



中華民國 台灣投資通信

発行：中華民國 經濟部 投資業務処 編集：野村総合研究所 台北支店

March 2007

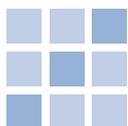
今月のトピックス
「四海一空」- 自由貿易港区の発展概況

台湾進出ガイド
就業規則について(2)

vol. 139

台湾トップ企業紹介
～ 網路家庭国際資訊(股)有限公司
詹宏志董事長インタビュー～
台湾ネット文化の先駆者として、
常に市場を切り拓くPChome Online
台湾マクロ経済指標
インフォメーション

【今月のトピックス】



「四海一空」- 自由貿易港区の発展概況

2003年7月より総統から「自由貿易港区設置管理条例」が公表されて以来、台湾で基隆港、高雄港、台北港、台中港及び桃園航空自由貿易港区の「四海一空」（4海港と1空港）と呼ばれる自由貿易港区がそれぞれ設置され、2006年元旦から全面的に運営している。今後、台湾政府は自由貿易港区にいる企業が一定条件のもとに所得税を5年間免除できるという政策を策定予定で、国内外企業の関心が集まってくると考えられる。今回は台湾における「四海一空」自由貿易港区発展概況の紹介及び行政院経済建設委員会財経法制協調サービスセンター（以下は法協センターと略称）主任の左珩氏とのインタビューについて紹介する。

発展概況

「四海一空」の4海港は35社の企業が入居している。桃園航空自由貿易港区（2003年からBOT方式の採用により、遠雄グループに50年間運営を委託しているため、遠雄航空自由貿易港区とも称す）には64社の企業が入居し、計99社が入居している（2007.03.15現在）。2006年末までの投資金額は計約100億元、輸出入の貨物量は約74万トン、貿易額は約151億元である。

(一)各港区の現状

各港区の現状は右の表の通り。

(二)日系企業の入居状況

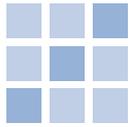
日系企業は高雄の台湾日郵碼頭会社（再輸出入）及び桃園航空の国際住商電子会社（半導体、材料）の二社が入居しており、全体の約2%である。

自由貿易港区	基隆	台北	台中	高雄	桃園航空	合計
運営開始時間	2004.09	2005.09	2005.10	2005.01	2006.01	- -
面積 (ha)	68	79	536	415.41	34.85	1133.26
入居企業数	9	1	10	15	64	99
投資金額 (百万元)	1,998	180	555	1,352	6,710	9,995
輸出入貿易額 (百万元)	68	4,430	8,445	1,132	1,063	15,138
輸出入貨物トン量	726	29,367	670,581	29,971	43	730,688

(三)管理や推進する仕組み

管理の仕組み：4海港は交通部の所轄する各県市の港務局によって監督、管理及び運営されている。桃園航空自由貿易港区では交通部の民航局が監督、管理し、遠雄航空自由貿易港区会社が運営している。

推進の組織：主な政策は行政院経建会が企画し、經濟部、交通部、財政部と共に推進している。行政院の下にも異なる部会の意見を統合する「自由貿易



港区協調委員会」が設置されており、関連政策及び申請案件を計画している。

法協センター左主任へのインタビュー

左珩氏に「自由貿易港区」の現状と未来像についてお話を伺った。

台湾の自由貿易港区がアジア諸国に比べて優れている点は何でしょうか？

台湾自由貿易港区の特徴は以下の通りです。

強力な研究開発力を備えています。

一体化したサプライチェーンを構築しています。

自由貿易港区事業においては外部企業に加工委託ができ、産業集結効果を促進しています。

自由貿易センターに関連するインセンティブは何でしょうか？

現在『自由貿易港区設置管理条例』に基づき、コスト（区内関税免除）、効率性（区内は税関領地外）、サービス（単一窓口サービス）、規制緩和（外国労働者の雇用比率は40%までが上限）、資金流通（外国人による自由貿易港区内の持株会社設立が可能）という五つの方面で付加価値を創造し、企業が効率的に運営できるようにしています。

また最近公表された優遇措置は以下の通りです。

一定条件のもとに5年間の所得税を免除出来ます。本件は現在検討中ですが、将来、導入される見通しです。

入居審査の流れを120日から3週間に縮めます。主に桃園自由貿易港区はその恩恵を被る他、交通部は桃園自由貿易港区の入居率が40%に達すると単一サービスの窓口を設置すると計画しています。

