



中華民國 台灣投資通信

発行: 中華民國 經濟部 投資業務処 編集: 野村総合研究所(台湾)

November 2020

vol. 303

■今月のトピックス

台湾の実店舗小売業における
OMO発展概況

■日本企業から見た台湾

～台湾三菱地所
藤原将文董事長インタビュー～
台湾各地で積極的に不動産開発を
推進する台湾三菱地所

■台湾進出ガイド

台湾工業区及び輸出加工区情報-1

■台湾マクロ経済指標

■インフォメーション

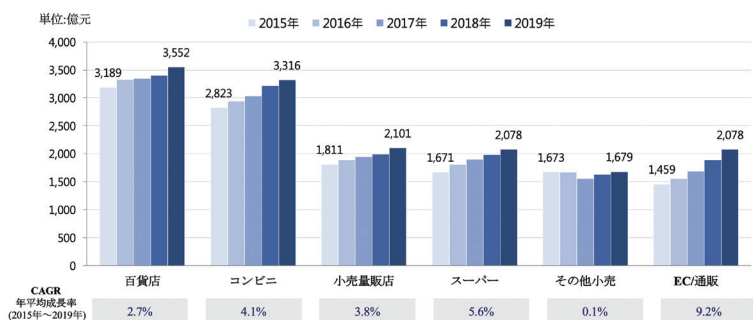
【今月のトピックス】



台湾の実店舗小売業における OMO発展概況

2019年度の経済統計資料によると、台湾の総合小売業(百貨店、コンビニ、量販店、スーパー等)の市場規模は1.27兆台湾ドルに達し、直近の5年では毎年3.3%成長となっている。実店舗を有する総合小売業と比較すると、EC業態は総合小売業市場規模の6分の1にとどまっているものの、ここ5年の成長幅は9.2%と高い伸びを示している。小売市場の競争は激化しており、競合は同業既存業者以外にも、消費スタイルの変化やEC業者の増加が実店舗小売業の最大の脅威となっており、近年は顧客流出防止のため業界各社はこぞってOMO(Online Merges Offline、オンラインとオフラインの融合)型のサービス発展を進めている。

図1 台湾における各小売業の売上金額変化



出典: 經濟部統計処

世界の小売業OMO発展

世界の小売業者の間ではOMOが議題になってから数年経過しており、一例として伝統的小売業者にとって強力なライバルである米アマゾンがオフライン小売に積極的に進出しており、米ホールフーズを買収し、オンラインとオフラインのサービスに境界がないオムニチャネル形態のサービスを提供している。実店舗小売業者の米ウォルマートも積極的に買収やオンラインチャネル獲得に乗り出し、ドライブスルー形式で商品を受け取るカーブサイドピックアップ、ピックアップロッカー、ピックアップタワー、当日配達、インホームデリバリーなどの新たなサービスを打ち出し、従来小売業がデジタルトランスフォーメーションを進める上で世界的なモデルケースとなった。

台湾実店舗小売のOMO発展

過去において台湾の小売市場は狭い土地と高密度人口により実店舗が密集し利便性が高い特長があるため、ECが急速に発展するなかでもなお一定規模の実店舗需要があり、実店舗小売業にとって事業変革圧力は米国や中国などの大国ほど強いものではなかった。しかし近年は、EC業者のサービス向上、デリバリーサービス等の新たな業者参入によって消費者はEC決済方式に慣れてきているうえ、EC業者もオンラインと実店舗の統合戦略を取り始めている。一例として、台湾最大のEC業者であるmomo購物網は2019年にグループ傘下の電信業者である台湾モバイル(台湾大哥大)と協力し、台湾モバイルのショップ店頭でネット購入品を受け取れるようになり、momoは800ヶ所の店頭

今月のトピックス

受取拠点がができることになる。消費者がオンラインで携帯を購入する場合でも、商品受取時にショップ店頭でセットアップや点検サービスを受けられる。これは従来長い間優位にあった実店舗小売店にとって大きな脅威であり、ECの競争激化に対応すべく、各社共オムニチャネルのビジネスモデル導入を加速させている。

