 (100万ドル)	企業数	雇用数
穀物の加工方法および動物飼料の製造	2,890	2,914	194	10,755
水産業	2,107	2,059	238	61,655
酪農業と乳製品	1,944	2,034	63	23,532
小麦粉・グラートの製造	1,430	1,577	833	11,061
飲料産業	1,261	1,485	38	6,882
青果物産業	1,037	992	155	18,610
油脂関係品産業	912	975	59	2,826
オリーブ油産業	768	666	200	2,111
クッキー、チョコレート、菓子	618	619	80	6,598
食肉産業	606	581	72	5,793
パスタ・クスクス産業	181	162	24	1,036
アイスクリーム・シャーベット産業	109	109	33	1,898
その他の食品産業	1,731	1,738	96	8,443
<b>合計</b>	<b>15,594</b>	<b>15,911</b>	<b>2,085</b>	<b>161,200</b>

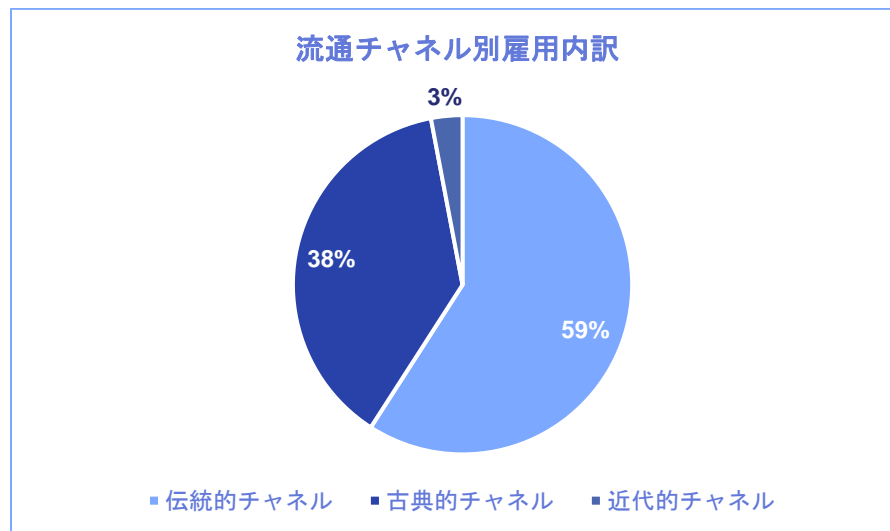
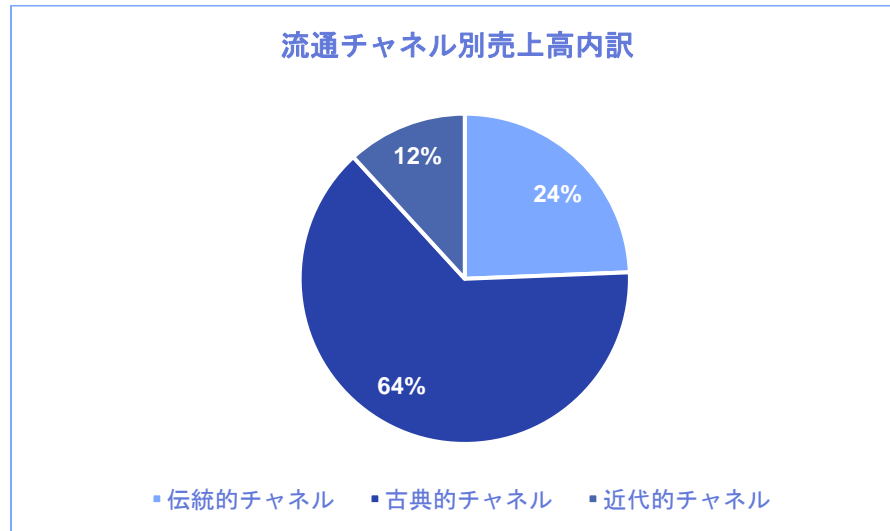
<sup>4</sup> 出典：産業・貿易省



## 1.2. 流通チャネル

食品・飲料部門は、伝統的、古典的、近代的という 3 つの流通経路に基づいて構成されており、これらの流通経路は今日、モロッコ市場において大きな比重を占めている<sup>5</sup>。

- すべての食品・飲料流通チャネルにおける**推定売上高は約 2,600 億 MAD**
- **雇用者数約 78 万人**（非正規雇用を含む）
- **伝統的な食料雑貨店が圧倒的多数**（売上高の約 40%、雇用の 20%以上）



<sup>5</sup> Naos Consulting の調査による分析

### 1.2.1. 《伝統的》流通チャネル

「伝統的」流通チャネルは小売部門の売上高の 24%、雇用の約 60%、販売場所の約 60%を占め、3つのタイプがある。

- **行商人**：都市部での青果物の路上販売が中心で、売上高の 10%、雇用の 35%を占め、計 27 万の販売場所がある。
- **スーク**：常設またはウィークリーで設置される市場。農村部の商取引発展の拠点であり、売上高の 7%、雇用の 21%を占め、計 822 のスークが運営されている。
- **公設市場**：売上高の 7%、雇用の 4%を占め、合計約 2 万 4,000 の市場がある（スーク内に設置されている場合もある）。



行商人



行商人



スーク：オレンジ売り



スーク：野菜売り



スーク：豆類の販売店



スーク：野菜売り





スーク：生きた鶏の販売店



スーク：生きた鶏の販売店



スーク：香辛料の販売店



スーク：  
ドライフルーツの販売店



荷役中のロバ：  
狭いスーク内の輸送では、ロバや  
荷車、バイクが活躍している。



スーク：精肉店





公設市場：精肉店



公設市場：鮮魚店

### 1.2.2. 《古典的》流通チャネル

「古典的」流通チャネルは、小売部門の売上高の約 64%、雇用の約 38%、販売場所の約 39%を占め、次の 3つのタイプがある。

- **伝統的な食料雑貨店**（アラビア語：ハヌート、仏語：エピスリー）：主に都市部のコンビニエンスストア的存在。売上高の 40%、雇用の 20%、約 10 万 5,000 の販売場所を占める。
- **小売専門店**：肉屋や家禽類の販売店、果物・野菜の販売店（青果店）、魚屋、パン屋など、生鮮食品を専門とする小売店で、売上高の 17%、雇用の 10%、合計 6 万の販売場所がある。
  - 特に大都市（カサブランカ、ラバト、マラケシュ）では、デリカテッセン（総菜屋）、オーガニックショップなどの専門店が出現し、モロッコで入手できる商品の幅を広げている。
- **その他の地元企業**：ガソリンスタンドやタバコ販売業者などのその他の地元企業は、売上高の 8%、雇用の 7%を占め、合計で約 2 万 5,000 の販売場所がある。



伝統的な食料雑貨店



アルガンオイル、アムルー（アーモンドバター）などの国産品を取り扱う小売専門店





小売専門店：食料品・日用品店



小売専門店：精肉店



小売専門店：リカーショップ



小売専門店：青果店



小売専門店：青果店



### 1.2.3. 《近代的》流通チャネル

「近代的」流通チャネルは、小売部門の売上高の約 12%、雇用の約 3%を占め、2 つのタイプがある。

(1) スーパーマーケット：売上高の12%、雇用の3%を占め、合計570の販売場所があり、2種類のプレーヤーが存在する。

- 格安店舗：販売面積 400m<sup>2</sup> 未満（一般的に 100m<sup>2</sup> から 150m<sup>2</sup>）。例えば BIM（トルコ系）などの格安ストア → 主に基本的な食品のニーズに対応する。
- 大型店舗：販売面積 400m<sup>2</sup> 以上 7000m<sup>2</sup> 以下の、スーパーマーケット、ハイパーマーケット。主に Marjane (Marjane、Acima)、Label'Vie (Carrefour Market、Carrefour Hyper、Atacadao)、Aswak Assalam の3つのグループで構成されている。→ 食品と非食品、幅広く商品をそろえている。大型商業施設（ショッピングモール）に併設されていることも多い。

(2) E コマースプラットフォーム：売上高の約 0.2%から 0.4%、雇用の約 0.4%を占め、上場プラットフォーム数（食品と非食品）は 120 未満である。この部門は、モロッコでのクレジットカードによるオンライン決済の導入とともに 2010 年から 2012 年に出現し、特にインターネットの普及率やパソコン、スマートフォンの保有率の上昇に加え、コロナ感染危機による購買習慣の変化（オンライン購入の増加）により、持続的に成長（オンライン販売の成長率は年約 14%）している。

国産品も輸入品も購入できる専用のサイトやプラットフォーム、ドライブスルー、宅配などが急拡大した。



ハイパーマーケットの肉売り場  
(牛・鶏・子羊・七面鳥等を扱う)



ハイパーマーケットの冷凍・冷蔵食品売り場  
(外国と国内のブランドが混在)



トルコ系格安ストア (BIM)



郊外型ハイパーマーケット (仏系を中心に幅広い品ぞろえ)



ハイパーマーケットの青果コーナー（国産品が中心）



ハイパーマーケットのビオ（Bio）・グルテンフリーコーナー（輸入品中心）



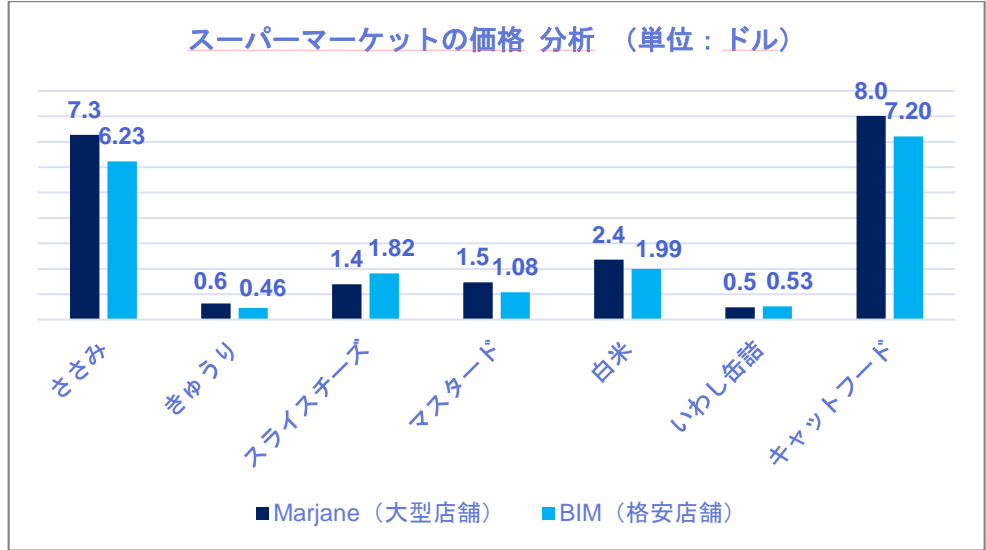
外資系スーパーマーケット（カルフル）  
市街地には小規模スーパーが点在して庶民の生活を支える。

Eコマースサイト：Jumia（ジュミア）、幅広く利用されている。  
<https://www.jumia.ma/>

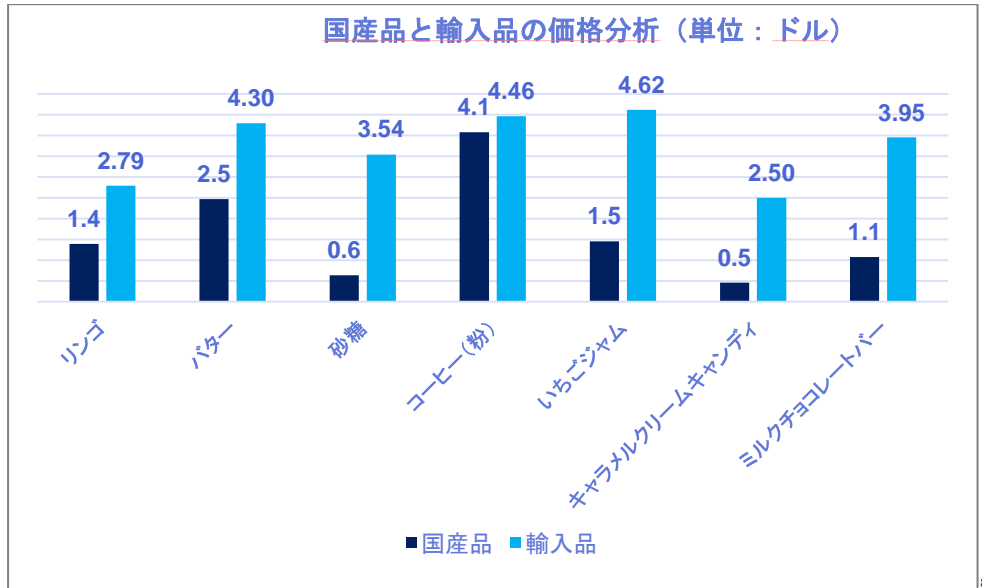
### 1.3. 販売リストと小売価格(国産品・輸入品)<sup>6</sup>

モロッコの食品・飲料市場は近年大きく発展している。最近では、国産のブランドや輸入ブランド、流通ブランド (Marjane、Carrefour/Label Vie) などの出現により、あらゆるジャンルの食品が数多く入手できる。

価格に関しては、食品・飲料のプレーヤーは比較的横並びだが、スーパーマーケット大型店舗 (例：Marjane、Carrefour、Aswak assalam) および格安店舗 (例：BIM) の表示価格には若干の差が見られる。



一方、輸入品と国産品の価格差は、商品によって2倍から5倍ある。



<sup>6</sup> カサブランカにおける販売場所別価格調査-2022年1月

<sup>7</sup> カサブランカにおける販売拠点別の価格調査に基づく Naos コンサルティングの分析-2022年1月

<sup>8</sup> カサブランカにおける販売拠点別の価格調査に基づく Naos コンサルティングの分析-2022年1月



製品および流通チャネル別小売価格リスト：カサブランカの流通チャネルおよび E コマースにおける  
2021年12月および2022年1月時点の小売価格

(単位：ドル)

カテゴリー		製品	量	Marjane Supermarket	BIM	肉専門店	魚専門店
生肉・冷凍肉	肉類	ささみ	1kg	7.27	6.23	4.8	-
		ホールチキン	1kg	3.43	2.80	3.8	-
		ホールチキン (地鶏)	1kg	7.44	-	-	-
		牛ひき肉	1kg	9.67	4.29	9.1	-
		牛ヒレ	1kg	20.41	-	7.0	-
		牛肉-骨なし、タジン用	1kg	13.53	11.39	-	-
		仔牛の肉-骨なし、タジン用	1kg	15.04	-	-	-
	魚介類	いわし	1kg	-	-	-	1.61
		大型海老	1kg	-	-	-	14.52
		イカ	1kg	-	-	-	10.75
		シタビラメ	1kg	-	-	-	13.98
		ホワイトティング	1kg	-	-	-	8.06
		マトウダイ	1kg	-	-	-	15.59
		本鮪 (冷凍)	1kg	-	-	-	30.65
生鮭	1kg	-	-	-	16.13		
スリミ	1kg	-	-	-	6.99		

カテゴリー	製品	ブランド	量	Marjane Supermarket	BIM	公設市場
野菜	トマト		1kg	0.75	0.60	-
	玉ねぎ (白)		1kg	0.75	0.53	-
	きゅうり		1kg	0.64	0.46	-
果物	アボカド		1kg	2.14	1.56	1.56
	レモン		1kg	0.85	-	0.70
	リンゴ		1kg	1.39	1.28	1.20
	リンゴ (輸入)		1kg	2.79	2.01	2.26
	バナナ		1kg	-	-	0.86
	バナナ (輸入)		1kg	1.82	-	1.56
きのこ	生きのこ (輸入)		250g	1.28	-	-
	シイタケ		200g	9.68	-	-
	乾燥ブラックマッシュルーム	JESSY'S	25g	1.61	-	-
水産乾物	ワカメ	JESSY'S	25g	1.26	-	-
ドライフルーツ	焼きアーモンド	Oncle SAM	200g	5.05	-	-
	カシューナッツ	Oncle SAM	200g	5.32	-	-
	ローストピスタチオ	Oncle SAM	200g	5.47	-	-
	ゴールデンレーズン	Rosana	250g	2.14	-	-
	ノーマルレーズン	Rosana	250g	1.60	-	-

カテゴリー	製品	ブランド	量	Marjane Supermarket	BIM
牛乳・ 乳製品・卵	UHT 全乳	Centrale	1L	0.95	0.92
	UHT 全乳 (輸入)	Président	1L	1.75	-
	スライスチーズ	Jebli	190g	1.39	1.82
	チーズスプレッド (輸入)	Philadelphia	150g	2.68	-
	生卵	Calibre moyen	6個	0.67	-
	バター	Badaouia	200g	2.47	1.94
	バター (輸入)	President	200g	4.30	-

(単位：ドル)

カテゴリー	製品	ブランド	量	Marjane Supermarket	BIM
調味料・材料	食卓油	LESIEUR	1L	1.92	-
	米酢	CHAIN KWO	15cl	1.18	0.81
	ケチャップ	Pikarome	500g	2.53	1.83
	ケチャップ (輸入)	Amora	480g	2.95	-
	マスタード	Pikarome	260g	1.46	1.08
	マスタード (輸入)	Amora	265g	2.36	-
	照り焼きソース	CHAIN KWO	15cl	1.94	-
	照り焼きソース	PIKAROME	15cl	1.34	-
	甘酢ショウガ	JESSY'S	145g	2.34	-
粉類	強力粉	Maymouna	1Kg	1.24	-
	薄力粉	Maymouna	1Kg	0.85	-
豆類	大豆	PIKAROME	15cl	0.97	-
	大豆 (輸入)	DIVA	15cl	1.18	-
米・パン・ 麺類	バケット (1本)	-	250g	0.34	0.13
	丸型のパン(1個)	-	-	0.13	0.13
	スパゲティ No5	DARI	500g	1.34	1.02
	スパゲティ No5 (輸入)	Barilla	500g	2.18	1.45
	白米 (長粒種)	Oncle SAM	900g	2.36	1.99
	寿司用の米	SUNDARI	500g	1.72	1.56
缶詰	マッシュルームの缶詰	MIDO	400g	1.69	-
	いわしの缶詰	Joly	125g	0.48	0.53
	ツナ缶オイル漬け	Joly	125g	1.49	1.65
	とうもろこしの缶詰	Bonduelle	300g	1.88	2.10
	とうもろこしの缶詰	Mido	300g	1.31	-
	トマト缶 (トマトペースト)	Delicia	140g	0.46	0.48
	トマト缶	Mutti	140g	1.77	1.28
砂糖	グラニュー糖	ENMER	2kg	1.07	1.06
	角砂糖	ENMER	1kg	0.64	0.59
	角砂糖 (輸入)	SAINT LOUIS	1kg	3.54	-
シリアル	コーンフレーク	KELLOGS CORN FLAKES	250g	2.61	2.68
	コーンフレーク (国内ブランド)	Marjane	375g	1.72	-
	オーガニックオートミール	Marjane	500g	2.15	-
	オーガニックオートミール	BJORG	500g	4.46	-
	オーガニックオートミール	Casino	500g	3.54	-
ジャム・ ハチミツ類	スプレッド	Nutella	350g	4.19	-
	ユーカリハチミツ	DARELAASSAL	250g	3.11	-
	いちごジャム	Aicha	430g	1.45	-
	いちごジャム (輸入)	Bonne Maman	370g	4.62	-
茶	緑茶パウダー	SULTAN	200g	2.07	1.85
	緑茶パウダー	BELLAR	200g	1.18	1.59
	紅茶ティーバッグ	LIPTON	200g	6.18	5.69
コーヒー	カプセル (外国ブランド)	Lavazza	10 x 50g	3.87	-
	カプセル (国内ブランド)	Marjane	10 x 50g	3.54	-
	コーヒー (粉) (国内ブランド)	Dubois	225g	4.08	-
	コーヒー (粉) (外国ブランド)	Carte Noire	225g	4.46	-

(単位：ドル)

カテゴリー	製品	ブランド	量	Marjane Supermarket	BIM
水・飲料	ソーダ	コカ・コーラ	1.5L	-	1.05
	ミネラルウォーター	Sidi Ali	1.5L	-	0.54
	炭酸水	Oulmès	1.5L	-	0.55
菓子類	菓子用チョコレート	Merandina	38g	0.22	0.70
	菓子用チョコレート	Kinder	39g	0.75	0.35
	バタービスケット	Henri's	85g	0.21	0.45
	バタービスケット (外国ブランド)	BAHLSEN	100g	1.53	-
	Kit Kat 4 fingers	NESTLE	36.5 g	0.64	0.53
	Mars	MARS	51g	0.63	-
	Snickers	SNICKERS	50g	0.52	-
	ミルクチョコレートバー	AIGUEBELLE	100g	1.08	1.06
	ミルクチョコレートバー (外国ブランド)	LINDT	100g	3.95	3.49
	キャラメルクリームキャンディ	MICHOC	100g	0.46	-
	キャラメルクリームキャンディ (外国ブランド)	Werther's	150g	2.50	-
	チューインガム-イチゴ味	MICHOC	100g	0.59	-
	フルーツガム (輸入)	Haribo	80g	1.64	-
	無糖チューインガム-ミント味	Flash	60g	1.64	-
	無糖チューインガム-ミント味	Mentos	56g	4.25	-
	ポテトチップス-塩味	LAY's	97g	1.56	1.68
	ポテトチップス-塩味	LEADER FOOD	90g	1.13	0.97
	ポテトチップス-塩味	Marjane	100g	1.18	-
	プレッツェル	CASINO	200g	1.45	-
	スティッククラッカー	LORENZ	150g	1.48	-
ローストピーナッツ-塩味	Casino	100g	0.75	-	
ローストピーナッツ-塩味	LORENZ	175g	2.47	3.44	
ベビーフード	UHT 成長ミルク	BLEDILAIT/ JAOUDA	500ml	0.70	-
	乳・小麦入り乳児用シリアル	CERELAC	250g	2.66	-
	コンポート (ビーフ)	VitaMeal	200g	2.20	-
	コンポート (野菜)	VitaMeal	130g	1.66	-
	コンポート (リンゴ)	ANDROS	90g	1.10	-
	コンポート (フルーツ)	Casino	100g	0.54	-
ペットフード	ドッグ・キャットフード (鶏肉と野菜)	Friskies	1.7 kg	8.01	7.20
	ドッグ・キャットフード (牛肉・野菜・鶏肉)	Casino	2kg	5.37	-
	ドッグフード (シリアル・にんじん)	Casino	4kg	10.70	-
	ドッグフード (牛肉)	Friskies	3kg	10.32	-
	牛肉のテリーヌ (猫用)	Casino	100g	0.54	-
	牛肉のムース (猫用)	Purina Gourmet	85g	1.03	-
	牛肉と野菜のテリーヌ (犬用)	Casino	300g	1.39	-
	牛肉のテリーヌ (犬用)	OSKAY	400g	1.56	-

(単位：ドル)

カテゴリー	製品	ブランド	量	酒類専門店
アルコール飲料	ビール	Flag Spécial	25cl	1.3
	ビール	Casablanca	33cl	2.2
	ビール (輸入)	Heineken	25cl	1.8
	ビール (輸入)	Corona	33cl	3.2
	シャンパン	Laurent Perrier Brut	75cl	63.4
	ウイスキー	Jack Daniel's	70cl	43.0
	ウイスキー	JW Black Label	75cl	58.1
	ウォッカ	Absolut	75cl	28.6
	ウォッカ	Grey Goose	75cl	57.0
	ジン	Hendrick's	75cl	36.6
ジン	Bombay Saphir	75cl	31.2	

出典：

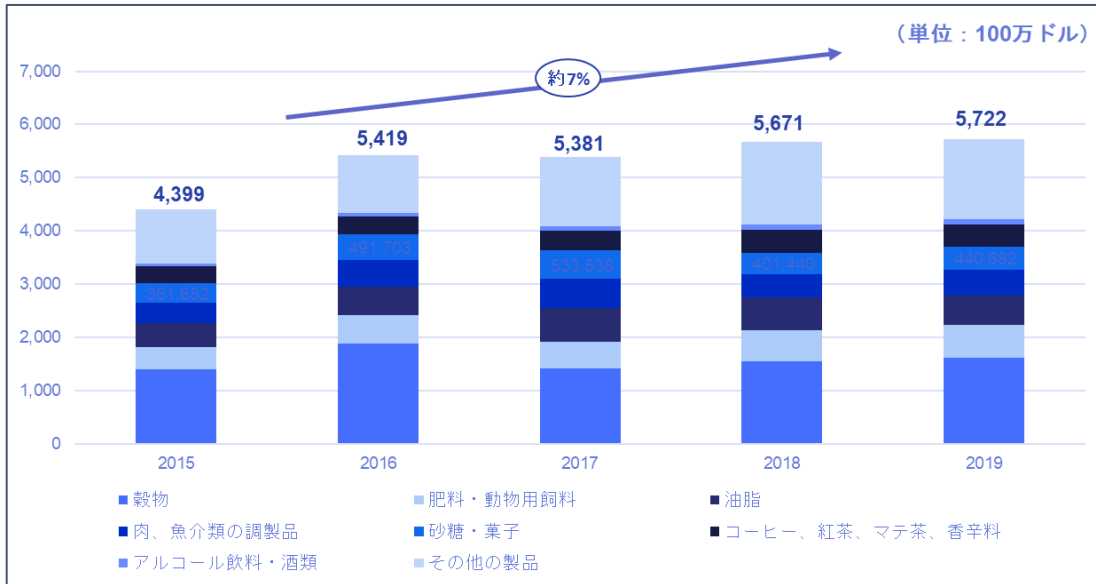
- 価格チェック：2021年12月/2022年1月、Eコマースにて
- <https://www.lesiteinfo.com/maroc/pomme-banane-mandarine-les-prix-des-fruits-a-casablanca/>
- Superettefinelepatric.ma
- 価格チェック：2021年12月/2022年1月、現地にて (カサブランカ)

## 2. モロッコの食品・飲料輸入の概要

### 2.1. 食品・飲料の輸入額

モロッコの世界各国からの食料輸入は、2015年以降2019年までに年率約7%成長し、2019年には57億ドルに達している。

食品・飲料輸入の推移 (2015年-2019年)



