

城取博幸の

ニューヨークのスーパーマーケット見聞録

N098

2018年1月

城取フードサービス研究所

城取 博幸

ニューヨークに居ます

4日前の大寒波でJF国際空港は混乱していましたが、どうにか3時間遅れでニューヨークのサービスアパートメントにつきました

まだ第4ターミナルは水びたしのようです

アメリカ行きは全便遅れている

Time	Destination	Airline	Flight No.	Status	Gate
18:40	SEOUL	JAL	JL959	KLMOP	703
18:50	LOS ANGELES	AZ	AZ7206		
18:55	SYDNEY	JAL	JL771	KLMOP	72
19:00	HONG KONG	UA	U01647	P	701
19:00	SEOUL	KE	KE604	S	70M
19:00	VANCOUVER	AI	AI7328		
19:10	SHANGHAI	JAL	JL879	KLMOP	71
19:20	MELBOURNE	QF	QF80	I	84
19:30	BRISBANE	QF	QF62	I	82
19:30	NEW YORK	JL	JL4	KLMOP	61
19:30	BUSAN	MU	MU8726	CZ4863	



遅延のお詫びとしてJAL1500円のミールチケットを渡される

空港内のレストランで使用できる

中華レストランで軽く食べ

ラウンジでスープとサラダと点心をいただく

点心に醤油をかけるのを忘れた

仕方なくトマトスープに入れてみる

これが偶然にもおいしい



約3時間遅れてニューヨークへ出発

JALの機内食



いつもの若手育成プログラム

今回は和食だ

みそ味の牛肉すき焼き

彩に問題はあるが肉は柔らかく味はいい

ごはんの上に海苔と錦糸卵はちょっと



きんぴらごぼうとホーレン草の白和え

これがおいしい

日本のおかずが世界で受け切られるのも時間の問題のような気がする

まず、ベジタリアンからかな

2 回目は「スープストック東京」

「世界一高い場所で食べるスープストック」が売り物

パンをちぎって漬けて食べる

冷たいサンドイッチよりは、身体に優しくいい



機内のトイレ

日本が誇るウォシュレット(商品名だが総称で通じる)は当たり前になりつつある
あまり使うと排水の問題はあると思うが助かる



しかし、なぜこの時代に灰皿？

最近では報知器が鳴ってすぐにわかってしまうはずなのに

もし魔が差して煙草に火をつけてしまったら、ゴミ箱に捨てるより灰皿を用意したほうが安全という意味かな

家事が一番危険だ



ニューヨークJFK国際空港に到着

タクシーを待つ 白タクの誘いがしつこい

リムジンバスもホテルの近くに止まるが、安全を考え多少お金はかかってもタクシーにした
タイムズ・スクエアまで、チップ込みで70ドル



まだ雪は残っているが大したことはない

大雪で空港が混乱とあるが、昔の日本からのヨーロッパ線は、アラスカ・アンカレッジ経由であったことを思い出す 冬は常に凍っていた空港だ お土産に生きたオマールを買って帰った記憶がある それに比べればたいしたことはない

車内のテレビ

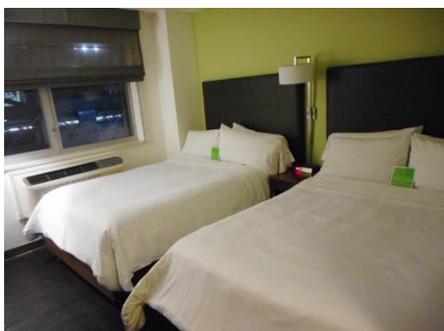
JFK国際空港の第4ターミナルはまだ混乱しているようだ



週間天気予報は、来週は気温が高いようだ
これで安心

タイムズ・スクエアのサービスアパートメントに到着

夜10時を過ぎていたがまずは安心 ツインベッドの部屋を用意してくれた
マンハッタンのタイムズ・スクエアのサービスアパートメントで1泊13000円は安い
しかも朝食とコーヒーサービス付き ネット状況が悪く時間がかかる



