

令和 6 年 11 月吉日
野菜流通カット協議会事務局
(一社)日本施設園芸協会

2024 アメリカ西海岸現地研修ツアーの実施報告

- アメリカ西海岸現地研修ツアー日程: 令和 6 年 10 月 16 日(水)~10 月 22 日(火)
- アメリカ西海岸現地修ツアーの参加者: 25 名



2024 アメリカ西海岸現地研修ツアー

ここに、簡単ではありますが、今回の視察先等での情報収集した結果を事務局で作成したもの(※未定稿であり、不正確・不明確な点もありますので、ご了承ください)を記載させて頂きます。



1. 各視察先の概要

<パークレー>

① Berkeley Bowl West

- ・ サンフランシスコにおいて、1972 年開業。この店を含め、2 店舗のみ。
- ・ 現在の場所は今から 12 年前に引っ越し。ボーリング場のビルの中で開業。
- ・ 日本人のヤスダファミリーがオーナーだった。
- ・ 生鮮食品スーパーの雰囲気を持ち、青果物の種類等が非常に多い。
- ・ 日本と同様安くてクオリティの高いものを売る姿勢。
- ・ サンフランシスコは、日本人、中国人、タイ、フィリピンなどいろいろな人種が買い物に来る。バイヤーを通じて、それぞれのニーズに応えるものを探してくる。
- ・ 加工された青果物(サラダ類)よりも、生鮮のウエイトが高いものの、パッケージされたサラダ類等も豊富にそろえている。
- ・ 料理好きも多いので、メニュー提案、料理の作り方なども教えてる場所を併設している。
- ・ サンフランシスコの比較的富裕層に対し生鮮を中心に、鮮度、品揃え、安さで勝負している感じ。
- ・ 野菜等に 1 個 1 個バーコードなど取り付けられていたが、スーパーのものというより、流通サイドが付けてきている。



② Draeger's Market(品質に定評のあるグルメ SM)

- ・本部は、291 Utah Avenue, South San Francisco, CA 94080-6802
- ・創業 1925 年
- ・現在、サンフランシスコのベイエリアを中心 4 店舗で展開。社員数 600 名、売上高 1,055 億ドル
- ・①より高級食品、グルメ食品の充実を図り、食材から半調理(プリペアード)、又は完全調理(テイクアウト)の分野までのサービスを強化し、HMR(Home Meal Replacement:家庭料理に代わるもの)に力を注いでいる。視察団が訪れた 3 号店のサンマテオ店は、1 階に食品、2 階非食品。また、2 回には調理教室のクラスを設け、年間スケジュールを組んで顧客管理を図っている。
- ・高所得者層の多く住む都心部でフリースタディング。
- ・訪れた時点では、高級感あふれる店内に、青果物やサラダ等のパッケージが並べられていたが、①に比べて客はほとんどいない状況だった。



③ Walmart Supercenter

- ・本部 702 S.W. 8TH street, Bentonville, AR 72716
- ・創業 1962 年
- ・社員数 150 万人(アメリカ)
- ・世界最大の小売業。全米ディスカウントストア業界第 1 位。現在、世界市場戦略に取り組み、南米、ヨーロッパ、アジアへと多店舗化を進めている。創業者の意志を継いで、チャレンジ精神が旺盛で、消費者の立場をよく理解し、顧客の満足である「安さ=価値」を提案し続けている。近年、E-リテール、ネットビジネスで新顧客を開拓中。競合者として、Amazon.com を意識。
- ・店舗数は 5,253 。
- ・商品構成は、食料品全般、衣料、家電、コンピューター等多數。
- ・売上高は 5,431 億ドル(うちアメリカ 4,308 億ドル)
- ・品揃えは豊富。青果物、パッケージ野菜等も豊富。
- ・客は、白人よりもヒスパニック系が多いように見受けられた。①のような食料品スーパーというより品揃え豊富な大型スーパー。



<サリナス>

- ① カット野菜企業(ボンドウェル社)を訪問する予定だったが、キャンセルとなった。また、その他、カット野菜工場を有する日系企業にもアプローチを行ったが、見学までは難しかった。
バスの外から、収穫後のレタスを大規模工場のような集荷場に持ってきて、大型コンテナに鮮度保持のための氷を入れ(コールドシャワー)、真空予冷(バキューム)等を行う仕組みや零度保存状況について、木村会長から説明いただいた。

