海外レポート | **台湾　台北**

台湾内外で巻き起こる新・韓流ブーム

歐元韻

この５月から日本の年号が変わります。日本では新年号をビジネスチャンスと捉え「令和」関連商品が続々と発表されております。一方、ここ台湾では従来の韓流ブームとは趣を異にする韓流ブームが新たに巻き起こっております。高雄市長、韓國瑜氏の姓「韓」と韓流ブームと言う言葉をかけあわせた全く別の流行現象です。また、今回の韓流ブームを語る上で欠かせないキーワードが「肉まん」です。

＜高雄市のインフルエンサー＝韓國瑜市長＞

台湾南部を代表する都市、高雄市では昨年の１２月に韓氏が新市長に就任しました。一般庶民からは親近感を有するキャラクターが多数の人々に受け入れられ、従来の政治家とは異なるタイプとして一躍時の人となりました。就任前から（海外に商品を売って、観光客が大勢訪れ、高雄の市民は金持ちになる)など、そのユニークな発言内容及びや言動でアピールすることでも有名です。就任後は、海外にて高雄産農産品の売買契約を成立させるほか、インフルエンサーとしての役割も担い、ライブ配信にて高雄の名店、名産品などの紹介も行っています。

＜肉まん＝韓國瑜市長＞

中国語では田舎者という表現を、その人物のことを肉まんみたいな奴(※中国語では土包子)と皮肉ることがあります。一部の政治家がフェイスブックなどで、韓氏を「土包子」と揶揄し批判したことで、即座に高雄市観光局が反応し「高雄肉まん選抜選手権大会」の開催を公表しました。おかげで高雄の肉まんは一夜にして名産品となり、韓氏も「肉まん」市長として人々から絶大なる人気を誇る存在として認知されております。短期間でこの様な結果を得るにはSNS の影響力が大ですが、影で活躍したマーティング部門の存在が欠かせません。

＜台湾インターネットコミュニティ＞

台湾はいわゆるネット社会です。Digital in 2018 in Eastern Asia の発表によれば、１か月のFBアクティブユーザー数は約１９００万もあり、台湾総人口２３５０万人強の約８０％に相当します。また、台湾のFBは一種の娯楽性を重視したコミュニティの場として認知されており、ユーザー間でのあらゆる情報交換が可能なため、ビジネス業界でも自社マーケティング戦略の重要なキーポイントとして捉えられております。また、日本以上にインフルエンサーやユーチューバーなどの個人が発信する情報が影響力を及ぼすという傾向から、商品によっては、自社のウェッブサイトよりも個人による情報発信を重要視したマーケティング戦略を採用する企業も多数あります。ちなみに、台湾FBユーザー年齢層別構成比は０～１４歳が１２．８８%、１５～６４歳が７２．３５%、６５歳以上が１４．７６%とのこと。利用者数から見れば２５～３４歳の社会人層が５１０万人、３５～４４歳の中年社会人層が約４３０万人、１８～２４歳の青少年層が約３６０万人との結果が公表されております。

＜再び活気を帯びる高雄＞

韓市長の登場により、高雄は俄然活気づいております。一時は減少していた中国大陸からの観光客も再び増加傾向に転じ、鴻海(Foxconn)社からは高雄への投資を表明し、百貨店も投資拡大を表明しております。もともとは北の台北、南の高雄と呼ばれるほど台湾二大都市の一つとして認知されておりましたが、ここ数年は以前ほどの勢いが失せた感もありました。しかし、これからは、高雄はもちろんのこと、今年度のランタン祭りを成功させた屏東、商工業分野で目覚ましい発展を遂げている台南と、南部への注目度が日に日に高くなっております。読者の皆様も、この機会に台湾南部にも関心を持っていただき、また、台湾を訪れた際には、「小籠包」も悪くないのですが、「肉まん」もぜひ召し上がってみてください。