

# MOROCCO



## 農水産品・ 食品関連（機械含む） 現地ニーズレポート

経済産業省  
令和2年度技術協力活用型・  
新興国市場開拓事業補助金  
（社会課題解決型国際共同開発事業  
（製品・サービス開発等支援事業））

アイ・シー・ネット株式会社



# CONTENTS

耕種セクター	04	概況・特徴
	05	業界構造
	09	市場規模
	10	ニーズが見込まれる製品・サービス
	12	現地パートナー候補リスト
	14	参入事例
水産セクター	17	概況・特徴
	18	業界構造
	23	市場規模
	24	ニーズが見込まれる製品・サービス
	27	現地パートナー候補リスト
	28	参入事例

# 1

耕種セクター



## 概況・特徴(耕種セクター)

- モロッコにおける農業は産業別GDPの構成比の11.2%にとどまるものの、いまだ労働人口の35%を占める重要なセクターである。また、耕種農業は輸出収入の約16%を占める。国の農業政策であるthe Green Morocco Plan(Plan Maroc Vert (PMV)は、農業セクターの成長をけん引しているとされ、特に2008年から2015年では57%と急激な拡大がみられた。生産量が確保されるにつれ、政策はより高付加価値な農業の育成に移行している。一方農業生産を担うのは小規模農家を巻き込んだ、一体性のある成長も政策として掲げられている。
- モロッコ政府は農業の育成のため、対象となる産品に対して補助金政策や、農業技術普及政策、気候変動に関する補償政策などを行っている。
- 主な生産物は、小麦、大麦、サトウキビ、じゃがいも、トマトであるが、これに続いてオレンジ、スイカ、リンゴなどの果樹も生産量上位に含まれる。農産品の輸出入については、大量消費される必需品を輸入し、付加価値の高い市場志向の産品を輸出するという特徴がある。主な輸出品目はトマト、果樹など園芸作物であり、輸入が多いのは小麦やトウモロコシなどである。



## 業界構造(耕種セクター)

- モロッコにおける主要作物は、小麦、シュガービート、大麦である。主食となる作物である大麦や小麦は国内需要を賄いきれず、追加で海外から輸入している。
- 生産量ではこれらの産品を下回るものの、野菜や果物等の生産量も上位に入っており、これらは国内で消費されるだけでなく、海外へ輸出される傾向にある。
- 生産量の過去10年間の推移をみると、主食である小麦・大麦はおおよそ2倍に増加した。一方で、園芸作物のうち、オリーブ、柑橘類、リンゴも同等の倍率となっており、特にタンジェリン等柑橘類では3倍以上に生産量が膨らんだ。
- 国内で十分な生産が確保でき、海外市場だけでなく、国内市場における成長が見込める園芸作物は、ウィズ・ポストCOVID19のFVCにおいて有望な作物であると考えられる。



		収穫面積(ha)	生産量(tones)	単収(hg/ha)	
耕種	青果・園芸(花き含)	じゃがいも	62,033	1,869,149	301,315
		オリーブ	1,045,186	1,561,465	14,940
		トマト	15,955	1,409,437	883,383
		タンジェリン等	64,102	1,208,789	188,572
		オレンジ	57,817	1,019,150	176,271
		たまねぎ	36,733	954,801	259,930
		スイカ	18,941	742,375	391,941
		リンゴ	50,589	696,950	137,766
		メロン	16,716	500,823	299,616
	穀物・豆類(油糧含)	小麦	2,842,748	7,320,620	25,752
		大麦	1,564,460	2,851,022	18,224
	換金作物	シュガービート	53,960	3,710,514	687,645
		サトウキビ	8,746	616,114	704,452




(出所)FAO STAT



## 業界構造(柑橘類産業)

- より安価かつ食味の良い小型の柑橘類(タンジェリン・マンダリン等)の消費が増加し77%を占める。
- オレンジはSoussとOriental地域で30%が生産されており、主な品種はMaroc Late(48%)である。
- タンジェリン・マンダリンはSouss地域単独で40%が生産されており、主要な品種はClementine(51%)である。
- タンジェリンでは新しいハイブリッド品種(Nadorcott、Nova)が台頭しつつある。これらの品種は食味が良く国内市場で人気があるだけでなく、流通時期が他の品種より遅いため輸出戦略上も重要である。

	主要品種	直径	栽培時期
	Clementine	43-74mm	10-12月
	Clementine Nour	43-74mm	12-3月
	Nova Tangerine	58-74mm	12-1月
	Ortanique Tangerine	54-74mm	12-2月
	Nadorcott Tangerine	43-74mm	2-3月

	主要品種	直径	栽培時期
	Navel Orange	70-100mm	12-3月
	Salustiana Orange	70-100mm	1-2月
	Washington Navel Orange	70-100mm	2-3月
	Maroc Late Orange	70-100mm	2-7月
	Lemon	59-84mm	11-6月



## 業界構造(柑橘類産業)

- 生産量は小型の柑橘類(タンジェリン、マンダリン等)とオレンジが大半を占めている。
- 生産面積は上昇傾向にあり、生産量はばらつきがあるもののおおむね上昇傾向にある。一方で単収は向上しておらず効率性の向上に課題があることがうかがえる。
- 市場価格はおおむね安定しているが、安すぎる傾向にある。主に断食の期間に供給超過となるため変動する。
- モロッコの柑橘類は国内外両方の市場のポテンシャルが高い。果実全般について国内では昼食や夕食の食後のデザートとしての生食が一般的である。海外輸出は生食用が大半を占めるものの、ジュースやジャム、ピールという形態での輸出も行われている。
- 政府の政策では柑橘類の新規作付け、輸出、集荷とパッケージングに対して補助金を通して支援が行われている。

