

献立提案、「連動」がカギ

働く女性や主婦らにとって日々の食事メニューは悩みの種だ。スーパー各社は献立提案に知恵を絞って問題を解決し、需要を取り込もうとしている。そんな各社が意識し、視察に訪れる米国の同業がある。ウェグマンズ・フード・マーケット(ニューヨーク州)だ。取り組みの柱は有料のレシピ本と徹底した食材の組み合わせ販売。このほど実施した約 10 店への視察をもとに、日本でも参考になりそうな事例を紹介したい。キーワードは「連動」だ。

米ウェグマンズに見る最新事例

ウェグマンズはマサチューセッツ州やニューヨーク州、バージニア州など東部に別店(6月 20 日現在)を展開。米「フォーチュン」誌「働きがいのある会社ベスト 100」の常連だ。全米小売業協会(NRF)の月刊誌「ストアーズ」の全米小売業ランキングでは 2012 年度の売上高が 11 年度比 9%増の 67 億 3600 万ドル(約 6800 億円)。6600 平方メートル以上の広い店には約 7 万品目を並べ、ほぼ 1 割がプライベートブランド(PB)という。「食に対する専門性の高さ」や生活必需品の「徹底した値ごろ感」を売り物に広域から集客している。

専門性の高さを支えるのが豊富な献立提案力。年 4 回発行のレシピ本「menu」が柱になっている。1冊4ドルだが、週末ともなると menu 片手に買い物をする人が目立つ。10ドル分のクーポンが同封され、有効期限は3カ月程度。うまく使えば十分に元が取れる。

各号で紹介するレシピの数は約 50 で、いずれも本格的だ。使う材料と調理した料理の写真は同じページに載せてあり、イメージしやすい。料理の写真はできたて感にあふれ、「自分でも作ってみよう」と思わせる。

menu は売り場を連動させ、買い物に無駄な時間と手間をかけずに済むようにもしている。材料はウェグマンズの独自商品が中心で、写真入りで掲載。売り場の棚には「as seen in Wegmans menu」といった店頭販促(POP)があり、作りたい料理にどの材料が必要かがすぐに分かる。menu の表紙と同じデザインのチラシを使うなど販促でも連動させる。日本でもレシピ集を配るスーパーはあるが、ウェグマンズほど売り場と一体になった印象を受けない。

メニュー本と売り場一体

menu で紹介する料理は、調理にかけられる時間や手間ですぐに買う状態を選べる。一部は総菜コーナーに完成品が並び、自分で調理する時間がないときはできたてを買って帰れる。

食材の売り方は幅の広いグルーピングが目立つ。カット野菜のコーナーは用途の表記を「サラダ」

「いため」「網焼き(BBQ)」「串焼き」「間食(スナック)」「詰め物」などと設定していた。お客様が献立を考える時のヒントを売り場にちりばめている。

食材は何に使うのか分かりやすいだけでなく、汎用性もある。例えば、BBQ用の「ズッキーニとイエロースカッシュ」は「味噌とショウガのグリル」「ペルー風カリカリ野菜のマリネ」など何種類もの料理に使え、menuに作り方も載せている。使い勝手が良いうえ、「まとめて買っても余らせずに済む」安心感も提供している格好だ。

日本のスーパーも、用途別に切った肉と総菜調味料を精肉売り場に並べ、包丁を使わずにおかずが作れるといった提案例が最近増えている。ただ材料はウェグマンズほど何通りもの料理に使えるわけではない。

食材を組み合わせる提案するには部門間の連携も欠かせない。ウェグマンズは生鮮分野で積極的に取り組むことで、購入点数の増加につなげている。一方、日本では生鮮食品と加工食品の組み合わせは目立つが、生鮮品同士の組み合わせはさほど盛んではない。

ウェグマンズの青果コーナーでは旬のアスパラガスと、ベーコンは生ハムとを組み合わせで売っていた。カット野菜コーナーにはサイコロ型に切った加工肉のパンチェッタと一緒に置くなど野菜と肉類を当然の様に組み合わせで販促。精肉コーナーでは肉を柔らかくし、口当たりをよくする生のパイナップル、鮮魚コーナーではカルパッチョやマリネに使うパプリカやタマネギを併売するといった取り組みも目立った。

こうした組み合わせ販売には広いスペースを使って商品をたくさん並べていることが多く、思わず足を止めるお客様が多かった。日本では作業の煩雑さや何の売り場かが分からなくなるリスクなどから生鮮食品同士の組み合わせ販売に積極的な姿勢が見られない。だがポイントを絞り込んで大胆に展開すれば、ウェグマンズのような効果を見込めるのではないだろうか。

米国にはホールフーズ・マーケットのようにオーガニック(有機栽培)食品を中心に扱い、特徴を出しているスーパーもある。ただ献立提案を軸に顧客と向き合うウェグマンズも引き続き、日本のスーパーの「教科書」であり続けるだろう。

(アズライト代表 榎本博之)