

## 今回のテーマ

## 台湾の一般概況・食文化について

東京から台北まで飛行機で3時間半。親日として知られ、コロナ禍前は人気の海外旅行地でもあった台湾。ビジネスや観光目的で訪れた方も多いと思います。

今回は、台湾の基礎的な情報をはじめ、特徴的な食文化や食に対する意識、年間を通じた商業習慣などの紹介に加え、現地で展開されている日本ブランドや日本食レストラン事情等、「食」に関する現地の情報をお伝えします。

また、台湾もコロナ禍以降で様々な変化がありました。そのような最新情報についてもお伝えします。



台北市内（筆者撮影）

## 台湾基礎情報



出所：イラストAC

国・地域	台湾（首都：台北市）
面積	36,197 km <sup>2</sup> ※九州とほぼ同じ
人口	23,186,278人 ※2022年6月末
言語	中国語、台湾語、客家語、他
主な宗教	仏教、道教、キリスト教等
民族	漢民族96.5%、原住民2.5%、その他1%
時差	1時間（日本が台湾より1時間早い）
距離	東京ー台北は飛行機で約3時間半

## 主な都市：中央に山脈、新幹線の通る西側に人口が集中する



台湾本島地図：本島以外に澎湖や緑島、馬祖、金門等多くの離島がある  
出所：イラストAC

台湾本島中央部には山脈が連なり、なんと3,000mを超える山が200座もあります。

人口と主な都市は西部に集中しています。台北、新北には本社企業が集まっており、近年高雄を抜いて人口第2の都市となった台中市には工作機器、部品自転車製造業等が集積しています。人口第3の都市高雄は台湾最大の貿易港として栄え、石油化学、鉄鋼、造船業等の重工業や金属加工業が集積しています。

また、新竹市のようにサイエンスパークを持ち、近年ICT関連企業が集積し、高所得者が多く住む地域もあります。古い歴史をもち、京都に例えられる台南にはTJパーク（台日産業イノベーションパーク）という日系企業誘致に特化したサイエンスパークもあります。台北から高雄には新幹線（台湾高速鉄道）が通っており、台北ー高雄間は約1時間半で移動が可能です。

## 台湾の産業や通貨は？実は現在、10年来の好景気！？



出所：經濟部統計処

台湾の通貨はニュー台湾ドル(以下元と表記)。2022年8月1日現在、1元は4.41円で、この数年でかなりの円安が進みました（1年前の2021年の8月1日は3.91円）。実質GDP成長率は6.28%(2021年)で、11年ぶりの高水準となっていますが、これは台湾の主力産業である半導体が、昨年は世界中で不足し、半導体関連企業の業績が伸びたことが要因とみられています。

内需に関しても好調で、經濟部が発表した卸売・小売・飲食店動向データでは、2022年1月の卸売（図左上）は1兆1,131億元、前年同月比からは11.9%増と過去最高となっており、飲食（図左下）、小売（図右）も増加に転じています。

また台湾の株価指数である加権指数も一昨年から軒並み過去最高高値を更新続けており、好景気の様相を呈しています。因みに台湾の平均年収は65.6万円で、(民間人材会社調べ。2021年)日本円に換算すると約289万円です。

## 上昇続ける台湾の物価

日本に比べ台湾は物価が安いというイメージをお持ちの方も多いかもしれませんが、実はここ数年、台湾の物価は上昇が続いています。交通費や公共料金、医療費等日本に比べて安いものもありますが、多くの商品は円安の現在、日本円換算すると想像よりは意外に高いかもしれません。

<価格の一例（2022年8月時点）>

- ・コンビニのおにぎり 35元（約154円）
- ・マクドナルド ビックマック単品 75元（約331円）
- ・スターバックス本日のコーヒー-Tall 85元（約375円）
- ・卵1パック（Mサイズ） 67元（約295円）



伝統市場。今年は卵が不足で手に入りづらい状況が続き、更に価格は上昇。（筆者撮影）

## ここは日本！？日系ブランドや企業の進出状況



咖樂迪咖啡農場(KALDI)



UNIQLO台湾 (ユニクロ)



MUJI無印良品 (無印良品)



JINS台湾 (JINS)

写真：筆者撮影

首都である台北を中心に、都市部では多くの日系ブランドの店舗をみることができます。また、今後も「ららぽーと(LaLaPort)」が台北、高雄、台中等で相次いでOpen予定の他、ホテルチェーンの「相鉄グランドフレッサ」が2023年台北にOpen予定等、日系商業施設やホテル等の新Openも続々と控えています。

