

公益財団法人ハイライフ研究所  
日本アジア共同研究プロジェクト  
取材レポート「アジアの都市ライフスタイル新潮流」

## 「台湾の都市ライフスタイル新潮流」(連載3回)

### 第2回 タイワニーズの活気あるライフスタイル消費

主執筆者 高 銘鴻 長庚大學助理教授(准教授)  
(Chang Gung University Assistant Professor)



1997年、政治大学広告学部卒業

2000年、中山大学MBA卒業

卒業後市場調査会社Taylor Nelson Sofresを経て、資生堂入社。  
市場研究員、ブランド・マネージャーなどを歴任。

2011年一橋大学商学研究科博士学位取得

2012年現職に就任。

研究分野：マーケティング

研究テーマ：消費者行動、ブランド、サービス・マーケティング

共同研究者 古川一郎 一橋大学教授  
福田 博 縄文コミュニケーション(株)

#### アジェンダ

1. 過剰都市化を解消する台北大都市圏の都市計画
  - 1-1. 台北市の歴史と都市問題の発生
  - 1-2. 公共交通網やIT環境を整備し、競争力を持つ国際都市を目指す
2. 台北の自動車とバイク事情
  - 2-1. 自動車は通勤やレジャーにも利用され成熟市場へ
  - 2-2. 富裕層は「ベンツとBMW」、中間層は「日本車」
  - 2-3. バイクは日常生活の必需品
3. 台北の住宅の現状とトレンド
  - 3-1. 住宅価格の高騰と政府の対応策
  - 3-2. 難しくなる住宅購入
  - 3-3. 住宅のトレンドと住宅選びの視点
4. 台北市民の生活を支える小売流通のトレンド
  - 4-1. コンビニは世界一の密度
  - 4-2. 百貨店やショッピング・モールはレジャー・スポット
5. 「食の王国台湾」の食生活スタイル
  - 5-1. 伝統的な家庭料理からテレビ料理や簡便化料理へ

- 5-2. 朝食も外食化する習慣
- 5-3. 大陸中国料理と日本料理も揃うバラエティに富んだ外食文化
- 6. レジャーのトレンド
  - 6-1. 平日の人気レジャーはスポーツ、カラオケ、映画などの室内活動
  - 6-2. 週末のレジャーはジョギング、ハイキング、ゴルフなどの屋外活動

## はじめに

今回は、過剰都市化の問題に対応して堅実な都市計画を推進し、生活環境とビジネス環境の改善を実現し続けている台北市の歴史的な変遷について報告する。次に、台北市及び新北市に暮らす富裕層、中間層の自動車所有、住宅の現状とトレンド、また台北ライフスタイルを演出する小売流通、食生活、そしてレジャーなどのライフスタイル消費について考察する。

## 1. 過剰都市化を解消する大台北市の都市計画

### 1-1. 台北市の歴史と都市問題の発生

最初に、台北市の歴史的変遷を簡単に振り返ってみよう。清朝施政下で城壁都市として発展しつつあった台北が本格的に開発されるのは、日本が清国より台湾を割譲（1895年）し、植民地経営の拠点として台北市都市市区計画を策定（1900年）してからである。中山南路、忠孝西路などの主要道路の建設（1911年）や公共施設などのインフラ整備により、多くの企業が進出し、それが人口の流入を促し15万人都市になる。台湾は肥沃な土地と樟脳や砂糖黍などの物産資源に恵まれ、また勤勉な住民の働きにより経済的にも大きな成長を遂げた。その結果、台北市は、市役所や学校などの多くの公共施設、百貨店などの商業施設などが建設され東アジアを代表する魅力的な都市として発展を遂げた。しかし日本は太平洋戦争に敗れ、台湾、そして台北市から撤退した。（1945年）

日本撤退後、台湾は中華民国／国民政府の施政下に入るが、政治的混乱などにより極度のインフレに見舞われ市民生活は窮乏する。1949年になると国共内戦に敗れた国民政府が台湾に移転。その時に約150万人にも上る国民政府の官吏とその家族、そして軍人などが台湾入りしたため台北市も急激な人口増に直面し、社会的混乱、食糧難、スラムが形成されるなどの経済的問題や様々な都市問題が噴出してきたのである。

その様な状態の中で国民政府は経済発展を最重要課題とし、台北の農地を工業用地へと転換するなど付加価値の高い工業化を強力に推進した。1967年には台北市は国の直轄都市となり人口は122万人に増加。市内は住宅不足が顕著になり、スラム街の再開発などを行い、住宅を高層化し4階建アパートを多く建設した。

1970年代以前の台北市は、工商業中心の発展であったが、70年代に入ると重化学工業化が推進され、政策として新台北国際空港や鉄道の電化、南北高速道路、そして原発等のインフラ整備の「10大建設」が始まる。その結果、台湾は高度経済成長期に入る。工業関連施設は台北市の外辺地区に転出したのに代わり、台北市は商業とサービス業の集積により

多くの労働者が流入し、1979年には人口が219万人に達した。限られた面積の台北市では住宅価格の高騰と土地の高度利用に対応するために再開発を行い、12～15階の住宅商業複合ビルなどの建設が進み、職住近接のライフスタイルが定着した。80年代に入ると、ハイテク産業の育成に重点が置かれ、「新竹科学工業園区」が操業を開始するなど産業構造の転換が促進されて、米国や日本などの貿易相手国の景気に左右されながらも経済成長は順調に推移した。

しかし、経済の急激な発展と過度の台北市への人口流入は、住宅不足、交通渋滞、環境汚染、また貧困、スラムなどの生活環境の悪化を伴い、都市の環境整備は喫緊の課題となる。その様な状況に対応して1983年には、台北市土地利用規則が施行され、用途指定、そして容積率や建蔽率などの規制を盛り込んだ都市再開発へと大きく動き出す。