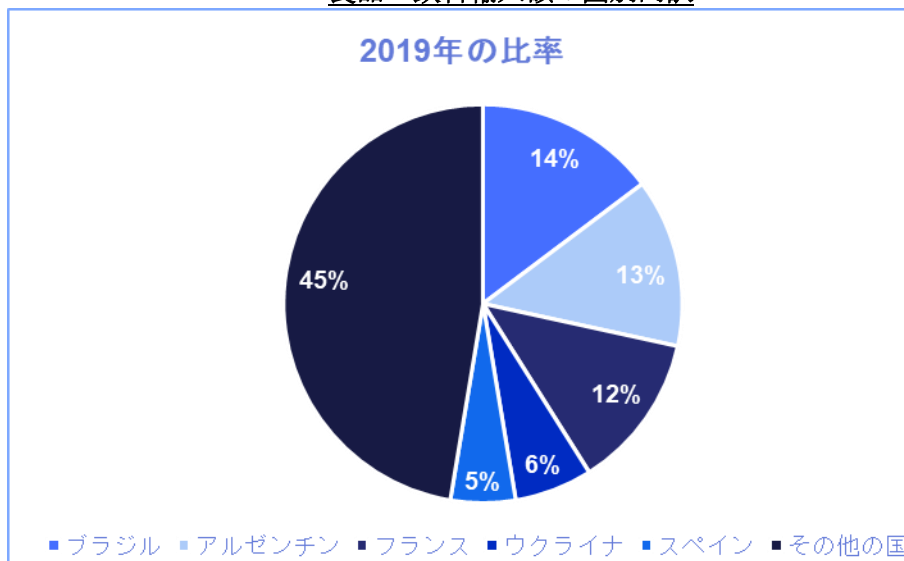
出典：為替局

### 2.2. 輸入国別シェア

輸入は主に5カ国から行われており、2019年の輸入総額の50%以上を占めている。

- ブラジル：輸入全体の14%—加工肉・魚食品、砂糖、穀物が95%以上を占める。
- アルゼンチン：13%—穀物、油脂、動物用飼料等が95%以上を占める。
- フランス：12%—穀物、動物用飼料等が70%以上を占める。
- ウクライナ：6%
- スペイン：5%

食品・飲料輸入額の国別内訳



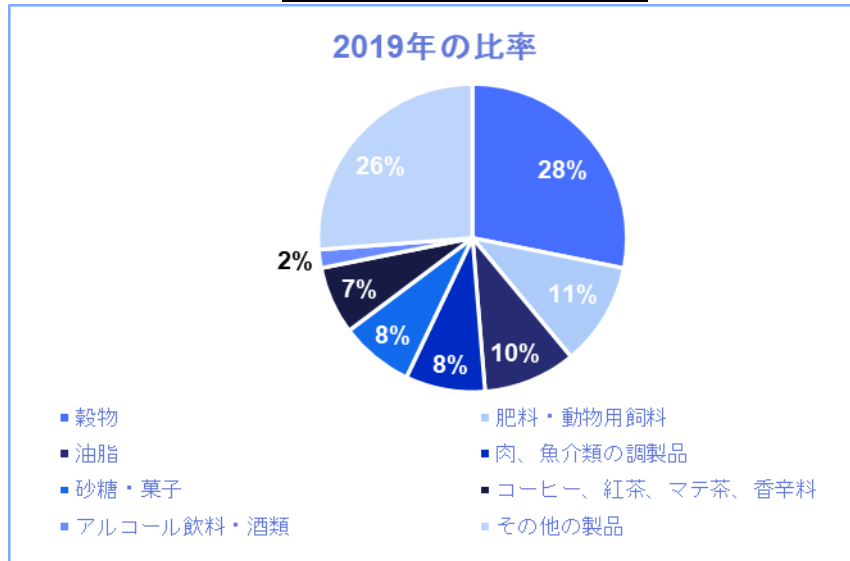
出典：為替局

### 2.3. 輸入商品別シェア

2019年の総輸入額の65%は5つの主要製品に集中している。

- 穀物：総輸入額の28%
- 肥料・動物用飼料：総輸入額の11%
- 油脂（動物性および植物性）：総輸入額の10%
- 肉類、魚介類調製品：総輸入額の8%
- コーヒー・紅茶等および香辛料：総輸入額の8%

食品・飲料輸入の品目別内訳



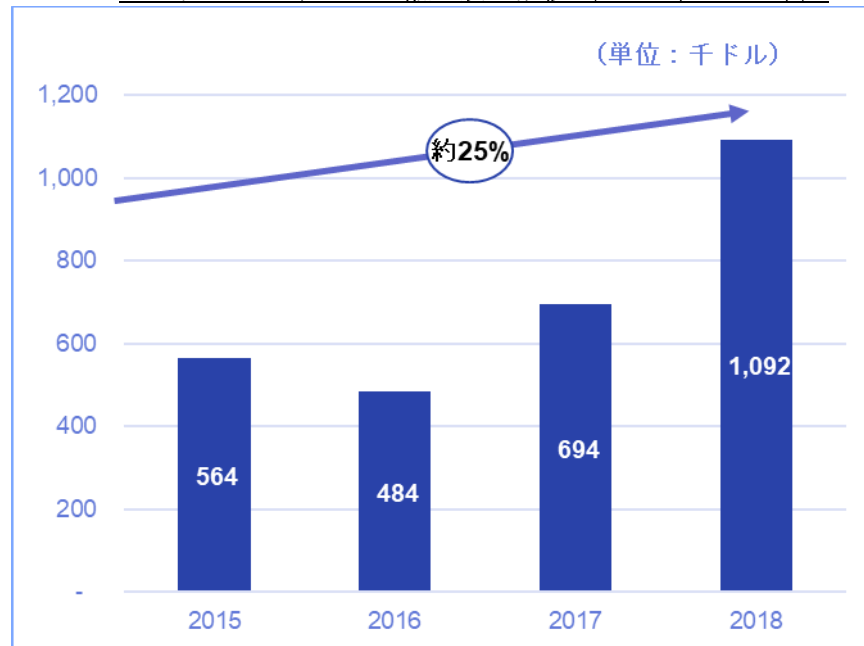
出典：為替局

## 2.4. 日本からの輸入品目、輸入額、輸入量

日本からモロッコへの食品・飲料製品の輸入の推移：

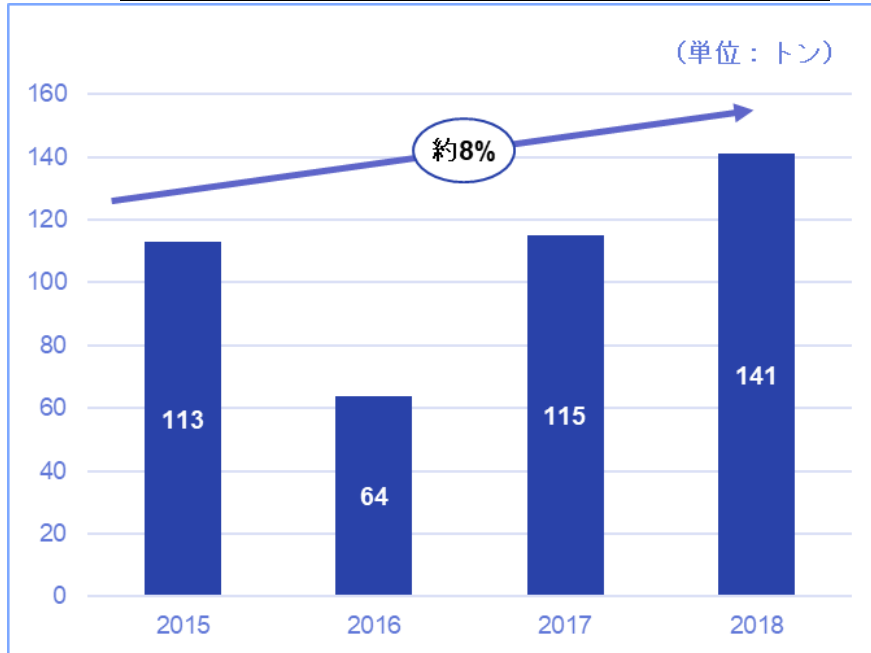
- **金額ベース**では、2015年から2018年にかけて年率約25%の成長を遂げ、2018年には100万ドルに達した。
- **数量ベース**では、2015年から2018年にかけて、年率約8%の成長を遂げ、2018年には140トンに達し、コーヒー・紅茶等と香辛料、魚、貝といったいくつかの主要製品が占めている。

モロッコの日本からの輸入額の推移（2015年-2018年）



出典：為替局

モロッコの日本からの輸入量の推移 (2015年-2018年)

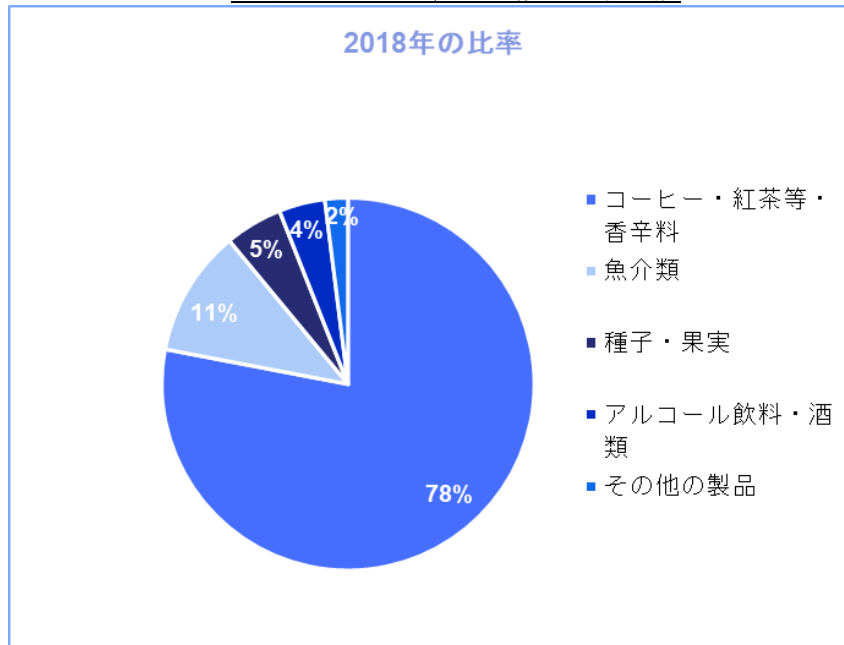


出典：為替局

2018年実績でコーヒー・紅茶等、香辛料、そして魚介類が輸入額全体の90%を占めている。

- コーヒー・紅茶等と香辛料：輸入額の78%
- 魚介類：輸入額の11%

日本からの主要製品別輸入金額内訳



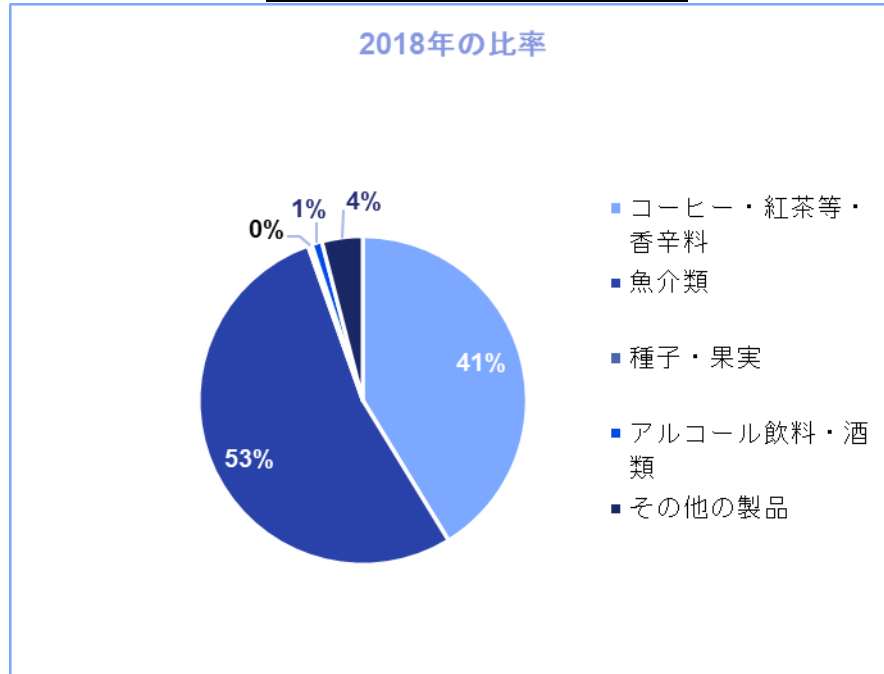
出典：為替局



また、数量ベースでは魚介類が圧倒的に多く、輸入量の50%以上を占めている。

- 魚介類：輸入の50%以上
- コーヒー・紅茶等、香辛料：輸入の40%以上

日本からの主要製品別輸入量内訳



出典：為替局

### 3. モロッコの食品・飲料の概要

#### 3.1. 食品・飲料市場における主な国内・外国ブランドと急成長ブランド・製品（企業）<sup>9</sup>

モロッコの食品・飲料産業は近年、政府の後押しと、様々なステークホルダーの支援のおかげで、力強く発展しており、地元企業や多国籍企業がビジネスを展開している。

産業	主なプレーヤー	取引高 (百万ドル)	市場シェア	ブランド
1 水産業	Unimer	150.5	7%	Titus, Princesse, Madrigal, Belmonte, Monégasque, Vanelli
	Sofinas	N/A	N/A	N/A
	Silver Food	20	1%	Mario, Atlanta, Silver, Lina
	Amandine International	N/A	N/A	N/A
	Maroc Seafood	N/A	N/A	N/A
	Conseverie Marocaine Doha	N/A	N/A	Delmonaco, Liberator, Limao, Samaki
2 牛乳・乳製品産業	ダン（乳製品）	492	24%	Centrale, Danone, Jibi, Xtra, Danette, Gervais, Alpro
	コバグ（乳製品）	644	32%	Jaouda, RAIBI
	Coopérative Agricole Laitière De Kénitra	N/A	N/A	Extralait, Yovi, Yogo, Lact'up
	Domaines Agricoles	N/A	N/A	Chergui,
	Copralim	N/A	N/A	Président, Scotti, Sojasun
	Fromagerie Bel Maroc	179	9%	La vache qui rit, Kiri, les enfants

<sup>9</sup> 主要プレーヤーの例 - Naos Consulting の調査、産業・貿易省

産業	主なプレーヤー	取引高 (百万ドル)	市場シェア	ブランド
3 果物・野菜 産業	Conserverie de Meknès	30	3%	Aicha
	Les Domaines agricoles	N/A	N/A	LES DOMAINES, Arômes du Maroc, ORMANTINE
	Oasis Primeurs Maroc	N/A	N/A	N/A
	CARTIER SAADA	15	2%	Cartier
	Fruttact Maroc	18	2%	N/A

4 油脂産業	Lesieur	349	36%	Lesieur, Huilor, Cristal, Magdor
	MARGAFRIQUE	16	2%	La hollandaise, vital, ideal, atlas, chezy, el castillo, la prairie
	Huïleries du Souss Belhassan Centre	100	10%	Lio, Iousra, Zohor
	Savola Morocco	81	8%	N/A
	Sofades puratos	79	8%	Sofrades Puratos, Puratos

産業	主なプレーヤー	取引高 (百万ドル)	市場シェア	ブランド
5 ビスケット・チョコレート工場製業	Mondelez	N/A	N/A	Oreo, Milka, Tonik, Tagger, Golden, Trident, Merendina
	Excello	86	14%	Momo, Top cookies, Eyo'o Palermo, marko, Genova
	Aiguebelle	30	5%	Aiguebelle, Praly, Sweeties, Mejora
	Henry's	N/A	N/A	Henry's
	Michoc	45	7%	Youpi, Cremo, Praline de michoc, Michoc Noisito

6 食肉産業	KOUBIAホールディングス	56	10%	KOUTOUBIA
	Banchereau Maroc	N/A	N/A	DINDY
	Maroc Dawajine	42	7%	Dwajine viandes, Almarai viandes
	Foodis	N/A	N/A	N/A
	Sahel Abattoirs	N/A	N/A	Sahel

産業	主なプレーヤー	取引高 (百万ドル)	市場シェア	ブランド
7 パスタ・クスクス産業	DARI COUSPATE	70	43%	Dari
	Forafric	N/A	N/A	TRIA, MayMouna
	Groupe Dalia	N/A	N/A	Dalia
	Zine Capital Invest	N/A	N/A	Al Itkane
	Atlas Couscous	N/A	N/A	Frida

8 アイスクリーム・シャーベット産業	Azur Ice	N/A	N/A	N/A
	Crèmes Glacées Yasmîna	N/A	N/A	N/A
	Doha de Cornets de Glacés	N/A	N/A	N/A
	la Société Marocaine des Glacés Artisanales	N/A	N/A	N/A
	モロッコのデザート・食品会社, Venezia Ice	N/A	N/A	N/A

産業	主なプレーヤー	取引高 (百万ドル)	市場シェア	ブランド
9 穀物加工、でんぷんおよび 飼料製造業	Cap holding	N/A	N/A	N/A
	SOFALIM	N/A	N/A	N/A
	Alf Kessab Al Maghreb	30	1%	N/A
	Alf Sahel	N/A	N/A	N/A
	Alf El fellous	N/A	N/A	N/A

10 オリーブ油産業	Lesieur	N/A	N/A	Mabrouka
	Olea	N/A	N/A	ZOUITINA
	Domaine de la Zouina	N/A	N/A	VOLUBILIA
	Atlas Olive Oil	N/A	N/A	Atlas olive Oil
	Domaines Zniber	N/A	N/A	4 Oli sens, Jad, Caractere

産業	主なプレーヤー	取引高 (百万ドル)	市場シェア	ブランド
11 製粉産業	DARI COUSPATE	N/A	N/A	Dari
	Forafric	N/A	N/A	TRIA, MayMouna
	Groupe Dalia	N/A	N/A	Dalia
	Zine Capital invest	N/A	N/A	Al Itkane
	Kenz Maroc	N/A	N/A	Kenz

12 飲料業界	コカ・コーラ	N/A	24%	コカ・コーラ、ファンタ、スプライト、 ハワイ、アクエリアス、シエル
	ヴァルン・ビバレッジ	N/A	32%	ペプシ、セブンアップ、ミランダ
	Les Eaux Minerales D'oulmes Sa	183	N/A	Sidi Ali, Ain Atlas, Bahia, Orangina
	SOTHERMA	31	N/A	Sidi Harazem, Ain Saiss
	Agro Juice processing	N/A	N/A	Valencia

産業	主なプレーヤー	取引高 (百万ドル)	市場シェア	ブランド
13 その他の食品業界	COSUMAR	882	51%	Al kasbah, la gazelle, El Bellar
	VCR SODALMU	54	3%	Chermoula express, vima, lala chama, vanelli, desseaux
	Atelier CROC MAROC	N/A	N/A	N/A
	Suta sucrerie Tadla	83	5%	N/A
	Somafaco	N/A	N/A	Ideal, Damti

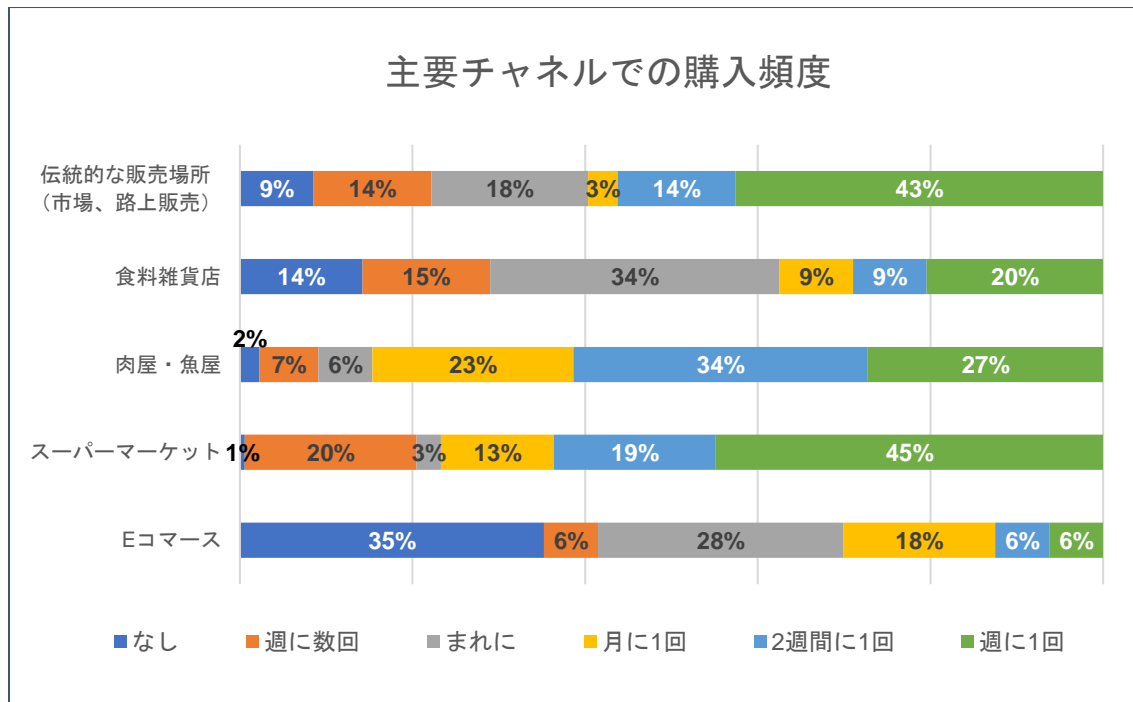
#### 4. 富裕層の食料消費パターンに関する調査（カサブランカ、マラケシュ）

カサブランカとマラケシュの富裕世帯約 180 世帯<sup>10</sup>を対象に NAOS Consulting 社が実施した食品消費パターン調査（2022 年 1 月）により、浮かび上がった主な消費者動向は以下のとおりである。

##### 4.1. 富裕層のチャンネル別利用頻度（小売店）

富裕層の食料品購入の頻度は、使われているチャンネル（経路）と購入の目的によって異なるプロファイルを示している。

- 富裕層は、非生鮮食品の調達、ビスケット・チョコレート・菓子、乳製品と卵などの購入のために、スーパーマーケットや伝統的な販売場所（公設市場、露天商人、スークなど）に、週に 1 回出かける傾向がある。
- 肉屋や魚屋などの専門店では、2 週間に 1 回から月に 1 回の割合で肉や魚を調達する傾向にある。
- 食料雑貨店はあまり利用していない。
- 時々 E コマースプラットフォームを使用する。今日ではこのチャンネルを利用する傾向が高まっている。



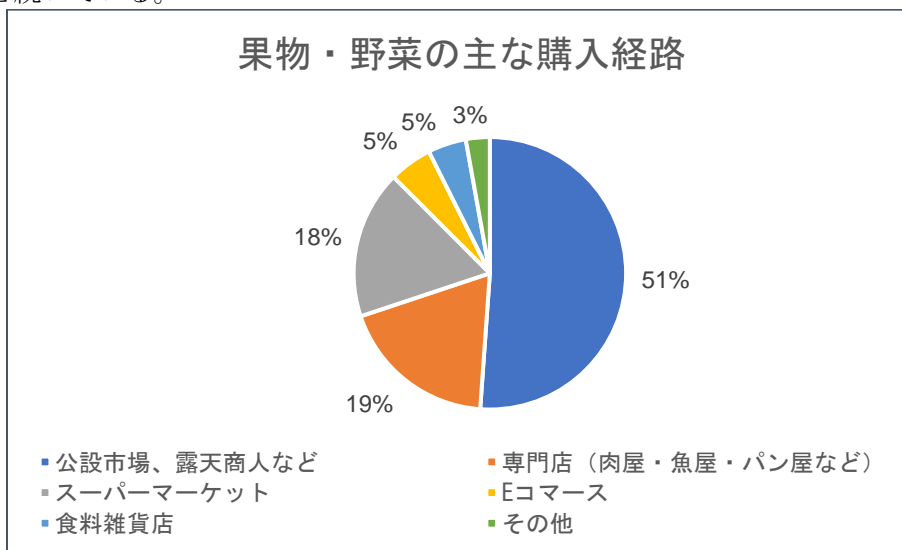
出典：Naos 分析調査

##### 4.2. 富裕層によるスーパーマーケットや食料雑貨店の利用頻度

モロッコの富裕層は、これまで果物・野菜、緊急時の購入等に伝統的で古典的な販売場所（公設市場、伝統的な食料品店など）を利用してきたが、ビスケット・チョコレート・菓子、乳製品や卵といった非生鮮食品をスーパーマーケットで、そして肉、魚、酒類、ベビーフード、ペットフードといったその他の製品を、専門の店で購入する傾向が強くなってきた。

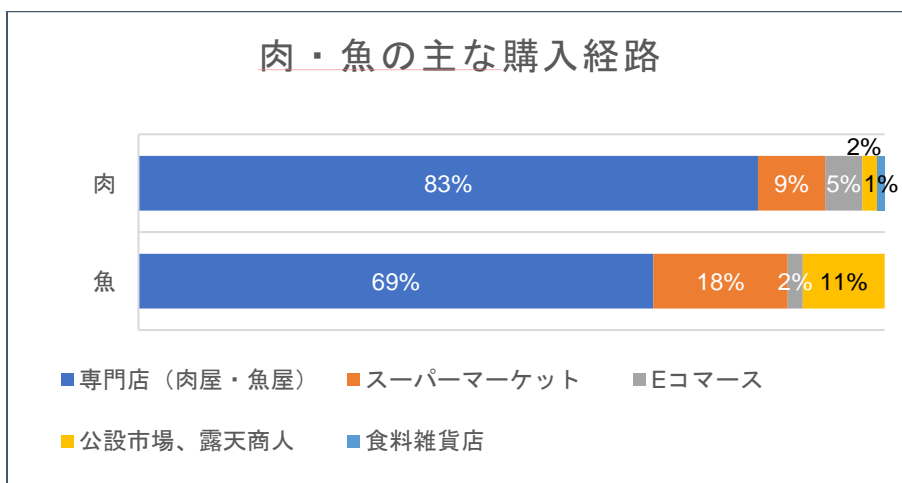
<sup>10</sup> 世帯人員 1 人で 20KMAD/月/世帯以上、または世帯人員 4 人で 35KMAD/月/世帯以上の所得

