



2010年3月12日

VOL. 40

とっとり・グローバルウオッチ

とっとり貿易支援センター情報誌

現地発！台湾月刊レポート 33 台湾百貨店状況と鳥取県物産展についての考察

台湾でも百貨店は、新たな転機を迎えている。日本と同様に金融不況が直撃している。競争相手も多い。その中で物産展は、実際に試食試飲ができるなどメリットも多い。実際に物産展を行ったことで、次の発展つになげたい。

■変化が求められる台湾の百貨店

金融不況の直撃以外にも、百貨店の競争相手が増えている。まずは、大型量販店。そしてコンビニ、更には、インターネットショップとの競争も熾烈になってきた。中でもインターネットショップの伸びが突出している。MIC(資策会)の統計資料によると、台湾のネットショップ規模は204億台湾元(612億日本円)。2009年の予測では、市場規模は一気に30%の伸びがあるだろうと言われ、266億台湾元と考えられている。2010年にはなんと88%の伸び率で、500億台湾元(1500億日本円)と予想されている。このような状況下の中、百貨店も変化を迫られている。小規模な百貨店は淘汰され、改装がされたかと思えば女性顧客に特化した売り場を設置するなど、変化が大きい。しかし将来は、このような状況下、日本と同様に困難な経営が予想されている。たとえば、内湖にある美麗華購物センターでは、娯楽施設を中心に経営をしている。有名なレストラン、アジア第2位の観覧車、I-MAX映

画館など。当初はたくさんの顧客を集めたが、最近では顧客減少が止まらない。ただし、こういう考え方も、発展するための趨勢ではある。

■中国大陸に可能性を求める

台湾の百貨店の特徴は、大陸への進出であろう。最も大陸進出へ成功したのが、太平洋百貨を抱える遠東集団である。集団の総裁である許旭東は、政商として名を馳せている。一方、大陸進出は、大きなリスクも抱えている。新光グループがその例である。北京にて、台湾籍の幹部たちが駆逐された事件が問題となった。大陸では、まだ未知数なところもあり十分な注意が必要だ。台湾の景気は、回復している。その理由は、大陸との融和政策、経済貿易の交流活発化、中国人観光客の訪台、台湾国内の消費の刺激、台湾人の貯蓄率の向上と平均所得の増加と消費拡大である。これらが台湾百貨店の後盾となろう。ちなみにIMFによれば、台湾人の国民一人当たりの生産額は、2008年で31,000米ドル。全世界で25位。東アジアでは第4位。シンガポール、香港、日本につづく順位である。新たな方式開発と進出で、まだまだ成長余力があると見られている。

目次

	P 1
現地発！	P 2
台湾月刊レポート 33	P 3
最新の上海	P 4
～現地レポート～ 24	
貿易実務ミニ講座	P 5
お知らせ	P 6

世界の祝日 4月

- 中国 3～5日 清明節
- 香港 2日 ゲッド・フライデー
- 3日 ゲッド・フライデーの翌日
- 5日 清明節
- 6日 清明節の翌日
- シンガポール 2日 聖金曜日
- タイ 6日 チャクリ朝記念日
- 13～15日 ソクラン節
- 16日 特別休日
- ベトナム 23日 フン王の命日
- 30日 南部ベトナム戦争
開放記念日
- 米国 2日 キリスト受難日

《過去2年 百貨業TOP10営業収入表》

単位：新台幣千元

順位	企業名称	2007年 営業収入	營收 成長率	2008年 営業収入	營收 成長率
1	新光三越百貨	60,878,567	2.03%	62,503,346	2.67%
2	太平洋崇光百貨	33,551,623	14.41%	32,947,640	-1.80%
3	遠東百貨	20,514,719	10.59%	21,033,422	2.53%
4	漢神名店百貨	9,553,319	1.14%	8,268,278	-13.45%
5	三僑實業(微風)	8,000,000	17.64%	8,000,000	0.00%
6	中友百貨	7,080,332	-1.69%	6,839,353	-3.40%
7	大葉高島屋百貨	5,789,283	-2.78%	5,390,492	-6.89%
8	誠品	5,777,690	-2.28%	4,751,185	-17.77%
9	台北金融大樓	4,306,456	5.45%	4,312,552	0.14%
10	美麗華城市發展	3,497,030	N/A	3,200,000	-8.49%

