

## こんな製品分野は、オンライン販売に向いている！

※2021年3月末 ジェトロパリコーデイナー作成

ネットショップテンプレートも提供しているホームページ作成サービスの WIX が、2020年のEコマースの統計結果を発表しています。

<https://www.ecommerce-nation.fr/bilan-ecommerce/>

2020年の初めには、世界中にWIXのネットショップは400,000店あり、2020年12月の時点で50%アップの600,000店にも上りました。都市封鎖で強制的に営業停止となり一時閉店を強いられた小売店が、消費者の需要に対応するために短期間でネットショップを作ったことに起因します。

これまでネットショップで買い物をするのは若い世代がメインとされてきましたが、実店舗にて買い物が出来ないことから、老若男女すべてにとって選択肢はネットショップしかなく、2020年のオンライン売上は2019年の140%アップを記録しています。

世界中でその傾向が記録されており、ヨーロッパの第一波とされる2月から5月の間の世界的なオンライン売上は、2019年の同時期の139%アップとなっています。

フランスに関して言えばさらに顕著で、2月から5月のたった4か月で前年に比べて売上+183%アップとなっています。これまでどちらかという実店舗にて買い物をしてきた層が、ネットショッピングをせざるを得なくなり、さらにその便利さにも気づき現在もその状況が続いているといえるでしょう。コロナはEコマースに革命的な影響を与えたということになります。

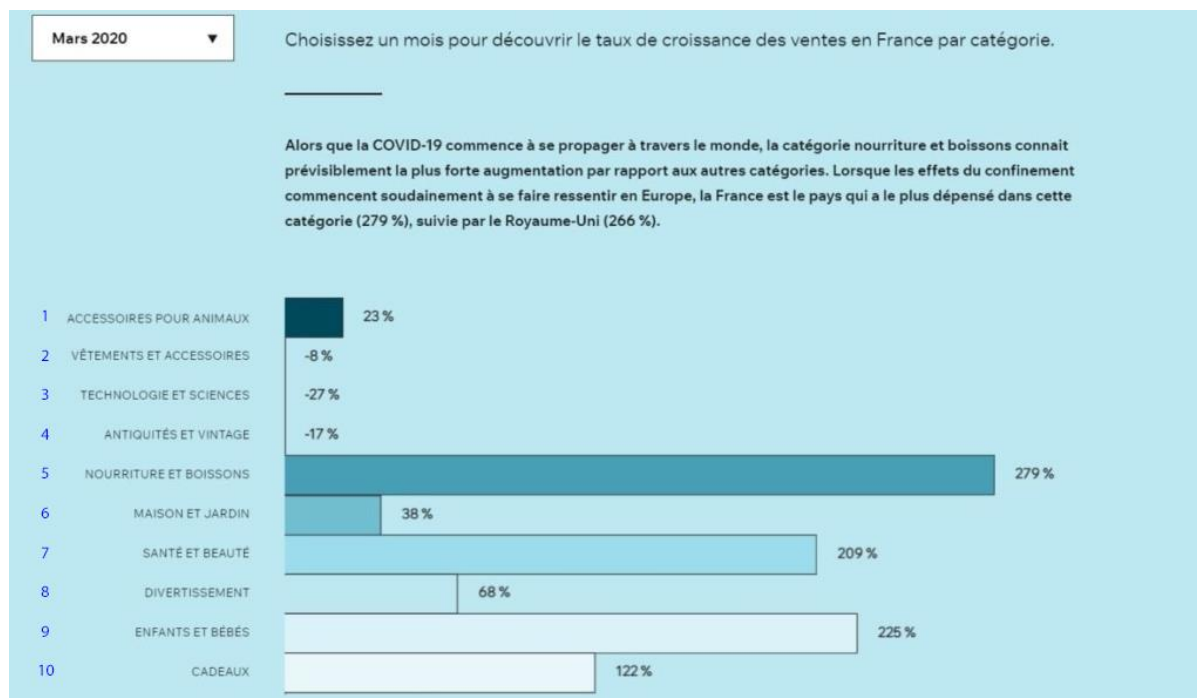
以下は、2020年3月、8月、11月の商品分野別のオンライン売上の推移です。

製品カテゴリーは以下のとおりです。

- 1 ペット用小物
- 2 衣類・ファッション小物
- 3 科学テクノロジー
- 4 アンティーク・ヴィンテージ
- 5 食品・飲料品
- 6 ホーム・ガーデニング
- 7 健康・美容
- 8 娯楽
- 9 子供・ベビー用品
- 10 ギフト

