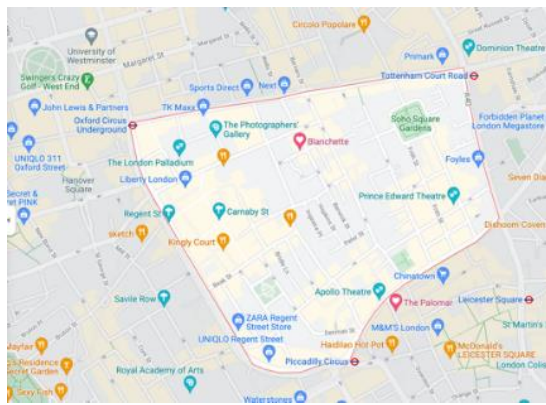


## 酒類輸出コーディネーター(英国)酒類市場レポート 【英国・ロンドン市内 ソーホーエリア、コベントガーデン】

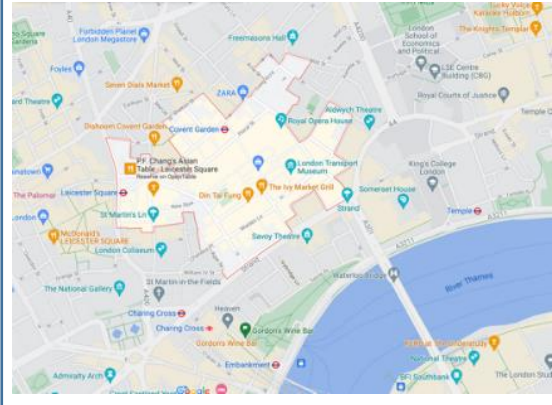
### 1. 調査地域について



ソーホーエリア



コベントガーデン エリア



ソーホーエリア、コベントガーデンエリアは、ロンドン中心地に位置し、中華街に隣接している。同エリア内は劇場、バー、レストランなどが集合しており、劇場に訪れたお年寄りから家族連れ、若者や観光客にも愛されている。遅くまで営業しているレストランも多く、メンバーズクラブや人気の飲食店も多々ある。昼夜問わず人流が多く、待ち合わせ場所などにもよく利用されている。この地域に居住する者もいるが、建物は古いものが多く、他の住宅地と比べると家賃が高い。

#### どのようなタイプの飲食店が多いか

レストラン、バー、カジュアルで安価な店舗から、価格帯の高いレストランやブティックホテルなど。飲食店以外にはデザイナーズショップ、服屋、靴屋、雑貨屋、化粧品ブランドなどがある。

### **日本産酒類を取り扱っている店舗数、割合**

日本酒の取り合いは 30%ほど。ウイスキーやジン、ウォッカなどはどこでも取り扱っている店舗が多く、ほとんどの店舗で見受けられることができる。

ソーホーエリアは、週末は歩行者天国となり、各レストランが歩道にテーブルやスツールを出して食事や飲み物を提供している。特に天気の良い日には、短い夏を少しでも楽しみたい人で通りは溢れ、遅くまで賑わう。新型コロナウイルス感染症拡大以前は、このような光景は見られなかった。店内飲食が制限されてしまった結果、このようなスタイルが合法となり、通りに面するレストランにとっては、この対策により経営は助けられたといえる。

ソーホーのエリア周辺には人気レストランや子供向けの劇場、観光地にも近いため、終日賑わいを見せている。

コベントガーデンのエリアは、マーケットの立ち並ぶ建物を中心として、その周りにレストランなどが立ち並んでいる。週末には特に家族連れやカップルなどでも溢れ、手品や音楽のショーが一日中このエリアで行われている。

欧米ではお馴染み、婚前の独身最後の夜を友人と謳歌するパーティー（男性はスタッグナイト、女性はヘンナイト）がこの地域でも多く見受けられる。そうしたパーティー客を対象にしている飲食店などもある。劇場が多い地域なため、19 時前後から始まるショーを観に行く客層をターゲットにした、「プレシアター」という食事プランを提供するレストランも多く見受けられる。プレシアターは基本的に 17 時頃から入店でき、簡単に、美味しく食べられるセットメニューなどを提供しており、劇やショーが始まる前には完全に退店することができるようスタッフの方々も大変協力的である。有料ではあるが家族連れに人気の交通博物館もこのエリアにある。

## **2. 店舗へのヒアリング**

同エリアに展開する飲食店舗に訪問を行い、日本産酒類に関するインタビューを実施。

※酒類輸出コーディネーターが訪問先を選定、インタビューを実施。

### **【ソーホーエリア】**

#### **①こや (<https://www.koya.co.uk>)**

手作りのうどんにこだわり、日本から輸入している小麦粉と水で作った手打ちうどんを提供。お昼や夕食時には長蛇の列ができるほどの人気店。安定した味・美味しさで、日本人に限らず、さまざまな国籍の顧客に愛されている。日本酒を提供、取扱い実績あり。

#### **②アマザズドリンク(<https://www.amathusdrinks.com>)**

1978 年設立。イギリスでワイン、スピリッツ、ビールなどを輸入、販売、卸などを手がける。現在、英国内にロンドン郊外も含めて 8 件店舗を構える。店頭に来る顧客の傾向は、自宅での飲用、贈答品が大半で、購入する商品を既に決めている顧客が多い。日本産酒類を購入目的で来店する人が多い。

#### **③Drams to Door (<https://dramstodoor.co.uk>)**

老舗のラム酒、ウイスキーショップ兼バー。1964 年にラム酒のスペシャルショップとして設立。現在はラムやウイスキーの他、ジン、ウォッカなども少し扱っている。シガーも揃え、かなり落ち着いた様子の店内には、常連の客や、フラッと立ち寄った観光客などで賑わう。