資料ソース：中華徵信所2008年出版台湾地區大型企業ランク

出所：ジェトロ通商弘報
 「世界の祝祭日2010年版」から

●台湾百貨業の強み

1. 国際化、多元化、多ブランド
2. グループとしての実行能力がある
3. 衣食住の販売能力
4. 外資導入の成功、資金流入

●劣勢

1. 都市部での発展の困難、土地取得価格高騰、費用増加
2. 競争の熾烈化、市場パイの食い合い
3. 国外市場のマーケティングが不十分、リスクの増加

●機会

1. 台湾訪問大陸客の増加
2. 台湾人平均所得の増加
3. 中国大陸への進出商機

●脅威

1. 全世界不景気
2. マーケットの飽和
3. 量販店、コンビニ、ネットショップとの競争

以上、中華微信所のTop500資料による

では、実際に台中の百貨店における鳥取県物産展を省みたい。台中は、台北とも高雄とも異なるテイストを持っている。米軍が駐留していた影響か、ハイカラであると表される。普通の宴会でも、ビールやワインではなくいきなりウィスキーで乾杯するなど食の文化も面白い。

《物産展概要》

名称：日本鳥取県観光物産展
 時期：平成22年2月25日（木）～28日（日）
 場所：台湾台中市 中友百貨
 主催：鳥取県
 作成者：新高通顧問（株）スナーク Molly



物産展会場の様子。鳥取県産品は美味しいと好評であった。

《事前予想》

物産展として4日間は短い。台湾正月直後の時期は、消費が減る。中友百貨付近は学生街で、物産展として客足があるのだろうか、などの不安材料があったことは、否めない。

《結果》

事前予想に反し、売上は予想以上のものとなった。食べ物には保守的と言われるが、試飲・試食を絡ませ、商品のストーリーを語ると、台中のお客さんは予想以上に反応し、財布の口を開いてくれた。販売補助員によれば、平日は購買力のあるお客さんが結構いるが、週末になると学生が多いとのことだった。しかし平日には、客がおらず大変不安なスタートとなった。土曜日になると、客足が多くピークとなった。さすがに最終日の日曜夜になると客足が遠のいたが、それまでは途切れることがなかった。また鬼太郎の着ぐるみで集客ができた。集客には、強力な武器となった。販売補助員が優秀だったことも一因だ。商品をどんどん売っていただいた。百貨店側に評判のよい販売補助員を紹介していただいた。みんな経験があり、地元民のためうまくコネと表現を使い商品をどんどん売っていただいた。また、問題があった場合も地元の利で対応が早かった。

《各出展企業》

■有限会社AONケミカル様

売れ筋：二十世紀梨酢

所感：梨酢は、自分の健康のためになると聞いたが正直疑っていた。しかし販売補助員に梨酢を正確に説明してもらおうと買いたくなった。初めは梨酢のイメージが湧かなかったのだが、説明により輝いた商品に見えてきた。販売補助員次第でブースの雰囲気が変わり、客の意思決定にもかかわる。説明必要商品は、客とのかかわり方で販売促進が進むと感じた。

■株式会社かにじまん様

売れ筋：かにソフトクリーム

所感：ほかの機械と比べると、ソフトクリーム機は使い方が難しい。社長がブースにいない時、ソフトクリーム機の調子が悪くなり、客は買いたくても買えず販売機会ロスにつながった。最初の試食品は舞茸チップで、おいしいのだが、なかなか顧客が食せず苦戦した。そこで団子に“かにっ娘七味”をふりかける方法をとったが、試食品の選択には事前に検討していただく必要がある。

