

飛躍する台湾産業



オンラインショッピング(上)

台湾のオンラインショッピング市場は今後2005年の5兆9,609億元(見込み)から2006年には8兆9,080億元と49.4%の成長をすると予測されており、その一方で、アメリカや日本の規模と比べるとまだまだ成長の余地は有ると考えられる。また、政府もM-Taiwanを推進する中、Eコマースの推進に大きな力を入れており、今後の発展が期待される分野である。今回から二回に渡り台湾のオンラインショッピングについて見ていくことにする。

オンラインショッピング利用状況

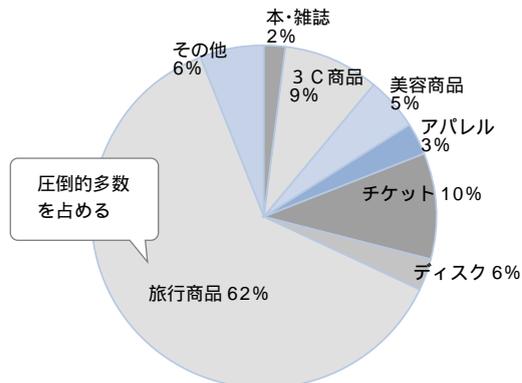
台資訊工業策進会 MIC によれば、オンラインショッピングの市場は今後2005年の5兆9,609億元(見込み)から2006年には8兆9,080億元と49.4%の成長をすると予測されている。一方、2005年の小売業に締めるオンラインショッピングの割合が1.69%であり、2006年の予測値では、これが2.29%になるが、米国や日本の小売業に対する比率にはまだまだ及ばず、飽和感はでておらず、成長余力は大きいと思われる。

また、MICのネットユーザーに対するアンケート調査によれば、ネットユーザーのよく利用するポータルサイトはYahoo! 奇摩、PC HOME、博客来の3つが上位で56%を占める。Yahoo! 奇摩は、Yahoo 台湾と当時トップサイトだった奇摩が合併したサイトである。PC HOMEはPC関連の出版事業からスタートした企業であり、現在はYahoo! 奇摩と並ぶ二大ポータルサイトである。3位の博客来は書籍・CDなどを中心とした専門サイト。現在は7-11台湾も傘下におく台湾最大の流通・食品グループ、統一グループの関係会社となっている。この三つにユーザーが集中する一方で、大部分のサイトは非常に小規模な経営にとどまっている。

一方、オンラインショッピングに占める比率の最も高い(62%)のが旅行業というのも台湾オンラインショッピング業界の大きな特徴といえよう(図1)。また、旅行商品は絶対規模のみならず、最大のジャンルに成長した現在でも、成長率は市場全体の伸びを上回っている。ただし、美容商品やア

パレルなども高い伸びを示している。

図1：2004年ネット市場における各商品の割合



オンラインショッピング参入企業の概況

引き続きネットユーザーへのアンケートから、オンラインショッピングに対する関心度を見てみよう。20~29歳、及び30~39歳では、オンラインショッピングを行った事が有ると回答した比率がそれぞれの72%を占めている。最も使用の多い有償サービスはオークションで、男女別に11.8%と14.8%となった。続いて男性ではオンラインゲーム、そして、携帯電話の着信画面のダウンロード、音楽のオンラインダウンロードである。女性ではオンラインゲームの順位が1位から4位へ下がり、その他は順に繰り上がる。

さて、MICのアンケート調査によると、オンラインショッピングを経営する企業は、殆どが中小零細、或いはSOHOに近いものであり、資本金500万元超は22%に過ぎず、100万~500万元が37%、百万元未満が41%を占める結果となった。社歴も5年を超えたものは21.3%に過ぎず、1~3年が33.6%、3~5年が34.4%を占めた。



また、このような社歴の短さは、業界の淘汰率の高さを反映しており、平均撤退率は36.2%という極めて高いものである。業種によって、その消長はかなり異なる。図2は撤退率を縦軸に、成長率を横軸にとり、オンラインショッピングの業種別の分布を見たものである。平均成長率と平均撤退率により各象限を区切った。これで見ると旅行業界はⅠの象限に位置し、高い成長率と低い撤退率を維持し、既存の事業が順調に成長を見せていると読める。一方、美容商品は成長率も高いが撤退率も高い。ただし、成長率は撤退率を上回っている。これに対して、花関連商品やアパレルは撤退率が成長率を上回ってしまいかなり厳しい競争を強いられている。

さて、この一位のオンライントラベルの中身を見てみよう。オンライントラベル（オンラインでの宿泊、航空券販売等、旅行パッケージの販売が含まれる）は1999年の10.4億元市場から2004

年には150億元市場にまで拡大している。そこそこ大規模な業者が出現しており、中でも代表的な業者約6社を図2にまとめている。台湾でのオンライントラベルがこれほど盛んなのは台湾の旅行が国内海外共に個人旅行が主体（海外7割、国内9割）であるため、価格競争力の強いオンライン

図2 オンライン商品別成長率・撤退率

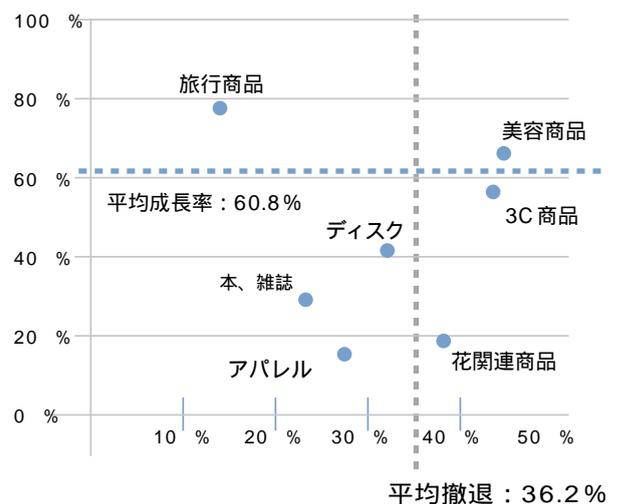


表1：オンライントラベル市場に参入する代表的企業

サイト名	サイト設立	会員数	毎日平均利用者数	特徴
Eztravel	2000年	130万人	18万人	・最も有名なトラベルサイト。 ・個人旅行、国内・海外旅行、全般的に提供している
StarTravel	2003年	240万人	15万人	・台湾最安値と公表し、海外旅行を中心に、 自由行（個人旅行）に強みを持つ
Ezfly	1999年	100万人	120万人	・国内線航空券を中心に（70%）、海外旅行にも注力
LionTravel	2000年	25万人	10万人	・リアル店舗での有力旅行代理店 ・自社の商品のみを扱う
Ezibon	2000年	30万人	4万人	・商品の90%は海外旅行、国内は小型バス旅行代理 を中心に行う。
ZUJI	2003年	20万人	20万人	・海外旅行商品が全体の80% ・33,000軒の国際ホテル予約システム

注：Ezflyの利用者数はクリック数

出所：各社サイト、聯合報（2004.12）よりNRIまとめ