

日本食品消費動向調査 オーストラリア

2016年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
シドニー事務所
農林水産・食品部 農林水産・食品課

【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ください。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、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

はじめに

本調査報告書は、オーストラリアにおける今後の日本食普及と日本産食品の輸出の可能性を検討するための参考資料として作成したものである。オーストラリアの消費者、日本産食品輸入の現状、日本産食品市場の現状、検疫・食品安全基準、食品の流通状況、外食産業の現状について最新情報をまとめたほか、2015年1月に発効したEPAの影響についても触れている。また、日本食関係事業者リストを加えた。

本調査結果が同国への農林水産物・食品の輸出拡大の一助となれば幸いである。

日本貿易振興機構（ジェトロ）
シドニー事務所
農林水産・食品部 農林水産・食品課

2015年版オーストラリア日本食品消費動向調査

<目次>

1. 食品輸入の現状	3
(1) 日本食品輸入の現状	3
(2) 主要品目別の動向とその特徴	4
(3) 特に輸入が伸びている個別商品の動向	6
a. 日本酒	6
b. 日本産米	7
2. 食品マーケットの現状	8
(1) 食品の消費動向	8
a. 食品市場、食品貿易動向	8
b. 食文化の変化	9
(2) 小売市場における日本食品の消費動向、人気のある日本食品とその特徴	11
a. 主な販路	11
b. 主な市場セグメント	13
3. 日豪 EPA の影響	16
(1) オーストラリアに輸入される日本産食品への影響	16
(2) 原産地証明の手続き	16
(3) メリット	16
4. 検疫・食品安全基準	18
(1) 輸入食品に対する検疫検査と手続き	18
a. 検疫条件の確認方法および輸入許可証の取得方法	18
b. 日本食品と検疫事情	19
(2) 食品安全基準（表示義務）	20
(3) 課題	22
5. 食品の流通状況	23
(1) 食品の流通経路	23
(2) 日本食品の主な流通経路	24
(3) 日本食品を取り扱う業者へのヒアリング	25
6. 外食産業の現状	27
(1) 外食産業の現状	27
a. 市場規模	27

b. ファストフード.....	27
c. レストラン	28
d. カフェ	29
e. トренд	29
(2) 日本食レストランの現状.....	30
a. 日本食ビジネスの流れ.....	30
b. 主な日本食店の業態とトレンド.....	31
c. 課題	32
7. 関係事業者リスト.....	34
(1) 主な日本食品の輸入・卸売業者.....	34
(2) 主な日本食レストラン.....	36
(3) 日本食品を扱っている主な小売店、ヘルスフード店.....	38
(4) 主な料理専門学校、料理学校・教室.....	41

1. 食品輸入の現状

オーストラリアでは近年、「スシロール」と呼ばれる巻き寿司や回転寿司をはじめとする日本食が外食・中食市場に浸透しており、日本からの食品の輸入も拡大している。日本の統計によると、日本産農林水産物の輸出相手地域・国としては9番目に多い。ただ、オーストラリアの食品検疫規制が厳しいため、輸入が可能な品目は調味料などの加工食品や冷凍の水産物等が中心である。また、日本食の食材の多くは、価格の安いオーストラリア国産品や第三国産の類似品で代用できるため、今後は価格の高い日本産食品の付加価値をいかに訴求するかが課題と言える。



写真1. シドニーで販売されている標準的なスシロール。左は「サーモン・アンド・アボカド・ロール」。右は「テリヤキ・チキン・ロール」。価格は1本3豪ドル。大きさは長さ95mm、直径45mm。

(1) 日本食品輸入の現状

オーストラリア外務貿易省（DFAT）の貿易統計¹によると、2014年の日本からの食品の輸入額は8,453万1,000豪ドル、日本円で約70億346万7000円（1豪ドル＝83.22円で計算）と前年比10.2%増加した。同輸入額は2011年以来4年連続で増加しており、福島第一原子力発電所事故による日本産食品への風評被害はほとんどみられない。また、同事故直後から一部の日本産食品に対して実施していた放射線検査は、2014年1月に終了している。

とはいえ、2014年のオーストラリアの食品輸入額は全体で133億6,700万6,000豪ドル（前年比13.0%増）であるなか、日本産食品が占める割合はわずか0.63%にすぎない。一方、オーストラリアは農産物の輸出大国であり、畜産物や穀物などを中心にオーストラリア産食品の対日輸出額は36億3,280万3,000豪ドルと、日本産食品の対オーストラリア輸出額の約36倍もあり、2国間の食品の貿易収支は日本側の大幅な赤字である。

¹

<http://dfat.gov.au/about-us/publications/Documents/country-and-commodity-pivot-table-cy2014.xlsx>

一方、日本の財務省貿易統計を元に農林水産省が作成した「平成27年農林水産物等輸出実績（国・地域別）（速報値版）²」によると、2015年の日本産農林水産物・食品のオーストラリア向け輸出額は121億円で前年比で28.1%拡大した。日本にとって、オーストラリアは世界の国・地域別で9番目に大きい農林水産物・食品の輸出市場である。しかも人口（約2,371万人、2015年3月時点のオーストラリア統計局＝ABSの推定値）が比較的少ないことから、国民1人当たりの輸出額としては、食文化が似ている他の主要英語圏の中ではトップクラスとなっている。

こうしたことから、オーストラリアの食品市場は、日本の存在感は小さいものの、日本にとっては非常に重要な輸出市場である。また、厳格な検疫規制、オーストラリアや第三国産の安価な代替品との競合はあるものの、高い所得水準を背景とした購買力、先進国の中でも高水準の出生率、および技術移民の受け入れなどにより市場規模の拡大が期待される。

(2) 主要品目別の動向とその特徴

DFAT³によると、2008年以降の品目別の動向は表1の通りとなっている。生鮮食料品の輸入が規制されていることから、加工食品が大半を占めていることが最大の特徴である。以前からオーストラリア向け輸出が多い水産物はそれほど変化がない一方、「調味料等」、日本酒を含む「アルコール飲料」、「飲料」、「コメ」が大幅に伸びていることが分かる。

なお、2014年に「飲料」が前年比6倍以上に急増した背景について、食品業界の関係者は、日系大手輸入業者による日本のラムネ飲料の大手スーパーへの納品が始まったことを挙げている。これに追随して、他社も日本からのラムネ飲料の輸入を増やしているという。また、「甲殻類・貝類」の輸入額の急減は、その大部分を占めるホタテの需給ひっ迫により価格が高騰したことが原因となっている。

表1：日本からの食品輸入額上位10品目の推移（単位：1,000豪ドル）

² http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/pdf/27_jisseki_sokuhou.pdf

³ <http://www.agriculture.gov.au/SiteCollectionDocuments/ag-food/publications/food-stats/australian-food-statistics-2012-13.pdf>

順位	品目	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
1	調味料等	23,816	33,070	29,243	30,508	33,855	33,824	42,321
2	アルコール飲料	5,102	6,007	6,546	6,625	6,869	7,770	8,375
3	穀類	4,289	4,587	4,842	5,100	5,671	6,015	6,893
4	飲料	822	704	723	1,158	1,003	891	6,126
5	甲殻類・貝類	10,891	11,768	9,106	9,133	10,808	13,970	6,091
6	水産調製品	3,109	4,436	3,977	4,563	4,483	4,572	4,722
7	茶	1,047	1,268	1,254	1,229	1,401	1,401	1,648
8	魚類	1,425	1,134	848	1,043	1,093	2,270	1,270
9	野菜加工品	1,611	1,693	1,466	1,730	1,957	1,401	1,109
10	コメ	93	287	354	537	562	753	972
	食品輸入額合計	58,299	70,345	63,274	66,548	74,052	76,712	84,531

出所：DFAT

一方、日本の農林水産省によると、2014年のオーストラリア向け農林水産物・食品の輸出額94億円（配合調整飼料3億円、林産物2億円などの非食品も含まれる）のうち、加工食品が65億円と全体の7割近くを占めている（表2⁴）。品目別では、「清涼飲料水」、「ソース混合調味料」（ソース、たれ、ドレッシング、カレー調製品等の調味料）、「アルコール飲料」などが多い（表3）。オーストラリア側の統計と同様に「清涼飲料水」や「アルコール飲料」の輸出が大幅に拡大し、「ソース混合調味料」も堅調に伸びている。

表2：オーストラリア向け農林水産物・食品の輸出額の内訳（2014年）

農産物	81億円 (85.5%)	加工食品	65億円 (68.9%)
		穀物等	5億円 (5.3%)
		野菜・果実等	1億円 (1.3%)
		畜産品	1億円 (0.8%)
		その他農産物	9億円 (9.3%)
水産物	12億円 (12.9%)	水産物（調製品以外）	7億円 (7.7%)
		水産調製品	5億円 (5.2%)

⁴http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/pdf/26_kunibetsu_meguji_kakutei2.pdf

林産物	2 億円 (1.7%)
-----	-------------

出所：農林水産省

表 3：オーストラリア向け輸出額上位 10 品目 (2014 年)

1	清涼飲料水	19 億円
2	ソース混合調味料	14 億円
3	アルコール飲料	9 億円
4	醤油	5 億円
5	ホタテ貝	4 億円
6	配合調整飼料	3 億円
7	スープブロス	2 億円
8	キャビア及びその代用物	2 億円
9	緑茶	1 億円
10	味噌	1 億円

出所：農林水産省

(3) 特に輸入が伸びている個別商品の動向

a. 日本酒

オーストラリア市場では日本酒の需要が大幅に拡大しており、日本食品輸出の有力な商品の 1 つとなっている。日本の財務省貿易統計⁵によると、2014 年の清酒のオーストラリア向け輸出量は前年比 23.8% 増の 333.6 キロリットル、輸出額は 29.0% 増の 2 億 6,952 万 9,000 円となった。7 年前の 2007 年と比較すると、輸出量は 2.8 倍、輸出額は 3.4 倍に拡大している。

オーストラリアのアルコール文化はもともとビールが中心だった。しかし、長期的なトレンドで 1 人当たりのビール消費が縮小する一方、ワインの消費が伸びており、食事といっしょに楽しむ「食中酒」として飲まれている。日本酒もワイン同様食中酒として浸透し始めている。主に都市部の富裕層の間で本格的な日本料理への理解が広まる中で、日本酒への関心も高まっているようだ。地場の外食企業が経営する、日本酒をテーマにした日本食レストラン「サケ・レストラン・アンド・バー」(シドニー、メルボルン、ブリスベンに合計 4 店舗) や、こだわりの地酒を売りにした居酒屋なども話題を集めているほか、日本酒を提供する高級レストランも出てきている。