■千代むすび酒造株式会社様

売れ筋：強力純米吟醸、梅酒

所感：物産展の前に、お酒は売りにくいと聞いた。お酒を売るため、業者はお酒を買おうと北海道クレープをサービスするというセールを行った。これが効を奏したように感じた。日本酒に関しては、鬼太郎パッケージの面白さは申し分がない。3月7日の東森テレビニュースで放映された。

<次頁へ続く>

■有限会社あぶい蒲鉾様

売れ筋：チーズ竹輪、イカゲソ団子、おにぎり蒲鉾
 所感：お客さんは試食をすれば、おいしいと言って買った。典型的な試食商品であった。値段も手ごろなので、回転のよい商品であると思う。しかも買三送一サービス（チーズ竹輪3つ買えば、長いも蒲鉾1つサービス）では、顧客が飛びついた。一方、冷凍商品の品質維持は難しいため、後半、長いも蒲鉾の食感が悪くなってしまった。また、蒲鉾は煮なくても、解凍して食べてもおいしいと評価された。

■だんごや萌音様

売れ筋：団子
 所感：団子を焼くための電熱グリルの代用品は使いにくいので、3日目からはホットプレートで団子を焼いた。団子をよりたくさん販売するため、3日目からは通路に面したブース位置が変わった。3、4日目は週末で主動線にあったため、売上が増加した。一方、団子をたくさん売るためには、何人ものアルバイトが必要だった。1人は団子を焼いたり、もう1人はレジへ行ったりしていた。また、団子がなくなった時、誰かが地下3階の冷凍ショーケースへ取りに行く必要があった。人の動きが無駄であった。事前の行動シミュレーションをすれば、もっと売れたかと思う。ちょっと悔やまれる。

■株式会社ゼンヤクノ一様

売れ筋：黒豆茶
 所感：試飲と販売補助員の商品説明により、お客さんに買っていただいた。回転のよい商品であると思う。普通のお茶ではなく、健康意識がある黒豆茶と、はと麦入り麦茶等は台湾人から見て魅力的である。3つ600円という値段付けと1つ399円という値段付けをした。その後2つ買えば1つサービス（1つあたり266円）としたが売れ行きに変化はない。どちらも良く売れた。

■株式会社医農とっとり様

売れ筋：梨ジャム、ゼリー
 所感：どんこ（しいたけ）は正月商品なので、正月前に売れば良かったと思う。販売補助員によれば、梨ジャムもゼリーも売れたとのこと。2日目から試食（食パンに梨羊羹・どんこ）を行ったが、効果が少ないように感じた。試食の行い方を再検討していただく必要がある。

《物産展期間中の問題点・原因・アドバイス》

- ①百貨店側の広告・プライスカードや案内不足・担当者の対応が遅い。台湾ではよくあること。
- ・百貨店側の広告・案内不足は、事前予想を下回った。鳥取県側の要望が通っていない状態だった。チェックリストを作成し、百貨店側には何回も確認・チェックする必要があった。また、百貨店側には口約束ではなく書類等サインを求めた方がよい。
 - ・百貨店側は、物産展直前に正月イベントがあり、物産展直後には改装や百貨店のセールがあった。そのため人手不足で、担当者の対応が遅く、初日はプライスカードが準備されていない事態が発生。また、担当者に

意思決定権限がなく、上司やほかの部門に相談することで時間がかかった。百貨店側に頼りすぎであったと反省。例えば、プライスカードを自分で用意するなどできたかもしれない。

- ②ブース割り（客動線にかかる）・電力不足
- ・実演販売は、客主動線に置けばよいことを実感した。位置分配の難しさも感じた。かにじまんさんと、だんごや萌音さんのブースを交換後、たくさん売れた。
 - ・しかしブース割りを変えたことで、百貨店側の配電に問題が生じ電力不足になったことは反省材料。事前準備設定が必要である。

