

フランスにおける 外食産業進出可能性調査

2017年1月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

パリ事務所

第一章	フランス外食産業概況.....	4
1.	一般経済概況.....	4
2.	外食産業概況.....	8
第二章	国際都市パリの特徴.....	18
1.	グローバル都市としてのパリ.....	18
2.	パリの地区の特徴と地価.....	23
3.	日本食レストラン出店概況.....	25
第三章	日系レストラン実例.....	32
1.	日本食レストランの客層・価格帯.....	32
2.	日本食レストランの売上動向.....	34
3.	日系レストランにおける日本食材調達状況.....	35
4.	飲食店開業コスト事例.....	42

本報告書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

本資料は、レストラン、カフェ、軽食等の外食産業でフランスに進出を検討されている事業者の皆様に向け作成した。

第1章では、市場性の判断材料となる、フランスの人口・所得・食費や外食産業の概況をまとめている。

第2章では、日本からの外食産業の進出が圧倒的に多いパリの日本食レストラン事情について紹介している。

第3章では、実際に出店したレストランの実例を元に、開業に要した経費、客層と価格設定、売上の推移、食材の入手方法等を紹介している。

本資料が、皆様のフランス進出ご検討の一助となれば幸いである。

なお、店舗開設に関する規則・慣習、法人設立の際の手順、不動産の取得方法等については、別資料『フランスにおけるサービス産業店舗開設』に記載しているので、そちらをご参照されたい。

2017年1月

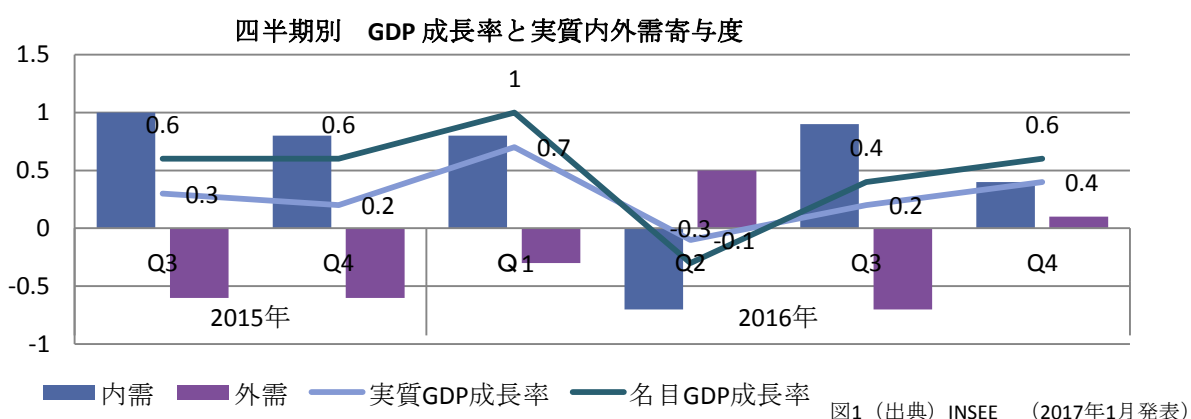
JETRO パリ事務所

第一章 フランス外食産業概況

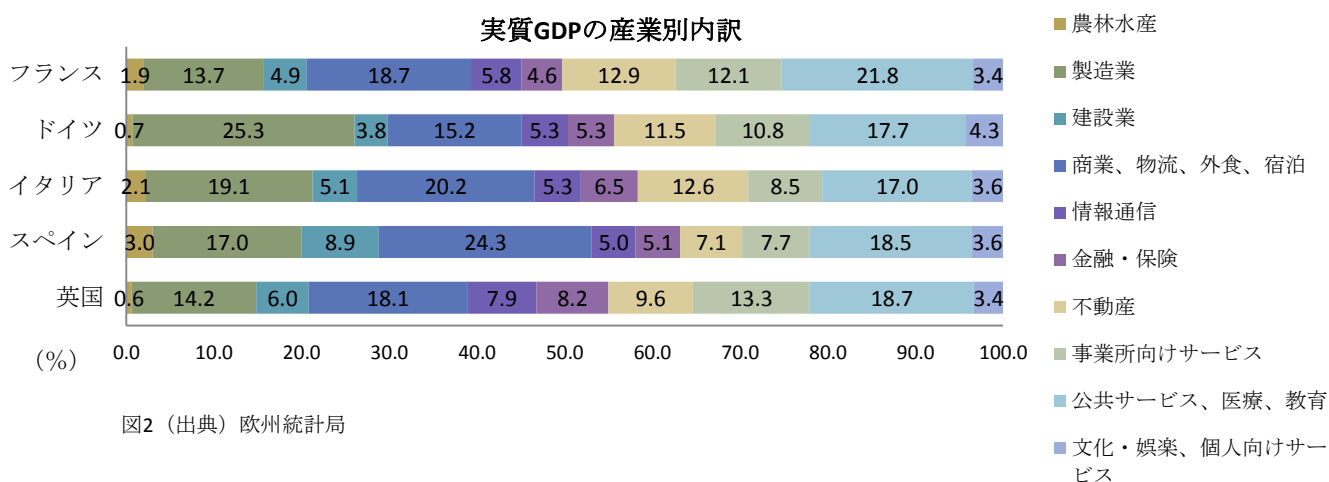
1. 一般経済概況

1) GDP

フランスの2016年度のGDPは国際通貨基金(IMF)の推計値によると¹、約2兆1230億ユーロで、世界でもトップ10内に入る高い水準を保っている。2008年の欧州債務危機以降、低成長が続いていたが、フランス国立統計経済研究所(INSEE)によると²、2015年は3年ぶりに通年の実質GDP成長率が前年比1.2%を超え、2016年も、ブレグジットによる先行き不透明感の増大やテロ事件による消費者心理の冷え込みなどの下押し圧力を指摘する声は大きかったが、最終的には1.1%を超えた。



フランスの産業構造を見ると、サービス経済化が進展している。実質GDPに占める製造業の割合は約14%で欧州主要国の中でも低い。



¹ IMF 「World Economic Outlook Database」 (2016年10月)

² INSEE 「Informations Rapides No53」 (2017年2月)

2) 人口構成（海外領土を除く）

フランスの人口は、現在 6,662 万人³（うち海外領土 211 万人。2016 年 1 月現在。）であり、2040 年には 7,000 万人を超えると予想されている。他の先進諸国同様に高齢化は進んでいるが、出生率は欧州の中でもトップクラスであり、経済活動人口、将来人口において、先進国の中ではバランスが良い人口比となっている⁴。このため、長期的に食料消費市場は堅調に伸展すると見込まれている。

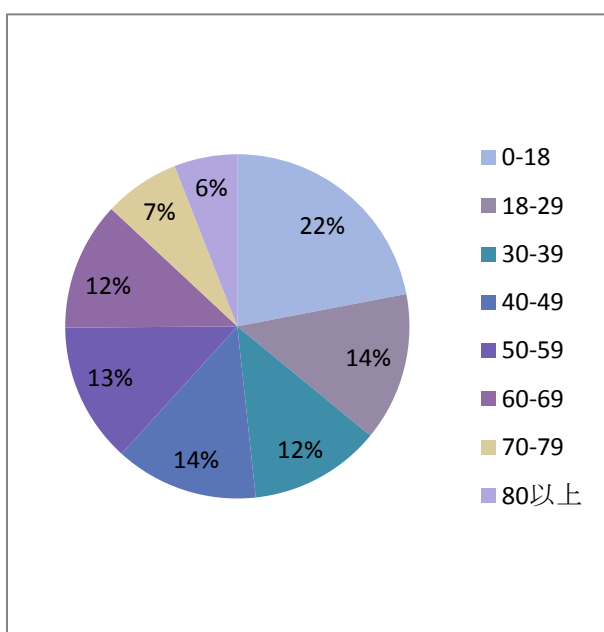


図 3 (出典) INSEE 2016 年度 フランス人口構成比を元に JETRO 作成

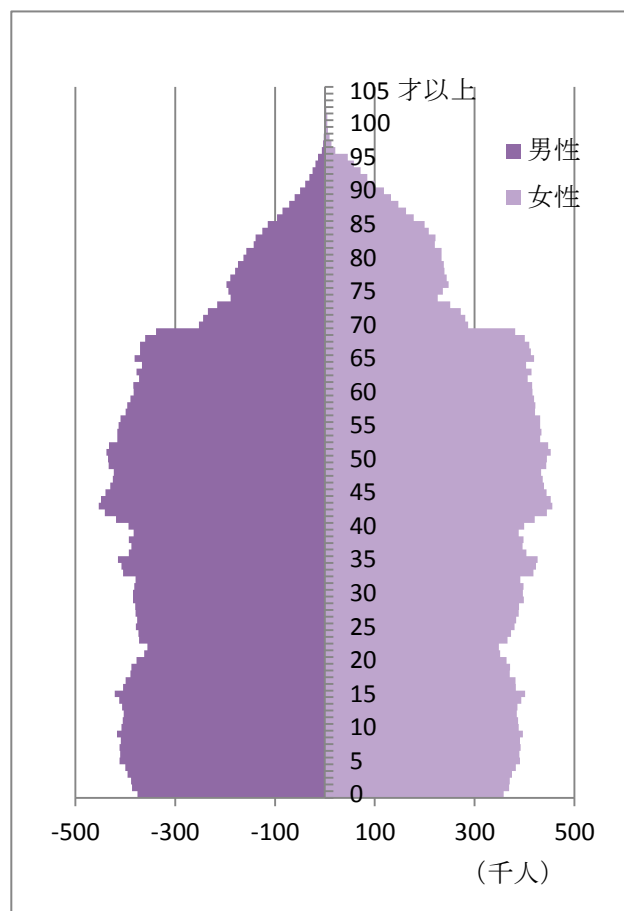


図 4 (出典) INSEE 2016 年 フランス人口構成比を元に JETRO 作成

³ INSEE 「2016 年人口現況」 (2017 年 1 月)

⁴ 図 3 INSEE 「2016 年人口現況」 (2017 年 1 月)

図 4 INSEE 「2016 年人口ピラミッド」 (2016 年 1 月)

3) 所得

フランスの1消費単位（1.8人家庭）⁵あたりの可処分所得の中央値は年間20,0184ユーロ（2013年）⁶となっている。県別でみると、パリ首都圏（イル・ド・フランス）⁷が20,2,379ユーロと一番水準が高く、次にスイス国境付近、トゥールーズ、リヨン、ボルドー、ナント、ディジョンなどの大都市が続く。

また、イル・ド・フランスの就労による所得の割合は84.1%と、他地域の割合（65～70%）と比べ高くなっている。パリの平均時給は17.89ユーロとなっており、他の地域よりも3～5ユーロ高い。

消費者単位あたりの所得の中央値の分布（2011）

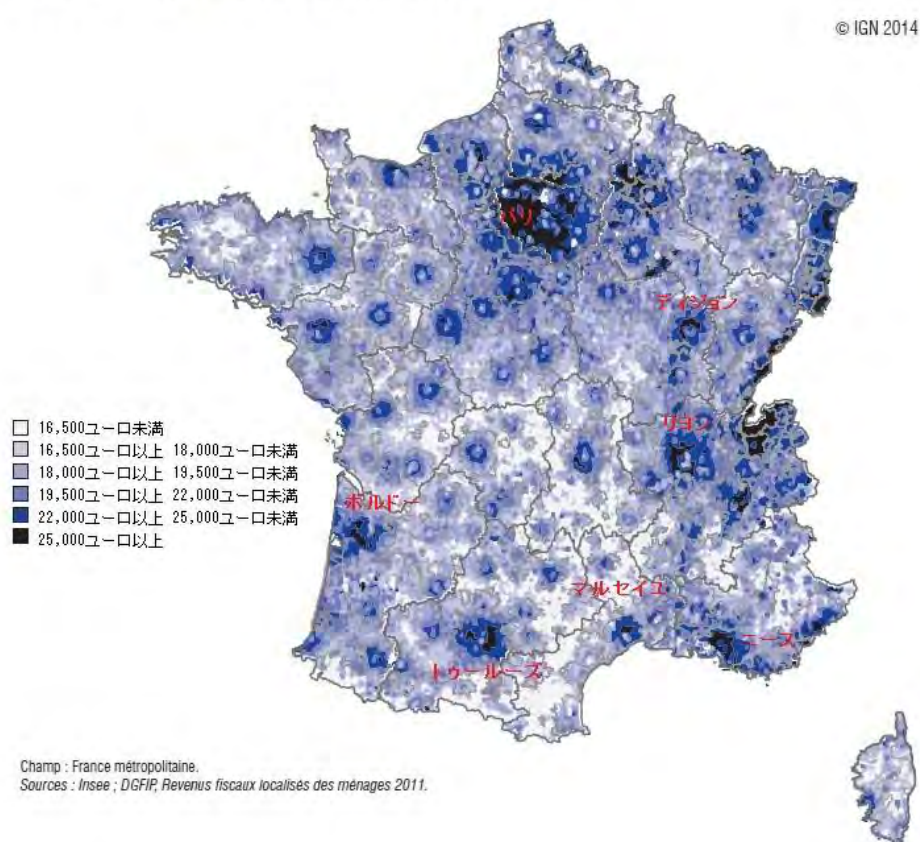


図5（出典）INSEE『フランス社会的ポートレート2014年度版』より抜粋 JETROで加工

8

なお、所得の統計を見る際には、欧州では、日本に比べると高所得世帯と低所得世帯の格差が大きいこと、高所得世帯の割合は低くても富裕層・超富裕層が多数存在する場合があることに注意が必要である。例えば、フランスの可処分所得の中央値は

⁵ 可処分所得は、家計収入から税金・社会保険料などを引いたもの。消費単位は世帯の中の成人1人を1人、他の14歳以上の成人・未成年を0.5人、14歳以下の子供を0.3人として計算した単位

⁶ INSEE「2013年度 世帯課税所得」（2016年10月）

⁷ フランスの首都パリを中心とした8つの県からなる地域圏

⁸ INSEE「フランス社会的ポートレート2014年度版」2014年、P.71より抜粋

先進国の中で突出して高いわけではないが、フランスで純資産額（不動産を含む）が100万ドルを上回る層の数は、179万人と世界4位であり、5,000万ドルを超える層の数は3,700人と世界6位となっている。

4) 食費

INSEEによると、一般家庭における食費は、1年あたり2,320億ユーロ（一人当たり3,600ユーロ）であり、家計消費支出に占める食費の割合は、50年前の35%から、約20%にまで下がっている。

一方で、外食にかかる費用は大きく上昇しており、50年前は14%であったが、現在は食費の約4分の1(26%)を占め、年間消費は590億ユーロとなっている。

クレディ・アグリコル子会社 Sofinco によるアンケート調査⁹では、一世帯の月当たりの食費平均は373ユーロだが、世帯所得が月1,000ユーロ以下の世帯の食費平均は月181ユーロであるのに対し、世帯所得月3,500ユーロの場合は、月の食費平均は505ユーロと、世帯所得による大きな差が見られた。

