

基礎データ	人口	2,327万人(2022年)
	名目GDP	7,605億米ドル(2022年)
	1人当たりGDP	32,690米ドル(2022年)
	実質GDP成長率	2.4%(2022年)

日本との関係	日系企業数	1,502社(2022年)
	在留邦人数	21,102人(2023年)
	日本食レストラン数	7,440店舗(2023年)

1

市場の特性と消費の傾向

台湾産のコメの販売が主流

A 市場の特性

コメは台湾の主食の一つで、2023年の生産量は約110万トン、輸入量は約10万トンです。日本からの輸入量は、2023年は過去10年間で最高となっています。外国産には輸入枠や追加関税が設けられているため、割高となっています。コメの1人当たりの年間消費量は2012年の45.6キロから2021年の43キロまで減少しています。一方で、食の欧米化に伴いパンや麺類等の小麦の消費が増えており、小麦の年間消費量は同時期で35.7キロから38.7キロへと増加傾向にあります。

B 消費の動向

台湾では、もともと長粒種が栽培されていましたが、日本統治時代に日本稲が導入され、台湾在来種との交配などもあり蓬莱米として短粒種が普及しました。日本産米はコメの最高級品種というイメージが持たれており、特別な時や場所で食されることが多いです。近年、現地産「コシヒカリ」なども品質が上がってきていますが、最高価格でも100台湾ドル/kg、日本産は最低価格でも150台湾ドル/kgと価格差があります。

日系回転寿司店や日系の牛丼、カレーチェーン店等の業務用として日本産米の需要が増えています。飲食店によっては、日本産米使用をアピールし、差別化を図る取組を行っているところもあり、浸透していけば日本産米使用を理由に消費者にお店が選ばれることも期待されます。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

MY(7月～翌6月)	2021	2022	2023
生産量(千トン)	1,093	1,103	1,100
消費量(千トン)	1,150	1,100	1,100
輸出量(千トン)	141	150	150
輸入量(千トン)	119	100	100