また、周辺の農場で、レタスの収穫状況を観察。バス(後ろに簡易トイレを3つ抱えた)が大型のハーベスターと移民労働者(40名に対し1名のボス)が一緒に動きながら(実際には、人間が収穫したものをハーベスターに乗せ、そこで、は切り等の調製作業を行って、コンテナーにつめていた、そのコンテナーをトラックに詰め込むことを一連の流れとして対応。



その移民も力をつけており、自家用車で畑にきて作業をする人も出てきているとのこと。

② The Farm

- ・農業教育に熱心な農業経営者より、地域における野菜作りの現状を説明。
- ・当初農場では、砂糖ビートを作り、それを工場にもついて砂糖作りを行っていた。100年ほど前は、地域全体でこうした取組が行われていた。
- ・その後、砂糖工場が閉じられ、マーケットで何か売れるか、世界情勢や需要と供給のバランスみながら、何を作つていけば良いのか考えて、現在のような野菜作りを行ない、国内はもとより、カナダ、日本を始め他の国へも供給を行っている。
- ・この地域には、たくさんの種類の野菜(スターバーリー? ブロッコリー。ヴァラビー?)の生産を現在行っている。この背景には、ダイエットを好むアメリカ人のサラダ好きがある。アメリカに住む多くは、所得がそれほど高くないため、高級な食材に入る野菜は、豊富に食べられないとのこと。一部の所得の高そうな白人を除くと、ほとんど不健康な体型をなっており、ジャンクフードによって、それが子供の頃から習慣になっているようで、アメリカにおける日本型食生活の普及を目指す余地が極めて大きいと思われた。
- ・この地域は、水が年間300mm程度で、生産には、地下100m~200mからポンプで汲み上げて利用。
- ・アメリカでは、大規模農家の周りに大勢の小さな農家があって、ファーマーズマーケットや地元のレストランとの取引などを行っている。また、小さな農家は、農業教育の一環として消費者とのコミュニケーションをとっている。



- ・一方、大規模農家、タニムラファームなどは 2000ha の農地で農業を展開しており、この地域だけでなく、アリゾナ、カルifornia などでも農業を行っている農業者もいる。こうしたところでは、効率化が大きな目的となっている。
- ・大型スーパーや食品会社への供給は、大きな農業者にとって、常に圧力がかかっており、強い立場をどうのよう構築していくかが課題である。毎週、5 日から 6 日で大量に提供する仕組みが求められる。
- ・また、オーガニックへの取組も、高価で売れるので盛ん。害虫を吸い込みトラクタマウントの作業を見学。
- ・大型トラクタは、この地域ではカタピラー仕様となっており、土地の質を壊さないようにその材質もプラスチックやゴム等が使われていた。
- ・その他、レタスの種類が話題に。



＜モントレー＞

① Trader Joe's CO(PBsyouhinnga (PB 商品による 85%))

- ・本部: 800S. Shamrock Ave, Monrovia, CA 91016
- ・創業 1958 年
- ・店舗数 505
- ・社員 38,000 人
- ・売上高 137 億ドル
- ・商品構成はグルメスペシャリティー食品、調理積み食品、酒類、切り花、造園芸品等。取扱い商品約 2,800 品目 (PB 比率は約 85%)。また、取扱商品は全て米国の National Organic Program (USA) 基準。
- ・売れ筋の高い商品を自社で PB 化し、低価格で普及。リピーターの多くは、TJ 商品の品質、品揃え、価格をよくしっており、来店頻度を上げ買い上げ点数がピック手も売り上げを確保する仕組みづくりが行われている。
- ・西部の大都市に拠点を置き、現在東部地区への進出を進めている。
- ・ロサンゼルスのお店で、帰国後の PB のお土産を購入。



③ ワイナリー

- ・2005 年のハリケーンで以前行っていたワイナリーが被害、カルifornia の西海岸へ、別々に働いていた息子さんと今のパートナーが新しいワイン造りのために、2013 年に開き、11 年目を迎えている。



- ・年間 36 万本、ワイン作りは多額の投資(何十億ドルかけて 1 億ドルの設け)を行っているので、最近少し黒字になったところ。ピノワールが有名になっている。
- ・ワイン作りの設備は、ドイツ製。醸造はコンクリートの設備の中で取り組んでいる。
- ・このワイナリーでは、結婚式も可能。宿泊施設も計画していたが、ワイン工場の宿泊施設の建設は許可がおりなかった。
- ・隣は、イーロンマスク氏のロケット発射場。