小さいがキッチンも付いている
バスタブがないのが残念



ニューヨークには3泊する予定

歩いて 20 分以内に「ホールフーズ」「トレーダージョーズ」「イーターリー」「ブルックリンフェア」「ディーン&デルーカ」「セブンイレブン」がある

今回の目的の一つである、セントラルステーション内の「グローサラント」

スウェーデンレストランの「NOMA」がアメリカ第 1 号店を出店、覗いてみたいと思う

前にNHKでも報道され注目の店 ここは、すべて徒歩圏内にある最高の立地だ

明日は天気もよさそうだ

ホテルの朝食

このアパートメントはタイムズ・スクエアの中心部にありながらリーズナブルな値段ため、世界からの利用者も多い しかも、簡単な朝食が付いているのがうれしい



ニューヨーク名物のベーグル

穀類のベーグル

ハンバーガーのバンズのように横から切れ目が入っている



それを開いてコンベアのトースターで軽く焼く コーヒーもこれだけ種類がある
スムージーも



シンプルだがあれば助かる

ベジタブルケーキ、ソーセージ、ポイルドエッグ、バナナ、スムージー
コーヒー



クリームチーズをたっぷりつける

腹ごしらえをして、グレート・セントラル・ステーションへと向かう

ウエスト40th ストリートを東に進めばブライアント公園が見えてくる



その目の前は2階建てのホールフーズ・マーケット

ホールフーズは後日レポートします

42th ストリートをさらに東に進む

中央の高い建物がエンパイアステイトビル

学生の頃登ったことがあるが、当時でも下に雲がかかるほどの高さであった



左側にグレート・セントラルステーション

歴史ある建物だ

仲はこんな風景

有名なオイスターバー



中央広場

中心のインフォメーションの上の時計



ティファニー製の時計はあまりにも有名

地下のフードコート行っても目指す「NOMA」は見当たらない

インフォメーションで聞いても分からない



「一時的な企画イベントではなかったか」と諦めかける
イベントの予告看板

もう一度1階に上がる

右に行けばティファニーの時計のあるインフォメーション

ここであった

ニューヨークまで来て手ぶらでは帰れない



私の勘違いで、「NOMA」のレストランはここにはない
 スウェーデンのレストラン「NOMA」のオーナー「クラウス・マイヤー」がプロデュースした「GREAT
 NORTHERN FOOD HALL」 北欧の料理を集めたホール
 イベント施設なので、配管、電気、ダクト等の厨房設備に苦労したようだ



