

城取博幸の

アメリカ ボストンのスーパーマーケット見聞録

N099

2018年1月

城取フードサービス研究所

城取 博幸

アメリカ ボストンへの移動とアメリカの住宅事情

東京は大雪

昨日は松本から新宿の特急あずさは早くも運休

バスで新宿に向かうが、新宿まで7時間かかった

不気味なスカイツリー

水蒸気のようなものが上に向かって流れている

今日は都内で打ち合わせ、気をつけて行動したい



さらにレポートを続けます

ニューヨーク ラガーディア空港から飛行機でボストンへ移動

ニューヨーク～ボストンまでは約1時間

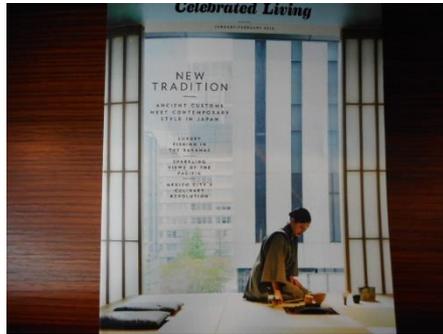
目的は「奇跡のスーパーマーケット」で紹介された「MARKET BASKET」と「UEGMANS」の視察

ボストンには3泊の予定

連れのA氏とはニューヨークで別れ、1日遅れてボストンで合流の予定



空港で目についたショップのハンバーガーが気になる
 普通のハンバーガーと少し違うような気がする
 ラウンジで軽い朝食



こんな雑誌の表紙も
 日本文化への興味の高まりが見える
 今回乗る航空機ではないが、こんな古い航空機もまだ使われている



奥に薄く見えるのがマンハッタン
 摩天楼ボストンに到着、時間も早いので地下鉄で移動



ここにもこんなポスター

中はパティ、ベーコン、半熟卵、チーズが見える

よく見ると「ブリオッシュバーガー」だ

ブリオッシュは水を一切使わずで牛乳で焼いた菓子パン

イタリアのデザートのパバヤ、フランスのサバランに使われる菓子パンだが、ハンバーガーに使われている だが、ハンバーガーに使われている

地下鉄路線図

慣れればシンプルな地下鉄

「T」というマークがついている



1週間有効チケット

いちいちチケットを買うのは面倒なので7日間乗り放題のチケットを自販機で購入

最寄りの地下鉄駅に到着

地元の人の人情に感謝

スマホ片手に宿を探していると、建築現場の作業員(現場監督のような白人)が寄ってきて道を教えてくれる

わざわざ本通りまで連れて行ってくれた

空港近くの地下鉄構内でうろろしていると、駅員のほうから声を掛けられる

一人歩きしていると、こうした人情がうれしい



ボストンレッドソックスの本拠地の球場が見える

元「松坂大輔」が所属してた球団だ

オフシーズンなので人は少ないが、ツアーはあるようだ

こんな街並みを歩く

ちなみに移動が多いことを考え、スーツケースは小さいものにした

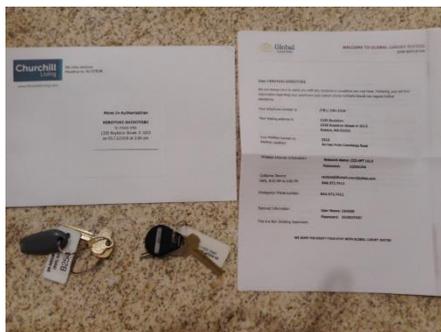


サービスアパート入口

ホテルではなくアパートの部屋貸して、地元の人も住んでいる

部屋にチェックイン

フロントは警備員のみでいろいろな説明はない



部屋に入ればキーと説明書が置かれている

不動産会社が管理している物件、キーの返却も部屋に置いてゆく仕組み

アメリカ人(中間層)が住む普通のアパートであるため、アメリカの住宅事情がよく分かる

住宅事情や調理器具をチェック

リビングルーム 二人暮らしには十分なスペース



オフシーズンであるため、この部屋は1泊約13000円

シーズンを向けると1泊30000位まで跳ね上がる

キッチン



ベッドルーム

欧米ではツインベッドはほとんどない 左がウォークインクローゼット、右がバスルーム
バスタブもついている



厨房器具をチェック 調理器具、食器はすべて備えられている



電磁調理器とオーブン 欧米では大型オーブンは必須
電子レンジ GE のものだ



ディッシュウォッシャー

シンクの下には生ゴミをグラインドする機械



洗濯機と乾燥機

アメニティ



キッチン用品セット



これがアメリカ人の住宅事情だ

設備や調理器具は料理に直結している

どんな調理器具を使いどんな料理を作り、ゴミはどう処理して、洗い物はどうしているかを知る必要がある

日本に比べてはるかに豊かだ

欧米はパンを「焼く」文化がある

そこでオーブンが発達したように思われる

アジアはご飯が主食であるため「煮る」文化だ

日本もオーブンを使わないと、メニューの幅が広がらない

ボストンの地元スーパーマーケット「STAR MARKET」
アパートから歩いて3分 9時頃に朝食を買いに行く
450坪ほどの店だがそれほど特徴はない
無難な品揃えの店ではなるが、あれば助かる



