



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 2010

vol. 175

今月のトピックス

投資開放で加速を始めた台湾液晶ディスプレイパネルメーカーの中国事業戦略

飛躍する台湾産業

デジタル化や通信との融合で転機を迎えている台湾CATV業界

台湾進出ガイド

台湾のAEO認証制度

日本企業から見た台湾

～台湾三菱商事(股)有限公司董事長

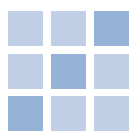
小椋和平氏インタビュー～

台湾企業との戦略的提携により、台湾起点のビジネスを拡大中の台湾三菱商事

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】



投資開放で加速を始めた台湾液晶ディスプレイパネルメーカーの中国事業戦略

2010年2月、台湾政府は台湾パネルメーカーの競争力確保のため、条件付きでの中国投資開放を発表した。09年末に韓国政府が世界第1位、第2位のパネルメーカー、サムスン電子とLGDに対し、それぞれ7.5世代、8.5世代の生産ラインの中国投資計画を許可した2ヶ月後のことであった。台湾では規制緩和を受け、友達光電(AUO)が3月に7.5世代工場の中国投資計画を申請した。本稿では、政府支援を受けながら急速に拡大する中国液晶テレビ市場の状況や中国を巡る台湾パネルメーカーの動きを紹介し、日本企業の戦略策定のための視点を提供する。

ブランドメーカー主導の韓国勢と新興の中国勢の狭間に立つ台湾メーカー

大規模投資と高い技術力を要するパネル産業は、初期には日本で発展した。世代が上がるごとにコストと技術の競争は激しさを増し、淘汰が進んだ現在、東アジア諸国が世界市場をほぼ独占している(2009年の世界シェアは韓国47%、台湾37%、日本10%、中国4%)。

台湾は07年前後に50%近い世界シェアで一時トップに立ったが、近年は韓国メーカーや新興の中国メーカーに押され、シェアを4割以下まで落としている。

韓国は07年5月以降の韓国ウォン安(対ドルの下げ幅は最大51%)を追い風に価格競争力を強め、台湾パネル産業は厳しい価格圧力にさらされた。しかし、両者の命運を分けた根本的な問題は、それぞれの業界構造の違いであった。韓国のパネル産業では、グローバルメーカーのサムスン、LGが垂直統合を進めており、自社ブランドの育成過程で有効的にパネル技術を向上させてきた。また、川上のパネル需給調整やサプライチェーンの新規開拓が容易であるなどの優位性を活かし、産業全体の利益率を高めてきた。

一方の台湾も、ガラス基板～パネルモジュール～アセンブリまで整ったサプライチェーンを有するが、出口となるグローバルブランドを欠いており、強みとする技術力やコスト管理能力だけでは、需給変化が激しいパネルの国際市場に十分に対応することができずにいた。

さらに、台湾の後方では中国メーカーが伸張してきている。中国政府はパネル産業を重点育成の対象としており、投資総量の管理を行いながら、全面的な支援を行っている。中国のパネルメーカー4社は09年までは第5世代の生産を中心としているが、液晶テレビ市場の成長を見据え、この年には7.5世代以上の生産ライン7本の設置計画が示された。

中国の内需拡大と台湾の商機

中国では近年、液晶テレビ市場が急速に成長しており、パネルメーカーだけではなく、ブランドメーカーやアセンブリメーカーの商機も拡大している。特に2009年には金融危機の中に実施された「家電下乡」政策(農村部の家電普及促進のために、指定機種について中国政府が補助金を支給)の効果により、内需市場が大幅に拡大した。



内需拡大を受け、中国のアセンブリメーカーが台湾に調達先を求める動きが活性化している。09年には中国のテレビアセンブリ市場に占める台湾製パネルの比率(調達額ベース)は5割以上に拡大した。こうした状況は韓国メーカーにとって重大な脅威となっており、台湾メーカーにとっては劣勢から抜け出す好機となっている。

