



*High performance. Delivered.*

**「平成29年度輸出戦略実行事業」  
台湾への輸出拡大に向けた調査報告書**

2018年3月  
アクセンチュア株式会社

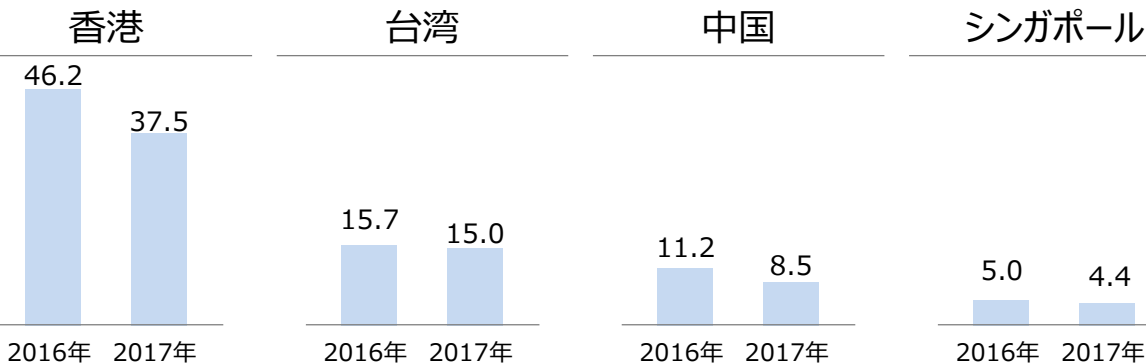
# 主要輸出先国の輸出動向分類

## 定義

## 対象国の輸出動向(億円) (1-10月期)

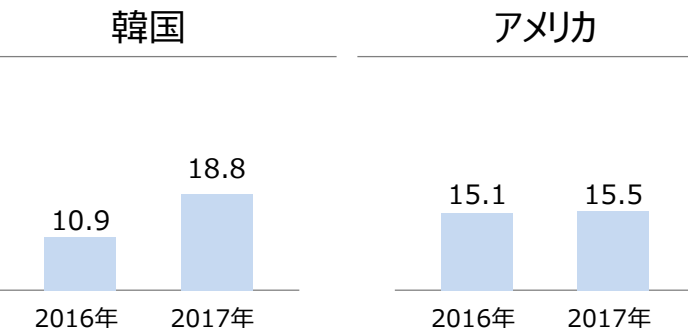
### 輸出額減少国

- 輸出額上位国のうち、輸出額が減少傾向にある国



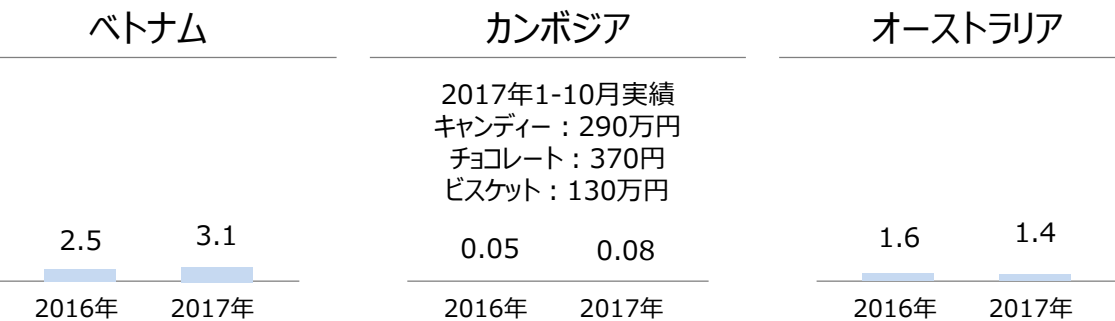
### 主要輸出先国

- 輸出額上位国のうち、輸出額が増加傾向・横ばいである国



### 新興国

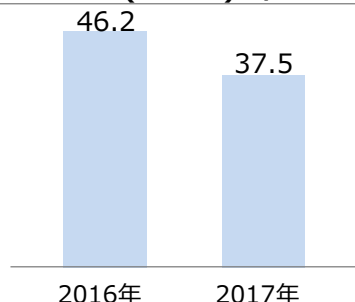
- 部会内の議論・調査等を通じた新規有望国



## 輸出動向(億円) (1-10月期)

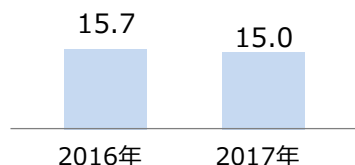
## 減少要因

### 香港



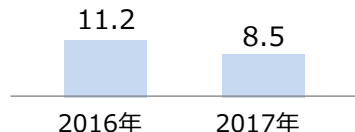
- **中国の景気減速に伴い、香港経由での流通量が減少**し、結果として日本からの輸出額が減少していると思われる
- 現地では、以前香港から中国へ日本製菓子を流通させる担い手となっていた「売り子」の減少も見られる

