台湾市場調査報告書

（抜 粋 版）

平成 28 年 2 月 21日(日)～25 日(木)

一般財団法人生活用品振興センター

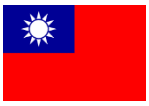
はじめに

台湾は既に開拓しつくされている市場のように思われるが、一般メディアでは政治問題と観光案内以外の報道は意外に少なく、新しい目で市場動向や投資環境を見直す価値があると思われる。現在、日本の貿易相手としての台湾は、輸出先としては米国・中国・韓国に次ぎ第4位、輸入では第10位であり、輸出入総額では中国・米国・韓国に次いで第4位（2014年）に位置している。これを台湾側から見ると日本は輸出先としては第10位、輸入では中国とほぼ同額ながら首位、輸出入総額では日本は中国に次いで第2位（2013年）であり、これらの貿易規模や親日度などからも魅力のある調査対象だと考え、以下を目的に平成28年2月21日から5日間の日程で市場動向調査を実施した。

調査目的

- 日系店舗の調査（集客・価格・売れ筋情報などの確認）
- 生活用品店舗（商店や量販店）の調査（商品構成・売れ筋商品などの確認）
- 大型店舗（百貨店・モールなど）の調査（テナント・客層・売れ筋商品などの確認）
- 繁華街・観光地（客層・入込客状況など）やインフラなどの調査

§台湾の基本情報



【正式国名】中華民国（台湾）

【首　　都】台北

【面　　積】約3万6000km²（日本の九州ほど）
台北市約271.8km²（東京23区の約半分）

【人　　口】2343万3753人（2014年12月）
台北市270万2315人（2014年12月）

【政　　体】民主共和国。1972年に日本と中国が国交を結んだことから、台湾は日本と国交を断絶した。民間レベルの交流は盛んだが、日本政府は台湾を国家として認めていない。

【民族構成】漢民族約98%。現地で原住民と呼ばれ民族は約16族を数え、人口の約2%、山地や各地に散居している。

【言　　語】中国語。英語の通用度は日本と同程度。観光地やホテルでは、むしろ日本語のほうがよく通じる。

§参加者

氏名	所属	役職	役割・担当
春原（すのはら）　博	一般財団法人生活用品振興センター	顧問	団長
河村　輝夫	一般財団法人生活用品振興センター	貿易コンサルタント	コーディネーター
相川　　泰	一般財団法人日本文化用品安全試験所	理事	調査員
春原（すのはら）　政則	一般財団法人生活用品振興センター	業務部　課長	事務局・会計

§ 調査行程表(抜粋版)

	月/日(曜日)	時刻(目安)	交通機関	スケジュール
1	2 月 21 日(日) 台北	東京(羽田)発 14:15 台北(松山)着 17:15	CHINA AIRLINES CI0221	東京(羽田)⇒台北(松山)
2	2 月 22 日(月) 台北	午前	MRT タクシー	台北市内市場調査
		11:30		交流協会・台北事務所
		午後		台北市内店舗市場調査 (微風広場、松山文創園区、台北 101)
3	2 月 23 日(火) 高雄	台北発 9:24 左営着 11:00	新幹線 121	台北⇒左営(高雄)
		11:30	タクシー	交流協会・高雄事務所
		午後		高雄市内店舗市場調査 (夢時代購物中心)
				高雄市内市場調査
4	2 月 24 日(水) 高雄 台南	左営発 10:00 台南着 10:11	新幹線 824	左営(高雄)⇒台南
		午前	タクシー	台南市内市場調査
		午後		台南市内市場調査
		台南発 15:13 台北着 17:18	新幹線 854	台南⇒台北
5	2 月 25 日(木) 台北	午前	タクシー	台北市内市場調査
		午後		台北市内店舗市場調査 (家楽福重慶店)
		台北(松山)発 18:15 東京(羽田)着 21:55	CHINA AIRLINES CI0222	台北(松山)⇒東京(羽田)