上記のような兩岸産業の緊密化を受け、日本や韓国のメーカーは競争力維持のために次々と中国投資計画を打ち出しており、中国は川上のパネル生産から川下の液晶テレビ市場に至るまで、各国メーカーが凌ぎを削る競争の地となっている。

中国政府はこうした大局をよく理解しており、世界最大の液晶テレビ潜在市場を背景に台日韓パネルメーカーの投資を呼び込み、先進企業の長年の蓄積を吸収することにより、パネル産業を今後の経済発展の柱の一本にしようとしている。

投資開放後の台湾メーカーの中国事業戦略

台湾経済部は2010年の春節前に、パネルメーカーによる第6世代以上のTFT-LCD用液晶パネルの中国投資開放を正式に公布した(当面は最大3ラインまでの投資に制限され、台湾の既存工場よりも1世代以上前の技術でなければならないなど、条件付きでの開放である。詳細は表1)。

投資開放を受け、台湾最大のパネルメーカーである友達光電は3月15日に經濟部投資審議委員会に対し、昆山市(江蘇省)に7.5世代工場を建設する投資計画を申請した。同社は30億ドルを投じ、中国パネル市場に本格参入する。

以上の通り、台湾のパネルメーカーは中国のブランドメーカーやアセンブリメーカーとの結びつきを強めながら、直接投資も進めており、世界最大の市場へと成長しつつある中国において、その事業態勢を整えつつある。この「西進政策」により韓国メーカーとの競争で優位に立ちたい台湾は、台湾パネル産業の蓄積されたノウハウと人材を活かしながら産業育成を図りたい中国とウィンウィンの関係にある。

日本の川上メーカーにとっての商機

材料や設備などのパネル産業の川上を掌握し、台湾パネルメーカーと長い協力関係にある日本企業にとって、台湾メーカーの中国進出は商機の拡大を意味する。友達が迅速に中国投資を決めたのは、奇美電子(CMO)、群創(Innolux)

統宝(TPO)の合併新会社(=新奇美:Chimei Innolux)に対抗するためでもある。中国でいち早く量産体制に入るためには、台湾における7.5世代工場の経験をそのまま移植するのが最も効率的であるため、人材を含めたターンキー輸出が行われることになるだろう。さらに材料調達でも効率を求めるのであれば、台湾での主要サプライヤーである日本企業が活用されることになるだろう。日本企業はこの機会に中国において、台湾のパネルメーカーだけではなく、地場のパネルメーカーのサプライチェーンへ参入することも可能だ。中国パネル産業の勃興期にあたる今、日本の材料、設備メーカーは、再びシェア拡大へと動き出した台湾パネルメーカーとの協力関係を大陸へと拡大することで、中国の成長を取り込むことができるだろう。(江英橋 y-chiang@nri.co.jp)

表1: 台湾液晶ディスプレイパネルメーカーの中国投資の申請条件

- 1 申請人は台湾の液晶ディスプレイパネルメーカーであること。
- 2 申請人は当該中国投資事業に対するコントロール権を有すること。
- 3 申請者は台湾でも投資を行い、次世代パネル工場への投資と研究開発を進め、わが国パネル産業の成長を維持すること。
- 4 当該会社の当初計画に基づく台湾における次世代パネル工場への投資進捗は、キーテクノロジーチームの審査による必要条件を満たしていなければならない。
- 5 第6世代以上のパネル工場への中国投資は3ラインを上限とする。また、その技術は当該会社の台湾既存パネル工場よりも1世代以上遅れたものでなければならない。
- 6 中国投資事業は、台湾親会社のエンジニアにより生産技術を運用し、台湾の親会社に対して合理的な報酬と権利金を支払わなくてはならない。
- 7 当該大陸投資により、グローバル市場で優位を得る、又はシェア拡大を図ることができること。
- 8 台湾の経済発展に重大な貢献があること:台湾親会社の売上と収益を増やす、又は大陸投資事業を伴う事業編成により、国内事業の技術水準又はオペレーション効率を大幅に高めることができること。
- 9 台湾の設備、材料及びその他関連産業(デジタルテレビなど)の発展促進につながる事。
- 10 当該大陸投資を理由に台湾従業員を縮減してはならない。

