

五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2020年11月20日

Autonomous Grocery Delivery Service

感謝祭を来週に控え、米国でもコロナの症例が記録的な速度で急増しています。

全米で5千店舗以上を展開する Walmart は暫くストップしていた入店時の人数規制を11月14日より再開することになりました。

店舗の収容可能人数の約20%を超えないように店内1,000平方フィート（約280坪）あたりに5人と同社は人員制限をしています。

Covid Tracking Project（新型コロナウイルス追跡プロジェクト）のデータで、現在の感染者はパンデミック中のどの時期よりも最も増加していると語っており、米国内では68,500人以上が入院し、その内13,100人以上がICU（集中治療室）に入っています。

ジョンズホプキンス大学がまとめたデータでは、全米での感染者は407万人以上で、死亡者は少なくとも144,780人となっています。

増え続ける感染を恐れ、政府関係者の何名かは感謝祭などの集まりを中止するように呼び掛けています。

このような状況下でペンシルバニア州、メリーランド州、バージニア州に拠点に置いているスーパーマーケット・チェーンの Kroger、Publix、Giant Foods などでは11月初旬にトイレットペーパーとキッチンペーパーの購入制限を復活させました。

ニューヨーク州を拠点に東海岸で約100店舗展開している Wegmans もキッチンペーパー、家庭用クリーナー、消毒液ワイプなどの購入に制限を設けました。

パンデミックは外出制限など私達の日常生活や行動様式に変化をもたらしました。

米国消費者の約1/3が通常通り仕事に行っていますが、その内の約80%が外出する事に不安を抱えていると言われています。

感染リスクを抑えるため、3/4の消費者は買物習慣が変わり、週一度の大手スーパーでの買物から「時間に関係なく家でネット注文」をするようになりました。

そのような消費者の変化は食品業界全体にも影響を与え、実店舗ではスタッフと顧客の感染予防策を講じながら、オンラインストアの注文はどんどん増えて対応に追われるという事態に陥っています。

そんな現状の中で小売業界では「リテールテック」と呼ばれる IT テクノロジーへの投資が急速化しています。

デジタル化は以前から進んでいたものの、ビッグ・ボックス・リテラーと呼ばれる Walmart、Target、Costco、Amazon、Lowe's、Home Depo などの企業はデジタル化が加速しています。

Walmart の EC 事業は 2020 年第二四半期の収益が 97% 増加しました。



同社の実店舗は全米人口のおよそ 90% が 16 キロ圏内にあるとされており、この店舗網を利用した BOPIS: (Buy online Pick In Store) と呼ばれるオンラインで商品を購入し店内で受取るシステムやカーブサイドピックアップを 3450 店舗で行い、2730 店舗で同日配達を行っています。

一方で競合の Target は「2020 年デジタルコマース 360 トップ 1000」のランキングで 12 位を獲得し EC 事業売上は前年比 195% という結果を出しており、オンラインを含む店舗の収益は 24.3% 増加し記録的な収益となりました。

AI やロボティクスによる自動化に積極的な Walmart は 11 月 10 日、ジェネラル・モーターズの子会社である「Cruise(クルーズ)」と提携し、新たな配送サービスを行うと発表しました。



これまで同社はグーグルと同じアルファベット (Alphabet) の傘下であるウェイモ (Waymo) やフォードとの自動運転車の開発に取り組んできましたが今回はクルーズと協力し、自動運転で 100% 再生可能エネルギーを活用した EV を走行させ非接触型の配達を目指す方向性だそうです。

同社は 2040 年までにゼロエミッションの達成を目標としており、今回使用するクルーズの車両は 100% 再生可能エネルギーを動力源としています。

また配送コストを左右するラストマイルをスムーズに行い同日配達の迅速化をもたらすことを目的としています。

両社はアリゾナ州スコッツデールの居住者を対象に、オンラインで注文された商品を自動運転車で配送するというサービスを実験的に開始しました。

このパイロットプログラムは 2021 年からの開始ですが、運転は自動ですが、最初は何かあった時の為に人間のドライバーも同乗する可能性が高いとの事で、車から商品を下ろすのが顧客になるのかの否かの詳細はまだ明らかにされていません。

自動運転車を開発しているのは Walmart だけではなく Kroger もサンフランシスコ拠点の Nuro という自動運転車で最も有名なスタートアップと提携し自動運転ロボットカーで配送しています。



IBM の年次米國小売指数によると、パンデミックは小売業界の動向を 5 年近く加速させたと述べており、デジタル化への移行を早め、パンデミックが終わってもオムニチャンネルが新しい常識になると予測しています。