外務省「海外進出日系企業拠点数調査」によると2021年10月1日時点で台湾に進出している日系企業数は1,310拠点です。現地法人以外に合併企業、日本人現地起業家等の様々な形態が含まれます。

業種としては約40%を製造業が占めて第1位、第2位は卸売・小売業で、全体の約31%を占めています。

また、台湾企業が現地総代理として販売やサービスを提供することもあり、日本ブランドの流通に寄与する企業は更に増えることとなります。

## 日系飲食チェーンの海外展開拠点としての台湾市場



摩斯漢堡 (モスバーガー) の店舗の様子  
1990年の台湾進出から順調に店舗数を伸ばし、全台湾に300店舗以上を展開する  
(公式Instagramより)

日系の飲食チェーンの海外展開拠点としても台湾は重要な拠点のひとつとなっており、既に高価格なレストラン、カフェ、低価格なファーストフード、鍋等多彩なフォーマットでの飲食業が展開されています。

中でも再現性の高く、拡大展開がしやすい比較的安価なチェーンレストランの進出が中心となっています。

2020年コロナ禍にも関わらず、多くの日系ブランドが安定したペースで台湾に出店しました。

例えば喫茶店業態ではコマダコーヒーが8店舗の増加となりました。ファーストフードではモスバーガーが12店舗増加で業績も好調、鍋ではすかいらーくグループのしゃぶ葉が5店舗増となっています。(2020年当時の数)

出所：中時新聞2022年2月16日コラム「專家傳真」より

## 歴史が証明、親日と言われる由縁

親日と言われることが多い台湾ですが、1895年から第二次世界大戦終戦の1945年の約50年間、日本の統治時代があり、それがひとつの理由となっています。統治時代は日本文化や日本語教育を行っていた為、現在も日本語を流暢に話される年配者も多く、若者間でも英語学習について人気の外国語となっています。

街には日本式家屋もあちこちに残っており、近年ではそれらをリノベーションして、ショップやレストラン、イベントスペースとして再利用する動きも活発です。



「京町山本屋」  
日本式家屋を改造し、日本文化を伝える飲食 & イベントスペースに。厳選された京都の職人手作りの工芸品等も販売する。2022年8月末OPEN予定。(筆者撮影)



## 食に対する基本的な嗜好と、年中行事・季節イベントについて

【食に対する嗜好】台湾人は食に対する意識が高いと言われていますが、その中で特徴的な例をいくつか挙げてみました。

- 健康への関心高。医食同源・東洋医学的な食の知識が老若男女に浸透しており日常生活から気を付けている（冷たい飲料・氷を控える、漢方を使った料理、旬の物を食べる等）
- 熱々の料理が好き。中でも揚げ物は人気で、コロナ禍で自炊が増えた2020年には自炊の増加に伴ってヘルシーな揚げ物が作れるノンオイルフライヤーが爆発的な人気となった。
- 自炊率の低さ。飲食店や小吃店（気軽に食べられる軽食店や屋台）が発達していることから外食文化が強い。台所のない物件もある。但しコロナ禍以降、自炊率が飛躍的に高まった。
- 日本風の出汁のきいた料理、ラーメンスープ等は「しょっぱい」「塩辛い」と言われることが多い。最近は日本と同じ味で出す店舗もあるが、台湾出店の際に現地の味覚に合わせ調整することも重要。（反対に日本人が台湾のスープを飲むと薄味と感じる）
- 熱しやすく冷めやすい。食の流行もその傾向がある。



夜市の様子



街中いたるところにある軽食店

写真：筆者撮影

【1年を通じた商習慣】日本にも多くの年中行事が存在しますが、台湾にも多くの季節イベントがあり、連動して消費動向が変わるので抑えておきたいところです。

特に「春節」（旧正月）、端午節（旧暦5月5日）、中秋節（旧暦8月15日）の3つは「三節」と呼ばれ、家族や親族が集まった食事会や、ギフトの贈りあいが発生します。中秋節は日本のお月見ですが、台湾ではBBQをしたり月餅のようなお菓子を送りあう文化があることから、この時期には和牛や焼肉のタレや日本のお菓子の需要が高まります。

他にも毎年9月～12月には週年慶（アニバーサリーセール）と呼ばれる大セールが各商業施設で繰り広げられ、消費者は財布の紐が大いに緩みます。その他にも母の日や中元節（旧暦の7月15日）、近年では、大陸から始まった11月11日の独身の日（W11）も購買力があがるタイミングとして流通業界や飲食業界は意識しています。反対に日本で盛り上がるバレンタインデーやクリスマスは、台湾ではあまり意識されていないようです。