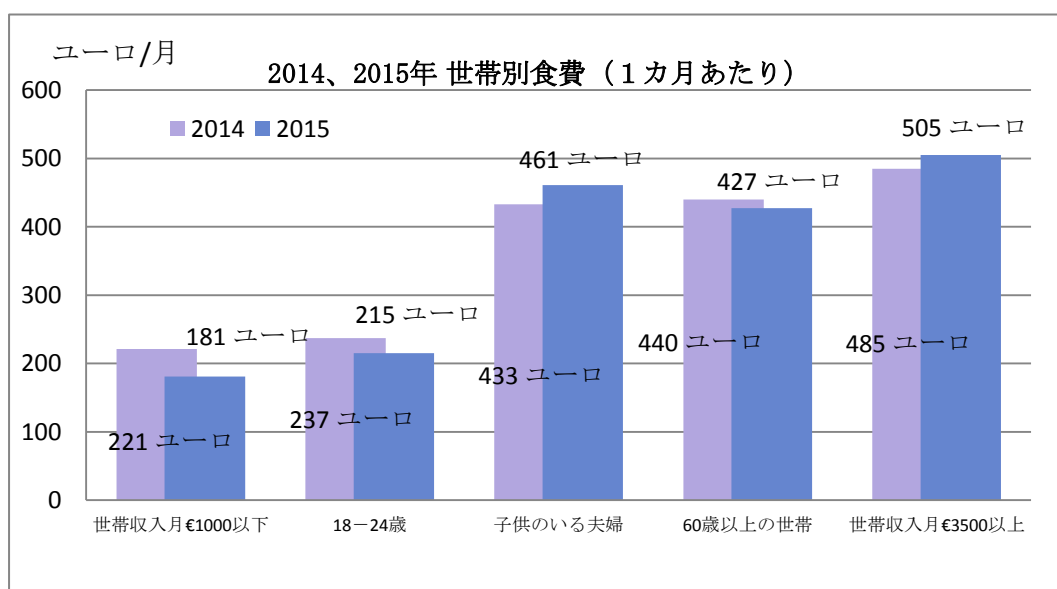


図6 (出典) Sofinco, 「OPINION WAY」, 2016年3月

⁹ Sofinco 「OPINION WAY フランス人の食費予算」 (2016年3月)

2. 外食産業概況

ライフスタイルの変化に伴い、外食の割合が高くなったため、外食産業の売上は長期的に増加傾向であったが、この数年は上昇がゆるやかになり、2014年より微減し始め、2015年は前年比0.13%減少の849億ユーロとなった。

2015年の減少には、フランスで発生した同時多発テロによる観光客の減少、フランス人の外出控えが大きな影響を与えたと言われている。2016年後半になり、テロの影響からは概ね回復したというレストランも多いが、一部にはまだ影響を感じるという店舗も存在する。

一方で、消費者の購買意欲の度合いの指標として調査されている消費者信頼感指数¹⁰は最近上昇傾向にあり、2016年は2008年の経済危機以降の最高値を出している。

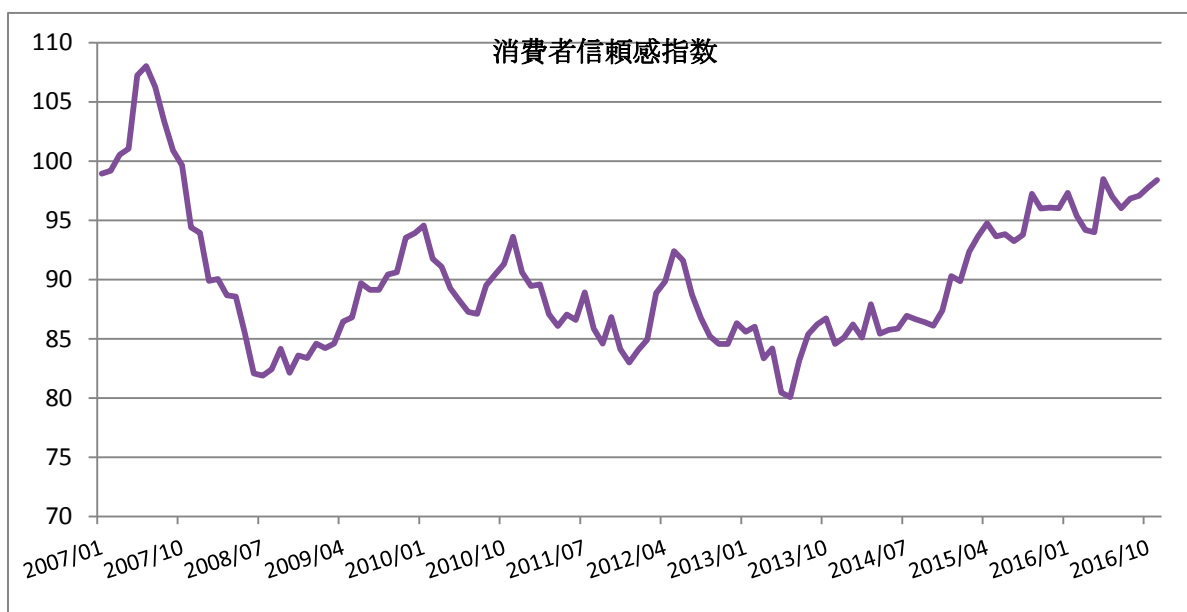


図7 (出典) INSEE 2016年11月

1) フランスのレストランの特徴

フランス人は、英米国人よりも食事を「必要」(生理的欲求)なものとしてではなく、「楽しみ」のものと認識して摂取している割合が高いというデータがある。このためか、現在でも約80%が誰かと一緒にテーブルに着席して昼食や夕飯を取る傾向に

¹⁰ 個人の生活水準、物価、財政状況、貯蓄の現在状況・見通し、家や自動車などの購入計画、雇用状況の推移の見通し、貯蓄による資本力、など計11の基準による回答結果を指数化。

ある¹¹。また、食事時間は「この時間」と決めている消費者が多く、決まった時間に複数人でテーブルを囲む、という食事スタイルが主流となっている。

外食先は、レストラン、カフェ、サロン・ド・テ（スイーツを食べお茶を飲む喫茶店）、社員食堂が主流だが、最近はパン屋やスーパーが店内で飲食が出来るイートインスペースを設けた店舗が大きく伸びている。また、固定の店舗を持たず移動販売を行うフードトラックや持ち帰り専門店なども増加している。なお、レストランは、店員がテーブルまで来て注文をとり、給仕する伝統的な方式のフルサービス・レストランと客がカウンターで注文・会計し、自分でテーブルまで運ぶまたはテイクアウトするファーストフード・レストランの2種に大別できる。

レストランの営業可能な時間は県ごとによって異なり、法によって定められている。パリの場合1~4カテゴリーのライセンスを持つレストランは、規制上は朝の5時から25時までの営業が可能である。（年に数回音楽の日、パリ祭、クリスマスなどは24時間営業可。）

通常のレストラン・ビストロは、昼12時~15時までランチ向けに営業し、休憩を挟んで夜は19時または19時半~23時または24時までの営業が一般的である。また、地区によっても違うが、日曜または月曜（もしくは両方）に定休するレストランが多い。レストランの中には夜のみ営業する店もある。

カフェは朝早くから開店し、夜遅くまで開いていることが多い。ただし、食事を取れる時間が決まっている場合がある。またサロン・ド・テと呼ばれる喫茶店やパン屋併設の喫茶店は閉店時間が早く、19時位に閉店する店がほとんどである。

しかしながら、近年は外国人観光客や若い世代の需要に合わせて、レストラン形態が多様化し始めている。例えば« Service Continu »と表示があるレストランは何時でも食事を取ることができ、観光地のシャンゼリゼ通りやエッフェル塔付近には年中無休のレストランも多い。

また、最近増加しているファーストフードレストランは、日本同様休憩時間無しで、朝から夜遅くまで食事を提供する。このほか、近年では携帯電話を使った、レストランの食事の宅配サービス・事前注文店頭受け取りサービスなど、新しい飲食サービスの形態が登場している。

¹¹ GIRA Conseil 「 Etude Restaurations 2015 」 2016年5月 , P.154

2) 外食産業市場規模

① 店舗数

GIRAによると、フランスにおける外食産業はGDPの3.89%を占める約850億ユーロである(2015年)。売上は前年より0.13%減少しているものの、店舗数は前年比0.81%増で32万3624店舗である。このうち商業飲食店が17万9491店舗と全体の55%を占める。

直近7年間の傾向を見ると、店舗数は全体で6.92%増加しており、商業飲食店、パン屋・小型スーパー・ガソリンスタンドの店内のイートインサービス、自動販売機数が増加傾向にある。一方で、ホテル・レストランは減少傾向となっている。なお、2014年に閉店した外食店は6540店舗で、このうちレストランが1,119店舗減で廃業率約1.5%である。一方で、ファーストフードは1,999店舗増加している。

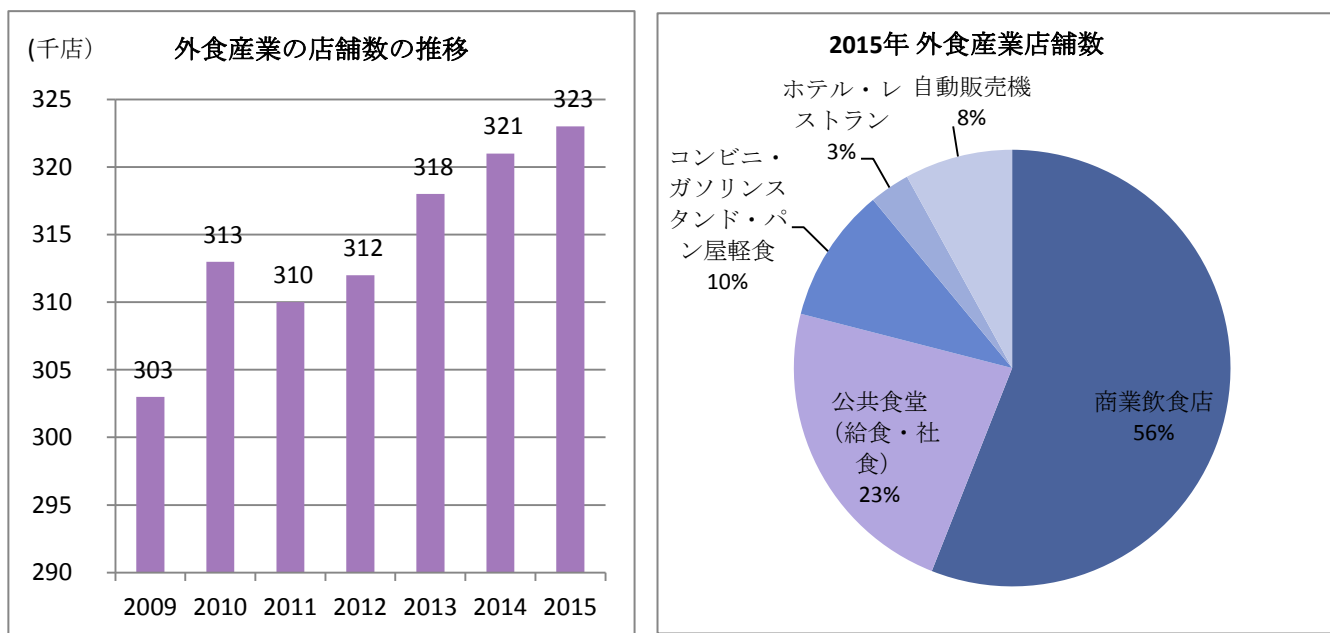


図8 (出典) GIRA Conseil 「Etude Restauration 2015」

② 従業員数

ホテル・レストラン業に関わる従業員数はACOSSの統計(登記登録)によると、レストラン業約76万人、(レストラン36万人、給食・カフェテリア15万5千人、ファーストフード19万人、カフェ・バー5万3千人、その他ホテル業が約23万人)であり、フランスの雇用者(1,777万人)の5.6%を占める。

③ 売上げ

前述の店舗数同様、商業飲食店の売上げは 472 億ユーロと、外食産業の中で売上シェアは 55.6%を占め、公共食堂が 201 億ユーロとその後が続く。この 7 年間で、売上が最も伸びたのが「スーパー・ガソリンスタンド・パン屋等の店内のイートインサービス（その他 惣菜・宅配も含む）」で 21.61%増、次に公共食堂で 14.13%増であった。商業飲食店も 8.08%増である一方、ホテル内のレストランは 13.79%減であった。

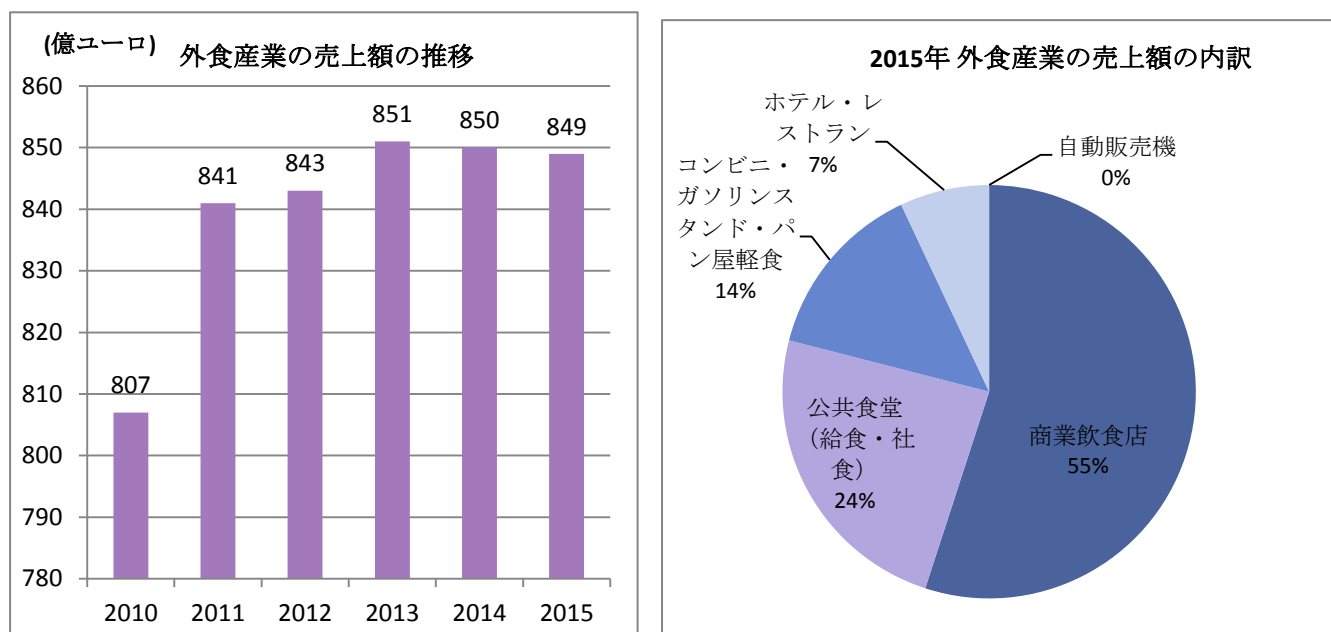


図 9 (出典) GIRA Conseil 「Etude Restauration 2015」

④ 客単価

近年、11 ユーロ以下の低価格帯の利用がもっとも多く、また、伸びている。外食産業の客単価は、近年減少しており、2015 年は 8.68 ユーロと前年比 0.92%減少であった。