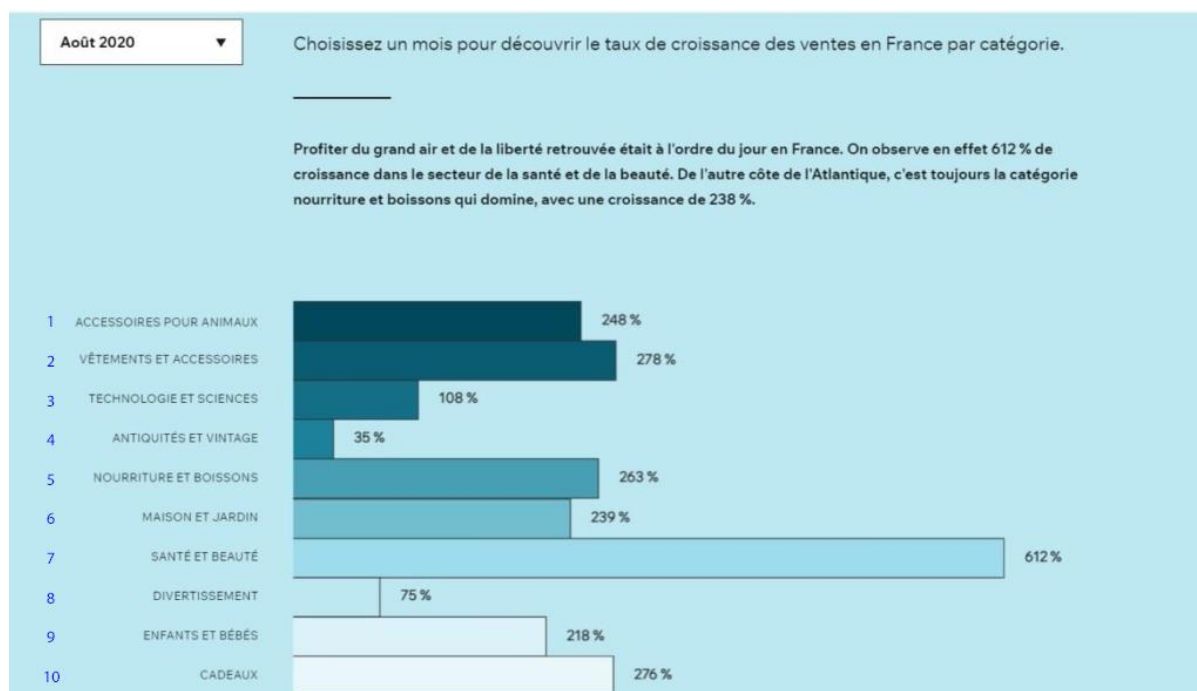
## 2020年3月

外出制限の際は、食品・飲料品 (+279%)、健康・衛生・薬品 (+209%)の売上アップが見られました。一方で、衣類、小物の売上は-8%ダウンとなり、一般的に生活必需品以外の物の購入は避け、貯蓄をする傾向が見えました。