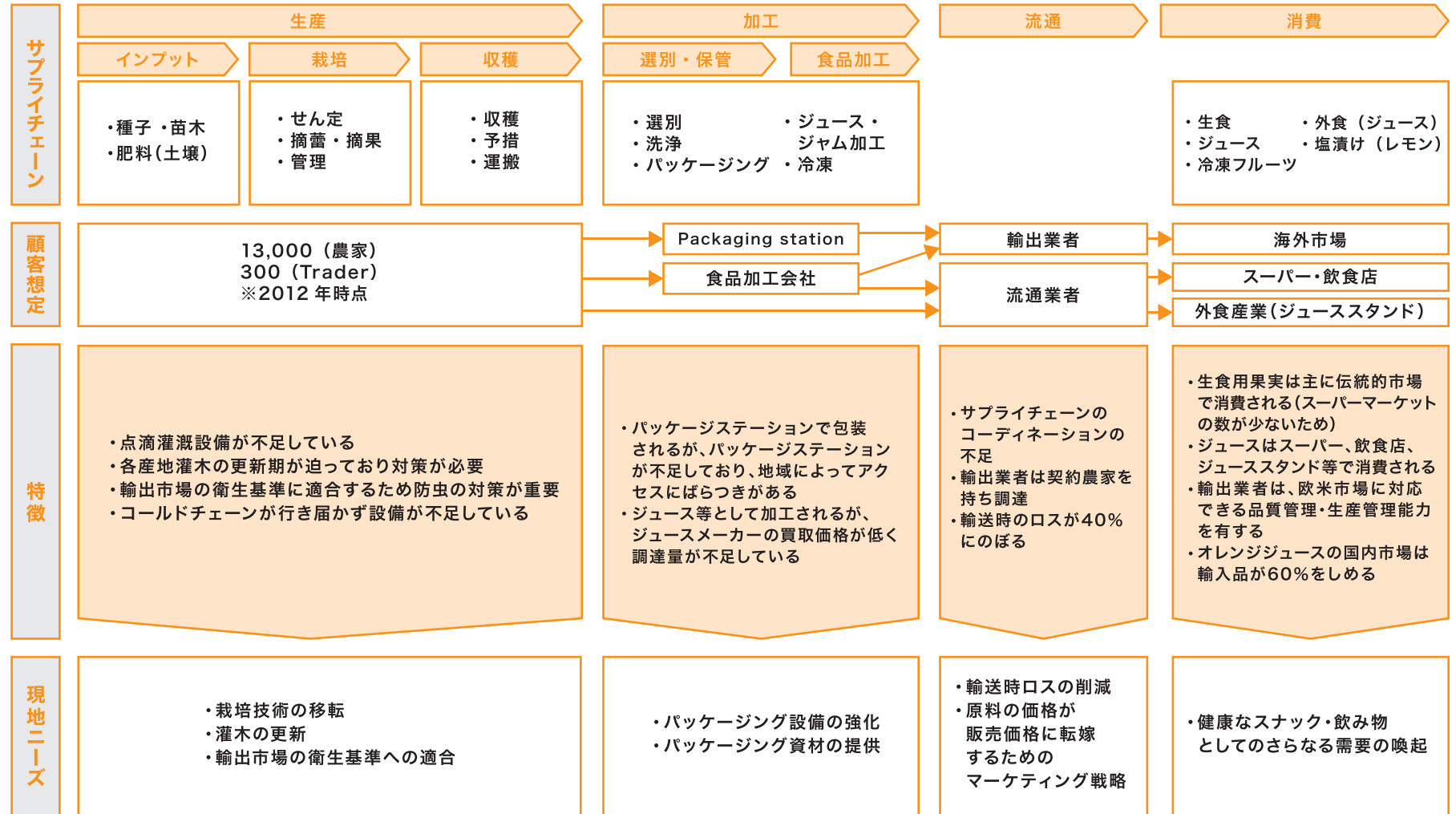
市場価格(\$/kg)

Subcategory	2009	2015	2016	2017	2018	2019	Change
果物全般	2.0	2.0	1.9	2.0	2.0	1.9	-5%
リンゴ	3.0	3.0	2.8	2.8	2.8	2.7	-9%
オレンジ等	0.9	0.9	0.8	0.9	0.8	0.8	-11%
ブドウ	1.3	1.3	1.3	2.2	2.0	2.0	53%
バナナ	1.3	1.3	1.4	1.6	1.6	1.6	19%
イチゴ	3.1	3.1	3.1	3.2	3.2	3.3	6%
プラム等	3.4	3.4	3.3	3.3	3.2	3.0	-10%
桃、ネクタリン	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.6	1%
ナシ等	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	2%
サクランボ	9.2	9.1	8.7	8.1	7.6	7.3	-21%
レモン、ライム	0.9	0.9	0.9	1.1	1.1	1.1	26%
パイナップル	3.5	3.4	3.4	1.6	1.5	1.6	-55%
グレープフルーツ	1.5	1.5	1.6	1.0	0.9	0.8	-45%

(出所) 「Fruits in Morocco」、2019、Euromonitor International



## 業界構造(バリューチェーン)







## 市場規模

### 果実の市場規模

**6085百万ドル** (2019)

- 果実全般について国内では昼食や夕食の食後のデザートとしての生食が一般的であるが、近年では健康志向の高まりとブレンダーやジューサーの普及によりスムージーやジュースとしての消費も増加している。
- 高所得者層、都市居住者の間ではパッケージ入りの果実への需要が高まっている。スーパーマーケットでは皮むき加工済み、ミックスフルーツなどの即席加工を行ったものの提供が増加しているが、スーパーマーケット自体の数が限られるため、いまだ大多数の消費者は伝統市場で価格交渉を行って購入している。

### 柑橘類の市場規模

**851百万ドル** (2019)

- 市場規模は2009年の649百万ドルから2019年の851百万ドルに増加し、増加率は31%である。これは果実全体の伸び率19%を上回っており、柑橘類が特に有望な作物であることを表している。
- 市場小売価格はおおむね安定しており、断食の期間のみ供給超過となって変動する。
- 一人当たりの消費量は2009年28.4kgから2019年37.0kgと30.0%増加しており、これは果実全体の伸び率と比べても伸びが大きい。そのうち小売店での消費の増加は27%となっており、機関消費と外食消費が増加し始めていることがわかる。
- オレンジジュースの消費量は年50百万リットルであり、20百万リットルが国産である。(2015年)



## ニーズが見込まれる製品・サービス

製品・サービス	想定する顧客	顧客のニーズ・課題	顧客の購買力
肥料・薬剤	・農家・直営農場	・流通・小売企業直営の農場であれば生産効率と品質向上のための投資が可能であると考えられる	・95%を海外からの輸入品が占めており、特に欧州製品が多いため、これらの同水準の価格であれば販売が可能
パッケージングステーションの建設	・流通業者	・パッケージングステーションで包装されるが、パッケージングステーションが不足しており、地域によってアクセスにばらつきがある	・大規模な投資となるため、ファイナンススキームを合わせて提供することが望ましい。
パッケージング作業の自動化	・流通業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パッケージングステーションで包装されるが、パッケージングステーションが不足しており、地域によってアクセスにばらつきがある</li> <li>・品質を向上し高価格帯マーケット（輸出を含む）にアクセスする目的でコールドチェーン設備への投資が期待できる</li> </ul>	・大規模な投資となるため、ファイナンススキームを合わせて提供することが望ましい。



