

米国流通業界：西山レポート

株式会社エムエフアイ

代表取締役 西山 和宏

リテイラーの新型コロナ対応協力

「ウォルマートは、他の企業と同様に、4月初めには検査サイトを開設したが、5月末までに100カ所に増設する」と、ダグ・マックリンCEOは、4月27日、トランプ大統領同席のホワイトハウスでの記者会見で述べた。

「数週間前、ベンス副大統領をバージニア州にある当社の食品ディストリビューション・センターに案内した。彼は親切にも、当社のアソシエイトに感謝の言葉を述べねぎらってくれた。彼はセンター内を歩きながらドナルド・トランプ大統領と電話で外科用手術着について話していた。大統領は、ウォルマートが外科用手術



用防護服を数百万人着の注文を受けられるかどうか尋ねた。当社は手術用防護服を品揃えしていなかったが、当社のアパレル・チームと医薬品・ヘルスケア・ディストリビュータの協力によって、4月、外科用手術着250万着を調達した。5月末には、さらに600万着を追加した」と、マックリンCEOは述べた。

ウォルマートは、100カ所の新型コロナのドライブスルー検査サイトで毎週2万人の検査を行う。CVSは、3月末現在、1,000カ所で月間150万人の検査能力がある。クローガーは、5月末50カ所開設。多くの場合、検査費用は米国厚生省健康保険から支給され、個人負担はいらない。

新型コロナ対策ダイジェスト

*セブン・イレブンは、新型コロナ対策として、3月中旬、週7日24時間体制のコマンドセンターを開設。最初の10日間で、現場から寄せられた問題606のうちの602を解決したという。毎朝、幹部とフィールド担当者が連絡をとっている。また、セブン・イレブン（北米で11,800店舗）は、フランチャイジーの資金繰りや売り場消毒などを支援するために、約9,00万ドルを拠出した。

*ウォルマートは、新型コロナ・パンデミックで困っている顧客への支援策として、5月1日、2時間以内にグロサリーその他商品のホーム・デリバリーを行う新しいオンライン・サービス、エクスプレス・デリバリーを発表した。このサービスは既存のデリバリー料金に10ドル加算で行われ、5月に約1,000店舗、その後数週間で約2,000店舗に拡張する。同社にはオンライン注文商品を売り場でピックアップするパーソナル・ショッパーが74,000人いる。

*ハイヴィーは、5月7日、手数料9.95ドルで、グロサリーのオンライン注文を2時間でエクスプレス・ピックアップできるサービスを開始。

*サムズ・クラブは、多くの店舗が新型コロナで閉店を余儀なくされているが、中でも経営者が女性、マイノリティ、退役軍人などではその影響が大きい。サム・クラブは、そのような経営者を助成するローカル・イニシアティブ・サポート事業団に100万ドルを寄付した。

*HEBは、5月6日～12日のナショナル・ナース・ウィークに、テキサス州で働く約4,000人に新型コロナ・パンデミック中の献身に敬意を表して観葉植物と花のブーケを贈った。新型コロナウィルス経済対策法で支給される小切手の現金化を手数料なしで行う。



ミート不足で、次のトイレットペーパー？

タイソン・フードは、4月末、アイオワ州ブラック・ホーク郡ワートルローとインディアナ州キャス郡ローガンズポートのポーク処理場を閉鎖した。5月4日現在、ブラック・ホーク郡（人口約131,200人）の新型コロナ陽性者は累計1,546人、アイオワ州で最多。死亡者18人。回復退院519人。その陽性者の多くがタイソンのワートルロー工場と関連があった。

4月初め、スミスフィールド・フードはサウスダコタ州ジオックス・フォールズで、JBSはミネソタ州ワージントンで、いずれもポーク処理場を閉鎖した。こ



この2つの工場とタイソンのワートルロー工場で、米国の総ポーク生産の約15%を処理。その他も合わせると、ポークは約25%、ビーフは約10%、出荷が減少している。

ウォルマート、クローガー、アルバートソンズ、コストコ、HEB、ハイヴィー、その他のストアでミートの購入パック数の制限が行われている。しかし、家畜自体の供給は十分にあるので、処理場と物流の問題は、数週間での解消が期待されている。また、ポークとビーフの在庫が冷凍庫に多いので、パニックに陥る必要はないという声もある。

