

# 土門剛

土門剛 どもん たけし

【プロフィール】

1947年大阪市生まれ。早稲田大学大学院法学研究科中退。主な著書に、『農協が倒産する日』（東洋経済新報社）、『穀物メジャー』（共著／家の光協会）、『東京をどうする、日本をどうする』（通産省八幡和男氏共著／講談社）、『新食糧法で日本のお米はこう変わる』（東洋経済新報社）など。会員制メールマガジン「アグロマネーニュース」も発行している。



Katsu Don

9月19日から8泊10日間、フランスとスペイン・バスク地方を旅行してきた。前回はコロナ前の19年11月だったので3年ぶりの旅行再開となった。パリに着いてすぐに空港からTGVでボルドーを目

指し、そこを拠点にスペインのサンセバスチャンやゲタリアという漁港町に足を延ばしたのは、前回と同じコース。旅で見聞きしたことや、考えたことを綴ってみたい。

MOOEFJapan  
Katsu Don

旅の最後がパリだったもので、いつものようにオペラ座近くの日本街に足を向けた。目的は2つ。

ランチをとること、日本食品を扱うスーパーを定点観測することだ。ランチでは、欧米を席卷するすさまじいばかりのインフレを実感した。

今回もヨーロッパ最終日のランチは、ご最<sup>ひいき</sup>賈の老舗のうどん店だった。いつもは天ぷらうどんで旅のメをするところだが、今回は、なぜか Katsu Don (カツ丼) を注文した。ご飯が食べたいという胃袋の要求に従った。有名店の名に恥じない味だったが、請求書の

数字を目の当たりにして腰を抜かしてしまった。22ユーロもしたからだ。

値段のことは、メニューを見ていたときも、それとなく確認していたが、いざ勘定の段階になって円に置き換えてみて、値段の高さに腰を抜かしてしまつたという次第。今回の旅でのユーロ円の換算レートは計算しやすいように手数料込みで1ユーロ＝150円と頭の中にとたき込んでいた。3300円だ。これに国産ビールを注文

していたらランチが4000円コースになっていたところだ。

実は、このお店、コロナ前の前回旅行時にも、やはり旅のメとしてランチを食べに来ていたことがある。そのときも同じカツ丼注文、16ユーロを払ったことを思い出した。そのときのレートは、1ユーロ130円。2000円のカツ丼という感覚だった。

今回は値上げに円安が重なってしまい、ランチとしては実にアンビリバブルな値段になってしまったようだ。コロナ前と比べて値上がり率は実に37・5%になる。原材料費や人件費の高騰が原因だ。かつてないほどのインフレが進行しているようだ。

パリのインフレのすさまじさは、秋の値上げラッシュの国内ニュースで再認識できる。10月1日から平均18・8円の値上げに踏み切った牛丼の吉野家は、並盛を448円にした。22円の値上げだ。パリのカツ丼と同じ値上げ理由だ。コロナ前は387円だったのだ。それとの比較では61円の値上げ。率にして15・8%だ。パリのカツ丼と比べたら値上げ幅は約半分。世界のデフレ・チャンピオン、日本らしい値上げぶりだ。

## インフレ下フランスの旅

## 日本食品はいまどうなっているか

ストライキも頻発していた。驚いたのは、航空管制官の労働組合によるストだ。実際、出発3日前の16日にストが打たれていた。これによる影響は、1000便がキャンセルされ、日本へ向かう便も運行中止となっていた。労働組合が政府に訴えたのは、インフレによる物価高対策だった。航空管制官のストは、今年に入ってから2回も起きている。それだけ政府によるインフレ対策の効果が出ていないことの証かも知れない。

日本のインフレは、これからが本番。値上げ幅は、デフレ圧力で穏やかな範囲に収まっているが、これがいつ臨界点を超え、日本もフランスのようにスト頻発という事態を招くのか。見物だ。

## 日本食の定点観測 ACE OPERA

オペラ座近くで日本食の定点観測は、いつもACE OPERAというお店だ。韓国人の経営で、市内に数店舗ある。韓国食品も扱うことからアジアン・フード店という呼び方もある。メインはどちらかといえば、日本産食品。在留邦人と日本好きのフランス人などが顧客だ。



ACE OPERA

ここでの定点観測も、3年ぶりだった。ずっと追っているのは、日本産米の売れ行き具合。コメの販売コーナーでパレットに平積みされていたのは、日本産米が6種類、次いで韓国産米、イタリア産米、カリフォルニア産米がそれぞれ1種類ずつ。いずれも5kg包装。日本産米と競合関係にあるのは、イタリア産「ゆめにしき」だ。日本産米で確認できたのは、新潟産コシヒカリ、兵庫産コシヒカリ、秋田産あきたこまち、宮城産ひとめぼれ、青森産まつしぐら。いずれも21年産だった。店内には値引きセール中のポスターがぶら



