

## 五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2020年11月13日

### Pandemic Reshaping Holiday Shopping Plans

米国ではバイデン新大統領に決定し、今後どのように舵を切っていくのか期待と不安が入り混じる中、来週からショッピングシーズンも佳境に入ります。

ただ今年のショッピングはパンデミック渦中で少し違う様相を呈しています。

米国ショッピング動向調査によれば、ホリデーシーズンにもパンデミックは続くと予測され、人々はパーティなどの集まりの規模を縮小するか完全に廃止するか再考しており、その影響をショッピング業界も受けています。

例年、感謝祭で七面鳥の丸焼きを大勢で食べるのが慣習ですが、今年はポーションの小さな切り身などを求める消費需要が強く、急ぎその対応と準備をしています。

41%の買い物客が消費を減額する可能性があると答え、逆に昨年同様か支出を増やす予定との回答は15%にすぎません。

その15%に含まれる買い物客の中には両親などに会いに行く交通費や経費の代わりに少し価格のはる家電などを贈ると答えている人々もいるようです。

時期を見計らったのか、今年はDysonなどの高級家電のプロモーションが特に目立っています。



多くの人々は自分たちの健康管理を第一に考え、同時に小売店では利益以上にスタッフの幸福や健康に投資して欲しいと考えているようです。

1,500 人を対象に行われた調査で、3/4 以上の人々の約 76%が感謝祭当日は小売店を閉めるべきと考え、約 50%以上が小売業で働くスタッフに相応しく家族と共に過ごせる休日を与えるべきだと述べています。

小売業店舗で働くスタッフの健康と安全な生活を守ることが、人々の心の奥底にあり、店舗での買い物を最小限度に抑えることが、店舗で働くスタッフの健康リスクを軽減すると 61%が考えているそうです。

また同数が健康や安全、衛生に関し、目に見えて対策を実践している小売業をサポートし、進んで買い物すると答えています。

さらに 41%はパンデミックの影響でスタッフを解雇、または健康保険をカットするなどの福利厚生を減らす小売業では買い物をしないと答えています。

一方、57%がパンデミックの際、スタッフと顧客の為にしっかりと対応している小売業で、進んで買い物をすると回答しています。

調査結果をまとめた専門家は「これらの結果から、人々は日々コミュニティに奉仕してくれているエッセンシャルな小売業を支援したいと考え、今年のホリデーシーズンは非常に人間味あふれる休日になる可能性を示しています。この時こそ小売業はスタッフやコミュニティのために行っていることを広く公に示す必要があります。」と提言しています。

また調査では、パンデミックがオンラインショッピングへの移行をさらに加速させたと報告し、人々の 75%がホリデーショッピングの一部をオンラインで行うと発表しています。

その中で回答者の半数以上である 56%は、宅配の遅延や置き引き、商品の損傷などの際に不十分な対応をした小売業者でのリピート買いを避けたいと述べています。

オンラインと宅配を強化する小売業では適切な対応と透明性に焦点をあてることで、顧客離れを防ぐことにつながると分析しています。

一般的な小売業がホリデーシーズンの顧客を実店舗に戻すことができる方法の 1 つとして、予約制ショッピングが挙げられます。



2/3 の 62%の人々はデパート、家電小売店、家庭用雑貨店、衣料品店などの実店舗でショッピングの際、予約出来れば店舗に行っても良いと答えています。

現在はほとんどの小売部門で年間の総売上高が大幅に減少しているため、失われた収益を少しでも獲得するためのホリデーショッピングシーズンは重要な時期です。

今年のホリデーショッピングシーズンは、小売業者がデジタル資産の増強と維持に集中し、ピーク期間を数週間にわたって広げ、サプライチェーン全体で在庫を調整し、プロモーションや価格設定変更のアクションを取ることが重要であると専門家は指摘しています。

パンデミックの影響だけではなく、Black Friday(感謝祭の休暇の翌日で、黒字の金曜日と言われる小売業に買い物が押し寄せる日)への売り上げに対する期待も年々薄れています。

近年、人々の約 30%は感謝祭が終わってからでは欲しいものが手に入りづらく、目玉商品を買う為に並ぶ時間が無駄だと感じており、それよりも早い時期から買い物をを行うと答えていました。