\* 高度成長期に建設された市内の古いアパート



\* 再開発が進む高級住宅信義地区の高層マンション街

## 1-2. 公共交通網やIT網を整備し、競争力を持つ国際都市を目指す

過剰都市化の様々な問題の中では、交通渋滞と住宅不足が特に大きなテーマとなる。台北では、90年代中頃までは、公共交通はバスしかなく、市内の交通大渋滞の解消は経済的にも環境的にも重要であり、大量公共交通網の整備が急がれた。そのため、MRT (Mass Rapid Transit : 地下鉄) の構想が浮上し、1986年に計画が決定された。そして1996年に待望の木柵線が台北市内で開通し、翌年には淡水線が開通。'12年現在、MRTは10路線が運行し、毎日平均160万人が利用している。今後は、既存MRTが延伸され、新規に6路線が'17年までに順次開通される予定である。また、高速道路や主要道路の整備も進み都市の交通網が大幅に整備される。その結果、交通渋滞が緩和され、また台北市内の移動に係わる時間距離も短縮され、都市の利便性が格段に向上する。そして'07年には、日本の新幹線車両を採用し耐震性能を向上させた台湾高速鉄道が高雄市と台北市間で開通し(全長345km、最高時速300km、所用1時間半)、台湾の大動脈が完成。台北市と高雄市の両都市間は日帰り圏になり、経済交流が活発化した。

現在、台北大都市圏の構造は、台北市を中核にその周縁を新北市('10年に旧台北縣が改称)が取り囲むように行政区分され、人口約650万人(台北市266万人、新北市405万人、2011年度)で台湾人口の約3割が居住している。今後の動向を見ると、新北市はMRTの利用により台北市中心部への通勤時間が30分程度の圏内になり、またより良い生活環境

も整備されているため、新北市への人口流入が続くことが予想され、台北大都市圏は全体としてさらに拡大する。

台北市は、将来を見据え国際都市への飛躍のため、新たな都市再開発を積極的に行っている。伝統的な繁華街（迪化街、華西街、士林夜市）、社区の繁華街（永康社区、天母商業ラウンド）、現代の繁華街（西門町、中山北路、東区頂好、信義計画）の再開発計画などである。特に信義計画区は、ランドマークとして「台北 101」が建設（'04 年）され、国際見本市会場、オフィスビル、高級ホテル、高級ブランド等が入る商業施設、そして高級住宅地が一体となった台湾で最もホットな地区となり、国際都市としての魅力を拡大している。

さらに、政府が主導するインフラ整備計画である「愛台 1 2 建設計画（'09）」では、「インテリジェント台湾」などの産業育成策を始め、民間投資を活用した空港、港湾、公共交通システムなどの交通インフラ整備が盛り込まれており、台北市の都市機能のさらなる向上が期待される。また、台北市内には、無料の無線 LAN ネットワークが構築され、IT 大国としてのプレゼンスを高めている。

今後、中国人観光客の來台緩和や大陸中国との間で投資・貿易が拡大して人とモノの移動がより活発化することが予想される。台北市は、大陸中国との緊密な経済連携やアジアの中での地政学的優位性を活用することにより、大中華圏の核都市として上海、香港、シンガポールと並び、より魅力的な国際都市になることが期待される。

\*台北エリアの MRT 路線(2012 年 12 月現在)



出所：台北大衆捷運股份有限公司(Taipei Rapid Transit Corporation)



\*整備された高速道路と MRT 路線



\*台北のMR Tは市内の洪水に備えて  
入り口を高くしている

## 2. 台北市の自動車とバイク事情

台湾人の日常生活の中で、自動車とバイクは日常的な交通手段であり、レジャーや買物など様々な用途に使われている。台北市内の地下鉄網が整備された現在でも、その重要性は変わらない。

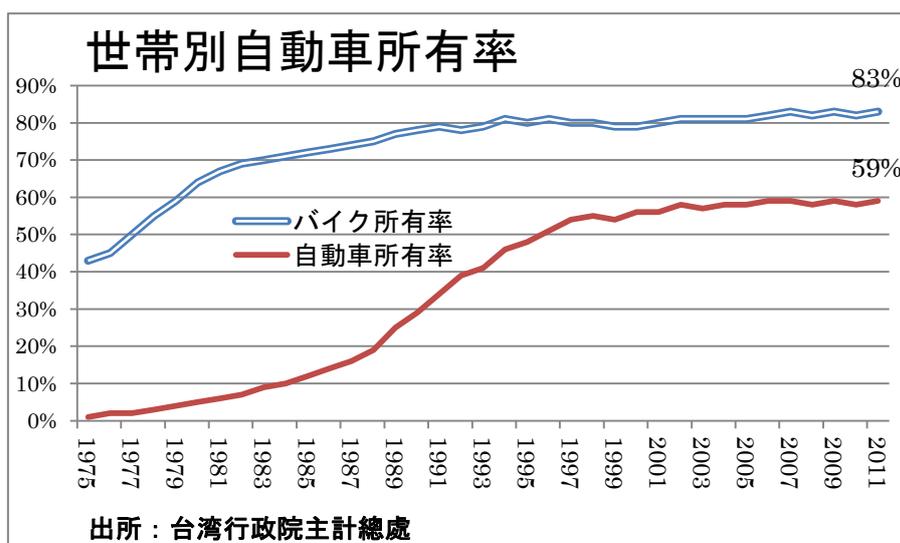
### 2-1. 自動車は通勤やレジャーにも利用され成熟市場へ

台湾の自動車登録台数は約 580 万台、ここ 10 年くらいは世帯普及率が 58%程度に安定し成熟市場になっている（2011 年台湾行政院交通部統計資料より）。その理由のひとつとして、台北市では自動車に対する強いニーズはあるものの、駐車場問題が自動車普及の阻害要因になっている。つまり台北市内の中心部では駐車場不足が深刻な問題で、月極駐車場は一ヶ月約 6000NT\$（1 台湾ドル=3.1 円、'13 年 1 月）が必要となり、またマンションと一緒に駐車場を購入した場合などは駐車場相当分として 200 万 NT\$ 以上の費用がかかる。多くの中間層にとって、自動車の購入費用自体は問題にならないが、駐車場に係わる費用が大きな負担になっているのである。

