

## 五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2021年6月18日

### The Top 100 largest Food Retailers in US

#### 米國小売企業売上トップ100社

米国の小売業界誌 Progressive Grocer（プログレッシブ・グローサー）誌では毎年 PG100（売上高トップ100社ランキング）を発表しております。

2020年はパンデミックによって食品小売業者の売上高が急上昇し、記録的な成長を遂げた年になった事が伝えられています。

PG100のランキングで数多くの企業で二桁の成長率が見られ、ランキング企業の合計売上高は2019年の1,893兆ドルから11.6%増加し、2,113兆ドルに伸びました。

パンデミックという前例のない状況下でも小売業はビジネスを維持し、消費者と従業員の安全対策をとった非接触型ショッピングやEコマースと実店舗を融合させた食料品購入、配達、受取りのサービスを普及させました。

#### プログレッシブ・グローサー:小売り企業売上トップランキング100 2020年

順位	企業名	売上高(100万ドル)	前年売上高	伸び率	店舗数
1	<b>ウォールマート</b> Walmart US	\$369,963	\$341,004	8.49%	4,743
2	<b>アマゾン</b> Amazon(Whole Foods)	\$220,058	\$153,581	43.28%	36
3	<b>クローガー</b> The Kroger Co.,	\$132,498	\$122,286	8.35%	2,743
4	<b>コストコ</b> Costco US	\$115,788	\$106,092	9.14%	552
5	<b>ウォールグリーンズ</b> Walgreens Boots Alliance	\$107,701	\$104,532	3.03%	9,021
6	<b>ターゲット</b> Target	\$93,561	\$78,112	19.78%	1,868
7	<b>CVSヘルス</b> CVS Health	\$91,198	\$86,608	5.30%	9,962

8	<b>アルバートソンズ</b> Albertsons Companies	\$69,690	\$62,455	11.58%	2,277
9	<b>サムズクラブ</b> Sam's Club US	\$63,910	\$58,792	8.71%	599
10	<b>アホールド・デルヘーズ</b> Ahold Delhaize USA	\$51,838	\$44,841	15.60%	1,970

10 位以下抜擢

11	<b>パブリックス</b> Publix Super Market	\$44,864	\$38,116	17.70%	1,264
13	<b>エイチ・イー・ビー</b> H.E.B.	\$36,816	\$29,700	23.96%	354
28	<b>トレーダージョーズ</b> Trader Joe's Co.,	\$14,100	\$13,000	8.46%	530
35	<b>ウエグマンズ</b> Wegmans Food Market Inc.	\$10,695	\$9,700	10.26%	105

不動のトップを維持している Walmart は E コマースの売上高が 79% 増加し、カーブサイドピックアップと配送サービスの売上が前年比で三桁の伸びを示しました。

Amazon の有料メンバーシップサービス Amazon Prime のライバルとし 2020 年 9 月に Walmart がスタートした Walmart+ (ウォルマートプラス) の会員数は現在 900 万人まで増加したそうです。

投資家たちのツールとして活用される消費者行動の調査会社 Consumer Intelligence Research Partners LLC (CIRP) によれば、2005 年にサービスを開始した Amazon Prime の米国内会員数は推定 1 億 4,700 万人となっているそうです。

一方、Walmart.com の顧客の 13% から 14% が Walmart+ に加入しており、年間平均 1000 ドルの購入をしていると述べています。



現在第 2 位の Amazon は、2020 年に 38% の収益成長を達成しフォーチュン 500 のトップに近づきました。

Amazon Prime の会員数は前年比から 5,000 万人増加し、全世界の顧客数は 2 億人を超えています。



第3位の現在 2742 店舗を展開中の Kroger は、パンデミック以前より E コマースに舵を切り、Walmart や Amazon とのオンライン食品販売では一定の成功を収めていました。

配送サービスをその 2472 店舗で展開し、店舗受取サービスを 2224 店舗にまで拡大させ、迅速な配送を行うため同社はさらにデジタル化を加速させ、その結果 20 年度の EC 売上高が前年度比 116% 増と飛躍的に向上しました。

