

May 2010

vol. 177

今月のトピックス

兩岸物流の拠点としての発展が期待される台北港

飛躍する台湾産業

健康志向の広がりを背景に、安定成長を続ける台湾の健康機能性飲料産業

台湾進出ガイド

台湾における外国会社の上場及び店頭登録基準(その2)

日本企業から見た台湾

～永日建設機械(株)有限公司

総経理遠周文哉氏インタビュー～

公共建設や台湾企業の海外展開による商機を捉えて事業拡大中の日立建機

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】

■ ■ ■ 兩岸物流の拠点としての発展が期待される台北港

台湾の新たな拠点港湾として台北港の開発が進められている。昨年2月にはコンテナターミナルが開業し、コンテナ貨物の取り扱いが始まった。今後も拡張が進められる予定であり、将来的には北部を代表する港湾となる可能性も秘めている。本稿では台北港の立地特性や周辺で進められている産業開発の状況を紹介すると共に、台北港の開発に伴う日本企業にとってのビジネスチャンスを検討している。

基隆港の代替が期待される台北港

台北市の北西、淡水川の河口近くに位置する台北港は、1999年の開港当初、内航向け港湾として位置づけられていた。その後、2004年に国際商港へ格上げされ、主として次の3つの機能を期待されることとなった。すなわち、1) 基隆港の機能の補助、2) 北部地域の遠洋コンテナ輸送拠点、3) 北部地域のバルク貨物の輸入拠点である。

この方針に基づき開発が進められ、現在では最大12,000TEUのコンテナ船が着岸可能なコンテナバースを2つ(2009年2月に供用開始)、バルク貨物については、最大80,000DWTのバルク船が着岸可能なバースを含む合計12のバースを有する港湾となっている。今後の拡張も計画されており、短期的にはコンテナバースがさらに拡張される。そして、長期の計画が現実のものとなれば、全体で54のバースを持つ港湾となり、その規模は基隆港にも劣らないものとなる。

兩岸物流に有利な立地条件

台北港の特徴はその立地にある。台北港は台北市から

北西約20kmの台北県八里に位置している。台北港から南西に20km程度の距離には台湾の空のゲートウェイである台湾桃園国際空港がある。さらにそこから40km程度南下すると製造業の拠点が集積している新竹に到達する。このように台北港は、台湾最大の消費地と、製造拠点の集積が進んでいる台湾北部地域を後背圏に持ち、さらに国際空港までのアクセス利便性が極めて高い港湾であり、その発展の可能性は小さくない。

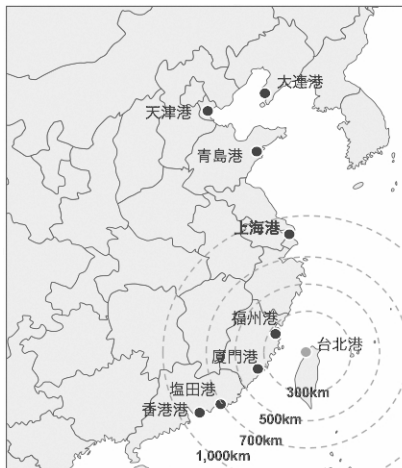
また、中国大陸との位置関係に目を向けると、対岸の福州、廈門は概ね300km圏に位置しており、さらに1,000km圏には上海、塩田、香港といった国際的なハブ港湾が位置している。仮に台湾と大陸との間に高速の貨物船が就航したとすると、福州、廈門までは10時間弱で、上海、塩田、香港までは30時間程度で到達することが可能となるものと考えられる。

韓国の仁川港や日本の博多港では、30時間圏をターゲットに高速貨物船を就航させ、航空輸送よりも値段が安く、通常の海上輸送よりもリードタイムの短いサービスを提供して貨物を獲得している。同様の高速貨物船サービスを

台北港で提供することができれば、台北港が台湾と大陸との間の物流拠点として発展する可能性もある。

また、桃園空港と近接している特性を活かせば、航空輸送と海上輸送とを組み合わせたSea and Air輸送も可能であり、多様な輸送モードを選択肢として提供できることも台北港の特色だと言える。

