

投稿類別：商業類

篇名：

台灣三大便利商店與日本三大便利商店的比較

作者：

蔡文涵。私立樹德家商。三年六組

陳沛琳。私立樹德家商。三年六組

趙思捷。私立樹德家商。三年六組

指導老師：張佳娜老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

隨著時代的變遷從以前古早的雜貨店到現在每一個社區就設立一間便利商店的文化，慢慢的社會的經濟在萌芽，然而人們更是為了求方便越來越依賴著便利商店過生活。了解台灣和日本便利商店上的差異和台灣便利商店有什麼優點是日本沒有的以及了解日本有哪些值得台灣學習的優點是本組研究的動機。

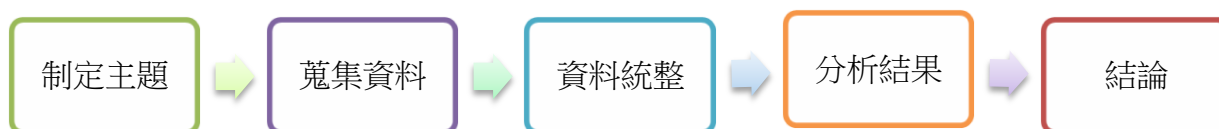
### 二、研究目的

- (一)台日便利商店的起源
- (二)台日前三大便利商店服務性質有何差異
- (三)台日前三大便利商店商品上有何不同之處
- (四)台日前三大便利商店如何行銷各自的活動
- (五)針對學生做便利商店的喜愛做問卷調查分析

### 三、研究方法

- (一)運用網路上的文章與資料來研究台日前三大便利商店的不同
- (二)利用網路問卷及實際採訪了解顧客的消費需求

### 四、研究流程



## 貳●正文

一、台日便利商店的起源:

最初的便利商店的起源應是在 1930 年，美國南方公司於美國達拉斯所建設的世界第一間便利商店。

- (一) 台灣：於 1978 年，統一超級商店股份有限公司與美國南方公司簽約合作，營運「統一超級商店」，1980 年 2 月 9 日，第一家 7-Eleven「長安門市」在臺北市營業。
- (二) 日本：日本便利商店是 60 年末從美國引進技術，由日本橋糕點批發公司在 1969 年成立第一間便利商店(這間並非目前前三大)，在大阪府豐中市開設。而 7-Eleven 是在 1973 年日本伊藤忠公司與美國南方公司連鎖，在日本的東京江東區設立第一間 7-Eleven。

二、台日前三大便利商店服務性質有何差異:

日本的 7-Eleven 的總店數為 1,3334 家、全家總店數為 1,8889 家、羅森總店數為 1,2648 家，這三間便利商店為日本前大多間的便利商店。台灣的 7-Eleven 的總店數為 5125 家、全家總店數為 3122 家、萊爾富的總店數為 1340 家，這三間便利商店為台灣前三大的多間的便利商店。以下是根據台灣和日本前三大便利商店作為的差異比較。

表一：日本前三大便利超商所提供之服務

超商業者	セブン-イレブン (7-11)	ファミリーマート (Family Mart)	ローソン (Lawson)
提供服務	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 影印.洗照片.訂票</li> <li>2. 體育促銷彩票</li> <li>3. 戶籍資料謄本申請</li> <li>4. 點數.禮物.預付卡</li> <li>5. 保險</li> <li>6. 考試報名費繳費</li> <li>7. 宅急便</li> <li>8. 明信片及郵票販賣</li> <li>9. ATM</li> <li>10. 繳費</li> <li>11. W i f i</li> <li>12. 自行車租借</li> <li>13. 宅配收件箱</li> <li>14. 代客洗衣</li> <li>15. 移動販賣車</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 購票.影印.洗照片</li> <li>2. 宅急便</li> <li>3. 郵票及明信片販賣</li> <li>4. 點數.禮物.預付卡</li> <li>5. 繳費</li> <li>6. ATM</li> <li>7. 兌換外幣、跨國匯款</li> <li>8. 證件照拍攝</li> <li>9. 保險、銀行相關手續</li> <li>10. 報考報名費繳費</li> <li>11. W i f i</li> <li>12. 汽車共享</li> <li>13. 電動車充電</li> <li>14. 代客處理家庭垃圾、收件</li> <li>19. 複合式型態<sub>2</sub></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 銀行金融服務</li> <li>2. ATM</li> <li>3. 繳費</li> <li>4. 郵票及明信片販賣</li> <li>5. 郵政服務</li> <li>6. 宅急便</li> <li>7. 禮物.店數.預付卡</li> <li>8. 訂票</li> <li>9. 影印</li> <li>10. 列印</li> <li>11. 捐款</li> <li>12. 旅遊事務</li> <li>13. W i f i</li> </ol>