③商談会について

- ・毎年6月に台北で開催されるFOOD TAIPEI（台北国際食品見本市）では、業者日と客日を分けている。物産展では、商品が完売すると来ていただいても商品説明ができない。商談会は特定の場所を設けて行い、併せて商品を保管する場所を確保することが必要。
- ・今回の商談会では、各出展業者は販売対応で忙しく、商談用場所がないため、具体的な商談が難しかった。また、既に代理店があると、各出展業者はほかの販売ルートを探すことができなくなる。例えば、某バイヤーは台北から台中へお越しいただいたが、出展者には既に代理店がいることが分かる商品に興味がなくなってしまった。台湾は小さいため、代理店のある出展業者には触らない方がよいと思うバイヤーもいる。

同時に某団体新年会で、日本酒会を行った。鳥取の酒を数銘柄用意した。強力を台湾人に提供したのだ。彼らの評価は、一口飲んだら、とてもインパクトがあり、少し辛口だが、違和感がなくおいしい一品と評判になった。男性にとってはちょうどよく、まさに日本酒を飲んでいる感じで、女性にとっても受け入れやすいらしい。見た目については、一番評判がいいのはやはり久米桜酒造の「雫」。箱だけではなく、箱を開けたら高級感を感じたようである。高評価であった。実際に数日前に日本の空港で買って帰ってきた台湾人もいた。比較として、一番人気は山形讚香で、30分以内で一滴も残されずに飲まれた。参考にされたい。



だんごや萌音さん：
実演販売はインパクト大



鬼太郎が集客：
台湾でも鬼太郎は大人気

最新上海 ～現地レポート～ 24

2010年 中国のお正月「春節」

中国人にとって春節（旧正月）は一年で最も大切に胸が躍る季節である。

日本でお正月といえば、太陽暦に沿った1月1日前後を思い浮かべるが、中国では太陰暦のお正月を指し、毎年その時期が異なる。今年は大晦日の2月13日から19日までの7日間が祝祭日であった。祝祭日が終了後も春節は元旦から15日目の最終日までであり、賑やかな雰囲気は続く。日本のような厳かなお正月とは全く異なり、長いお祭のような賑わいだ。

■大混雑する「春運」

最近では、春節の連休を利用して国内外の旅行に行く人も増えているが、家族や親戚とともに過ごすのが一般的だ。そのため春節前になると、家族とともに新しい年を迎えたいと願う人々が列車のチケット売り場に長蛇の列を成す。また、電話での予約・発券サービスもあるがほぼ繋がらない状態だ。春節前後の帰省・Uターンラッシュのことを「春運」といって、今年は1月30日から3月10日の40日間がそれにあたった。上海には出稼ぎ労働者や地方からの学生が多いため、上海の人口約2000万人のうち約650万人が帰省や旅行などで上海から出たようだ。まさに大移動なのだ。確かに、春節期間中にバスや地下鉄を利用すると、それほどの混雑がなく移動がスムーズであるが、毎日いたるところで爆竹と打ち上げ花火が鳴り響き、観光地や商業施設には大勢の人が集まる。

■中国らしい春節の過ごし方

このとおり、どこに行ってもお祭り騒ぎなのだが、上海で伝統的な春節のムードを味わいたいなら、豫園商城がお薦めだ。豫園商城では、毎年春節の間、春節に飾る

伝統的な装飾品である提灯を飾る提灯祭が開催される。今年は寅年と万博の年ということで、豫園商城の入口では、虎と万博マスコットの「海宝（ハイバオ）」が出迎える。夜には提灯が点灯され、建物がライトアップされるため、昼間以上に鮮やかな光景となる。

そして、春節といえば、毎日あらゆる場所で鳴り響く爆竹と花火だ。爆竹・花火には勿論春節のめでたいムードを盛り上げる意味もあるが、厄払いや運氣上昇祈願などの意味もあるため、春節期間の中でもとりわけ盛大に打ち上げられる日がある。まずは、大晦日から元旦にかけて、厄払いと福を招き入れるために。次に、新年が明けて4日目から5日目にかけては金運を司る神様が光臨する日と言われているため、商売繁盛を願い、そして、春節の最終日である15日目（元宵節）の夜に最後の盛り上がりを見せる。この3回の中でも、新年5日目の打ち上げが最も多く、上海市内だけで1200トンの爆竹・花火のゴミが発生した。これは大晦日から元旦にかけての打ち上げより2割も多く、やはり中国人が商売繁盛を祈願するこの日をどれほど大事に考えているかが伺える。