向かって左側がくだもの、野菜売り場、右側がデリカ売り場
野菜は丸物を減らして、加工品を多く品揃え 冷蔵ケースはハイゴンドラを使用
アウトパックのカットフルーツ



加熱用カット野菜
ジャガイモのカットなどはけっこういい値段だ
そのままオープンに入れるだけ



野菜の加工品
これもオープン商品
いかにオープンを活用しているかがわかる

惣菜売場

アメリカで見たスーパーマーケットは入口付近にデリカ売り場を配置する店が多い

それだけデリカを強化しているということだ

冷蔵ケースに保存の効くマリネなどのデリカを品揃え

まだ朝9時であるため、対面惣菜の準備はできていない



チキンのフライコーナー ホットケースを使用

チキン惣菜が多いということは、低所得者が多いということ

アウトパックの寿司 朝分の品揃え



チルド売り場のパンを作るパン生地

サラダチキン

ここはスライスされたチキンの品揃えが多い



冷凍食品売り場

リーチインケースを使用

冷凍レディ・ミール

そろそろ食べ物に飽きてきた

とにかく「チャーハン」と「焼きそば」が食べたい

しかし、そうした品揃えはなくて残念



購入商品

買って来て気づいたこと

意識して買ったわけではないが、外はマイナス 15°Cであっても、グレープフルーツジュースやカットフルーツ、サラダなど、夏と変わらない食品を購入している

部屋が暖かく乾燥しているせいだろう

「冬はホットメニューしか買わないであろう」というのは間違いであることを実感

ヘルシーチョイスの冷凍「POWER BOWLS」

野菜と穀物が入ったもの



電子レンジで加熱して、よく見ると 冷凍焼け(乾燥して白い)している

あまり売れていないようだ

野菜入りパスタ



野菜丼のようなもの

ご飯の上に冷凍野菜を載せて、ソースをかけたもの



冷凍食品はただ冷凍野菜を上に乗せただけのシンプルなもの、あまり口に合わない

野菜サラダ(フォーク付き)

二段トレーの上にトッピング具、カップ入りのドレッシング 大体これが標準的だ

カットフルーツ

ハネージュメロン緑、オレンジ、パイナップル

この3品が標準



100%グレープフルーツジュース 2リットル

「2リットルは大きいな」と思ったが、注ぐグラスもデカイ

冬だから「冷たいものは売れない」と思うのは間違いのような気がする

冬は、食物繊維、ビタミン不足が心配

カット野菜やフルーツをもう少し売り込んだらと思う

野菜の相場が高いが、カット野菜は安定している

ここで、疑問

スーパーマーケットの生鮮3品売場では、相場に合わせて売価を付けているが、加工業者はいくら相場が高くても、

納品価格が決まっていて値上げできない

これはおかしいと思う、カット野菜、漬物、惣菜メーカーは悲鳴を上げています

将来的には加工品も「変動相場」になる

それを断れば、納品も断られる時代だ

メーカーは赤字を続けてまで納品を継続する義務感がもう薄れてきている

ロンドン郊外の「ALDI」

「ALDI」、「LIDL」はドイツ発祥の小売業

両社は、「ハードディスカウント」「ボックスストア」と呼ばれ、95%ほどの自社開発商品を低価格で販売

ALDI は、北と南に分かれ、アメリカは南 ALDI が運営会社

北はトレーダージョーズを買収している

ALDI は全米に1500店舗(2016年現在)し2000店を目指す

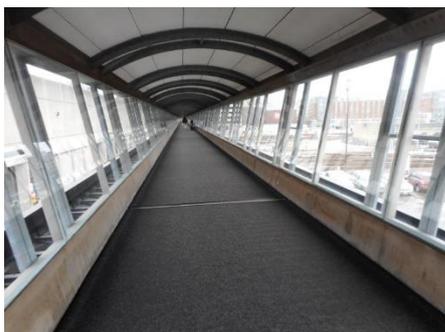
同じスタイルの「LIDL」がアメリカ進出していることで、さらに2社の競争が加速しそうだ

郊外の ALDI に地下鉄と徒歩で向かう

ALDI もヨーロッパ、オーストラリアからベンチマークしてきた

近くには UEGMANS もある

地下鉄の歩道橋



道は誰も歩いていない

ポツポツと雨が降ってきた

好きでなければこんな道を一人で歩きたくない場所だ

歩道は大雪でこんな状態

駅から20分ほど歩く



こんなものが落ちている 注射器だ
あまり歩きたくない道 ここはアメリカ
暗くなる前にここを離れたい
ショッピングセンター内の「ALDI FOOD MARKET」



入口を入れば両側に低価格の菓子売り場は変わらない
「ローコスト・オペレーション」のためパレット陳列が基本
段ボール陳列であるから「ボックス・ストア」と呼ばれている
しっかり補充してしまえば、2日~3日は補充しないで済むような気がする
不思議と空段ボールは一つも見ない



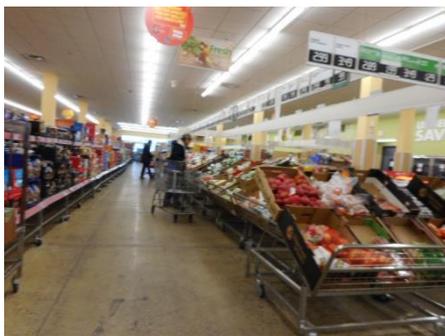
カラフルな段ボールであるが、LIDLのような統一感はない
ただ間違えて陳列することはない
最上段に大型のプライスカード
ローゴンドラを使い棚幅を十分とっている
1ドル以下のプライスが特徴



定番商品も段ボール陳列の基本は変わっていない

サイズが統一されているためこれができる
段ボールに合わせて個々の商品規格を作っているようだ
NB 商品ではこれができない

野菜、くだもの売り場は、第2コーナーと第3コーナーの中通路
これも変わっていない



ブロック肉はスキンパック包装

カット肉は MAP 包装
どちらも日付けは1週間ほど



魚の切り身のスキンパック
日本はこれができない
チルド商品、冷凍食品はリーチンケース



牛乳の価格は、1ガロン1.99~2.16ドルという圧倒的な安さ
ALDI が出店すれば、その地域の牛乳価格が下がるといわれている



卵は1ダース1.69ドル

ドアを開けて中をのぞいてみると

バックヤードの冷蔵庫直結型の陳列ケース

キャスター付きのロールインカートが奥に並んでいる

在庫が減ればカートごと入れ替えるだけ



冷凍食品も基本も段ボール陳列

冷凍食品売り場も、バックヤードの冷蔵庫と直結

バックから陳列できる小さなローラーがついた什器を使用

こうしたところにコストをかけている

それにしても不思議と空段ボールを見かけない

売場をよく見ている証拠だ



中通路のパレット陳列



ALDI も LIDL も コカ・コーラ を取り扱うようになった
2リットル 1.58ドル

ALDI は家電も PB 商品
得意のパソコンは見当たなかったが
よく見るとなかなか面白い商品がある
家電が意外と穴場かもしれない



立派なトイレも併設されている
ヨーロッパの店にはトイレがない
「トイレを貸して」といっても「できな」と言われる 従業員はどうしているのか
お土産にユニークな商品を購入
「電動鼻毛切り」だ
あまり価格は明かしたくないが、6.99ドル