(表一資料來源:整理自 7-11、Family Mart、Lawson 日本官網, <http://www.sej.co.jp/index.html>、<http://www.family.co.jp/>、<http://www.lawson.co.jp/index.html>)

表二：台灣前三大便利超商所提供之服務

超商業者	7-Eleven	全家	萊爾富
提供服務	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 訂票</li> <li>2. 影印</li> <li>3. 傳真</li> <li>4. 捐款</li> <li>5. 遊戲點數儲值</li> <li>6. 國內外交換貨</li> <li>7. 宅便</li> <li>8. 繳費</li> <li>9. 捐款</li> <li>10. 行動便利超商車</li> <li>11. 禮卷</li> <li>12. 票卡充值</li> <li>13. icash</li> <li>14. 預付卡</li> <li>15. W i f i</li> <li>16. 電子發票</li> <li>17. 外送服務</li> <li>18. 資源回收</li> <li>19. A T M</li> <li>20. 保險</li> <li>21. 叫車服務</li> <li>22. 求職資訊</li> <li>23. 健康狀態評估</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 國際快遞</li> <li>2. W i f i</li> <li>3. 潔衣家</li> <li>4. 傳真</li> <li>5. 影印</li> <li>6. 洗照片</li> <li>7. A T M</li> <li>8. 資源回收</li> <li>9. 電子發票</li> <li>10. 禮卷</li> <li>11. 票卡充值</li> <li>12. 點數.預付.點數卡</li> <li>13. 繳費</li> <li>14. 捐款</li> <li>15. 店到店寄貨服務、 宅配</li> <li>16. 複合式型態</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 貨件狀態查詢</li> <li>2. 店到店服務</li> <li>3. 代收查詢</li> <li>4. 代收業務</li> <li>5. 國內宅配</li> <li>6. 國際快遞</li> <li>7. 代售服務</li> <li>8. 提款金融</li> <li>9. Hi 立即沖印</li> <li>10. 影印傳真</li> <li>11. 禮券販售</li> <li>12. Life-ET.</li> <li>13. 電子發票</li> </ol>

(表二資料來源:整理自 7-11、Family Mart、Lawson 台灣官網, <http://www.7-11.com.tw/index.asp>、<http://www.family.com.tw/marketing>、[www.hilife.com.tw/serviceInfo\\_hiPrints.aspx](http://www.hilife.com.tw/serviceInfo_hiPrints.aspx))

表三：台日前三大便利超商提供服務之差異

國家	日本	台灣
相同	影印、洗照片、訂票、傳真、點數卡、禮物卡、預付卡、宅急便、ATM、繳費、W i f i、代客洗衣、捐款、保險等。	
不同	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 報考檢定</li> <li>2. 代客打理家務、洗衣</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 叫車服務</li> <li>2. 求職資訊</li> </ol>

3. 汽車共享、電動車充電	3. 健康狀態評估
4. 代客處理家庭垃圾	4. 資源回收等
5. 旅遊事務	

(表三資料來源：參考 [www.sej.co.jp/index.html](http://www.sej.co.jp/index.html)、<http://www.family.co.jp>、[www.lawson.co.jp/index.html](http://www.lawson.co.jp/index.html)、<http://www.7-11.com.tw/index.asp>、<http://www.family.com.tw/marketing/>、<http://www.okmart.com.tw/default> 網站後經由作者彙整)

以上是本組所彙整出的台日前三大便利商店服務上的差異，研究調查出現今的日本全家便利商店包辦高齡化老人的生活服務再也不是等著顧客上門，而是主動上門拜訪。日本這項高齡服務確實是在服務上有了很大的優越，台灣的便利商店也有類似的服務像是全家推出了複合式規格藥局複合店、外食複合店、有機超市複合店，共 3 種複合型態出現。



圖一：全家 X 大樹藥局      圖二：全家 X 天和鮮物      圖三：全家 X 吉野家

資料來源: <https://tw.finance.appledaily.com/daily/20160516/37217463/>

(圖一、圖片來源: <https://tw.appledaily.com/headline/daily/20150522/36564356/>)

