

## オーストラリアのスーパーマーケット見聞録

2010年 12月

城取フードサービス研究所

城取 博幸

<http://www.shirotori-f.com>

### Woolworths (ウールワース)

オーストラリアの代表的なスーパーマーケットは、Woolworths (ウールワース) と Coles (コールズ) です。

ウールワースは、オーストラリア、ニュージーランド、南アフリカに店舗展開するオーストラリア最大の小売業です。オーストラリアでは、スーパーマーケットの他に、コンビニエンス・ストア (Woolworths Metro)、酒屋 (Woolworths Liquor)、ガソリン (BIG W)、家電製品 (Dick Smith) などの業態を持っています。

ウールワースのオーストラリア事業の2010年決算では、店舗数 823店、売上高 (ガソリン含む) は、34,675 (AUS\$m) 前年比 105.1%、荒利益率は、24.51%、営業経費 18.06%、税引き前利益 6.45% と日本では考えられないほどの高利益を出しています。

### Coles (コールズ)

コールズはオーストラリアに690店舗を持つ第2位の小売業で、2007年11月にWesfarmers (ウエスファーマーズ) グループに買収されています。

ウエスファーマーズは、スーパーマーケットのコールズ、その他、アメリカでは競合状態にある、ディスカウントストアの「Target (ターゲット)」と、「K-mart (kマート)」の両方を所有するユニークな企業です。小売業の他に資源やエネルギー企業も傘下に収める総合企業です。

### Aldi (アルディ)

アルディは、ドイツに基盤を置くディスカウントストアです。「Aldi」の名前の由来は、ALbrecht DIscountの略です。

業態はボックスストア (納品された梱包のまま売場に商品を箱積みする陳列方法をとることからその名前が付けられている) で、世界中に9,000店舗を展開しています。

2001年にオーストラリア市場に参入しています。

## Wesfarmers Limited

- **Coles**

Coles is a full service supermarket operating more than 750 stores throughout Australia. Today, Coles is a leader in Australian food retailing, tailoring store product ranges and concepts to meet the needs of the local residents.

(Colesは750以上もの店舗を運営するフルサービスのスーパーマーケットです。今日では、Colesはストア製品のレンジの仕立てや地域住民のニーズを満たすためのコンセプトなどオーストラリアの食品小売業において、リーディングカンパニーです。)

- **Target**

The Target division was formed in Nov 2007 as a result of the acquisition of the Coles Group. Target is a leading destination for fashionable and homewares. The Target range is complemented by national brands offering great value to city and country customers alike.

(TargetはColesグループの買収の結果として2007年の11月に設立されました。Targetはファッショナブル&家庭用品の主要な購買目的地です。Targetの品ぞろえは都市や国の顧客に大きな価値を提供するナショナルブランドによって補われています。)

- **K mart**

Kmart is one of Australia's largest discount department store retailers, with 184 stores throughout Australia and New Zealand; product sourcing offices in Hong Kong, Shanghai and Delhi. K mart offers a wide range of low-cost merchandise ranging from apparel to hardware and leisure goods.

(Kマートは、オーストラリアとニュージーランドに184店舗出店しています。オーストラリア最大のディスカウントデパート小売業の一つである。香港、上海、ニューデリーに製品をソーシングするオフィスを構えている。Kマートは、ハードウェアやレジャー用品、衣料品に至るまで、低コストの商品を幅広く提供しています。)

**Net Profit After Tax(\$m) 税引後純利益**

	2006	2007	2008	2009	2010
<b>NPAT</b>	869	786	1063	1522	1565

**Earnings per share(cents) 株当たりの利益**

	2006	2007	2008	2009	2010
<b>EPS</b>	218.5	195.2	174.2	158.5	135.7

**Operating Cash Flow(\$m) 営業活動によるキャッシュフロー**

	2006	2007	2008	2009	2010
<b>CFO</b>	1129	1301	1451	3044	3327

W e s f a r m e r s h pより

# Woolworth Limited

## Core Business (主なビジネス)

### Australia

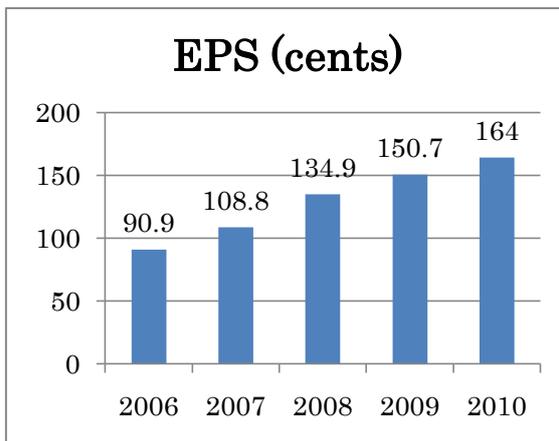
- Supermarkets- (Woolworths)
- Liquor- (BWS, Dan Murphy's, LANGTON)
- Petrol-(CATEX)
- BIG W
- Consumer Electronics- (dick smith, Tandy)
- Hotels- (ALH Group)
- Home improvement- Our Everyday