MRT が便利になり、タクシー料金の安い台北市内であるが、通勤に使用しなくとも自動車は、市民にとってはレジャー、旅行、学校への子供の送迎、デートなどには重要な交通手段である。特に、週末などは、両親や子供と一緒に、あるいは友人達と郊外へのドライブやショッピング・モールに出かけることは台北市民のライフスタイルの一部にもなっている。自動車所有率を見ても台北市世帯数は約 100 万世帯で、乗用車台数が 57 万台と高い普及率である。（日本の世帯普及率は全国平均 85.5%、東京 60.7%と都市部が低い、2011 年）

自動車購入ではブランドイメージが重要な決定要因だが、台湾では価格要因の方が大きい。そして自動車を購入する場合の購入決定者は、多くの場合女性になる。家庭のお金に関しては女性がコントロールしているので、女性の好みが優先されている。また台湾では、環境対策意識が非常に高く、自動車の排ガス規制は厳しい欧州基準を取り入れており、環境対策も重要な選択要因である。

表 1. 世帯別自動車所有率



## 2-2. 富裕層は「ベンツとBMW」、中間層は「日本車」

台湾の富裕層には、ドイツ車の「メルセデス・ベンツ」と「BMW」が大変人気があり、一方、中間層の多くは実用的な日本車を選択している。市場シェアを見ると日本車は71%、ドイツ車は8%である。米国車はそれ程人気がなく、韓国車は悪いイメージを持たれている。台湾は年間生産台数約34万台程度（'11年）と市場ボリュームは大きくないので、自動車部品メーカーは多いものの、台湾ブランドの独自の仕様モデルはない。

トヨタの「レクサス」はベンツやBMWより下のクラスとの認識を持たれているが、エレガントイメージがあり医者や弁護士などに人気である。また富裕層の中には金持ちとして目立つことを避けるためにレクサスを購入する人も少なからずいる。多くの中間層にとっては、日本車は高品質、低燃費、安いメンテナンスなどのメリットがあると考えられており、日常的な用途に活用されている。

但し、台湾では、結婚式などの重要なイベントに使う乗用車は、「メルセデス・ベンツ」と「BMW」が定番である。台湾人にとって、ブランド名が頭文字Bで始まるベンツとBMWは「双B」として憧れの的であり、金持ちになったら所有したいと思われている。高級車「ベンツ」と「BMW」は、出世して金持ちになった証としてのステータス・シンボルと言える。

表 2. 乗用車全体の国別ブランド・シェア (2011年12月現在)

	合計	日本	アメリカ	ドイツ	韓国	その他
乗用車数 (営業車を 含む)	5,960,088	4,227,192	688,770	470,692	51,559	521,875
%	100%	71%	12%	8%	1%	9%

出所：台湾行政院交通部のデータに基づいて作成

注：日本車のブランドは自動車会社トヨタ、本田、マツダ、三菱、日産、ダイハツ、いすゞ、スバル、スズキのブランドを含む。



\*金持ちのステータス・シンボルとしてのベンツと BMW の「双 B」

### 2-3. バイクは日常生活の必需品

台湾人の日常生活の中では、バイクは不可欠な交通手段である。現在バイクは約 1500 万台が登録され(2011 年台湾行政院交通部統計資料より)、約 8 割の家庭がバイクを所有している。台北では地下鉄が整備されているが、朝夕の渋滞はまだあり、バスの定時運行は難しく、また運転本数が少ない路線もあるので通勤にバイクを利用する人が多い。さらに、中心部では駐車場が足りない、また駐車場が遠いなどの理由で、短距離の移動には自動車よりバイクの方が便利であり、多くの台北市民は通勤だけでなく通学や買物にも利用している。多くの台北市民にとっては、どんなに近いところでも、歩く代わりにバイクに乗って行くことが習慣になっているので、高校を卒業する 18 才になると直ぐに免許を取ってバイクを利用し始めるのが一般的である。

しかし、バイクは危険であるとの認識も多く、台北の女性などは両親にバイクの運転を禁止されて、隠れて乗っている人も多い。どちらにしろ、バイクの事故防止は大きな問題となっている。

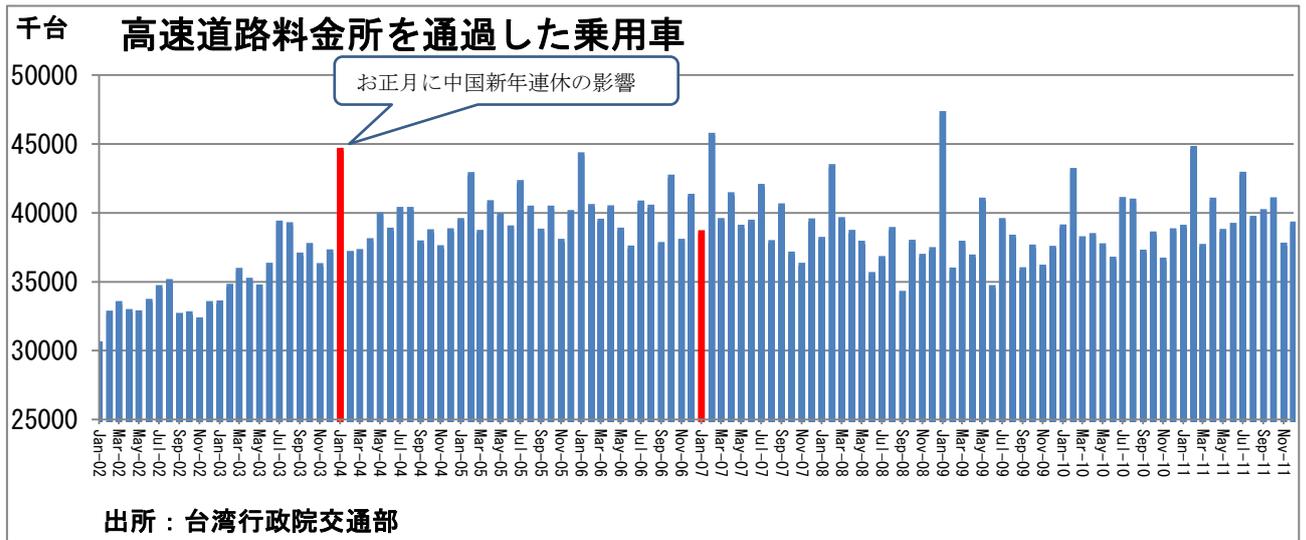


\*道路のあちこちにバイクの駐車場がある



\*日焼け予防のために長い手袋をする女性

表 3. 高速道路利用の乗用車



注：2004年1月から第二高速道路が全線開通されたため、台数が増え、逆に、2007年1月からは台湾新幹線が開通されたため台数が減った。

### 3. 台北の住宅の現状とトレンド

台北市内は職住近接のライフスタイルが基本であるが、市内の不動産価格が高騰しているため、市内で住宅を購入することは難しくなっている。その結果、住宅取得を望む中間層は、MRTが開通している郊外の新北市の住宅を買い求めており、台北市から新北市へと人口が流出し、台北大都市圏でのスプロール化現象が進行している。