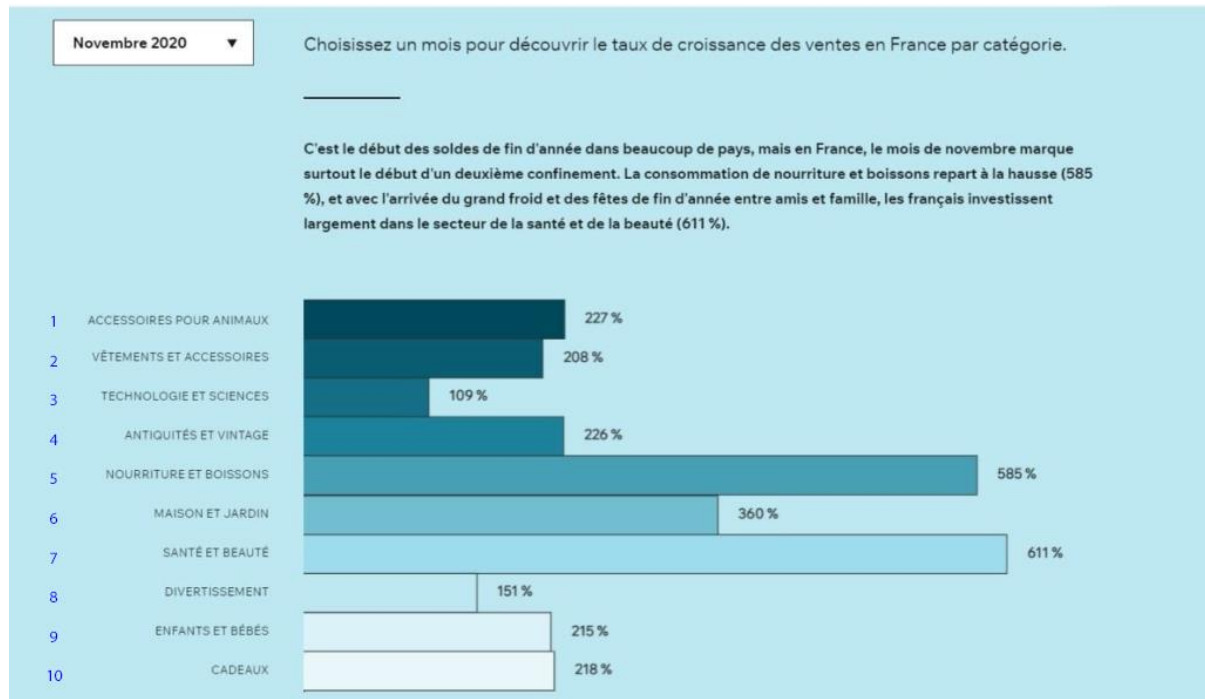
## 2020年8月

マスク着用義務はあるものの外出制限もなくなった夏の休暇シーズン。8月になると、健康・衛生・薬品・美容分野がなんと612%もアップしています。バカンスに出かける際の準備、外出時に欠かせないマスクや消毒ジェル、石鹸等の消費が増えたことによります。休暇に出るため、衣類や小物の売上もアップしています。



## 2020年11月

10月末に2回目の外出禁止令が発令され、「Stay home」を強要され、さらに消費の仕方や傾向が変わってきました。年末休暇中のイベント（クリスマスは家族で集まって過ごす等）の準備のため、11月には食品・飲料品の売上が585%アップ。またブラック・フライデーやサイバーマンデーなどのセールも重なり、Eコマース全体の売上は125%アップしています。



2021年のEコマースの傾向として予想されることは「5Gの到来とともにCovid-19の第3派がやってきてさらに躍進する」と言われています。ただし市場には競合が多くなることで、これまで以上に差別化が必須となってきます。

- 多種のディストリビューションチャンネルをおさえる
- 環境に配慮
- サステナビリティ
- 商品のトレーサビリティ
- 個人データ保護
- 音声検索

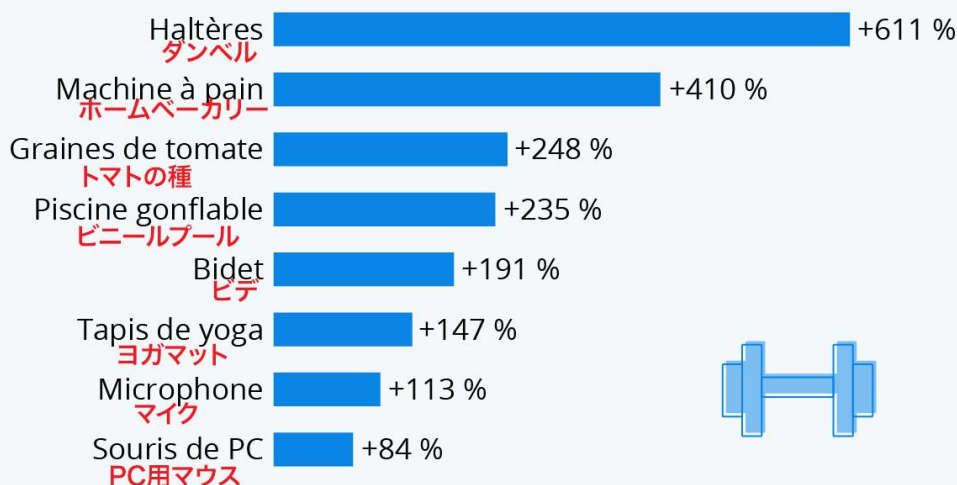
等がキーワードになってくるでしょう。

次にオンライン販売で売上を伸ばした製品・分野について見ていきましょう。

こちらは、2020年4月6日の時点で過去30日間にオンラインで売上アップを記録したものです。

## Ces produits qu'on s'arrache en plein confinement

Évolution de l'intérêt d'achat en ligne pour les produits sélectionnés au cours des 30 derniers jours (en date du 6 avril)



Données basées sur une analyse mondiale des comportements de consommation sur Internet.

