

# フランス市場

## 出品時の規制・認証・販売上の留意点(品目別まとめ)

---

### 第1部:フランス輸出に必要な認証・規制(ないと輸出できないもの)

#### 食品・飲料

- EU版 HACCP(Regulation (EC) No 852/2004)適合が必須  
Regulation (EC) No 852/2004 は食品事業者に対し HACCP に基づく衛生管理システムの導入を求めており、EU加盟国すべてに適用される  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32004R0852>  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/jfile/country/eu/trade\\_02/pdfs/eu\\_p02\\_2B020.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/country/eu/trade_02/pdfs/eu_p02_2B020.pdf)
- 加工食品は特に要注意
  - 原材料の多様さや製造工程の複雑さから、輸入規制や成分検査が厳しくなる傾向がある  
原材料の種類が多く、複雑な工程を経る加工食品では複数の基準や検査(残留物、微生物検査、成分制限など)が適用されるため、輸入時の審査が厳しくなる傾向がある  
[USDA AppsGlobal Import Agent -](#)
  - 添加物や保存料の使用基準は EU で厳格に定められており、成分や表示内容の詳細確認が必要  
EU は添加物や保存料について厳格な使用基準や最大使用量を規定しており、違反時には輸入差止やリコールの対象となる  
[USDA EUGlobal Import Agent -](#)
  - アレルゲン表示義務が厳しく、フランス語での詳細な成分表示が求められる  
EU 食品情報規制(Regulation EU No 1169/2011)により、主要アレルゲンの強調表示が義務付けられており、フランス国内で販売する場合は仏語表記が必要になる  
<https://hyouji.maru-sin.net/notice/2025/08/25/2995/>
  - 衛生証明書や成分証明書の提出が求められることが多く、トレーサビリティの確保が重要  
特に動物由来食品や加工品には EU 健康証明書(Sanitary Certificate)が必要で、フランスでは場合によっては追加の証明書も求められることがある
  - [Trade.gov+1USDA Apps+1](#)。  
加えて、HACCP/Reg 852/2004 においてトレーサビリティは法的要件である  
[EUR-Lex+1Food Standards Agency](#)
  - 加工食品によっては特定の許認可や検査が必要になるケースがあるため、事

前確認が不可欠

食品分類・リスクに応じて、EU 加盟国内の追加許認可・表示ルール・検査要件(例:特定物質の含有量、微生物、放射性物質など)が課せられる

USDA AppsGlobal Impo

- 製品の販売前の「テストマーケティング」や「試験的な出品」段階でも、EU の規制や輸入ルールが適用される場合がある  
少量サンプルや非商用目的の出品であっても、EU・フランスに「食品として輸入」される以上、一般の輸入規制、衛生管理、表示義務が適用される
- bmel.de+4USDA Apps+4EUR-Lex

#### ※注意点

改正規制の履歴確認

→ Reg. 852/2004 は、2021 年に改訂されています。実際の運用では、最新改訂内容(アレルギー管理や食品安全文化の要件)を資料に反映する必要があります  
bmel.de+7EUR-Lex+7ecolex.org

#### アルコール類

- EU 共通の酒類規制(特にワイン・スピリッツ・ビール)に準拠する必要あり  
→ 酒類の種類やアルコール度数に応じて、EU の共通農業政策(CAP)内の規則(例:Regulation (EU) No 1308/2013)に従う必要があります。品目ごとに定義・品質管理・容器基準などが詳細に定められています。  
EUR-Lex No 1308/2013
- ラベル表示義務(アルコール度数、原材料、アレルギーなど)  
→ 特にワインは 2023 年 12 月以降、原材料名・アレルギー・栄養成分表示が義務化。表示言語は販売国の言語(フランス語)での対応が必要です。  
EU Regulation 2021/2117
- フランス国内の販売においては、広告・販促にも規制あり(Loi Évin 法など)  
→ フランスでは公共の場での広告に関して制限があり、製品の効能を暗示するような表現は禁止されています。販売促進イベントや SNS 活用時にも慎重な対応が求められます。  
Regulation (EU) No 2021/2117 of 2 December 2021