⁵ <http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001132336>

しかしながら、アルコール飲料市場全体で見ると日本酒の存在感は依然小さく、日本酒を飲んだことのない人も多い。幅広い層に飲まれているワインと比較すると、日本酒はきわめてニッチな市場にとどまっている。また、日本酒を取り扱っていない酒販店も多く、小売販路の開拓が課題と言える。通好みの高級日本酒を販売している小売店は、日本酒を飲み慣れた中国人などアジア人が多い大都市中心部の一部の店に限られる。

なお、日本酒はオーストラリアでは検疫上の規制がないため、一般的に輸入が容易な商品である。また、醸造アルコールを添加していない純米酒に限り、税法上、ワインと同等に扱われることから、小売価格も比較的手頃となっている。純米酒には、ワイン均等化税（WET＝卸売価格または輸入価格の 29%）と、消費税に相当する「財・サービス税」（GST＝10%）が適用される（関税はゼロ）。一方、アルコール添加された日本酒、焼酎、ウイスキーなどの純米酒以外の酒類は、純アルコール 1 リットル当たり 81.05 豪ドル（2016 年 2 月時点）の税が適用されるため、小売価格はきわめて割高である。

b. 日本産米

日本産米のオーストラリア向け輸出も近年、急増している。日本産米はオーストラリア産や第三国産のジャポニカ米と比較して高価だが、冷めても美味しく寿司に適しているとされ評価が高い。輸出量はもともとほとんどゼロだったが、2000 年代後半にオーストラリアを襲った大規模な干ばつにより、米の生産が壊滅的な打撃を被ったことと、リーマンショック前の世界的な穀物高騰を背景に、価格が高い日本産米にもビジネスチャンスが生まれた。

これに着目した生産者と商社が 2008 年、秋田県産「あきたこまち」の対オーストラリア輸出を開始し、他のブランド米もこれに追従して輸出を拡大した。その後、日本産米の対オーストラリア輸出はほぼ右肩上がりに伸び、2014 年の輸出量は 185 トン、輸出額は 5,902 万 9,000 円まで拡大した。

とはいえ、オーストラリアのコメ輸入量に占める日本産米の割合はわずかなもので、市場におけるジャポニカ米の主流はオーストラリアの国産または米カリフォルニア州産となっている。日本産米は同じジャポニカ米でありながら小売価格はこれらのおおむね 2～3 倍と高く、需要は味にこだわる日本在住者や中国人の富裕層にほぼ限られているのが現状である。外食関係者によると、コストに敏感なレストランでは、高い日本産米を使っている店はほとんどないという。

2. 食品マーケットの現状

オーストラリア国内の食品売上高は小売売上高全体の半分以上を占める。このうちスーパーと食料品店が全体の約 6 割、外食・中食販路が約 4 分の 1 などである。オーストラリアの食文化は、もともと英国の簡素な料理が主体だが、英国以外の海外料理の影響で多国籍化、グルメ化の傾向が強まった。また、健康志向の高まりを背景に魚介類の消費も拡大し、寿司など日本食の人気につながった。

(1) 食品の消費動向

a. 食品市場、食品貿易動向

①食品市場

「オーストラリア食品統計 2012/2013 年度版」(Australian Food Statistics 2012/13=オーストラリア連邦農業・水資源省)⁶によると、2012/2013 年度(オーストラリアの会計年度は7月1日～翌年6月30日)の食品(飲料・アルコール飲料を含む)売上高は1,414億3,300万豪ドルと小売市場全体(2,593億4,300万豪ドル)の54.5%を占め、カテゴリー別で最大となっている。

食品の販路別では「スーパーマーケット・食料品店」が最も多く、880億4,100万豪ドルと全体の62.2%を占めた。スーパーは、最大手のウールワース、2位コールズ、卸売大手メットキャッシュ系、独系アルディの4社で全国に合計約4,500店舗ある。売上高のシェアはウールワース(39.0%)とコールズ(33.5%)で合計7割以上と2社の寡占状態となっている。次に、「カフェ・レストラン」(201億4,200万豪ドル=14.2%)、「テークアウェイ(テークアウト=持ち帰り)店」(146億1,600万豪ドル=10.3%)、「酒販店」(99億6,900万豪ドル=7.0%)、「その他」(86億6,600万豪ドル=6.1%)の順に多い。

デフレが長年続いた日本と比較すると、一般的にオーストラリアの食品の物価、とりわけ外食は高い印象があるが、価格の上昇は鈍化している。同年度の食品の消費者物価指数は前年度比0.5%の上昇にとどまり、経済協力開発機構(OECD)加盟国の平均である2.0%を下回った。過去20年間でも年間平均3.1%の上昇と、OECD全体の4.4%より低い。

長期トレンドで見ると、1世帯当たりの1週間の食品・飲料への支出額は増えている。2012/2013年度の貨幣価値を基準とした実質ベースで、1998/1999年度222豪ドル、

⁶<http://www.agriculture.gov.au/SiteCollectionDocuments/ag-food/publications/food-stats/australian-food-statistics-2012-13.pdf>

2003/2004 年度 226 豪ドル、2009/2010 年度 255 豪ドルとなった。もっとも、食費が家計に占める割合は、1998/1999 年度 21.0%、2003/2004 年度 19.7%、2009/2010 年度 19.1%と低下してきている。外食・テークアウト費の割合が拡大している反面、穀物製品（パン、シリアル等）や飲料（アルコール飲料を除く）の割合は縮小傾向にある。

②食品貿易動向

オーストラリアは有数の農業輸出大国であり、食品の輸出額は輸入額を大幅に上回っている。2012/2013 年度の食品の輸出額は約 318 億豪ドル、同輸入額は約 116 億豪ドルと、収支は約 202 億豪ドルの黒字である。オーストラリア農業者連盟（NFF）によると海外市場で国内人口の約 2.5 倍に相当する 6,000 万人分の食料需要を満たしている。また、日本の農水省の試算⁷によるとオーストラリアのカロリー・ベースの食料自給率は 205%（2011 年）であり、主要国の中ではカナダに次いで 2 番目に高い。

ただ、加工食品の貿易に限定すると、2000 年代以降、輸出が減少傾向にある一方で輸入が拡大している。「水産加工品」、「植物油・油脂」、「菓子」、「ベーカリー用商品」、「ソフトドリンク」、「ビール・モルツ・蒸留酒」といったカテゴリーでは、輸入額が輸出額を大きく上回っている。2012 年頃までの資源輸出ブームを背景に豪ドル高が進み、人件費など事業コストも上昇したため、国内で生産された加工食品が輸出競争力を失ったことが背景にある。

スーパーの食品売場を見ると、畜産品や乳製品、生野菜・果物などの生鮮食料品はオーストラリアの国産品が圧倒的に多いが、缶詰やインスタント食品、パック入りの冷凍野菜、冷凍の魚介類、調理済み冷凍食品などの加工食品は輸入品の存在感が強まっている。

b. 食文化の変化

オーストラリアの食文化は旧宗主国である英国の簡素な料理がベースにある。ファストフードとして「国民食」のミートパイやフィッシュ・アンド・チップス（衣を付けて揚げた白身魚の切り身にフライドポテトを添えたもの）がよく食される。ディナーもロースト肉やステーキなどあまり手を加えない料理が中心で、食材や調理法にこだわる人は少なかった。客人をもてなすのも、週末に裏庭で開くバーベキュー・パーティーが定番である。

ところが、そうしたシンプルな食文化も次第に様変わりしてきている。18 世紀末以降は英国をはじめ欧州北部からの移民が中心だったが、第二次世界大戦後にイタリアなどの南

⁷ 世界の食料自給率 http://www.maff.go.jp/j/zyukyu/zikyu_ritu/013.html

欧からの移民が増加し、地中海沿岸の豊かな食文化を持ち込んだ。1970年代には、欧州系移民のみ受け入れる「白豪主義」の廃止に伴い、アジアなど欧州以外からの移民が増加し、食文化の幅が広がった。

また、オーストラリア人の海外への旅行や出張・滞在が増えたことにより、海外の料理は一般の西洋系オーストラリア人の間にも普及していった。タイやベトナム、インド、中国、日本など様々な国の料理が外食やテイクアウトを中心に普及し、移民向けの食料品店だけではなく、大手スーパーにも外国食材が並ぶようになった。

また、長年の経済成長を背景に富裕層が増えてグルメ志向も高まった。1980～1990年代以降は、西洋料理に異文化の料理を取り入れた「モダン・オーストラリアン」、「コンテンポラリー」と呼ばれる創作料理の高級レストランが次々と誕生し、話題を集めた。中でも、シドニーの高級店「ロックプール」のニール・ペリー氏、「テツヤズ」の和久田哲也氏などが知られている。近年では、シェフが腕を競うテレビの料理番組が人気を集めており、大手スーパーが英国の有名シェフ、ジェイミー・オリバーのプロデュースしたブランドの食材を販売するなど、美食ブームは一般層にも浸透している。

さらに、健康志向も高まっている。魚介類は「身体に良い」というイメージが強く、国連食糧農業機関（FAO）⁸によると、1人当たりの魚介類消費量は、1930年代から1998/1999年度までの間に2倍以上に拡大した。イタリア人やギリシャ人しか食べなかったタコ、日本人や韓国人に需要が限定されていた海苔、生魚など、一般的なオーストラリア人がかつて気持ち悪がって口にしなかった魚介類にも抵抗がなくなっている。

オーガニック（有機無農薬）食品の需要も急拡大している。オーガニック生産者団体「オーストラリアン・オーガニック」の「オーストラリア・オーガニック市場リポート2014年版」（Australian Organic Market Report 2014）によると、同年のオーガニック産業の規模は17億2,800万豪ドルと前年比で18%伸びた。2009年（8億4,500万豪ドル）の2倍以上に達し、過去5年間の年間平均成長率は15.4%と高い成長を続けている。オーガニック農産物の生産額は、5億7,000万豪ドルと従来型農産物の1.25%を占めている。

ベジタリアン（菜食主義者）、ビーガン（動物性食品を一切摂らない厳格な菜食主義者）も一定の割合に達している。多くのレストランはベジタリアン向けのメニューを用意しているほか、ベジタリアン専門のレストランもある。2010年に調査会社ニューズポールが1,202人を対象に実施した世論調査によると、ベジタリアンであると答えた人は5%、ビー

⁸ http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso_australia/en

ガンは1%だった。また、グルテンに対するアレルギーを持つ人や「摂取しない方が体によい」と考える人のために、大手スーパーはパンやビスケット、米粉など「グルテンフリー」食品を多く販売している。