図1：台北港と海外港湾の位置関係



周辺で進む産業開発

さらに台北港の発展の可能性を高める要素として挙げられるのが周辺の産業開発である。

台北港には他の主要港湾と同様に自由貿易港区が設けられており、現在は自動車の納車前整備などを行なう東立物流が進出している。基隆港では開発用地に制限があり、大規模な用地取得は困難となっているが、台北港は開発の初期段階にあり開発余地が残されている。したがって、大規模な物流拠点や製造拠点などの立地も可能である。また桃園国際空港周辺では、桃園航空城計画という、空港の拡張計画にあわせた周辺地域の産業開発が計画されている。この計画では、6,150ヘクタールのエリア内に物流、製造、農業、業務、商業、レジャー、生活といったさまざまな産業が導入される予定である。

つまり、台北港の港湾用地だけでなく、近接する地域でも産業集積が図られる可能性があり、今後の台北港の後背圏における貨物量の増加が期待される。以上のような産業開発が進展すれば、台北港のネットワークも徐々に充実し利便性が高まっていくものと考えられる。

台北港開発に伴うビジネスチャンス

最後に台北港開発に伴うビジネスチャンスについて1) 港湾の利用、2) 港湾の開発・運営という2つの観点で考えてみたい。まず、1)では荷主企業となる製造業者と製品の運搬を担う船社・物流業者にビジネスの機会があるだろう。まず、荷主企業の視点から台北港開発を見ると、その立地特性を活かして、台湾および大陸への製品の製造・配送拠点として活用することが考えられる。今後の協議の進展にもよるが、ECFA締結後を見据えて、台北港を利用した台湾および大陸のサプライチェーンの再構築も検討の余地があるだろう。さらに、航空輸送も利用できる立地にあることを考慮すれば、例えば大陸の製造拠点に対するパーツの在庫センターとしての機能を集約することも可能ではないだろうか。

次に、船社・物流業者の視点から考えると、前述のような兩岸の物流を支えるネットワークとして兩岸を結ぶシャトル輸送サービスを展開することで一定の需要を獲得することが期待できるし、倉庫業務や簡易加工業務をビジネスとすることも期待できるであろう。

一方で、2)の観点では、建設業者やターミナルオペレーターなどにビジネスの機会があるものと考えられる。まず建設業者にとっては当然ビジネスの可能性はある。しかし、現地企業と激しく競争することになるため、工事受注は容易ではないことが想像される。

次に港湾運営の観点では港湾運営そのものをビジネスにすることが考えられる。現在のコンテナターミナルには長栄海運、万海航運、陽明海運が共同出資で参入しており、今後の拡張もBOT契約に含まれている。そのため、オペレーターとしてのビジネスは中長期的な可能性となるが、開港当初ではなく一定の貨物量が顕在化した後のビジネスになるため、事業性を判断しやすい状況下での投資案件となる可能性がある。

台北港の開発は始まったばかりであり、その成否を現段階で見通すのは困難である。台北港を活用したビジネスを検討するためには、その開発の進捗を注視していくことが肝要である。

(小長井教宏:m-konagai@nri.co.jp)

飛躍する台湾産業



健康志向の広がりを背景に、 安定成長を続ける台湾の健康機能性飲料産業

近年、台湾では人口の高齢化と所得の増加を背景に、健康意識が高まっている。こうした環境の下、飲料メーカー各社は、変化の早い消費者ニーズを捉え、大きな成長可能性を秘めた機能性飲料の市場において機先を制しようと、新製品の開発に力を注いでいる。一方で、飲料産業のバリューチェーンにおいては、競争の激化、流通業者優位の構造、原料価格の上昇、法規制などの直接的、間接的な要因により、飲料メーカーの交渉力は制約を受けている。こうした市場の中で生き残り、発展を続ける道はどこにあるだろうか。その答えは、訴求力のある製品開発と創意に富んだプロモーションにより、成長を続ける機能性飲料市場で成功しているメーカーが示している。本稿では、台湾の健康機能性飲料産業の概要や企業動向について紹介する。

