JFOODO海外フィールドマーケターによる

# フランスの今がわかる！ 現地”食”情報レポート

JFOODO

2024
3

今回のテーマ

## フランスの消費トレンド、食に対する習慣・考え方について

フォアグラやキッシュ、甘いスイーツの数々・・・伝統的なフランス料理には脂肪分が多く含まれていたり、バターをたっぷりと使った濃厚な料理が数多くあります。こうした料理を楽しむフランス人の食文化は今も健在ですが、都市部の比較的若い年齢層を中心に、健康志向、環境への配慮など、食に対する新しい考え方や習慣ができてきたように感じています。

今回はミレニアル世代を中心としたインタビューをもとに、それらの新しい考え方や習慣、そして人気の日本食なども含めてレポートしたいと思います。

### 有機や新鮮なものなど体に良いものが人気

パリでも有機のパン屋はよくあり、行列をなしているのを目にしますが、南仏のCucuganという町にあるパン屋「Les maîtres de mon moulin」は古代麦を使ったパンで人気です。

通常のパン屋で使用される工業的に大量に生産された小麦ではなく、同パン屋では、本来の小麦の味わいを守るべく、古代麦を使ってパンを作っているそうです。有機栽培で作られた古代小麦を使用する、一度だけゆっくり石臼で製粉する、薪オーブンで焼く、などこだわりのプロセスで作られています。

古代小麦を使用して、このように製造されたパンはミネラルとビタミンが豊富だそうで、小麦本来の味が楽しめる他、健康に良いというのも人気の理由のようです。

こだわりのパン製造のプロセスが記載された黒板(出所：筆者撮影)

他方、南仏ニームの中央市場にある「la pie qui coquette」というレストランでは、市場内に隣接しているという利点を活かして、同市場で販売されている新鮮な食材を使用しています。

同レストランでは、フランス料理をモダンにアレンジしたメニューが人気です。ハンバーガーには溶かしたコンテチーズをサンドしたり、南仏名物の鱈をグリルし、マスタードをきかせたソースがかかっていたりと、味はもちろんアイデアも人気の一つのようです。

またオープンキッチンということもあり、シェフが料理を作る工程を間近で見ることができます。また、お客さんの中には、シェフとの会話を楽しんでいる人も見受けられました。この日は、日曜日でしたが地元の人々が集まり、バースデーケーキでお誕生日を祝うなど、アットホームで和気藹々とした雰囲気でした。

オープンキッチンで料理を作る工程を見られるのも人気の理由一つ（出所：筆者撮影）

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 無断転載・複製禁止

## 生産者からの直接購入も人気

週末に開催される市場の様子。奥からかぼちゃ、キャベツ、かぶ、ビーツ。

ここ数年、フランスでは生産者から直接食材を購入することを重要視する人が増えているようです。理由の一つとして、健康志向の人が増えてきたこと、また無農薬の食材に関心を寄せる人が多くなってきたことが考えられます。
スーパーマーケットで並べられた食材を購入するよりも、実際に生産者の話を聞いて、直接買うことが大切であると考えられているようです。

市場での購入品。

また、生産者から野菜や果物等を直接購入することにより、鮮度が高い状態で食材を手に入れられることも利点の一つです。
これ以外にも、季節の旬の食材を学ばせるために、週末は子供を連れて、市場に出向く人も珍しくないといいます。

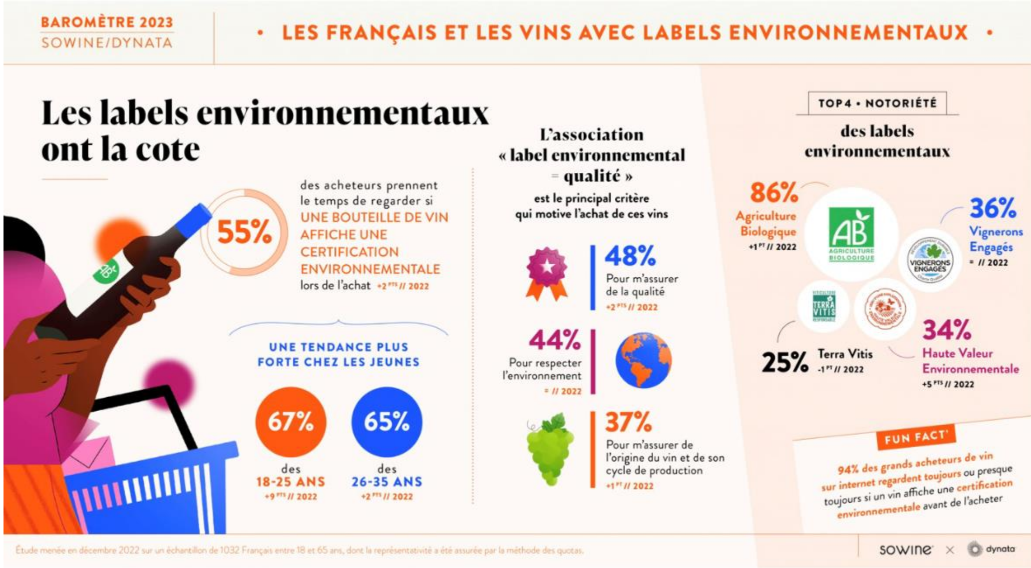
ローカル食材を購入することができるインターネットサイトも普及してきています。その一つに2021年に農業食品省と農業会議所が提携して開設した「Frais et local」（https://www.fraisetlocal.fr/）というプラットフォームがあります。このサイトでは、フランス本土と海外領土に8000以上の農場と直販店が登録（2021年）されており、住む街と、購入したいものを選択すると、自分の近くにいる生産者や販売拠点を見つけることができるというもの。コロナ禍を経てインターネットが普及したことも、生産者と消費者との距離を縮め、直売が浸透していった理由かもしれません

