

February 2015

vol. 234

■今月のトピックス

成長を続ける台湾電子商取引 (EC) 市場

■日本企業から見た台湾

～三浦鍋爐股份有限公司董事長、  
黒田節雄氏インタビュー～  
高性能ボイラの生産拡大を進める三浦工業

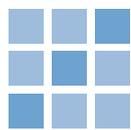
■台湾進出ガイド

台湾工業区及び輸出加工区情報

■台湾マクロ経済指標

■インフォメーション

## 【今月のトピックス】



### 成長を続ける台湾電子商取引(EC)市場

近年台湾経済の成長が低迷傾向にある中、電子商取引 (EC) 市場の成長が著しい。今年は市場規模が1兆元の大台に乗る見通しで、小売業の中でも特に高成長の分野である。市場の成長に伴い新規参入が増加し競争環境が厳しくなっており、EC事業者は積極的にサービスの改善を行っている。新たなビジネスモデルや新技術の応用等が求められており、とりわけO2O (online to offline) 戦略やビッグデータの分析・応用が今後の市場拡大の鍵となっている。日本企業にとっては、台湾EC事業者との連携により、多様なチャネルを活用した商品販売が可能となる上、これら事業者が抱える技術的課題を把握し補完することで、新たなビジネスチャンスに繋げることが可能となる。本稿では、台湾EC市場の現状を紹介したうえで、日本企業の商機について述べる。

#### 台湾の電子商取引 (EC) 市場

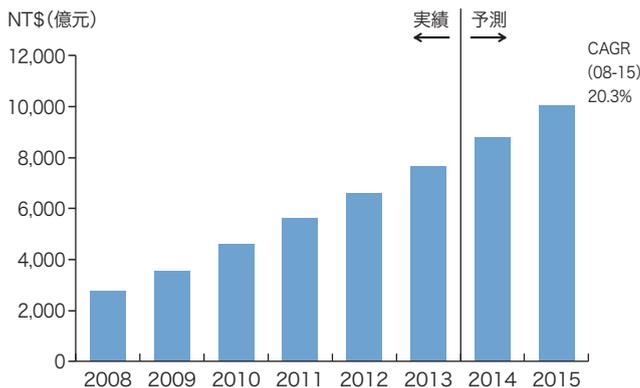
近年、少子高齢化による労働力の低下や産業の空洞化等様々な要因から、台湾経済の成長は年々鈍化している。一方で、財団法人資訊工業策進会の統計によると、台湾の電子商取引(EC)市場は、2008年には3千億元程であったが、2014年には8千億元を突破しており、年平均成長率は20%にまで達し

ている。財団法人資訊工業策進会及び楽天市場等の予測によると、B2C及びC2Cを含めた電子商取引(EC)市場の売上高は2015年に1兆元に達し、今後も2ケタ成長が続くとみられている。台湾の経済規模と比較しても、台湾の電子商取引(EC)市場は見過ごすことのできない一大マーケットといえるだろう。

現在、台湾の主なECサイト運営事業者は、雅虎奇摩(Yahoo!台湾)・網路家庭(PChome)・富邦媒體(momo)・博客來(Books)等で、各社異なる特徴を持っている。例えば、3C関連のカタログ販売からスタートしたPChomeは、台湾通販サイトの最大手の一つである。Yahoo!台湾は、日用品をメインに流行品やセレクト商品等も豊富に扱っている。また、TVショッピング事業を運営していたmomoは、ECサイトも立ち上げ、女性客を主なターゲットとして化粧品やヘルスケア関連商品に注力している。博客來はネット書店の最大手であり、書籍、オーディオ関連の品揃えが豊富である。

この他、GO Happy購物網、udn買東西、7net等多くの事業者が後を追うように続々と参入しており、品揃え強化の他、

図1：台湾電子商務(EC)市場規模の推移



各種サービスの改善に努め、顧客ニーズに込えている。一例としてPChomeの場合、注文から24時間以内の受け渡しサービスを行っていたが、一部の商品については特定地域に限り6時間以内の受け渡しに対応しており、配送時間の更なる短縮で次々と出現する新たな通販サイトに対抗している。更に、家電量販店大手の燦坤や書店の金石堂、ネット書店のTAAZE等でも地域を限定して一部の商品を3時間以内で配送するサービスを始めており、サービス合戦がますます激化している。