(2) 小売市場における日本食品の消費動向、人気のある日本食品とその特徴



写真 2. シドニー市内のアジア系食料品店で販売されている日本製調味料

a. 主な販路

小売市場における日本食品の販路としては、大きく分けて①ウールワース、コールズなどの大手スーパー、②アジア系食料品店、③日系食料品店、の3つがある。

①大手スーパーの店舗の多くは、売場の一角にアジア食品コーナーを設置し、中華やタイ、ベトナムなどの料理用の食材と並んで日本食品も販売している。アジア食品売場で販売している代表的な日本食用食材としては、海苔や寿司酢、わさびなどの巻き寿司用の食材、カレールー、パン粉、マヨネーズ、うどんやそうめん、ラーメン等の乾麺、即席麺、カップ麺などが見られる（表4参照）。海苔、寿司酢、巻きすなどを同梱した巻き寿司セットも流通しており、スシロールの需要が外食・中食市場から一般家庭の内食市場にも浸透しつつあることがうかがえる。醤油、ジャポニカ米、緑茶といった食材は、アジア食料品コーナー以外の一般の食品売場でも、販売されている場合もある。

大手スーパーのウールワース、コールズはそれぞれ 872 店舗、762 店舗（いずれも 2015 年 12 月時点）を全豪各地に展開している。この 2 社は、人口の大半を占める一般の西洋系

オーストラリア人を主な顧客層としていることから、量販が期待できる有力な販路である。

ただし、日本の食品メーカーにとって新規参入は容易ではない。スーパーの食品売場全体の規模から見ると日本食品の品揃えは限られ、中華やタイの料理用食材と比較しても品数は少ない。海苔、ジャポニカ米、麺類、緑茶といった商品は日本産ではなく、オーストラリア産またはアジアや米国などの第三国で製造された比較的低価格のものが多い。日本ブランドの醤油、マヨネーズ、乾麺、即席麺、カップ麺などは、日本の大手食品メーカーがアジアなどの第三国の工場で生産した商品が販売されているケースも多い。日本から輸入された食品もあるが、日本の大手食品メーカーのカレールー（肉由来の油脂・エキスを含まない製品）やパン粉などに限定されている。また、スーパー業界は大手 2 強の寡占状態にあることから、スーパー側の買い手市場となっており、食品メーカーや生産者などの売り手にとっては好条件での取引がしにくいことも、新規参入を難しくしている。

②アジア系食料品店は一般的に「アジアン・グロサリー」と呼ばれる。中華、タイ、ベトナム、マレーシア、インドネシア、日本、韓国などアジア各国・地域の食材を主に販売している小売業態である。主に大都市中心部や郊外のアジア人居住者が多いエリアに立地している。アジア人の家族経営による零細事業者が多いが、例えばシドニー周辺に 6 店舗を展開する中国系の「ミラクル・スーパーマーケット」(Miracle Supermarket) のようなチェーン店も存在する。

主な顧客であるアジア系住民は、西洋系オーストラリア人と比較して普段から日本食を食べ慣れている。このため、オーストラリア産や第三国産の日本食材だけではなく、価格が比較的高い日本産の食材の品揃えも、大手スーパーに比べ格段に充実している。主要な日系の輸入・卸売業者との取引も多いことから、大手スーパーと比較すると取引可能性が高くなる。

③日系食料品店は、日系企業の駐在員や留学生、永住者を対象とした、日本人経営の小売店が大半を占める。シドニーやメルボルン、ゴールドコーストなど日本人の居住者が多い主要都市に数件ずつある。最も歴史が古いシドニーの「東京マート」や同系列で主要都市にある「不二マート」などのスーパーが代表的である。シドニーではコンビニ形式の小規模店も数店舗営業している。加工食品や冷凍食品などの日本食品の品揃えは、3 つの主要販路の中では最も充実している。

b. 主な市場セグメント

オーストラリアは英国系アングロサクソンを多数派としながらも、全人口の約 4 分の 1 が海外生まれ（2011 年の国勢調査）という移民国家である。1970 年代以降は、アジアなど欧州以外からの移民が増加し、主に都市部では様々な民族グループが共存するモザイク社会を形作っている。耐久消費財や衣料、身の回り品と異なり、食品はそれぞれの食文化によって消費性向が著しく異なる。このため、オーストラリアの食品市場で販路を開拓するには、どのセグメントの攻略を目指すかによってマーケティング戦略が変わってくる。

日本食品の訴求対象としては、おおまかに分けて①欧州系オーストラリア人、②アジア系市民、③日本人の 3 つのグループが想定される。市場規模が最も大きいのは、①の欧州系オーストラリア人である。移民の二世、三世は混血も多いことなどから人種・民族別の正確な人口は分からないが、2011 年の国勢調査の結果から欧州系オーストラリア人の数はざっと 2,000 万人程度と推定される。このグループは、タイ、中華などのアジア料理もひんぱんに食べ、サンドイッチ感覚のスシロールも知っている。ただ、普段口にしてるのは西洋料理が中心であり、日本食の消費頻度は在留邦人やアジア系市民と比較して低いと言える。

なお、このグループは一般的に醤油や砂糖が多く入ったテリヤキソース系の日本食を好む。昆布やかつお節で取った出汁は「味が薄い」、「魚臭い」として敬遠する人もおり、総じて味ははっきりした甘辛く濃い味を好む傾向が強い。ただ、近年は日本で本物の味を知った和食通も増えて来ているようである。

②アジア系市民は、東南アジア出身の華僑、香港・中国本土出身者など中国系が中心だが、韓国、ベトナム、タイ、インドネシア人もいる。市場規模はおおむね数十万人～100 万人程度と推算され、シドニー、メルボルン、ブリスベン、パース、アデレードといった大都市圏に人種ごとの地域社会を形成している。白米を主食とし、箸を使うなど食文化が日本人に近く、若者を中心に日本の現代文化や料理に対する関心が高い。また、富裕層は、価格が高くても付加価値の高い日本産食品にはそれなりの対価を払う傾向がある。

嗜好は出身の国・地域によって様々だが、多数を占める中国系の消費者は総じて①の欧州系オーストラリア人と同様に、甘辛く濃い醤油味の日本食を好むほか、唐辛子を大量に振りかけて食べる人が多数見られる。また、訪日経験が豊富で、日本の本格的な和食を食べ慣れている人も多い。

③日本人のグループは、市場規模は小さいものの、日本食品の消費頻度が最も高いセグ

メントである。味や食材の品質に対するこだわりが強い傾向があるが、近年はオーストラリアと日本の物価の差が際立ってきていることから、価格重視である。外務省「海外在留邦人数調査統計」によると、2014年10月1日時点のオーストラリアの在留邦人数は8万5,083人（永住者4万8,589人、長期滞在者3万6,494人）と国・地域別で米国、中国に次いで多い。オーストラリア国内の民族グループとしては非常に少数派だが、海外在住邦人向けの食品市場として見ると規模は世界で3番目に大きい。日本からオーストラリアに食品を売り込む際は、まず在留邦人市場に足がかりを築いた上で、販路を拡大していくのも1つの方法と言えるだろう。



写真 3.シドニー市内の大手スーパーの日本食品売場

表 4：シドニー市内の大手スーパーにおける日本食品の販売例と価格

品目	商品名	内容量	価格 (A\$)	原産国・製造国
醤油	Kikkoman Soy Sauce	1,000ml	\$9.50	シンガポール
	Kikkoman Soy Sauce	600ml	\$6.25	シンガポール
	Kikkoman Soy Sauce Salt Reduced (減塩)	600ml	\$8.40	シンガポール
	Kikkoman Soy Sauce Gluten Free (グルテンフリー)	250ml	\$5.00	シンガポール
味噌	Hikari Shinshu Aka Miso / Shiro Miso	400g	\$3.99	日本
インスタント味噌汁	Hikari Instant Wakame Miso Soup	216g	\$3.85	日本
	S&B Instant Tofu Miso Soup	30g	\$5.50	日本
	Ajishima Freeze Dried Miso Soup	6g	\$2.39	中国
ジャポニカ米	Sunrice Medium Grain White Rice	5kg	\$14.96	オーストラリア
	Sunrice Sushi Rice	750g	\$3.50	オーストラリア
	Kokuho Rose Sushi Rice	1kg	\$4.93	米国
カレールー	S&B Golden Curry Medium Hot / Mild	100g	\$4.49	日本

海苔	Obento Roasted Seaweed	25g	\$3.34	中国
寿司酢	Obento Sushi Seasoning	250ml	\$3.26	中国
米酢	Obento Rice Wine Vinegar	250ml	\$2.36	中国
ショウガ甘酢漬け	Obento Pickled Ginger Slices	100g	\$1.65	中国
わさび	S&B Wasabi Horseradish Paste	43g	\$3.30	日本
手作り寿司セット	Obento Sushi Kit (海苔、米、わさび、調味料、巻きす)	540g	\$12.08	オーストラリアで梱包。コメはオーストラリア産。海苔、調味料等は輸入品を含む。
みりん	Mizkan Honteri Mirin Seasoning	250ml	\$5.08	日本
マヨネーズ	Kewpie Mayonnaise	300g	\$4.90	タイ
	Kewpie Wasabi Mayonnaise	300g	\$5.69	タイ
ドレッシング	Kewpie Japanese Dressing Sesame Soy	210ml	\$4.50	タイ
	Kewpie Japanese Dressing Roasted Sesame	210ml	\$4.50	タイ
パン粉	Nisshin Panko Bread Crumbs	200g	\$5.50	日本
	Obento Panko Bread Crumbs	200g	\$2.72	中国
緑茶	Nerada Green Tea Bags 50 pack	75g	\$4.40	オーストラリア (原材料は輸入)
乾麺	Hakubaku Organic Udon	270g	\$3.40	オーストラリア
	Hakubaku Organic Soba	270g	\$3.81	オーストラリア
	Hakubaku Organic Ramen	270g	\$3.81	オーストラリア
生麺	Kan Tong Udon	440g	\$2.00	中国
	Obento Udon Noodles	200g	\$1.40	日本
インスタント麺	Nissin Instant Noodle Sesame Oil	100g	\$1.51	香港
カップ麺	Nissin Cup Noodle Seafood	74g	\$2.89	タイ
カップ麺	Nissin Bowl Noodle Sesame Oil Flavour	110g	\$1.95	香港

*調査実施：2015年12月、場所：「コールズ・マルーブラジヤクション店」

3. 日豪 EPA の影響

日豪経済連携協定（EPA）が 2015 年 1 月 15 日に発効し、日本の農林水産物に対するオーストラリア側の関税は全廃された。しかし、税率上の直接的な効果は軽微と言える。

