

客が食品を購入する場合に「どのような意思で買うのか？」を買物動機と言いますが、通常、次の6つが考えられ、該当する店名（アメリカ）は次の通りです（六車流：流通理論）。

	買物動機	事例
①	お得感（割安感）があるから購入する	ウォルマートスーパーセンター
②	健康に良いから購入する	バイタミン・カテッジ
③	新鮮感（とりたて感と出来たて感）があるから購入する	スチュレオナルド
④	こだわり感があるから購入する	トレイダージョーズ
⑤	おいしい（グルメ）から購入する	ウェグマンズ
⑥	高品質（高級品）であるから購入する	ゲルソンズ

①ウォルマートスーパーセンター

食品の購入においてウォルマートのEDLP（エブリデイ・ロー・プライス＝ウォルマートで年間買えば続けると、他店で買うより2～3割安く生活が出来る）は、お得感のある買物動機を提供する最高の企業です。

②バイタミン・カテッジ

安心・安全の自然食・有機食品（ネイチャー&オーガニック食品）の真正業態は、バイタミン・カテッジが最高の企業です。オーガニック比率が100%であり、病気にならない健康な体を維持するための食品業態として支持されています。より広義には、ワイルドオーツやホールフーズも、この分野に含まれます。

③スチュレオナルド

産直システムによる「とれたて感」と、製造小売（店内）システムによる「出来たて感」のある食品の企業はスチュレオナルドです。また、製造小売（卸も含む）のみに限定すると、チェルシーマーケットもこれに該当します。

④トレイダージョー

トレイダージョーはコンビニエンスストア志向のグルメの食品店ですが、「おいしくなければならない」「安くなければならない」「健康なものでなくてはならない」の3つのこだわりで、世界中から食品を集め販売している企業です。

⑤ウェグマンズ

ウェグマンズは、惣菜を中心とした中食の食品業態です。店内にはジズル感があり、多種多様な出来たての惣菜が豊富に揃っているグルメ志向のSMの企業です。

⑥ゲルソンズ

アメリカNo.1の高級スーパーであり、高品質の食料をアップスケールな値段で提供する企業です。同じタイプの企業に、バヤリースも含まれます。

以上のように、アメリカにおいては食品の買物動機別に有力企業が存在しており、互いに棲み分けています。上記とは別に、ウォルマートの客層区分を示すと次の通りです。

- ①富裕層
- ②子供が巣立った夫婦のみの世帯層
- ③黒人
- ④ヒスパニック（南米系の人）
- ⑤郊外居住者
- ⑥田舎の人（単純な生活をする人）