

英国の食品小売りの状況

米国農務省 GAIN レポートより

日英包括的経済連携協定は 10 月 23 日に署名が行われ、年明けに発効される。農産物の関税は日 EU・EPA と同じ税率を適用し、英国向けの輸入枠は新設されなかった。今回の日英 EPA の交渉ではソフト系チーズなどの英国畜産物輸出条件の合意内容にこだわりを見せたが、英国は野菜や果物など農産物によっては輸入国でもある。米国農務省 (USDA) の海外農務局 (FAS) が 7 月に発行したグローバル農業情報ネットワーク (GAIN) の最新レポート(*1) では、EU 離脱に係る移行期間中の英国の食品・飲料の市場分析を行い、米国からの輸出の可能性を考察している。その中で、英国の食料品小売り市場の特徴や商習慣に加えて輸入業者の役割を解説し、市場参入のために情報を提供している。また、英国への米国からの輸出品の構成や増減の動向については、乳製品の輸出量は大きくはないものの 2019 年は減少したことを含めてデータを示している。以下にレポートの概要を紹介する。

英国の食品・飲料セクターについて

貿易と金融の中心地である英国は、ヨーロッパ第 3 位の経済規模がある。農業は集約的で、高度に機械化されており、ヨーロッパの中では効率的な水準だが、生産額は国内総生産 (GDP) の 1 パーセント未満を占めるにすぎない。農業は英国の労働力の 2% 未満で国の食料需要の約 60% を生産しているが、すべての食品が何時でも入手できることを期待する英国の消費者のさまざまな需要を満たす必要から輸入に依存している。

英国は米国の商品やサービスに受容性がある。英国の 2019 年の GDP は 2.91 兆米ドルで、米国にとってヨーロッパの中で最大の市場であり、全商品では世界第 5 位の市場である。消費者向け製品は米国農業にとって依然として最も重要な分野であり、2019 年は 9 億 7000 万米ドルを英国に輸出した。この需要はヨーロッパの多くの近隣諸国の中で際立っている。英国は、米国の消費者向け製品にとって世界で 13 番目に大きな市場である。

消費者向け製品の輸入

2019 年、英国は 470 億米ドル相当の消費

者向け農産物を輸入し、上位 9 か国は EU の加盟国からだった。

食品加工業

食品・飲料セクターは、英国の製造部門で最大の雇用規模をもつ。食品・飲料は英国最大の製造業でもあり、2019 年の年間売上高は 1260 億米ドル (1050 億ポンド) である。英国全土で約 43 万人が、食品・飲料の製造販売に関連する仕事に従事している。これらの労働者のうち、約 4 分の 1 に当たる、約 10 万 6000 人は EU 国籍である。

食品小売業

食品小売業セクターは飽和状態にあり、高度に統合されており、競争がある。上位 5 つの小売グループを合わせると、市場の 74% を占める。独立系店舗は、近代的な食料品小売業者との激しい競争に直面し続けている。オンラインショッピングによる食品の売上高は驚くべき成長を見せており、2019 年のオンラインショッピングでの食品部門の売り上げの価値は 152 億米ドル (127 億ポンド) である。英国の消費者は他の国々の食品を試そうとしているが、競争力のある価格で高品質の製品を期待し

ている。

主な市場ドライバーと消費動向

- 人口の高齢化と消費者の健康意識の高まりは、機能的食品や健康・ウェルネス製品の需要を刺激している。
- 目まぐるしく変化する社会と単身世帯の増加により、そのまま食べられる便利な食事、デザート、およびベーキングミックスの需要が高まっている。
- エスニック食品、健康食品、スーパーフード、「フリー」製品（例えばグルテンフリーや乳糖フリーなど特定の成分を除去した製品）、地元産の食品は、別のトレンドとして英国の消費者をますます引き付けている。
- 家畜福祉に関心があり、自らの購入判断を市民の声または生活様式の表明と考える消費者の割合が増えている。
- 消費者はますますトレーサビリティと製造方法に関する情報を必要としている。
- 公正取引やオーガニック製品の人気が高まっている。

利点

- 市場への浸透が強い少数の小売業者が市場を支配している。洗練された補充システムは、米国の製品を広く流通できることを意味する。
- 米国からの輸入に興味を持つ有能な専門輸入業者がたくさんある。
- 米国の製品は、英国の消費者から手頃な価格であると見られている。
- 英語が公用語であり、米国の輸出業者にとってヨーロッパの他の地域への良い玄関口である。
- 米国は英国の観光客に人気のある目的地であり、英国人は米国製品に精通していることが広く知られている。