#### 3-1. 住宅価格の高騰と政府の対応策

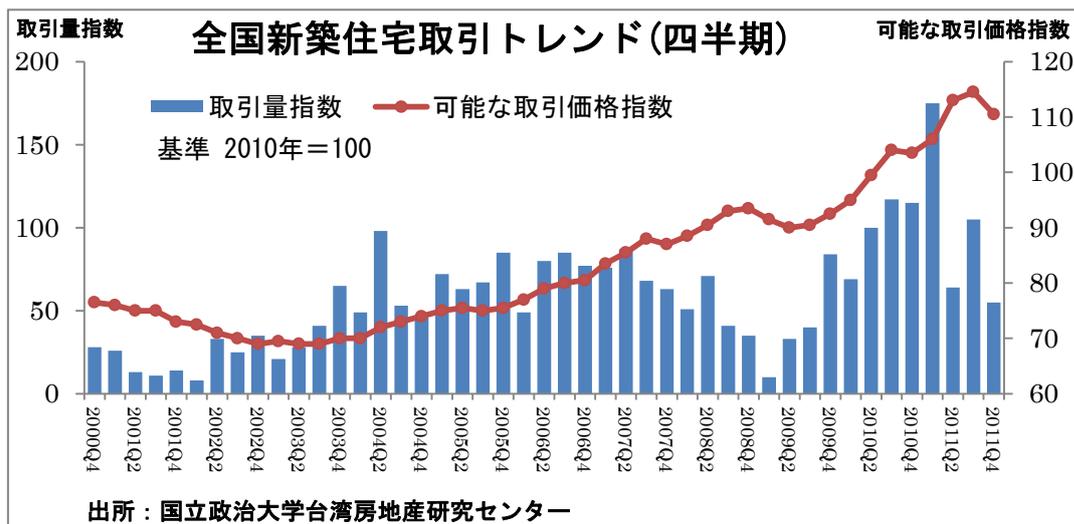
近年、台北大都市圏では、土地や住宅などの不動産価格の高騰が大きな問題になっている。台北市内では、都心部の不動産価格は前年比約12%上昇し（'11年）、一般の人々が台北市内で住宅を購入するのは極めて難しくなっている。またMRTの整備により、台北市へのアクセスが飛躍的に向上している新北市では、沿線駅を中心に住宅開発が進み、土地価格は15%上昇（'11年）と高い伸びを示した。その結果、居住用に住宅取得を考えている一般的なサラリーマン層にとっては、新北市地区でも購入が難しくなっているのが現状である。

実は、台湾の土地の公示価格や住宅価格が高騰するのは、'01年のITバブル崩壊、そして'03年のSARS（重症急性呼吸器症候群）騒動で不動産価格が下落して以来のことである。マンションはSARSが集団感染しやすいと思われていたので、マンションの価格は一時期低迷していた。しかし、'05年から十数年間、公示価格と住宅価格は上がり続けた。特に、台北市内及び郊外の新北市のMRT沿線エリア全域で住宅価格は年々上昇し続けてきた。理由は、核家族化による住宅取得需要、相続税率の引き下げ（最高税率50%→10%）、大陸中国からの投資、台湾回帰投資、市内の再開発、公共交通網の整備などが考えられる。しかし今後は人口増も見込めないにもかかわらず、また空き家率、住宅価格と年収比の倍率、家

賃換算の投下資本利益率(ROI)などの指標に基づいても、都心部の住宅価格はどう考えても高すぎるが、価格の上昇が続きそうである。

政府は住宅価格の高騰を抑えるため、購入から1年以内に転売した場合は、売却額の15%、1年超2年以内は10%の「贅沢税」を導入し、また取引金額の登録義務などの対策を実施した。それ以来、住宅の取引件数が大きく減少したが、不動産価格の高止まりは継続している。

表4. 台湾住宅価格指数の変化



注：可能な取引価格は希望価格と交渉できる範囲からの推測値  
出所：台湾不動産研究中心のデータに基づいて整理



\* 台北近郊の新築マンションの街並み



\* 市内高級マンションのエントランス

### 3-2. 難しくなる住宅購入

高騰する住宅価格の状況は、メディアでも頻繁に取り上げられ問題になっているが、住宅価格沈静化の兆しはない。例えば、台北市内有数の高級住宅街信義地区のマンション価格では150~200万NT\$/坪（'13年1月現在：1台湾ドル=3.1円、単位の坪は日本と同じ、台湾の場合共有部分も面積参入）、その他の市内でも約100万NT\$/坪、新北市の高級住宅地区板橋で70~90万NT\$/坪、そしてMRT沿線地区で都心から5~10km範囲内の住宅開発地区で約50万NT\$/坪である。台北市民が求める平均的間取りは3LDKで、広さは

25～40 坪である。但し最近では、住宅価格高騰の影響を受けて広さが 25～35 坪程度のより小さな物件が多くなってきている。

台北大都市圏の平均住宅価格は、約 2300 万 NT\$ である（台湾行政院内政部の 2011Q4 住宅需求動向調査）。通常、台湾の場合は、住宅価格購入金額は世帯年収の約 10 倍程度が一般的なので、現状では何とか可能であるが、台北市民にとっては、これ以上の住宅価格高騰になると、20 年の住宅ローンを組んでも返済が難しくなると思われる。