この中で、商業飲食店だけに注目すると、17 ユーロ未満の価格帯が売上の 48%、全食事提供数の 75.5 パーセントを占め、平均客単価は 12.9 ユーロとなっている。また平均で一日 56 食のサービスを行い、店舗あたりの売り上げ平均は年間 26.3 万ユーロと 2014 年に比べ 1.7%減少している。

外食産業 客単価別シェア（2015年）

商業飲食店 客単価別シェア（2015年）

客単価	売上シェア (%)	食事数シェア (%)	客単価	売上シェア (%)	食事数シェア (%)
～11 ユーロ	46	75	～11 ユーロ	30	55.1
12～16 ユーロ	17	13	12～16 ユーロ	18	18
17～23 ユーロ	13	6	17～23 ユーロ	17	17
24～33 ユーロ	9	3	24～33 ユーロ	13	13
34～50 ユーロ	7	2	34～50 ユーロ	9	9
50 ユーロ～	7	1	50 ユーロ～	12	12

フルサービス・レストランとファーストフードレストランの比率は、1993年は6対1であったが、2009年には3対1となり、ファーストフードレストランの総売上高は、2010年にフルサービス・レストラン¹²を越えた。これは、フルサービスレストランの利用頻度が、不況などの影響から、2008年以降減少していることと、昼食時間の平均が、1980年代の1時間22分から、1時間短縮されて22分へと大きく減少したことなどが上げられる¹³。

最近では、こういったファーストフードレストラン・軽食店でも、「安くてまずい」ではなく、「伝統的な外食店よりは安く、従来の軽食店よりは高いが、気軽に美味しいものを食べられる」サービスを提供することにより、他店との差別化を図り、客単価を上げ、客数も増やそうとする店が増加し、個性的な店も登場している。

また、市場調査会社ユーロモニター社による2020年までの予測でも、図10のようにパン屋や小型スーパーの軽食やファーストフードがまだ伸びる市場だとされている。

なお、当然ながら、個々の店舗に着目すれば、この数年の間に、着席・フルサービス・客単価の高いレストランで、新規進出・成功している店舗は、日本人経営の店も含めて多く存在しており、軽食やファーストフード以外は成功が見込めないという訳ではない。

¹² ウェイターがテーブルまで来て注文をとり給仕するレストランを指す。

フランス市場規模の推移 (2016年以降は予測値)

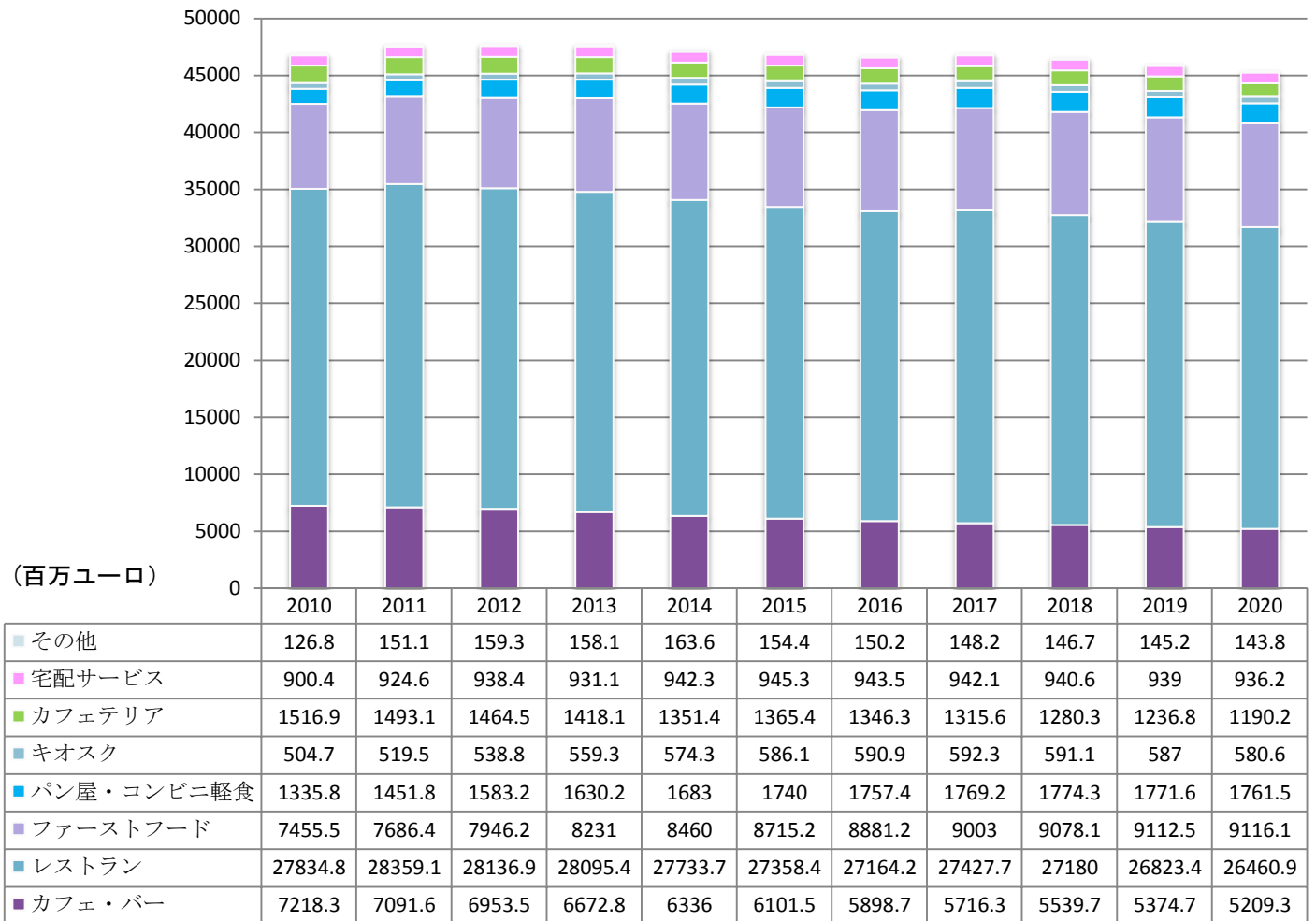


図 10 (出典) ユーロモニター社のデータベース Passport を元に作成

3) 外食産業のトレンド

大手調査会社 NPD グループが、「2015 年の外食のトレンド」として、以下のキーワードをあげている。以下、これに沿って、外食のトレンドを解説していく。

- ① 「パン屋カフェ」の躍進
- ② コーヒーショップが堅調
- ③ 「プレミアム・バーガー」店の栄光
- ④ 「ファースト・カジュアル」が引き続き発展
- ⑤ 「宅配・持ち帰り」分野の成長

① 「パン屋カフェ」の躍進

通常パン屋はテイクアウトのみの店が多いが、パン屋カフェは、着席でサンドウィッチと飲み物を注文することが可能である。また、レストランが昼食・夕食時間以外は閉まるのとは対照的に、昼食時間外にも着席で飲食が可能となっている（ただし、パン屋が閉まる19～20時頃には閉店するので、フランス人の一般的な夕食の時間には閉まっている）。また、最近では、カフェを併設していない普通のパン屋でもサンドウィッチのみならず、惣菜やサラダなどの調理品をメニューに加える店が増えている。

2015年にサンドイッチ（フランスのサンドイッチは「Jambon beurre」と呼ばれる、バゲットにバターを塗ってハムを挟んだものが一般的）は22億6000個売れており、平均価格は3.44€と、手軽に食べられるポピュラーな食事である。最近では、混雑を避けるために専用アプリでの事前予約サービス(Rapidle)を導入する店も出てきている。

② コーヒーショップが堅調

現在、100店舗以上を展開しているのがフランス系のColombus Caféとアメリカ系スターバックスコーヒーである。どちらも普通のコーヒーだけでなく、フレーバーコーヒー、軽食、スイーツと「居心地の良い空間」を提供している。この2社は、独立系のコーヒーショップの展開だけでなく、大手小売店との提携にも積極的で、ハイパー/スーパーマーケットの中に店舗を設け店舗数を拡大している。

なお、フランスのコーヒーはエスプレッソが基本だが、最近、ドリップコーヒーも流行に敏感な若者から注目されており、一杯ずつ手で入れるドリップコーヒー専門店も都市部で人気となりはじめている。

③ 「プレミアム・バーガー」店の栄光

前述の通り、ファーストフードレストランの伸びは2000年以降目覚ましいが、その中でも2012年頃から始まったハンバーガー人気は根強く、最近では多様化を見せている。

ハンバーガー市場で最も売り上げが高いのはマクドナルドであり、2014年のハンバーガー店売り上げ全体57.8億ユーロのうち、8割近い45.8億ユーロを占める。一方で、最近では、高級肉を使い、客の好み通りに焼き、自家製ソースを添えた、「プレミアム・バーガー」を提供するハンバーガー専門店が出現し、フランス系チェーンBig FernandやFactory & Coなどが成功を収めている。また、牛肉専門レストランがハンバーガー専門店を開店するなど、三つ星レストラン御用達の肉屋の肉を使う店も出現している。最近では、パリに日本風のハンバーガーショップも誕生した。

これらの新しいタイプの店は、従来のハンバーガーチェーンが5ユーロ前後であるのに対して、1個10～15ユーロと価格は高いが、レストランで食事をするよりは安く、素材はレストランと同等、というところが流行に敏感な客層を中心に好まれている。

2016年には米系ハンバーガーチェーン Five Guys（オバマ大統領が2009年に「世界一美味しい」と評したバーガー店）、Shake Shackがフランス初上陸するなど、プレミアムハンバーガー市場はまだまだ広がりを見せている。

プレミアム・バーガーのみならず、ハンバーガーの消費が増加しており、今日では、ファーストフードだけでなく、着席式のカフェ、ビストロなどのほとんどがハンバーガーをメニューに載せ、2015年には12億個が販売され、前年比で+11.21%のハンバーガーが消費された。これは商業レストランでとられた食事の内3割がハンバーガーであったことを示す。2000年には、ハンバーガーとサンドイッチの割合は1:9であったが、2015年には1:2となっている。

④ 「ファースト・カジュアル」が引き続き発展

現代の消費志向にあわせ、サービスの迅速さと品質の高さを兼ね備え、シンプルながらも心地の良いサービス、居心地の良い店内を提供するレストランのことを「ファースト・カジュアル・レストラン」という。軽食以上一般レストラン以下、少しだけ高く払うだけで、従来のファーストフードより品質の良い食事を、従来のレストランよりも安く手軽に食べることができるため、近年、流行に敏感な層に人気となり、店舗数を増やしている。

最近では、ネットでの事前予約システムが発達し、元々、配膳なし、カウンターでの受け渡しで素早いサービスを提供していたファースト・カジュアル・レストランのサービスを更に早めることとなった。ファースト・カジュアルの店はサンドイッチやサラダと言った軽食、ハンバーガー、ベーグル、メキシコ料理とバラエティーに富んでいる。

フランスで展開されているファースト・カジュアル・チェーンの例

- Cojean：フランス系健康軽食、2000年設立。パリ中心に24店舗展開。2015年にはCojean Internationalを設立、海外展開を視野に入れている。
- Bagelstein: フランス系ベーグル、2011年設立。フランス全土で70店舗展開。2017年までに107店舗を目標としている。
- Exki: ベルギー系自然派軽食、2006年よりフランスに進出。パリに25店舗展開。

⑤ 「宅配・持ち帰り」分野の成長

手軽さを求める生活習慣の変化を受け、特に大都市で宅配・持ち帰り分野が拡大している。この分野は既存であったが、スマートフォン利用者の拡大により、アプリを

利用した宅配サービスがこの数年で急成長し、フランスでは今後 3 年間で外食宅配サービス市場は 10 億ユーロまで拡大する見通しだ。

宅配サービス経営者のコメントによると、利用者は、都市部の自炊する気力も時間も少ないが、料理に対する関心は非常に高く、自宅で快適に、お気に入りレストランの出来立ての料理を楽しみたい単身世帯が多いということだ。

独自の配達機能をもたないレストランでも、新規投資無しでオンラインの出前注文に取り組める手軽さから、日本食を始めとする、アジア系レストランでも既に活用が広がっている。

4) コンセプトレストラン

このほか、最近のトレンドの一つとしてコンセプトレストランがある。ニッチなニーズに焦点をあてている場合が多いが、一定の客層を取り込むことができるため、パリなどの大都市圏を中心に増加している。

① 有機（ビオ）専門レストラン

有機レストランはベジタリアン、ヴィーガン、グルテンフリーのレストランと兼ねていることが多い。また特に健康志向の高いレストランでなくても、メニューに有機マークがついた食事がいくつか載っているなど、フランスでは身近に有機食品やドリンクが消費されている。

② ベジタリアン向けレストラン

フランスではかつてより、動物愛護、環境保護などの観点と健康志向からベジタリアン対応の食事の需要があったため、専門店が存在する。また、日本食は、豆腐などメインディッシュに加工できる食材やそばやうどんなどがあることから、ベジタリアン対応メニューをもつ日本食レストランも多い。更に、ベジタリアンよりも厳しく動物性食品を避けるヴィーガン向けレストランもパリ市内などにはある。

ただし、ベジタリアン・ヴィーガンについては、植物性製品からは鉄、ビタミン D、ビタミン B12 などの栄養素を摂取しにくく、たんぱく質が不足しやすいなど、健康面の問題からまだ懐疑的な議論もされている。

③ グルテンフリーレストラン

グルテンフリーとは、テニス選手のノバク・ジョコビッチによって有名になった、植物性たんぱく質を排除した食事療法のこと。フランスでは、人口の約 1% に相当する 60 万人がセリアック病（グルテン不耐症者）と推測されており、日本よりも需要が高い。また、アレルギーでなく、健康志向からグルテンフリーを好む消費者も最近増加しており、パリなどの大都市圏では、100%グルテンフリーなどのレストランも出現している。