入居可能業種に対する特別な条件はあるのでしょうか？

入居する業種には特別な規定がありませんが、貿易、倉庫、物流、コンテナ集散、再輸出入、中継運送、請負運送、税関申告サービス、組立て、建直し、包装、修理配送、加工、製造、展示、技術サービスなど安全な事業内容で税法上の違法行為などが無い企業であれば、基本的に問題はありません。桃園航空自由貿易港区は特に研究開発センターや快速な物流ができる会社であれば、大歓迎です。

将来の新しい自由貿易港区の設置予定地域を教えてください

すか？

昔は台南県（南部自由貿易港区）、台南市（安平自由貿易港区）、高雄市（南星自由貿易港区）、工業区（彰濱工業区）などが申請されましたが、現在台湾政府は快速物流等で優位性がある桃園航空港区を重点的な誘致対象としています。

自由貿易港区及び輸出加工区の比較

項目	自由貿易港区	輸出加工区
目的	貿易自由化、国際化、人、物、金の流通利便性を向上する。	投資や国際貿易を促す
区内において主な事業別	倉庫、航運、請負、加工、製造、技術サービスなど。	製造業
原料の通関方式	通達	通関
区外に加工を委託	可	可
加工を委託できるエリア	製造業：課税区と保税区両方 物流業：課税区と保税区の簡単な加工	課税区、保税区の両方
区内の税金免除項目	関税、貨物税、営業税、タバコ酒税、タバコ健康寄付税、貿易推進サービス費、港区サービス料など	関税、貨物税、営業税

今後の会社誘致戦略の重点を教えてください。また日系企業に対するアドバイスはありますか？

今年は重点誘致対象となっている国々（欧州、米国、日本など）を訪問する予定で一連の座談会も催す計画があります。経済部、交通部、経建会の長官等の訪問団を予定しています。

日本の優良で国際的な物流会社の入居を台湾政府は非常に歓迎しています。もし、合作の機会があれば、より良い優遇措置を提供することも考えています。

台湾政府の今後の自由貿易港区に対する未来像について教えてください。

10年以内に自由貿易港区のメリットで新しい貿易利益を出し、台湾の物流産業により良いサプライチェーンを構築します。台湾企業の国際貿易の実力発揮による国際社会の認知が目標です。



行政院経済建設委員会
財経法制協調サービスセンター 左珩氏



就業規則について(2)

三、就業規則の記載事項

労基法第 70 条の規定により、使用者が制定した就業規則においては、事業の性質に従って以下の事項を含まなければならない。

労働時間、休息、休暇、国家記念日、特別休暇並びに継続性就業の交替勤務方法に関する事項 賃金の基準、計算方法及び支払の時期に関する事項 労働時間の延長に関する事項 手当及び賞与に関する事項 遵守しなければならない規律に関する事項。 勤務評定、休暇請求、表彰制裁及び昇進転職に関する事項 雇用、解雇、離職及び定年退職に関する事項 災害傷病補償及び扶助に関する事項 福利厚生に関する事項 労使双方が遵守しなければならない労働安全衛生の規定に関する事項 労使双方の意思疎通及び協力強化の方法に関する事項 その他の事項。

就業規則において上述の事項が記載されていない場合、その事業の性質に応じて、使用者が就業規則の制定義務を果たしていないと見做される可能性があり、NT2,000 以上 NT20,000 以下の罰金を科されるものとする（労基法第 79 条第 1 項）。

四、就業規則の届け出

労基法第 70 条の「使用者が就業規則を制定した後、主務機関に届け出なければならない」という規定は、届出制度によるものである。届出制度というのは、届出審査のことを意味する。使用者には使用する労働者が三十人以上の場合、即時に就業規則を制定し、三十日以内に主務機関に届け出なければならない（労働基準法施行細則第 37 条第 1 項）。就業規則の修正については同様である（同条第 2 項）。

五、就業規則の公開掲示

労基法第 70 条によって、使用者は就業規則を公開掲示しなければならない。同時に、労働基準法施行細則第 38 条においては、就業規則が主務機関へ届け出られた後、使用者は事業場で、就業規則を公告し、且つ印刷して、それを各労働者に発布しなければならない。公開掲示の目的とは、必要のない労使争議を防ぐため、労働条件を明確化しようとするものである。よって、同様な効果をあげるため、例えば会社内部のインターネットで就業規則を公告することにより、就業規則の公開掲示に換えることができる。

