

# 2021年6月 第三級警報における消耗品購入順位変化 推移と日本企業台湾進出総表

合同会社ファブリッジ

昨年と同期間比で、コロナ対策商品以外では、缶詰や冷凍商品の販売率が上がりました。

その中に  
 魚肉缶詰めは35%、  
 冷蔵水産は21%、  
 ドライフルーツは21%、  
 肉やデザート缶詰めは18%、  
 冷凍肉類は15%、  
 乾麺類は11%  
 餃子やレンジ冷凍食品は6%  
 上がりました。

2020H1 疫情高峯期台灣消費品內銷變化排名

銷售額成長商品 TOP 20			
排名	商品	分類	YoY(%)
1	漱口水等清潔用品	日用品	⊕ 38.61
2	鮪魚、鯖魚等水產品罐頭	食品	⊕ 35.91
3	塑膠手套、橡膠手套	日用品	⊕ 34.90
4	護目鏡、各式鏡片等鏡類及配件	日用品	⊕ 23.86
5	冷凍水產食品	食品	⊕ 21.93
6	肉乾、果乾等脫水食品	食品	⊕ 21.29
7	高爾夫球用品	商業用品	⊕ 20.54
8	肉類、醬菜、八寶粥等食品罐頭	食品	⊕ 18.58
9	乾洗手等液體清潔劑 (不含洗衣精)	日用品	⊕ 17.66
10	冷凍肉類	食品	⊕ 15.11
11	臉部身體清潔用化妝品 (不含皂類)	日用品	⊕ 14.76
12	木製、塑膠製及非金屬製家具	家具家飾	⊕ 14.21
13	不織布口罩等其他紡織品	日用品	⊕ 14.18
14	速食麵粉類食品	食品	⊕ 11.61
15	家庭用紙與衛生棉	日用品	⊕ 10.96
16	冰淇淋	食品	⊕ 9.70
17	包裝飲用水、機能飲等非酒精飲料	飲品	⊕ 9.65
18	啤酒	菸酒	⊕ 8.77
19	碳酸飲料	飲品	⊕ 7.05
20	水餃、披薩等冷凍加熱食品	食品	⊕ 6.53

一方、化粧品やスーツケースなど外出や旅行用品の売り上げがかなり下がりました。

食品に関して、  
 キャンディは9%、  
 サンドイッチ  
 おにぎりは9%、  
 生麺は9%、  
 パンやベーカリー食品は6%  
 下がりました。

第三級警報期間中にお客様は賞味期限短い食品より賞味期限長い食品の方が選びやすくなりました。

銷售額衰退商品 TOP 20			
排名	商品	分類	YoY(%)
1	▲ 茶葉等精製茶	食品	⬇️ 27.34
2	▲ 化粧品	日用品	⬇️ 24.05
3	▲ 行李箱等塑膠製箱包	鞋包	⬇️ 20.91
4	梭(針)織成衣與其它服飾品	服飾	⬇️ 19.33
5	臉部及身體保養品	日用品	⬇️ 15.84
6	休閒運動鞋等塑膠鞋類	鞋包	⬇️ 14.34
7	襪類	服飾	⬇️ 13.11
8	皮鞋皮靴	鞋包	⬇️ 12.37
9	糖果(不含口香糖)	食品	⬇️ 9.42
10	三明治、飯糰等冷藏餐食	食品	⬇️ 9.39
11	麵條	食品	⬇️ 9.26
12	酒類(不含啤酒)	菸酒	⬇️ 8.58
13	購物袋等編織袋與紙袋	日用品	⬇️ 8.71
14	系統廚具廚櫃	家具家飾	⬇️ 6.87
15	麵包等烘焙食品(不含餅乾)	食品	⬇️ 6.87
16	辦公椅、鐵櫃等金屬家具	家具家飾	⬇️ 6.10
17	果蔬汁	飲品	⬇️ 4.68
18	太陽眼鏡	日用品	⬇️ 3.99
19	鋼筆等筆類文具(不含鉛筆、原子筆、彩色筆)	日用品	⬇️ 3.84
20	隱形眼鏡	日用品	⬇️ 3.81