一般的なサラリーマンが、3LDK の住宅を 20 年のローンを組んで購入するとなると、消費者物価が高騰する中で、給与の上昇は期待できず、その結果、生活費の節約が余儀なくされる。住宅ローン返済のために一生懸命働いて娯楽も控え、質素倹約する人生などは考えたくないという人も増えてきた。そして住宅購入をあきらめ、住居は、借家・賃貸と考える人も増えてきているのである。

特に、若者層にとっては、持ち家は極めて困難な状況になっている。低賃金の状況で、生活費を差し引くと貯金できるのはわずかである。しかし、台湾では、「子供を結婚させたり、家も持たせることは親の責任」との考え方があり、親はある程度の住宅資金や結婚資金を用意している。例えば、2000 万台湾元の住宅を購入すると、1000 万台湾元は親が出し、子供がその後のローンを支払うなどである。低所得層は金額が少ないだけで、同じように住宅資金の何割かを贈与することが一般的である。そして子供が結婚して住居を購入する場合は、「スープの冷めない距離」に親と子供世帯が居を構えることが台北スタイルである。しかし、住宅価格の高騰は、こうした台北スタイルを難しくしているのが現状である。

表 5. 台北市の空き家

	空き家数	住宅物件数	空き家率
2000 年末	101102	827538	12.2%
2010 年末	122905	917406	13.4%

出所：台湾行政院主計総処のデータに基づいて作成

### 3-3. 台北の住宅のトレンドと住宅選びの視点

台北の人が住宅を選択する際に重きを置く点は、価格、間取り、広さ、風水、名門小中学校の近く、値上がりの可能性などで、これは住宅の居心地よりも重視される。特に、学歴社会の影響を受けて、名門の小中学校が立地する台北市内の大安地区などでは約 150 万 NT\$ / 坪と、とても高い価格になっており人気の一端が伺える。また、風水も重要な判断基準である。風水が、良ければ運気が入り込み、風水に欠陥がある物件は売るのがにも困る。

住宅のデザインは、日本と欧米のスタイルから影響を受けており、日本の伝統的なシンプルな住宅スタイルは人気がある。また傾向として富裕層にはイタリアや欧州スタイルが人気で、若者層や新婚夫婦などにはイケアなどの北欧スタイルが人気である。間取りは、マンションやアパートでは 3LDK が一般的であるが、4LDK の場合は、住み込みの外国人ヘルパ

一の部屋を用意するためということが多い。

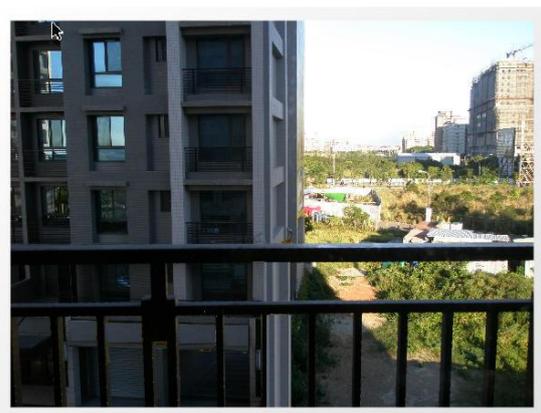
台北の場合は、核家族が多いので、両親の宿泊のために客間を作ることが多く、それが和室という事例が珍しくない。またより広い住宅になると、両親のために用意した部屋は「孝親房」といわれ、両親に対する忠孝の思想が反映されている。



\*台湾住宅の中にある和室



\*高級住宅街信義地区にある一戸建住宅



\*台北市民がこだわる住宅に関する風水の具体的事例は

- ・向かい側に建物がある「壁刀」のある物件は避ける
- ・道路が行き止まりになる（道路に衝突する）「路衝」は避ける
- ・玄関でトイレのドアが見える物件、部屋と部屋のドアが対面することは避ける



#### 4. 市民の生活を支える小売流通のトレンド

80年代になると台湾経済が大きく成長し、台北市民はより豊かなライフスタイルを求めるようになってきた。その様な生活者ニーズを先取りする形で、90年代に日本や欧州の新しい小売流通業態が台湾に持ち込まれた。小規模零細家族経営が多かった台湾の流通業であったが、POSシステムが導入され、在庫と売上管理が行われ流通の近代化が促進された。

台湾は人口2300万人で市場としては小さく、量販店業態にとって参入が難しい市場であり、その市場に様々な小売業態が乱立し、現在はオーバーストアの状況である。しかし台湾の生活者にとって小売流通は、単なる買い物の場ではなく、食事やレジャーの場としての期待値も高く、大規模ショッピング・モールなどの新しい業態が開発されている。

#### 4-1. コンビニは世界一の密度

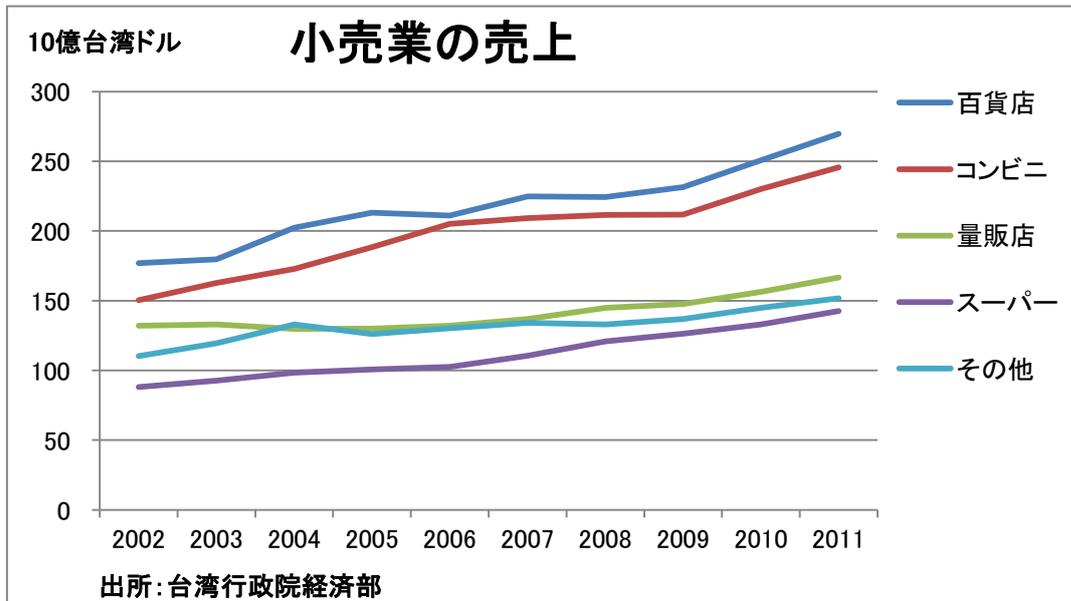
台湾のコンビニは、食品大手の「統一」が1978年にフランチャイズ契約により「セブン・イレブン」を導入したのが始まりである。最初の7年間は、「コンビニの商品は新鮮ではない」などのイメージが先行し赤字の状態が続いていた。しかし台湾人に好まれる商品開発や人が集まる所に出店するなどの経営努力により、台湾人の支持を獲得してきた。現在では、台湾人にとってコンビニは、買い物から各料金の支払いまで様々なことが可能で、日常生活の中で必要不可欠な生活インフラになっている。

