

寡占化進む食品小売業 (英国)

ロンドン・センター

英国の食品小売業界は、大手食品スーパー上位5社で同国の食料・飲料市場の過半、上位10社で市場の60%以上を占めている。これらは、高い市場占有率を背景に高い利益率をあげており、最大手のTesco社は豊富な資金を背景に、中・東欧やアジアなどへ積極的に進出を図っている。

1. 食品小売が半分を占める英国小売業

英国小売業の売上高は、全体で1,932億ポンド（約34兆円、1ポンド＝約177円）となっており、これは日本（約150兆円）の約4分の1の規模にあたる。

また、小売業の売上高の約半分は食品小売業が占めており、日本と比べ、食品小売業の占める割合が高い（日本の食品小売額は46兆円で、小売業全体の約3分の1（表1））。

食品小売業のうち、食品専門店（八百屋、魚屋など）は、店舗数で全小売業の23%を占めているにもかかわらず、売上高では7.5%

表1 英国小売業の概要（96年）

	企業数		店舗数		売上高	
		(%)		(%)	(100万ポンド)	(%)
食品小売業	80,478	38.9	111,690	34.8	86,534	44.8
衣料	15,274	7.4	33,133	10.3	24,398	12.6
家電・ラジオ・TV	7,447	3.6	13,245	4.1	8,280	4.3
薬剤・美容	7,321	3.5	13,789	4.3	7,375	3.8
家具・雑貨	9,941	4.8	14,616	4.6	6,764	3.5
本・文房具	9,590	4.6	16,650	5.2	4,542	2.4
非専門店（食品以外）	15,402	7.4	21,953	6.8	17,687	9.2
中古品店	5,146	2.5	7,014	0.2	1,511	0.8
修理業	2,005	1.0	2,649	0.8	438	0.2
全小売業	206,964	100.0	320,624	100.0	193,236	100.0

出所：Retailing, Office for National Statistics

にとどまるなど、零細化が進んでいる。

他方、食品非専門店（食品スーパーマーケット）は、全小売業の売上高の4分の1を占めており、英国小売業の中で大きな地位を占めている（表2）。

2. 寡占化が進む英国食品小売業

(1) 品目および業態別売上高の推移

英国の食品専門店の脆弱化は近年急速に進んでおり、91年から97年の間、各専門店の売上高は、魚介類専門店が4割、肉製品専門店が3割、果実・野菜店が1割の減少となった。

他方、食品非専門店（スーパーマーケッ

ト）の売上高は着実に上昇しており、91年から97年の間で50%以上の伸びとなっている（表3）。

(2) 大手食品スーパーの市場占有率

食品非専門店について、英国では、大手食品スーパーマーケット・チェーンのシェアが急速に拡大してきており、現在では、上位5社で英国の食料・飲料市場の過半、上位10社で市場の60%以上を占めるに至っている。

日本では、スーパーマーケット大手5社の食料・飲料市場における占拠率は7%程度と言われている。このことから英国における

表2 英国食品小売業の概要（96年）

	企業数		店舗数		売上高	
		(%)		(%)	(100万ポンド)	(%)
食品小売業	80,478	38.9	111,690	34.8	86,534	44.8
食品専門店	58,321	(28.2)	74,134	(23.1)	14,566	(7.5)
果実・野菜	6,841		8,979		1,279	
肉製品	10,662		12,459		2,464	
魚介類	1,997		2,551		245	
パン・菓子類等	4,931		9,506		1,463	
アルコール飲料等	6,313		11,172		3,773	
タバコ製品	17,127		18,537		3,940	
その他	10,450		10,931		1,400	
食品非専門店	22,157	(10.7)	37,556	(11.7)	71,968	(37.2)
全小売業	206,964	100.0	320,624	100.0	193,236	100.0