(1) オーストラリアに輸入される日本産食品への影響

日豪 EPA の発効とともに、日本からオーストラリアに輸入される農林水産物は、全品目の関税が即時撤廃された。オーストラリアでは農林水産物の通常の関税の多くが既に 0%で、高いものでも 5%程度と低水準であった。また、EPA 関税がゼロとなっても、オーストラリア国内の検疫規制に変更はないため、畜産物や乳製品、卵製品、生の青果などの輸入が不可能または難しい状況に変化はない。とはいえ、主要輸出品目である日本酒や清涼飲料水等では関税の撤廃によるメリットが大きい。

(2) 原産地証明の手続き

他の自由貿易協定や EPA と同様に、日豪 EPA も様々な原産地規則を定めている。EPA 相手国ではない第三国産品の迂回輸入を防ぐことが目的である。EPA 税率の適用を受けるためには、原産地を証明する書類が必要となる。

日豪 EPA では、日本商工会議所が発給する「原産地証明書」（Certificate of Origin＝COO）による従来の「第三者証明制度」に加えて、生産者、輸出者、輸入者のいずれかが作成する「原産品申告書」（Origin Certificate Document＝OCD）による「自己申告制度」⁹を認めている。自己申告制度の採用は、日本がそれまでに締結した FTA または EPA では初めてである。オーストラリア税関の OCD フォーム（図 1）に英語で必要事項を記入する。電子的な署名も可能で、任意の様式での提出も認めている。

なお、オーストラリアでは、日本からの輸入については、課税価格が 1,000 豪ドル以下の場合 COO または OCD の提出を免除している。

(3) メリット

日豪 EPA の本質は物品の市場アクセスの拡大だけではない。オーストラリア国内における日本企業の投資審査基準額の緩和（2 億 4,800 万豪ドルから 10 億 7,800 万豪ドルへと大

⁹ 日豪 EPA「自己申告制度」利用の手引き(財務省関税局 2015 年)
<http://www.customs.go.jp/news/news/jikoshinkoku/riyou.pdf>

幅引き上げ) による投資の拡大、サービス分野の待遇改善や規制緩和などにより、日豪経済関係の一層の緊密化が期待される。

近年は海外展開を図る日本の外食企業が、オーストラリアに注目する動きも出ている。ラーメンチェーンの「博多一風堂」や定食チェーン「やよい軒」などが相次いで出店、回転寿司チェーン「元気寿司」も2015年8月にフランチャイズ展開を発表した。日豪EPAの発効によって2国間のヒトやカネの流れがいつそう強まれば、そうした外食産業の進出をさらに加速させ、ひいては日本からの食品輸出の拡大にもつながりそうだ。

図1. オーストラリア税関の原産品申告書フォーム

Sample
Origin Certification Document
(Australia-Japan Economic Partnership Agreement)

1. Exporter's or Producer's Name and Address 輸出者または生産者の名、住所			
		6ケタのHS番号	原産性の基準
No.	2. Description of goods Description of goods including number and kind of packages, marks and numbers on packages, weight (gross or net weight), quantity (quantity unit) or other measurements (litres, m ³ , etc.); invoice number(s) and date(s), or sufficient details to identify the consignment. 商品の概要 (品名、梱包の数・種類、重量、数量等)	3. Harmonised System tariff classification number (HS 6 digit) of goods 数量等	4. Preference criteria (WO, PE, PSR) and Other (de minimis, accumulating), if applicable
5. Other (any other applicable origin criteria or other indication) その他の原産性に関する記載事項			
<input type="checkbox"/> Non-party invoices			

6. Certification
I, the undersigned, declare that the goods described in Box 2 meet(s) all the relevant requirements of Chapter 5 of the Agreement between Australia and Japan for an Economic Partnership and issue (an) originating goods under the Agreement.

Date 日付

Name 名前 署名または印鑑 (signature or stamp)

Address 住所

記入者情報
Please tick a box to indicate who has completed this origin certification document:
 Importer Exporter Producer
輸入者 輸出者 生産者

10 脚注9の資料P10に日本語による解説あり

4. 検疫・食品安全基準

オーストラリアは周囲を海洋に囲まれた固有の生態系を有しているため、政府は外来の害獣・害虫・疫病から国内の自然環境および農畜産業等を保護することに注力している。他の主要国と比較して非常に厳しい検疫規制を実施しており、輸入食品の品目は限られる。

厳しい検疫規制の下で、現状では大半の生鮮食料品の輸入は不可能、または実質的に困難な状況である。日本から輸入されている食品は、規制がそれほど厳格ではない加工食品や飲料、冷凍食品等である。

また、通関して国内市場に入った商品は、オーストラリア連邦保健省所管のオーストラリア・ニュージーランド食品安全局（Food Standards Australia New Zealand=FSANZ）が作成し、法制化されている食品安全基準「オーストラリア・ニュージーランド食品安全基準」（Australia New Zealand Food Safety Code）の規制対象となる。

(1) 輸入食品に対する検疫検査と手続き

輸入食品に対する規制の根拠法は、1908年連邦検疫法（Quarantine Act 1908）および1992年輸入食品管理法（Imported Food Control Act 1992）である。これらの規定に基づき、オーストラリア連邦農業・水資源省（農業省）が港湾や空港で水際の検疫検査を実施している。

1908年連邦検疫法は、2016年6月16日に施行される2015年連邦バイオセキュリティー（生物安全保障）法¹³に置き換わる。新法は、現代の生物安全保障上のリスクに効率的に対応するもので、違反者に対する罰則規定の見直し、水際だけではなく国内外での生物安全保障上のリスク管理の強化、行政手続きの近代化などを盛り込んでいる。

a. 検疫条件の確認方法および輸入許可証の取得方法

日本からの輸入の可否や輸入許可証の要否など、各商品に個別の検疫条件の詳細は、農業省のウェブサイト「BICON」（Biosecurity Import Conditions System=バイコン）内にあるデータベース¹⁴で検索する。

¹³ 農業省

<http://www.agriculture.gov.au/biosecurity/legislation/new-biosecurity-legislation>

¹⁴ <https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0>

a-1. 検疫条件の検索方法

「BICON」(脚注 14) の URL の入力欄に、「英語の商品名」、「動植物の学名」、「関税コード」(半角英数) のいずれかを入力し、「Search」ボタンをクリックする。次の画面以降、加工の度合い、輸送方法、原産国などの情報を入力していくと、最終画面でそれぞれの条件に応じた検疫条件及び輸入許可証の要否が表示される。¹⁵

なお、オーストラリアの関税コードは、HS コードにほぼ準じており、下記のオーストラリア移住・国境警備省のサイトの現行関税率表 Current Tariff Classification で参照できる¹⁶。

a-2. 輸入許可証の取得方法

「BICON」で調べた結果、輸入許可証が必要である場合は、BICON サイト内にアカウントを開設した上で、オンラインで輸入許可証の申請手続きを行う。申請手続きに必要な製造業者の申告書などの書類は、電子媒体で添付(容量 100 メガバイトまで)できる。申請手数料は、クレジットカードでの支払いが可能である。申請が許可されれば、手数料を全額入金した日から 20 営業日以内に輸入許可証が発行される。オーストラリア農業省は、商品が輸出国から離れる前に輸入許可証を取得することを推奨している。

b. 日本食品と検疫事情

農業省が 2015 年 12 月時点で輸入を「制限」している食品のカテゴリーは次の通りである。

- ◇卵および卵製品、 ◇乳製品 ◇缶詰以外の食肉 ◇種子およびナッツ類
- ◇生の果物および野菜

原産国によって多少条件は異なるが、日本産の場合、上記のほとんどの商品は輸入が不可能である。2015 年 12 月現在、一部の国に既に輸出され人気が高い日本産の牛肉や生のリンゴであってもオーストラリアに輸入することはできない。ただし、加工食品の原材料としては一部輸入が可能な場合もある。例えば、卵の含有率が重量ベースで 10%以下であるマヨネーズは輸入されている。

また、検疫条件が緩やかで、日本から輸入しやすい商品としては、醤油やソース類などの調味料、肉由来の油脂・エキスを含まないカレールーや即席麺、乾麺、冷凍麺などの

¹⁵ <http://www.agriculture.gov.au/import/online-services/bicon>

¹⁶ <https://www.border.gov.au/Busi/Tari/Curr>

加工食品、頭や内蔵を除去した包装済みの魚類、コメ、日本酒を含むアルコール飲料、清涼飲料水などが挙げられる。これらの商品は、手続きが面倒な輸入許可証 (Import Permit) を取得する必要がなく、一定の条件を満たし、書類に不備がなければ、通関・検疫の手続きは比較的容易である。

ただし、これまで問題なく輸入できていた商品であっても、生物安全保障上のリスク等により規定が見直されたり、輸入ができなくなる事例は過去に数多く発生している。

例えば、以前にオーストラリアで流通していた日本産の昆布は、ヨウ素の含有量が多いとして健康上のリスクが高いと判断された。乾燥重量 1kg 当たり 1,000mg 以上のヨウ素を含む乾燥昆布の輸入は禁止されており、現在ではほとんどの日本産の昆布は輸入が困難な状況となっている。また、広島県の特定の海域で生産されたカキはノロウイルス感染による健康被害の可能性があると、2004 年以降、通達で輸入が禁止されている。

なお、2011 年の福島第一原発事故の直後から、日本から輸入される特定の食品について放射線検査を実施していたが、2014 年 1 月に検査を終了した。

一方、日本からの輸入機会が拡大した商品の例としては水産品がある。2009 年、日本からオーストラリアへ輸出される水産食品に日本冷凍食品検査協会による証明書が発行されるようになった。オーストラリアが認めた特定の品目について、同証明書があれば輸出手続きが円滑に行われるようになってきている。「証明書があれば、シラスや煮干し、シシャモの輸入が容易になった」(輸入商社 A 社) との声が聞かれた。

輸入許可証の発行が必要で、輸入が実質的に難しい畜肉エキス入り加工食品については、見解が分かれている。特に規定が変更されたわけではないものの「輸入がしやすくなった」(輸入商社 B 社) という声もある。「現在も以前同様に条件は非常に厳しいものとなっており、事実上の輸入規制に等しい」(輸入商社 C 社) という指摘もある。

(2) 食品安全基準 (表示義務)

オーストラリア国内に入った食品は、オーストラリア・ニュージーランド食品安全基準の規制の対象となり、ラベル表示が義務付けられている。食品のラベル表示関連規則は、2016 年 3 月表示項目の一部に追加があり、第 1 章 2 節「食品表示および情報提供に関する規定」(Part 1.2 Labelling and other Information Requirements) の 1~12 項¹⁷に記載されている。全ての小売用食品には表示義務があるが、免除されるものとしては、生鮮食料

