

## 五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート 2020年12月25日

### Food Trend for 2021 Part 2 and Walmart Recruits Employees as Influencers

今年4月に米国で初めて発令されたロックダウンの直後から週に一度のペースで更新している米國小売業レポートも、今回が2020年度最後のアップとなります。

ワクチンの接種は英国を皮切りに米国そしてEUと始まり、日本でも2021年春にはスタートするようですが、このまま感染が収まる方向に進み、コロナ前の世界に少しでも近づくことを祈りつつ、2021年商品トレンド予測パート2で今年のレポートを締めたいと思います。

業界の専門家達は、コンフォート・フードと呼ばれる幸福感や安心を感じるような食品やエスニック料理や飲料、また食品廃棄物を減少させて環境に取り組んだプラントベースなど健康的な意味合いが強い食品に成長があると考えています。

そしてアフターコロナの時期になると、よりユニークな食べ物や新しい味への挑戦も定着すると予測しています。

以前のレポートでは健康食料品を扱うグロサリーストアのリストを中心に2021年度に流行する商品を紹介いたしました。今回は全米で2800店を展開するスーパーマーケットチェーントップのKroger社が、最近同社のホームページで発表した「2021年米国の一般消費者の間で注目される食品予定一覧」を紹介いたします。



先ず 2020 年度では、カロリーフリーのソフトドリンク、ソービニョンブラン（白のプレミアム系ワイン）、ブラックフォレスハム、ユニークなフレーバーのポテトチップス、コーヒーやプレミアムチョコレート、新鮮なハンバーガーのパテなどが上位を占めました。



2021 年には、家庭での料理、ホリスティックヘルス（生活習慣を改め、病気に罹りにくい身体を作る）、環境への取り組み、以上 3 点が買い物動向や料理そして食事方法に影響を与えると予測しています。

Kroger 社の商品部長スチュアート・アイケン氏は「我々がリストした 2020 年に人気があった食品は、家庭での調理や食事に対して従来とは異なる状況に基づいていました。多くの人々が仕事や学校の間を自宅に移し外食を制限したことで、コーヒー、新鮮なハム、自宅でお気に入りの外食ハンバーガーを再現するために挽きたての牛肉やプレミアムなブレッド、シュレッドチーズなどが良く売れました。またカロリーゼロ・ドリンクの需要が増え、ワインとプレミアムチョコレートはコンフォート・フードとして人気がありました。」と語っています。

Kroger社は2020年の食料品購入のトレンドを振り返りながら、2021年の食品トレンド予測のトップ7を、料理体験チームと、自社ブランドの商品開発者やシェフ、イノベーターたちと呼ばれる最先端の開発者らと慎重に情報を収集し選別しました。

「2020年は多くの人々が家庭での料理とパンやケーキ作りへの情熱を再発見しました。そして来年はより健康的な食品を、よりユニークな味の追求を目指すでしょう。我々Krogerは食を新たに見つめ直すことで、新しい年においても引き続き食品小売業界をリードし、新鮮で風味豊かなトレンド食品を提供し続ける事に我々は胸を躍らせております。」とアイケン氏は述べています。

以下はKroger社が2021年に予測する自社ブランド主体のトレンド商品トップ7です。



## Kroger's Top Seven Food Trend Predictions for 2021:

### (Kroger が予測する 2021 年度の食品トップ 7)

#### 1. Futureproof Foods (将来的に有効な食品)

コロナ感染によって、免疫力、腸と脳の健康、エネルギーレベルやストレスの管理をサポートできる利点を備え、身体を健康に保つための食品や飲料がより多く求められるでしょう。

**商品例：** Simple Truth Superfoods Almond Butter, Simple Truth Elderberry Gummies, Simple Truth Organic Sparkling Probiotic Kefir Water, Kroger Hydro GO Caffeinated Water

#### 2. Seeking Comfort (幸福や安心感を求める)

時短で便利で風味豊かで幸福感を味わえるミールに様々なオプションを求める人々は増えています。そして 2020 年には多くの人々が自粛によるストレス解消として家庭でのパン作りを始めましたが、来年度もこの動きは続くでしょう。