北欧発のバターをたっぷり使ったデニッシュ ここで焼いているらしい



まだ屋前なので客はまばらだが、「スープ&サラダ」のコーナーは客が多い
 スモーブローのオープンサンドの店
 ここは人気のようだ



全部売場に揃うまで待つ

サーモンとケールの載ったもの、スムージーを注文

約10ドル



塩漬けケールのトッピング

右はサーモンとクリームチーズ

仲はボイルドエッグとボイル海老、クリームチーズ

ケールの塩味とよく合う



まだ早いのでレストランは朝食メニューのみ

スウェーデン料理はストックホルムのホテルプラザのバフェで殆ど食べた

ただし、蟻の料理は食べていない

反対側のホールは「上海ウィーク」の準備中

もし、「日本ウィーク」となればどんな店が出展するだろう

駅に併設されている生鮮市場も覗いてみる



昔ながらの市場だ

寿司だけでなく刺身も定番化されている



右が「PORTERHOUS STEAK DRY AGED(熟成 T ボーステーキ)」

左が「BONELESS STRIP(サーロインステーキ)」



網焼きグリル 赤い色は食欲をそそる 中央はチーズチキン

外に出て5th ストリートを南下して「EATLY CAFE」へ向かう



ニューヨーク公立図書館

ホールフーズ・マーケット

6th ストリートと 42th ストリートの「ホールフーズ・マーケット」を紹介します

ニューヨークは基盤の目になっているため、北から南に走る通り、東から南を走る通りを確認すれば場所がすぐに分かる

マンハッタンのホールフーズは2店舗視察した

どちらもホテルから歩ける距離だ

ブライアント公園前(6th,42th)の2階建てのホールフーズ・マーケット

長くなるのでなるべく少なめにまとめた



入口を入れば目の前にエスカレーターと階段

大きく4つのゾーンに分かれる

1階右側は「カフェゾーン」

コーヒーと即食系商品、パン、デザートなどを揃えている



パンのバラ販売

サラダ、寿司



2階のイートインスペース

チーズ売場



2階右側は「デリカメニューバフェ」
ホット、コールドバフェとチルド商品
サラダバフェ



スープバフェ
パック寿司



サンドイッチ
カップスープ



対面デリカ売場

専用レジを構え買ったものはイトインで食べられる

1階右側の「くだもの、青果ゾーン」



きのこのトレー盛り 見事なカット野菜売場 ノードルカットの野菜



ステック野菜の大型パック 大型カットフルーツ



野菜サラダ

舟形の大型カットフルーツ この舟形トレーは他の SM でもよく見かける

「てんこ盛りマーチャндаイジング」の例



「生鮮食品ゾーン」

2階の左側は魚売場、肉売場、チルド売場、ドライ食品売場

スーパーマーケットの中核だ



赤色の魚をうまく使って陳列



精肉対面売場

マリネーションや調味料を混ぜた商品が増えている



チルドの鶏肉は「スキンパック」

精肉のカットスペース「FINE CUTS」と書かれている



ドライグロサリー売場



冷凍食品売場

牛乳売場 アマゾン傘下になってから基礎食品の価格が下がったように思う



卵売場

この店の特徴

店は大きく分ければ4つのゾーンに分かれている

①「カフェゾーン」

朝や昼の忙しい人のためのカフェスペース

スタンドはあるが、イスとテーブルはない

②「デリカゾーン」

コールド、ホット、スープのバフェに寿司などの即食商品を品揃え

専用レジもありイトインスペースで食べられる

少し時間があり、自分のスタイルに合わせたデリカをチョイスできる

③「くだもの、野菜ゾーン」

下処理された野菜やカット済の商品も増えている

料理をする人のためのゾーン

料理目的に合わせた商品の品揃え

④「生鮮、チルド、ドライ食品ゾーン」

ここの料理をする人のためのゾーン 食材を集めたスーパーマーケットゾーン

エスカレータの右と左に分け 料理をする目的のゾーンと食事をする目的のゾーンを明確にした

「お客のTPOSに合わせたゾーンニング」を行っている

ニューヨークのもう一つの「ホールフーズ」
ミッドタウン 6th,42th の交差点にある店
ここも歩いて回れる距離だ



入口の大陳コーナー
この辺がアマゾンになった変わった点
くだもの売場
アメリカでは、壁や柱、陳列台に木を多く使っている



カットフルーツの縦割りはホールフーズの特徴

オフィス街でありながら、下段は大型パック



ステックサラダ
どれもそのまま食べられるもの

多段ケースの陳列
4グリーン、1レッドを心掛けている



鮮魚コーナーでおもしろい商品を発見
魚卵コーナー

キャビア、イクラ、シシヤモ卵など魚の卵をビンに詰め、さらに写真の台紙を張りフック陳列にしたもの 上と下は同じ商品
商品づくり、見せ方がうまい

鮮魚対面



スモーク魚
冷凍マグロ、サーモン



マイナス 40°Cの蓋つき超低温冷凍庫を売場に設置
日本でもできそうだがやらない