## ニーズが見込まれる製品・サービス

製品・サービス	想定する顧客	顧客のニーズ・課題	顧客の購買力
コールドチェーン 設備の提供	・流通業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸送時のロスが40%にのぼる</li> <li>・輸送ロスを減らす目的でコールドチェーン設備への投資が期待できる。</li> <li>・また、モロッコ政府はコールドチェーン設備の周辺に農家を集約するプロジェクトに対して補助金を提供している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・比較的大規模な流通業者は数が限られるためこれらの企業に直接アプローチし、補助金等を活用することが望ましい。</li> </ul>
健康食品としての ブランディングと宣伝 (生食)	・小売業者・流通業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都市部ではスーパーマーケットやハイパーマーケットに流通するパッケージされた柑橘類を購入する消費者が増加しており、消費者の購買力と需要は高まっていると考えられる。</li> <li>・ジュースについても主に都市部の高所得者層に対して、健康飲料としてPRすることができれば、現状よりも高い価格での販売が可能</li> <li>・ジュースメーカーの果実の買取価格が低く、調達量が不足している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小売業者や流通業者に対して、生産・加工工程における資機材の提供と抱き合わせで、マーケティング戦略を売り込むことで、購入単価の向上が可能</li> </ul>



## 現地パートナー候補リスト

### 特徴

- 数は少ないものの、バリューチェーンを垂直に統合するビジネスを行っている企業があり (OBENIM、Lymouna Matysha)、これらの企業との協業が実現すれば、モロッコの柑橘類市場におけるビジネスモデルの確立に近道になる可能性がある。
- 特に流通面における課題がボトルネックとなっているため、パッケージングステーションの増加とコールドチェーンの確立が、業界全体の活性化のカギとなる。よってこれらのセクターの企業と協業することは効果的であると考えられる。

名称	業務内容	特徴	期待される役割	所在地/ ウェブサイトなど
OBENIM	<ul style="list-style-type: none"> <li>・柑橘類の生産</li> <li>・パッケージング</li> <li>・柑橘類の輸出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・直営農場をベニメラルとアガディールに保有</li> <li>・コールドストレージを保有している</li> </ul>	パッケージングステーションやコールドストレージの増強・新設を通じたサプライチェーンの強化	<a href="https://www.obenimcitrus.com/">https://www.obenimcitrus.com/</a>
Lymouna Matysha	<ul style="list-style-type: none"> <li>・柑橘類の苗木の生産・販売</li> <li>・柑橘類の生産</li> <li>・パッケージング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・苗木生産のための温室設備を保有</li> <li>・Global Gapを取得済み</li> <li>・大規模なパッケージングステーションを保有</li> </ul>	最適な農業投入物の紹介パッケージングステーションやコールドストレージの増強・新設を通じたサプライチェーンの強化	<a href="https://www.lymouna-matysha.com/">https://www.lymouna-matysha.com/</a>
SOCAMAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食品系流通業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・34,900トンのコールドストレージを有する</li> </ul>	コールドストレージの増強・新設を通じたサプライチェーンの強化	カサブランカ