### 台湾 EC 事業者の抱える課題

台湾電子商取引( EC )市場は今後も継続的に成長していくと考えられるが、事業者にとってはこれまで以上に熾烈な競争を強いられることとなる。こうした状況の中、いかに新しいマーケティング技術を活用し、新たなビジネスモデルを打ち出していくかが、台湾事業者の今後の課題となっている。その中でも、特にO2O( online to offline )戦略及びビッグデータ活用の強化が求められている。

現在ビッグデータは金融、公共政策、医療等あらゆる分野で広く活用が始まっており、データ分析に欠かせない新潮流となっている。例えばAmazonでは、商品発送時間の短縮を目的とした“投機的出荷”を始めている。商品の配送に時間がかかり過ぎることで消費者にマイナスイメージを与え、購入意欲の低下に繋がる点に着目し、こうした事態を回避すべく、顧客の購入履歴データを分析し、次回購入する可能性のある商品及び日時を予測、顧客が発注する前から商品を発送するサービスである。顧客データの分析から“投機的出荷”の対象顧客であるかを判断し、誤った予測で届いた商品については返品が可能である。また、Yahoo!台湾ではサイトの閲覧行動及び購入記録のデータベースを活用し、消費者の購買行動を長期的且つ広範囲に分析し、また検索されたキーワードや人気キーワード等も参考に消費者の真の意図を探り、分析を行っている。こうしたデータを元に各消費者のニーズに見合った商品を薦めることで、消費者は希望の商品に迅速に辿り着くことが可能になる。しかし実際のところ、実店舗とECサイトを掛け持ちしている台湾事業者の多くが、ビッグデータの分析に未だ不慣れな状況で、効率的にマーケティングに活かすことができ

ていないのが現状である。

その他には、O2O戦略もまたEC事業者にとって重要となっている。EC事業者の多くが、実店舗とECサイトとの両方を運営し、相乗効果で顧客ロイヤリティを向上させている事業者に脅威を感じている。例えば、日本の家電量販店は会員制度の構築に非常に長けており、SNSを活用した広告宣伝を効率的に展開している。ポイント付与制度の連携やクーポンの提供により実店舗での消費に繋げ、売上及び顧客ロイヤリティを高めている。また、日本の電器メーカーは、商品体験の機会作り、販促イベント・広告宣伝を通してECプラットフォームへの送客を行っている。なお日本ではECサイトで販売を開始しても実店舗への来客数が減少することはなく、販促やポイント付与サービス等の活用でECサイト及び実店舗の双方で集客が維持されている。特に小売り店舗に足を運ぶ頻度が低いとされる50代の女性消費者に関しても、ECサイトで利用できるポイントを獲得するために実店舗に訪れる頻度が高くなっている。

### 日本企業の商機

台湾でも大手EC事業者が多く存在するが、これまではECプラットフォームの構築にのみ重点が置かれていた。今後は価格競争がより一層熾烈になることが懸念され、現状の打開策としてO2O戦略及びカスタマイズマーケティング等のソリューション導入のニーズが高まりつつある。実際、日本企業の成功事例を参考に台湾での新たな事業モデルを模索し、台湾が抱える課題やニーズに込えることで、ウィンウィンの関係が構築できるであろう。

( 陳俊誠 c2-chen@nri.co.jp )

## 高性能ボイラの生産拡大を進める三浦工業

三浦工業株式会社は、愛媛県松山市に本社を置くボイラ、水処理装置、食品機械を中心とした設備メーカーである。貫流式ボイラのシェアでは日本国内トップを誇り、その他の食品加工機器などでも高いシェアを有している。台湾では、重油ボイラが主流の中、環境性能の面で優れたガス式ボイラの販売を進め、今年は台南の新工場の稼働開始により、生産力の拡大を目指している。今回は、三浦工業の台湾現地法人である三浦鍋爐股份有限公司の黒田節雄董事長を訪ね、現在の事業内容と新工場設立の狙い、そして今後の事業展開についてお話を伺った。