■バレンタインデーと重なり経済効果がアップ

今年の元旦は2月14日ということで、バレンタインデーとも重なり、家族、親戚、恋人への贈り物などを求める買い物客が更に多かったようで、春節連休（2月13日から19日）における上海の小売販売額は昨年比15.8%増加で初の50億人民元（約650億円）を突破した。やはり、新年の始まりはどのような年になるかを左右する大事な時期だ。上海の活気ある消費市場は、春節が終了しても、今度は万博まであと2ヶ月という中で、まだまだ変化が激しく、活気のあるムードが続いている。



豫園提灯祭（虎&海宝）の様子



豫園提灯祭 夜のライトアップ

《参考》中国の祝祭日（2010年4月～）

4月3日（土）～5日（月）	清明節
5月1日（土）～3日（月）	労働節
6月14日（月）～16日（水）	端午節（ただし、6月12日と13日の週末は出勤日）
9月22日（水）～24日（金）	中秋節（ただし、9月19日と25日の週末は出勤日）
10月1日（金）～7日（木）	国慶節（ただし、9月26日と10月9日の週末は出勤日）



【株式会社イナワーク 孫】

貿易実務ミニ講座

対中国向け水産食品検査に係る事務手続き変更について

平成22年2月1日より新しい要項に基づく衛生証明書の発行が開始されました。新しい商品の開発や販路の拡大を目指して水産食品を中国に輸出する場合に、輸出しようとする水産食品の加工及び保管施設について、施設ごとに登録し、食品の衛生証明書を受けるなどの手続きが必要です。

輸出食品検査の流れ

①施設の登録

対中国輸出水産食品を最終加工（未加工品にあつては最終保管）する施設及び加工船

対中国向け水産食品の輸出については証明書発行機関への事前の登録が必要です。

*厚生労働省への手続きも含まれますので、余裕を持つての対応が必要です。

輸出者

②衛生証明書発行申請

④衛生証明書発行

証明書発行機関
(下記参照)

③サンプリング検査の実施

施設及び加工船

⑤衛生証明書添付

中国輸出

◎主な変更点

●施設の登録について

中国向け輸出水産食品を最終加工（未加工品にあつては最終保管）する施設及び加工船は登録しなければなりませんが、それ以外の施設については、登録の必要がなくなりました。

●施設の登録や衛生証明書発行の申請先について

	改正前	改正後	実施日
施設の登録	施設がある都道府県等	証明書発行機関（下記参照）	平成21年12月14日より
衛生証明書の発行	最終保管施設を管轄する都道府県等	証明書発行機関（下記参照）	平成22年2月1日より

●申請時に必要な書類について

改正前	改正後	実施日
◆申請書 ◆自ら必要事項を記載した衛生証明書 ◆試験成績書	◆申請書 ◆インボイスの写し ◆パッキング・リスト ◆B/L又はAWBの写し ◆試験成績書の写し*	平成22年2月1日より

*改正後は、同一の登録施設で加工等された同一製品について、登録検査機関において自主検査を実施し、検査基準を満たしていることを確認できる発行日1年以内の試験成績書の写しを添付することになります。

●証明書発行機関

名称	住所	電話番号
(財) 日本冷凍食品検査協会 関西事業所	神戸市中央区港島南町3丁目2-6	078 - 302 - 1030
(財) 北海道薬剤師会公衆衛生検査センター	北海道札幌市豊平区平岸1条8丁目6番6号	011 - 824 - 1348
(社) 青森県薬剤師会衛生検査センター	青森県青森市大宇野木字山口164番43	017 - 762 - 3620
(社) 長崎県食品衛生協会	長崎県西彼杵郡長与高田郷3640番地3	095 - 883 - 6830