**商品例：** Simple Truth Tomato Basil Quick Cook Risotto, Private Selection Deep Dish Chocolate Chunk Cookie, Private Selection Bronze Cut Decadent Gouda with Aged White Cheddar Creamy Macaroni & Cheese, Private Selection Brown Butter Bourbon Truffle Ice Cream

#### 3. Ketotarian Foods (ケトタリアン食品)

数年前より低炭水化物で高タンパクな食事スタイルのケト・ダイエットの人気は急上昇してきました。トレンドは求めたいけど低炭水化物と高脂肪中心の食事と、より多くの野菜や植物を摂取したい。という願望とのバランスをとることが面倒であるとされてきました。そこで新しく浮上してきた方法があります。『ケトタリアン・ダイエット』と検索してみてください。従来の高たんぱく&低炭水化物のケト・ダイエットのガイドラインよりも緩やかなベジタリアンバージョンの方が良いと思います。緩やかで健康的なダイエットを求める人々に支持されています。プラントベースで高タンパク食品の種類は拡大しており、一年後には選択技が更に増えると予測されています。

**商品例：** Simple Truth Keto Cheddar Cheese Crisps, Simple Truth Keto Chocolate Chip French Ice Cream, Simple Truth Puff Bunz, Simple Truth Popped BBQ Protein Crisps, Simple Truth Emerge Plant Based (Beef) Patties and Grinds

#### **4. Global Flavors and Restaurant Favorites Hit Home (グローバルな味やレストラン・レシピを自宅で)**

Kroger 社のデータおよび分析会社である 84.51° によれば人々の 60%以上が自宅での料理により多くの時間を費やしており、この傾向は 2021 年に加速する見込みで、お気に入りの旅行体験やレストランの食事を再現するグローバルな味やレシピに挑戦し、自宅で毎週食べるお決まり料理に一工夫付け加えようとトライすることでしょう。

**商品例：** Kroger Season & Sauce Ancho Chile with Rojo Mole Meatloaf Kit, Kroger Prime Seasonings Sweet Smokehouse Season & Rub, Private Selection Mole Negro Cooking Sauce, Kroger Pad Thai Stir Fry Kit, Private Selection Indian-Inspired Jalfrezi Coconut Curry Simmer Sauce

#### **5. Mushroom Mania (マッシュルーム・マニア)**

2021 年はマッシュルームが大流行する年となります。用途が広いこの野菜は、抗酸化物質、ビタミンやミネラルが豊富で温かな旨味が日常料理のレシピの質も簡単に向上させます。来年からはプラントベースのタンパク質、調味料、香辛料、調味料などにマッシュルームが主役となってブレンドした様々な新製品を人々は目にする事が多くなるでしょう。

**商品例：** Simple Truth Quick Cook Mushroom Risotto, Simple Truth Organic Mushroom Umami Herb Seasoning Rub, Simple Truth Natural Blend Beef & Mushroom Patties, Private Selection Grilled Mushroom & Truffle Oil Thin Crust Pizza

#### **6. For the Planet (地球環境の為に)**

人々は個々のライフスタイルの選択が環境に与える影響について、これまで以上に関心を持つでしょう。直近の 84.51° の調査では新型コロナウイルスの発症以来、Kroger の顧客の 35%が食品廃棄物についてより意識し、半数以上の人々が

“パンデミック後の食品廃棄物を制限するための措置を継続する予定” と述べています。来年には店舗で販売されるプラントベース肉や、植物をブレンドした家畜肉、持続可能なパッケージ製品などの二酸化炭素排出量を削減して環境に優しい製品の選択肢がさらに増えることに気付くでしょう。

**商品例：** Simple Truth Emerge Plant Based Chick'n Patties, Simple Truth Emerge Plant Based (Beef) Patties and Grinds, Simple Truth Organic Roasted Seaweed Snack, Simple Truth Organic Air-Chilled Boneless Skinless Chicken Thighs, Simple Truth Organic Lentil Dal Soup