(圖二、圖片來源: <http://www.chinatimes.com/newspapers/20160103000538-260117>)

(圖三、圖片來源: [www.1111.com.tw/15sp/delicacy/discussTopic.asp](http://www.1111.com.tw/15sp/delicacy/discussTopic.asp))

不只有全家推出系列複合型態，台灣 7-Eleven 更是推動了整台店面推出了行動超商。在這項服務型態上台灣和日本的出發點都是一樣的，幫助偏遠地區鄉間居民更方便購取小型日常用品與食品還有針對長者或行動不便者不方便出門有需求時較為方便。對此我們了解到關於行動便利商店在台灣只有統一 7-Eleven 推出這樣的服務，但在日本移動販賣車卻是普遍的東西也有自己的市場，也深受人們的喜愛。



圖四：台灣 7-Eleven 行動超商



圖五：日本的移動販賣車

資料來源: [http://www.seniors1314.org.tw/industry-news\\_view.asp?Nid=200#.WgeQAFuCy70](http://www.seniors1314.org.tw/industry-news_view.asp?Nid=200#.WgeQAFuCy70)

(圖四、圖片來源: [www.seniors1314.org.tw/industry-news\\_view.asp](http://www.seniors1314.org.tw/industry-news_view.asp))

(圖五、圖片來源: <https://nippon.cafe/sono/7636>)

### 三、台日前三大便利商店商品上有何不同之處

看似一樣的便利商店，卻對來台灣的日本人感到很意外地不一樣。台灣便利商店和日本便利商店除了以上的服務上差異，在商品上也各有不同、各有優勢。

表四：台日前三大便利超商商品上差異

台灣才有	日本才有
1. 很香的茶葉蛋	1. 各種炸物 (現炸雞排等)
2. 火鍋料	2. 各商店當地限定商品
3. 集點換商品(折扣優惠)	3. 化妝品種類較多

(表四資料來源：<http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1264407>)

### 四、台日前三大便利商店如何行銷各自的活動

不管是日本或是台灣對於市場上的競爭都是非常棘手的，因為便利商店都是大同小異的東西。如何在一個地區凸顯自己商店本生的性質及行銷手法。因此我們針對台灣和日本做了比較。

表五：台日前三大便利商店如何行銷各自的活動

行銷上的差異	
日本	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 停車場</li> <li>2. 商品上行銷 (特色雞排、限定糕點)</li> <li>3. 提供免稅的服務</li> <li>4. 語言查詢服務的 Kiosk 機 (實際享受行銷)</li> <li>5. 販賣生鮮食品的百元商店 (差別化行銷)</li> <li>6. 大人世代</li> <li>7. 700 円くじ (滿 700 日幣抽籤)</li> </ol>
台灣	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 食物的口感 (體驗式的行銷)</li> <li>2. 吉祥物 open 將周邊商品 (行銷策略-角色行銷)</li> <li>3. 集點活動 (Hello Kitty)</li> <li>4. 主打日本進口商品 (霜淇淋、夯蕃薯)</li> <li>5. 無線網路</li> <li>6. 商品一加一 39 元、49 元、59 元組合</li> </ol>

(表五資料來源: <http://www.motive.com.tw/?p=9473>. [www.finduheart.com/2015/09/tax-free.html](http://www.finduheart.com/2015/09/tax-free.html))



根據上表日本行銷的第六點「大人世代」說明，所謂的大人世代就是消費者群設立在 50 歲以上的中年者因退休後時間變多了會開始注重商品品質以及健康、偏愛小份商品。因此日本便利商店根據這個問題對症下藥推出了大人的點心，品質高、少量、健康。



圖六: 大人的點心

(資料來源: <https://goo.gl/aNEZZ6>)

目前日本便利商店所推出的行銷方法叫「700 円くじ」，700 円くじ指的是 700 日幣抽籤活動，くじ是抽籤的意思，行銷手段就是在便利商店購物滿 700 日幣的話就會得到商品兌換卷，而商品兌換卷上又有抽獎的機會，獎品中有飲食招待券、旅遊購物折價卷以及生活用品免費贈送卷等，但繳費、買明信片或郵票、用電子錢包支付及網購取貨付款等不在此活動範圍內。這方面是台灣便利商店能夠學習的地方，在台灣只有買飲料或冰品能夠抽折價金額、1 加 1 只花 39 元或 49 元的促銷，沒有像 700 円くじ這樣的活動。



