

五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート
2020年8月21日
Americans Buying more Organic amid Pandemic

先日 CNN News が ” American shopping is back to pre-pandemic levels. That's a big deal(アメリカ人のショッピング売上金額がパンデミック前のレベルに戻っている。これはすごい事である)” というタイトルで、アメリカ人の消費主義が急速な復活をしていると報道していました。



ニュースの内容は以下のとおりです。

8月の2週目の終わりに米国商務省が発表した記録によれば、米國小売業の売上が7月より1.2%上昇した。個人消費は米国経済のエンジン、すなわち原動力であり小売業は重要な要素である。ただし、この数値には多くの場所で一時的に停滞している金融、ヘアカット、医療などのサービスへの支出は含まれていない。小売業への支出はサービス業よりも早いスピードで回復しており、コロナ禍でも影響を受けない業種またはコロナ特需を受けた業種が小売業売上の再上昇を牽引している。例えば、eコマースの通信環境の基盤であるプラットフォームを含む店舗を持たない小売業という意味の“Non-store Retailers”の売上は今年の7月と比較して24.7%上昇した。それと建築資材（DIYを含む）やガーデニング用品、食品小売業、スポーツ用品やホビー用品店、楽器店も好調だった。対してガソリンスタンド、デパートや衣料品店などは未だ通常の売上をはるかに下回っている中で営業を続けている。感染者の増加と経済の打撃にも関わらず、総合的

には消費者が支出を続けていることをデータは裏づけしている。米国経済学者のマイケル・ピアーズ氏はこの調査から「ウイルスの再拡大に直面しながらも回復が続いている事を示唆しているこのデータは、小売業界にとって励みになる。」と語っていた。但しこの売上を後押ししているのは、連邦政府より支給された景気刺激策の給付金と7月末まで失業者に支払われた週\$600の失業給付増額措置であるとの予測もある。今後も同様の支援が続くのか否かが協議されているが仮に追加支援が完全に無くなる場合は、小売業の売上が停滞する可能性も無きにしもあらずである。連邦信用組合の企業エコノミストのロバート・フリック氏は「8月と秋の小売業の売上高は、政府が経済や失業者を支援するタイミングとその程度に左右される可能性がある。」と述べている。

失業給付金増額の特例措置は政府の計画には入れているようですが、今は最終的に幾ら支給するのかの金額について揉めているという情報もあります。今後、幾らかでも給付金が支給されるのであれば消費は再び増加するでしょう。

消費者の購買動向を評価するニールソンのデータでは、ロックダウンから6月末までの約17週間でオーガニックの食品および飲料の売上は、今年の同時期に比べて25%も増加しているとデータが出ており、これは多くの消費者が価格よりも健康や栄養を重視していることを表しています。

また同様のデータでオーガニック表示のついた肉、シーフード、冷凍食品も昨年から大きな伸びとなっています。

ブルームバーグのインテリジェンスアナリストのジェニファー・バルタシュ女史は「ウイルスの蔓延を防ぐために施行されたロックダウン中に、多くの人が在宅勤務の機会を利用してエクササイズやダイエットを行うなど、真剣にライフスタイルを変える健康的な行動を始めました。そのため我々は今後も継続してオーガニック&ナチュラルの食品の売り上げの成長を予測しています。」と分析しています。

先週のレポートに引き続き、オーガニック&ナチュラルの農産物と自然食品を主に取り扱い、成長を続ける Sprouts Farmers Market が、2020 年内に新店舗を

合計 20 店オープンする予定であることが食品小売業専門の業界紙 Progressive Grocery で発表されました。



同社の出店を精力的に進める要因は、多くのアメリカ人がより健康的なライフスタイルを求めているとされており、このことは米国最大の経済・金融情報の配信業のブルームバーグが最近発表した記事の “アメリカ人はパンデミックの機会を利用してオーガニック食品でシェイプアップを図っている” にも語られています。

オーガニック商品は Kroger や Albertsons & Vons などを筆頭とする大手スーパーマーケットのプライベートブランドでも拡大しています。

また大手食品会社の General Mills Inc. も消費者の需要が伸びているオーガニック商品数を増やしています。

鶏肉専門加工業の Bell & Evans ではパンデミックが始まって以来、オーガニックチキンの売上が 25% も跳ね上がっており、同社は生産量を増やすためによ

り多くのオーガニックな環境で飼育している養鶏農家を早急を探しているそうです。

同社のオーナーであるスコット・セッチャー氏は「オーガニックの需要の高さは信じられない程伸びている。」と語っています。

米国オーガニックトレード協会代表のローラ・バッチャ女史によれば、「2008年のリセッション以来、オーガニックのプライベートブランドは新規に49%も成長している。従来は割高なイメージのあったオーガニック商品も消費者の予算に見合った幅広い価格で選択できるようになったので、オーガニック市場は大きな変化を遂げている。」と述べています。