- **果物・野菜**については、公設市場志向が 50%を超え、専門店（19%）、スーパーマーケット（18%）と続いている。



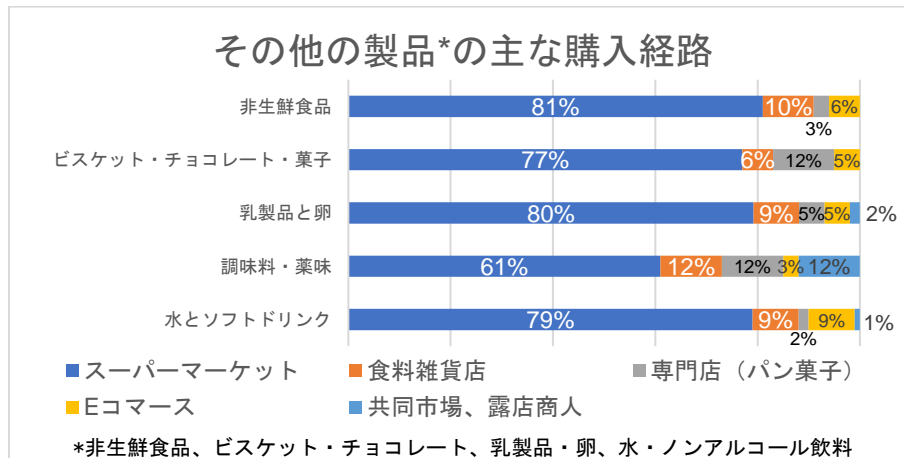
出典：Naos 分析調査

- **肉や魚**の購入については、特に肉屋や魚屋など専門店が富裕層に好まれている。割合はそれぞれ、チャンネル全体の 83%（肉屋）と 69%（魚屋）となっている。



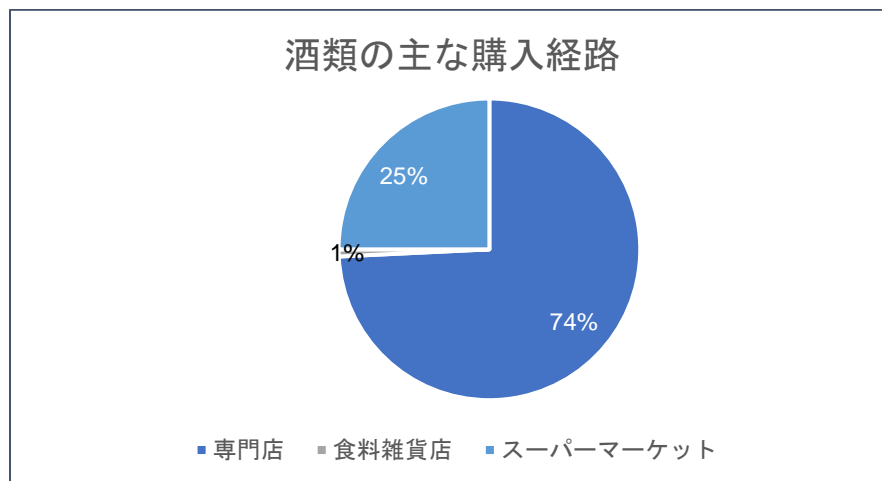
出典：Naos 分析調査

- 非生鮮食品、ビスケット・チョコレート、乳製品と卵、水とノンアルコール飲料など、その他の製品については、富裕層はまずスーパーマーケットに行き、次に食料雑貨店に行く傾向がある。



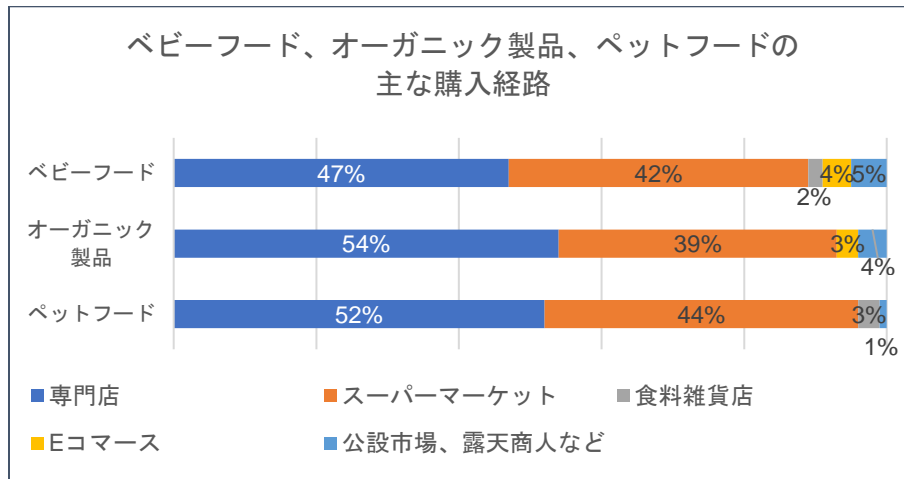
出典：Naos 分析調査

- 酒類に関しては、富裕層の間では専門チャンネル（74%）を利用する傾向にあり、特に専門店（NICORA など）やスーパーマーケットの酒類専門コーナー（Cave Carrefour スーパーマーケットなど）が利用されている。ビール、ウイスキー等スピリッツ類、ワイン（国産・輸入品）、日本酒などの購入が可能。



出典：Naos 分析調査

- ベビーフード、オーガニック製品、ペットフードについては、専門店やスーパーマーケットもチャンネルとして使用している。



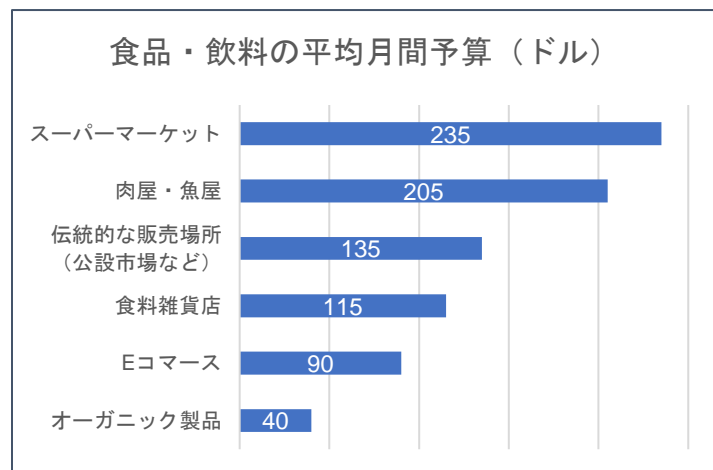
出典：Naos 分析調査

### 4.3. 平均月間家計支出

#### 4.3.1. 食品・飲料の平均月間家計支出

4人世帯の富裕世帯が、食品・飲料製品に費やす平均金額は月に約 780 ドルであり、その内訳は以下のとおりである。

- 月約 235 ドルでスーパーマーケットから、主に非生鮮食品、ビスケット・チョコレート、乳製品や卵、水やノンアルコール飲料を購入
- 月約 205 ドルで専門店にて肉や魚を購入
- 月約 135 ドルにて公設市場などで果物や野菜を購入
- 月約 115 ドルで伝統的な食料品店から追加購入（非生鮮食品、ビスケット・チョコレート、乳製品や卵、水やノンアルコール飲料など）
- 月約 90 ドルで E コマースプラットフォームにて、果物や野菜、魚、ビスケット/チョコレート、水やノンアルコール飲料を購入

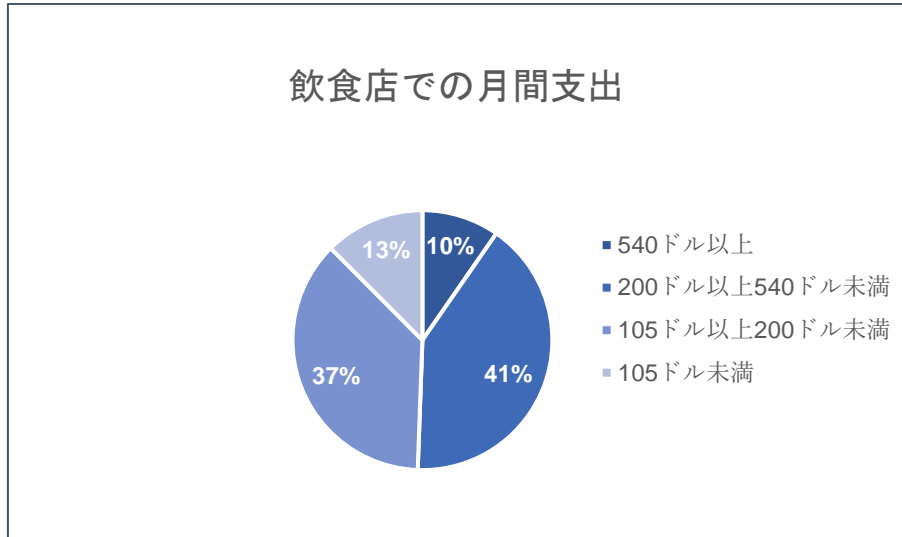


出典：Naos 分析調査

さらに、富裕層はオーガニック製品を、一般的に専門店（例：La Vie Claire）やスーパーマーケットの専門コーナーで購入し、月平均約 40 ドルを費やしている。

#### 4.3.2. 飲食店での平均月間家計支出

富裕世帯は、飲食店で月平均 250 ドルから 300 ドルを費やしていると報告されている。約 40%が月予算 200 ドルから 540 ドル、月予算 540 ドル以上は、わずか 10%である。



出典：Naos 分析調査

#### 4.4. 富裕層がよく利用するEコマース

モロッコでは、食品・飲料の E コマースが目覚ましい成長を遂げている。消費者の生活習慣の変化や、競合他社との差別化、革新的な販売サイトの普及が影響している。

- スーパーマーケットサイト：Marjane、Aswak Assalam
- 商品提供サイト：Glovo、Jumia、Yassir Express など
- 専門店サイト：
  - 果実・野菜：Khaddar fdar、Les Domaines など
  - 肉・魚：Azul Pesca、tifiee、Le Poissonnier など
  - その他の製品：オリーブオイル (Noor Fes)、ハチミツやアルガンオイル (APIA) など

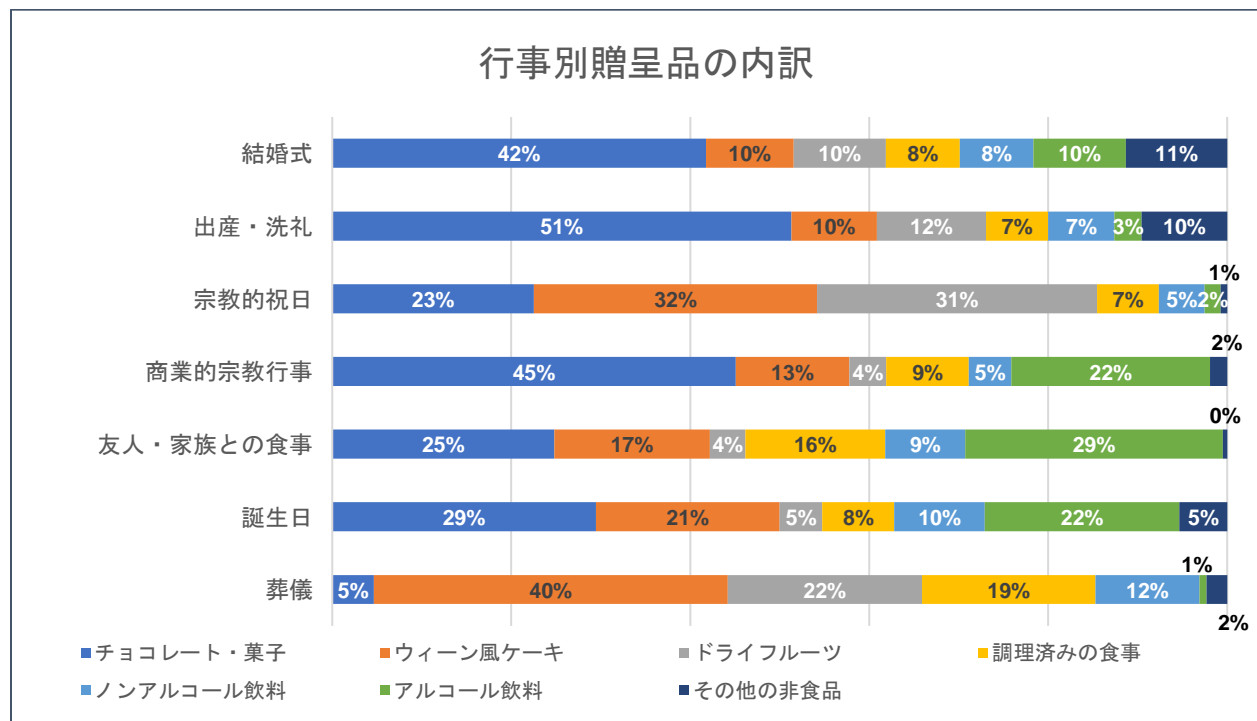


## 5. ビジネス慣行

### 5.1. 贈答文化に基づいた年間行事

モロッコでは、行事に応じて多くの贈り物が交わされる<sup>11</sup>。

- 結婚式の場合、食品以外の品を贈る習慣がより強いが、一部のモロッコ人はチョコレート・菓子などの食品を贈ることがある（回答者の40%以上）。
- 出産・洗礼の場合、モロッコ人は食品関連商品を贈り物とすることが多く、チョコレート・菓子が50%以上を占める。
- イスラム教徒の宗教的祝日の場合、提供されている品は、ウィーン風ケーキ（32%）とドライフルーツ（31%）が同等に分かれている。
- その他の商業的宗教行事の場合、バレンタインデー、ハロウィーン、クリスマスなどのモロッコでのトレンドは、回答者のほぼ45%がチョコレート/菓子を渡すとしている。
- 招待、友人・家族との会食、誕生日の場合、提供される食品は、アルコール飲料が約25%から30%と最も多く、続いてチョコレート・菓子である。
- 葬儀の場合、最も需要が多かったのは主にウィーン風ケーキで40%、次いでドライフルーツが22%以上となっている。



出典：Naos 分析調査

<sup>11</sup> カサブランカとマラケシュの富裕世帯約 180 世帯を対象に実施した調査結果

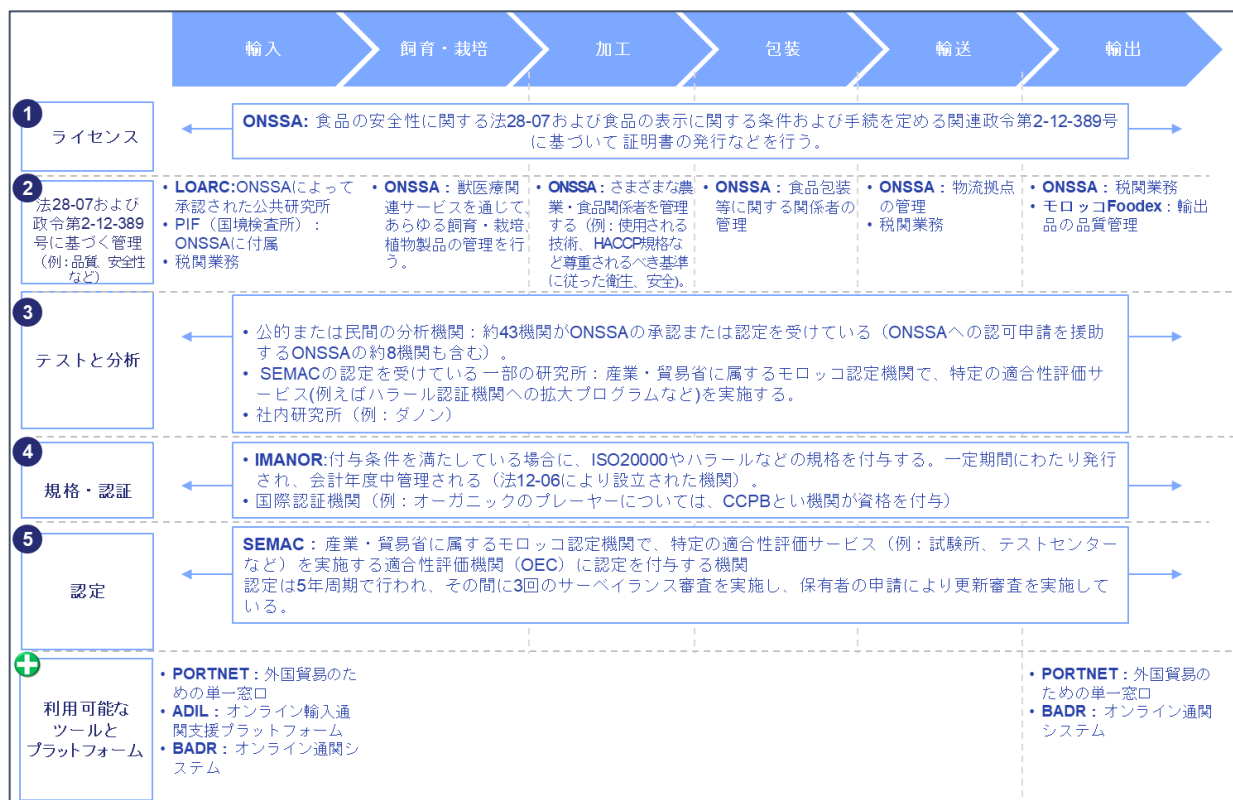
## パート B. モロッコへの食品・飲料の輸出入および製造に関する留意点

### 1. 食品・飲料（酒類を含む）の輸出入に関する政府機関および関連法令

#### 1.1. 関係行政機関の一覧

モロッコでは、品質管理と食品の安全性のために、サプライチェーンの様々な段階で複数の関係機関の介入がある。

品質管理と食品安全にかかわる関係機関とプロセス



出典: 複数の企業のWebサイト(ONSA, IMANORなど)、Naos Analysis

※ONSSA: パート B-1.9.1 項 「食品衛生局 (ONSSA)」 を参照

IMANOR: パート B-1.9.2 項 「モロッコ標準化協会 (IMANOR)」 を参照

SEMAC: パート B-1.9.3 項 「モロッコ認定サービス (SEMAC)」 を参照

LOARC: パート B-1.9.5 項 「カサブランカ公共化学分析研究所 (L.O.A.R.C)」 を参照

PORTNET: パート B-1.7.1 項 「オンライン輸出入申請窓口 PORTNET」 を参照

ADIL: パート B-1.7.2 項 「税関・間接税局 ADIL」 を参照

BADR: パート B-1.7.3 項 「通関システム BADR」 を参照

モロッコ Foodex: パート B-1.9.4 項 「モロッコ Foodex」 を参照 (旧 E.A.C.C.E - Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations)

#### 1.2. 法令の種類、制定過程

モロッコの、食品・飲料業界は食品の安全性に関する国際的な基準に従っている。

モロッコの食品類衛生管理の新しいビジョンは、食品の衛生安全を管理する法律第 28-07 号 (以下法 28-07) を通してグリーン・モロッコ計画 (PMV) の運用の枠組みの中で示されている。

---

## グリーン・モロッコ計画-《 Plan Maroc Vert 》 :



2008年4月にモハメッド6世国王によって開始されたグリーン・モロッコ計画(PMV)は、農業部門をモロッコにおける社会経済開発の優先的分野とすることを目的としている。

この戦略は、すべての部門を網羅するグローバルなアプローチに基づいており、近代農業と連帯農業という2つの主要な柱に依存している。

第1段階：国際基準に適合した生産による、付加価値の高い近代的農業の発展

第2段階：貧困と闘い、最も弱い立場の農村住民のため所得源の多様化を目指すなど連帯ベースのアプローチを開発することにより、小規模農業に焦点を当てる。

---

この参照文書に加えて、食品ラベル表示の条件と手続きを定めた政令第2-12-389号や、部門、輸入、輸出に関連する研究所のISO規格を含む規制といった、立法・規制文書からなる法律文書がある。これらにより、国際的な原則と概念に基づいた食品安全の真の政策の実施を可能にしてきた。

### 1.3. 主な食品・飲料関連法規

#### 1.3.1. 食品安全に関する枠組み：法律第28-07号

##### ➤ 定義と主な用語

法28-07は、食品と飼料の安全性に関する法律であり、以下の役割を担っている：

- 食品と飼料の安全性の一般原則を確立する。
- 一次産品、食品および飼料の取扱、処理、加工、包装、輸送、貯蔵、流通、販売用の陳列または輸出の条件を定める。
- 安全な製品のみを市場に投入することを認める一般的な要件を規定している。これには、健康、衛生、洗浄・消毒用製品の使用、一次産品の許容汚染レベル、食品および動物用飼料が適合しなければいけない基準など、義務化された基準も含む。
- 特に、一次産品、食品および動物飼料の表示並びに添付書類の決定を通じて、消費者情報に関する義務的な規則を示す。

##### ➤ 適用範囲

法28-07の適用範囲は、最終消費者が食料を入手できるようにするために必要なすべての段階を対象とする。これには、生産、取扱、処理、加工、包装、輸送、貯蔵、流通、販売用の陳列または輸出が含まれる。

##### ➤ モロッコにおける食品販売の一般条件

食品の販売にあたって、組織および企業は、一次産品、食品または動物飼料が人や動物の生命や健康に危険を及ぼすことのないよう、規制によって定められた形式と方法で運用開始前に、管轄当局から保健衛生目的の認可や承認を受けなければならない。

そのためには、食品の品質を維持し、安全性を保証する衛生的かつ清潔な条件の下で、食品を生産、取扱、処理、加工、包装、輸送、貯蔵、流通、販売用の陳列または輸出しなければならない。

➤ **食品のトレーサビリティ**

組織および事業者は、食品サプライチェーンのすべての段階において、原材料、一次産品、食品、飼料、食用動物、および食品または飼料に組み込まれることが意図され、または組み込まれる可能性がある物質のトレーサビリティを確立し、特定することができなければならない。

➤ **法 28-07 違反に関連する罰則**：法 28-07 違反事項は、次のとおりである。

- 人・動物の生命または健康に危険を及ぼす一次産品、食品、動物用飼料を国内市場に投入、輸入または輸出、取扱、加工、変形、包装、販売すること。
  - 一次産品、食品、動物用飼料の国内市場への流通を制限し、その取下げを要求し、またはその輸出を禁止するためのすべての適当な措置をとるようになるため、当該一次産品、食品または動物用飼料が、安全な産品としての資格要件を満たしていないことを権限のある当局に遅滞なく通報することを怠ること。
  - 計画された管理に反対すること、または食品安全衛生局（ONSSA）の権限を持つ代理人が行う調査や法 28-07 違反の発見を妨害すること。
- 違反した場合の罰則は、2 ヶ月から 6 ヶ月の懲役および 5 万 MAD から 10 万 MAD の罰金、またはこれらの 2 つの罰則のうちの 1 つを適用。

**1.3.2. 食品表示の条件および様式：政令第 2-12-389 号**

➤ **定義**

政令第 2-12-389 号：一次産品及び食品の表示に関する一般的な規定及び要件を定め、最終消費者に以下の情報を提供することにより、消費者が当該製品について得るべき情報を保証する。

- 製品の同一性、特性、成分およびその他の特徴
- 製品に対する人の健康と安全の保護
  - 特定の消費者集団の健康に悪影響を及ぼす恐れのある内容物
  - 有効期間、保存及び仕様条件
  - 潜在的な健康への影響。製品の不適切または乱用によるリスクと結果
- 特別な食事療法を受けなければならない人を含め、消費者が事実を十分に認識できるようにするための特徴

➤ **主な留意事項**

- 製品に関する表現「最低耐久性」および「使用期限」を定義
- 食品のラベルに、最低耐久性または消費期限を記載する義務
- 食品部門の経済事業者（生産者、輸入業者または輸出業者）が、最低耐久期間または消費期限を超えて製品を販売することの禁止
- すべての輸入業者に対し、最低持続可能性の残存期間が、少なくとも輸入時における当該持続可能性の持続期間の 4 分の 1 に相当することを確保する義務
- 追加の必須情報を表示しなければならない製品に関する追加情報、特に「冷凍肉、冷凍肉調製品および未加工の冷凍水産物」に関する追加情報
- 最低耐久期間の表示が義務付けられていない製品のリストの作成

**1.3.3. モロッコの食品・飲料業界における ISO 標準**

➤ **ISO22000 認証**

食品チェーンの組織によって実施されている食品安全管理システム（FSMS）がモロッコの標準規格 NM ISO 22000 の規定と一致していることを示す、モロッコ標準化協会（IMANOR）によって発行された準拠証明書。

ISO22000 規格は国内安全基準と調和する唯一の国際規格である。

➤ **適用範囲**<sup>12</sup>

ISO22000 規格は、食品チェーンのすべてのレベルで食品の安全性を確保するために不可欠であると認識されている、複数の要素からなる要件を規定することにより、食品サプライチェーンのすべての関係者、並びに食品サプライチェーンに関与するすべての組織および関係者に適用される。

- 食品サプライチェーン向け
  - 食品サプライチェーンの体系的なアプローチ
  - 対話型コミュニケーション
  - 食品サプライチェーンのすべての段階におけるトレーサビリティ
  - 食品管理の面における予防プログラム（PRP）と HACCP 計画（*危害分析と重要管理点*）
- 食品サプライチェーンに関与する組織や関係者向け
  - 一次産品、食品および原材料の生産者
  - 動物飼料生産者
  - 輸送業者、流通業者、貯蔵組織
  - 小売またはケータリングの販売場所
  - 包装材や清掃用品のサプライヤー

#### 1.4. **食品の輸入手続きの概要と法規制**

##### 1.4.1. **輸出入取引前の手続き**

モロッコには、輸出入業務を開始する前に経済事業者が実施する事前業務がいくつかある。

その中で、事前教示および関税評価は、輸出入手続きに必要な実費を評価するための主要な手段であり、経済事業者が税関に依頼できるものである。

- 事前教示：経済事業者が、輸入または輸出しようとする商品の関税分類、関税評価、原産地に関する最終的な行政判断を、事前に税関当局に照会し回答を得られる制度である。
- 関税評価：輸入品への従価税適用の際の基準（課税標準）となる課税価格を決定する。課税の基礎、すなわち商取引に適用される関税が計算される基礎または土台となるものである。