課題

- スーパーマーケットチェーンで商品の試供販売を行う場合、短期間で結果が求められる。また相当のサンプル量が必要とされることで、市場へのアクセスが困難となる可能性もある。
- 英国には主要製品の確立されたブランドがある。ブランド構築とマーケティングにかなりのコストがかかる。
- 米国の家禽は抗生剤処理してはならない。すべての米国産牛肉製品は、ホルモン剤を投与しない牛由来でなければならない。
- EU の競合国は、英国への商品の輸入関税を支払わない。米国は、製品によって 0～25%の輸入関税を支払う。
- 例えばフランスのチーズ、スペインの柑橘類、イタリアのパスタ、南アフリカの農産物など、多くの EU 諸国の特産品の人気は高い。
- 食品に関する反米ロビー活動は、米英貿易協定交渉で激化した。

新型コロナの影響

2020 年は今後何年間も記憶に残るだろう。コロナウイルスは市場の一部に惨状をもたらしたが、他の一部には経済的利益をもたらした。食料品セクターは、過去数か月間に繁栄したセクターの一つである。人々の買い物の仕方は過去数ヶ月で変化してきており、当面は続くだろう。これには消費者が週に一回は大型店に戻り小売業者を一つ選択するとともに、オンライン食料品ショッピングも初めて体験することもある。

2020 年 2 月まで、食料品セクターは拡大を続け、最大手の食品小売業者は最低価格を提供し、市場シェアをめぐる競争が繰り広げられた。2020 年 3 月、コロナウイルスは英国全土を席卷し、パニック買いと封鎖措置をもたらした。テイクアウト食料品の売上げは 1994 年

に記録が始まって以来最も速いスピードで成長した。同時に英国の買い物習慣は変化し、英国人は行動制限に対応するために生活様式を適応させた。この危機が始まって以来、買い物客の優先事項は変化した。近さ、清潔さ、混雑などの要因に基づいて買い物の場所を決める人々が増えている。買い物客が家の近所にとどまり、大規模なスーパーマーケットでの行列を避けようとしているため、小規模独立系店舗への客足が増えている。

オンラインショッピングは年々増加しているが、コロナウイルスはこの傾向をさらに加速させており、現在、食料品の売り上げ全体の11.5%を占めている。オンライン食料品ショッピングは、2020年に過去5年間の合計よりも多くの地盤を獲得し、より多くの新しい買い物客を集客した。オンラインデリバリー企業のオカド(Ocado)も、過去4か月で売上高が32.5%増加し、市場シェアは昨年の1.3%から1.6%に達した。

独立系スーパーマーケットの売上高は、2020年5月17日までの12週間で63%増加し、この部門は2009年以来最大の2.5%の市場シェアに達した。菓子、シリアル、ベーキングミックスなどの多くの主要な食料品が独立系店舗で品揃えされて販売されており、これは米国製品にとっては良いニュースである。

家庭で子供たちと一緒に過ごす時間が増えるにつれ、家庭での菓子作りも増えている。これは、米国のドライフルーツやナッツ製品の輸入には特に適している。オンラインショッピングでワインやビールを購入することに慣れた消費者が増えており、スーパーマーケットや幅広い製品を持たない高級ワインショップの店舗に戻るのではなく、オンラインサイトとの関係を構築して、今後もこの購入方法の継続を選択する可能性がある。

市場構造

2019年9月の英国の食料品市場は2323億米ドル(1936億ポンド)の価値があった。これは2018年に比べて1.7%の増加である。英国国家统计局のデータによると、平均的な英国世帯は毎年、食料品に3868米ドル(3224ポンド)、レストランやテイクアウトに1897米ドル(1581ポンド)を支出している。

その結果、2019年、英国世帯は家計の16%を食品とノンアルコール飲料に出費した。家計の他の2.9パーセントはアルコールに出費された。食料品は英国の総家計支出の11%を占め、住宅と交通に次ぐ第3位の支出分野となっている。英国人は平均一カ月に24回の食料品の買い物に行く。英国には8万7141店の食料品店がある。

4つのスーパーマーケットチェーンが英国の食品小売業を支配しており、市場の66%を占める。Tescoはシェア26.9%の市場首位であり、セインズベリーが15%、アスタが14.1%、モリソンが10.0%で続いている。他の英国のスーパーマーケットチェーンには、アルディ、コープ、ウェイトローズ、リドル、アイスランドがある。