最後に、労基法第 71 条には、「就業規則の中で、法令の強行若しくは禁止規定又は当該事業に適用される団体協約の規定に違反するものは、無効とする。」という規定がされている。本条は使用者から一方的に就業規則の制定又は変更する内容の限界を明示するものとし、違反する場合には、当該条項の就業規則が無効となる。

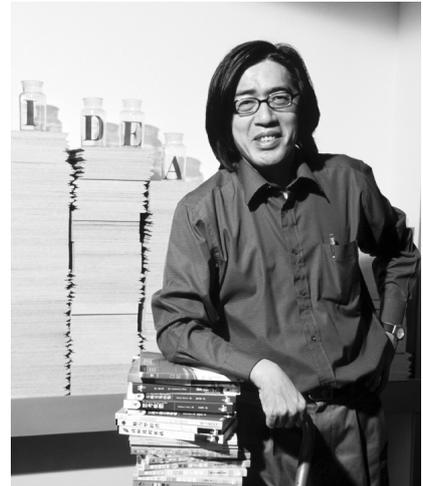
台湾ネット文化の先駆者として、 常に市場を切り拓くPChome Online

これまでこの單元では、在台日系企業についてご紹介をしてきた。
今年度より台湾のトップ企業の方々についても紹介をしていく。

「台湾トップ企業インタビュー」の單元スタートを記念し、今月は二回にわたり、台湾のネット産業界のトップ企業であるPChome Online Inc. (以下、PChome) を紹介する。

PChomeは2005年台湾株式市場において、ネット業界初上場企業(注1)。現在、台湾の二大ポータルサイトの一つで、EC方面において傑出した業績をおさめている。2000年6月に「PChomeオンラインショッピング」サービスを開始以来、台湾の最大のオンライン・リテラーの地位を占めている。

今回、著名文化人でもある詹宏志董事長にインタビューをする機会を頂き、同社の成功の秘訣や台湾産業の強みについてお話いただいた。



網路家庭國際資訊(股)有限公司
董事長 詹宏志氏

PChomeのこれまでの沿革についてお話を聞えますか？(P5図1参照)

もとはと言えば、1996年2月に現在の李宏麟総経理と一緒に雑誌社「PChome Publications Inc.」を立ち上げたのがそもそもの始まりで、これが今のPChome Online Inc.の前身にあたります(注2)。

同年5月、同社はPChome情報サイトを立ち上げるのだけど、このサイトと雑誌は直接の関係はなくて、パソコン業界やパソコンのハードやインターネットについてのニュースを紹介するだけのホームページでした。僕自身は映画とか文学の方面の出身だけど、それでもネットの発展のスピードというものに気がついて、1998年7月に、当時のPChome情報サイト部門をスピノフして、ポータルサイト運営会社(独立会社)として再出発させたんです。それが現在のPChome Online Inc.というわけ。

2000年6月には、この会社はオンラインショッピングに力を入れ始めています。オンラインショッピングのとっかかりとしては、中国語や英語、そして日本語の雑誌の販売でしたね。でも、当初その売

上げは、一年間でNT60万元程度でした。

その3年後には、ダウンロード版のPCソフトの取り扱いを始めています。たとえばトレンドマイクロとかマイクロソフトなどのソフトですね。そのダウンロード版の価格は既存チャンネルでの価格の半分以上以下でした。当時、マイクロソフトのダウンロード版を扱っていたのは世界でも当社だけでした。

2004年にSkypeと提携しVoIPの事業を立ち上げています。この時、当社が全世界で最初のSkypeパートナーでした。現在台湾ではSkypeユーザーは470万人もいる。Skypeの有料オプションサービスを販売するサイトとしても、世界でもトップ規模です。2005年6月にアメリカに子会社IPEVOを設立し、2006年の初めには、USB対応のスカイプフォン(Skype用受話器)の製造販売を始めています。これはアメリカの「ID Magazine誌」でも、電話代が大幅に削減できるというので、大きく取り扱ってくれました。将来は法人向けのテレビ会議用の設備を開発したいと思っています。これができたらテレビ会議にかかる通信料を気にする必要がなくなるでしょう。

