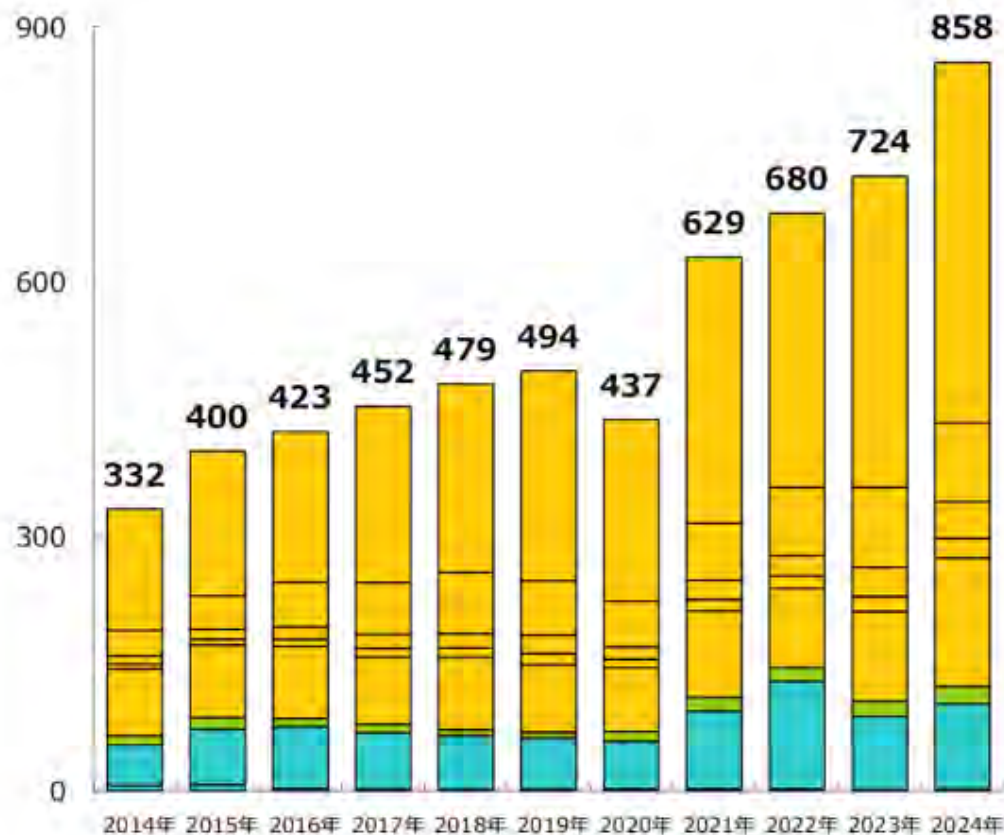

EUへの農林水産物・食品の輸出について

2025年6月 EU輸出支援プラットフォーム

EUと日本の農林水産物・食品輸出状況 ①推移

2024年の輸出額は858億円。(前年比 +18.5%)

(億円)



加工食品
424億円 (49.5%)

畜産品
93億円 (10.9%)

穀物等
43億円 (5.0%)

野菜・果実等
23億円 (2.7%)

その他農産物
151億円 (17.6%)

農産物
735億円 (85.7%)

林産物
21億円 (2.4%)

水産物 (調製品以
100億円 (11.7%)

水産調製品
2億円 (0.2%)

水産物
102億円 (11.9%)

