

五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2021年10月8日

Food-as-Medicine

医食同源にスポットライトをあてるビジネスチャンス到来

一年以上続いたパンデミック期間における健康維持に焦点をあてた Food-as-Medicine(食べる事で体を癒す=医食同源)という考え方が、食品小売業界にとってもビジネスチャンスへ繋げる時代が訪れたと直近の FMI ニュースで重要視されました。

日常的に消費者がショッピング、料理、食事をする行動と健康を紐づけ、継続した購入へ繋げるため、食品小売業は顧客にどのような提案を行えばよいのか？についての提案を行いました。

1. 「Food-as-Medicine」とは一体何か？を正確に明示

まず食品に対して Food-as-Medicine と呼ぶ為には、消費者への伝え方を正確に位置づける必要があります。

食品が処方薬に取って代わる「薬効がある」もしくは「薬」と見なされる特定の基準について話しているのでは無く、あくまでヘルス&ウエルネス(健康でその状態を維持)のために各食品が果たすことができる役割について説明し、健康に必要な4つの重要なポイント(健康の維持、病気の管理、栄養の向上、食の安全性)をサポートする意味を分かりやすく伝え、信頼を得る事が大切です。

2. FMI 独自調査の結果

FMI では消費者が『身体の状態を改善する食』についてどう考えているのか、そして特定の食品と健康上の利点に関し、科学に基づいた定義を基に詳しく調べ、同時に小売業者がこのコンセプトについてどのように考えているか、現在はどのようなプログラムを実施しているかについて調査しました。

複数の調査結果から小売店で Food-as-Medicine というプログラムにスポットライトを当てる時期が来ていることが示されました。

既に多くの小売業者は従業員の健康増進、顧客の肥満や糖尿病予防などのパーソナルのクラス、またはコミュニティ毎の食事支援サポートなどのプログラムの提供を行っていますが、必ずしも「Food-as-Medicine」プログラムという名称では呼んでいません。

FMI がデジタル・エスノグラフィー（対象者の行動やアクティビティ、商品との関わり方をリアルタイムで効率よく把握できる方法）での調査結果は、糖尿病もしくは予備軍である人々が血糖値を管理するためにエンドウ豆やレンズ豆について検索している事実が明確になりました。

多くの消費者は家庭のキッチンで調理する食品の安全性や菌の付着を懸念し、徹底的な野菜の洗浄や適切な肉のカットや保管、調理などについて WEB で意見を交換しています。

そして常に食品と健康を結びつけ、シーフードを多く取り入れることで、抗炎症効果が高まる等の情報を数多くの人々と頻繁に共有しています。

3. これらの情報と調査に光をあてた上で、食品小売業と業界パートナーにとってのビジネスチャンスとは一体何でしょうか。

Food-as-Medicine をビジネスチャンスへと繋げる為には、小売業者、業界パートナー、及び登録栄養士（RDN）らに Food-as-Medicine プログラムへ参加頂き、継続的な会話を行う行動を呼びかけ、最終的には食料品店に訪れる消費者にリアルなソリューション（特定の成人病を改善する為にどのような食生活が必要か？等）を提供する事です。

特定の小売プログラムモデルを組み合わせて実行すれば、ショッピング、料理、食事の新しい方法を受け入れる準備が整い、消費者の健康状態の改善と投資した額における収益率の証明となります。



パンデミックで全米のみならず世界が健康に強い関心を寄せる中、Food-as-Medicine が消費者と食品小売業の関係を結びつける『スイーツポット（ゴルフ用語で打球がグングン伸びる最適な位置いわゆる芯）』となる可能性は、正に今なのです。



1980年にテキサス州オースティンでオーガニック&ナチュラル専門のスーパーマーケットチェーン Whole Foods Market を創業しヘルス&ウェルネス時代を築いたジョン・マッケイ氏が、2022年の9月をもってリタイヤするニュースが同時期に発表されました。

マッケイ氏が店名に使用した Whole Foods とは自然のまま手を加えていない（農薬などを使用しない）栄養価の高い食品を摂ることで免疫力に優れた健康な肉体を構築させるというビジョンを意味します。

Whole Foods Market が起業する以前は、無農薬や免疫力効果のある食品は ”健康食料品店“というカテゴリーで全米に存在していましたが、多くの店が菜食主義等の意識が高い系向けの雰囲気一般消費者には入店しづらい感じでした。



