

## 五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2020年11月27日

### Grocery Shoppers Turn Toward Premium Food As Covid19 Cases Rise

本格的な冬の到来とともに、米国で再び感染拡大している新型コロナウイルスのワクチン接種がいよいよ始まりそうです。

仮に大統領選挙と無関係の年度なら、ワクチン接種のスタートはもう少し早かったのではないかと、民主党が製薬会社に圧力をかけて遅延させてしまったのではないかと、というまことしやかな噂も出ていますが、米国では一日に20万人近い感染者と犠牲者も出ているので一刻を争う状況です。

全米のほぼ全ての州で新型コロナウイルスの感染と入院者の増加をレポートしていますが、ジョンズホプキンス大学がまとめたデータの分析によると感染者はここ7日間の平均で127,400人となり、その1週間前と比較すると35%近く増加傾向です。

感染者の大幅な増加は、今春、新型コロナ感染が爆発的に発生した直後の最も困難で致命的な時期を彷彿させる厳しい状況になっています。

犠牲者が急増したテキサス州のエルパソ市では、一時的な遺体安置所として冷凍トラックを持ち込み、またノースダコタ州の病院ではスタッフ不足を鑑み、無症状の新型コロナウイルス陽性のスタッフが感染者専門病棟で仕事を続けることができるよう規則を変更するよう知事に促しました。

感染者の再急増で、買い物客が「パニック買い」をするかもしれないという懸念が一部の食料品店の間で起こり、幾つかのチェーンでは備蓄を防ぐための措置を講じています。

国内最大のスーパーマーケットチェーンであるKrogerでは、トイレットペーパー、ペーパータオル、消毒用ワイプ、ハンドソープなどの特定アイテムは2つ迄しか購入できないという制限を一部の地域店舗およびオンラインの世帯購入に設けました。

テキサス州拠点に約350店近くを展開するH-E-Bでは、消毒スプレーやブリケット肉のパックなどの特定商品の購入を一度に2つ迄との制限をつけて、スタートしています。

そのような状況下で買い物客の多くが缶詰やパスタ、小麦粉などの食料品を購入する予算のうち、数割をプレミアムと呼ばれる高級食品に充てているという興味深い市場の調査データが出ています。





春のパンデミックの数か月間は、主食を中心にした大量の食品を購入する消費者と競争するかのようになり、食料品店では空っぽになっていく棚へどんどん商品を補充していました。

ここ数週間の傾向は、プライベートブランドや特売の主食商品も売っていますが、プレミアムチーズや高級コーヒー、グルメ冷凍食品などのプレミアム商品も購入されているとの調査結果です。

データによれば、プレミアムおよびスーパープレミアムパッケージ商品の売上は10月4日までの26週間で前年比から1.7%増加しました。

この1.7%という数値は小さいように聞こえるかもしれませんが、数十億ドル規模の業界ではライバル同士がわずか10分の1の割合で競争しているというフィールドにおいて顕著な値であり、この傾向は既に数週間以上続いているばかりか、全ての所得層で一貫して起こっています。

うんざりするコロナ渦の日常生活から抜け出したいと願う人々は、せめて平日の夕食くらいは楽しもうと、特別な商品に目を向けています。

友人や家族とグループで旅行やレストランに行き、また映画を見たりすることが出来ない為の不満や欲求を“食べる”という行為にお金を費やして気を晴らそうとしているのです。

また、沢山お金を持っていない人々も自宅での食料品に少しばかり多く使うくらいの余裕を持ちあわせています。

ストレスの重なる時期に少しの贅沢に身を任せ、楽しむことは誰にも共感できる行動で、「誰もが楽しみを求め、辛い日には美味しいアイスクリームを食べたいのです。」と専門家は語っています。

典型的な不況下でアメリカ人が食料品を購入する際は、主食には安価な自社ブランド等の割安商品や小さいサイズのパッケージを購入し、余分のお金で安価なハーシーズのチョコレートではなく、高級なトリュフチョコレートの箱を求め、ささやかな贅沢をする傾向があります。

最近の買い物動向のデータでは、低所得層の家庭までもが家から出ずに余暇にかかる支出が減っているため、その分を多くのプレミアム商品に費やすことで楽しみを見出す傾向となっています。

今週のメインレポートはここまでにして、つい最近に続けて2店舗オープンしたAmazon Freshの最新店である4号店に行ってみようと思いますので、少し情報と写真を載せたいと思います。