¹⁷ <http://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx> 2016 年 3 月 1 日実施

品、パン店やケーキ店などその場で製造され販売される業態の食品、テークアウト店などの消費者の目前で梱包される食品、宅配などがある。ラベルは英語で、判読可能な大きさの文字で記載する必要がある。表示内容は次の通り(図2参照)。

- ◇食品名称
- ◇食品アレルギーに関する警告文及び助言文
- ◇原材料・添加物の表示
- ◇製造年月日、消費期限、賞味期限の表示
- ◇使用法、保存法
- ◇栄養分に関する表示
- ◇原材料および内容物の含有率等に関する表示(特徴的な主成分。例えばチョコレートに含まれるココア)
- ◇原産国表示
- ◇食物繊維成分表記にかかる暫定基準(新)

図2. 日本製食品(松茸釜めしの素)のラベル表示の例



(3) 課題

オーストラリアは日本の生産者や食品メーカーにとって有望な輸出市場の 1 つであり、今後の需要の伸びも期待できる。しかし、さらなる販路拡大を図る上で厳しい検疫規制が最大のネックとなっている。同国の生物安全保障に対する厳しい取り組みは、オーストラリア政府の特異な生態系保護を目的とした政策であり、早急かつ抜本的な規制緩和は望めないだろう。こうした中で日本の生産者・食品メーカーとしては、在豪輸入商社の豊富な知見を参考にしながら、オーストラリアの検疫条件に対応した商品開発¹⁸を積極的に進めることや、食品安全関連法令の順守に努めることが肝要と言えそうだ。

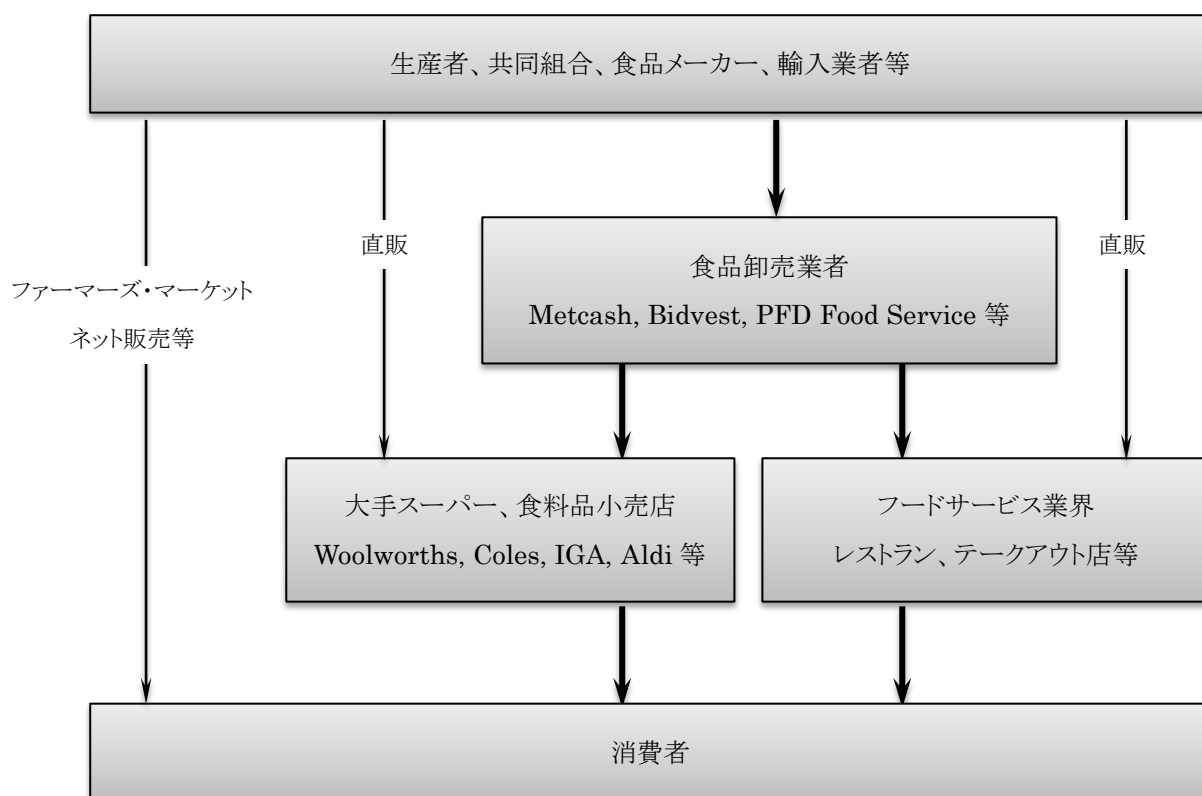
¹⁸ 例：卵の含有量を規定（重量の 10%）以下に減らしたマヨネーズ

5. 食品の流通状況

(1) 食品の流通経路

市場に出回る食品には、農業・畜産・酪農・漁業などの生産者、共同組合、農業法人、食品メーカーが生産・製造したものと、輸入業者が輸入したものがある。それらを、食品卸売業者がスーパーなどの小売店や外食店、テークアウト店、ケータリング会社などに卸している。また、生産者が卸売り業者をとおさずに、小売店や外食店に販売する場合や、ファーマーズ・マーケットやネット販売等で直接消費者に販売するケースもある。

図 3. オーストラリア国内市場における食品の流通経路



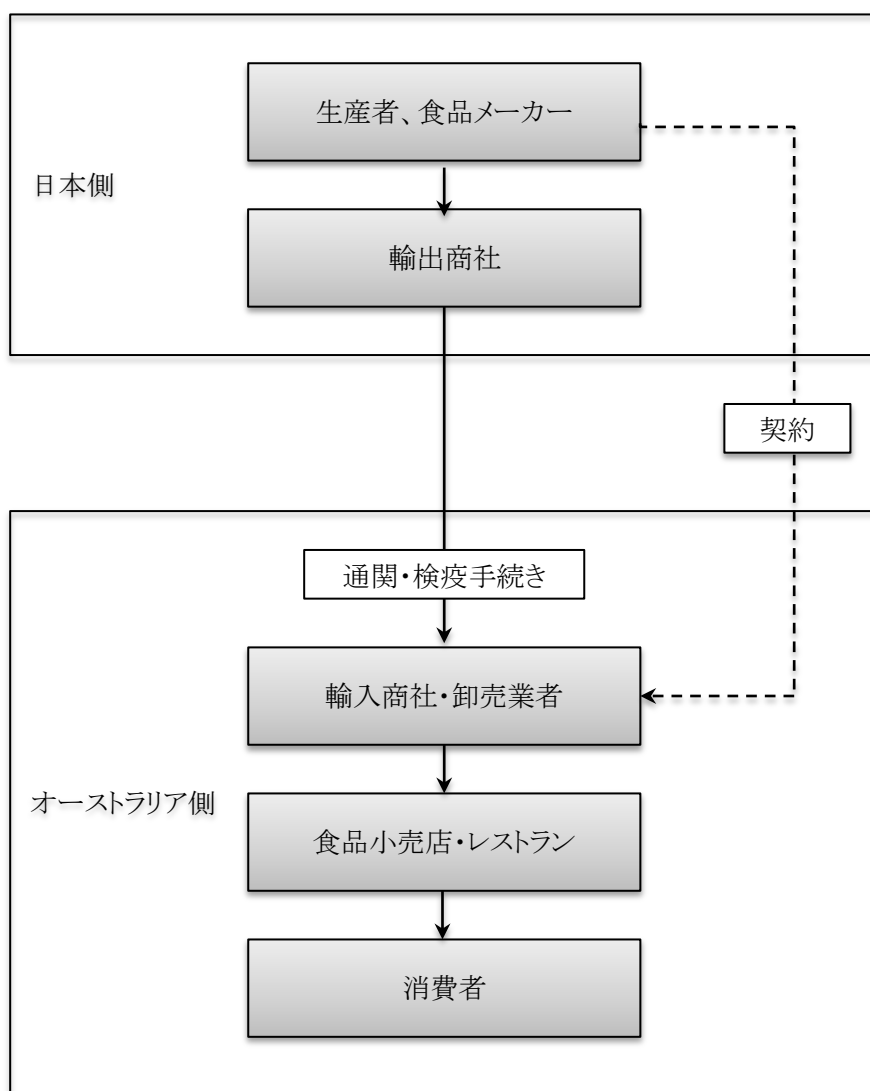
食品小売売上高 約 1,414 億豪ドル*

*売上高出所:2012/2013 年度オーストラリア農業省食品統計 2012/2013 年度

(2) 日本食品の主な流通経路

日本からオーストラリアに輸入される農水産物や食品は、基本的に以下の流れで消費者まで届けられる。商品の取引契約は、日本側の食品メーカーまたは生産者と、オーストラリア側の輸入・卸売業者の間で締結するのが一般的である。

図 4. 主な日本産農水産物・食品の流通



日本からの食品輸入額 8,453 万 1,000 豪ドル(2014)*

*輸入額出所: オーストラリア外務省貿易統計

(3) 日本食品を取り扱う業者へのヒアリング

オーストラリア国内で日本食品を取り扱う主要な日系輸入・卸売業者 3 社と小売店 1 店舗を対象にヒアリングを行った。日本産食品の輸入の現状と課題などについて聴取し、2015 年 12 月末に書面で回答を得た。人気商品としては、日本酒や菓子を挙げる会社が多かった。課題としては、オーストラリアの厳しい検疫・食品安全規制、日本産食品の賞味期限の短さなどが指摘された。回答の内容は次の通り。

業態	輸入商社・卸
企業名・店名	Daiwa Food Corporation Pty. Ltd.
取扱品目	約 5,000 品目
売上高	非公開
日本産食品の割合	約 30%
人気商品・有望商品	冷凍加工肉製品、日本製冷凍加工品
課題	◇手続きにおける製品情報の開示、◇日豪検疫の協力強化

業態	輸入商社・卸
企業名・店名	Jun Pacific Corporation Pty. Ltd.
取扱品目	約 5,000 品目
売上高	非公開
日本産食品の割合	約 60%
人気商品・有望商品	人気商品は、基礎調味料、米、地酒、日本の菓子。今後有望な商品は、日本産の飲料、魚関係の商品。
課題	◇賞味期限が短いこと、◇畜肉エキス入り・頭付きの魚が日本から輸入できないこと、◇昆布が輸入できないこと、◇オーストラリアで認められていない食品添加物の問題、など。

業態	輸入商社・卸
企業名・店名	企業名非公開
取扱品目	約 2,000 品目
売上高	非公開
日本産食品の割合	約 40%
人気商品 ¹⁹ ・有望商品	寿司関連商品、日本酒
課題	◇賞味期限、◇昆布等に対する輸入規制、◇オーストラリアで認可されていない添加物の問題。