出所) 經濟部修正「在大陸地區投資晶圓鑄造廠積體電路設計積體電路封裝積體電路測試與液晶顯示器面板廠關鍵技術審查及監督作業要點」より液晶ディスプレイパネルの部分抜粋

飛躍する台湾産業



デジタル化や通信との融合で転機を迎えている台湾CATV業界

日本では、世帯普及率が約15%(750万世帯)の有線放送(CATV)であるが、台湾では、統計ベースでの世帯普及率が64%となっており、違法視聴世帯等を加えた実質視聴世帯普及率は84%に達し、CATVが放送メディアとして高いポジションを確立している。その台湾CATV業界が、放送と通信の融合やデジタル化という大きな転換期を迎えている。そこで本稿では、台湾CATV業界のを取り巻く現状と日系企業に対する事業機会について考察する。

概況 自由化後に急発展した台湾 CATV

台湾におけるCATV放送は、無線テレビ放送の難視聴対策として1960年に始まった。その後、メディアが強く規制されていた戒厳令下の1976年に、違法ではあったが、無線テレビ放送以外の国内外の番組の有料放送が始まった。1987年に戒厳令が解禁された後は、さらに豊富な番組を武器に視聴者を大量に獲得していった。なお、当時、無線TV放送は国民党に独占されていたため、それに対抗するための、政治的な主張を訴える場ともなり、政治色の強いメディアとして成長を続けた。

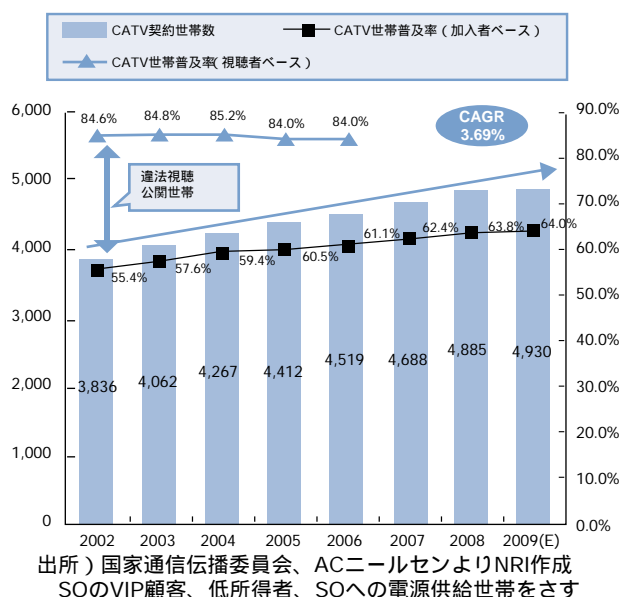
現在の台湾のCATV視聴世帯数(統計ベース)は490万世帯(09年末)で、世帯普及率換算では約64%を超えている。(図1)しかし、実際には、違法視聴世帯も数多く存在しており、民間のアンケート調査によるとCATV視聴世帯普及率は84%にも上る。統計ベースでは、近年、CATV加入者数が増加傾向で有るように見えるが、実際には違法視聴世帯が正規契約に切り替えて加入しているのであり、視聴世帯という意味では飽和している状態にある。

外資企業が主導する台湾 MSO

台湾CATV業界は、ケーブルを敷設し各世帯まで放送を送信するSO(System Operator)、番組を供給するCO(Channel Operator)、SOとCOの間で番組を代理する代理商、COの番組をSOに衛星を経由して送信するアップリンカー、とに分かれる。また、SOが設備投資の効率化や番組調達時の交渉力を高めるために、複数のSOを傘下におさめMSO(Multiple Systems Operator)という経営形態をとっ

ている事業者が存在する。

図1：台湾CATV加入世帯推移



MSOは、2009年末時点で、凱擘(Kbro:110万加入)、中嘉(CNS:103万加入)、台湾寛頻(TBC:66万加入)、台固媒体(TFN:55万加入)、台湾数位光訊(TOP:29万加入)の5社存在し、5社合計で全視聴世帯の75%を占めている。MSOやSOは、有線広播電視法により、外資企業の直接・間接投資は60%に制限されているが、5大MSOのうち3社は外資系投資ファンドが、複雑な投資スキームを活用することで、ほぼ100%の株式を保有している。