### New Zealand

- Supermarkets- (countdown, foodtown, Woolworths, fresh choice, supervalu)
- Consumer Electronics- (dick smith)

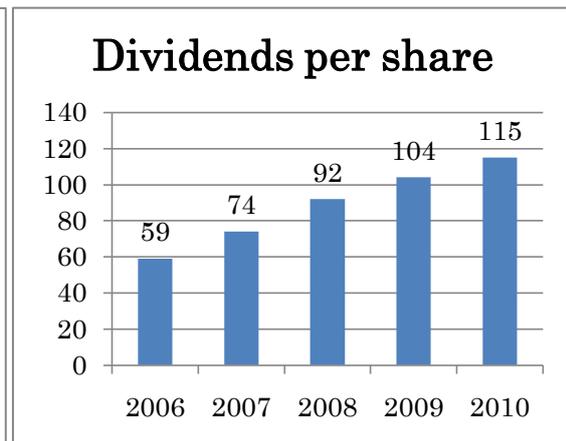
### EPS (whole group)

1株当たりの利益



### Dividends per share (whole group)

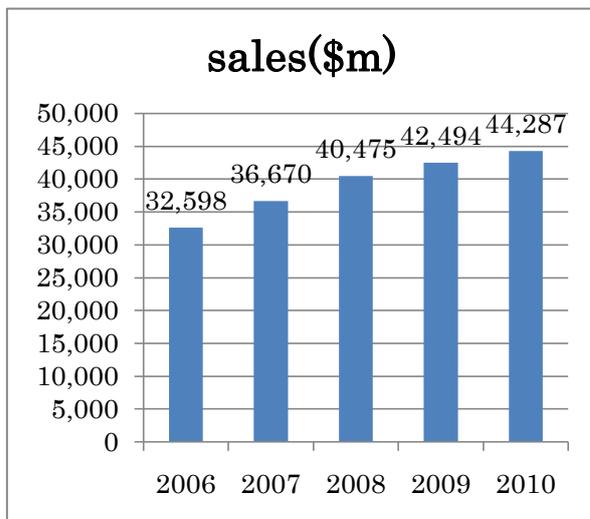
1株当たりの配当金



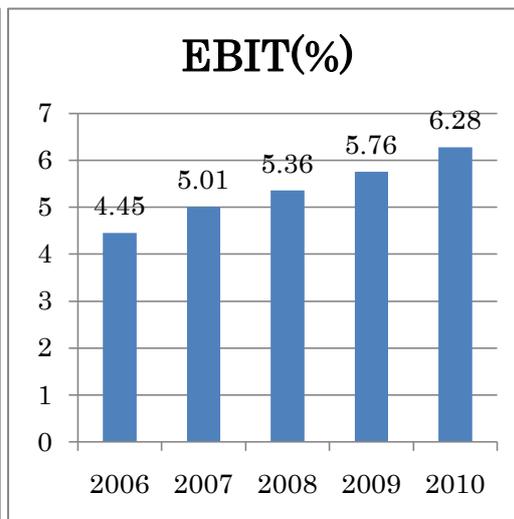
Woolworth hpより

## Australian Supermarkets Division (including Liquor and Petrol)

Sales(\$m) 売上



EBIT(%)利息および税引前利益



	FY2009	FY2010	Change
Sales- food and liquor(\$m)売上	32,978	34,675	5.10%
- Petrol ガソリン	5,482	5,481	-
- Total トータル	38,460	40,156	4.40%
Gross margin(%)粗利益	24.05	24.51	46bps
Cost of doing business(%)費用	18.08	18.06	(2)bps
EBIT to sales(%)売上に対する利息および税引前利益	5.97	6.45	48bps
EBIT(\$m)利息および税引前利益	2,294.4	2,592.0	13.0%
Funds employed(\$m) 採用ファンド	3,316.4	3,417.7	3%
Return on funds employed(%)採用ファンドのリターン	74.90	77.00	2.1%pts