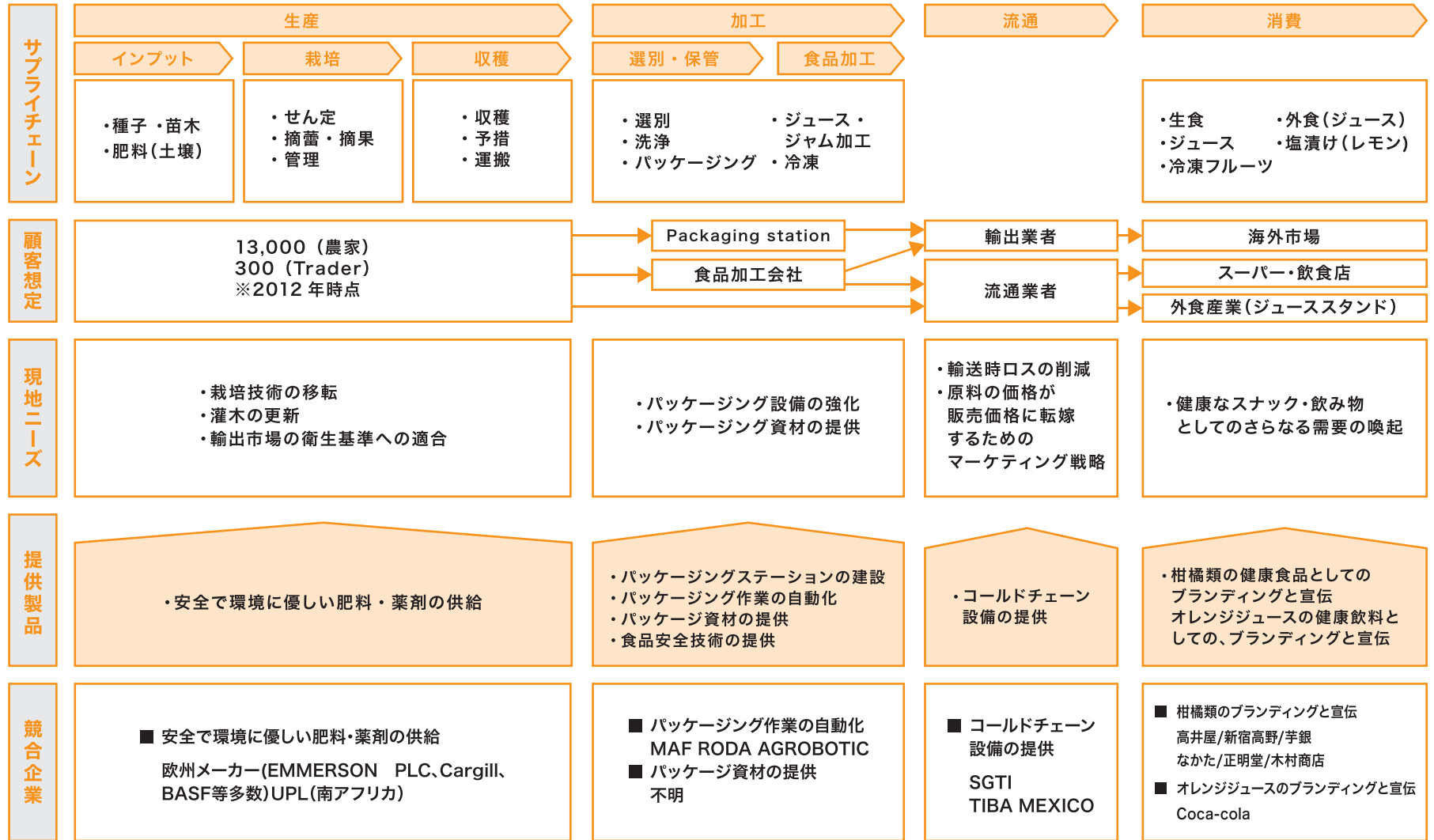


## 現地パートナー候補リスト

名称	業務内容	特徴	期待される役割	所在地/ ウェブサイトなど
Agricold	・食品系流通業	・ONSSA (Moroccan organisation for food security and healthcare)の認証を受けている	コールドストレージの増強・新設を通じたサプライチェーンの強化	ベレチド
Logicold	・食品系流通業	・ONSSAの認証を受けている	コールドストレージの増強・新設を通じたサプライチェーンの強化	カサブランカ
Logifood	・食品系流通業	・1,500トンのコールドストレージを有する ・ONSSAの認証を受けている	コールドストレージの増強・新設を通じたサプライチェーンの強化	カサブランカ
Logismar	・食品系流通業	・ONSSAの認証を受けている	コールドストレージの増強・新設を通じたサプライチェーンの強化	カサブランカ
Régie Autonome des Frigorifiques de Casablanca (RAFC)	・食品系流通業	・54,000平方メートルのコールドストレージを有する。 ・ONSSAの認証を受けている	コールドストレージの増強・新設を通じたサプライチェーンの強化	カサブランカ
MARRAKECH	・フルーツジュースの製造・販売	・モロッコ企業 ・主にオレンジジュース(100%果汁ならびに濃縮)を製造 ・フルーツジュースによる健康増進効果を強調	健康食品としてのオレンジジュースの商品企画、販売、宣伝	<a href="http://jusmarrakech.com/en/">http://jusmarrakech.com/en/</a>



## 柑橘類産業における参入可能性





## 参入事例(進出済み)

会社名	セクター	概要・特徴	進出形態	所在地/ウェブサイト
サカタのタネ	農業投入物	種子の販売	連絡事務所	アガディール
日立建機	農業機械	建機の販売	現地代理店	カサブランカ
ヤンマー	農業機械	建機の販売	現地代理店(伊藤忠商事)	パリ
鳥取再資源化研究所	農業機械	農業機械製造販売	現地子会社	アガディール
ニッシン	食品	インスタント食品販売	現地子会社	カサブランカ
高砂インターナショナル	食品	香料原料調達、加工	現地子会社	アガディール
J T	非食品	タバコ原料調達、加工	米国企業よりたばこ事業を買収	カサブランカ

# 2

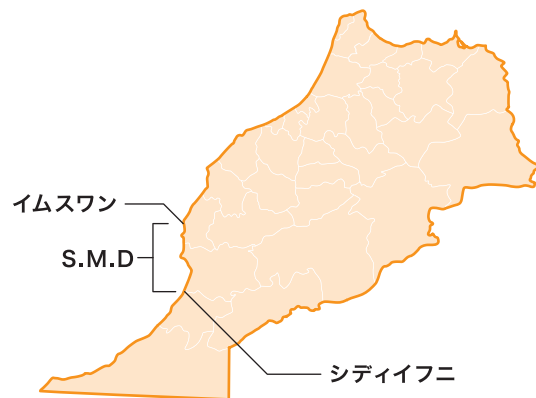
水産セクター



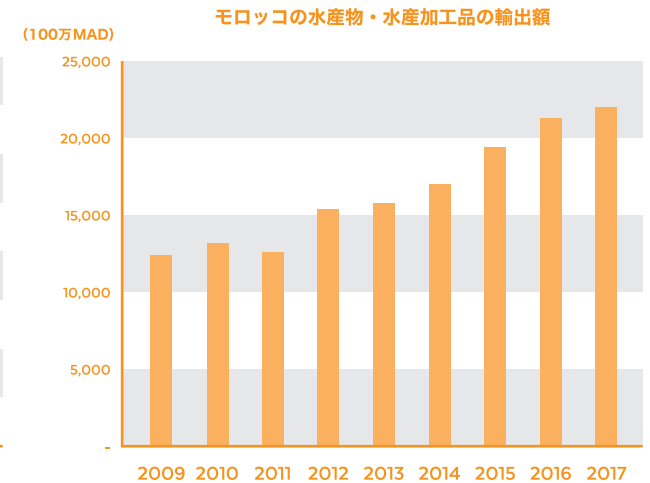
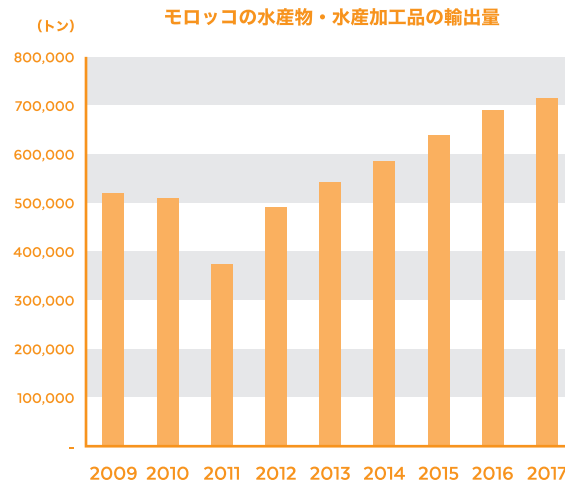


## 概況・特徴(水産セクター)

- モロッコは大西洋と地中海に面し、その海岸線の総延長は約3,500 キロメートルである。イワシ、サバ、マグロ等の浮魚資源やタコ、イカ等の頭足類を中心とした水産資源が豊富で、世界でも有数の漁場を有する
- 乱獲を防ぐために漁獲量の管理等を要する一方で、モロッコ政府は2009年に「モロッコ漁業戦略(Plan Halieutis)」を発表。(1)持続的な資源の活用、(2)水産物の品質向上、(3)付加価値向上による競争力強化の3本柱で構成。雇用創出、輸出額増加等の効果をもたらしている
- 漁業は沿岸部の住民の生計手段として不可欠な産業となっており、300万人が水産関連分野に従事し、GDPの2.3%を占めている
- 水産物の多くはEUに輸出され、独自の食品安全基準を設定し強化している



漁場の大部分が大西洋側であり、漁業基地もその沿岸に多く存在する。その中でもS.M.D.(Souss-Massa-Daraa)と言われる、大西洋岸約320kmの地区(北はイムスワン、南はシディイフニまで)を中心に、水産加工場が立地している