裏の表示を見ると「ALDI」の名前が見える これも PB 商品だ
あればうれしい商品をよく研究している

ALDIは「ローコスト・オペレーション」を基本に低価格を実現している
しかし、ロールインの冷蔵庫など、ローコストにつながる投資は惜しまない
アメリカのスーパーマーケットは数百店舗を超えると「個店主義」「現場の裁量」が増えるなどと言われているが、
ALDIはこの変わらないスタイルで1500店舗出店してきた
「チェーンストア理論はもう古い」などと言われているが、「チェーンストアの基本(標準化、平準化、単純化)」ができているから1000店以上出店できた
ルールに厳しいドイツ人堅気だからできたかもしれない
スタイルを変えた「LIDL」、変えない「ALDI」の戦いが楽しみだ
怖いのは、ヨーロッパの都市の「ALDI」と「LIDL」を地図で検索すると、お互い8店舗~10店舗出店して共存していることだ
同じ商品を買っていないからそれができる
アメリカの小売業が変わりつつある
「ALDI」「LIDL」「TREDERJOES」どこも勢いのある企業だ

ボストン郊外の「ウェグマンズ」①

ウェグマンズはアメリカで100年以上続くファミリー企業

店舗数は95店(2017年現在)

昨年11月5日にボストン郊外メドフォードに約3,300坪の新店をオープンさせた

今回の目的は、ウェグマンズ メドフォードの「ミール・ソリューション」

特に「RTC 商品」の研究も目的

デリカやカフェなどはプロのクックが作った料理が特徴

日本のスーパーマーケットの多くがベンチマークしているが、ハードはマネできて、なかなかソフトがまねていない

数年前に「ウェグマン商品徹底研究」で1週間徹底的に商品の研究を行った

サービスアパートメントに泊まり、片道50分歩いて5日間通った

後になって、私有地を横断すれば40分で行けることを発見した

懐かしい思い出だ ウェグマンズの基本ゾーニング、レイアウトは頭に焼き付いている

ウェグマンズ最新店 ボストン メドフォードを視察

LIDL からあるいて10分



相変わらず青果売り場は市場をイメージさせる

アーチ型の入口、通路スペースを十分とり開放感がある

レイアウトはあまり変わっていない「FAMILY PACK」と書かれた大型パック

アメリカでは大型パックの販売が目立つ



壁に貼られた店長、売場責任者の写真

吹き抜けの天井

アメリカの店は天井の吹き抜けが多い



くだもの、野菜売り場

「SUMO」というデコポンに似た柑橘類

カルフォルニア産だ 日系の農場かもしれない

カットフルーツはインスタのせい、ホールフーズほどの迫力はない

アウトパックの葉物野菜のフック陳列

パックの中身が下に落ちないように設計されている



サラダのフック陳列

「先入れ先出し」も徹底できる

青果売り場は「ミール・ソリューションの強化」

丸物野菜が減り、インスタ加工のカット野菜が増えている



ヌードルカット

野菜を麺のようにカットしたもの

加熱用野菜カット

日本も将来はこうなると思う



加熱用野菜の大型パック

惣菜のオーダブル皿のようなトレーを使用

EZCOOKING(イージー・クッキング)のメニュー提案

食材と食材を組み合わせた提案が増えている



「乾燥カリフラワー」と「肉加工品」の提案

「CALIFLOWER RICE」と書かれている

米のように見えるがカリフラワーを刻み乾燥させたもの

水を加えればすぐに戻る

乾燥野菜にも力を入れている



気になるのは、丸物野菜の陳列ボリュームが少ないこと

お客の志向が加工野菜に変化しているのか？

中は2方向に分かれていて、直進すればくだもの、野菜売り場
左に曲がれば、スイーツ、デリカ、魚、肉売り場へと続く
このレイアウトは変わっていないが、デリカが強化されて売り場が広がっている
入口のスイーツ売場 奥がパン売り場



イタリアのドルチェ「カンノーニ」



チョコでコーティングされたカンノーニ

対面ケースのスイーツ ここはインスタ製造だ

今のところ、ゾーニング、レイアウトとも、ロチェスターで見たウェグマンズとあまり変わっていないが、目の前で作る「バーガーバー」が新設されている

特に大きく変わったのは「ミール・ソリューションの強化」だ

生鮮部門は、部門をまたいだ RTC(レディ・トゥ・クック)商品の強化

インスタの作業が増えているが、それは1店舗平均80億円以上も売れるからできること

さらに言えば、デリカの売り場が広がり、アイテム、陳列ボリュームが増えている

日本企業はベンチマークしてきたが、追いかけても、追いかけても追いつかないような気がする
「モノマネ」には限界がある

ボストン郊外のウェグマンズ ②

この店は昨年11月にオープンした95番目の新店

ボストンの人口は 667,137 人とそれほど大都市ではない

人種構成を見れば、白人は53%しかいない

約半数近くが有色人種だ

有色人種イコール低所得者というわけではないが、低所得者も多い都市



この店は2回見ているが、何か違う カフェのスペースは1階で200席ほどのスペース
客層を見ると、中間層ばかりではない
デリカ売り場 量り売りの売り場がかなり拡大されている



両側からとれる仕組み

トレーに好きなだけ入れて、最後に重量を量り値段をつける



サラダのアイテムが多い

意外と陳腐な揚げ物



グルメ感は少ない 大衆品ばかりのメニュー カットピザ



スーパーの種類も少ない

地味な寿司売場



握り寿司が少なくカラフルではない 黒めのソースがかかっている黒っぽい巻きずし

寿司売場に和菓子

カラフルな一口大福の詰め合わせと海草サラダ



品揃えは少ないが「刺身」も

マグロとサーモンで15ドルはいい値段だ 「和食は高く売れる」



パック詰め惣菜商品の品揃えも増えた
脚立を使って商品を陳列



5℃保存で消費期限は4日間ほど 4日あればこれくらいの陳列量は可能だ
名物の「チキングリル」 16ドル 2人～3人前でトレーが統一されている
個人の場合は、量り売りコーナーか対面コーナーで買うことになる