肉売場



生ソーセージのバラ売り
デリカ売場



ホールフーズが得意とする、ホット&コールドバフェ
昼時になると大混雑



デリカの対面売場
大型ミートボール



何種類も品揃えされている



ミートボールは世界中で食べられている ハンバーグよりポピュラーかも知れない

チルドパック入りデリ



ソフトビスケット

いつもホールフーズで買う商品

焼きたてでまだ柔らかいチョコビスケット

アメリカンコーヒーのブラックとよく合う

ホテルのコーヒーマシーン

ホテルに設置されているコーヒーマシーンは大袋のドリップタイプで、一度にできすぎてしまうのが難点

この機械はシンプル、水を注いだ分のお湯がでるので沸かしなおしがない



ホールフーズの紹介は以上

ニューヨークでは客によく支持されている店

最近のニューヨークの傾向は、セブンイレブンが繁華街に増えてきている

コンビニと言えば、ガソリンスタンド併設や郊外のイメージがあるが、今後は街中戦略が進みそうだ

店内に入れば、サービスがなぜか日本の臭いがして安心する

ニューヨークの「EATLY CAFFE」

5thストリート南に進むと、26thとの交差点のビルの一階に店が見えてくる

まだ大雪の影響が残って道路は水浸し



左は「マディソンスクエアパーク」

広葉樹が多いため枝だけ

近くには UK 発の「WAGAMAMA」もある

最近各国でよく見かける

私だけかも知れないが、日本人の味覚には少し合わないような気がする

薄味はいいがうま味がない



入口には「EATLY CAFFE」と書かれている

スマホの地図でもスーパーマーケットではなく、カフェ、レストラン表示になっている

外食比率が70%の売上であることが理解できる



店舗案内図

奥に長い店舗

ドライ食品

いつもの白い陳列ケースを使用してイタリア製品を販売



こんな個性的なパッケージも

顔のデザインは目を引く

確かに店内はテーブルが多くカフェ、レストランのイメージだ

いつもスペース効率を考えてしまう



朝食を食べる客

都市型店舗であるからできること

CAFFE でありながら生鮮食品の品揃えはある

野菜、くだもの売場



野菜は少なくくだものが多い

くだものは鮮度感を演出できる

これらの野菜、果物がカットされ料理に変わる



肉売場

これもこんな形に姿を変える

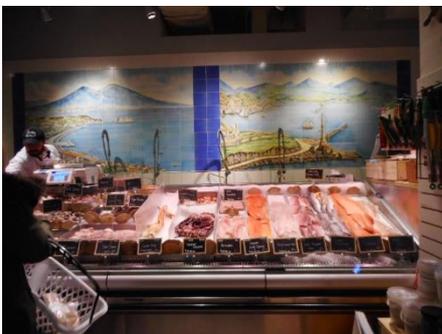


人気のミートデリ売場で売られている豚のロースト



魚売場

対面売場は一人で管理



鮮度はいい

品揃えはどこもほぼ同じ



たぶん魚も姿を変えてレストランで提供される

生鮮三品は「物販も外食も同じ部門が管理」しているからできること
チーズ売場



チーズのカッティング

500ℓの牛乳からチーズが40kgできる

一般的には横から半割にするイメージが強いが、ここは縦四つ割りにしてから横からカット



量り売り用チーズに切り分けている

じっと見ていると、試食をさせてくれた

パルメジャーノ・レッジャーノだというのが、柔らかく、タンパク質の結晶もない

熟成がまだ進んでいないようだ

そのことは、12月行った、ボローニャ「FICO WORLD」で学習した

せっかくなのでエスプレッソを一杯いただく

アンティーク調のマシーンのレプリカ



シングルで3ドル

あまり知られていないが、ブラウンシュガーを2袋位入れて、60回かき回すと乳化して美味しい

シチリア名産のカンノーニの売場

日本は1本500円だがそれより高いが、これだけ在庫があるというのは売れているのか
最近はウェグマンズでも売り始めた
日本でも冷凍品を輸入している



イタリーの特徴は、「レディ・ミール」の品揃えがないこと

対面販売以外に「作り置き商品」も少ない

「オーダー」による製造にこだわっている

イタリアのレストランは、当日仕入れた新鮮な魚や肉、野菜を店頭で見せる習慣がある

「これだけ新鮮な食材を使っていますよ」という意味

ただし、出てきた料理がその日仕入れたものとは限らないが

歩いて「トレーダージョーズ」に向かう

セブンイレブンが市街地に増えてきた



外に納品された商品

納品形態は段ボールだ

イタリーはやはり「外食業態」であった

外食重視ではなく、イタリア食材を専門に扱うスーパーマーケットがニューヨーク郊外にあると聞き、明日は車でそこに向かう予定だ

今回は、300坪で対面レジが32台もある大繁盛店の「トレーダージョーズ」を紹介します

ニューヨーク マンハッタン「トレーダージョーズ」

W21thストリートを西に進む



6thアベニューとの交差点 天井が高い 300坪ほどの小型店



青果売場 日本に比べて人参の加工アイテムが多い カットのもの



ドライ食品の多段ケースはローゴンドラを使用

取り扱いアイテムが少ないからできること エンドは単品訴求

木製の陳列棚 ニューヨークでは木を使った陳列ケースが多い