日本食では、大豆のみから作られているたまり醤油などはグルテンフリーとみなされることが多い。また、日本食には、米を始め、小麦を使っていない料理が多いことから、イエローページでグルテンフリーレストランを探すと、日本食レストラン（特に寿司屋）が出てくる。

FIRST 出版が出しているガイドブック¹⁴には、パリでグルテンフリーの食事を用意しているレストランが 150 店舗掲載されており、100%グルテンフリーレストランは 22 店舗掲載されている。（特に 9、10、11 区に集中）

④ 添加物フリー

添加物フリーを謳った専門レストランは無いが、ある日本食のレストランが現地カルチャー誌に紹介された際に、「グルタミン酸フリー」が長所として紹介されるなど、添加物フリーはアピールポイントとになっている。日本同様「添加物は危険だ」とうたっている本が出版されるなど、添加物を排除する「Eフリー」という動きは欧州で目立つ。

¹⁴ Delphine Malachard des Reyssiers, 『Paris Sans gluten』, Editions First (2016 年)

第二章 国際都市パリの特徴

この章では、特に日系レストランの進出が集中しているパリについて、都市の特徴を紹介する。

1. グローバル都市としてのパリ

都市の魅力や機能を評価するランキングは様々存在するが、その多くにおいて、パリは上位5位内にランキングされている。例えば、アメリカのコンサルティング会社 A.T. Kearney が、「ビジネス活動」、「人的資本」、「情報流通」、「文化的経験」、「政治的関与」の5つの分野で都市を評価する、世界都市指数のレポート『Global Cities 2016』¹⁵では、パリはロンドン、ニューヨークに続いて第3位の世界都市に位置付けられた（4位は東京）。同調査においてパリは「情報流通」の分野で高い指数をマークしている。これは、公式・非公式に関わらず情報のネットワークが強い、発信地であることを示している。

1) パリの人口

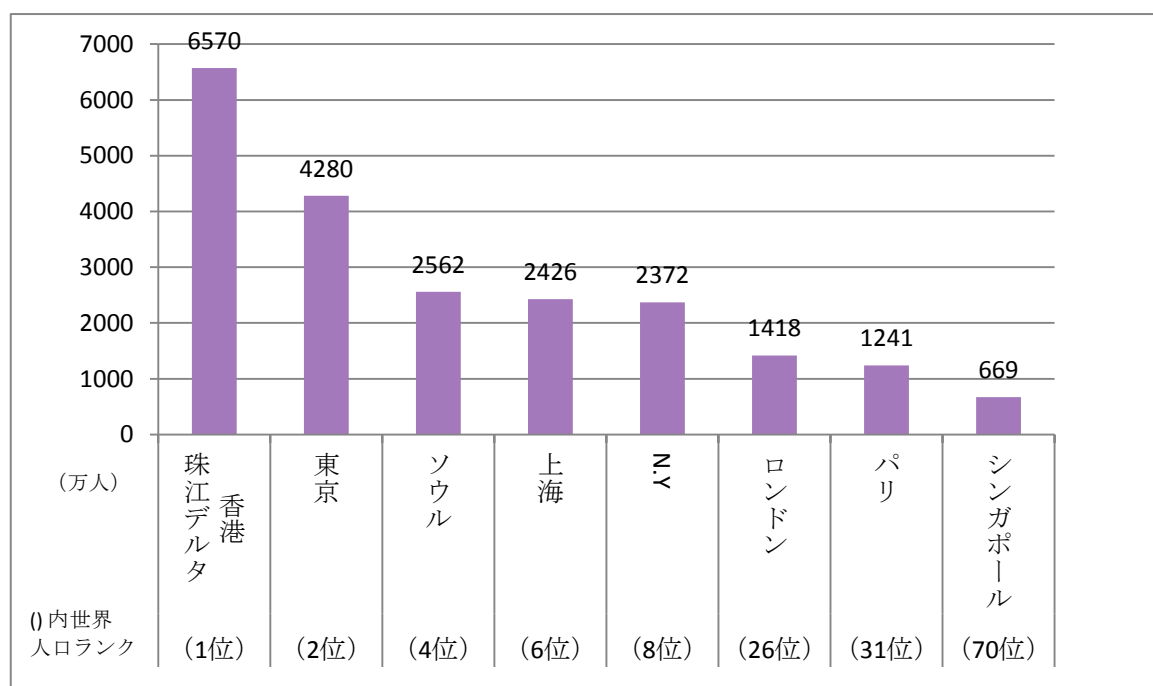


図 11 グローバル都市圏人口 PopulationData.net のデータから作成

パリ首都圏（イル・ド・フランス 1万 2012 km²）の人口は世界的に見ると多くはなく、世界ランキングでは 31 位で約 1,200 万人とされている。更に「パリ 20 区」に

¹⁵ A.T.Kearney 「Global Cities 2016」 2016 年

限定すると面積は東京 23 区の 6 分の 1、居住人口は約 220 万人¹⁶と、規模としては決して大きくない都市である。

しかしながら、パリは観光都市であり、多くの展示会（年間 407 件：2014 年）を開催していることもあり、人口を遥かに上回る年間 4,700 万人の観光客（うち展示会訪問者は 980 万人）がフランス国内外からパリ首都圏を訪れる（うち 42%が海外からの訪問客）。この数は、東京の観光客 4,300 万人（うち海外からの訪問客約 900 万人）よりも多く、パリは常にビジネスマン・外国人観光客・国内からの観光客などで賑わっている¹⁷。

2) パリの地区の特徴

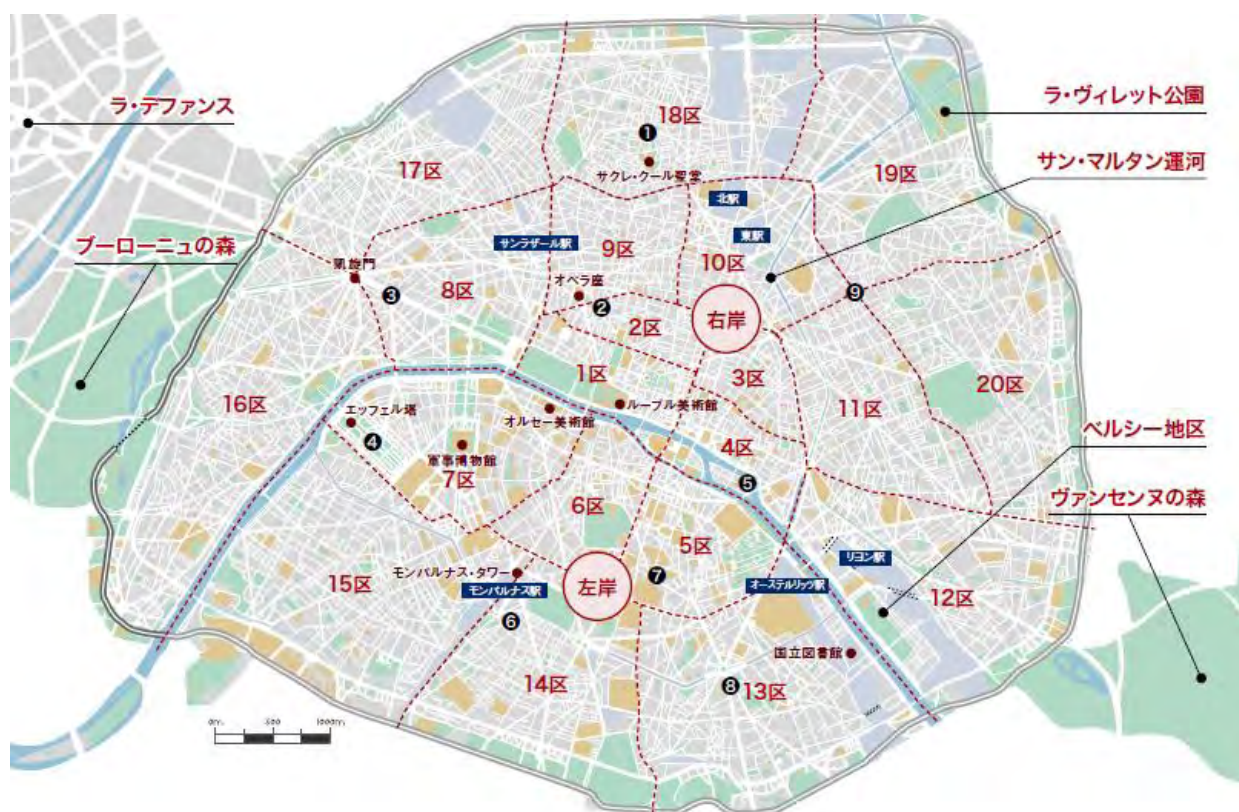


図 12（出典）JETRO パリスタイルより抜粋

パリ市は、セーヌ川に浮かぶシテ島を基点に少しずつ拡大したため、シテ島を中心にした時計回りに、外側に向かって 1 区から 20 区まで分かれている。1、2、8 区が

¹⁶ パリ・イル・ド・フランス商工会議所（CCI）2015 年 1 月 1 日調べ

¹⁷ これらの調査はホテル・簡易民宿などの宿泊施設宿泊客を計上しており、Airbnb などの民泊を利用している観光客の人数はカウントされていない。

パリ市内最大のビジネス地区といわれるが、オフィスはその他の地区にも点在し、住宅街とオフィス街が混在しているのがパリの特徴である、中心部と西部は高所得者が多く、北東部は低所得者が多いと一般的に言われる（所得の詳細は(3)を参照）。

パリ市の面積は決して大きくないが、区ごとに環境が大きく異なり、飲食店の客層も違うことから、レストラン開業にあたっては、各地区の特徴を把握の上、最適な場所を選ぶ必要がある。主な地区の特徴を簡単に以下に紹介する（下記①～⑨の数字は図 12 の数字①～⑨と連動している）。

①モンマルトル

パリでもっとも海拔の高いモンマルトルの丘付近は、古きよき時代のパリの面影が残る観光地。南側は庶民的な地区と歓楽街。

②ルーブルからオペラ座界限

オペラ座周辺とデパートの並ぶオスマン通り周辺はパリのショッピングの中心地。有名デパート「ギャラリーラファイエット」「プランタン」などもこの地区にあり、一大商圈を成している。オペラ座の南側のサンタンヌ通りを中心とする地区は、「カルチエ・ジャポネ（日本地区）」といわれ、日本食レストランや日系・アジア系スーパー、日本の雑貨・書籍店が集まっており、日本に興味のあるフランス人が多く訪れる。

サントノレ地区（サントノレ通り、ヴァンドーム広場周辺）は、高級ブランドが集まるショッピングゾーンとなっている。高級食品店フォションなどもある。

③シャンゼリゼ地区

「世界一美しい通り」と言われ、観光客で終日賑わう。高級ブランド品から大衆品まで様々な店が軒を連ねる。シャンゼリゼ・ジョルジュサンク・モンテーニュの通りを3辺とする3角形の地区は「黄金の三角地帯」と呼ばれ、小売・飲食店が密集、地価も世界一と言われる。

④エッフェル塔周辺

歴史的建造物の多い観光地であると共に、右岸河岸にはホテルやオフィスの高層ビル、ショッピングセンターなどが並ぶ。

⑤ シテ島、マレ、バステューユ周辺

マレ地区は16世紀からの貴族の館が数多く残る町並みが美しく、流行に敏感な若者を対象としたファッション・レストラン・雑貨などの店が多い。ブルターニュ通りは伝統的な食品店やカフェがあり、市庁舎前のデパート周辺も人出の多いショッピング地区となっている。

レ・アール地区は、RERの路線が集まることから郊外からの買い物客が多く、大規模複合商業施設「フォーラム・デアール」内には、ファッション・飲食・映画館・電化

製品など様々な店舗がある。現在大規模な改造工事中で、完成後は更に発展が期待される。

シテ島には歴史的建造物が多く、観光客も多い。また、警視庁や裁判所など行政機関も集まる。

⑥ モンパルナス

19世紀には芸術家の街であった。有名カフェ・レストランや劇場が多い。モンパルナスタワー建設以降は、ビジネス地区としても賑わうようになった。

⑦ サンジェルマン・デ・プレ、カルチェ・ラタン

サンジェルマン・デ・プレ教会からレンヌ通り、デパートのボンマルシェにかけての地区は、高級ブランド、デザイナーズブランド、大衆向けチェーン店が混在した地区となっている。有名カフェ、レストランも多く、フランス人で賑わう。

⑧ 中華街

13区とベルヴィル(⑨)が2大中華街と言われ、中国人のほか、ベトナム、カンボジア、ラオス系住民も多い。アジア系レストラン、スーパーが軒を並べる。

このほか、パリ20区外(17区の西北)にパリ首都圏最大のビジネス地区ラ・ディファンスがある。ラ・ディファンスには、数多くの電車・バスが通り、ショッピングモール「レ・キャトル・タン」は13万平米に250店舗が入店。フランスで最も集客数が多いショッピングモールと言われている。

3) パリの地区別世帯の課税所得¹⁸

世帯あたりの課税所得の中央値（2011年）

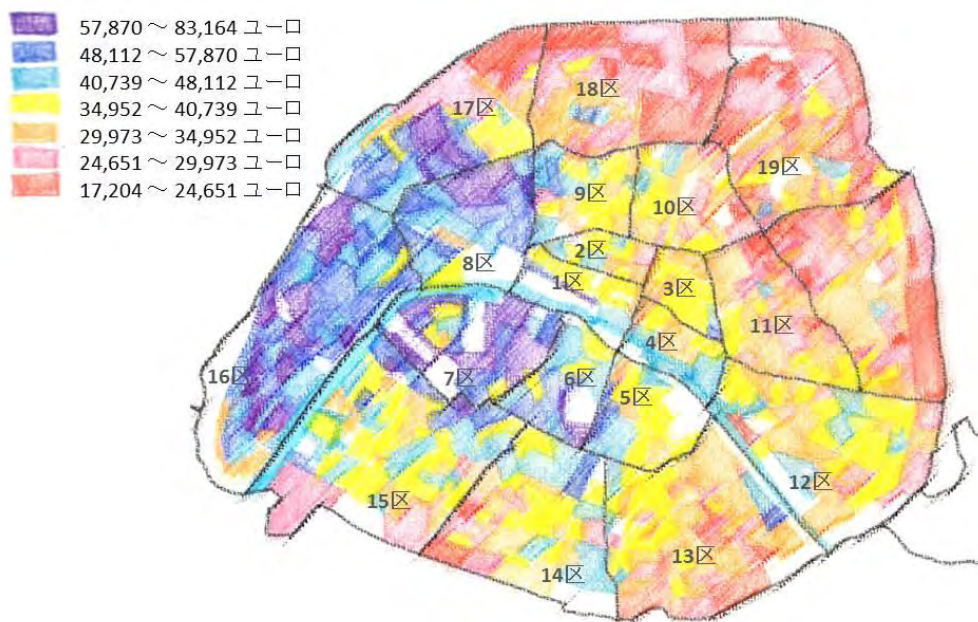


図 13 (出典) INSEE 2011 年発表 Open data とフランス国立科学研究センター ジュリアン・グルネ氏の資料 (2016 年 6 月) を元に JETRO で作成