圖七、7-Eleven 商品兌換卷



圖八、全家商品兌換卷

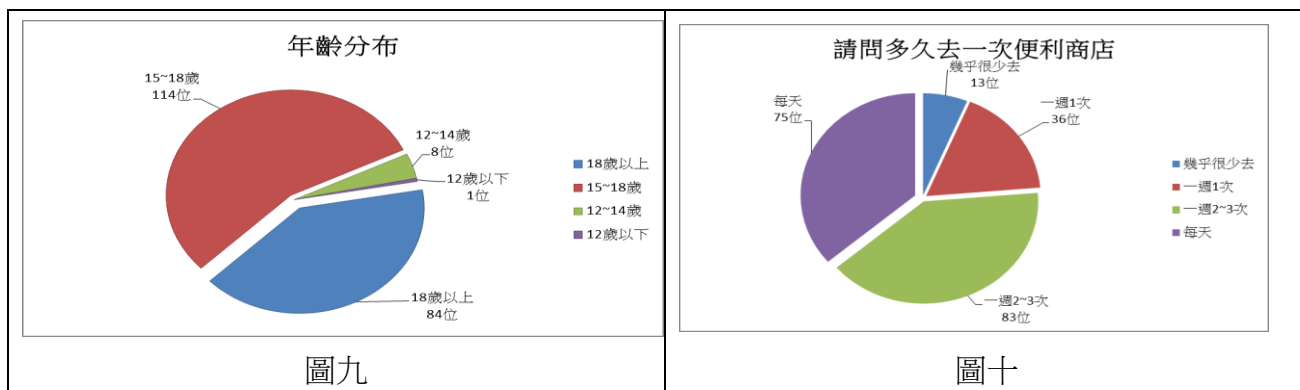
資料來源: <http://www.family.co.jp/campaign/spot/2017afesta.html>

(圖七、圖片來源: <https://cam.sej.co.jp/dp/CAPC070.do>)

(圖八、圖片來源: [www.family.co.jp/campaign/spot/2017afesta.html#open\\_in\\_new](http://www.family.co.jp/campaign/spot/2017afesta.html#open_in_new))

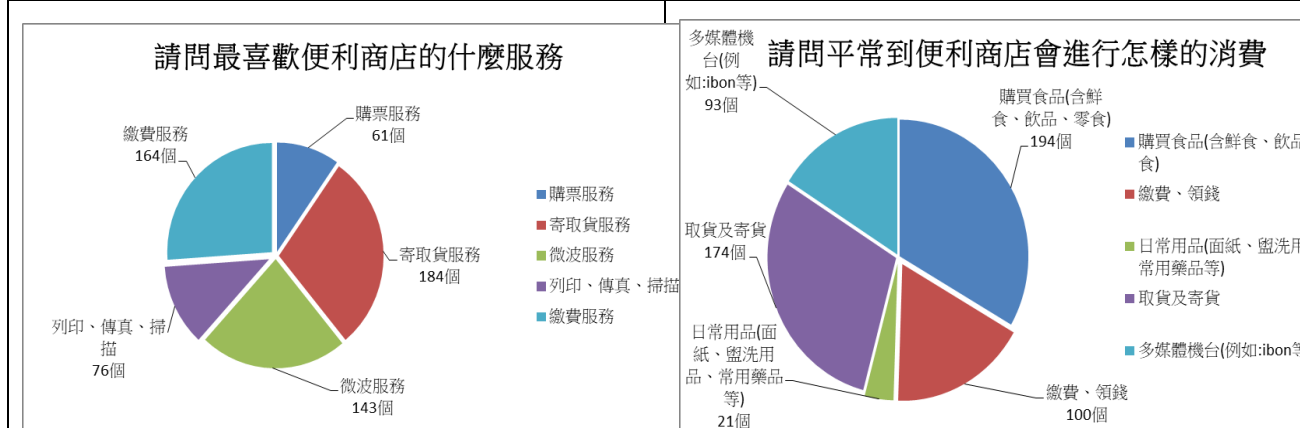
## 五、問卷調查

以下是本組所調查出的問卷分析，做這個問卷調查主要是想了解關於台灣人對於便利商店的需求以及喜歡哪種類型的服務跟商品做為調查。透過這份問卷對本次所研究的主題有更進一步的深入了解為何台灣的便利商店在國際上小有名氣以及台灣人偏愛哪種性質的服務。