##### 1.4.2. **モロッコにおける食品輸入手続き**

➤ **定義**

輸入とは、外国やフリーゾーン（自由貿易特区）の商品をモロッコ域内に運び込むことである。これらの商品はモロッコの税関で通関されるまで使用できない。

輸入手続きは、貨物を輸入するための標準的または特定の手続きの概要であり、税関および非税関当局による貨物の管理および搬出を含む。

➤ **輸入手順**

すべての手続きは、貨物の税関管理に始まり、特定の作業を終え貨物が搬出されるまで、以下のステップを踏む。

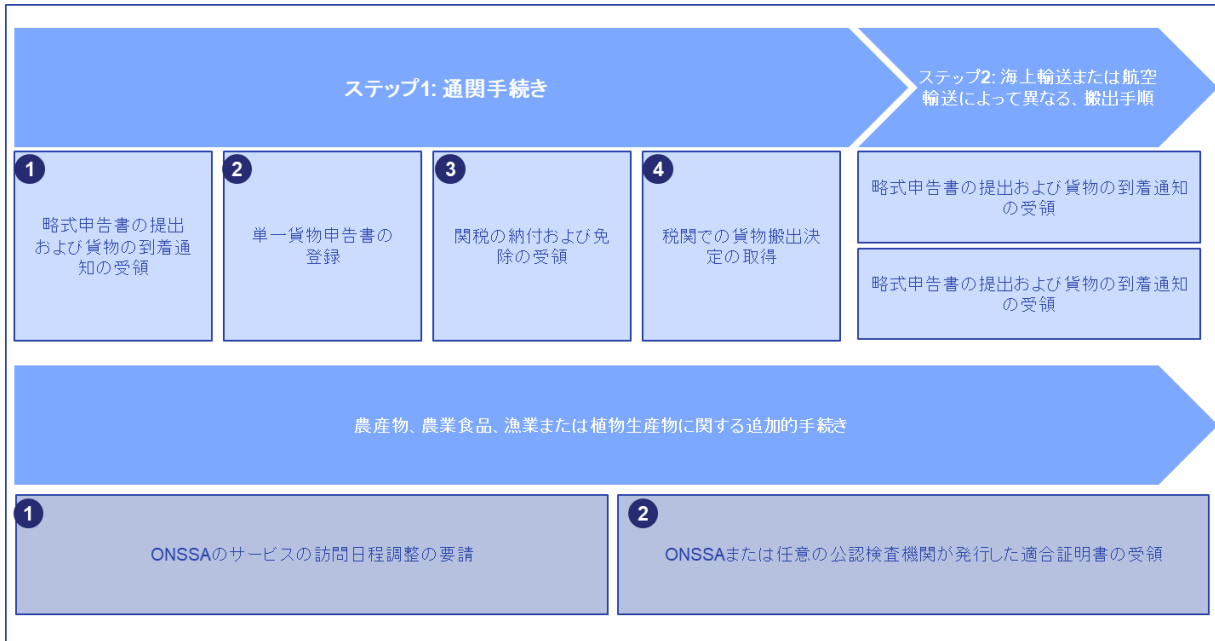
- **ステップ1：通関手続き**
  - 略式申告書の提出および貨物到着通知書の受領
  - 単一貨物申告書の登録
  - 関税の納付およびリリースの受領
  - 農産物、農業食品、漁業または植物生産物に関する追加的手続き
  - ONSSAのサービス訪問日程調整の要請
  - ONSSAまたは認可された管理機関が発行した適合証明書の受領
  - 税関からの貨物搬出決定の取得

---

<sup>12</sup> 出典：マロケイン・ド・ノーマライゼーション研究所（IMANOR）

- **ステップ2**：搬出手順（海上輸送と航空輸送で異なる）
  - 海上輸送の場合：オンライン輸出入申請窓口PORTNETは、ADII (Administration des Douanes et Impots indirects) によって提供されたリリースが承認され、商品を回収することができることを、経済事業者（輸入業者・運送業者）に、クーリエ（国際宅配便）を介して通知する。
  - 航空輸送の場合：税関からリリースを得ていることを前提とした手続きを実行するために、運航者、航空会社（モロッコではロイヤル・エア・モロッコ）に連絡する。

### モロッコへの貨物輸入スキーム



出典：国際貿易センター2018、FOODEX輸出入手続きガイド

#### ➤ 例：生鮮品の輸入に必要な書類

- コマーシャル・インボイス
- 重量と梱包リスト
- EUR1 の証明書または原産地証明書
- 植物検疫証明書
- 道路輸送の場合は国際貨物受取証（CMR）または国際委託通知書
- 海上運送の場合には船荷証券（B/L）
- 航空輸送の場合は航空貨物運送状（AWB、LTA）

#### ➤ モロッコにおける酒類の輸入に関する具体的な手続き

貨物の税関管理から搬出までの手続きに関連するすべての標準的な手続きに加えて、酒類の輸入を行う経済事業者は、ONSSA および税関の段階において、他の追加的な手続きを完了しなければならない。

- ONSSA レベルでの手続き：ワインの取引と輸入は、関係県州当局の承認決定の後、ONSSAの承認を必要とする。この承認を得るには、事業者は技術仕様書に基づく申請書を提出しなければならない。
- 税関レベルの手続き：税関レベルでは、酒類の輸入に関する法律に基づく経済事業者は、ワインとスピリッツ（蒸留酒）の両方の輸入許可証を持っていないなければならない。

## 1.5. 輸出手続きの概要

### 1.5.1. 輸出入取引前の手続き

(1.4.1 参照)

### 1.5.2. モロッコの食品輸出手続き

#### ➤ 定義

輸出とは、モロッコにおいて施行されている外国貿易および外国為替の規制に関し、外国またはその国の領域内に設置されたフリーゾーンなどへの貨物の輸送をいう。

輸入と同様に、輸出に関連する手続きは、貨物の性質（輸出のためのライセンスが不要な商品または許可の対象となる商品）に応じて手続きが異なる。

この手続きは、経済事業者が輸出時に関税を支払わないため、輸入時よりも流動的で迅速である（輸出関税は現行の関税規則では免除される）。

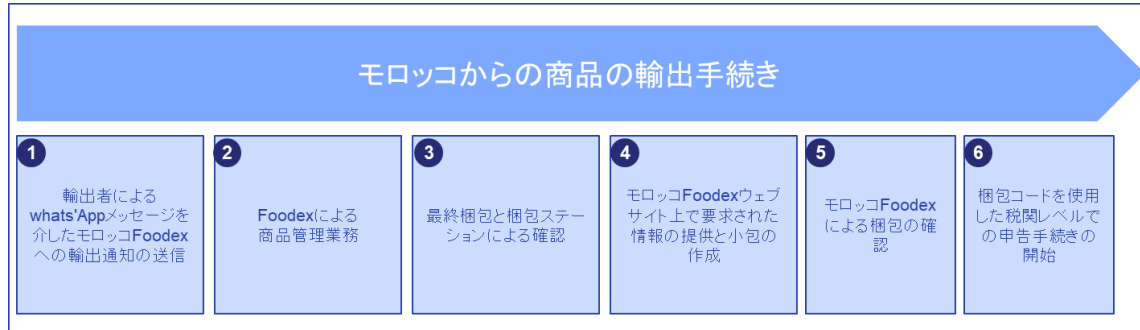
#### ➤ 輸出手順のステップ

輸出手続きは、輸出申告の登録（輸出行為の実行）から、搬出決定による貨物の出荷までとなる。

- **ステップ1**：貿易協定および条約により定められる特典を享受するための輸出のための原産地証明書の請求
  - 原産地証明書（紙形式）の取得
  - 原産地証明書の記入、単一貨物申告書を作成し税関当局に提出
  - 申告内容を確認し結果を事業者に連絡
  
- **ステップ2**：通関手続き
  - 積載様式の提出
  - 貨物申告書（DUM - Declaration Unique des Marchandises）の入力と登録
  - 貨物の文書による管理または物理的な検証
  - リリースの受信
  - コンテナまたはトレーラーのコンテナシールによる施封
  - 貨物の積み込み決定
  
- **ステップ3**：輸出時の技術管理：貨物の非税関管理には、2つの主体によって行われる衛生植物検疫輸出管理が含まれ、関税品目表に従って対象物品に応じて行われる。
  - 動物および動物由来製品（第01章から第02章まで）については、国家食品安全保障局（ONSSA）により管理が行われている。
  - 農水産物（第03章から第24章まで）については、輸出管理および調整の輸出検査機関（モロッコFoodex/旧EACCE）により管理が行われている。
  
- **ステップ4**：輸出貨物の積み込み：フォワーダー（運送貨物取扱業者）による作業終了後、荷受人・預託人は、商品の計量、税金の準備に始まり、フォワーダーとの間で、海上輸送の場合は「航空貨物運送状（AWB）」または「船荷証券（B/L）」、国際道路輸送の場合は「委託手形」と呼ばれる輸送契約に署名する。
  - 輸出関連書類の提出
  - 港湾使用料の納付（港湾荷役）
  - 貨物の積み込み

➤ 生鮮品の輸出手続きの例

モロッコからの生鮮品の輸出手続きの仕組み



出典：国際貿易センター2018、FOODEX輸出入手続きガイド

➤ 生鮮品の輸出に必要な書類

- コマーシャル・インボイス+梱包。
- 植物検疫証明書（各証明書のコストは 150MAD）
- ONSSA が発行する衛生承認書
- 国際貨物受取証（CMR）または国際貨物運送状
- 承認報告書

各輸入国の要件およびモロッコが締結した協定に基づくその他の追加文書



## 1.6. 登録プロセス

モロッコの企業は、輸出入活動を含む経済活動を行うために、経済事業者<sup>13</sup>としての登録が義務付けられている。

### 1.6.1. モロッコでの経済活動に必要な経済事業者という地位の取得

#### ➤ 経済事業者の地位の定義

商法において、経済事業者とは、商品およびサービスの輸出または輸入を含む経済活動を行おうとする貿易業者または会社をいう。

#### ➤ 一般的枠組みにおける経済事業者の地位の取得

この資格を取得するには、ネガティブ証明書（企業の存在証明）の取得、定款の作成、様式・申告書の確認、事業税の登録、取引登録簿への登録など、いくつかの手続きを完了する必要がある。これらの手続きは、有限会社の形態で構成される法人を除き、自然人または法人が行わなければならない。

これらはすべて、以下を含む指定された関係者および機関によって行われる。

- 地方投資管理センター（CRI）またはモロッコ産業財産権庁（OMPIC）：ネガティブ証明書の取得のため
- 経済事業者の所在地の第一審裁判所：商業登録番号を取得するための商業登録簿への登録
- 産業・貿易省外国貿易局：輸出入者登録簿への登録
- 税関・間接税局：通関システム BADR での本人確認
- PortNet S.A.社：オンライン輸出入申請窓口 PORTNET への利用登録および外国貿易業務のための PORTNET へのアクセス
- 輸出管理および調整のための輸出検査機関（モロッコ Foodex/旧 EACCE）：農産物および食品の輸出に関連する特定の活動のための登録

### 1.6.2. 特定の活動（農産物や食品の輸出等）に関する経済事業者の地位の取得

経済事業者としての登録には、農産物や食品の輸出など特定の活動について追加的な手続きが必要である。

動物性および植物性製品、食料品および農産物の輸出には、輸出者（法人、自然人、協同組合または事業所）の輸出管理および調整に関する輸出検査機関（モロッコ Foodex）の登録が必要である。この手続きは、輸出を目的とし、モロッコ Foodex の管理下にある食品および農産物を製造、加工、包装または保管する事業者に関するものである。登録は、この機関に提出された申請書に基づいて行われる。輸出用の食品を製造、加工、包装する企業はこの機関の承認を受けなければならない。登録後に、この機関が承認書を発効する。

---

<sup>13</sup> 輸入と輸出を含む

## 1.7. 登録機関（例：ADIL、BADR など）

食糧管理業務と国際貿易には多くのツールが利用できる。

### 1.7.1. オンライン輸出入申請窓口 PORTNET

#### ➤ 説明

PortNet S.A.社は外国貿易のための単一窓口の運営を担当している。PortNet S.A.は、輸出入手続きにおいて「ペーパーレス化」を達成するという共通のビジョンを持って、モロッコの港湾競争力向上と経済事業者の環境改善に取り組んでいる。



Portnet Web サイトのスクリーンショット：  
<https://gu.portnet.ma>

輸入をするには、各輸入会社が「PORTNET」ポータルに毎年加入しなければならない。このポータルは、輸入契約のデジタル化を目的としている（各輸入業者に固有のアクセスコードとパスワードを使用）。加入料は 3,600MAD で、毎年 PORTNET に支払う。

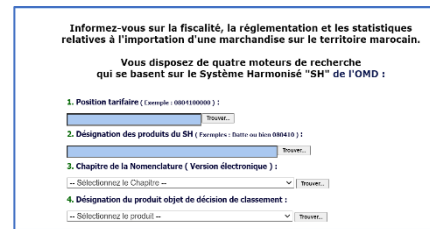
#### ➤ PORTNET プラットフォームの機能と役割

- PORTNET ポータルは、税関職員による提出から通関まで（輸入品が通関されたとき）の輸入手続きを管理する。
- 会員制のナショナル・シングル・ウィンドウのシステムにプロセスを統合することにより、PortNet S.A.はすべての港湾手続きを流動的にした。
- パートナーのネットワーク化、すなわち外国貿易港コミュニティ全体が PortNet S.A.のサービスの恩恵を受け、単一のシステムを通じて瞬時に接続し、情報を交換することができる。
- サービスの改善および業務の成功のため、国際基準に適合させる。

### 1.7.2. 税関・間接税局 ADIL (Administration des Douanes et Impôts indirects)

#### ➤ 説明

ADIL のウェブサイトは、オンラインで輸入品の通関を支援するためのプラットフォームである。これは、モロッコ税関の統合型関税業務システムで、商業目的の輸入業務を行おうとする者が、関税およびモロッコへの対象製品の輸入に適用される特定の規則、特に次の事項に関する情報の入手が可能となる。



ADIL ウェブサイトからのスクリーン  
ショット：<https://www.douane.gov.ma/adil/>

- 法または契約制度の下で適用される税制および規則
- モロッコが締結した関税・貿易協定および条約に基づき輸入品に与えられる関税上の優遇措置、および特惠制度付与のための一定の条件。

#### ➤ ADIL ウェブサイトの機能

当該ウェブサイトでは、ユーザーがモロッコに輸入する製品を識別できるように、様々な検索機能が用意されている。

- 当該品目の関税番号による検索
- 関税率の確認
- キーワードなどによる簡易検索
- 品目別の説明

### 1.7.3. 通関システム BADR (Base Automatisée des Douanes en Réseau)

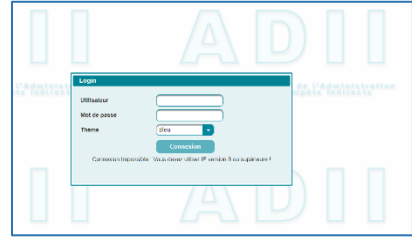
➤ 説明

BADR は、モロッコ国内の輸出入商品を対象としたオンライン通関システムである。この制度は、通関業務の管理の改善と効率化を目的としている。

➤ BADR の対象となる経済事業者のカテゴリー

申告書作成および登録のため、このシステムは次の者に利用されている。

- 通関段階の海上および航空の荷受人、荷送人
- 保税段階の貨物運送業者と申告業者
- 混載積込業者



BADR ウェブサイトからのスクリーンショット：  
<https://badr.douane.gov.ma/Acceuil.html>

➤ BADR が提供する機能・サービス

BADR は、政府が提唱している電子行政アプローチの一部で、事業者には 30 以上の業務をオンラインで提供することを目的としている。

- 税関申告書の提出
- 税の見積り作成の可能性
- 関税統合の協議
- 電子データ交換 (EDI) による決済フォーム (請求書) の印刷
- EDI による領収書の発行
- 税の電子納付
- 通関手続きによる免責証明書の発行について
- 貨物のリリース
- 税関申告ルートの状態をリアルタイムで参照

### 1.8. サンプル等の輸入システム

※詳細な輸入手続きと例については、1.4.2 項-モロッコにおける食品輸入手続きを参照のこと

サンプルや試供品の輸入は、輸入手続きと方法を規定した通達第 5295/312 号に沿って行われ、以下の 2 つのタイプに分けられる。

- 簡単なサンプル報告：関税や税金がかからない 500MAD 未満の製品、または損傷している物品
- 税関制度の利用：
  - 価値が 5,000MAD 未満の製品を対象に、特定の申告により可能な一時輸入 (ATPA: Admission Temporaire pour Perfectionnement Actif) 」
  - 5,000MAD 以上の価値を有する製品を対象に、ATA カルネ (一時輸入のための通関書類) の下での一時輸入

### **1.9. グローバルリストラライセンス保持者（例：ONSSA、IMANOR など）**

モロッコでは、食品の衛生安全を規制する法 28-07 によって管理と衛生安全の新しいビジョンが導入され、食品分野の発展のための規制が進化し、食品安全のために推奨される規則と基準を確保するため次のような組織がある。

#### **1.9.1. 食品安全衛生局（ONSSA - Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires）**

##### ➤ ONSSA の創設

ONSSA は、グリーン・モロッコ計画（PMV）の実施の一環として、いくつかの団体とともに設立され、連携したアプローチで業務の効率性を確保している。

動植物の健康の保持および水産物、飼料その他の食品の安全に関する業務を国に代わって行っている。

事業者、消費者および外国のパートナーに対する食品安全の分野における主な対話者であり、次の目的を有する。

- 食品の安全性の確保
- 農業、農産物・食品産物の競争力強化
- 消費者保護水準の向上

##### ➤ ONSSA の行動指針

ONSSA に割り当てられた主な業務は、以下で構成されている。

- 国家レベルおよび国境における固有の動植物の監視および衛生保護を確保すること
- 植物検疫証明書の発行
- 水産物、飼料を含む、原材料から最終消費者までの食品の衛生的な安全性の確保
- 農業投入材（種子、農薬、肥料）および動物用医薬品の承認および管理
- 動物および植物衛生に関連する法律および規制を施行する
- 国土全体の衛生リスク評価

品質管理と食品安全の枠組みとして、次のすべてのステージに ONSSA と部門別組織が関与している。

- 輸入、飼育・栽培、加工、包装、輸送、輸出

#### **1.9.2. モロッコ標準化協会（IMANOR - Institut Marocain de Normalisation）**

##### ➤ IMANOR の創設

モロッコ標準化協会（IMANOR）は、産業・貿易省の監督の下、法人格と財政的自治権を持つ公的機関として、標準化、認証、認定に関する法律第 12-06 号によって設立された。

IMANOR は、モロッコの企業が国際規格や市場要件に適応できるよう、規格化の過程で必要とされる規格や認証プロセス、適合性、情報、オリエンテーションや研修を提供し、地元の産業基盤の発展における主要な役割を果たしている。

##### ➤ IMANOR の行動指針

IMANOR に割り当てられた業務は、付与条件を満たしている場合に、ISO20000 やハラルなどの規格を付与することである。規範は定期的に発行され、年間を通じて管理されている。役割は以下のとおり。

- 市場に関連し公共政策に有用な規格の精緻化

- モロッコの企業が、最適な条件の下で、ターゲット市場における競争力を強化するために必要とするすべての認証を取得できるようにする。
- 目標を定めた充実した研修を通じて、規格をよりよく理解するための経済環境の支援。

さらに、食品産業の関係者は、国際食品規格委員会で採択された HACCP 手法の原則、国内規制、および一般衛生管理（GHP）、HACCP およびトレーサビリティを統合した SCP（衛生管理計画）に基づく EU の原則に基づき、良好な衛生慣行を尊重しなければならない。

- **GHP 規格**：食品の製造、加工、貯蔵、流通、調理などの食品チェーンの各段階において、食品の原産地から最終消費者に届くまでの安全性を管理・確保するための条件やルールをまとめた義務的な衛生基準。
- **HACCP 規格**：生産チェーンの重要なポイントを管理するための体系的なアプローチ。HACCP は「Hazard Analysis and Critical Control Points（危害分析重要管理点）」の略称。HACCP 認証制度は、食品の安全性を確保するためのハザード分析や管理・監視措置の実施を通じて、食品安全上の重要な危害の評価・管理を可能にしている。

### **1.9.3. モロッコ認定サービス (SEMAC - Service Marocain d'Accréditation)**

#### ➤ **SEMAC の創設**

SEMAC は、産業・貿易省の監督下に設立された唯一のモロッコの認定機関であり、品質・市場監視局内に設立された認定部門によって代表される。

国レベルでは、法律文書（Dahir 第 1-10-15 号および政令第 2-10-252 号）に準拠した法的枠組みで SEMAC が認定を発行する。

SEMAC の機能は、以下の規格の要件に従って実施される品質マネジメントシステムに基づいている。

- 法文を含む国内法規（Dahir 第 1-10-15 号および政令第 2-10-252 号）
- 国際規格 ISO/IEC17011「適合性評価機関の評価および認定を実施する機関の一般要件」
- 欧州議会および閣僚理事会の規則（EC）第 765/2008 号の規定
- 国際的な手引きおよび文書：欧州認定協力機構（EA）、国際認定フォーラム（IAF）

#### ➤ **適用分野**

SEMAC は、特定の適合性評価サービス（例：研究所、テストセンターなど）を実施するための適合性評価機関（OEC）の認定を行う。

以下の適合性評価機関を認定する。

- NM ISO/IEC17025 に準拠した試験所および分析所
- NM ISO/CEI17025 による校正試験所
- NM ISO15189 に準拠した医学検査室
- NM ISO/CEI17020 による検査機関
- NM ISO/CEI17021-1 によるマネジメントシステム認証機関

認定は 5 年周期で行われ、その間に 3 回のサーベイランス審査を実施し、保有者の申請により更新審査を実施している。

#### 1.9.4. モロッコ Foodex

モロッコ FOODEX は、輸出を目的とするモロッコの農水産物の国際市場の規制要件への適合性を管理する独立した輸出管理・調整機関である（旧 E.A.C.C.E）。

##### ➤ モロッコ FOODEX の設立

モロッコ FOODEX は、1986 年に設立され、モロッコの経済成長の牽引役の 1 つである農水産物の輸出促進に努めてきた。

モロッコ FOODEX による管理は、カテゴリー、品種、口径、サイズ、色、成熟度、プレゼンテーション、包装、原産地表示など多岐にわたる。製品のこれらすべての商業規格は、チェーン全体に及ぶモロッコ FOODEX の技術なチェックを受ける。

##### ➤ モロッコ FOODEX の行動指針

モロッコでは、食品を輸出する企業はすべて、モロッコ FOODEX に登録しなければならず、輸出ごとの食品管理局として機能している。

モロッコ FOODEX は、以下の主要な業務を通じ、国内の農産物および海上輸出の発展に重要な役割を果たしている。

- 品質管理：輸出先市場の要件を満たすよう、施行されている法令に従って輸出されることを目的とした、モロッコの農産物および水産食品の技術管理。
- 輸出の調整：分野別専門委員会を監督し、各委員会の決定事項の遂行をあらゆる面から綿密に監視する。
- 戦略的・運用上の監視：モロッコの農水産物の輸出市場の戦略的・運用上の監視。
- 輸出促進：モロッコの農水産物のイメージと品質を海外市場でアピールする。

また、輸出向けモロッコ産食品の国際市場の規制要件への適合性を検証するため、モロッコ Foodex は、最先端の技術と国際的なノウハウを持つ検査機関のネットワークを有しており、今日では、欧州市場に輸出されるモロッコ産生鮮果物や野菜の商業規格への適合性を管理する機関として欧州連合からも承認されている。

#### 1.9.5. カサブランカ公共化学分析研究所（L.O.A.R.C. - Laboratoire Officiel d'Analyses et de Recherches Chimiques de Casablanca）

##### ➤ L.O.A.R.C.の作成

Dahir 第 1.83.179 号によって公布された法律第 22-82 号は、分析研究所の創設に関するもので L.O.A.R.C.は、ONSSA によって承認された公的研究所である。

L.O.A.R.C.は、ONSSA、関税局、司法補助機関、農業従事者、産業従事者など、食品の衛生安全、品質管理および促進の分野のすべての参加者によって構成されるシステムの中心に位置している。



##### ➤ L.O.A.R.C.の行動指針

L.O.A.R.C.に割り当てられた食糧管理と安全に関する業務は、以下で構成されている。

- 農産物、食料品、肥料、農薬の市場性の管理
- 税関当局に代わって商品を管理し、政府の要請により、農業および家畜の開発に必要なすべての化学的研究および研究に参加すること
- 裁判所の要請に基づき、立法文書に従い、化学的および物理化学的分析の分野における専門的作業を行うこと



- 詐欺および偽造の防止に関する法令および規則の制定に参加すること
- 政府、公法上の法人または私人の要請に基づき、すべての製品および商品について分析および専門家による報告を行うこと

#### **1.9.6. 輸出入管理を担当する税関・国境検問所**

##### ➤ **税関国境検査点監視団 (PIF - Postes d'Inspection Frontaliers)**

高い経済・安全保障ミッションを有する主要関係者、特に関税・税金の徴収、財政・財政関連税の回収、不正取引との闘い、国境における人・物の管理を担当している。

税関と PIF サービスは、貿易の発展だけでなく、様々な促進策を通じてビジネスを支援し、競争力を強化する上で大きな役割を果たしている。

これらは、あらゆる形態の商業的詐欺と闘い、その手続きをビジネスおよび貿易円滑化のニーズに継続的に適合させることによって、投資および事業開発に有利な魅力的な環境の確立に貢献する。

## 2. 食品・飲料の安全に関する規制

### 2.1. 食品・飲料の基準値

食品・飲料の安全性に関する規制の枠組みは、食品安全に関する法 28-07 によって規定されている。法 28-07 に加えて、以下も存在する。

- **ISO22000 認証**：IMANOR によって証明書が発効される。これにより、当該食品サプライチェーンの組織が実施する食品安全管理システム（FSMS）が、モロッコの基準規格 NM ISO22000 に準拠していることが証明される。
- **FSSC 品質認証「食品安全システム認証」22000**：既存の ISO22000 規格に基づく食品安全認証制度で、国際的に認められている。また、食品製造では ISO TS22002-1、包装製造では ISO TS22002-2 などの技術基準で認証している。

