

五十嵐ゆうこの米国小売業最新レポート

2020年6月4日

Drinking at Home

(宅飲み)

米国の6月は卒業式シーズンでカリフォルニアでは毎年高校卒業のお祝いとして幾つかの公立高校でディズニーランドを深夜0時迄貸し切り卒業パーティーが行なわれる頃です。

しかし今年は新型コロナウイルス拡大の為、残念ながら一切のイベントが中止となっています。

代わりに街の至る所で “Congratulation for the Class of 2020, We’re all in this together(2020年卒業おめでとう。皆で一緒により強くなろうね)” という感染拡大下の非常時に義務教育を終える高校生らを応援するバナーが見られます。

先週はなんと小型飛行機が上空で同様のメッセージのバナーを翻し、卒業生達を祝っていました。



大学4年生は、米国で飲酒が許可される21歳という年齢に当てはまります。最終試験も終わっている5月末位から学生街にあるバーやライブハウスでは、店外に溢れる位の学生達でごった返しているのが常ですが、今年は若者が不在のゴーストタウン状態で、それを埋め合わせるかのように彼らの間では house party アプリ（現在の米国では Zoom よりも需要が高いパーティーに特化した人気アプリ）をダウンロードしたオンラインでの飲み会が激増しています。

リモートワークが進んでいる米国では、在宅勤務者の約3割が飲酒しながら仕事している統計が出ており、真面目に業務を行っているのかを調査する為に探偵を雇う一部の企業もあるようです。

米国調査機関のニールセンではスピリッツと呼ばれるテキーラやジン、ウォッカなどのカクテルに使用するアルコール類の先月売り上げは前年同期より75%、ワインは66%も上昇し、何とオンラインで注文したアルコール全体の売上は250%近くも増加したとのことです。

また成人の38%が自宅でのカクテル作りに興味を持ち、レシピ本とペアになったカクテルキットの売上も上昇中で、カクテルを沢山呑むというより作成作業に独創性を極め楽しむこと、また何よりも出来上がりの見栄えが良さを競うことが受けているようです。

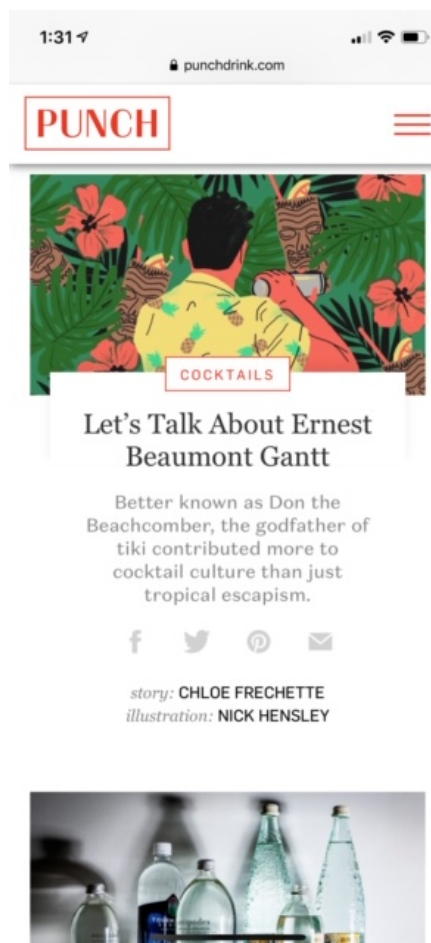
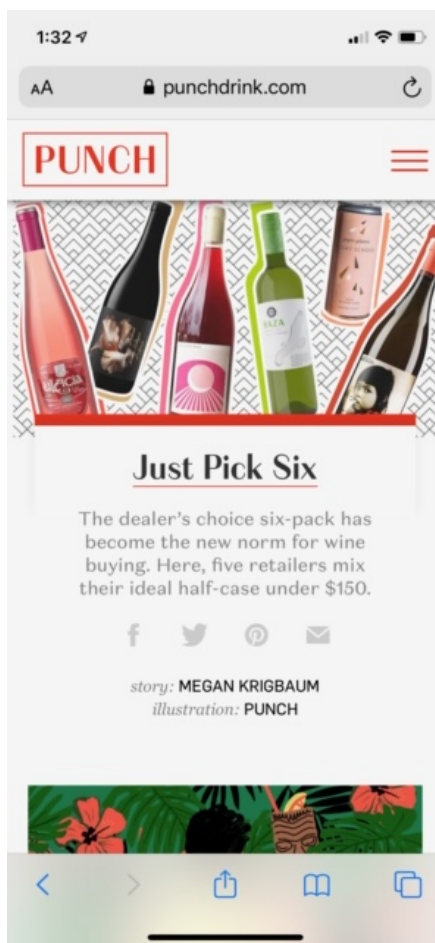


