

城取博幸の

シンガポールのスーパーマーケット見聞録

2010年 5月

城取フードサービス研究所

シンガポールの面積は、699 km²で日本の琵琶湖とほぼ同じ大きさです。

人口は484万人（2008年調査）、永住者は364万人である。

人種別割合は、中国系約56.3% マレー系10.2% インド系6.7%
その他2.1%で、日本人は2万5千人在住している。

それだけに、チャイナタウン、リトルインディア、アラブストリートなどの居住地域が今でも残っている。

イギリスの植民地であったが、第二次世界大戦の勃発により、約3年半日本の軍政が施行された。65年マレー連邦から分離独立。「シンガポールの奇跡」と呼ばれるほどの経済発展を遂げている。イギリスの文化が色濃く残っている。

シンガポールの食品小売業

シンガポールの食品小売業は、政府系資本の、NTUC (National Union Trade Congress)、香港系資本のD. F. (Dairy Farm)、個人資本のSheng Siong、フランス資本のカルフル、日系資本の伊勢丹シンガポール 高島屋シンガポール 明治屋シンガポールが主な企業である。

シンガポールの大手スーパーマーケット

企業名	店舗名	店舗数	資本	ターゲット
NTUC	FairPrice FairPrice Finest FairPrice X tra Cheers	223店	政府系	ローカル (hi-end)
D. F.	ColdStorage MarketPlace Giant	151店	香港系	ローカル (hi-end)
Sheng Siong	Sheng Siong	23店	個人	ローカル

カルフル	カルフル	2店	フランス系	ローカル
伊勢丹	伊勢丹	4店	日系	ローカル (hi) 日本人
明治屋	明治屋	1店	日系	日本人

F a i r P r i c e

1983年設立、組合員45万人を有するシンガポール最大の生活協同組合。組合員はなんと、シンガポール人の10人に1人(世帯数では3件~4件に1件)が加入している巨大生活協同組合。

国内マーケットシェア58% (2003年) 2006年の調査では、売上高 1,000億円 営業利益率約6% (推定) 従業員数 5,000名 店舗数223店であった。



F a i r P r i c e の事業形態

- ・ F a i r P r i c e X t r a ハイパーマーケット
- ・ F a i r P r i c e 主力スーパーマーケット
- ・ F a i r P r i c e F i n e s t 高級スーパーマーケット
- ・ F a i r P r i c e X p r e s s ガソリンスタンド併設のコンビニ
- ・ F a i r P r i c e O n l i n e ネットスーパーマーケット

最近では、ハイパーマーケットの F a i r P r i c e X t r a は中国にも進出している。

F a i r P r i c e X t r a A n g M o K i o 店は、2006年に開店。売場面積7,150㎡(2,166坪)で、ハイパーマーケット最大規模の売場面積を持つ旗艦店舗。

F a i r P r i c e F i n e s t は、T h o m s o n P l a z a と B t T i m a h P l a z a で営業する裕福層を狙った高級スーパーマーケット業態である。

D a i r y F a r m

D a i r y F a r mは、1886年に香港で創立された、J a r d i n e M a t h e s o n G r o u pの傘下の小売業。

D. F. は、中国、台湾、香港、マカオ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ブルネイ、インドにおいて総合スーパー、食品スーパー、コンビニ、ドラッグストア、ホームセンター、飲食業を展開する企業。

2008年の調査では、売上高約7,700億円 営業利益6% 店舗数約4,400店 従業員数約73,000人とアジアを代表する企業である。



シンガポールで展開しているブランドは

- ・M a r k e t P l a c e 高級スーパーマーケット
- ・C o l d S t o r a g e 主力スーパーマーケット
- ・S h o p & S a v e デスカウントスーパー
- ・G i a n t ハイパーマーケット

