

亚洲国家零售报告系列

日本零售

最新资讯及未来趋势剖析

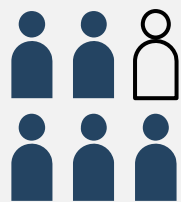


2018年2月

亚洲分销与零售

 FUNG BUSINESS INTELLIGENCE

主要经济 指标



1.275亿*
人口



48,803亿美元
国内生产总值



0.8%*
消费者价格指数



9,900亿美元**
零售总额
同比增长0.7%

同比增长1.6%*
实际国内人均生产总值



42,682美元*
国内人均生产总值



761 亿美元**
互联网销售额
同比增长8.3%



资料来源：*为经济学人智库2017年预测数据，**为欧睿信息咨询公司2017年预测数据；由冯氏集团利丰研究中心编译。

国内主要零售商

2016年销售额: 75,439.69 亿日元
(645亿美元)*

2016年门店数量: 16,519

主要业务和品牌:

大型超市: 永旺

超市及折扣店: 美思佰乐, 丸悦, Kasumi

便利店: Ministop

药妆店: Welcia

购物商场: 永旺梦乐城

时尚专卖店: Ikka、LBC、Vence Exchange、
Current、Notch、Tokyo Design Channel、
G-foot

永旺
1st

2016年销售额: 40,320.77 亿日元
(344.74 亿美元)*

2016年门店数量: 20,900

主要业务和品牌:

便利店: 7-11

大型超市: 伊藤洋华堂

超市: York-Benimaru、York Mart

百货公司: 崇光·西武

母婴专卖店: Akachan Honpo

生活杂货店: The Loft

时尚专卖店: Smile Land

网上时装店: Nissen, Brandeli

柒和伊
2nd

*1美元=116.96日元；根据彭博于2016年12月30日美元兑日元即期汇率。

2016年销售额: 8,438.15 亿日元
(72.15 亿美元)*

2016年门店数量: 18,335

主要业务及品牌:

便利店: 全家、OK超商

大型超市: UNY、Apita、Piago、U-Home

全家UNY
3rd

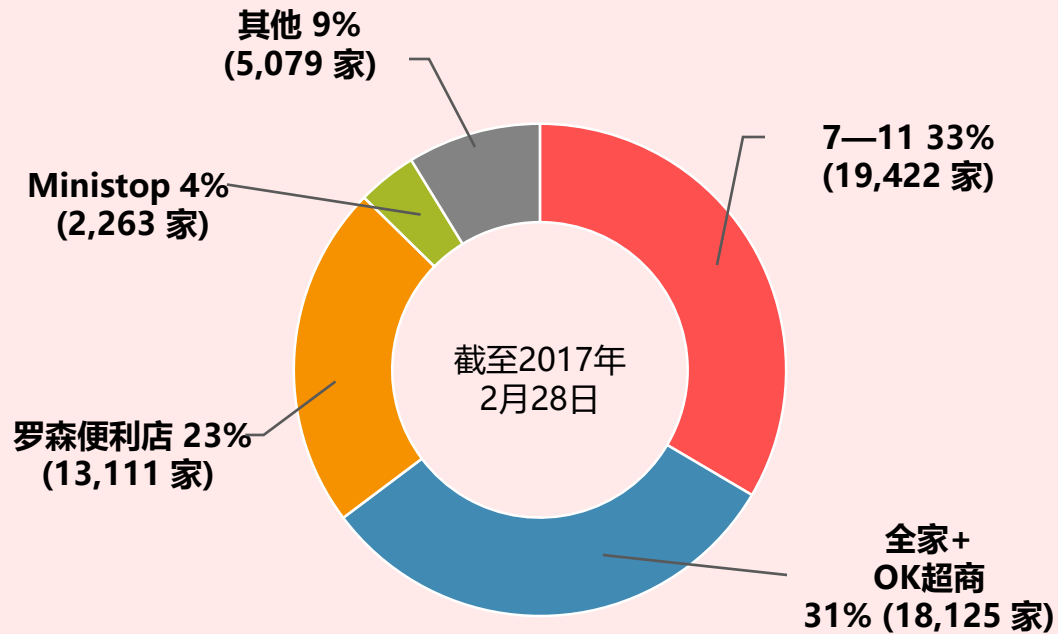
各领域主要零售商

| 领域 | 主要零售商 |
|---------|---|
| 互联网零售 | 亚马逊、乐天株式会社、软银集团、苹果公司、日本消费者合作联盟 |
| 服装鞋类 | 迅销株式会社、岛村株式会社、恩瓦德商事株式会社、青山商事株式会社、ABC-MART |
| 美容及个人护理 | 资生堂株式会社、花王株式会社、高丝株式会社、佳丽宝化妆品株式会社、宝洁日本株式会社 |
| 消费类电子产品 | 日本苹果公司、夏普公司、索尼公司、松下电器有限公司、索尼移动通讯有限公司 |
| 餐饮 | 云雀餐饮集团、泉盛控股株式会社、Colowide株式会社、Akindo Sushiro株式会社、萨莉亚株式会社 |