放送と通信の融合による産業活性化

このCATV業界で、再編の動きが起きている。2009年9月、台湾大手金融グループで、台湾第2位の携帯電



話事業者(台湾モバイル)を保有する富邦金控グループが、台湾最大のMSOでカーライルが出資する凱擘を買収することを発表した。同グループは自社で、第4位のMSO(台固媒体)も保有しており、有線広播電視法が定める「1つのMSOが全国総契約世帯数の1/3を越えてはならない」という規制に抵触する可能性があったが、傘下SO数の調整により、最終的には、328億台湾ドルで買収することとなった。

この買収で注目すべき点は、大手通信事業者がMSOを買収することで、通信と放送の融合による放送・通信両市場の活性化が期待されることである。これまで台湾の固定通信市場は、元国営の中華電信が独占しており、その結果、固定ブロードバンドインフラの普及で日本や韓国から遅れを取っていた。しかし、台湾第二位の携帯電話事業者が、台湾世帯に張り巡らされアクセス網を手に入れることで、放送・電話・インターネットに携帯電話を加えたクワドルプルプレイの提供も可能となる。

これまで競争環境が弱かった固定ブロードバンド分野において、CATVインターネットが本格化することで、通信事業者、CATV事業者双方の積極的なブロードバンドインフラ投資が進むことが期待される。

台湾が抱える課題と今後の展開

しかし一方で、通信事業者が放送事業(VOD事業)を始めようとしても、魅力的な番組コンテンツを調達できず、参入出来ない状況にある。この背景には、巨大化して番組調達の交渉力を強めたMSOがコンテンツを独占していることが挙げられるが、根本的な課題として、国内コンテンツ産業が停滞し良質なコンテンツが不足していることがある。台湾は人口が2,300万人にも関わらず、CATVのチャンネル数は100を越え、映画やスポーツ専門チャンネルも含め全てのチャンネルが月々1,500円で見放題という形態で提供されている。この構造のために1チャンネル

当たりの平均視聴率は1%以下と低く、それがCOの広告収入の低下を招いており、結果として、コンテンツ制作側に資金が回らず、良質なコンテンツが不足する事態を招いている。

このコンテンツ不足は、台湾CATVのデジタル化推進にも影響を与えている。CATVの監督機関である国家通信伝播委員会(NCC)が主導し、08年～13年にかけて、台湾を3エリアに分けデジタル化を進める計画を打ち出した。事業者側設備のデジタル化投資は概ね終了し、デジタルSTB1台を無償提供しているにも関わらず、視聴者が伸び悩んでいる。CATV事業者側のプロモーション不足も否めないが、デジタルならではのコンテンツを提供できておらず、視聴者がデジタルCATVに加入する価値を感じていないことが根本的な原因だろう。

すなわち、今後のデジタル化を含めた台湾コンテンツ・メディア産業の発展には、「視聴率低下」「広告収入低下」「製作コスト低下」「番組品質低下」という、悪循環を断ち切る必要があり、そのためには、ある程度チャンネル数を絞りこみ、特定のチャンネルに視聴が集まり、資金が集まる仕組みを作る必要があるだろう。また、外資企業の積極的な活用により課題解決を図る方法もある。例えば、09年11月に映像製作会社のDLE(東京都)が、台湾のアニメ制作会社の青禾動画製作と、作品の共同制作や中国展開を目的に事業提携した事例がある。本件は台湾が抱えるコンテンツ不足という課題を解決しつつ、コンテンツのグローバル展開、特に中華圏への展開を狙う日本企業側に対し、Chinalization(中華変換)という付加価値を提供することが可能である。日本のコンテンツ・メディア産業がグローバル展開を検討する際、台湾の活用を検討してみるのも面白いだろう。

(村井則之: n-murai@nri.co.jp、
陳効儀: h2-chen@nri.co.jp)

