

2021年9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/>

■ TikTokでのショッピングが急成長 (8/12)

直近の12ヶ月間でショートビデオプラットフォームとして人気のTikTokサイト経由で買い物をした消費者が、567%増と驚異的に伸びたということです。TikTokはEコマースプラットフォーム大手のShopifyとの提携をするなど、EC強化を図っています。

TikTokをはじめとするSNSのユーザーは2021年に40億人に達すると予測されており、2015年と比べて2倍近い成長となり、今後もSNS経由でのEC市場は拡大を続けていくとみられます。TikTokに続き、Twitterを経由した買い物は約300%増、Pinterestは約250%増とのこと。

これまで企業にとってSNSは自社ECサイトへの集客のためのツールの一つでしたが、現在は集客だけでなくSNS内の自社アカウントで商品の販売をする、いわゆるソーシャルコマースのプラットフォームという位置づけになってきています。

■ ターゲットのPBが更に充実 (8/16)

ターゲットが同社48番目となる新たなPB商品（同社ではOwned Brandと呼んでいます）を発表しました。商品名は'Kindfull'で、50種類以上の犬・猫用ペットフード商品です。

アメリカにおけるペットフード市場は約300億ドルで、年平均5%の成長が見込まれています。

昨年からのパンデミックによりペットを飼う家庭も増えており、昨年のデータではペットを飼っているのは約7,100万世帯にのぼるということです。

ターゲットは今後も成長の見込まれる市場に、ペットの健康に配慮したペットフード商品ラインアップを投入しました。またこの商品のパッケージの約4割はリサイクル可能な素材でできており、環境への負荷も考慮しています。

ターゲットのPB商品のうち10アイテムは年間売上10億ドル以上、更にそのうち4アイテムは20億ドル以上となっており、同社全売り上げのほぼ3分の1をPB商品が占めています。

■ アマゾンがデパート業態参入を計画 (8/23)

ウォールストリート・ジャーナル紙は、アマゾンが新たにデパート業態への参入を計画していると報じました。

具体的な時期や詳しいロケーションについては未定ですが、複数店舗のオープンを予定しており、オハイオ州とカリフォルニア州の2店舗が先行オープンということです。

店舗サイズは30,000平方フィートと通常のデパートの約3分の1と小さめで、アマゾンのPB商品を中心に扱う予定です。

アマゾンが進める実店舗強化の一環となりますが、詳細が明らかになりましたら改めてご報告します。