三浦鍋爐股份有限公司 黒田節雄董事長

### —台湾進出の経緯について

当社は、1981年に代表者事務所を設立し、台湾市場へ本格的に参入しました。その後、オイルショックをきっかけに、ガス式ボイラは日本だけでなく海外でもニーズがあると考え、1988年に現地法人及び工場を設立し、ボイラを生産を開始しました。生産拠点を設けた理由は、コストダウンだけでなく、台湾と日本で圧力容器の規格が異なるため、台湾にて台湾の規格に合わせた生産を行う必要があったこと、また、ボイラに使われる薬品は液体で、日本から輸入しているのではコスト的に合わず、国ごとに水質が異なるため、各国の水質に合った薬品を製造する必要があったからでした。台湾は、北部と南部で水質が異なるため、台湾内だけでも数種類の薬品を製造する必要があります。当時は、韓国にのみ海外生産拠点を設けていましたが、将来的な中国市場への展開の足掛かりとして、台湾に拠点を設ける決断をしました。その後、2004年には中国蘇州に工場を設立しましたが、その際には台湾拠点の立ち上げメンバーが一部サポートをした経緯があります。

### —台湾拠点の事業内容について

台湾では、貫流ボイラ及びボイラ薬品の生産販売、食品機械、水処理設備、軟水装置などの販売を行っております。台湾には、4ヶ所の営業拠点と工場があり、生産、販売、アフターサービス、調達の機能を有しています。ボイラについて、ミドルエンドの製品は一部日本からキーコンポーネント（コントローラやバルブ）を輸入して台湾で組み立てを行っており、ハイエンド製品は日本から完成品を輸入しています。台湾には高い金属加工技術を持つ優秀な部品サプライヤが多いことから、金額ベースで6割ほどの部品は台湾内で調達できています。

台湾拠点で生産される製品は、基本的には台湾市場向けですが、今後は製品規格が台湾と同じであるフィリピンへの輸出を検討していく予定です。ボイラの主な納入先は、食品、化学、液晶、半導体、電子部品などメーカーの工場から、クリーニング店、食堂、ホテルまで幅広く広がっております。また、ボイラ以外にも、食品メーカー向けの真空冷却機を販売しています。セブンイレブンやファミリーマート向けの食品バンダー工場や機内食を製造する企業などに納めています。

### —台湾市場の状況について

台湾市場は、日本市場と同様に煤塵規制があり、製造業大手を中心にガスボイラへの切り替えも進んでいますが、依然として重油ボイラが主流です。例として、台北市内にある高級ホテルでも、重油ボイラを利用しています。政府関連の企業でもガスボイラへの入れ替えには保守的です。

台湾でガスボイラへの切り替えが進まない理由は主に2点あります。一点目は、ガス管の未整備エリアが多いことです。台湾のガス会社は中小企業が多く、それらの企業はガス管を自社で投資して整備することは難しいのが現状です。一般的にはガス管を1メートル整備するためには、1万台湾元程の費用がかかるため、1キロメートル整備するためには1,000万円かかる計算になり、中堅企業には高いハードルになっています。

二点目は、環境対応製品への補助金の欠如です。台湾では省エネや環境性能が優秀なボイラの導入に関して補助金を出していないため、環境性能だけを売りにしている企業への導入は難しくなっています。ただし、環境規制を厳しくする世界のトレンドは台湾でも変わらないため、ボイラのガス化は今後も進んでいくと考えています。裏を返せば、台湾にはガスボイラの市場

## 日本企業から見た台湾

拡大余地が多く残っているとと言えるでしょう。

### —貴社の強みについて

台湾にはボイラメーカーが20社程存在しており、価格競争が激しい市場です。そこで、当社では様々な製品機能や提案力で地場企業との差異化を図っています。

弊社製品の主な強みは、「省エネ・省力・環境負荷低減」、「低い故障率」です。当社は、台湾で広く利用されている重油ボイラだけではなく、ガスボイラを中心に販売しています。重油からガスに変えることで、CO2排出量を20-30%削減可能です。また、当社独自の「MI (Multiple Installation) システム」を採用しており、複数台のボイラを設置し、設備側の蒸気使用量に応じてボイラの稼働台数を自動的に調節し、効率よくボイラを稼働させることができるため、省エネ、省力、環境負荷低減に大きな効果を発揮します。台湾の工場では、1台の大きなボイラを設置しているケースが多く、営業の際に診断すると、実際には稼働率50%以下で運転しているケースがほとんどで、運転効率も悪くなっています。そこで当社では、今使用されているボイラの診断・稼働検査からコンサルティングを行い、提案につなげています。