価格調査

§概況

今回の調査旅行で全般的に感じたことは、台湾では日本製品が深く静かに浸透していることである。台湾のコンビニは主にセブンイレブン、ファミリーマート、OK-MART、Hi-Life の4チェーンがあるが、首位のセブンイレブンは約 5,000 店（日本には 18,249 店）、第 2 位のファミリーマートは約 3,000 店（日本では 11,271 店舗）。台湾は日本の約 5 分の1の人口、10 分の 1 の国土面積だと考えると、セブンイレブンとファミリーマートの普及率は驚異的である。また、街なかのショッピングモールには日系店舗が多く入っており、たとえば無印良品は台湾で 40 店舗以上を展開、カレーハウス CoCo 壱番屋は 30 店近くを台湾で営業している。

日本で 100 円ショップを展開しているダイソーは台湾で 55 店舗を持ち、その数は増え続けている。もっとも台湾のダイソーでは価格は雑貨が 39 元、食品は 49 元に設定されている。台湾元は現在約 3.5 円換算なので、雑貨が約 135 円、食品は約 170 円の価格設定である。日本では税込 108 円で売っている全く同じ商品もあるが、アクセサリーやスマートフォン関連商品など台湾市場固有のものもたくさんあり、総じて品質は高い。店舗も日本より広く、やや高級感を感じさせる内装照明や商品配列で若者に人気があるようだ。店名表示は『大創 DAISO JAPAN』と日本を強調している。

一般的に日本製品は台湾でも中国や東南アジア諸国でと同じように品質やデザイン面で高級感を感じさせているようである。

最近特に日本語ブームのようだが、台北の目抜き通りでは日本語学校の看板が至るところに目につく。日本語学習熱がこんなに盛んな街は他に見たことがない。なんと親日的な場所だろうかと嬉しくなる気がしたが、よく考えてみれば中国語は台湾の言葉だし、英語は小学校低学年から学ぶので（台北市では一年生から、他地域では三年生から）日本語学校が目立つのであろう。

余談であるが、台湾では中国語のブランド名や商品表示には時々意味不明な平仮名の『の』の字がある。『優の良品』『健康の油切』『好吃の冷麺』などと『の』の字が入っているとあたかも日本の品物のようなイメージが生まれるのだろうか。

DAISO JAPAN のパンフレット（ここにも『の』の字が…）

§日本製品の台湾での価格（約 50 品目の調査）

当センターが以前に行った調査によると、上海では日本製品が概ね日本国内の販売価格の 2－3 倍の価格で売られている。中国人旅行者が日本で爆買いする理由のひとつには価格差があると思われる。生活用品などの日本製品が台湾でどの程度の価格で売られているかを調査することにより、台湾からの旅行者の爆買いが期待できるのか知ることができよう。また、今後さらに台湾で販売する日本製品の流通経費の節減が可能かどうかも知ることができよう。こうした目的のために 50 品目ほどの商品につき価格調査を行った。

総論的に結論すると、台湾の現地で売られているものが必ずしも日本で売られているものと同一規格商品ではない場合があって比較は難しいが、日用品・食品・健康関連アイテムは日本の価格のおよそ 1.5－2 倍で売られている。このレベルは上海での価格差よりもかなり低いといえる。日本の場合はセールの値引きなどが多くあるが、台湾での価格調査では現地での大幅なセールにはぶつからなかったが、10-15％引きのセール品はあった。

§台湾で売れ筋の日本製品

2015 年 1 月から中国人の個人観光旅行ビザ条件が緩和されてから年間 5 百万人を超える中国人観光客が日本に来るようになり、中国人観光客の『爆買い』と言われる流行語が生まれた。多くの中国人団体観光客は観光旅行ではなく買い物旅行のような雰囲気もあるが、日本人も昭和末期のバブル時代には欧米観光に出かけて山のようなお土産を持って帰ったことを想い起させる。目下、中国人観光客が買い求めているのは中国語ソーシャルメディア「WeChat」に紹介される日本に行ったら絶対に買って来た方が良いと言われる品物である。炊飯器・洗浄便座・ステンレス水筒・化粧品・神薬と呼ばれる各種の医薬品・包丁・爪切り、野菜や果物を洗う洗剤など、ときどき順番が変わる商品である。