#### 化粧品

- EU 化粧品規則(1223/2009)への適合  
主たる法的枠組みとして、EU 域内および輸入品にも適用されます。成分・表示・輸入体制・安全性など広範な要件を規定している。  
Registrar C
- 安全性評価、成分制限、CPNP(EU の化粧品通知ポータル)への登録必須  
安全性評価に基づく製品安全性報告書(Annex I)が義務付けられており、CPNP への登録も Regulation 1223/2009 Article 13 により必須です。  
ecosistant+2Internal Market SME+2Ecomundo+2
- EU の規則に基づいて輸入品の安全や法令遵守を管理・責任を持つ「EU 域内責任者」設置が必要

Article 4 に明記されており、自然人／法人いずれかを指定しなければ販売できません。輸入者や代理人がこの責任を担います。

Ecosistant

#### ※注意点

2025年5月12日付で施行決定された Regulation (EU) 2025/877 により、Annex II／III(使用禁止・制限物質リスト)に新たな CMR 物質(発がん性・変異原性・生殖毒性)が追加され、2025年9月1日から施行です。

<https://jp.reach24h.com/cosmetic/industry-news/EU-cosmetics-regulation-revision>

その後、年末あるいは2026年にさらなる Annex IV/V の更新およびナノ素材や表示の簡素化案などの後続改正プロセスが進行中です。

Zmuni

### 健康関連製品

- 特定の合成化学物質や防腐剤、香料、着色料などが含まれている場合、REACH 規制(化学物質の安全性管理)・CLP 規則(化学物質の分類・表示)の適用可能性  
→「製品自体」ではなく、「含有成分」が REACH や CLP の範疇に入るケースがある。

CIRS Group

- 製品に含まれる化学物質の危険性(毒性、腐食性、可燃性など)を正しく評価することが義務付けられている。  
→REACH では、EU 市場投入前に登録・評価・化学物質の安全性評価(Cheical Safety Assessment)が義務付けられており、製造者または輸入者が危険性評価を行い、必要に応じてリスク管理措置を講じる必要があります

ECHA

- 危険な成分は、EU の CLP 規則(Classification, Labelling and Packaging)に基づき、適切な分類と表示が必要。  
→CLP 規則は、化学物質や混合物の分類・表示・包装のルールを定めています。製品に含まれる成分が該当すれば、製品が市場に流通する際に必須の分類とラベル表示の措置が求められます。特に危険性が高い物質(CMR 物質や呼吸性アレルゲンなど)は、CLH(調和分類)の適用対象となり、統一的な表示が必須です

Wikipedia

#### ※注意点

REACH 規制は現在大幅な改正プロセスにあり、2025年から2026年にかけて登録期間短縮、ポリマー登録、エンドocrine かく乱物質(ED)規制強化などが導入される予定です

ProRegulations+12CIRS Group+12CIRS G

### 家電

- CE マーキング(安全性、EMC、電気規格に適合していることを示すマーク)の取得が必須  
→CE マーキングは、安全性・電磁適合性(EMC)・環境規制などの EU 必須要件への適合を製造者または輸入者が宣言するマークであり、EU 市場で販売する多くの製品カテゴリにおいて義務付けられています。

## Internal Market SME+2zrlklab.com+2blog.qi

- 小型の電池式玩具や単純な電気機器でも基本的に対象となる  
→特に電池式玩具は、CE マークを義務付けられているほか、電気的安全性、安全要件を満たす必要があります。

UL Solutions+9Internal Market SME+9Wikipedia

### ベビー・育児用品

- 赤ちゃんが口に入れたり舐めたりする可能性が高いので、塗料やプラスチックの成分などが安全であることが重要。  
→EN71-3 は、唾液・唾液様・粉末などによる有害元素の移行(重金属やフタル酸エステルなど)を厳格に制限しており、0～3 歳児が触れる可能性の高い玩具素材の化学的安全性が重視されています  
<https://www.bureauveritas.jp/consumer-products-retail/newsroom/250128>
- 玩具安全基準(EN 71 など)への適合が必要  
→EN71 シリーズ(EN71-1～14 など)は、EU 玩具安全指令(2009/48/EC)に準拠し、EU 市場での玩具販売ではこれらの標準に適合することが「適合性の推定」手段として広く認められており、実質的に義務化されています [qima.com](http://qima.com)
- 0～3 歳向け育児用品(ラトル、歯がため、布絵本、バス用おもちゃなど)は、EN 71 の複数項目にまたがる検査が必要になることが多い  
→0～3 歳児向け製品は、EN71-1～3、71-7、EN71-9～11 など複数部分の検査が必要とされます(EN 71-15、16、17 など 2025 年に導入予定)  
[eurofins.com+13Compliance Gate+13](http://eurofins.com+13Compliance Gate+13)