業態	小売店
企業名・店名	Tokyo Mart
取扱品目	米、日本酒、ビール、味噌、インスタントみそ汁、調味料（醤油、料理酒、味醂、つゆの素等）、粉もの（お好み焼き粉、たこ焼き粉、ホットケーキの素等）日本茶（茶葉、ティーバック）、だしの素、麺類（インスタントラーメン、乾麺、生麺等）、カレー粉、餅、漬物（たくあん、梅干し、高菜漬け等）、飲料、菓子
売上高	非公開
日本産食品の割合	約 60%
人気商品・有望商品	日本の酒類、菓子、日本米
課題	◇以前はインスタントラーメンがよく売れていたが、原材料の問題から輸入できなくなったこと、◇肉エキス、色素、添加物などの調味食材、お菓子などの原材料の検査が頻繁に問題となっていること、◇日本で売れている商品をそのまま持ち込んでも現地の消費者には分かりづらいため、海外用にパッケージを変更し、商品名や説明文も英語で表記する必要があるが、日本のメーカーにその点が周知されていないこと、◇日本では健康食品と言われるひじきや昆布がオーストラリアでは輸入できないこと、◇オーストラリアでは、賞味期限が 3 カ月未満の商品はスーパーの棚に置いてもらいにくく、日本の商品、特に菓子類の賞味期限が短いため困っていること、◇日本の有機認証とオーストラリアの有機認証の基準が違う場合もあり、日本の有機認証ロゴが正式に使用できない場合があること、◇商品の表面にラベルを貼る必要があるため、日本の商品の利点であるきれいなパッケージが見えなくなってしまう場合があり、原材料等の表示を英字で印刷した輸出専用商品がもっと必要であると思われること。

19 オーストラリア側の輸入手続きでは、食品の原材料や製造方法等、日本の水準よりもかなり詳細な書類の提出が求められる。しかし、そうした情報提供には企業秘密も含まれるらしく、日本の食品メーカーからの協力が得にくい（輸入担当者談）。

6. 外食産業の現状

オーストラリアのフード・サービス産業は、ファストフード以外はレストラン・チェーン業態がほとんどなく、個人経営の小規模店が主流である。近年は食文化の多様化に伴い、外食のスタイルも変わりつつある。日本食レストランも、寿司からラーメン、居酒屋、焼き鳥へと裾野が広がっている。

(1) 外食産業の現状

a. 市場規模

オーストラリアの外食産業（フード・サービス）には、ハンバーガーなどのファストフード、ウェイター・ウェイトレスが給仕するレストラン、コーヒーや軽食中心のカフェ、ビール主体の英国式のパブ、また、遊技機やジムなどを備えた会員制クラブなどがある。また、サンドイッチや巻き寿司などテークアウト（豪英語では「テークアウェイ」）店、野外マーケットの屋台などの移動店舗もある。

オーストラリア統計局（ABS）の産業統計によると、ファストフード店、レストラン、カフェ、テークアウト店などを含む「フード・飲料サービス」全体の 2013/2014 年度の売上高（販売・サービス収入）は、730 億 4,200 万豪ドルと前年度比で 5.2% 増え、全産業の売上高の 2.5% を占めた。フード・飲料サービスの被雇用者数は 79 万 2,000 人と全体の 7.4% を占めている。

b. ファストフード

ファストフード業界では、ハンバーガーやフライドチキン、ピザなど米系大手チェーンの存在感が強い。調査会社アイビスワールドの調べによると、2013/2014 年度のファストフード業界の売上高は、153 億豪ドルと前年度比 2.8% 増えた。事業者数は 2 万 4,600 社、店舗数は 3 万 1,858 店、被雇用者数は 21 万 4,265 人である。大手 3 社はいずれも米系で、最大手は、マクドナルド（マクドナルド・オーストラリア・ホールディングス・リミテッド）で、オーストラリア全国に展開する 870 店舗（2013 年時点）のうち約 75% はフランチャイズ展開、約 25% は直営である。二位は、ヤム！ブランド（ヤム！レストラン・オーストラリア）で、600 店舗以上のケンタッキーフライドチキン、約 270 店舗のピザ・ハットを運営している。三位は全国に 1,300 店舗以上をフランチャイズ展開するサブウェイ（サブウェイ・システムズ・オーストラリア）である。

c. レストラン

オーストラリア人にとってレストランは、前菜、主菜、デザートを一品づつとりワインを楽しみながら、友人や家族とゆっくり過ごす場所である。世界中からの移民を受け入れていることから、西洋料理のほか、イタリア、中華、タイ、ベトナム、日本など様々な料理のレストランが営業している。

アイビスワールド社によると、2013/2014年度のレストランの売上高は143億2,380万豪ドルと前年度比で3.1%増えた。レストランの特徴としては、日本や米国と違い、チェーン展開している大手企業がほとんどないことがある。事業者数8,360社に対して店舗数は8,727店舗しかなく、個人が1店舗を経営しているケースが多い。被雇用者数は6万8,842人となっている。

シドニーやメルボルンなど都市部のレストラン業界では、海外の調理法や食材を取り入れた創作料理「モダン・オーストラリアン」(コンテンポラリー)の存在感が強い。客単価は、食事とワインの合計でおおむね150~250豪ドルといったところである。アイビスワールド社の推定によると、こうした高級店の店舗数は全体の約9.0%しかないが、レストラン業界全体の売上高の約39.0%を占めるという。

なお、レストランがアルコール飲料を提供するには、州政府が発行する酒類ライセンスを取得する必要がある。ライセンスの認可を受けるには、席数などの規模や設備など様々な条件があり、ライセンス料の負担も大きい。このため、高級レストランでは酒類ライセンスを取得している店が多いが、席数の少ない低・中価格帯のレストランでは、客がワインやビールを店に持ち込めるシステム「BYO (Bring Your Own)」²⁰が定着していた。この習慣は、酒販店で酒を購入できるので客にとってもコストを抑えられるメリットがあった。しかし、近年では、州政府による酒類ライセンスの規制が緩和される傾向にあり、低・中価格帯レストランでも酒類ライセンスを取得して酒を提供する店が増えてきている。

また、酒を客に提供するウェイターやウェイトレスには、RSA (Responsible Service of Alcohol=責任あるアルコール飲料の提供) と呼ばれる資格の取得が義務付けられている。RSAは講習を受けて簡単な試験に合格すればすぐに取得できる。オンラインで講習を受けることも可能である。

²⁰ 「自分の分をもってきてください」の意

d. カフェ

カフェではイタリア式のエスプレッソが圧倒的に多く、ドリップ式のコーヒーはほぼ皆無である。サンドイッチなどの軽食やケーキなどのデザートも楽しむ軽食店としても利用され、外食産業の有力な業態のひとつとなっている。

アイビスワールド社によると、カフェまたはコーヒーショップの売上高は、53億990万豪ドルと前年度比で3.7%増えて、事業者数は6,613社、店舗数は8,779店ある。主なチェーン店としては、オーストラリア人が米国で創業した「グロリア・ジーンズ」（オーストラリア国内に460店舗）、地場のフランチャイズ・チェーンである「ザ・コーヒー・クラブ」（約200店舗）などがある。高級店としては、オーストラリア人のビル・グレンジャー氏が創業し、海外にも出店している「ビルズ」が有名である。

カフェの主流は個人経営の小規模店である。エスプレッソ通はお気に入りのバリスタ（コーヒー職人）がいる店に通う人も多く、「客はバリスタに付く」と言われる。2000年に進出した世界最大手の米スターバックス・コーヒーでさえ、こうしたオーストラリアのこだわりの強いカフェ市場で苦戦、2014年に全店舗を地元企業に売却している。

e. トレンド

海外の影響を受けた食文化の多様化は、外食のスタイルにも変化をもたらしている。

レストランでは前菜、主菜、デザートから一品ずつ選ぶのが主流である。しかし、近年はスペインのタパスや日本の居酒屋にみられるような小皿料理が人気を集め、酒とともに好きな料理を少しずつ食べるスタイルも浸透し始めている。

ひとつの皿を数人でシェアする食べ方も広がっている。一人一皿がこれまでの習慣だったが、最近では中華料理などアジア料理を中心に、大皿料理をシェアする人も増えている。

行列にも抵抗がなくなっている。従来、オーストラリアでは外食は予約をしてからが一般的で、店の前で席があくのを待つ人は少なかった。しかし、例えばシドニー市内の場合、ロティ（マレーシアのクレープ風の食べ物）専門店やラーメン店、回転寿司店、小籠包（しょうろんぼう）の店などで長い行列が見られる。

ストリート・フードの人気も高まっている。オーストラリアでは道路や公園など公共空間での飲食店の出店は厳しく規制され、東南アジアや日本で見られるような屋台や移動店舗はこれまで週末の野外マーケット等に限られていた。しかし、シドニーでは近年、自治体主導のイベントとして、歩行者天国や公園などに屋台街が設置されることがあり、賑わ

いを見せている。多様なストリート・フードの移動販売車 20 台が市内を巡回する同市のプロジェクト「シドニー・フード・トラック」も、新しい取り組みとして注目を集めている。

(2) 日本食レストランの現状

a. 日本食ビジネスの流れ

オーストラリアの日本食ビジネスの歴史を振り返ると、日本食店の主役は本格的な和食の高級レストランからスシロール（西洋風の巻き寿司）などのファストフード業態にシフトしてきた。

1950 年代に赴任した元日系商社駐在員によると、シドニーには当時、日本食店は 1 軒もなかった。オーストラリアでは戦前の日系移民は第二次世界大戦開始とともに国外退去させられたため、日本の食文化は根付いていなかった。戦後も 1970 年代まで白豪主義政策によって欧州系以外の移民が制限されたため、日本人在住者は一部の企業駐在員に限られ、日本食の需要はほとんどなかった。1970 年代になっても、シドニー市内の日本食レストランは東部のキングスクロスに 1 軒あったくらいだという。

1980 年代後期のバブル期にかけては、日本人の観光客や駐在員が増え、シドニーやゴールドコーストでは日系資本の不動産買収やリゾート開発が相次いだ。各地の日系ホテルには本格的な和食レストランが次々とオープンし、日本の大手レストランが進出した。この頃の日本食レストランは、主に日本人の観光客やビジネスパーソンを対象とした席数の多い高級レストランが主流だった。

1990 年代に入るとバブル崩壊とともに日系ホテルはほぼ撤退し、併設の日系高級和食レストランも閉店した。1990 年代後期には日本人観光客数も減少に転じ、日本人向けの日本食店は姿を消した。