※ カッコ内は全体に占める割合

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

※2020年までは28カ国の実績、2021年からは英国を除く27カ国の実績

EUと日本の農林水産物・食品輸出状況 ②品目別

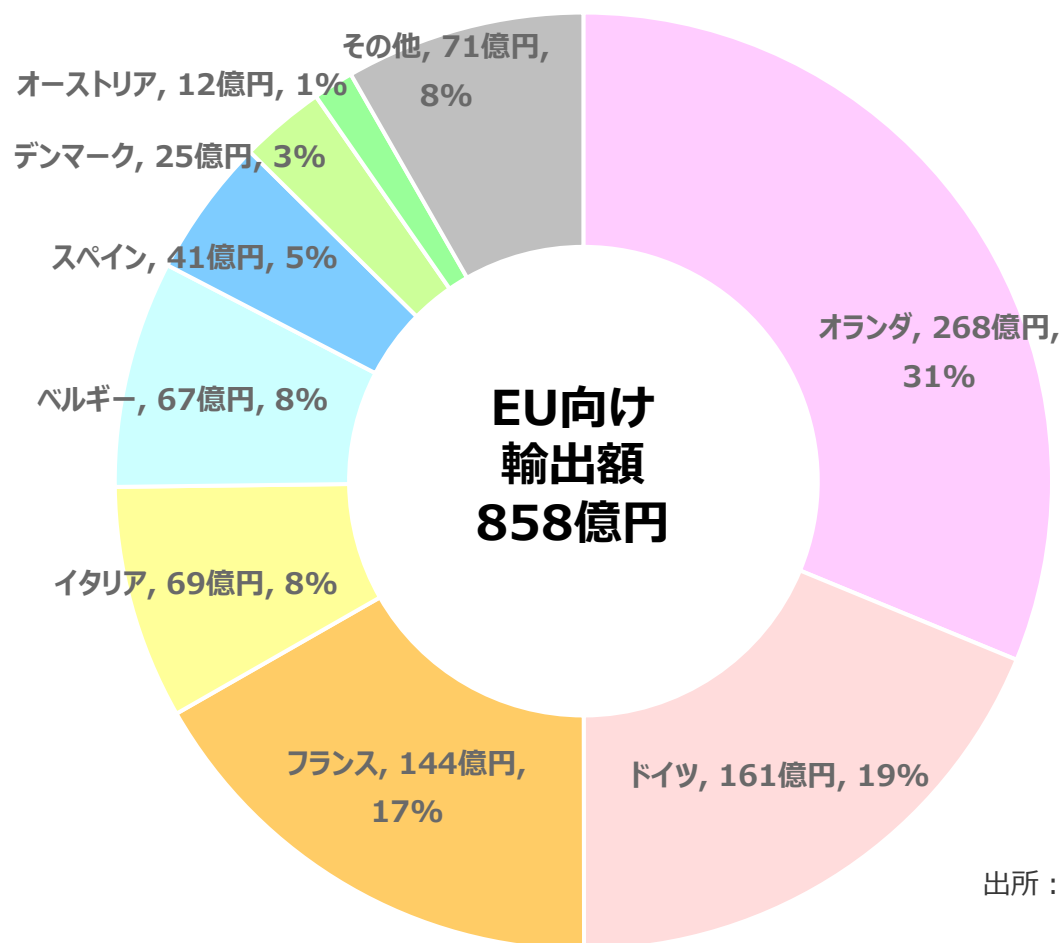
輸出額上位品目は、アルコール飲料、緑茶、ソース混合調味料。

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	アルコール飲料 36億円	アルコール飲料 55億円	アルコール飲料 53億円	アルコール飲料 80億円	アルコール飲料 76億円	アルコール飲料 92億円	アルコール飲料 72億円	アルコール飲料 116億円	アルコール飲料 132億円	アルコール飲料 144億円	アルコール飲料 140億円
2	播種用の種等 18億円	ホタテ貝（生鮮等） 32億円	ホタテ貝（生鮮等） 35億円	ソース混合調味料 28億円	ソース混合調味料 32億円	ソース混合調味料 36億円	ソース混合調味料 26億円	ソース混合調味料 41億円	ホタテ貝（生鮮等） 73億円	ソース混合調味料 47億円	緑茶 65億円
3	ソース混合調味料 17億円	播種用の種等 21億円	ソース混合調味料 25億円	ホタテ貝（生鮮等） 24億円	緑茶 25億円	緑茶 23億円	緑茶 22億円	ホタテ貝（生鮮等） 38億円	牛肉 41億円	牛肉 44億円	ソース混合調味料 60億円
4	ホタテ貝（生鮮等） 16億円	緑茶 20億円	緑茶 23億円	緑茶 23億円	ホタテ貝（生鮮等） 21億円	醤油 22億円	播種用の種等 20億円	緑茶 31億円	ソース混合調味料 39億円	緑茶 38億円	牛肉 59億円
5	醤油 16億円	ソース混合調味料 20億円	醤油 19億円	播種用の種等 21億円	醤油 21億円	牛肉 21億円	醤油 17億円	牛肉 29億円	緑茶 29億円	ホタテ貝（生鮮等） 32億円	ホタテ貝（生鮮等） 43億円
6	緑茶 15億円	醤油 19億円	播種用の種等 18億円	醤油 20億円	播種用の種等 20億円	播種用の種等 19億円	ホタテ貝（生鮮等） 15億円	醤油 27億円	醤油 21億円	醤油 25億円	醤油 34億円
7	ラノリン 15億円	ラノリン 13億円	ラノリン 12億円	ラノリン 13億円	牛肉 16億円	ホタテ貝（生鮮等） 15億円	錦鯉 13億円	播種用の種等 24億円	播種用の種等 18億円	清涼飲料水 21億円	清涼飲料水 28億円
8	メントール 14億円	メントール 13億円	牛肉 12億円	牛肉 13億円	ラノリン 15億円	錦鯉 13億円	牛肉 11億円	かつお・まぐろ類 15億円	ラノリン 15億円	ラノリン 16億円	播種用の種等 18億円
9	錦鯉等 9億円	錦鯉等 11億円	メントール 11億円	錦鯉等 12億円	錦鯉等 14億円	ラノリン 12億円	魚油（肝油除く） 10億円	清涼飲料水 14億円	清涼飲料水 14億円	播種用の種等 15億円	スープ プロス 17億円
10	魚味（天然・製法） 9億円	牛肉 11億円	錦鯉等 11億円	魚油（肝油除く） 10億円	メントール 11億円	スープ プロス 9億円	ラノリン 9億円	錦鯉 13億円	ペプトン等 13億円	スープ プロス 12億円	味噌 15億円

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成
※2020年までは28カ国の実績、2021年からは英国を除く27カ国の実績

EU加盟国別輸出額（2024年）

- EU域内は無税で流通できることから、欧州玄関港であり、通関しやすいロッテルダム港（オランダ）に集中する傾向。その後の域内流通の実態は不明。
- オランダ、ドイツの二か国のみでEU向け輸出額の1/2を占め、フランスとイタリアを加えた4か国で全体の約3/4を占めている。



出所：財務省貿易統計よりジェトロ作成

フランスにおける日本食品の消費形態と業態

- 日本食材のユーザーの多くが日本食料理店を中心とした外食産業
- 醤油などの一般的な調味料、ゆず関連商品などはフレンチ等のレストランでもよく使用されている。
- 他方、醤油、ゆず製品等は既に多数の商品（安価な他国・地域産商品含む）が流通しており、新たな商流開拓のためには、品質、価格の違い等について丁寧に説明する必要がある。
- コロナ禍を経て、テイクアウト、デリバリー、ケータリング（ダークキッチン）が急速に普及。日本食はこれらの形態でも人気が高い。

現地系スーパー

- ・ 現地スーパーで販売されている日本食品。
- ・ 醤油はオランダ製、カップヌードルは中東欧製。
- ・ 抹茶と玄米茶は原料は日本産（いずれも有機茶）でEU側でリパックしたもの（フランス製）。



日本・アジア食材専門店

- ・ 日本・アジア食材専門店では、日本産品で日本から直接輸入したものが販売されている

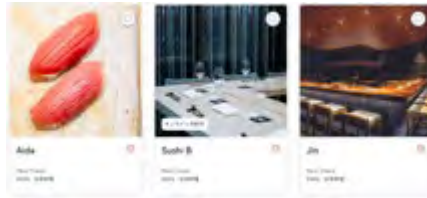


フランスの日本食レストラン（パリ・首都圏）

- 日本食ブームにより首都圏ではB級グルメも浸透。ラーメン店には行列ができる。
- 日本食レストラン以外でもフレンチレストランやフュージョンでも日本食材が注目され始めている

高級日本食料理店

すしや懷石料理など、パリのミシュランガイドに掲載されている日本食を提供するレストランは現在、24店舗。うち、2つ星が1店、1つ星が5店、ビブグルマンが3店となっている。星付きではすしやモダン、ビブグルマンではうどんやそばといった麺類が多い。



写真はミシュランサイトより

日本人経営者による日本食料理店

すしに限らず、焼肉やラーメン、たこ焼き、おにぎり、いわゆるB級グルメから高価な会席まで多様な日本食を提供している。



Mog mog Japonより

現地系の日本食レストラン

現地人経営の日本食レストランにはすしを中心に唐揚げやラーメン店などがある。現地系すしチェーンは主にサーモン、まぐろのすし、焼き鳥、刺身といった従来のメニューに加え、ラーメンやカレー等の提供も増えてきている。



JETROパリ撮影

アジア系経営者の日本食

中国人をはじめとするアジア人が経営しており、主にサーモン、まぐろのすし、焼き鳥、刺身等を提供している。最近はこちらすしや、サイドメニューに唐揚げ、デザートに餅アイスがあるお店も増えた。



JETROパリ撮影

主な規制一覧

規制内容	規制内容
1. 表示規制	4. 農薬・動物用医薬品・重金属規制
(1) 一般的な表示規制	(1) 残留農薬
(2) GMO表示	(2) 動物用医薬品
(3) 有機表示	(3) 重金属・汚染物質
(4) アルコール表示	5. 食品規格
(5) 肉・魚（動物由来食品）の表示	(1) 食品規格
(6) 栄養・健康に関する強調表示	(2) Novel foods
2. 包装・容量規制	
(1) 食品包装材規制	
(2) 容量規制	
3. 食品添加物・香料規制	

EUへの輸出時に特に注意が必要な品目

□ 和牛肉・肉エキス

生鮮肉および肉エキスを含むソースやカップラーメンなどの混合食品は、一次生産から加工に至るまでEUの衛生基準を満たしている必要がある。輸出の際には動物検疫の対象のため、衛生証明書の発行を求められる。豚肉に関しては、日本では2025年1月現在、輸入解禁されていないため、**日本産の豚肉及びこれらの肉エキス等を含む商品のEUへの輸出は不可**である。

□ 牛乳乳製品・鶏卵・卵製品

牛乳や乳製品・鶏卵・卵製品(バターや牛乳、鶏卵を使用している菓子類、マヨネーズ等)は、一次生産（生産農場）から加工に至るまでの関連施設がEUの衛生基準を満たしている必要がある。

□ 魚・鰹節エキス

水産品および鰹節・魚エキスを含む出汁やソース等の混合食品は、水産品が関連する施設(市場/漁船/加工施設等)が、EUの衛生基準を満たしている必要がある。輸出の際には衛生証明書の発行と、水産品が養殖の場合やその種類によって漁獲証明書や加工証明書の添付が求められる。

□ はちみつ製品（混合食品）

はちみつおよびはちみつ製品(お菓子、ソース等)はEUの衛生要件に適合した認定施設由来であることが求められる。日本からEU向け混合食品に使用できるのは、EU向け輸出が可能な輸入したはちみつ製品に限られる（**日本産はちみつの輸出は不可**）。輸入したはちみつ製品を国内で加工する場合は、その加工施設もEUの衛生要件に適合した認定施設であることが必要である。

□ 食品添加物を使用した食品

EUで認可された食品添加物のみがEUで流通可能。食品に含まれる食品添加物のE番号から[EU食品添加物リスト](#)でEUで流通可能かを確認する。クチナシや紅麴など日本で使用が認められている食品添加物でも、EUでは使用不可な食品添加物があるため、注意が必要である。

EUへの輸出可能品目の確認

- EUへの輸出が可能な日本産品目を確認する。
- **EUへ輸出が可能であっても、各種条件があり、一部輸出不可の場合がある。**

	主な品目	輸出可否
1. 飲料		可
2. 植物	花き・盆栽	可（一部を除く）
3. 畜産物	牛肉	可
	豚肉	不可
	鶏肉	可
	鶏卵・卵製品	可
	乳・乳製品	可
	はちみつ	不可
4. 水産物	天然・養殖魚	可（一部を除く）
	二枚貝	可（ホタテ、牡蠣のみ）
5. 農産物	穀物・香辛料・茶等	可
	青果	可（一部を除く）
6. 加工食品		可（輸出不可の日本産原材料を含むものを除く）

表示規制 一般的な表示規制

- 根拠法：[規則（EU）1169/2011](#)
 - ✓ アレルゲン表記の対象品目が日本より広く、個別表示が義務。
 - ✓ 栄養表示項目に『**飽和脂肪酸**』『**糖類（単糖類・二糖類）**』が追加が必要。
 - ✓ 複合原材料の省略可能な基準が日本と違う。
- [規則（EU）1169/2011](#)（第9条）に規定されるラベル表示義務項目（販売国の言語で表示）