実店舗小売業者がOMOの戦略検討にあたり、既存の大規模小売チャネルの優位性を利用しつつ、IT運用による最適化や新たなサービスモデルを提供することが多い。以下では、台湾小売市場でよく見られるOMOサービスのトレンドと、代表的なモデルケースを紹介する。

ITによる実店舗サービスの最適化

台湾ファミリーマート(全家便利商店)がいち早くデジタルトランスフォーメーションを導入した成果は優れた例である。2016年にはシステム構築と統合が完成し、会員アプリのみでポイントを貯めるシステムをリリースした(競合の台湾セブンイレブンは会員アプリのポイントと従来のポイントシールとを併用するシステム)。さらに当時非常に斬新だったコーヒーの事前販売「寄杯」サービスも始めた。ファミリーマートはITシステムの会計と在庫などの問題を克服し、消費者がアプリ操作でお得な価格でコーヒーをまとめ買いさせ、数回に分けて、また異なる店舗でも受け取りが可能なので、アプリを使って友人にコーヒーをプレゼントすることもできる。こういった消費者のニーズを捉えたサービスにより、アプリダウンロード数が増え、短期間で消費者の消費スタイルが変わり、実店舗チャネル行動のオンラインに移行したことで、会員の消費行動ビッグデータの獲得に成功した。同時にその後のネットショッピングサービス「全家便利購」や決済機能をもつ「My FamiPay」リリースにおいても、新たなサービス体験を求める新規会員獲得の加速に有利となった。

オンラインとオフラインのチャネル統合

世界的な小売業者の発展トレンドに倣い、台湾の大手も続々とオンラインショップサービスに参入しており、消費者は店舗販売している商品や店舗にはない商品もオンラインで発注することが可能で、自宅配送か店舗に取りに行くかも選択できる。物流やシステムの最適化に伴い、購入可能品も保存のきく生活用品から徐々に生鮮食品や冷凍冷蔵食品などに種類が広がってきている。実店舗業者にとっては、ECのゼロからスタートする破壊的革新に比べ、伝統的な経営スタイルからECとの共存形式の難易度がより高いといえる。ECサービスを成功させるにはオンラインとオフラインのデータ統合、物流倉庫や店舗の空間設計、商品出荷管理、作業員業務管理などのインフラやサービスフローにおいて各方面の協力が不可欠であり、計画目標全体、システ

ム移行期間の対応方法ともに完璧である必要がある。台湾の量販店で二番目位に大きいカルフル(家樂福)はオンラインショッピングサイトを運営して5年近くになるが、生鮮食品の配送サービスが最大の強みである。2020年のコロナ禍では、オンラインショッピングでのEC業績が3倍に成長し、オンラインの会員は200万人を超えている。昨年は7,000~8,000件程度だった一日あたりの注文は、今年は10,000件以上に増え、多い日は20,000件を突破することもあった。自社のECサイト以外にも、カルフルは2019年に率先して二大大手オンラインデリバリーサービスのフードパンダ、ウーバーイーツと提携して一時間以内に店舗からの宅配サービスの提供を開始し、2020年末までに一日あたり3,000件の好成績を上げており、他のスーパーもこれに追随している。

小売チャネル独自の決済ツールの発展

台湾最大のスーパー小売業者であるPXマート(全聯福利中心)のOMO戦略は競合他社とはやや異なっている。PXマートのOMO市場参入自体は遅かったものの、ECプラットフォームからの提供より先に、まず決済ツールのPX Payアプリをリリースした。店舗スタッフによる積極的な会員獲得キャンペーンが功を奏し、主要顧客の年配女性層はオンライン電子決済で買い物をしながらないという既成概念を覆して一挙に台湾トップ3の決済ツールになり、同時に若年層の会員獲得にも成功した。会員数は既存の200万人から750万人以上にまで増加した。