その他、英国ネットスーパー専門の Ocado(オカド)グループの技術を採用し、オハイオ州モンロー市に 375,000 平方フィート (約 3484 m<sup>2</sup>) のフルフィルメントセンターを稼働させました。

このセンターは人工知能、高度なロボット工学、オートメーションを駆使した未来の E コマースモデルの先駆け と高評価です。



第4位の Costco の店舗には、パンデミックにもかかわらず毎日生活必需品を大量に購入しようとする消費者が大勢訪れました。

消費者と従業員の安全対策を構築しながら従業員のモチベーションを維持させる為に昇給を行い、2019 年度の売上高から 9.2% 増加させました。

2020 年 4 月にオンデマンドの買い付け & 宅配業者 Instacart と提携し、米国内 Costco の 500 か所で処方箋の配達サービスを開始しています。

そして Costco は 10 億ドル (約 1000 億円) を投じ、家具や大型家電製品等の配送・設置サービスを提供する Innovation Solutions を買収し、今後は同社の E コマース事業の売上拡大につながるものと考えられています。

Costco の勢いは 2021 年でも衰えることなく、会員数も順調に増加し続けています。



第5位のドラッグストアチェーン大手の Walgreens は、パンデミック渦に生活必需品を扱う店舗に指定され大きな成功を収めるはずでしたが、予測ほど消費者を惹きつけられず、2020年度の収益はわずか2%の伸びに留まりました。

同社は2021年1月に薬局・小売事業により注力するため、欧州の流通事業を一部売却しております。



一方で大手ドラッグストアチェーンの CVS ヘルスは、パンデミック時に地域社会にワクチンを配布する中心的な拠点の1つとなりました。

同社は2018年に医療保険会社 Aetna(エトナ)を巨額の690億ドルで買収する為の出費を計上しましたが、2020年に前年比120億ドル(約1兆2千億円)の収益増となっています。

6位の Target は 2020 年の第二四半期に記録的な売上を記録し、同社の歴史上、最も大幅に売上増加した第四半期売上となりました。

Target はパンデミック直後に消費者に対して非接触型ショッピングのオプションを提供し、オンライン注文にはカーブサイドピックアップと宅配のプロモーションを拡大しました。



2020 年はロックダウンの衝撃に人々が買い占めを行い、棚から商品が消え、長引く自粛では、食品を始めとする生活に必要なものが沢山売れました。

コロナ以前はオンラインへと流れる消費者を維持するため、グロサラント（グロサリー店内で展開する本格レストラン）や豊富な試食やシェフを招いてクッキングスクール、ワインテイスティングから店舗で醸造するクラフトビール、店内で管理栄養士から受ける栄養相談からヨガ教室等々、各小売店が競って取り組みを次々に企画しましたが、それらすべてがパンデミックで中止となりました。

とにかく商品さえ仕入れ、棚に並べ、そこに宅配やピックアップのサービスを付加すれば消費者は購入してくれるので、特に食品を扱う小売業にとってはホクホクな“濡れ手に粟”の時期もあったかと思います。

私の自宅近所のあまり特徴もない店でも一時期、消費者が押しかけていました。

ですがポストコロナに向かっている現在の米国では、店独自の強みを前面に出して集客する差別化が必要となってきております。

先月レポートした CVS は、ドラッグストアチェーンの首位を Walgreens と競う上で、敢えて収益率の高いタバコの販売を辞め、価格競争やコンビニエンスストア化を進めるよりも包括的医療サービスの提供を柱としました。

近年、CVS が取り入れ始めた “医療保険やクリニック” に代表される総合的な健康に関するサービスを拡充し、顧客を健康に導く価値を提供することにフォーカスした差別化はとても素晴らしく、その結果、売上率の増加に顕著に反映されたと思います。



最後にこの表の中で唯一オンラインや宅配も一切行わずとも、売上もきちんと伸ばしたチェーンがありますが、どれでしょう？

私のレポートを読まれているあなたならすぐおわかりですね。