### 台湾



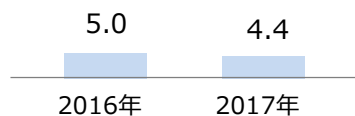
- **プロダクト・ライフサイクル**により、主要な小売チャネルであるコストコ・セブン-イレブン等での日本製菓子の取扱が減少したためではないか
  - ただし、現地調査において、現地の消費者・小売店スタッフは日本製菓子の需要・消費が減少したとの認識は有していなかった
- 台湾への輸出品に関して、日本からタイ・シンガポール・インドネシア等での**他国生産に切り替えた**ことが考えられるのではないかと

### 中国



- 貿易統計上の輸出額として捕捉されにくい、**越境ECを通じた輸出が拡大**していることも原因ではないか。また単価の低い並行輸出が拡大していることも影響と考えられる
- 景気減速に伴う、消費停滞の影響を受け、比較的高価かつ嗜好品である日本製菓子の需要が減少していると思われる
- 「消費者の日(3・15)」における日本企業への批判・非購買活動や7月以降、輸出に係る手続負荷の高まり(通行証明等)も輸出拡大の阻害要因となっている

### シンガポール



- **中国の景気減速による中国資本の撤退等**に起因してシンガポールの景気が減速したことを減少に、比較的高価かつ嗜好品である日本製菓子の消費量が低下傾向にあることが原因ではないか

- 台湾への輸出額減少の原因について、**日系メーカー品の海外製造品の流通拡大**が原因ではないか
  - 台湾のコストコ・セブンイレブンでの日本製品取扱に関する情報は非公開。ただし、小売店店舗スタッフ・一般消費者によると、日本製品の販売・消費状況について、特段の変化はないとのこと
- 台湾の菓子市場に関して、**現地系メーカー：欧米系メーカー：日系メーカーの比率は5:4:1程度**。チョコレート・クッキー等を中心に海外・日系メーカーの菓子が販売されている。
  - **日系メーカー製品のうち、約10%程度が日本製**であり、主に米菓（ソフトせんべいやおかき）・チョコレート・キャンディーが中心。日系メーカーの**他国製品ではシンガポール・タイ製品の割合が高い**
  - **日本製菓子の価格は現地製・他国製の1.1～1.5倍程度**だが、スーパー・コンビニ・百貨店で広く販売
  - **日本製菓子は安心・安全、美味しいというイメージが定着しており、価格が多少高いものの、日常的に消費されている**
    - ✓ 日本における品質志向のNB商品と、価格志向のPB商品と近い構造にあるものと考えられる
  - 現地メーカー製はおつまみやビーフジャーキーの他、海外メーカーによるチョコレート菓子等の模倣品が中心
- 日本製菓子の台湾への輸出拡大に向けては、**①クリスマス等のギフト・イベント需要**を捉えつつ、**②日本での売筋/新商品等に絞り込んだ店頭での販促・紹介**を通じた売上拡大を目指すべきではないか
  - **①クリスマス等のギフト・イベント需要に対して**、コストコ等の小売店では、欧米製の銀紙包装や缶入のクッキー・チョコレートが中心で、**厚紙やビニールで包装された日本製の菓子はシェアが低い**
  - **②スーパー・百貨店では日系メーカーの商品が多い結果、商品の回転率が下がり、却って売上が低下している可能性がある。****日本での売筋/新商品等注力商品の絞込・プロモーション**が必要ではないか
    - ✓ 《参考》売場面積の小さいコンビニ等では、日本でも有名な商品のみ商材が絞り込まれている