日系資本に代わり、シドニー五輪前後（1990 年代後期から 2000 年代前期）にかけては、オーストラリア在住の日本人や中国人、韓国人などが経営する低・中価格帯の日本食レストランが増えた。現在の日本食需要の中心であるスシロール店や回転寿司店もこの頃に増え始めた。

2000 年代後期から現在にかけて、スシロールは都市中心部から郊外のショッピングセンターや地方都市にも市場を拡大し、回転寿司店も店舗網を拡大している。

オーストラリア国内の日本食店の事業者数や店舗数、売上規模等に関する正確な数字は分かっていない。零細事業者が多く、国籍や事業形態が様々で、業界団体もないためである。オーストラリアの大手飲食店批評サイト「イータビリティー」の検索結果によると、日

本食店はシドニーとメルボルンでそれぞれ 600 店舗前後、ブリスベンで約 200 店舗、全国で約 1,900 店舗ある。「テークアウトのスシロール店を含めるとシドニーだけで約 1,200 店はあるだろう」（食品業界の関係者 A 氏）との見方もある。なお、現在では日本人が経営する日本食店は圧倒的に少数派である。「日本人経営者は全体の 5%程度」（食品業界の関係者 B 氏）との見方もある。スシロールのテークアウト店は中国・韓国系の経営者が多く、オーストラリア人が経営する高級和食レストランの成功例も見られる。

b. 主な日本食店の業態とトレンド

日本食店で圧倒的に店舗数が多いのはスシロールのテークアウト店や回転寿司店である。寿司といっても需要の中心は西洋風の巻き寿司で、生の魚や貝の握り寿司の需要は小さい。

スシロールは、長さ 10～12 センチ、直径 4 センチほどのやや大きめの海苔巻きである。学校の売店やスーパーでも販売され、サンドイッチ感覚のファストフードとして年齢や人種を問わず幅広い層のオーストラリア人に浸透している。売れ筋商品は「アボカド・アンド・サーモン・ロール」や「テリヤキ・チキン・ロール」で、価格は 1 本 3 豪ドル程度。スシロール 2 本とソフトドリンク（1 本 2～2.5 豪ドル程度）で 10 豪ドル以内に抑えられ、手頃な昼食として人気が高い。なお、食品衛生規制上、店頭では冷蔵ショーケースに保存されているため寿司飯は硬い。

回転寿司店でも、本来の姿と異なる形で進化した寿司が多い。アボカド、サーモン、テリヤキチキンなどを具に、海苔を中、寿司飯を外に巻いて輪切りにしてマヨネーズをかけた「インサイドアウトロール」などが主力である。寿司飯は甘めで、酢の酸味が効いていないものが多く、たいていわさび抜きである。回転寿司チェーンの最大手は、オーストラリアに在住の日本人が 1994 年に創業したスシ・トレイン・グループで、2015 年 12 月時点で東海岸を中心に 43 店舗を展開している。

シドニー郊外のショッピングセンターにある複数のフードコートを見ると、1 カ所にスシロール店や回転寿司店が数店舗あり、寿司は飽和状態にあるとの指摘もある。

一方、寿司の次に注目を集めている日本食はラーメンである。ここ数年、大都市中心部では、本格的なラーメン店のオープンが相次いでいる。以前はアジア人が客層の中心だったが、最近では西洋系オーストラリア人にも新手のスープとして浸透しつつある。人気が高いのは濃い味の豚骨ラーメンだが、あっさりした鶏がらベースの醤油ラーメン、つけ麺などメニューの幅も広がっている。

日本風の居酒屋も人気がある。日本の繁華街のネオンや看板を再現したテーマパーク的な店、日本酒の品揃えにこだわった店、洋風の創作ラーメンを看板商品に掲げた店など、個性的な店が増えており、オーストラリア人のグルメの間にも「IZAKAYA」という単語が定着しつつある。また、「セルフうどん」²¹の出店例も出ている。焼き鳥はこれまで日本食店のメニューの1つに過ぎなかったが、まだ数は少ないものの、日本風の本格的な焼き鳥専門店も注目を集めている。以前は、寿司、テリヤキ、天ぷら、すき焼きといった代表的な和食メニューをひと通り提供する日本食レストランが多かったが、近年は専門店化の傾向が強まっている。

一方、日本の外食大手のオーストラリア進出も活発化している。2010年以降に出店した主な日系企業としては、「モスバーガー」のモスフードサービス（東京都）、セルフうどん「丸亀製麺」や豚骨ラーメン「博多ん丸」などを展開するトリドール（神戸市）、「やよい軒」のプレナス（福岡市）などがある。また、回転寿司大手の「元気寿司」は2015年8月、オーストラリアへの出店のため現地企業とフランチャイズ契約を締結したと発表した。

c. 課題

進出にあたっては、高コストへの対応が必須である。過去に大手牛丼チェーンをはじめ日系外食企業の撤退が相次いだ背景には、高い人件費や家賃等による経営の圧迫があった。長年の経済成長を背景に、オーストラリアの賃金水準は2015年12月時点で17.29豪ドル（約1,500円）と先進国のトップクラスまで上昇している。また、商業物件の家賃もシドニーやメルボルンなど大都市で高騰している。

また、顧客層の好みに合わせたコンセプトの作り込みも成功のカギを握る。オーストラリアの都市部における日本食店の主要な顧客層は、欧州系オーストラリア人と中国系住民に大別される。いずれも、富裕層が多く購買力が高い、醤油と砂糖が効いた甘辛い「テリヤキ味」を好む、といった共通点があるものの、両者の食文化は大きく異なる。

欧州系は、味、従業員のサービスの質、店の雰囲気 の3要素を同等に評価するという特徴がある。ワインを飲みながら時間をかけて食べることから、総じて客単価は高いが、回転率は低い。一方、中国系はサービスの質や店の雰囲気よりもコストパフォーマンスを重視し、酒もあまり飲まないため、客単価は低い。ただ、大勢で来店する人が多いという利点はある。短時間で食事を終える傾向が強いことから、回転率も高くなる。さらに、日本

²¹ 自分で玉や薬味をとり、スープをかけてもらう食べ方

食ビジネスの対象は日本人ではないことから、「日本人が美味しいと思う味にこだわるのは自己満足。コストや手間がかかり、かえって経営の足かせになる」（現地の日系大手レストラン）との指摘もある。他国での成功体験とノウハウがそのままオーストラリアで通用するとは限らない。

オーストラリア進出を検討する日系の外食企業は、高コストに耐える事業計画を十分に検討するとともに、ターゲットとする顧客層の食文化に合わせた立地、店舗デザイン、メニュー構成、サービスの質などを熟考する必要があるだろう。

7. 関係事業者リスト

(1) 主な日本食品の輸入・卸売業者

(アルファベット順)

社名	住所	Website または電話番号	拠点
Daiwa Food Corporation	6/251 Ferntree Gully Rd., Mount Waverley VIC 3149	www.ichibajunction.com.au	メルボルン (本社) シドニー ブリスベン アデレード パース
Ettason	2A Birmingham Ave., Villawood, NSW 2163	www.ettason.com	シドニー (本社) メルボルン ブリスベン パース
J-Top Trade Australia	Unit3, 26-32 Kent Rd., Mascot NSW 2020	www.jtt.com.au	シドニー
JFC Australia	C1, 16 Mars Rd., Lane Cove NSW 2066	www.jfcaustralia.com.au	シドニー (本社) メルボルン ブリスベン ゴールドコースト パース
Jun Pacific Corporation	3/380 Eastern Valley Way, Chatswood NSW 2067	www.junpacific.com.au	シドニー (本社) メルボルン ブリスベン パース
Kaisi Australia Holdings	600 Tarragidin Rd., Salisbury QLD 4107	www.kaisi-aus.com	ブリスベン シドニー
Nippon Food Distributors	18 Dissik St., Cheltenham VIC 3192	www.nipponfood.com.au	メルボルン
Nippon Food Supplies	165 Kewdale Rd., Kewdale WA 6105	www.nipponfoodsupplies.com.au	パース (本社) シドニー ブリスベン

NTC Wismettac	Unit 51 A, Slough Business Park, 2 Slough Ave., Silverwater, NSW 2128	www.wismetac.com	シドニー ブリスベン パース メルボルン
Oriental Merchant Australia	10 Westgate Dr., Laverton North VIC 3026	www.oriental.com.au	メルボルン
Sushi Factory	Unit2, 100 O'Riordan St., Alexandria 2015 NSW	thanksmart.businesscatalyst.com	シドニー
Taiyo Foods	7/54 Beach St., Kogarah NSW 2217	+61 2 9588-1116	シドニー
Vox Trading (AUSTRALIA)	Suite 25, Level 5, 88 Pitt St., Sydney NSW 2000	www.voxtrading.jp	シドニー

(2) 主な日本食レストラン

(アルファベット順)

都市	店名	住所	Website
シドニー	Azuma	Level 1, Chifley Plaza (Cnr. Phillip & Hunter Sts.), Sydney NSW 2000	www.azuma.com.au
	Masuya	Basement Level, 12-14 O'Connell St., Sydney NSW 2000	www.masuyainternational.com.au
	Rengaya	73 Miller St., North Sydney NSW 2060	yakiniku.com.au/rengaya
	Sakana-Ya	336 Pacific Hwy., Crows Nest NSW 2065	www.sakanaya.com.au
	Saké Restaurant & Bar	12 Argyle St., The Rocks NSW 2000	www.sakerestaurant.com.au
	Sokyo	The Star, 80 Pyrmont St., Pyrmont NSW 2009	www.star.com.au/sydney-restaurants
	Sushi-e	Level 4, 252 George St., Sydney NSW 2000	merivale.com/sushie
	Toko	490 Crown St., Surry Hills NSW 2021	toko.com.au
	Yayoi Garden	38 Bridge St., Sydney NSW 2000	www.yayoigarden.com.au
	Yoshii	115 Harrington St., The Rocks NSW 2000	yoshii.com.au
メルボルン	Heirloom	131 Bourke St., Melbourne VIC 3000	www.heirloom.com.au
	Ichi Ni Izakaya	12 The Esplanade, St. Kilda VIC 3182	www.ichini.com.au
	Kappo	Ground Floor, 1 Flinders Ln., Melbourne VIC 3000	kappo.com.au
	Kenzan	Collins Place, 45 Collins St., Melbourne VIC 3000	www.kenzan.com.au
	Koko	Level 3, Crown Towers, 8 Whiteman St., Southbank VIC 3006	www.crownmelbourne.com.au/koko
	Minamishima	4 Lord St., Richmond VIC 3121	minamishima.com.au
	Ocha	3 Church St., Hawthorn VIC 3122	www.ocha.com.au
	Shou Sumiyaki	160 Little Bourke St., Melbourne VIC 3000	shousumiyaki.com.au
ブリスベン	Moga Izakaya & Sushi	Shop 2/146 Baroona Rd., Paddington QLD 4064	www.moga.com.au