C. S. は「F i r s t C h o i c e」と「N o F r i l l s」の2つのPB商品を、40種類、1,600品目を持っている。

M a r k e t P l a c e P a r a g o n店は、08年にシンガポール小売業界最優秀コンセプト賞を受賞している。

G i a n tは、マレーシア発祥のスーパーであったが D. F. の傘下になりシンガポールでは現在7店舗のハイパーマーケットを営業している。

S h e n g S i o n g

個人資本で シンガポールのローカルを中心に 23店舗を展開している。

レイアウト、品揃えに特徴があり、特に魚の泳ぐ水槽は圧巻だ。

中国系の品揃えであるが、鮮度の良さと低価格から、マレー系、インド系の客も多い。

市内には店舗はなく、郊外を中心に开店している。

フェアプライス エクストラ アンモキオ店
地下鉄 南北線のAngMoKio駅前



外観



店舗入口



青果 果物売場



精肉売場



丸魚対面売場



ドライ食品中通路



3mもあるゴンドラ



膝をついての陳列



マストバイエンド



寿司売場



刺身盛り合せ



缶をつぶす機械

さすがに完成度の高い パワーセンター

2006年にオープンした、売場面積7,150㎡(2,166坪)の最大規模のハイパーマーケット。衣料や非食品も売場を含むが、生鮮三品、惣菜、寿司が強く、パワーセンターの特徴のドライマーケット感は少ない。コインデポジットの大型カートはあるが、入口のガードマン、万引き防止センサー、コインロッカーといったお決まりのスタイルではない。食品のゴンドラは高く、階段付きの陳列カートで最上段に段ボールで在庫を保管。売場はキッチンと整理されている。祭日のせいか客数も非常に多い。

マーケットプレイス パラゴン店

地下鉄 南北線 サマセット下車 高島屋前



パラゴンS・C



高島屋 義安城



店入り口



デリカテッセン対面



平ケース チーズ



野菜の陳列ケース



ブランド牛肉



チルドの日本商品



ドライ食品売場



ロングライフ 豆乳



購入商品



カヤジャム

オーチャード通り 高島屋の前の高級スーパーマーケット

オーチャード通りは 日本でいえば銀座通りだ。高島屋には高級ブランドのテナントが数多く出店している。その前のパラゴンショッピングセンターの中に08年シンガポール小売業最優秀コンセプト賞を受賞したマーケットプライスがある。売場は高級感があふれ、日本の商品はドライ商品、チルド食品、冷凍食品とすべて揃う。入口から高級デリカテッセンの対面売場、精肉の対面、鮮魚の対面と続く。鮮魚売場は切り身魚、珍味、刺身、寿司が品揃えされ、殆ど日本のデパートと変わらない。店員も日本語で対応している。

コールドストレージ センターポイント店

地下鉄 南北線 サマセット駅前 センターポイント内



店の入口



デリカテッセン対面



精肉売場



果物売場



料理レシピ



デイリー売場



氷の蓋付ストッカー



中華ちまきテナント



中華ちまき



買物



漢方ゼリー



Honest 飲料

アッパーを狙った コールドストレージ

ミドルをターゲットにしたコールドストレージであるが、土地柄から少しアッパーを狙った品揃えが目立つ。入口の壁面はデリカテッセンから始まる。コンコースの中央に料理レシピだけを集めた棚があり、レシピにある素材は全て揃うという自信が表れている。チルド売場には、黒五ゼリー（黒米、黒大豆、黒ごま、黒松の実、カシス）を思わせるゼリーが大量に陳列されている。オーストラリアから輸入された、Honest 飲料も品揃えされている。シンガポールには、中華ちまきを売るテナントも多い。

フェアプライス ファイネスト サマセット店

地下鉄 南北線 サマセット駅近く



店の入口



野菜売場



野菜売場



鮮魚対面



生きたカニ



段差がある Gondola



精肉売場



精肉対面 真空パック肉



ワイン売場 別部屋

生鮮コンビニをイメージさせる店

高級化を狙うフェアプライスの新店。フェアプライス ファイネスト サマセット店は、入口がオーチャード通り側とその反対の2か所にある。スーパーマーケットというよりは、むしろ日本の生鮮コンビニの大型店のイメージが強い。

野菜、果物は籐かごで陳列、鮮魚は対面で氷をはったケースで魚を販売しているが、売場スペース、品揃え、陳列量においては少し迫力に欠ける感がある。反対側に入口は、デリカテッセン売場、精肉の対面はブロック肉は真空パックされた商品を販売している。