そのイメージを一新し、誰かが伝えなければ、そこがオーガニック&ナチュラルの専門店だとは気づかないほどお洒落で、明るく、楽しい店を創造したのが Whole Foods でした。

同チェーンは早くから店内キッチンで調理したナチュラルでヘルシーな食事を提供し、1990 年半ばには一般的なスーパーマーケットではあまり見なかった Eat in コーナーを設けました。



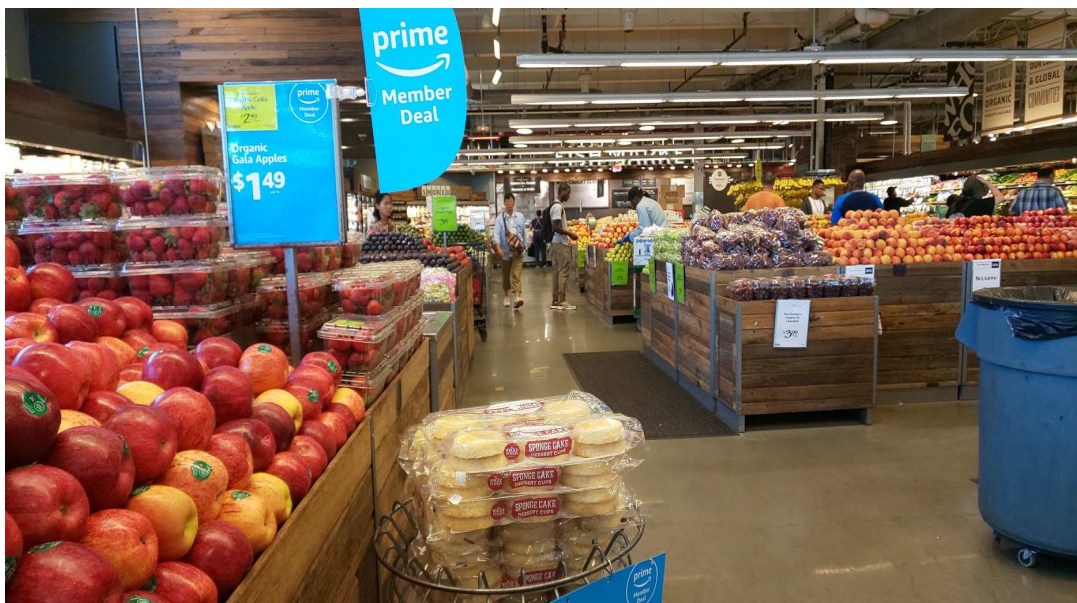
今から8年ほど前にカリフォルニア州北部サンフランシスコで Whole Foods Market の新店舗で店長とミーティングする為に視察グループをお連れした際、店舗の外で少し待つことになりました。

時間を持て余していた我々にちょうど店から出てきた20代前半の若い白人女性客が話しかけてきました。

彼女は大学で日本語を勉強していると言いました。

おそらく日本人と実際に会話をしてみたかったのだと思います。

日本語で私は「あなたは Whole Foods でいつも買い物しているの?」と尋ねたら「買い物もするけど、週に一度はここでランチを食べる事にしているの。最初はちょっと高いかなと思ったけどヘルシーで美味しいし、その日はいつもより体の調子が良いのよ。今は学生でお金あまり無いから毎日では来れないけれど、仕事でお金に余裕が出来れば、Whole Foods で食事をする頻度を増やしたいと思ってるわ。」と答えました。



どんなに体に良いという流行の食品を購入し、またはプレゼントされてもその場で食べなければ、結局は家の冷蔵庫の中で眠らせ忘れてしまい、賞味期限が切れて捨ててしまう経験を持つ人は少なからず、いらっしゃると思います。

本当に体の薬となるような食品はさほど美味でない場合もありますが、すぐに食べることができれば、より良い結果に繋がります。

今では殆どの食品小売業でオーガニックやナチュラル系の食品が取り扱いし、中には自社ブランドを開発する事で価格にも挑戦しています。

店内調理の総菜にもオーガニックの素材を使用し、その場で食べることも可能です。

FMI が指摘するように今なら一般の食品小売り業でも健康を謳う Food-as-Medicine プログラムを実践出来る土台は揃っています。

その礎を築いたのは Whole Foods Market で、すなわち創業者のジョン・マッケイ氏の理念であったと言っても、決して過言ではありません。