### 2.2. 食品製造工程

食品飲料の製造工程に関連する規制の枠組みは、食品安全に関する法 28-07 によって規定されている。法 28-07 に加えて、以下も存在する。

- **FSSC 品質認証「食品安全システム認証」22000**：既存の ISO22000 規格に基づく食品安全認証制度で、国際的に認められている。食品製造では ISO TS22002-1 などの技術基準で認証している。

### 2.3. 包装容器

モロッコでは、食品包装に関する規制の枠組みは、食品安全に関する法 28-07 に準拠しており、同法の施行令第 2-10-473 号により規定されている。

法 28-07 に加えて、食品・飲料部門で使用される包装の適合性を保証する ISO 規格もあり、これには包装の製造に関する ISO TS22002-2 規格が含まれる。

#### ➤ **法 28-07（第3章、第16-17-18条）に基づく食品包装の主な適合要件**

- 食品事業者は、食品サプライチェーンのすべての段階において、当該製品に適した包装材料および包装方法のみを使用しなければならない。
- 食品は、食品と接触することを目的とした材料で作られた素材で包装・梱包されている場合に適合となり、農業省、厚生省および産業・貿易省の共同指令によりその成分および用途が定められている。
- 事業者は、当該製品の品質維持や包装に適した保管場所を用意しなければならない。

#### ➤ **FSSC 品質認証「食品安全システム認証」22000**

既存の ISO22000 規格に基づく食品安全認証制度で、国際的に認められている。また、食品製造では ISO TS22002-1、包装製造では ISO TS22002-2 などの技術基準で認証している。

## 2.4. ハラル認証プロセスと要件

### ➤ モロッコにおけるハラル認証の背景と課題

モロッコの食品部門の企業が、ハラル市場によってもたらされている発展を活かし、そしてハラル食品を管理する規則を遵守した製品を提供し、消費者に安心感を与えるため、モロッコ標準化協会（IMANOR）が「ハラルラベル」を制定している。

モロッコの「ハラルラベル」は、食品・飲料部門の企業が販売するハラル製品のトレーサビリティに関して懸念を深める消費者に対して、必要な保証を提供することを目的としている。

モロッコでは「ハラル」認証は必須ではないが、販売促進のためには有効な手段となる。実際、国内流通品には、「ハラル」認証のない商品が店頭で見られる。

### ➤ 定義

「ハラルラベル」は、IMANOR が所有する独自のマークで、モロッコの規格 NM 08.0.800 に準拠していることを証明する。ハラル認証に関する規格は、モロッコのイスラム教指導の最高組織であるウラマー高等評議会の支援を受けて策定されている。

### ➤ ハラル認証取得手続き

ハラルラベルへの加入手続きは、以下の手順で行う。

- 食品安全の資格を有する IMANOR 審査員とウラマー高等評議会によって認められたイスラム問題の専門家で構成されるチームによる生産部門の監査を受ける。
- 食品の性質に応じて、必要であれば、監査チームはサンプルを採取し、IMANOR により認定された試験所に分析に出す。
- 申請者に対する評価報告書に基づき、製品に「ハラル」の表示を使用する権利を認めるか否かの最終決定がなされる。

### 3. 表示および広告の規制

#### 3.1. 指定品目：包装食品の表示、栄養表示、GDA 表示（1日の栄養摂取量ガイドライン）、遺伝子組換え食品の表示（GMO 表示）の概要

##### ➤ 定義と法的枠組み

モロッコでは、食品の表示に関する条件および様式は、政令第 2-12-389 号に準拠する。この政令では、消費者への情報を保証するために、一次産品や食品のラベル表示に関する規定と一般要件を定めている。

##### ➤ モロッコにおける主な表示規定

製品の表示は、最終消費者を含む購入者に次の情報を提供するように行われるべきである。

- 製品の同一性、特性、組成およびその他の特徴
- 人の健康を保護し、製品を安全に使用するための情報
  - 消費者の健康に悪影響を及ぼす恐れのある成分について
  - 有効期間、保存条件および使用方法
  - 製品を不適切または乱用するリスクと結果を含む、起こりうる健康への影響
- 特別な食事療法を受けなければならない人を含め、消費者が十分な情報に基づいて選択できるようにする特徴を記載する。
- 製品に関する情報はアラビア語で書かれなければならないが、場合によっては他の言語または複数の言語で書かれなければならない。

#### 3.2. 任意項目、広告：健康表示、栄養表示、その他の任意認証マーク（オーガニック、ハラルなど）の表示、広告

すべての手続きは、認証依頼を受けて IMANOR が実施し、その後、適合証明書を取得するための最初の監査が行われる。

#### 4. 検疫関係規程等

##### 4.1. 青果物の輸入規制

輸入が認められている青果物については、特に検疫に関する規制はないが、通常の食品輸入手続きと必要な書類に従わなければならない。

パート B-1.4.2 項 「モロッコの食品輸入手続き」を参照

##### 4.2. 食肉輸入規制

輸入された羊を除き、輸入が認められている食肉製品に関する検疫規定はない（日本からの牛肉等の輸入は現在認められていない）。輸入された羊は獣医当局の監督下にある施設「*étables Lazaret*」において、1 つまたは複数の特定の病原体の感染を防ぐために、他の動物との直接または間接の接触を避け、隔離した状態で検疫を受けなければならない。

パート B-1.4.2 項 「モロッコの食品輸入手続き」を参照

##### 4.3. 水産物輸入規制

輸入が認められている水産物については、検疫に関する特別な規制はない。通常の食品輸入手続きと必要な書類に従わなければならない。

パート B-1.4.2 項 「モロッコの食品輸入手続き」を参照

##### 4.4. アルコール含有飲料

アルコール製品を含む飲料については、検疫に関する特別な規制はない。特定の酒類の輸入手続きと必要な書類に従わなければならない。

パート B-1.4.2 項 「モロッコの食品輸入手続き」を参照

## 5. その他の税制等

### 5.1. 輸入関税、関税割当制度

現在、モロッコの税金は大きく分けて、直接税、付加価値税、登録料、印紙代の 4 つに分類されている。その内訳は次のとおり。

#### ➤ 直接税

- **法人所得税** (IS- Impôt sur les sociétés) : 企業や公的組織、その他営利事業を行う法人の所得と利益に対して強制的に課される。

モロッコの法人所得税率 (2021 年)

年間純利益	税率
300,000 MAD 以下	10 %
300,000 MAD 超 ~ 1,000,000 MAD 以下	20 %
1,000,000 MAD 超	31 %

- **所得税** (IR- Impôt sur le revenue) : 法人税を選択していない個人 (個人所得) およびパートナー利益に対して課される。以下の所得が対象となる。
  - 給与およびそれに類する所得
  - 専門職の所得
  - 農業所得
  - 不動産からの所得および利益
  - 資本資産からの所得および利益

モロッコの所得税率 (2021 年)

年間所得	税率
30,000 MAD 以下	0 %
30,000 MAD 超- 50,000 MAD 以下	10 %
50,000 MAD 超- 60,000 MAD 以下	20 %
60,000 MAD 超- 80,000 MAD 以下	30 %
80,000 MAD 超 - 180,000 MAD 以下	34 %
180,000 MAD 超	38 %

- **社会連帯負担金** : 企業および個人 (年収 24 万 MAD 以上) が負担する拠出金。企業の場合、利益に応じて課税額が異なる。

モロッコにおける社会連帯負担金 (2021 年)

利益	税率
1,000,000 MAD — 5,000,000 MAD 以下	1.5%
5,000,000 MAD 超- 40,000,000 MAD 以下	2.5%
40,000,000 MAD 超	3.5%

- **共同サービス税** : あらゆる種類の建物や建設物、事業税の対象となる設備、工具、生産手段が課税の対象となる。



- **専門職税**：モロッコで専門職活動を行うモロッコ国籍・外国籍の個人または法人が課税の対象となる。

➤ **付加価値税 (VAT)**

商品購入やサービスの提供を受ける際に適用され、基本税率は20%。軽減税率は以下のとおり。

- 14%：旅客や商品の輸送、バターや紅茶等に適用される。
- 10%：施設内で消費される飲食物の販売、ホテル等宿泊施設提供時に適用される。
- 7%：上下水道と電気、医薬品、学用品に適用される。

➤ **登録料**

会社設立時や不動産登記など法令や慣例に従って行われる手続きに付随する税が徴収される。

➤ **印紙税**

所有権や、権利・債務・債権などの証明用に作成されたすべての文書、帳簿、登録簿は、その形式に関係なく、印紙税の対象となる。

モロッコの経済事業者によって支払われる以上の主な税金に加えて、モロッコが締結した国際協定によっては、特に国際貿易に関連する事業に対して次のような税金も課される（為替局調べ）。

- **輸入税 (TPI)**：輸入業務に適用され、税率は0.25%
- **国内消費税 (TIC)**：酒類を含むいくつかの特定の製品に課される
- **モロッコと EU 間**：物品の自由移動証明書付の製品の費用と運送費の2.5%の関税が課される
- 特定の貿易協定に関連する**その他の輸入関税**（パート B-6 参照）

生鮮品の輸入にかかる税金の例 (リンゴの場合)

- <商品価格・運送費・保険>にかかる関税：40%
- <商品価格・運送費・保険+関税>にかかる関税：20.25%

輸入リンゴ (1,000MAD) にかかる税金の計算方法

	運算	金額 (MAD)
商品価格		1000
運送費		200
保険		50
合計		<b>1250</b>
関税 (40%)	$40\% \times 1250$	500
<商品価格・運送費・保険+関税>に対する関税 (20.25%)	$(1250+500) \times 20.25\%$	355
<b>支払税金合計</b>	<b><math>500+355</math></b>	<b>855</b>

## 5.2. 国内消費税

モロッコでは、タバコや酒類などのいくつかの製品に対して「国内消費税」（TIC）が適用される。

酒類消費税

現在の価格（MAD/ヘクトリットル）	
ワイン	900
ビール	1,200
アルコール無しのビール	600
純アルコール	15,000

## 5.3. 価格管理システム

価格管理は、価格および国内市場の供給状況の管理、監視を担当する各省連絡委員会（The Interministerial Commission）によって行われる。この委員会は次のメンバーで構成されている。

- 総務省(The Ministry of General Affairs and Governance)
- 内務省(The Ministry of the Interior)
- 経済財政省(The Ministry of Economy and Finance)
- 農業省(The Ministry of Agriculture)
- 産業・貿易省(The Ministry of Industry and Trade)
- ONICL(The National interprofessional Office for Cereals and Legumes)
- ONSSA（食品安全衛生局）

この委員会の会合は、定期的かつ継続的に開催され、特定の基礎的な製品の国内供給状況を把握し、供給の異常または中断が発生した場合、通常の状態を回復するために必要な規定および措置を定めることを目的としている。

## 6. 食品・飲料分野における自由貿易協定の効果

モロッコは、国家間（米国、英国、トルコ）、経済圏（EU）、そしてアガディール協定加盟国との自由貿易協定を締結している。

これにより、モロッコは輸出を増やすことができた。しかし、輸入がモロッコの輸出を大幅に上回っており、モロッコの貿易収支は主要貿易相手国に対し赤字となっている。

モロッコは、以下の目的をもって、海外直接投資（FDI）の観点から、輸出の促進および同国の魅力の向上に取り組んできた。

- モロッコの世界経済への参加と競争力の向上
- モロッコの開発促進と国民の福祉向上
- モロッコの地政学および地理経済的領域の統合の強化
- 経済調整と改革努力の統合
- 物品やサービスの自由な移動や数量制限の撤廃を含む、パートナーとの自由貿易圏の漸進的  
確立
- 良好な投資環境の整備とパートナー間の公正な競争条件の確立

### 6.1. モロッコと欧州連合（EU）の間の自由貿易協定

#### ➤ 概要と適用範囲

「連合協定」として知られているモロッコと EU の間の自由貿易協定は、1996 年に調印され、2000 年に発効した。この協定は、政治対話の枠組みを提供し、物品、サービス、資本の漸進的自由化の条件を整え、貿易を発展させ、均衡のとれた経済社会関係の発展を確保することを目的としている。この協定の範囲は、政治対話、物品の自由な移動、経済協力、社会・文化協力、金融協力、制度・一般規則などいくつかのレベルにわたっており、商業協定はいくつかのレベルで構成されている。

- **工業製品**：12 年間かけて段階的に実施し、2012 年にモロッコと EU の間で取引される工業製品が関税を免除されるようになった
- **農産物**：計画されている連合協定に基づき、モロッコ産農産物の EU への輸出および欧州産農産物のモロッコへの輸入における農産物貿易の漸進的自由化
- **原産地規則<sup>14</sup>**：「原産品」の概念の定義および行政上の協力の方法に関する連合協定第 4 議定書に定められた特定の原産地規則を有する製品に対する免除

#### ➤ モロッコと欧州連合との自由貿易協定の利点

- **工業製品**：モロッコから EU へ輸出される工業製品は、関税や、同等の効果を持つ税金の全額免除を受けられる。しかしながら、EU へ輸出されるモロッコの農産物の中には、乳製品およびその派生物、スイートコーン、調理済砂糖菓子など、依然として軽減税率の対象であるものもある。
- **農産物**：モロッコからのいくつかの農産物、特に羊やヤギの肉、新ジャガ、トマトなどは関税制限がかけられている。
- **水産物**：モロッコを原産地とする特定の水産物は、魚類、甲殻類、軟体動物およびその他の水生無脊椎動物、サケ（加工品）、ロブスターなど、関税無しで EU に輸入されることが認められている。

### 6.2. モロッコと米国の自由貿易協定

#### ➤ 概要と適用範囲

モロッコと米国の間の自由貿易協定は 2004 年に署名され、2006 年に発効した。

<sup>14</sup> 原産地規則は、製品の原産国を決定することを可能にする基準、特に統合率である。輸入品の原産地によって、適用される関税や制限が異なる場合が多いのでこれらは重要である。

モロッコは、米国が自由貿易協定を結んでいる 20 カ国のうちの 1 つであり、アフリカで唯一の国である。モロッコと米国の自由貿易協定は、モロッコが取り組む重要な経済・政治改革を支援する包括的な協定である。それは農産物と工業製品の貿易、およびサービスに適用される。

FTA の範囲は、労働、環境政策、政府調達、知的財産権に関する側面は勿論のこと、幅広い製品をカバーし、あらゆる分野を対象としている。

#### ➤ **モロッコと米国の自由貿易協定の利点**

本協定は、モロッコ製品に付与されるメリットを製品ごとに規定している。

- 農産物については、最大 25 年かけて順次市場開放を進める。
- モロッコ産生鮮または缶詰製品そして加工食品につき、割り当てを設けることなく自由で迅速な米国市場へのアクセスを実現する。
- 工業製品については、ほぼすべてのモロッコの工業および水産関係品の米国市場への自由かつ即時のアクセス（98%）実現。協定発効時には米国の関税率表の 58% の品目が無税となった。残りの関税は 9 年間かけて撤廃される。

### **6.3. モロッコとトルコの自由貿易協定**

#### ➤ **概要と適用範囲**

モロッコとトルコの自由貿易協定は 2004 年に調印され、2006 年に発効した。自由貿易協定の範囲は物品貿易を対象とし、協定には農業貿易の漸進的自由化、サービス貿易と設立権の自由化を規定する発展条項がある。

#### ➤ **モロッコとトルコの自由貿易協定の利点**

この契約の実施は、次の 3 つの製品カテゴリーを中心に構成されている。

- 工業製品の場合：モロッコの工業製品のトルコ市場への自由なアクセスが可能。モロッコは議定書 I の付属リストに含まれない、すべての関税や、同等の効果を持つ税金を発効と同時に撤廃する。残りの工業製品は、段階的な撤廃と、3 種類の製品リストに関する猶予期間が設定されている。
- 農産物の場合：議定書 II の附属書に基づく。
- 原産地規則：協定に附属する原産地規則に関する議定書 III は、この制度の欧州諸国への拡大を含む、原産地規則に関する有益な規定が定められている。

ここ数年、モロッコとトルコ間の自由貿易協定は、特に両国間の貿易の不均衡が原因で、モロッコの対トルコ貿易赤字が拡大していると、モロッコ国内でいくつかの批判の対象となっている。

そのため、2019 年 11 月、COMEC モロッコ当局の第 34 回常任委員会において、両国間の貿易の再均衡を図る緊急の必要性が提起された。その結果、1200 品目のネガティブリストが自由貿易協定から除外されることになり、協定の改正のために委員会が設立された。

### **6.4. アガディール協定**

#### ➤ **概要と適用範囲**

2004 年に調印され、2007 年に発効したアガディール協定は、2001 年にモロッコと、エジプト、チュニジア、ヨルダンを含むアラブ諸国の間で調印された「アガディール宣言」に続くものである。アガディール協定は、モハメッド 6 世国王が主導したもので、共有アラブ市場や EU 地中海自由貿易圏設立を意図したものとされる。

#### ➤ **アガディール協定によって推進される目標**

アガディール協定によって推進される目標は、以下を含むいくつかのレベルにある。

- 自由貿易地域の設立：協定の発効と同時に、チュニジア、エジプト、ヨルダン、モロッコの間  
の自由貿易地域の設立
- 貿易の促進、産業構造の発展、経済活動と雇用の促進、加盟国の生産性と生活水準の向上
- 加盟国の全般的および分野別の経済政策の調整、特に貿易、農業、工業、金融、税制、サー  
ビスおよび税関の分野における調整並びに経済問題に関する加盟国の法令の調和

➤ **アガディール協定の利点**

協定のポイントは次の通り。

- 協定の発効時に、健康、安全、環境上の理由により除外されたものを除き、当該国から輸入  
されるすべての製品に対する完全かつ即時の免除
- 原産地規則：汎欧州・地中海議定書に基づく原産地規則の採択
- すべての非関税措置を撤廃するという加盟国各国のコミットメント

## 7. 食品・飲料部門における国産品に対するモロッコの奨励策・保護協定

### 7.1. 主なトピックと法的参照情報

モロッコでは、国防問題に関連する次のような目標を達成するために、保護・貿易防衛措置が設けられている。

- 国レベルでの消費者保護
- 国内産業・国産品の保護
- 経済ネットワークの強化を推進

したがって、これらのインセンティブと保護活動を実施するために、次のような国内および国際上のルールを採用している。

- 国レベルでは、参照法令は、貿易防衛措置に関する法律第 15-09 号および同法の適用のために発令された政令第 2-12-645 号である。
- 国際レベルでは、貿易是正措置の適用規則は WTO 協定によって規制されている。

地域産業に対するインセンティブと保護措置の枠組みの中で、次の 3 つの措置が定められている。

- **アンチダンピング措置**：輸出国の国内価格よりも低い価格により輸出され（ダンピング）、輸入国（モロッコ）の国内産業に対する重大な損害が証明された場合、かつ、その損害との間の因果関係が認められる場合に、その輸入品に適用され、価格差を相殺する関税を賦課できる。
- **相殺（反補助金）措置**：輸出国の補助金などにより、不当に安い価格で輸入された製品が、輸入国（モロッコ）の国内産業に損害を与えていると認められる場合、相殺関税を課すことができる。
- **セーフガード措置**：輸入の増加により、その輸入された製品と同種のまたは直接に競合する製品を生産している国内産業に、重大な損害または損害を与える恐れがあり、かつ、その損害との間に因果関係があると認められる場合には、セーフガード（緊急輸入制限）措置の対象となり、内外価格差の範囲内で割増関税（緊急関税）を課すことができる。

## 7.2. モロッコが実施している食品・飲料業界の保護・支援活動

### 7.2.1. 支援プログラム

既に着手されている作業を統合し、農業食品産業を発展させるために、農業省、産業・貿易省と農業食品部門の専門家との間で支援プログラムを締結する。

契約プログラムの署名に割り当てられた目的は、次のとおりである。

- 統合的で競争力のあるバリューチェーンの構築
- モロッコ製品の輸出・販売を支援する
- 生産革新を加速し、認証と規格化を支援する

---

### 支援プログラムの概要

7つの対象分野：農業（果物・野菜）、パスタ・クスクス産業、オリーブオイル産業、食肉産業、果物・野菜加工業、酪農、菓子製造業（ビスケット・チョコレートなど）

#### プログラムの目標

- 投資額 **120 億 MAD**（公的拠出による 40 億 MAD を含む）の達成
  - 目標取引高 **300 億 MAD**（輸出 120 億 MAD を含む）
- 

### 7.2.2. 産業・貿易省の支援プロジェクト

#### 支援プロジェクト設立の背景

産業復興計画実施の枠組みの中で、輸入代替を目指し、民間投資を刺激するために、特に食品加工産業などの産業部門の支援を目的とし、産業・貿易省によって支援プロジェクトが導入された。

---

### 「支援プロジェクト」の概要

支援プロジェクトは 120 以上の投資プロジェクトを実施しており、（うち食品・飲料業界のプロジェクトが 50 以上）、詳細は以下のとおり。

- **37 億 MAD 規模の計画中の投資**
  - 取引高 **51 億 MAD**（輸出 21 億 MAD を含む）を達成
    - **1 万 3,000 人の雇用創出**
    - **貿易収支改善額 70 億 MAD**
-



## 産業・貿易省 支援プロジェクトの 農業・食品部門における対象一覧

一部を抜粋

豆腐製造	牛乳、生クリーム・UHTミルクの製造	加糖または無糖コンデンスミルクの製造	粉末または顆粒の乳清(ホエイ)製造	フレッシュチーズの製造
ドライフルーツミルク製造	UHTミルク、粉ミルク製造	チーズ(ハードタイプ)の製造	杏(ドライフルーツ、缶詰)製造	ハラール対応の乳児用瓶詰の製造
インゲン豆缶詰の製造	トウガラシ生産	冷凍果実製造(イチゴ、あんず、レッドフルーツ、その他の果物)	ニンニクの加工	タマネギの加工
ポテンシャルの高い果物・野菜加工	果実のフリーズドライ	果実の搾汁および野菜ジュースの製造	果物の加工	トマト缶・ソース類の製造
ペットフードの製造	調味料の製造	魚のパテおよびハムの製造	ロングパスタの製造	チョコレート製造
「植物肉」の製造	冷凍ピザの製造・包装	惣菜の製造	食品添加物製造	

出典：産業・貿易省

### 7.2.3. その他のサポート体制

特に農業開発基金（FDA-Fonds de Development Agricole）と産業開発基金（FDI-Fonds de Development Industriel）のような現地の関係者を支援する体制が整っている。

- **農業開発基金 (FDA)**：モロッコ政府は、民間投資を支援し、持続可能な農業を発展させるため、過去 3 年間にこの基金の下で 20 億 MAD 近くを、農業の機械化促進を目的に補助金として投入した。
- **産業開発基金 (FDI)**：2015 年財政法により創設され、2020 年までに 200 億 MAD の資金枠を与えられ、適用条件および適格基準の範囲内でいくつかのレベルの便益を与えた。
  - 有形・無形の投資に対する優遇措置（税金を除いた投資総額の 30%まで）
  - 輸出増加ボーナス（追加輸出売上上の最大 10%）
  - 年間輸入代替ボーナス：エコシステムに属する企業に対して（海外の拠点で生産しモロッコへ輸入していた原材料や製品の生産の、少なくとも 60%をモロッコ国内の産業サプライヤーに移した企業）
  - 産業拠点をモロッコに持たない外国企業に対するモロッコへの誘致支援

## パート B の主な出典

1. Loi n°28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires, promulguée par le dahir n°1-10-08 du 26 safar 1431 (11 février 2010)  
Décret n°2-10-473 du 7 chaoual 1432 (6 septembre 2011) pris pour l'application de certaines dispositions de la loi n°28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires
2. Décret n°2-12-389 du 11 joumada II 1434 (22 avril 2013) fixant les conditions et les modalités d'étiquetage des produits alimentaires
3. Loi n° 13-89 relative au commerce extérieur
4. Rapport « Le Plan Maroc Vert: Bilan et impacts 2008-2018»
5. Rapport général du ministère de l'Agriculture sur les contrats de programmes
6. Banque de projets du ministère de l'industrie et du commerce
7. Les relations commerciales UE et Maroc et les négociations d'un Accord de libre-échange complet et approfondi (ALECA) UE-Maroc
8. Research paper du Policy Center for the New South : *Le Maroc a-t-il bénéficié de l'accord de libre-échange conclu avec l'Union européenne ?*
9. Rapport ML Expert sur les accords de libre-échange entre le Maroc et les USA
10. Rapport IRES : *Les accords de libre-échange conclus par le Maroc : quelles incidences sur la compétitivité globale du Maroc ?*
11. Rapport Deloitte : *Policy Paper Deloitte Le Maroc, de la résilience à l'émergence ?*
12. Rapport du Centre du commerce international sur le Maroc : *Guide des procédures d'importation et d'exportation*
13. Trade Solution de BNP PARISBAS : *Les procédures douanières au Maroc*
14. Rapport du conseil économique et social du Maroc : *Le système fiscal marocain Développement économique et cohésion sociale*
15. Guide d'investisseur dans le secteur de l'agroalimentaire au Maroc du FENAGRI
16. Liste n° 1 de l'annexe II à la circulaire n° 4617/222 du 15/02/2000 telle que modifiée
17. Liste n° 2 de l'annexe II à la circulaire n° 4617/222 du 15/02/2000 telle que modifiée
18. Liste n°3 de l'annexe II à la circulaire n° 4617/222 du 15/02/2000 telle que modifiée

## パート B に関連する主なウェブサイト・お役立ちリンク集

- **ONSSA** : <http://www.onssa.gov.ma/fr/>
- **IMANOR** : <https://www.imanor.gov.ma/apropos/>
- モロッコ **FOODEX** : <https://www.moroccofoodex.org.ma/fr/>
- モロッコの税関 : <https://www.douane.gov.ma/>
- 産業・貿易省 : <https://www.mcinet.gov.ma/fr>
- **BANK OF SUBSTITUTION** プロジェクト : <http://banquedeprojets.mcinet.gov.ma>
- 農業・海洋漁業・地方開発・水・森林省 : <https://www.agriculture.gov.ma/fr/>
- 為替局 : <https://www.oc.gov.ma/fr/personnes-morales/exportations-de-services>