しかし、台湾の観光客はこれらの品物はすでに台湾でかなり出回っているためか中国人観光客のように爆買い現象は起きていない。台湾での販売価格が日本国内価格とそれほど大きくないために飛行機で持って帰る価値が見いだせないことも考えられる。

台湾で日本製品を販売する店舗を見て回っても店頭に山のように積んでいる商品や買い物客が群がっているような商品も見当たらない。ただ、ひとつ気付いたことは体脂肪率なども計れる多機能体重計や各種マッサージチェアー、ランニングマシーンなど健康増進関連アイテムが日本の店舗よりかなり大きな割合で陳列されていることであった。

健康器具がずらりと並ぶ店舗風景

また、コンビニやスーパーマーケットでは日本の食品が日常の食品のように多種並べてあった。レトルト食品、調味料、缶詰、お菓子、ジュース類、酒、果物など原発事故以来の輸入規制で日本の食品はあまり売られていないかと思ったが、規制対象は限定された地方の産物なので、全体の数量的にはあまり大きな問題は生じていないだろうか。台湾の輸入統計からみると日本からの農林水産物・食品の輸入は震災後も金額的に伸び続けている。ある人は台湾で人気のある日本専門テレビチャンネルが二つあって、その影響で日本食ブームが浸透しているためとの意見を述べていた。外食だけでなく家で料理する場合にも和食を作ることが流行っているようだ。

§価格の優位性（現地店・通販・土産品の比較）

台湾からの旅行者は日本で年間 5,000 億円以上の旅行消費をしてくれている。しかし、中国人旅行者の爆買いのように台湾の旅行者が土産品の爆買いに走るとは思えない。それでも親日の台湾の人々は日本からのインターネット通販も良く利用しているようだ。

国を超えたインターネット取引では商品やショップの信用が今一つ確かでなく、送料も割高である。なんと言っても現地の店舗で現物を手にしながらの販売に勝るものはない。この辺りの隙間に日本商品代理購買の業者が台湾でも最近活躍を始めている。EMS の航空便で送るのが一般的であるが、大きな業者は海上コンテナを仕立てて、割安な輸送料を設定しているところもある。

台湾での日本製品販売価格はおおむね中国上海市での調査結果より多少低めの 1.5－2 倍程度であることが判明した。特に食品関連商品がかなり割安で売られていることに驚いた。品物によっては日本の小売価格とほぼ同額で売られているもの（リンゴジュースなど）もあって、日本の関係者の流通面でかなりの工夫がうかがえる。

一般的な取引では、日本の生産者・輸出業者・台湾の輸入業者・台湾の卸売業者・台湾の小売店などを経由し、それぞれの段階でマージンが乗せられてくる。梱包・輸送・書類手続き・船積み・海上輸送・陸揚げ・関税・通関費用・開梱・配送・保険料などの経費が掛かり船積みから販売までの期間の在庫資金負担や売れ残った場合の損失リスクなどを含めると海外マーケットでの売値は積出港価格（FOB 価格）の2倍程度になってしまうのだ。これを下げる方法は流通経路の短絡化を図りマージンを取る業者の数を減らすことに懸っている。生産者と台湾の販売会社の直接取引とか、台湾にいる日系販売会社が本店・海外店間で日本／台湾の貿易取引を行うとかの方法である。長年のいきさつがあって、輸出輸入業務に商社を介在させざるを得ぬ場合もあろうが、すでに出来上がっている流通チャネルに頼ってばかりいては原価の引き下げはなかなかできない。

今回の調査で日本価格に対する上乗せ経費が少ない理由はどうしかと考えたが、調査を行った店舗が主として無印良品、東急ハンズ、紀伊国屋など日本に本社のある販売店の海外出先であったからだと思われる。日本での仕入れ価格は日本での販売価格よりもはるかに安いと考えると、日本の販売価格の 1.5 倍で売ったとしても十分に経費と利益が賄えるのだ。要は流通経路に介入する業者を最小限にする手法をすでに取っているのでかなり競争力のある価格設定ができている。

