

# 台湾における海外販路開拓支援の取組みについて

アジア経済交流センター 主任 武田 誠大

## 1 はじめに

海外との往来の回復等を背景に、県内企業の皆様からは、海外現地における対面での商談やプロモーションへの支援に対するニーズが高まっています。

とりわけ台湾は、地理的・文化的に日本と近く、往来も活発であり、当機構によるアンケート調査では、最も多く挙げられた関心のある海外販路開拓先でした。

台湾は、日本と地理的に近く、富山空港から羽田を経由するルートでも、約半日でアクセスが可能です。小松空港を利用すると、4泊5日の日程で3つ星程度のビジネスホテルに宿泊しても、費用は20万円未満となり、海外への渡航としては比較的安価です。

また、2025年の台湾からの訪日者数は約676万人と韓国（約946万人）、中国（約910万人）に次いで3番目に多く、年10%を超える伸び率です。(①) 本県への観光について見ても、台湾からの延べ宿泊者数は82,940人（外国人全体で250,370人）と約1/3を占めます。(②)

上記のような地理的条件や、県内におけるインバウンド客のシェア、また、その親日性による日本製品への受容性の高さを踏まえると、県内企業の関心のある海外販路開拓先として最も多く挙げられたことは、想像に難くない結果とも言えます。

こうした希望を受け、当機構では、2025年8月に台湾へ経済ミッション団を派遣し、現地バイヤーとの商談会及び現地小売店の視察を実施しました。本稿では、当該事業の紹介を交えつつ、現地で得た課題等をまとめ、県内企業の皆様の関心が高い台湾市場に関する情報共有を図りたいと思います。

## 2 台湾経済ミッション・商談会事業

### (1) 事業概要

事業名	台湾経済ミッション・商談会
派遣期間	2025年8月18日(月)～22日(金)
参加企業	7社(食品:4社、工芸品:3社)
商談会	実施日:2025年8月19日(火) 場所:台北世界貿易センター バイヤー:12社
視察	実施日:2025年8月20日(水) 視察先: ◆食品分野 ・高級スーパー(台中市) ・卸会社との試食会(高雄市) ◆工芸品分野(全て台北市) ・台湾工芸研究発展センター 台北当代工芸設計分館 ・萬華龍山寺佛具街 ・日本工芸品専門店 ・複合型セレクトショップ

### (2) 現地バイヤーとの商談会

県内企業から寄せられたマッチング希望を踏まえ、計12社(食品7社、工芸品5社)の現地バイヤーを招へいし、県内企業1社あたり5～8社との商談を設けました。商談会では、県内企業ごとに専任の通訳を手配し、サポートしました。

食品分野については、主に飲食店やコンビニ市場向けの水産加工食品への関心の高さが窺えました。また、台湾現地でなじみの薄い食品については、バイヤー側からパッケージの改良や消費者向けレシピの用意などの依頼がありました。

工芸品分野については、台湾現地の文化や抹茶ブームを踏まえたオーダーメイドやOEMに対する関心の高さが窺えました。また、類似の日本商

〈参考資料〉

①訪日外客統計(日本政府観光局) [https://www.jnto.go.jp/statistics/data/\\_files/20260218\\_1615-4.pdf](https://www.jnto.go.jp/statistics/data/_files/20260218_1615-4.pdf)

②令和6年富山県観光客入込数等(富山県観光推進局観光振興室、(公社)とやま観光推進機構)  
<https://www.pref.toyama.jp/documents/49599/r6irikomi.pdf>

品や中国製商品との差別化についての質問が見られました。



現地バイヤーとの商談会の様子

### (3) 現地小売店等の視察

商談会翌日には、食品分野と工芸品分野に分かれて視察を実施しました。

視察先は、商談と同様に参加企業の希望を踏まえてアレンジし、現地事業者から説明を受ける機会を設けました。

#### ①食品分野

まず、台中市にて日本食材を扱う高級スーパーマーケットの視察を行いました。小売現場では、店長に店舗で取り扱う商品や最近のトレンドなどについて、詳しく解説いただきながら視察を行いました。また、県内企業からの参加者は、台湾の食品市場の特徴や、日本からの輸出の際のパッケージや賞味期限等に関する留意点などについて熱心に質問されていました。

その後、高雄市にて現地バイヤーを交えた試食・意見交換会を実施しました。商談会に続き、水産加工食品が好評であり、サンプルの買取りや、早期の購入希望など、バイヤー側の積極的な反応も見られました。