食品の名称	EUまたは加盟国の規則等で規定される① <u>法的名称</u> 、存在しない場合は、当該販売国で消費者に食品名称として受け入れられている② <u>慣習的名称</u> を使用する。①②に当てはまらない場合、③ <u>説明的名称</u> （他の製品と区別できる説明）を使用する。商標やブランド名を食品の名称として使用することはできない。
原材料リスト	すべての原材料（食品添加物や酵素を含む。）を重量順に表示する（食品に占める割合が2%未満の原材料は重量順でなくとも可）食品の原材料が単一で食品の名称と同一である場合は不要。ナノマテリアルを含有する場合「ナノ」と添える。
アレルギー物質	指定14アレルギー物質を含有し、原材料リストの表記内で表示する場合は、太字や異なるフォントで強調する。アレルギーを誘発し、最終製品に残存する添加物や加工助剤も表示義務あり。
特定原材料の分量	調理や製造に使用された原材料を食品の名称に使用または消費者が連想する場合、言葉や図・写真で強調されている場合、特徴付け、混同され得る製品と区別する場合は、ANNEX VIIIの例外を除き、原材料の分量を表示する。
正味量	重量単位で「kg（キログラム）」または「g（グラム）」で表示し、文字の大きさは重量によって応じる。EU規制に準拠していることを示す「eマーク」を任意表示できる。
賞味期限/消費期限	包装済み食品に関して、微生物学的観点から傷みやすい場合、賞味期限に代えて「消費」期限（the 'use by' date）を表示。
特殊な保存条件や使用条件	特別な保存条件や使用条件を必要とする場合には、表示する。
アルコール度数	アルコール含有量（体積比 by volume）が1.2%以上の飲料はアルコール度数（体積比表示）を表示。
食品事業者の名称および所在地	販売している食品事業者、EU域内事業者でない場合は、EUへの輸入企業の名称または商号および所在地、委託製造の場合は登記番号。
原産地	原産地を想起させる国旗などがパッケージに表示されているなど、消費者が実際の原産国と誤認し得る場合は原産国を表示する。また原産国が表示されている場合で、最終製品に含まれる主原料の原産国が違う場合は併記するか、「起源地と異なる（○○ do/does not originate from ××）」ことを明記する。（実施規則（EU 2018/775）
使用方法の指示	記載がなければ適切な使用が困難な場合に記載。
栄養表示	規則（EU）1169/2011のANNEX Vに規定される一部の食品を除き、100gまたは100mlあたりの必須栄養素を表示。
製造ロット番号	「L」の文字の後に製造ロット番号を表示する。（「Lot」の後にロット番号でも可能）

表示規制 一般的な表示規制

● 規則 (EU) 1169/2011 (第9条) に規定されるラベル表示義務項目

原材料リスト (添加物など)	ANNEX VII Part Bに規定される18項については特定の名称ではなく、カテゴリー名を使用できる例) ・ グルコースシロップ (Glucose syrup) および無水グルコースシロップ (anhydrous glucose syrup) → 「グルコースシロップ (Glucose syrup)」 ・ 動物性由来の精製脂肪 (Refined fats of animal origin) → 「脂肪 (Fat)」と形容詞「動物の (animal)」または具体的な動物名 ・ でん粉、物理的手段または酵素を使った加工でん粉→「でん粉 (Starch)」 ANNEX VII Part Cに規定されるカテゴリーに属するものは、「当該カテゴリー名+特定の名称 (またはE番号)」を呼称として用いる。例 「Acidity regulator (pH 調整剤)」+「特定の名称 (またはE番号)」 他、Sweetener (甘味料)、Emulsifier (乳化剤)、Colour (着色料)、Antioxidant (酸化防止剤)等
アレルギー物質 ※青太字は日本で義務ではないが表示推奨されているもの、 赤太字は表示推奨とされていないもの	①グルテンを含む穀物 (小麦、大麦、オーツ麦など) および同製品 (※) ②甲殻類および同製品 ③卵および卵製品 ④魚および水産製品 (※) ⑤ピーナッツおよび同製品 ⑥大豆および同製品 (※) ⑦乳 (ラクトースを含む) および乳製品 (※) ⑧ナッツ類および同製品 (アーモンド、ヘーゼルナッツ、くるみ、カシューナッツ、ペカン、ブラジルナッツ、ピスタチオ、マカデミアナッツ) ⑨セロリおよび同製品 ⑩辛子および同製品 ⑪ゴマおよび同製品 ⑫濃度が 1キロ/1リットル当たり10mg 超の二酸化硫黄または亜硫酸塩 ⑬ルピナス (マメ科植物) および同製品⑭ 軟体動物および同製品 アレルギーを誘発し、最終製品に残存する添加物や加工助剤も表示義務あり (※) 一部例外あり
栄養表示 ※青太字は日本で義務ではないが表示推奨されているもの	・ エネルギー量 (kJ/kcalの両方を記載する必要あり) ・ 脂肪 (g) ・ 飽和脂肪酸 (g) ・ 炭水化物 (g) ・ 糖類 (g) (単糖類および二糖類の合計値のことを指す。) ・ タンパク質 (g) ・ 塩分 (g) [(塩分) = (ナトリウム含有量) × 2.5で算出することとなっている] 上記を補足するために量を表示できるもの ・ 一価不飽和脂肪酸 (mono-unsaturates) ・ 多価不飽和脂肪酸 (polyunsaturates) ・ ポリオール (polyols) ・ でん粉 (starch) ・ 繊維 (fibre) ・ 付属書XIIIのA部で挙げるビタミンまたはミネラル

包装・容量規制 食品接触包装材規則

- 根拠法：[規則 \(EC\) 1935/2004](#)
[規則 \(EC\) 2023/2006](#)

- ✓ 食品と接触することが意図されている食品用容器・包装、調理器具、食品製造機械、食品輸送用のコンテナ等は、Food Contact Materials (FCMs)としてEU規則で規制される。
- ✓ FCMsは健康被害を引き起こさない、食品成分に許容できない変化をもたらさない、食品の味・香り・食感などを劣化することのない素材を使用することが定められている。
- ✓ 一部の食品接触包装材の素材はポジティブリストで規定。
- ✓ EU規則に則って「適合宣言書」を作成し、提示できるように準備が必要。
- ✓ EU加盟国は独自規制を導入することが可能。

プラスチック・熱可塑性エラストマー	規則(EU) 10/2011	ポジティブリスト形式で使用規制あり
アクティブ・インテリジェント素材	規則(EC) 450/2009	ポジティブリスト形式で使用規制あり
再生プラスチック	規則 (EU) 2022/1616	同規則に規定されるリサイクル工程からなる原料で製造された再生プラスチックのみが、食品接触素材として使用可能。
セラミック	指令84/500/EEC	カドミウムと鉛の検出上限値が規定
再生セルロースフィルム	指令2007/42/EC	ポジティブリスト形式で使用規制あり
BPA（ビスフェノールA）	規則 (EU) 2024/3190	食品接触材におけるBPA及びその塩等の使用禁止
エポキシ樹脂	規則1895/2005/EC	エポキシ誘導体の定義と使用制限

その他、中国ならびに香港から輸入するポリアミドまたはメラミンプラスチック製キッチン製品などに課される別規則および必要な適合証明書が規定される。

【参考情報】

ジェトロ [「農林水産物・食品の輸出支援ポータルサイト【欧州: EU】」](#)

ジェトロ [「海外向け食品の包装制度調査（2020年3月）」](#)

欧州委員会 [「Food Safety : Food Contact Materials」](#) (英語)