## パート C. モロッコの食文化と嗜好

### 1. 消費者の特徴・食文化

#### アラブ・イスラムそしてヨーロッパの食文化が 交わる国

モロッコはアフリカ大陸の北西部に位置する王国で、イスラム教を国教とする。イスラム教といえば、飲食においてアルコール類と豚肉は本来タブーであることは広く知られているが、モロッコは他のイスラム教国と比べて寛容な国である。フランスやスペインとの歴史的関係、サハラ砂漠やイスラム建築、リゾートなどの観光業が盛んで、欧米からの影響を色濃く受けている事に起因している。



ハッサン2世モスク（カサブランカ）

#### 無水鍋で作るタジン料理が名物

モロッコは縦に長い国である。北部は地中海性気候、南部は砂漠気候で、同じ国でも地域によって気候が異なり食文化も変化する。南部では肉料理、北部では魚料理が多い傾向がある。

モロッコ料理で知られるトンガリ帽のタジン鍋料理は、砂漠で水を使わずに調理できるため広がった。今ではモロッコを代表する料理である。羊肉、牛肉、鶏肉、魚、野菜など、なんでもタジン鍋で調理する。豚肉の入手は難しい。



サハラ砂漠



タジン鍋



ジブラルタル海峡（タンジェ） 対岸はスペイン



羊肉のタジン

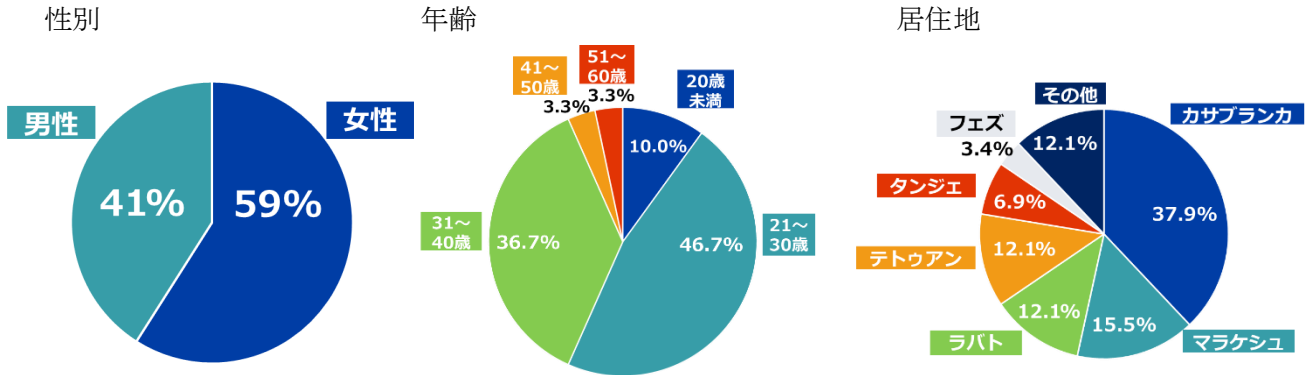
## 2. モロッコ主要都市（カサブランカ・マラケシュ他）での食に関わるアンケート概要

期間：2021年12月15日～2022年2月18日

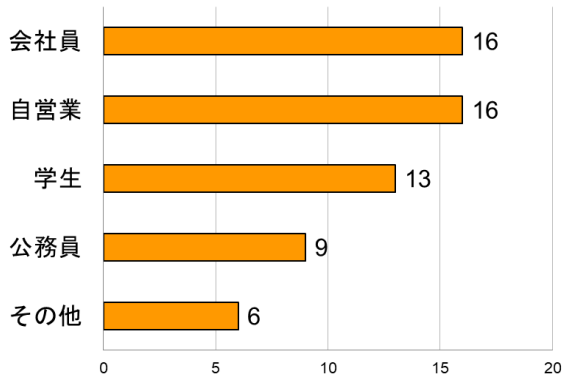
回答人数：61人

回答者の属性は以下のグラフの通り

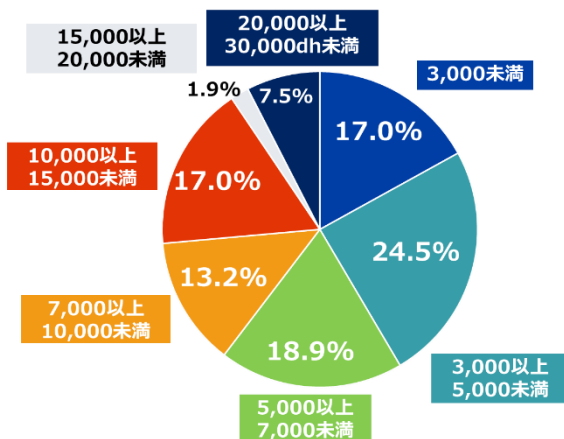
回答結果は報告項目に記載した。



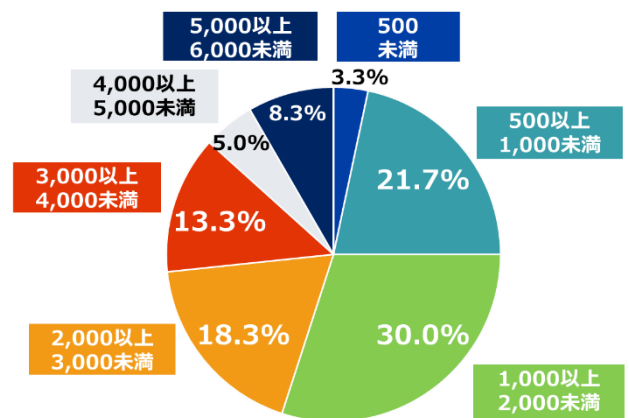
職業（回答者数：60名/単位：人数）



月の世帯収入（単位：MAD）



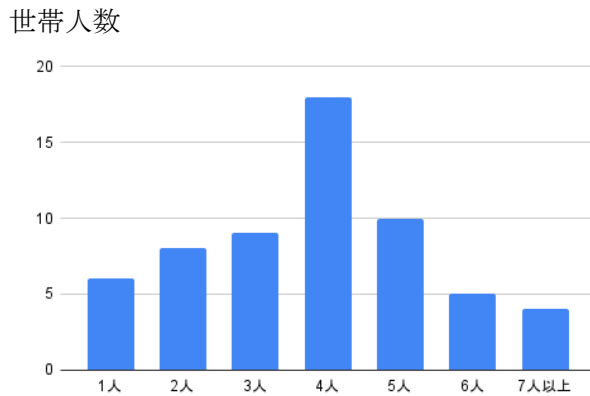
月の食費（単位：MAD）



平均月収は3,000～4,000MAD<sup>1</sup>とされている。

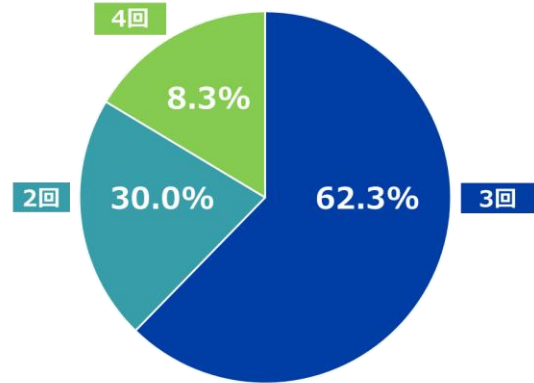
<sup>1</sup> MAD=モロッコディルハム

食費は1,000～2,000MADの割合が多い。



このアンケートは都市部で行ったため、核家族が多いが、地方は大家族も多い。

食事の回数



食事の回数は一般的には3回だが、ティータイム文化もあるため、4回という回答も多い。

### 3. 食の嗜好・味覚の特徴・現地の食事

#### 3.1. 毎日の食事

モロッコ人の平均月収は 3,000～4,000MAD と言われている。食費は 2,000MAD 以下が 50%を占める。(1MAD=約 12 円)

世帯構成は地方部では大家族が中心でカサブランカやマラケシュといった大都市部では核家族化が進んでいる。

近年、子供は 2 人までと考える家庭が増えているが、少し前までは 4 人以上いる家庭が普通であった。子供が 6～7 人いる家庭も珍しくない。そのため、祖父母、叔父や叔母も含めて 10 人以上で暮らす家庭もある。モロッコ料理は大人数でも大皿料理で対応できる。



モロッコの家庭では、朝食、昼食、夕食の 3 回が一般的だが、昼食と夕食の間に「グテ」と呼ばれる菓子タイムがある。食事の回数が 4 回と答えている人の多くはこの「グテ」を指している。食事の時間は朝食が 7 時～10 時、昼食が 12 時～15 時、グテが 16 時～18 時、夕食が 20 時～22 時だが、グテをとる家庭は 21 時以降と遅い傾向がある。

モロッコの学校には給食がない。そのため、子供たちは昼休みに家に帰って食べるか、地方の学校によっては午前中のみ、もしくは午後のみ授業スケジュールとなっている。

年一回のラマダン（断食の月）では、日の出から日没までは一切食事を取らない。そのため、日没後の 19 時半頃に一度、23 時頃就寝前にもう一度、そして、夜中の 3 時頃に起きて食事を取り、夜が明けるまでに食べ終わらなければならない。



## 3.2. 食生活

### 3.2.1. 朝食

#### 食品・飲料の月平均家計支出

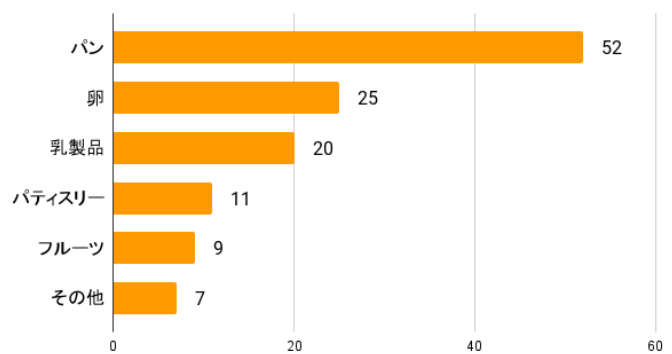
一般的な朝食は、丸いホブズと呼ばれるパンとモロッカンミントティーだ。その他、卵料理や、チーズ、オリーブが添えられる。

家庭によってはクロワッサンなどのパティスリーも食卓に並ぶ。

富裕層はフルーツやヨーグルトを好む傾向があるが、一般的なモロッコ人は、冷えたものを朝食に摂ることに抵抗がある人が多い。

北部や南部の一部の地域では豆のスープを飲むところもある。

Q. 普段の朝食で食べるものは？（複数回答）



基本の朝食スタイル。丸いパン「ホブズ」とオムレツ、そしてモロッカンミントティーが並ぶ。オムレツを一口大にちぎり、パンで挟んで食べる。

カフェの朝食には、パティスリー、オレンジジュース、卵、チーズ、ハム、オリーブオイルが付く。

乾燥そら豆のスープ。オリーブオイルをかけて食べる。

#### 主食のパン「ホブズ」

モロッコではホブズと呼ばれる平たい丸いパンが主食だ。白く精製度が高いタイプから、茶色の全粒粉タイプ、ひまわりの種やトウモロコシが入ったアラモードタイプなど、種類は豊富にある。パンは一つあたり2~4MAD程度。(1MAD=約12円)

モロッコではオリーブがたくさん採れるため、どの家庭もパンにオリーブオイルを付けて食べる。それ以外には、バターやジャム、ハチミツなども好まれる。食卓にはパンに塗るそれらのものが並び、それぞれが好きなものを選んで食べる。





### 3.2.2. 昼食

一般的に夕食よりも昼食にボリュームを重視する家庭が多い。しかし、日中働いている人は夕食がメインとなる。休日は家族そろって昼食に肉料理などの食事を取る。主食はパンが圧倒的に多いが、パスタや米も食べる。

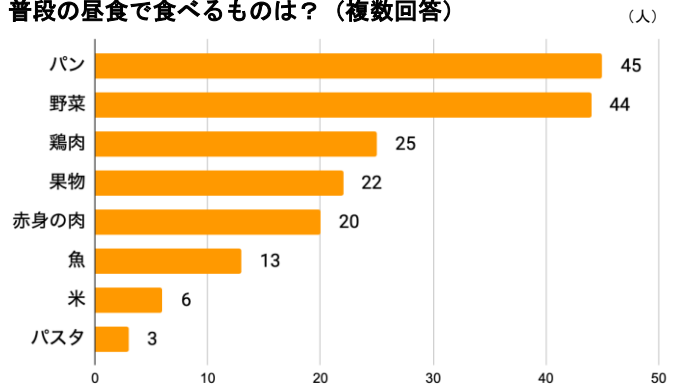
毎週金曜日はイスラム教のお祈りの後にクスクスを家族そろって大皿で食べる人が多い。

### 3.2.3. 夕食

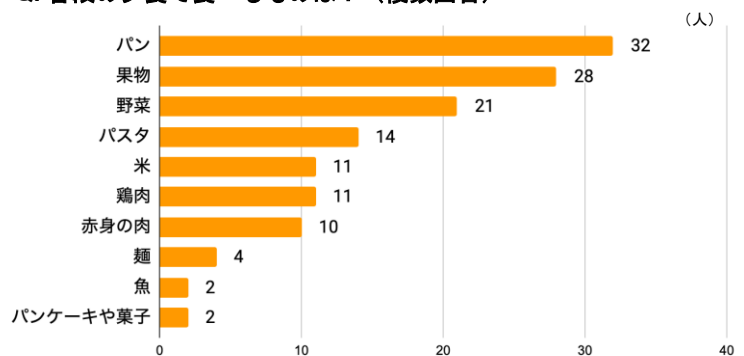
モロッコ人はパン食を好み、毎食とっていいほど食べている。パンは毎日近くのパン屋へ焼き立てを買いに行く。自宅でパンを焼く家庭も多い。

アンケートで2番目に多いのが果物である。昼食をしっかり取った日は、夕食は果物や野菜など、肉を抜いた軽めの食事を取る人が多い。果物は、オレンジ、桃、リンゴなどの国産品が安価で手に入る。

Q. 普段の昼食で食べるものは？（複数回答）



Q. 普段の夕食で食べるものは？（複数回答）



### 3.2.4. 昼食や夕食に食されるモロッコ料理



クスクス

最小パスタのクスクスに煮込んだ野菜と肉がトッピングされた料理。毎週金曜日の昼時に食べる。



ルフィサ

クレープのような生地を麺のようにカットし、煮込んだ鶏肉とソースをかけて食べる。



セツファ

砂糖とナッツのパウダーをトッピングした甘い細麺料理。



**チキンタジン**

グリルした鶏肉を玉ねぎベースの甘く煮込んだソースに絡めてタジンで調理された料理。



**イワシタジン**

開いたイワシにスパイスを振ってタジンで調理された料理。レモンの効いたあっさり味。



**ビーフタジン**

甘く煮込んだブルーベリーとレーズン入り。全体的に甘いタジンの定番料理。



**モロッカンサラダ**

トマト、玉ねぎ、きゅうりをさいの目切りし、塩胡椒とオリーブオイル、レモンで味付けしたサラダ。



**ハリラ**

主にラマダン時に飲むスープ。カレーに似た味わい。



**チキン煮込み**

圧力鍋で煮込んだチキン。パンをスープに浸して食べる。



**果物**

食後のデザートや夜の軽食に食べる。そのまま出して、それぞれが食べたい果物をとって食べる。



**パスティラ**

春雨と海鮮を炒めた具材が詰まったパイ包み。



**グリルチキン**

グリルチキンのサイドには味付きライスをセットするのが定番。



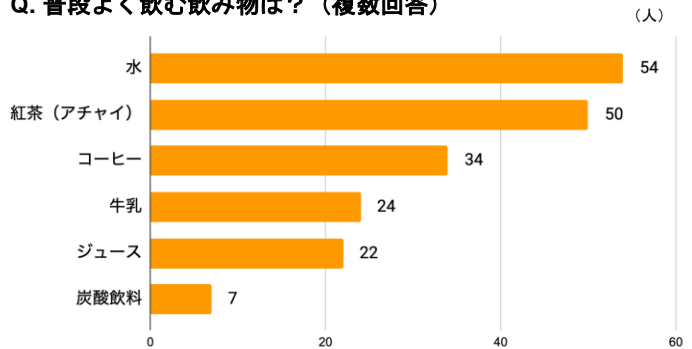
### 3.2.5. 飲み物

モロッコでは水道水も飲み水として認められている。しかし、カサブランカなどの都市部では、水質汚染の不安を感じている人が多いようで、沸かして飲むか、ミネラルウォーターを買って飲む家庭が多い。

モロッコは 4,000m 級の雪山アトラス山脈があり、ミネラルウォーターが採れる。多数の水ブランドが存在する。

アンケート結果 2 位のアチャイと呼ばれるモロッカンミントティーは、通称「ベルベルウイスキー」と呼ばれ、1 日に何回も飲まれるお茶である。ガンパウダー（中国茶）にフレッシュミントを入れ、仕上げに大きな角砂糖を放り込むのでかなり甘い。朝食と昼食後、ティータイム、夕食後の 1 日平均 4~5 回飲む人が多い。モロッコ人は特に中高年になると、糖尿病が多く、砂糖の多いモロッカンミントティーが原因の一つかもしれない。

Q. 普段よく飲む飲み物は？（複数回答）



ミネラルウォーター sidi ali



モロッカンミントティー



エスプレッソコーヒー

コーヒーはエスプレッソが主流で、牛乳と 5:5 で割る「ノスノス」も人気である。店は少ないが、ドリップコーヒーを出すところもある。

ダノンなどの乳性飲料やヨーグルトも種類が多い。

左) ミントティー  
(フレッシュなミントが使われる)

右) スーパーマーケットにあるガンパウダー売り場  
(ミントティーに使われる。)





ペットボトルはコーラ、ファンタ、セブンアップ、ハワイ、ペプシ、シユウェップスなどがある。



生搾りジュースはあらゆる果物で提供されている。サトウキビとレモンの生搾りジュース 1杯 5MAD。



牛乳は、ロングライフの常温で長持ちするパックが主流である。

### 3.2.6. ティータイム

モロッコでは、昼食後、16時～20時間に「グテ」と呼ばれるティータイムがある。ティータイムでは以下のようなパンケーキやクッキー、ケーキなどを楽しむ。手作りで準備することもあるが、市場や近所のブランジェリー（パン屋）で購入することもある。ムスンメンなどクレープ状の商品は、飲食店の店先で、鉄板で焼く。

既製品のお菓子はあまり食べない。



#### ムスンメン

モロッコ伝統のクレープ。ハチミツやバターを塗って食べる。



#### ムスンメン マーームル

玉ねぎやトマト、干し肉が混ぜられたクレープ。



#### ハルシャ

小麦粉とセモリナ粉で作られたパンケーキ。ジャムとの相性が良い。





**ルジザ**

紐状のパンケーキ。オリーブオイルを回しかけて食べる。ハチミツをかけても美味しい。



**ベグリール**

セモリナ粉のパンケーキ。ジャムやハチミツを塗って食べる。



**メルウイ**

ムスンメンと似ているが、作り方が異なる。ハチミツやクリームチーズを塗って食べる。



**ハロワ**

ホームメイドクッキー。特にラマダン最終日は家でクッキーを焼く習慣がある。



**ミルフィーユ**

モロッコで定番のケーキとして知られるミルフィーユ。



**プリオワット**

ピーナッツを粉砕した餡が入っている三角型のお菓子。



**ザアザ**

アボカドとデーツとナッツをミキサーにかけたジュース。



**カープガザル**

アーモンドを粉砕した餡が入っている伝統菓子。



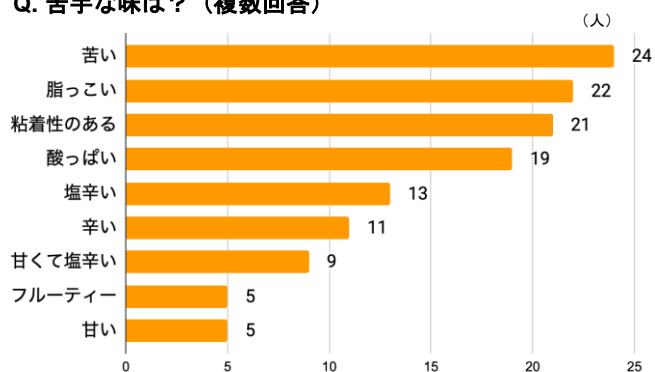
**シュバキア**

主にラマダン時に食べるお菓子。かりんとうの味に似ている。

### 3.2.7. 味覚の傾向

モロッコ料理には苦味のあるものは少ない。唐辛子を使うものの中にはあるが、辛い料理もあまり好まない。肉料理は砂糖を使ったり、乾燥レーズンやプルーンを使ったり、甘い味付けの料理が多い傾向がある。粘着性のある食べ物を普段の食材で見かけることはない。モロッコ人に日本の餅を食べてもらったら概ね不評であった。

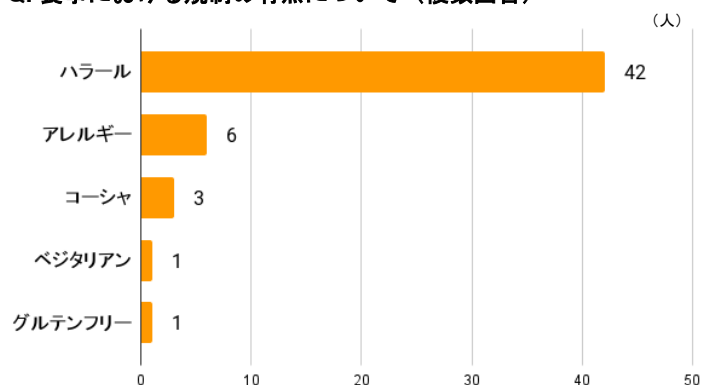
Q. 苦手な味は？（複数回答）



### 3.2.8. 食の制限

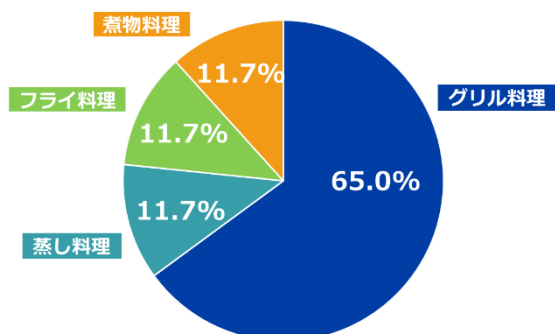
ほとんどのモロッコ人がイスラム教徒のため、ハラールが食生活に密接に結びついている。豚肉は食べないが、飲酒をする人は中にはいる。モロッコでもアレルギーが増えており、スーパーマーケットではグルテンフリー食材のコーナーが設けられ、小麦の代わりにトウモロコシの粉を代用する食品が多い。

Q. 食事における規制の有無について（複数回答）

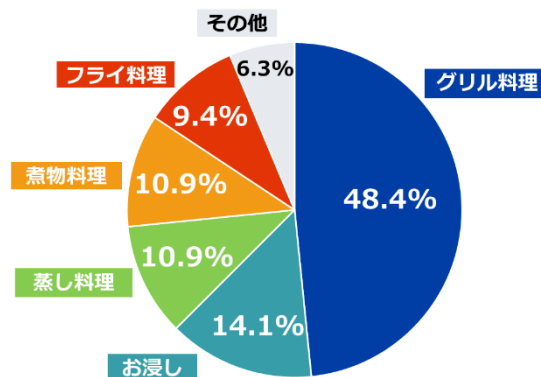


### 3.2.9. 調理方法の傾向

Q. 好きな調理方法は？



Q. よくする調理方法は？

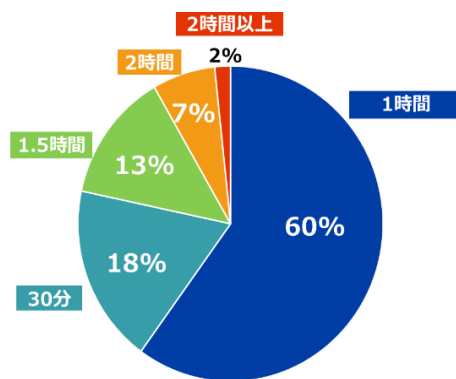


モロッコではオーブンをを使った、チキンや魚、野菜などのグリル料理が定番である。

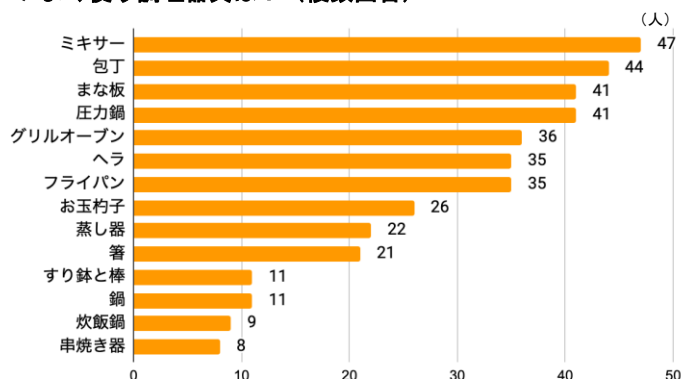
モロッコ料理といえばタジン鍋を使った調理が代表的であるが、若い人は調理時間に多くの時間をかけなくなった。最近ではグリル料理や圧力鍋を使った料理が増加している。

年配の女性たちは平均2時間ほどかけて調理する。タジン鍋料理は長時間煮込むことで美味しくなる。

Q. 食事の準備にかかる平均時間は？



Q. よく使う調理器具は？（複数回答）

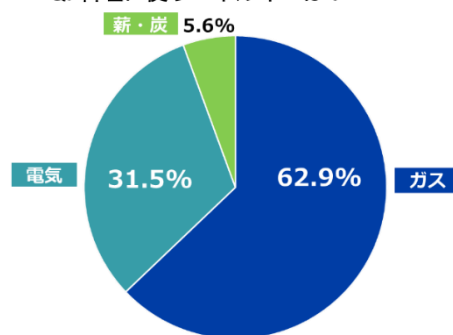


モロッコでよく使われる調理器具はミキサーである。いろいろなタイプがあり、野菜を微塵切りにしたり、ペースト状にしたりするミキサーや、豆のスープを作るためのハンディー型ミキサー、スパイス用の小型ミキサー、そしてフルーツジュース用ミキサーがある。

