

## 五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2020年9月11日

### The Realty of In-Store vs Online Grocery Shopping in US

先日、興味深いタイトルの記事を見つけました。

Most grocery shoppers favor in-store purchases amid pandemic. But U.S. consumers are increasingly trying and liking online grocery delivery (パンデミック中でも食料品を購入する多くの買い物客は店内でのショッピングを好みますが、米国人消費者はオンラインでの食品宅配サービスの利用を更に試み、その利用頻度は増加しています)という内容です。



オンラインのビジネス専門ニュース The Manifest の調査で、“新型コロナウイルス感染が懸念される中、食料品を購入する顧客の60%以上は実店舗でのショッピングを好み、7月下旬に米国成人501人を対象に行った調査では、全体の62%が過去3か月間に実店舗へ行きショッピングをしたと回答し、同時に回答者の22%はオンラインで注文し、非接触型の宅配やピックアップを利用したとも回答しています。多くの人々が引き続き実店舗でショッピングをしています。まとめ買いを行い外出頻度の制限をしている”とレポートしています。



パンデミック中の食料品への出費比率ですが、全体の47%はパンデミック以前と同様であるとし、38%は更に増加したとし、わずか15%だけが多少減少したと回答しています。

この調査で消費者は食料品に比較的多く出費していることが判明しました。

暑くても我慢して店で食べるか、店で食事するスペースが無い場合は、持ち帰りしか選択できないという現在の制限された外食状況で、人々の飲食に対する習慣が変化したからだと思います。





▲左：飲食店では持ち帰りの対応 右：暑い中テラス席での食事

一回のショッピングで40%以上がパンデミック以前よりも多く出費していると回答し、その中の約25%が\$50以上支払っている と回答しています。

オンライン購入を行った22%の人々の内訳は、自らがピックアップしたのは10%で、宅配サービスの利用は12%でした。

「パンデミック中に宅配サービスを利用し食料品を購入した人々は、予測よりも低いわずか12%でしたが、この数字は依然として宅配サービスの大幅な上昇を示しています。」と The Manifest は語っています。

意外にも宅配を利用した多くの人々が、感染から身を守る安全性よりもその便利さを認識しています。

宅配を選択した理由ですが、時間の節約52%、安全性11%、駐車場やガソリン代の節約10%、個別注文した略歴利用の利便性7%、まとめ買いが苦痛にならない為4%、オンライン利用での割引目的4%と続きました。

利用者は店舗まで行く事とオンラインを使用する際の利点を比較した後、オンライン&宅配のサービスへ切り替えているようです。

特に忙しい消費者にとって、オンラインで希望商品を素早く検索可能で、自分の都合に合わせたタイミングでの宅配が可能で、履歴を利用した便利な買い物リストの作成等、時間や手間の節約は大きな価値となります。

オンライン&宅配サービスの利用者の増加に伴い、宅配やサービスに掛かる追加費用や農産物の損傷、宅配の遅延等いくつかの落とし穴に遭遇しています。

The Manifest は「オンライン利用者 22%の最大の課題は追加費用で、次に農産物の品質問題が 17%、宅配の遅延が 11%、顧客サービス対応の不満 10%、箱などの廃棄物の処分の猥雑さ 9%、そしてデータに関するセキュリティ不安が 5%となっている。依然、大勢の消費者が店舗に出掛けてショッピングをしている現状をみると、宅配サービスの手数料や品質の向上などを改善する余地があることを意味している。」とレポートしています。

