

REPORT

台湾輸出診断レポート

本レポートの内容は一般的な情報提供であり、法的助言ではありません。最終的な規制適合性の判断は、台湾の専門家（現地代理店・行政書士等）に必ず確認してください。

1. 商品概要

項目	内容
----	----

商品名	にらの醤油漬け（韭菜醤油漬）
-----	----------------

カテゴリー	加工食品（惣菜・漬物類）
-------	--------------

原材料	にら（大分県産）、漬け原材料（醤油加工品（醤油（大豆・小麦を含む）、植物性蛋白加水分解物、米発酵調味料、砂糖、その他）（国内製造）、唐辛子）
-----	--

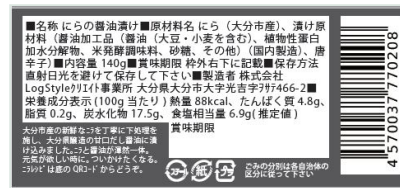
アレルギー	大豆、小麦
-------	-------

添加物	植物性蛋白加水分解物、米発酵調味料
-----	-------------------

栄養成分	100g当たり：熱量88kcal、たんぱく質4.8g、脂質0.2g、炭水化物17.5g、食塩相当量6.9g（推定値）
------	--

卸価格	400円
-----	------

希望販売価格	880円
--------	------



2. 商品分析

分析

項目	内容
商品カテゴリ	加工食品（野菜の醤油漬け・惣菜／ご飯のお供）
用途	ご飯・麺・冷奴などに添える調味惣菜。そのまま食べられる
主要原材料	にら（大分県産）、醤油加工品（醤油・植物性蛋白加水分解物・米発酵調味料・砂糖）、唐辛子
特徴	大分県産にらを主原料とし、醤油ベースに唐辛子で辛みを効かせた漬物系惣菜。内容量140g、常温流通（直射日光を避けて保存）
USP	産地明確な国産（大分県産）にらを使用し、唐辛子入りで食欲を刺激する味付け。ご飯のお供・薬味として汎用性が高い
差別化要素	一般的な漬物と比較し、にら特有の香味と辛みを組み合わせた地域食材活用型商品。同カテゴリ内では比較的珍しい素材選定
ブランドコンセプト	大分県産地元食材を活かした手作り感のあるご飯のお供。対象情報なし（明示的なブランドストーリーの記載は確認できず）
価格帯	卸価格400円／希望小売価格880円。中価格帯の惣菜・漬物
保存性	常温保存可（直射日光回避）。具体的な賞味期限日付はラベルから判読不可
想定利用シーン	日常の食卓（ご飯・麺の付け合わせ）、酒の肴、弁当のおかず

評価

評価項目	評価
特徴が明確か	明確。にら×醤油×唐辛子という素材構成と用途がはっきりしている
差別化されているか	中程度。にらを使う漬物は珍しく素材面で差別化余地があるが、ブランド訴求は弱い

評価項目

評価

商品価値が伝わる やや不足。産地情報は伝わるが、味の特徴や食べ方提案の訴求要素が限定的か

診断

区分

内容

商品の強み 大分県産にらという産地明示の主原料で信頼感がある
唐辛子入りで味の輪郭が明確、ご飯のお供として汎用性が高い
常温流通可能で取り回しやすい

商品の弱み ブランドコンセプト・商品ストーリーが不明確
賞味期限の具体日付がラベル上で判読しにくい
栄養成分値が推定値で、糖・飽和脂肪・トランス脂肪・ナトリウムの数値が不足

提案

- 食べ方提案（ご飯・冷奴・麺への活用）をラベルやパッケージで明示し、商品価値を伝える
- 賞味期限の記載位置・視認性を改善し、日付を明瞭に印字する
- 栄養成分の実測分析を行い、推定値ではなく確定値を用意する（特にナトリウムは食塩相当量6.9gと入力値6.9mgの矛盾を解消）
- 主原料の産地・製法ストーリーを整理し、ブランドとしての付加価値を明確化する

3. 総合リスクサマリー

リスクレベル: 中

主な懸念

- 台湾必須の栄養8項目（飽和脂肪・トランス脂肪・糖・ナトリウム）が不足
- ナトリウム値に単位不整合（食塩相当量6.9g÷ナトリウム約2716mg）
- 賞味期限の具体日付が未確定、繁体字ラベル未整備

優先対応

- 栄養成分の飽和脂肪・トランス脂肪・糖・ナトリウムを分析し8項目を完備
- ナトリウム値と単位を正しく確定（食塩相当量6.9g→約2716mg）
- 繁体字ラベルの整備と輸入者情報・原産地・賞味期限の明記