プルドポーク 17ドル ペンネ 18ドル



「EZ MEAL」売場

セットメニュー売場



メイン1品、おかず2品 日本の弁当に似ているが炭水化物がついていない
日本の「一汁三菜」の「三菜」ようなヘルシーメニューだ 3品盛り合わせ 9ドル
これはパーソナル商品

ロースターキープレート 8ドル



対面量り売りコーナー グルメというより普通のメニュー 茶色い商品が多い

デリカ売り場の構成

1. セルフ量り売りコーナー(冷、冷蔵ケース)
2. チルドアウトパックコーナー(冷蔵ケース)
3. 対面量り売りコーナー(冷蔵ケース)
4. オーダーによる製造コーナー(カフェ、バーガーバーなど)

冷凍食品を加えれば「3温度帯」の品揃えが完成している

日本のような「常温保存」商品はないが、デリカのあらゆる可能性を追求している

メニュー構成から見て、ロチェスターの店の品揃えとは少し違う

ロチェスターに比べて人種構成が違うような気がする

中間層から少し下げた品揃えであるようだ

グルメを標榜するような店ではないことを感じる

ウェグマンズ③



RTC 商品(下処理され料理するだけの商品)の徹底研究

ここが注目の売場

12尺ほどのチルド売り場 チルドのトレー入り商品と袋詰め商品が陳列されている



これが最近ウェグマンズが取り組んでいる RTC 商品

深絞り包装は賞味期限が2週間ほどあるため、工場製造のようだ

アルミトレーにラップ®包装された商品 食材は生を使用

ラップシールからインストア製造のようだ



深絞り包装の商品

ソースの中には生肉の食材 普通は完全調理済みで、再加熱する物が多いが、わざと生の食材を使っている ソースや肉に菌数が多いと腐敗につながる

何品か購入して試食してみた

この研究のためにキッチン付きのアパートを借りている 試してみないと分からない

トレー入りは消費期限はチルドで2日~3日 ラップをはがしてアルミトレーごとオープンで加熱

「Stuffed Beef Flank Steak(チーズとハーブを牛肉で巻いたもの)」 7.93ドル

華氏350度のオーブンで20分~25分加熱



「Beef Pizzaiola with Sauce(野菜を牛肉で巻いたもの)」 8.5ドル

摂氏350度のオーブンでソースを絡めて40～45分加熱

「Lobster Stuffed Haddock(ロブスターをタラで包んだもの)」 10ドル

華氏400度のオーブンで20分加熱



深絞り包装の商品

生の食材をソースに漬け込んだもの

賞味期限は2週間ほど

「ASIAN STYLE BBQ BEEF SHORT RIBS(牛ショートリブのBBQ)」 12. 31ドル

袋のまま摂氏325度のオーブンで45分～60分加熱



「SUNDAY SAUCE(生のソーセージ、ミートボール、鶏肉は入ったトマトソース)」 3. 21ポンド 1

6. 02ドル

量はけっこうある

華氏325度のオーブンで、1時間30分加熱

「Colored Pepper Blend」 7.42ドル

インスタ製造で消費期限2日

切ってトレーに詰めただけで約900円

パプリカは肉を柔らかくする酵素が入っている

4色あるので彩もいい



カットされたパプリカをトレーの隙間に全部埋める

摂氏350度のオーブンに入れる 大型のオーブンがあるからできること

1品ごと温度を変えていたら時間が価格のため、華氏350度(摂氏165°C)くらいで様子を見る
出来上がり見ながらオーブンから取り出す



完成品 肉から肉汁が出始めている



中はミディアム状態 これ以上加熱したら肉は固くなる

ハーブとチーズとの相性もいい

牛肉の野菜巻き



先にソースを半分絡めてから、焼くべきであった
肉の表面が少し硬いが、ソースの味は本格的

タラの生臭さは一切ない 鮮度がいい
ちょうどいい温度で取り出せた



ロブスターをタラで巻いた贅沢な料理 一番おいしかった

トレーの進化

普段、アルミは電子レンジに入れてはいけない」と教えられてきた

パチパチと火花が飛ぶ経験があると思う

しかし、このトレーは「電子レンジも OK」

食べ残したものを冷蔵庫に入れておいて、後から電子レンジに3分入れたが、問題はなかった

深絞り包装の商品

なんと、袋を開けずにそのままオーブンに入れろと書かれている

これは驚き

摂氏165°Cでフィルムが解けないのか？

それに、中が沸騰して袋が爆発しなのか？



100°C以下の袋調理は考えられるが、100°Cを超えると「レトルト食品」の領域

この調理法は、あまり常識では考えられない

とりあえず、書かれているように加熱してみる

うまくできた 袋は焦げていないし、爆発もしていない

少し中からでた空気がたまっていたが、爆発するほどではない量



牛リブローズの中はミディアム状態 これが抜群においしかった これ以上加熱したら、とことん加熱してシチーのように柔らかくするしかない こういう食べ方があるのかと感心する



もう一つのソーセージシチーのようなものも袋は破れていないが、少し膨らんでいる
キャセロールに移す



ソーセージのカットと鶏モモ肉、ミートボール

左から鳥もも肉、ソーセージ、ミートボール イギリス料理の「ソーセージ・シチュー」によく似ている



驚異の調理方法

1. オープン温度165℃の袋調理は可能であった
2. 生の食材を使うことは可能
3. 200℃くらいまで耐えられる包材を使用
4. 電子レンジでも対応できるアルミトレイであった
5. コックが作った料理がそのまま家庭でできてしまう

まだほかにも試してみたい商品もあったが、今回はここまで

次回は、店全体についてレポートします

新しい取り組みが3つほどあった

明日は、ニューヨークからくる A 氏と合流

さらに、日本から B 氏(肉のプロ)もボストンにきて、シーフードのディナーをごちそうしてくれるとのこと お互いのスケジュールの都合で残念ながら、B 氏とは夕飯をご一緒するだけ