驚くのは、ワイン用のストックルームがあることだ。ガラス張りで温度と湿度を管理してワインを販売している。

デリカもあるが、一等地であるだけでももう少し品揃えが充実していればと思う。新店だけに、今後を見守りたい。

Giant ハイパーマーケット VIVO店

地下鉄 北東線 ハーバー・フロント駅 S. C VIVO内



店の入口



高い天井



きれいなタテ割陳列



精肉の対面



鮮魚の対面



ヘッドフィッシュカレー用



もやしの量り売り



関連販売 フック



日本スタイル商品



特売チラシ



購入商品



薬膳スープ材料



料理の素 粉末



料理の素 液体



ココナツジャム 他

商品管理能力が高いハイパーマーケット

高いゴンドラだが、在庫品まで縦割り陳列されている。食品、雑貨の棚には、関連販売商品が必ずフック陳列されているのがみごと。野菜はバラ販売、量り売りが多く買いやすい。生鮮三品も強い。ぜひ見る価値あり。

シェングシオン ペドック店

地下鉄 東西線 ペドック駅前



入口は2ヶ所



冷凍食品売場



果物バラ売り



葉物野菜バラ売り



鮮魚対面売場



水槽と丸物魚



皮むき食用カエル



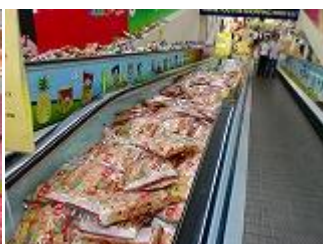
生きたカエル



上海蟹



肉のバラ販売



エスカレータースペースの菓子



メーカーの販促

魚売場はまるで水族館

ガイドブックには載っていないローカルの穴場スーパーマーケット

何とんでもドギモを抜かれるのは、100個以上の水槽を配置した鮮魚売場。壁面に水槽、通路を挟んで氷を張った平ケースで丸物魚を対面販売する。

「魚を買いたければ、死んだ魚より生きた魚の方がいい」という消費者心理をついた売場だ。2階はインスタアベーカーリーとドライ食品売場。2階に向かうエスカレーターの空きスペースには菓子の袋がぎっしりと並ぶ。

中国人向けの店だがマレー、インド系の客も多い。ぜひ訪れてみてください。

カルフルー テックシティーモール店

地下鉄 東西線 シティホール駅下車 徒歩 8 分



店の入口



青果売場



チルド売場



ヤクルトのエンド



世界のワインフェア



チラシ広告



買物



ドライのRTC商品



前日のパンの値引き



ドラゴンF スターF



RTCチキンライス



RTCチキンカレー

ドライ型 スーパーマーケット

スーパーマーケットを、「ドライ型スーパーマーケット」と「ウェット型スーパーマーケット」とに分類すれば、この店は、どちらかといえばドライ型である。日本であれば官庁街に出店するこの店は、生鮮三品はこじんまりとしてさほど広くないが、特にドライ食品、チルド食品、冷凍食品、非食品は充実している。ショッピングセンターの吹き抜けを利用して、「世界のワインフェア」を開催中であつた。

チャイナタウン ウェットマーケット

地下鉄 北東線 チャイナタウン下車 チャイナコンプレックス内



市場入口



目の前のお寺



チャイナタウン一角



魚の対面売場



魚種は多い



生きたすっぽん



青果の対面売場



青果の対面売場



豆腐店



生きているカエル



黒い丸鶏



肉の量り売り

中華街のウェットマーケット 市場

シンガポールには、チャイナタウン、リトルインディア、アラブストリートなど民族によって居住地域が分かれている。そこには、その民族に合わせた食材を販売するウェットマーケット（生鮮市場）がある。

チャイナタウンのウェットマーケットは、チャイナコンプレックスの地下にあるが、売場スペースはさほど広くない。しかし、中華料理に使われる食材は全て揃う。観光スポットであるため観光客もかなり多い。市場に興味があるならば午前中に訪れたい。

シンガポールの代表的な料理をつくる

① チキンカレー



② チキンライス



③ シーフードヌードル



④ フルーツ ジャム



- ① チキンカレー 鶏肉をカレールウで煮込み、後からココナツパウダーを加えれば出来上がり。
- ② チキンライス 鶏肉をスープで煮て、そのスープでご飯を炊く。ゆでた鶏肉をご飯の上に乗せてさらにソースをかけて食べる。かなり複雑なR T C商品だ。写真はごはんを省いた。
- ③ シーフードヌードル 魚介類とスープを煮て、別にゆでた麺を加えるだけ。