(出典)USDA(精米ベース) 2024年1月30日時点

表-2 日本からのコメの輸出状況

暦年	2021	2022	2023
輸出量(トン)	1,907	2,532	3,096
輸出単価(円/kg)	301	283	282

表-3 日本からの米菓の輸出状況

暦年	2021	2022	2023
輸出量(トン)	1,123	945	941
輸出単価(円/kg)	1,112	1,216	1,320

表-4 日本からの包装米飯等の輸出状況

暦年	2021	2022	2023
輸出量(トン)	123	127	202
輸出単価(円/kg)	805	901	839

表-5 日本からの米粉の輸出状況

	2021	2022	2023
輸出量(トン)	2	5	3
輸出単価(円/kg)	2,192	1,634	2,249

(出典)財務省「貿易統計」(政府による食糧援助を除く) 2024年1月30日時点

コメの主な輸入先国・地域

米国、タイ、ベトナム、オーストラリア、日本、ミャンマー

2

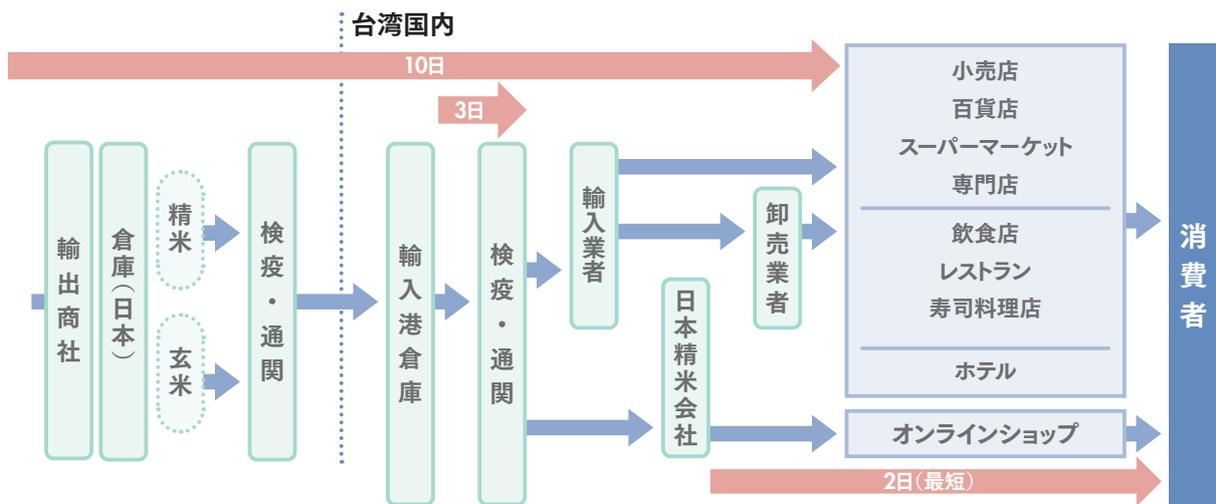
流通チャネルと取引慣行

コメは輸入ライセンスが必要

A 日本産米の流通経路

日本からの輸出について、玄米の場合は輸出検査が必要ですが、精米は不要です。台湾では、コメの輸入にはライセンスが必要で、毎年数回輸入権の入札が実施され、落札した認可輸入業者が割当分を輸入出来ます。割当外の場合は高額な関税がかかります。輸入業者は卸を通さずに販売する事が多いものの、一部大手小売業者は卸を通させることがあります。

なお、インタビューによれば、各段階におけるそれぞれのマージン(利益幅)は輸入業者約5～30%、卸業者約5～30%、小売業者約30～40%となっています。



(出典)日本貿易振興機構(JETRO)/岡山県「輸出のヒントがわかるハンドブック ～ぶどう・もも・米・加工品～」(2019年3月)

B 取引慣行

輸入枠や入札ルールがあることで、在庫リスクが発生する事もあり、市場の需要に柔軟に対応することが難しい、取扱量を簡単に増やせない等の課題があるという意見があります。

コメの輸入枠の割当は、入札で申請された権利金額の高い業者から配分が行われます。関税割当外のコメの輸入は45台湾ドル/kgの関税が課されます。このため、関税割当を受けている輸入業者を経由して輸出を行うことが、コストを抑える上で重要です。

また、コメに適した温度の保管倉庫の供給も限られているため、急な在庫量の増加には対応が難しい場合もあり、在庫量の管理が重要となります。

3

関税割当枠と関税

コメ、コメ加工品共に関税割当制度が適用

■ 関税割当枠

コメはWTO協定に基づくミニマムアクセス米として関税割当(TRQ)の対象となります。関税割当の総量は、玄米ベースで毎年144,720トン、そのうち政府輸入分は65%(94,068トン、対象は米国(64,634トン)、オーストラリア(18,634トン)、タイ(8,300トン)及びエジプト(2,500トン)の4か国)、民間輸入分は35%(50,652トン)で、台湾銀行を通して関税割当を得た民間企業が

WTO加盟国から輸入することになっています。日本からの輸入米は、この民間輸入分の対象となります。関税割当はコメだけでなく、米粉や米でん粉等にも適用されています。なお、包装米飯等のうち、コメの含有量30%以上の調理済み食品も関税割当制度の対象です(2023年の関税割当総量は31,575トン)。また、コメについてはWTO・農業協定第5条に基づく特別セーフガードも設けられており、輸入価格が政府が定める基準価格を下回った時に最大基準価格の52%追加関税、割当量を上回った時に通常関税の1/3の追加関税が発動されます。

■ 関税

コメ：割当内関税率は無税、割当外関税率は45台湾ドル/kg

包装米飯：割当内関税率は無税、割当外関税率は49台湾ドル/kg

米菓：割当内関税率は無税、割当外関税率は輸入価格の20%

米粉：割当内関税率は無税、割当外関税率は49台湾ドル/kg

4 検疫制度と食品規制

玄米は植物検疫証明書が必要

A 検疫制度

精米、米粉や米菓は植物検疫証明書なしで輸出できます。粳、玄米、破碎米及びもち米は植物検疫証明書の添付が必要です。

B 食品規制

■ 製品表示の内容

コメのラベル表示は、食糧管理法と食品表示弁法により、以下の項目を中国語(繁体字)で表示することが求められます。なお、輸入時点で表示ラベルがなければ輸入できません。また、台湾には中華民国国家標準(CNS)もありますが、こちらは任意です。

- a. 商品名：食品の名称および分類
- b. 品質規格：原材料の品質規格の組み合わせ内容
- c. 原産地(国名および都道府県名)
- d. 重量：包装または容器に入れられた内容物のネット重量
- e. 加工日(精米・製粉)：生産された年月日
- f. 賞味期限または消費期限
- g. 製造者及び輸入業者情報：名称、電話番号および住所