台湾進出ガイド



台湾のAEO認証制度

台湾財政部はこのほど、貨物の国際移動の効率化を図り、台湾とグローバルサプライチェーンとの連結を強化するため、「優質企業進出口貨物通関弁法」を制定し、「優良企業(AEO: Authorized Economic Operator) 認証制度」を導入した。第一段階では輸出入業者を対象とし、第二段階で対象範囲を他の輸出入関連事業者に広げる。

台湾の主要な貿易パートナーであるEUや米国、シンガポールなどは世界税関機構(WCO)の「国際貿易の安全確保と円滑化のための基準の枠組(SAFE Frame Work)」を実施しており、これらの国は相互認証により、貨物のセキュリティ管理とコンプライアンス体制が整備された特定事業者に「優良企業」の資格を付与し、通関手続きの簡素化や迅速化などの優遇措置を提供している。台湾も輸出競争力の向上を図るため、これらの諸外国と相互認証に向けて積極的に協議を続けており、この度のAEO制度導入につながった。

台湾のAEO認証制度下では、優良企業は「一般優良企業」と「安全認証優良企業」に分類される。前者は旧ルール(「優良廠商進出口貨物通関弁法」)下の優良企業に当たり、後者はSAFE Frame WorkのAEO標準に合致し、関税総局の認証を受けた企業を指す。

優良企業の資格取得基準は以下の通りである。また、それぞれの優遇内容は表1に示す。

一般優良企業: 經濟部発給の輸出入優良企業証明標章又は貿易優良カードを保有しているか、又は、設立から3年以上経過しており、直近3年間の年間輸出入平均額が1,400万ドルに達しており、かつ、税金や罰金の未払いがなく、かつ、輸出入フロー及び財務管理を電子化しており、オンラインで税関申告を行っている企業が対象となる。

安全認証優良企業: 一般優良企業の資格条件を満たしているほか、債務支払い能力を有することを証明し、かつ、直近3年間に重大な法規違反がなく、かつ、安全審査及び認証基準の関連規定を満たす企業が対象となる。

資格有効期間は、一般優良企業は1年(旧ルール下の優良企業の有資格事業者は、その期限内は新制度下の一般優良企業とみなされる)、安全認証優良企業は3年。認証延長の手続きは、有効期限の3ヶ月前までに必要な書類をそろえて行わなければならない。

表1: 優良企業の通関優遇比較

	一般優良企業	安全認証優良企業
輸出	抜き取り検査の比率低減	最低限の書面検査と抜き取り検査比率を適用
	抜き取り検査を免除を申請可	抜き取り検査を免除申請可; 免除できない場合は優先検査を適用
	—	貨物の倉庫搬入情報のコンピュータ照合を免除 出荷貨物の通関事務を単一窓口で処理
輸入	抜き取り検査の比率低減	最低限の書面検査と抜き取り検査比率を適応
	抜き取り検査に簡易検査及び優先検査を適用	抜き取り検査に簡易検査及び優先検査を適用
	担保提供により通関を通過した場合は、関税の月ごとの一括納税が可	担保提供により通関を通過した場合は、関税の月ごとの一括納税が可
	誓約書提出により、関税担保の代替可	誓約書提出により、関税担保の代替可
	—	到着貨物の通関事務を単一窓口で処理

出所) 行政院經濟建設委員會「台湾新經濟簡訊」

台湾企業との戦略的提携により、台湾起点のビジネスを拡大中の台湾三菱商事

80カ国200拠点のネットワークを活かし、「人」、「モノ」、「サービス」、「企業」、「事業」の最適なマッチングを図りながら、シームレスに事業展開する三菱商事。台湾でも貿易取引を始め、大潭発電所や高速鉄道など大型インフラ事業への参加、台湾企業を活用した第三国でのプラント建設、積極的なCSR推進などの多角的な活動により、高い存在感を示している。今回は台湾三菱商事股份有限公司の小椋和平董事長を訪ね、経営戦略や中台経済規制緩和への対応などについてお話を伺った（*小椋董事長は1995年以来15年間の台湾駐在を終え、3月末に帰任予定。台湾の社会経済への功績から、06年に「台北市榮譽市民章」、10年に經濟部の「經濟褒章」を受章している）。