<サンタバーバラ>

④ Lazy Acres(サンタバーバラのローカルスーパー)

・ロサンゼルスで注目の新しいオーガニックスーパー Lazy Acres Market のハモサビーチ店では、オーガニックな生鮮食品やサプリメントなどが中心の大型の自然食品店。

ハモサビーチ店は Long Beach 店、Santa Barbara 店 Encinitas 店、San Diego-Mission Hills 店に続く 5軒目のお店。

販売されている商品とか店内の感じは、ホールフーズにそっくり！



⑤ WHOLE FOODS MARKET,INC

本拠地 550Bowie St,Austin

・創業 1980 年

・店舗数 461

・売上高:157 億ドル

・社員数 91000 人

・テキサス州オースティン市で誕生。

・自然食品スーパーは、発足当時少なく、健康志向を求める市場ニーズの高まっており、自然志向をテーマに有機種横浜を多く取り入れ、「無添加、無農薬、無着色」を追求。店舗も自然志向を取り入れた素材が使用されている。



〈ロサンゼルス〉

⑥ Amazon Go(無人コンビニエンスストア)

- ・レジなしでスピードで買い物ができる革新的なコンビニエンスストア。店内に多数のカメラやセンサーが設置されており、顧客が商品を手に取ると自動的にバーチャルカードに追加され、店を出るときに自動的に決済が行われる。
- ・入る際に、クレジットカードを登録し、入場。後は普通に買い物をして、出て行くシステムとなっており、普通の買い物であれば使いやすいものと思われた。
- ・商品構成や販売方法また、商品の配送などどのように決めていくのか。トラブル対応(対人間、対センサー・各種機器等、更なる情報を追求する必要はある。



⑦ Amazon Fresh(Amazon が始めたスーパー)

- ・生鮮食品を中心に取り扱うスーパー・マーケットで、オンライン注文と店舗受取の両方に対応している。
- ・店舗での購入は、電子センサーや商品情報(場所や特売情報等)を映し出すディスプレーを有するスマートカードで買い物をするシステムとなっているが、使いこなすのは、かなり面倒なものだった。実際、人があまり入っていないし、買い物をしている人も、そのカードを使っていなかった。
- ・店側も実験的に取り組んでいるものの、課題が多いとの認識がある。この実験的な取組を通じて、病院等他の環境下で、このシステムの導入が進んでおり、アメリカにおけるリスクを取りながら、イノベーションへチャレンジする姿勢は見習う必要がある。



⑧ Mitsuwa Market Place

- ・大きなショッピングの一角にある日本食関係が充実していたスーパーで、入り口において、日本フェアを開催、東北フェアが看板となっていたが、実際には信州の企業の関係者が、地元の特産品を販売されていた。
- また、他のスーパーで、見かけたお米は、アメリカ産のものが、1kg パッケージで、用途別に売られ



ていたが、ここでは、日本からの輸入米(5kg)がしっかり売られていた。

- ・また、ラーメン(旭川ラーメン)をはじめ、唐揚げなど日本食関係が売られている飲食地区では、多くの地元でぎわっていた。価格は1.5倍以上。

1979年にカリフォルニア州フレズノ市に創業したヤオハン商店が起源である。全盛期のヤオハンは全米に8店舗とニューヨーク州マンハッタン内に4店舗の持ち帰り寿司店「大吉寿司」を運営していた。1997年にヤオハンが経営破綻し、倒産。現地経営陣が買い取りMitsuwaとして1998年に再スタートした。2012年に宮城県仙台市に本社を置く商社「株式会社カメイ」が株式を取得している。

⑨ Tokyo Central

- ・日本のドンキホーテの資本が入っているお店で、ドンキホーテそのものの売り方と、ほぼ、日本のドンキホーテと変わらない品揃えと品質の日本産食品等がおかれていった。入店者は、日本のドンキホーテに比べるとかなり少ないが、今回の視察でみたスーパーに比べると、多い感じ。
- ・1965年ハワイ州にて創業した会員制スーパーのマルカイが起源である。アメリカ本土には1975年ロサンゼルス市で店舗展開。1999年にダイソーがアメリカ国内に直営店を出店する以前は、マルカイがダイソー製品を取り扱う最初の店舗だった。その後、カリフォルニア州に11店舗を展開し、400人の従業員を擁している。
- ・2013年にディスカウントストアのドンキホーテが株式を100%購入し、オーナー会社となった。2015年には「東京市場・トーキョーセントラル」を店名に加え、2つのブランドで店舗を展開している。
- ・日本の食料品、アメリカの電圧に合わせた日本製の電化製品、日本の雑貨など手広く扱う。また都道府県フェアなども開催している。