4. OCR翻訳ラベル（繁体字）

項目	内容
品名	韭菜醬油漬
原材料	韭菜（日本大分縣產）、醃漬原料（醬油加工品（醬油（含大豆、小麥）、植物性蛋白水解物、米發酵調味料、砂糖、其他）（日本國內製造）、辣椒）
食品添加物	植物性蛋白水解物、米發酵調味料
淨重	140公克
原產地	日本國大分縣
有效日期	賞味期限：標示於外框右下方
廠商資訊	廠商名稱：凱爾美食屋(台灣) 電話：0932093279 地址：台中市沙鹿區英才路15-1號(典義點和洋料理)
營養標示	熱量 每份 資料不足（要確認） 每100公克 88大卡、蛋白質 每份 資料不足（要確認） 每100公克 4.8公克、脂肪 每份 資料不足（要確認） 每100公克 0.2公克、飽和脂肪 每份 資料不足（要確認） 每100公克 資料不足（要確認）、反式脂肪 每份 資料不足（要確認） 每100公克 資料不足（要確認）、碳水化合物 每份 資料不足（要確認） 每100公克 17.5公克、糖 每份 資料不足（要確認） 每100公克 資料不足（要確認）、鈉 每份 資料不足（要確認） 每100公克 資料不足（要確認）

項目 内容

過敏原警告語

本產品含有大豆及其製品，不適合對其過敏體質者食用。

品名不含「健康・養生」等宣稱身體機能之用語，無此類疑慮。原產地依原文「大分縣產」列為日本國大分縣；製造者住所「466-2」及事業部名「クリエイト」原文較模糊，須確認。營養標示問題如下：(1) 資料僅提供每100公克之基準，缺乏每份重量及每包份數，無法計算「每份」數值，故一律標示為資料不足（要確認）。(2) 飽和脂肪、反式脂肪、糖三項原始資料未提供數值，標示為資料不足（要確認），未臆測填補。(3) 鈉一項：日文標示為「食塩相當量6.9g」，而手入力資料填入「鈉6.9mg」，兩者不一致且單位存疑（食鹽相當量6.9g換算鈉約2716mg，非6.9mg），本表暫列為資料不足（要確認），務必向廠商確認正確鈉含量與單位。營養值原文標註為「推定値（估計値）」。賞味期限具體日期無法由影像判讀，僅標示位置。標示字體須符合台灣規定：一般項目高度不得小於2mm，包裝面積80平方公分以下者可放寬至1.2mm以上。

5. 必須表示事項の充足状況

表示項目	状況	改善内容
商品名	記載あり	「韭菜醤油漬」で適合。健康・機能訴求語なし。
原材料	記載あり	配合順で記載済み。日本式「/」区分は不可のため添加物を個別物質名で併記のこと。
内容量	記載あり	140公克と表記で適合。
食品添加物	要確認	植物性蛋白加水分解物・米発酵調味料は台湾添加物リストに直接一致せず。台湾では加工助剤・調味料区分の個別照合が必要。物質名を明確化のこと。
原産国	記載あり	「日本國大分縣」で県名まで記載済み、推奨水準を満たす。
賞味期限	要確認	具体日付が判読不可。年/月/日形式で実日付を印字し、位置誘導表記を整合させること。
輸入者情報	記載あり	台湾輸入者（凱爾美食屋(台灣)・電話・住所）が提供済みで充足。
栄養成分表示	記載なし	飽和脂肪・トランス脂肪・糖・ナトリウムが未記載で通関不可。8項目を分析し「每份」「每100公克」の2列で記載。ナトリウム単位を確定。
保存方法	記載あり	「直射日光を避けて保存」記載あり。開封後・要冷蔵有無を明確化し繁体字化のこと。
アレルギー表示	記載あり	大豆・小麦（含麩質穀物）該当。警語に小麦（含麩質之穀物）も明記し「本產品含有大豆及小麥製品」とすること。

6. リスク評価

参照した法規ドキュメント: 輸入規定、食品表示基準ガイドライン、食品標示・栄養標示 公式フォーマット、食品安全衛生管理法、農薬検査基準、食品添加物検査基準

アレルゲン

大豆・小麦を含有。台湾義務11品目のうち「大豆」「含グルテン穀物（小麦）」に該当。繁体字警語は大豆のみ記載されているが、小麦（含麴質之穀物）も義務対象のため警語に追記が必須。唐辛子・にらは義務対象外。