食品添加物・香料規制

- 根拠法：[規則\(EC\) 1333/2008 \(食品添加物\)](#)
[規則\(EC\) 1334/2008 \(食品香料\)](#)
 - ✓ **使用可能な添加物（E番号）や上限値、使用条件はポジティブリストで規定。**
 - ✓ 規則(EC) 1333/2008 ANNEX II Part E（または[EUの食品添加物データベースサイト](#)）で各カテゴリを確認。
 - ✓ **香料は、規則（EC）1334/2008 ANNEX I（または[EUの香料データベース](#)）を確認。**
 - ✓ 特定の名称あるいはE番号で表示する。（「pH調整剤」等一括表示は不可）
 - ✓ 加工助剤 (processing aids)として使用された物質は、原料表示から割愛できるが、アレルギーを誘発し、最終製品に残存している場合は表示義務あり。
 - ✓ 食品添加物中の担体（キャリア）として「少量 (quantum satis)」であれば許可される添加物は規則 (EC) 1333/2008 ANNEX III を確認。
 - ✓ 原材料リストには重量順に特定の名称（もしくはE番号）で表示。
 - ✓ 一部の添加物の表示は「当該カテゴリー名+特定の名称（またはE番号）」を呼称とする。
 - ✓ 一部、特定の名称（E番号）ではなく、カテゴリー名を使用できる。（詳細は[100ページ](#)）
 - ✓ デキストリン（白色、黄色、焙煎デキストリンなど）は食品添加物とされない。
 - ✓ 加工でん粉(modified starches 物理的または酵素で加工し、アルカリ処理、酸処理、漂白処理などをしたでん粉) は食品添加物とされる。

【参考情報】

ジェトロ [「農林水産物・食品の輸出支援ポータルサイト【欧州: EU】」](#)

ジェトロ [「食品添加物規制調査 EU（2016年2月）」](#)

欧州委員会 [「Food Safety : Food improvement agents」](#) (英語)

残留農薬規制

- 根拠法：[規則（EC）No 396/2005](#)、[規則（EU）2023/334](#)
 - ✓ **使用可能な農薬はポジティブリスト制で規定。**（[EU農薬データベース](#)）
 - ✓ 残留農薬の上限値（Maximum Residue Limits：MRLs）を食品の種類ごとに規定。
 - ✓ **日本で設定されるMRLsよりEUで低く設定されるMRLsも多い。**
 - ✓ MRLsが設定されていない農薬と食品の組み合わせは、一律0.01mg/kgの下限値が適用される。
 - ✓ 加工食品の場合は一次原料の未加工品のMRLsを遵守または「加工係数」（加工中における希釈や濃縮などの濃度）を考慮する必要がある。
 - ✓ 畜産品（「動物性食品（牛）」「生乳（Milk）」など）に関しては、残留農薬規制（規則（EC）No 396/2005）だけでなく、更に動物用医薬品規制も課される。
 - ✓ EU規則で禁止された活性物質を利用した、または定められた最大残留農薬基準（MRLs）や最大残留動物用医薬品基準値などを超えた動物由来食品（生鮮肉）は「ヒトの消費用の生鮮肉」として適合しないと検査官が宣言するとしている。（規則2019/627第45条）
 - ✓ EUでは環境保護（ミツバチなどの花粉を媒介する昆虫（以下「花粉媒介者」）の世界的な保護）を目的として、ネオニコチノイド系の農薬であるクロチアニジンとチアメトキサムのMRLsを検出下限値まで引き下げる改正規則案が採択され、2026年3月7日から輸入農産品にも適応予定。

【参考情報】

ジェトロ [「農林水産物・食品の輸出支援ポータルサイト【欧州: EU】」](#)

ジェトロ [「EUにおける残留農薬に関する規制（2015年2月）」](#)

欧州委員会 [「Food Safety：Pesticides」](#)（英語）

農林水産省 [「EUにおけるクロチアニジンとチアメトキサムの残留農薬基準値（MRLs）引き下げについて」](#)

重金属・汚染物質規制

- 根拠法：規則（EU）2023/915

- ✓ 意図的に食品に添加されたものではなく、食品の生産（畜産、獣医療の作業を含む）、製造、加工、調理、処理、包装、梱包、輸送および保管などのプロセス、または生育環境に由来して、**食品中に存在する「汚染物質」の最大基準値を設定。**
 - ・ マイコトキシン（アフラトキシン、オクラトキシンA、フザリウムトキシン、フモニシン、パツリン、シトリニン、麦角アルカロイド）
 - ・ 重金属（カドミウム、鉛、水銀、無機スズ、ヒ素）
 - ・ ダイオキシン類・ポリ塩化ビフェニル (PCBs)、PFAS
 - ・ 多環芳香族炭化水素 (PAH)
 - ・ 3-MCPD、3-MCPD脂肪酸エステル、グリシドール脂肪酸エステル
 - ・ メラミン、過塩素酸塩
 - ・ 植物性自然毒（エルカ酸、トロパンアルカロイド、青酸配糖体、ピロリジジンアルカロイド、オピウムアルカロイド、 Δ^9 -THC）
 - ・ 硝酸塩
- ✓ 食品中の汚染物質の最大基準値が食品カテゴリーごとに規定されており、基準値を超過したものは原料として使用不可。
- ✓ 日本で基準値が指定されない物質も対象とされていることに注意が必要。
- ✓ 2021年8月より**カドミウム**、鉛の食品カテゴリーに「**塩**」や「**香辛料**」が追加されたため「塩」や「香辛料」を原料として使用している場合、最大基準値に注意が必要。
- ✓ 「海藻からなるサプリ」にカドミウムの基準値が設定されている一方で、現在EUレベルでは「海藻」そのものに基準値は設定されていない。ただし、今後「ヒ素、鉛、カドミウム最大基準値の設定」がされる可能性がある。また、加盟国の判断で、消費者の健康保護の観点から輸入が認められない事例がある。
- ✓ 今後、水産物の重金属規制（ホタテ等）が見込まれる（WTO SPS通報G/SPS/N/EU/825）。

【参考情報】

ジェトロ [「農林水産物・食品の輸出支援ポータルサイト【欧州：EU】」](#)

欧州委員会 [「Food Safety : Contaminants」](#) (英語)

アンテナショップ 事業計画書

SARL OMATSU FRANCE

目次

- 1 会社概要
 - 会社概要
 - 会社事業内容
- 2 アンテナショップ事業概要
 - 事業概要
 - 事業モデル
 - 販売チャネル
 - 店舗情報
3. 契約概要
 - 契約概要
 - 収支モデル
 - 開業スケジュール
4. 市場分析
 - 市場分析
 - 競合他社比較

1 会社概要



会社概要

基本情報

社名 S.A.R.L OMASTU FRANCE

創業 2017年

代表者 下田 豪

本所所在地 11 Rue Poissonnière, 75002 Paris, FRANCE
18 Rue du Louvre 75001 Paris, FRANCE

倉庫所在地 127 Rue Saint-Honoré 75001 Paris, FRANCE

事業内容

1 日本産和牛、日本酒・焼酎等の日本産酒類、
日本産加工食品の輸出入および卸売業

2 フランス産牛肉の日本への輸出

3 レストラン経営

4 日本航空株式会社との取り組み

5 国際プロモーション、イベント企画・運営



SARL OMATSU FRANCE

会社事業内容

1 日本産食材の輸出入および卸売業



主な取引企業・団体

日本産和牛の輸入

- JA全農インターナショナル 株式会社
- 株式会社 群馬県食肉卸売市場
- 株式会社 銀閣寺大西

日本産酒類の輸入及び卸売

- 米鶴酒造 株式会社
- 株式会社 六歌仙
- 土田酒造 株式会社 等

日本産加工食品の輸入及び卸売

- 株式会社 ピエトロ
- 佐藤醸造 株式会社

2 フランス産牛肉の日本への輸出



主な取引企業・団体

フランス産牛肉の輸出

- Beauvallet LJC

フランス産牛肉の卸売

- 有限会社 鯉沼商会

3 レストラン経営



店名

WAGYU RESTAURANT 1129

所在地

18 Rue du Louvre, 75001 Paris, FRANCE

当社は、フランス・パリにおいて日本式焼肉スタイルを提供するレストランを運営。最高品質であるA5ランクの日本産和牛を日本から冷蔵で直輸入し、現地にて提供。
レストラン運営を通じ、現地消費者の声を継続的に収集することで、市場動向を把握。収集したデータは以下の目的で活用。

- 日本産商品のテストマーケティング
日本産商品をメニューに取り入れ、提供。現地消費者のフィードバックの収集と分析。
- 日本産食材のPR活動
調査結果や市場データに基づき、現地ニーズに即した日本産商品の効果的なプロモーションの考案と実施。

これらの取り組みを通じ、現地市場の実態に即した事業展開を図り、日本の高品質な食材の普及促進に貢献。

会社事業内容

4 日本航空株式会社との取り組み

日本の農林水産省が推進する日本産和牛の輸出拡大の取り組みに日仏協働のサポートとして、JALとWAGYU RESTAURANT 1129が参画し、機内食メニューでの日本産和牛の提供を実現させた。

