

連載
76

海外だより

吉澤龍一郎

(JA全中国際企画部国際企画課〈在ワシントン〉)

アマゾンのスーパーマーケット
チェーン買収とインターネット販売

本年6月16日、ネット販売最大手のアマゾンが、自然食品スーパーマーケットチェーンのホールフーズ・マーケット（以下、ホールフーズ）の買収を発表した。このことは、137億ドル（約1兆5,300億円）という買収額の大きさとその意外な組み合わせから、一般紙などでも大きく報じられた。

競争激化が予想される
インターネット販売

ホールフーズは、アメリカ、カナダなどで460店舗展開する大手スーパーマーケットチェーンで、有機野菜や有機加工食品を中心に取り扱う富裕層向けの高級スーパーである。

世界各国でインターネットを通じたさまざまな事業を展開しているアマゾンが、ホールフーズを買収する具体的な目的等については明らかにされていないが、①ホールフーズが培った食品を取り扱うノウハウの取得や②流通拠点の確保が目的だとア

メリカの専門家は指摘している。

この買収により、ホールフーズの実店舗販売に加え、アマゾンがすでに展開している食品のインターネット販売事業「アマゾンフレッシュ」の大幅な強化が図られ、食品小売業界の競争、特に食品のインターネット販売の競争が激しくなると見られている。

急速な伸びが予測される
食品のインターネット販売

アメリカ農務省の調査によれば、2014年の食品関連の総販売額約8,842億ドルのうち、宅配（インターネット販売を含む）による販売額は全体の2.4%で、現時点においては大きな割合を占めているとは言えない。

一方、アメリカのスーパーマーケット等を会員とする食品マーケティング協会は、インターネットによる食品購入経験者は、若い世代を中心に着実に増加していると指摘する。また、同協会は「2025年には食



有機野菜などがきれいに陳列されたホールフーズの生鮮食品コーナー

品関連販売額の約20%をインターネット販売が占めることになる」との研究結果を踏まえ、会員のスーパーマーケット等に対し、インターネット販売の対応強化を促している。

おわりに

「個々の商品に差」「腐る」など他の商品にはない特徴を持つ農畜産物・食品でさえもインターネット販売の増加が見込まれ、その対応が進められている。物流拠点のオートメーション化などさまざまな革新を遂げてきたアマゾンによる、有機・高品質のこだわりを持つホールフーズの買収がカンフル剤となり、食品のインターネット販売は急速に進むのだろうか。

他方、川上である農業生産現場に目を移してみると、IoT (Internet of Things) の活用など生産性の向上に向けた技術革新が急速に進められている。多方面で進む情報技術の発展により、インターネット販売が主流となる時代も来るかもしれない。