彼らは SNS 等のオンライン上でメイキング動画や自作アレンジをアップして他者と共有することで Stay Home を楽しく過ごす作業の 1 つとして取り入れ、ワイン、スピリッツ、ビールやカクテル等のお酒全般の情報が盛り沢山の人気オンラインサイト PUNCH(punchdrink.com)では、ネット上で有名バーテンダーが出演し本格的レシピやコツを映像で教えているコンテンツへのアクセスが急上昇しています。

PUNCH では自粛で経営が厳しい Bar が生き残るため又バーテンダーの為に様々なイベントを行って資金を集めたりもしています。

またプロのバーテンダーだけではなく、消防士、ボディビルダー、ドラッグクイーンや軍の女性兵士などの幅広いカクテルファンがカクテルを作りながら様々な話をしてくれる動画も楽しめます。

そして酒造メーカーや専門家が様々なトレンドについての記事を投稿しているページも充実しており、業界でも注目されているオンラインサイトです。



とは言え、実は数年前から特にミレニアム層の間では宅飲みの人口が増加傾向にありました。

今からちょうど2年前の2018年6月5日に業界市場リサーチ雑誌の Mintel 誌が行った調査では米国人口の3割を超える24歳~31歳のミレニアム層と呼ばれる世代の3割近くが Drinking at home を好んでいます。

理由は①外で飲むのが面倒 ②経済的にも自宅飲みが安い（例えばビールをお店で飲むと平均1本で\$9するが、小売店で6本パックを買えば\$6~\$10）

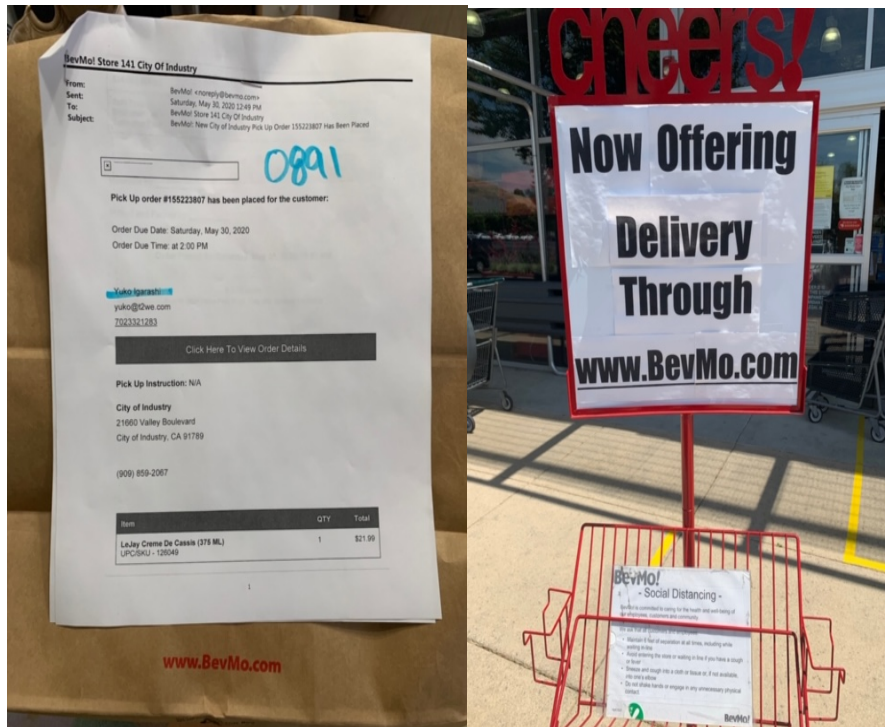
③飲む量をコントロールしやすい という3点を理由に上げていました。

団塊世代で宅飲みを支持していたのは15%で、全体的には55%のアメリカ人が Drinking at Home を支持しているという結果が出ており、今回の外出自粛がブームへさらに拍車をかけました。