INSEE が発表しているパリの地区別の世帯課税所得の分布¹⁹をみると、7 区、8 区、6 区、16 区、17 区一部に高所得層が集中している。また、13 区の国立図書館やベルシー（仏経済・財務省がある）の対岸付近にも高所得者層が点在していることがわかる。基本的にパリ郊外に隣接している外周環状道路付近（ペリフェリック）やバンリュールとよばれるパリ郊外は低所得者層が多いとされるが、例外的にパリ郊外であり、16 区とラ・デフォンス(La Défense)に隣接するヌイイ＝シュル＝セーヌは多くの政治家や女優が住む高級住宅街として有名。この地区の世帯平均所得はパリ市内の世帯平均所得の 2 倍と言われ、²⁰可処分所得の中央値がフランス全土で 2 番目に高い地区でもある²¹。

¹⁸ 家計収入から税金・社会保障料などをひいた、税務署に申告された収入の中央値

¹⁹ INSEE 「Données carroyées à 200 mètres」 (2016 年 12 月)

²⁰ フランス 経済・財務省「2015 年度 地域別 所得税データ」2016 年

²¹ INSEE 「2013 年度 消費者単位別 申告所得の分布」 (2016 年 12 月)

2. パリの地区の特徴と地価

1) パリ市内の地区別賃貸価格、高額物件は8区に集中

不動産サービス会社クッシュマン・アンド・ウェイクフィールドによると、パリ市内の繁華街地区ごとの賃貸価格（Rental Value）をみると、最も高い物件は8区に集中しており、シャンゼリゼ通りを筆頭にモンテーニュ通り、フォーブール・サントノレ通り、ロワイヤル通り、次いで、サントノレ通り、リヴォリ通り・レアル地区などとなっている。一方、パリ市外では賃貸価格は大幅に下がり、パリ首都圏以外の都市とほぼ同じレベルとなる。

パリ市内・パリ近郊の商用物件の地区別賃貸価格²²

一等地

区	通り	賃貸価格（ユーロ）
8	シャンゼリゼ大通り	18,000（偶数番地側） 11,000（奇数番地側）
8	モンテーニュ通り	8,000-10,000
8	フォーブール・サントノレ通り （ボーヴォ広場～ロワイヤル通り）	4,000-10,000
8	ロワイヤル通り	4,000-6,000
1/8	サントノレ通り （ロワイヤル通り～マルシェサントノレ）	6,000-7,500
1/4	リヴォリ通り/レアル （ルーブルとオテル・ド・ヴィル）	3,000-4,500
1/2	エティエンヌ・マルセル通り	2,000-3,000
5/6	サンジェルマン大通り （ラスパイユ通り～サン・ミッシェル大通り）	2,000-5,500
6	サンジェルマン・デ・プレ広場/ボナパルト通り/セーヴル通り	2,500-5,000
6	レンヌ通り	3,000-5,500
5/6	サン・ミッシェル大通り （ルクセンブルグ、サン・ミッシェル広場）	3,000-4,000
9	オスマン大通り（デパート街）	5,000-8,500
9	オペラ広場/マドレーヌ	3,500-5,000

²² 多国籍企業クッシュマン・アンド・ウェイクフィールドが2014年2月に作成した資料を許可得て和訳、掲載。

二等地

区	通り	賃貸価格 (ユーロ)
2	ペ通り	5,000-8,500
3	レピュブリック広場	1,250-2,750
3	フランブルジョワ通り	2,000-3,500
7	サン・ドミニック通り	950-1,300
7	バック通り	1,000-2,000
7	クレーク通り	600-900
8	トロンシェ通り	1,800-4,000
8	フランソワブルミエ通り	2,000-5,000
8	マルブフ通り	1,200-1,800
8	ジョルジュ・サンク大通り	1,300-3,500
8	ラ・ペピニエール通り	950-1,300
9	アレヴィ通り	3,500-4,500
9	ポワソニエール大通り	650-1,220
9	モンマルトル大通り	650-1,200
9	イタリアン大通り	600-2,000
9	ボンヌーヴェル大通り	460-1,200
11	フォーブール・サントアントワヌ通り	850-1,500
11	オーベルカンフ通り	250-500
12	サントアントワヌ通り	1,000-1,700
14	ジェネラル・ルクレール大通り	950-1,300
14	アレジア通り	750-1,200
15	セーヴル通り	1,500-5,500
15	コメルス通り	1,000-2,600

16	パッシー通り	1,800-4,000
16	ヴィクトル・ユーゴー大通り	850-2,000
17	ワグラム大通り	950-2,750
17	テルヌ大通り	650-3,500

パリ近郊

県	市	賃貸価格 (ユーロ)
オート・ド・セーヌ	ブローニュ・ビランクール	1,500-1,800
	ルヴァロワ・ペレ	1,200-1,300
	ニュイイ・シュール・セーヌ	1,500-1,600
セーヌ・サンドン	サンドン	1,000-1,100
イヴリンヌ	ヴェルサイユ	1,000-1,400

(注) 地上階、建物正面から 10 メートル以内の区画 1 平米あたりの年間賃貸料。TVA とサービス料を含まず。

3. 日本食レストラン出店概況

1) フランスにおける日本食レストラン出店状況

イエローページに掲載されているフランス全土（海外領土県を除く）における日本食レストラン数は 2016 年 11 月 1 日時点で 2,925 店舗、一番多いのはパリで 712 店舗、首都圏であるイル・ド・フランスを合わせると、約 1,600 店舗となる。このように、フランス全国の日本食レストラン数の半数がパリ首都圏に集まっている。

フランスにおける地域別住民 1 人あたりの日本食レストランの割合を見ると（図 14）、パリを中心としたイル・ド・フランス²³が、店舗数も多いだけでなく割合も高いことが分かる。なお、パリ首都圏以外では、リヨンのあるローヌ県、マルセイユのあるブーシュ＝デュ＝ローヌ県、ボルドーのあるジロンド県、ニースのあるアルプ＝マリタイム県などの割合は高い。

²³ オー＝ド＝セーヌ県・セーヌ＝サン＝ドン県・ヴァル＝ド＝マルヌ県・イヴリーヌ県

地域別 住民に対する日本食レストランの割合

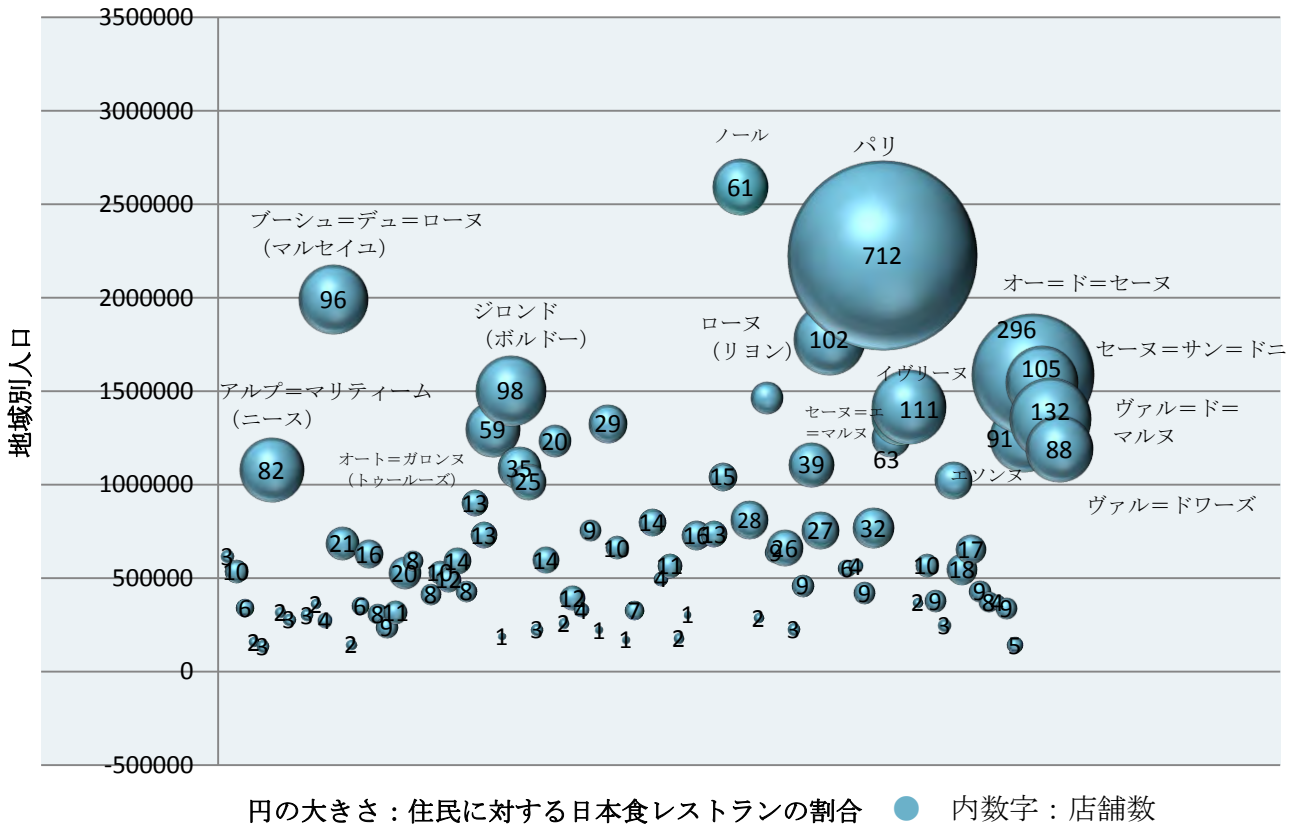


図 14 (出典) INSEE 「2013 年度人口統計」とイエローページの日本食レストラン数から作成

(注) 円のサイズが大きくなるほど、人口当たりの日本食レストラン割合が高い。また、上に行くほど人口が多いので、円が大きく上に位置するほど、人口が多く日本食レストランの割合が高いことを意味する。

また、全レストランに対する日本食レストランが占める割合を地域別に見ると (図 15)、上位 8 位はすべてイル・ド・フランスによって占められている。これらのことから、日本食レストランの浸透率はパリとその近郊が高いと考えられる。

なお、パリ及びその近郊以外では、南仏やブルドー、リヨンなど一部の地域で日本食レストランの割合がやや高く、これらの地域の多くは、前述の可処分所得が比較的高い地域でもある。

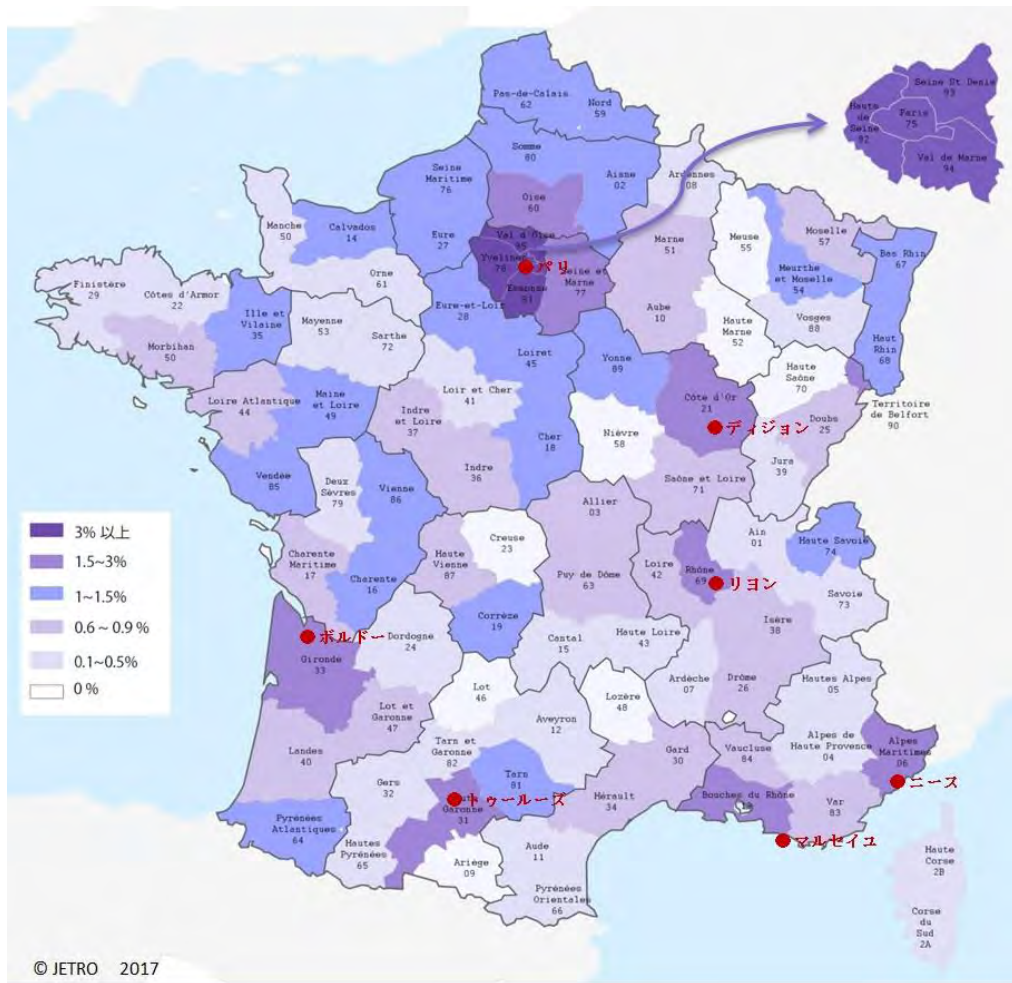


図 15 全レストラン数に対する地域別日本食レストランの割合
 (出典) イエローページのレストラン数データを元に JETRO 作成

		地域圏/主要都市	日本食レストラン浸透率
1	オー＝ド＝セ＝ヌ県	イル・ド・フランス	8.3%
2	ヴァル＝ド＝マルヌ県	イル・ド・フランス	5.8%
3	パリ市	イル・ド・フランス	5.3%
4	エソンヌ県	イル・ド・フランス	5.1%
5	ヴァルドワーズ県	イル・ド・フランス	5.0%
6	イヴリーヌ県	イル・ド・フランス	4.9%
7	セ＝ヌ＝サン＝ドニ県	イル・ド・フランス	4.4%
8	セ＝ヌ＝エ＝マルヌ県	イル・ド・フランス	2.8%
9	オーズ県		2.4%
10	ジロンド県	ボルドー	2.3%
11	ロ＝ヌ県	リヨン	2.1%
12	ベルフォール		2.0%
13	オート＝ガロヌ県	トゥールーズ	1.8%
14	ブーシュ＝デュ＝ローヌ県	マルセイユ	1.6%
15	アルプ＝マリタイム県	ニース	1.6%
16	コート＝ドール県	ディジョン	1.6%