添加物

ラベル記載の「植物性蛋白加水分解物」「米発酵調味料」は台湾食品添加物データベース805件と一致0件。両者は一般に加工助剤・発酵調味料として扱われ添加物ポジティブリスト対象外の可能性が高いが、台湾は正面表列方式のため、輸入者経由でTFDAへの区分照会が必要。代表例のみでの判断は避け個別照合を要する。

農薬

ヒアリングのpesticidesUsedは空欄で使用農薬の申告なし。主原料のにら（韭菜）について台湾MRLデータベースを照合したところ、韭菜には亜醃蟎0.6ppm、必芬蟎0.8ppm、剋安勃4.0ppm、達特南2.0ppm等の残留基準が設定済み。禁止農薬該当は0件。現時点で懸念なしだが、大分県産にらの栽培農薬記録を確認し韭菜MRLとの適合を担保すること。農薬は台湾【農薬残留容許量標準表中農作物類農產品之分類表】で確認済み。添加物は台湾【食品添加物使用範圍及限量】で確認済み。

7. 台湾輸入手続き

日本メーカー
↓
台湾輸入者登録
↓
ラベル確認
↓
輸入申請
↓
TFDA検査
↓
通関
↓
販売

- 台湾国内の輸入者は台湾TFDAの「食品業者登録平台（通称：非登不可）」への事業者登録が必須。営業項目で「輸入業」を選択し、連絡先・輸入区分・仕入先製造工場（境外食品業者・製造場所）情報・品質管理体制・追跡追溯体制等を登録する必要がある。
- 輸入の都度、輸入港を管轄する査驗機関へ輸入前（規定上は入港前後の期限内）に輸入報驗（邊境査驗）の申請が必要。かつては品目によって全量検査に近い運用もあったが、現在はリスクに応じた抽様検査（風險分級抽驗）が基本方針となっている。

台湾衛生福利部食品藥物管理署は2025年11月21日、福島・茨城・栃木・群馬・千葉の5県産食品（酒類を除く）に課していた「産地証明書」および「放射性物質検査報告書」の添付義務（いわゆる「雙證」）、および日本産食品全般に対する「逐批査驗（ロットごとの検査）」を廃止すると公告した。これにより日本産食品は他国産食品と同様、通常のリスクベース抽様検査（源頭管理及邊境管制）に移行している。

8. パッケージデザイン評価

✓アップロードされたパッケージ画像を認識した上での評価です。

評価項目	評価	改善提案
商品名の視認性	透明ガラス瓶に貼られた濃いマゼンタ（紫ピンク）のラベル上に「ニラ醤油」を大きく配置。特に「醤油」の縦組み黄色文字が最も目立ち、「ニラ」も黄色縦組みで大きく、遠目でも商品カテゴリは瞬時に伝わる。上部に「みんなの」、右側縦に「ニラが全部入り」、左に「大分特産品」の補足があり情報階層は明確。ただし台湾TAは日本語のカナ「ニラ」の意味が直感的に伝わらない可能性が高い。	台湾市場向けには「韭菜醤油」など中国語の商品名を主表記として追加し、日本語はサブに。中国語がないと店頭でニラ（韭菜）製品と認識されにくい。
配色	マゼンタ地×黄色文字×白目・赤口の高コントラスト配色で棚での訴求力は非常に強い。中身の醤油漬けニラの茶色い実物が瓶の上下から見える点も食欲・信頼感を補強。ただしマゼンタは食品、特に醤油系の「発酵・旨味」を連想させる色ではなく、味覚訴求よりインパクト重視。	台湾では醤油・調味料に赤・金・黒・深緑が信頼を生む。マゼンタは維持しつつ金の縁取りや帯を加えることで高級感と食品としての安心感が増す。
フォント	手描き風の太い明朝／ゴシック混在で「醤油」の力強い筆致がブランドの個性を演出。カナ「ニラ」も同系統でまとまりがある。可読性は高いが、やや荒く廉価・パンチの効いた印象。	中国語表記を加える際は同じ手描きトーンの繁体字フォントを起用し、世界観の統一を図る。細部の文字サイズ差をつけて情報優先度をさらに明確化。