SARL OMATSU FRANCE監修の下、2024年3月1日よりパリ発羽田行のファーストクラスおよびビジネスクラスにおいて、群馬県産上州和牛を使った特別メニュー2種を提供。

高品質の上州和牛を提供する株式会社 群馬県食肉卸売市場およびフランスの精肉業界を牽引するMaison Cosseの協力の下、現地フランスの精肉加工会社でスライス加工を経たのち、機内食として日本産和牛をお届けした。

メニューにはセカンダリーカットの1つである肩ロースを使用しており、ステーキカットに成形する際に出た部位をスライス肉に加工するなど、SDGs・フードロスの削減にも配慮している。

日本産和牛を海外輸出後に現地の精肉加工場にてスライス加工し、機内食として提供する試みは世界初の取り組みとなる。



(共同リリース)



2024年3月1日
日本航空株式会社
SARL OMATSU FRANCE

パリ発羽田行き機内食で 群馬県産上州和牛を使用した特別メニューを提供します

JALは、パリ1区にある日本産和牛専門店「WAGYU RESTAURANT 1129」を経営するSARL OMATSU FRANCE監修の下、2024年3月1日よりパリ発羽田行のファーストクラスおよびビジネスクラスにおいて、群馬県産上州和牛を使った特別メニュー2種を提供します。日本産和牛を海外輸出後に現地の精肉加工会社にてスライス加工し、機内食として提供する試みは世界初の取り組みとなります。



【ファーストクラス(和食)】林 大介シェフ監修
群馬県産上州和牛の桜葉コンフィ
鰯鮓 赤パプリカ味噌 エディブルフラワー



【アラカルトメニュー】手島 竜司シェフ監修
群馬県産上州和牛のトリ井
オレンジ フライユ トマト レフォール風味のフォンドボー



このたび、日本の農林水産省が推進する日本産和牛の輸出拡大の取り組みに日仏協働のサポートとして、JALとWAGYU RESTAURANT 1129が参画することとなり、機内食メニューでの日本産和牛の提供が実現しました。

高品質の上州和牛を提供する(株)群馬県食肉卸売市場およびフランスの精肉業界を牽引する「Maison Cosse(※1)」の協力の下、現地フランスの精肉加工会社でスライス加工を経たのち、皆さまに機内食として日本産和牛をお届けします。なお、本メニューにはセカンダリーカットの1つである肩ロースを使用しており、ステーキカットに成形する際に出た部位をスライス肉に加工するなど、SDGs・フードロスの削減にも配慮しています。

(※)Maison Cosseはフランスとパリの精肉協会の理事長を兼務するフランスの精肉業界を牽引する存在です。SARL OMATSU FRANCEとMaison Cosseは、現地フランスにおける日本産和牛販売で長年協働し信頼関係を築いていますが、Maison Cosseは日本産和牛に関する知識が豊富で、日本産和牛の加工方法も熟知していることから、今回JALの機内食に日本産和牛を搭載するにあたり、現地フランスの精肉加工会社の紹介から加工方法まで協働いただきました。

群馬県産上州和牛の魅力を世界に伝え、品質の優れた日本産和牛のより一層の需要拡大、輸出拡大につながれるよう取り組んでまいります。

以上

<お問い合わせ先>
日本航空 広報部 03-5460-3105
SARL OMATSU FRANCE 平川 +33 01 88 48 30 72 / info@omatsu.fr

会社事業内容

5 国際プロモーション、イベント企画・運営

事例① 日本産和牛教育・PR事業

本事業は、日本の農林水産省および日本貿易振興機構、フランス精肉協会の協力を得て実現。

フランス・パリにおける精肉業者および精肉士を目指す学生を対象に、日本産和牛の特性・品質基準や日本食文化についての座学に加え、カット方法や調理方法までを網羅した、日本産和牛の導入から販売までを一貫して学べる特別授業を提供。
各期の授業終了後には日仏の講師で情報交換会を開催。

今後は、隣接する国立精肉学校での授業実施や現地での自主運営化、さらには隣接した他国への導入を目指し、継続的な日本産和牛の教育・プロモーションを推進。



事例② 日本産商品PR事業

本事業は、日本の農林水産省および日本貿易振興機構と協働し実施。
フランス・パリ市内の日本料理店約700店のうち、日本人経営の店舗は約10%に過ぎず、ほとんどが中華系による店舗経営であるという調査結果に基づき、（当社レストランの顧客の25～30%が中華系消費者である。）当社では日本産商品の使用促進を図り、中華系コミュニティへのプロモーションを強化している。

現地中華系経営の日本料理店における日本産商品を使用したメニュー開発支援、試食会、ディストリビューターとの商談会を開催し、日本産商品の特性や品質を紹介。購入意向を示した参加者に対しては、日本産商品を取り扱うディストリビューターとの個別商談の機会を提供。



2 アンテナショップ事業概要

事業概要

日本産商品が フランスの日常に根付く未来へ

当社は、日本の文化や伝統を大切にした日本産商品が、フランスの日常生活の中に自然に取り入れられることを目指します。

単なる一時的な流行や装飾品としてではなく、試食や体験を通じて、日本産商品が日々の暮らしに必要不可欠な存在であると実感していただけるよう、商品の背景や使い方について丁寧にご説明致します。

日本の生産者や職人が丹精込めて作り上げた製品が、フランスの消費者の生活をより豊かにし、やがて“日常の一部”として自然にご利用いただけることを願い、**フランス・パリの中心地に店舗を構え、いつでも手に取っていただける環境を整えました。**

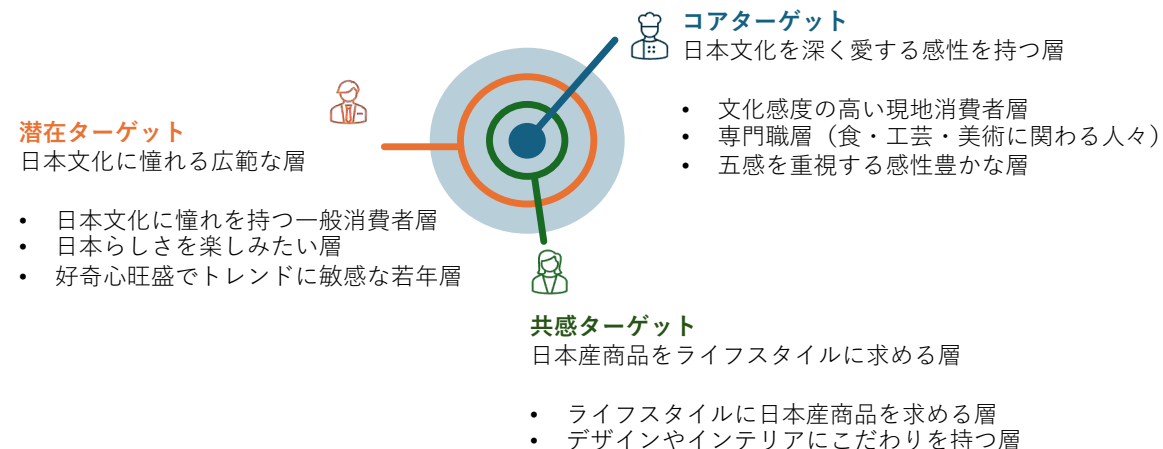
さらに、当社は日本航空株式会社 パリ空港支店長のご厚意により、毎月開催されるイベントにアンテナショップの商品を試験的に導入いただける運びとなっています。

加えて、日本の農林水産省および日本貿易振興機構（JETRO）との連携事業の一環として、当社での日本産商品のプロモーションイベントも予定しております。

「フランス・パリで自社商品を試してみたい」「海外での認知度を高めたい」とお考えの企業様にとっては、多くのメリットを感じていただける事業内容となります。

海外進出は容易ではなく、すぐに大きな販売成果が得られるものではありませんが、ご共感・ご協力いただける企業様には、当社として可能な限りのサポートをご提供できるよう、持続可能な仕組みづくりを進めております。