人気のシリアルバー売場

ナッツの入ったもの
これもロングランのヒット商品



内容が書かれたもの
フレーバーによって味が違う
ここで何やらプラカードを持ったスタッフが
レジ待ち最後部だ
もう客がレジに向かい「L字型」に並んでいる



客が多すぎて、コンコースの壁面まで行けないため、内側の冷凍食品売場をチェック
人気の「マンダリンオレンジチキン」
これは人気ベスト15の中に入っている



「海老の天ぷら」
これもロングランの商品だ

パスタもよく売れている



ベジタブルケーキ 韓国料理のチジミ
ハンバーガーとミートパティ



キューブ型の「ニンニク」「ハーブ」のすりおろし
必要なだけ少しづつ使えて便利だ 「ジンジャー」は売り切れ
「CRUSHED」と書かれている



行列がさらに伸びて青果売場までつながっている
途中コーヒーのサービス
無料のコーヒーを飲みながらレジを待つ



行列は続く

レジスタッフは黒の番号札を上げれば、そこに案内される



対面レジは 32 台

300 坪の店で対面レジ32台は珍しい

レジスタッフに「今日だけこんなに並んでいるのか？」と聞くと

「毎日だ！」と答える

「頑張ってください」と言って店を出る

トレーダージョーズは西海岸のサンディエゴ発祥

ニューヨークでも支持を集めている

この店はドル箱店舗だ

それにしても、すごい客数

店が小さくても、品揃えが少なくても、お客はトレーダージョーズのオリジナル商品を長い行列を待ってでも買ったがる

生鮮食品は加工度を高めた商品を販売

次回はニューヨークを離れ郊外の店舗を視察する予定

LIDL の新店も視察する予定だ

シチューレオナルド

コネチカット州に本社を持つ企業

「Stew Leonards of East Meadow」を視察



牛乳工場はないが、外観はそのイメージを残している

お馴染みのコンセプト

「ルール1 お客様はいつも正しい」

「もしお客が間違っていたら、ルール1をもう一度読め」

常にボスはお客様であるということ



共通した展示物

ボタンを押せば「モウー」と鳴く

これも変わらない



午前中の視察であったせいか客はマバラ

トップ常温平台にはカット野菜

左は「刻み野菜」、右はサラダ用カットサラダ

刻み野菜はスープや煮込み料理に使う



ベーグル売り場

ベーグルはポーランド系ユダヤ人がアメリカに伝えたもの
ニューヨークのベーグルは、ポーランドのものに比べて硬い
自家製のベーグルが何種類も



奥に見えるのはベーグルの生地を茹でるポイル層
いつもの「ワンウェイ」に通路
通路が広いので逆戻りは可能
天井を含め木目が目立つ



ボタンを押せばバナナが一言しゃべる
子供がそれで遊んでいた

野菜の加工度が高まっている



インスタ製造のカットフルーツ

ここも大型パックを下段に陳列

ニューヨークの緯度は、青森とほぼ同じ

気温は青森より低いかも知れないが、それでもカットフルーツを大陳して売る

ステック野菜セット

これも大型パック

1人で作業を行っている



「DOGGY BAR」

ドッグフードの量り売り

ホールセールパン売り場



パイレッシュ(鉄板)が外れるようになっている

肉のブロック

バックヤードに在庫するのも売り場に置くのも、在庫は一緒

客に見えるところに値段をつけて置いたほうが売れる可能性が高い



肉のレディ・ミール



テネシーウイスキー「JACK DANIEL'S」のPB プルドポークなど

プルドポークはアメリカのスーパーマーケットの定番

どこでも売られている

プルドポークは豚すね肉の煮込み

骨付きがドイツの「アイスパイン(塩煮込み)」や「シュバイネハクセ(ロースト)」

プルドとは「剥がす、むしる」という意味

かつて「アメリカンポークのセミナー」で和風プルドポークを提案したが、日本ではあまり見かけない

ハンバーガーにしても、ご飯の上に載せても柔らかくおいしい

シリーズ全部買っておけばよかったと反省

精肉売り場の「カット野菜」



炒め料理に便利

魚対面売り場

パック商品は販売されていない



ハマグリなどの貝類はネットに入れて販売

デリカ売り場

創業者の奥さんの名前付けられている



チルドデリ

ミートデリ

骨付き肉のロースト

ガラス張りのスペースに展示

下の鉄板は暖かい



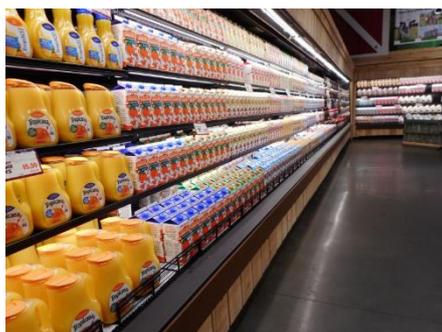
ホールフーズやイーターもそうだったが、色が濃い目のローストが多い

寿司売り場

一人で作業を行っているため、まだ売り場に商品が出ていない

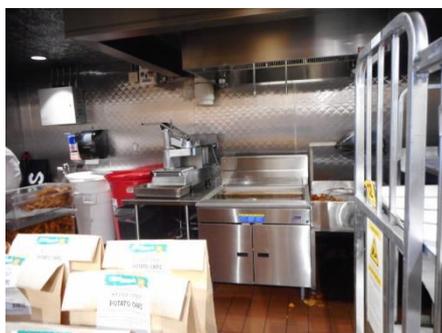


そのため空きスペースには蒸し餃子が
アメリカの寿司売り場には「餃子」が陳列されている
これもほかの店でも見られる
さらに緑色や赤色の「海草サラダ」もよく見かける
アウトパックスの「刺身盛り合わせ」