次に、製品に組み込まれているモニターにより、ボイラの稼働状況を本社ホストコンピュータで一括処理ができます。予防保全や傾向管理を実施し、管理コストの削減、エネルギーコストの削減を可能にしています。ボイラの稼働状況や故障箇所などは、当社のオフィスからも把握できるようになっており、トラブルが発生したお客様へ訪問前に的確な対応をとることが可能です。このモニターの導入により、サービスエンジニアへの緊急故障の呼び出しを、90%以上減らすことができ、顧客の満足度にもつながっています。

また最近では、上述した強みのほかに、ボイラの安全性についても評価を頂いています。特に、食品関連の企業に納入するボイラに関しては、近年の台湾で話題になっている汚染油の問題から非常に厳しい安全基準を求められており、蒸気中に含まれる薬品の濃度・成分などは厳しく検査されます。台南の工場には、缶水の水質の分析をする機能を備え、それら顧客の基準をクリアすることで信頼を得ています。

### —新工場設立の狙いについて

当社は昨年、新工場の設立を決定し、台湾經濟部（経済産業省に相当）と投資意向書（LOI）の締結を行いました。新工

場は、2015年の3月に竣工し、生産を開始する予定です。主に、ボイラ及び薬品の生産量の拡大が目的ですが、既存工場より付加価値の高い製品の生産や重要部品の内製化にも取り組んでいく予定です。工場の設備は、台湾製を一部活用し始めています。特に薬品の製造ラインでは、台湾製の生産設備が多く用いられています。台湾内で、品質の高い生産設備が調達でき、コスト削減につながる点も、台湾で生産拠点の拡大に踏み切った要因のひとつです。

### —今後の事業展開について

今後日本では、ボイラ市場は徐々に縮小していくと考えています。そのため、当社はボイラ以外の製品ラインアップの拡大や海外展開について積極的に取り組んでいます。今後も更に海外売上比率を上げるためにも、既存の事業モデルの展開だけでなく、現在取り扱っている新規事業についても、海外展開を進めていきたいと考えています。台湾では、コンプレッサーや医療機器について、販売を検討しています。

当社のミッションは、三浦の技術力で、環境にやさしい社会づくりに貢献し、資源の有効活用でお客様から信頼される会社、社員になることです。当社創業者である三浦保が、高性能のボイラにより東京から富士山が見えるきれいな空にすることを夢見たように、この地でも台湾の空をきれいにすることに貢献できたらと考えています。

### —ありがとうございました。

#### 三浦鍋爐(股)有限公司の基本データ

会社名	三浦鍋爐股份有限公司
董事長	黒田節雄
設立	1988年2月
資本金	3億4000万元
従業員	約70名(内、日本人3名)
事業内容	ボイラ及びボイラ薬品の製造販売、水処理設備、軟水装置、真空冷凍機などの販売

注)2015年2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



## 台湾工業区及び輸出加工区情報

今月号と次号にわたり、台湾の工業区である一般工業区、輸出加工区、サイエンスパーク、環境保護テクノロジーパークの基本情報(敷地面積、賃料、入居状況)について紹介する。

### <一般工業区>

一般工業区	台南科技	花蓮和平	彰化濱海		宜蘭利澤	雲林科技	斗六廣大		
			線西	鹿港	利澤	大北勢			
位置	台南市安南区	宜蘭縣秀林鄉	彰化縣鹿港鎮		宜蘭縣蘇澳鎮	雲林縣斗六市	雲林縣斗六市		
土地面積	開発総面積(ha)	495.8	486.72		1,189	330.65	243.04	149	
	入居可能面積(ha)	29.57	77	67.1	0	0	0	0	
費用	土地売価(元/m <sup>2</sup> )	調整中	調整中		6,447~7,546	5,900	7,929	8,837	7,380
	月額賃貸料(元/m <sup>2</sup> /月)		-	-	32.6~49.6	39.6	41.3	39.9	
入居企業数	181	16	563	300	217	67	245		
連絡先	台南科技工業区サービスセンター TEL:06-384-0234 FAX:06-384-0232 榮民工程股份有限公司開發處 TEL:06-384-2920	和平工業区サービスセンター TEL:03-868-2081	彰濱工業区サービスセンター TEL:04-781-0211 FAX:04-781-0217		中華工程股份有限公司/ 工業区處 TEL:02-8787-6235	中華工程股份有限公司/ 工業区處 TEL:02-8787-6235	斗六工業区サービスセンター TEL:05-557-2870 FAX:05-557-0671		