资料来源: 欧睿国际, 由冯氏集团利丰研究中心编译

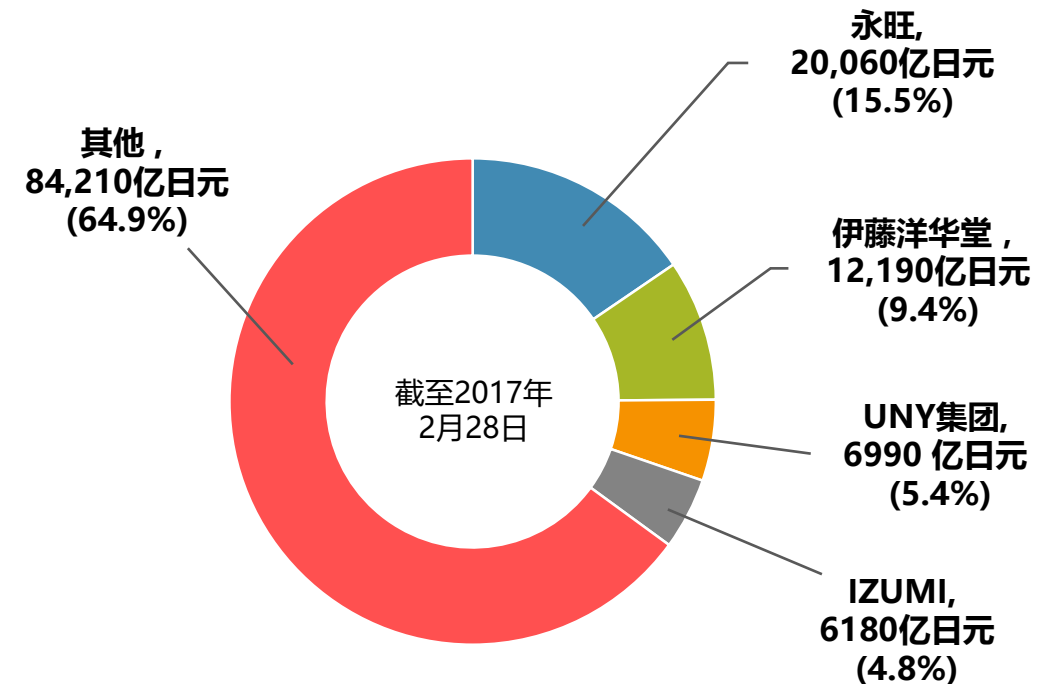
市场份额

日本主要连锁便利店数量（截至2017年2月28日）



资料来源：全家UNY控股公司2017年年度报告，日本经济产业省商务信息政策局的调查，以及每家公司发布的文章。

日本主要大型超市零售额（截至2017年2月28日）



资料来源：全家UNY控股公司2017年年度报告，日本经济产业省商务信息政策局的调查，以及每家公司发布的文章。

主要零售区域



大阪

- 梅田
- 心斋桥



东京

- 银座
- 新宿
- 涩谷
- 原宿



主要趋势



图片来源：冯氏集团利丰研究中心

销售增长乏力

经济不稳以及人口萎缩和老化等问题持续影响日本零售市场，零售销售额在过去几年里增长乏力。

受经济影响，消费者的消费模式发生变化

尽管销售额总体放缓，但与非杂货零售商和混合零售商相比，超级市场等杂货零售商的增长强劲，因不少家庭出于对未来经济的忧虑而减少开支，并优先购买日用品。

主要趋势



图片来源：冯氏集团利丰研究中心

药妆店销售额首次超越百货公司零售额

随着老年消费者和关注健康的消费者越来越多，以及游客消费由奢侈品转向日用品和美妆产品，药妆店的销售额于2016年首次超过百货公司的销售额。药妆店销售额由2004年的4.2万亿日元上升至2016年的6.5万亿日元，超过百货公司2016年6万亿日元的销售额。相比之下，百货公司的销售额于1991年达到顶峰12.1万亿日元，随后慢慢缩减。尤其是百货公司服装的销售份额，由1991年的6.1万亿日元下降至2016年的2.9万亿日元。

主要趋势



便利店仍然是主要的流通渠道

就门店数量而言，便利店仍然是主要的流通渠道；受益于不断增长的单身家庭和日益严重的人口老化问题，便利店的市場表现将持续向好。便利店在全国范围内覆盖面广、门店数量多，不仅能满足国内单身家庭的需求，也能满足老年消费者的需求。受地理位置、年龄或健康问题等因素所影响，日本许多老年消费者难以前往超级市场和主要的购物中心。而便利店在全国范围内拥有众多门店，能为老年消费者提供日常用品，在日本经济社会发展中发挥着重要作用。

