

## コロナ禍でも挑戦を続ける県内企業

富山県台北ビジネスサポートデスク 所長 平川 正紘

コロナ禍においても日本からの台湾進出は後を絶たない。特にサービス・小売・飲食業界は顕著であり、県内企業においても2022年は㈱リッチェル、㈱能作の2社が本格的に事業展開を開始する。それぞれの企業の狙いや事業展開や如何に。

### 1. 株式会社リッチェル

#### 台湾ビジネスの変遷

同社の台湾での商売は2003年からスタートしており、主にベビー商品とペット商品を代理店を通じて消費者に届けている。台湾市場参入は決して後発では無いが、事業開始後、約10年間は「現地総代理店の後方支援」をメインにしており、台湾での市場の伸びしろを、当時強く感じていたとのことだ。一方、2008年以降は、同社の全社方針としてアジア圏を中心に海外における売上比率を高める方針を打ち出し、台湾でも「総代理店を通じて」積極的にプロモーションや営業活動を行うようになっていった。

その後、ビジネス環境が急速に変化する中で、代理店を通じての商売に壁を感じるようになり始めたのも事実である。実は総代理店には少ない投資で現地の販路を構築できるというメリットがある一方で「温度感のある顧客の反応」や「市場環境や流通変化」をリアルタイムでキャッチアップすることが難しいという側面もある。新たなステージへと向かうためには、自社で積極的な意思決定をする必要性を感じており、この度、現地法人を設立する運びとなった。勿論、法人設立にあたり、既存の代理店への後方支援も今まで以上に積極的に取り組み、今後自社で開拓する販売ルートと既存のお客様との共存を基本路線にしている。

(社名：台湾利其爾股份有限公司、設立2021年9月)



台湾リッチェル社の麻野董事長と本社ロゴ

#### 台湾市場に関して

他のアジア諸国と比較しても台湾はライフスタイルが日本に近く、また日本商品への信頼も厚いことから、参入障壁の比較的低い市場と考えているとのことだ。一方で競合他社製品も数多く流通しており、顧客開拓の鍵は「プロモーション」であるとしている。

特に日本と台湾の消費者では「情報の入手経路」に違いがあり、日本では実際の売り場や大手メディアでの露出効果がまだまだ大きい。一方で台湾の場合、口コミやSNSの影響力が大きく、日本と台湾では顧客への訴求方法が全く異なる。

#### 今後の展開

既存のベビーやペット分野におけるプロモーション、代理店の販売支援や新規販路開拓だけでは無く、新しい分野への参入も見据えており、中でも介護分野には注目をしている。実は2021年の台湾の出生率は1.07であり、これは世界で最も低い値であり、今後、急速に高齢化社会を迎える

と言われている。現状、日本のような介護保険制度は無く、法規制などがきちんと整備されているとは言い難い為、事業環境としては難しい側面も多いが、市場調査を兼ねてネットワークを構築中とのことである。

また既存商品を販売するだけでは無く、日台友好に繋がる取り組みも積極的に企画していく予定だ。その最初の試みとして、現地法人設立記念キャンペーン用に台湾限定の「コロナ禍でも日本を身近に感じて頂くオリジナル商品」の開発を行った。台湾リッチェル社を通して、台湾の皆様にも日本を少しでも感じてもらえれば幸いであり、今後も微力ながら日台交流に寄与できる取り組みを考えていきたいとしている。



日本らしさを訴求した、台湾限定商品

## 2. 株式会社能作

### 設立趣旨

同社は現地 LOTA グループとの合弁で事業を行っている。主な事業内容は能作商品の販売事業であり、現地文化に寄り添った商品開発、販売方法を実践していくことを重要視している。その為、現地デザイナーとの提携を積極的に進めている。将来的には能作事業以外にも新しい素材の取り扱いへの挑戦も見据え、社名も能作貴稀金属股份有限公司としている。また台湾事業を切っ掛けに中華圏全般のマーケットに進出をする予定である。

### 2022 年の取り組み

同社の 2021 年は市場調査、現地デザイナーとの商品開発、旗艦店舗の設計など、主に飛躍に向けた準備の一年であった。

その中でも旗艦店舗のオープンが 2022 年のメイン事業となる。コンセプトをショールームとし、また立地も富裕層が集まる台北市大直エリアの路面店を選択している。メインターゲットを周辺の富裕層をとしながらも、市内中心部からも来店いただけるように、各種イベントにも対応した空間でファンの獲得に努めている。

もう一つのメイン事業は現地デザイナーとの商品開発である。富山県総合デザインセンターが台湾デザイン研究院と MOU を締結していることから、デザイナーのマッチング支援を活用した。

元々同社では「お客様のニーズは売り場が一番把握している」という考えのもと商品の企画開発を行っており、台湾向けの商品開発を行う際に、現地のデザイナーと提携することは当然であった。現地デザイナーと商品企画を行うことで、今までとは異なる着眼点があり、新しい商品ジャンルへ挑戦している。

自分たちの作りたいものや得意なもの売り込むのではなく、必要とされるもの、求められるものを具現化出来ることが同社の強みなものかもしれない。



台湾旗艦店の施工の様子