こんなわけで台湾の市場は日本の日用品メーカーが新規に現地での販売を始めようと思っても難しいマーケットである。可能な方法としては、既に現地で販売活動をしている会社に売り込むとか、日本商品の代理購買をしている業者に売り込むなどの方法が手っ取り早い手段となろう。

商品の価格調査結果の一部を資料に添付する。

店舗での価格調査風景（夢時代購物中心）

§ 調査結果(1/5)

店舗・場所	商品	画像	現地価格 上段:売値 下段:特価 (　)内:日本円換算 (1元=3.5円)	日本価格 上段:定価 下段:特価	日本価格 確認サイト
TOKYU HANDS (微風広場)	ワンダーコア　スマート		1,980元 (6,930円)	15,780円 13,800円	SHOP JAPAN
	中山式 腰椎医学コルセット ワイド		2,950元 (10,325円)	7,344円 5,696円	Amazon
	ReFa CARAT		8,910元 (31,185円)	25,704円	メーカーオンラインショップ
	東洋佐々木ガラス　徳利(セミレッドクリスタル)		1,590元 (5,562円)	3,888円 3,579円	Amazon
	オムロン　体重体組成計 カラダスキャン HBF-701		5,980元 (20,930円)	21,000円 10,151円	Amazon
	京セラ セラミックナイフ FK-140WH		1,990元 (6,965円)	5,400円 4,767円	Amazon

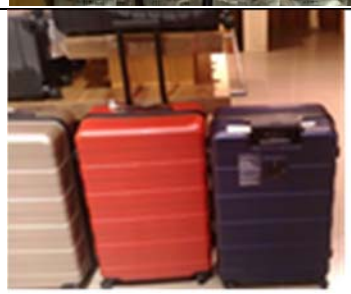
§ 調査結果(2/5)

店舗・場所	商品	画像	現地価格 上段:売値 下段:特価 (　)内:日本円換算 (1元=3.5円)	日本価格 上段:定価 下段:特価	日本価格 確認サイト
TOKYU HANDS (微風広場)	ソーラー まるまる幸せ招き猫・桜		590元 (2,065円)	1,880円	楽天市場
	HARIO 銅色ドリップケトル Buono copper V60		5,500元 (19,250円)	14,040円 9,800円	楽天市場
	バンダイ ・RX78-02 ガンダム THE ORIGIN		5,000元 (17,500円)	15,984円	バンダイ
	バンダイ ユニコーンガンダム(デストロイモード)フルアーマー対応版		1,200元 (4,200円)	4,320円	バンダイ
	セメダイン ゴム用接着剤 速乾 G P20ml		130元 (455円)	310円	Amazon
紀伊国屋書店 (微風広場)	火花(又吉直樹著)		474元 (1,659円)	1,200円	

§ 調査結果(3/5)

店舗・場所	商品	画像	現地価格 上段:売値 下段:特価 (　)内:日本円換算 (1元=3.5円)	日本価格 上段:定価 下段:特価	日本価格 確認サイト
紀伊国屋書店 (微風広場)	能作 KAGO 錫(すず)でできたかご Sサイズ		2,206元 (7,721円)	4,680円	Amazon
	池永鉄工　鉄瓶つぼみ		11,200元 (39,200円)	19,800円	Amazon
	木本硝子　江戸切子 KUROCO TAMAICHIMATSU タンブラー KK-03TB		14,700元 (51,450円)	37,800円 37,000円	Amazon
	本間木工所　箱根寄木細工　ムク7寸文庫(市松)		4,200元 (14,700円)	11,000円	メーカーオンラインショップ
	有限会社竹田ブラシ製作所 熊野化粧筆 厳選3本セット		7,860元 (27,510円)	21,276円	Amazon
	KADOKAWA 艦これスタイル壱 鎮守府生活のすゝめ 改		494元 (1,729円)	1,350円	KADOKAWA

§ 調査結果(4/5)