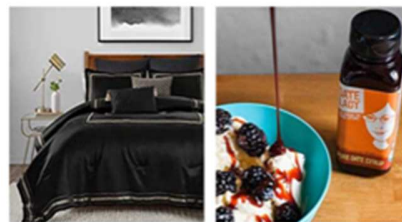
特に今回は 3 密を避ける傾向が強いと予測されます。

顧客の新しい思考の変化として回答者の 10 人に 1 人はマイノリティが所有する企業を支援したいと考えて、そのうちの 39%が Black Lives Matter 運動をサポートする小売業で何かショッピングをする予定であると答えています。

さて後半は先週に引き続いて Amazon Fresh 2 号店のお写真の残りをアップいたします！



#### Gifts from small brands



Black-owned

Women-owned



Latinx-owned

Family-owned

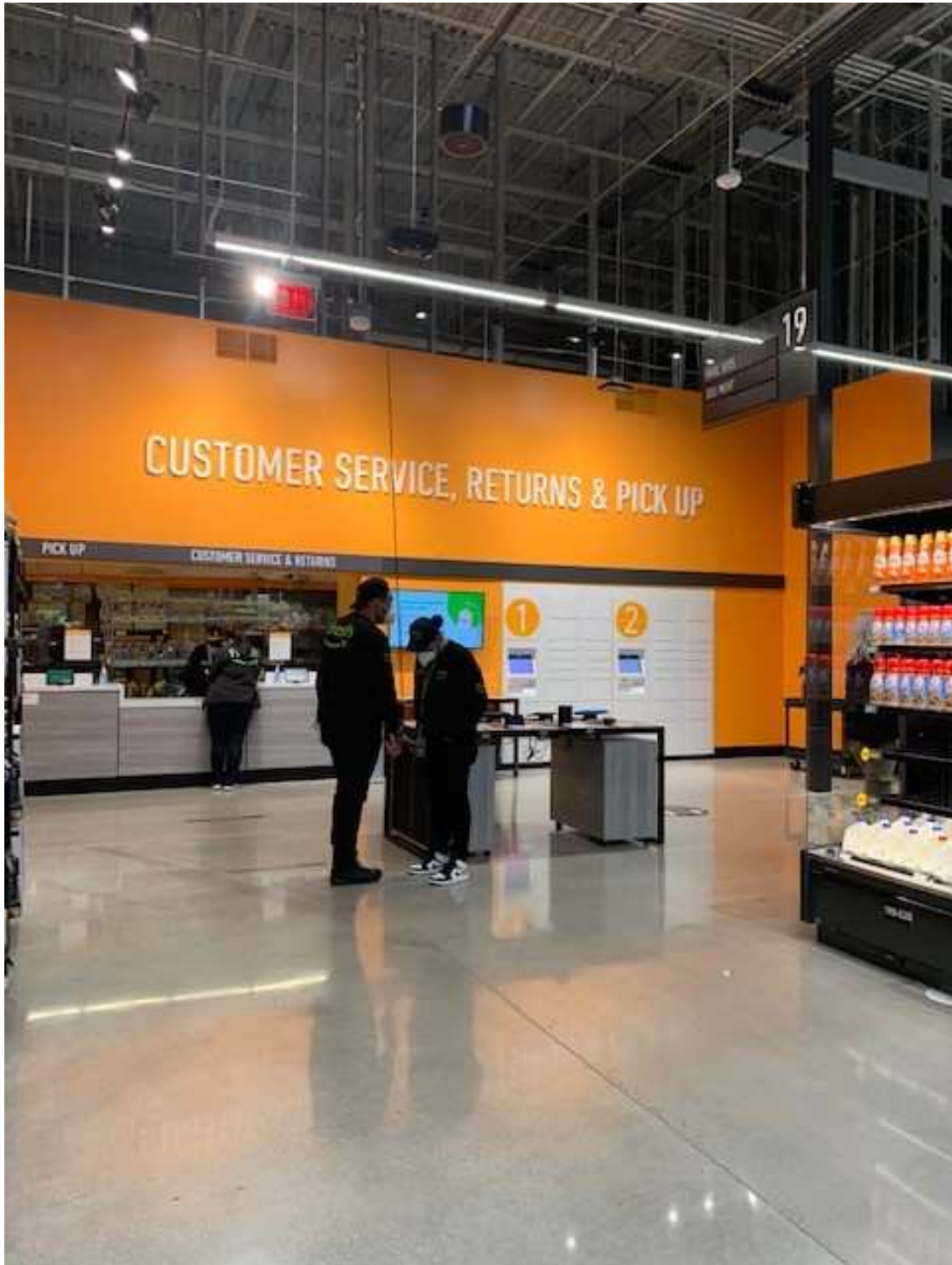
[See more from Launchpad](#)



