

飛躍する台湾産業



EC市場の拡大とともに拡大する小口輸送

台湾のEC(Electronic Commerce ; 電子商取引)市場は急速な成長を遂げており、2015年には1兆元規模の市場になるものと想定されている。このようなEC市場の成長は、商品の配送を担う物流分野に対しても大きな影響を与えている。BtoC、CtoCの輸送を担う小口輸送事業者はもとより、物流施設デベロッパーやITシステム開発事業者などにも波及があるものと想定される。今後EC市場の成長は台湾内にとどまらず海峡を越え台湾と中国大陆とをつなぐ形での成長が期待される分野である。本稿ではこれまでのEC市場の成長と物流事業への影響、将来の成長機会について簡単に整理をしたい。

成長を続けるEC市場

一人あたりGDP20,000米ドル超、人口2,300万人で、経済成長、人口の成長ともに成熟に向かう市場である台湾であるが、流通市場の成長は続いている。その成長のエンジンとなっているのが、コンビニエンスストア、スーパー、無店舗型販売の成長である。それぞれ年成長率5-6%程度(2010-13年)のスピードで成長しており、2013年時点でコンビニエンスストアの売り上げが約2,800億元(約9,400億円)、スーパーの売り上げが約1,600億元(約5,400億円)、無店舗型販売の売り上げが1,900億元(約6,400億円)となっている。(図1)

このように成長を続ける流通市場のなかでも特に成長著しいのはEC(Electronic Commerce ; 電子商取引)分野である。インターネットを通じた商取引の市場はこれまで年率20%程度の成長率で急速に拡大してきたが、今後もその成長が続き、2015年までに約1兆元(約3兆3500億円)にまで成長するものと想定されている。インターネットの利用は所謂イン

ターネットショッピングでのBtoCの分野だけでなく、インターネットオークション等のCtoC分野での利用も拡大している。

国内小口配送ニーズの増加

EC市場の拡大はBtoC、CtoCでの商取引を格段に増加させる。また、資策会の調査によればECサイト利用者の利用する配送手段は、1)郵便小包、2)コンビニエンスストアでの受け取り、3)宅配便という順でその使用率が高い。このようにEC市場の拡大は台湾内での小口輸送ニーズの拡大、国内配送事業者の事業機会の拡大につながっている。

国内のBtoC、CtoC配送分野ではヤマト運輸と提携する統一速達、日本通運と提携する宅配通が主力プレーヤーであり、それ以外にBtoB分野を主体とする新竹物流や嘉里大栄などもその規模は小さいながらBtoCの小口配送を実施している。(各社概要は表1を参照)

