



# 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)

March 2019

vol. 283

■今月のトピックス

台湾の観光政策の状況と今後の日台での観光産業交流機会

■日本企業から見た台湾

～スタートアジア、藤原徹平董事長インタビュー～  
ダイレクトマーケティングで台湾の通販を変えるスタートアジア

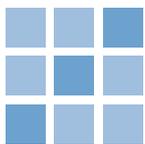
■台湾進出ガイド

会社法改正の概要3

■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】



## 台湾の観光政策の状況と今後の日台での観光産業交流機会

台湾の人口は2024年以降減少を始めると予想されており、人口減少による経済へのインパクトを抑えるために、海外旅行分野の強化は台湾の今後の発展にとって重要テーマのひとつである。台湾から日本へは毎年約470万人が旅行しており、日本への外国人旅行者のうち台湾は三位にランクインしている。日本から台湾への観光旅行者も毎年約190万人おり、双方で毎年700万人近い規模の往来がある。日本人観光客の拡大と日台観光交流をさらに深めていくためには、筆者は、積極的な日台間の地方同士の航空便数増加、日本の修学旅行者の開発継続と台湾の地方都市観光のストーリー性強化を、実施すべき三大重要テーマと考える。

はじめに

国家発展委員会の公開資料によると、台湾の人口は2024年にピークを迎え約2,374万人となり、その後人口は減少を始め、2050年にはわずか2,078万人にまで減少するとみられる。人口規模減少が地方経済発展に大きな衝撃となることから、積極的に海外旅行者を台湾に呼び込むことで将来の国内市場の不足分を補っていくことが、台湾の今後の発展にとって重要なテーマとなる。

日本や外国人旅行者の傾向変化分析

交通部観光局の公開資料によれば、海外からの台湾旅行者数は2015年に1000万人の大台を突破し、2018年には1,107万人に達し、直近5年の海外旅行者の成長率は約3%となっている。

日本関連の分析をさらに進めると、2014年には日本から台湾への旅行者は約163万人、2018年には約197万人と、5年間で約21%成長している。その他、交通部観光局が公表した訪台旅行者消費動向調査によると、2017年に日本人訪台客が訪れた

観光スポットは台北市・新北市が中心で、訪問観光スポットのトップ5は九份・士林夜市・台北101・故宮博物院と中正紀念堂となっている。外国人旅行者全体と日本人旅行者とを訪問スポットで比較してみると、筆者は、他の外国人旅行者と比べて日本人旅行者は歴史文化背景に富んだ建造物を観光スポットとして好んで訪れていることに注目した。例えば龍山寺・行天宮・忠烈祠・蓮池潭や赤崁樓の訪問率は一般の外国人旅行者より大幅に高い。

一方で、日本の国土交通省航空局公開の都道府県別出国状況および訪台状況の分析を進めると、2016年までに日本から台湾への観光旅行者は1万人を超えており、かつ地方からの出国が訪台旅行者全体の15%を占め、内訳は岩手県・宮城県・福島県・奈良県・広島県・香川県・長崎県・熊本県・宮崎県および沖縄県となっており、うち宮城県・広島県・熊本県・宮崎県と沖縄県の各県ではすべて台湾の空港との定期直行便が運行している。

国土交通省と民航局の公開資料でさらに分析すると、日本国内では函館空港・旭川空港・仙台空港・富山空港・小松空港お

## 今月のトピックス

よび熊本空港の6ヶ所の空港合計で2017年の日本台湾間航空便の30%以上を占めており、また九州地区やその他の地方空港（宮崎空港・鹿児島空港・那覇空港および石垣空港）と台湾との航空便も20%前後あるなど、日本の多くの地方空港にとって台湾旅行客は主要な旅客源となっている。このことから、直行便は日台間観光交流促進に一定の影響があるといえよう。

### 近年の日台間観光交流

台湾から日本に旅行する人数は持続成長しており、過去5年間で約68%成長した。2018年には約476万人の台湾旅行客が日本を訪れ、海外から日本を訪れる旅行客の15.3%を占め、国別ランキングでは第三位となっている。