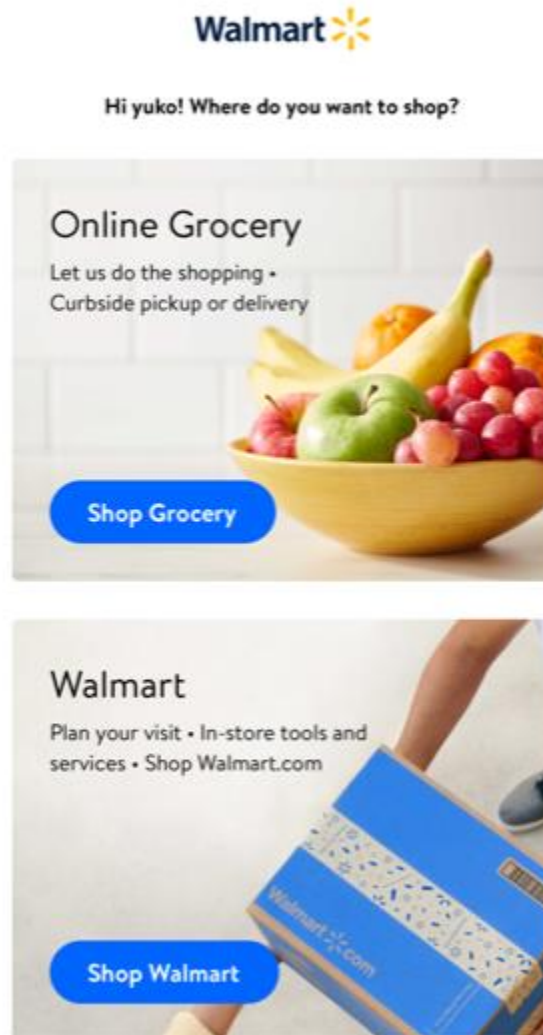


調査によると、最も信頼できるサービスとしてオンラインの食品宅配サービス Instacart が 53%支持されています。

次に Amazon Fresh が 21%、Peapod が 5%、Walmart はたった 4%でした。「食品の宅配サービスが一般に広く浸透するには、まだまだ長い道のりがある。人々は手数料が高額で、農産物の選別が出来ないと思っている。」と The Manifest の研究結果は結論付けています。

ですが報告書では食料品の e コマース（電子商取引）数は大多数の消費者をフォローしており、調査レポートには「今回の自粛で多くの人々が初めてオンライ

ン&宅配を用いて食料品の購入を試し、その中にはファンとなった人も存在する。従ってスーパーマーケット業界は長期的な競争に備える必要があるかもしれない。」と追記されています。



以前、レポートでも書きましたが、オンライン購入での失敗談といえば、例のトマトの水煮の宅配到着遅れ事件です。

キッチンにまだ余っている未使用の大きな瓶を見かける度に、あせって近所のスーパーマーケットダッシュした記憶が鮮明に蘇ります。

友人がロックダウン直後、感染を避けるために一年を通して何度でも使用できるオンライン&宅配のサービスを契約したそうです。

彼女の契約したサービスはグロサリーだけでなく、レストランからの出前サービスも含まれています。

今回のレポートにあたり、電話でインタビューしたところ“便利さと安全に代えられないが、十分に満足しているとは言い難い” とのことでした。

前述の調査レポートで、“追加費用についての不満”の記載がありましたが、彼女も同様にその不満を一番に挙げていました。

米国ではサービスに対してチップを払う慣習があり、年間契約料を支払いつつ宅配の度に購入した合計金額の15~20%のチップを渡します。

アプリに書き込む欄があり追加で支払いますが、それがもったいないと思うそうです。

頻繁には無いそうですが、何回かに一回は農産物の品質問題や取り違えが起るそうです。

例えば、乳製品の期限が残り数日だったことや小玉ねぎを注文したのにも関わらず配達されたのは普通の玉ねぎだったこともあったそうです。

もちろん問題があればアプリからチャットで対応し、値引きや再度の配達などを行ってくれますが、場合によっては私と同様に近所のスーパーマーケットにダッシュしたこともあるそうです。

レストランのデリバリーに関して特別に問題は無いそうですが、チップを支払うとそれなりの金額になるので、「そこまで払うのであれば、出来立ての料理をその場所の雰囲気ですべて食べたいわよね〜」と呟いていました。

度々日本で紹介されている米国の現状を拝見すると、パンデミックによってオンラインだけが生き残り、小売市場の殆どのシェアを占めているかのように紹介されていますが、実際に生活している人々の現状は想像とは異なっています。

