

自然食品SMがアメリカ全土に浸透しつつあります。最大手の「ホールフーズマーケット」が現在 299 店舗 (2010 年) で展開しています。近未来には 1,000 店舗体制を計画しています。

アメリカの自然食品SMは、ホールフーズマーケット以外に、「サンフラワー・ファーマーズマーケット」(32 店舗)、「スプラウト・ファーマーズマーケット」(98 店舗)、「トレーダージョーズ」(355 店舗) が存在しています。

中でもホールフーズマーケットは自然食品とグルメ食品を融合させ、コンセプト (オーガニックな自然食品のニッチなマーケット) & マーケティング (グルメ食品を付加することによりマーケットのマス化) 戦略を展開し、ローカルチェーンからリージョナルチェーン、さらにはナショナルチェーン化しつつあります。ホールフーズマーケットは現在 299 店舗で、人口 98 万人に 1 ヶ所立地しています。今は、ローカルチェーンとリージョナルチェーンの両面を持っていますが、近未来に 1,000 店舗体制 (売上高は推定 3 兆円目標。現在は約 1 兆円弱の売上実績) となり、ナショナルチェーン化が進みます。

ホールフーズマーケットが 1,000 店舗体制となると人口が 31 万人に 1 ヶ所成立することになり、ナショナルチェーン (全国エリア) へと発展します。

今、アメリカでは、ホールフーズマーケットのおかげで、自然食品を容易に買うことができるようになっています。これを私は「**自然食品の買い場のユビキタス化**」と呼んでいます (六車流: 流通理論)。ユビキタス化とは、情報分野で使われる言葉で「誰でも、いつでも、どこでも、何でも」の 4 つのキーワードで情報が手に入る状態のことを意味します。

日本で自然食品を買うことは容易ではなく、特定の地域のみ、あるいは存在しても小規模な品揃えの買い場ではなく、自然食品の買い場のユビキタス化はできていません。

アメリカではホールフーズマーケットが全国的に 1,000 店舗体制が確立すると、自然食品が「誰でも、いつでも、どこでも、何でも」の状態で購入できるようになります。まさに、自然食品の買い場のユビキタス化が実現されることになります。

ホールフーズマーケットが断トツの売上規模で、かつ多店舗化・ナショナルチェーン化ができる理由は「**コンセプト&マーケティング戦略手法**」を導入しているからです。

本来、自然食品はニッチなマーケットで大きく展開するのが困難なマーケットです。それゆえに、自然食品SMは、一般的には特定のエリアで小規模に展開しています。

しかしながら、ホールフーズマーケットは、ニッチなマーケットであるオーガニック食品を中心とした自然食品を基軸 (コンセプト化) としつつ、マーケットが大きいグルメ食品と融合 (マーケティング化) させることにより、より小商圏のマーケットでの成立が可能となり、多店舗化展開が可能となります。この戦略手法がコンセプト (自然食品) & マーケティング (グルメ食品) であり、コンセプトで店舗の性格を強烈に訴え、マーケティングでできるだけ大きなマーケットを獲得する手法です。**ホールフーズマーケットのコンセプト&マーケティング戦略は見事です。**このノウハウがあつてこそ、ホールフーズマーケットはナショナルチェーンとして、全国展開し、多店舗化が可能となり、客にとって自然食品の買い場がユビキタス化することになります。日本では、大手のSMが一部で自然食品志向を取り入れていたり、特定の店舗が小規模かつ限られたアイテムで展開しているに過ぎません。**日本でも自然食品の買い場のユビキタス化が望まれます。**

(株)ダイナミックマーケティング社⁺

代表 六車秀之