統計ではベビーブーム世代の約 10%は、パンデミックが終わってもオンラインで食品を購入すると答え、X 世代は 34%とミレニアル世代は 40%という結果が出ています。

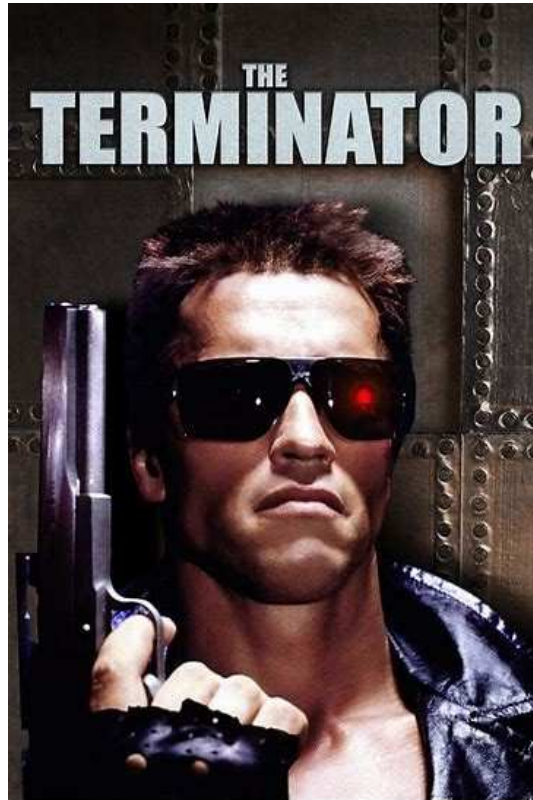
新型コロナウイルスによる危機で、米国の食品小売業界は更にデジタル化を加速させ、顧客サービスの向上を図ろうとしています。

90 カ国以上でデータや分析ツールを提供しているグローバルなサービス企業エクスペリアン (Experian) のグローバルダイレクターは、「企業は今、競争に勝つためにデジタル体験に投資する必要がある。仮に何もしなかった場合に負う負債は、カスタマージャーニー (テクノロジーを活用し、客の行動を目に見えるカタチに落とし込み、どう

すればカスタマーエクスペリエンスが向上するか、ということに主眼を置く) の為に投資するよりも高くなるだろう。」と述べています。



AI やロボテックと言えば、今から 36 年以上前の丁度ミレニアル世代が誕生し始めた頃、アーノルド・シュワルツェネッガー主演で大ヒットした 1984 年公開の映画 “The Terminator” を思い出します。



近未来に人工知能である Skynet の知能が、人類の予想を超えて人類を敵と見なすようになり、機械軍を使って人類を攻撃し人類は絶滅の危機を迎えますが、抵抗軍指導者であるジョン・コナーが指揮する部隊が Skynet を反撃し、2029 年（え？もうすぐ！）には人間側の勝利は目前に迫っていたので、人工知能 Skynet は殺人アンドロイドのターミネーターを未来から 1984 年へ送り込み、いずれジョンを身籠るサラ・コナーを殺害して、ジョンを歴史から抹消しようとするストーリーを怖がりながらもドキドキしながら鑑賞しました。

あの頃は映画に出てくる Skynet も含めて、AI とかロボットとかなどは絵空事のように、こんなこと現実的には無いよね。と思っていました。

しかし今は、あの映画の中で出てきた言葉が当たり前のように身近にある世界になりました。

人類の歴史では、予測がつかないような未曾有な出来事が起こり、生き残りをかけて戦う相手もしくは事柄が現れる前に準備しておかなければいけない有事に対し、否応なしに必然的な進化を求められます。

最初に新型コロナウイルスの感染が騒がれた時は、ここまで大きな惨事になるとは誰も予想しませんでした。

本当にもっと早く終息すると私だけでなく、周りの人々もそう思っていたのです。

感染を避けるために仕事に行けなくなり、家族や友人と会う事さえ難しいという問題を何とか数年前から進化していたリモートで補う事が出来ています。

仮にこのパンデミックが 20 年前に起こっていたら、人々はもっと混乱していたかもしれません。

当初 AI やロボテックは、人件費の節約や人手不足などの雇用問題を解消する為に開発され、リモートにしても交通渋滞や廃棄ガス排出問題の改善や時間の節約を行うためにスタートしています。

カスタマージャーニーについては、数年前から小売業が IT を取り組んだ延長線上で言われてきた事でした。



少なからずアナログの方が容易いと思う人々が、進化の為の投資へまだ二の足を踏んでいたのも事実です。

しかし、新型コロナウイルスが後戻り無しの次のステップへと一気に人類進化への駒を進めている。

そんな気がします。