⑩ Daiso

- ・日本のDaiso資本のお店で、品物や売り方は、ダイソー同様のもの。ただ、日曜の朝早くから開いていたこともあり、お客様はいなかった。日曜の午前中は、教会に行って、その後から食事やショッピングで賑わうとのこと。
- ・地元のガイドによると、こうした低価格ショップの店も、支持されているとのこと。



⑪ Sprouts Farmers Market

- ・本部:11811N.Tatum Blvd.Ste2400 Phoenix,AZ85028
- ・創業:2002 年
- ・社員数:24,000 人
- ・店舗数:362
- ・売上高:64.5 億ドル
- ・オーガニック商材(青果・精肉・鮮魚)、インストアベーカリー、麗澤冷蔵族品、乳製品、グルメ・スペシャリティ食品、バルク食品(量売り)、栄養健康センター等
- ・人気部門は、青果、ビタミン・サプリメント、ヘルス・ビューティー
- ・アリゾナ州を基盤として、ヘルスフード、ナチュラルフードを提供し、近年急速に伸びてきたスーパーマーケット。充実したオーガニック基準の生産食品を主力に(約 9 割がオーガニック商品)他社との差別化を図る。
- ・アリゾナ州のベストグロサリーに選出。サービス、品質、品揃え、買い物に対する環境が非常によいという理由で地元に高い評価を受けた。



⑫ ALDI INC(ハードディスカントストア)

- ・本部:1200N.Kirk Rd.Batavia,IL690510
- ・創業:1976 年
- ・店舗数:2,16
- ・社員数:16,899 人
- ・売上高:184 億ドル
- ・創業 1913 年ドイツに本社。近年、米国東部地区から中西部にかけて、出展。他所より、早くから EDLP 戦略(エブリデイ・ロープライス)を打ちだし。基本的な商品構成はリミテッドアソートメントでローコストオペレーション。売り場はワンウェイコントロールで什器も最小限、ほとんどが、FRM の展開。キャッシャーはいすにすわったままでレジうちを行い、サービスの労災経費も最小限に抑える。「ムリ・ムラ・ムダ」を徹底的に追求し削減。
- ・出店戦略 2 番地、商品は箱ごと床積み、冷蔵庫・冷凍庫は売り場とバックルーム兼用、レジ台数は 3~6 台。
- ・アメリカ小売業第 3 位を目指す(2022 年までに 2,500 店舗を目標)

⑬ RALPHS GROCERY CO.

- ・本部 1100W.Artesia Blvd.,Compton,CA90220-5186
- ・創業:1873 年
- ・店舗数 189

- ・従業員:17,000 人
- ・商品構成は、一般職員、グルメ・スペシャル食品、調理済み食品、サービスデリ等
- ・南カリフォルニアを中心に地域密着を図るリージョナルチェーン。PB 商品の人気度と信頼度をベースにここ数年、変化する消費者指向に対応する店舗開発)ラルフス コンベンショナルストア(標準店)、ラルフス フレッシュフェア(HMR 対応グルメストア)
- ・店内に Starbucks をカフェのコーナー設置。

⑭ Gelson's THE SUPER MARKETS

- ・本部:16400 Ventura Blvd., Suite 240, Encino, CA 91436-2123
- ・創業:1951 年
- ・店舗数:27
- ・売上高:5.4 億ドル
- ・商品構成:食品全般、グルメ・スペシャリティ食品、生鮮対面サービス
- ・現在、南カリフォルニア周辺のミドルアッパー層を対象に高品質、バラエティな品揃え、徹底したサービスをモットーに、レベルの向上を追求。グルメデリ(サービス性)、ファーマシー(コンビニエンス性)を追求