台湾トップ企業紹介

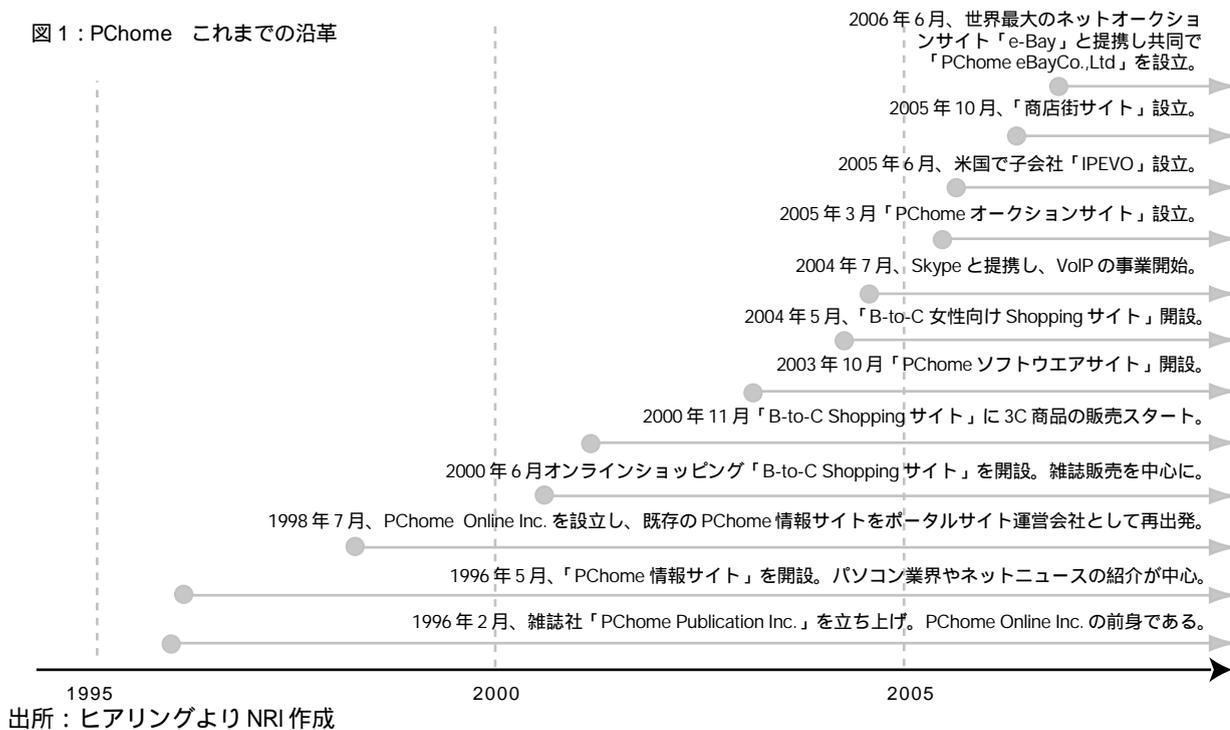
簡単に PC home の事業内容をご紹介していただけますか？

この会社の主要な事業ドメインはポータル事業、EC 事業、VoIP 事業の三つに分かれている。2005

年度決算では各事業の営業収入比率は、EC85%、ポータルで5%、VoIP は10%でした。

ポータル事業としては、メール、フォトアルバム、株式市場、ブログなど幅広いサービスがそろって

図 1 : PChome これまでの沿革



ますね。フォトの部分ではすでに9000万以上の写真がアップされているし、これは台湾では「無名小站」に継ぐ規模です。ブログ部分については、パーソナル・ニュース・ステーション（個人新聞台）を設けて、ここにすでに1800万の書き込みがなされていて、すでに台湾最大のブログに育っている。メールマガジンについては、有料無料或いは個人法人を問わずにここで発行が可能で、一日に5000万部が発行されている。これらの事業は広告収入で運営されているんです。

EC 事業は最大の金のなる木に育ちました。2003年にはYahoo や eBay と台湾市場の開拓競争がはじまりました。

当社 EC 事業下には、現在三種類のオンラインショッピングサイトがあります。2005年その全てのショッピングサイトを“純粋にプラットフォームだけを提供するサービス”と定義し、更に三層のサプライヤー向けに分類しました。それが「Action サイト」「商店街サイト」そして「B-to-C Shopping サイト」の三つ。最低層の「Action」は個人でも参加できる