Source : Glimpse



statista

運動不足を解消し、室内で体を鍛えるためのダンベルが圧倒的な伸び具合を示しています。室内の運動という意味ではヨガマットも同様です。夏が近づく季節の数字なので、ビニールプールも大変な人気でした。

そして日常欠かせないパンを自宅で作る家庭が増えたことで、ホームベーカリーは大人気でした。毎日の食卓用に手軽なトマトの種。家庭菜園用です。

マイクやマウスは、在宅勤務に必要な PC 周りのアイテムです。

以下の記事では、この外出制限期間にホーム& DIY (+23%)と一般家庭用電子機器(29%)のオンライン売上がアップしたとされています。

- Les secteurs non alimentaires de la maison & bricolage et de l'électronique grand public, dominant traditionnellement l'e-commerce avec respectivement 23% et 29% des ventes en ligne, sont les grands gagnants de la crise.

<https://www.bcg.com/fr-fr/press/23september2020-boom-du-e-commerce-et-des-grands-acheteurs-en-ligne-la-consommation-a-lepreuve-du-covid-19>

何れにしても、売上アップの要因は下記にまとめられるでしょう。

そしてこれらの製品・分野がオンライン販売に向いていると言えるでしょう。

外出できない分、家の中でできることにフォーカスし、「家での生活をいかに快適に、そして充実させるか」がテーマになっています。

#### 日常使いのできるキッチン用品、調理器具、食器類

やはりまずは生活には欠かせない「食」分野です。

最初の外出制限の際には、自宅でパンやお菓子を作る家庭が激増したため、小麦粉が常に売り切れてしまう勢いでした。それに伴って、調理器具、調理グッズの売上がアップ。現在実店舗はオープンしていますのでそれほどでもないですが、家にいる時間を充実させるために、日常の料理に改めて目を向ける人が増えたことは確かです。質の良い調理器具、調理グッズ等は、少々高くてもずっと安心して使えるということから、求める人が増えました。また安全なものを買求める人も増えたようで、BIO・オーガニック専門店は大変繁盛しています。（オンラインでも購入可能）

健康のためにスムージーを家で作る人も増えたことにより、手軽なブレンダー・ジューサーも人気上昇しました。

<https://www.jaitropmangedechocolat.fr/blender-smoothie/>

また、特に日本食品に関してはデータこそないものの、日本食品店における人の混み具合はすごく、それも現地日本人だけでなくフランス人でこれまでにない賑わいを見せています。

ですので、日本食を家で作るために必要な材料や調味料は大変な人気となっています。日本に行きたいが行けない分、旅行に費やせない分、少々高くても材料を購入し、Youtube のレシピ動画等を参考にして日本の料理を楽しむ人も増えているようです。

#### ホーム・ガーデニング・DIY 製品

もともとフランス人が大切にしている「住」分野です。

フランスにおいては、家の工事、ペンキ塗り、内装替え等は、DIY と言える範囲を超えるようなものですが、家にいる時間が増えたことから、まずは住まいを快適にしようということで、ホーム・DIY製品の売上がアップしました。ホーム・ガーデニング・DIYの大手、Leroy Merlin はさらに需要が増したようです。

<https://www.leroymerlin.fr/>

外出禁止期間中に、生活の質について改めて直面して考えるようになった家庭が増えたと言えます。家庭菜園を始めて日々の食生活に取り入れる、ガーデニングがますます注目されるようになりました。また、家の中でいかに質の良い暮らしができるかをテーマに、DIY や内装・外装工事を手掛けるなど、今までおろそかにしがちだった、真の意味での生活の質について考え直すようになったのです。Youtubeのガーデニング関係動画の視聴率は、2020年3月15日以降、140%アップしています。

