

海外進出支援プラットフォーム様_第3回ヒアリングレポート

令和3年度 輸出先国・地域における現地の体制強化委託事業 (海外展開に際して検討すべき現地の課題と対策にかかる情報整理及び 事業者への情報提供)

台湾

Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.

台灣野村總研諮詢顧問股份有限公司

2023年02月13日



企業ヒアリングレポート | 台湾 | HOUSE FOODS TAIWAN CO., LTD.様

【免責条項】

本資料にて提供される情報については、生産者や事業者の方々の台湾輸出の一助となることを目的としているものであり、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報の採否は、ご閲覧者様ご自身の判断、責任において行ってください。なお、関係法令、制度等は調査時点以降改正されている可能性がありますので、実際のご検討の際には、各国等の関連機関に最新の情報をご確認下さるようお願いいたします。

ハウス食品は2016年以降現地法人による台湾事業を展開し、カレールウを主力としてグループ商品の台湾輸入及び卸売を行っている。近年は台湾オリジナル商品や現地生産商品の展開も開始している

台湾ハウス食品の概要

項目	概要
企業名	- 英語：HOUSE FOODS TAIWAN CO., LTD. - 中国語：台灣好侍食品股份有限公司
業種	食品輸入卸売
企業概要	- カレールウ、レトルト食品、各種調味料等、ハウス食品グループの商品輸入及び卸売 - 台湾市場におけるマーケティング及び販売促進活動 - スタッフは駐在日本人を含め計18名(2023年1月時点)
沿革	1980年代 日本の商社を通じて台湾市場に商品を輸出 2007年 台湾営業所を開設 2015年 営業所を現地法人化。翌2016年1月から事業開始 2019年 台湾限定のベジタブルカレールウを販売開始 2022年 台湾製レトルトカレーを販売開始 

台湾ハウス食品の台湾事業展開ポイント

商品流通の 現地パートナー

- **家庭用販売**
 - 中間流通業者経由でスーパー、ハイパー、コンビニ等の大手をはじめ幅広く卸販売
 - 業界は大手グループ企業の寡占状態
- **業務用販売**
 - 中間流通業者経由や直売等、流通経路はさまざま

現地に合わせた マーケティング

- **中間流通業者の日本との違い**
 - 台湾の中間流通業者が担う役割はロジスティクスが中心
- **消費者密着型のマーケティング**
 - 消費者生活に密着する商品であり、消費者とのふれあいを重要視すべき

台湾向け オリジナル商品

- **食品輸入規制とベジタリアン需要**
 - 具材として牛肉の塊が入った商品は台湾の輸入規制で販売できない
 - 台湾には「素食」と呼ばれるベジタリアン需要が一定量あり、素食向け商品は肉に関する輸入規制の影響を受けない

現地流通業者と協力してプロモーションを展開し、台湾消費者に向けたブランド認知度拡大を図っている また、消費者のニーズを的確に捉えた台湾市場向けオリジナルのヒット商品を生み出している

ハウス食品が台湾事業で推進する戦略