店舗・場所	商品	画像	現地価格 上段:売値 下段:特価 (　)内:日本円換算 (1元=3.5円)	日本価格 上段:定価 下段:特価	日本価格 確認サイト
無印良品 (微風広場)	すり漆　八角箸 23cm		280元 (980円)	700円	MUJIオンラインショップ
	伊賀焼　土鍋		1,000元 (3,500円)	2,800円	MUJIオンラインショップ
	バターチキン		140元 (490円)	450円	MUJIオンラインショップ
	無印良品 キャリーバーの高さを自由に調節できるストッパー付きハードキャリー(85L)		7,300元 (25,550円)	29,000円 26,100円	無印良品
HOLA (高雄夢時代購物中心)	ZOJIRUSHI 新発想クイックオープン&イージーロックステンレスマグ SM-XA48		1,200元 1,100元 (3,850円)	5,184円 2,768円	Amazon
	スターリングフーズ 津軽完熟林檎ジュース白ラベル 1000ml×6本		1,099元 (3,846円)	3,240円 2,914円	Amazon

§ 調査結果(5/5)

店舗・場所	商品	画像	現地価格 上段:売値 下段:特価 (　)内:日本円換算 (1元=3.5円)	日本価格 上段:定価 下段:特価	日本価格 確認サイト
家楽福(カルフール) 重慶店	CHOYA さらりとした梅酒 1,800ml		429元 (1,501円)	1,502円	楽天市場
	アサヒ スタイルフリー350ml×6 缶パック		192元 (672円)	814円	Amazon
	サントリー ウイスキー 角瓶 700ml		384元 (1,344円)	1,153円	amazon
	江崎グリコ ポッキーチョコレート		38元 (133円)	119円～	楽天市場
	バンダイ ジバニャンのチョコボー		39元 (136円)	108円	楽天市場
	栗山米菓 渚あられ 3種アソート(12袋入)		149元 (521円)	400円～	楽天市場

統計資料編

§日本と台湾の関係概況

1. 台湾の国土・人口・GDP など

・台湾の面積は約 3 万 6000 ㎢で、日本の九州ほど（3 万 8,268 ㎢）の大きさ。

・台湾の人口は約 2,300 万人、日本の総人口は 1 億 2,708 万人（2015 年 10 月）。

・一人当たり名目 GDP 比較（以前は 2 倍以上の格差が 1.5 倍程度に接近）。

	台　湾	日　本
2010	19,261.67	42,942.77
2011	20,911.64	46,201.61
2012	21,269.61	46,683.05
2013	21,874.29	38,633.16
2014	22,599.77	36,221.81
2015	22,082.79	32,480.66

一人当たりの名目GDP（US ドル）

＜出典＞IMF-World Economic Outlook Databases（2015 年 10 月版）

しかし、ドルベースの購買力平価で比較すると 2013 年に台湾は日本の一人当たりGDPを超えている。つまり、実質的な可処分所得は台湾の方が上であることになる。ドルの換算率の問題もあって、必ずしも正確な比較ではないが、台湾の生活水準はかなり高くなっていると判断してよいだろう。