包装米飯・米菓・米粉等には食品安全衛生管理法により、以下の項目を中国語(繁体字)で表示することが求められます。

- a. 商品名：食品の名称
- b. 原材料名(成分割合の大きい順に記載)
- c. 原産地(国名および都道府県名)
- d. 重量、容量、又は数量
- e. 食品添加物の名称
- f. 製造者及び輸入業者情報：名称、電話番号および住所
- g. 賞味期限または消費期限

- h. 栄養表示(1食分もしくは1包装あたりの含有量及び割合。表示義務のある栄養素は熱量、タンパク、脂質・飽和脂肪飽和脂肪酸・またはトランス脂肪酸、炭水化物、糖類、ナトリウム、食物繊維)
- i. 遺伝子組み換え食品原材料の使用の有無
- j. アレルギー表示:(甲殻類、マンゴー、落花生、牛乳、ヤギ乳、卵、堅果類(クリ、クルミ等の種子)、ゴマ、グルテンを含む穀物、大豆、魚類、およびその製品)。「本製品には〇〇が含まれています」等に類する一文、または含有するアレルギー物質をすべて原材料に記載することが必要です。(2020年7月1日より)

■ 残留農薬基準

残留農薬基準に以下の情報が記載されています。(<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=L0040083>)

- 別表第1……………残留農薬基準表
- 別表第2……………外因性残留農薬の標準許容値
- 添付資料3……………規制対象外農薬のリスト
- 添付資料4……………使用禁止農薬リスト
- 添付資料5……………残留農薬基準表における作物及び農産物の分類

■ 東京電力福島第一原子力発電所事故に関連した輸入規制

福島、茨城、栃木、群馬、千葉県産のコメ・コメ加工品は放射性物質検査報告書及び産地証明書を輸出の際に提出しなければなりません。それ以外の都道府県産のコメ・コメ加工品については、産地証明書の取得が必要となります。

日本産米の価格は台湾産の約2倍以上

A コメの販売価格

日本産米の価格帯は200～300台湾ドル/kgです。台湾産「コシヒカリ」等の高級ブランドの価格帯を130～180台湾ドル/kgとすると約1.5倍～2.3倍、低価格ブランドの価格帯を40～60台湾ドル/kgとすると、5～7.5倍になります。

このため、贈答用や高級飲食店等で使われることが多いほか、最近増加している日系飲食チェーン店もその多くが日本産米を売りにしています。

輸入量の多いタイ産米は、80～110台湾ドル/kgです。

一方ネット販売では、日本産米を3～4割引で販売しているものも見受けられます。

B コメ加工品の販売価格

包装米飯については、1パック当たりの容量は異なりますが、約50～60台湾ドル/200gです。日本産と他国・地域産（韓国、台湾）の価格差はそれほどありません。

米菓については、日本産との類似品は多くあり、日本産の価格差は他国産の1.5～2倍程度です。例えば日本産米菓「雪の宿」と台湾産「銀雪」は、それぞれ86台湾ドル/100gと42台湾ドル/100gとなっています。

米粉は台湾産が大半を占め、容量250gが主流の商品です。

表-6 コメの販売価格(調査月:2023年7月)

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (台湾ドル)	販売単位での 円換算*
台北 店頭				
楽米穀場 有機越光米	台湾	1kg	179	820
池上生態有機白米	台湾	1.5kg	199	911
長鮮米	台湾	2.7kg	199	911
泰國茉莉香米	タイ	1.8kg	139	637
ななつぼし	日本	2kg	560	2565
究こしひかり	日本	2kg	459	2102
ECサイト				
三好米 一等米(5kg)	台湾	5kg	299	1,369
楽米穀場 台東池上産特別栽培越光米	台湾	1.5kg	189	866
蘋果市集 泰國特選茉莉香米(5kg/包)	タイ	5kg	552	2,528
悦生活 谷穂・特A級 北海道百戸農家選選 最愛月夜米100%日本直送	日本	2kg	751	3,440
木徳神糧 日本一番米	日本	2kg	449	2,056

表-7 包装米飯の販売価格(調査月:2023年7月)

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (台湾ドル)	販売単位での 円換算*
台北 店頭				
サトウのごはん	日本	200g	100	458
秋田県産 あきたこまち	日本	150g×4	225	1031
低温製法米の美味しいごはん	日本	180g	55	252
ECサイト				
南僑 御米飯	台湾	200g×12	660	3023
韓國忠清南道 即食微波白米	韓国	210g	62	284
サトウのごはん	日本	200g×3	179	820
低温製法米の美味しいごはん	日本	180g	55	252
北海道産ななつぼし 炊き立てご飯	日本	150g×4	189	866