## 7. Fresh Innovation（新鮮農産物のイノベーション）

シリコンバレーもなんのその！来年からは地元スーパーマーケットの農産物売場で、最新のテクノロジーを目にすることになります。涙が出ない玉ねぎノークライ・オニオンや店内で行う水耕栽培農場、農産物の貯蔵寿命を延ばす Apeel（ビル・ゲイツ財団がバックアップし開発された農産物を長持ちさせる話題のスプレー）など植物ベースのコーティングまで、顧客がお気に入りの果物や野菜の鮮度を保ち長持ちさせる、より革新的なソリューションが 2021 年に発売される事を目にするでしょう。

**商品例：** Simple Truth Organic Honeycrisp Apples, Kroger Happy Eyes Sweet Onions, Kroger Fresh Avocados, Kroger Fresh Limes

Kroger を始めとする米国食品小売業では、トレンドを取り入れ彼らのプライベートブランドを中心とした新しい商品を精力的に開発しています。

一般的に目新しい商品を販売するには、コマーシャルなどの広告媒体を用い、店舗ではフロントエンドなどの目に付く場所に陳列しますが、それだけでは不十分でさらに時代に沿った販売促進が必要であるとの考え方も出ています。

大手の小売業や外食産業では、インフルエンサーの構築にも力を注いでおり、この販促方法は来年には更に拡大するとの予測です。

その先駆けとして Walmart 社はこの秋から 500 人の社員に声掛けし、各地元の店舗にて店の舞台裏の様子をボランティアで投稿する「ソーシャルメディア・インフルエンサー・プログラム Spotlight プロジェクト」をスタートしました。「私たちのビジョンは、これを世界最大の従業員インフルエンサープログラム成

長ささせることです」と、プログラムパートナーのブランドネットワークのジェフ・ジルバーマンは語っています。

Spotlight では、Walmart で働く従業員がイニシアチブを持ち、自身の働く場所で何が起きているかを投稿できるようにしており、個人のソーシャルメディアアカウントにも投稿することを許可しています。

Walmart の各従業員がブランドである というテーマの下、Spotlight の参加メンバーは職場での日常を撮影したスナップショットを投稿する権限を持っています。



例えばファーマシーで働くスタッフの1人であるローレン・キャッスルさんは同社が今年の夏から Amazon Prime に対抗してスタートさせたサブスクリプションの会員プログラム Walmart +(ウォールマートプラス)の無制限で使用可能な宅配サービスや同社のガスステーションでの割引などを含むサービスに関して、実際に店舗で行われる食料品の宅配について Instagram に投稿しています。

他のメンバーは若者に人気の TikTok で新商品の試食風景をアップするだけでなく、マネージャーをからかう光景や同社がスタッフの為に開催したダンスパーティーに参加する全国の従業員の動画なども投稿しています。

「私たちのビジョンは、この従業員から成るプロジェクトを世界最大のインフルエンサープログラムに成長させることです。Walmart は最前線で働く従業員に発言権を与えることで、弊社で扱う商品ブランドを人間化し、お客様が実際に見て手に入れたいと思う本物のコンテンツを提供していくのです。」と Walmart でこのプロジェクトを管理するブランドネットワーク・クライアントサービス担当副社長のジェフ・ジルバーマン氏は語っています。

Walmart の新しい取り組みは、方法こそ異なりますが、1967 年に創業して全米で約 513 店を展開する Trader Joe's が長年にわたって実践してきた顧客との関わりを彷彿とさせます。

Trader Joe's ではインスタグラムはもちろん定期的にですが顧客へ email で送付している e News-letters 内の Podcast にて、Captain(店長の事) や Crews(従業員たち) が普段の職場や商品について生の声を届け続けており、顧客の高い支持を集め続けています。