のでハードルも一番低い。中間層の「商店街」は不動産型モデルなので、Auction 同様自ら店舗を運営し自由に販売ができますが、リアル店舗と同様に営利事業登記証（注3）が必要。そして、最上層に位置する「B-to-C Shopping」はPChome が商品を仕入れ（在庫なし）、販売代理するタイプ。サプライヤーは在庫と配送を管理するだけなので簡単。

僕は2004年にeBay に対して提携を提案したことがあったんですが、当時はeBay はその提案には乗ってきませんでした。しかし、2006年には提携に関して合意に達し、共同でAuction サイト運営会社「PChome eBay Co., Ltd（以下、中文名：露天）」を設立した（注4）。eBay でのユーザーの評価や身分などを、徐々に「露天」に移していくことになっていて、全体の管理はPChome が統括することになってます。2006年9月の「露天」設立前は、PChome Auctionの商品は50万件に過ぎない。かたやYahoo 台湾では370万件。でも、最近3ヶ月の統計では、「露天」の商品は230万件にものぼる一方で、Yahooの商品は350万件に落ち込んでいる。ついでにひとつ触れておくと、Yahooのオークションは有料だけど、「露天」は無料。

VoIP 事業、つまり、Skype だけどこれはTelecom の通話サービスと同じなんです。「Skype 電話」とは、無料通話サービス（以下、Skype）。パソコンに無償ソフトをダウンロードすればすぐに利用できる。パソコンからインターネットを経由してパソコン上のSkype(PCtoPC)に繋がる通話の受信と、パソコンからインターネットを経由して一般電話に繋がるSkype Out 通話受信(PCtoPhone)サービスがある。後者は専用プリペイドカードを使った有料オプションサービス。この有料オプションサービスの売上だけで、月間平均NT\$3500 万元です。ちなみにそのプリペイドカードは当社のショッピングサイトで販売してます。

将来はPChome のVoIP 事業は自社ブランドの方向に進んでいくと思っています。その理由はSkype の経験、台湾の通信関連製品の製造能力を持っていること、台湾が一定水準の新興市場の工業設計力を保持していることが挙げられます。これらによって、PChome はオリジナルブランドを確立できると考えています。例えば、日本のBUFFALO のようなね。また、ハードウェアの管理については、新規の事業になると思います。

EC 事業は貴社の最大の収入源ですが、貴社の EC 市場での特色を教えてくださいませんか？

PChome はEC 事業において「門外漢の原則」というものを持っています。消費者のニーズや製品知識、更にはサプライチェーンなどについての理解は当初限界があるわけですね。余計な問題を起こさないためにも、情報システムやキャッシュフローの部分で工夫を行いました。在庫を持たないようにし、商品が届いて初めて買掛金が発生する仕組みを作りこんだんです。

PChome の最大の特色は、商品はベンダーの在庫として存在するか、或いは消費者の手元にある商品、と言う仕組みでしょうね。これでPChome は在庫を持たず、プラットフォームの提供に徹することができます（注5）。PChome は、売買の機会を提供するだけで、誰がこのプラットフォームを利用しようとするかあまり関係ないんです。商品をコロコロ動かしていくのではなく、情報システムによるEC 市場のコントロール。これによってコストが全体的にずっと抑えられる、と言うわけですね。

また、PChome がネット上で行うサービスの原則は次の点を堅持しています。まずは、ネット上で「商品の選択」「支払い」「流通」などのサービス全体を完結できること。このため、一番多い支払方法はクレジットカードになっています（注6）。

台湾トップ企業紹介

次に、プロセスはできる限り簡単にする予定です。PChome では個人情報の入力はシンプルです。ただし、一方で安全面の考慮（注7）から、取引後、クレジットカードの番号は自動的に消去されるようにしています。このため、消費者は購入の度にクレジットカード番号を入力することになるけどね。

現在のプロセスでは、注文を受けてすぐにサプライヤーと会計部門にデータが行くようになっています。そして、指定時間内に、例えば、台北地区であれば48時間、出荷される。商品がユーザーに届いた時に、買掛金が支払われる仕組みです。サプライヤーは在庫リスクがあるが、月末（約一ヶ月後）には必ず売掛金を回収することが可能です（注8）。その一方で、PChomeの売掛金はクレジットカード会社から回収する。このモデルは台湾では誰も真似できないようです。納期や在庫リスクについて厳しいけれど、サプライヤー自身もこのモデルについては納得してくれていると思う。