一般的なモロッコの家庭にある調理鍋は、タジン鍋、クスクス用の鍋、圧力鍋である。

料理に使うエネルギーは、プロパンガスが圧倒的に多い。また、コンロは4つ口が主流。弱火で長時間煮込む料理が多いため、ガスの方が経済的でコストが安くなる。犠牲祭や祝いごとで羊一頭を調理する際は、炭火焼きが一般的で、南部地方にはパン焼きの窯を持っている家もある。

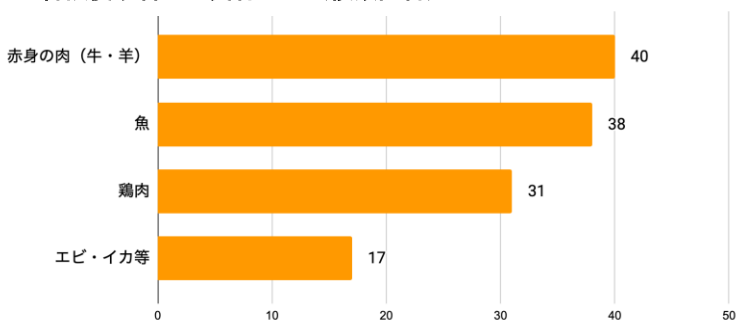
Q. 料理に使うエネルギーは？



調理に使う食材は牛肉や羊肉などの脂身の少ない赤身の肉が多い。特にゲストが来るタイミングや、結婚式などのお祝いの際は赤身の肉を使った料理でおもてなしをする風潮がある。

もともと魚は内陸の方で食される機会が少なかったが、近年はヘルシー思考の高まりで流通も拡大している。

Q. 普段使う料理の食材は？（複数回答）





### 3.3. 食材

#### 3.3.1. 肉

肉を買う場所は、スーパーか写真のような肉屋で、羊や牛がまるごと一頭ずつ吊るされており、部位ごとにカットし、計り売りで購入する。

カットはタジン用のブロックや、ひき肉で買うことが多い。スライスは頼めば可能だが、日本のような薄切り肉にする技術はない。

店によって取り扱いが異なるが、ソーセージや内臓、羊の脳みそ、牛の足などもある。また、鶏肉専門店では、羽色が白い鶏と赤い鶏の扱いがある。赤い鶏の方が栄養価が高く美味しいと人気で、価格は白い鶏の2倍である。生きた鶏の購入も可能である。

スーパーではその他七面鳥、鳩、アヒルなどもあるが、一般的ではない。

毎年行われる犠牲祭では生きたままの羊を一頭買いする。その時期は大型スーパーマーケットで特設会場ができる。田舎では空き地などでバイヤーが羊を率いて期間限定で販売している。

肉屋の近くにはバーベキューレストランが隣接するところも多く、その場でオーダーして焼いてもらい、食べることができる。



羊の頭部 70MAD～



羊の脳みそ



牛肉のタジン

#### 参考価格

牛肉	1kg	100MAD
羊肉	1kg	80MAD
鶏肉（ムネ）	1kg	50MAD

七面鳥	1kg	35MAD
鳩	2羽	64MAD
アヒル	1kg	89MAD

(1MAD=約12円 ハイパーマーケット調べ 2022年2月)

### 3.3.2. 魚

モロッコの南部や海に面していない都市では魚を調理する頻度が少ないが、港街や大都市は魚市場があり、食卓でも週に1~2回程度魚料理を食べる。

手軽で調理の頻度が多い魚料理はイワシで、採れる量によって金額は変動するが1kg10MAD~25MADと安い。食べ方はタジンでの煮込み料理、グリル、フライが主流だ。その他、舌平目やスズキ、タラや鯛、鮭、エビやタコ、イカや貝類などが売られている。カサブランカの魚市場では生牡蠣が1つ10MADからその場で立ち食いができる。

モロッコでは生魚を食べる習慣はなかったが、近年寿司店の増加などから、都市部では外食でのみ食されている。家庭ではフライにして食べるのが一般的である。

その他ツナやイワシの缶詰もサラダに使用する。



牡蠣 1つ 10MAD



イワシのつみれタジン



魚のフライ料理



公設市場鮮魚店のエビとカニ

#### 参考価格

ホワイティング(タラ目)	1kg	54DMAD
舌平目	1kg	99MAD
イワシ	1kg	10MAD
カワメンタイ (タラ目)	1kg	99MAD
鮭	1kg	99MAD

真鯛	1kg	45MAD
鯛	1kg	35MAD
タコ	1kg	89MAD
イカ	1kg	119MAD
ヨーロッパエビジャコ	1kg	99MAD

(1MAD=約12円 ハイパーマーケット調べ 2022年2月)

### 3.3.3. 野菜

野菜は主にスークと呼ばれる市場で売られている。スーパーマーケットより安く、鮮度がいいものが多い。買い方は計り売りで、ほとんどがキロ単位で購入するため、持てる量を週に数回買いに行く。

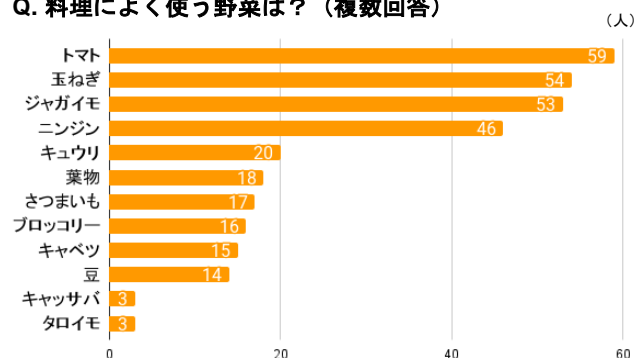
モロッコでは、トマト、玉ねぎ、じゃがいも、ニンジンが家庭で常備しておく野菜である。これらの野菜は特にモロッコ料理で使用する頻度が高い。玉ねぎやじゃがいもといった日持ちがする野菜は20キロほどまとめて買う家庭もある。特にラマダン（断食の月）の前になると、需要が上がるため、これらの野菜が値上がりする傾向にある。

料理に使う野菜で、トマトが多い理由は、モロッコ料理のほとんどにトマトを使用するからである。モロッコ料理は一般的に加工出汁を使用しないため、トマトから出るうまみ成分が料理を美味しくするための肝となる。

モロッコで葉物野菜はあまり人気がない。レストラン等でサラダとしての提供はあるが、温かい料理と冷たい料理を一緒に取ることに抵抗がある人が多い。

モロッコでは豆料理も人気で、白インゲン豆のトマト煮込みや、牛の足とひよこ豆の煮込み、レンズ豆のトマト煮込み、乾燥そら豆のスープなどがある。

Q. 料理によく使う野菜は？（複数回答）



#### 参考価格

トマト	1kg	5MAD
キュウリ	1kg	5MAD
キャベツ	1kg	7MAD
じゃがいも	1kg	4MAD
玉ねぎ	1kg	5MAD

ニンジン	1kg	6MAD
ピーマン	1kg	6MAD
モロッコいんげん	1kg	14MAD
ナス	1kg	7MAD
レタス	1kg	5MAD

(1MAD=約12円 ハイパーマーケット調べ 2022年2月)



### 3.3.4. 果物

モロッコは果物が豊富である。季節とともに売られる果物は変化する。特にオレンジが豊富で、シーズンのときは1kg2MADで買うことができる。夏はモロッコ各地でサボテンの実が成るため、路上でサボテン売りが増える。1つ2MADで、その場で皮をむいてもらって食べる。果物はスーパーマーケットではもちろん、市場や路上のリヤカーなど、屋外販売で買う機会も多い。



モロッコでも柿が手に入る。種無しで大きく甘い。



楕円形のスイカ。甘くて美味しい。



サボテンの実。みずみずしくて甘い。



日本では見かけないパントウ（平たい桃）がポピュラーである。



大きくて甘いザクロも有名である。



モロッコ産のリンゴは小ぶりである。

#### 参考価格

オレンジ	1kg	3MAD
レモン	1kg	6MAD
リンゴ	1kg	13MAD
アボカド	1kg	13MAD
カキ	1kg	30MAD

バナナ	1kg	9MAD
パイナップル	1kg	16MAD
マンゴー	1kg	30MAD
イチゴ	1kg	7MAD
キウイ	1kg	30MAD

(1MAD=約12円 ハイパーマーケット調べ 2022年2月)

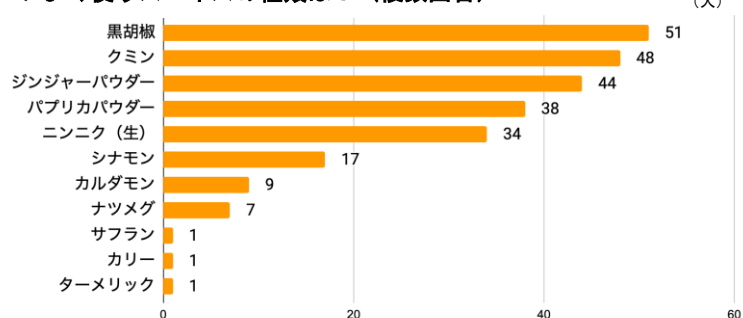
### 3.3.5. スパイス

モロッコ料理にはスパイスが欠かせない。特にブラックペッパー、クミン、ジンジャーパウダーを使う頻度が高い。

鮮度にこだわる人も多いため、大量に買うのではなく、1ヶ月で使い切る量を買う家庭が多い。

卵料理にはクミンが欠かせない。オムレツやゆで卵にはクミンをたっぷりかけて食べる。

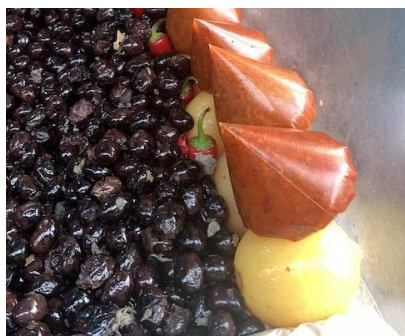
Q. よく使うスパイスの種類は？（複数回答）



唐辛子をベースにスパイスを調合したハリッサや、塩漬けたレモンなどはモロッコ伝統の調味料として知られる。家庭で手作りするところもあるが、オリーブショップで手軽に購入もできる。オリーブは、タジン鍋に入れたり、朝食に出してパンと食べたりする。



スパイス屋では量り売りが基本。



スパイス屋が調合したハリッサと塩レモン。オリーブ屋が販売している。



オリーブショップ。タジンに入れたり朝食に食べたりする。様々な種類がある。

#### 参考価格

黒胡椒	250g	22MAD
パプリカ	250g	9MAD
クミン	250g	16MAD
ショウガ	250g	13MAD

白胡椒	250g	39MAD
ターメリック	250g	10MAD
シナモン	250g	18MAD

(1MAD=約 12 円 マラケシュ専門店調べ 2022 年 2 月)

### 3.3.6. 調味料

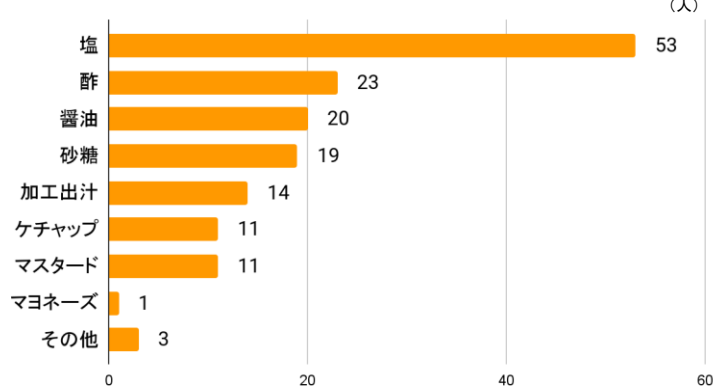
よく使う調味料は塩である。モロッコの塩は日本の塩と比べて塩辛い。また、しっとりとした塩が主流だが、サラサラしたものや岩塩などもある。

お酢はサラダや付け合わせでよく使われる。

醤油は日本のキッコーマンのグルテンフリーが売られているが、中国産の醤油の方が安く、バリエーションがあるため、醤油といえば中国産の方が広がっている。

ケチャップやマスタードはフライドポテトに付けて食べるのが好まれる。それに比べてマヨネーズは、味が不人気の傾向がある。（日本のマヨネーズの味とは大きく異なる。）

Q. よく使う調味料は？（複数回答）



しっとりタイプの国産塩  
1kg 9MAD



キッコーマン グルテンフリー醤油  
150ml 36MAD

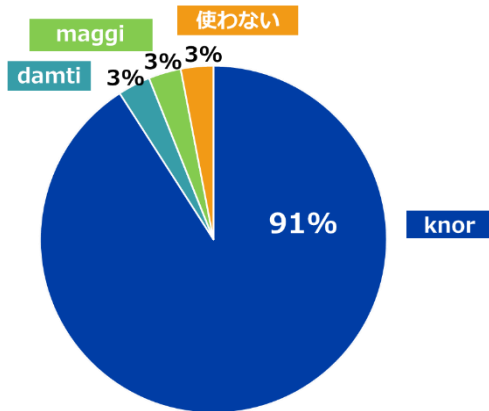


国産酢 50cl 4MAD

モロッコで使われている油は、主にサラダ油とオリーブオイルの2タイプである。特にオリーブオイルの消費は大きく、家庭によってはサラダ油を使わずにオリーブオイルのみの家庭もある。昔は食用のアルガンオイルも使っていたが、今は価格が高騰したため、スーパーでは売られているがあまり使われなくなった。その他、一般的ではないが、ひまわり油やごま油もある。



➤ **加工出汁**



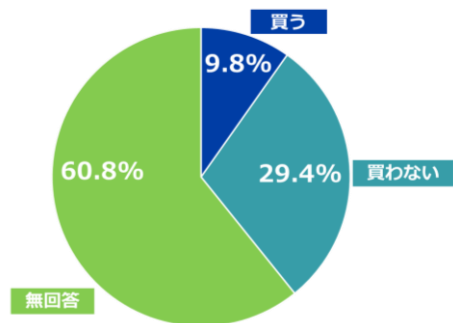
knor 固形出汁

モロッコの調理では基本天然出汁である。加工出汁はスーパーで売られているが、種類が乏しく、アンケート結果にあるようにほとんどが knor 製品である。こういった加工出汁は味が濃く、自然ではないため、年配の方は加工出汁を使って作られる料理を敬遠する傾向がある。加工出汁は家庭よりもレストランで使用されるイメージが強い。

**3.3.7. インスタント食材**

モロッコではインスタント食品やレトルト食品の数が少ない。アンケートでは購入者も多くはないことがわかる。買うとしたら何の食品を買うか尋ねたところ、インスタントヌードルの「indomi」（下段の左）との回答が得られた。近年 indomi は広告を積極的に行っている印象がある。しかし、味はイマイチという声も聞こえる。

Q. インスタント食品を買う？



モロッコで最も有名なインスタント食品 (indomi 2MAD)。



輸入インスタントヌードル食品。indomi の 2 倍の価格だが味の評判は良い (Roka 4MAD)。



大型スーパーでカップ麺はこの 1 種類しか取り扱いがない。



### 3.3.8. デーツ

砂漠の果実と呼ばれるデーツは、近年日本でもスーパーフードとして注目を集めている。ミネラル豊富で、砂漠地帯の人々の大事な保存食でもある。

デーツは、北アフリカや中東地域で栽培されており、多数の種類がある。各国によって味や種類・金額は異なり、その中でもモロッコのデーツは高級な位置付けとされる。

通常デーツは一般家庭でも常備している。市場、スーパー、路上売りで年中どこでも買うことができるが、特にラマダン前は大量に購入する家庭が多く、2kg以上の箱で売られているのをよく目にする。



モロッコ産デーツ 150MAD/kg



イラク産 30MAD/kg



アラブ首長国連邦産 40MAD/kg

その他、ドライフルーツもよく食される。



ドライイチジク



プルーン



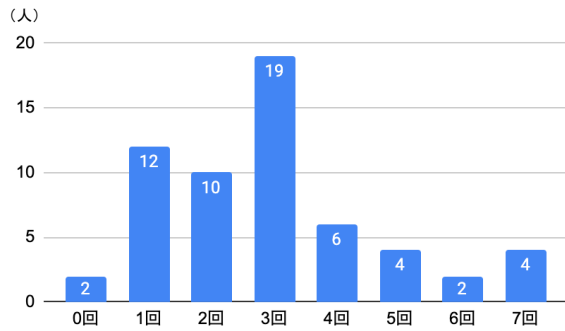
パイナップルとアプリコット

### 3.3.9. 菓子

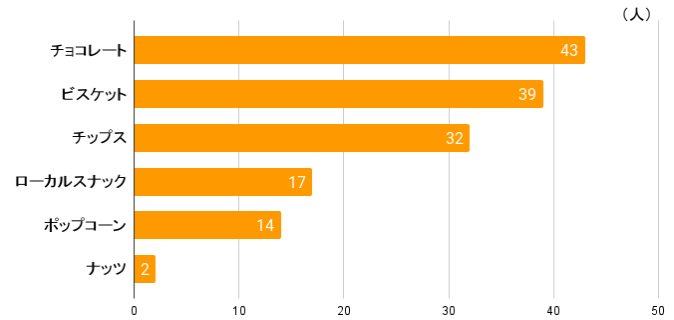
モロッコには、アイスクリームやチョコレート、ポテトチップスなどの菓子があるが、輸入品も多く全体的に高い印象がある。菓子を手作りする文化も残っているため、日本と比べると既製品の菓子をあまり積極的に消費している感じはない。

アンケートの回答で、「チップス」や「ポップコーン」、「ナッツ」は公園や路上など身近で販売しているので食べる機会も多いと思われる。

Q. 週にお菓子を買う頻度は？



Q. 普段買うお菓子は？（複数回答）



ミルカ

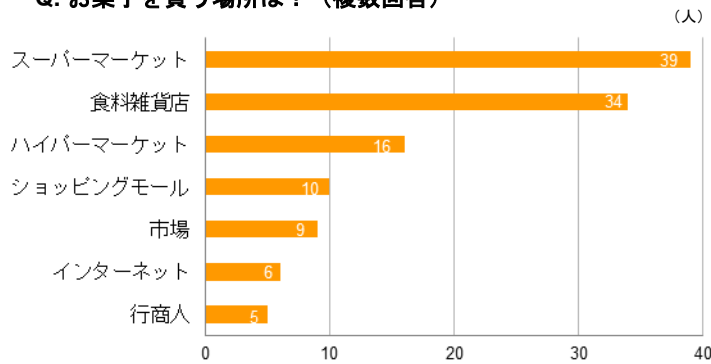


Maruja モロッコで昔からあるチョコレート

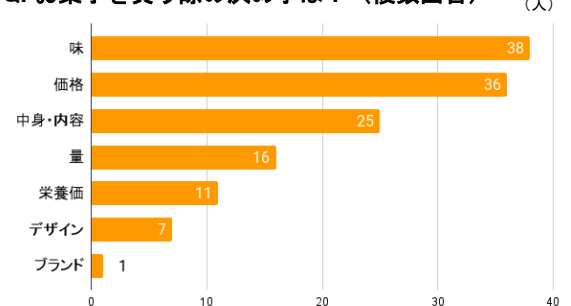


キットカット クランキー

Q. お菓子をかう場所は？（複数回答）



Q. お菓子をかう際の決め手は？（複数回答）





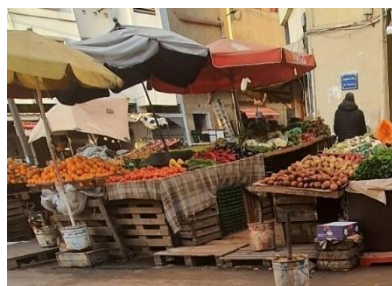
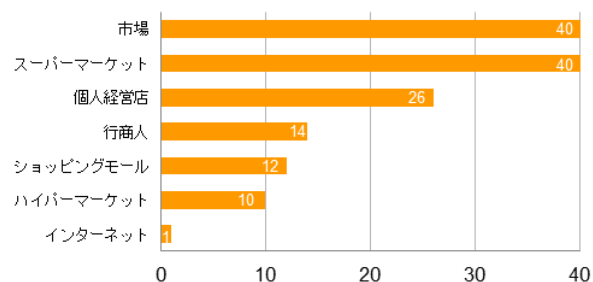
### 3.4. 食材の購入場所

食材の購入場所は、主にスークと呼ばれる市場、公設市場、スーパーマーケット、ハヌートまたはエピスリーと呼ばれる食料雑貨店や小売専門店などの個人経営の商店である。

スーパーマーケットは1カ所でまとめて購入できるが、全体的に価格は高めで、中上級層が利用している。スークや公設市場、個人経営店、行商人は、近所の住民に利用されている。

Q. 食材を購入する場所は？（複数回答）

(人)



スーク



公設市場のオリーブ販売店



公設市場のデーツ販売店



行商人



行商人による青果物の販売



食料雑貨店

#### 3.4.1. 個人経営店

モロッコでは小売専門店など、個人経営の商店が買い物をする場所としては最も多い。また、青果店は同じジャンルの店が同じ場所に集まっており、野菜や果物以外にも、肉、スパイス、オリーブ、伝統菓子、パン、生活雑貨などが売られている。



青果店



パティスリー（ケーキ屋）



ブランジェリー（パン屋）

### 3.4.2. スーパーマーケットやハイパーマーケット

モロッコでは「マルジャン」と「カルフル」が2大スーパーマーケットである。どちらも、①食品や生活雑貨を扱うスーパーマーケットと、②家電や衣類も扱う大型のハイパーマーケットの形態で全国展開している。スークで買うより価格は高めで、ハイパーマーケットは郊外にある場合が多く、自家用車を持つ家庭が利用する傾向がある。

#### ➤ **マルジャン**

モロッコ資本の最大手スーパーマーケット。全国に94店舗の展開がある。大型商業施設（ショッピングモール）にも入っている。食料品から生活雑貨、衣類、また大型店では家電も扱う。アルコールや豚肉の取り扱いはない。営業時間は9時から22時。



#### ➤ **カルフル**

フランス資本のスーパーマーケット。全国に12店舗の展開がある。マルジャンと同様食料品から家電までさまざまな商品の取り扱いがある。マルジャンと大きく異なる点は、アルコールと豚肉の取り扱いがある。営業時間は8時半から22時。



#### ➤ **BIM**

トルコ資本のミニスーパー。主要都市のみ多数店舗展開している。日本のコンビニエンスストアに近い。面積は小さいため、あまり取り扱い数は多くないが、菓子やコーヒー、パスタ、ジャムなどを販売している。アルコールや豚肉の取扱いは無い。営業時間は店舗によって異なるが、9時から21時頃までが一般的である。





### 3.4.3. アジア・日本関連食材

カルフルやマルジャンといった大手スーパーでは以下のようなアジア食材が販売されている。うどん麺や乾燥椎茸、紅生姜などはモロッコの会社が販売しているが、材料は中国のものがほとんどである。韓国製は見かけない。



キッコーマン醤油 250ml 40MAD



森永豆腐 349g 26MAD



S&B ゴールデンカレー44MAD



S&B 味噌スープ 44MAD



S&B カレーソース 29MAD



うどん麺 18MAD



乾燥椎茸 33MAD



紅生姜 20MAD



S&P わさび 15MAD (中国)

(1MAD=約 12 円 ハイパーマーケット調べ 2022 年 2 月)

➤ **業務用アジア食材専門店「Achibest」**

マラケシュなどの主要都市で日本料理店に食材を卸しているアジア食材専門店「Achibest」がある。ここでの取り扱い品目で日本料理店のメニューが決まるといっても過言ではない。しかし、日本から仕入れている食材はほとんどなく、大半が中国からの輸入品である。唯一スペインに自社工場を持つ日本のかつお削り節メーカー和田久のかつお節が売られている。



和田久のかつお節 (日本)



乾燥椎茸 (中国)



焼き海苔 144MAD (中国)



米 22.67kgMAD (中国)



鰻の蒲焼 (中国)



味噌 1kg54MAD (中国)



ワサビ 1kg98MAD (中国)



パン粉 1kg45MAD (中国)



みりん 150ml24MAD (中国)



### 3.4.4. オーガニック専門店

モロッコの大都市では、BIO や自然派食材を扱う専門店も増えている。

#### ➤ Green Village

グリーンヴィレッジはオーガニック野菜や健康食品、乳児用食品、そしてアジア・日本食品を扱う専門店。モロッコ国内では主要都市であるカサブランカに2店、ラバトに1店、マラケシュに1店の計4店舗を展開している。日本食品は醤油や味噌、にがりなどが手に入る。価格は高めで、外国人や富裕層がターゲットである。

(参考) 醤油 500ml 159MAD  
味噌 300g 110MAD~



#### ➤ APIA

自然素材にこだわった食品や化粧品、サプリメント、またモロッコ伝統の美容アイテムを扱う専門店。中でも化粧品のアルガンオイルやアルガンオイル入りスキンケア用品は在住邦人から人気がある。パッケージのデザインや品質も良いので、モロッコ土産として活用できる。現在全国に12店舗の展開があり、鉄道の駅ビル内などにも見られる。



#### ➤ Le Comptoir des Viandes

カサブランカの高級住宅街には、グルメの富裕層をターゲットにした品質と鮮度にこだわる精肉店がある。フランスで30年以上精肉店や畜産業界経験のある会社が、シェフや個人に良い肉を提供するというコンセプトのもとモロッコに進出している。肉は全てフランスから仕入れている。ショーケースの中の肉は100%純血種であることが明記されている。広々とした店内とディスプレイは高級感を感じさせる。



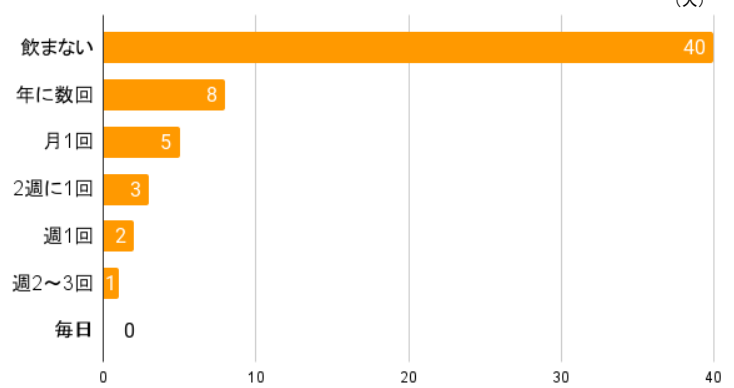


### 3.4.5. アルコール飲料（酒）

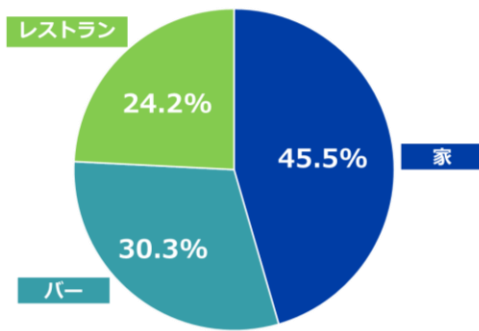
モロッコはイスラム教が国教のため、基本的に飲酒は禁止されている。酒を持って道を歩くと、イスラムを侮辱する罪となる。しかし、モロッコはさほど厳しくなく、許可されたレストランやバー、自宅などでの飲酒は問題ない。

