

国・地域名

【更新】2021年6月

台湾																												
<p><b>人口・経済発展状況等</b></p> <p>〔参考：日本〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●人口：1億2,563万人（2020年1月推計値、「人口推移」総務省統計局）</li> <li>●実質GDP成長率：-4.6%（2020年度、内閣府）</li> <li>●1人あたりGDP(名目):4万146ドル（2020年4月、IMF）</li> </ul>	<table border="1"> <tr> <td>・ 人口</td> <td>2,351.4 万人</td> <td>2021年4月、行政院主計総処</td> </tr> <tr> <td>・ 実質GDP成長率</td> <td>3.12 %</td> <td>2020年、行政院主計総処</td> </tr> <tr> <td>・ 1人あたりのGDP(名目)</td> <td>28,371 ドル</td> <td>2020年、行政院主計総処</td> </tr> <tr> <td>・ 為替レート(1台湾元)</td> <td>3.97 円</td> <td>2021年 三菱UFJ銀行 為替相場 2021年6月18日時点</td> </tr> <tr> <td>・ 日本の直接投資額</td> <td>9億6437万 ドル</td> <td>2020年 經濟部投資審議委員會</td> </tr> <tr> <td>・ 進出日系企業</td> <td>1,183 社</td> <td>東洋経済 海外進出企業総覧2021</td> </tr> <tr> <td>・ 在留邦人</td> <td>24,552 人</td> <td>外務省「海外在留邦人数調査統計」令和3年版</td> </tr> <tr> <td>・ 訪日外客数</td> <td>694,476 人</td> <td>2020年、日本政府観光局（JNTO）</td> </tr> <tr> <td>・ 日本食レストラン数</td> <td>9,126 店</td> <td>インターネットサイト「愛食記」に記載の「日式」店舗数 https://ifoodie.tw/</td> </tr> </table>	・ 人口	2,351.4 万人	2021年4月、行政院主計総処	・ 実質GDP成長率	3.12 %	2020年、行政院主計総処	・ 1人あたりのGDP(名目)	28,371 ドル	2020年、行政院主計総処	・ 為替レート(1台湾元)	3.97 円	2021年 三菱UFJ銀行 為替相場 2021年6月18日時点	・ 日本の直接投資額	9億6437万 ドル	2020年 經濟部投資審議委員會	・ 進出日系企業	1,183 社	東洋経済 海外進出企業総覧2021	・ 在留邦人	24,552 人	外務省「海外在留邦人数調査統計」令和3年版	・ 訪日外客数	694,476 人	2020年、日本政府観光局（JNTO）	・ 日本食レストラン数	9,126 店	インターネットサイト「愛食記」に記載の「日式」店舗数 https://ifoodie.tw/
・ 人口	2,351.4 万人	2021年4月、行政院主計総処																										
・ 実質GDP成長率	3.12 %	2020年、行政院主計総処																										
・ 1人あたりのGDP(名目)	28,371 ドル	2020年、行政院主計総処																										
・ 為替レート(1台湾元)	3.97 円	2021年 三菱UFJ銀行 為替相場 2021年6月18日時点																										
・ 日本の直接投資額	9億6437万 ドル	2020年 經濟部投資審議委員會																										
・ 進出日系企業	1,183 社	東洋経済 海外進出企業総覧2021																										
・ 在留邦人	24,552 人	外務省「海外在留邦人数調査統計」令和3年版																										
・ 訪日外客数	694,476 人	2020年、日本政府観光局（JNTO）																										
・ 日本食レストラン数	9,126 店	インターネットサイト「愛食記」に記載の「日式」店舗数 https://ifoodie.tw/																										
<p><b>日本からの農林水産物輸出状況</b> (2020年農林水産物・食品の輸出実績 農林水産省)</p>	<p><b>4位 976億円 うち農産物753億円(77.1%)、林産物22億円(2.2%)、水産物202億円(20.7%)</b></p> <p><b>輸出額の多い品目： りんご、ソース混合調味料、アルコール飲料、ホタテ貝、牛肉</b></p>																											
