

五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2022年12月4日

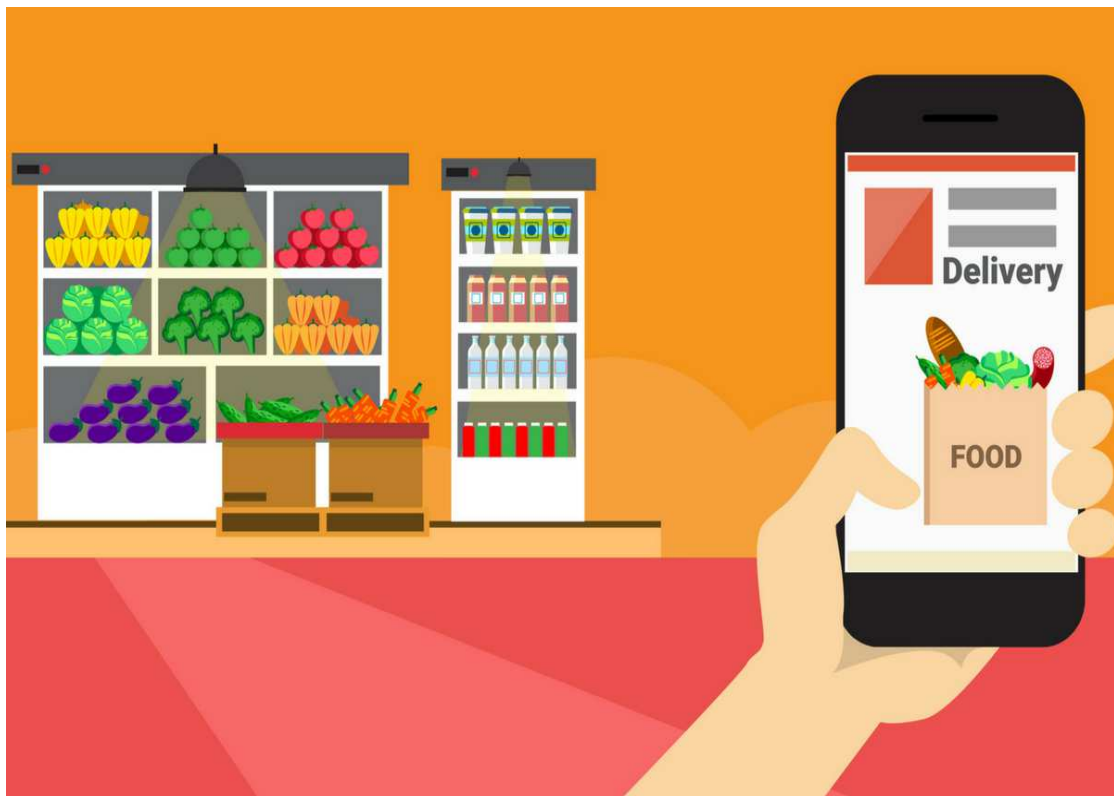
Online Grocery Sales Down 3.7% in US

米国のオンライン食料品における支出が3.7%落ち込む

イリノイ州バーリントン市を拠点とする戦略的アドバイザリー企業 Brick Meets Click は、2022年10月のオンラインで購入された食料品の売上高は、78億ドルで2021年同月の81億ドルから3.7%減少し、2022年9月の78億ドル（2021年9月比2.5%減少）に対し、微減したと発表しました。

2022年10月最終週の1世帯あたりの平均食料品全体の支出額は、前年比15%増であり、これは根強いインフレが食料品支出全体に影響していることを指摘しています。

Brick Meets Click は、オンラインでの食料品購入額の減少は、価格高騰が持続し、消費者が経費の掛かるオンラインからオフライン購入へシフトしているか、又は各小売業からオンラインで購入している頻度や品目が減少している可能性を示しています。



重要点は、一般的なグロサリー店と量販店のそれぞれの店舗からオンラインで購入する率の差が大きく開いている事です。

グロサリー店と Walmart 等の大手量販店を比較すると 1 年前のわずか 2 ポイントの差から現時点では 7 ポイント以上離れていることです。

BrickMeets Click 社は、ギャップは消費者が別途費用のかかる第三者サービス（例：Instacart、DoorDash、Shipt）などの宅配機能のみを提供するグロサリー店と、Walmart や Target 等の大手量販店が提供する店舗内、カーブサイド、ロッカー、ドライブスルー・サービス等の数多い購入方法の選択が、消費者の EC 利用意思決定に影響している可能性があるとしています。



11月17日より日本にショートステイしました。

あまりに米国のインフレが続きすぎて感覚が麻痺している私にとって為替の影響も多少ありますが、現在の日本における食料品や外食にかかる費用は米国よりはるかに低い気がします。

例えば、ロスアンゼルス標準的なレストランで友人と昼食を食べるとチップを含めて二人でおおよそ50ドル（約7千円強）であればリーズナブルな価格です。

ニューヨークではランチ一人あたり30~50ドルかかりますが、量は多めです。日本人の私にとっては、そんなに量は要らないからせめて2/3のお値段にしてくださいと言いたくなります。

日本では高級レストランでない限り、2人で5千円出せば満足の行くランチを頂けます。

パンデミック中、殆どの食品小売業で拡大した代行買い付け&宅配のサービスには宅配料金のみならずチップという習慣もプラスされ、ここまでインフレが続くとさすがに利用しづらくなる事は容易に理解できます。

現在、ガソリン代も高いので、その事情を考慮し宅配を選ぶこともあります。ガソリン代が下がれば自分で運転して購入しに行く人も増えていきます。

特にカリフォルニア州では本年度からEV車を購入すると減税対象となるので、購入者も増加傾向なので、今後は、ガソリン代が気にならない人も更に増えるでしょう。

先月半ばにカリフォルニア州立大学UCLAのキャンパスを訪れた際、キャンパス内外で数多くのデリバリーロボットがランチを運んでいました。

もちろんの事、ロボットたちにチップを払う人はいませんでした。注文したラーメンのおつゆが多少こぼれていても文句も言えませんが、だいたいのアメリカ人は大らかなので、あまり気にしていません。

ロボットは、電池が切れれば自分で充電し、いくら働いても文句1つ言いませんし、休日出勤や時間外労働だってOKで、チップも労働組合もありません。今後、デリバリー業に残される道は、ロボットなのではないでしょうか？

来週は、ツアーアテンドしますので、またレポートはお休みします。

ロサンゼルスは暖かいですが、日本は、これから寒い日が続くと思いますので皆さまはお風邪にはくれぐれもご注意ください。