ビールやワインは、国産・外国産があり、ワインの種類で「グリユ」は赤・白・ロゼとは別のタイプのワイン。この他、ウイスキーなどスピリッツ類や少量だが、日本酒も扱われている。

Q. 酒を飲む頻度は？

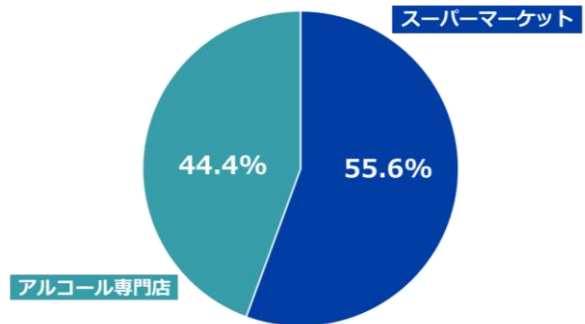


Q. 酒を飲む場所は？



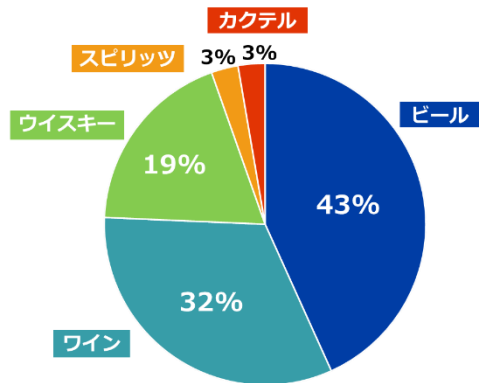
レストランやバーは基本的に外国人観光客向けとされている。価格も高いため、自宅で飲む人が多い。

Q. 酒を買う場所は？

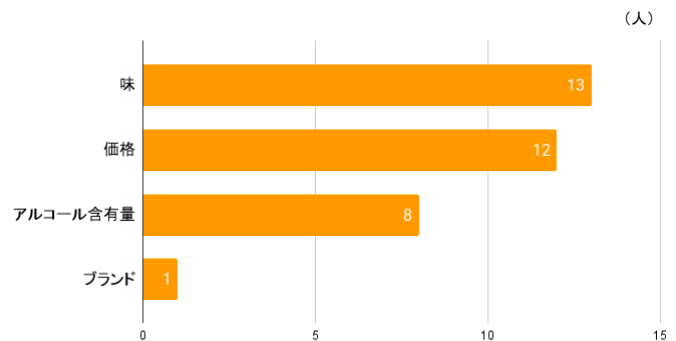


大型スーパーマーケット「カルフル」の一部店舗や個人経営店で酒を買うことができるが、ラマダンの時期は酒売り場を閉めるところも多い。

Q. 普段買う酒は？



Q. 酒を選ぶ際の決め手は？



モロッコ産のビールやワインは安価で買うことができる。

味と価格が上位を占めた。モロッコのワインはフランス人醸造家の影響もあり美味しい。

### ➤ モロッコの酒



モロッコ産ビール Casablanca。  
25cl 15MAD



モロッコ産ワイン。赤・白・ロゼ  
・グリユが造られている。  
40MAD からある。



ノンアルコールも増えている。

### ➤ モロッコ産のビールやワイン、輸入酒を扱うアルコール飲料専門店

モロッコはイスラム教が国教のため、基本的に飲酒はタブーであるが、主要都市では大型スーパーでのアルコール販売や、専門店が見られる。

特に、カサブランカやマラケシュといった観光客や、大使館、外資系企業が集まる地域では、外国人をターゲットにした豊富なラインナップを取りそろえるアルコール専門店がある。

取扱いのアルコールは、モロッコ産のワインやビールの他、輸入ワイン、ビール、ウイスキー、スピリッツ、リキュールなどである。



フランス産ワイン等を扱うアルコール飲料専門店

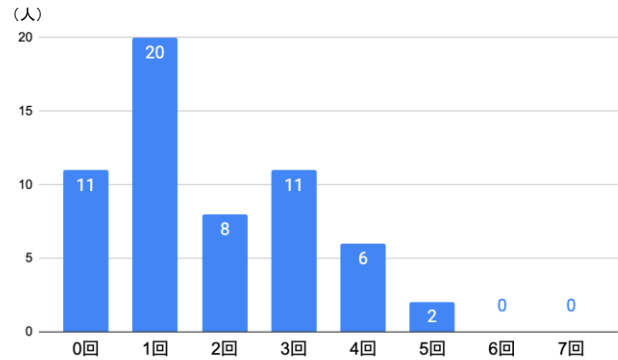


Le sommelier d'anfa

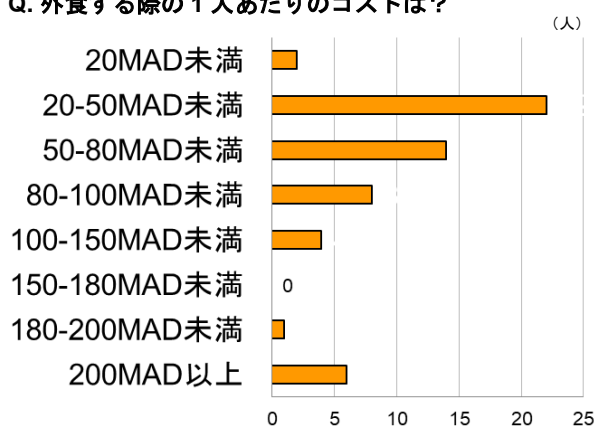
#### 4. 都市部における食の多様化と各種レストラン

モロッコの都市部には様々な飲食店がある。元々はあまり外食に積極的な国ではなく、家庭の料理が一番良いという考えが強いが、都市部では外食を楽しむ人が増えている。しかし、アンケートによると週に1回が最多という結果から、さほど多くない印象を受ける。

Q. 外食の頻度は週に何回？



Q. 外食する際の1人あたりのコストは？



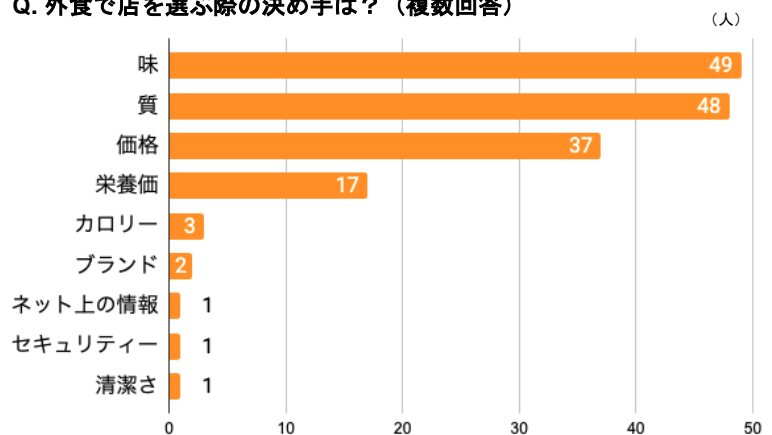
外食する際の1人あたりのコストは、20～50MADに最も多く票が集まった。

モロッコでは1食あたり25MAD以下はサンドイッチなどの軽食店で、25MAD～50MADが一般的な店内飲食の予算である。50～100MADは中級以上のレストラン利用で、友人や家族とたまに行く印象。1人あたり100MAD以上はハイクラスのレストランで、高所得者層が行くレストランである。200MAD以上になると、お酒も提供するレストランが多い。

(1MAD=約12円)

外食で店を選ぶ決め手の上位は味と質と価格である。特に味については、美味しいかどうかのこだわりが強い。美味しい店は繁盛していて1日中店に人が入る。食材の鮮度や食感、風味も大きなポイントである。コストパフォーマンスが良いかどうかも重要な判断材料で、女性が多い店は安くて美味しい店という印象がある。

Q. 外食で店を選ぶ際の決め手は？ (複数回答)





#### 4.1. ローカルフード（庶民派レストラン）

仕事をしている人や学生が昼休憩に立ち寄る庶民派レストランは、1食 50MAD 以下が相場で、パンに肉や野菜、卵を挟んだサンドイッチは 10MAD～30MAD、鶏肉や牛肉などを調理した料理は 30MAD～50MAD である。その他、ハンバーガー、タコス、シャワルマなども 1食 30MAD 前後で人気がある。



カサブランカの中央市場にある食堂。スープや魚のタジンなど、1食 20MAD から。



1食 10MAD 以下の店。サンドイッチなどを提供する。



25MAD～30MAD の鶏肉や牛肉、野菜のタジンなど。ボリュームがある。



ひき肉のサンドイッチ 10MAD



牛肉のタジン 30MAD



グリルチキン 30MAD



チキンタコス 30MAD



シャワルマ 30MAD



ハリラスープ 15MAD

## 4.2. 中上流向けカフェ・レストラン

モロッコでは1食あたり50MAD以上の価格帯の値段設定のお店は中流層向けと言える。メニューもアラビア語ではなく、フランス語で書かれており、店員もフランス語で接客する。

1食あたり50~100MADぐらいまでは、中流層がたまに利用するが、1食あたり200MAD以上となるとビジネス利用や外国人客がメインターゲットとなる。

モロッコの中上流層向けレストランには以下などが挙げられる。



### ➤ モロッコ料理レストラン「La Sqala」

18世紀の古い要塞の城壁が見られる老舗レストラン。騒々しい旧市街に隣接しているが、店内は庭園のような造りで都会のオアシス。雰囲気はもちろん料理も美味しいと評価が高い。料理はモロッコ伝統の味を楽しめる。価格帯は1人あたり100MAD~150MADと相場より高めであるが、訪れるモロッコ人は多い。

カフェやデザートも充実しているため、カフェのみの利用も可能。



アーティチョークとグリーンピースと牛肉のタジン



イワシのつみれタジン



鶏肉のタジン



### 4.3. オーガニック系「Organic Kitchen」

カサブランカの高級住宅街にある「オーガニックキッチン」は、おしゃれなヴィーガンメニューで女性客が多い。デザートやカフェはもちろん、食事も豊富である。ナチュラル系のレストランはモロッコではそう多くはないが、レビューも高く人気を呼んでいる。



フルーツパンケーキ 65MAD



抹茶タルト 85MAD



玄米茶 35MAD

#### ➤ 若者に人気の「KILIM」

マラケシュの中でも最も都会的な場所、ギリーズのある中心にある「キリム」。おしゃれな空間で美味しい食事、デザート、そしてアルコールの提供もある。不定期で週末はオーガニック野菜のマーケットを開いたりしている。

客層は高額所得のモロッコ人やマラケシュ在住の欧州系外国人など、富裕層が多い。



パン (無料)



ハンバーガー95MAD

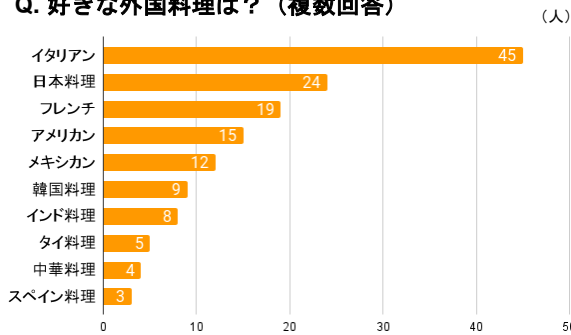


グリルチキン 80MAD



## 5. 好きな外国料理

Q. 好きな外国料理は？（複数回答）



好きな外国料理はイタリアンが圧倒的で、ピザやパスタが好まれている。モロッコ人にとって小麦粉料理が最も馴染みやすく好きであることがうかがえる。次に好きな外国料理は日本料理で、都市部では寿司レストランなどの出店が増えている。寿司は脂っこくないためヘルシーな料理として認識されている。

マラケシュやカサブランカは外国人も多いため、モロッコ料理以外を求めてアジア系レストランを利用する人も多い。

### 外国食レストランのメニュー例



ピザ/イタリアン



スパゲッティ/イタリアン



ナシゴレン/タイ



グリーンカレー/タイ



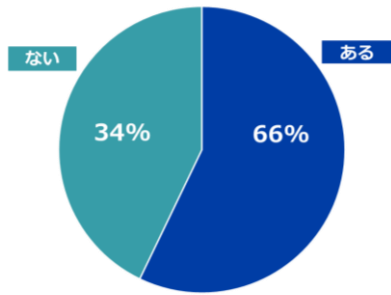
炒め物/ベトナム



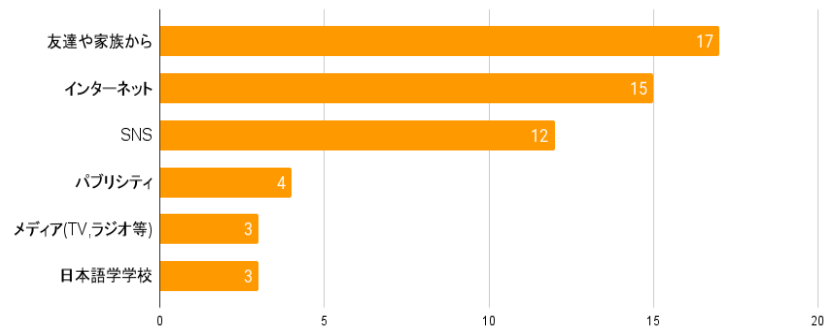
チキン/韓国

## 6. 日本食の知名度・イメージと主な日本食レストラン

Q. 日本食レストランで食べたことがある？

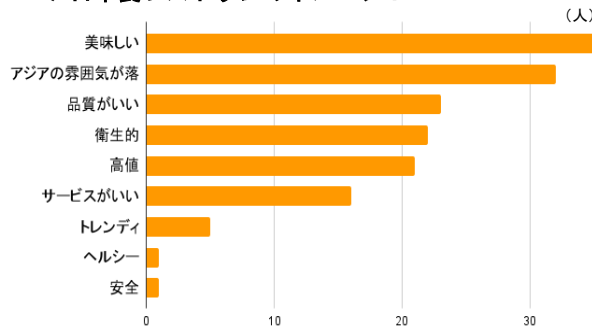


Q. 日本食を知ったきっかけは？



66%の人が日本食レストランを利用したことがあるという回答が得られた。きっかけは友達や家族から情報を得たのが最多で、次がインターネットである。モロッコ人は好奇心が旺盛な人が多いため、新しい店などの情報はすぐに広まる。また、試してみたいという気持ちも強く、良い評判が広がればなおさらである。

Q. 日本食レストランのイメージ？

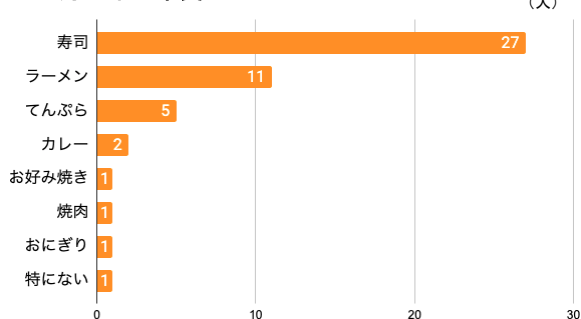


Q. 行ったことがあるレストランは？

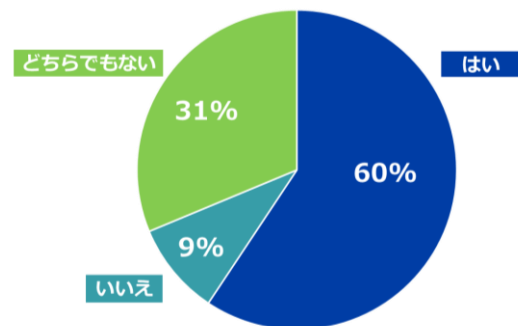
- ・ILOLI(Casablanca)
- ・Kanisushi(Casablanca)
- ・Zushi(Marrakech)
- ・Katsura(Marrakech)
- ・Matsuri(Marrakech)
- ・Yoka sushi(Rabat,Tanger)
- ・sushi Box(Rabat)
- ・sushi House(Rabat)
- ・Fujiwara(Tetouan)
- ・Bosushi(Casablanca)

日本食レストランのイメージは「美味しい」に1番票が集まった。その次に「アジアの雰囲気が落ち着いて好きだ」という回答が多く得られた。日本食レストランがブランドとして確立していることがうかがえる。

Q. 好きな日本食は？



Q. 日本食レストランに行ってみたいか？（未体験の方）



➤ 日本食レストラン「ZUSHI」

マラケシュで在留邦人に人気のレストラン「ZUSHI」はマラケシュ駅から近く、立ち寄りやすい場所にある。黒と白のモノトーン調な店内は洗練された空間を醸し出している。寿司はもちろん、中でも人気のメニューはチキンカツだ。ラーメンはブロッコリーやニンジンが入っており、日本のラーメンからは程遠い。串焼きメニューも充実している。



チキンカツ 40MAD



ラーメン 50MAD



つくね 50MAD

➤ 日本食レストラン「sushi store」

マラケシュで2店舗展開する「sushi store」は、「KATSURA」という日本食レストランの系列店である。取材時は KATSURA が改装中のため休業していたが、KATSURA はマラケシュで人気の日本食レストランだ。味に定評があり、日本人にも抵抗がないであろう。



ワカメサラダ 35MAD



シュウマイ 45MAD



サーモン 25MAD、穴子 35MAD



➤ **日本食レストラン「IKURA SUSHI」**

マラケシュのホテルが多い地区にある「IKURA SUSHI」は観光客やビジネス利用客をターゲットにしている様子が見える。

客層は比較的年齢層が高く、男性客が多い。

人気メニューは味噌スープのようだ。店内にある日本風イラストの壁画が目を引く。

味噌スープは赤味噌だった。



たたき 20MAD



味噌スープ 25MAD

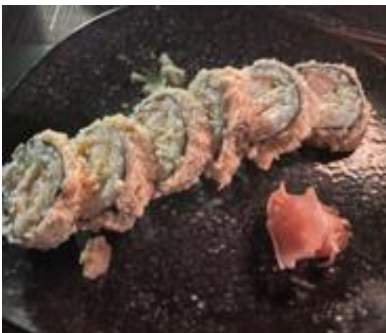


タルタルサーモン 45MAD

➤ **日本料理「NAMAZAKE」**

ハイブランドが入るビルの屋上に店を構える「NAMAZAKE」。マラケシュの景色が一望でき、音質の良い音楽と共に食事が楽しめる。

価格帯はモロッコでもハイレベルで、1人あたりの予算は200MAD以上だ。客層はフランス人など外国人が多い。ビジネス利用者や旅行者に向いている。アルコールの提供もある。



カリフォルニアロール 80MAD



まぐろ巻き 60MAD



焼き鳥 120MAD

➤ 日本食レストラン「KANI SUSHI」

カサブランカの中心地で最も混み合う場所で営業する「KANI SUSHI」。飲食店も多く、寿司レストランが密集している。その中でも美味しいと評判だ。カジュアルな雰囲気、価格帯も手頃。一般人が気軽に入れる店である。



手巻き Kani 35MAD



エビシューマイ 45MAD

➤ 日本食レストラン「Eatsu」

カサブランカにできた新しい日本食レストラン「Eatsu」は、ポップで明るい店内に板前カウンターを設置し、アジア系外国人が調理している。

サーモンのたたきをオーダーすると、マンゴーソースに浸った生サーモンが出てくるので驚くが味は良い。

メニューは日本語を使ってデザインしており、ブランディングに力を入れている様子。



エビ巻き 65MAD



サーモンのたたき 70MAD



牛餃子 75MAD



➤ **日本食カフェレストラン「UKIYO」**

モロッコ人夫婦が経営する「UKIYO」。夫婦2人ともインスタグラマーとして活躍し、SNSからの集客力が高い。名古屋に長期滞在していた経験もあり、日本から食材を仕入れている。2階は大きな桜の木（造木）が飾られ、座敷スペースになっている。価格帯は高めだが店内は若い人で溢れていた。



おにぎり 70MAD



ラーメン 120MAD



大福 25MAD

➤ **日本人経営の日本食レストラン「ILOLI」**

2013年に創業したカサブランカの高級料理店「ILOLI」は日本人シェフが経営する店だ。高価格帯にも関わらず、予約必至の人気店である。

日本を旅するというコンセプトのもと、日本料理を提供しているが、シェフはフランス料理やイタリア料理、中華料理の経験もあるため、それらのエッセンスも加わっている。

豚肉は使用しないがアルコールは提供している。



鶏と牛骨出汁のラーメン 190MAD



エビフライ一尾 70MAD



常連向けメニュー

➤ **日本食レストラン「NARA」**

カサブランカのイタリア領事館の裏手にある「NARA」は、新しくできたばかりの店である。ユニークな内装で、楽しげな雰囲気を感じる。

ラーメンはあっさりテイストで食べやすく美味しい。他店と比べて料金はリーズナブルで、客層は近くのオフィスで働くビジネスマンや外国人が多い印象。



餃子ラーメン 65MAD



チラシ 65MAD



キッコーマンの醤油がテーブルに置かれている。

➤ **日本食カフェレストラン「BONSAI」**

マラケシュの少し中心地から離れたところにあるカフェレストラン「BONSAI」は、開放感のある店舗で、内装はモロッコ風である。

カジュアルでフレッシュな寿司の雰囲気はモロッコと日本をうまく融合している。

客層はカップルや若者が多く、気軽に食事やお茶を楽しめる店だ。



チラシ寿司



サーモンと穴子の握り



チョコクリスピーケーキ



## 7. モロッコにおける日本食品の実態と今後

日本企業製の日本食品は当地では高額で、味噌や出汁も含め、モロッコの市場へ広く浸透していないのが現状である。普及例としては、市中のスーパーで、日本ブランドのグルテンフリー醤油、豆腐、そしてカレールー等が挙げられる。またカサブランカやマラケシュなどの、チーズやハム、オードブル等も扱う高級食材店では、フランスからポン酢やワサビ、焼き肉のたれ、米、利尻昆布、マヨネーズ、ゆず製品等を調達する店が出てきた。日本の地方の有力食材がモロッコに持ち込まれている。一方、業務用食材店で扱われるアジア製品のほとんどは中国や東南アジア製であり、扱われる日本関連食材は、中国で日系メーカーが製造した味噌や生産地不明のうどん（乾麺）などだ。

日本食ニーズがあるのは都市部で、商業都市カサブランカや国際観光都市マラケシュでは、**Japanese restaurant** と検索するとどちらも 80 以上の店がヒットする。全てが日本食のみを提供しているわけではないが、20~30 件は寿司を中心とした日本食料理をうたう店だ。ただ、多くは東南アジア系のタイ料理やベトナム料理とのミックスだ。韓国料理や中国料理とのミックスがないのがモロッコの特徴ではないだろうか。

日本人の料理人がいる店はカサブランカに 1 店 (ILOLI)、マラケシュに 1 店 (Nama) などごくわずかである。日本本来の味を知る料理人が料理を提供する機会はほとんどない。

当地では、わざわざ日本製と断ったり、日本語をパッケージに表示して販売したりする商品がみられる。日本語パッケージが消費者の購入判断の決め手になることがあるようだ。また、それらの中には、日本国内で見たことのない製品もあり、日本に好感を持つ当地消費者心理をうまく利用した「エセ日本製品」が少数だが存在する。

モロッコは、冬でも温暖な気候が欧米の観光客に人気で、欧米出身者がホテル経営などのサービス産業に幅広く参画している。特にカサブランカやマラケシュなどの大都市には、欧米のトレンドに敏感で、良質なものであれば高額でも買いたいという、中高所得者層が少なくない。関税が高い、輸入規制が厳しいなど制度上の障害はあるが、モロッコ国内の健康志向の高まりを背景に、ヘルシーで美味しいというイメージが強い日本食・食材のニーズは、今後一層拡大していくと思われる。普及に向けて食材の活用方法を地元業界関係者や消費者、インフルエンサーへの PR 活動が急がれる。



マラケシュの SOME - slow concept store

工芸品店に併設されたおしゃれなカフェでは、家具や食器など、地元工芸作家の作品と食事を楽しめる。値段は高めだが、欧米からの観光客を意識した、こだわりの空間。

左の写真では、モロッコの伝統的な家庭パン（ホブズ）、野菜を細かく刻みドレッシングをかけたモロッコサラダ、フレッシュジュースが、工芸品の食器で提供されている。

モロッコは、モザイクやじゅうたん、陶器、木製品など、手工芸が盛んで、マラケシュは、イヴ・サン＝ローランなどフランス系デザイナーにも好まれた都市である。その流れは今でも続いているようだ。

## 8. (参考) 外資系と国内企業の外食チェーンの例



ショッピングモール内のフードコート  
マクドナルドやバーガーキングなどが出店し、若者を中心に年中にぎわっている。



ショッピングモール内のピザハット



マクドナルド  
車社会のモロッコでは主要都市近郊に外資系飲食業が店舗を展開している。



ラバトのアグダル駅  
マクドナルドやスターバックスコーヒー等、外資系ファストフードが出店している。



フランスの  
ベーカリー・カフェチェーン PAUL  
一日中顧客が絶えず、にぎわっている。





スターバックス  
店内でノートパソコンを使う様子は日本と同じ。



ベルギー生まれのハンバーガーチェーン Quick



チキングリルレストラン  
Coq Magic はモロッコの国内企業



国内企業のベーカリーカフェ・チェーン  
タルトなどのクオリティーが高い。



国内企業の寿司チェーン店  
地元客でにぎわっている。



レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20220027>



本レポートに関するお問い合わせ先：  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
海外調査部 中東アフリカ課  
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32  
TEL：03-3582-5180  
E-mail：ORH@jetro.go.jp