台湾においては、「①ギフト用的高级品市場」と「②日本の売筋商品・新商品のマス市場」の販路拡大・プロモーションに注力することが望ましい。

全体方針	①クリスマス等のギフト・イベント需要に合う高級品市場での販路拡大・プロモーション	②日本の新商品・ロングセラー品に注力したマス市場での販路拡大・プロモーション
商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>贈答用に使用可能な缶入・個包装のクッキー・チョコレート等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の新商品・期間限定商品                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ じゃがビー</li> <li>▶ 期間限定フレーバーのポッキー・アポロ 等</li> </ul> </li> <li>日本のロングセラー商品                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ アルフォート（チョコレート菓子）</li> <li>▶ 歌舞伎揚げ（揚げ煎餅） 等</li> </ul> </li> </ul>
販売チャネル	<ul style="list-style-type: none"> <li>高級スーパー・百貨店                         <ul style="list-style-type: none"> <li>※欧米製のクッキーやチョコレートが陳列される棚への参入</li> </ul> </li> <li>ギフトカタログ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンビニ、スーパーマーケット・百貨店の新商品コーナー                         <ul style="list-style-type: none"> <li>※回転率と利益率の高い新商品を陳列</li> </ul> </li> <li>スーパーマーケット・百貨店の菓子コーナー・日本製品コーナー                         <ul style="list-style-type: none"> <li>※多数の商品が陳列できる比較的大型の店舗を想定</li> </ul> </li> </ul>
消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>アッパーミドル層～富裕層</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中間層～富裕層                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 訪日旅行経験者</li> <li>▶ 20～30代の若年層</li> </ul> </li> </ul>
訴求要素	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地製の「日式」ではなく、“本物の”「日本製」</li> <li>「北海道ブランド」</li> <li>包装技術                         <ul style="list-style-type: none"> <li>※現地製は高級品でも包装箱に不要な隙間があるなど、包装が粗雑な製品が多い</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本で売れている最新商品</li> <li>日本独自のフレーバー・製造方法</li> <li>日本でロングセラーとなっていることを示す指標                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 人気ランキング・総販売数・販売期間 等</li> </ul> </li> </ul>

## 菓子の流通概況

### 市場 基礎情報 (菓子の流通概況・ 嗜好性等)

- 輸入菓子については欧米系・日系メーカー製品が中心で一部韓国系のメーカー製品が流通している
  - 日系メーカーの製品に関して、日本・他国製のパッケージに差異が少なく、同品質であるため、特に日本製か他国製であるかどうかを意識していない傾向が強い
  - 価格が2-3割程度高いものの、中間層～富裕層が日本製の菓子を日常的に消費している。現地系の菓子は日本製や他国製の商品を模倣した商品やスルメ・ビーフジャーキー等が中心
    - ✓ 日本製菓子と現地製菓子の関係は日本における品質志向のNBと価格志向のPBとの関係に近い
    - ✓ 現地のロングセラーであるチョコレートバーは「スニッカーズ」に似た味・食感だが、若干硬くて噛み切りにくく、製品の作りの粗さを感じられる
  - 中国産は安全性に不安を感じる、韓国産に関しては反韓感情から購入を敬遠する傾向がある

### 日本製菓子の 需要・消費 動向

- 日本製の菓子は日常的に自宅や職場等の外出先で消費されている。日本製の菓子は現地製・他国製に比べ、安全・美味しいというイメージが有るため、若干割高ではあるが、日常的に消費されている
- 中間層・富裕層を中心に日本への渡航経験のある消費者が多く、日本で購入した日本製の菓子を帰国後にもう一度食べたいといった需要が存在
- 特殊な形状をした製品に日本製のものの割合が高い
  - 「じゃがビー」や「ドデカイラーメン」等の特殊な形状の菓子は日本製のものが輸出されており、「カラムーチョ（ポテトチップス）」等の一般的な形状の菓子は現地製のものが多い
- カタカナ表記等日本語を使用したパッケージのものが多く、日本製と日系メーカーの他国製品との差別化は困難。一方で、台湾で広く認知されている「北海道」と名の付いた商品に関しては、製造地が限定されることから、日本製の菓子として差別化が可能
  - 「日式」との表記や日本語表記に関して、消費者に対して一定の安心感を与えるものではあるが、近年、過度に使用されている傾向があり、消費者内での差別化要素としては弱体化しつつある
- 日本製品はパッケージがスーパーやコンビニ等に陳列する日常消費用のものが多く、クリスマス等のイベントに合わせた贈答用や特別なシーンでの需要に対応できていない可能性が考えられる。（銀紙で包まれたベルギー製のチョコレートや缶入のドイツ製クッキー等はパッケージのきらびやかさもあり、クリスマスシーズンでは特に需要が高まると考えられる）
- 台湾政府としては、東日本からの輸出を禁じているが、一般消費者の意向としては福島県及びそのごく近隣でなければ、放射能汚染の心配はしていない。一方で、福島県製および福島県を経由した商品については、日本で安全性が証明され、通常に流通しているとはいえ、抵抗があるとの認識