「例えばオーガニックのチーズでも、高級なものや食品コンテストで優勝歴のあるものから、たった\$2で買えるチェダーチーズまで様々あります。」と女史は指摘しています。



▲売れ行き好調なオーガニックチキン



▲Kroger のオーガニックコーナー



▲左：Kroger のPB 右：チーズ売り場

しかし未だに米国の失業率は高く、これはより多くの家庭での食生活が困窮して来ている事も意味しています。

オーガニック購買拡大の傾向がアメリカ全体で同じ条件で起こっているわけではありません。

オーガニックのアーモンドミルクを製造販売する New Barn Organics の最高責任者テッド・ロブ氏によれば「同社の商品は教育水準が高く、沿岸や郊外の特定な地域で高く支持されており、以前よりも慎重に日々消費する食品への見直しがそれら地域に住む人々から始まっています。同時に、自粛によって飛行機に乗っての旅行や美容サロンに行くなどの生活以外に使う支出が減りましたので、その余地を高級食品やオーガニックに費やしているのでしょうか。米国は景気後退に直面し、新型コロナウイルスへの感染にも注意をしなければいけません。食べるという行為は少しだけ余分に出費が可能な分野の1つです。」と語っています。

第2四半期のオーガニック生鮮食料品の売上高は17億ドルを超え、2019年度の同時期から17%増加しています。

さらにオーガニック農産品の売上を月別に見ると、4月に18.4%、5月に16.3%、そして6月には14.4%増えています。

現在一般スーパーマーケットの農産物売り場の棚に並ぶ袋入りサラダのオーガニック比率は20%以上あります。

そしてオーガニックバナナは果物全体売上の20%を占めているそうです。

農産部門で袋入りサラダはオーガニックセールスの原動力であり、バナナは明らかにボリュームリーダーであると業界専門家は述べています。

またオーガニックのリンゴやニンジンのボリュームも拡大しているそうで、バナナ・リンゴ・ニンジンの3つが今年の第2四半期のオーガニック売上増加量全体の46%を牽引しているそうです。



▲Whole Foods のオーガニックバナナ

オンラインの利用が増えたこともオーガニックの販売を後押ししています。

カリフォルニア州創業のオーガニック食品メーカーの Perfect Snacks はオンラインでの販売が中心ですが、同社の冷蔵プロテインバーとスナックの売上が昨年同時期のおよそ2倍になったと発表しています。

また世界最大の一般消費財（パッケージ製品、食品雑貨を含む）メーカーの P&G も 6月30に終了した会計年度四半期で、オーガニック商品の販売売上が6%成長したと報告しています。

世界最大の食品・飲料会社 Nestle もこの半年間にオーガニック商品の売上が2.8%成長したそうです。



▲左：サプリメント 右：お茶 どちらもオーガニック

自粛生活中に私の周りでもこの機会を利用してエクササイズを始め、様々なダイエットを取り入れている友人が多くおります。

またオンラインで食品を購入する機会が増えたことは、商品を決めてからPCまたはスマホ画面を見るので、実際に店舗で買い物するよりも衝動買いが少ない傾向だと思います。

私もオンラインで買い物をする際は、商品の情報や口コミを確認してから決めるので、より健康的で添加物を含まないナチュラルかオーガニックの商品を選ぶようになりました。

時々、通常の商品との価格比較は行いますが、よほど金額の差が無い限り私はオーガニック商品を選択しています。

これは食品に限らず、スキンケアやヘアケア、台所用洗剤などにも当てはまります。

最近驚いた事は、英国出身の有名歌手で幾度もグラミー賞に輝いているアデルさんが、なんと45キロ以上も減量した事です。

彼女はデビュー当時からふくよかな体形で迫力のある歌声が特徴でしたが、今は別人のようにスリムに変化しています。

セレブリティが頻繁に登場する米国の娯楽雑誌 People のインタビューによれば、彼女は長年抱えてきた仕事と子育ての両立によるストレスがあったそうで、それらを上手くコントロールするために禁煙してアルコール摂取量を減らし、食生活では糖分を排除して加工食品を食べることを止め、以前よりもヘルシーな物を口にするようになったと答えています。

彼女にはパーソナルトレーナーもおり、日常的にそのトレーナーからの指導も受けていたそうですが、そのトレーナーが「アデルはいつもやる気があって、ハードなトレーニングをこなしてきたのだから今の結果は彼女自身の努力の賜物だ。」とインタビューに答えています。

通常はここまで体重を減らすと健康的に見えないことが多いのですが、アデルさんがインスタグラムにあげた写真などを拝見すると、ヘルシー、且つ以前よりも更にゴージャスな雰囲気になっています。



このようなセレブリティの行動もきっと多くの人々に影響を与え、よりナチュラル&オーガニックな食生活がフォーカスされているのでしょう。

私もアデルさん目指し、更にエクササイズに励み、この期間中に大変身したいなって思います。

では皆さま私も今から例の Hands clap ダンスを行いますので、本日はこの辺で。