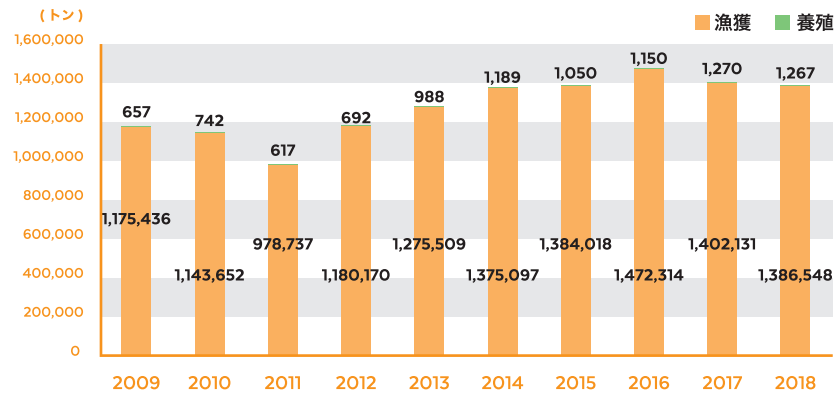




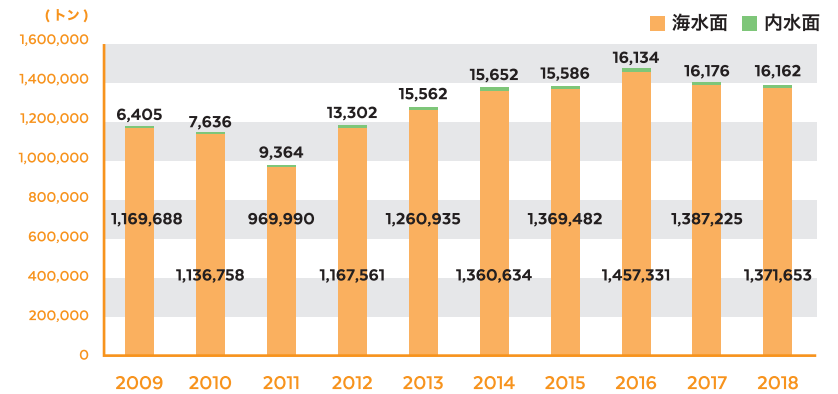
## 業界構造(水産業)

- 水産資源保護を背景とした漁獲量制限に伴い、政府はモロッコ漁業戦略において養殖業の強化を掲げているが、直近2018年時点で生産量全体に占める養殖業の割合は0.01%となっている
- 海水面、内水面の比率も、海水面での生産量が99% (2009年～2018年)で、ほとんどが海水面漁業・養殖業である

生産量(漁獲・養殖別)の推移



生産量(海水面・内水面別)の推移



(出所)FAO FishSatJ

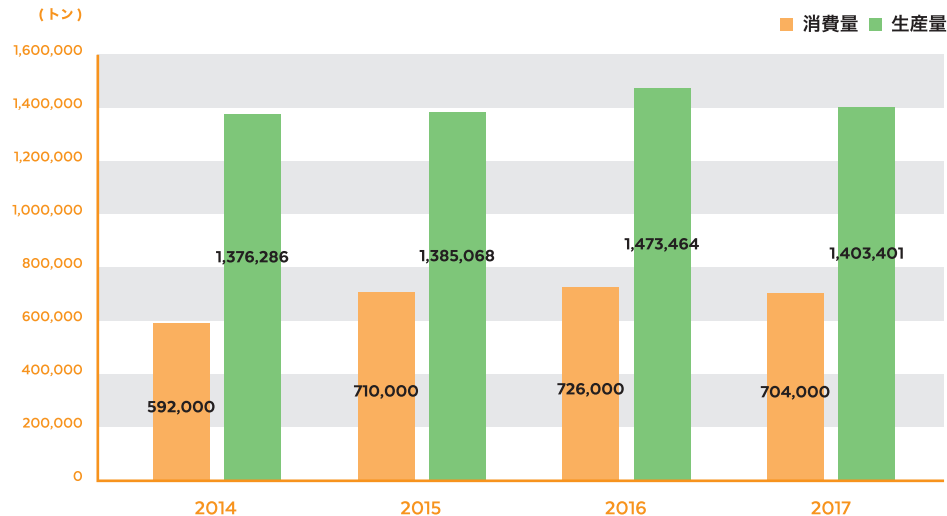


## 業界構造(水産業)

- 伝統的に鶏、羊、牛を中心とした根強い肉食文化圏に属するため、国内での水産物消費量は多くない。最も食されているのがイワシで、年間国民摂取食料では10%を占める(鶏肉:15%、牛肉:6%)
- 2020年9月時点の水産物の市場価格は、エビやタコが855円/kgと高く、最も安いイワシはその1/6の137円/kgとなっている

水産物の国内消費量の推移(生産量との対比※)

※輸出入量もあるため参考値



(出所) FAOSTAT

## 市場価格

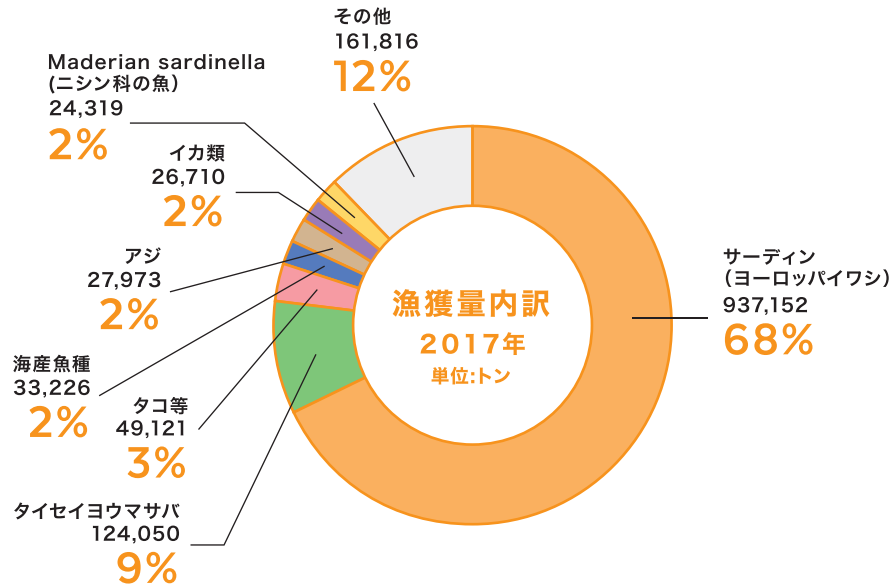
水産物名	単位	価格(円)
シタビラメ	1kg	570
タラ	1kg	456
マダイ	1kg	912
エビ	1kg	855
カキ	1個	80
ムール貝	1kg	228
イカ	1kg	798
タコ	1kg	855
イワシ	1kg	137