## 菓子の流通概況

### 流通・販売 チャネルの 動向

- 日本製菓子はコンビニ・スーパー・百貨店で広く販売されており、低価格帯の大衆向けの小売でも販売されている
  - 現地製品に比べ、単体量あたり1-5割程度高いものが多いが、1商品あたりの内容量を変えることで現地製品との価格差を感じにくいような工夫がされている
- コンビニでは日本でも広く販売されている有名な商品の取扱が多いが、スーパーや百貨店では、日本ではあまり見かけない中小メーカーの商品が多数取り扱われている
- 他国メーカー・他国製のものであっても、パッケージが日本語で記載されているものもあり、パッケージを一瞥しただけでの、日系メーカー・日本製のものかどうかの判別は困難。また、店舗側も日本製かどうかについて、目立つポップ等の掲載は行っていない
  - 「北海道産じゃがいも」と記載した台湾製のポテトスナックや三幸製菓の「雪の宿（ソフトせんべい）」に似せた現地系菓子メーカー有田製菓の「雪屋」等、一見すると日系メーカー・日本製の様に見える商品が多数存在

### 日本製菓子の 輸出減少 要因

- 「コストコ・セブンイレブン等がプロダクトライフサイクルによる棚の入れ替えが原因ではないか」との初期仮説の元、現地ではアリングを実施したが明確な輸出減少理由は確認できなかった
  - 品目別輸出動向(1-10月期) ではビスケットが増加したものの、チョコレートが減少 (昨年度比-15%)
  - 台湾のコストコ・セブンイレブンでの日本製品取扱に関する情報は非公開。小売店店舗スタッフ・一般消費者によると、日本製品の販売・消費状況について、特段の変化はないとのこと
  - 日系メーカーによる日本製の輸出→海外生産 (シンガポール・タイ) への切替の可能性があるのではないかと  
✓ 《参考》森永は現地製、グリコは日本・海外製の双方、ブルボン・三幸製菓は日本製が中心

## 一部の小売店を除いて、日本製の菓子の取扱を確認できた。

小売	現地系	<ul style="list-style-type: none"><li>•微風広場 (現地系スーパー/中間層～富裕層向け)</li><li>•RT-Mart (現地系スーパー/中間層向け) ※取扱確認できず</li><li>•全聯福利中心 (現地系スーパー/低所得～中間層向け)</li><li>•頂好 (24時間営業スーパー/一般消費者向け) ※取扱確認できず</li><li>•Hi-Life (現地系コンビニ)</li></ul>
	日系	<ul style="list-style-type: none"><li>•新光三越 (日系現地系合併百貨店/中間層～富裕層向け)</li><li>•全家Family mart (日系コンビニ)</li><li>•セブンイレブン (日系コンビニ)</li></ul>
	外資系	<ul style="list-style-type: none"><li>•Costco (アメリカ系スーパー/中間層～富裕層向け)</li><li>•カルフル (仏系スーパー/中間層～富裕層向け)</li><li>•City Super (香港系スーパー/中間層～富裕層向け)</li><li>•Jasons Market Place (香港系スーパー/中間層～富裕層向け)</li></ul>