### アパレル・ファッション

- 一般的に認証は少ないが、皮革・染料などは REACH 対象の可能性あり  
→アパレル製品としては CE マーク等の認証対象外となる場合が多いものの、使用されている染料や仕上げ剤、皮革・金属部品に含まれる化学物質は REACH 規制の対象になるケースがあります。特に、アゾ染料やフタル酸エステル、ホルムアルデヒド、重金属などは、製品が EU 市場に投入される際に REACH Annex XVII による制限や禁止対象となっています。

Label Pro+2Foot Locker+2Ve

- 対象になることがある成分
  - ✓ 発がん性のあるアゾ染料
  - ✓ フタル酸エステル(靴・バッグの PVC など)
  - ✓ ホルムアルデヒド(防しわ・防縮加工など)
  - ✓ 重金属(クロム、鉛など:なめし革や金属部品に含まれる)
- 素材構成・原産国などの表示義務あり
- Regulation (EU) No 1007/2011 により、繊維製品には繊維組成の明示が義務付けられています。各繊維の割合と名称をラベルに記載する必要があります。原産国表示については、EU 規則上の統一的義務は現状ありません。ただし、独自に導入されている一部加盟国(フランスなど)の規定や消費者保護目的での表示が推奨されるケースがあります。

Internal Market SMECarbonfact

## 家庭用品・日用品

- 食品接触材料(食べ物に間接的に触れる日用品・家庭用品)は Regulation (EC) No 1935/2004 の対象  
EU フレームワーク規制 1935/2004 は、食品と接触する可能性のあるすべての素材・製品に対して適用され、安全性の原則(健康に危険を与えないこと、組成や官能特性に影響を与えないこと)を規定しています。また、Declaration of Compliance とトレーサビリティも義務付けられています  
Food Packaging F
  
- 素材ごとの安全基準あり
  - プラスチック素材  
Reg (EU) No 10/2011 に基づき試験義務あり SGSCorp
    - EU 規則 (EU) No 10/2011 に基づいた詳細なルールがある
    - 成分が食品に溶け出さないかどうかの「溶出試験」などが必要
  
  - セラミック素材  
Directive 84/500/EEC の適用対象 EUR-Lex
    - 鉛やカドミウムなどの有害金属が食品に移らないよう、溶出の上限値(溶出限界)が設定されている
  
  - 金属素材  
国による独自規制の可能性あり European Parliame
    - ニッケルや鉛など、有害金属の溶出があると NG
    - 使用する金属の種類によって安全基準が異なる
  
  - 木製・紙製素材  
一般的には GMP 準拠が求められる European Parliament
    - 食品に直接触れても安全な加工・処理がされている必要がある
  
  - シリコーン・ゴム系素材  
特定用途の場合は試験・証明が必要 European Parliament
    - 特に油分に触れると成分が溶け出しやすいため注意が必要
    - 場合によっては追加の安全性証明が求められることがある

## 第 2 部:継続出品のための制度・規制

※「★」はテストマーケティングでは原則不要だが、継続出品において必須となる制度・規制

### 食品・飲料

- HACCP 対応  
EU Regulation (EC) No 852/2004 およびその改正内容に基づき、食品事業者(輸入者や流通業者を含む)は、継続出品段階でも HACCP に基づく衛生管理システムを維持しなければなりません。これには、定期的なリスク分析や監視記録が求められます。国家当局(DGCCRF など)による監督も含まれます。[European Union+2Food Safety+2Santander](#)
- ★フランス語表示義務  
フランスでは、1994 年法および消費者保護法により、商品ラベル、広告、ユーザーマニュアル、販売契約、表示全般について原則としてフランス語表記が義務化されています。特に食品表示では、アレルギー表示や成分リスト、保存条件、原産国などがフランス語で「読みやすく、消えない形」で記載される必要があります。  
[Trade.gov+1Wikipedia+](#)
- ★輸入者情報の表示・登録  
EU の FIC Regulation(EU No 1169/2011)及びフランス消費者コードにより、食品パッケージ上には「製造者・輸入者」の名称と EU 域内住所の表示が必須です。輸入者が責任者として登録されることにより、消費者保護が強化されます。さらに、輸入者は関係官庁への届出や登録義務がある場合もあります。  
[European Union+1made-to-meas](#)