台湾への営業タイミングも、このような年中行事を意識すると成功率が上がるかもしれません。



旧正月の食事。大晦日にあたる日は、家族がそろって演技のよいとされる料理を共に食し新年を迎える準備をする。



中秋節に自宅の期先でBBQをする様子。この時期は、路上やいたるところでBBQをする光景がみられる。

写真：筆者撮影

## コロナ禍以降の食品販売・飲食

外食文化の発達する台湾ですが、2021年5月には新型コロナウイルスの市中感染の増加により、1～4級まで設定されている防疫警戒レベルが3級となり、多くの娯楽施設が営業停止に、飲食店もイートインが禁止、テイクアウトのみの営業となりました。この結果日本と同様、台湾でも巣ごもり需要、自炊が促進され、消費活動や生活スタイルが大きく変わる要因となりました。

2ページ目で紹介した卸売・小売・飲食店動向データでも、2021年6月は百貨店が前年比-64.7%、レストランは-40.4%と大きく売上を落ち込ませる一方、スーパーやECは30%以上売上を伸ばすなど、明暗が分かれました。

この流れをうけ、飲食店がECや店舗でのテイクアウト、物販に力をいれたり、LINEやFacebookのコミュニティを利用した予約販売「團購」（クローズドのコミュニティでの予約販売）やライブコマース等の新しい手法が幅広い業種で取り入れられたりと様々な変化をもたらしました。



台湾の高級スーパーの一角。数多くの種類の日本産味噌が売られている。（筆者撮影）  
コロナ禍以降、台湾の自炊率は飛躍的に高まった。

## 巣ごもり需要が生み出したコンビニエンスストアの新形態



すぐに調理ができる食材を販売「FamiSuper」の導入。  
出所：中時新聞網



ECやデリバリー等複数プラットフォームと店舗の連携。  
出所：中時新聞網

コロナ禍以降自炊率の上昇に伴い生鮮食品や冷凍食品のニーズが増えた為、コンビニエンスストアも新しいサービスを提供しています。

ファミリーマート(全家)は、コンビニとスーパーの融合をコンセプトとした「FamiSuper」を導入し、すぐに調理ができて、自宅で楽しめる調理材料の販売を始めました。ここでは日本の冷凍食品の販売も強化しています。(写真左)

セブンイレブンでは、約6,400のコンビニ店舗ネットワークと台湾の3大デリバリーサイト、ECサイトを統合した予約購入システム「i予購」などをリリースし、店舗外での顧客の購入に対する利便性を高めました。(写真右)

## バーチャル通路 ECなど



人気栄養士YOUTUBERが日本食品をライブコマースで販売。  
出所：營養吃什麼



ファミリーマートでは各店長が團購を運営できるシステムが。  
出所：全家Facebook

インターネットを経由した購入による流通の拡大も近年では見逃せません。台湾でもECやライブコマース等の利用率が伸びています。

ライブコマースは台湾でFacebookをプラットフォームとして配信されることが多いですが、司会者が丁寧に説明をしてくれる、チャット等を利用して双方向性コミュニケーションがとり易い等から、商品の魅力が伝わりやすく、高額な日本食品の販売とは相性が良いです。

また、中華圏独特の販売手法「團購」も売上をあげており、多くの新しい販路が構築されています。

## リアルイベントもそろそろ本格復活！？2022年日本食品TOPICS



2022年6月に行われたフード台北の状況(写真は静岡県ブース/筆者撮影)

台湾最大の食見本市「フード台北」。今年は780社参加と昨年の2倍以上の出所社数となった。  
来場者も2倍弱となったが、うち海外からの参加は全体の1%。国際的イベントに戻るにはもう少しだけ、時間がかかりそうだ。



コロナ禍以前、台湾で行われた日本食品商談会。近々再び商談会の開催も復活するのか？(筆者撮影)

台湾政府は2011年3月以来続けていた福島、栃木、群馬、茨城、千葉の食品の輸入禁止を2022年に入り、条件付きで解除した。  
渡航制限がある中で現在は商談会もオンライン開催が主流だが、今年後半以降にはリアルでの商談会復活を期待したい。

【レポート執筆者】



日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)  
海外フィールドマーケター (台湾)

網本 友加 (AMIMOTO Yuka)

IT業界にて12年間コンテンツ制作、マーケティングに関わった後2011年来台、2012年台湾人パートナーと台北に桔想國際有限公司を設立する。主に地方自治体等からの依頼を受け、台湾現地で日本各地の食品や、伝統工芸品の輸出促進、台湾でのPR及び販路開拓、ビジネスマッチングを中心に活動。

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。