## 日本製菓子

## 全体的な菓子の販売状況・日本製品販売状況

<p><b>Costco 内湖店</b></p> <p>アメリカ系スーパー /中間～富裕層</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>歌舞伎揚げ</li> <li>雪の宿(ソフトせんべい)</li> <li>チーズおかし</li> <li>アポロ(小粒チョコレート)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>本拠地であるアメリカ製の菓子・プライベートブランドの商品の取扱が多く、ついで日本ブランド（日本製・日系菓子メーカー）の製品の取扱が多い。アメリカ：日本：その他の国の比率が5:2:3程度</li> <li>ビスケットやクッキーに関してはアメリカ製の製品が多く、チョコレートに関してはベルギー製の製品が多い。日本製の商品では、米菓の取扱が多く、通常の醤油せんべいではなく、揚げ煎餅やソフトせんべい等の変わり種の取扱が中心</li> <li>季節イベント（クリスマス）関連の商材コーナーにはアメリカ・ベルギー製の菓子が陳列されているものの、日本製の菓子はパッケージがクリスマスに適していないこともあり、陳列されていない</li> <li>シンガポール製の日系ブランドの菓子の取扱を確認</li> </ul>
<p><b>セブンイレブン</b></p> <p>日系コンビニ /大衆向け</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アルフォート (チョコレートビスケット)</li> <li>プチシリーズ（クッキー）</li> <li>ポッキー ベリーショコラ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポテトチップスやクッキー、チョコレート等、大手メーカーの製品を中心に販売。現地メーカー：日系メーカー：その他のメーカーの比率が5:2:3程度 <ul style="list-style-type: none"> <li>日本のコンビニ・スーパー等と近いラインナップで、日本でも広く販売されている有名な商品が多く販売されているが、日本製菓子は価格は現地・他国製に比べて価格が高いため、主に中間層～富裕層が購入</li> </ul> </li> <li>日本のコンビニと同様に、回転率の高い人気商品に絞って販売をしており、多数の商品を取扱うスーパーマーケットとは販売形態が異なる</li> </ul>
<p><b>カルフル</b></p> <p>現地系スーパー /中間～富裕層</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>じゃがビー</li> <li>明治板チョコ</li> <li>アルフォート (チョコレートビスケット)</li> <li>ビスコ(ビスケット) 等多数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>仏系のスーパーであるが、日本からの輸入品が最も多く、ついでフランス製の製品が多い。菓子の取扱に関しては、総合菓子コーナーの他に国別の食品のコーナーがあり、日本のコーナーが最も大きい。 <ul style="list-style-type: none"> <li>商品数が非常に多く、中小菓子メーカーの商品も販売されているが、おすすめ商品や売れ筋等の宣伝はしていない。なお、調査時、来店者の一人が抹茶菓子を複数見比べた上で購入していた</li> </ul> </li> <li>《参考》調査時、ルートビア（清涼飲料）の試飲・プロモーションを複数メーカーが同時に実施していた。台湾での馴染みのないルートビアの認知度を高める活動をしていたものと考えられる</li> </ul>
<p><b>OK mart</b></p> <p>日系コンビニ /大衆向け</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロロ（グミ）</li> <li>ぷっちょ（グミ）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本のコンビニエンスストアとラインナップが似ており、ポテトチップス等のスナック類、ガム・キャンディー・グミ等の取扱が中心。日本製の菓子に関してはUHA味覚糖の商品を確認 <ul style="list-style-type: none"> <li>「堅揚げポテト」・「コロロ」等、近年日本のコンビニで取扱われるようになった比較的新しい商品についても取扱があり、他店に比べ日本のコンビニのラインナップにより近い印象</li> </ul> </li> <li>《参考》「白い恋人」の模倣品と思われる、「北海道の恋人」という現地製の茶色いチョコレートクッキーが販売されているが、原材料に北海道製のものが含まれていない</li> </ul>