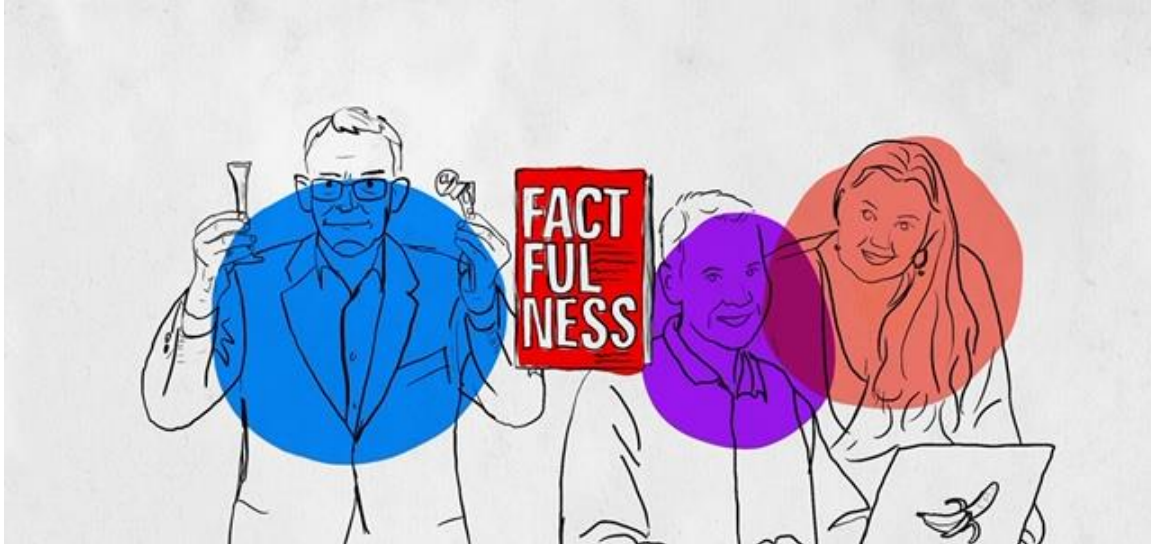
数年前から日本でも話題になっている“データを基に世界を正しく見る仕組みについて実例を示し解りやすく説明し、世界で大反響を起こした著書” **ファクトフルネス** でも指摘されるように人はとかく思い込みで世界を見て言いますが、大切なのは事実やデータに基づく見方が重要であるという事です。

実際に生活していて感じる事は、ショッピングに出かけたい、外食したいと思うけど、今は仕方ないと思って我慢している消費者がとても多いという事です。

コロナが収束する頃にはその我慢は爆発するという事です。

ただし The Manifest の結論にもあるように今までオンラインを知らなかった人までが、オンラインを利用しているという事実も無視できません。

小売業にとっては今まで以上にオンラインとオフラインの相互に神経をとがらせ、イノベーションを起こし続けていかなければならないという現実も迫っています。



イノベーションついでにこのレポートを書いている途中で少し予想外の最新ニュースが入ってきたので最後に付け足します。

ニュースの内容は以下の通りです。

Amazon joining with Kohl's on grocery (Amazon が Kohl's とコラボしてグロサリービジネスに参入)

“Amazon が 2019 年から開始した Koh's 店舗内で Amazon の返品を行う事業を拡大し、カリフォルニア州 La Verne 市にある約 2473 坪の Kohl's の店内の約 1040 坪を利用しスーパーマーケットをオープンする予定で、オープンの日付は未決定だが Amazon's Fresh のバナーを利用し、Aldi に続く Kohl's の店舗の一部をシェアして今後はグロサリービジネスを展開していくことになるであろう。”

Kohl's は 49 州に約 1000 店を展開する中央集中型レジが特徴のアパレル&雑貨専門のデパートで、近年の減収により売り場の縮小や店舗閉鎖を強いられており、2018 年初旬には店舗の一部をドイツから参入したディスカウント店 Aldi とシェアすることを発表しておりました。

そこに Amazon のスーパーマーケットも参入してくる形となります。



先日は Amazon がロサンゼルス郊外にスーパーマーケットを開店したばかりで、現在、入店可能な人々は近隣住民のみと制限されているため、後日改めてショッピングのレポートを致します。



記事にある店舗は私の自宅から 40 キロほど東に離れた郊外にありますので、食品の扱いが実際にスタートしたら合わせて密着レポートを行いますね。ご期待ください。