PChomeは消費者との接点を握っているということが重要なんです。

PChome Onlineの全てのサービス会員（PChomeID会員で1200万人、メールマガジン発行部数は日ベースで1400万部、フリーメール会員は600万人で）が潜在的なECユーザーなわけで、EC事業のより高い成長を期待できます。

話題を全く変えてしまいましたが、Web2.0の時代にはどのように対応されますか？

Web2.0とは、業務でも技術的なものでもなく、一種のサービス精神的なコンセプトのようなもの。だからボトムアップによって、ユーザーの提供するデータがサイトの方向性を規定してしまうでしょ。ですから当社はPortal2.0という概念を以って、Web2.0と結合し、当初のportalの延長線上に置いたんです。機能的には大量の写真のアップが可能で、Tagも使えるため、より多くのリンクが作れます。ネット上

の「交友」（出会い系の機能）についていえば、従来の「交友」のほか、「やりたい事」というものを増やしたが、これは新しいスタイルの「交友」モデルと言えますね。

報道サイトは「News 2.0」。Web2.0に対応するために生まれた新しいサービスで、全てのニュースにコメントをつけていくことができるものです。また、「個人新聞台」（パーソナル・ニュースデスク）はいわゆるブログであり、2.0モデルのサービスを提供していきます。この中では文章形式が最も多くを占めています。

2006年のeBayのECサービスはWeb1.5にとどまっていたんですね。と言うのは、Web2.0のようにユーザーが自分で取引方法を決めることはできなかったからなんです。これに対して、「露天」はWeb2.0時代の成果の賜物と言えます。オフライン状態でもSkypeインターフェイスを使えばいつでも当事者同士で取引ができますし、取引手数料を徴収してないけど、新機能を追加し続けているんです。

（次号に続く）

（注1）現在ネット上場会社は2社。

（注2）PChome Publications Inc. と PChome Online Inc. は現在も既存する完全別会社。

（注3）法人がWEB販売する場合、例え Auction であっても営利事業登記が必要。

（注4）既存の PChome Auctions と eBay 台湾の合併会社。

（注5）PChomeのオンラインショッピングサイトには自社で仕入販売モデルと、純粋なプラットフォームを提供するモデルがあるが、どちらも在庫ゼロの仕組みは同じであり、ここでは両者ともにプラットフォームの提供と表現されている。

（注6）台湾のECにおけるクレジットカードの使用率は5割程度だが、同社の場合、9割以上。

（注7）この点は台湾の法律を考慮している。

（注8）台湾物販業界の支払い条件（Payment Term）は3～6ヶ月が一般的。

台灣マクロ経済指標

年 月 別	国内総生産額		製造業 生産年増率 (%)	外国人投資 (千米ドル)		貿易動向 (百万米ドル)			物価年増率 (%)		為替レート		株 価 平均指数 1966=100
	実質GDP (10億元)	経済 成長率 (%)		総金額	日本	輸出	輸入	貿易収支	卸売物価	消費者 物価	ドル	円	
2001年	10,281	4.25	9.39	3,271,747	608,107	135,317	113,245	22,072	0.05	-0.20	34.75	0.2667	5,225
2002年	10,634	3.43	7.40	3,575,674	725,689	150,600	128,010	22,590	2.48	-0.28	33.98	0.2930	5,161
2003年	11,279	6.07	10.52	3,952,148	826,517	182,370	168,758	13,613	7.03	1.62	31.92	0.3179	6,033
2004年	11,734	4.03	4.48	4,228,068	723,164	198,432	182,614	15,817	0.61	2.30	32.85	0.3098	6,092
2005年	12,277	4.62	5.04	13,969,247	1,587,874	224,017	202,698	21,319	5.64	0.60	32.53	0.2795	6,842
2006年	1月		3.87	3,953,787	33,551	16,835	14,501	2,334	1.13	2.66	31.99	0.2805	6,609
2006年	2月		15.55	177,147	37,259	15,464	16,073	-610	2.31	0.98	32.46	0.2795	6,614
	3月	3,011	4.92	6.63	1,378,012	109,797	17,892	16,166	1,726	2.11	32.46	0.2750	6,501
	4月		5.67	236,646	30,803	18,795	16,421	2,374	3.31	1.23	31.91	0.2792	6,941
	5月		8.72	898,540	11,009	18,921	18,212	709	6.58	1.58	32.02	0.2763	7,123
	6月	2,947	4.57	5.77	301,379	42,748	18,094	16,869	1,225	8.78	32.40	0.2791	6,548
	7月		7.60	1,396,386	54,507	19,576	17,771	1,804	9.19	0.79	32.76	0.2866	6,504
	8月		5.52	541,688	141,442	19,373	18,157	1,216	9.10	-0.57	32.91	0.2822	6,552
	9月	3,116	5.02	2.90	447,484	79,964	20,081	17,247	2,834	6.90	33.10	0.2861	6,782
	10月		2.13	1,897,846	228,682	19,840	17,486	2,355	5.76	-1.19	33.26	0.2806	7,029
	11月		1.63	671,419	69,589	19,540	17,116	2,424	5.97	0.24	32.43	0.2804	7,267
	12月	3,203	4.02	-2.17	2,068,914	748,525	19,606	16,678	2,928	6.40	32.60	0.2825	7,630
2007年	1月		5.69	500,773	36,116	19,845	17,958	1,887	7.20	0.40	32.95	0.2791	7,815

