

EU 小売向けの調味料輸出の可能性

1. 調査の概要

- 日本と EU は経済連携協定（EPA）に大枠合意し、日本・EU 間で多数の品目の関税が撤廃されることを機に、EU への日本製品の輸出を拡大していく機運が高まっている。
- EU の現地系大手小売における日本製品の取扱い拡大の可能性を探るべく、品目横断で現地調査を実施中。
- ヒアリング済店舗は下記の通り。 ※元バイヤーを中心にインタビュー
 - 英：ラグジュアリ小売 A、ラグジュアリ小売 B、ラグジュアリ小売 C、ハイエンド小売 A、マス小売 A、マス小売 B、ディスカウント小売 A、その他小売 A
 - 仏：マス小売 C、マス小売 D、マス小売 E、マス小売 F

2. EU での調味料の販売状況

- EU（イギリス、フランス）では醤油及びテリヤキソースの 2 種が一般の食卓にも浸透しており、多くのマス向けスーパーで販売されている。
 - 醤油は常に一定数の消費者ニーズが存在する。（英ハイエンド小売 A）
 - 醤油、ワサビソース、寿司用のテリヤキソース、酢やつゆ（酢飯用）は一般的なフランス人にも人気が高い。（仏マス小売 D）
 - ◇ 一部、酢飯用の酢やつゆ等も販売されている。
 - 日本の調味料は以下のような「World Foods = 外国食品」棚で販売されていることが一般的。



- 醤油については減塩やたまり醤油、テリヤキソースについては薄いものから濃い味まで、様々なバリエーションが販売されている。



- フランスでは寿司の人气が非常に高く、寿司につける調味料として醤油・テリヤキソースの認知が広がっている。
 - 寿司・刺身を知らないフランス人はいない。(仏マス小売 D)
 - (イギリスでも)寿司に醤油以外のソースをつけるローカル寿司が一般的になりつつある。
 - 多くのスーパーには寿司コーナーがあり、そこで醤油・テリヤキソースを売っている。



- イギリスでは醤油・テリヤキソースが中華料理を調理する際によく使用される（特に焼きそばや餃子のソース）。テリヤキビーフ／チキンも非常に一般的な料理として知られている。
 - 醤油は焼きそば、寿司や餃子のソースとして使用されている。
- 醤油・テリヤキソース以外の調味料では、日本のカレーの人気の近年高まっている。
 - 日本のカレーは“Katsu curry” と呼ばれ、レストランを中心に広がっている。
 - 自宅で日本のカレーを食べるためのソース販売も普及し始めている。



3. 日本製調味料の販売状況

- 日本製調味料の販売は一部のラグジュアリ小売に限られている状況。
 - 日本製のゆずポン酢、キューピーマヨネーズ（英ラグジュアリ小売 B）のみの取扱いが見ら

れる。

- 醤油やテリヤキソース等すでにマスに浸透しつつある調味料は、**欧州における現地生産品を中心に調達が可能**であり、**日本製品を取り扱う必要性を感じていない**小売が多い。
 - 既に品揃えが豊富なため、日本製品に対して必要性を感じない。(仏マス小売 C)
 - 現在、オランダなどの主要メーカーから仕入れており、日本製品をわざわざ取り扱おうとは思わない。(仏マス小売 D)
 - 以下は 2 店舗における醤油・テリヤキソースの産地情報。日系大手メーカーのオランダでの製造品が多い。

Product name	Unit of weight/ Volume	Price (GBP)	Retailer Name	Manufacturer name	Country of Manufacture
Less Salt Soy Sauce	150ml	£2.50	Sainsburys	Kikkoman	Netherlands
Teryaki Marinade & Sauce	250ml	£2.80	Sainsburys	Kikkoman	Netherlands
Teiryaki Sauce with Roasted Garlic	250ml	£2.80	Sainsburys	Kikkoman	Netherlands
Sweet Soy Sauce	150ml	£3.50	Waitrose	Sushi Daily	Netherlands
Classic Soy Sauce	150ml	£3.50	Waitrose	Sushi Daily	Netherlands
Soy Sauce	150ml	£2.49	Waitrose	Kikkoman	Netherlands
All Purpose Soy Sauce	250ml	£2.75	Waitrose	Kikkoman	Netherlands
Organic Teriyaki Sauce	150ml	£2.49	Waitrose	Clearspring	UK
Teriyaki Sauce and Marinade	150ml	£3.50	Waitrose	Sushi Daily	Netherlands
Sushisu	250ml	£3.90	Waitrose	Sushi Daily	Netherlands

4. 事業者ニーズ・日本製調味料の取扱い可能性

- ラグジュアリー小売は、品ぞろえにおける独自性や希少性を重視しており、**他店に置かれていない調味料に対して非常にウェルカム**な姿勢を示している。加えて、商品に“本場感”を求めており、日本製調味料の取扱い意向は大きい。
 - “**ゆずポン酢や日本製マヨネーズ**は他店に置いていないものなので置くようにした”。(英ラグジュアリー小売 B、元バイヤー)
 - その際に重要となるのは顧客及び販売員に対してきちんと商品の食べ方や使い方を教育するサポート力。
- マス向け小売は、トレンドを追う立場であり、**顧客認知の高い商品を好む傾向が強い**。その為、消費者になじみの薄い醤油やテリヤキソース以外の調味料の取扱いには消極的。

- TESCO は自社ブランドの醤油・テリヤキソースを取り扱っている。



- ただし、ごまやゆずドレッシング等の新たな調味料を試してみたいとの意向を持つマス小売のバイヤーも存在する。これらの「まだ知られていない調味料」の顧客認知をマス層まで広げることが求められている。
 - 新たなメニューをより手ごろに作りたいと感じている消費者が多く、調味料についても新たな種類が求められている。(英マス小売 A)
 - ごまやゆずといった日本の調味料を今後増やしていきたい。(英マス小売 A)
 - 毎日の食卓で手軽に異なる味付けを味わうための調味料については取り扱ってほしい。(英マス小売 B)