### アルコール類

- ★販売・広告に関する厳格な規制(Loi Évin 法)  
→ 公共空間での広告や宣伝が原則制限されており、製品の効能・魅力を誇張する表現は禁止。SNS やイベントなどのプロモーションでも慎重な対応が求められる。  
[Loi n°91-32 du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme](#)
- ★QR コードによる e-ラベル活用(EU ワイン関連法)  
→ 栄養成分や原材料などの情報を QR コードで提供することが許容されたが、アレルギー情報は必ず物理ラベルに表示する必要あり。  
[EU Regulation 2021/2117](#)
- ★環境・リサイクル関連の表示対応(特に容器)  
→ フランスの環境規制(AGEC 法)により、容器リサイクルマーク(Triman マーク)や分別指示の表示が義務化。継続販売時はラベル変更が求められるケースもあり。  
<https://swapsss.com/toriman-mark-france/>

### 化粧品

- ★CPNP 登録(EU 化粧品通知ポータル)  
全 EU 域内で販売される化粧品は、販売前に CPNP への登録が必須です(Regulation 1223/2009 第 13 条)  
[Biorius+13Internal Market SME+13](#)

- ★EU 責任者設置  
Regulation 1223/2009 第 4 条により、製品ごとに EU 域内に責任者を設置する必要があります(製造者、輸入者、代理業者、第三者が担う)  
[Cosmetics Europe -+12Internal Market SME+12sobe](#)
- ★安全性評価書(Product Safety Report)の整備  
全化粧品には製品を EU 市場で販売する前に 毒性・安定性・成分・使用条件などに基づいた安全性評価書(CPSR)を作成し、Product Information File の一部として保管する義務があります(Annex I, Article 10)  
[sobelconsult.com+6Registrar Corp+6](#)

#### 医薬部外品・健康関連製品

- 成分が REACH・CLP の対象か確認  
完成品が直接 REACH・CLP の分類・届出対象となるわけではありませんが、含まれる化学成分(原材料)自体が REACH 対象で、CLP 分類対象の性質を有する場合は、下流サプライチェーンを通じて評価・分類・通知の義務が発生する可能性があります。製品の継続的出品にあたっては、製品中含有成分が REACH/CLP 規制下にあるかの事前確認が必須です  
[Taobé Consulting USA+1](#)
- ★SDS(安全性データシート)の整備  
REACH および CLP に基づき、危険性分類された化学物質や混合物を供給する場合、SDS の提供義務があります  
[Wikipedia+5Ecomundo+5Wikipedia](#)
- ★ラベル表示・分類ルールの対応  
CLP 規則は、化学物質や混合物の分類・表示・包装について詳細な基準を定めており、SDS とともに一体で運用されます  
[Taobé Consulting USA+4](#)

#### 家電

- ★CE 適合宣言書・技術文書の準備  
CE マーキングを用いて製品を EU 市場に出すには、製造者または輸入者が「Declaration of Conformity」を作成し、署名・保管しなければなりません。  
[https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/compliance/technical-documentation-conformity/index.en.htm?utm\\_source=chatgpt.com](https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/compliance/technical-documentation-conformity/index.en.htm?utm_source=chatgpt.com)
- ★対象規格に基づく評価試験の実施  
製品が属するカテゴリに対応する EU の指令や規格に従い、適合性評価 Procedure の実施が必要です。  
[ventura-solutions.com+14Qima Blog+14Trade.gov](#)

#### アパレル・ファッション

- REACH 規制への対応(特定有害物質の非含有確認など)  
アパレル製品については、REACH による化学物質規制が適用されます。アゾ染料やフタル酸、ホルムアルデヒド、重金属といった特定有害物質について、Annex XVII

による制限や非含有確認が求められます。これは継続的出品でも必須の対応です。  
[https://www.boken.or.jp/find\\_items/textile/clothing/chemical\\_analysis\\_clothing/3906/](https://www.boken.or.jp/find_items/textile/clothing/chemical_analysis_clothing/3906/)

