

# 流通とSC・私の視点

2007年8月4日

視点(797)

I Saw All America (その107) !!

アメリカの食品業界のグレード・バザール分類

アメリカの食品業態を「バザール軸・セルフ軸」を基軸に、グレード軸や日本のバザール型業態を付加すると次のようになります(六車流：流通理論)。

		アメリカ		日本のバザール業態
		セルフ業態	バザール業態	
High Grade	Grade 1	トレガーズ		
	Grade 2	ゲルソنز バヤリース		ホテイチ
	Grade 3	ブリストル・ファームス		高級名店街 (百貨店ナカ・デパチカ)
Middle Grade	Grade 4		セントラルマーケット ウェグマンズ	中級名店街 (SCナカ・デパチカ)
	Grade 5	パブリックス ユークロップス トレーダージョーズ	ホールフーズマーケット ディーン&デルーカ	大衆名店街 (SCナカ・新市場) ディーン&デルーカ
	Grade 6	クローガー、 セーフウェイ、 A & P、H E B	ゼイバース イーチーズ	
	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	築地市場、黒門市場、 錦市場
Low Grade	Grade 8	コスコ	スチュー・レオナルズ	
	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		日本式市場
	Grade 10	カプフーズ、フードフォレスト、 セイブ・ア・ロット、 アルデイ、アホールド、 フレッシュ&イージー	ファーマーズマーケット フィシャーマンズマーケット	ファーマーズマーケット フィシャーマンズマーケット

セルフ型の食品業態に対して、バザール型の食品業態が、アメリカでも日本でも増加しています。

バザール型の食品業態とは「内食(食料)よりも中食(惣菜)のウエイトの高い食品業態」や「セルフ販売よりも対面販売のウエイトの高い食品業態」や「店内製造小売のウエイトの高い食品業態」のことを意味します。

食品業界の勝ちパターンの要因は、「品揃え」「鮮度」から「安さ」「おいしさ」へ、さらに「健康」「珍しさ」へと移っています。

すなわち、豊富な品揃えや鮮度の高さは必要条件ですが、現状においては定番化(あたりまえ化)された要因であり、勝ちパターンの十分条件とはなりません。また、安さやおいしさは今風のニーズに合った要因ですが、でも、あたりまえ化しつつあり、今後の強力な勝ちパターンの十分条件にはなりません。今後の食品業態の勝ちパターンの条件は、「健康な食品であること」と「日常の中の新である珍しい食品があること」です。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代 表 六 車 秀 之