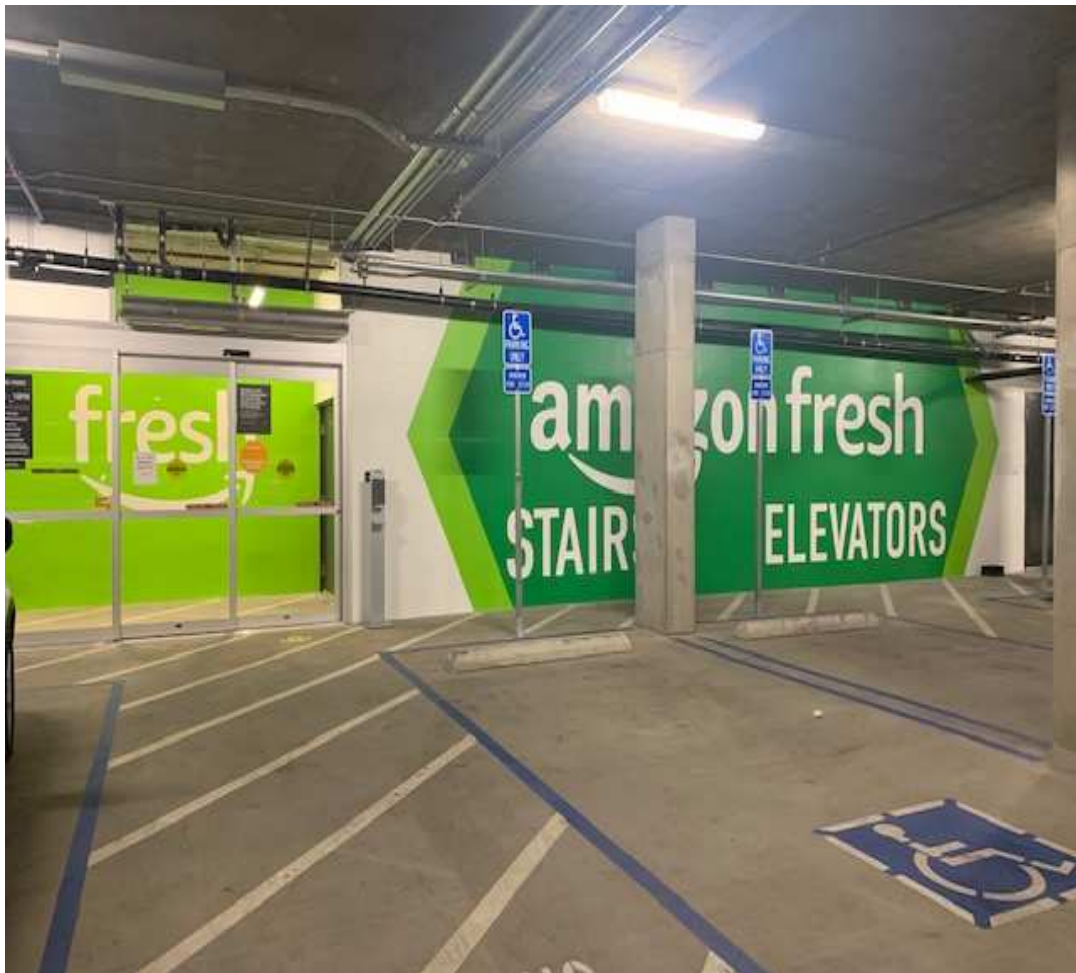
1週間前の11月19日（日本時間11月20日）にロサンゼルスを中心ダウンタウンから20キロ程北上した場所にAmazon Freshの4号店がオープンしました。

ちなみに3号店は2週間前にそれより少し北のノースリッジに開店しています。

現在展開中のAmazon Freshでは最小規模の約700坪となり、日本のスーパーマーケットの売り場面積の倍よりやや大きめな感じですが。

元々はWhole Foodsがプライベートブランド中心の商品で展開しようとしていた365 by Whole Foodsが出店する予定でしたが、2019年初旬にこの計画は中止となりました。

店舗は事務所や住居との複合ビルの一階部分に位置しているので、出入口は地下駐車場と道路側の2か所にあります。



農産売り場から精肉&水産売り場があり、そのままデリと繋がっています。  
他店舗のデリは独立して店の中では反対側に設置されていたので、4号店は  
日々のお買い物をするには廻りやすく、そして適度な広さだと思います。



通常のカートもたくさんありますが、もちろん Dash Cart の利用も出来て、各通路にはアレクサも設置されています。

他店舗より小さく、農産物は少し品切れ状態な感も否めませんが、グロサリーの品揃えは充実していました。

しかし今は他店舗同様、トイレットペーパーは全て売り切れでした。  
面積は小さめで現在は使用していませんがイートインコーナーもあるようです。

最後に有効期限 12/6 までで全ての Amazon Fresh で使用できる期間限定の \$10 の割引クーポンを又頂きました。

ラッキーです！うちから近い 2 号店で使用します。







今週は感謝祭をお祝いするために家族や親戚が集り、おしゃべりをしながら大きな七面鳥と御馳走を食べて、今週金曜日はクリスマス準備の為に家族総出でデパートや小売店へ行くはずでした。

ですが、更なる感染拡大を危惧した多くの州では、外出禁止や家族の訪問、パーティも禁止となり、寂しい感謝祭となりました。

せめてクリスマス位は愛する家族や友人と逢い、共に過ごしたいと切に願っているアメリカ人は少なからずおられる。と思います。

以前レポートで触れましたが、長年の仕事仲間でもあった友人がコロナウイルス感染を避けるために家から一步で出なかったことが仇となり、別の病気にかかってしまい3か月前に他界しました。

そして最近、私の知り合いにも新型コロナウイルスの感染者が出ています。

不安とストレスが重なる日常をなんとかやり過ごす為に、普段なら躊躇するような高級肉や美味しいケーキを食べる贅沢も時には必要なことなのかもしれないと思います。

でもやはり、いくら贅沢な食材を並べても皆でわいわい言いながら食べる事に勝る楽しみはありません。

幾度もの繰り返しになりますが、ワクチンによるスピーディな感染収束と一日も早く日常が戻ることを本当に心から切に願ってやみません。