

五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2021年6月11日

The Grocery Delivery Race is On!

グロサリーの宅配サービス競争

2020年新型コロナウイルスのパンデミック以降の感染対策で、非接触のオンラインショッピングと生鮮食料品の宅配を含むグロサリーの需要が急激に増加し、一時期は売上の比率もパンデミック前の3%から15%へ急速に上昇しました。

国民の約60%以上のワクチン接種の効果で米国の新型コロナウイルスの罹患患者数も減少し、様々な規制も緩和され消費者が実店舗に戻ってきています。

先週末のUSニュースでは、一年以上続いたオンラインショッピングに飽きた消費者は、ワクチン接種を終えフェイスマスクを外し店舗で買い物を楽しみたいと語っていました。

各小売業チェーンも店舗に通い始めた消費者に対し、パンデミック以前のサービスを復活させています。



広い店舗で沢山の試食が出来る事で有名なホールセールクラブのCostcoは、パンデミックが起こった2020年3月から約14か月間、試食を取り止めていましたが、2021年6月第一週に170店舗から手始めに試食の再開をスタートし、6月末までに全米で展開中の560箇所すべての店舗で試食が再開するそうです。

格安のホットドックとソーダセットの根強いファンが多いフードコートは、屋外で飲食できる一部の店舗で再開されていましたが、テーブルの間引きを多少行った後、全店舗の屋内でも飲食が出来るようになりました。

全米で約 5 千店を展開する大型ディスカウントチェーンストア Walmart は、予防接種を完全に終えた消費者に対するマスク着用の義務の廃止を発表しました。

またパンデミック期間中に変更していた短縮営業時間を以前と同じ営業時間に戻し、6 月第一週の 5 日土曜日から国内全店で午前 6 時から午後 23 時までの営業とする事が決定しました。

また同社の薬局と視力測定を備えたメガネ店のビジョン・センターも 7 月からパンデミック以前の営業時間に戻すと発表しました。

WEB でショッピングと宅配を行う業態の大手 2 社 Amazon や Instacart は、実店舗を持つ小売店の動きと並行し、パンデミック中に急増した顧客を維持確保するべく満足度向上を目指し、配達時間の短縮に取り組み始めています。

オンライン小売業最大手の Amazon は今まで一時間以内での宅配を行ってきた Prime Now を終了し、『Ultrafast（超高速）』と名付けた時短宅配のオプションを Amazon のメインアプリ上から利用可能な形に変更するそうです。



プライム会員向けに 2014 年からサービスを開始した Prime Now は Whole Foods やその他の地元の店の商品を含め、2 時間から最短では 1 時間で配達するサービスです。

この変更は 6 月 21 日にスタートする Amazon が開催する大セール Prime Day 2021 に向けて準備を進めているそうです。

同社のホームページでは「Prime Now はサービス開始以来、消費者のお気に入りとなり、世界中で何百万人ものプライム会員を魅了してきました。Amazon

独自、また地元の店から毎日の必需品、ギフト、おもちゃ、そして高品質な食品などを超高速で配送しています。この素晴らしいサービスをさらにスムーズに継ぎ目のないシームレスな関係にする為、私たちは独立させていたアプリ Prime Now を Amazon のアプリとウェブサイトに移し、1つの場所から利便性を追求した利用の形を目指します。」と宣伝しています。

Prime Now は最短 30 分前の注文で店舗外に車を止め、スタッフが注文した商品をトランクに乗せてくれるカーブサイドピックアップのサービスも 2 年前から行ってきました。

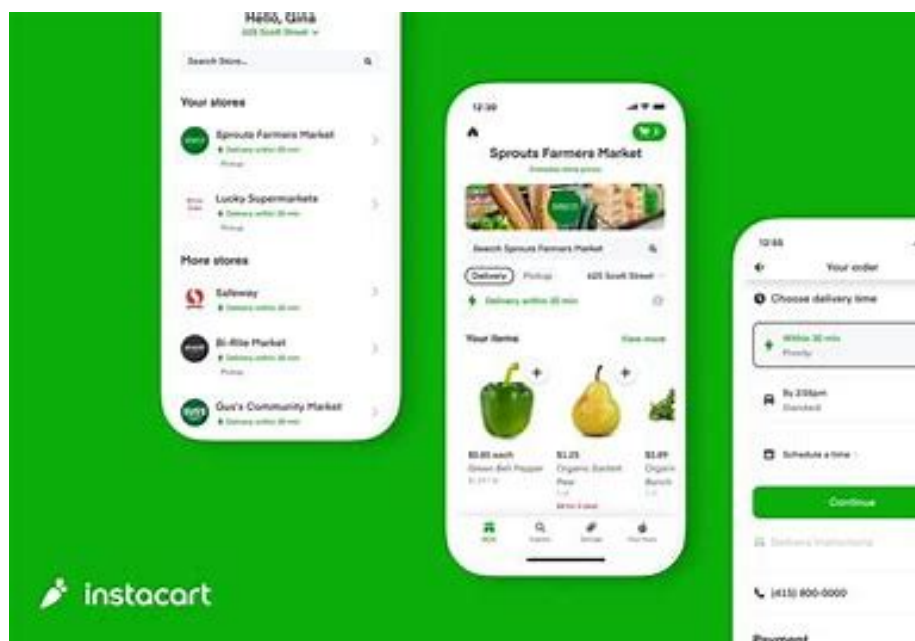
Ultrafast は今後、地域を限定し宅配も同様に 30 分で行えるようにスピード化を進めるそうです。