	日本製菓子	全体的な菓子の販売状況・日本製品販売状況
<b>SOGO</b> 香港系スーパー /中間～富裕層	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ポッキー 極細</li> <li>• プリッツ</li> <li>• 明治板チョコレート</li> <li>• アーモンドチョコレート</li> <li>• 雪の宿</li> <li>• クリームブッセ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日本のスーパーマーケットとラインナップが似ており、チョコレート・ビスケット・米菓等、様々な菓子が販売されている。日本製の菓子に関してはチョコレート・ビスケット・米菓・ケーキ等、多数の取扱がある                         <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ くまモンやアンパンマン等のキャラクターがパッケージに採用された商品の取扱を複数確認                              《参考》ディズニーのキャラクターをパッケージに使用した「午後の紅茶」は通常の「午後の紅茶」に比べて、売れ行きがよく、台湾におけるキャラクターの有効性を確認</li> <li>➢ 日本の柿の種やぼたぼた焼等のお茶菓子が多数取扱われている</li> </ul> </li> </ul>
<b>Hi-Life</b> 現地系コンビニ /大衆向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ベビースターデカイラーメン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 菓子類の取扱品目数は、日本ブランド：現地ブランド=2:8、日本製：現地・他国製=1:9程度</li> <li>• ポテトチップス・スナック・チョコレート菓子を中心に日本製・日本メーカー製の菓子類が販売されている                         <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日本のコンビニのラインナップと似ており、ベビースターラーメンやカラムーチョ（ポテトチップス）、コアラのマーチ等が販売されている。日本製製品は価格が現地製に比べて高く、ベビースターラーメンは1袋約200円(55台湾ドル)</li> </ul> </li> <li>• 日本のキャラクター（妖怪ウォッチ）が使用された味付け海苔が菓子コーナーで販売されている。なお、現地製菓子のパッケージは写真か素朴な絵柄のキャラクターが多い印象</li> </ul>
<b>全聯福利中心</b> 現地系スーパー /大衆向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ミルクキャンディー（UHA味覚糖）</li> <li>• ブラックサンダー（チョコレート）</li> <li>• たけのこの里（チョコレート） 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 前身が地域生協であり、大衆向けの手頃な価格の製品の取扱が多い。店舗の2割程度が菓子コーナーが占めており、多数の菓子を取り扱っている。現地系の菓子は魚介加工品やビーフジャーキー等のおつまみ等が中心で、日本製の菓子はチョコレートやキャンディーが中心である</li> <li>• 大衆向けの小売ではあるが、日本製の菓子の取扱が多い。また、他国メーカーの他国製品であっても、日本語で表記されたパッケージの商品が販売されている                         <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日本の小売店では見かけない大きな缶入の「コアラのマーチ」（タイ製）を確認</li> <li>➢ 「雪の宿」（三幸製菓）の模倣品である「雪屋」（有田製菓：台湾企業）の販売を確認</li> </ul> </li> </ul>
<b>頂好</b> 現地系コンビニ /大衆向け	（取扱確認できず）	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現地系のコンビニエンスストアであり、ディスカウントストアよりも高価格帯であるものの、菓子類は現地製・他国製のものが中心で日本製の菓子に関しては取扱確認できず                         <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日本語で「厚切りポテト」と表記された現地製のポテトチップスが販売</li> </ul> </li> </ul>

## Costco

### 【概要】

- 台北の郊外のショッピングモールが集中する地域に立地しているアメリカ系小売
- 本拠地であるアメリカ系の菓子（クッキー・チョコレート等）を中心に、日本製の米菓やチョコレート等が販売されている
  - 日本への旅行経験のある消費者が日本で購入した米菓のファンになり、帰国後再度購入するケースも存在
- クリスマス向けの菓子コーナーが設置されているものの、アメリカ系の菓子が中心で日本製の菓子が陳列されていない

## 主な日本製菓子



- 大手メーカーの商品が中心。日本製菓子の中では米菓の割合が高いものの日本で一般的な醤油せんべいの取扱はない

## 主な現地製/他国製菓子



日系大手メーカーのチョコレート菓子  
シンガポール製

- クリスマス向けの菓子コーナーでは欧米製のチョコレートやクッキーの販売が中心

# 菓子の流通・販売状況 ①Costco

菓子の取扱・販売状況

## 主な取扱菓子

- チョコレート
  - 個包装チョコレート（ベルギー製）
  - 小粒チョコレート アポロ（日本北海道製）
- クッキー・ビスケット・クラッカー
  - チョコチップクッキー（アメリカ製/PB商品）
  - 缶入りクッキー（ドイツ製/PB商品）
  - チーズクラッカー（日本製）
- 米菓
  - 揚げ煎餅（日本製）
- ケーキ類
  - ロッテ チョコパイ（韓国製）

## 主な日本製取扱菓子

- 米菓
  - 歌舞伎揚げ（揚げ煎餅/天乃屋）
  - 雪の宿（ソフトせんべい/三幸製菓）
- クッキー・ビスケット・クラッカー
  - チーズクラッカー（クラッカー/ブルボン）
  - チーズDeおつまみ（クラッカー等/ブルボン）
- チョコレート菓子
  - アポロ（小粒チョコレート/北海道製）