お知らせ

「日中友好全国観光物産展示会2010」出展者募集のご案内

(社)観光振興懇話会および日中友好全国観光物産展示会実行委員会では、中国への販路開拓を目的として標記物産展示会への出展企業を募集中です。

この物産展では、中国や日本の流通関係バイヤーを展示会に招いて輸出商談の機会を提供するとともに、一般来場者向けの即売会も予定されています。

ご出展希望の方は、下記物産展示会ホームページにて詳細をご確認の上、お手続願います。

★<http://www.nicchubussan.com/>
★問合せ、申込先：
(社)観光振興懇話会、日中友好全国観光物産展示会実行委員会
運営事務局
電話 03-5436-2433

総合食品見本市「SIAL CHINA 2010」出展者募集のお知らせ

農林水産省は、中国・上海で開催される総合食品見本市SIAL China 2010にジャパンパビリオンを設置することとしており、その出展者を募集いたします。

《SIAL CHINA 概要》

★会期：H22年5月19日～21日
★会場：上海新国際博覧中心
《ジャパンパビリオン概要》
★募集者数：20社・団体
★出展対象品目：中国国内での販売が可能な日本産農林水産物・加工食品・飲料
★出展料：無料（渡航費、出展物輸送費などは出展者が負担）
★申込締切：H22年3月23日
★問合せ、申込先：
大臣官房国際部国際経済課
貿易関税チーム輸出促進室
電話 03-3502-8111（内線3501）

「中小企業海外展開支援事業費補助金」(JAPANブランド育成支援事業)公募のご案内

本事業は、地域の中小企業等が丸となって地域の優れた素材や技術等を活かし、地域産品の魅力をさらに高め、世界に通用するブランド力の確立を目指す取組みを支援します。このたび、本補助事業の公募を行いますのでお知らせします。

★公募期間：
H22年3月1日～4月2日
★補助対象者：商工会議所、商工会連合会、商工会、中小企業団体中央会、組合、公益法人、NPO法人、中小企業者を主とする4者以上のグループ等
★問合せ、申込先：
中国経済産業局参事官
(中小企業新事業担当)
電話 082-224-5658

編集後記

2月末に台湾・台中市で開催された鳥取県観光物産展にアテンドした際のことです。鳥取県がPRのために用意した鬼太郎の着ぐるみを誰が着るか、について相談していたところ、現場で物産展支援をしていた台湾人の女の子が「是非着たい!」と手をあげました。実際に着ぐるみを着た彼女はとても嬉しそう、鬼太郎になりきって来場者と握手していました。

台湾では「ゲゲゲの鬼太郎」実写版の映画が放映されたこともあり、多くの人が鬼太郎を知っています。その作者が鳥取県出身だと話すと驚かれることもよくあります。「名探偵コナン」も同様で、こちらは特に小さい子供達に人気があります。

鬼太郎とコナンが人気を集めている今、“鳥取県は鬼太郎とコナンの作者のふるさと”というPRポイントを上手く活用できれば、台湾でのビジネスにおいてメリットとなるかもしれません。【r】

『とっとり・グローバルウォッチ』では、皆様から、内容のご提案や掲載されている情報へのご意見・ご感想をお待ちしております。メールでお気軽にお寄せください。また、受信希望（無料）の方は下記までご連絡ください。

お問い合わせ：(財)鳥取県産業振興機構企業支援部
海外支援グループ（担当：早川）
E-mail：kaigai@toriton.or.jp
TEL：0857-52-6703 FAX：0857-52-6782

とっとり貿易支援センター 貿易に関する相談はこちらの窓口へ

【東部窓口】

■(財)鳥取県産業振興機構企業支援部
海外支援グループ
TEL 0857-52-6703
■JETRO鳥取貿易情報センター
TEL 0857-52-4335

【西部窓口】

■(株)さかいみなと貿易センター
TEL 0859-47-3900
■境港貿易振興会
TEL 0859-47-3905

【その他関係機関】

■境港管理組合港湾管理委員会事務局
TEL 0859-42-3705
■JETRO貿易相談デスク
TEL 0859-45-2203