私たちの基本は現地集合、現地解散

ウェグマンズ③

残りの特徴ある売場、商品を簡単に説明します



魚売場の基本は対面販売 必要な量だけの量り売り

売り方はどこのスーパーマーケットも同じだが、トレー入り商品はない

ボストン名物「ロブスター(オマール海老)」



胴部分だけ4個入って36ドル 1個約1000円、そうそう食べられるものではない

韓国明洞の屋台を思い出す

サイズ別に分けて焼かれたものが、1個1200円～1500円で飛ぶように売られていた

日本ではあまりお目にかからない

ボイルロブスター(オマール)のむき身もある サラダと一緒に提案



肉売り場 ここも固まり肉は深絞りパック



鶏肉も形態は違うがスキンパック

この売場に注目

欧米では肉を保存するために、オリーブオイルや肉の脂肪に漬け込む習慣が昔からある

日本の「味噌漬け」や「かす漬け」「西京漬け」などと同じだ

「Marinated Meals」と書かれている

「漬け肉」の意味だ



鶏肉のマリネ 深絞りパック入り

よく売れている



豚肉のマリネ

牛肉のマリネ



「J」DELI MEALS & CHEESES 温度管理して作った自家製チーズ 新しく取り入れられた部門



袋詰めの簡易包装だが、ファスナーがついている

左上にはジッパーのつまみ 売場にも置いてあるかと調べたが、日本にもあるメーカーのものだけであった

チルド売り場



カラフルな充填豆腐 2個パック



チルドリーチ売場 牛乳や卵など補充頻度の高いものはリーチインで販売
裏がバックヤードの冷蔵庫になっている



牛乳売場 最下段をみるとキャスターはついていない 固定式だが、後ろから補充可能
卵売場 奥から補充する同じ仕組み ALDI はロールインごと交換できるようになっている
一部コンビニでも採用されたことがあるが、あまり広がらなかった



バレンタインチョコレート展開



エンド部分

バレンタイン用の花束 菓子売り場のすぐ近くに花売場



バレンタインのグリーティングカード

売場とよく連動している ストレートスーパーストックのエンド
残念ながら「和風だし」はない



冷凍食品売り場 冷凍野菜も充実している

ウェグマンズ④

もう一軒のウェグマンズに向かう



土地が段差があるため、上から入れば酒売り場、下から入ればスーパーマーケットになっている
2年前のアメブロのこの写真(出所は写真上部に)見てください
あまりコピペはしたくないのが私の信条だが、
かつてウェグマンズと日本の「魚力」の魚企画「築地市場」
当時は相当話題になったようだ
どこの店だかぜんぜん分らなかったが、ついに場所を突き止めた



天井部分に注目 ブログの写真と同じ店だ
ついに見つけた
魚売場のスタッフに上の写真を見せて
「これを企画したのはこの店か？」と聞くと
「そうだ、2回ほどやったことがある」と答える
「次回の計画はあるのか？」と聞くと
「わからない」と答える

以上で、ボストンのレポートは終わり

新しい取り組み

1. バーガー・バーと「バズコーヒー」「ニトロコーヒー」を取り入れたコーヒーショップ
 2. チーズ工房 ハイテクを使ったチーズの熟成室
 3. RTC 売場とマリネコーナー
- ウェグマンも進化している

ボストン「MARKET BASKET(マーケット・バスケット)

「奇跡のスーパーマーケット」の原書は「WE ARE MARKET BASKET」

私はすでに帰国していたので、A氏とB氏がハーバード大学の書店まで行って買った写真を送ってくれた



太田美和子氏翻訳の「奇跡のスーパーマーケット」

たけしの「アンビリーバブル」でも紹介された

今月号の「食品商業」でも紹介されている

「答えがここにある」と書かれていれば、見に行かなければ

本の内容を簡単に説明すれば

登場人物は、創業者の孫である「アーサーT」とこの「アーサーS」

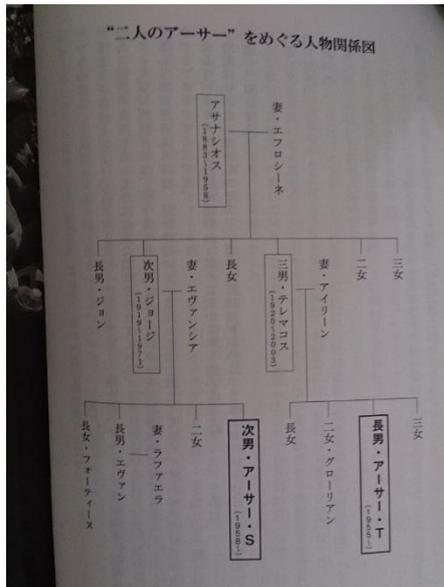
アーサーTは、顧客、取引先、従業員、株主の順で優先していた

一方、筆頭株主であるアーサーSは、株主を最優先し、株主総会で社長であるアーサーTを解任した

ベルギーの小売業「デレーズ」に会社を売却する計画があった

それに対し、前社長を支持する、お客、取引先、従業員が強く反発し、抗議運動を起こした裁判まで起きた

その結果は本を読んでいただきたい



マーケット・バスケットの概要(食品商業今月号より)

非上場企業だが、記事によると、

売上高は推定45億ドル(約5000億円)

店舗数79店舗

1店舗当たりの平均売上約60億円

取り扱いアイテムは約50000品目

営業利益率約8%

低価格ながら超高収益企業

マーケットバスケットの歴史

マーケットバスケットは、アメリカマサチューセッツ州、メイン州、ニューハンプシャー州を中心に79店舗を展開

1916年創業、ギリシャ移民の兄弟が食料品店を立ち上げた

100年以上続く食品小売業 現在の社長アーサーTは3代目

低価格と幅広い品揃えで地域の信頼を集めた

同じボストンにある、「ウエグマンズ」との共通点も多く見つけた

ウエグマンズの歴史

偶然にも、

ウエグマンズの創業も同じく1916年

両社とも親族経営で100年以上の歴史を持つ食品小売業

ウエグマンズの1号店は、ニューヨーク州ロチェスターに「ロチェスター・フルーツ&ベジタブル・カンパニー」を開店

当時から300席を持つカフェテリアを持っていた
ウェグマンズの「グローサレント」の歴史は100年以上ある
今の社長もウェグマンズ家出身で4代目

1916年頃のアメリカに何が起こっていたか？
ヨーロッパでは「第一次世界大戦」が勃発(1914年～1918年)
それにより、多くの移民、難民がアメリカ、ボストンに押し寄せた
なんと、その時期に両社とも創業している
人が動けば、物が動く 新しい商売ができる
必要、必然でスーパーマーケット業態が生まれた
両社の大きな違いは、
マーケット・バスケットは「コモデティ型」に対して
ウェグマンズは「ミール・ソリューション型」だ
この2社の比較は面白い
創業から100年経っているが、その方針は変わっていない
これが親族会社の強みかもしれない