2. 台湾と日本の関係

Wikipedia には「日台関係史」と言う項目を次の節に分けて説明している。

1 日本統治時代以前（- 1895 年）

2 日本統治時代（1895 年 - 1945 年）

3 国交回復から断絶まで（1945 年 - 1972 年）

4 非公式実務関係の形成（1972 年 - 1989 年）

5 交流の深化（1990 年代以降）

5.1 不干渉主義の転換

5.2 日台関係「正常化」への動き

5.3 尖閣諸島等をめぐる摩擦

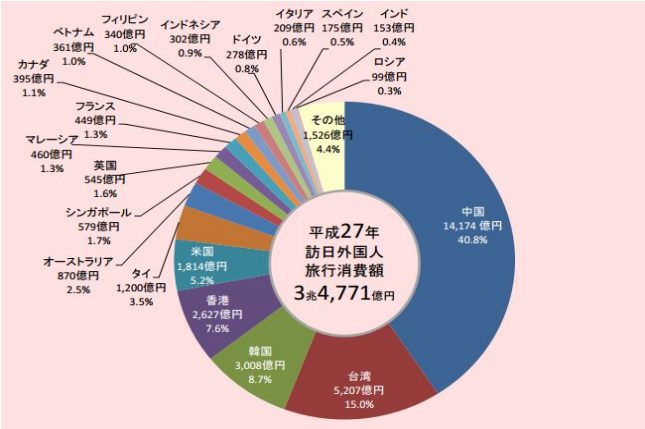
5.4 特別パートナーシップ関係へ

中国・米国と言う二大国を控えた日本と台湾の関係は政治的には微妙なものである。2009 年 12 月-2010 年 1 月に財団法人交流協会が第 2 回対日意識世論調査を実施した結果は「日本に親しみを感じる」が 62%で、「親しみを感じない」の 13%を大きく上回った。「最も好きな国」としても 52%が日本を挙げ、2 位のアメリカ（8%）、中国・大陸（5%）を大きく上回った。特に 2011 年 3 月の東日本大震災に際し 200 億円を超える民間義援金を送ってきてくれた台湾に対する日本人の感謝の念は相互友好と交流をさらに盛り上げている。つい最近も 2016 年 2 月に台湾南部で地震が発生し、台南市の 16 階建て倒壊ビルでは地震全体の死者の 9 割以上に当たる 115 人の死亡が生じた。日本でも衝撃的に大きく報道されたこの地震被害に対し日本政府はいち早くお見舞いの首相メッセージと政府義援金 1 億 2 千万円を送った。各地方自治体や民間団体も今度は日本がお返しをする番とばかりに、義援金募集活動に入ったが、どうやら倒壊したビルにはもともと構造上の欠陥があったようで、人命救助活動の終結とともに数日で跡形なく片付いてしまったようである。我々調査団は 2 月下旬に台南市を訪れたが、地震の被害のようなものは何一つ見ることはなかった。こんな訳で台湾への義援金活動もいつともなく終結してしまったが、日本人が台湾に対して大きな好意的関心を持っていることが如実に表れた事例であった。

3. 台湾から日本への観光客数

日本政府観光局（JNTO）の統計によれば 2015 年の訪日外国人観光客数は過去最高の 1,973 万人であ

ったが、その内訳では中国 500 万人、韓国 400 万人、台湾 367 万人と、台湾は第 3 位であり、台湾の総人口の 15%以上の旅行者を日本に送っていることになる。台湾の人々は知り合いが日本に旅行や出張に行くとなると、これを買ってきてほしいとか、あれを送ってほしいとか代理購買を依頼するようである。頻繁に旅行する人はこれを断り切れずにいつも大変な思いをしているとの話を聞いたことがある。最近は代理購買を専門にしている日本在住台湾人や専門業者もあって、送料の高い郵便局のEMSではなく専用の海上コンテナを仕立てているので送料が安いと人気が出ているようだ。こうした代理購買業者のサイトから楽天の日本語サイトにある商品を検索できる仕組みになっている。会員メンバー登録後に申し込み明細に記入し商品代を払って、さらに送料を払い込むと送られてくる仕組みのようである。なお、JNTO の記者発表資料によると、台湾からの旅行者の消費額は日本で消費する全訪日観光客の 15%を占めている。



国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比

4. 日本から台湾への観光客数

因みに、日本から外国に出かけた日本人は、2015 年は 1,621 万人（出典JNTO）で、初めて来日者数が出国者数を超えた。出国先の内訳では中国 272 万人、韓国 228 万人、台湾 163 万人、タイ国 126 万人、香港 108 万人と続く。（内訳は 2014 年ベース）出国者数の向け地に関しては一人で一度に複数国を回るケースもあるので、どれだけ正確に統計が取れているのか分からないが、関係国の入国統計などと情報交換をしているのであろうか。JNTO のサイトには「日本人旅行者の国別訪問者数については、各国の受入国統計や国連 WTO の統計から情報入手可能な範囲で転記し JNTO で纏めています。各国が公表した日本人来訪者数（受入国統計）に基づく数字となっています••••」とある。日本の総人口から見ると台湾への旅行者は人口の 1.5%足らずと言うことになるが、台湾の人口の 15%程度の人が毎年日本に来ることのインパクトには改めて驚く次第である。

