

台湾の転職事情に思う

台湾では、長引く不況による賃金抑制と最近の物価高が影響してか、サラリーマンの転職率が高く推移している。そのため、人材の確保に困難を感じている企業も少なくない。本稿では、台湾の賃金や物価などの生活事情について紹介するとともに、活況を呈している台湾のコンビニ業界の背後にある人材の問題などについて考察する。

台湾の賃金と生活事情

台湾行政院主計処によると、2005年度のサラリーマンの平均給与は43,615元（約15万7千円）で、前年比1%の増加だが、物価上昇分（2.3%）を引くと実質マイナスである。数年続いたIT系、サービス系企業での給与の下落が底を打ち、長く低迷していた製造業が盛り返したものの、物価上昇には及ばなかった（<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=15513&ctNode=2314>）。

厚生労働省の『世界の厚生労働』（2004年）によると、日本の賃金を100とした場合、台湾は38.1となっており、日本の3分の1程度である。ちなみに、コンビニやハンバーガーショップのアルバイトの時給は70～85元（252～306円）が相場なので、たしかに日本の3分の1程度の賃金水準と言える。

物価のほうは日本に比べれば安いですが、半分以下というわけではない。イギリスの調査会社が2006年1月に発表した「世界の生活コスト・調査ランキング」によると、生活に必要なもののコストは、ニューヨークを100としたとき東京は136（2位）であるのに対して、台北は89（48位）となっている。この数字は

アデレード、イスタンブール、上海などと同じ水準である（http://memorva.jp/ranking/eiu/cost_living_200602.php）。自動車などになると、車両代、ガソリン代、保険料などは日本とほぼ同じ水準である。

下がらない転職率

オンラインの「1111人材銀行」の調査（<http://www.jil.go.jp/foreign/kunibetsu/taiwan/taiwan.htm>）によると、台湾では給与所得者の大半が、自分の給料が安いと感じており、また調査で面接を受けた人の44%が転職を考えているそうである。実際、筆者の知るいくつかの日系企業でも、この1年間で少なくとも2割、多いところでは7割程度の現地社員が入れ替わっているように感じる。

辞める理由には、「頑張ったのに評価が低いから」「会社が自分にもたらしてくれたものが少ないから」といったものが多いようである。「月給が千元上がるなら」と、長期的な視点のない刹那的な転職を繰り返す若者も多いと聞く。このような転職合戦の結果、個人の側にも企業の側にも、経験やノウハウが蓄積していかないという弊害も目立ってきている。

野村総合研究所
台北支店
上級システムアナリスト

山口雅明（やまぐちまさあき）

専門は流通および社会システムの事業
企画・システム企画など



コンビニの活況の裏で

ところで、台湾のコンビニ密度（人口あたりの店舗数）は、2003年にはすでに日本を抜いてアジア太平洋地域でトップになっている。同年10月時点で6,851店舗あり、これは人口3,357人につき1店舗の割合である。日本は3,420人につき1店舗であった（<http://www.roc-taiwan.or.jp/news/week/2086/112.html>）。日本では飽和感のあるコンビニ市場だが、台湾のコンビニ各社の店舗数の伸びをみる限りでは、まだまだ伸び盛りのようである。

台湾セブン・イレブンでは2005年4月下旬から販促キャンペーンを始めたが、さっそく翌5月の売上が過去最高を記録し快調に推移している。また景品のマグネットがオークションで取り引きされるなど、社会現象にまで発展した。これはコンビニ各社に飛び火して、2006年の今でも販促合戦が続いている。

このように、台湾ではコンビニ業界が活況を呈しているように見える。しかし、日本以上の密度で店舗が競合しているにもかかわらず販促により売上を伸ばしている現在の状況は、かならずしも長続きするものではないと思われる。

その理由のひとつは、台湾で販促競争が本部主導でさかに行われている背景に、優秀な人材の確保が難しいという問題があるように思えることである。たとえば、競争を支えるべきコンビニ店長の業務は、日本と比べて

はるかに小さいように思える。仕組みやシステムに異なる点も多いことは確かだが、店長の業務は、高度な業務というよりは属人的な作業が多いように感じられる。本部主導による販促が主体とならざるを得ない理由は、このような点にもあるに違いない。

人材による差別化の時代へ

こうした状況を変えていくには、日本のような店長の高度なノウハウと、システムを用いた緻密なオペレーションによって競争していくことが台湾でも重要である。そのためには優秀な人材の確保、人材の育成が欠かせない。これまで中途採用を前提に人材を確保してきた多くの日系企業でも、優秀な人材を囲い込むためには、新卒段階から確保して社内で教育するような育成システムや、インセンティブ制度などの方策を検討していく必要があると思われる。人材の高度化により、コンビニの付加価値を上げ、その結果、労働分配率の向上を図ることができれば、転職率の改善にもつながるに違いない。

台湾のコンビニ業界でも、遠からず販促競争を脱して、「いかにモノを揃えて消費者に届けるか」が差別化の要因となろう。そのとき、業務をいかに効率よく組み立て（本部の人材）、効率よく売るか（店舗の人材）といった人材同士の連携が大切になる。優秀な人材が企業に定着し、高度なノウハウが蓄積されれば、新たな事業展開が可能となる。