チルド飲料のフェースの広さ
冬でもオレンジジュースのフェースは広い

自家製ポテトチップ



ジャガイモをスライスしてフライヤーで揚げたもの

入口の展示物



販促物

人物が描かれたものは目を引く

店内の木工所

店内は木を多く使用

鉄筋の柱を木で囲んでいる

その作業をここでやっている



大きな発見が3つあった

一つは野菜、肉の加工品が多いこと

二つ目はミートデリのトレンド

三つ目は寿司売場の変化

四つ目はショップは1人で運営していること

具体的な商品はセミナー等でまた詳しく説明したいと思う

イタリア企業の「Uncle Giuseppe's Market Place」

ここは印象に残った店の一つ

イタリア食材を販売する「イーター」はあまりにも有名だが、本格的なイタリアのスーパーマーケットを見つけた

レストランやイトインは併設されていないがこれだけの店ができています

「グロサラント」ではなく「リテーラー」一本で勝負している

ここは機会があったら見ておいたほうがいい

店の大きさは450坪ほど



入口を入れば、いきなり寿司売場

世界では寿司は当たり前

イタリアの現地ガイド曰く

「保守的なイタリア人でも寿司は受け入れた」

店内はイタリアの雰囲気



陳列もイタリアの生鮮市場風

カラコンもよくできていてキレイだ



ホールフーズと同じトレイを使い「てんこ盛り MD」

カット野菜の盛り付けもセンスがいい



アンティチョークやポロネギ、フェネルなどヨーロッパ野菜も

ドレッシングを売るための売り場づくり

下段はカット野菜の量り売り



肉売り場

ここもセンスがいい

ぐるぐる巻きの生ソーセージ

赤い肉をあえて赤いトレイに盛り付けるという斬新さ

インスタでソーセージが製造できるノウハウがあるのがスゴイ



太めの生ソーセージ

イタリアと全く同じだ

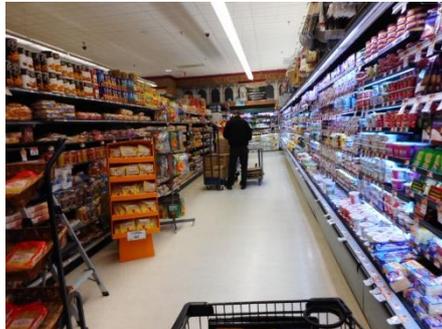
ここも黒いソースを使った下漬け肉

これは研究する価値あり



鮮魚売り場

陳列ケースが斜めになっている
 右上は水槽 中に活ロブスター
 フィッシュデリカ
 魚のマリネ商品



ドライ売り場とチルド売り場

時間がなく、ドライ売り場は時間をかけて見られなかった
 こここもオレンジジュースのフェースが広い



店正面突き当りはパスタ工場

大型のかなり本格的な機械が導入されている
 手前にラビオリの型が見える
 丁度清掃中



自家製チルドラビオリ
 冷凍パスタ売り場「SPECIALTY RAVIOLI」と書かれている
 勿論デリカ売り場でも使われている
 日本に当てはめれば、麺工場が店内にあるようなもの