PROMOTION (値引きセール)

下がっていた。パリでも新米への切り替えを意識してか、21年産の在庫を残さないようにと大幅値下げで売り切ろうとしているのか、あるいは円安で安く仕入れることができ、その分、値下げに踏み切ったのかは不明。対象は、なぜか新潟産コシヒカリ、秋田産あきたこまち、青森産まつしぐら。2割から3割の大幅値引きだ。5kg包装であきたこまちの値引率もとても高かった。値引率もとても低いのは青森産まつしぐらだった。売れ行きというよりはもとの注文量との関係だったかもしれない。

新潟産コシヒカリ10kgの元値は、72・19ユーロ、1万円ちよつと。国内での売価の2・5倍というところか。先のポスターの左に、3割引きされた秋田産あきたこまちが、イタリア産より安くなっているとの記述がある。逆に理解すれば、イタリア産より3割高いということだ。

かりに3割高いということなら、日本産米の輸出は、為替を考えると、将来大いに有望ということになる。21年産米の輸入が、130円台の為替レートなら、運賃の値上げ分を無視して考えると、1ユーロ170円台になれば、イタリア産より安く売れることも可能だ。輸出が増えて運賃など諸経費が下がれば、160円台でも十分に競争力を確保できるのではないだろうか。

## 大手スーパーでも通用する 価格設定が必要になる

輸出で気がかりなことがある。マーケットの拡がりという点である。フランスでも、日本食品はちよつとしたブームになっているが、どこか日本文化というオタク趣味のアイテムという受け止め方だ。次ページ上段の写真は、南西

# 土門 辛聞

学していたことがあり、そのときに納豆の味を覚えたという。自宅には炊飯器

部のボルドー（人口25万人）で日本食品だけを扱うお店を訪れた際のスナップだ。

レジで日本人店員と雑談を交わしていたら、納豆を手にした現地の方と出くわした。思わず、「ナットウ、オーケー？」と質問したら、日本語で「大好きよ」と返事があった。食べ方を質問すると、ご飯にトッピングする実にオーソドックスな食べ方。京都大学に留



納豆とフランス人

を常備。典型的な日本食ファンだ。そういうファンを意識してか、商品の品揃えも本格的。背景には調味料類が棚に並ぶが、どれも筋が通っている。右棚の下にソースが目につく。国内トップのカゴメやブルドックソースなどではなく、広島のおタフソースであることがにくい。それも好みソースとたこ焼きソースをセットで揃えている。

おやつと思ったのは、左側の最上段のめんつゆだ。何に使うか、聞きそびれたが、この町には相当なデーブな日本食ファンがいるようだ。それはそれで有り難いが、



お菓子の品揃え

これではマーケットの拡がりは期待できない。本当の輸出というのは、フランス国内に5000店舗以上展開する大手スーパーマーケット「カルフル」や、同700店舗の「モノプリ」あたりで大量に扱ってくれるような輸出戦略を早急に打ち立てる必要があるのではないか。

この日本食店でもコメを扱っていた。日本産米は、新潟産コシヒカリと秋田産あきたこまちの2種類。これにカリフォルニア産「錦」の合計3種類の品揃え。価格は、あきたこまちが2kg包装で15・95ユーロ。カリフォルニア産との比較では1・5倍。パリのACB OPERA店と比べると、特売前の価格で約1ユーロ高い。

この店のオーナーは、ボルドーに住むフランス人。品揃えから判断すると、相当の日本食通とお見受けした。スゴいと思ったのは、お菓子の品揃えだ。売れ筋商品の基本をしっかりとおさえている。

実は、コロナ禍で日本の駄菓子ブームがフランスで起きていた。火をつけたのは、東京の大学に留学経験のある在日5年目のフランス人。コロナで帰国ができなくなった。その代わりに日本のお菓子

を送ったところ、大評判だったのだ。「東京スナックボックス」という会社を立ち上げて国産菓子の対仏輸出に乗り出した。フルタイムの仕事を抱えながらの副業であることが昨年6月頃に雑誌で紹介されていた。

確認はできなかったが、ボルドーのお店も、このルートで仕入れたものかもしれない。

残念ながら価格は目が飛び出るほど高かった。国内でのスーパーはカルフルやモノプリのようなスーパーではまず通用しない。大手スーパーで競争が可能ならに価格を下げる必要がある。それにはブームを起爆剤として、本格輸出に向けてマーケティングや宣伝にも力を入れる戦略が必要かもしれない。

.....

この先、為替は円安に向かう。筆者の予想では、1ドル200円時代がそう遠くない日に到来する。1980年台半ばの相場水準だ。自国通貨の価値下落は痛し痒しだが、マイナスをプラスに転じるには、輸出とインバウンドで外貨を稼ぐしかない。そう痛感させられた今回の旅だった。