出所：Retailing, Office for National Statistics

表3 販売主要品目別にみた業態別売上高の推移（英国）

（単位：10億ポンド）

	91年	92年	93年	94年	95年	96年	97年	97年の対 91年伸び率
専門店								(%)
果実・野菜	1.48	1.39	1.31	1.26	1.28	1.28	1.31	11.5
肉製品	3.24	3.07	2.92	2.69	2.52	2.44	2.31	28.7
魚介類	0.39	0.34	0.33	0.29	0.27	0.25	0.24	38.5
パン・菓子類等	1.71	1.78	1.83	1.83	1.80	1.80	1.85	8.2
アルコール飲料等	2.89	3.05	3.05	3.08	3.21	3.24	3.34	15.6
タバコ製品	4.02	4.26	4.30	4.18	3.94	3.94	4.06	1.0
その他	1.40	1.36	1.43	1.36	1.30	1.26	1.30	7.1
非専門店（食品）	45.45	49.09	52.72	56.36	60.60	64.84	68.48	50.7
総計	60.08	64.20	67.50	70.72	74.91	78.88	82.93	38.0
（参考）全小売業	140.18	145.51	153.35	160.51	166.68	175.68	186.68	33.2

出所：Business Monitor SD M28, Office for National Statistics

表4 英国大手食品スーパーの食料・飲料市場におけるシェアの推移(%)

社名	国内グロサリー市場占拠率							
	90年	94年	95年	96年	97年	98年	99年	2000年度
テスコ	9.7	11.4	13.4	14.2	14.8	15.2	15.6	15.8
セインズベリー	11.0	12.3	12.2	12.2	12.4	12.2	11.8	11.7
アスタ	6.8	6.7	7.2	7.8	8.3	8.4	9.1	9.3
セーフウェイ	7.1	7.6	7.3	7.6	7.6	7.6	7.4	7.5
ソマーフィールド	5.0	4.4	4.2	4.0	3.8	6.9	6.2	5.7
クイックセーブ	2.7	4.0	4.2	4.1	3.5	-	-	-
マークス&スペンサー	3.4	3.1	3.0	3.1	3.0	2.9	2.9	2.9
モリソンズ	1.4	2.2	2.4	2.5	2.5	2.6	3.0	3.1
ウェイトローズ	1.7	1.6	1.7	1.8	1.8	1.8	1.9	2.0
アイランド	1.2	1.7	1.7	1.7	1.6	1.7	1.9	2.0
上位10社合計	50.0	54.9	57.3	58.9	59.5	59.4	59.8	60.0
コープ	8.2	6.6	6.5	6.1	5.7	5.5	5.5	-
市場規模(10億ポンド)	59.9	76.0	80.4	85.0	88.9	93.3	96.6	97.9

(注) 2000年は99年7月～2000年6月までの合計。その他は1月～12月。市場規模には、税金、食品売上が50%以上の小売、30%以上のコンビニなどが含まれ、マークス&スペンサーの被服などが除かれる。

出所: Institute of Grocery Distribution

表5 英国主要大手スーパーの最近の経営状況

(単位: 100万ポンド)

社名	98/99年		99/2000年		2000/2001年度	
	売上額	税前利益	売上額	税前利益	売上額	税前利益
テスコ	18,546	881	20,358	955	22,773	1,070
セインズベリー	16,378	755	17,414	580	18,441	549
アスタ	8,198	423	-	-	-	-
セーフウェイ	7,926	334	8,328	236	8,937	315
ソマーフィールド	5,898	218	5,466	71	(17%)	(136%)
マークス&スペンサー	8,224	546	8,196	418	8,076	146

(注) 決算時期は、テスコは2月末、セインズベリーは3月末、アスタは4月末、セーフウェイは3月末、ソマーフィールド4月末、マークス&スペンサーは3月末。

出所: 各社のAnnual report

大手スーパーチェーンの寡占率の高さがうかがえる(表4)。

3. 高収益を上げる大手スーパーマーケット・チェーン

(1) 大手スーパーの経営状況

英国の大手スーパーマーケットは、高い市場占拠率を背景に大きな利益を上げてきた。

最近では、価格競争の激化により、一部のスーパーで利益率の低下が見られるものの、業界最大手のスーパーであるテスコ社は昨年度11億ポンド(約2000億円弱)の利益を上げるなど、日本の大手スーパーに比べると高い利益率を誇っている。テスコ社では、これら

の豊富な資金を背景に積極的な海外進出を図っており、日本への進出も検討中であるとされている(表5、6)。

表6 テスコ社の国内および海外店舗数(2000年2月時点)