‘11年現在、セブン・イレブンは4803店舗、ファミリーマートは2823店舗、Hi-Lifeは1286店舗、他コンビニを含めると全部で約1万店舗に達している（各社のHP調べ）。コンビニの密度は世界一だと言われるくらい日常生活に浸透している。

日本と比べると店舗面積は半分程度だが品揃えは、ほぼ同程度。朝夕の1日2回配送（日本は3回配送）で鮮度を保ち、弁当などの「中食」を伸ばしている。また人気商品として台湾独自のお茶でゆでた卵「お茶玉子」や日本のおでんがある。日本のコンビニで流行った商品は直ぐに台北でも人気になるので日本市場のウオッチは欠かさない。

台湾独自の展開であるが、コンビニの中に椅子とテーブルを用意したイートインコーナーを作り、コーヒーや軽食などを提供し人気になっている。食べながら友人達とカフェ代わりに利用している人も多い。台湾コンビニは、新しい業態を開発することに熱心で、今後は、サラリーマン向けのお弁当や電子レンジ対応食品をより充実させ、街中のカフェテリアや屋台などの外食市場の獲得を視野に入れている。

表6. 台湾の小売業の売上(1台湾ドル=3.1円、‘13年1月現在)





\*コンビニのイートインは利用者が多い



\*おでんは台北でも大人気

#### 4-2. 百貨店やショッピング・モールはレジャー・スポット

日本では百貨店業態は衰退しているが、台湾では逆に新光三越、太平洋 SOGO などの日本の昔の百貨店業態が支持されている。日本の百貨店は書籍、家電、おもちゃなど利益率の悪い商品の取り扱いを止め、婦人衣料や紳士衣料、食品などに品揃えを絞り込んだ結果、売上額と利益額を落とした。しかし台北では購買力のある多くの中間層が市内に居住しており、台北の百貨店では、その人達、特に女性が主要顧客になっているので、家電、おもちゃ、薬、書籍などの生活商品もしっかりと品揃えしている。最近 MRT を利用して来店する人も増えたが、基本は歩きや自転車やバイクで来店する住民が対象なので生活に必要な全ての商品を品揃えしている。

台湾ではファッションでも家電でも、日本ブランドは大変信頼があり人気もある。台湾の富裕層や中間層は日本で何が人気なのかをネットで調べており、また日本で人気になった商品は確実に売れるので、百貨店の担当は日本の百貨店や 109 などを定期的に視察し品揃えの参考にしている。しかし、ファッションなどの日本ブランド品は、円高の直撃を受け売上が大きく落としている。今までの 1.2 倍、1.5 倍、2 倍となると流石に日本最員の台湾の人も買わなくなる。

最近の小売業態として注目されるのは、大規模なショッピング・モールで、多くの台湾市民を集めている。お客にとっては、平日はコンビニやスーパーで買い物をしているが、週末は子供を連れて家族と一緒に、あるいは友人とショッピング・モールでゆったりと遊ぶことが娯楽になっている。必ずしも買物が目的ではなく、バラエティに富んだ売り場で新商品を見つけたり、のんびりと話をしながら軽食をしたり、映画を見たりすることを楽しんでいるのである。特に、台北の信義、内湖、大直などの新たに開発されたショッピング・モールは、百貨店をコアテナントとして、専門店、レストラン、映画館、アウトレットが集まっているので、週末の人気レジャー・スポットとなっている。1 日ゆったりと楽しめる「リビングコンセプト」で、台北市民の新しいライフスタイルを創り出している。

一方、「台北 101」や「微風広場」などのブランドショップは、大陸中国からの観光客のおかげで、来店客数が大きく増えている。但し、百貨店、ショッピング・モールとも新

規出店ラッシュになっており、オーバーストア状況下での過当競争が気になるところである。



\*信義地区の話題のショッピングモール



\*新光三越バーゲンセールには多くが集まる



\*台北市繁華街の代表的百貨店「太平洋 SOGO」  
台北市民の快適な生活を支えている



\*百貨店の日本物産展はいつでも人気

## 5. 「食の王国台湾」の食生活スタイル

台湾の食文化は、歴史的に対岸の福建料理、また潮州料理、客家料理、広東料理、そして日本統治時代には和食の影響を大きく受けている。さらに 1945 年以降は、国民政府の官吏や軍人などの台湾移住により、大陸中国の各地方料理も取り入れられた。そして近年では、欧米の料理も吸収し、また既存の料理と新規の料理を融合させたりと、より多様で世界でも有数の食文化を生み出している。

