

〔台湾〕

立山うまれの天然水の台湾展開

富山県台北ビジネスサポートデスク 所長 平川 正紘

1. 事業趣旨

立山町（立山黒部アルペンルート）には年間13万人以上（2015年）の台湾人観光客が訪れているが、立山町全体の認知度向上や地元産品の購入という点に関してはまだまだ伸びしろがある。その為、本事業では「雪の大谷」の知名度を活かし、立山うまれの天然水（ミネラルウォーター）のラベルデザインを「雪の大谷」に一新し、台湾での販路構築及び更なるインバウンドへ取り組むことが目的である。



パッケージを変更した立山生まれの天然水

2. 輸出の流れ

海外への販路拡大に際して輸出入の手続きは必要不可欠である。特に台湾では2015年に食品表示の偽装事件が発覚し、その後、「放射性物質検査証明（FDAの公告地域のみ）」「原産地証明証」「生産工場の証明書」の提出が義務付けられている。

- ・「原産地証明証」は管轄の県または商工会議所が発行。
- ・「生産工場証明証」は各メーカーご自身で発行。
- ・「食品検査証明証」は現地の検査機関に依頼すれば取得が可能。

もう一点注意が必要なのは中文ラベルである。日本ラベルをそのまま翻訳しても認められない

ケースが多々あるので、輸入者及び現地通関会社との連携は欠かせない。食品の中文ラベルには栄養表示が義務付けされており「カロリー、たんぱく質、脂肪（飽和脂肪、トランス脂肪）、炭水化物、糖、ナトリウム」を必ず明記しなければならない。中でも「ナトリウムは少数点以下の明記は認められていない」「中文ラベルの文字のサイズは2mm以上必要」といった細かな規定があるので注意が必要である。加えて食品添加物の規制は日本と台湾では異なるので、日本では成分上問題が無い場合でも台湾では規制の対象の場合もあるので事前に調査が必要となる。

3. 事業取組

本事業ではパッケージ変更後の「立山生まれの天然水」をマーケティング調査のため、Webでのサンプリング調査、及びスーパーでのヒアリング調査を行った。

A) Webでのサンプリング調査：「モラタメ」による調査

同調査ではペットボトルの水の「購入基準」「購入ブランド」「購入場所」（いずれも複数回答）、立山うまれの天然水「購入希望価格」「パッケージに関する意見」という設問を設定し、716人から回答を得ることができた。また調査ページには水の商品紹介や立山町の観光動画をリンクさせるなど観光PRも併せて行った。

モラタメページ：http://www.moratame.tw/detail/morau.php?project_id=0fc80

ペットボトルの水の購入動向調査では消費者の選定基準は産地（約70%）、価格（約60%）、ブランド（約55%）の順となっており、複数の要因が

関連していることがわかる。購入先の80%以上がコンビニで、また購入するブランドも台湾の代表的ブランド（価格帯は20～30NTD）に集中していることが明らかとなった。一方で今回試飲会場となるbreeze-superをはじめとする高級スーパーでの購入割合は15%にも満たず、また日本から輸入されている水では最もシェアが大きいと思われる「日田天領水」の購入割合も約3%となっていた。

立山の水に関しては、台湾での小売価格50NTDと想定をしていたが、アンケート結果より、約40%が30～39NTD、約30%が20～29NTDを適正価格と回答していた。ラベルのデザインに関しては「きれいな写真で素晴らしい」「雪の壁が圧巻で水がおいしそう」という肯定的な意見多かったが、一方で「もっと高級感を出した方が良い」「もっと目立つデザインや文字にした方が良い」という意見も複数あった。



モラタメのページ

B) 店頭ヒアリング調査：「Breeze super」

店頭では購入希望価格とパッケージデザインに関して聞き取りを行った。購入希望価格は約60%

が30～39NTDでの価格に妥当性を感じており、台湾での設定価格の50NTDを大きく下回る結果となった。

デザインに関しては概ね好評を頂いたが、改善意見としては「知名度のある黒部立山の名称を前面に押し出した方が良い」「高級感のあるデザイン」「バスを無くしてもっとコンセプトに近い写真に変更」という改善意見を頂いた。味わいに関しては「余計なものが入っておらず、水本来の味わいを感じることができる」という意見が多く聞かれた。



イベントの様子

4. 考察

今回の調査結果より、設定販売価格と購入希望価格にギャップがあることが明らかになった。価格のギャップを埋めるためには圧倒的な高級感が必要であり、ボトルを瓶に変更したり、ラベルデザインを再度ブラッシュアップすることが考えられる。また販路に関しても既に世界中の有名ブランドが流通している高級スーパーではなく、黒部立山を最大限活かした方が良いという意見からも、日本の観光と関連性の高いお店、また富山をはじめとした北陸をコンセプトとしたイベント等で販売するのが良いと思われる。また店舗やイベント販売だけではなく旅行会社と連携を図りアルペンルートのツアーの一環に本商品を組み込むなど、「黒部立山」の知名度を活かしたチャンネルの創造も必要と思われる。