

## 五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2022年4月22日

### Aldi US Reiterates Low Price Pledge

#### 食品インフレーションが進む中、米国 Aldi が低価格を再度アピール

最終調整前ですが、米国労働統計局（BLS）は2022年3月の家庭用消費者物価指数が前年同月比10%増となり、1981年3月以来の大幅上昇を発表しました。

2022年2月の8.6%上昇に続き1981年4月以来で最大の上昇を記録したそうです。

家庭用食品指数の月次上昇も2021年12月に0.4%に上昇後、2022年1月1%、2月1.4%、3月1.5%と上昇を続けています。

BLSは穀物・ベーカリー製品、肉・鶏肉・魚・卵、乳製品・関連製品、果物・野菜、飲料（ノンアルコール含む）等の日常的に消費される主要な食品が、2022年3月に一斉に値上げされた事も重ねて発表しました。

その直後、ドイツのハードディスカウンターのグロサリーチェーンとして全米で約2150店以上を展開する米国Aldiは、徹底した低価格の維持の誓いを消費者に向けて発信しました。



Aldi 米国法人代表のジェイソン・ハート CEO は、公式ホームページで消費者に対し、Aldi は食料品価格の安さに重点を置いていることを強調し、市場全体の低価格リーダーとして地位を維持することを約束しました。

「セービングは Aldi の得意とするところですよ。そしてこのような時代だからこそ、弊社が低価格を維持するコミットメントを強調できることを大変誇りに思います。私たちを取り巻く世界に何が起ころうとこの Aldi が出店している全てのコミュニティにおいて常に低価格のリーダーであり続けます！」とハート氏は **"Our Price Promise (価格への約束)"** と題した文書で述べました。

続けて「Aldi は宣伝のための装飾を一切排除し、コンパクトな店内で厳選された高品質のプライベートブランド商品を日々低価格で提供し消費者を惹きつけます。商品の約 90% であるプライベートブランドが Aldi の急成長を促進し、店舗数の多さでは米国の食料品小売市場において他社に引けをとりません。Aldi でのショッピングは常にシンプルで、そしてどの売り場でも可能な限り、低価格な商品を提供しています。そこには仕掛けはありません。我々が最優先としている事は、お客様が他のお金の使い道をさらに広げる為の真の節約です。ガソリンの高騰や光熱費の値上がりのピンチでも Aldi が近くにあれば安心です。いつも Aldi を御贖いにしていただき感謝しております。本当に有難うございます。」と結んでいます。



Aldi の Facebook 投稿へのコメントでは、信じられないほど忠実な消費者を開拓することに成功し、その最大の理由は安価であることです。

その安さには何か裏があるのではないかと疑う人もいるかもしれませんが、Aldi のビジネスモデルが低価格を可能にしています。

Aldi は大型スーパーマーケットの棚に並んでいるような有名ブランドの商品を陳列せず商品の 90%はプライベートブランドであり、それこそが低価格の理由なのです。

Aldi は中間業者を介さず、外部の業者にお金を払う必要もなく、それに伴う余計な広告も必要ありません。

Aldi が販売する商品の種類は少ないので、店舗が小さく家賃も安く、在庫も最小限に抑え、従業員数は他の競合よりも少数ですが消費者への対応に大きな問題はありません。

そのコストカットの結果、通常より安い価格で消費者に商品を提供しています。Aldi は現在の食品価格の動向にもかかわらず、低価格の維持に挑戦し続けることが可能なのです。

また現在米国での事業拡大を進めており、2020 年に続き 2021 年にも約 100 店舗を出店し、ノースダコタ州やアリゾナ州に進出しました。

そして 2022 年は約 150 店舗の新規出店を計画し、38 番目の州であるルイジアナ州に進出しメキシコ湾岸地域での継続的な成長も含まれています。

新しい店舗と市場エリアは、Aldi が 2017 年に計画を発表した 5 年間の拡大戦略の一環であることを示唆しています。



欧州の小売業ニュースもチェックしていますが、先週、英国で発表された世論調査データで英国ビッグ4と呼ばれる Tesco、ASDA、伝統的な Sainsbury's や Morrison's を抑えて、ドイツ拠点の Aldi が英国国民から最も評価されたニュースを拝読しました。

調査のアンケート結果で Aldi が選ばれた値は 79% で 1 位、根強いファンを持つ高級スーパー Marks and Spencer は 75% で 2 位でした。

ちなみにビッグ4の値は Tesco (70%)、Sainsbury's (68%)、ASDA (67%)、Morrison's (61%) とありました。

米国よりも更にはっきりした格差がある英国の階級社会では、食への関心や日々ショッピングする店も異なると伺っていますが、Aldi が人気のトップに選ばれたのは興味深い結果です。

選ばれた理由として『安くて明るい』、『生活費が上昇し続ける中で、多くの人ができるだけ低価格で質の高い商品を求めており、Aldi では低価格のベーシックな商品だけでなく例えばワインやチョコレート、チーズなどの嗜好品で品質の高い商品も見つけることができる』とありました。

『明るい』と評されたコメントですが、Aldi は什器にお金をかけず色とりどりの段ボール箱を用いて商品を陳列する別名 Box Stores として有名です。

使用している箱の色もカラフルで明るいのですが、最近は店内の色も全体的にポップなパステルカラーでまとめられているのでシンプルですが確かに明るい印象があります。





ロンドンの Sainsbury's へ訪問した際、農産物売り場で黒いプラスチックかごの中に青果が陳列され、Aldi と比べると全体的に暗い印象でした。



そして『品質の高い商品も購入可能』と評されたコメントについてですが、かつて2019年に日本から冷凍食品を開発している専門家の方々が米国へ訪問された際にアテンドし、様々なグロサリー店で冷凍商品ばかりを購入して3日連続で試食会を致しました。

その際、Aldi で購入したりゾットやパスタ等のイタリアン料理の冷食が、専門の方々の間でも評価が高かったことが私の中で繋がりました。

Aldi はハードディスカウンターなので全体的にベーシック商品の値段は低く抑えられています。

プレミアム商品は同様の商品を扱う他店の価格帯より少しだけ低めの価格設定で、思ったほど大きな価格差はありませんが、実際に食してみると品質は同程度か、もしくは少し上の美味しさとの感想だったで、コストパフォーマンス的にも良好であったと記憶しています。

近頃、私の主婦仲間からも「Aldi という店で初めてショッピングしたら、価格が安だけでなく見たこともないヨーロッパのお菓子や冷凍商品もあった。珍しいものが見つかるのは楽しいし、食べてみたら案外美味しくて良かった。」という声を最近ちらほら聞くようになりました。

同社は欧州に拠点があるので米国では手に入りにくい珍しい商品に関しても、実にきめ細やかです。

私も昨年末に Aldi でチーズフォンデュとドイツソーセージとビールを購入しましたが、お値段も味も大変満足致しました。

現在のインフレーションに悩まされている米国の消費者に対し、Aldi が低価格の維持を公約するだけにとどまらず、興味を引くようなプレミアム商品のイノベーションを次々に登場させることでファンの拡大を狙っているとするなら、米国創業のグロサリーチェーンにとって脅威だと思つづく感じました。