評価項目	評価	改善提案
イラスト・キャラクター	中央に涙を流し口を大きく開けた女性の顔イラスト。強烈でユニーク、SNS拡散性は高い一方、食品としては「泣くほど辛い・臭い」を想起させ好悪が分かれる。醤油漬けニラの刺激・パンチを表現する意図は伝わる。	台湾の一般食品TAには奇抜すぎて敬遠される層もいる。ネタ性を活かしつつ、実物写真や調理例（ご飯・餃子にかける）を小さく添えて実用イメージを補完すると購買ハードルが下がる。
レイアウト	顔イラストを中心に文字を四方に配した中央集中型で視線誘導は明快。瓶の丸みに沿ってラベルが巻かれ、正面から全情報が読める。バランスは良好。	内容量・原材料・辛さレベルなどの実用情報が画像正面からは判断できません。台湾は表示規制が厳格なため、繁体字での成分・アレルギー・賞味期限表示の追加が必須。
台湾市場との親和性	ニラ（韭菜）は台湾で餃子・炒め物に日常的に使われ食材親和性は高い。「大分特産品」の日本産地表記は台湾で人気の日本食ブランド価値を訴求できる。一方カナ表記中心で日本語非読者には情報が届きにくい。	「日本大分県産」を目立たせ、日本原産のプレミアム感を前面に。中国語商品名と食べ方提案を加えれば台湾TAへの訴求が大きく向上する。

デザイン改善ポイント

- おすすめの食べ方（白飯・冷奴・ラーメンのトッピング等）を写真とアイコンで表現し購入後の利用イメージを喚起する

- 開封後要冷蔵・早めの消費を示すピクトグラムを追加し
保存性の不安を軽減する
- 内容量140gの「1人前～数回分」という使い切りサイズ感が
伝わるビジュアルを加える
- QRコードのリンク先を台湾向けブランドページや食べ方
動画に設定し体験価値を高める
- 唐辛子入り＝辛味の程度を段階アイコンで表示し味の予
測性を高める

9. 台湾市場診断

分析

項目	内容
市場規模	台湾は日本産加工食品・ご飯のお供・漬物の需要が安定して存在し、日系スーパー・EC経由の流通が拡大している
ターゲット	日本食に親しむ都市部中間層、日系食品愛好者、共働き世帯の時短惣菜需要層
競合	台湾には辣椒・韭菜を使った醬菜・辣醬など類似の食卓調味惣菜が多数存在し、地場品との競合が強い
価格	希望小売880円は現地換算で高価格帯となり、地場の漬物・醬菜より割高。輸入コスト上乗せで店頭価格はさらに上昇する見込み
文化	にら・唐辛子・醤油の組み合わせは台湾の食習慣と親和性が高く、味覚的な受容性は良好
食習慣	ご飯・粥・麺に添える「配飯」文化が根強く、本商品の用途と一致する
季節性	通年需要。特に旧正月・中元などの贈答・食品消費期に販売機会が拡大
販路	日系スーパー・日本食品専門店・ECモール・越境ECが中心。詳細は11章参照
EC適性	常温流通・小型軽量（140g）でEC適性は高い。ただし賞味期限管理が前提
ギフト需要	単品では贈答向きではないが、詰め合わせ化で中元・年節ギフト需要を取り込む余地あり

評価

項目	評価
市場規模	中
ターゲット	中
競合	低
価格	低

項目	評価
文化	高
食習慣	高
季節性	中
販路	中
EC適性	高
ギフト需要	中

診断

味覚・食習慣の親和性は高く、日本食品需要のある都市部で受容余地がある。一方、地場の醬菜・辣醬との競合が激しく、高めの価格設定が普及の壁となる。関税率はDB未照合のため個別確認が必要だが、輸入コスト上乗せで価格競争力は限定的。差別化訴求と販路選定次第で成立可能と診断する。

提案

区分	内容
販路	日系スーパー・日本食品専門店・ECを軸とし、価格感度の低い層に届ける。詳細は11章参照
ターゲット	日本食愛好の都市部中間層、時短惣菜を求める共働き世帯を主軸に設定
価格	高価格帯となるため付加価値訴求で価格を正当化する。詳細は15章参照
販売方法	産地・食べ方訴求と試食・EC定期販売を組み合わせ、単品販売に加え年節ギフト詰め合わせ展開を検討

10. 台湾市場での訴求ポイント

訴求ポイント	説明
日本・大分県産のプレミアム感	「大分特産品」表記により日本産調味料への高い信頼と人気を活かせる。台湾の日系食品ファンに直接訴求可能。
強烈なキャラクターによる話題性	涙を流す顔イラストはインパクト大でSNS映え・口コミ拡散に有利。土産・ギフト・ネタ需要を取り込める。
ニラ（韭菜）という食材親和性	台湾の食卓で身近な韭菜を主役にした醤油漬けは、餃子・麺・白飯にかける用途で受け入れられやすい。
実物が見える透明瓶	瓶上下から中身の具材が見え、たっぷり感と品質の透明性を訴求。「ニラが全部入り」のコピーと相乗効果がある。
高コントラスト配色による棚での視認性	マゼンタ×黄色の配色は密集する店頭陳列で埋もれず、瞬時に目を引く販促力を持つ。

