

2021年8月1日 発行

イオンコンパス株式会社
流通視察ドットコム

↓その他情報はサイトにアクセス!

<http://www.ryutsu-shisatsu.com/>

■ パンデミック下で冷凍食品需要が拡大(7/1)

シカゴを拠点とする世界的ビッグデータ分析企業のアイアールアイ (IRI) 社が食品マーケティング協会 (FMI) と共同で行った最新の調査によると、2021年5月末までの1年間でアメリカ人が購入した冷凍食品の金額は、前年同期比で9.2%増で約650億ドルだったということです。

食品全体の売上が5.8%増の6,666億ドルで、パンデミック下において冷凍食品の売上が大幅に伸びたことが分かります。

冷凍食品の中でも特に伸び率の大きいものは、スナック類が16.1%増の30億ドル、食肉類が13.8%増の160億ドル、飲料類が12%増の3億ドルです。

更に売り上げを伸ばした要因として、冷凍食品の値段が前年よりも軒並み下がったということがあげられています。

■ ダラー・ゼネラルが生鮮食品取扱い加速(7/5)

全米46州で約17,400店舗を展開しているダラー・ゼネラルは、今後数年以内に生鮮食品を扱う店舗を現在の約1,300店舗から10,000店舗まで拡大すると発表しました。

ダラー・ゼネラルは食品廃棄や飢餓問題に取り組んでいる非営利組織のFeeding Americaとパートナーシップ契約を結んでおり、100万ドルの寄付をするなど食料品問題に力を入れています。

2020年はパンデミック等で困窮している市民に対し、Feeding Americaへの寄付により約200万食以上の食事を提供しましたが、今後更に年間2,000万食の提供を可能にしていきたいということです。

今後店内の冷蔵・冷凍設備の導入を進め、生鮮食品の取り扱いを進めて行くことで、既存の食品スーパーマーケットにとって大きな脅威になるものと思われる。

■ アマゾンの売れ筋商品は'アフターコロナ'(7/9)

アマゾンでは定期的に同社オンライン市場での販売トレンドをまとめていますが、それによるとアメリカ国民は既にアフターコロナの日常に向けた買い物を始めているようです。

今年3月～4月の売上最新トレンドをいくつかご紹介します。

- ・夏のレジャー、イベント、ウェディング、パーティー関連商品の売上が前年比で倍増
- ・アウトドア関連商品の売上も前年比倍増、バーベキューグリルの売上が70%増、キャンプ用品は130%増
- ・マスク無しの生活に向けた衣料品 (スカート、ドレス、ドレスシャツ、タキシード) の売上が前年比で3倍増、歯磨き粉、マウスウォッシュ、ホワイトニング剤の売上が66%増
- ・旅行用スーツケース売上は前年同期比で460%増、日焼け止め売上が70%増

明らかに消費トレンドは'アフターコロナ'にシフトしていることが分かります。

去年の同時期の売れ筋商品が、パズルゲーム、ブロックゲーム、ラップトップPC、テレワーク用デスク、ホームエクササイズ・フィットネス用品、調理器具等といった家庭での時間を有効に過ごすためのものが中心だったことから、この1年で大きく変化していることがうかがえます。

■eコマース売上成長率トップ15小売企業(7/21)

オンライン調査会社大手のeMarketer社が、2020年から2021年にかけてeコマース売上を最も伸ばした小売企業トップ15社を発表しました。以下トップ15企業とその成長率です。
eMarketer社の統計によると、この上位15社のeコマース売上合計金額は、実に全米の全ての小売企業によるeコマース売上総額の72.3%を占めているということです。

順位	企業名	eコマース 売上成長率	順位	企業名	eコマース 売上成長率
1	Etsy	26.9%	9	Kroger	14.1%
2	Walmart	26.4%	10	Macy's	13%
3	Chewy	25%	11	Target	12.5%
4	Amazon	24.9%	12	Lowe's	12.1%
5	Costco	21.7%	13	eBay	7.8%
6	Apple	19.7%	14	Qurate Retail Group	5.7%
7	Wayfair	19.4%	15	Best Buy	(-3.1%)
8	The Home Depot	18%			

■アルタビューティがターゲット店舗内にオープン(7/28)

業績好調なターゲットは、ここ4~5年で店舗改装と小型店舗の出店を進めており、既に800店舗のリモデルを完了しております。今年度中に更に150店舗のリモデルをする予定ですが、その一環として人気コスメチェーンのアルタビューティをターゲット店舗内で展開します。

アルタビューティのターゲット店舗内ショップ・イン・ショップのオープンは8月から全米各地でスタートし、年内に100店舗、数年中に800店舗まで増やしていくことで合意しているということです。近日オープン予定の約100店舗のロケーションはすでにホームページ上で公開されています。

このアルタビューティ店舗は、従来のターゲット店内のコスメセクションに併設される形となり、これまで好調だったコスメ部門を更に強化し集客アップにつなげたい意向です。

なお、アルタビューティの最大のライバルであるセフォラも、大手百貨店チェーンのコールズ店舗内でのショップ・イン・ショップのオープンを今年の秋に約200店舗予定しており、2023年までに850店舗まで拡大すると発表しています。

さらに、大手百貨店JCペニーもオンラインコスメブランドのThirteen Luneとのパートナーシップを結ぶなど、年齢、性別、人種、肌の色や予算に関係なくあらゆる顧客の美容ニーズに応えるため、店舗内及びオンライン両面で高品質コスメサービスを提供するJC Penney Beautyを2022年から本格展開すると発表しています。

■ウェグマンズがマンハッタンに店舗オープン：2023年予定(7/30)

ウェグマンズがマンハッタンに初めての店舗をオープンすると発表し、現地で話題になっています。かつてKmartが入っていた跡地（770 Broadway）の約82,000平方フィート（約7,620㎡）のスペースで、2023年オープン予定。すでに最低30年間のリース契約を完了しているということです。

2019年10月にブルックリンのネイビーヤード地区に74,000平方フィート（6,800㎡）のニューヨーク市で初の店舗を出してありますが、マンハッタンの1号店も比較的小型な都市型となります。店舗概要が発表されたら改めてご紹介したいと思います。