台湾三菱商事(股)
董事長 小椋和平氏

事業概況について

三菱商事と台湾との関係は、台湾炭取引の為に台北に出張所を置いた1917年まで遡ることができます。戦後の財閥解体による再出発を経て、1955年に台北支店を設置しました。当時は資材関係やフットウェアの取引に強かったと聞いております。元々は台北、台中、高雄の3拠点体制だったのですが、台中の事務所は80年代に閉鎖し、高雄の事業はスピンアウト企業(メタルワン)に移管しています。台湾拠点のより発展的な成長を見据えて1997年に現地法人化し、現在は「機械」、「自動車」、「化学品・エネルギー」、「生活産業」、「新事業開拓」の5事業本部16部体制で営業しております。

経営戦略について

「日本企業のを台湾で売る」従来型のビジネスに加え、近年は台湾企業の輸出支援や海外進出支援など、台湾を起点とするビジネスが拡大しています。私は「事業ポートフォリオのバランス化」を経営方針に掲げています。現在の売上の約半分を占める従来型ビジネスと中台間ビジネス、台湾企業から収益を得るビジネスの比率を均衡させることが目標です。

は化学事業が牽引しています。弊社は台湾プラスチックや台湾中油、奇美実業などの地場の有力メーカーとの関係が強く、原材料を日本から仕入れ、彼らが台湾で製品化したものを、中国を中心とする第三国に輸出しています。逆に、中国製品の台湾企業への納入も行っていきます。当初は中台間取引を日本の商社が仲介

できるか不安だったのですが、十分に役割が果たせることがわかりました。例えば、プラント設備など取引額が数百億円になるビジネスでは、サプライヤー、バイヤーともにトラブルを恐れます。そこで、双方の企業と製品をよく知っている三菱商事は、彼らにとって、商品不備や資金回収のトラブルを避ける上での一種の「保険」となるわけです。

は、と重なる部分もあるのですが、まず台湾企業との強いパートナーシップが前提となります。台湾では、技術的にも海外で戦えるEPCコントラクターが育っています。しかもコストが低い。例えば、日本の化学メーカーが「海外でプラントを作りたい」と言った場合、従来は日本のEPCコンストラクターにつないでいたのですが、今ではケースにより、当社が信頼する台湾企業を紹介し、受注に至るまでをコーディネートすることもあります。既に東南アジアで数百億円の受注実績があります。

人材のローカル化について

当社ではこれまで、日本人駐在員が参謀的な役割を担い、ナショナルスタッフがビジネスの最前線でお客と折衝するといった具合に、双方が長所を活かしながらビジネスを作ってきました。今、前述の、を強化するために、人材の現地化は不可欠であり、それだけの幹部人材も育っています。日本人駐在員は私が赴任した1995年の20人から現在は12人まで減っています。社全体の人数はほぼ変わっていません。事業

日本企業から見た台湾

部門別では、売上が最も大きい化学品・エネルギー本部の本部長のほか、全社の16人の部長の内11人が台湾人です。また、私の後任の董事長には台湾人の鐘維永総経理が就任します。実は、三菱商事の100人を超える海外拠点の中で生え抜きの現地スタッフがトップを務めるのは初めてのことなのですが、現地のお客様との関係をより深めていくためには自然な流れだと言えます。三菱商事全体にとっても台湾が良い先事例となれば、と思っています。