2) 日本食レストラン概況（パリ）

正確な統計は無いものの、「日本食レストラン」のうち、日本人が経営している店は、1割に満たないといわれている。9割を占める日本人以外が経営する日本食レストランの多くは、アジア人により経営されており、サーモンとアボガドのみの単調な寿司ネタと出汁をいれていない味噌汁を出す、美味しいとは言いがたい店も多い。

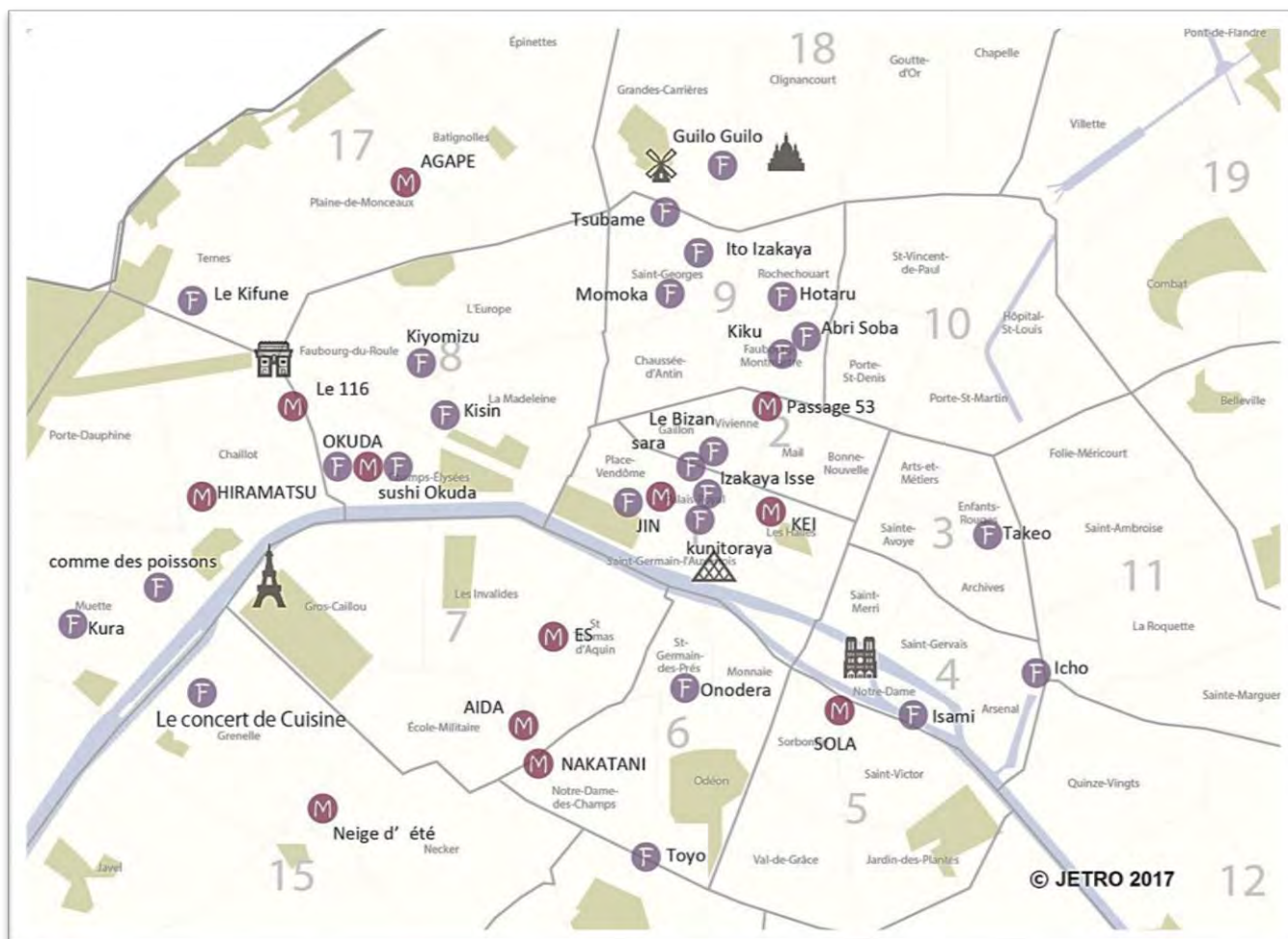
一方で、最近では、日本好きなフランス人が経営する日本食レストラン（寿司屋、ラーメン屋、居酒屋、たこ焼き屋など）がわずかではあるが出現しており、その中には味も美味しく、日本人が日本らしいと感じるレストランも存在する。

日本人が経営する日本食レストランは、数こそ1割に満たないものの、寿司・懐石・鉄板焼き等の高級料理から、ラーメン・お好み焼き等のB級グルメまで幅広く、ミシュランの星つき日本食レストランも複数存在する。最近ではラーメンの人気が高く、行列が出来る店も多い。本格的な日本食レストランは、かつてはオペラ地区（1区）に集中していたが、最近では若者に人気のマレ地区（3区、4区）、オーベルカンフ地区（11区）といった、オペラ地区外に店を構える日本食レストランも増加している。

なお、日本人が「日本らしい」と感じる日本食レストランをパリを中心として紹介する、フリーペーパーMogMog Japon（Euro Japan Crossing社が発行）の2016年7月号には123件の日本食レストランが掲載されている²⁴。

²⁴ 「日本人から見て違和感のない日本食レストラン」「オーナーか料理人が日本人である、又は日本の食文化を引き継いでいる。フランスにいながら日本の味を思い出させるような料理 やサービスを提供している日本食レストランである」ことを基準として、同誌への掲載の同意が得られた店が掲載されている。発行部数10万部。

日本人の経営するミシュランの星つきレストランや新聞社フィガロの日本食レストランランキングで上位となったが店を地図上で示すと図 16 のようになり、パリの西側・右岸に多い傾向にある。



F フィガロスコープ 図 16 (出典) ミシュランガイドとフィガロスコープのデータを元に JETRO で作成
M ミシュランガイド

① 2016 年版ミシュラン星つき日本人シェフのレストラン (日本食以外も含む)

	レストラン名	シェフ	地区	住所	
1	AUBERGE DES TEMPLIERS	Yoshihiko MIURA	ボワモラン (ロワレ県)	D2007 LES BEZARDS 45290 Boismorand	★
2	HIRAMATSU	Hiroyuki HIRAMATSU	16 区	52 rue Longchamp 75116 PARIS	★
3	AIDA	Koji AIDA	7 区	1 rue Pierre Leroux 75007 PARIS	★

4	AGAPÉ	Yoshitaka TAKAYANAGI	17 区	51 rue Jouffroy-d'Abbans 75017 PARIS	★
5	LA CACHETTE	Masashi IJICHI	ヴァランス	Rue des Cévennes 26000 VALENCE	★
6	YOSHI (Hôtel Métropole)	Takeo YAMAZAKI	モナコ	4 avenue de la Madone B.P19 98007 MONACO	★
7	PASSAGE 53	Shinichi SATO	2 区	53 Passage des Panoramas 75002 PARIS	★★
8	LE VILLAGE	Tomohiro UIDO	マルリーール ＝ロワ	3 Grande Rue 78160 MARLY LE ROI	★
9	KEISUKE MATSUSHIMA	Keisuke MATSUSHIMA	ニース	22 ter rue de France 06000 NICE	★
10	AU 14 FEVRIER	Tsuyoshi ARAI	リヨン	6 rue Mourguet 69005 LYON	★
11	KEI	Kei KOBAYASHI	1 区	5 rue du Coq-Héron 75001 PARIS	★
12	SOLA	Hiroki YOSHITAKE	5 区	12 rue de l'Hôtel Colbert 75005 PARIS	★
13	AU 14 FEVRIER	Hirotakai MORI	サン・ヴァレ ンタイン (ア ンドル県)	2 rue du Portail 36100 SAINT-VALENTIN	★
14	La Table de Breizh Café	Fumio KUDAKA	カンカル	7 Quai Thomas 35260 CANCALE	★
15	L'AXEL	Kunihisa GOTO	フォンテーヌ ブロー	43 rue de France 77300 FONTAINEBLEAU	★
16	JIN	Takuya WATANABE	1 区	5 rue de la Sourdière 75001 PARIS	★
17	ES	Takayuki HONJO	7 区	91 rue de Grenelle 75007 PARIS	★
18	OKUDA	Toru OKUDA	8 区	7 rue de la Trémoille 75008 PARIS	★
19	AU 14 FEVRIER	Masafumi HAMANO	サン＝タム ール＝ベルヴェ ユ	Le Plâtre-Durand 71570 Saint-Amour Bellevue	★
20	TAKAO TAKANO	Takao TAKANO	リヨン	33 rue Malesherbes 69006 LYON	★
21	L'ASPÉRULE	Keigo KIMURA	オセール	34 rue du Pont 89000 AUXERRE	★
22	NAKATANI	Shinsuke NAKATANI	7 区	27 rue Pierre Leroux 75007 PARIS	★
23	NEIGE D'ÉTÉ	Hideki NISHI	15 区	12 rue de l'Amiral Roussin 75015 PARIS	★
24	PAGES	Ryuki TESHIMA	16 区	4 rue Auguste Vacquerie 75016 PARIS	★

② フィガロスコープによる 2016 年パリの日本料理レストランランキング²⁵

	レストラン名	タイプ	地区	
1	Abri Soba	和食・そば	9 区	10 Rue Saulnier, 75009 Paris
2	Kisin	うどん	8 区	9 Rue de Ponthieu, 75008 Paris
3	Kunitoraya	うどん・和風ビストロ	1 区	5 Rue Villedo, 75001 Paris
4	Kunitoraya II	うどん・和風ビストロ	1 区	5 Rue Villedo, 75001 Paris
5	Teppanyaki Ginza Onodera	鉄板焼き	6 区	6 Rue des Ciseaux, 75006 Paris
6	Jin	寿司懐石	6 区	6 Rue de la Sourdière, 75001 Paris
7	Okuda	懐石・会席料理	8 区	Rue de la Tremoille, 75008 Paris
8	Sushi Okuda	寿司	8 区	Rue de la Tremoille, 75008 Paris
9	Ito Izakaya	居酒屋	9 区	2-4 Rue Pierre Fontaine, 75009 Paris
10	Tsubame	和食・ヴェトナム料理	9 区	40 Rue de Douai, 75009 Paris
11	Le Concert de Cuisine	フレンチ風鉄板焼き	15 区	14 Rue Nélaton, 75015 Paris
12	Kura	和食	16 区	56 Rue de Boulainvilliers, 75016 Paris
13	Comme des Poissons	寿司	16 区	24 Rue de la Tour, 75016 Paris
14	Kiku	創作和食 (ヌーベルキュイジーヌ)	9 区	56 Rue Richer, 75009 Paris
15	Toyo	創作和食 (ヌーベルキュイジーヌ)	6 区	17 Rue Jules Chaplain, 75006 Paris
16	Zen	和食	1 区	8, rue de L'Echelle, 75001 Paris
17	Guilo Guilo	くずし割烹	18 区	8 Rue Garreau, 75018 Paris
18	Takeo	お弁当 (マルシェ)	3 区	37 Rue Charlot, 75003 Paris
19	Izakaya Issé	居酒屋	1 区	45 Rue de Richelieu, 75001 Paris
20	Isami	寿司	4 区	4 Quai d'Orléans, 75004 Paris

²⁵ Figaro Scope オンライン版「Les meilleurs restaurants japonais de Paris」2016 年 10 月 25 日

第三章 日系レストラン実例

1. 日本食レストランの客層・価格帯

前述の通り、最近の日本食レストランは、日本人経営・日本人シェフの店であってもその種類が多様となっており、客層も価格帯も店によって大きく異なることから、一概に特徴を述べるのは難しい。このため、以下に、4つの価格帯に分けて日本食レストランの客層等を示す²⁶。

① 夜の平均価格が100ユーロを越えるレストラン（基本的にコース料理を提供する）

	レストラン①	レストラン②	レストラン③
料理分類	懐石料理	割烹	寿司
所在地	パリ	パリ	パリ
代表者	日本人	日本人	日本人
オーナー	日本企業	代表者と同じ	日本企業
シェフ	日本人	代表者と同じ	日本人
主な客層	欧米人7割 日本人3割 現地在住者だけでなく観光客も来客	フランス人7割 その他日本人含め外国人3割 40-60代が中心 ビジネス客はほとんどなし	欧米人7割 日本人3割 現地在住者だけでなく観光客も来客
平均単価	昼 180ユーロ 夜 300ユーロ	夜 220-250ユーロ（営業夜のみ）	昼 100ユーロ 夜 180-200ユーロ
日本食の取り扱い割合（金額ベース）	20%	10-15%	20%

② 夜の平均価格が50～100ユーロのレストラン（コース料理の店と1品ごとの注文が可能な店がある）

	レストラン④	レストラン⑤	レストラン⑥
料理分類	フュージョン	鉄板焼き	寿司、懐石料理
所在地	パリ	パリ	パリ
代表者	日本人	日本人	日本人
オーナー	日本人（代表者と同じ）	日本人（代表者と同じ）	日系ホテル
シェフ	日本人（代表者と同じ）	日本人	日本人（代表者と同じ）
主な客層	フランス人4割、その他（欧・米・アジア人）6割	フランス・欧州人7割、外国人2割、日本人1割	フランス人9割、日本人1割

²⁶2015年9～12月のヒアリング内容に基づき作成

	割	割、 20～80代と客層は様々	40～60歳が多い 家族、ビジネスマンが多い 男女比率：50/50
平均単価	昼 32 ユーロ 夜 70～80 ユーロ	昼：30～35 ユーロ 夜：65～75 ユーロ	昼：40～60 ユーロ 夜：50～80 ユーロ
日本食の取り扱い割合 (金額ベース)	35%	25%	40% (調味料が中心)

	レストラン⑦	レストラン⑧	レストラン⑨
料理分類	寿司、小鉢もの	居酒屋	居酒屋
所在地	パリ	パリ	パリ
代表者	日本人	フランス人	フランス人
オーナー	日本人 (代表者と同じ)	フランス人 (代表者と同じ)	フランス人 (代表者と同じ)
シェフ	日本人 (代表者と同じ)	日本人	日本人
主な客層	フランス人 1 割、日本人 4 割 40 代以上が多い 平日はビジネスマン、週末は家族連れが多い	30～50 代が多い 管理職レベルが多い昼は 若者も来る	フランス人 9.5 割、日本人 0.5 割
平均単価	昼：33 ユーロ 夜：60 ユーロ	昼 20 ユーロ 夜 60 ユーロ	昼 35～40 ユーロ 夜 50 ユーロ
日本食の取り扱い割合 (金額ベース)	70%	20%	80%