日台間の観光交流活動も近年ますます多様化している。鉄道関連では、2013年～2015年の間に台湾鉄路平溪線と日本の江ノ島電鉄が一日乗車券の無料引き換えキャンペーンを開始し、2018年10月には高雄メトロも江ノ島電鉄とキャンペーンを実施し、スペシャルギフト・一日乗車券やクーポンブックの提供を展開した。他にも、日台双方でのラッピング電車における協力事例もある、例えば2017年交通部観光局の日本向け観光キャンペーン「Meet Colors!台湾」も山陽電鉄と協力し、日本で「Meet Colors!台湾号」のラッピング電車の運行を行った。2019年3月には桃園メトロも阪神電車と協力し、桃園の特色あふれるラッピング電車の運行を開始した。また2019年1月に南海電鉄も台湾鉄路と協力し、南海電鉄の特急ラピートの塗装であるラピートブルーを台鉄の車両に塗装した「藍武士号」の運行を開始し、多くの台湾の鉄道ファンに歓迎された。

### 今後の日台間観光交流活動に向けて

日台間では毎年700万人規模の往来があることから、双方の観光協力運営を深める方法について、官民共同での模索が可能であると考え。そこで、筆者は以下の三つの方式を日台双方の観光産業関係者に提案したい。

#### 一、日台間の地方空港便数を積極的に拡大

日本と台湾との間の飛行時間は約2～4.5時間程度で、日本の地方の住民にとっては、地元国際空港があれば、東京・大阪などの大都市よりも台湾に行くほうが早い可能性がある。

空港が合計24か所あり、大部分は桃園空港に向けたもので、高雄小港空港と直行便を運行している空港は北海道新千歳空港・千葉成田国際空港・大阪関西国際空港・福岡空港および沖縄那覇空港である。他に桃園運航便以外は台北松山-東京国際（羽田）・台南-大阪関西国際空港・台中-沖縄那覇空港がある。上述の発着空港立地の分布と、日本から台湾への旅行客の傾向から、将来は日台双方の地方空港同士の直行便運行がさらに増える可能性があるだろう。

#### 二、日本の修学旅行客の継続開拓

台湾は日本から近いうえ、親日度が高く治安もよいなどの優れた特長をそなえており、日本の学校では海外修学旅行先として最も好まれており、台湾への修学旅行生人数が1万人に満たなかった2010年度から、2016年度には4.4万人に達するまでに成長し、市場全体の22.4%を占め、2010年度から2016年度まで年平均成長率28.6%で持続成長を続けている。中でも、秋田県・栃木県・石川県・長野県・香川県・熊本県の海外修学旅行人数のうち、70%を超える生徒の修学旅行先が台湾であることは特筆に値する。現在の発展状況からみると、現在は未開拓となっている他の地方都市でも修学旅行市場を開拓できる可能性がある。

#### 三、台湾地方観光のストーリー性強化

台湾には歴史文化に富んだ地方観光資源が数多くあるものの、各名所を紹介するストーリー性のパッケージングにおいてはまだ改善の余地があるといえる。前述の日本人旅行客が訪れる台湾の観光スポットの状況を見ると、日本人旅行客は台湾グルメを体験したり歴史建築物を探訪したりする旅行を好む。しかし、現状は台湾北部地区以外の観光地の訪問率は依然として低い水準にとどまっており、台湾の旅行者や地方政府、また日本の旅行者は、北部地区以外の観光スポットでもストーリー性や独自性を打ち出していく強化策や、ユーチューブやInstagramなどのネットプラットフォームの活用などを通じ、より多くの日本人旅行客が台湾旅行に興味をもつよう働きかけを続ける必要がある。

(林宜蓁:y2-lin@nri.co.jp)

2018年12月末までに、日本には台湾との定期直行便のある

## ダイレクトマーケティングで 台湾の通販を変えるスタートアジア

スタートアジアは台湾で通信販売を行う企業に対して事業計画から顧客育成まで実現するワンストップサービスを提供している。台湾で一般的でなかったダイレクトマーケティング(※広告などの媒体を使って消費者から直接注文を受ける手法)を持ち込み、台湾の商習慣もふまえたマーケティング支援を通販企業に行っている。顧客は日本企業が中心であるが台湾企業も増えてきており、将来は台湾からさらに東南アジアや中国への展開も視野にいられている。今回は、スタートアジアの台湾での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。