11月取材時に旬のビーツ。『化学製品非使用』と書かれています。
(出所：写真は全て筆者撮影)

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 無断転載・複製禁止

## 無農薬や添加物なしを好む自然派思考は、ワインやスピリッツにも

無農薬や添加物なしを好むナチュラル(自然派)へのこだわりは食材に限らず、ワインにも多く見られます。
ワインのマーケティング会社が2022年末に約1000人（18～65歳）に行ったアンケートによると、環境ラベル＝良質と考える人が多く、約55%がワインのボトル上に環境ラベルが掲載されているか確認してから購入するという結果が出ました。それは特に若者の間で多く見られ、18歳から25歳は約67%、26歳から35歳は約65%の方が環境ラベルの有無を確認しているそうです。




2023年フランスにおけるナチュラルワインのラベルと消費行動
（出所：https://sowine.com/barometre/barometre-2023/page-7/）

＜同アンケートの中での環境ラベルは下記のようなラベルを指します＞

オーガニック認定マーク

自然の生態系を保護し、環境への影響を最小限に抑える方法で生産されたことを示すラベル「La Haute valeur environnementale」

（出所）MISTERE DE L'AGRICULTURE ET DE LA SOUVERAINETE ALIMENTAIRE

人の手で一つ一つ刈ったぶどう（出所：筆者撮影）

ナチュラルワインとは、環境や自然を尊重したブドウ栽培、また天然酵母で醸し加糖や加酸をせず、添加物を使わずに、保存料も控えたワインのことを示します。これだけでなく、ブドウの栽培時には、機械を使わず、人の手で、一つ一つブドウを刈っていきます。

ナチュラルワイン組合（Le Syndicat de défense des vins naturels )によると、上記にような製法で作られ、同組合が認定したナチュラルワインは2020年以来684銘柄に上るそうで、この国内のナチュラルワインへの関心が高まっていることがわかります。

また、ワインだけでなく、ジンやウィスキーも自然派の商品が登場しているようです。

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 無断転載・複製禁止

## パリで話題のリサイクルカフェ『La REcyclerie』

パリ18区にある、カフェレストラン「ラ・レシクレリ」では、環境への配慮をコンセプトに、新鮮な地元の旬の食材を使い、廃棄物を最小限に抑えた料理/メニューを提供しています。昔使われていた駅をリノベーションしたモダンな店内では、季節の食材をふんだんに使ったブランチ、ランチ、ディナーが楽しめます。

お店の一番の特徴は、食べ残したものを、捨てるのではなく、コンポストボックスに集め、店の外にある農園の堆肥に“再利用“していること。 実際に食べ残した食材をコンポストし、再利用するイメージを見せることで、お客様にも、家でも真似てもらうことが狙いのようです。また、この農園ではレストランで提供されている野菜が栽培されており、パリという都会での農業や、地球配慮への新しい試みが、フランス人の注目を集めています。

お客自身が食べ残しを仕分けする場所

## 食品ロス削減×環境配慮の一石二鳥のサンド

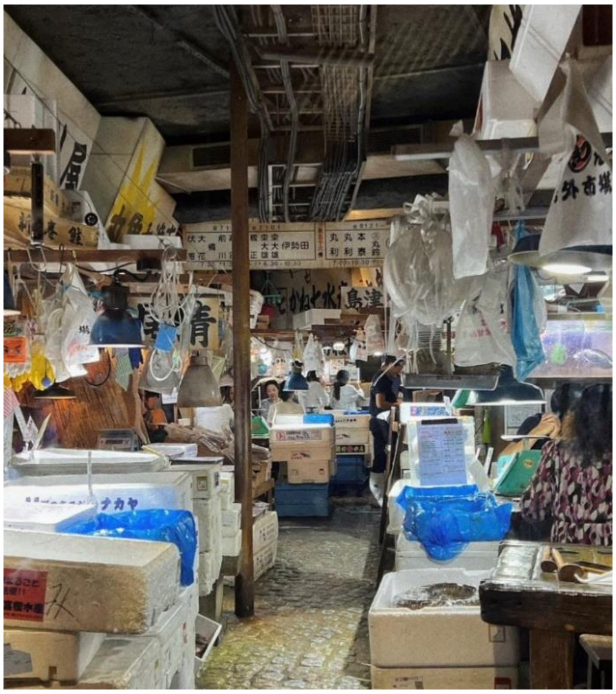
リヨンで開催されたストリートフードフェスティバルでは、食品ロスを再活用し、地球環境に配慮したサンドが販売されていました。