国	店
英国内	659
アイルランド	75
フランス	1
ハンガリー	39
ポーランド	34
チェコ	10
スロバキア	8
韓国	2
タイ	17
合計	845

その他 マレーシア、中国、日本について進出を検討中
出所: テスコ社ホームページ(www.tesco.com)

表7 英国の代表的な大手食品スーパー

各大手スーパー	概 略
Tesco Tesco	1932年創設。英国最大手の食品スーパー。ロイヤリティカード、Tesco銀行、24時間営業、オンラインショッピング等の新機軸で近年も業績は好調。M & Aにより英国内のみならず、最近ではアイルランド、中・東欧、タイ、韓国にも進出。日本への参入も検討中。
Sainsbury Sainsbury	1869年創設。95年にTescoに売上高で抜かれるまでは英国最大手。スーパー以外にもDIY部門（ホームベース）に300店舗を有する。銀行業務に最も早く取り組むなど多角化に努めてきたが、近年、Tesco、Asdaの低価格路線の影響でシェア、収益ともに伸び悩む。
Asda Asda	1965年創設。TescoやSainsburyと比べれば後発のディスカウンターとして成長。99年秋、米国ウォールマート社に買収されて以来、低価格路線に拍車がかかり、同業他社の脅威とされている。現在も業績は好調。
Safeway Safeway	1962年に米国系の同社が英国に進出。1987年英国内の他社を買収しシェアを一挙に向上。米国式の販売手法を英国に導入したパイオニアとされているが、近年、シェア・収益ともに伸び悩む。
M & S M & S	1884年創設。衣料店として発展し、戦後食品分野へも進出。衣料と食品を同規模で販売。レディーミールの開発・販売を最も早く開始し、食品市場に大きな影響を与えたものの、近年、衣料部門の不振により収益が大きく低下しており、その建て直しが急務。
Waitrose Waitrose	百貨店ジョンルイスの子会社。他のスーパーに比べ市場シェア、店舗数が小さいが、高所得者層からは支持。

表8 英国大手食品スーパーの規模別店舗数

社 名	スーパーマーケット (280~2,333㎡)	スーパーストア (2,333㎡以上)	合 計 +	大規模比率 (+)
Tesco	333	289	622	46%
Sainsbury	129	281	410	69%
Asda	17	222	239	93%
Safeway	310	181	491	37%
Somerfield	1256	27	1283	2%
M & S	291	0	291	0%
Morrisons	10	89	99	90%
Waitrose	111	7	118	6%
Aldi	763	0	763	0%

(注) マークス&スペンサーについては食品売り場のみ。
出所：Institute of Grocery Distribution

(2) 高収益の要因

英国の大手スーパーマーケットが高い収益を上げている要因としては、第一に市場寡占による食料・飲料価格の高止まりが指摘されている。ただし、英国公正取引局が99年に行った調査によれば、英国内の食料・飲料が他のEU諸国よりも2割程度高いのは、土地、店舗開設コストの差異などによるものとされ、市場寡占によって大手スーパーチェーンが不法に利益を得ているという指摘は当たらないとしている。

ないとしている。

このほか、大手スーパーの利益率が高い要因としては、利益率が高いスーパーの独自ブランド（プライベート・ブランド）が商品の4割以上にのぼっていること、大手スーパーのほとんどが、卸を通さない食品メーカーとの直接取引により流通マージンを節減していることなどが挙げられている（表9、10）。

（松尾 浩則）

表9 英国主要大手スーパーにおけるプライベート・ブランド比率の推移

(%)

スーパー名	96年	97年	98年
テスコ	45.4	44.9	43.3
セインズベリー	52.1	49.6	46.7
アスダ	42.5	46.0	46.0
セーフウェイ	41.1	41.6	40.3
アイランド	50.1	47.5	46.2

(注) マークス&スパンサーは100%

出所: Taylor Nelson AGB Retailer Share Track

表10 英国食料・飲料市場の卸売・小売規模

(単位: 10億ポンド、%)

	90年	92年	94年	96年	98年	99年
食品卸	10.7	11.8	13.6	14.5	14.8	15.1
デリバリー	2.8	3.1	4.4	4.9	5.5	5.8
C & C	7.9	8.6	9.2	9.6	9.3	9.3
食品小売	59.9	69.2	76.0	85.0	93.3	96.0
/	18%	17%	18%	17%	16%	16%

出所: IGD