対面のデリカ売り場 イタリア料理がズラッと並ぶ 焼き野菜
 先月ヴェネチアで紹介した料理 日持ちがする



ミラノ風カツレツ パプリカの肉詰め これはトルコ料理にもよくある



チーズフォカッチャ

肉のグリル チャープロイヤーで客が見えるところで肉を焼いている



チルドのデリカ

アウトパックのデリカ商品 横から見せるトレーを使用

これも見た目がキレイだ デザート売り場

これがスゴイ



菓子の盛り合わせ チョコレート菓子



焼き菓子

ケーキ類



ホールケーキ

カラコンのポイントは「赤緑黄色」をバランスよく配置していること

特に「赤色」が多く使われている

日本のにぎり寿司の配色と同じ

さらにこの店は、

イタリア料理の「パスタ」と「デリカ」「ドルチェ」に注力している

ワインやチーズは思ったほど品ぞろえされていない

限られたスペースで強みを出している

もしも「ジャパンスタイル」のスーパーマーケットが出店したらどうなるだろう

かつては「ヤオハン」がそうであったが、

今回は、フィラデルフィアの近くにある、LIDL のアメリカ一号店に向かう

車を運転してくれている連れに感謝、感謝

LIDL アメリカ

ニューヨーク州からニュージャージー州へと向かう

LIDL はヨーロッパからずっと追いかけてきている

アメリカに進出した LIDL も見ておかないと

途中の橋は「ヴェラザノナローズブリッジ」



2017 年に LIDL はアメリカにすでに 47 店舗出店

グーグルでニュージャージー付近の LIDL を検索すると、もう 8 地点出てくる

その一つは「ディストリビューションセンター」

本気だ

ニューヨークに一番近いニュージャージー州 Vineland の LIDL

フィラデルフィアとアトランティックシティの間に位置している

車がなければここまで来られない場所だ

2017年11月18日にオープンした新店

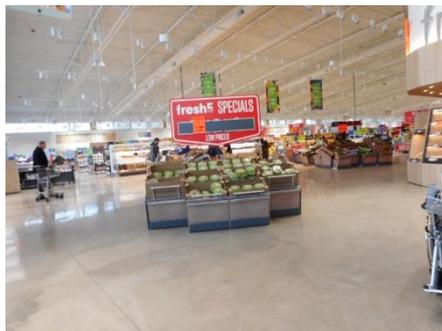


LIDL の看板の奥にウォルマートの看板
道を挟んで反対側だ
ALDI や LIDL はよくあること
4 日前の大雪がまだ残っている

何やらプラカードを持った集団がこちらを見ている
何かヤバいところへ来てしまったか？



こんなキアッチ看板が
コーヒーホルダー付きのショッピングカート
別にコーヒーでなくてもいいが



新タイプの店だ
売場面積は600坪ほど

トップ平台は、FRESH5 SPECIAL
「BUTTER LETTUCE 1.29ドル(約142円)」



根付きのカップ入りレタス

この天井の高さ

いままでの LIDL の店とは大違いで清潔でオシャレだ

ハードディスカウントの ALDI のイメージとは全く違う

ケルンの新型店舗とも違う



果物売り場の奥にパン売り場

生クランベリー340g 1.99ドル(約240円)



黒の高級感のある陳列ケース

リドル名物49セント(59円)のクロワッサン

買って味をチェック

ドイツで食べたものと変わらない

生地を多めに使い食べ概がある



3斤食スライスパンは、なんと99セント(約120円)
こちらのパンは85セント(約102円) とんでもない安さだ



試食コーナーもある 通路も広く確保している



低めのゴンドラを使用しているから、さらに天井が高く感じる
まるで体育館のようだ

牛乳売り場 1ガロン(3.8ℓ)2.18ドル(約262円)



卵売り場 1ダース99セント(約120円)
勿論、EDLPだ

冷蔵平ケースの肉売り場

これはドイツの冷蔵ケースと同じだ



スキンパックが殆ど

冷凍ケース

野菜、肉、魚、加工食品と色分けされている



肉はオレンジ色の箱を使用

グリーンの箱と黄色い箱とカテゴリーによって色分けしている

リドルデラックスやイタリアリドルの PB 商品はない

アメリカで PB 商品の開発を今後行うであろう



コカ・コーラも品揃えしている

NB 商品の品揃えも増えている

丁度冷凍食品の補充が始まる

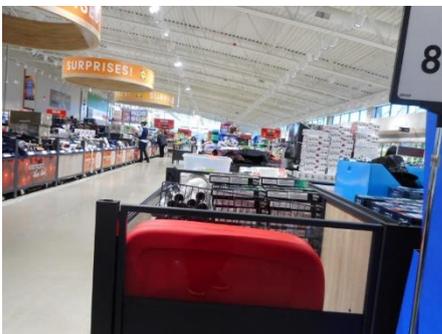
専用コンテナを使用



底にキャスターはついていない
重いものにキャスターを付けると床を傷つける ハンドリフトで売り場まで移動
このコンテナはヨーロッパの工場からそのまま輸入された商品を、配
送センターで分荷したものだろう