※2020年9月時点の現地調査によるモロッコ南部アガディール市場の価格

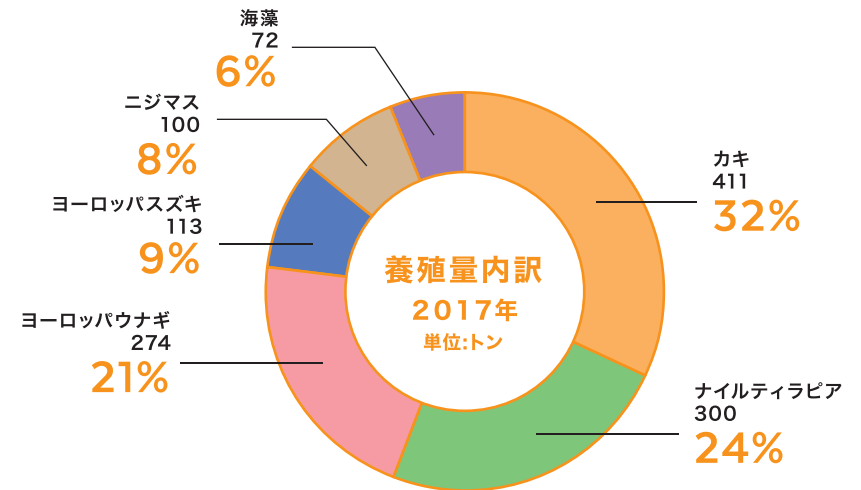


## 業界構造(水産業 魚種構成)

- 漁獲では、サーディン(ヨーロッパイワシ)が約7割を占める



- 養殖においては、カキが約3割でトップ、ナイルティラピア、ヨーロッパウナギが2割ずつとなっており、この3種で約8割を占める





## 業界構造(水産業 特徴)

- サーディン(ヨーロッパイワシ)は漁獲量が最も多く、輸出、国内消費の両方において大半を占める魚種である
- タコについては、モロッコが最大の輸出国となっており、国内消費はほぼない
- 輸出向けのコールドチェーンは整備されている。国内は冷蔵車はまだ普及していないが、コロナ禍でのBtoC向け配送増加に伴い、今後増えることが期待される

### サーディン(イワシ)

- 世界でも有数のサーディン漁獲量を誇る
- 缶詰にされ、そのほとんどがEUに輸出される。2018年時点ではヨーロッパに輸入されるサーディン缶の91%を占めている
- 国内においても、缶詰やタジン等の方法で食されており、水産物の中では最も消費されている魚種である

### タコ・イカ類

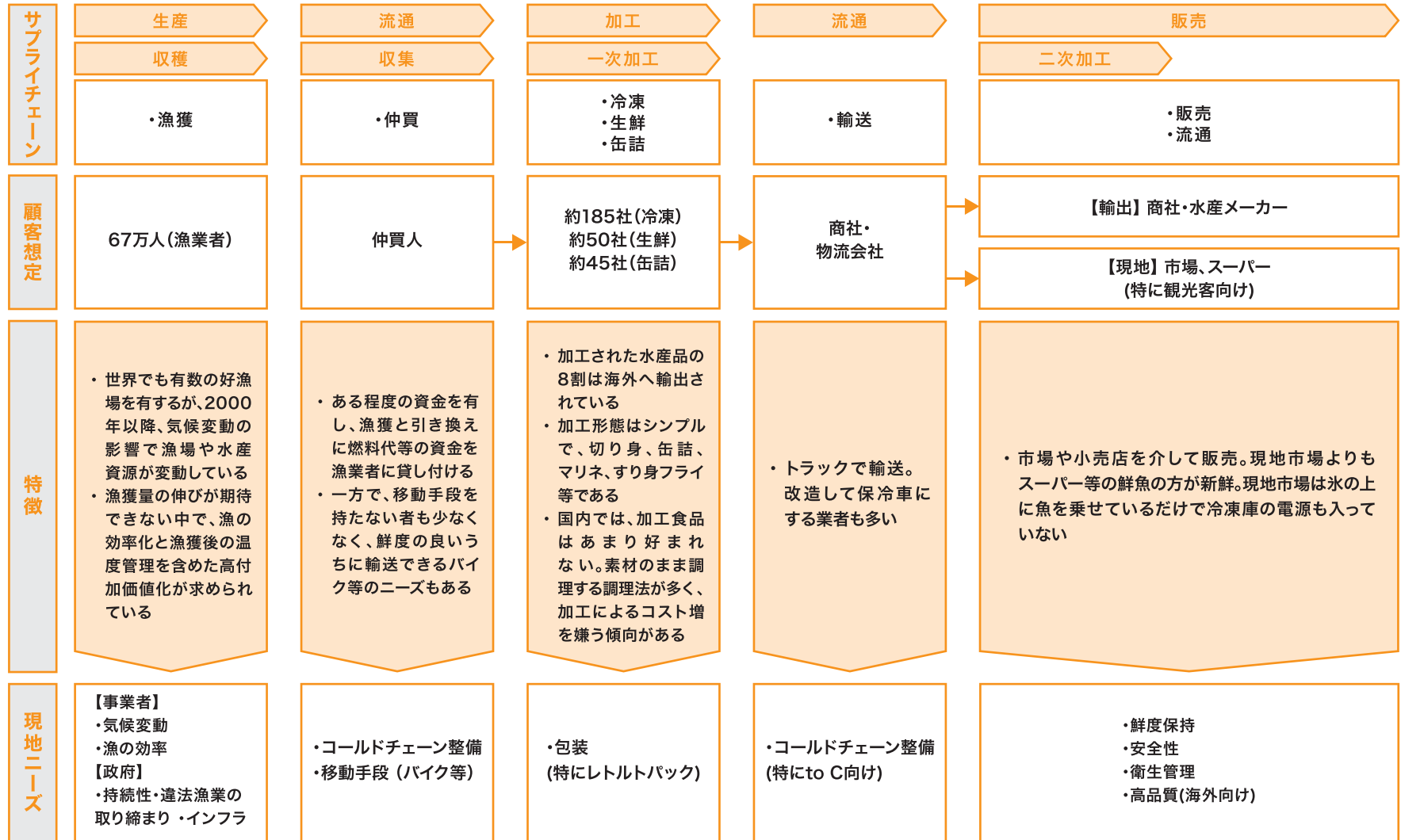
- モロッコは、タコの最大輸出国
- モロッコの輸出農水産品の中では第一位となっている
- 国内ではほとんど消費されず、スペイン、イタリア、日本等へ輸出される