市内にある「L‘equlibriste」は、地元の季節食材を使ったベジタリアンレストランで、同フェスティバルでスタンドを出店していました。同スタンドでは、食品ロスを防ぐため、レストランで残ったパンを捨てずに、細かく砕き、乾燥させ、再度小麦粉と混ぜ、パン専用粉として再利用していました。 再形成したサンドに、ブッラータチーズと、茄子の煮込み、トマトのピクルスを挟んだ「Pain de Pain Toasté」を6ユーロ(972円)で販売。コンパクトなサイズで食べやすく、かつ環境にも優しく、食品ロスも防ぐという一石二鳥のアイデアに、同イベントを訪れていた現地フランス人も興味を持っていました。

日本好きな若者に商品を説明するときに「パン粉」という日本語の言葉を入れながら説明し、会話が盛り上がっていたのが印象的でした。

換算レート162円/ユーロ（2024年2月）

左の商品が、消費されなかったパンを砕き、乾燥させ再度小麦粉と混ぜ、パン専用粉として再利用してつくったサンド



『Kodawari Ramen Tsukiji』の内装（出所：全て筆者撮影）

## 築地市場を体験できる『Kodawari Ramen Tsukiji』

フランスでは、アニメや漫画を通じて日本・日本食好きになる人も多いです。寿司や天ぷらだけでなく、最近は唐揚げ、お好み焼き、たこ焼き、おにぎりなども人気があります。特に人気が出てきている日本食はラーメンです。

パリ市内にある「KODAWARI RAMEN TSUKIJI」は、日本の築地市場を再現した内装で日本食と共に日本の食に関する文化を楽しめるレストランです。内装には市場で見られるような発砲スチロール箱や、古いはかりを使い、まるで日本に行ったような気分になることができると、現地フランス人の注目を集めています。

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 無断転載・複製禁止

## 家庭でも簡単にできるカレーやラーメンが人気

ラーメンはレストランだけではなく、家庭でも楽しまれていることが伺えます。日本食材スーパーでは、商品棚には色々な種類のインスタントラーメンが陳列されており、高まるベジタリアンやヴィーガン需要に合わせて、数多くのヴィーガン用インスタントラーメンも販売されています。商品棚に並ぶラーメンの種類の多さから、日本食ファンは家庭でも手軽にできるラーメンを楽しんでいるようです。

日本食ファンが家庭で楽しむ料理としてはラーメンの他、カレーも人気です。美味しいことはもちろん、手間要らずで作ることができ、かつ一回に多くの量を作ることができるという理由から好きだという声が聞かれました。

カレールーを購入し、好きな具材を入れて煮込むため、ベジタリアンの人にも人気です。また、パリ在住のミレニアル世代の方は、子供の誕生日パーティーに多くの来客があった時に、カレーを振る舞ったというエピソードを聞かせてくれました。

家庭で調理したカレー(出所：パリ在住フランス人が調理/撮影)

## 値段よりも質の良さを重視

今回インタビューしたミレニアル世代からは、食に関して『値段よりも品質の良さ』を重視する考えが多く聞かれました。

前述した生鮮品、加工品に限らず、日本食材を購入する消費者も同様の考えを持っているようです。日本が大好きで、日本茶を日常的に飲んでいるミレニアル世代の現地フランス人は、「日本茶を購入する際は、有機茶を積極的に買います。値段よりも品質の良さの方を選びます。」と話していました。品質は勿論、環境配慮という点でも有機茶を選んでいるようです。

今回のインタビューではミレニアル世代は「せっかく消費するのであれば、質の良いものを手に入れたい」といった考えが高まりつつあるのを感じました。

【レポート執筆者】

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）
海外フィールドマーケター（フランス）

宮川　圭一郎　（MIYAGAWA　KEIICHIRO）

1990年　来仏し、日本食レストランの支配人ソムリエとして10年勤務。
SSI INTERNATIONAL理事に就任以来、日本酒普及に尽力する。
2010年　アルコール輸入・卸・販売会社GALERIE K PARISを設立。
2017年　日本酒コンクールKURA MASTER開催,
2021年　同コンクールに本格焼酎・泡盛部門を新たに創設。
WSET Level1講師も務める。
2020年　酒サムライを叙任するなど、フランスで日本のアルコール飲料を広める啓発活動を続けている。

【免責事項】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。

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 無断転載・複製禁止