③ 夜の平均価格が 20～50 ユーロのレストラン

	レストラン⑩	レストラン⑪	レストラン⑫
料理分類	家庭料理 (昼：弁当、 夜：ピストロ)	寿司	お好み焼き
所在地	パリ	パリ	パリ
代表者	フランス人	フランス人	日本人
オーナー	フランス人 (代表者と同じ)	フランス人	日本人 (代表者と同じ)
シェフ	日本人 (代表者の妻)	日本人	日本人 (代表者と同じ)
主な客層	フランス人 9 割、外国人 観光客・日本人 1 割 常連客が多い	30～50 代が多い 管理職レベル (昼は若者も)	フランス人 6 割、日本人 2 割、観光客 2 割 30～40 代が多い
平均単価	昼：12～16 ユーロ 夜：30 ユーロ	昼 20 ユーロ、夜 40 ユー ロ	昼 15 ユーロ 夜 25 ユーロ
日本食の取り扱い割合 (金額ベース)	25%	20%	75%

④ 夜の平均価格が 20 ユーロ以下のレストラン

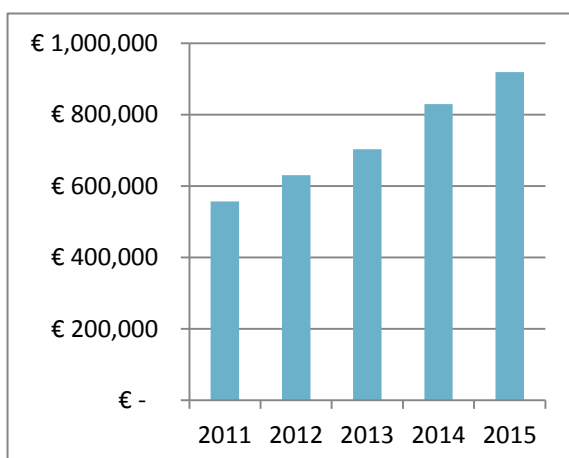
	レストラン ⑬	レストラン ⑭
料理分類	ラーメン	餃子
所在地	パリ	パリ
代表者	日本人	日本人
オーナー	日本人（代表者と同じ）	日本人（代表者と同じ）
シェフ	日本人	日本人（代表者と同じ）
主な客層	フランス人 7 割、日本人 1.5 割、中国・韓国人 1.5 割	フランス人 9.5 割、日本人 0.5 割 30 代が多い 昼はオフィス街のサラリーマンが多い
平均単価	15 ユーロ	昼 12～13 ユーロ 夜 12～15 ユーロ
日本食の取り扱い割合（金額ベース）	10-15%	30%

2. 日本食レストランの売上動向

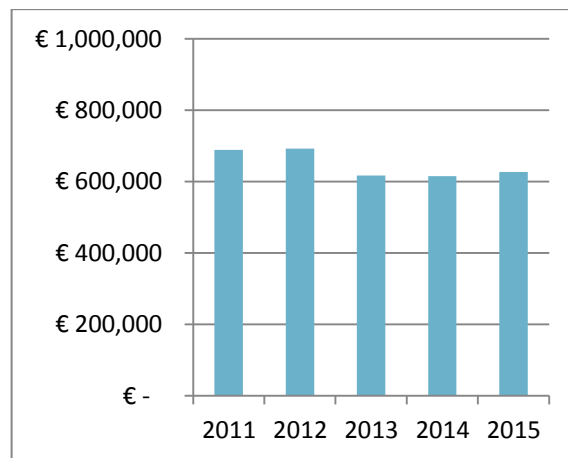
前述のとおり、日本食レストランは、日本人経営の店に絞っても、価格帯、コンセプト、店舗面積が大きく異なるので、売上を一概に述べるのは難しいが、以下にパリ市内の 4 店舗の売上げの推移を例として示す²⁷。なお、パリ市内に複数店舗を所有するオーナーに話を聞くと、3 日間の売上げで家賃が払えるかどうかをその店が成功しているかどうかの判断基準としているとのことであった。

店舗の売上げ例

レストラン A

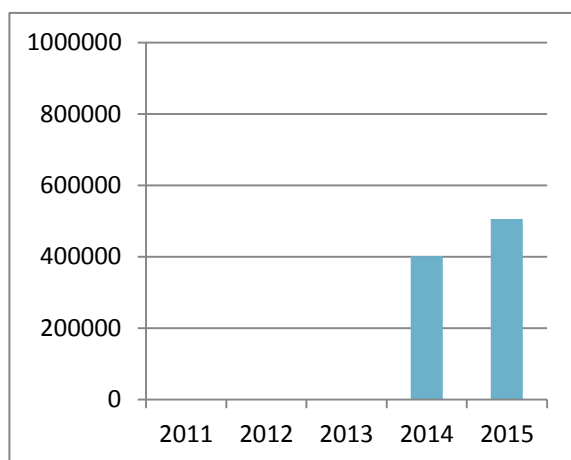


レストラン B

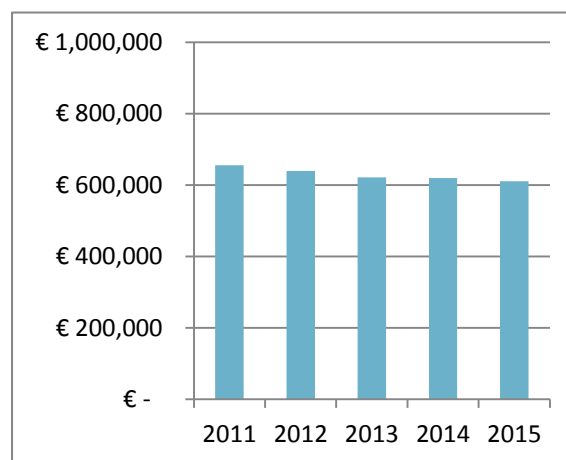


²⁷ SOCIETE.COM のデータを元に JETRO 作成

レストランC



レストランD



3. 日系レストランにおける日本食材調達状況

1) 日本食レストランの食材の調達方法

日本食レストランを開店する際には、多くの場合、日本食材の調達が必要となる。その際には、経営者が直面するのは、日本で購入する際と大きく異なる価格や入手できない食材の存在となる。また、野菜・魚等も似たように見えて味や鮮度が異なる場合も多いため、どのような食材がどのくらいの価格・質で入手できるか、現地調達できるものは何かなどを進出前に把握しておく必要がある。また、水もフランスの水は多くの地域で硬水であり、出汁や茶などの味は日本の水を使った場合と大きく異なることにも注意が必要となる。

パリの日本人経営のレストランを対象に、日本食の調達方法や、使用状況・使用するメリット・デメリット、使用できない理由をヒアリングすると、使用できない理由として一番に挙がるのが価格の高さである。日本産の食材の価格は、日本の2～3倍となる場合が多く（航空便で輸送する場合は更に高くなる）、高級店以外では中々手が出ないものとなっている。また、地方都市では、地元で手に入る日本食材自体が少ない、パリの日系食品店から買うと送料がかかる。月に1回しか配送が無い、などが日本食材使用のボトルネックとなっている場合もあり、日本産の食材は、「現地産と品質が違うもの」「日本以外で作っていないもの」に限っているケースがほとんどであった。

最近では、醤油などは、日本企業が現地（EU内）で生産している商品もあり、こういった商品は、価格が輸入品に比べ安いことから使用しているレストランが多い。また、アメリカ産も価格が安価なため使用している店舗もある。ただし、生産している種類が少なく、日本のように選べないことや味が日本産とは異なる商品も多く、味の

決め手となる行程で使う醤油は日本から輸入したもの、決め手とはならない行程の醤油は現地調達など使い分けているレストランもある。

また、生鮮食品に関しては、鮮度と価格の両面から、現地産を使用するが多い。日本産を使うのは、日本にしか無く、味が非常に特徴的なものに限られる。米については、価格面から EU 内で生産されている米（単粒種）を使っている店舗も多い。EU 産米の質については、評価する店と日本産とは違うとする店の両方があった。

輸出規制により、日本産の動物性原材料を含む多くの食品は、日本から対 EU 輸出が出来ないため、欲しい食材が入手できない、という声もある。特にかつお節についての入手困難さの声が多い。最近では、EU 内にもかつお節工場があるため、これらの味を事前に確認しておくことも、かつお節を多く使うレストランには必要となってくる。

2) 日系レストランにおける日本食材の使用状況の例

(調査 2015 年 9～12 月時点)

レストラン①

	日本食材名 (主要 2 品目)	①主な食材		②主な仕入れ	③調達日数	④課題・要望等
		仕入価格	使用メリット・デメリット	先	※オーダーから店頭入荷まで	
日本産（直輸入、間接輸入を問わず）	和牛	120 ユーロ/kg	価格が高い	日系卸	2 週間	仕入が安定しない
	日本酒	20-30 ユーロ/本	日本にしかない	日系卸	1-2 日	種類が少ない
現地産	米	22.25 ユーロ/10kg	日本産と比べ粒が小さい。時間を置くと固くなる。	日系卸	1-2 日	特になし
	大葉	—	オランダ産と日本産有。現在他国経由だがフランスに直で入ると安くなる。	日系卸	1-2 日	日持ちがしない
第三国産（直輸入、間接輸入を問わず）	醤油（米国）	40 ユーロ/18.9L	—	日系卸	1-2 日	特になし
	米酢（英国）	36.5 ユーロ/20L	—	日系卸	1-2 日	特になし

注) 複数の卸業者を使用しているレストランについては、その旨がわかるよう、日系卸A、日系卸B、現地系卸A、現地系卸BなどA、B、Cで記載している。A、B、Cの記載がない場合は、複数の卸を使用していないことを指す。また、A、B、Cは異なる会社であることを表現するためのみに使用しており、レストラン②の「日系卸A」とその他レストランの調査表に記載している「日系卸A」が同じ卸という意味ではない

レストラン②

	①主な食材			②主な 仕入れ先	③調達日 数 ※オーダーから 店頭 入荷まで	④課題・要望等
	日本食材名 (主要2品目)	仕入価格	使用メリット・ デメリット			
日本産（直輸入、間接輸入を問わず）	日本酒	20-30 ユーロ /本	日本産のものしかない/高い	日系卸A	翌日	外国産のものは品質のブレがある。入手したい食材は日本野菜。わさび、ミツバなども欲しい。れんこんなどは中国産を使っているが、正直言って心配である。日系卸から空輸で入れることがあるが、高すぎて価格できない。 現地産の日本野菜があるが、供給量が少なく三つ星レストランなどだけにいって、他の一般レストランにまで回ってこない。価格も高すぎる。
	かつお節	—	日本産以外でいいものはない	日本から持ってくる	—	
現地産	米	22.25 ユーロ /10kg	価格手頃。うまくできている。安定供給がなされている。	日系卸B	1-2日	
	醤油	40 ユーロ /20L		日系卸B	1-2日	
第三国産（直輸入、間接輸入を問わず）	Wagyu（スペイン産）	60-80 ユーロ /kg	品質のブレがある	スペインから直輸入	1-2週間	

レストラン③

	①主な食材			②主な 仕入れ先	③調達日数 ※オーダーから 店頭 入荷まで	④課題・要望等
	日本食材名 (主要2品目)	仕入価格	使用メリット・ デメリット			
日本産（直輸入、間接輸入を問わず）	酒	20-40 ユーロ /本	—	日系卸2社 (A、B)	翌日配達	日本食材の調達については、特に問題はない。殆どのものは既存輸入業者から入手できる。 以前、オランダ産の和牛（50ユーロ/kg）を二度ほど使ったことがあるが、いずれも脂身が多すぎて前処理で半分以上を廃棄しなければならず、品質がよくなかったのでそれ以来、購入していない。
	味噌	44 ユーロ /20kg	—	日系卸A		
	かつお節	32 ユーロ /500g	—			
	米（玉錦）	—	—	日系卸B		
現地産	アイス	抹茶アイス：12.98 ユーロ /2.5L	—	日系卸A		
第三国産（直輸入、間接輸入を問わず）	醤油（ヤマサ）	40 ユーロ /18L	—			
	米（真珠米、イタリア産）	29.9 ユーロ /20kg	—	日系卸C		
	生姜（がり）	5.6 ユーロ /kg	タイ産。日本産のものよりもよい。			

紫蘇	—	—	アジア系小売店	店頭購入
----	---	---	---------	------

レストラン④

	日本食材名 (主要2品目)	①主な食材		②主な仕入れ先	③調達日数	④課題・要望等
		仕入価格	使用メリット・デメリット		※オーダーから店頭入荷まで	
日本産（直輸入、間接輸入を問わず）	醤油	40 ユーロ /18.9L	—	日系卸	翌日配達	—
	みりん	42 ユーロ /18L	—			—
	酢	36.5 ユーロ /20L	—			—
	日本野菜	(参考：日系卸店頭価格大葉 6-8 枚 2 ユーロ)	大葉などフランス産の大きっぱな香りに比べると品質高い。			—
	味噌	—	日本から取り寄せ			—
	かつお節	—	ほしい品質のかつお節がフランス市場にない	日本	ケースバイケース	個人持込み以外に入手方法がない。
	松茸	—	フランス市場にない			
	昆布 米	— —	指定のものを日本卸に依頼し取り寄せて購入	日系卸	翌日配達	— —
和牛	200-230 ユーロ/kg	—	現地系専門店A		—	
現地産	うなぎ（野生。生きた状態で仕入れ）	5 ユーロ/kg	1.5~2 kgのもの限定。	現地系卸A	翌日-2日	—
	魚一般	—	思いうような品質のものが市場・卸にないので独自に漁師と契約	ブルターニュ地方、ブーローニュシュールメール地方漁師	当日	魚の種類増加と天候の影響対策のため、万全を期して流通ルートを複数確保しておく必要がある。
	魚の一部	—	—	現地系卸B	—	あなご、大きなアワビ、さより、ウニなどはフランスで調達できない。
	和牛以外の肉類	(参考) フイレ 38,3~	—	現地系専門店B	—	—

65 ユーロ/kg						
	鶏肉	—	—	現地系卸C	—	—
	野菜	—	—	現地生産者 が中心	—	—
	果物	—	—	現地生産者	—	—
第三国産（直 輸入、間接輸 入を問わず） その他	冷凍マグロ （アイルラ ンド） 備長炭	—	—	イギリス卸	1～2日	—
		—	指定のものを日本 卸に依頼し取り寄 せて購入	日系卸	—	使用量が多く一日に 10 kg程度使う。紀州 産、土佐産の備長炭