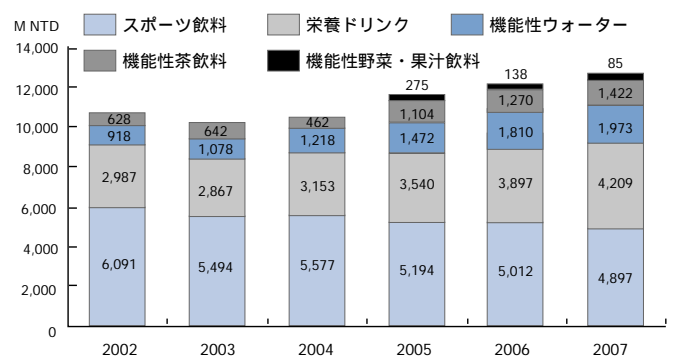
栄養ドリンクや茶飲料が急成長

台湾政府は健康機能性飲料を含む健康食品の定義や認証付与に関するルールを整えている。市場に流通している機能性飲料の中には非認証の商品もあるが、認証取得商品だけが、プロモーション時に「機能性」を強調することができ、商品価値を向上させることができる。市場調査会社ユーロモニターの統計資料によると、健康機能性は以下の5項目に分類される。「栄養補給飲料(鶏精や四物飲は含まない)」、「スポーツドリンク」、「機能性茶飲料」、「機能性ウォーター」、「機能性野菜・果汁飲料」である。この内、機能性茶(水、野菜・果汁)飲料と一般の茶(水、野菜・果汁)飲料の違いは、ビタミンや各種抽出物の添加の有無による。上記の項目分類に基づく台湾の健康機能性飲料市場の規模は、2007年の時点で12.5億元に達している(図1)。02年以降のCAGR(年平均成長率)は3.4%であり、安定成長を続けている。項目別に見ると、スポーツドリンクの需要縮小が目立つ。これは、機能性飲料の多様化と競争激化の影響を受けたものだと考えられる。一方で、栄養補給飲料や機能性茶飲料、機能性ウォーターは大きく市場を拡大させている。

鍵は「機能性」の設定とプロモーション戦略

大手食品・飲料メーカー間の機能性茶飲料を巡る競争は、この10年間、特に厳しさを増している。まず維他

図1: 台湾における健康・機能性飲料の市場規模(販売額ベース)



出所) Euromonitor International 2009に基づきNRIが作成

露食品が日本式の無糖緑茶「御茶園」を、次いで統一食品が「茶裏王」を発売して台湾飲料市場における第二次茶飲料ブーム(第一次ブームは開喜烏龍茶の缶入り茶)を引き起こした後、大手食品・飲料メーカーや茶葉業者がこぞってペットボトル茶の販売に乗り出した。最近では、三洋薬品工業(GMP製薬メーカー)の関連企業である真口味食品、機能性果汁飲料の売上也好調な愛之味、そして後発の黒松などが参入する「瘦身茶(ダイエット茶)」市場が、主要戦場となっている。

茶飲料市場の競争は2009年からさらにヒートアップしており、各種添加物によって付与される「特殊機能」が、製品の差異化を図る重要な要素となっている。特に訴求力の高い機能として挙げられるが、「油切(油分カッ



ト)である。国民の健康志向の高まりに合わせ、真口味食品はエノキ抽出物と油分カット機能を備えた繊維を加えた「超の油切」を、愛之味は食物繊維を増量した「健康の油切緑茶」、及び、苦瓜を用いた独自製法で特許を得ている「健康の油切分解茶」を販売している。炭酸飲料で有名な黒松食品は茶葉抽出物を添加した「茶花」を開発し、油分カット茶市場に乗り込んだ。「茶花」は力士風の男性が登場するユニークな広告が好評を博し、短期間で一気に知名度を高めた。このほか、維他露は「二倍の茶花抽取物含有」をセールスポイントとする「雙茶花」を、愛之味は「山茶花」を売り出し、あたかも「茶花大戦」の様相を呈している。