中台経済規制緩和の影響と展望について

規制緩和の具体的な影響としては、直行便の就航による中国出張の利便性向上や、中国人の台湾入国規制の緩和により中国のグループ社員やお客様が台湾に入りやすくなっていることが挙げられます。今、台湾では中台ビジネスの「濃度」が確実に高まっています。今後、ECFA（两岸経済協力枠組み協議）による関税と貿易規制の撤廃が実現すれば、中台間のモノやサービスの流れは大きく変わるでしょう。当社にとっても中台ビジネスの幅を広げるチャンスだと捉えています。また、当社は在中国台湾企業、特にこれまで接点の少なかった台湾に親会社を持たない「無根台商」とのビジネスの可能性を模索しています。地域的には、海峡西岸経済区（福建省を主体とし、福州、アモイ、泉州、温州、汕頭を中心都市とする台湾海峡西岸の経済区。貿易促進のためのインフラや制度整備のほか、台湾産業との提携拡大が謳われている）に注目しています。これまで発展が遅れていた分、伸び代が大きい場所です。現在、当社は優秀な台湾人スタッフをアモイと上海に派遣し、台商を対象とした新しいビジネスの開拓を進めています。

CSR活動について

当社は知的障害者施設（台北市立陽明教養院）の支援や在台湾三菱グループ主催の「三菱チャリティーコンサート」の開催などの取り組みを継続的に行っています。三菱商事は台湾だけではなく、全社的にCSRを重視しています。三菱財閥4代目総帥の岩崎小弥太の訓示に基づく三綱領の一つに「所期奉公」という言葉があります（ほかに「処事光明」、「立業貿易」）。これは「事業を通じ、物心共に豊かな社会の実現に努力すると同時に、かけがえのない地球環境の維持にも貢献する」という意味です。たとえささやかでも、企業が地域社会に貢献したり、外資系企業が進出先の国に恩返しをするのは当然のことだと思います。社員にとっても

CSR活動への参加には大きな意味があります。商社は「人と人をつなぐ仕事」をしており、相手の目線に合わせて考えることが重要です。しかし、仕事だけの生活ではなかなか自分を相対化できず、ややもすれば独りよがりになりがちです。スーツを脱いで施設の人々と交流することは、社会の問題や自分の境遇を省みるきっかけとなり、視野を広げることにつながります。

今後の日本企業の台湾活用ポイントについて

これから10年ぐらいの間は、アジアの企業にとって、中国市場を抜きに成長を語ることはできない時代が続くでしょう。その中国では、日本が得意とするハイエンドマーケットではなく、アッパーミドルマーケットが勝負となります。厳しい価格競争にさらされたこの市場で日本企業が戦うには、優良なパートナーとの「強者連合」により競争力を高める必要があります。ここで、工場管理や生産管理に優れ、低コスト生産のノウハウを持ち、中国人マネジメントができる台湾企業は絶好のパートナー候補だと言えます。さらに、このパートナーシップに商社の機能を加えることにより、ビジネスに広がりを持たせることが可能です。例えば、日台メーカーに当社を加えたJVを立ち上げ、中国の工場でボリュームゾーン向けの製品を生産し、当社が中国内外での販売やチャンネルの開拓を担うといった形です。

台湾は中華圏や東南アジアへのゲートウェイであり、ボーダレス化するアジアマーケットのコア的な存在です。そして、今の两岸経済統合の流れに取り込まれるのではなく、これを活かすことで、台湾はその価値をさらに高めていくことができるでしょう。

ありがとうございました。

台湾三菱商事股份有限公司の基本データ

会社名	台湾三菱商事股份有限公司
設立時間	1997年
董事長	小椋和平
資本金	10億元
社員数	120名（内日本人12名）
事業内容	化学品、自動車、電子部品、プラント設備等の輸出入、各種投資事業。