3) 輸入・卸し業者

以下に日系輸入業者及び日系食品店リストを参考までに挙げる。

① 日系輸入業者（*は冷凍食品も扱っている業者）

名称	住所	TEL
JFC France*	101, Av. Louis Roche	0140864200
www.jfc.eu	92230 Gennevilliers	
KIOKO*	37/39, rue Léon Geffroy	0145214699
www.kioko.fr	94400 Vitry sur Seine	
OTODOKE*	46, rue Sainte Anne	0142860222
www.otodoke.fr	75002 Paris	
ISSE & CIE	56, rue Sainte Anne	0142962674
www.isse-et-cie.fr	75002 Paris	
Umami	2 AVENUE JEAN MOULIN	0143949 91
www.umamiparis.com	94120 FONTENAY SOUS BOIS	
FOODEX SA*	4, Impasse des Carrieres	0146474439
www.foodex.fr	75016 Paris	

② パリの日系食品小売店

名称	住所	TEL
KIOKO www.kioko.fr	46, rue des Petits Champs	0142613365
	75002 Paris	
JUJIYA www.otodoke.fr	46, rue Sainte Anne	0142860222
	75002 Paris	
NANAYA www.otodoke.fr	81, Av. Mozart	0146477948
	75016 Paris	
KANAE www.thanh-binh.com	29 place Maubert	0140460615
	75005 Parris	
	118 Rue Lecourbe	0156567760
	75015 Paris	
UMAMI Matcha café	22 Rue Béranger,	0148040602
	75003 Paris	
WORKSHOP ISSE www.workshop-isse.fr	11, rue Saint Augustin	0142962674
	75002 Paris	

③ 日本食品も取扱うパリ市内の韓国系食品店及び中華系食品店

名称	住所	TEL
EURO MART	17, Av. Emile Zola	0145774277
	75015 Parris	
TANG FRERES	48, Av. d'Ivry	0145708000
	75013 Paris	
PARIS STORE	44, Av. d'Ivry	0144068818
	75013 Paris	

ACE MART	63, rue Sainte Anne	0144975680
	75002 Paris	
HI MART	71 bis, rue Saint Charles	0145753744
	75015 Parris	
ACE OPERA	43, rue Saint Augustin	0140079357
	75002 Paris	
K MART OPERA	6-8, rue Sainte Anne	0158624909
	75001 Paris	
K MART LECOURBE	11 Rue Robert de Flers	0140594272
	75015 Paris	
MARU MARKET	36, rue Mouffetard	0143310037
	75005 Paris	
BAUM ILANG	9, rue Poirier de Naçay	0145415218
	75014 Paris	
HANA FOOD	15, rue Letellier	0145777471
	75015 Paris	
EXO STORE	52, Av. Choisy	0144242523
	75013 Paris	

4. 飲食店開業コスト事例

以下には、実際にフランスで開店した企業が要した経費、開店時に導入した設備、その他苦労した点等をまとめた。パリと地方都市では、必要経費が大きく異なることから、⑤には地方都市の例も入れている。場所、規模、その他条件により、こういった価格は大きく異なるため、ご参考としてご覧いただきたい。

事例 ①

内容、費用、日数等	
営業件譲渡額	220,000 ユーロ
物件地区、面積	パリ 1 区、45 平米 (25 席)
物件月額賃料 (契約期間)	3,000 ユーロ (税金、管理費込)
導入した付帯設備	換気口 (5 万ユーロ)、排水油処理設備 (Bac à graisse)、厨房調理台・器具
外装、内装工事費	営業権の他に、内装外装廻、付帯設備購入など全部で約 5,000 万円
現地雇用者 (人数、役割、月額給与、手当)	10~15 人。日本人の店長 1 人、サービス用学生 6 人、料理人補助 (バングラデシュ人) 4 人 給与は SMIC (法定最低賃金) よりも若干高め
取得した各種許認可	レストラン責任者の義務講習受講、その他、消防・労働・保健の 3 行政から開店後に規準審査のコントロール検査あり (料理人、レストラン許認可はなし)
開業に際しての弁護士、会計士費用	不動産屋への仲介手数料 4%、弁護士費用 (登記簿作成なども含む) 1.5-2.0% (分母は営業権譲渡額)
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・日本からの料理職人の確保の場合、ビザの取得が必要で、取得が難しくなっている状況。取得に最低半年はかかる。 ・給与 (月総額 2,400 ユーロ) を支払う価値のある職人であることを証明するために、職歴を証明する書類の提出が当局から求められる。 ・レストラン物件において、仮契約から本契約までに約 3 ヶ月。ただし、仮契約段階で、営業権額の 5% を支払い、仮契約破棄した場合には違約金として 10% の支払いを求められることから、仮契約がほぼ決定段階とみてよい。ただし、この仮契約段階で、物件の瑕疵の有無、営業権譲渡額 (通常は前店子の年商の 80%) の妥当性などをみる。ちなみに営業権はパリ首都圏特有のもので、地方都市には存在しない無形資産の概念である。基本的にこの営業権は 10 年で回収する見当で売上を上げるのが通常。 ・仮契約の段階で、賃貸契約上に業務用途としてレストラン業務が記載されていること、建物としてレストラン運営に問題ないか (排水設備、衛生法上がクリアされているか) を確認すること。 ・営業権額と賃貸料のバランスについて注意すること。営業権を低くして、賃貸料を高くする家主あり。これは、店子の入れ替えが多いリスクがあり (そのため売上が高くないため、営業権が低く設定される) ・営業開始後の会計処理 (給与計算、消費税申告など) を会計士に依頼する場合、会計士費用は約 500 ユーロ/月 ・サービススタッフにはワーキングホリデービザの学生を雇うことが多いが、フランス語は片言話せることが必要。一方、調理場内の料理補助には、日本人以外のアジア系の人を雇うことが多い。(フランス語でシェフ/店長とコミュニケーションが取れば日本語を特に話せる必要なし。シェフがフランス語を話せない場合は別。)

事例 ②

内容、費用、日数等	
営業譲渡額	105,000 ユーロ
物件地区、面積	パリ 9 区、合計 65 平米（地上階、地下一階）
物件月額賃料（契約期間）	20,000 ユーロ/年、（1,666 ユーロ/月）
導入した付帯設備	冷蔵室以外は全て内装工事で取替。厨房内の調理設備、冷蔵庫、カウンター、テーブル、椅子など。
外装、内装工事費	外装、内装工事費、公証人費用、設備購入費なども含めて約 100,000 ユーロ
現地雇用者（人数、役割、月額給与、手当）	4~5 人、セカンドシェフ 1 人、料理補助 1 人、ホール責任者 1 人、サービス係 1~2 人。料理人責任者、ホール責任者以外は全て SMIC（法定最低賃金）
取得した各種許認可	テラス使用权（パリ市） レストラン営業にかかるライセンス（ライセンス IV やレストランライセンス等）は営業権に付帯するものなので、物件を探す段階でそれを絞り込んで探すこと。
開業に際しての弁護士、会計士費用	なし（親族内に弁護士がいたことから）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・物件探しに約 1 年かかった。レストラン開業にあたり、物件の場所が最も重要である。 銀行融資申請の準備のために、商工会議所からの起業支援（有料、2000~5,000 ユーロ）を受けた。この支援により、ビジネスプランの作成、不動産屋の紹介・斡旋の他、物件がかたまった段階で、近隣の住人の所得税状況（住人の所得層が把握できる）、また近隣の商店の状況（雇用数、売上等）に関する情報も入手ができたことから、物件の地区の潜在性、妥当性について確認することができた。 ・開業後の最大の問題は、現地採用。開店当初はなかなか人がみつからず、ソーシャル・ネットワーク等を通じて人を探すなどの手段をとったが、ある程度レストランとして認知度が上がると、外食業界や顧客からの情報が入ってくるようになるので、少しは見つけやすくなる。 ・現地雇用者の人件費について：通常は売上の 25%程度といわれている。 ・住人からの苦情（換気扇からの魚を焼く匂いなど）あり。建物の管理組合（Syndic）との交渉において、どのレストランにおいても、必ず住人の 1~2 人は文句を言う人がいるので、何らかの苦情を言われることは覚悟しておいた方がよい。 ・物件の場所の他に、レストラン開業後の売上の高低に対応できるよう、準備資金を用意しておいた方がよい。

事例③

内容、費用、日数等	
営業件譲渡額	非公開
物件地区、面積	パリ市内都市部。260 平米（地階設備を含む）、60 席
物件月額賃料（契約期間）	非公開
導入した付帯設備	日本から製麺機、回転釜などを導入。以前の店舗の設備は使用せず、全て刷新（費用非公開）。
外装、内装工事費	非公開
現地雇用者（人数、役割、月額給与、手当）	45 人（厨房 15 人、フロア 15 人、工場 7～8 人等。日本人は日本から来た 3 人のみで後は現地採用したフランス人。）給与はマネージャークラスが 3,000 ユーロ。マネージャー以外も、SMIC（フランスの法定最低賃金）を上回る月 1,500 ユーロ程度に設定。
取得した各種許認可	ライセンス IV を前の店子（スペイン料理レストラン）からそのまま引継ぎ。日本から製麺機、回転釜なども導入したが、その際に機械に CE マークを取得。取得に 7～8 ヶ月かかった。
開業に際しての弁護士、会計士費用	非公開。ただし、弁護士、会計士、税理士、コンサル（工事、物件取得）、人材ヘッドハンターを活用。物件探しに必要だった期間は 6～7 ヶ月程度。マネージャークラスの雇用にはヘッドハンターを使用。それ以外の募集は、日本人コミュニティ無料誌における募集等を活用。
その他	フランスは工事、その他の手続きが難しい。コストも高い。また、使う食器は基本的に全て日本から取り寄せのため、食器購入・運搬コストだけでも相当高いものとなった。

事例④

内容、費用、日数等	
営業件譲渡額	230,000 ユーロ（最初は 280,000 ユーロだったが交渉）前の店子はビストロ
物件地区、面積	パリ 4 区 店舗 37 m ² (18 席分) + 上階にアパート 25 m ²
物件月額賃料（契約期間）	1,250 ユーロ（管理費込）
導入した付帯設備	換気扇（厨房排気フード、煙突）、厨房設備全て、トイレ等。一部の食器については日本企業から協賛を受けた。
外装、内装工事費	74,000 ユーロ（うち、64,000 ユーロを銀行借入）
現地雇用者（人数、役割、月額給与、手当）	5 人（うち 2 人はサービス専門、残り 3 人は調理もできる人）リクルートには、Jimomo といったソーシャルネットワークを利用。
取得した各種許認可	店に付帯していたライセンス IV は他店に譲渡売却。レストランライセンス取得のために衛生講習を受講。（ただしレストランライセンス看板は BHV で購入）
開業に際しての弁護士、会計士費用	不動産費用 21,900 ユーロ、ビザ取得（学生ビザから商業主ビザへの切り替え、また日本人の就労ビザの取得）は 3,200 ユーロ/人、不動産取得のコンサルタントに 10,000 ユーロ（ただし、物件は「Se Loger」という不動産売買サイトから自力で見つけた。コンサル料は営業権交渉等）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・フランスに学生として 1 年半滞在し、その間にフランス語を習得し、物件探しを行ったので、時間をかけられた。 アドバイスとして： <ul style="list-style-type: none"> ・フランス語の習得は重要 ・レストラン運営上、経費の精算が日本の慣習とかなり違う（日本よりも条件が厳しい） ・衛生講習を受けたときに聞いたことであるが、店が閉店に追い込まれる理由の最も大きいのは「騒音」。衛生は二の次である。騒音で近隣との騒動を起こさないことは重要である。

事例⑤

内容、費用、日数等	
営業件譲渡額	300,000 ユーロ（もともと日本人オーナーの居酒屋）
物件地区、面積	パリ 1 区、70m ² （地上階 40m ² 、地下一階 30m ² 合計 35 席）+厨房 30m ²
物件月額賃料（契約期間）	2,500 ユーロ/月
導入した付帯設備	冷凍庫・冷蔵庫、コンベクター、皿洗い機、ガス設備、一部の厨房器具。食器は半分以上入れ替え。
外装、内装工事費	80,000～10,000 ユーロ
現地雇用者（人数、役割、月額給与、手当）	前の店子からマネージャーを 1 人継続して雇用。厨房に 3 人（週末は 4 人）、サービスにマネージャーを入れて 3 人。マネージャー、シェフクラスを除いて、給与は SMIC（法定最低賃金）。調理人、シェフのリクルートが一番難しい。日本から呼び寄せても、フランス語ができないのはオーナーがフランス人であることから問題。無料誌やサイトなどの募集広告を出してもあまりよくない。基本的に全て個人的なネットワークで見つけてきた。
取得した各種許認可	レストラン開業に際して義務付けられているライセンス（ <i>permis de l'exploitation</i> ）取得のための 2 日間講習（1 人 800 ユーロ）、衛生講習（800 ユーロ。すでにオーナーはもっていたが、衛生知識のためにシェフも含め 2 人に受講させた）
開業に際しての弁護士、会計士費用	特になし
その他	レストラン開業にあたって、店のコンセプトとしてオリジナルなものを提案すべき（パリにはまだないものという意味で） 自分が直接管理できる（委託ではなく）ところに物件をみつけること（遠隔操作は無理） 日本人スタッフ（あるいはフランス人をいれても日本語ができるスタッフ）で固めている。これは日本の慣習をまもりたいため。ただし、日本人スタッフも最低限のフランス語を習得していることが必須。

事例⑥ 地方都市（ナント）

内容、費用、日数等	
営業件（賃貸借契約権）譲渡額	Fond de commerce 102,000 ユーロ Droit au Bail 598 ユーロ/ 税務署 100 ユーロ /公告 203 ユーロ
物件月額賃料（契約期間）	1,380 ユーロ/月（9ヶ月）
導入した付帯設備	ガス調理台、揚げ物機械、コーヒーマーカー、炊飯器：2,000 ユーロ
外装、内装工事費	工事は特にしておらず、ペンキ塗装のみ(1,000 ユーロ)
現地雇用者（人数、役割、月額給与、手当）	一名、調理人（オーナーの奥様）、1,300 ユーロ/月
取得した各種許認可	Licence de restaurant 飲食業（研修費 550 ユーロ） Licence d'hygiene 衛生責任者（研修費 399 ユーロ）
開業に際しての弁護士、会計士費用	公証人 5,500 ユーロ 不動産会社 5,000 ユーロ 会計事務所 3,000 ユーロ
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・フランスの規制の多さに驚いている。外に看板を立てるだけでも税金を払う必要があるが、多くのレストランは払っていない（罰金を払えば良いというスタンス）ということがわかって、自分たちもそうしている（ご夫妻はそれまで日本で飲食店を経営しており、フランスでは初めての開業）。 ・繁盛しているので、アルバイトを雇う予定。また、カレーがとても人気。 ・オフィス街にあるため、配達業務をしてみたい。