PXマートは電子決済ライセンスを金融監督管理委員会に申請済みであり、将来PX PayはPXマート以外でも使用可能になる可能性がある。決済ツールを提供する小売業者は数多くあるが、PXマートはスーパーという業態ゆえに利用頻度が高く、コンビニと比較すると客単価も高いという特長に加え、店舗数が多く店員が熱心に利用を勧めるなどの要素も相まって、決済ツールの普及に成功した。PXマートはさらにECのPXGo!サービスも開始し、PX Payで多数の会員を獲得した強みを活かしてさらにOMOの成果を上げる狙いである。

日台企業間協力の方向性

台湾の消費者は日本の影響を強く受けており、台湾の小売業はサービス形態、ブランドマネジメント、ソフト・ハード構築において日本の業者を参考としている。台湾の小売業者は、商品供給、物流構築、ITサービス提供、経営体制改革など小売業のバリューチェーンといったあらゆるテーマで日本の業者との交流に意欲的であり、日本での成功例を理解し、またその成功モデルを取り入れたいと考えている。

(陳亮錚, L9-chen@nri.co.jp)

台湾各地で積極的に不動産開発を推進する台湾三菱地所

台湾三菱地所は、台湾の都市部を中心に不動産ディベロッパーとしてショッピングモール、ホテル、オフィスなどで構成される大型商業複合施設や、マンション開発などを台湾企業と共同で手掛けている。台湾における事業内容や今後の展望について、藤原董事長を訪ねお話を伺った。



台湾三菱地所
藤原将文董事長

一 会社設立の経緯について

日本国内を中心に不動産開発やビジネスアセットなどの事業を展開する一方、海外事業も精力的に展開してきました。ロックフェラー・センターへの資本参加を端緒として、アメリカ、ヨーロッパ、アセアン、中国での開発も手掛けています。台湾でのビジネスは当初上海の管轄で始まり、2017年に台北で駐在事務所を開設し、その後2018年に法人を設立しました。

一 台湾での事業内容について

実は、1980年代にも台湾鉄路の地下化工事に技術者を派遣した経緯があり、他にも台南紡績の複合商業施設「南紡購物中心」の設計をするなど台湾拠点開設以前もグループでは台湾でのビジネスを行っていました。さらに2011年から台湾のルンテックス社（潤泰創新国際）の「南港 CITY LINK」の開業前プロパティマネジメント（以下PMと略）受託コンサル業務、南港台北101に隣接する複合施設の「台北南山広場」の設計など、台湾でのビジネス

展開を着実に進めてきました。2013年には「南港 CITY LINK」へ投資参画し、2015年には同じルンテックス社と新北市板橋の分譲マンション共同参画プロジェクトを立ち上げ、2021年に竣工予定となっています。当社は基本的には投資をして開発をしています。グループ会社が設計を請け負ったり、PMとして賃貸運営を行っているなど様々な形で台湾での事業をすすめています。「台北南山広場」はパートナー台湾企業と合弁で別途PM会社を立ち上げ、PM事業を行っています。

一 台湾の都市開発について

台湾の不動産開発は、広い面積での計画があまりなく、規模の大きな複合施設や、まちづくり全体を意識した開発が難しいと感じています。近隣施設ごとに開発業者が分かれており、それぞれ分断された状態で存在しているように思われます。そのためか、駅と建物、建物と建物が、スムーズな動線でつながっておらず、互いにアクセスしづらい状況になっています。商業施設では、駅ビルが少なく、代わり

日本企業から見た台湾

に百貨店が目立ちますが、館内を観察すると、回遊を狙って配置されていると思われるエスカレーターも、動線が各階で遮断されてしまう作りになっているので、結局お客さんはエスカレーターを使わず、目的階には直接エレベーターを使う構造になっており、シャワー効果や噴水効果など上下階の回遊性に課題がありもったいないと感じています。台北駅隣接のバスターミナルはよく整備されていますし、信義区のデッキ通路などは便利ですが、その他の駅周辺環境は公共交通機関とのアクセスや、接続の利便性に改善の余地があると感じています。駅の乗降客数が増加している一方で、地下空間の有効活用ができておらず、公共交通機関と一体になった土地開発がないのが一番の日本との違いではないかと思います。ただ、台北市内は開発に適した土地がなかなかでてこないのが難点です。

