

飛躍する台湾産業



## 中国との連携強化でいっそうの成長が期待される台湾EC市場

台湾の電子商取引( EC )市場は、2011年にB2Cが約3,000億元、C2Cも2,000億元を超える規模まで成長した。2010年末までに小売業全体の6%近くを占めるようになってきている。緩やかな成長カーブを描く小売業の中で、ECは毎年20%前後の急成長を続けている。次々と新しいビジネスモデルが生まれており、海外消費者の取り込みにも積極的だ。本稿では、台湾EC市場のプレイヤー動向や中国との連携状況を紹介するとともに、日本企業の事業機会を検討する。

### トップサイト200にECサイトが多数

台湾の情報誌「数位時代」が今年3月に発表した2012年のインターネットサイトランキングでは、上位200位に24のECサイトがランクインした( 次頁表 )。カテゴリー別に見ると、C2Cオークション( 6、54位 )、テレビショッピング系通販( 18、143、151位 )、オンライン書店( 22、99位 )、オンライン通販専門の衣料ブランド( 29、183位 )、女性向けオンライン通販( 30、42位 )、ショッピングモール( 37、47位 )、共同購入( 39、74、87、107位 )、リアル店舗を持つ小売業によるオンライン通販( 61、102、150位 )、オンライン旅行商品販売( 157、168位 )となっている。

上位にランクインしたEC業者の顔ぶれは、台湾のインターネット通販ユーザーの姿をよく反映している。台湾のネット通販ユーザーの男女比は42:58と、女性が多い。そして、女性の中では30~39歳の層が最も多い。ポイントサービスから始まった遠東グループの「GOHAPPY快樂購物網」( 30位 )やスキンケアを中心とした化粧品で知られる女性向けオンライン通販最大手の「PayEasy」( 42位 )は、こうした消費者特性を象徴するサイトであると言える。

ポータルサイト最大手「Yahoo奇摩」( 3位 )のオークション及びショッピングカテゴリーは、上場を計画する「東京着衣」や「天母嚴選」など、多くの衣料ブランドを生んでいる。一方、「Lativ」( 29位 )と「PAZZO」( 183位 )はリアル店舗を持たないネット通販専門のブランドだ。品質とデザインにこだわりつつ、価格を抑えたマーケティングが功を奏し、短期間でブランド浸透に成功した。Lativの売上は2011年に40億元に達している。Lativのように、日本ではあまり見かけないビジネスモデルであっても、台湾で

成功したEC事業者は多い。

PChome( 16位 )は台湾初の店頭公開EC企業( \*直営EC事業を展開する「網路家庭國際資訊」が2005年に、オンラインショッピングモール事業の「商店街市集」が2011年に、それぞれ店頭公開している )であり、EC市場で大きな影響力を持つ。直営EC事業のほか、ebayとの合併で立ち上げたオークションサイトの「露天拍賣」( 6位 )とショッピングモール「PChome商店街」( 37位 )が、ともに上位にランクインしている。PChomeは独自の物流管理システム・施設を持ち、注文から24時間以内の受け渡しを可能にしたことで競争力を高めた。同社の速達サービスはEC業界の競争に火を付けることにもなった。家電量販最大手の燦坤の通販サイト「快8網路商城」は注文から8時間以内の配達サービスを打ち出し、PChomeに対抗している。

### 活性化する中台EC産業の連携

台湾のECサイトは海外事業にも積極的だ。資策会( III )が昨年10月に行ったアンケート調査によると、台湾のオンラインショッピングサイトの約2割が既に海外市場に進出しているとされる。主な目標市場は中国であり、次いで日本、米国、東南アジアとなっている。上述のPChomeもそうした企業の一つだ。台湾で成功した後、海外の台湾人消費者に目を向け、海外発送を始めた。さらに今年2月には英語版のサイトを開き、欧米を中心とする非中国語圏の消費者向けに、24万点の商品ラインナップを提供している。

中国EC産業との交流も活性化している。全家便利商店( 台湾ファミリーマート )は中国最大のECサイト「淘宝网」



表：台湾のインターネットサイトトップ200（ ）にランキンクインしたECサイト

順位	サイト	カテゴリー	順位	サイト	カテゴリー
6	露天拍賣	C2Cオークション	74	GOMAJI	共同購入
16	PChome Online	ポータル(傘下にEC)	87	lhergo愛合購	共同購入
18	Momo富邦購物網	テレビショッピング系通販	99	金石堂網路書局	オンライン書店
22	博客來	オンライン書店	102	大買家量販網路店	小売業系(店舗展開あり)通販
29	Lativ	オンライン通販専門衣料ブランド	107	17Life	共同購入
30	GOHAPPY快樂購物網	女性向けオンライン通販	143	森森百貨網	テレビショッピング系通販
37	PChome商店街	ショッピングモール	150	快8網路商城	小売業系(店舗展開あり)
39	グルーポン台湾	共同購入	151	ETMall東森購物網	テレビショッピング系通販
42	PayEasy	女性向けオンライン通販	157	雄獅旅遊網	オンライン旅行商品販売
47	楽天市場	ショッピングモール	168	Easytravel四方通行旅遊網站	オンライン旅行商品販売
54	淘宝网	C2Cオークション	183	PAZZO	オンライン通販専門衣料ブランド
61	7Net	小売業系(店舗展開あり)通販	192	TreeMall泰贈点	オンライン通販・ポイントサービス

アレクサ・インターネット(米調査会社)及び創市際(台湾の調査会社)のデータ(ユニークユーザー数や一人当たりの平均閲覧時間など4項目)を用いた数式により、「数位時代」誌が採点。

出所「数位時代」第214号(2012年3月1日発行)よりNR I作成

と提携しており、台湾の消費者は淘宝网で注文した商品を台湾のファミリーマート店舗で受け取ることができる。台湾のナショナルクレジットカードセンター(NCCC)は今年2月、中国の銀聯カードと提携した。これにより、発行数28億枚の銀聯カードホルダーに、台湾のECサイトで買い物をする道が拓かれた。NCCCは第一弾として、PChome商店街、東南旅行社、悠活渡假村などに銀聯カードによる決済を開放している。PChome商店街は「台湾精品コーナー」を設け、出店者の中国人消費者向けの事業をサポートしている。このほか、アリババ傘下の中国最大のオンライン決済サービス「支付宝」は、今年3月に台湾の玉山銀行と提携。中国の消費者向けに、支付宝の決済サービスを利用して台湾のサイトで買い物ができるサービスを始めている。

### アジアEC事業の起点としての台湾

上述のアンケート調査によると、台湾のEC市場における決済方法は、クレジットカード74.6%、銀行振込52.8%、オンライン振込46.4%、着払い37.5%などとなっている。

これに、コンビニエンスストアでの支払い(32.8%)が続く。9,000店舗以上のコンビニ網が構築されている台湾ならではの数字だと言えよう。

このように、台湾では物流・決済・プラットフォームといったEC産業のインフラがよく整備されており、安定成長の礎になっている。楽天市場のような日本の有力EC企業が初の海外進出先として台湾を選ぶ理由もここにある。

日本企業にとって、台湾はEC事業の市場であるだけでなく、中台間で構築されつつある決済システムを足がかりとして、ここから中国の消費者と向き合うことも可能である。また、日本には成熟したモバイルショッピングのノウハウがあるほか、「転送.com」や「ネットスーパー」など、台湾にはないビジネスモデルを持つ新興のEC事業者も数多い。こうした強みを上手く台湾に導入することができれば、中国、そしてアジアEC市場の成長取り込みにもつながっていくだろう。

(陳效儀:h2-chen@nri.co.jp)