

五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2020年6月25日

With Corona

未だにコロナウイルス感染者数が世界トップの米国ですが、報道でもご存じのとおり経済が再開し始めています。

今週はじめ、CNN ニュースのトップ記事では『新型コロナウイルスに対する小売業界の安全政策が緩和されている事』と『そこに孕む危険性』についてのトピックを取り上げていました。

会員制ホールセールクラブの Costco は店舗内での試食を再開しました。大型ディスカウントチェーン Target はパンデミック中は生活必需品中心に返品を却下していましたが、顧客が持ち込む全ての商品について返品が可能となり、テナントの Starbucks も Store-by-Store いわゆる地域や店ごとに状況を見ながら徐々に再開営業する予定です。

また全米トップのスーパーマーケットチェーン Kroger ではパンデミック中は8時~18時もしくは19時までと営業時間を短縮していましたが通常営業の6時~22時の時間帯に戻し始めています。



ニューヨーク市は感染者と犠牲者が全米で最も多く経済再開に関しても慎重にならざるを得ませんが、今月半ばからオンラインで注文した小売業の食品・非食品を含む商品を指定された所で受け取るカーブサイド・ピックアップをスタートし、今週からはレストランやヘアーサロンも再開しています。

そしてカリフォルニア州では7月頭から学校やジム、映画館やバーなどが感染防御の為に様々な改良を加えて一定条件をクリアした上での再開がスタートします。

疫病の専門家や労働団体のトップは『パンデミック前の日常へ戻る事が、多くの消費者にとって便利で喜ばしい事ではあるけれども店の従業員が再び高い感染の危険に晒される可能性がある。』と危惧しています。

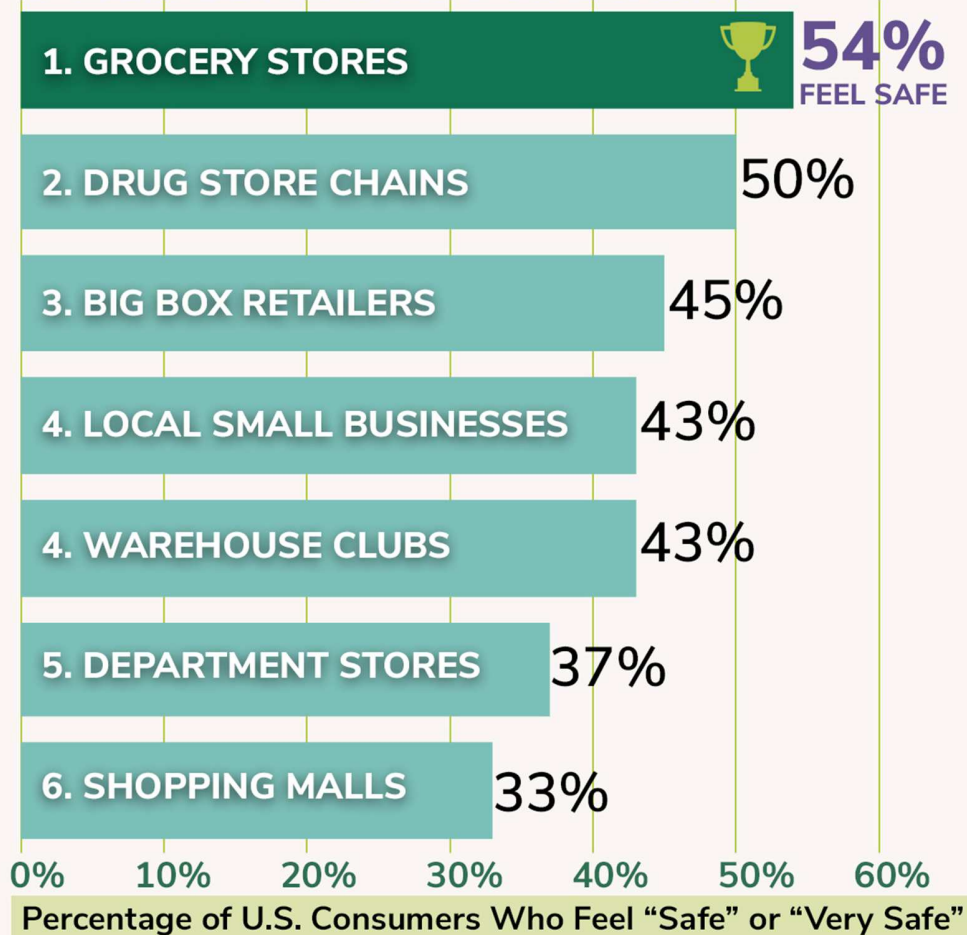
実際、最も早く経済を再開させたアトランタやフロリダの一部地域では、再度感染者数の急激な増加も見られています。