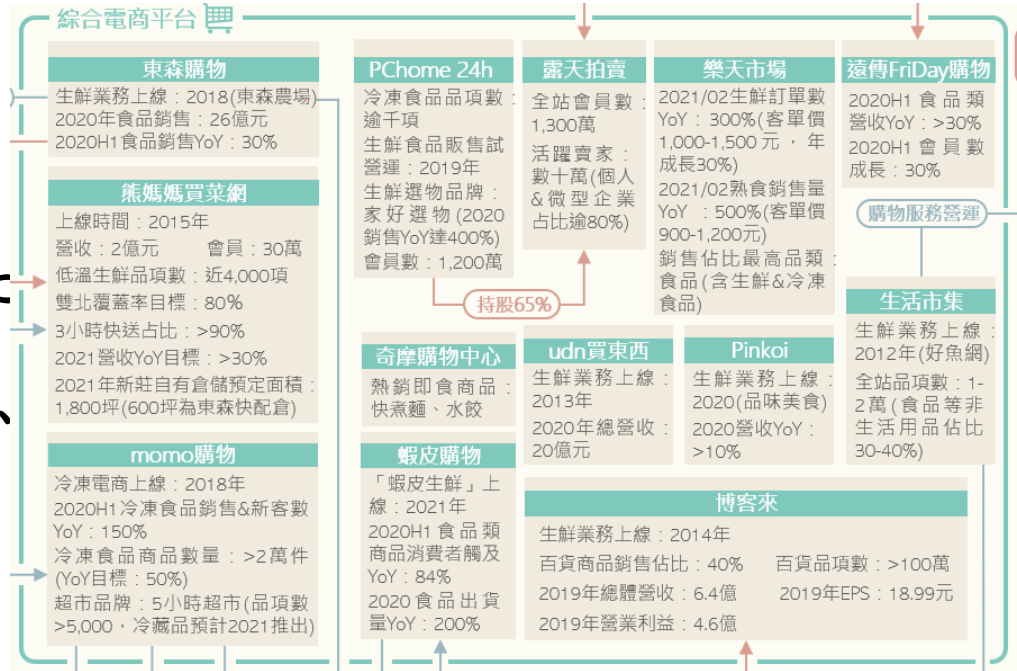
ECマーケティングでは様々なカテゴリーがあります。

東森購物はテレビショッピングチャンネルとEC販売を行っています。

PCHOME、MOMO購物と樂天市場はB2C主にしています。

MOMO購物は自家物流を持っているため、この緊急事態宣言の最中、県を越える物流混雑状況を避けており、消費者の評価が上がりました。

露天拍賣と蝦皮購物はB2CとC22両方あります。日本で例えると、ヤフーオークションやメルカリのような感じです。



コンビニ、スーパー、量販店とデパートなどECと実店舗両方持っている企業に対して、ECマーケティング売上も成長しています。

ファミリーマート、7-11とハイライフ台湾三大コンビニ、ECマーケティングを持っています。

PXマートとシンプルマート、カルフルー、Aマート（愛買）、コストコ、遠東SOGOスーパー、シティスーパーと誠品など小売り店ではどこも**ECマーケティング**が成長しています。

實體綜合零售跨足					
<b>全家行動購</b> 上線：2016年 2020冷凍食品行動購銷售金額YoY：30% 2020冷凍食品行動購買者數：>14萬家戶 2020H1消費者觸及YoY：68%	<b>7-11線上購物</b> 上線：2010年(7net) 2020整體營業額+雲端銷售：>150億 OPEN POINT會員：>1,200萬名	<b>家樂福線上購物網</b> 上線：2015年 自建配送啟動：2021年 EC會員數：>300萬 線上商品數：3萬項 外送訂單生鮮佔比：50% (實體店生鮮佔比20%) 線上銷售額貢獻度：5% 線上客單價：400-700元 2020整體EC銷售額YoY：74%(2021YoY目標60%)	<b>全聯PXGO!</b> 電商上線：2019年 外送上線：2021年 外送佔電商貢獻度：40% 外送生鮮商品：>500項 外送生鮮消費佔比：60%	<b>Go美廉</b> 上線：2018年 外送平台合作啟動：2021年 線上會員：16萬 2019線上營收YoY：100%	<b>city'super</b> 外送訂單生鮮佔比：30%
<b>SOGO超市 istore</b> 上線：2017年	<b>Costco網路購物</b> 上線：2016年 2020H1消費者觸及YoY：45%	<b>菜爾富菜購物</b> 低溫品項：350項 (2021年6月低溫商品目標成長至1萬項) 平台營收目標：10億元	<b>誠品線上</b> 上線：2020年 App會員人數：274萬人	<b>愛買線上購物</b> 上線：2012年 2020H1消費者觸及YoY：73% EC+ 外送營收貢獻度：10%	

この十年間、日本企業合計37会社が台湾進出しています。  
 その中に飲食系はレストランやカフェは上島珈琲、すき家、くら寿司、金子半之助、はま寿司、一蘭ラーメン、スシロー、コメダ珈琲、星乃珈琲、松屋、金沢うまいもん寿司と寿司の美登利が進出しました。  
 今後も進出していくでしょう。