シーフードは対面売りとは別にセルフではスキムパック（商品と台紙の間をすき間なく熱で圧着することにより、完全に密封・真空パックすることが可能な包装形態です）で平台に並んでおりました。この包装だと液だれも出ないので新鮮なイメージがあります。



店の右側奥はカスタマーサービスコーナー（一号店では出口付近でしたが）ここではオンラインで購入した Amazon 商品全般の受け取りや返却も出来ます。



右側は総菜コーナーで Fresh Kitchen では対面の総菜のみですが、コロナ収束に使用される予定のセルフ総菜も並べるスペースもあります







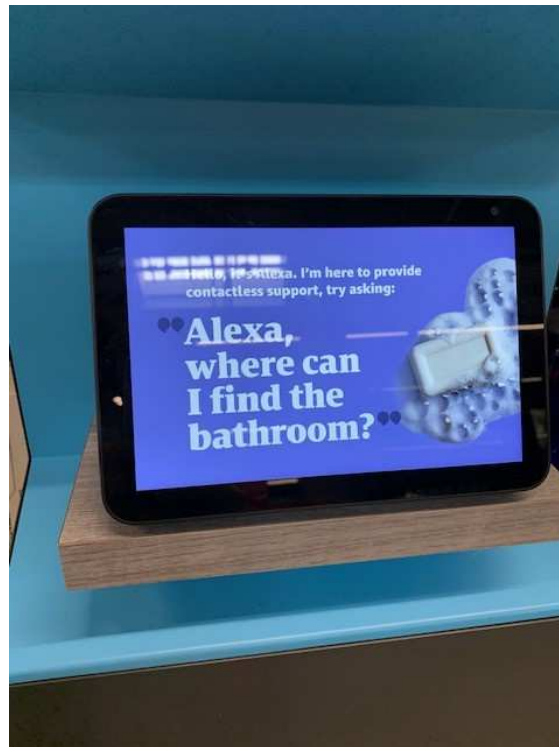
対面ベーカリーの横にはセルフの珈琲マシン（今は使用できません）





お手洗いはドアの開閉がタッチフリーで行えるようにドアの角にステップを設置（これは助かります）





先週紹介したスパイスコーナーの品ぞろえも豊富でしたが、ワインコーナーもかなりの充実です！各ワインの価格表のところには Amazon の顧客評価スコア（5星が満点）だけではなくワイン専門機関の点数もダブルで表示。また評価の高かった\$20以下のセレクトワインコーナーも良い。





ダッシュカートはカート内には重さをはかるセンサーがあるので、自分のバックを入れないので、カートの外側に写真のようなハンガーが両方に設置されている。



最後は通常のカート



既に私も 10 月末にオンラインと Costco でクリスマス・ギフトのショッピングの殆どを終えました。

例年であれば 11 月後半はショッピングのついでに町を中心へ友人と繰り出し、買い物後にランチやお茶をするという予定だったのですが、さすがに今年の実現しそうにありません。

そういえば、今年の今頃は仕事で英国はマンチェスターから列車でロンドンに入り、その後ユーロスターで国境を越えフランスへ移動し、この週末はパリで買い物をしておりました。

クリスマス準備で町は賑わい、老舗デパートの飾りつけは米国とはまた違い、上品かつ華やかでうっとりと思っていたのを思い出します。







欧州が再びの封鎖の中で今、あの光景やそこに暮らす人々はどうなっているのか、心が痛みます。

ヨーロッパ北部の冬は本当に寒さが厳しいので、これ以上感染が拡大することが無いように祈っております。