<p><b>味覚、嗜好上の特徴</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一般的に、薄味が好まれる。台湾のみそ汁やマヨネーズ等は日本人にとって味が薄かったり、甘く感じられることも多い。</li> <li>・ スイーツの糖度は基本的に日本よりも低いが、ジューススタンドのドリンク等は日本よりも甘い傾向にある。</li> <li>・ 一方、日本に旅行経験のある人や若年層を中心に、本場（日本）の味を好む層も存在する。</li> <li>・ 宴会以外で食事中に酒を飲む人は少なく、食事をする場所と酒を飲む場所を区別していることが多い。ワインは常温で飲める「赤」が主流。クラフトビールの人気も高まっている。</li> <li>・ ご飯は白飯ではなく、何かをかけて食べるケースが多い。</li> <li>・ 日系の回転寿司や高級寿司店では日本産水産物の寿司ネタが人気。</li> <li>・ 商品自体は台湾市場にすでにあるものでも、日本産品として製法・パッケージ・ブランドカ・味等で明確に差別化できる商品が求められる。</li> </ul>																											
<p><b>制度的制約</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 牛肉：厚生労働省が認定し台湾政府当局が承認した食肉処理施設に由来すること、月齢30カ月未満の牛に由来すること等を条件に、輸入可能。</li> <li>・ 豚肉：日本の豚コレラ発生に伴い輸入一時停止。</li> <li>・ 鶏肉：輸入不可。</li> <li>・ 鶏卵：日本の鳥インフルエンザ発生に伴い輸入一時停止。</li> <li>・ 乳・乳製品：2019年3月1日から衛生証明書の添付が必要。</li> <li>・ 貝類：2018年1月1日から衛生証明書の添付が必要。重金属（基準値超え）の関係で輸入できないことがある。</li> <li>・ コメ：2003年から関税割当品目となっている。関税割当外の輸入は、1kg当たり45台湾元（1台湾元=3.67円：2020年6月5日現在）の関税が課されるため、関税割当の輸入枠の配分を受けた業者経由で輸出するのが現実的。</li> <li>・ 野菜、茶、果物、水産物：輸入時検査で不合格となる事例が増えているため、台湾の残留農薬基準、食品中汚染物質及毒素衛生基準等に適合しているか輸出前に確認することを推奨。</li> <li>・ 包装済み食品には、2015年7月から栄養成分表示の一つとして、新たに「糖」の表示が義務付けられた。また、2020年7月1日からアレルゲン表示対象物質が6点から11点に変更された。</li> </ul> <p>&lt;原発関連規制&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 福島、茨城、群馬、栃木、千葉産：すべての食品（酒類を除く）が輸入停止。</li> <li>・ 上記を除く42都道府県産の食品についてはすべての食品（酒類を除く）に産地証明書、一部放射性物質検査報告書提出が必要。うち、野菜、果実、水産物、海藻類、乳製品、飲料水、乳幼児用食品は台湾にて全ロット検査。加工食品は台湾にてサンプル検査。</li> <li>・ 岩手、宮城、東京、愛媛の水産物：検査機関が発行する放射性物質検査報告書が必要。</li> <li>・ 宮城、埼玉、東京の乳幼児用食品、乳製品、キャンディー、ビスケット、穀類調製品等：同上。</li> <li>・ 東京、静岡、愛知、大阪の茶類産品：同上。</li> </ul>																											
<p><b>商流・物流・商習慣</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高級百貨店（SOGO、微風広場、新光三越、高島屋等）の高級スーパーでは日本産食品が豊富に売られているが、一般スーパーや量産店で売られている日本産食品は調味料等一部の食品のみ。</li> <li>・ スーパーマーケット、コンビニエンスストア、レストラン等で冷蔵・冷凍品も問題なく流通しており、独自のコールドチェーンが整備されている。</li> <li>・ 旧正月、中秋節に食品（高級フルーツや和牛等）のギフトを贈る習慣がある。</li> </ul>																											
<p><b>Eコマースの概要</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 台湾人のEC利用率は全人口の約80%（約1,880万人）。</li> <li>・ 品目別では「日用品」「家電・電気製品」「衣料品」「食品」が人気。</li> <li>・ 主要ECサイトはシンガポール系のShopee（蝦皮購物）、Pchome（網路家庭）、momo購物平台などがあり、日系では楽天も進出済み。</li> </ul>																											
<p><b>外食・小売等の状況</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中華・台湾料理の次に日本食レストランの数が多く、日式と呼ばれる現地の日本料理店も多数存在するが、他国・地域と比較して、相対的にレベルは高い。</li> <li>・ 全般的に薄味を好むが、本物志向で日本と同じ味を好む層も増えており、味付けをローカライズしない店の方が人気が高い。</li> <li>・ コンビニの数が多く（セブンイレブン約5千店、ファミリーマート約3千店）、スナックやカップ麺、弁当のほか、コーヒー等の飲料がよく売れている。</li> </ul>																											
<p><b>日本食普及状況等</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本産食品は種類、量ともに豊富であり、成熟市場。</li> <li>・ 日本産品であれば一度はトライアルで使ってもらえる可能性があるが、継続するかは別問題。市場における競争は非常に激しい。</li> </ul>																											