## 日本製の主要購買層

- 中間層～富裕層
  - 有料会員制の小売店のため、主に中間層・富裕層が利用
  - 日本製菓子について日本での購入価格よりも高いが、大袋・大箱での販売のため、他店よりも割安で購入できることから日本製菓子を好む層が積極的に購入
  - 日本への渡航経験のある消費者が日本で購入した菓子を帰国後にリピートするケースを確認

今後の取扱意向・課題等

## 日本製の取扱増減動向

- 棚の入れ替えが原因との初期仮説であるが、店舗現場スタッフ・消費者において、日本製菓子の販売・消費減少については心当たりがないとのこと
  - ※コストコ本部は売上・取扱情報に関する情報は非公開との回答
    - 現場の従業員によると、特に日本製菓子の取扱量が目立って減少している印象は受けないとのこと。そもそもパッケージの裏面をみなければ日本製の菓子と海外製の日本メーカーの菓子の区別がつかず、消費者はそれほど意識していないのではないかと
    - 来店客に関しても日本製の菓子は日常的に消費しており、消費量の減少に関して特に心当たりはないとのこと

## 増減要因・今後の日本製の取扱意向

- 今後も日本製の商品の取扱は継続するのではないかと。一方で、禁輸されていたはずの5県で製造された製品が輸入されていた事件の様に、「安全・安心」のイメージの日本ブランドが毀損されることの無いように注意が必要である



## セブン-イレブン

### 【概要】

- 台湾で展開している大手日系コンビニチェーン
- 日本の業態とは異なり、生鮮品の取扱はなく、主に飲料・食品（菓子・軽食等）・日用品・雑誌等の販売が中心
  - 大手メーカー製の日本製菓子が販売されている。全体の約4割の菓子が日本のコンビニやスーパーで一般的に販売されている商品
- 価格の安い他国製の模倣品を同じコーナーに陳列しており、日本製品の競合となっている状況を確認

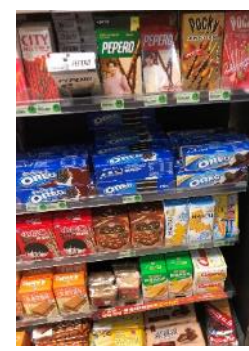
## 主な日本製菓子



- 日本の小売店と近い商品ラインナップ

- チョコレート・ビスケット類を中心に日本製の商品が販売されている

## 主な現地製/他国製菓子



- 左：ポッキー（タイ製）
- 右：CITY（ポッキーの模倣品）  
※現地系菓子メーカー有田製菓製

- 大きく顔写真が描かれたパッケージの現地メ製のポテトチップス等が販売されている

- ポッキーやオレオの他に現地系メーカーのビスケットやクッキーが販売されている

# 菓子の流通・販売状況 ②セブン-イレブン

菓子の取扱・販売状況

## 主な取扱菓子

- ポテトチップス
- ビスケット・クッキー
  - オレオ
  - リッツ
  - プチシリーズ (ブルボン)
- ケーキ
  - チョコパイ
- チョコレート
  - ポッキー
- ガム・キャンディー

## 主な日本製取扱菓子

- ポッキー ベリーショコラ味 (チョコレート)  
※通常のチョコレート味はタイ製の商品を販売
- プチシリーズ クッキー (クッキー)
- アルフォート (クッキー)

## 日本製の主要購買層

- 中間層～富裕層が日常消費用として購入
  - 日本のコンビニと似た商品が陳列されているが、より安価な現地製の模倣品が隣接して販売されているため、主に中間層～富裕層が消費しているものと考えられる

今後の取扱意向・課題等

## 日本製の取扱増減動向

- 棚の入れ替えが日本製菓子の消費減少の原因であるとの初期仮説であるが、店舗現場スタッフによると、日本製菓子の販売・消費減少については心当たりがなく、クッキー類を中心として、日系メーカーの商品は通常通り販売されている

## 増減要因・今後の日本製の取扱意向

- 日系メーカーの商品に関し、日本でしか製造されていない独自のフレーバー商品等に関する取扱は今後も続く見込み

## カルフル

### 【概要】

- 台北の郊外に位置するショッピングモールの中に立地する仏系のスーパーマーケット
- 外資系のスーパーであり、各国メーカーの商品を取り扱っている。日系メーカーの商品が最も多く、約770種類の商品を日本から輸入している
- 日本製の菓子に関しては、一般の菓子コーナーの他に、日本からの輸入品コーナーで販売されており、中小メーカーのものを含め幅広いラインナップが取揃えられている



