

## 五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2022年7月22日

### Back-to-school Shopping in 2022

#### 2022年度の新学期ショッピング

業界の専門家は、2022年度の様々なイベントに対する小売店の支出が、新型コロナウイルスのパンデミックが発生する前年2019年と比べて約2桁増、2021年と比較しても6%増を見込んでいます。

2年以上続いたパンデミックや金融の逆風や景気の不確実性な要素があったとしても9月にスタートする新学期のBack-to-schoolと呼ばれるショッピングシーズンには、2022年度は最も高い支出額に到達すると予測されています。

先週、ニューヨークを拠点とする世界最大のファイナンシャル機関Deloitteが発表した『2022 Back-to-School Survey (2022年度の新学期セール調査)』によると全米の幼稚園から高校卒業までの13年間を過ごす生徒いわゆるK-12に掛る本年度の出費が約344億ドル以上となっています。

この数値は2019年からは24%、2021年より5.8%増加する見込みで、一人当たりにかかる平均支出額は約661ドルで2019年からは27%、2021年より8%上昇しています。

最も出費が高い大学進学の場合は一人当たり1600ドルで、2019年からは18%増、2021年と比較し10%増となっています。

そして現在のインフレは、新学期を迎える多くの家族と学生の心と財布に重く影響していると調査機関は語っています。

調査対象の幼稚園児から高校生までの保護者の半数以上の57%が、各商品の値上げに懸念を示し、33%が過去1年間に家庭の経済状況が悪化したと答えています。

しかし一方で、37%の回答者が値上がりに関わらず今年は望んで出費する計画であると答えています。

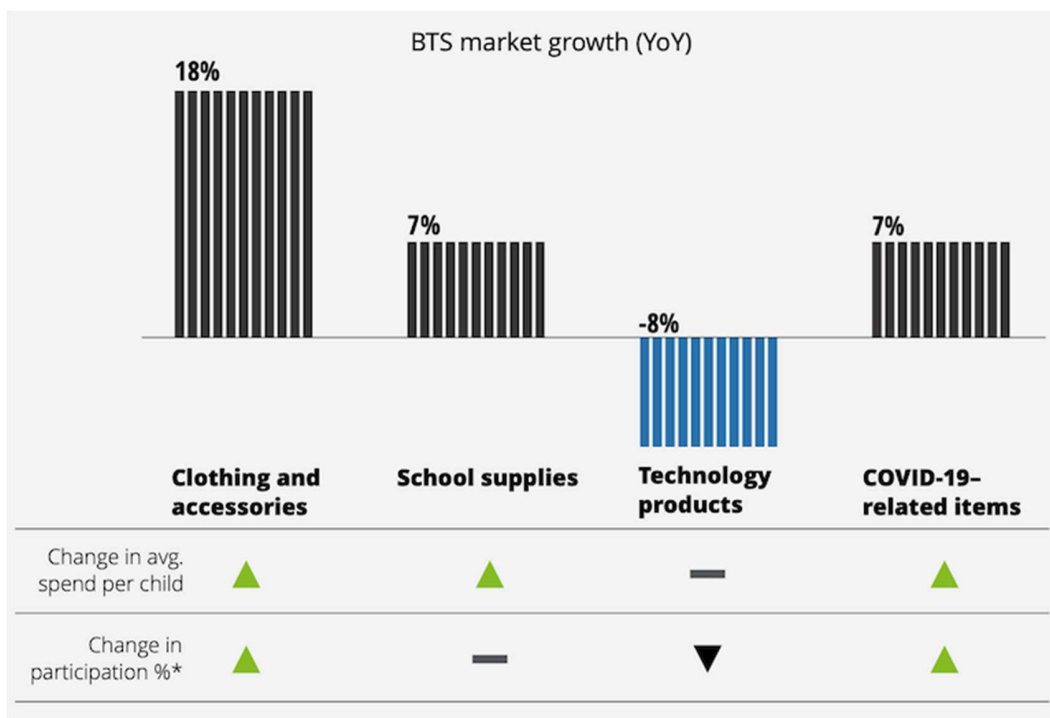
パンデミックによって混乱し停滞した2年間を経て、親たちは次の新学期に向けて『従来通り』学業に必要な購入を行う準備が整っていることを明らかにしています。

Deloitte LLPの小売・卸売・流通・消費財部門の米国副会長兼リーダーのニック・ハンドリノス氏は「仮に経済やインフレ等の外圧があったとしても自分の

子供が将来、成功を収めるために多くの保護者は勉学に必要な学用品の出費を惜しまないという強い思いを抱いています。この思いを意識し、継続的で経済的にも細やかに対応をする小売業者は信頼を得ることができるでしょう」と述べています。