表-8 米菓の販売価格(調査月:2023年7月)

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (台湾ドル)	販売単位での 円換算*
台北 店頭				
亀田のつまみ種 10種	日本	120g	135	618
雪の宿	日本	134g	115	527
おかき餅	日本	90g	115	527
うす焼	日本	70g	70	321
有田巻	日本	50g	59	270
ECサイト				
旺旺仙貝 香米餅 迷你包(8枚)	台湾	24g	9	41
【旺旺】銀雪分享包(米果)	台湾	250g	79	362
萬歳牌 米果綜合果鹽味【カルフル】	台湾	200g	149	682
【旺旺】米小餅・紅麴口味(米果)(16g*10袋)	台湾	160g	75	344
三幸製菓 新潟仕込み(醤油風味)	日本	126g	69	316
亀田 海苔巻き せんべい12枚	日本	63g	65	298

表-9 米粉の販売価格(調査月:2023年7月)

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (台湾ドル)	販売単位での 円換算*
台北 店頭				
虎牌 純米米粉(ビーフン)	台湾	250g	109	499
龍口特級吹粉	台湾	450g	79	362
ECサイト				
新華 新竹米粉1包(250g/包)	台湾	250g	30	137
虎牌米粉(純米製造) 260g	台湾	260g	85	389

* 1台湾ドル=4.58円

EC市場が拡大

台湾におけるEC市場はコロナ前と比べ急速に拡大しており、2019年から2022年では売上が約72%も増加しています（台湾経済部零售業網路銷售額統計調査）。2021年小売業全体のオンライン販売は4,303億台湾ドル（約2兆円相当）に上ります。また、台湾のEC化率（全ての商取引金額に対する「EC市場規模」の割合）は約19%といわれており、日本の約3倍にもなります。2022年には「モバイルでオンラインショッピングをする習慣がある人」が92%という統計も出ており、オンラインショッピングが非常に浸透しています。

主要なECショッピングプラットフォームは以下のとおりです。蝦皮、MOMO及びPCHomeの利用率はそれぞれ61%、59%及び43%となっています。

主要ECサイト	a. 蝦皮 (shopee)	https://shopee.tw/
	b. MOMO	http://m.momoshop.com.tw/main.momo
	c. PC home	https://24h.pchome.com.tw
	d. 楽天台湾	http://www.rakuten.com.tw
	e. Amazon台湾	https://www.amazon.com/-/zh_TW
	f. 東森購物 (ETmall)	https://www.etmall.com.tw/

日本から越境ECで販売する場合の留意点

運営サイトが台湾にある場合はラベル表示や台湾の薬事法などを順守しなければなりません。

a. 日本の通販サイトに登録し、日本の商品発送拠点から台湾向けに販売する場合

日本のインターネット通販サイトに登録し、日本の倉庫からEMSなどで輸出する場合は、商品の販売については台湾の規制は適用されません。

b. 台湾の通販サイトに情報を登録し、発送は台湾外から行う場合（台湾には拠点を有していない）

台湾の通販サイトに登録し、日本の倉庫からEMSまたはクーリエで輸出する場合は注意が必要です。

1. 商品が海外から直送されようとも台湾の規制を受けます。例えば、酒類等は年齢確認が必要です。
2. 個別の販売商品についてそのラベル等に台湾の「商品標示法」で記載が義務付けられている事項を中国語（繁体字）で記載することが求められます。
3. 台湾での商品販売について営業税（日本の消費税に相当）の納税義務が生じます。

詳しくは（JETRO「電子商取引における留意点：台湾」）を参照してください：

<https://www.jetro.go.jp/world/qa/W-151101.html>

訪日観光客も多く「日本産米が美味しい」というイメージは定着していますが、台湾産「コシヒカリ」等の現地ブランドの品質も年々高くなっています。一方で各自治体による営業活動などもあり、日本産米の産地・銘柄が店頭に溢れているという意見もあります。現在の日本産米のブランドイメージを維持しつつ、自社の製品の違いを消費者に幅広く伝え、消費者に支持されるための努力も必要になっています。業務用では、日本産米使用による他店との差別化や他国産米との価格差を埋めるブランドストーリーの発信、美味しさを引き出す調理方法の提案等に取り組む事業者と組む事が必要となっています。