



## 台湾のe-ビジネス

インターネット環境が整い、家庭でのインターネット人口が増えた事で、台湾のオンライン人口も、既に883万人に達し、ADSL使用者も300万世帯を突破した。このような背景の中、台湾国内のe-ビジネスは、非常に潜在的発展の可能性の有る新興ビジネスである。e-ビジネスは、従来の店舗やルートが不要であり、営業時間や立地、更には国境の制限も受けない。このため、e-ビジネスの範囲は、ショッピング、オークション、旅行、書籍、利殖、学習及びゲームと、その種類は非常に様々である。

### e-ビジネスの潜在的可能性に着目

世界的な景気回復の営業受けて、2003年には、主要国のオンラインショッピングの市場は明らかな成長を示した。最も早くオンラインショッピングが発展したアメリカでは既にこの市場は成熟化を示しており、大きな成長の余地は少なくなっている。この他、ヨーロッパと日本などの地区では、将来、e-ビジネスの市場はまだ相当に発展余力があると見られ期待されている。

台湾のオンラインショッピングは近年安定的な成長を示しており、2003年のオンラインショッピング全体の市場規模は新台幣ドル204.7億元であり、MIC(\*)の予測によると2004年には新台幣ドル266.1億に達すると見られている。台湾の内政部統計処の調査によれば、台湾で比較的良好にインターネットを使用する人口の内、21%がオンラインショッピングを経験している。このため、台湾のオンライン人口のうち約半分が、比較的頻繁にネットを利用する人口であり、台湾のオンラインショッピング経験者は、凡そ12%であると推測可能であるが、これは世界平均の15%を下回る。台湾のオンラインショッピング人口には、まだ、成長の余地がかなりあることが見て取れる。

台湾のe-ビジネスは1997年からその目が出始めている。しかし、世界的なネットバブルの崩壊後、一部の業者はこの市場から撤退し、MICの調査によれば、台湾のオンライン商店は、大部分が設立後5年未満の新興企業であり、ネット環境の成熟化とともに、更に多くの事業者が引き続きこの市場に参入してくる。国外企業も台湾の市場に着目し進出している。

MICは2003年に行った電子商店調査において次のことを発見した。50.3%の電子商店は、リアルな商店の延長線上で電子商店の領域に参入している。一方、純粋にバーチャルな電子商店は40.9%を占める。

電子商店は、従来型店舗の販売モデルと異なり、商品の受取方式もコスト管理の重要な一つの流れである。台湾では64%の電子商店がバイク便或いは運送会社を利用している。コンビニエンスストアを利用しているのは僅か7%にすぎない。コンビニエンスストアは、完全な物流システムを構築しているが、しかし、オンラインショッピングの経営者は高い手数料と物流管理費用を支払わねばならず、このため、台湾の業者は大部分がバイク便や運送業者による配送を行っている。そして、オンラインショッピングの発達は、バイク便や宅配便業者に新たなビジネスチャンスをもたらすことになる。

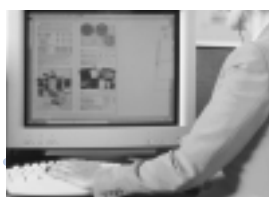
今回の飛躍する台湾産業では、現在の台湾のe-ビジネス市場で、比較的規模の大きい分野について、紹介していく。

\* 資訊工業策進会市場情報中心 (Market Intelligence Center)  
台湾政府系 IT専門のシンクタンク

### オンライン旅行代理店

台湾のオンライン旅行代理店市場は2003年までで既に新台幣ドル86億元の規模になり、現在、オンラインショッピング市場中、最大の規模を占める。

台湾の主なオンライン旅行代理店は易飛網(ezfly)、易遊網(ezTravel)、雄獅旅遊、玉山票務等がある。(表2) 主管機関の規定では、台湾のオンライン旅行業務



を経営する業者は、旅行商品を提供するリアルな旅行業者でなくてはならない。このため、易飛網 (ezfly) 等の業者は、設立と同時に直接オンラインマーケットに参入したにもかかわらず、ただし、リアルな旅行部門も持ち、団体旅行などの商品も提供している。

オンライン旅行業者の主要な消費者層は大部分が若い世代の個人或いは家庭に集中しており、そのホームページにアクセスし、フリープランやバリュープライスのチケットを自由に比較し、選択していく。このため、オンライン旅行代理店の提供する商品或いはサービスは比較的価格が低く、消費者に精緻なサービスを提供し、比較的高価な路線をとる旅行者には参入が比較的難しい。

### オンラインチケットング

台湾のオンラインチケットング市場は、鉄道、芸能・文化、スポーツに分かれる。その内、鉄道チケットの部分は、台湾の台湾鉄道局オンラインチケット販売システム（台湾鐵路局線上售票系統）が提供している。台湾鉄道のオンライン・チケットシステムは2000年から開始されている。利用者数は毎年二倍の勢いで成長しており、徐々に国民の重要なチケット購入のルートになりつつある。しかし、現在の台湾鉄道は、オンライン予約が出来るだけで、支払いとチケットの受け取りは駅或いは郵便局に赴かねばならない。

文芸のチケット予約方面では、現在、台湾のマーケットは主に、「年代」及び「元碁」の二大システムに分かれる。年代の販売システムの芸能・文化類には、音楽、舞台劇、舞蹈、コンサートなどがあり、オンラインでカード払いを行い、郵送でチケットを受け取る。元碁チケット販売システムは2003年に国家音楽庁と国家劇院の販売システムと提携を結んでいる。チケットの種類と支払い方式は年代のシステムと大きく異なる点はない。しかし、直接チケットを取りに赴く或いは郵送で受け取る他、7-11にて受け取る事も出来る。

### オンラインゲーム

オンラインショッピング以外、近年、インターネットはゲーム業界に一つの大きなマイルストーンを築き上げた。インターネットを通じて、世界のゲームユーザーをインタラクティブに結びつける事である。世界のオンラインゲームの営業額から見るに、韓国、アメリカ、中国と日本がもっとも規模が大きい。

台湾のゲーム市場は過去には、海賊版の被害を受けていたが、オンラインゲームでは確実に収入を確保する事が可能である。このため、2003年には台湾のオンラインゲーム市場は新台幣ドル68.7億に達し、MICは今年8月に2004年は72.2億に登ると予測した。しかし、台湾のオンラインゲーム企業は、代理販売のゲーム主軸を占める点、海外市場の開拓の不振などの課題を克服する必要があり、この解決なくして更なる発展は難しい。

表2 台湾の主要なオンライン旅行業者

網站名稱	主要銷售商品
Ysticket玉山票務	國際線チケット
Buylowtravel百羅網	チケット、フリープラン
LionTravel雄獅旅行社	海外旅行
EzTravel易遊網	国内外旅行プラン
Ezfly易飛網	チケット、フリープラン、ホテル
123到台灣旅遊網	国内ホテル予約代行
Ezibon鍊捷旅行網	チケット、フリープラン
Travelwindow旅門窗	チケット、フリープラン
StarTravel燦星旅遊網	国内旅行

(資料出典) ITIS 2004電子商務應用年鑑