

拡大する食料品 オンラインマーケット

スーパー2位セインズベリーズと3位アズダの統合交渉

英国のスーパーマーケット2位のセインズベリーズは同3位のアズダを150億ポンドで買収する計画を発表しました。これにより、英国の食料品小売市場シェアの31%に達し、年間売上高はライバルであるTescoを上回る500億ポンド（約7兆5,000億円）となります。この統合計画は、セインズベリーズが2016年、ホームリテールグループから家電・雑貨オンライン・ショップ「アルゴス」を買収したときに遡り、その統合効果がすでに顕在化しているため、セインズベリーズのCEOマイク・クープ氏は次の大きな決断に踏み切りました。弁護士や、政治家、サプライヤーはNo.1の新しいスーパーマーケットグループがどれぐらい市場への影響力を持つかを懸念しています。国会議員たちの議論の中では、合併が重大な雇用喪失とサプライヤーとスタッフの不公平な扱いにつながるかねないとする意見もあります。英国の公正取引委員会（CMA）は今後、この調査の結果を決定し公表することになります。

【セインズベリーズは英国南部を中心に1,400店舗以上を構える】



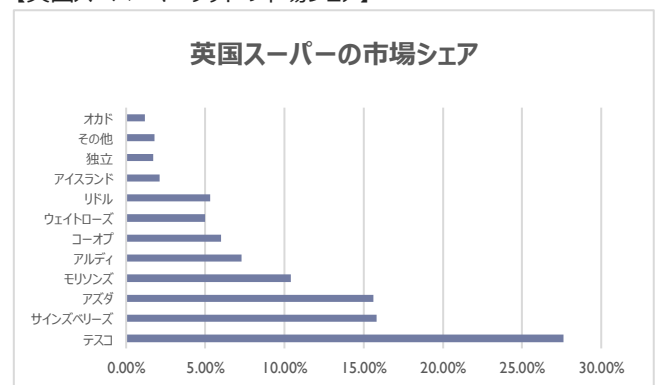
統合後の新会社の最大株主は、アズダの親会社である米ウォルマートで、42%の保有割合となります。ウォルマートは今年1月、楽天や中国のJD.comなど他の海外パートナーと戦略的提携を結んでいます。しかし、これらの提携は、ウォルマートの企業価値向上には資するものの、英国で台頭するドイツのディスカウントスーパーのアルディやリドルやに対抗するに

は十分ではなく、新しい戦略が必要でした。セインズベリーズとアズダは地理的に異なるマーケットを持っています。セインズベリーズは英国南部で強く、アズダよりも若干高い生活水準の顧客がターゲットです。アズダはイングランドの北部で非常に強く、統合の効果として価格上昇を懸念する顧客をターゲットにしています。

英国スーパーの市場シェア

Tesco、セインズベリーズ、アズダ、モリソンズの英国4大スーパーマーケットは、ドイツのディスカウントスーパー、アルディとリドルの台頭でマーケットシェアが減少していますが、オンライン専門の食料雑貨品販売のオカドはマーケットシェアを維持しています。しかし、セインズベリーズの子会社のオンライン・ショップ「アルゴス」は、家庭用品や家電製品のような非食品を販売しており、オンラインでの販売が堅調に推移しています。アズダはまた、これらの非食品を店頭にて大規模に販売を行っています。したがって今回の経営統合により、新会社は、特に非食品のオンライン販売を増加させる可能性があります。

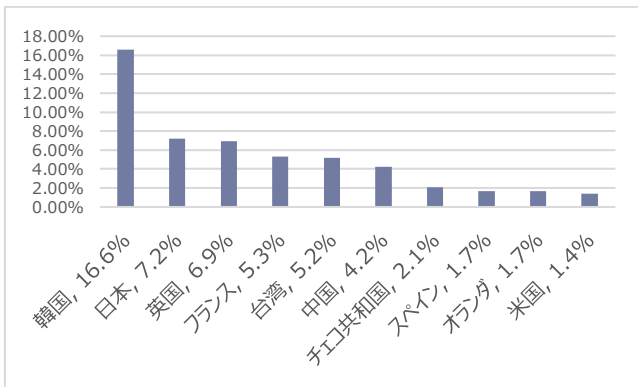
【英国スーパーマーケットの市場シェア】



(出典：Kantarworldpanel より当行作成)

拡大するオンライン食料品マーケット

人々の買い物をする方法の変化が、今回のセインズベリーズとアズダの統合計画を促している理由のひとつといえます。2016年のオンラインでの食料品の買い物は、全世界で480億ドルを超えました。英国は西欧最大のオンライン食料品マーケットで、2016年には消費財市場の6.9%を占め、韓国（16.6%）と日本（7.2%）に次ぐ高い割合を示しており、高い成長基調にあります。

【消費全体に占めるオンラインショッピングの割合】


(出典：Kantarworldpanel より当行作成)

2016年から2017年にかけて、英国のオンライン食料品マーケットの売上高は全体の7.3%に増加し、2020年までには150億ポンドに達すると見込まれています。

新しいオンライン食料品プレーヤー

英国のオンライン食料品マーケットは、新しいプレーヤーが次々に登場している状況です。アマゾン・フレッシュは、オンラインで食料品を販売するアマゾン・ブランドのひとつで、2016年にサービスが開始されました。しかし、消費者の要望にもかかわらず、オンラインでの食料品の売り上げは、ドライバーや配送コストがオンライン食料品販売会社の利益率を低下させており、特に目立った利益は上げられていません。そこで、消費者がオンラインで商品購入と代金支払を済ませ、商品は店舗で受け取る、いわゆる「クリック＆コレクト」方式を試験的に導入しています。

英国でマーケットシェアを維持しているオンライン食料品販売のオカドも、スウェーデンの大手スーパーICAと提携し、収益改善策として、最新鋭のロボット物流倉庫の建設を発表したばかりです。

日本のオンライン食料品マーケットの動き

ウォルマートと楽天は2018年1月、アマゾンの拡大する国際的プレゼンスに対抗するため、提携を発表しました。これにより米国での書籍販売と、日本でのオンラインショッピングの拡大が可能となります。このサービスは、ウォルマートの子会社である西友と、楽天が共同で「楽天西友ネットスーパー」を運営するもので、2018年の第3四半期にサービスが開始される見通しです。現在、楽天には生鮮食品宅配サービス「楽天マート」があり、西友にもネットスーパー「SEIYU ドットコム」がありますが、この戦略的提携を機に、サービス強化を図るものとしています。西友の強みである質と低価格を実現した商品を、楽天の持つ9,300万人の会員基盤に提供できることとなり、双方に大きなメリットが見込まれています。

インターネットの普及と消費者のライフスタイルの変化によって、日英ともにスーパーマーケットビジネスが大きく変わろうとしています。

以上

本レポートは情報提供のみを目的として作成したものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては、すべてお客さまご自身でご判断くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。本レポートは信頼できると思われる情報に基づいて作成していますが、当行はその正確性を保証するものではありません。本レポートのご利用によりお客さまがいかなる損失、損害を受けられても当行は一切の責任を負いません。本レポートはお客さま限りでご利用くださいますようお願いいたします。