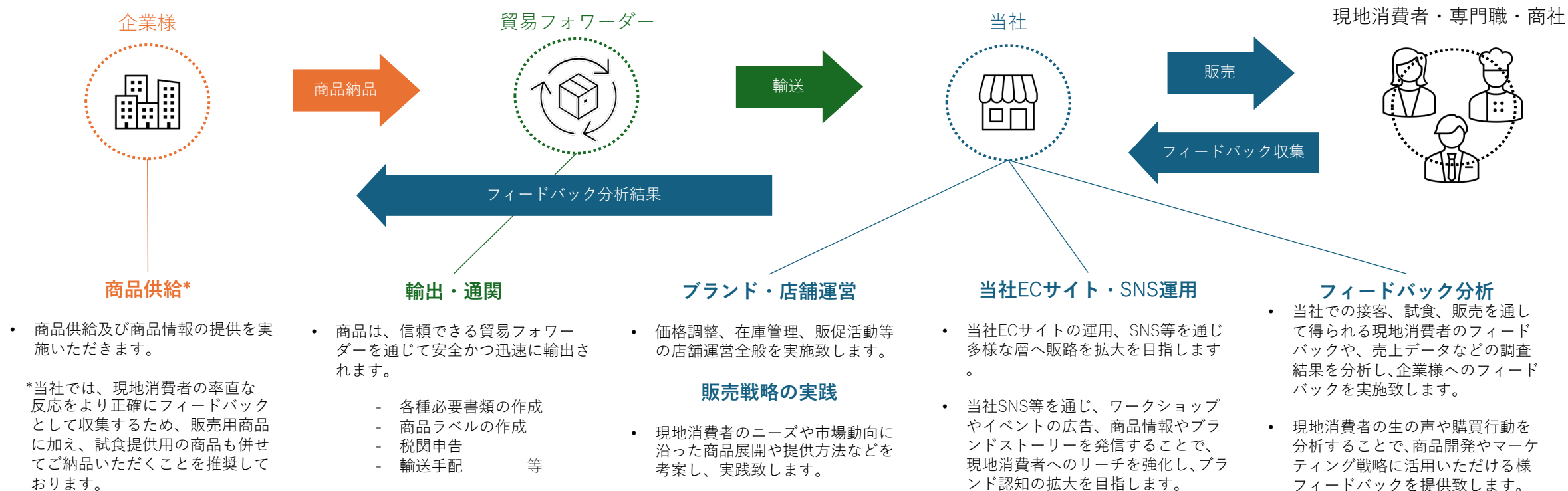
ターゲット層



まずは企業様の商品に対し、現地消費者の興味関心があるのかを見極め、当社にてBtoCに向けた販売を実施。

その後、段階を得て現地プロモーションイベントへの参加、BtoCへの販売実績を元に、当社と関わりのある現地の星付きレストランや大手スーパーへの販売も見込むことが可能です。

当社は、ブランド・店舗運営、販売戦略の実践、当社ECサイト・SNS運用、フィードバック分析までを包括的に実施致します。



販売チャネル

当社は、店舗・オンライン・SNSの3つのチャネルを通じて、多様な層の現地消費者に商品・体験を提供致します。



店頭販売

- **試飲/試食サービス**
積極的な試飲、試食サービスを提供。体験を通して、現地消費者の購買意欲を向上致します。
- **ギフトラッピングサービス**
贈答品としての利用促進により、購入単価の向上を目指します。
- **商品説明サービス**
販売スタッフが企業様の商品ストーリーを説明し、日本産商品の背景、魅力を丁寧に紹介致します。
- **ワークショップ・イベント**
日本産商品をテーマにした体験型イベントを定期開催致します。
- **フィードバックの回収**
店頭及びイベントにてアンケートを実施しフィードバックを収集致します。



当社ECサイト

- **当社ECサイトの運用**
当社ECサイトを通じて、**24時間**どこからでもご注文いただける環境を提供致します。
 - **SNSショッピングとの連携**
SNS投稿からスムーズな商品購入導線を構築致します。SNS投稿で商品を視覚的に紹介し、当社ECサイトへの流入を促進致します。
- 日本航空株式会社で毎月開催されるイベントへの商品の試験導入。
 - JETRO主催による店頭での日本産商品のプロモーションイベント参加。



当社SNSアカウント

- **SNSアカウントの運用**
利用者数の多いInstagramや中華系SNSのRed Book等、視覚的に商品の情報を発信しながら、購買への導線を構築致します。
- **SNSショッピングタグの活用**
当社ECサイトへ直接誘導し、リール、ストーリー等の発信によるエンゲージメントを強化致します。
- **インフルエンサーの活用**
日本産商品に関心を持つフランスのインフルエンサーと提携し、商品の認知度の向上を目指します。インフルエンサーが紹介することで、幅広い消費者へリーチを拡大させ、購入意欲を喚起致します。



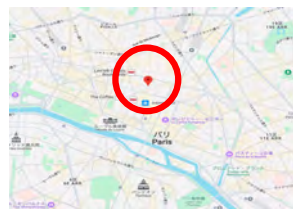
現地コネクション

- **現地フランスで活躍するレストラン**
現地経営のレストランへ商品紹介及び、プロモーションを実施致します。
- **現地大手スーパーマーケット**
大手企業ですら入り込むことが難しい現地大手スーパーマーケットとのコネクションを利用し、試験販売が実施できるよう模索致します。
- **現地専門店**
フランスでは精肉屋、チーズ屋、ワイン屋等、様々な専門店が存在致します。市場分析では現地消費者は各専門店で購買または情報を求めに行くとのデータがあるため、専門分野でのアプローチに力を入れ、継続的な商品展開を模索致します。

店舗情報

基本情報

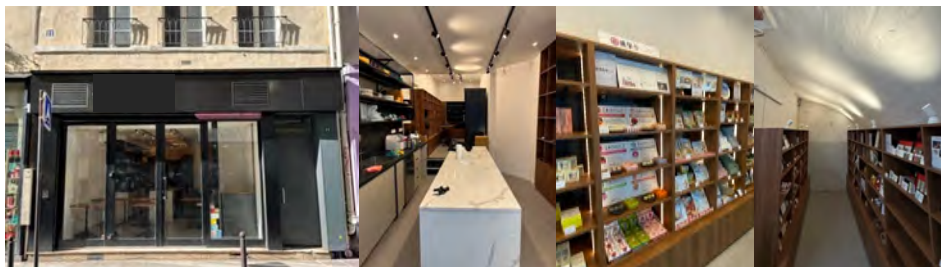
所在地 11 Rue Poissonnière, 75002 Paris, FRANCE



- **パリ中心部・繁華街に位置**
観光客と現地フランス人が行き交う高い集客力が存在するエリア
- **主要観光スポットやショッピングエリアに隣接**
高いアクセス性のため、認知拡大やフィードバック収集に最適なエリア

規模 1階52㎡、地下24㎡

店舗内観（改装前）



店舗デザイン

- **空間・内装**
茶室のようなデザインにすることで、静けさや余白を大切にする日本文化独特の美意識や、文化的背景が表現された空間と致します。
洗練されたシンプルなデザインを表現致します。
- **素材・照明**
空間全体は、木材の落ち着いたトーンで統一し、畳や木材、障子など日本文化を想起させる自然素材を使用致します。間接照明を起用し、柔らかく温かみのある光によって、穏やかで静かな空間を演出致します。