### 5-1. 伝統的な家庭料理からテレビ料理や簡便化へ

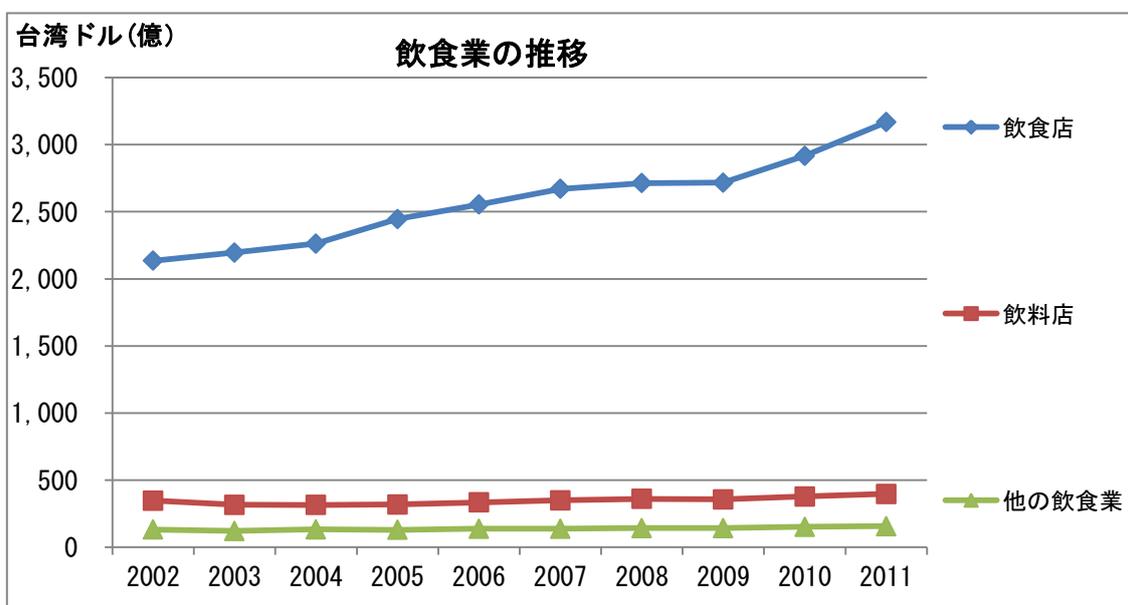
台湾では、美味しい家庭料理を作るために食材を買うなら伝統的な野菜・果物・魚市場で購入する。スーパーや量販店の冷凍鮮魚や精肉、野菜などは、それ程新鮮ではなく、高いと考えられているからである。しかし、都会に住んでいる単身者や共働き夫婦の場合は、

仕事が終わる時間が遅く、冷凍食品などの加工食品をコンビニやスーパーで購入して料理をせざるを得ないのが現状である。

以前の大家族時代には、母親が様々な伝統食を作り、家族一緒に食事をするのが一般的であった。しかし単身世帯の増加、核家族化などの家族構成の変化や女性の社会進出、帰宅時間が遅くなるなどのライフスタイルの変化により、食生活は大きく変わってきた。特に女性の家事育児の負担軽減のため、家庭での料理はより簡便化が進行し、簡単に出来る食事や電子レンジ対応食品、インスタント食品などが多く利用されているのである。そして料理メニューも、テレビ番組や著名料理人のレシピなどの健康を意識した料理やおしゃれな料理が好まれている。

最近の傾向として、母から娘への伝統的な料理作りの伝承が難しくなり、伝統料理を作れる20～30代の女性が少なくなっている。その様な状況を見ても家庭料理の簡便化は今後進むものと思われる。

表7. 飲食業の推移（飲食店の売上げが増えている）



出所：台湾行政院經濟部

### 5-2. 朝食も外食化する習慣

台北では、安くて便利な屋台から始まり、コンビニ弁当、カフェテリア、テイクアウト店、高級中華料理店、そして日本料理店などバラエティに富んだ料理店が多くあるため、男女にかかわらず、その利便性とその安さゆえに外食の頻度は多くなる。敢えて少人数のために料理を創るとコストも高くなるし無駄も多いので、外食は合理的でもある。特に、独身のサラリーマンやOLは一日三餐を全て外食で済ませる人が少なくない。

サラリーマンやOLの外食は朝から始まる。台湾では、住宅や事務所の近所に幾つかの朝食チェーン店、例えば「美而美」、「永和豆漿」或いは屋台が営業しているので、その店で食べたり、事務所に朝食を持ち込み机の上で食べたりするのが台北式朝食である。そして

昼食や夕食でも、様々な料理と価格のレストランが選べるので、外食は日常的な習慣になっている。健康面や栄養バランスが気になる時は、街でカフェテリア型の店に行けば栄養満点の料理が手軽に取れるので、外食は正に生活の一部になっているのである。

しかし頻繁な外食には問題もある。油っぽい台湾料理をたくさん食べると、女性も男性もメタボになる悩みがある。スマートな体を維持することは台湾市民にとって最大の関心事である。その様なニーズに対応して、個人の体の状態に応じた低糖、低脂肪、低カロリー、減塩などの健康料理や健康食品の市場が大きくなっている。例えば、たくさんの野菜が食べられる一人前の鍋料理。また飲み物を注文する際に、甘さと氷の量がカスタマイズできたり、カロリー表示をする果汁専門店やレストランも少なくない。そして安心安全志向の無農薬野菜なども人気であり、スーパーやネットでも、「有機野菜」が買える。



\*様々な料理が揃うカフェテリア  
栄養バランスを気にする人には最適



\*テイクアウトも出来る人気の台湾料理店

### 5-3. 大陸中国と日本料理が揃うバラエティに富んだ外食文化

台北では、北京料理の北京ダックや広東料理の飲茶など様々な料理を食べることができ、さらに味わい深い台湾産の烏龍茶も堪能できる。季節に合わせた様々な料理もある。例えば冬になると四川風激辛鍋などは大人気である。台北市民にとっては、この様な美味しい料理を家族や友人達と一緒に食べながら楽しく会話をするのは娯楽であり、その時間をとても大切にしている。特に核家族世帯などは、平日は1人で外食をすることが多いが、週末になると両親や家族と一緒に食事をしながら様々な出来事を話すことが生活習慣になっている。それを演出するのが台北の様々な料理店であり、外食文化である。