一方、栄養補給飲料市場も近年、競争が激しくなっている。特に、カフェインを含む覚醒機能を持った飲料が多い。ビタミンB群や各種栄養素、カフェイン成分を含む栄養補給飲料は、過去には、タクシーやトラック運転手などの中高年の深夜就労者を主なターゲットをしていた。しかし、近年は国民の生活様式が変わり、残業の多いサラリーマンや徹夜勉強の学生、夜の遅いネットユーザーなど、ターゲット層が拡大している。この新しい市場は、多くのメーカーが有望視しており、既に多彩な製品が投入されている。

主要製品としては、数十年の歴史を持つ「康貝特」(葡萄王生技)最も売れている「蠻牛」(保力達)短期間でマーケットを広げている「白馬馬力券」(真口味)がある。注目すべきなのは、先行者である「康貝特」が掌握していた栄養補給飲料市場において、後発の「蠻牛」と「白馬馬力券」が新しい市場の開発に成功した点である。その主な要因は、両社がターゲットを明確に定め、的確なプロモーションを展開したことである。「蠻牛」は一連の広告により知名度向上に成功し、「康貝特」に代わって市場シェア1位の座を獲得した。一方の「白馬馬力券」は

オンラインゲーム広告のアイドルを採用し、「蠻牛」同様にテレビ広告を中心とするプロモーションを展開して、短期間で知名度を高めた。シェア1位の「蠻牛」、同2位の「康貝特」との差は大きいものの、現在、シェア3位に食い込んでいる。上記3社のほかにも著名な食品・飲料メーカーが新製品を投入しているものの、有力な対抗商品は生まれていない。

消費者構造の変化と健康志向の広がり

台湾内政部が公布した2009年末の人口統計によると、台湾の65歳以上の高齢者比率は10.63%であり、老化指数(高齢者人口/若年人口比)は65.05%と、いずれも過去最高を記録した(アジアでは日本に次ぐ数字である)。

一方、一人当たりの国民所得は、近年増加率は緩やかになっているものの、10年前と比べて1.17倍成長している(行政院主計処の統計によると、1999年は12,280ドル、2009年は14,483ドル)。

人口の高齢化や国民所得の上昇は、機能性飲料のような「健康」に関わる付加価値製品の市場を拡大させている。さらに、高齢者だけではなく、若年層の間にも、日常生活、食生活を通じて健康を促進しよう、という観念が広がっている。こうした、消費者構造や意識の変化が、近年の健康機能飲料市場の安定成長の背景となっている。

上述のように、台湾における健康機能飲料市場の競争は激しさを増しているが、市場トレンドをしっかりと把握した上で、戦略的な顧客設定を行い、それに合った製品開発とプロモーションを展開することができれば、ブルーオーシャンを切り開くことができるだろう。

(魏敏真:m-wei@nri.co.jp)

台湾進出ガイド



台湾における外国会社の 上場及び店頭登録基準(その2)

2 台湾における預託証券(TDR)の発行(第二上市)

台湾外で既に上場している外国会社は、預託証券(TDR:原株に代わり売買される代替証券)を発行することで、台湾内で営業拠点を持つことなく台湾証券市場で当該会社の株式を売買することができる。預託証券(TDR)発行の最大のメリットは、上場及び店頭登録に比較して低コストでかつ迅速に資金を調達できる点にあり、近年は台湾政府も積極的に誘致を行っている。

外国会社TDR上場の基準(台湾証券取引所株式会社有価証券上場審査準則(2009年12月25日最終修正)第27条)

会社規模が以下の基準の一つに該当すること。

- a 上場申請時に純資産が6億元以上。
- b 上場時のTDRが2千万単位以上。
- c 時価が3億元以上。

収益力…直近の1会計年度において累積損失がなく、以下の基準の一つに該当すること。

- a 税引前純利益の純資産に対する比率が直近の1会計年度において6%以上。
- b 税引前純利益の純資産に対する比率が直近の2会計年度でともに3%以上、もしくは、平均で3%以上、かつ、直近の1会計年度の収益力が前会計年度より良いもの。
- c 直近の2会計年度の税引前純利益がともに2億5千万円以上。