ボストン郊外のマーケット・バスケットを視察
こんな店は最近見たことがない



土曜日であるためか駐車場は満車

レジは35台以上あるがお客様の行列
久しぶりに興奮する売り場を見た
30年、40年前のダイエーの年末売場を思い出す
この店を見た、客数予測の天才 B 氏は「100億円は売っていると分析」
後日、マーケット・バスケットを7店舗も視察した A 氏と B 氏(ほとんど病氣(笑))は、ここが一番売れているという



入口の右側はデリカ売場
寿司売場は裏巻き寿司が中心
どれも10ドル以下で売られている
懐かしいトレーが使われている



オリジナルサンドイッチは2.99ドル
本によると、創業当時は「ポークサンドイッチ」が名物と書かれていたが、それは見つからなかった

インスタのロテサリーチキンは4.69ドル
売れていて冷める暇がない
地域最低価格



チルドのパスタ売場
オープンで温めるだけの商品



ペンネの大型パックが10. 21ドル 3人~4人前のボリューム

ハンバーガーショップ

「アンガスビーフのチーズバーガー」がポテト付きで、2. 99ドル

安い一言



対面スイーツ売場



カラフルなカップケーキはイギリスの影響か 2ドルほど

カンノーニは1. 99ドル ハーフサイズ0. 99ドル イーターリー、ホールフーズの半額以下だ



ドーナツ 0. 79ドル均一

チーズケーキ ホール 3.99ドル



アメリカらしいカラフルな冷凍ケーキ

店の天井からこんなボードが吊るされている

「SUPPORTS NEW ENGLAND FARMERS」

「FRESH TO YOUR TABLE」



ローカル企業であるため、日本でいう「地産地消」と同じ地元の野菜を販売

ボストンの緯度は北海道の札幌と同じ

できる果物も限られている 見事なりんご売場



洋ナシ売場 これも地元商品だ

売場の特徴は、パン、スイーツ、冷凍ケーキ、カットフルーツなどの甘いものは一か所に集めている ボードにもあるように

マーケットバスケットは「地産地消」を標榜するローカル企業と思うかもしれないがそれは間違い！

こんな売り方があるのかと驚く

マーケットバスケットの「裏甸マーチャダイジング」と「ロングテール戦略」

「裏甸 MD」は、甸でないものを売ること

「ロングテール」とは、「販売機会の少ないアイテムでも幅広く品揃えすること」

日本では青果物の相場が高く消費者、加工業者が悲鳴をあげている

他の物売れないかと思う

果物売場には、みかんといちご、りんご、バナナしか並んでいない

しかし、マーケットバスケットは違う



「地元の農家をサポートしている」というボード

だれもが「地産地消」で売るのが限られていると思われるかも知れないが、

売場を見れば真逆 世界のくだもの、野菜が並んでいる

「地産地消」を標榜するのであれば、この時期に地元の果物は「りんご」と「洋ナシ」しかないはずだ



外はマイナス5℃の中、「スイカ」を売る！

売れていなければここまで陳列しない

これは、アメリカの他のスーパーマーケットでもここまではしていない



しかも安い 4切れ入って1.4ドル
半割のパイナップルとパパイヤ この陳列量



価格はなんと、1.72ドル

そのほかこんな品揃え

価格は1ドル~2ドルと価格設定が上手



「ジャックフルーツ」まで小分けで売っている

何度も言うが、ボストンの緯度は札幌と同じ

最低気温マイナス15℃、最高気温マイナス5℃の地域だ

しかし、部屋の中は乾燥し喉が渇く、ビタミン類も不足する

「WINTER MELON」と書かれている

冬瓜か？



パイナップルの大陳



パパイヤ 1ポンド 1.29ドル

メロン、スイカの他に柿まで置いてある



サボテンの実

主に南米からの輸入だと思われる

これだけ、真冬に品揃えできる、「調達力」「販売力」を持っている

50000種類の内容は、「ロングテール」の品揃えであった

青果物も世界から集めて「裏甸マーチャンダイジング」を行っている

さらに、世界の野菜も集めている

その理由は、ボストンの人口構成にあった

少し古いが、2007年のアメリカ・コミュニティ調査によると

白人 50.0% (2009年推計は53.5%)

黒人 22.2%

ヒスパニック 11.5% (2009年推計15.7%)

アジア 8.7%

約50%が白人以外の人口であった

まさに人種のルツボだ

そのために、世界にもマレな、インターナショナルの品揃えの結果、ロングテールとなったと思われる

とにかく店を見ていると世界の食材が集められ面白い



キャッサバ 蒸かして食べたり、タピオカ澱粉を作る
料理用バナナ 硬く甘味はない



バナナの葉 タイから輸入されたもの
皿の代用になったり、食材を包んで蒸し焼きにする
青パパイヤ 千切りにして「パパイヤサラダ」に使われる



ココナツの実 中にはココナツウォーターが入っている
左は「タロイモ」のようだ
パクチーなどアジアの香菜 鮮度がいいため、地元農家のハウス栽培か



空心菜 これもハウス栽培かも
中国野菜はターサイと青梗菜



時期外れのコーンとインゲン これも「裏旬 MD」だ
アロエベラ

苦い皮を剥いて、中のゼリー状物を食べる



サトウキビ

竹のような皮を剥がして中を汁を吸う
沖縄土産で真空パックで売られている
アジアでは压榨機を通してジュースにしてくれる

むきニンニク

これだけの量を陳列する



ここは、アジアの市場でもスーパーでもないアメリカ北部
まだまだ細かく見ればいろいろ珍しい野菜がいっぱい
あらゆる人種に対応した品揃え こんな店おもしろいは見たことがない

