

流通とSC・私の視点

2007年11月9日

視点(834)

I Saw All America (その117) !!

ポートランド物語 (ポートランドのSM業態)

アメリカの食品業態(セルフ軸・バザール軸)のグレード分類と、ポートランドのSMをグレード分類すると、次の通りです(六車流：流通理論)。

		アメリカ		ポートランドの食品業態
		セルフ業態	バザール業態	
High Grade	Grade 1	ドレガーズ		
	Grade 2	ゲルソンス バヤリース		
	Grade 3	プリストル・ファームズ		
Middle Grade	Grade 4		セントラルマーケット ウェグマンズ	ズーパンス ホールフーズ(BP店)
	Grade 5	パブリックス ユークロップス トレーダー・ジョー	ホールフーズ ディーン&デルーカ	ホールフーズ(一般店) トレーダー・ジョー ニュー・シーズンズ・マーケット ワイルドオーツ
	Grade 6	クローガー、A & P、 セーフウェイ、HEB	ゼイバース イーチーズ	セーフウェイ アルバートソンズ
	Grade 7	フード・ライオン	チェルシー・マーケット フェリー・ビルディング・マーケットプレイス	フレッドマイヤー
Low Grade	Grade 8	コスコ	スチュー・レオナルズ	コスコ
	Grade 9	ウォルマート・スーパーセンター スーパー・ターゲット		ウォルマート・スーパーセンター ウィンコ
	Grade 10	カプフーズ、フードフォレスト、 セイブ・ア・ロット	ファーマーズマーケット フィッシャーマンズマーケット	ファーマーズマーケット

ポートランドのマーケットの食品業態の特性は、1つは、マーケットがピンキリと多様であるため幅広いグレードの食品業態が成立していること、もう1つは、地元の食品業態が強力であることです。

ニュー・シーズンズ・マーケット

ポートランドを代表する地元の地域密着型の自然・健康志向の食品業態であり、オーガニック食品5割、グルメ食品5割の商品構成で9店営業しています。ホールフーズ(自然・健康食品業界 1)のポートランド版・ローカル版の食品業態であり、ホールフーズより価格が安く、かつ、地域密着度(庶民的+地産地消)においてホールフーズを上回っています。ニュー・シーズンズ・マーケットは今は、ワイルドオーツには打ち勝っていますが、ホールフーズとの競争が今後激しくなることが想定されます。

ズーパンス

地元の高級・グルメ志向のSMであり、5店舗で展開していますが、ホールフーズやニュー・シーズンズ・マーケットにやや押されています。

ホールフーズ及びワイルドオーツ

アメリカを代表する自然・健康食品業態であり、最近、1位・2位連合(ホールフーズによるワイルドオーツ買収)により、ワイルドオーツは9店舗から2店舗に減少し、逆に、ホールフーズは1店舗から2店舗に増加しています。特に、ホールフーズのブリッジポート店は、ニューヨークのコロンバスサークル店に匹敵するレベルの素晴らしい店です(ワイルドオーツはニュー・シーズンズ・マーケットに敗れている)。

低価格の食品業態

ウォルマート・スーパーセンターやウィンコ(超価格志向の食品業態で、チラシで他の店と比較して、自店で買うと何ドル節約できるかを示している)、コスコ(ホールセールクラブ)、さらには、地元の新鮮かつ健康志向の食材を売るファーマーズマーケットが各所(9ヶ所)にあります。また、オレゴン州のリージョナルチェーンであるフレッドマイヤー(アルバートソンズやセーフウェイを圧倒している)も健闘しています。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車 秀之