	Oyama	115 Wickham St., Fortitude Valley QLD 4006	oyama.com.au
	Sono	39 Hercules St., Hamilton QLD 4007 / 202-210 Edward St., Brisbane QLD 4000	sonorestaurant.com.au
	Wagaya	1 TCB Centre, 315 Brunswick St., Fortitude Valley QLD 4006	wagaya.com.au
アデレード	Shiki	InterContinental Adelaide, North Terrace, Adelaide SA 5000	www.icadelaide.com.au/dining/shiki
	Tomiko Station	Shop 7, Marina Pier, Holdfast Shores, Glenelg SA 5045	tomiko.com.au
パース	Aisuru Sushi	208 William St., Perth WA 6000	www.aisurusushi.com.au
	James Parker Sushi & Sake	2/182 James St., Northbridge WA 6003	www.james-parker.com.au
	Nobu Perth	Crown Perth, Great Eastern Hwy., Burswood WA 6100	noburestaurants.com/perth
	Matsuri	QVI Building, 250 St Georges Terrace, Perth WA 6000	matsuri.com.au
	Shiro Izakaya	150c St. Georges Terrace, Hay St., Perth WA 6000	www.shiroizakaya.com
	The Bonsai Restaurant & Cafe Lounge	30 Roe St., Northbridge WA 6003	www.the-bonsai.net

(3) 日本食品を扱っている主な小売店、ヘルスフード店
(アルファベット順)

	店名	住所	Website または電話番号
大手 スーパー	Aldi	東部 3 州と首都特別地域に約 300 店舗	www.aldi.com.au
	Coles	全国に 762 店舗	www.coles.com.au
	IGA	全国に約 1,400 店舗	www.iga.com.au
	Woolworths	全国に 872 店舗	www.woolworths.com.au
日本食品 専門店	シドニー		
	Anegawa	1 Wilkes Ave., Artarmon NSW 2064	+61 2 9904 7313
	Conveni8	303 Pitt St., Sydney NSW 2000	+61 2 9269 0556
	JTT Grocery Shop	Unit 3, 26-32 Kent Rd., Mascot NSW 2020	jtt.com.au
	Lucky Mart	2 Wilkes Ave., Artarmon NSW 2064	+61 2 9413 2200
	Maruyu	537-539 Kent St., Sydney NSW 2000	+61 2 9267 0882
	Tokyo Mart	Shop 27/79-113 Sailors Bay Rd., Northbridge NSW 2063	www.junpacific.com/e/tokyomart
	Ume-Ya	Shop 11/103-111 Willoughby Rd., Crows Nest NSW 2065	umeya.com.au
	メルボルン		
	Fuji Mart	34 Elizabeth St., South Yarra VIC 3141	www.junpacific.com/e/fujimart-vic
	Hinoki Japanese Pantry	279 Smith St., Fitzroy VIC 3065	+61 3 9417 4531
	Suzuran	1025-1027 Burke Rd., Camberwell VIC 3141	suzuran.com.au
	Tokyo Deli	407 Glen Huntly Rd., Elsternwick VIC 3185	tokyodeli.com.au
	Tokyo Hometown Japanese Supermarket	41-45 A'Beckett St., Melbourne VIC 3000	+61 3 9671 4548
	ブリスベン		
	Genki Mart	Shop 3, 24 South Pine Rd., Alderly QLD 4051	genkimart.com.au
	パース		
Fuji Mart	14/29 Station St., Subiaco WA 6008	+61 8 6162 8608	

シドニー		
Best Value Supermarket	34 Bankstown City Plaza, Bankstown NSW 2200	+61 2 9708 2288
Jasmine Asia Market	Pacific Square, 737 Anzac Parade, Maroubra NSW 2035	+61 2 9349 6686
JJW Gold Supermarket	Shop 3, 303 Penshurst St., Willoughby North NSW 2068	+61 2 9882 6886
Miracle Supermarkets	市内 6 カ所	miraclesupermarkets.com
New Yen Yen Supermarket	9/8 Quay St., Haymarket NSW 2000	+61 2 9280 0302
Thai Kee IGA	Market City, 2 Hay St., Haymarket NSW 2000	www.thaikee.com.au
メルボルン		
KFL Supermarket	市内 8 カ所	kflsupermarkets.com.au
KT Mart	515 Whitehorse Rd., Mitcham VIC 3132	www.ktmartmall.com.au
Minh Phat Supermarket	2-8 Nicholson St., Abbotsford VIC 3067	+61 3 9429 4028
Tang Asian Food Emporium	185 Russell St., Melbourne VIC 3000	www.tangfoodemporium.com.au
Tatsing Food Stores	254 Victoria St., Richmond VIC 3121	+61 3 9428 4426
ブリスベン		
Burlington Supermarket	Shop 7, Chinatown Mall, 315 Brunswick St., Fortitude Valley QLD 4006	+61 7 3216 0828
Formosa Asian Market	102-104 Mary St., Brisbane QLD 4000	+61 7 3211 1168
Garboro Asian Supermarket	6 Marshall St., Fortitude Valley QLD 4006	+61 7 3852 1946
Hanaro Mart	8/250 McCullough St., Sunnybank QLD 4109	+61 7 3345 9650
Hong Lan Asian Food Supplies	56 Vulture St., West End QLD 4101	+61 7 3844 4873

アジア系
食料品店

	パース		
	Emma's Seafoods Yong Tofu	319 William St., Northbridge WA 6003	+61 8 9228 8899
	Lion Oriental Foods Co.	13 Fitzgerald St., Northbridge WA 6003	lion-oriental.com
	Seoul Mart City	4/544 Hay St., Perth WA 6000	+61 8 9221 0322
	Tran's Emporium	358-364 Newcastle St., Northbridge WA 6003	tafc.com.au
	VHT Perth	412 William St., Perth WA 6000	www.vhtperth.com
	シドニー		
	Aboutlife	市内 5 カ所	www.aboutlife.com.au
	Healthylife	オーストラリア全国に 70 店舗	www.healthylife.net.au
	Ingredients for Health	132 Willoughby Rd., Crows Nest NSW 2065	www.ingredientsforhealth.com.au
	The Health Emporium	263-265 Bondi Rd., Bondi NSW 2026	www.healthemporium.com.au
	メルボルン		
	Organic Wholefoods Fitzroy	277 Smith St., Fitzroy VIC 3065	wholefoods.com.au
	Wholefoods Food Store	320 Bay St., Brighton VIC 3186	www.wholefoodsfoodstore.com.au
	ブリスベン		
	Sun & Earth Organics	845 Brunswick St., New Farm QLD 4005	sunandearth.com.au
	The Green Edge	2b/229 Lutwyche Rd., Windsor QLD 4030	greenedgeonline.com.au
	パース		
	Manna Wholefoods & Cafe	274 South Terrace, South Fremantle WA 6162	mannawholefoods.com.au
	Organic on Charles	299 Charles St., North Perth WA 6006	organiconcharles.com.au
ヘルスフ ード専門 店			

(4) 主な料理専門学校、料理学校・教室

(アルファベット順)

都市	学校名	住所	Website
シドニー	専門学校		
	Le Cordon Bleu Sydney	TAFE Ryde College, 250 Blaxland Rd., Ryde NSW 2112	cordonbleu.edu/sydney/home/en
	Sydney TAFE Ultimo	731/695 Harris St., Ultimo NSW 2007	sydneytafe.edu.au
	William Blue College of Hospitality Management	1-5 Hickson Rd., The Rocks NSW 2000	williamblue.edu.au
	料理学校・教室		
	Accoutrement	611 Military Rd., Mosman NSW 2088	accoutrement.com.au
	Sydney Cooking School	73 Military Rd., Neutral Bay NSW 2089	sydneycookingschool.com.au
	Sydney Seafood School	Sydney Fish Market, Pyrmont Bridge Rd., Pyrmont NSW 2009	sydneyfishmarket.com.au/seafood-school/ab out-sss
	The Essential Ingredient	731-735 Darling St., Rozelle NSW 2039	sydneyessential.com.au/cooking-school/
メルボルン	専門学校		
	Holmesglen	メルボルン内・周辺 6 カ所	holmesglen.edu.au
	Hospitality Training Australia	Level 6, 250 Collins St., Melbourne VIC 3000	hosptrain.vic.edu.au
	Le Cordon Bleu Melbourne	Holmesglen Moorabbin, 488 South Rd., Moorabbin VIC 3189	cordonbleu.edu/melbourne/home/en
	料理学校・教室		
	Centre for Adult Education	253 Flinders Ln., Melbourne VIC 3000	cae.edu.au
	Gewürzhaus	282 Collins St., Melbourne VIC 3000	gewurzhaus.com.au
	Spice Bazaar	79 Victoria St., Seddon VIC 3011	spicebazaar.com.au
	The Essential Ingredient	Prahran Market, Elizabeth St., South Yarra VIC 3141	essentialingredient.com.au/events/locations/ prahran/
ブリスベン	専門学校		
	Brisbane Business & Hospitality Training	106 City Rd., Beenleigh QLD 4207	bbht.com.au
	TAFE Queensland Brisbane	ブリスベン市内・周辺 8 カ所	tafebrisbane.edu.au

料理学校・教室（高級志向）		
Golden Pig Brisbane Cooking School and Café	38 Ross St., Brisbane QLD 4006	goldenpig.com.au
James St Cooking School	James St. Markets, 22 James St., Fortitude Valley QLD 4006	jamesstcookingschool.com.au
Spring Food and Wine	26 Felix St., Brisbane QLD 4000	spring.com.au/pages/cooking-school
専門学校		
Polytechnic West	パース市内・周辺 8 カ所。	polytechnic.wa.edu.au
West Coast Institute	35 Kendrew Crescent, Joondalup WA 6027	wcit.wa.edu.au
料理学校・教室		
Matters of Taste	103 Harris St., Bicton WA 6157	mattersoftaste.com.au
Taste Budds Cooking Studio	305 Lord St., Highgate WA 6003	tastebudds.com.au
The Cooking Professor	267 Scarborough Beach Rd., Mount Hawthorn WA 6018	thecookingprofessor.com.au

日本食品動向調査(オーストラリア)

2016年3月作成

日本貿易振興機構(ジェトロ)農林水産・食品部 農林水産・食品課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

Tel. 03-3582-5186