§台湾と日本の貿易

1. 台湾と日本の貿易金額

JETRO のサイトから日本と台湾との貿易金額推移を引用させていただく。

•通関ベース金額（輸出は FOB 金額　輸入は運賃保険料込 CIF 金額）単位 100 万ドル

•日本からの輸出超過だが円安の影響もあって輸出金額が減ってきている。

年	日本の輸出(A)	日本の輸入(B)	収支(A-B)
2011	52,200	18,228	33,972
2012	47,574	18,989	28,585
2013	43,162	19,222	23,939
2014	41,693	19,904	21,789
2015	38,713	19,285	19,428

日本との貿易（通関ベース）（単位:100 万ドル）

2. 2014 年の上位貿易品目

•日本の主要輸出品目　電子•電気機械、化学品、基本金属およびその製品

•日本の主要輸入品目　電子•電気機械、基本金属およびその製品、化学品

•日本は台湾の輸入相手として 2 位、輸出相手としては 6 位である。

慢性的な日本からの輸出金額超過の理由は、日本から輸出された IC チップ等の電子部品は台湾で組み立てられた製品になって世界に輸出されているからであって、国際分業システムの中では単に 2 国間の輸出入バランスを論じることが適切でない事例のひとつである。

3. 台湾にとっての上位貿易相手 5 か国(2014 年)

•輸出:中国,香港,米国,シンガポール,日本

•輸入:中国,日本,米国,韓国,サウジアラビア

2013 年までは輸入で日本が首位を占めてきたが、中国からの IC 製品の輸入が増えたため輸入相手で中国が首位を占めるようになった。

※出典:台湾経済部国際貿易局

4. 日本にとっての上位貿易相手国 5 か国(2014 年)

•輸出:米国•中国•韓国•台湾•香港

•輸入:中国•米国•オーストラリア•サウジアラビア•アラブ首長国連邦

輸出入合計で見ると中国•米国•韓国•台湾•オーストラリアの順となる。

※出典:財務省

§台湾における輸入検疫規制など

1. 日本食品輸入規制

台湾では 2011 年 3 月の東京電力福島第 1 原子力発電所事故の発生以降、福島、茨城、栃木、群馬、千葉の 5 県で生産された食品(酒類を除く)を輸入禁止対象とし、それら以外の地域の食品に対してもサンプルや全量検査を実施している。同様な規制は韓国•中国などでも行われている。こうした中、2015 年 3 月 24 日、台湾の衛生福利部食品薬物管理署(FDA)基隆弁事処は、10 社の台湾企業が、原発事故の発生で輸入禁止地域としている福島など 5 県の食品の産地を偽装して申告している事例を発見したと発表。FDA は産地偽装の疑いのある食品 283 件のリストを公表し、輸入企業に対し卸し先の企業に市場から商品を撤去するよう通知した。輸入企業 10 社が輸入禁止地域である 5 県で生産された食品について、生産地を東京など禁止対象地域以外に書き換えて申告した事例を発見した、とのことである。これら 283 件の食品から放射性物質は検出されなかったものの、FDA は違反企業に対し、卸し先の企業に商品の市場からの撤去するよう命じた。また、FDA は今回の不正申告について、食品安全衛生管理法に基づき、違反企業に 3 万台湾ドル以上 300 万台湾ドル以下の罰金を科すと発表した。