図1:小売流通業の業態別売上

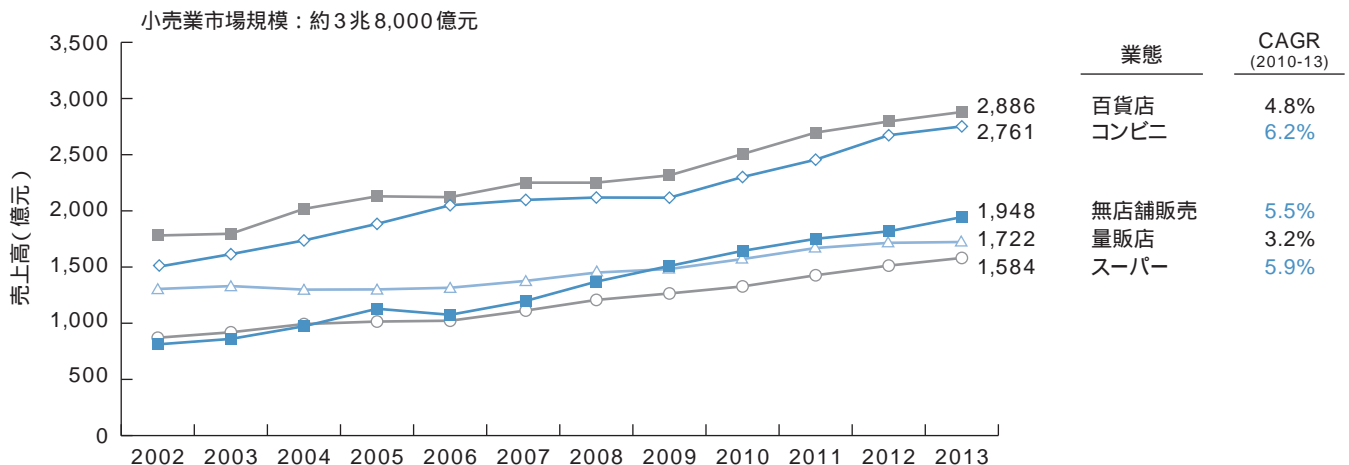




表1：小口輸送各社の概要

事業者名	統一速達	台湾宅配通	新竹物流	嘉里大栄
資本金額	10億元	8.6億元	24.9億元	48.4億元
営業収入 (2012年)	約70億元	約25億元	約97億元	約65億元
主要セグメント	B to C、C to C	B to C、C to C	B to B	B to B
提携先	ヤマト運輸	日本通運	佐川急便	西濃運輸
宅配個数 (2012年)	約7,000万個	約2,700万個	N/A	N/A
代收拠点	約17,000	約8,500	約1,600	N/A
配送車両	2,908	915	2,500	2,305

出所)台湾宅配通(股)資料よりNRI作成

レベルである。このようなサービスレベルを実現するために、発送の拠点となるセンターはもとより、物流を担うネットワーク上の各拠点で、効率の高い物流施設が必要となる。

もちろんこれらの新たな物流ニーズには物流施設だけでなくITシステムによる支援が必要不可欠であり、EC市場の拡大は物流事業者、施設開発を行なうデベロッパー、オペレーションを支援するITシ

ステム開発事業者等にも事業機会が広がることとなる。

兩岸物流がもたらす更なる機会

このような事業機会をさらに拡大する要素となるのが台湾＝中国大陸兩岸の物流需要の拡大である。そのひとつのきっかけとして挙げられるのが中国大陸のEC最大手淘寶網の台湾市場進出である。台湾消費者向けに8億アイテムを取り扱うとも言われる淘寶網でのショッピング(決済、国際配送を含む)が可能となっているだけでなく、中国大陸の消費者向けに台湾のフルーツや名産品を販売する専用ページを設けており、中国大陸から台湾の商品を購入することも可能となっている。

これまで産業分野(BtoB)では兩岸物流需要の拡大の可能性について数多く言及されてきたが、BtoC、CtoC分野についても同様に兩岸での物流量の拡大が見込まれる。昨年末時点で淘寶網(台湾)の会員数は約100万人と言われている。現在、物流面では台湾の物流事業者、コンビニエンスストア等との連携、決済面では台湾の金融機関との連携を積極的に進めており、今後も更に台湾での会員数の拡大、購買量の拡大が見込まれる。

EC市場が海峡を越えて繋がった事で、フィジカルな物の流れを担う物流分野においても国内市場の成長を超える事業機会の広がりが期待できる。

(小長井 教宏：m-konagai@nri.co.jp)

各社の近年の業績をみると統一速達が年率15%程度で急速に業績を伸ばしている。新聞報道によれば、2010年に約4,800万個であった取扱荷物量は、2013年には約8,500万個まで増加しており、目に見えて物流量が増加している様子が窺える。一方で宅配通もその取扱荷物量は約2,700万個に達し、5%程度の成長率で順調に営業収入が拡大している。

物流関連産業への波及効果

物流需要の拡大に伴い、物流センター等の物流施設にも新たな需要が生まれている。といっても単純に物流量に見合うだけの施設供給がないということではなく、ECの拡大、小口配送の増加に伴い物流施設に求められる要件が異なり、その要件に合致する新たな物流施設に対する需要が高まっている。

例えば近年の物流施設では、これまでに比べて規模の大きい施設が求められている。ECサイトでの注文を受けて出荷するセンターを想定してみよう。多くの業者から商品を受け入れ保管し、数多くの商品のなかから個別の注文に合わせた商品のピッキングを行わなければならない。EC配送に対応をする施設では膨大なアイテムの保管・作業のエリアを確保することで物流施設は大型化する傾向がある。

また、スピードが求められるのもEC関連物流の特徴と言える。台湾最大手のPC Homeを例にとると「台湾全土24時間以内、台北市内6時間以内に配送」がそのサービス