もうひとつの外食文化は、深夜まで営業している「夜市」である。全国各地の寺院や駅などに来る人を対象に発展し、そこでは独自に工夫された軽食や果実飲料が開発され、近隣の住民を楽しませている。特に、夏の週末になると人気の夜市は、家族連れや友人同志に観光客も加わり、食べながらしゃべりながら楽しい時間を過ごせる場となっている。

日本料理も人気である。日本の植民地時代からあった日本料理は高級なレストランだと考えられているので、ビジネスの接待やお祝いの場として良く使われる。最近では、日本の居酒屋ワタミ、らーめん山頭火、CoCo 壺番屋などの飲食チェーン店が台北で次々にオープンして人気になっている。但し、日本で人気がない店は、台北でも人気はない。

日本料理のおでんは、台湾方言の発音による当て字「黒輪」という庶民の屋台料理になった。現在はコンビニのおでんとしても商品化され売れ行きは良い。この他に最近、日本酒が台北のOLの間で人気になっている。日本酒と一緒につまみを食べたり、演歌を聴いたりするのは、昔のおじさんのイメージがあり、台湾では酒が好きな女性はあまり良いイメージが持たれていない。しかし、日本のTVドラマで日本酒が美容に効果があると紹介されてから日本酒がOLの間で人気商品になった。テレビ文化の影響力は強いものがある。



\* 「夜市」には美味しい屋台がある



\* 地元台湾料理店は予約客でいつも満席

## 6. レジャーのトレンド

経済的豊かさや台北市内の生活環境の向上とともに、市民の健康意識が高まり、また家族や友人と楽しいライフスタイルをエンジョイするため、食生活や運動、自然とのふれあいなどのレジャーが人気になってきた。

### 6-1. 平日の人気レジャーはスポーツ、カラオケ、映画などの室内活動

台北で働くサラリーマンやOLは、就業後にスポーツを楽しんでいる人が多い。特に、エアロビクスとヨガは女性に人気がある。また健康のためにジムでスポーツを楽しむことは、オシャレなライフスタイルになっているので、スポーツ・クラブやヨガ教室への入会者が後を絶たない。新築マンションでも、購入者の要望を反映して、ジム、プール、映画の鑑賞室などが基本的な共用施設になっており、居住者の健康増進に貢献している。また民間だけではなく、行政も健康促進のため市民のライフスタイルに合わせて多くのスポーツセンターをオープンさせ台北市民の健康を支えている。

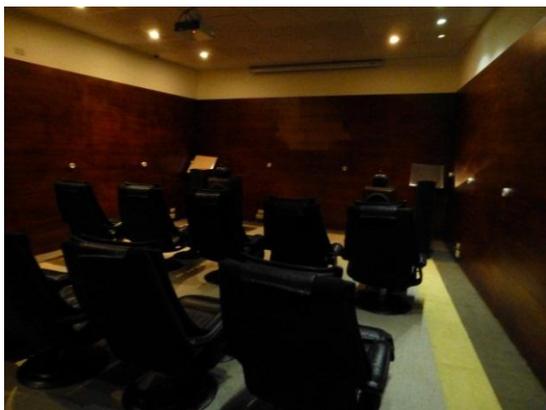
そしてスポーツの他に平日のレジャーとして人気なのが、カラオケ、映画、ナイトクラブなどある。特に、台湾のカラオケはとてもオシャレである。ビジネス接待、合コン、部門の食事会、友達とのパーティーなどの機会に、カラオケ・ボックスで夕食を食べながら、歌ったり、しゃべったりすることは楽しいレジャーである。

一方、大学生と高校生の場合は、ストリートダンスが人気である。台北駅の構内や記念公園の広場で、放課後と週末には大勢の学生達が集まってきて、あちこちでストリートダンスの練習している光景が見られる。

表 8. 旅行する際の主な活動(複数回答)

主な活動	2011 年
自然の体験	59.8%
グルメ活動	43.5%
文化の体験	29.7%
親友を訪ねることのみ	11.6%
テーマパーク	9.0%
スポーツ	5.8%
その他の活動	41.8%

出所：台湾行政院観光局の「国人旅遊状況調査」



\*高級マンションの共用施設 映画鑑賞用の大きな部屋や25㎡室内プールが利用できる

## 6-2. 週末の主なレジャーはジョギング、ハイキング、ゴルフなどの屋外活動

馬英九大統領は、早朝、近くの小学校のグラウンドで30分ほど走ってから1日の仕事を始めることが日課となっている。馬大統領の影響もあるのか、台北ではジョギングが各世代に広がっている。その様な状況を反映して、スポーツ・シューズやスポーツ飲料、そして保険会社などがマラソン大会の協賛を行っており、ジョギングが人気になっている。

また、'09年くらいからサイクリングがブームになった。これは地球温暖化防止に協力するため、あるいは健康のために、週末になると街中を自転車で走行する人が増えてきているためである。台北の地下鉄は、自転車を持ち込むことが可能で、一部の駅ではレンタル自転車のサービスも提供している。

そして台北市民にとってなくてはならない人気のレジャーは郊外の日帰りハイキングである。台北は盆地であり、豊かな自然に溢れた山々に囲まれている。週末になると、それらの山々でハイキングを楽しむ人が多い。多少時間にゆとりのある人は、台北近郊の山間

部に温泉地があるので、家族で一泊して、ハイキング、温泉、旬の食べ物を楽しんでいる。平日はマンション暮らしが一般的な台北市民にとって、週末は自然と触れ合い、親しむ事がとても楽しみなのである。

富裕層の週末のレジャーは、ゴルフである。狭い台湾でも現在 65 箇所のゴルフ場が営業されている。多忙な経営者や政治家などの富裕層にとってゴルフは、自然と親しみ、また友人や取引先と話をしながら気持ち良くプレーができ一石二鳥のレジャーである。普通のサラリーマンや公務員にとって、ゴルフは経済的に難しい。しかし最近では、台湾の曾雅妮(ツェン・ヤニ) が全米女子プロゴルフ選手権で LPGA 初優勝を飾って以来、ゴルフのテレビ中継にも関心が出てきているので、今後は中間層のレジャーとして定着する可能性も出てきた。



\*台湾で行われるトライアスロン



\*市内の公園は家族連れで賑わう