結論、

「スーパーマーケットは、ないものを調達するのが仕事だ」

「旬の時期はどこも商品が溢れている」

これは、ある優良ローカル企業の元経営幹部の話

しかし、実際に売場を見ないと納得ができないでいた

「マイナス気温の中、スイカ、トロピカルフルーツを売る」

冬だから、「みかん」と「いちご」と「りんご」「バナナ」しかないのでは、お客も買うものはない

どこのスーパーマーケットもほとんど同じ品揃え

バナナがあって、なぜトロピカルフルーツを積極的に売らないのか？

また、この時期にあるはずのない野菜が売られている

「百聞は一見に如かず」 売場を見て感動した

こういう商売もある

まだ商売のチャンスはいくらでもあるな

日本の SM は「裏旬マーチャンダイジング」「ロングテール」の研究をしてほしい

マーケット・バスケットの「ローコスト・オペレーション」について

今まで見てきたアメリカのスーパーマーケットとは全く違う

40年前にタイムスリップした感じだ

スーパーマーケットの原点がここにあるような気がする

そのほかの売場を紹介します



精肉売場

要望により、肉をカットしますと書かれている



納品されたままのパッケージで売場に陳列

一応価格も付けられている

業務筋にとってはありがたい



精肉売り場

インスタパックが多く、MAP 包装やスキnpackはほとんど見かけない

US 牛チャックロースト

3. 25ポンド(1. 45kg) \$6. 55(786円)

これは一人では食べきれない

ラムが評判がいいらしい

時間があれば買って焼くのだが、時間がないため諦める

またの機会に挑戦しようと思っている



ブロックハム売場 スライス物はない



とんでもなく安い よく見ると

8. 45ポンド(3. 8kg) \$8. 37(1000円)