### Store numbers Australian supermarkets

地域 (州)	2006	2007	2008	2009	2010
NSW & ACT	238	237	234	241	248
SA & NT	69	72	72	72	74
QLD	161	168	177	186	189
WA	79	79	81	82	83
VIC	182	183	187	192	200
TAS	27	27	29	29	29

## コールズ シドニー ポッツポイント



店舗看板



青果売場



青果売場にクリスマス用品



コンコース



精肉対面売場



ドライフルーツ売場



天井までの陳列ケース



P B 商品の常温牛乳



充填豆腐



購入商品



レトルトピラフ



サラダセット



パンケーキ 12枚入り



オレンジフルーツドリンク

## ポッツポイントのコールズ

オーストラリアのスーパーマーケットのレジは、アメリカや日本のレジと違い銀行のカウンターのような店があります。レジに並ぶのは、日本のように「クシ型」ではなく、一列に並んで「ほうき型」である店もある。一列に並んでランプが付いたり、レジから呼

ばれてカウンターに行き会計を済ませる。店によって違うのでそのルールに従うことになる。

この店舗は、都市型でビルの中の地下1階と2階に店舗がある。

増殖型で、隣の店舗が空けばそこに売場を広げて行くパターンであり、地下1階が野菜、くだもの、鮮魚、デリカの対面。地下2階が精肉、ドライ食品、酒、雑貨で、地下1階の売場よりも地下2階の方が広い状況だ。

### **オーストラリアのデリカは殆どがコールドデリカ**

各店共通していることだが、陳列ケースの中のデリカは揚物であっても冷蔵商品であるため、調理品は持ち帰って電子レンジで温めなくてはならない。そのまま食べてもインスタで製造されていないためおいしくない。ホット商品はロテサリーチキンくらいである。殆どがアウトパックのバルクをバラしてケースに陳列している場合が多い。

### **日本でも絶対に売れるホットケーキ**

パン売場で見つけた12枚入りのミニサイズ(10cm程)のホットケーキ。買って食べてみたが意外としっとりとしている。少し甘いのでそのままでもパン感覚で食べられる。価格もさほど高くはなかった記憶がある。

シドニーの航空会社のラウンジに全自動のホットケーキ焼き機が置いてあった。

ボタンを押すとコンベアが回りだし焼けたホットケーキが次々と4枚出てくる。

どうやら4枚が1人前であるようだ。

### **レトルトパックの調理済み米飯**

ドライ食品の調理品のコーナーに、「EXPRESS」と書いてあるリゾットやドリア、ピラフなどの調理済みのご飯類が10種類程陳列してある。内容は200gの量である。

日本では、白飯、赤飯や五穀米などの商品があるが、洋風の物は少ない。この商品もおもしろい。

### **肉は100%アウトパック商品**

肉売場では丁度商品を補充している場面に遭遇。

輸送に使う容器はプラスチックのコンテナではなく、段ボールの箱にパックされた肉が入っている。これの方がコスト安になるのか。肉類の特徴は、真空パックされたブロック肉、ハム、真空パックの丸鶏、ソーセージタイプのミンチ肉などの商品が目立つ。

なぜ日本はトレーパックばかりなのか疑問をもつ。スライス肉もハムやベーコンのように袋入りではいけないのか。

それに、丸鶏や骨付き肉をもっと販売して欲しい。

## **ウールワース ポッツポイント**



店舗入口



2階建て店舗



ガラス越しの店舗風景



くだものバラ売場



野菜バラ売場



チーズ平ケース売場



チルド売場



チルド売場 (キッシュ)



鮮魚対面売場



ハム真空パック



ロースターキー真空



ドライ食品売場



猫用挽肉 (チルド)



犬用挽肉 (チルド)



チルドデザート売場



手作り寿司セット (850円)



生パスタ



デリカ揚物 (冷蔵ケース)

## ウールワース シドニーポッツポイント

店舗は市街地立地で駐車場はなし。ガラス張りのビルの1階と2階にスペースがあるが、2階には売場がなく倉庫になっている。

「高利益の理由は、徹底した割り切り商法」と見た。

税引後利益が6%以上出ている優良企業であるから、さぞかし珍しい商品が品揃えされていると思いきや、いたってシンプルな品揃えだ。

クリスマスセール中ではあるが、デリカのロースターキーやオードブル、フレッシュなロブスター、オイスター、カニ、貝類は品揃えされていない。「リスクを負わない割り切り」だ。ミート売場も真空パックされた、ターキー、牛、豚、ラム骨付き肉が陳列ケースの下段に並ぶ。スライス肉の品揃えは少ない。極カロスを出さない品揃えだ。