出典)各工業区の連絡窓口及び各企業の資料をもとにNRI作成

### <輸出加工区>

#### 入居可能な輸出加工区

2015年2月	総面積 (ha)	入居可能面積 (ha)	総企業数	月額土地賃貸料 (1㎡あたり)	公共施設建設費 (1㎡あたり)	連絡先
高雄パーク	72.3	0.56	90	10.5	標準区 2.905 自建区 1.669	TEL:07-813-8182 投資課
臨廣パーク(高雄)	9	0.31	51	12.5	8.01	TEL:07-281-4161 #535 何課長
屏東パーク	123.04	5.83	40	1.42	9.58	TEL:08-751-8212 #103 葉先生

#### 空きスペースが無い輸出加工区

2015年2月	総面積 (ha)	入居可能面積 (ha)	総企業数	月額土地賃貸料 (1㎡あたり)	公共施設建設費 (1㎡あたり)	連絡先
台中パーク	26.2	0	45	9.15	5.38	台中分處 TEL:04-2532-2113 FAX:04-2532-2200
台中ソフトウェアパーク	4.96	0	0	13.33~18.55	-	
中港パーク	177	0	62	7.89	7.85	中港分處 TEL:04-2658-1215 FAX:04-2657-0103
楠梓パーク	97.8	0	95	12.08	0	
楠梓第二パーク	8.5	0	1	17.5	15.79	高雄分處 TEL:07-821-7141 FAX:07-831-0897
高雄ソフトウェアパーク	7.9	0	184	50	7.841	
成功物流パーク	8.4	0	3	66	0	屏東分處 TEL:08-751-8212 FAX:08-751-8193
高雄航空貨運物流パーク	54.5	未開発	-	未開発	未開発	

出典)經濟部輸出加工区管理処の資料をもとにNRI作成  
注)上記の数字は、すべて2015年2月現在の数値

台灣マクロ経済指標

年月別	国内総生産額		製造業 生産年増率 (%)	外国人投資 (千米ドル)		貿易動向 (億米ドル)						物価年増率(%)		為替レート		
	実質GDP (100万元)	経済 成長率(%)		総金額	日本	輸出 年増率(%)	輸入 年増率(%)	貿易収支		卸売物価	消費者 物価	NTD/USD	JPY/USD			
								輸出	輸入							
2007年	12,975,985	5.98	8.34	15,361,173	999,633	2,466.8	10.1	2,192.5	8.2	274.3	28.6	6.47	1.80	32.84	117.75	
2008年	13,070,681	0.73	-1.56	8,237,114	439,667	2,556.3	3.6	2,404.5	9.7	151.8	-44.6	5.15	3.53	31.52	103.36	
2009年	12,834,049	-1.81	-7.97	4,797,891	238,961	2,036.7	-20.3	1,743.7	-27.5	293.0	93.0	-8.74	-0.87	33.05	93.57	
2010年	14,215,069	10.76	28.60	3,811,565	400,494	2,746.0	34.8	2,512.4	44.1	233.6	-20.3	5.46	0.96	31.64	87.78	
2011年	14,792,928	4.07	5.12	4,955,435	444,867	3,082.6	12.3	2,814.4	12.0	268.2	14.8	4.32	1.42	29.46	79.81	
2012年	15,029,859	1.48	-0.32	5,558,981	414,330	3,011.8	-2.3	2,704.7	-3.9	307.1	14.5	-1.16	1.93	29.61	79.79	
2013年	12月	4,049,308	2.83	690,486	79,362	263.8	1.2	241.6	10.0	22.2	-46.0	-0.01	0.34	29.81	103.41	
2014年	1月	3,745,588	3.12	-1.89	325,242	38,611	242.9	-5.4	213.4	-15.2	29.5	473.8	0.59	0.83	30.26	103.94
	2月			7.61	196,689	9,254	212.8	7.9	197.2	4.9	15.7	68.6	-0.36	-0.04	30.38	102.16
	3月			3.62	311,812	26,494	277.4	1.9	258.0	7.4	19.5	-39.2	-0.02	1.61	30.45	102.27
	4月			5.71	258,678	12,698	266.0	6.2	240.6	5.8	25.4	10.5	0.07	1.66	30.27	102.56
	5月			3.66	410,378	24,395	266.6	1.4	213.8	-2.3	52.8	19.4	1.15	1.62	30.18	101.79
	6月			8.91	399,769	21,947	267.9	1.2	249.1	7.5	18.8	-43.2	0.80	1.64	30.04	102.05
	7月			6.79	566,958	47,349	267.5	5.7	241.6	9.5	25.9	-20.1	0.85	1.76	30.00	102.78
	8月			3.54	605,983	35,184	280.9	9.6	239.9	14.0	41.0	-10.9	0.03	2.07	30.04	102.96
	9月			10.85	526,472	56,042	264.2	4.7	229.2	0.1	35.0	49.0	-0.85	0.71	30.16	107.24
	10月			9.11	355,132	108,281	268.8	0.6	222.8	-1.4	46.0	11.8	-1.36	1.06	30.43	108.06
	11月			6.77	476,270	80,774	266.4	3.6	224.6	5.0	41.9	-3.7	-2.87	0.87	30.79	116.14