日本産酒類では、ウイスキー（宮城峡、よいち、響ハーモニー）を取扱う。ウォッカはサントリーの HAKU。

将来的に、もっと日本産酒類を扱いたいかという問いに、商品を増やすことは考えていないが、今扱っているウイスキーなどは、もっと生産量を増やしてほしいと要望あり。

#### **④The Vintage House (<https://www.vintagehouse.london>)**

老舗のワイン、リカーショップ。店内は古さを感じさせるが、商品の品揃えは豊富。日本産ウイスキーを販売。ウイスキーの値段が年々値上がりしており、お客様に納得できる価格で販売することが難しく

なっていると店員の話。貴重な商品で、生産量も少なく、日本産ということもあり、人気であることは理解できるが、この価格の跳ね上がりは異常。もっと、幅広く販売して欲しいとストアマネージャーの話。

### 【コベントガーデンエリア】

#### ①SUSHISAMBA (<https://www.sushisamba.com>)

若者や、パーティー、カップルに大人気のスシサンバコベントガーデン店。リバプールストリート店に次ぐ2店舗目。巻き寿司にクリームチーズ、キャビアやタコスなど、オリジナルで独創的なスタイルの料理ですが、行き届いたサービスと、安定した料理のクオリティーが人気の一つ。デートスポットやSNSの写真撮影にも人気。日本酒や焼酎も取り扱う。

#### ②inamo-restaurant (<https://www.inamo-restaurant.com>)

カジュアルな寿司・ジャパニーズレストラン、イナモ。ユニークなテーブルライトが特徴で、小さなマウスを使ってライトの変更、ゲームなどが可能で、カップルや家族連れに人気です。イナモは、一般向けに日本酒の基礎セミナーなども定期的に行っている。

#### ③MOTO (<https://motoldn.com>)

英国で初の日本酒専門バー。2年前に開業。観光客や買い物客で賑わうコベントガーデンのマーケットの近くに立地。近辺には、パブ、レストラン、バーなどが多く立ち並び、平日、週末、日中夜賑わう地域。徒歩5分圏内には大きな駅があり、乗り換え客が多い。オーナーでもあり、商品輸入の責任者でもあるブランドンは、店内で扱っている商品を全て輸入、補完、販売を行う。納得いく商品のみを厳選し現在の日本酒メニューを作成。彼自身は台湾出身だが、両親が経営する貿易会社が昔から日本食材と台湾食材の輸出入を手がけ、その影響もあり日本酒に興味を持つ。客層は、近辺に勤める、もしくは在住するローカル。観光客と常連の割合は5:5。競合相手は、日本酒を店頭で扱う店舗。多忙期には、1日100~120名が来店。通常でも、50~60名のお客様が来店する。タパス(小皿料理)の様な簡単な食事も提供している。店構えは、気軽に入れる明るい雰囲気。ユニークな日本酒カクテルが大変人気で、地方はもちろん、海外からもこのカクテルを目当てに来店される方も多い。特に、若いアジア人などは、SNSに投稿する目的の来店が目立つが、それでも日本酒を飲んでくれるきっかけになれば嬉しいとオーナーは話す。

### 3 客の年齢・ターゲット層の考察

どこの店舗でも、幅広い客層をターゲットとしていたが、日本産酒類ということもあり、その付加価値を理解いただけるのは30代以上ではないかという声が店舗から多くあった。また、日本産酒類に興味を持っている層も同様の話が聞けた。

コベントガーデンやソーホーエリアは、美食家が集まるレストランも多く、その反対にパーティーで集まる客層も多い。よって、消費動向はこの二つのグループによって大きく異なるが、傾向として日本食店で飲む日本酒は、日本食を食べているから日本酒を飲む、魚を食べているから白ワイン、肉を食べるから赤ワインの様な絶対条件(固定概念)に囚われている(もしくはその料理にしか合わないという見解)ように実感した。英国人に日本酒がピザにも合うとかインド料理、生牡蠣、キャビア、チーズにも合うという、ほとんどの方に驚かれる。ぜひ試してみたいという声が多く、早急に「日本産酒=日本食」の枠を越えなければならぬと強く実感。

### 4. 考察

この地域のレストランは、カジュアルで、安くおいしく食べたいという客層が多い様に見受けられる。値段は決して安価ではなくても、手頃さ、素早さ、かしまらない飲食店のスタイルなどは、誰でも簡単にリラックスした気分で食事ができ、食後はバーで飲み直しという方も多い様に感じる。平日の16~17時頃でも既に各店舗は賑わっていて、昼からの顧客なのか、夜(またはプレシァター)の顧客なのかは不明だが、コロナ禍のご時世でもここまで賑わっているのかと、少々驚いたが、この客入りはコロナ禍以前とは比較できない、まだまだ戻ってはいないという事業者の声が多かった。

調査を通じて、日本産酒類が広がっている、現地に受け入れられていることなどが実感できた。数年前に比べると、英国人にサケと言っても驚かれない、不思議に思われないことが多くなってきた様に感じる。しかし、まだまだ日本産酒類の理解を深めてもらうためには教育とそれをサポートする投資が絶対的に必要だと感じた。また、常時日本酒イベントなどに参加される方々以外、日本酒に触れていないソムリエ、バーテンダー、レストランオーナーなどにイベントに積極的に参加いただける様な働きかけをしていく。

以上

本レポートに記載の内容・意見は、全て執筆者(酒類輸出コーディネーター)の個人的見解であり、国税庁の公式見解等を示すものではありません。