対面コーナーでは、鮮魚、精肉、ミートデリカ、コールドデリカの3部門を一か所に集め二人の従業員で対応している。ホットデリカはローストチキンくらいである。

デリカのバラ販売のライスコロケを買って試食してみたが、芯まで冷えていて電子レンジに入れないと食べられない状態であった。外部からの仕入商品であった。

「ロスを出さない品揃え」、「生鮮、デリカに人件費をかけない」徹底した「割り切り」が見える。「高利益を確保するビジネスモデル」、「ナンバーワン企業の有利な商売」を垣間見たような気がする。

オーストラリアのスーパーマーケットでおもしろいのは、ペットの肉が精肉売場で販売されていることだ。中をのぞくと生の荒挽肉であった。

## 店で感じたホスピタリティー

買物を終えて店の入口でチラシ(リーフレット)を持って帰ろうとしたが、どこを探しても見つからない。近くの中年男性の従業員に聞いてみると、「チラシの最終日であるため、もうチラシは無くなった」と答える。私が残念がっていると思ったのが、「俺についてこい」というジェスチャーをするからついて行く。

その従業員はバックヤードに入って行き、「これは明日からのチラシだ。持っていけ！」と、そのチラシを私に手渡してくれた。

「なんとオーストラリア人は心が広いのか」と感心する。

## アルディ ガルフフィールド



店舗入口



パレット陳列



ケース陳列



非食品売場



パレット大陳



段ボール陳列精肉



青果売場



カット野菜



バナナの大陳



飲料売場



店内POP



パン売場



ショッピングカート



購入商品



店舗外観

## シドニーのアルディ

小さな商業ビル1階の200坪程の店舗。

入口を入ると、いきなりドライ食品のパレット積み売場が現れる。青果や精肉売場は第2コーナーで、スーパーマーケットのレイアウトとは大きく異なる。

品揃えはユニークで、小型店のもかかわらず食品、雑貨以外に、アウトドア用品、ハウスウェア、おもちゃ、家電などが品揃えされている。

ドライ食品の価格は、99セント(85円)商品など2ケタ商品が多く、物価の高いシドニーでは強烈な安さを感じる。ブランドを選ばなければ、かなり安い買物ができる。掘り出し物もかなりある。

「reduced price」でさらなる低価格を打ち出す。

精肉も品揃えされているが、陳列様式は納品された段ボールのまま売場に商品を陳列している。あくまでも、ボックスストアの特徴である配送時の梱包のまま売場に商品を陳列するという基本を守っている。

### ユニークなショッピングカート

ショッピングカートは、買物カゴの下にキャスターが付いていて、長い取っ手を伸ばしてカゴを引くタイプ。手で持っても使える。カゴの中はかなり汚れていた。

### アルディは低所得者層をターゲットにした小売業

ホテルからタクシーで、「アルディまで」と言うと、ドライバーは不思議そうに「おみやげでも買いにアルディーに行くのか？」と聞くから、「そのとおり」と答える。何かおかしいと感じる。香港のホテルのコンシェルジュに、「パークンショップにタクシーで行く」と言った時にも、彼女が「クスッと笑った」時と同じ感覚だ。

タクシーを降りる時にも、メーター料金は9.75ドルで、10ドル払おうとすると、すぐに25セント釣銭を返そうとする。「釣りはいいいよ」と受け取らなかったが、後で考えるとアルディにタクシーで行く客は少ないことに気づく。

日本で例えれば、100円ショップに1,000円かけてタクシーで行くのと同じことだ。

結局、タクシー代往復20ドル使って、20ドルの買物をした。

### レジにて

レジはコンベア式で従業員は座ったままレジを打つ。そんなに態度が悪いわけではない。会計中に、「アルディはアメリカのトレーダー・ジョウズと同じ会社ですか？」と尋ねると、「は一つ、そんなの知らない」と若い従業員は答える。あまりにもとっぴょうしのない質問をしてしまったと反省する。

