欧州の食品ECの動向

―Online-only supermarket／The Food Assembly―

主事研究員　一瀬裕一郎

新型コロナウイルス（COVID-19）のパンデミックが非対面で商品を購入できるEC（電子商取引）への追い風となっている。以下では欧州（以下「EU」）の食品ECについて紹介する。

1　欧州における農産物ECの概況

McKinsey & Company（2021）によれば、2019年にEUの食品ECは前年比10％伸びたが、COVID-19がまん延した20年には同55％と大幅成長した。消費者がコロナ禍で食品ECを選択しているといえる。

また、Amcor Limited（2020）によれば、20年から23年のわずか３年間で欧州における食品ECの市場規模は66％拡大するという。

EUの消費者が好むオンラインで注文した食品の受取方法として、ホームデリバリー（家への配達）を支持した消費者が59％で最も多く、以下クリックアンドコレクト（注文した商品を最寄りのコンビニ等で受け取る）が23％、ドライブスルー（注文した商品を店舗のドライブスルー窓口で受け取る）が18％となっている。

第1表　欧州EC企業売上ランキング（2017）

順位	企業	売上（10億€）	欧州の本拠地
1	Amazon	27.89	ルクセンブルク
2	Otto	12.06	ドイツ
3	John Lewis	7.46	イギリス
4	Apple	5.63	アイルランド
5	Zalando	5.39	ドイツ
6	Tesco	4.41	イギリス
7	E.Leclerc	3.00	フランス
8	Metro Group	2.92	ドイツ
9	Shop Direct	2.65	イギリス
10	Marks & Spencer	2.50	イギリス

資料　Ecommerce News WEBサイト

食品ECを利用するEUの消費者のうち、チーズは65％が、ヨーグルト等乳製品は61％、軟弱果実・野菜は54％、食肉・鶏肉は49％が、日常的にオンラインで購入するという。

EUのEC企業売上高トップ10を第１表に示した。Amazon等の食品以外の商品の販売が主な企業が多いなかで、食品の販売が相対的に多いであろうスーパーマーケットは３社（Tesco、E.Leclerc、Metro Group）がランクインしている。

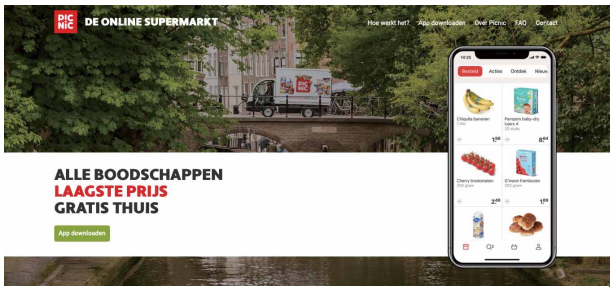
2　Online-only supermarket

わが国でも近年ネットスーパーが広がりつつあるが(注)、EUでは店舗を持たないスーパーOnline-only supermarketが次々誕生している（第２表）。10年代中盤以降に創業した企業が多く、購入からホームデリバリーまでの短い所要時間等で特色あるサービスを提供している。そのなかで、オランダを本拠地に近年急成長しているのがPICNICである（第１図）。

同社は15年にアムステルダムの南東約50kmのアメルスフォールトで創業した。顧客がアプリから注文した商品を同社の倉庫からピックアップし、翌日宅配するという仕組みである。青果物等の生鮮食品からトイレットペーパー等の生活雑貨まで幅広く取り扱っている。35ユーロ（約4,500円）以上の注文で宅配料が無料となる。同社はメディアで取り上げられ、顧客を急激に増やし、現在オランダ国内では40都市へと事業を拡大している。同社はSDGsに関心が高く、再利用可能な買い物袋は環境に配慮した植物性プラスチック製であり、配達用車両は電気自動車である。

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第1図 PICNICのトップページ



出典　PICNIC WEBサイト

第2表 主要なOnline-only supermarket

企業名	本拠地	備考
Bring!	スイス	15年にチューリヒで創業。買い物リストとレシピやロイヤリティカードを連結し、買い物を単純化。
Crisp	オランダ	18年創業。国内200社のサプライヤーから高品質の生鮮食品を翌日宅配。
Good Club	イギリス	17年創業。包装資材のリサイクルで世界初のゴミゼロオンラインスーパーを標榜。
Hopr	ベルギー	21年4月にハッセルトにて事業開始。26年までにベルギー全土への展開を目指す。
La Belle Vie	フランス	17年にパリで創業。日配品、食肉、水産物、青果物を販売。
PICNIC	オランダ	15年にアメルスフォールトで創業。現在営業エリアをオランダ40都市に拡大。
Oddbox	イギリス	16年創業。農業者と連携し青果物ボックスを配達。食品ロス削減に寄与。
Rohlík	チェコ	14年創業。90分宅配という革新的な食品デリバリーを手掛けるスタートアップ。
Vembla	スウェーデン	19年創業。地域の小売店から60分以内に宅配。

資料　Daria Kholod（2020）

18年３月に同社はドイツへと事業地域を拡大し、19年にはドイツの年間最優秀小売業者に選ばれた。COVID-19のパンデミックに襲われた20年に同社の収益は前年の２億3,270万ユーロから４億7,000万ユーロへと倍増した。今後はフランスへ進出する予定である。

（注）楽天と西友のネットスーパー（以下「NS」）、アマゾンとライフのNS、イオンのNS「おうちでイオン」、イトーヨーカドーのNS「アイワイネット」等がある。

3　The Food Assembly

EUではスーパーだけでなく、農業者と消費者を直に結びつける直売所も、ECに取り組んでいる。その代表例がオンラインのファーマーズマーケットThe Food Assembly（以下「FA」）である。FAは10年にフランスで設立され、現在ではフランス、ベルギー、スペイン、ドイツ、オランダ、スイス、イタリアで事業を行っている。FAは消費者が事前に農産物を地域の農業者へオンラインで注文・決済し、地域のオーガナイザー（受け渡し会の開設者）が教会や集会所等で定期的に開催する受け渡し会でピックアップするというクリックアンドコレクト型の食品ECである。FAは地産地消にこだわり、会場から60km圏内の農業者から農産物を調達している。価格は農業者が決め、その２割が開設者とFAに、８割が農業者の収入となる公正な仕組みである。

コロナ禍後も、消費者にとって利便性が高い食品ECは日常の買い物先として定着するはずだ。わが国の食品ECが成長する過程で、利便性だけでなく、環境や地域農業の面での価値も訴求するEUの先進事例が参考となろう。

＜参考文献＞
・Amcor Limited (2020), “7 key insights behind fresh food ecommerce in produce, meat and dairy.”
・Daria Kholod (2020), “10 online supermarket startups zooming through 2020.”
・McKinsey & Company (2021), “Disruption and uncertainty: The State of Grocery Retail 2021 - Europe.”

＜参考WEBサイト＞
・Ecommerce News
https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe/
・PICNIC
https://picnic.app/nl/
・The Food Assembly
https://thefoodassembly.com/en-GB

（いちのせ　ゆういちろう）