

英国「ボクシング・デー」の買物客減少とeコマース

英国「ボクシング・デー」とは？

12月25日クリスマス・デーの翌日26日は、英国では「ボクシング・デー」という国民の祝日です。

ボクシングと聞くと、スポーツのボクシングを連想しますが、ボックス（「箱」、Box）から名付けられたようです。諸説ありますが、中世の時代、クリスマス・デーも働かなければならなかった人々のための休日で、主人が使用人に、またクリスマスにプレゼントやカードを届けてくれる郵便配達人に「箱」入りのプレゼントをする習慣から、ボクシング・デーと呼ばれるようになった、とする説があります。

【クリスマスシーズンで賑わうロンドンのリージェント・ストリート】



ボクシング・デーは、英国のほか、オーストラリア、ニュージーランド、カナダ、香港、南アフリカなど英連邦の国々でも祝日となっています。

「ボクシング・デー」は“バーゲン・セールの日”

英国では、クリスマス・デーの25日はほとんどの店舗は店を閉め、地下鉄もバスも運休となり、家族と過ごす休日となっていますが、翌26日のボクシング・デーはうって変わって街は活気に溢れます。

ボクシング・デーは今や“バーゲン・セール”の日として、早朝から長蛇の列ができる店舗もあり、日本の“新春初売り”のような盛り上がりとなります。

【ボクシング・デーに開店を待つ買い物客】



小売業界にとっては、大きな商売の期待がかかるボクシング・デーですが、今年、英国内の店舗を訪れた買い物客は前年比3.1%減、3年連続で減少したと、英国の市場調査会社が伝えました。

米国の「ブラック・フライデー」が英国にも浸透し、11月からバーゲン・セールが続くようになり、ボクシング・デーのインパクトはやや薄れてきているのも一因です。実際、今年のボクシング・デーの客足はブラック・フライデーに比べて10.7%少なくなっています。

さらに大きなインパクトはやはり、インターネットショッピング、eコマースの普及でしょう。英国家統計局の調査では、11月の英国内のオンライン・ショッピングは前年比21%も伸びています。

今年8月、英老舗百貨店ハウス・オブ・フレイザーが経営破綻（英リテールグループのスポーツダイレクトが買収、救済）し、eコマースの台頭によって変化する小売業界を象徴するニュースとなりました。

【経営破綻した英老舗百貨店ハウス・オブ・フレイザー】



英国のeコマース市場

今年4月に経済産業省から発表された、全世界のBtoCのeコマース市場規模の予測推計値によると308兆円の市場規模であり、2021年まで二桁成長を続ける見込みです。

【2017年 世界のBtoC eコマース市場上位10カ国】

順位	国名	市場規模 (億ドル)	日本円換算 (兆円)	対前年比
1	中国	11,153	122.6	35.1%
2	米国	4,549	50.0	16.3%
3	英国	1,126	12.3	17.1%
4	日本	953	10.4	6.1%
5	ドイツ	651	7.1	11.3%
6	韓国	563	6.1	20.9%
7	フランス	488	5.3	16.9%
8	カナダ	340	3.7	29.9%
9	オーストラリア	215	2.3	12.3%
10	インド	209	2.2	42.1%

(出所) 経済産業省「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」より当行作成

日本は約10.4兆円で第4位ですが、対前年比の成長率は6.1%と、上位10カ国の中で唯一の一桁成長となっています。

英国は、GDP、人口ともに日本の半分強ですが、BtoC eコマース市場規模では日本を上回り第3位となっています。

商取引に占めるBtoC eコマースの割合(EC化率)は、日本の7.0%に対して、英国は17.1%と、中国(19.1%)に次ぐ世界第2位となっています。

【2016年 各国別商取引に占めるBtoC eコマースの割合】

国名	EC化率
中国	19.1%
英国	17.1%
韓国	13.9%
ニュージーランド	10.0%
米国	8.0%
ドイツ	7.3%
日本	7.0%
オーストラリア	6.7%
カナダ	6.3%
フランス	6.2%

(出所) 経済産業省「通商白書2018」より当行作成

今後も拡大が予想される BtoC eコマース

先日、CtoCフリーマーケットアプリのメルカリが英国子会社を解散すると発表しました。2017年3月にフリマアプリの提供をスタートしましたが、期待する水準の事業の確立に至らなかったことが、撤退の理由とされています。

英国では、実際のフリーマーケットやガレージセールが生活の中に定着しており、メルカリが進出する前から、eコマースの拡大とともに競合他社がすでにマーケットを形成していました。

英国のeコマースの課題として、物流業者の配送の品質が低いことが挙げられますが、eコマース事業者が物流体制の整備を進めており、その改善とともにさらなる拡大が予想されます。

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。