アルディは、品揃えをいろいろと言わなければおもしろい店だ。

店内に入ってしまうと、独特の「アルディ ワールド」に引き込まれて思わず買物をしてしまう。実にユニークな店だ。

## シドニーのフィッシュマーケット



市場駐車場

外観

外観



場外魚店



対面売場



たこ、いか売場



ロブスター、カニ売場



エビ、カニ売場



丸物売場



丸物対面売場



丸物の陳列風景



牡蠣の殻外し作業



アーケード



白身魚のフリッター



魚のあげもの



シーフードサラダ



ロブスター、エビ、牡蠣セット



エビ、牡蠣セット



生牡蠣



ロブスター、エビセット



ロブスター、エビセット



生牡蠣



生サーモン



生マグロ サク



生牡蠣半ダース



ロブスター、牡蠣、白身魚

### アーケード内の八百屋



店舗入口



くだもの売場



くだもの売場



くだもの売場



野菜売場



りんごの陳列



ももの陳列



葉物野菜



野菜売場



## 世界第2位のシドニー魚市場

シドニーの魚市場の魚介類の取扱い量は世界第2位です。第1位は東京の築地市場です。場外には一般消費者も購入できる店が何店舗かあります。

丁度クリスマスシーズンを迎え、魚の陳列のその迫力たるや大変なものです。小人になり刺身の盛り合わせの中に迷い込んだ感じです。日本ではこの迫力は見たことがない。頭の高さまで氷を積み上げ生の魚を並べる陳列技術は勉強になる。カラーコントロールも緑、赤の食材をうまく配置し客を楽しませている。

シドニー市民だけでなく観光客もかなり多い。ツアーコースにもなっている。

**観光客や一般市民のためのイトインコーナーもある。**

新鮮な生牡蠣やボイルエビ、刺身の盛り合せ、寿司盛り合せ、ロブスターのテルミドール(グラタン)、牡蠣殻の上にグラタンが載ったもの、白身魚のフリッターなど魚好きにはたまらないメニューばかりです。

**丸魚を食べなくなった日本人、骨付き肉を食べなくなった日本人**

それは、魚を食べる、肉を食べる食文化の衰退に繋がっているような気がする。日本で採れる魚の名前をいくつ言えるだろうか。シドニー港には100種類もの魚が水揚げされると言われている。Snapper(鯛)でも、Adult, blackspot, Bluestriped, Flame, Goldbandと5種類もある。他にも鯛に似た赤魚は5種類近くある。それらの魚が日本に鯛として輸入されているのだ。原魚を知らない日本人はそれを鯛として食べる。

イトヨーカ堂が魚の対面売場を拡大して、丸魚販売している。そこに来た子供は、水族館以外で魚を見ることができる。魚をさばく姿を見ることができる。それを持ち帰り焼いたり、煮たりしているお母さんの姿を見る事ができる。「食育」と言えばそれまでだが、水産国の日本がスーパーマーケットで丸魚を売らないのはおかしい。

何度も言うが、スーパーマーケットで丸魚、丸鶏を本気で売っていないのは日本だけである。韓国釜山のホームプラスでは、丸鶏のさばき方をお客に教えるコーナーがある。(前に写真で紹介した)

話はシドニーの市場に戻るが、

売場の各場所で牡蠣を殻からむいている実演をしている。

全員が男性で手際は良いが、広島で見た「打ち子」のおばちゃんの方が早いような気がする。そのうち、「世界打ち子選手権」なるものが生まれれば、たぶん広島のおばちゃんが優勝するであろう。

## 陳列、カラーコントロール技術が素晴らしい八百屋

魚売場に負けず野菜やくだものの陳列の素晴らしさ。

一般消費者が買える建物の一番奥に50坪程の八百屋がある。開店して間もない売場だが、陳列の技術とそのカラーコントロールは素晴らしい。死角になる売場はドライフルーツをうまく配置している。

葉物売場の仕切りには、キャベツの外皮や植物の葉をうまく使い鮮度感を出している。もし、シドニーを訪れることがあれば、フィッシュマーケットにぜひ訪れることをお勧めします。

入口の雑貨屋で「FISH AUSTRALIA」(魚図鑑)を買って、魚を見ると勉強になります。

## コールズ クリスマスチラシ



3 2 ページ両開き



野菜、くだもの



精肉、加工肉



精肉、チルド食品



ケーキ、菓子



チョコレート、家電



パーティー用品、コスメ



ドライ食品、飲料



ドライ食品



アイスクリーム、乳製品



パン、チーズ



メニュー提案



家庭用品、携帯電話



家庭用品



ペット用品、家庭用品



リカー



家庭用品

### ウールワース クリスマスチラシ



3 2 ページ両開き



メニュー提案、オードブル



メニュー提案



青果、加工肉



加工肉、鮮魚



アイスクリーム、冷凍食品



パン、携帯電話



リカー



ペット、家庭用品



ドライ食品



ドライ食品、チョコレート



ドライ食品、飲料



飲料

### アルディ クリスマスチラシ



16ページ両開き



精肉、加工肉



チョコレート、菓子



ドライ食品、家電



パーティー用品、アウトドア



くだもの、ホビー