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/nouvelle-aquitaine/crise-du-coronavirus-jardins-potagers-ont-vent-poupe-1833402.html>

出来合いのものをそのまま購入するのではなく、*何か一手間加え、オリジナリティーを出すために必要な素材や製作のお助けグッズ*などはオンライン販売に向いているでしょう。

ここではガーデニングも一緒の分野にまとめましたが、都心から少し離れた（電車で約1時間以内）自然の多い地域に引っ越す家庭は増加し、地価も高騰しています。自然と触れたいという気持ちが高まり、特にベランダガーデニングは都心の狭いアパルトマンに住んでいる家庭にとっては改めて注目されている分野です。

ガーデニング、ペット専門店の Truffaut の人気はますます高まっています。

<https://www.truffaut.com/>

## ペット用品・小物

フランスはもともとペットの多い国ですが、この外出制限期間にさらに動物を飼う家庭が増えたことで、*ペット用品・小物*の売上がアップしています。文化的に、日本のように動物に贅沢品でお洒落させて楽しむという習慣がほぼ定着していないので、ニッチな需要にはなりますが、こちらは新たな注目分野と言えるでしょう。

[https://www.google.com/search?q=accessoires+pour+animaux&sxsrf=ALeKk01azC3d\\_x2SwiE6zpnPVxacNSlvmw:1615921753661&source=lnms&tbn=isch&biw=1522&bih=751](https://www.google.com/search?q=accessoires+pour+animaux&sxsrf=ALeKk01azC3d_x2SwiE6zpnPVxacNSlvmw:1615921753661&source=lnms&tbn=isch&biw=1522&bih=751)

## ウェルビーイング (健康・リラクゼーション)

ヨガ、スポーツ、アロマ、アロマキャンドル

家にいることが多くなり、屋外でのスポーツはジョギング、ウォーキングか自転車か...といったところ。**快適に健康的に過ごすためのお助けグッズ**が人気です。

自転車人口はさらに増加中。スポーツ用自転車ではなく、**都市部で移動用に使うための一般向け自転車用小物**はオンライン販売に向いているかもしれません。

手軽に使える自転車用小物入れ、サドルバッグ等。

[https://www.google.com/search?q=accessoires+vélo&tbm=isch&ved=2ahUKEwjgw4DTwbXvAhWzgHMKHSXDD34Q2-cCegQIABAA&oq=accessoires+vélo&gs\\_lcp=CgNpbWcQAziCCAAyAggAMgIIADICCAyAggAMgIIADIGCAAQBRAeMgYIABAIEB4yBggAEAgQHjIGCAAQCBAeUOqCEVighxFgx5ARaABwAHgAgAh](https://www.google.com/search?q=accessoires+vélo&tbm=isch&ved=2ahUKEwjgw4DTwbXvAhWzgHMKHSXDD34Q2-cCegQIABAA&oq=accessoires+vélo&gs_lcp=CgNpbWcQAziCCAAyAggAMgIIADICCAyAggAMgIIADIGCAAQBRAeMgYIABAIEB4yBggAEAgQHjIGCAAQCBAeUOqCEVighxFgx5ARaABwAHgAgAh)

室内運動用のヨガマット、マッサージローラー、快適室内ウェア等

こちらのヨガボールのようなクッションソファはインテリアにもなるので人気。

<https://www.bloon-paris.fr/>

運動だけでなく、その後のバスタイムや室内の香りにも癒しを求める傾向に。

アロマキャンドルはさらに人気上昇中。

[https://www.google.com/search?q=bougie+parfumée&tbm=isch&ved=2ahUKEwi0-4aew7XvAhWE\\_IUKHXLwC50Q2-cCegQIABAA&oq=bougie+parfumée&gs\\_lcp=CgNpbWcQARgAMgIIADICCAyAggAMgIIADICCAyAggAMgIIADICCAyAggAMgIIAFCzOljyR2DlaWgAcAB4AIABP4gBxQKSAQE4mA EAoAEBqgELh](https://www.google.com/search?q=bougie+parfumée&tbm=isch&ved=2ahUKEwi0-4aew7XvAhWE_IUKHXLwC50Q2-cCegQIABAA&oq=bougie+parfumée&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgIIADICCAyAggAMgIIADICCAyAggAMgIIADICCAyAggAMgIIAFCzOljyR2DlaWgAcAB4AIABP4gBxQKSAQE4mA EAoAEBqgELh)