スタートアジア 藤原徹平董事長

### 台湾で事業を始めた経緯

当社は東京の水道橋にある株式会社ファインドスターの資本が76%入っていますが、経緯としてもファインドスターの海外事業として始まっています。8年ほど前、当時ファインドスター自体もまだ20期に満たないベンチャー企業でしたが、海外に出たいということで検討を始めました。私はファインドスターの執行役員だったのですが、海外事業の責任者として自ら手を上げ、それからエリアや事業内容を決めていきました。

日本で実施していた通販会社のマーケティング支援で600社以上のお客様とお取引があったことを考慮し、その営業リソースを活用するという点やこれから海外で通販市場が拡大していくのではないかとこの点から、通販会社支援というポジションを決めました。エリアは韓国やシンガポールなども検討しましたが、日本と台湾の間の良好さや日本の商品を日本と同じ価格帯で売れるか、日本の文化やモノが浸透しているかという3点から台湾に決めました。その後、ファインドスターの海外事業として2013年4月に台湾での事業を開始しました。当初は台湾でパートナーを探し、2人で開始しています。その後2014年8月に台湾で法人化しています。

### 事業内容について

当社は通販事業の支援の中でも、マーケティング支援に強

みを持つ会社です。マーケティングだけでなく、通販会社の事業コンサルティングや広告制作・仕入れ・運用など幅広い業務も担っています。通販事業を進めるにあたって顧客管理は重要でありかつ難しい業務となりますが、当社は株式会社ACCESS社と「CROS™ (クロス)」というシステムを共同開発しており、これを使って顧客情報の管理やリピート施策の検討などを簡単に行うことができます。物流、決済、コールセンター機能についても他社と提携して実現しており、他にも台湾で法人を設立したいというお客様には法律や会計面、物流会社などの紹介も行っています。このように、台湾で通販をはじめたいが自分たちでどうすればよいかわからない、という方にとってのワンストップサービスを提供しています。

マーケティング支援を行う企業としてWebの広告代理店やコールセンター事業者などがありますが、川上の部分である通販事業に入ってお客様のニーズを把握できる点も当社の強みです。また現在、当社はパートアルバイトも含めると100名以上が在籍しており、お客様の実務もBPO的なサービスとして実施しています。

台湾に来る前に市場調査をしていた際に、メーカーの方からは、台湾では商品のブランドが育っていないとなかなか売れないという話をよく聞いていました。しかし、まずはやってみようということで数社のクライアントと具体的な案件をもって

## 日本企業から見た台湾

台湾に来て、いろいろな広告を自ら考えてやってみると、広告の作り方や販売方法が珍しかったのか、当初から思いの外多くのお客様に買ってもらえました。例えば、10万人に紙媒体でリーチをすると400人が購入してくれました。これは日本の4倍にあたる効果です。台湾ではそれまで、通信販売はモールで売ることが一般的でした。そこにダイレクトマーケティングという新しいモデルを持ち込み、広告を適正な場所に出すといった取り組みが良い方向に作用したのではないかと考えています。良い商品を持ってきて見せ方を工夫して価値を伝えればお客様はついてくるという手ごたえをそこで感じました。事業開始当初の半年は順調に注文がありましたが、その後、週年慶から旧正月前後までの半年はあまり動かないという苦戦を経験しました。台湾の年間を通じた消費トレンドが理解できていなかったため、そのトレンドを理解した2年目からは順調に推移してきています。

顧客への実際のアドバイスにあたっては、複数の商品があった場合にどういう価格帯、広告訴求、販売方法なら売れるかというノウハウを持っています。例えば、日本での価格帯に対して、台湾での価格帯をどう設定するかというアドバイスをすることができます。

### 台湾市場の特徴について

台湾市場の特徴として、大きく三点ほど感じています。一つ目は、消費者の動向として価格に対する感度が高いという点です。台湾は消費自体に対しては旺盛であるという認識を持っていますが、中でもより安いものに手を伸ばしやすいという特徴も感じています。日本では広告表現の中で中身や価値を重視することがありますが、台湾の場合は価格の訴求を外さないことが重要です。一日あたりの価格で見せるなど見せ方の工夫が大事になります。

二つ目は、定期コースです。日本ではメジャーな販売方法でしたが台湾にはありませんでした。この定期コースを台湾で普及してきたのは我々だと自負しています。中国語でなんと呼ぶかというところから考え、種まきをしてきました。まだ台湾で受け入れられる土壌ができるところまでにはなっていない