オンデマンドでショッピング代行と宅配を行う Instacart も米国の 15 都市で注文後に最短 30 分後までに配達するサービスを開始するそうです。

この優先配送サービスはまずはサンフランシスコやロサンゼルスなどの都市で開始し、その後は数か月でシカゴ、マイアミ、サンディエゴ、シアトルを含む 15 の都市で利用可能とし、さらに多くの場所に提供される予定です。

この新しいプログラムに Ralphs、Safeway、Sprouts Farmers Market、Stator Brothers などの店舗からの配送が含まれるそうです。

30 分以内の配達サービスは今後数か月で多くの都市やグロサリーストア等で展開する予定です。



現在、Instacart の宅配サービスは米国内 85%の世帯が利用可能で年間メンバーフィー\$99(約 1 万円)を一度支払い、\$35 以上の購入額を満たせば無料配送を提供しています。

同社では 30 分の優先配達プライオリティ・デリバリーの利用価格についての詳細を未だ明らかにしていませんが、広報担当者は「料金は定額で市場の考慮に基づいて変動する可能性が高い」と述べています。

買い忘れたグロサリーの補給は勿論ですが、仕事が忙しく夕食の買い物を忘れた等、身体の調子が突然悪くなったり、予定していた家での食事会の人数が急が増えたり、長期出張後、自宅に戻ると何も食べるものがなかったりと様々な理由がある際、即座に食品が宅配で届く事はとても便利です。

時短だけではなく Walmart や Amazon が家のガレージや冷蔵庫の中まで届けてくれる In Home Delivery というサービスもスタートしたそうです。

そういえば、パンデミック以前、Amazon が配達と同時に部屋の掃除までしてくれるサービスの宣伝もしていました。

どんな人物が自宅までの配達サービスを行ってくれるのかを事前に知らせてくれるそうですが、私でしたら他人に冷蔵庫の中を見られる事はとても抵抗があります。



時短が必要な人にとって配達時間が短くなるのは便利なことですが、私を含めた周りの知人は半日以内に届けてくれるのであれば、それで十分に満足出来ると話しています。

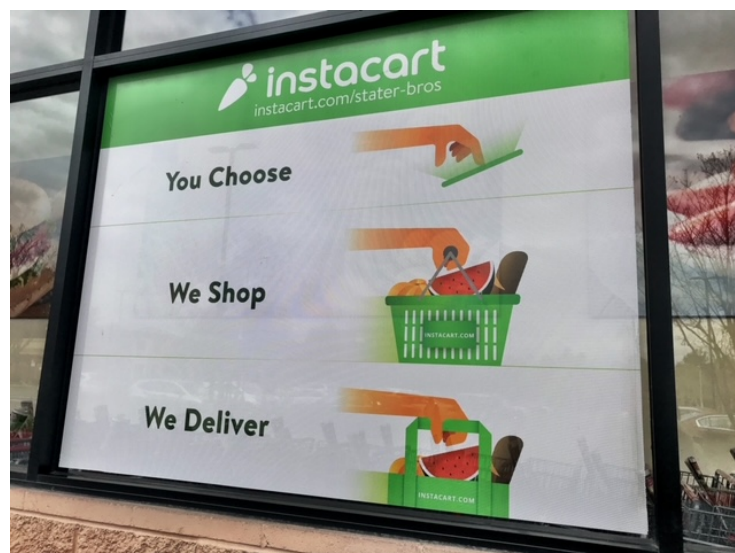
それより、過去に利用したオンラインと宅配のグロサリー購入の経験を踏まえコメントするなら、正確に注文した商品がベストな状態で届くことが時短以上に大切です。

家にいる時間が増え、その日決めていたメニューを作る際、届いた野菜などが希望したものと異なると献立そのものを変更せざるを得なくなる時があるからです。

日々のメニューを考えるだけでもストレスを感じる事が多い主婦にとってこれは大きなクレームとなります。

同様に米国の宅配において時々起こる商品の傷みや劣化も「すみません 返金します。」では、納得いかないことも少なからず発生します。

感染を避けるためにインスタカートの年間サービスに加入した友人も「届いた商品の鮮度について時々、不満がある。もちろん返金や交換も即座にやってくれるけど、同様の事が何回か続くと自分で買いに行く方がマシだと思う。とりあえずメンバーフィーを支払った一年間の利用は続けるが、その後はどうするか決めていない。それにコロナも収束傾向だから、感染の危険も減ってきている。」と話していました。





直近の業界情報では Instacart 社が自社のダークストア（ネットスーパーにおける実店舗とは異なるネット販売専用の物流センターで、商品のピックアップに特化し買い物客が店内に入らない倉庫のみの店）の導入を計画しており、内部ではロボットにグロサリーなどのピッキングを行わせることで人件費のカットと効率化を目指す。という壮大な計画もあるようです。

私が WEB と宅配サービスの年間使用料を支払い、そのサービスの利用を続ける場合、『人間では無く AI ロボットも良いので、目利き A クラスの買付代行が選ぶ食べ頃で美味しい新鮮野菜や必ずご満足頂けるよう弊社の肉マイスター監修が厳選した安くて美味しい肉をお届けします!』といった付加価値を求めます。

私のような食いしん坊たちの関心を引きつけるかもしれません。アフターコロナへ向けて買い物に出かける消費者が増える中、オンライングロサリーの宅配競争は、時短だけでは差別化できない状況が間もなく訪れる気配を感じます。