そして店舗において顧客との関係を築きあげ、その例として先日の体験を下記にシェアします。





**NOW ON:**  
Instagram

@TRADERJOES



12/15 CLASSIC ORIGINAL  
WATER CRACKERS



12/16 ROASTED GARLIC PESTO  
PIZZA WITH DEEP FRIED CRUST



12/17 RESUABLE BAGS  
as gift wrap



12/18 OVER THE RIVER & THROUGH THE  
WOODS TREE LIX  
Mini STOLEN CHOCOLATE CONES of the WORLD



12/21 VIDEO TEASER:  
Champagne For King Notes

Trader Joe's では毎週のように数種類の目新しい商品がかれらの新商品コーナーに並ぶので、買い物に行くと必ず立ち寄ります。

”黒トリュフとカシューナッツのペストソース・グラナパダーノチーズ入り“ という珍しい商品を発見したので、興味本位で購入してみました。

会計へ行くと、レジで働く顔見知りの若い女性スタッフから「これは入荷されたばかりですよ！私も凄く興味があるのだけど未だ試していません。あなたはどうやって食べますか？パスタに混ぜるとか？」と矢継ぎ早に尋ねてきました。

「うーん。エビを焼いたのと和えて薄くスライスしたバゲットにのっけて、白ワインと一緒に食べてみようかなって考えているの。」と、とっさの思い付きを話したら「Wow！ グッドアイデア！ おいしかったら是非教えてね。」と返されました。

私は心の中で『先に客の私がお試しするの？』ってちょっと考えましたが、次に買い物へ来た際に感想を教えてあげようって思いました。

Trader Joe's ではこういう類の会話は日常茶飯事です。

なぜこのような事が成立しているのか その理由は、商品の魅力以上に店のスタッフに顧客が惹きつけられている という事だと思います。

人間は感情の生き物で、特定の店や企業で働く人に親近感を覚えることで、さらにそこで売られている商品を好きになることもあり得ます。

Walmart は Trader Joe's の成功を熟知しており、上記の Spotlight プログラムなどを例にとるように彼らなりの方法で試みようとしているのでしょう。

Trader Joe's 社については数年に渡ってバイヤーと仕事した経験もあり、全米のお店を訪れて、長年研究も行ってきたので誰よりも詳しく説明ができると確信しております。

年が明けたら徹底解説を行う予定をしていますので、楽しみにしていて下さいね。

さて 2020 年はパンデミックを始め本当にたくさんの事が起きましたが、そこから学んだ事も多々あると思います。

時には辛い事や悔しい事もありましたが、それでも経験してきたことが将来にとってきっと良い意味に活かされると信じております。

皆様のとっでも、どうぞ 2021 年は素晴らしい年でありますように。

Wishing A Happy New Year



RYN2361 11-41

TRADER JOE'S  
Black Truffle  
CASHEW PESTO  
SAUCE  
with  
Grana Padano Cheese  
NET WT. 6.7 OZ  
(190g)

TRADER JOE'S  
BEST BY  
08/14/16

TRADER JOE'S  
Black Truffle  
CASHEW PESTO  
SAUCE  
with  
Grana Padano Cheese  
NET WT. 6.7 OZ  
(190g)

TRADER JOE'S  
Black Truffle  
CASHEW PESTO  
SAUCE  
with  
Grana Padano Cheese

Black Truffle  
CASHEW PESTO SAUCE with Grana  
Padano Cheese \$3.99  
6.7oz

JUST LANDED!

# NEW ARRIVALS

BECKED OUT TREE COOKIES

BECKED OUT TREE COOKIES 2.49

Black Truffle CASHW NUTS SAUCE

Black Truffle CASHW NUTS SAUCE 3.99





CHECK IT OUT! → OUR PODCAST!

**TRADER JOE'S**  
(inside)

ARE YOU A TRADER JOE'S FAN?!

WANT TO KNOW WHAT KEEPS PEOPLE COMING BACK? GO INSIDE TRADER JOE'S WITH OUR PODCAST!

AVAILABLE NOW...

BY GET YOUR PODCAST!

COFFEE LOVER'S  
SUGARCOLORED BLEND  
99¢