ため、普及活動を続けていきたいと考えています。

三つ目は広告への飽き易さです。特にクリエイティブに対して飽き易いと感じています。飽きられないように定期的に広告表現や素材を変えることが重要になります。

### 今後の展望について

去年の8月に当社の100%子会社の株式会社スタートアジアを日本で設立しました。日本のお客様のフォローや新規アカウントの開拓のためのセミナーなどを行っています。

1年前からは台湾現地の企業もクライアントとして広げていきたいという活動も進めており、数社のクライアントを獲得しています。台湾では通販は普及しており市場も伸びていますが、ダイレクトマーケティングについてはまだ普及しているとはいえません。台湾企業に、このダイレクトマーケティングの考えが受け入れられており、中には事業が成功したお客様も出てきています。

台湾以外の海外へも広げていきたいと思っています。お客様の海外事業の戦略と一緒に立てていく中で、マレーシアやシンガポールなどの東南アジアや中国へもスタートアジアとして広げていきたいと考えており、実際に運用を始めています。

### ありがとうございました。

#### 亞星通股份有限公司の基本データ

会社名	亞星通股份有限公司 (STAR TO ASIA CO.,LTD)(スタートアジア)
代表 董事長	藤原徹平
設立	2014年
資本金	5,250,000 (NTD)
事業内容	ダイレクトマーケティング支援事業

注)2019年3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



## 会社法改正の概要3

会社法の改正案が2018年7月6日に立法院において第三読会を通過した。改正条文は148カ条にのぼり、最近10年で最大の改正となっており、行政院命令により2018年11月1日から施行されている。今回は改正のうち、ガバナンスの強化と株主権益の保護にかかわる内容について紹介する。

### <ガバナンスの強化関連>

改正項目	概要
実質的董事条項の適用範囲の拡大(8条3項)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「実質的董事」＝「董事でないが、実質的に董事業務を執行し、あるいは会社の人事、財務を支配し又は董事の業務執行を指揮するもの」</li> <li>会社法は実質的董事が董事としての民事、刑事及び行政罰の責任を負うべきとしている</li> <li>旧法では実質的董事条項は公開会社にのみ適用されるが、改正法では非公開会社にも適用されることになった</li> </ul>
董事長以外の董事による董事会の招集(203条の1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>旧法では、董事長のみが董事会の招集権限を有していた。実務上、董事長が董事会を招集しない場合、会社運営の支障又はガバナンスの阻害を引き起こすケースが見られた</li> <li>改正法では、過半数の董事が董事長に対して、董事会の招集を請求できる。請求してから15日以内に董事長が招集しない場合、董事が自ら招集できることとなった</li> <li>主務官庁の許可は不要である</li> </ul>
利益相反関係の開示(206条3項)	<ul style="list-style-type: none"> <li>改正法では、新たに董事会の決議事項について、董事の配偶者、二親等以内の親族又は当該董事と支配従属関係のある会社は利害関係がある場合、当該董事は利害関係を董事に開示して説明しなければならないこととなった</li> </ul>

### <株主権益の保護関連>

改正項目	概要
株主総会の招集権(173-1条)	<ul style="list-style-type: none"> <li>旧法では、株主が臨時株主総会の開催を希望する場合、1年以上継続的に発行済み株式数の3%以上を所有する株主のみが管轄官庁の許可を経た上で自ら招集できる(173条)。あるいは監察人を通じて開催する(220条)</li> <li>改正法では、新たな要件が追加され、継続的に3か月以上発行済み株式数の過半数を所有している株主も自ら臨時株主総会を招集可能となり、かつ管轄官庁の許可は不要(179-1条)となった</li> </ul>
少数株主の検査権の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>旧法では、「1年以上継続的に発行済み株式数の3%以上を所有」する株主が検査権を有する</li> <li>改正法では「6か月以上継続的に1%以上の所有」に緩和された(245条)</li> <li>検査申し立て株主は理由・証拠を付して検査の必要性の説明する必要があるものとなった。これは濫用的な利用を排除するためと想定される</li> </ul>

