



アメリカのDollar Shop事情

北陸銀行 国際部
 ニューヨーク駐在員事務所
 内間 洋子

1. Dollar Shopの躍進

新型コロナやウクライナ戦争などに端を発するインフレは、昨年6月のインフレ率9.06%をピークに、先月の6.4%まで順調に下がりに続けています。しかし2月14日に発表された消費者物価指数に関連し、インフレ低下のスピードが予想より遅く、慢性化の可能性があることが危惧されています。

こうしたインフレや不景気をビジネスチャンスとするのが安売り業界です。2008年のリーマンショックによる不景気を追い風に、アメリカ版100円ショップ(Dollar Shop)の各企業は好調に事業を拡大し、今回のインフレにおいても躍進しています。

アメリカのDollar Shopは1800年代後半からの歴史があり、現在全米に35,000店以上あるといわれています。店舗は主にテキサス州、オハイオ州、カリフォルニア州などの所得の低い田舎町に多いのですが、昨今では高騰する家賃や食料品に苦しむ大都市の中産階級を新ターゲットとして、ニューヨーク市などにも進出しています。

2. 店舗の変化

現在全米に80店舗を有する日本の100円ショップ『ダイソー』は、昨年2月にニューヨーク市ブルックリン地区、そして7月にはマンハッタン地区に相次いで新店舗をオープンしました。マンハッタン店オープン時は、開店前から150人が列をなしました。商品の種類はほぼ日本と同じで、価格の大半は1ドル99セント(約259円)です。ニューヨークを

はじめとするアメリカ東海岸の都市では、ロサンゼルスやラスベガスといった西海岸の都市より店舗家賃、日本からの輸送費、人件費などがかかるため、マンハッタン店の商品価格は、西海岸の店舗より割高に設定されています。



従来のアメリカのDollar Shopといえば安かろう悪かろうの典型で、店内は暗く、商品が大きな箱に入ったまま雑然と積み上げられ、埃だらけの棚で清掃が行き届いていないということが当たり前の低所得者御用達店でした。同じ均一ショップでありながら、店内は明るく清潔で、見た目がきれいで質のよい商品を、豊富に整然と並べて提供するダイソーの手法は、アメリカの安売り業界に衝撃を与えました。そこで各社は昨年より、ダイソーを見習ったかのようなPopshelfと呼ばれる新店舗を展開しています。

Popshelfは、都市部の比較的裕福でおしゃれに敏感な若い女性をターゲットとし、明るく綺麗な店内で化粧品や健康関連等の商品ごとに特別にデザインされた陳列棚を備えています。商品は5ドル以下のものが大半ですが、数千円の室内装飾品、小さな家具類、衣料品などの販売も行っています。現在全米に約18,000店舗を展開する業界大手のDollar Generalは、2025年までにさらに1,000店のPopshelfを新規開店し、既存の店舗を大幅に改装する計画を発表しています。

3. おわりに

インフレや不景気を背景にビジネスチャンスを獲得してきたDollar Shopですが、コロナ禍で定着したオンライン販売の拡大も成功の秘訣となっています。最近では、店舗を持たず、ハイテクを駆使した安売りの新興企業も続々と参入しています。

今後の生き残りのためには、地域のイベントや環境問題への関わり、教育機関への寄付等、企業のイメージ戦略も欠かせない要素となっており、価格面だけというわけにはいかないようです。また、価格が高くても質の良さや安全性を重視する人々がいるのも事実であり、安かろう悪かろうから転換を図りつつある店舗戦略と同様に、世の中の様々なニーズにさらに応えていく必要があります。

<ご注意>文中意見は筆者の個人的見解であり、北陸銀行としての見解の反映ではありません。当レポートは作成時点の経済状況に基づき、情報提供のみを目的に作成したものです。
記載内容についてはご利用者のご判断と責任のもと、ご利用くださいますようお願いいたします。

ほくりく長城会

長城メール

発行：北陸銀行 ほくりく長城会事務局
〒920-0024 金沢市西念1-1-3 コンフィデンス4F
(株)人材情報センター内)
TEL: (076)254-6500 FAX: (076)254-6565
E-mail: info@chojo-hokugin.jp