

オンリーワンの価値提供で台湾最大の Eコマース企業を目指す楽天

2008年2月にセブンイレブンを展開する台湾最大の流通企業・統一超商との合併で「台湾楽天市場」を設立、同年5月に海外初の楽天市場をオープンさせた。日本の店舗開拓、開店・運営支援のスキームを導入し、3年で2,000店舗まで拡大。ランキングやポイント制度など日本のノウハウを活かしつつ、サービスの付加価値化を進め、台湾3大インターネットショッピングモールの一角に成長した。今回は江尻裕一総経理(北京法人:楽酷天有限公司の総経理と兼任)を訪ね、楽天市場の「世界化」の起点に選ばれた台湾の事業環境への評価や事業の概況・展望についてお話を伺った。



台湾楽天市場 股 総経理 江尻裕一氏

台湾事業の概要について

現在(2011年11月時点)、台湾楽天市場の規模は約2,000店舗、取り扱いアイテムが約150万、会員数は120万人(6割が女性)となっています。PC向けサイトのほか、2010年からはスマートフォン向けサイトの運営も始めています。取引額で見るとまだ全体の数%程度ですが、毎月50%のペースで伸びています。

流通総額で見ますと、当社は台湾のインターネットショッピングモールの中でYahoo!奇摩、PChomeに並ぶ主要ポジションの一角を占めており、これまでの急速な成長速度を維持して、来年にはトップに立つことを狙っています。

台湾の事業環境について

モノの貿易と違い、サービスは各国の市場特性と結びついたビジネスモデルがあり、そのまま海外に持つのは難しいのですが、台湾は整ったネットインフラ、物流インフラがあり、EC事業者の進出先としては優れた環境を持ちます。例えば台湾楽天市場で取引される衣類の場合、約6割がコンビニ受け取りです。これは、当社のパートナーであるセブンイレブンが5,000店近くのネットワークを持つからこそ可能であるわけです。また、出店者、コンシューマー、(配送などの)協力会社とも、とても質が高いと感じております。事業環境に対する不満としては、医薬品のほか、(日本や中国では認められている)酒類の販売ができない点ですね。規制緩和に期待しています。

ここ数年の変化ということですと、消費者の間でポイント制度に対する理解が進んだ点が挙げられます。最初は「ポイントの分だけ値引きしてくれた方がいい」という声が強かったのですが、今では「ポイント5倍(10倍)」といったキャンペーンをすると、売上が伸びるようになっています。当社はポイントを活用したマーケティングを得意としていますので、台湾でポイントが響き始めたことにより、良い循環が生まれています。

2,000億円規模とされる台湾の(BtoC)Eコマース市場は毎年20%の成長を続けています(*総合小売市場 実店舗の成長率は過去十年間、5%前後で推移)。Eコマース市場の伸び代は大きく、当分はこのペースでの成長が続いていくでしょう。

製品別の流通構成について

売れ筋は服やカバンなどのレディースファッションで、流通総額全体の4割ほどを占めます。これにグルメ、IT製品、メンズファッションなどが続きます。日本と比べ、台湾はメンズの販売比率が低いのですが、男性の間でも「おしゃれ」への意識が高まっていますので、今後の伸びが期待されます。

他のオンラインショッピングモールとの差別化ということで、当社が特に力を入れているのはグルメです。ここは台湾で一番強いと自負しております。食品メーカーの多くは地方にあり、かつ、小規模であることが多く、営業には手間がかかりますが、初めてのEコマースに取り組んでいただくため、きめ細かいサポートを提供させて

日本企業から見た台湾

いただいております。当社ではまず、店舗開発のチームが営業を行い、「全国の消費者にアプローチが可能」というメリットを伝え、開店支援チームが顧客のECスキル向上と店舗の早期立ち上げをサポートし、開店後はECコンサルタントチームが売上増に向けた支援を行っています。各段階でやるべきことは違いますから、別々のチームが支援する方が、効率がいいわけです。この仕組みは日本からそのまま持ってきています。

どのような店舗が売上を伸ばしていますか

Eコマースは「少ないコストで楽をして売ろう」という発想では上手くいきません。真面目に取り組むことが必要です。例えば、当社の出店者に基隆にお店を持つ団子メーカーがあります。この女性店主はとにかく真剣で、一生懸命なんですね。ECスキルが特に高いわけでも、ショップのデザインが目を引くほど洗練されたわけでもありませんが、メディアにも取り上げられ、全国から注文を集めています。製品の良さだけでなく、誠実な注文・クレーム対応はもちろん、当社の講習にも積極的に参加して、SNSを使ったプロモーションに取り組むなど、手間をかけた店舗運営を行っているからこそ、幅広い支持を得ているのだと思います。

統一超商との協力体制について

非常に良い協力関係を築いております。統一からのサポートは手厚く、デリバリー（セブンイレブンでの受け取りや宅配）やibonでの商品販売、新規店舗の共同開発など、提携場面は多岐に渡ります。また、康是美や博客来、台湾無印良品、台湾ダスキンといったグループ企業にもご出店いただき、売上を伸ばしていただいております。

競合との差別化、強みについて

他社が出せない価値をいかに出していくか、ここが出発点となります。当社のビジネスでは、店舗のクオリティが命です。台湾楽天市場の店舗数は競合よりも少ないですが、出店料を頂き、店舗向けのサポートをしっかりと行っている分、質の高い店舗が集まっています。お客様（消費者）の対応は出店者が行うわけですから、真面目にやっただけないところには、退店していただくこともあ

ります。注文にきちんと対応しているか、店舗の稼働率はどうか、という点をチェックして、例えば一週間に一度しかログインしていない店舗があれば、改善を呼びかけるようにしています。

台湾楽天ならでは付加価値としては、グルメ系ショップの充実ぶりや日本商材の専門店（*2011年11月にワールドと提携し、「STYLE VILLAGE」をオープン。20~30代前半の女性をターゲットとした日本ブランド限定のオンラインアパレル専門店街）の運営、クロスボーダー取引ができる点などが挙げられます。

楽天では、全世界のIDとポイント制度の統一を目標に、各国のシステム統合を進めています。日台間では既に、台湾楽天的IDがあれば日本の楽天市場でほぼ全てのものを買うことができるようになっています。逆に、日本の楽天市場でも台湾製品のPRを行っており、カラスミやマンゴー、ライチ、ウーロン茶を購入することができます。一方、台湾と中国の間ではまだIDの統一が行われていません。中台間の取引、特に中国側には台湾製品に対する大きなニーズがあると見ています。将来諸規制が緩和され、銀聯カードが台湾のECサイトで使えるようになれば、我々にとっても大きな商機となるでしょう。

事業展望について

台湾でのビジネスはまだまだ基礎作りの段階です。グループのリソースを最大活用して、2~3年後を目処に、オークションやトラベルも含めた台湾最大の総合ショッピングポータルサイトへと育てていきたいですね。

ありがとうございました。

台湾楽天市場股份有限公司の基本データ

会社名	台湾楽天市場股份有限公司
設立	2008年2月
董事長	謝健南
資本金	5.54 億元
社員数	113名（内日本人4名）
事業内容	インターネットショッピングモールの運営

注） 2011年12月時点のデータによる。
出所 公開資料及びヒアリングよりNRI整理