### コールドチェーン

- 海外輸出向けの物流は整備されている。特にモロッコから欧州向けの冷蔵・冷凍品の輸送には欧州系の物流会社が参入している
- 国内向け水産物は、冷蔵保管なしにそのまま市場へ持ち込まれ、市場でも氷が敷き詰められているのみと海外向け製品と大きな差がある
- COVID-19の影響で、BtoC向け配送が増えており、今後も増えることが見込まれる



## 業界構造(バリューチェーン)





## 市場規模

### 水産物の市場規模

**3854億円** (2017)

- 上記市場規模の内訳は、輸出6割、国内4割である
- 近年輸出量、額ともに堅調に伸びており、政策の後押しもあり、今後も増加が見込まれる
- 国内でも観光客や駐在員が多く、観光客は、この10年で約1.6倍となっている(2009年:9億1200万人→2018年:14億4200万人)。一方で、COVID-19の影響は注視する必要がある
- 現地上位所得層、観光客、駐在員向けのスーパー、レストランでは、高価格帯のアンチョビや鮮度の良い水産物が販売されている



## ニーズが見込まれる製品・サービス

製品・サービス	想定する顧客	顧客のニーズ・課題	顧客の購買力
魚群探知機(小型)	・漁業者	・気候変動等の影響で漁場や水産資源が変動し、漁獲量の伸びが期待できない中で、漁の効率化が求められている	・漁業者に直接販売するのは難しい。漁に出る時期に借りるリース形態の方が可能性がある。もしくは、金融サービスも同時に提供する
保冷库 鮮度保持剤	・仲買人	・コールドチェーン整備。限られた水産資源を廃棄することなく、かつ高付加価値化するために、漁獲後の温度管理が重要である	・漁業者のパトロンとなっている仲買人も多く、ある程度の資金は有している
包装機械 (レトルトパック)	・加工企業	・包装(特にレトルトパック)。主要な輸出先である欧州でニーズが高まっており、モロッコ国内においてもレトルトパックの技術は開発中である	・欧州企業と契約している企業は安定した収入があるが、すでに商流が確立されてしまっている。アンチョビ等のマリネ製造業者も近年増えているが、中小規模で資金に余裕がない





## ニーズが見込まれる製品・サービス

製品・サービス	想定する顧客	顧客のニーズ・課題	顧客の購買力
低温物流	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大手小売（スーパー）</li> <li>・物流会社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コールドチェーン整備（特にto C向け）。新型コロナの影響から、個人向け配送が増えることが予想される</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・欧州企業と契約している企業は安定した収入があるが、すでに商流が確立されてしまっている。アンチョビ等のマリネ製造業者も近年増えているが、中小規模で資金に余裕がない</li> </ul>
冷蔵設備及びそのメンテナンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場</li> <li>・大手小売（スーパー）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鮮度保持、品質</li> <li>・メンテナンス体制が整備されていないことが日本製品導入のボトルネックになっているため、製品とともにメンテナンスも提供することが必要である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場：漁業公社といった公的機関が管理主体なので、顧客自体に支払を求めるとは難しい可能性がある</li> <li>・スーパー：5社の大手スーパーがある（スペイン系列、トルコ系列1社ずつ）。資金は一定程度有するが、サプライチェーンが確立されていることと、スーパー等以外の伝統的小売チャネルが依然として8割を占めている</li> </ul>



## ニーズが見込まれる製品・サービス

製品・サービス	想定する顧客	顧客のニーズ・課題	顧客の購買力
トレーサビリティ	<ul style="list-style-type: none"><li>・水産メーカー</li><li>・水産卸</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・安全性</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・資金はある程度有するが、投資対効果を鑑みる必要性あり (トレーサビリティは必要だが、顧客が商品に転嫁できる額がそこまで高くはないと想定される)</li></ul>