- 各国別の商品の種類数が掲示されており、日系メーカーの商品が最も多いことが確認できる



- チョコレート菓子や抹茶菓子等を中心に多数の日本製品の取扱を確認。大手メーカーに限らず、地方中小メーカーの製品も数多く販売されている



## 主な現地製/他国製菓子



- 現地製の菓子は米菓やクッキー等が多い



- 日系大手メーカーのタイ製のチョコレート菓子



- 日系大手菓子メーカーの現地製造のポテトチップス

主な  
取扱菓子

- クッキー・ビスケット類 ※現地製の割合が高い
- ポテトチップス
  - プリングルス
  - カラムーチョ（台湾製）
- グミ
- キャンディー
- チョコレート

主な  
日本製  
取扱菓子

- じゃがビー（ポテトスナック）
- 雪の宿（ソフトせんべい）
- フェットチーネグミ（ハードグミ）
- 明治板チョコレート
- アルフォート
- はちみつのだ飴
- グリコ（ビスケット）
- 干し梅
- キャンディー（ミルク味）
- 宇治抹茶サンド（抹茶クリーム入りクッキー）等多数

日本製の  
主要購買層

- 郊外にある仏系のスーパーであり、現地系の間～富裕層のファミリー層による週末のまとめ買いが多い。コンビニや現地系スーパーに比べ、ファミリー用の大袋の商品需要が高い傾向

今後の取扱意向・課題等

日本製の  
取扱増減  
動向

- 店頭スタッフによると、日本製の菓子の消費量が減少しているといった傾向は感じられない

増減要因・  
今後の  
日本製の  
取扱意向

- 日系メーカーの製品は人気が高いため、現状日系メーカーの製品の取扱数が多い。企業としての今後の意向については非公開であるが、日系メーカー製品の取扱は続くものと考えられる



## OK mart

### 【概要】

- 台北に多数立地する現地系のコンビニエンスストア
- 日本のコンビニと近いラインナップでUHA味覚糖のキャンディーやグミが販売されている
- 店内には小さい「日本」コーナーが設置されており、現地製の「日式」菓子や日本製の菓子が販売されている

## 主な日本製菓子



- 日本製の菓子についてはUHA味覚糖の「コロロ」(グミ)・「ぷっちょ」(ソフトキャンディー)の取扱を確認。「ぷっちょ」のパッケージにはMade in Japanの表記がされている

## 主な現地製/他国製菓子



- 「白い恋人」を意識した商品名の現地製のクッキー。「北海道」と銘打っているが、北海道産の材料は使用されていない
- 日本のコンビニと商品ラインナップが似ており、ポテトチップスやその他のスナック（現地系・日系・他国系メーカー）が販売されている

## SOGO

### 【概要】

- 台北に中心街に立地する百貨店で主に日本人駐在員や現地の中間層～富裕層が利用
- 日本製・日本産の商品の取扱が多く、日本のスーパーと近い商品ラインナップ
  - チョコレート・ビスケット・米菓・ケーキ等、多数の取扱がある
  - くまモンやアンパンマン等のキャラクターがパッケージに採用された商品の取扱を複数確認

## 主な日本製菓子



- 日本の大手メーカーの日本製チョコレートや米菓の取扱を多数確認



- キャラクターをパッケージに使用した商品の取扱を複数確認

## 主な現地製/他国製菓子



- 現地製の菓子はおつまみやぐみを中心

## 全聯福利中心

### 【概要】

- 台北に立地する大衆向けのスーパーマーケット。前身が地域生協であったこともあり、低価格帯の商品が中心
  - 来店者は20代前半の若者や高齢者の割合が高い
- 現地系の小売店の中では日本製の商品の取扱が比較的多い
- 店内には小さい「日本」コーナーが設置されており、現地製の「日式」菓子や日本製の菓子が販売されている

## 主な日本製菓子



- 日本のコンビニやスーパー等で販売されているチョコレート菓子・キャンディーの販売を確認

## 主な現地製/他国製菓子



- 現地でロングセラーとなっている現地製のチョコレートバー。スニッカーズのような味・食感であるが、硬い餡の部分があり噛み切りにくい
- 現地製の揚げ煎餅。現地では「仙貝」と表記されることがある
- 日系大手メーカーのキャラメル・キャンディー。現地に工場を保有するため、現地流通品は現地製造品が中心