注）2010年3月時点のデータによる。
出所）公開資料及びヒアリングよりNRI整理

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	
2005年	11,740	3.3	3.66	4,228,068	724,399	198,432	182,614	15,817	0.62	2.31	32.85	0.2795	6,092
2006年	12,243	4.29	4.50	13,969,247	1,591,093	224,017	202,698	21,319	5.63	0.60	32.60	0.2740	6,842
2007年	12,911	5.45	8.34	15,361,173	999,633	246,677	219,252	27,425	6.47	1.80	32.44	0.2896	8,510
2008年	12,699	-1.64	-1.56	8,237,114	439,667	255,629	240,448	15,181	5.15	3.53	32.86	0.3636	7,024
2009年	12,527	-1.35	-7.97	4,797,891	238,961	203,698	174,663	29,035	-8.74	-0.87	32.03	0.3471	6,460
1月			-44.22	145,015	5,589	12,370	8,966	3,404	-10.85	1.48	33.80	0.3818	4,475
2月	2,985	-6.07	-26.81	484,490	31,969	12,589	10,921	1,668	-9.34	-1.33	34.95	0.3568	4,477
3月			-25.42	441,344	35,205	15,563	12,166	3,397	-9.32	-0.15	33.92	0.3448	4,926
4月			-19.67	437,020	17,259	14,843	12,712	2,131	-11.14	-0.46	33.23	0.3393	5,724
5月	2,983	-6.25	-18.31	165,351	6,026	16,170	13,011	3,158	-13.51	-0.09	32.65	0.3426	6,586
6月			-10.90	137,078	46,467	16,946	15,196	1,750	-13.70	-1.98	32.82	0.3433	6,496
7月			-7.25	1,237,095	37,961	17,264	15,250	2,014	-13.99	-2.33	32.82	0.3431	6,834
8月	3,160	0.81	-8.73	341,291	9,567	18,998	17,045	1,954	-11.01	-0.82	32.92	0.3547	6,856
9月			2.89	95,441	6,084	19,066	16,520	2,546	-9.47	-0.88	32.20	0.3580	7,321
10月			8.86	251,693	19,504	19,844	16,588	3,256	-6.17	-1.89	32.54	0.3569	7,589
11月	3,401	6.09	34.88	429,114	10,742	20,016	17,905	2,112	1.06	-1.62	32.19	0.3734	7,612
12月			50.68	632,959	12,588	20,030	18,384	1,647	5.75	-0.22	32.03	0.3471	7,837
2010年 1月			77.03	302,271	10,385	21,745	19,253	2,493	6.68	0.29	31.99	0.3546	8,099

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

台北国際コンピュータ見本市(COMPUTEX TAIPEI 2010)

概要 COMPUTEX TAIPEIは、今年30周年を迎えるアジア最大規模のBtoBコンピュータ見本市である。昨年は金融危機の余波が残る中で約12万人(前年比約12%増)を集めた。海外からの参加は、日本は米国に次ぐ規模だった。今年是国内外の1,750社が4,700のブースを展開する予定で、3万5千人のバイヤーの来場が見込まれている。AcerやAsus、Sony、IBMなど多くのグローバルIT企業が周辺機器や部材を含むコンピュータ関連製品の研究開発を行っている台湾。見本市ではこれらの企業による新製品の発表も行われる。詳細は下記のサイトまで：
http://www.mtduo.com.tw/ja_JP/index.html

開催日時 2010年6月1日(火)~4日(金)AM9:30~PM18:00 5日(土)AM9:30~PM16:00

展示製品及びテーマ 南港展覧ホール：Components & Parts, Data Storage Products, Computer Systems, Software, Overseas Exhibition Area, China Exhibition Area
 台北世界貿易センター展示ホール1：WiMAX & Communication Products, Peripherals & Accessories, COMPUTREND, Media
 台北世界貿易センター展示ホール3：Optoelectronic Display & Digital Entertainment Products
 台北国際会議センター：Stellar Exhibitors

展示会場 台北世界貿易センター展示ホール1(台北市信義路5段5号) & ホール3(台北市松寿路6号)
 台北国際会議センター(台北市信義路5段1号) 南港展覧ホール(台北市南港区經貿二路1号)

主催 中華民國對外貿易發展協會(TAITRA) 台北市パソコン商業同業公会(TCA)

お問合せ及び資料請求 中華民國對外貿易發展協會 Mr. Thomas Huang 黃漢唐
 TEL: 886-2-2725-5200 内線2650
 FAX: +886-2-2725-3501
 cptex@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：田崎嘉邦 ext. 30 / 凌瑞卿 ext. 33 / 岸田英明 ext. 35 / 柯韋如 ext. 38
野村総合研究所 グローバル戦略コンサルティング二部	〒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: 03-5533-2766 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。