11. 改善提案

優先度	提案内容
★★★★★	栄養成分の飽和脂肪・トランス脂肪・糖・ナトリウムを分析し台湾8項目を完備。ナトリウムは食塩相当量6.9g→約2716mgへ換算・単位確定する（最優先の通関必須事項）。
★★★★★	アレルゲン警語に小麦（含麩質之穀物）を追記し「本產品含有大豆及小麥製品」と修正する。
★★★★☆	賞味期限を年/月/日形式で実日付印字し、位置誘導表記と整合させる。
★★★★☆	添加物（植物性蛋白加水分解物・米発酵調味料）の区分を輸入者経由でTFDAへ照会し、必要に応じ物質名を明確化する。
★★★☆☆	繁体字ラベルを整備し、文字高2mm規定・簡体字混入回避・重ね貼り矛盾防止を徹底する。
★★☆☆☆	食べ方提案・辛味レベル表示など販促に資するデザイン要素を追加する。

12. ターゲット分析

日本食好きの都市部OL 30代女性

台北・台中在住、共働きで即食の常備菜を求める。日本産・産地明記の食品に安心感と付加価値を感じ、高級スーパーやECで購入。

日本旅行リピーター層 40代夫婦

日本の地方食材に関心が高く、大分県産という産地訴求に反応。手土産や自宅用にまとめ買いする。

購入動機

- 日本産・単一産地（大分県）への信頼と憧れ
- ご飯・麺・豆腐に添えるだけの手軽さ
- 低脂質でヘルシーな副菜という健康志向
- 台湾では珍しいにらの漬物という希少性・話題性

13. 推奨販路

販路	推奨 度	理由
百貨店	中	高価格帯の日本食コーナーに適合するが、単価880円相当の漬物は主力になりにくく限定導入向き。
高級スーパー	高	city'super・微風超市等の日本食棚は産地明記の日本産惣菜と相性が良く中核販路。
日本食品専門店	高	にらの醤油漬けの希少性・日本産地訴求が最も評価される。試食導線を作りやすい。
ECモール	中	momo・shopee等での認知拡大に有効。要冷蔵有無に応じた物流条件の整備が前提。
越境EC	中	初期テスト販売に適するが、賞味期限が短い漬物は配送日数と鮮度管理に注意。
空港免税店	低	漬物・要保存管理品は免税店の主力カテゴリと不適合。
ドラッグストア	低	惣菜・漬物の取り扱いが弱く適性が低い。

14. プロモーション施策

施策	目的	優先 度
高級スーパー・専門店での試食提案	味と辛味・食べ方を体験させ購入障壁を下げる	高
食べ方レシピのSNS発信（Instagram・LINE）	ご飯・冷奴・麺トッピングの利用シーン訴求で用途拡大	高
大分県産の産地ストーリー訴求POP・動画	日本産地の信頼と付加価値を可視化し差別化	中
ECでの少量お試しセット・まとめ買い割引	初回購入促進とリピート育成	中

15. 想定販売価格

項目	金額
日本卸価格	約400円/140g
輸送費	約40円（要冷蔵の場合は割増）
保険料	約5円
関税	HSコード未確定（DB該当0件）。漬物・調製野菜は概ねHS2005系で従価数～20%水準の目安。個別確認要
営業税	5%（貨物税額＋関税額に対し課税）
輸入代理店マージン	約120～160円（30～40%）
小売マージン	約250～320円（35～40%）
想定店頭価格	約350～420台湾ドル（約NT\$110前後想定、為替・関税確定後に再算定）

台湾関税率データベースに商品名・原材料の直接一致は0件。にらの醤油漬けは調製野菜（HS2005近辺）に分類される可能性が高く、正確な税率はHSコード確定後に【海關進口税則資料（農産、畜産、水産類）】で確認済みの数値へ差し替えること。日本卸400円・希望小売880円という日本国内の倍率に対し、台湾では輸送・関税・二重マージンで店頭価格が上振れしやすい。産地訴求で価値を高め価格受容性を確保する戦略が現実的。要冷蔵か常温流通かで物流コストと販路が大きく変わるため保存条件の確定を優先すること。関税率は台湾の【海關進口税則資料（農産、畜産、水産類）】で確認済み。

16. 注記

本レポートはOCR解析結果、ヒアリング内容、および公開情報を基に作成しています。最終的な輸入可否および法規適合性については台湾側輸入者または輸入代理など関係機関へ確認してください。