出所：中華民國經濟部統計処

インフォメーション・コーナー

台北国際シルバー/ヘルスケア見本市
(Taiwan Int I Senior Lifestyle and Health Care 2007)

概要 初めて開催される台北国際シルバー/ヘルスケア見本市は中華民國對外貿易發展協會 (TAITRA) の主催により、2007年5月4日～7日の間で台北貿易センターで催される。行政院經建会の統計によると、台湾における高齢者(65歳以上の方々)人口は昨年228万人で、台湾全人口に占める高齢者の割合は10%だが、2026年には474万人で20.6%となることが予測されている。急増する高齢者の生活を重視する観点から、多くのビジネスチャンスが期待されている。今度の見本市は「リハビリ及び補佐器具コーナー」、「安心養護サービスコーナー」、「医療保健介護コーナー」、「病気予防専用コーナー」、「休暇旅行コーナー」、「信託保険コーナー」、「社会福祉コーナー」、「メディアコーナー」という8つのコーナーを設け、150社のメーカーで300ブースが出展する見込み。
詳細はこちらのホームページまで。 <http://www.sencare.com.tw/>

2007年5月4日(金)～7日(月) 09:00～18:00 (最終日 09:00～17:00)

開催日時 Biometric monitoring Products & Services、Location and Emergency Aid Products & Services、Elderly Care Facilities & Services、Senior Health Services、Assisted Living Devices & Gear、Fitness Equipment、
出品物 Senior Insurance、Financial、Trust Services、Cosmetic and Anti-aging Products、Health Foods、Senior Travel and Entertainment

展示会場 台北世界貿易センター展示ホール3

主催 中華民國對外貿易發展協會 (TAITRA)

お問合せ及び資料請求 中華民國對外貿易發展協會 展覽業務処 陳宝玉 專員 (Ms. Alice Chen)
TEL: 886-2-2725-5200 ext.2873 FAX: 886-2-2725-3501 E-mail: alice@taitra.org.tw

ジャパンデスク連絡窓口 (日本語でどうぞ) ジャパンデスクは、日本企業の台湾進出を支援するため、台湾政府が設置しています。野村総合研究所が無料でご相談にのります。お気軽にご連絡ください。

經濟部 投資業務処	台北市館前路 71 号 8F	TEL: 886-2-2389-2111 / FAX: 886-2-2382-0497 担当: 林貝真 ext. 216 (日本語可)
野村総合研究所 台北支店	台北市敦化北路 168 号 13F-E室	TEL: 886-2-2718-7620 / FAX: 886-2-2718-7621 担当: 福島卓 ext. 26 / 凌瑞卿 ext. 33 / 何佳娟 ext. 23
野村総合研究所 アジア中国事業コンサルティング部	〒100-0005 東京都千代田区丸の内 1-6-5丸の内北口ビル	TEL: 03-5533-2709 (直通) / FAX: 03-5533-2724 担当: 杉本洋

● ジャパンデスク専用 E-mail: japandesk@nri.co.jp ● ホームページ <http://www.japandesk.com.tw>

個別案件のご相談につきましては、上記ジャパンデスク専用 Eメール、もしくは野村総合研究所台北支店宛にお願い致します。