TDRの分散状況…上場時のTDR保有者は1千人以上とし、外国発行人の内部人及び内部人の50%持株会社は除く。

当該保有者が有するTDR合計単位数は発行済総数の20%以上、または、1千万単位以上。

ただし、発行後3ヶ月間連続して流通TDR単位数が1,000万単位に満たない場合で、かつ、台湾証券取引所による通知後3ヶ月以内に不足分についての増加発行が行われない場合には、当該取引所は主管機関に対してTDRの発行停止を求めることができる。

3 興櫃市場における取引

2005年1月から、店頭登録や上場の申請をする前に、興櫃市場(エマージングマーケット)で最低6ヶ月以上の取引実績があることが義務付けられた。興櫃市場とは2002年1月に、従来未整備であった未公開株の取引について、取引の透明性、決済の安全性、企業情報の公開性を高める目的で台湾の店頭取引市場が整備した新しい市場である。

参考資料：勤業衆信会計事務所編『台湾ビジネスガイド』(2010年1月現在)

勤業衆信会計事務所 日系企業サービスグループ

電話：+886-2-2545-9988 横井雅史(Ext.6914) 宮川明子(Ext.6949) 中辻一剛(Ext.3654) <http://www.deloitte.com.tw/jsg/>

公共建設や台湾企業の海外展開による商機を捉えて 事業拡大中の日立建機

掘る、砕く、すくう、つかむ、切る...アタッチメント交換により多機能を発揮し、建設・建築の現場で重宝される油圧ショベル。日立建機はそうした建機類を世界5カ国で生産し、グローバルに販売している。台湾では、1998年にエレベーターメーカーの永大機電と合弁会社「永日建設機械」を設立し、日本製建機の輸入販売を行なっている。今回は同社の遠周文哉総経理を訪ね、「愛台十二建設計画」の進展や台湾メーカーの海外施設建設の活性化など、台湾建機市場を取り巻く環境変化の同社事業への影響などについてお話を伺った。



永日建設機械(股)有限公司
総経理 遠周文哉氏

台湾事業の概況について

永日建設機械は、日立建機と日立住友重機械建機クレーン(日立建機子会社)の台湾総代理を務めており、両社の建機の販売とメンテナンスを行なっております。

台湾は日立建機にとって最初の海外進出地にあたり、1971年に現地代理店を通じて油圧ショベルの販売を始めました。合弁相手の永大機電は、元々は日立製作所のエレベーターOEM先として、日立グループと付き合いがありました。後に、同社内に建機事業部が設置され、1986年に台湾における日立建機製品の営業販売権を引き継ぐことになりました。その後の協力関係の成熟を背景に、台湾建機市場の発展を見据え、共同で市場開拓を進めるために合弁会社を設立しました。

当社の主力製品は油圧ショベル、ホイールローダ(以上、日立建機製)クローラクレーン(日立住友重機械建機クレーン製)で、この3機種が売上の約9割(新車販売+有償補修)を占めております。台湾で販売している建機は全て日本製です。背景としては、台湾のお客様が日本製建機への高い信頼をお持ちだということが一つ。また、日立建機グループは中国(安徽省合肥市)にも工場を持っているのですが、部材を日本から輸出している関係で、中国からよりも日本の工場から台湾に輸入の方がコストを抑えられるという事情もあります。

事業体制について

当社の顧客は、台湾の建設業者の内、元請のゼネコンではなく、実際の施工を担う下請けや孫請けの業者様が中心です。

販売・アフターサービスの拠点は、桃園県の本社のほか、顧客が集積する台中、高雄、花蓮に置いています。

花蓮に関しては、建設需要は大きくありませんが、他地域でインフラ整備や都市開発が始まると採石やセメントの需要が生まれ、採石地である花蓮に建機需要が発生するという関係になっており、営業重点地域として事業所を置いております。

製品別では、油圧ショベルとホイールローダは中～南部に集積する鉄鋼スクラップ事業者が主な顧客であり、ほとんどが国内で使用されます。一方、クレーンは土木工事から民間のビル建設まで幅広く用いられ、内需だけではなく、台湾のクレーン業者が海外の建設プロジェクトに参加する際に持ち出すケースも多く見られます。