日本食材スーパーでの現地市場動向の説明の様子

#### ②工芸品分野

まず、国立台湾工芸研究発展センター台北現代工芸設計分館では、台湾の工芸品・器具などについての説明を受けるなど、日本と台湾の工芸品の特色や違いを確認しました。

次に、萬華龍山寺佛具街を訪問し、現地の里長（自治会長）の案内のもと、台湾の仏具店やその製造現場等を見学し、台湾における仏具のニーズや、生活と工芸品の関りへの理解を深めました。

また、台北市にある日本の工芸品の専門店を訪れ、店舗担当者より各参加企業の扱う商品・分野に対する説明を受けました。

同じく台北市にある複合型セレクトショップでは、書籍や雑貨、生活用品、デザイン商品など幅広い売り場を視察しました。



日本工芸品専門店の視察の様子

## 3 発見・課題など

### (1) 食品分野

#### ・賞味期限

製造から1年以上を求められます。（日本からの船舶輸送・検疫に約1.5か月。店頭販売開始後、少なくとも半年は期限を確保する観点）

#### ・即食商品への需要

屋台文化の影響で自宅にキッチンが無い家庭が多いほか、共働き世帯の増加を背景に、あまり自炊をしません。このため、冷凍食品や即食商品への需要が高いようです。（視察先では、売り場の1/3超が冷凍食品に割かれていました）

・商品 PR の必要性

日本食品は台湾でなじみの薄いものもあります。このため、売り出す際は、試食販売等のプロモーションの他、パッケージは中身が分かるようにするなど、工夫が必要です。例えば、透明な真空パックで輸送し、そのまま陳列することは日本食材へのイメージ「高品質、衛生的」の点からも、理に適う手法の一つのようです。

(2) 工芸品分野

・小売店で扱われている商品

一般的な小売店や、観光地の雑貨屋では概ね 100NTD ~ 250NTD (約 500 円 ~ 1,250 円程度) の日用雑貨が置かれています。高価格帯の日本の伝統工芸品の取り扱いは、日系店舗や専門店など限定的であり、まずは、BtoB の働きかけが有用と考えられます。

・現地文化に寄り添った提案の必要性

台湾における工芸品は、現地の文化や生活習慣との結びついた実用的なものという立ち位置でした。このため、日本の商品を提案する際も、台湾現地の文化に寄り添った商品セレクトや、オーダーメイド、OEM も視野に入れた展開を求められる傾向にあります。例えば、燕三条のカトラリー類が日系店舗等で見られましたが、前述の自炊しない文化を踏まえてか、包丁や鍋など調理器具の取り扱いは限定的でした。また、商談会では複数のバイヤーから台湾現地の文化などを踏まえたオーダーメイドや OEM 対応についての確認があり、このような製作技術自体を活かしたアプローチも有効と考えられます。

(3) 台湾南部のポテンシャル

今回のミッション派遣では、食品分野の視察において高雄市まで足を運び、試食会に参加したバイヤーからは、水産加工食品を中心に成約検討に向けた積極的な反応が窺えました。

高雄市は台湾南部に位置する人口約 270 万人の直轄市であり、台湾最大の港湾を有する産業都市

です。台北市からは新幹線で約 1 時間半と、アクセスも良好です。台湾政府が推進する半導体材料生産クラスター形成計画に基づき、世界最大の半導体受託生産企業である TSMC による工場増設等の大規模投資が進められており、今後、産業集積の進展、雇用創出、地域所得の向上を通じて、消費市場のさらなる拡大が見込まれます。

ブリーフィングを受けた日本台湾交流協会高雄事務所によると日本産品が飽和状態の台北市と比較して、高雄市をはじめとする南部地域は日本企業の競争が緩やかである一方で、日本産品、とりわけ食品への関心は非常に高く、チャンスも多いのではないかとのことでした。台湾市場に関心を持ちつつも、競争率の高さを懸念されている方にとっては、一つの可能性となるのではないのでしょうか。

4 まとめ

国内では少子高齢化による市場の伸び悩みや円安の影響による輸入品価格の高止まりなど、厳しい環境が続いています。一方で、円安水準の継続や、新興国市場の拡大、インバウンドによる日本製品の認知度向上などを受け、海外での市場開拓にとっては好機とも言える状況です。

当センターとしては、今回の事業で得られた発見や課題も踏まえ、台湾における市場開拓への支援を展開していきたいと考えています。

また、当センターでは台湾における取組みの他にも、県内企業の皆様の海外展開に向けた機会の提供や、費用助成、相談対応など様々なサポート体制を用意していますので、どうぞお気軽にお問い合わせいただき、当センターをご活用ください。