3 契約概要

契約概要

フランス・パリでの事業参画にあたって、以下費用内容内訳を記載致します。

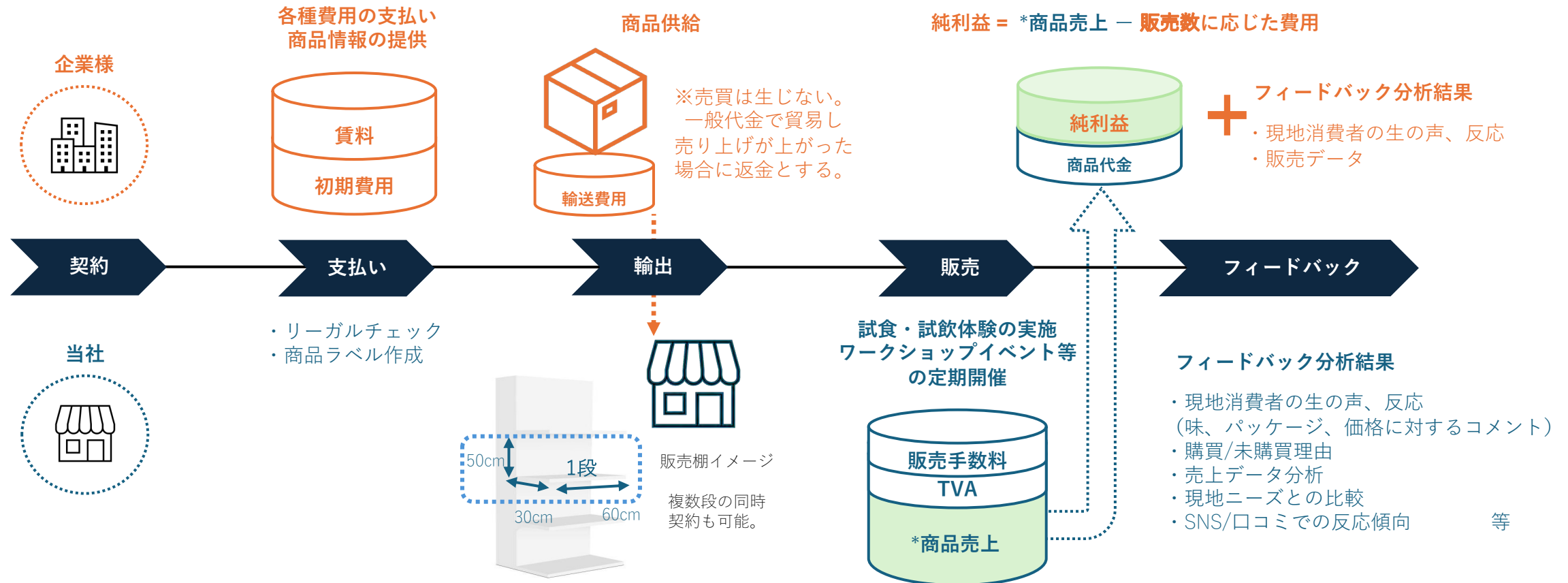
※赤枠の項目に関して
1商品ごとにかかる費用
を記載させて頂きます。

初期費用		月額固定料	その他 必要費用
各種必要貿易書類の作成	550 €	運営・販売拡販	パレット梱包
フランス法規に沿った商品ラベルの作成	50 €	当社ECサイト運営	税関申告
専門家によるリーガルチェック	300 €	フィードバック収集	航空運賃/燃料
各書類・作成物に関する翻訳	300 €	在庫管理	通関手続き、通関料
貿易に関する調整業務	100 €	当社SNS運用	所定倉庫への日本国内納品・保管・配送
フランス輸入後、商品配送手配等	100 €	イベント実施	商品による関税、酒税
1,500 €		500 €/月	※ 実費精算

※初期費用に関しては、各専門家からの見積もりを元に記載させて頂きます。
※月額固定料に関しては、現地フランスでの実施内容とさせて頂きます。
※その他必要費用に関しては、各貿易毎に発生する費用を記載させて頂きます。

収支モデル

当社は企業様の商品を貿易からサポートし、現地店舗での販売、消費者の体験を通じて得たフィードバックを企業様へ還元致します。



開業スケジュール

	2025年6月			2025年7月			2025年8月			2025年9月			
ご契約													
ご契約内容の説明	●	→											
ご契約の締結		●	→										
輸出準備													
商品選定				●	→								
必要書類の作成				●	→	●	→						
商品ラベルの作成・貼付					●	→	●	→					
輸出・通関手続き							●	→	●	→			
販促準備													
商品販促物の準備							●	→					
当社ECサイト・SNSアカウント運用の準備								●	→				
実運用													
店頭販売										●	→	●	→
当社ECサイト・SNS運用										●	→	●	→

4 市場分析

店舗市場分析

市場概要

市場規模

日本関連の事業市場の急成長は、特に日本食レストラン市場の拡大によって顕著に示されています。
ヨーロッパ全体の日本食レストラン市場規模は、2024年には約35.1億ユーロに達し、2032年には約44.9億ユーロへと拡大すると予測されています。



年平均成長率は3.17%であり、日本文化が単なる一過性のトレンドではなく、ヨーロッパ全体で定着し、持続的に成長していることを示しています。

成長率

Japan Expo

- ヨーロッパ最大級の日本ポップカルチャーイベント
- 1999年初回参加者数：2,400人
- 2023年参加者数：255,000人
- 成長率：+2.0% (1999年 - 2023年)

ジャポニスム2018

- 日仏友好160周年を記念して開催された、日本文化総合芸術祭
- 参加者数：3,000,000人 (2018年 - 2019年)

日仏友好関連団体

- 日本とフランスの文化・交流・教育を支援する団体
- 2024年に確認された団体数：174団体

市場トレンド

体験型サービスの需要増加

日本文化を直接体験できるワークショップやイベントの需要が高まっています。
Japan Expo Paris 2023では、「WABI SABIパビリオン」において、書道、折り紙、茶道などのワークショップが、数多くの出展の中でも特に好評を得ました。
また、パリ日本文化会館でも、書道、茶道、囲碁、マンガ、アニメなどをテーマとしたワークショップを定期的に開催しています。

日本文化への関心の高まり

訪日旅行者の増加が、日本文化への関心の高さを示しています。

2022年：約5万1,000人

2023年：約27万7,400人 (前年比+443%)

さらに、日本語学習者も増加傾向にあります。2021年時点での学習者数は約3万人で、日本のアニメ、マンガ、J-POPなどの影響により今後も拡大が見込まれています。

SNSの影響

InstagramやTikTokといったSNSにおいて、日本文化に関連する投稿数が急増しています。



#

#cuisinejaponaise
162 k publications

(#日本料理：162,000件)

#

#culturejaponaise
94 k publications

(#日本文化：94,000件)



#

#japon
1,5M publications

(#日本：1,500,000件)

#

#japonais
67,4K publications

(#日本人：67,400件)

ECサイト市場分析

EC市場概要

- 市場規模

ヨーロッパのEC市場は、2025年に6,266億euroに達し、2029年には8,509億euroまで拡大すると予測されている。ECの普及率も上昇しており、2025年の47.6%から2029年には55.8%に達する見込み。

特に、イギリスがEC市場を牽引しており、消費者のオンライン購入率が高くなっている。イギリスは、EC化率も中国に次いで世界2位で、ECの売り上げは、小売全体の30%以上を占める。

ヨーロッパ市場の特徴としては、**環境への意識が高く、環境に配慮した商品やエシカル商品が求められている。**

- 売上高

2024年フランスのEC市場売上高は1,753億euro (前年比9.6%増)。EC利用者は平均週に1回オンラインで購入。1回当たりの平均支出額は68euro。年間支出額の平均は4,216euro。

EC市場は小売りの11%、フランスGDPの6%を占めている。

2023年の売上高の増加は主に物価上昇によるものだったが、2024年は商品とサービスを合わせた取引件数が前年比10%増の26億件で、実質的な市場拡大となった。

EC市場トレンド

フランスではスマートフォンを通じた購入が主流になっており、ECサイトやSNSからのシームレスな購入が成長している。

- ローカル&サステナブル思考の強まり

「フランス製 (Made in FRANCE)」や**環境配慮型商品の人気**が上昇。ECサイトでも生産地や製造過程の可視化、サステナビリティ情報の表示が重視されている。

- クリック&コレクトの定着

オンラインで運用し、実店舗や受け取りポイントでピックアップする方式が普及。大手スーパーマーケットもECサイトに参入。利便性や送料削減の両面から支持されている。

- 越境ECの活発化

英国、ドイツ、中国、日本などからの輸入品購入が伸びている。特に日本の食、美容、工芸品などニッチで高品質な商品に一定の需要がある。

- 動画、ライブコマースの導入

インフルエンサーやブランドによるライブ配信での販売が拡大傾向。SNSを活用した商品紹介〜購入までを一連の流れで体験できる仕組みが注目されている。

- リセール、サブスク型のビジネスの成長

中古市場が拡大しており、食品や美容、ワインの定期便の普及が進んでいる。

競合他社比較

当社と同じ市場セグメント内で活動するブランド・店舗を競合他社と見なし、以下の観点から5社を選定致しました。

- バリ市内に実店舗を有していること
 - 日本文化・関連商品の取り扱いがあること
 - 類似したターゲット層を有していること
- SNS・販路・ブランディング戦略において参考性があること