その中には別の考えを持つ専門家もあり、カリフォルニア州リバーサイド大で疫病学を研究している Brown 教授に CNN がインタビューしたところ『場所や状態によって”**The Safety Measures**(安全対策)を調整し、予防策を続けながら経済を再開させていくことが、現在の新型コロナウイルス感染だけでなく未来に起こりうるかもしれないパンデミックスを防ぐ **Good Practice**(優れた実践)になる』という With Corona 案を提言していました。

それを裏付けているか否かは定かではありませんが、多数の人々が集まって抗議運動を繰り返し、経済の再開もスタートし始めているカリフォルニア州ロサンゼルス市では日々更新されている感染者の死者数統計が、当初の予測とは反し減少しています。

また同様の記事で Target の元エグゼクティブディレクターで現在は Red Archer Retail の創業者兼コンサルティングの Mr. Walton 氏が指摘したところによると『今回のパンデミックにより食品を扱う小売業は大幅に売り上げを伸ばし財政的な強さを持つ結果となり、食品小売業はそのインセンティブを安全対策へ投資する余裕をもっている。多少の出費を惜しまずに、店舗で買い物することの安全性を消費者にアピール出来れば、更なる顧客の信頼を勝ち得るであろう。』と分析しています。

OVERALL SAFETY RANKING



上記は新型コロナウイルス感染下で消費者が安全性を感じる小売業の業態別の統計表です。

食料品店が最も安全だとの答えが半数以上を占めています。

その理由は、現在は多くのグロサリーストアは出入りを一方通行にし、ショッピングカートなどの消毒を徹底的に行う人を配備し、実際、消毒を顧客が見ている前で行っています。

顧客の入場時にはソーシャルディスタンスを徹底するだけでなくマスク着用の確認と手指の消毒を徹底されます。

レジでは顧客が清算を済ませる度に消毒剤で周りを拭きとり、対面では透明の仕切りを設置し、また、エコバッグの持ち込みを一時的に禁じる代わりに、無料で袋を提供してくれます。

そして店舗全体の清潔状態を強化し、特に化粧室の清掃には今まで以上に力を入れており Costco では男性用トイレに透明の仕切りを設置しました。

どの店舗でも手洗用洗剤は常に補充され、消毒スプレーを追加で設置している店も多くなりました。

出入口付近にはドアの開閉時に、直接扉に触れない様に使い捨てのペーパータオルとゴミ箱が余分に置かれている光景もよく見かけます。



Kroger を初めとする多くのチェーンでは営業時間の延長と安全対策のために雇用者を追加で増やしています。

5月10日に発表されたCostcoの第一四半期では、パンデミックの運用コストとして追加の従業員賃金と衛生管理維持費が増えた為、前年同時期より純利益が8%減収したそうです。

オンラインオーダーが伸びましたが、物流とデリバリーの経費を差し引くと大きな利益には至らなかったそうです。

Targetも同様に人件費や衛生管理費以上にサプライチェーンに係るコストが予想以上にかかったので前年に比べると6割近く既存店の純利益が落ち、その代わりにオンラインを通しての売り上げは171%も伸びました。

ニューヨーク拠点で業界にも影響力のある小売業のコンサルティングRetail Prophetを立ち上げ、数々の専門書も執筆しているMr. Douglas Stephen氏は『多くの小売業者がパンデミック前よりも収益性が下回る可能性を今後は心配している。』と分析しています。

それら小売業の真意を彼の言葉を借りて表現すると『結局、彼らはオンラインやクリック&コレクトの売上だけではなく、顧客が実際に店舗へ足を運んでもらいたいのである。』と述べています。

現在は価格やプロモーションだけではなく、安全対策が徹底している店ほど顧客が集まり、この傾向はワクチン等の抜本的な解決策が出るまで続くと考えられています。

母の日のお祝いを来年まで延期したことをお伝えしたばかりの私でしたが、父の日にまとめて母の日もやっしまえ と言う事となり、創作料理とカクテルが楽しめる隠れ家的レストランを予約してもらい、息子の送迎付きで堪能してきました。

ようやく洋服や小物も買えるようになったので、この為にスカートを新調しました。

出歩く事とおしゃべりが大好きな私が三か月以上にも及ぶ自粛生活を送ったことは奇跡に近く、我ながら驚いています。

移動中の車の中で、いつものローカルラジオのチャンネルから流れる曲間に、パーソナリティのアナウンスが繰り返し流れます。

それは「Stay Home」から「Stay Safe」に変わっていました。

とりあえずロサンゼルスも With Corona の状態で、動き始めたことは確かなようです。