## 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
2014年	15,529,606	4.02	6.83	5,751,213	548,763	3,200.9	2.8	2,818.5	1.4	382.4	14.4	-0.56	1.20	30.37	105.94
2015年	15,654,835	0.81	-1.16	4,782,003	453,397	2,853.4	-10.9	2,372.2	-15.8	481.2	25.8	-8.85	-0.30	31.90	121.04
2016年	15,891,514	1.51	1.91	11,026,234	346,875	2,803.2	-1.8	2,305.7	-2.8	497.5	3.4	-2.98	1.39	32.32	108.79
2017年	16,380,812	3.08	5.27	7,503,791	640,642	3,172.5	13.2	2,592.7	12.4	579.8	16.5	0.90	0.62	30.44	112.17
2018年															
1月			9.54	365,425	57,425	273.8	15.3	247.0	22.0	26.9	-23.4	-0.73	0.89	29.44	110.77
2月			-5.22	905,230	741,273	223.6	-1.2	192.9	0.0	30.7	-8.6	-0.21	2.20	29.31	107.90
3月	4,023,705	3.15	6.07	974,424	28,337	299.9	16.7	239.8	10.4	60.1	51.3	0.58	1.59	29.22	106.00
4月			8.87	225,059	11,745	267.3	10.0	225.6	4.9	41.7	49.9	2.48	2.00	29.39	107.52
5月			7.58	317,883	50,135	291.2	14.2	247.1	12.0	44.1	27.9	5.58	1.75	29.88	109.70
6月	4,127,040	3.29	0.29	211,127	36,069	282.4	9.4	230.3	15.4	52.1	-11.0	6.66	1.40	30.08	110.03
7月			5.32	3,000,502	91,849	283.6	4.7	260.9	20.3	22.8	-57.9	7.04	1.76	30.57	111.42
8月			1.58	548,251	80,127	282.8	1.9	237.5	7.8	45.3	-20.9	6.78	1.54	30.73	111.06
9月	4,273,855	2.38	2.03	645,723	18,482	296.2	2.6	252.8	13.9	43.4	-34.9	6.29	1.72	30.76	111.95
10月			9.81	796,920	54,995	295.5	7.3	262.1	17.6	33.4	-36.6	5.69	1.16	30.90	112.78
11月			2.74	507,718	150,670	277.8	-3.5	231.1	0.9	46.7	-20.7	2.91	0.30	30.86	113.38
12月	4,387,034	1.78	-1.22	2,930,200	204,294	285.6	-3.2	238.9	2.2	46.7	-23.7	0.77	-0.06	30.83	112.57

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

# 2019年台北国際食品見本市 (FOOD TAIPEI 2019)

### 概要

台北国際食品見本市は、世界各国の生鮮果実や水産物など様々な食品・食材が一堂に集まる台湾最大の食品見本市である。昨年は、1,079社の企業が2,197ブースを設置し、6万人以上が来場した。同時期に「台北国際食品加工設備及び製菓機械見本市」、「台北国際包装工業見本市」、「台湾国際ホテル・レストラン及びケータリング産業見本市」、及び「台湾国際ハラル製品見本市」も開催される。

詳細は下記サイトまで：[https://www.foodtaipei.com.tw/zh\\_TW/index.html](https://www.foodtaipei.com.tw/zh_TW/index.html)

### 日時

■2019年6月19日(水)～6月22日(土)

### 出品物及び 展示テーマ

■生鮮青果、農産物加工品、家禽製品、シーフード、食肉と食肉加工品、食用油、乳製品、健康食品、冷凍食品、缶詰類、焼き菓子、ビスケット、ワイン・アルコール飲料、コーヒー・紅茶、ジュース・清涼飲料、アイスクリーム、調味料、菓子類 等

### 展示会場

■台北世界貿易センター第一展示ホール(全会場)(台北市信義区信義路五段5号)  
■台北南港展覽館1館 上層展示フロアM・N区、下層展示フロアJ・K区(台北市南港区経貿二路1号)、

### 主催

■主催：中華民國對外貿易發展協会(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  
■中華民國對外貿易發展協会(TAITRA)  
TEL: 886-2-2725-5200(李卿菁 内線2677 E-mail: foodtaipei@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：張倫嘉 ext.221

#### 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：伊豆陸 ext.132 / 莊雅喬 ext.150 / 諸橋洋子 ext.123 / 田中俊一 ext.135

#### 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。