本組針對年齡分布，以學生為對象進行網路問卷調查由上圖得知，會去便利商店消費的年齡層大部分都分布在 15~18 歲之間，而 18 歲以上也佔了不少。

本組針對次數，以學生為對象進行網路問卷調查由上圖得知因為方便但價格偏高所以平均一週去便利商店消費的次數 2~3 次的佔大部分，而平均每天都會到便利商店消費的人也不少。



本組針對服務項目，以學生為對象進行網路問卷調查由上圖得知，因為現在網路購物越來越普遍所以通常都會去寄取貨服務，另外繳費也是一項很方便的服務。

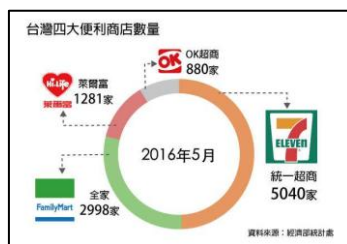
本組針對去便利商店的目的，以學生為對象進行網路問卷調查由上圖得知，平常最常在便利商店的消費大部分人都是以購買食品與寄貨取貨為主，方便又快速。

## 參●結論

### 一、結論

由此次的研究發現了許多便利商店的服務是我們所不知道的，跟隨著現代社會的進步慢慢的便利商店的趨勢也跟著大幅上升，便利商店在服務上越來越多樣化，從原本只是小小雜貨店晉升到了現在有各式各樣的服務。根據研究發現到台灣便利商店的密度佔居世界第一，而日本的便利商店密度則是暫居世界第二，走三步就有一間 7-Eleven 走五步就有一間全家。





圖十三:2016年5月台灣便利商店數量

(資料來源: <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5077792>)

由此研究發現台灣有許多的活動都是先由日本先發起的後來台灣才跟進，在這當中我們向日本學習了長期照護、行動便利超商等等這兩樣是目前我們台灣便利商店正在學習也需要努力加強的地方。現在正走在高齡化的社會未來很有可能老年人口增多因此這兩項服務行銷顯得更是重要。對於我們台灣的便利超商優勢除了很便捷以外還有購物很方便隨手一張卡就能付錢，不管是悠遊卡還是捷運卡更或是信用卡都是可以結帳的，在這方面日本的便利商店也有推出一張卡叫做 WAON 卡，這張卡結合將近一百間的品牌也很便利，但比較起來台灣是隨身帶在身邊的卡都能結帳相對比較便利一點。如前述，日本的便利超商透過「大人世代」、「行動超商」的行銷方式不僅解決了社會高齡化的問題，也顧及了健康與品質更不會有吃不完浪費的問題了。而在台灣只要隨身攜帶一張卡就能不用帶錢包出門，能夠避免錢包被偷抑或是遺忘了拿走的可能。不管是日本或是台灣都有彼此值得學習的地方，看到別人的優點學習並且改進自己的缺點，才能使自己越來越好。

#### 肆●引註資料

緒方知行、田口香世(2016)。零售的本質:7-Eleven 便利店創始人的哲學。北京:機械工業出版社。

緒方知行、田口香世(2016)。又近又方便:7-ELEVEN 何以滲透你我的生活?。台灣:有意思出版社

竹本遼太(2016)。コンビニ難民-小売店から「ライフライン」へ。東京:中央公論新社

7-11 日本官網。2017年10月8日。取自

<http://www.sej.co.jp/index.html>

Family Mart 日本官網。2017年10月8日。取自

<http://www.family.co.jp/>

Lawson 日本官網。2017年10月8日。取自

<http://www.lawson.co.jp/index.html>

7-11 台灣官網。2017年10月8日。取自

<http://www.7-11.com.tw/index.asp>

Family Mart 台灣官網。2017年10月8日。取自

<http://www.family.com.tw/marketing/>

OK 超商台灣官網。2017年10月8日。取自

<http://www.okmart.com.tw/default>

自由時報。台日超商最大不同？日人：我們有賣色色雜誌。2017年10月8日。取自

<http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1264407>

Motive 商業洞察。日本第二大超商 LAWSON 的繞道突圍學：打敗第一名不是靠模仿，而要和他不一樣！。2017年10月8日。取自

<http://www.motive.com.tw/?p=9473>

發現心樂園熊爸的旅遊生活全記錄。[日本購物] 7-11/lawson/全家 Family Mart 便利商店免稅/退稅分店總整理(2017版)。2017年10月8日。取自

<http://www.finduheart.com/2015/09/tax-free.html>