—今後の事業について

三菱地所グループ全体では、2030年までの長期目標として、事業利益を3,500～4,000億円に高める目標をもって活動しています。海外アセットについても、2倍の成長を目標に掲げ積極的に推進しており、海外投資は今後も力をいれていきます。台湾全体をみると、親日という土壌があり、さらに日本ブランドであることが付加価値となる市場でもあります。日本ブランドや日本の色が入ると売れ行きがよいことから、導入を希望する台湾企業も多く、台湾資本との合弁で台湾市場に進出する形態も小売、飲食店など幅広く見られます。特に外食産業は日本ブランドの需要が高く、台湾の皆さんはリピーターとして日本を何度も旅行していて、日本の味を求めて台湾の日本食レストランにやってくる方も多いため、日本の味をそのまま持ち込むほうが受け入れられるという台湾ならではの事情もあり、日本企業のテナント需要が特に多い市場であるといえるでしょう。

私自身台湾に赴任する前は、商業施設を中心に手掛けてきましたが、現在台湾で力を入れている事業はマンシ

ョンと、需要が高まり賃料も上昇基調のオフィスビルの分野です。南港西側の昆陽駅車両倉庫跡地でのオフィス開発計画が2023年に竣工を予定しており、他にも新たなプロジェクトを準備しているところです。もちろん商業施設もやっていきたいと考えていますが、例えば駅に隣接する形で商業施設とオフィスを一体化した複合施設や、さらにその周辺でのマンションを配置していくといった、面に広がるまちづくりを通して、そのエリア全体の価値も上がる効果を生むようなプロジェクトを手掛けていきたいと思っています。こういった空間づくりのためのきめ細やかな心遣いができるのも日系企業の強みのひとつだと考えています。

—ありがとうございました

台湾三菱地所股份有限公司の基本データ

会社名	台湾三菱地所股份有限公司
董事長	藤原将文
資本金	500万台湾ドル
設立	2018年8月
事業内容	台湾における不動産関連事業

注) 2020年11月の情報による
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-1

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、サイエンスパークの基本情報（敷地面積、賃料、入居状況）について紹介する。

<輸出加工区および一般工業区>

2020年11月現在		新竹県鳳山工業区	輸出加工区 中港パーク	豊洲科技工業園区 第二期	彰化濱海工業区 鹿港区
土地 面積	開発総 面積(ha)	18.64	177.28	33.64	40.00
	入居可能 面積(ha)	0.34	0.65	29.1	22.96
費用	土地売価 (元/m ²)	電話確認	—	2021年公告予定	14,250 (入居は2年後)
	月額賃貸料 (元/m ² /月)	—	15.74	2021年公告予定	34 (入居は2年後)
連絡先		新竹県政府 国際産業発展処 経貿事務科 TEL:(03)551-8101 内線6159 (黄小姐)	輸出加工区 中港分処 TEL:04-2658-1215 内線613 (張先生)	台中市政府経済 発展局工業科 TEL:04-2228-9111 内線31259 (陳先生)	義力營造 股份有限公司 TEL:04-781-3134 吳小姐

2020年11月現在		雲林科技工業区 石榴班区	台南 新吉工業区	花蓮 和平工業区
土地 面積	開発総 面積(ha)	79.00	123.26	486.72
	入居可能 面積(ha)	5.29	9.71	70.65
費用	土地売価 (元/m ²)	—	—	20,003~20,721元/坪 (開発コスト利息を除く)
	月額賃貸料 (元/m ² /月)	31.9~32.3	30.2~30.8	38~40元/坪/月 (開発コスト利息を除く)
連絡先		順天建設股份有限公司 TEL:04-2259-5777 内線1302 (邱小姐)	台南市新吉工業区 服務中心 TEL:06-255-5161	經濟部工業局工業区組 TEL:02-2754-1255 内線2529