⑮ EATALY

- ・本部:2005th Ave. New York NY 10010
- ・創業:1977 年
- ・売上高:2 千 5 千ドル
- ・店舗数:8 店
- ・社員数:750 人
- ・商品構成は、グルメ・スペシャリティグロサリー、対面生鮮食品(青果、精肉、鮮魚)、サイビスデリ、高級ワイン・リッカ、料理専門書、キッチン用品、イタリアンレストラン等
- ・本日イタリアでも観光スポットになるほどの人気店。店内にはあらゆるイタリアの名産品、珍産品を取り扱う専門商品が並ぶ、超有名イタリア料理のセレブ・シェフ達と協力して利用の店舗作り。・ビバリーヒルズの近く

ツアーセンター

昨年5月に実施しました韓国現地研修ツアーに引き続き、令和6年度の海外現地研修ツアーは4年半ぶりにアメリカ西海岸現地研修ツアーを開催しました。

今回の5泊7日のアメリカ現地研修ツアーの当初スケジュールとしては、カット野菜企業訪問およびレディパックフード工場見学等も予定に入れ、先方の了承も取っていましたが、出発前日に視察不可の連絡が入り、参加者が一番視察先として楽しみにしていた先であり、参加者に対し大変申し訳なく思っています。

視察先としては連日ジャンルの異なるスーパーの形態を数多く視察でき、アメリカのスーパー業態の今を十分知ることが出来た研修ツアーとなりました。今回の視察では参加者も感じられているかと思いますが、スーパー・マーケットにおけるカット野菜のアイテムが大きく変わっていました。

今後、日本のスーパー・マーケットの売り場がどのように変化していくのか？ レジ一つとっても各スーパー・マーケットによって様々なレジスタイルを視察することが出来ました。

アメリカネット通販大手のアマゾン・ドット・コムは初めてのレジなしスーパー・マーケットの例（※入店前に「Amazon Go」のスマートフォンアプリを起動し、商品をスキャン、会計は利用者が店を出る際に、クレジットカードへ請求、引き下ろしされる仕組み）は、日本においても近い将来食料雑貨の買い物に革命をもたらすかもしれない？

同じ西海岸のスーパー・マーケットでも多くの場所で導入が進むセルフレジ、しかし一方、欧米では小売店らがレジを従来の有人形式に戻す傾向もあると言う。レジ業務の自動化は必ずしも多くの利点ばかりではない。（ex. 会計時のトラブル、万引き、年齢制限のある酒類販売など）

現在、日本においてもスーパー・マーケットやコンビニでセルフレジは多くなりつつあるが、今後セルフレジ拡大は果たして続くのでしょうか？ それとも、日本においても近い将来、レジなし無人スーパー「Amazon Go」のようなレジスタイルが登場するのでしょうか？ 日本のスーパー・マーケットも悩ましい判断を求められる時期が来ているのでは？ と思った次第です。

“百聞は一見にしかず！” サリナス地方の野菜生産現場や各スーパー・マーケット売り場やレジスタイルなどをツアー参加者の各自が見聞出来たことが、今後の業務上の何かヒントになった研修であったと確信しています。

総評

アメリカ南西部の野菜の主力生産地と主要都市のスーパー等の数多く視察先を見学できた。スーパーはそれぞれ生き残りをかけて、狙った顧客に向けて、特徴的な経営が展開されていることを確認。また、Amazon など最先端を行く企業が常に、新しいイノベーションに挑み、失敗を受け入れ、更に良いものを作っていく姿勢は、今の日本で見習うべき点と感じた。

野菜生産も移民がいて成り立っていることを改めて確認出来た。移民自身も所得が上がって力をつけており、地域での単なる労働者から、自分で車をもつなど生活者としてのステータスが向上しているが、過酷な労働（週 50？時間）の改善に向けて、収穫等まだまだ機械化の余地がまだまだあることも確認出来た。食生活も非常に心配されるくらい。油と量が多い料理が一方、野菜の消費量が少ないことも心配。（日本の食生活をブームというより、健康のためにまじめに実現する必要があるのではとも感じられた。

ただ、当初、見学予定のカット野菜工場は見られなかったが、広いアメリカで、アメリカの南西部の野菜が、収穫後 3 日で東海岸まで輸送できる体制となっていることや、農家も輸出への意識が高いことから、ロジスティックの革新にはこれからもしっかり情報収集が欠かせないため、定期的にアメリカにおける研修を引き続きつづけたいところ。