英国は世界で最も先進的なプライベートブランド市場の一つであり、プライベートブランド開発の旗艦市場と見なされている。英国の主要スーパーマーケットチェーンがプライベートブランド市場を支配しており、店舗の商品の平均47%がプライベートブランドである。もともとプライベートブランド商品はブランド製品のコピーだったが、今日では革新的であり、プレミアムまたは高品質のブランドとして販売されている。これらは、英国の小売業者の品揃えを多様化し、新しい収益源を開発する機会を提供している。

英国のさまざまな食品小売業者のプロファイル

小売業者の名称と店舗タイプ	店舗数 (2019年)	市場シェア (2020年5月)
テスコ(スーパーマーケット、ハイパーマーケット、スーパーマーケット、エクスプレストア)	3961	26.9%
セインズベリー(スーパーマーケット、スーパーマーケットとコンビニ)	1428	15.0%
アスタ/ウォルマート(スーパーマーケット)	631	14.1%
モリソンズ(スーパーマーケット)	494	10.0%
アルディ(ディスカウントストア)	870	7.7%
コープ	4022	7.0%
リドル(ディスカウントストア)	760	5.9%
ウェイトローズ(高級スーパーマーケット)	338	5.0%
ホールフーズマーケット	本店 1、小型店 6	データなし
コストコホールセール(卸売り店-会員制)	28	データなし

出典:スーパーマーケットウェブサイトとカンターワールドパネル

ディスカウントストア:ディスカウントストアのアルディとリドルは引き続きこの市場のシェアを獲得している。2020年5月17日までの12週間で、ディスカウントストアの合計市場シェアは13.6%に達した。ディスカウントストアは今後2年間に多数の店舗を出店させる計画があり、止まる気配をみせていない。

インターネットまたはオンラインショッピング:ミンテルによると、2019年の英国のオンライン食料品市場の売り上げは152億米ドル(127億ポンド)と評価された。ただし、2020年には33%増加して、推定201億米ドル(168億ポンド)に達すると予測されている。これはCOVID-19による都市封鎖期間中のオンラインショッピング習慣の劇的な変化の結果である。

全英国人の半数が店内で過ごす時間を制限しようとした一方、さらに9%が食料品にクリック・アンド・コレクトを利用した。コロナウイルスはオンライン食料品に新しい顧客をもたらした。

これによる2024年までの強い成長予測により、市場を長期的に後押しする可能性がある。

食料品のオンラインショッピングは現在、すべての主要な英国のスーパーマーケットチェーンが提供している。これらのサプライヤー以外では、この市場は主にニッチな幅広い専門小売店で占められており、その多くは主要なスーパーマーケットで常に入手できるとは限らない製品を提供している。

クリック・アンド・コレクト:オンラインショッピングの人気の高まるにつれ、スーパーマーケットやその他の小売業者がクリック・アンド・コレクトを導入した。これは非常に人気があり、急速に成長している。クリック・アンド・コレクトは、オンラインショッピングのメリットと店舗ベースの小売の存在を維持するメリットを組み合わせたコンセプトである。これらのサービスを通じて、顧客は自宅から、最大級の店舗でも在庫がないことも多い膨大な商品カタログにアクセスし、オンラインで商品を購入し、簡単にアクセスで

きる店舗で商品を受け取ることができる。いくつかの欠点は、商品を受け取るために店舗での待ち時間が長くなりすぎることである。消費者の約 28%は、食料品の買い物にクリック・アンド・コレクトを定期的に利用している。

コンビニエンスストアまたは「C セクター」:英国のコンビニエンスストア市場は非常に細分化されており、多数の小売業者がいる。店舗運営者は、スーパーマーケットが運営するコンビニエンスストア、ガソリンスタンド、他のグループの食品コンビニエンスストア、独立系食料品店、および新聞販売店、青果店などの専門店のいくつかのタイプに分類できる。10 人に 9 人が定期的にコンビニエンスストアを訪れ、日常の食料品を購入している。

上記の小売店店舗に加えて、デパートのフードホールとデリカテッセンは、米国製品に参入の機会を提供する。ハーヴェイニコルズやセルフリッジなどのロンドンを拠点とするデパートは、バーミンガム、マンチェスター、リーズなど他の主要な英国の都市にも拡大している。米国製品を揃える他のデパートはフォートナムメイソンとハロッズである。米国製品のための主要なロンドンのデリカテッセンには、ケンジントンのパートリッジ、セントジョンズウッズのパンツァーがある。