主要趋势



图片来源：冯氏集团利丰研究中心

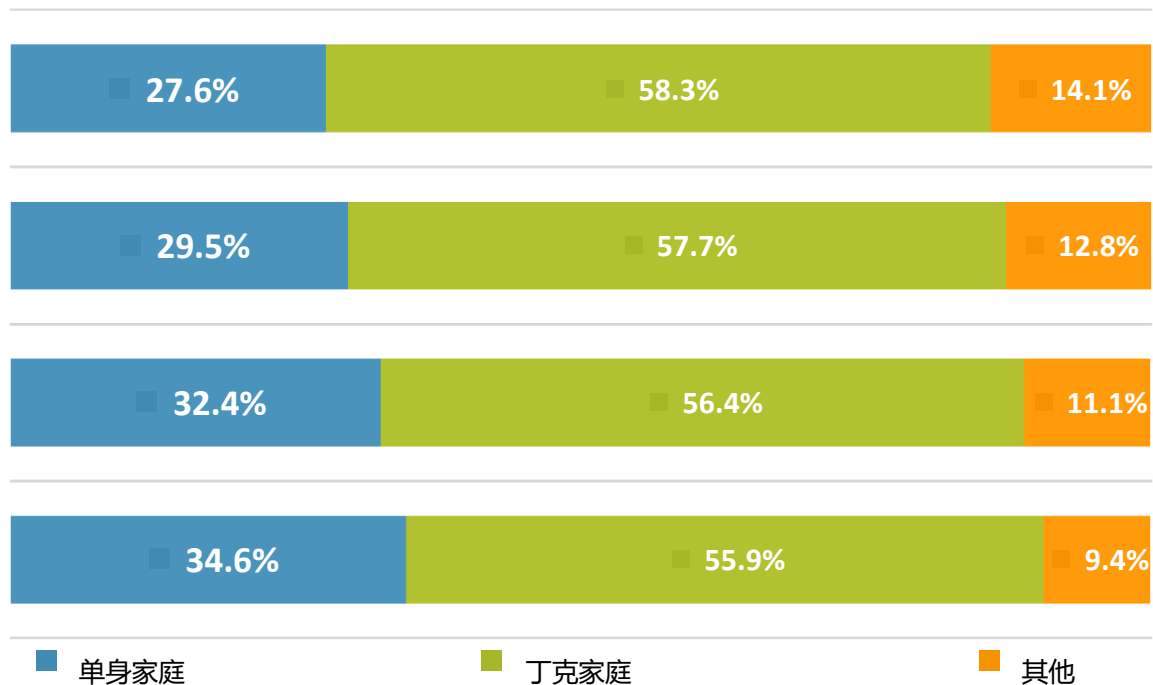
新零售业态兴起——街头摊档和移动售卖车

以街头摊档和移动售卖车为代表的新零售业态正在崛起，并瞄准老年人市场。这些街头摊档和移动售卖车不仅提供食品杂货，还为老年消费者提供如衣服等日常必需品，产品范围非常广泛。

你可知道？

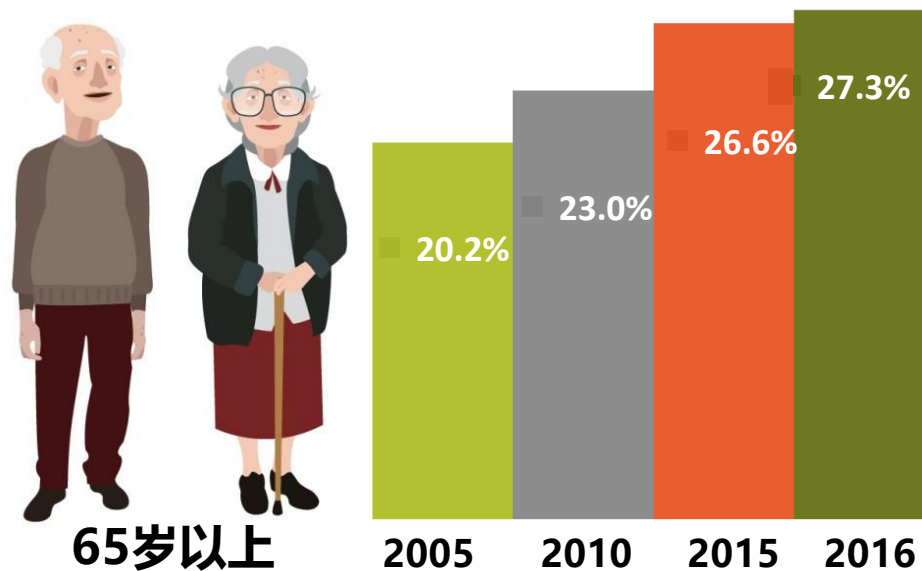
单身家庭和老年人口的增长情况

日本家庭结构的变化



资料来源：日本总务省统计局；由冯氏集团利丰研究中心编译

2016年，65岁及以上的老年人口达3,459万人，占总人口的27.3%，即每四个人就有一个老年人，创历史新高。



资料来源：日本总务省统计局；由冯氏集团利丰研究中心编译

联系

亚洲分销与零售

林诗慧

副总裁

联系电话: (852) 2300 2466

电子邮箱: teresalam@fung1937.com

陈善仪

高级研究主任

电子邮箱: tracychansy@fung1937.com



冯氏集团利丰研究中心

香港九龙长沙湾道888号利丰大厦10楼

电话 : (852) 2300 2470

传真 : (852) 2635 1598

电邮 : fbicgroup@fung1937.com

网站 : <https://www.fbicgroup.com>



©版权 2018 冯氏集团利丰研究中心版权所有。冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。

本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。如欲征求具体建议或希望获取文中所提及事宜的更多信息，请与您在冯氏集团利丰研究中心的联络人或文中所示的联络人联络。