賞味期限は1か月以上ある

丸鶏は、5.59ポンド(2.5kg) \$7.77(924円) 客は低所得者が多いため、肉はよく売れる



魚売場の対面 これはどこも同じ



丸魚のトレー入り 切り身はない 詰め方に少しムリはあるが、インスタアの魚のパックは珍しい
尻尾が折れているが、日本の売場のような



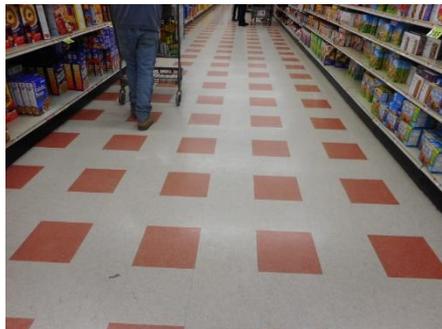
塩ダラをこんなに品揃えしている店は少ない

牛乳売場



1ガロン 2.59ドル この陳列ケースの古さ

チーズもインスタアパックだ



ドライ食品売場の通路は約3mと広い
パレットが通っても通路幅を確保するためだ



商品補充

左は補充用カート 右は段ボールを入れるカート
手前のカートは現在使われているショッピングカート



一代前のショッピングカートを大切に段ボール用として使用していることがわかる
物を大切にしている

このショッピングカートの行列は？

レジ待ちではない

反対側が青果売り場で人が混雑しているため、カートをここに置いて買い物
バッグも置かれている

客同士の暗黙の了解



まだ紹介したい売場、商品は多いがこの辺で
次はさらにコテコテの店を紹介します
さらに、ローコスト・オペレーションについても

マーケットバスケットレポート最終編

売り場面積は 600 坪ほど 日曜日であったためここも駐車待ち



「DEMOULAS」の名前の入ったショッピング・バッグ
社長のアーサーT デモーラスの名前がプリントされている

本には、マーケット バスケットの運営コストを低く抑える方法が書かれている

1. 「営業時間の短縮」

競合店に比べて、マーケットバスケットの閉店時間は夜 9 時と早い

2. 「営業中の商品補充」

マーケットバスケットでは、商品補充の 95%は日中に行われている

3. 「プロフィット・シェアリング(利益分配制度)」

モチベーションが高く、作業スピードが速い

4. コンサルティング・セールス

会話をすることで、販促コストをかけなくとも買上げ点数がアップする

この本は、アーサーT とアーサーS の戦いだけでなく、商品戦略やローコスト・オペレーションについても詳しく書かれている



低価格販売ではあるが、一部サッカー(袋詰め)サービスもある
よく見ると、袋詰めをしているスタッフが見える



2 店舗見て確認したが、どうも一年以内のスタッフがその担当だ
マーケットバスケットのネームプレートには、勤続年数が書かれている

「I am Your Service」 サービス係と書かれている

客とのコミュニケーション訓練のためと推測する

このレジアウトの棚はなんだ？

何も書かれていないが2つの棚に物が置かれている

手書きで商品区分名や破損品などと書かれている



パンなども置かれている
もしかして、無料配布商品か？
いろいろ書けば店の責任が発生する
それにしても、この鉄製の棚の古さ

冷蔵ケースも時代もの
床の色使いはずいぶん前に流行ったデザイン



手前に見えるカートは新品だ
肉売場



日本の肉売場そっくり
殆どがインスタパックだ



ローストチキンの値段はどこも同じ

魚の丸物パック



魚売場には干物のようなもの
ここにも塩ダラ



カップに入っているのは魚フレーク 桜田夫のようなもの
冷蔵ケースの上段に雑貨類の関連陳列



何も POP はついていないが、バンドル販売の意味



隣は倍の値段の1本売り

上商品は1本分の値段で2本買えるという意味

商品補充風景



何がスゴイかというと

かなり古い鉄製カートを使用 ある日本の会社の倉庫で同じような台車を見つけた
聞いたところ 30 年以上前から使われているらしい 大切に使えば長くもつ



ショッピングバッグ「MORE FOR YOUR DOLLAR」



以上で、マーケット バスケットのレポートは終わり

まだ見足りないので、今年中にもう一度行って、さらに詳しく調査する予定

創業時期が同じ「ウェグマンズ」と「マーケットバスケット」「ウエッグマンズ」は「ミール・ソリューションの深堀」「マーケットバスケット」は「コモディティの深堀」

両企業の比較が面白い

機会があったら、両極の両社を比較してみると面白いです

ボストンの港と市場

クリストファー・コロンブス・ウォーターフロント

かつては移民がここから上陸したであろう港

古い港だ



案内図

「ニューイングランド」と呼ばれるように

イギリスの昔ながらの街並みと同じ



歴史ありそうなブリティッシュパブ

「フェニエル・ホール・マーケットプレイス」

かつては生鮮市場であったようだが、今は生鮮物は扱っていない



情緒あふれる建物

ヨーロッパの市場の建物と同じ

ここにも UK 発「WAGAMAMA」

オーナーは香港出身 これが日本食だと思ってもらいたくない

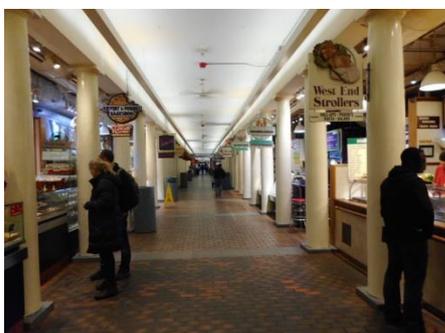


かつての有名人の銅像



バスケットの選手の靴

建物内 まだ時間が早く開いていない店もある



中央のシャンデリア

ボストンの名産品は「オマール海老」「牡蠣」「海老」「ホタテ」

ボイルしたオマールの殻を取っている



ボイル海老とボイルロブスター、サンドイッチとサラダの店

オイスターバーはまだ開店していない



寿司バー

こんなチラシ寿司が8ドル ボリュームたっぷりだ



惣菜屋の量り売り 串刺しとローストチキン ローストチキンはここまで焦げ目をつける



盛り合わせプレート スイーツ屋



夜はみんなとシーフードを食べる予定であったので、ここでは何も食わず
あまり食欲をそそる料理はなかった

ボイルストン・ストリート「Atlantic Fish」

歴史あるシーフードレストランを、遅れて参加した肉の専門家 B 氏が予約してくれていた
B 氏、野菜の専門家 A 氏、私と3人で会食



店内の様子 メニュー



スタターはまず2種類のオイスターから 粒は小さいが味は濃厚
せっかく3人いるので、スープをシェア
あまり飲みすぎるとお腹いっぱいになってしまう



野菜とシーフードのスープ
シーフードの出汁がよく効いておいしい

本場のクラムチャウダー

これも濃厚



オマール海老のビスク

これは最高 絶対抑えておきたいスープ

シーフードグラタン

クラッカーのようなものと野菜ステックに付けて食べる



ホタテのベーコン巻き香草グリル

日本ではホタテが高騰していてなかなか食べられない

肉厚でこれもうまい

添え物のレモンには、ネットがかぶせてある

種や身が出ないようにシャレしている



ムール貝のブイアベース

ここのムール貝はデカイ

いよいよロブスターの登場

食べる前に、お腹がいっぱいになってしまった

ロブスターは、1ポンド、2ポンド、4ポンドのサイズがある

これは2ポンド



シーフードを満喫させていただいた

満足、満足

ここは肉専門家のB氏のおごり

ご馳走様でした



ボストン美術館

地下鉄に乗って向かったが、歩いても大して遠くないのが後でわかる

左右対称で日本の明治、大正時代の建物によく似ている



日本の漫画企画があるようだ

駅の案内「MURAKAMI TSUJI・MFA」と書かれている



入口にはネイティブアメリカンの銅像 アジア館内の日本の展示



魯山人の焼き物 能の衣装か



明治天皇に掛け軸

仏像も多く展示



元の場所に戻したほうが自然

指の解説



モネの展示館



「睡蓮」はあまりにも有名だ

ジャポニズム

19 世紀中頃、万国博覧会にて日本美術が展示され、それが多くの芸術家に影響を与えた
クロード・モネの「ラ・ジャポネーズ」もその一つ



モデルになったのは妻の「カミーユ」
着物の下の部分は歌舞伎柄



カミーユが持っているのは扇子
奥は日本の団扇

妻カミーユは黒髪であった
子供と戯れるカミーユの絵
その髪の色は黒
かつらをかぶってモデルになっていた



右下はモネの子供
絵の前で記念撮影

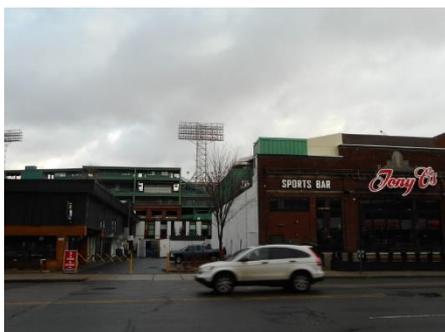


外の日本庭園



雪があるため立ち入り禁止
かなり日本色の強い美術館だ
展示品は元あった場所に戻してほしい

アパートから歩いて「パークリー音楽学院」へ向かう
奥に見えるのはボストンレッドソックスのフェンウェイパーク



イギリス様式の建物
ボストンは「ニューイングランド」と呼ばれていた

フェンウェイパーク・ガーデン



こんな石造りの橋
まるでロンドンだ

誰か分からないが、銅像も見える



バークリー音楽学院の建物

カリフォルニアのバークレーは「BERKELEY」

ここのスペルは「BERKLEE」

よく間違える



石造りの正門

音楽家のたまごのあこがれの地



結局、食べられなかった「ブリオッシュバーガー」



宣伝広告が駅に貼られている

卵の黄身を割るのがポイント バンズ、チーズ、ベーコン、半熟卵



ミートパティが入っていない 次回は回そう

短い時間であったが、ボストンはいい街だ



JAL 便が成田～ボストン間に飛んでいる

チケットはそれほど高くない



機内食



サーモンとペンネ

次もパスタ



ご飯が食べたい

以上、ニューヨーク、ボストンのスーパーマーケット見聞録は終わり
レポートは現地を書いていかないと、帰ってから大変
6月にもう一度、ボストン～ニューヨークへ行く予定だ
今度はもう少し余裕をもって商品の研究をするつもりだ

「マーケット・バスケットvsウェグマンズ」のセミナーも企画しています

ありがとうございました