以上のような状況を踏まえ、当社ではエリアごと、顧客ごとのニーズに基づいた事業体制を築いております。

台湾建機市場の特色について

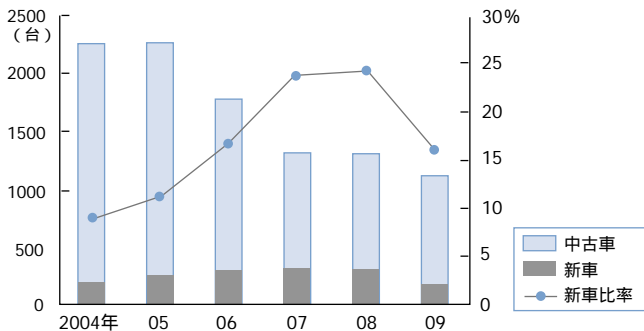
油圧ショベルを例に挙げますと、基本的には日本から輸入した中古車の市場となっており、ここ数年間は、新車と中古車の販売比率がほぼ2:8で推移しています(図1)。なお、中古車の仕入れ、販売については、メーカーは基本的にはタッチしておりませんので、現状では、当社が関わる市場は需要全体の約2割となっています。新車市場においては、日立建機のほか、コマツ、コベルコ建機、キャタピラージャパンといった日本に生産工場を持つ建機メーカーが競い合っています。つまり、台湾のショベル市場のプレーヤーは日本と全く同じという状況です。日系の数社が高いシェアを分け合う状況は、乗用車の市場と似ていると言えるでしょう。

今後台湾の建機市場全体が急激に拡大することはないと思いますが、過去に日本の建機市場が新車中心へと変化していった状況を見ますと、台湾の新車市場の

日本企業から見た台湾

潜在的な成長空間は大きく、まだまだ事業拡大のチャンスはあると考えております。

図1: 台湾市場の油圧ショベル(新車・中古車別)の需要推移



出所 永日建設機械提供資料

事業現況と展望、また、署名に向けた協議が続いているECFA(中台経済協力枠組協議)の影響について

2009年は経済全体が落ち込み、建機市場も大きくシュリンクしましたが、今年は各機種とも受注が好調でして、特にクローラクレーンの需要は過去10年間で最大となる可能性があります。

これには複合的な要因があります。一つは「愛台十二建設(* 現政権の国家建設計画。交通ネットワークの整備や桃園空港シティの建設などの12の建設計画に対し、2015年までに政府、民間合わせて3兆9,900億円の投資が見込まれている)の本格稼動により、建機需要が喚起されていることです。これまでに、楊明~五股間のバイパス建設や台北県市のMRT(新交通システム)延伸工事、また、八・八水害の復旧工事にも当社の建機が利用されています。

次に、台湾メーカーが海外、特に中国やアセアンにおいて施設展開を拡大させていることも、当社のビジネスにプラスの波及効果をもたらしています。例えば、台湾の化学メーカーがフィリピンでのプラント建設を台湾の建設会社に依頼するケースでは、下請けのクレーン会社が建機を台湾からフィリピンに持っていき、その結果、台湾において新規の需要が発生するという形です。建機市場の動向をグローバルに見ますと、新興国が圧倒的に伸びています。2004年の油圧ショベルの世界需要(133,420台)の内、新興国が占める比率は32%だったのが、09年(145,174台)には76%にまで拡大しています。今後台湾企業が新興国での投資を活性化させれば、当社の商機も拡大するものと期待しております。また、公共工事と外需の拡大に加え、最近都市部を中心に商業ビルやホテルなどの建築投資が活性化してい

ることも、建機市場の刺激材料となっております。

ECFAについては、中国で製造した一部部品を台湾に入れやすくなるという可能性が考えられます。また、中台間投資の自由化進展で投資が活性化すれば、建機需要も増大することでしょう。

貴社の強み、台湾での競争力保持のポイントについて

当社の強みとしては、性能の確かさはもちろん、営業やアフターサービスの充実ぶりも挙げられます。社員向けの技術教育に始まり、最新の顧客ニーズを把握するための計画的な訪問、専属の部品販売員の設置などの体制を整えることにより、高い顧客満足度を得ております。