競合

過去 10 年間で、英国の消費者の嗜好は「健康的」で便利なエスニック料理へと成長した。チルドのインスタント食品や食材などのクイックミールソリューション、およびシングルスナックの需要も高まっている。その結果、英国の国内食品製造業は洗練され、進歩した。英国の新製品開発チームは、各国料理とインスタント食品で革新的な製品を開発している。米国製品が英国で特に成功した場合、英国または EU に製造拠点が置かれる可能性がある。

EU は、米国の消費者向け食品の主要な競合相手である。EU の食品輸出業者は、輸送コストが比較的安く、配達時間が短い。EU の製品には輸入関税が課されておらず、大きな成分または表示の変更にも直面していない。これは英国がヨーロッパを離脱後、EU とどのような貿易協定が締結されるかによって影響を受けるだろう。製品は主にオランダ、フランス、アイルランド、デンマーク、ドイツ、イタリア、スペインから供給されている。果物と野菜は主に EU からのものである。

米国は英国にとって、EU 以外では最大のサプライヤーであり、英国のすべての食品・飲料の輸入の約 4 パーセントを占める。中国、ブラジル、南アフリカ、カナダは、EU 以外の他の上位サプライヤーである。

農産物に関する反米ロビー活動は何年にもわたって増えているが、これは米英貿易協定の協議によって激化した。米国の食品に対して毎日多くのメディア記事がある。過去にこれらの話題をメディアに提供したのは非政府組織だったが、最近では英国の貿易団体、英国のスーパーマーケット、英国の製品を保護したい農家らが多くの話題を提供している。

市場での売上げの可能性のある米国製品:加工製品(健康食品、主流食料品、スナック食品)、乾燥および加工果物(クランベリー、乾燥チェリー、プルーン、レーズン、ワイルドベリー)、ナッツ(アーモンド、ピーナッツ、ピーカン、ピスタチオ、クルミ)、海産物(タラ、ポラック、サケ、ホタテなどの魚製品)、新鮮な果物と野菜(リンゴ、グレープフルーツ、ナシ、サツマイモ、食用ブドウ)、肉(ホルモンフリーの牛肉と豚肉製品)、飲料(クラフトビール、スピリッツ、ワイン)、食品素材、木材ペレットおよび他の再生可能な燃料用廃棄物/残留物。

障壁に直面し販売されていない米国製品:欧

州委員会によって承認されていない食品添加物、成長促進剤で生産された赤身肉および肉

製品、ほとんどの家禽および卵、および EU で承認されていない遺伝子組み換え製品。

米国からの消費者向け食品の輸入動向

製品カテゴリ	2014～2019 年成長率 (%)	2019 年英国への米国からの輸出 (百万米ドル)
ワインとビール	+5.0	249.4
木の実(ナッツ)	+23.1	210.8
加工調理済み食品	-11.4	151.0
新鮮な野菜	+58.3	77.1
加工済みの果物と野菜	-49.6	48.7
スナック食品(ナッツを除く)	-15.8	48.7
チョコレートとココア製品	+56.6	41.0
調味料	+27.0	33.3
ジュースを除くノンアルコール飲料	0	22.6
朝食用シリアルとパンケーキミックス	+106.5	15.7
新鮮な果物	-67.7	15.5
卵と卵製品	+19.0	13.1
乳製品	-16.2	12.4
ペットフード(犬猫用のエサ)	+37.7	6.2
果物と野菜のジュース	-38.3	6.1
その他の消費者向け製品	+37.8	5.1
豚肉と豚肉製品	-32.0	3.4
牛肉と牛肉製品	-70.0	0.6
鶏肉	+100	0.4

出典: BICO レポート/米国情勢調査局貿易データ

昨年の GAIN レポート(*2)によると、乳製品の成長率(2014～2018 年)は+76.7%、英国への米国からの輸出(2018 年)は 26.5 百万米ドルだった。

参考資料:

- 1) <https://www.fas.usda.gov/data/united-kingdom-retail-foods-5> United Kingdom: Retail Foods, Global Agricultural Information Network, Foreign Agricultural Service, United States Department of

Agriculture. 2020. (2020 年 11 月 11 日参照)

- 2) <https://www.fas.usda.gov/data/united-kingdom-retail-foods-4> United Kingdom: Retail Foods, Global Agricultural Information Network, Foreign Agricultural

Service, United States Department of
Agriculture. (2020年11月11日参照)

(Jミルク 国際グループ 新 光一郎)