出所：中華民國經濟部統計処

インフォメーション・コーナー

2015年 台北国際自動車部品及び  
アクセサリ見本市 (TAIPEI AMPA 2015)

概要

台北国際自動車部品・アクセサリ見本市は、今回で31回目となるアジア最大規模の自動車部品関連のトレードショーである。期間中は、「台北国際カー・エレクトロニクス見本市(AutoTronics Taipei)」、「台湾国際電動車両見本市(EV Taiwan)」、「台湾国際オートバイ見本市(Motorcycle Taiwan)」、及び「台湾国際チューニングカー・カーケア見本市(Tuning & Car Care Taiwan)」も同時に開催される。5つの見本市を合わせて総計1500社より4000ブースの出展が見込まれており、アジアで最も盛大な自動車及び二輪車関連のトータルプラットフォームが提供される。詳細は下記サイトまで：  
[http://www.taipeiampa.com.tw/zh\\_TW/index.html](http://www.taipeiampa.com.tw/zh_TW/index.html)

日時

2015年4月8日(水)～4月11日(土)

出品物及び  
展示テーマ

自動車部品 車用LEDランプ エンジン部品・電子部品 ブレーキ・制御システム  
車体フレーム・部品 タイヤ・チューブ 自動車修理工具・ケア用品 等

展示会場

台北世貿中心南港展覽館(台北市經貿二路1號)、台北世貿中心展覽一館(台北市信義路5段5號)

主催

中華民國對外貿易發展協會(TAITRA)

お問合せ及び  
資料請求

台湾貿易センター(TAITRA)東京事務所  
TEL: 03-3514-4700 FAX: 03-3514-4707 E-mail: tokyo@taitra.gr.jp  
中華民國對外貿易發展協會(TAITRA)  
TEL: 886-2-2725-5200 (林佳君小姐 内線2694)

ジャパンデスク連絡窓口  
(日本語でどうぞ)

ジャパンデスクは、日本企業の台湾進出を支援するため、台湾政府が設置しています。野村総合研究所が無料でご相談にのります。お気軽にご連絡ください。

經濟部  
投資業務処

台北市館前路71号8F

TEL: 886-2-2389-2111 / FAX: 886-2-2382-0497  
担当: 陳惠欽 ext.218

野村総合研究所(台湾)

台北市敦化北路168号10F-F室

TEL: 886-2-2718-7620 / FAX: 886-2-2718-7621  
担当: 田崎嘉邦 ext.130 / 平山直人 ext.135 / 洪采瀝 ext.121

野村総合研究所  
経営コンサルティング部

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-5 丸の内北口ビル

TEL: 03-5533-2709(直通) / FAX: 03-5533-2537  
担当: 杉本洋

● ジャパンデスク専用 E-mail:japandesk@nri.co.jp ● ホームページ <http://www.japandesk.com.tw>

個別案件のご相談につきましては、上記ジャパンデスク専用Eメール、もしくは野村総合研究所(台湾)宛にお願い致します。