また、環境規制や顧客ニーズの変化への対応も重要です。台湾は環境法制が整っており、排ガス規制が年々強まっておりますので、これにしっかり対応しなければなりません。また、顧客が建機に求める機能は多様化しており、特に、油圧ショベルのアタッチメントの重要性が増しております。土や廃材を掘り上げる「バケツ」の部分、他のアタッチメントに取り替えることで、対象物を手でつかむようにして持ち上げたり、カットしたりすることもできます。油圧ショベルは日本では「万能掘削機」、台湾では「怪手(器用な手)」と呼ばれ、様々な機能が期待されています。建機メーカーとしては、こうしたニーズに応じて、付属品も含めた製品全体の付加価値を高めていくことが、競争力を保つ条件となります。

また、日立建機グループは現在、ハードの製造販売だけでなく、物流やファイナンス、レンタル事業などのソフト事業の拡大を進めております。台湾でも、部品の販売や有償修理などのサービス事業を拡大させ、いっそうの体質強化を図っていきたいですね。

ありがとうございました

表1: 永日建設機械股份有限公司の基本データ

会社名	永日建設機械股份有限公司
設立	1998年
董事長	林進財
資本金	1.28億元
従業員数	38名(内日本人2名)
事業内容	油圧ショベルを中心とする建設機械の販売及びアフターサービス。

注) 2010年5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

台湾マクロ経済指標

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 (百万元ドル)			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	11,612	4.7	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	5.44	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	12,976	5.98	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	13,071	0.73	-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	12,827	-1.87	-7.97	4,797,891	238,961	203,698	174,663	29,035	-8.74	-0.87	32.03	0.3471	6,460
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	3,071	-6.85	-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	3,307	-0.98	-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	3,568	9.22	34.88	429,114	10,742	20,016	17,905	2,112	1.07	-1.62	32.19	0.3734	7,612
12月			50.68	632,959	12,588	20,030	18,384	1,647	5.76	-0.25	32.03	0.3471	7,837
2010年			77.34	302,271	10,385	21,745	19,253	2,493	6.77	0.26	31.99	0.3546	8,099
1月			36.85	346,880	60,838	16,695	15,795	900	6.06	2.35	32.09	0.3590	7,431
2月	3,147	9.24	42.01	960,290	146,585	23,367	21,867	1,500	6.61	1.27	31.82	0.3410	7,775
3月													

出所：中華民国經濟部統計処

インフォメーション・コーナー

2010 台北国際自動化工業大展

概要 台北国際自動化工業大展は、自動化設備や検査設備、ソフトウェアなど、生産現場の効率向上に関わる幅広いアイテムを一堂に展示する大規模な工業製品見本市。2009年は自動化設備関連メーカーを中心とする519の企業が参加し、1136のブースが出された。高い「もの作り力」を誇る台湾製造業を支える生産関連技術のトレンドを知り、新しいビジネスパートナーを探すための絶好の場となっている。詳細は下記ホームページまで：
<http://www.chanchao.com.tw/Automation/tw/>

開催日時 2010年8月4日(水)~7日(土) 9:00~17:00 最終日は~16:00

展示計画
 自動化コントロール設備：工業用PC、マン・マシン・インターフェース技術、CNCコントローラなど
 検査設備：AOI(自動外観検査装置)、環境測定設備、顕微鏡など
 工具及び工場設備：電動工具、コンプレッサー、ダクト設備など
 IT機械設備：半導体産業用レーダー設備、印刷設備、輸送設備など
 PCソフトウェア：産業用CAD/CAM/CAE関連ソフトウェアなど
 工作機械：旋盤、ボール盤、やすり台、ブローチ盤、総合加工機、レーザー加工機など
 金属部品及び合金製品技術：筐体部品、導熱/散熱部品、超細線材など
 産業用機械アーム

展示会場 台北世界貿易センター南港展覽館(台北市南港区経貿二路1号)

主催 台湾製造工程及自動化科技協会、経済日報、展昭国際企業股份有限公司

お問合せ及び資料請求 展昭国際企業股份有限公司 方強 ext.153
 TEL: 886-2-2659-6000 FAX: +886-2-2659-7000 E-mail: show@chanchao.com.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 / 柯章如 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。