Deloitte の報告で、幼稚園児から高校生までは前年比 18% 増である衣類や小物と前年 7% 増の文房具を多く購入すると答え、テクノロジー関連への支出は昨年より 8% 減少しています。

理由は、全体の 81% の家庭が機器やその他のテクノロジーは学校から提供されていると答えています。



但し、大学進学の場合は高校生までの支出と内容は異なり、テクノロジー支出が昨年より 22% の支出増加傾向の予測となっており、今後も堅調に支出が伸びると予測されています。

選択肢が重複しますが、調査対象となった消費者の 81% は、Walmart などの量販店での購入を予定し、次いでオンライン専用販売業者 56%、ダラーショップ 40%、アパレル専門店は 30%、オフィスサプライ/テクノロジーストア 30%、百貨店が 28% となっております。

Deloitte が発表したその他の調査結果：

- ・新学期のショッピングのピークは7月末まで53%の支出が予測されています。
  - ・2021年の43%から2022年は49%に伸び、実店舗での購入が復活傾向です。
  - ・調査回答者の64%の人々が、今年は品切れが起こることを懸念しています。その理由はコスト上昇と在庫不足で、全体の77%の人々は欠品の場合、ブランドを交換すると回答し、今後はブランドのロイヤリティに影響をもたらす恐れもあります。
  - ・幼稚園児から高校生までの保護者の50%、大学生の消費者の47%は、可能な限り環境に配慮した製品及び製造場所や製造方法や製造に関与した人々や処理方法に関して情報を明白に開示した製品を選ぶと回答しています。この傾向は幼稚園児の保護者であれば22%多く、大学生の消費者は19%多いとされ、SDG'sを前面に謳っている製品が選択されている事実を裏付けています。
  - ・K-12の保護者がオンラインを通して費やす支出は、2021年の39%から今年は35%に減少すると予測されています。その中でネット販売の送料無料は必須で、回答者の79%は迅速な配送よりもネット注文が重要な点であると回答しています。
  - ・ショッピングにソーシャルプラットフォームを活用する予定の保護者は、2021年の41%に対し、2022年は35%に減少する見込みとなっています。ジェネレーションXの消費者は、お得な情報を求めソーシャルメディアを利用し、ミレニアル世代はレビューやアドバイスを閲覧し購入する傾向です。「デジタル・ショッピング・チャンネルは飽和状態に達しています。大流行した以前のレベルより多少高く、多くの消費者はネット販売での購入に嫌気を感じています。」とDeloitteは述べています。
- 大学側でも消費における店頭シェアが2021年の39%から2022年は44%に増加すると見込まれています。問題は大学生の消費者の68%は欠品を懸念し、計画する支出の56%を7月末までに購入するそうです。

## BTS spending less front-loaded than last year

Despite stockouts and inflationary concerns, timing returning to normal pattern

● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022



米国の学校は6月の1週目に1年間の教育課程が終了し、この時期に卒業式も行われます。

その後、約3か月間の長い夏休みとなりますが、今年は半月しか経たないうちにあちこちで”Back-to-school Sales”の広告が出始めました。

「さすがに早すぎない？普通は早くても8月に入ってからだよね。」と一瞬思いましたが、「そうかあ、サプライチェーンの影響がこんなところにも出てくるのね、学業に必要な物が手に入らないと本当に困るからね。」と記事を読みながら改めて納得しました。

子育てが終わり、暫く時間が経つとこのような事態に関して敏感さが多少、欠如してしまうのでしょうかね。

私が経験した子育て時代は、新学期スタート前に準備しておく **Supply List** いわゆる新学期に必要な備品のリストが学校から送られてくる時期は、毎年8月に入ってからです。

夏休終了の2週間くらい前に購入をスタートしても間に合いましたが、現在はそれも前倒しされているのだなと実感します。

かつて我が子を長い夏休みから現実に引き戻すために **Back-to-school** のショッピングに連れ出していましたが、現在の米国の子供達は、現実に引き戻される時期が早くなったのです。

米國小売業の Back-to-school 商戦は、年末のホリデーシーズンの次に並ぶ消費熱の高まるシーズンとされています。

児童の保護者や学生は必要な備品の購入に合わせ、通学に着る服や小物、寮で自炊を行う大学生は一年分に必要なインスタント食品や缶詰、飲料を箱買いしたりもするので、この時期は食品も扱う Walmart や Target などの大型ディスカウントチェーンにとって売上が期待出来るとあり、販促にも力を入れています。

しかし、価格高騰の嵐は、教育にお金を惜しむことは避けられない保護者も夏のバカンス気分を楽しむ間もなく、現実へと引き戻されることになるのでは。と深く同情致します。