- ★洗濯表示、繊維組成、原産国表示などの整備  
EUでは Regulation (EU) No 1007/2011(Textile Labelling Regulation) により定められています  
[Internal Market SME+3Compliance Gate+3policyhub](#)

#### ベビー・育児用品

- ★EN規格(例:EN 71 など)に基づく安全試験の実施有無  
EU玩具安全指令(Directive 2009/48/EC)により、玩具および乳幼児向け育児用品に該当する製品は、EN 71 シリーズの関連規格に適合することが必須とされています。  
[eurofins.com](http://eurofins.com)
- ★乳幼児用素材の安全証明(ホルムアルデヒド、可塑剤など)  
EN 71-3 は、鉛・カドミウム・水銀など有害金属の唾液・粉末移行限界を規定しており、さらに EN 71-6 は 特定フタル酸エステルの制限を設けています。  
[intertek.com](http://intertek.com)

#### 家庭用品・日用品

- ★食品接触素材の耐熱性・溶出試験などの適合試験有無(テスト段階では試験未実施でも容認されるケースがある)  
EUでは食品接触材料に対する適合性評価として、溶出試験や耐熱性試験が求められます。  
[EU Science HubIntertek+5](#)

#### 継続出品に必要な主な対応事項(まとめ)

- 各種登録・届出(例:CPNP、CE 適合宣言など)
- 表示関連の義務(フランス語表記、輸入者名、洗濯表示等)
- EU 域内責任者の設置と表示(特に化粧品・医薬品系)
- 技術文書・試験データの整備(安全性評価、溶出試験など)



### 第3部:フランス市場で売るときのコツ・商習慣(日本との違い)

- 添加物や保存料はできるだけ少ないほうが好まれる  
→Kantar Insights によれば、フランスの消費者の約72%が「人工添加物・保存料を含まない」あるいは「100%天然」の食品を好むと回答  
Santander Trade+14sialparis.com+14Innova Market Insights+14。  
また、食品安全と透明性を重視する傾向が強くなると、健康志向・クリーンラベル文化がフランスでは確立しています  
<https://sekai-asobu.com/fr-foodlabel/>
- 過剰包装は好まれず、簡易・再利用可能な包装が好印象  
→CGA/NielsenIQ のデータでは、約45%の消費者が「使い捨て容器の廃止を希望」、42%が「リサイクル・再利用素材」への期待を示しています
- ストーリー性(なぜ作ったか、どんな職人技か)への共感が強い  
→消費者は伝統性や職人性、地域性への共感が高く、「アーティザナル」「アンシャンルスタイル」などのブランド・語りかけが好まれます。特に食品・アパレル共に、地域性・歴史性・物語性を含む商品表現が共感を呼ぶ傾向があります  
Innova Market Insights
- 「いいものを長く使う」文化 → 安くて使い捨ては敬遠されやすい  
→フランスでは「製品を長く使うこと」を重視する消費文化が強く、Anti-Waste 法により販売者には修理可能指数や耐用性開示が義務付けられています。安価・使い捨てに対する拒否感が強まっており、品質と長期使用性がブランド価値となっています。  
Market Insights
- 「日本で人気」だけでは通用しない → 現地の感性・価値観に合わせた調整が必要  
→消費者の重点は、「伝統×サステナブル×ローカル性」にあり、単なる「日本人気」だけでは評価されづらく、味覚・価値観・表示方式等の現地化対応が必要という傾向があります  
Innova Market InsightsEurope Data
- パッケージや説明文はフランス語対応が望ましい  
→強く推奨されます。多くの調査や商工会議所の指導では、パッケージ・ラベル・説明文はフランス語併記が消費者信頼を高め、実務上も必須とされており、言語対応ができていなければ市場投入が困難です  
Santander TradeEurope Data
- オーガニック・サステナブル・エシカルといったキーワードに敏感  
→動向は複雑です。消費者は依然「オーガニック」「ローカル」「倫理的生産」に関心を示しますが、経済情勢やインフレの影響により、オーガニック商品の購入量は2023年に減少傾向にあるとの報告もあります  
lemonde.fr  
一方で、64%が小規模生産者への公正対価支払いに対してより支払っても良いと回答しており、エシカル志向の支持層は根強く存在します  
Europe Da