この選定に基づき、各社の特徴を比較、当社の立ち位置を提示致します。

	A社	B社	C社	D社	当社	E社
店舗規模 エリア	小規模 6区	中規模 2区	中規模 2区	中規模 4区	中規模 2区	大規模 1区
店舗の特徴	△ 新潟県地方特産品の 魅力を提供	△ 新鮮で高品質な 日本農水産食品を提供	△ 日本酒バーと フレンチレストランを併設	— 「地方から日本を 再発見」をテーマに、 地方特産品を提供	◎ 試食・試飲体験型の アンテナショップ	○ 1,000点以上の 日本製品を提供
商品価格帯	△ 中価格～高価格	△ 中価格～高価格	— 高価格 (プレミアム商品)	△ 中価格	○ 小価格～高価格 (幅広く対応)	△ 中価格～高価格
販路 販売チャネル	○ 店舗販売 EC販売	— 店舗販売のみ (EC販売なし)	— 店舗販売のみ (EC販売なし)	— 店舗販売のみ (EC販売なし)	◎ 店舗販売 テストマーケティング 現地市場調査 EC販売、SNS	○ 店舗販売 カフェ・レストラン EC販売、SNS
SNS活用	△ 公式サイトを中心 Instagram・Facebook控えめ	△ 公式サイトを中心	△ 公式サイトを中心 Instagram・Facebook控えめ	△ 中水準 Instagramの運用	◎ 高水準 公式サイト・ECサイト Instagramの運用	◎ 高水準 公式サイト・ECサイト Instagramの運用

上記表からも見て取れるように、当社は運営内容が充実しており、幅広い販売チャネルを活用することで現地消費者へのアプローチに努めております。

JAPANESE TEA SELECTION PARIS

GRAND CONCOURS DE THÉ JAPONAIS DE PARIS

フランス唯一の日本茶コンクール

2025年度



後援団体(予定・順不同)

・在フランス日本国大使館 ・CLAIR ・JETRO ・日本茶インストラクター協会

Ambassade du Japon
en France
在フランス日本国大使館



JETRO Paris



主催・お問い合わせ先

Euro Japan Crossing (ユーロジャパックス)
Japanese Tea Selection Paris事務局

✉ : ochakon@japaneseteaselection-paris.com

会社HP : www.ejcrossing.com

コンクールHP : www.japaneseteaselection-paris.com

  : [@japaneseteaselectionparis](https://www.instagram.com/japaneseteaselectionparis)

 YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=xfel3hK7S9w>

JAPANESE TEA SELECTION PARIS 概要

目的

当コンクールを通してフランス人の嗜好を知ると共に日本茶の魅力を発信し、フランス人一般とプロフェッショナルへの認知度を高め、フランスにおける日本茶市場の拡大を目的としています。

本コンクールにおいて、**日本農林水産省輸出支援プラットフォーム体制強化委託事業**による**プロモーション**も実施予定！

審査について

- 審査部門

審査部門は下記の6部門となります。各部門の規定など詳細につきましては、2025年度 Japanese Tea Selection Paris審査規定をご確認ください。

A：煎茶普通蒸し B：煎茶深蒸し C：玉緑茶 D：玉露、手揉み茶 E：抹茶 F：フリー*

*ほうじ茶、玄米茶、フレーバーティー、ブレンドティー、微発酵茶など。

応募茶は日本国内で栽培、製造されたカメリアシネンシスのお茶に限ります。抹茶部門を除き、粉末形状のものの応募は受け付けられませんのでご注意ください。

- 審査方法と賞の授与

応募総数の33%以上が受賞。審査項目と配点は、**味20点、香り14点、水色6点**。日本茶インストラクター協会任命のパリ日本茶大使がコンクールを監修します。

審査会

10月～11月

仏人飲食業界のプロを中心とした審査員による審査

金・銀・銅賞決定

※詳細は、HPの[審査規定](#)をご覧ください。

審査員はお茶屋さん、レストランシェフ、ソムリエ、バイヤー、食関係ジャーナリスト、料理学校生や香料専門課程学生、日本茶のアマチアなど

グランプリ審査

2026年 1月～3月の間

審査委員会による審査

金賞受賞茶の中から各部門
グランプリを選出



審査委員長：
元リッツ・パリ総料理長
ミシュランで2つ星を獲得

現在、ア・ラ・ソース・ラン
ジス シェフ
ニコラ・サル氏

表彰式

グランプリ審査と同日

会場：大使公邸（予定）

金賞およびグランプリ表彰
賞状とトロフィーの授与



申し込みについて

応募期間：2025年 8月 31日(金)まで 出品料：1点につき **12000円**（税込）

※日本国内銀行へのお振り込み

コンクールHPの応募フォームから、または申込書をダウンロードし申込内容を記入の上、応募フォームよりご応募ください。お申込み締切後、Japanese Tea Selection Paris事務局よりエントリーNo.をメールにてご連絡させていただきます。出品茶に番号を貼り付けて、9月8日から9月11日の間に指定の日本の住所にお送り下さい。詳しくは、HPの[ご出品の流れ](#)をご確認ください。

JAPANESE TEA SELECTION PARIS 概要

スケジュール

2025						2026
～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月-3月
申込期間 7月1日 ～ 8月31日		出品茶送付期間 9月8日 ～ 9月11日 日本の指定住所に送付	審査会			グランプリ審査 & 表彰式

入賞特典

- 各賞受賞者には賞状と国内外の販促にご利用頂ける商品貼付用の受賞ラベルデータ(日仏語)を送付いたします。
- グランプリ受賞茶はパリ日本文化会館内のコンセプトストア「Takumi Flavours」、およびモナコで唯一の日本製品専門店「Monaco Emu Shop Sakura」で6か月間限定の販売権を獲得。(欧州での販売時に必要なEU農薬検査の実施費用は、生産者様のご負担となります。)
- 金賞受賞者には授賞式へご招待、グランプリ受賞者にはトロフィーも授与。(渡航に関わる費用は生産者様のご負担となります。)
- 日仏プレスへのリリース配信/HPにて受賞茶掲載



Takumi Flavours
タクミ・フレーバーズ



Monaco Emu Shop Sakura
モナコ エム ショップ サクラ

オプションのご案内

- 個別分析報告書（ご出品茶の得点分析、審査員らの全コメント翻訳付き）

ご出品茶の審査結果を詳細に分析したご報告書です。審査員らがどのように貴社のお茶を感じ、各審査項目はどのような得点傾向がみられたか、また**審査員からの全コメントを翻訳**してご報告します。**ご出品茶のフィードバック**が欲しい方向けのオプションです。

※ご報告書はPDFでの納品となります。ご出品茶のみのデータ分析になりますので、出品部門の平均得点値を知りたい場合など、全体と出品茶を比較されたい場合は、全体の傾向報告書を別途ご注文いただく必要があります。

料金: 1茶につき**5000円**（税込）

- 全体の傾向報告書

部門ごとに全出品茶の得点やアンケートデータを分析し、**受賞茶と未受賞茶**を比較。個別分析からは見えてこない、全体の傾向が分かる内容となっています。

※ご報告書はPDFでの納品となります。

料金: 全6部門**7,000円**（税込）

- EU残留農薬検査

EU諸国（欧州）でのお茶の販売には、EU残留農薬検査の実施が必須となります。日本国内、アメリカ、EU諸国で残留農薬の許容基準が異なるため、EUで販売される場合には、EUの基準に則った検査をする必要があります。

検査結果は、日本語でお伝えするとともに、フランス語の結果をPDFでお送りします。こちらは、**EUで販売が可能な商品であることを証明する証明書**となります。

また、EU販売不可の結果が出た場合は、どの農薬がEUの基準に達していなかったかについて分析が可能です。

料金：**500€**(日本円のご請求額は為替レートによって変動します。)

検査に必要なお茶サンプル210 g

- 出品茶小分け

出品茶サンプルは原則10回分に個包装した上でお送りいただきますが、小分けにする手間を省きたい方向けのオプションです。

※小分けにする分量をご指定いただく事はできません。各部門の審査規定に沿った分量での小分けとなりますので、予めご了承ください。

料金：1茶 1000円

- ラベルデータ作成

出品茶のサンプルは、**仏語の商品ラベル**を貼った上でお送りいただく必要があります。ラベルの**作成見本**や注意事項は公式HPよりダウンロードの上ご確認頂けますが、ご自身でのデータ作成に不安がある方には、オプションへのお申込みで、作成済みのラベルデータをメールにて送付いたします。ご自身でラベル作成する場合、お問い合わせは受付ておりません。

料金：1茶 2000円