## 現地パートナー候補リスト

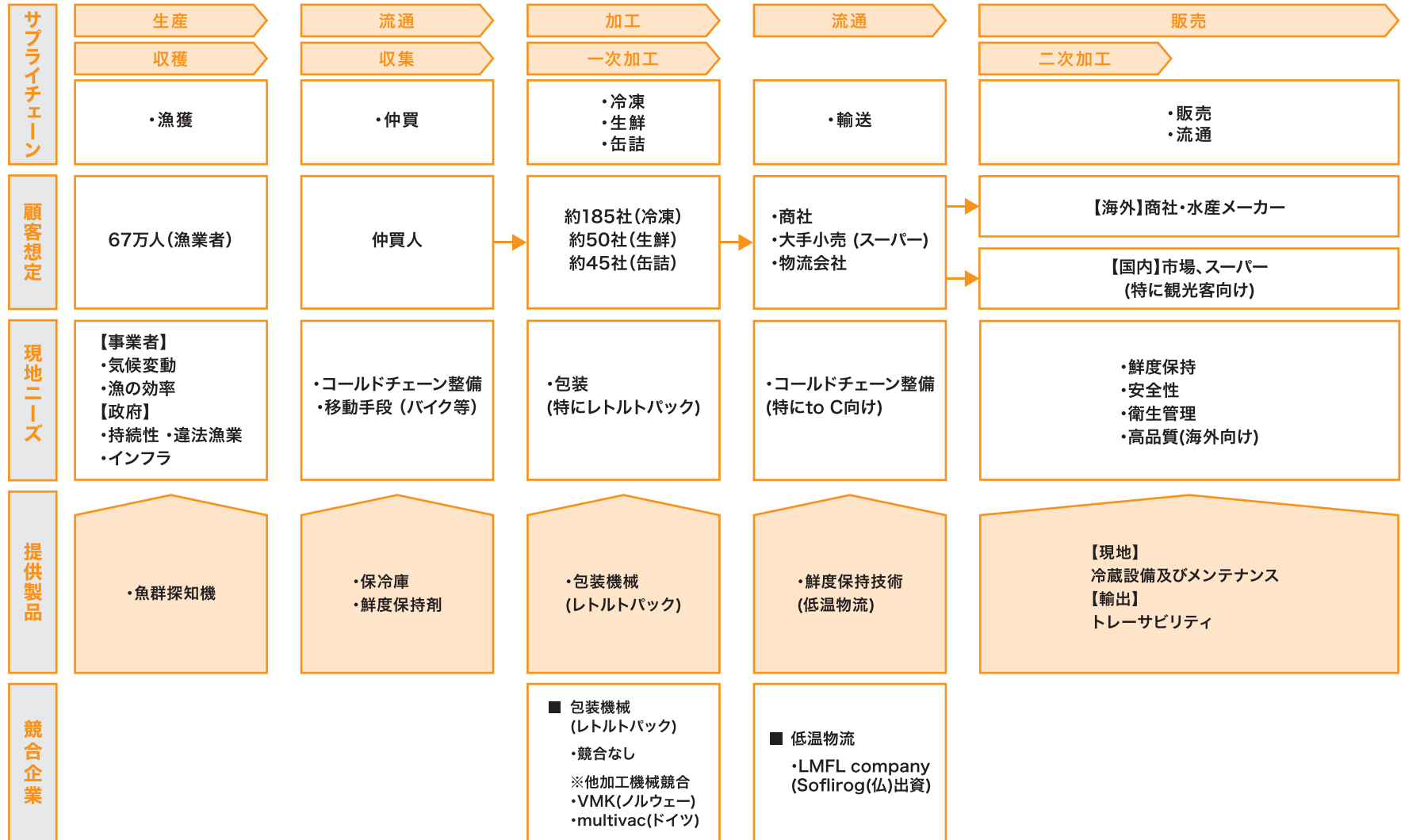
### 特徴

- 水産物加工機械については、加工機械製造メーカーはまだモロッコにはほとんど存在しないため、機械を工場に据え付ける設計やメンテナンスを請け負う企業に、日本企業の機械のメンテナンスを担わせるのがよい。販売については、すでに海外食品機械の輸入販売をしている企業は食品機械輸出入の経験を持ち、モロッコ国内への販売網も有している
- コールドチェーン(低温物流)については、小売(スーパーマーケット)が既に現地に一定の物流網を有しているため、これらの物流網や施設を活用できる

名称	業務内容	特徴	期待される役割	所在地/ウェブサイトなど
N2a Industry	・食品や自動車産業の工場 設計設置・メンテナンス	・魚の缶詰加工機械の設計・設置・ メンテナンス ・モロッコやアフリカで事業展開 をしている	・日本の水産加工機械のメンテナンス	<a href="http://n2a.ma/">http://n2a.ma/</a>
ZIS(Zeggoud Industrial Services)	・食品機械の工場への据付・ メンテナンス	・食品機械のメンテナンス、部品 提供に特化	・日本の水産加工機械のメンテナンス	<a href="http://zistech.ma/">http://zistech.ma/</a>
misjc	・輸入販売(食品機械から 養殖資材まで幅広く扱う)	・中国製機械や資材も取り扱う	・日本の水産加工機械の販売	<a href="http://misjc.ma/">http://misjc.ma/</a>
Marjane	・大型スーパーマーケット	・現地系大手スーパーで35程度の 店舗を持つ	・個人向けを含めたコールドチェーン の物流網構築・拡大(商品輸送で低温 帯の物流インフラと物流網を既に 有しているため)	<a href="https://www.marjane.ma/">https://www. marjane.ma/</a>



# モロッコ水産業における参入可能性





## 参入事例(進出済み)

会社名	セクター	概要・特徴	製品・サービス	進出形態	所在地/ウェブサイト
豊田通商	漁業	漁船	船舶輸出入	CFAO社へ資本参加	<a href="http://www.cfao-automotive.com/en/subsidiaries/cfao-motors-maroc">http://www.cfao-automotive.com/en/subsidiaries/cfao-motors-maroc</a>
CFAO (仏最大商社 現豊田通商子会社)					
マルハニチロ	漁業・加工	水産品輸入	いか・たこの買付	駐在員事務所を設立	<a href="https://www.maruhanihiro.co.jp/corporate/outline/access/office.html">https://www.maruhanihiro.co.jp/corporate/outline/access/office.html</a>



## 【参考】モロッコの食文化



タジン

特徴：タジンはモロッコの代表的な料理。材料や味にかかわらず、タジン鍋で作った料理はタジンと呼ぶ。鶏肉やラム等を使うことが多い  
(出所)ethnicspoo



クスクス

特徴：毎週金曜日に食べる代表的料理。牛肉や鶏肉と大きめに切った野菜を煮込み、セモリナ粉で作られた小さくて丸いパスタにかけて食べる



ルフィサ

特徴：産後や滋養強壮のために食べるという料理。モロッコのクレープをちぎり、その上にレンズマメと煮込んだ鶏肉(ラクダ肉・羊肉もある)と煮汁をかけて食べる料理



バスティラ

特徴：モロッコ風鶏肉パイ。元は鳩の肉を使っていたが今では鶏肉が主流。香辛料の効いた鶏肉をアーモンド、シナモン、砂糖で作る甘い層と塩味の層で包み焼く  
(出所)cultureatz



イワシのタジン

特徴：写真はイワシのつみれをタジン鍋で蒸し焼きにしたもの。にんにく、パプリカ、みじん切りのイタリアンパセリがつみれの調味料。モロッコで日常的に食べられるイワシ料理



モロカンサラダ

特徴：モロッコの定番サラダ。さいの目状にしたトマト、きゅうり、玉ねぎ、ピーマン等をハーブやクミン、パプリカパウダー等のスパイスを効かせたドレッシングで和えたもの  
(出所)Holiday



バグリール

特徴：モロッコのパンケーキ。小麦粉ではなくセモリナ粉を使う。バター、はちみつ等を付けて食べる。朝食に食べられることが多い  
(出所)recette-cookies



ブリワット

特徴：イルワルカという春巻きより薄い皮を使った三角形の春巻きのような料理。具は鶏肉、野菜、魚等様々で、揚げるかオープンで焼く  
(出所)世界食べ尽くしの旅spanoleando

**発行者：アイ・シー・ネット株式会社**

**総責任者：井上真**

**全体管理：松本幸敏、山崎晃子、太田みなみ、淵上雄貴**

**調査担当：アフリカ農水産品・食品関連)横山裕司(リーダー)、東枝里子、薄葉葵、菊池靖子、宮川歩、古市信吾**

**お問い合わせ：Business\_Consulting@icnet.co.jp**

**デザイン：株式会社ツープラトン**

本レポートは、出所を記載した二次資料及び当社による現地ヒアリング結果に基づき、有益だと判断した情報を基に作成しておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。