

五十嵐ゆうこの米国小売業最新レポート

2022年2月25日

Albertsons、DoorDash partner on 30-minute delivery service Albertsons と DoorDash がパートナーを結び 30 分宅配サービスを展開する

先週、米国の消費者物価の高騰についてレポートを致しましたが、歴史的なインフレーション、サプライチェーンの問題、労働者不足にも関わらず、先日発表された1月の小売り売上高は、過去10ヶ月内で最も急増し、米国の消費ブームは依然としてフルロットルで進行している状況です。

その背景には、自動車や家具等の商品に対する購買意欲と金利が更に上昇する前にこれらの高額商品を購入したことが影響したとも言われております。

小売業界の最新ニュースでオンデマンドのフードデリバリー・プラットフォームの DoorDash が、全米で 2253 店舗を展開する食品小売業 Albertson と提携し、生鮮食料品を 30 分以内にデリバリーするというスピーディーな宅配新サービス『express grocery delivery』を発表しました。



このサービスを開始することでロサンゼルス、デンバー、シアトルなど全米 20 都市以上に及ぶ同スーパーマーケットチェーンの顧客は、DoorDash のマーケットプレイスを通じて Safeway、Vons、ACME、Jewel Osco、Tom Thumb 等の各地で展開している Albertsons 傘下のバナーストアから 30 分以内で食料品を配達するエクスプレスサービスの利用が可能となります。

Door Dash は今後数週間以内にこのサービスを他の Albertsons のバナーチェーンにも拡大する計画です。

Albertsons は、生鮮食品、乳製品、卵などの主要な食料品からスナック、パッケージ商品、冷凍食品までのおよそ 6,000 品目以上の食料品をエクスプレス配送で提供する予定です。

例えば、夕食を作っている最中に新鮮な食材がない時や深夜にスナックを食べたい時でも DoorDash のアプリで Albertsons 社からのエクスプレス配送を利用可能となります。



Albertsons for U や Safeway for U などのロイヤルティ・プログラムの会員は、DoorDash アプリと自分のアカウントをリンクし、購入時にポイントを獲得することも可能です。

「居住地区の店舗で販売している商品のすべてをオンデマンドで配達するためには、スピード、品揃え、そして価格が最も重要であることを我々は理解しています。だからこそ Albertsons と共同で幅広い品揃えの商品を 30 分以内にお客様の玄関先まで届ける新しいエクスプレス配達サービスの開始を誇りに思います。」と DoorDash のニューパーティカルズ（新しい特定市場）担当副社長フッド・ハノン氏は述べています。

「注文方法は、宅配サービスを利用できる消費者が DoorDash アプリで”Rapid Grocery（早急に購買可能な店）”の店舗を検索するか、DoorDash ホームページの『Grocery』をクリックし、”Under 30 Min（30分以内）”のフィルターを選択する形となります。Albertsons 社は DoorDash と提携することで顧客に高品質な商品と価値を提供する事に加え、より迅速な宅配を可能にすることができます。」と Albertsons の e コマース担当上級副社長のステファン・メナクール氏は述べ、続けて「弊社は、利便性、品質、そしてお客様に喜ばれる価格の完璧な組み合わせを保証するために DoorDash と共に築いたこのサービスを誇りに思います」と結んでいます。

Albertsons の傘下店は、DoorDash のサブスクリプション（月 9.99 の会員制プログラム）である”DashPass”の利用ができます。

”DashPass”は全米にある数千のレストラン、食料品店、コンビニエンスストア、小売店からの配達料の無料サービスと割引を受けられる会員制プログラムです。

DashPass の会員は Albertsons 社が提供する税引き 12 ドル以上のエクスプレス・グロサリーを注文することでこれらの特典を利用することも可能です。



DoorDash は 2013 年にカリフォルニア州北部のシリコンバレーに隣接するパロアルト市において、名門スタンフォード大学の学生がオンデマンドで契約したレストランのテイクアウトメニューを自宅に届けるサービスとして起業され、同社と契約した Dasher（ダッシャー）と呼ばれた請負人がそのサービスを行います。

Dasher は配達可能なエリアと最低受注額、そして勤務時間をアプリに入力し、その時間帯に待機します。

利用者から注文が入ると DoorDash が選ぶ最適な Dasher に配達のオファーが入り、2 分以内でその配達を受けるか否かを返答します。

DoorDash はレストランから売上の 25～30%を受取り、Dasher に 1 件あたり概算報酬 5～8 ドルが支払われます。

Dasher はエクストラでチップも貰うこともあります。そして現在では、米国のオンデマンド出前の先駆者 UberEats のシェアを超え、人気トップの出前サービス企業となりました。

2020 年の年末に上場し、3500 億円以上の資金を調達しています。DoorDash の強みは 2018 年より導入のサブスクリプション“Dashpass”の独自性で、現在は更にこの仕組みを進化させています。

その一例としてクレジットカード会社 Chase と提携し、カード保有者になる際の特典として一定期間の“Dashpass”のメンバーシップを付与し、数百万人の Chase カードのメンバーが無料配達の対象となっています。

また Walmart と提携し、食料品や日用品の購入にも利用可能とし、ホテルチェーンとも提携し、宿泊者に割安でデリバリーも提供しています。

とにかく、DoorDash はアグレッシブに他業種を巻き込みながらサービスを拡大しています。

また数年前からは、DoorDash 専用のバーチャル・レストラン Ghost Kitchen の運営も開始しております。

昨年春、仙台を皮切りに日本への上陸も果たし、その後は岡山、北海道、埼玉県にも進出するそうです。

今やアメリカでは UberEats が吸収されてしまうのでは？との噂もあるほど DoorDash は勢いのある企業に成長しています。

日本には出前館を始めとして、UberEats もかなり浸透しており、その中でドイツから参入した Foodpanda は一年も持たずに撤退しましたが、DoorDash は昨年後半にフィンランドから日本に参入し、東京や大阪の都市圏で既に展開中の Wolt の買収をしました。

今後は、DoorDash が日本でどのように活躍するか注目したいと思います。

