

飛躍する台湾産業



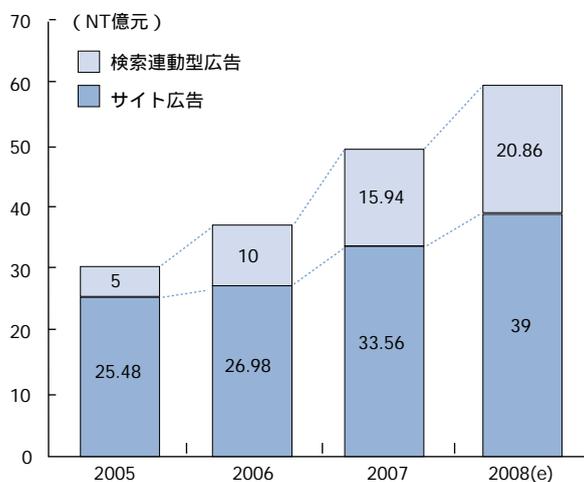
ネットビジネス市場(3)

台湾の広告業界専門誌「動脳雑誌」によれば、2007年、台湾の広告市場規模は約NT1,000億元、その中でネット広告市場は約NT40億元、広告市場の4%を占める。米国、日本と比べ、台湾のネット広告市場はまだ成長の余地があると言えよう。今月号では、台湾のネット広告市場の現状を紹介しながら、そのポテンシャル、特徴及び強みを見てみたい。

台湾のネット広告市場の潜在性

まず台湾の50数社の主要ネットメディアや、ネットマーケティング企業、広告代理店及びメディア代理店が立ち上げた台北市網際網路広告兼媒体経営協会(Taipei Internet Advertising and Media Association、以下IAMA)は、台湾の2007年ネット広告市場規模統計と2008年台湾ネット広告市場規模予測を行っている(図1)。2007年度の台湾のネット広告市場規模は約NT50億元、2006年より33.8%成長している。その中で、サイト広告(検索連動型広告ではない、一般サイトに直接掲載される広告)が約NT33.5億元と2006年より24.4%成長し、また、検索連動型広告は前年比50.4%のNT15.9億元と大きく成長し、ネット広告全体の32%を占めるに至った。

図1 台湾ネット広告市場規模



出所 JAMA

2008年のネット広告市場はIAMAによると、市場

全体では2007年比20.9%成長のNT59.8億元が見込まれている。この中で、サイト広告は16.1%の伸びでNT39億元と予測されている。検索連動型広告は大幅に成長し、NT20.8億元、30.8%の成長率が見込まれる。IAMAは、検索連動型広告を2008年度ネット広告の主要な成長原動力と考えている。

電通100%出資の台湾子会社「貝立徳(Media Palette)」社は台湾における代表的なメディアエージェンシーである。同社の菅波総経理によると、台湾はインターネット普及率が高く、IT産業も発達しているため、台湾のネット広告市場のポテンシャルは高く、毎年成長率は30~40%になると予測している。また、従来型広告はデジタル技術の進化によって産業革命を迎えている状況にある、と菅波総経理は語る。成長性がまだまだあるネット広告市場であるのと同時に、メディアエージェンシーにとってはスピードについていけないといけないうちの挑戦でもある。そのため同社も専門チームを組織してネット広告業務を進めている。

外資の存在感が大きい台湾ネット広告

IAMAの張理事長によると、台湾のネット業界では外資系企業の影響力は非常に大きい。台湾最大のネット企業Yahoo!奇摩は外資系であり、一社で台湾のネット広告市場の約60%以上のシェアを持つ。また、台湾ローカル企業も外資系企業との提携を通じて、ネット広告市場への参入を目指している。

世界最大のオークションサイトeBayは、子会社Kijij(奇集集網)を通じてカテゴリ別(classify)広告



を運営している。同社は台湾で最大規模のカテゴリ別広告サイトで、累計 35 万件の商品と広告がある。

また、台湾の国衆電脳は昨年より Google AdWords™ の台湾におけるネット広告代理店の一つとして、台湾の中小企業の Google での広告掲載のサポートを行っている。

マレーシアのネット不動産ブランド IPGA(iPropert.com) は三通解禁後の台湾不動産市場の成長を見据え、今年から台湾最大の不動産関連ポータルサイト「網路地産王 (www.vrhouse.com.tw)」と共同で台湾のネット不動産広告市場に参入する意向である。この先 3 年で網路地産王に 200 万米ドルを投資する計画を明らかにしている。この提携案を通じた IPGA の狙いは、台湾の不動産ネット広告業務だけではなく、中国からの台湾不動産への投資に関する重要なメディアとする目的がある。

豊富な台湾のビジネス情報を持つ中華国際黄頁 (hiPage) は今年の半ばから、マイクロソフトと共同でキーワード検索連動広告市場に参入し、キーワードリサーチサービス「lifepage」を提供する予定である。この提携プロジェクトは商店情報と地図上の位置情報などの特徴があり、中小企業向けの広告を主なターゲットにする。中華国際黄頁は 2 ~ 3 年後に、年間 NT10 億円の広告受注量を見込んでいる。

Web2.0 はネット広告の世界にも大きなインパクトを与えている。ブログでのアフィリエイトプログラムは近年、ネット広告の一つのトレンドとなっている。ユーザーの口コミに対して成果報酬を受け取るパターンは、広告へのヒット率を上げるほか、潜在購入者の使用意欲を向上させる効果がある。台湾オンラインブックストア博客来 (books.com.tw) は、日系 ISP

の So-net やブログ企業と提携した。

4 人の台湾人男性が開設した SNS 「愛情公寓 iPartment」は、多くの台湾と中国のユーザーの間で人気となっている。同サイトはプレースメントマーケティングによるネット広告業務を行う。この愛情公寓を運営する尚凡資訊 (Sunfun) は、日本最大のネット広告企業サイバーエージェントの子会社マイクロアドと提携し、マイクロアドのペット育成型 SNS 「メロメロパーク」を運営する。今後、尚凡資訊は日本のネット市場への参入も計画している。

台湾の強み

IAMA の張理事長は台湾のネット広告産業の優位性を三つ挙げている。一つはウェブ技術が成熟していることとネット広告の人材が充実していること。また、ネット広告の歴史が長く、1995 年には第一弾のネット広告が始まっていること。更には、ネット広告について非常にアイデアが豊富なことである。

台湾の強みとして注目したいのはその豊富な人材である。台湾の大手ポータル企業 PChome と台湾の大手新聞社中国時報は 1990 年から毎年共同でネット広告業者の独創性を競う「網路広告金手指」賞 (Click! Awards) を主催している。これは台湾、中国、香港の 3 地域を対象にした権威ある賞であるが、受賞者の多くは台湾企業が占める。更に中国企業向けの特別賞が設けられた際も、授賞式に上った顔ぶれは、やはり台湾人が占めていた。これは中国で展開する外資系企業が優秀な台湾人材をスカウトして、中国事業展開を任せるために起こっている現象といえる。中華圏ビジネスは台湾人材が欠かせない、と言う常識はネット広告業界にも通じるようである。