供給不足は価格高騰を招き、米国農務省によると、ボックス・ビーフ・カットは、3月初めの20.5ドルが5月初めには4.10ドルに上昇した。ところが、高級なりブアイ・ステーキになるとポンド当たり平均価格は、1年前が10.78ドル、今年4月末に9.91ドル、5月初めには8.39ドルに下落。先行きの景気悪化を見越している。

ミート不足のニュースは、植物由来ミートにとっては朗報。ビヨンド・ミートの株価は、4月下旬、昨年上場以来、最高の41%上昇。

コンビニエンス・ストアのガソリン販売

原油価格が下落、売り手が買い手にお金を渡すという異常事態まで発生している。米国ではガソリンの約 80%がコンビニエンス・ストアから販売されている。

米国には約 152,000 店舗のコンビニがあり、そのうち約 122,000 店舗がガソリンを販売、その約 60%は単独店舗。



2018 年、コンビニの売上は前年比 8.9%増加の 6,543 億ドル。ガソリン売上（構成比は約 70%）の 13.2%増加が大きく貢献した。

ガソリン価格は、2017 年のガロン当たり 2.37 ドルから 2018 年には 2.69 ドルへ 13.7%上昇して、売上増加をもたらした。ガソリン販売の粗利益は、過去 5 年間上昇、2018 年には 7.5%上昇してガロン当たり 23.35 セント、しかし数量は 0.4%減少。

通常、価格上昇で利益は減少、価格下落で利益は増加する。過去 5 年間、ガロン当たりの平均粗利益は 22.1 セント、販売経費は約 12~16 セント、利益は 5~10 セント。（販売経費は、人件費、クレジット・カード・フィー、公共料金、賃貸料、設備償却費などを含む。）

ガソリン販売の損益は大きく変動する。時には、好調な週が数週間あれば年間利益を確保できることもあるという。

小さな町が多い州では、食品とガソリンをワンストップで販売している。ノースダコタ州、ネブラスカ州、ワイオミング州などでは、ほとんどのコンビニエンス・ストアがガソリンを販売している。

1970 年代の石油危機以前に開設した店舗が多いニュージャージー州やオレゴン州では、ガソリン販売店舗の比率が最も少ない。

ウォルマート、eコマースの勝利者

ウォルマート米国のeコマース売上は、2019年には36.8%増加であったが、今期は410億1,000万ドルへ44.2%増加が予測されている。

アマゾンとの差は大きいですが、ウォルマートはeコマース・マーケットで2位である。オンライン・グロサリー・デリバリーとピックアップ・サービスへの積極的な投資が功を奏して、新型コロナ・パンデミックの間に地歩を強化した。

ウォルマートの2021年第1四半期（2020年2月1日～5月1日）、オンライン売上増加率は昨年同期の37%の2倍、74%であった。

「菓ごもり注文の始まりで、オンライン注文の新規顧客が、3月中旬から4倍に増加した」と、ダグ・マックリン社長は言った。5月18日の週、初めてオンラインでグロサリーを購入する消費者の58%がウォルマートに注文した。他のeコマース・リテラーが、急増するオンライン注文の処理に苦闘しているとき、ウォルマートは、オンライン注文商品のピッキングに巨大なリアルストア2,500店舗を活用した。最近、2時間以内にデリバリーする「エクスプレス・デリバリー」を1,000店舗から開始した。

「既存店舗を活用できることは、オムニチャンネル・リテラーになるための大きなアドバンテージである。店舗で、オンライン注文商品を短時間でピッキングできる」と、ウォール・ストリート・ジャーナルとのインタビューで、ウォルマートCFOブレット・ブリッグスは言った。

ウォルマートの米国におけるeコマース・シェアは、2019年の4.7%から2020年には5.8%への上昇が予測されている。