価格はピンキリですが、生活中心に取り入れやすいアイテムで、外出できないストレスに対して癒し・リラクゼーション効果を求める人がさらに増えたことに起因しているのではないのでしょうか。

価格が高いものでも、お気に入りとして自分用、他人へのプレゼント用に購入する人が増えています。

**既に馴染みのある香り (ラベンダー、ローズ等)、実際に既に購入したことがあるブランドの商品**についてはオンライン販売にも向いています。どんな香りか想像がつかないものは向いているとはいえないかもしれません。

## ゲーム

子供と一緒に家時間を過ごすのに最適。

電子ゲーム、古くからある昔ながらのゲーム等

VR (バーチャル・リアリティー) ゴーグルでダイエット、運動、旅等を楽しむことが出来、ストレス解消に。 **ゲーム関係**はますますオンライン売上を伸ばしていくことでしょう。

### リモートワーク環境周り

リモートワークに必要なパソコン環境を整えるための電子機器。

狭いスペースをいかに活用して収納できるかを提案するようなスペース保持のために収納グッズ、整理整頓お助けアイテムはオンライン販売に向いています。

キーワードは「マルチユース」「ポータブル」等 (お得感を与えるもの)

以下は、オンライン販売のみの数字ではありませんが、コロナ時代の売上を象徴する分野 20 位のランキングです。

## Top 20 des catégories : du changement dans le classement

パンデミーの1年前

パンデミー1年目

	Un an avant la pandémie	1ère année de pandémie
1	Smartphones スマートフォン	Smartphones スマートフォン
2	Téléviseurs テレビ	Téléviseurs テレビ
3	Baskets スニーカー	Casques audio ヘッドフォン
4	Chaussures running ジョギングシューズ	Montres connectées スマートウォッチ
5	Casques audio ヘッドフォン	Enceintes スピーカー
6	Enceintes スピーカー	Baskets スニーカー
7	Montres connectées スマートウォッチ	Consoles de jeux ↗ ゲーム機
8	Aspirateurs 掃除機	Réfrigérateurs 冷蔵庫
9	Tablettes tactiles タブレット	Tablettes tactiles タブレット
10	Ordinateurs portables ポータブルコンピューター	Aspirateurs 掃除機
11	Objectifs photo [→] カメラレンズ	Ordinateurs portables ポータブルコンピューター
12	Pneus été [→] サマータイヤ	Moniteurs モニター
13	Réfrigérateurs 冷蔵庫	Chaussures running ↘ ジョギングシューズ
14	Parfums femme [→] 女性用香水	Imprimantes multifonctions [→] 多機能プリンター
15	Appareils photo hybrides [→] ハイブリッドカメラ	Cartes graphiques グラフィックカード
16	Moniteurs モニター	Piscines [→] プール
17	Consoles de jeux ゲーム機	Processeurs [→] プロセッサー
18	Reflex numériques [→] 電子カメラ	Pneus été サマータイヤ
19	Cartes graphiques グラフィックカード	Fours [→] オーブン
20	Casques moto バイク用ヘルメット	Lave-vaisselle [→] 食器洗浄機

- [→] Sortie du classement depuis le début de la pandémie
- [↗] Entrée au classement depuis le début de la pandémie
- [↘] Meilleure progression par rapport à l'année précédente
- [↙] Plus grosse baisse par rapport à l'année précédente

Source : catégories les plus consultées sur [idealofr.com](https://www.idealofr.com) un an avant la pandémie (mars 2019-février 2020) et lors de la première année de pandémie (mars 2020-février 2021).

**idealo**



アウトドアで使用する製品分野のものはランキングから姿を消しています。

その代わり室内使用のもの、特に電子機器は今後もますます売上を伸ばしていくと思われま

まとめ

確かに生活必需品ではない嗜好品は、現時点ではオンラインでは売り上げにつながりにくいかもしれませ

ん。ただし、ギフト全般は生活必需品枠に入らなくても、シーズンによってはオンライン販売に適した分野と言えます。9月～12月上旬までにイベント的に大きな売上を出すチャンスです。このチャンスを逃すと電子機器やリラクゼーション、食周りの分野と戦うことは難しいかもしれません。上述の分野に当てはまり、かつ「ギフト」にもなるような製品は最強でしょう。

以上