

## 台湾ハサミ経済 - 台湾の食習慣変化事情について

歐 元韻

今回は、台湾でひとつの社会現象としてマスコミなどに取り上げられる機会が増えております「ハサミ経済」をテーマに台湾の食習慣における変化を紹介してみたいと思います。

## ＜ハサミ経済とは＞

「ハサミ経済」とは、消費者の利便性を最優先に考え出された商品(食品)やサービスが一般消費者の間で好評を博し、普及したことで生まれた造語です。調理することなくハサミで袋の口を切り取り、中身を取り出すだけで美味しい料理を食べることができるという、手軽さに目をつけた企業、マスコミなどが時の話題として、PR も兼ねてこぞってアピールしたことに起因します。

そもそも台湾では、早くから女性の社会進出(労働含む)が進んでおり、就業人口が全人口(内政部公布人口 23,593,794 人)の49.17%に該当すると言われる中で、いわゆる労働力としての女性たちの社会参加率は51.64%ぐらいと言われております。働く女性が多数を占める台湾では、今後益々加速すると言われております核家族化と相まって、最近では自宅で調理を行わない家庭が増加しております。一週間のうち調理をする回数が1~4回以内という頻度の低い家庭が三割増加したとの報道もあり、従来の中食、外食業者は勿論のこと、百貨店、スーパー、コンビニなどの小売業者も巻き込んだ市場規模の拡大は当分の間続くとの見方です。

## ＜変化する台湾のコンビニ事情＞

台湾の冷凍調理食品は 2016 年度の営業額は 237 億元(約 829.5 億円)に達し、年成長率は 8%を記録しております。商品購入後、調理することなく料理を食べることができるという、このお手軽商品やサービスに注目して中食商品を強化し、極端に言えば一般消費者に将来的にはキッチン不要と思わせるべく、利便性に重点を置いた経営戦略を打ち出している企業が台湾のファミリーマート社です。

コンビニエンスストア密度世界一を誇る台湾市場で生き残るため、地域の人たちに実店舗を「地域における大型冷蔵庫兼簡易キッチン」として認知、活用してもらうべく、惣菜の半製品ラインナップを充実させ、野菜フルーツ類、冷凍生鮮食品、加工食品、調味料などまで幅広く取り扱い、従来のコンビニとは異なるコンセプトの新業態店舗を展開しております。2017 年には全店舗数のうち 600 店舗が新形態にて運営されていたのが、2018 年では 1,000 店舗を超える規模にまで拡大成長しているとの説明です。2017 年の記者会見でも、「これからは包丁を片付けて、ハサミで調理する簡単調理時代の到来」を宣言しました。



【台湾ファミリーマート社】

## ＜デリバリー時代の到来＞

台湾の「ハサミ経済」現象を語る上で欠かせないのが、中食における「デリバリー」です。従来の「テイクアウト」「ケータリング」に比べ注目度が低かったデリバリー分野ですが、2019 年はデリバリー市場が飛躍的拡大を遂げたことで世間の注目が一気に集まるようになりました。

台湾フードデリバリー業界のリーディングカンパニー「フードパンダ」社の取締役社長、方俊強氏がマスコミに向けて語った内容によりますと、台湾の総飲食店舗数は 2018 年の時点で 14 万店舗を超えたとの発表でしたが、フードデリバリーサービスを活用している飲食店はその内の僅か 18%にとどまっており、裏を返せば未だ 82%の飲食店がフードデリバリーを利用していないことになるので、業界内での成長はまだ可能と力強く語ったとのことです。



【フードパンダ社】



【ウーバーイーツ社】

台湾政府経済部統計局の資料でも 2018 年の台湾飲食業界全営業額は 4,731 億元(約 1兆6,607 億円)に達し、その内デリバリーが占める割合は約 5%であるとのことです。その営業額 237 億元相当(約 829.5 億円)のビジネスチャンスをもたらすとの見解を発表しております。フードパンダ社を筆頭にアメリカ外資系企業 UberEats 社(本社:Uber)、イギリス外資系企業 Deliveroo 社(本社:Amazon)、有無快送社(本社:信義グループ)などの大手数社がしのぎを削る台湾デリバリー市場は今後激しさをより増していくことが容易に予測できます。