感染状況下においても多くの酒販売専門店が客の入店を許している中で、全米で約1600店舗を展開するアルコール飲料のディスカウントチェーン BevMo! ではウイルス感染を防ぐために完全オンライン（または電話）注文のみで販売を続けています。

顧客はサイト上で注文した商品を店舗入り口に仕切りで設けられた場所にてピックアップするか、郵送または即日宅配を選択可能で、サイト上では実店舗に行くより安全で商品が選び易く、バーゲン価格やタイム割引もわかりやすく表示され、勿論ポイントも貯まります。





早速利用してみました。チャットで専門的な質問も出来ますし、商品も見つけ易いので店舗で直接受けるサービスとの差異が殆ど無いように感じました。おそらく自粛解禁後もこの利用を続けると思います。

米国では感染拡大で店舗の運営が厳しい幾つかのレストランでは、持ち帰りとは別に自宅で簡単に調理すれば出来立てを味わえるミールキットがスタートしています。

そしてお酒が飲める事でも有名な老舗では、自宅でも本格的なカクテルが楽しめるように必要なサイドアイテムとレシピがすべてセットされた“cocktail kits”の販売も行っているようです。

店のサイトに入ればピアノ演奏の動画配信もあるのでバーチャルで雰囲気を楽しめるだけでなく、同様に仕事が激変しているエンターティナーへの配慮もなされているのが素晴らしい試みだと感心しました。

日本の食品小売業では宅飲み用のスナックや総菜が売れており、新商品も色々有る様ですが、米国ではナッツ、チップス類やサルサソースが主流で色々な種類を食べることはありません。

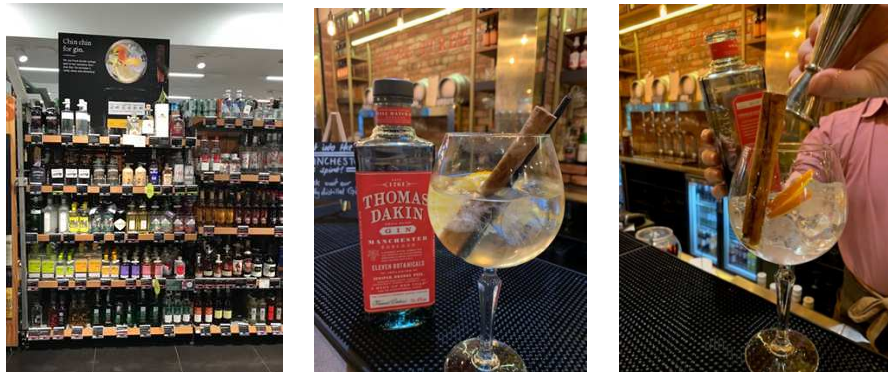
それよりも今のブームを反映し、独立記念日や夏休みに合わせた宅飲みの提案を行っている食品小売業が大多数です。

トレンドを一早く取り入れ 10~12 アイテムの新商品をほぼ隔週で提案し続けていることで知られる Trader Joes でも、季節感を感じさせるスイカやパイナップルのジュースとスピリッツをベースに自宅で簡単に作れるドリンクを精力的に紹介しています。



一昨年前の年末に英国を訪れた際、クラフトジンが大ブームでした。元々ジンはウイスキーに比べ価格も安いので労働者を中心に安く飲めるイメージでしたが、5千円前後のクラフトジンはボトルもお洒落で洗練され、飲み方もフルーツやシナモンスティック、食用にもなる花エディブルフラワーとアレンジして飲む という提案が売り場でも行われ、女性や収入の高いミレニアム世代にも人気があるという話を伺いました。

英国の Bar 業界でもクラフトジンを用いたカクテルが数多く有り、特に小さな醸造所で造られるジンの工場が数多く展開していたことを記憶しています。



私事ですが、実はうちでも自粛制限の長さにしびれを切らした主人がとうとうアマゾンで組み立て式の Home Bar を購入しました。

現在はプライベートで楽しんでおりますが自粛解禁後は友人も招いてカクテルパーティが出来れば良いと日々新しいレシピの開拓をしております。

最近では PUNCH で紹介されている新しいカクテルにも挑戦しています。いずれは、踊りながらカクテルを作る流通コンサルタントとして動画をアップする日が来るかもしれません (笑)