国•地域	輸入禁止対象地域	輸入禁止品目
韓国	福島•青森•岩手•宮城•茨城•栃木•群馬•千葉	水産物
中国	福島•宮城•茨城•栃木•群馬•千葉•新潟•埼玉•東京•長野	全ての食料•飼料
香港	福島•茨城•栃木•群馬•千葉	野菜•果実•牛乳•乳製品
マカオ	福島•宮城•茨城•栃木•群馬•千葉•新潟•埼玉•東京•長野	野菜•果実•牛乳•乳製品•食肉•水産物
台湾	福島•茨城•栃木•群馬•千葉•	全ての食品(酒類は除く)
シンガポール	福島	水産物
ブルネイ	福島	食肉
仏領ニューカレドニア	福島•宮城•茨城•栃木•群馬•千葉•新潟•埼玉•東京•長野•山形•山梨	全ての食品
ロシア	福島•宮城•茨城•山形•新潟•千葉	水産物

原発事故による輸入規制概略(2015 年 12 月現在)

2. 新しい輸入規制

こうした違反事例発覚の結果、2015 年5月 15 日から台湾では日本からの輸入食品に対し次の 2 条件を満たしたもののみ輸入を認めるとする新規則を発効させた。

(1) 日本からの輸入食品は、日本政府またはその授権機関が作成した産地証明書、または台湾衛生福利部に認可された産地証明書を添付しなければ輸入食品検査を申請することができない。

(2) 日本から特定食品（宮城県・岩手県・東京都・愛媛県産の水産食品、東京都・静岡県・愛知県・大阪府産の茶類製品、宮城県・埼玉県・東京都産の乳製品・乳幼児食品・飴菓子・クッキー・穀物調製品）を輸入する際には、日本政府指定または台湾衛生福利部の認可検査機関が発行した放射線検査報告書を添付しなければ輸入食品検査を申請できない。ところが厳しい輸入規制とは裏腹に台湾では日本食品の輸入金額は増えており、消費者のニーズが上昇しているのは不思議な話である。しかし、産地偽装などが頻発するとさらに規制が厳しくなる。日本側の生産者団体や輸出団体でも自主的な管理を厳しく行う必要があろう。

3. 検疫・商品検査

消費者の安全のためとか病害虫に侵入を防ぐためとかの理由をつけて自国産業保護のため輸入規制を行う手段は何処の国にも多かれ少なかれ見られることである。十数年前の話だが、日本でも中国産野菜に病害虫がいるからと輸入制限措置を行い、それではと日本で使っている農薬で病害虫を駆除して輸入すると、残留農薬があるからと、これまた輸入禁止にした。中国青島の日本商社契約農場が残留農薬を基準値以下に抑えると、全量検査制度を施行し実質的数量規制を行う目的で、各港での検疫受付件数割り当てを行うなどのほうほうで中国野菜の大量流入を防いだ歴史がある。鮮度が売り物の野菜が検疫待ちで何日も港に置き去りになってはどうしようもない。それまで市場に出回っていた中国野菜が影を消した。当時、日本では雨の日は検疫検査をして貰えなかった。横浜の通関業者団体がお金を出して屋根付きの検査場を作り、検疫検査官に来ていただいたなどと言う涙ぐましい話さえある。以前、日本の農業を守るために使った汚い手を、いま台湾が使っていると見るのは穿ちすぎであろうか。因果応報であるが、ただでさえ風評被害で苦しんでいる福島県などの農業を応援するためには、台湾での現行規則をきちんと遵守する中で放射線量の安全性につき農水省・地方自治体が説得力のある PR 活動を図っていくべきであろう。

参考資料

・地球の歩き方 2015～16　台湾　（ダイヤモンド社）

・台湾貿易センター配布資料

・交流協会配布資料

・wikipedia

・TAIPEI navi（http://www.taipeinavi.com/）

・旅々台北.com（http://www.tabitabi-taipei.com/）

・その他は文章中に記載

台湾市場調査報告書（抜粋版）

2016 年 5 月 9 日制作

監　　修　　河村　輝夫（一般財団法人生活用品振興センター）

編　　集　　春原　政則（一般財団法人生活用品振興センター）

制　　作　　一般財団法人生活用品振興センター　業務部

〒103-0013　東京都中央区日本橋人形町二丁目 15 番 2 号　松島ビル 4F

TEL 03-3639-8881　FAX 03-3639-8880　E-mail info@gmc.or.jp

本資料を引用・転載する場合は、制作宛にご一報いただければ幸いです。