雑貨売り場 平台からセミ多段になって、キッチンと定番化されている



ヨーロッパの店と違い、トイレがあるのがうれしい

最後に記念撮影



アメリカの「ナショナリズム」

それにしても入口の集団が気になる



「PLEASE DO NOT PATRONISE LIDL マーク」

「LIDL をひいきにしないでください」の意味

「SUPPORT AMERICAN SUPERMARKETS 」

アメリカのスーパーマーケットをサポートしてください

UFCW とは United Food and Commercial Workers International Union

全米食品商業労組 地方組織

「Shop Rite」「ACME」と地元企業名が書かれている

「自由の国 アメリカ」のイメージであったが…

ウォルマートは参加していない

私も連れも血が騒ぎ始める

だんだんとスーパーマーケット病が悪化してくる

ウォルマートをチラッと見てから、ローカルスーパーの「Shop Rite」と「ACME」に向かう
ちなみにこの集団はちゃんと4時半に解散した
もし、ここにウォルマートの人間がいたらどうだろう
ウォルマートはかつてドイツに出店し、その後撤退している

「ウォルマート」

目の前のウォルマート



「Shop Rite」

LIDL とウォルマートから歩いてすぐ行ける地元企業



マンハッタンの「KEENS ステーキハウス」

1885年創業の100年以上続く老舗のステーキハウス

6thと36thの交差点に位置している

予約してないため、6時ごろ店に行きテーブルを確保



メトロポリタンオペラに近いので、かつては俳優、劇場客が多く訪れていた
創業当時の展示品



チャーチワンデー・パイプ

長いパイプは折れやすいので、店で預かったのが始まりらしい

今は店内は禁煙であるためそれはできない

「ダグラス・マッカーサー」など有名人のパイプも 古き良き時代



中央はベイ・ブルースのパイプ

6時でも店内はほぼ満席

7時を過ぎると席待ちの客でバーはいっぱい



名物の「ポーターハウスステーキ」をミディアム、レアで注文

熟成肉のTボーンステーキのことだ

手前がサーロインで奥がフィレ

食べやすいよう切られている

ラムチョップ

骨 2 本の間で切っているため、分厚い
実はラムチョップの方が隠れた人気だという人もいる



スープやサラダを注文したら食べきれない
これだけでも 2 人では食べきれない
持ち帰る人も多い
バタースピナッチ
デザート「ニューヨークチーズケーキ」も有名



思ったより淡白な味
帰り道にあった「SWEETGREEN」



入口のドアにこんな写真が
「スマホ」「電子マネー」の意味か

サラダとスープの専門店



この棚は？

実は、スマホ注文すれば、30分以内に作ってこの棚に置かれる

決済は電子マネーであるため、そのまま持ち帰れる仕組み

スマホで注文して、電子マネーで支払えば、30分以内に商品がこの棚に置かれる

勿論店内で食べることもできる

日本も将来はこうなる

ほか弁当事前に予約すれば待たずに出来たてを食べられる



私の考えをスーパーマーケットに当てはめれば

1. 消費期限の短い「作り置き商品」は定価で売り切り(刺身、寿司、弁当、惣菜)
2. チルド商品のロングライフ化(チルドで4日~1週間程度)
3. 冷凍食品化(売りづらい商品は冷凍で販売)
4. オーダー(注文)による販売(スマホ、電子マネーによるEコマースと持ち帰り)

持ち帰りしたステーキとラムチョップは冷蔵庫に入れておいた

アメリカのスーパーでは焼かれたステーキをチルドケースで販売されている店もある

消費期限は3日~4日間



冷めたどう食べるかだ いいアイデアが浮かんだ

パンに挟んでサンドイッチも考えたが、冷たいままではどうも

ホールフーズで買ったチルドの野菜スープの中に入れて、電子レンジで温める

肉は赤みが残り柔らかいままで、肉汁が流れ出してとてもおいしかった



翌日の朝食も残ったスープとラムチョップを同じ方法で これもじんわりと火が入る

トレーダージョーズで買った「バジル味のトルテッリーニ」と特製スープで朝食

トルテッリーニはポローニャでよく食べた

ラムも適度に温まっておいしい 臭いは一切ない

T ボーンの残りの骨は、スープを取ろうとしたが時間がなく諦めた



明日は連れが車を運転してくれるというので、ニューヨーク郊外とフィラデルフィアの「LIDL」の新店

といっても私は普段から車の運転はあまりしないので、行動範囲が広がったのは連れのおかげ

マンハッタンは都市型店舗であるため、ローカル企業にとっては商品以外あまり参考にならない

面もある