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

台湾マクロ経済指標

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	年増率(%)	卸売物価	消費者 物価	NTD/USD	JPY/USD
2017年		18,136,589	3.31	5.27	7,503,791	640,642	3,154.9	13.0	2,572.0	12.2	582.9	16.6	0.90	0.62	30.44	112.17
2018年		18,634,482	1.97	3.93	11,428,462	1,525,402	3,340.1	5.9	2,847.9	10.7	492.2	- 15.6	3.63	1.35	30.16	110.42
2019年	7月			4.13	468,534	22,025	281.0	-0.4	244.9	-5.6	36.1	58.4	-3.57	0.38	31.09	108.24
	8月			2.43	2,535,283	55,558	287.8	2.7	227.7	-3.3	60.1	34.6	-3.66	0.43	31.41	106.27
	9月	4,874,252	3.03	-0.47	1,359,514	153,322	280.9	-4.7	249.6	-0.6	31.3	- 28.1	-4.80	0.42	31.14	107.48
	10月			-2.98	1,929,711	42,467	289.8	-1.5	250.5	-4.0	39.3	18.1	-6.37	0.37	30.73	108.12
	11月			2.11	399,635	40,584	285.7	3.2	242.8	5.7	42.8	- 9.0	-5.08	0.58	30.48	108.79
	12月	5,048,207	3.29	6.66	986,754	35,920	294.8	3.9	269.8	13.8	25.1	- 46.3	-3.48	1.14	30.33	109.15
	1月			-1.93	997,226	28,051	250.5	-7.6	216.1	-17.6	34.4	284.6	-3.32	1.86	30.05	109.28
2020年	2月			21.48	470,885	21,093	253.7	24.9	220.7	44.6	33.0	- 34.8	-4.48	-0.21	30.19	109.97
	3月	4,619,023	2.20	11.93	952,449	302,126	282.5	-0.7	254.7	0.4	27.8	- 9.9	-7.51	-0.03	30.21	107.29
	4月			4.92	545,443	196,491	252.2	-1.3	229.4	0.4	22.7	- 15.9	-11.22	-0.97	30.09	107.93
	5月			1.83	453,116	22,914	270.0	-2.0	222.8	-3.5	47.2	5.7	-12.19	-1.21	29.96	107.29
	6月	4,669,729	-0.58	7.63	417,895	4,898	271.3	-3.8	223.0	-8.6	48.3	26.2	-10.31	-0.75	29.75	107.56
	7月			2.79	562,442	147,012	281.9	0.3	228.3	-6.8	53.6	49.3	-9.03	-0.51	29.56	106.70
	8月			2.79	1,313,046	16,411	311.6	8.3	246.9	8.5	64.7	7.6	-8.78	-0.32	29.52	106.04

出所：中華民国經濟部統計処

インフォメーション・コーナー

2021年台北国際自動車・バイク部品及びアクセサリー見本市 (TAIPEI AMPA AutoTronics Taipei)

概 要

台北国際自動車部品・アクセサリー見本市は、今回で37回目の開催となる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」も同時に開催され、オンラインでも4月7日から一ヶ月間にわたり開催が予定されている。総計800社より2,500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。詳細は右記サイトまで：<https://www.taipeiampa.com.tw/>

日 時

■2021年4月14日(水)～4月17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 ■パワートレイン・ステアリング
■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

■台北南港第1展示ホール(台北市南港区経貿2路1号)

主 催

■中華民国対外貿易発展協会(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
■中華民国対外貿易発展協会
TEL: 886-2-2725-5200(張心怡小姐 内線2626) E-mail: ampa@taitra.org.tw

■ジャパンデスク連絡窓口 (日本語どうぞ)

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: 劉庭嘉 ext.213

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.132 / 莊雅喬 ext.150 / 諸橋洋子 ext.123

野村総合研究所 コーポレート イノベーションコンサルティング部

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-2
大手町フィナンシャルシティグランキューブ

TEL: 080-5689-5783(直通)
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。