



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 2011

vol. 187

今月のトピックス

インテリジェントEVの産業化に向けた政策動向

飛躍する台湾産業

データ通信増大への対応を進める台湾の無線通信事業

台湾進出ガイド

日本からの輸入物品に係る放射性物質・放射線量検査の概要

日本企業から見た台湾

～ 思夢楽股份有限公司 董事長

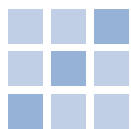
森義夫氏インタビュー～

日本の店舗作りとローコストオペレーションを台湾に移植し、成長を続けるしまむら

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】



インテリジェントEVの産業化に向けた政策動向

世界市場で好調な販売が続くハイブリッドカー(HEV)に続き、日産自動車、ゼネラルモーターズ(GM)など国際的な自動車メーカーは、2010年より一般消費者向けの電気自動車(EV)或いはプラグインハイブリッドカー(PHEV)の販売を始めている。自動車産業全体の「エコカーシフト」を受け、台湾行政院(内閣に相当)は、台湾EV産業がこの中で重要な役割を担えるよう支援すべく、經濟部が策定した「インテリジェントEV産業発展戦略及行動方案(EV行動方案)」を可決した。本稿では、日本企業が台湾EV市場の評価を行ったり、台湾との提携機会を探る際の参考にしていただくため、EV行動方案の概要とポイントを紹介する。

2016年に国内で6万台を生産

台湾政府は、台湾の堅固なIT産業基盤を活かし、車載用情報通信(テレマティクス)やセンサー等の技術とEVを結合させた「インテリジェントEV」を発展させようとしている。經濟部は産業化の途についたばかりのEV産業をスムーズに発展させるためにEV行動方案を策定し、その中で短期(2013年)及び中期(2016年)の目標を設定している。

短期発展目標(2013年)

- ・ 10件のインテリジェントEV先行運行計画を推進し、3年間でインテリジェントEV3,000台の運用を目指す
- ・ 行政機関及び国营事業の公用車として、毎年185台を購入

中期発展目標(2016年)

- ・ インテリジェントEVの年間生産台数6万台(内輸出向けが1.5万台)以上
- ・ モーター、インバーター、電池などのキーパーツのコア技術を自主開発。また、世界市場向けへ1.5万セットを輸出
- ・ 世界トップ10に入るインテリジェントEVブランドメーカーを育成
- ・ インテリジェントEV製造業の生産高1,200億元、関連サービス業の生産高312億台湾元、2.4万人以上の就業機会創出

EV産業の推進力を強化し、上記の目標を達成するため、經濟部と関連部会は6年間に97億元を投入し、以下の「五大発展戦略」を実施し、供給と需要の両面から産業環境の整備を進める。

インテリジェントEV産業の五大発展戦略

1. 省エネ・CO2排出基準の制定による健全な発展環境の創出:2010年5月に車両のCO2排出量基準を定めるための研究会議を召集。一台当たりの排出量及びメーカー単位の排出総量について、厳格な基準を策定(環保署)
2. 先行運用の推進:3年間に22億元を投入し、3,000台のインテリジェントEVのモデル運行計画を実施(經濟部)
3. 車両購入のインセンティブ強化:EVに係る貨物税の減免(財政部)
4. 運用に適した環境の創出:EVがスムーズに車道を走行できるよう、2010年にEV専用のグリーンナンバープレートの交付を開始。(交通部)充電スタンド運用の最適化を図るためのスマートグリッドを構築(台湾電力公司)
5. 産業発展支援:サプライチェーンの構築、コア技術の研究開発、国内外市場の開拓を支援(經濟部)



モデル運用、購入支援、産業育成を同時推進

元々自動車産業は各方面が関係する複雑な産業であり、EV行動方案の策定過程でも多くの部会が参加し、その内容は多岐に渡っている。以下、その中から主要な取り組みについて、具体的な内容を説明する。

インテリジェントEVの先行運用推進

先行運用を推進する主な目的は、EV産業発展のための基礎を築くべく、産業界と協力しながら、様々な道路状況での安全耐久テストを行ったり、充電施設の設置・オペレーションのモデルを構築したり、電池の貸し出しや課金システムをテスト実施することである。政府は同時に、産業標準を定めたり、関連法規の制定(修正)に向けた検討を行って、産業環境を整備していく。

具体的には、経済部が以下の方式で3年をかけてEV先行運用の取り組みを進める：

- ・ 方法：地方政府又は運営者が完成車メーカー及び電池メーカーと協力して各計画を推進。優れた計画には補助金が支給される。提案者が自費で実施した場合は政府から政策面でのサポートが受けられる
- ・ 目標：10件のEV先行運用計画の実施、車両総計3,000台
- ・ 期間：申請は2012年末日まで。実施期間は最長2年で、2013年末日を越えてはならない
- ・ 経費：中央政府の補助金は計画総経費の40%を上限とし、残りは提案者が負担
- ・ 用途：公共輸送を目的とする計画を優先。タクシーなど(バスは環保署が別に計画を推進中のため含まない)
- ・ 審査：随時審査制を採用。計画の認可後、推進委員会が計画の進展状況を見ながら、毎年技術審査基準を検討・修正する

消費者向け購入インセンティブの強化

現在のところEVは非常に高価であるため、欧米や日本などの先進国では税制優遇(車両貨物税やナンバープレート税の減免)や補助金支給などの措置により、消費者のEV購入意欲を高めようとしている。

台湾行政院も2011年1月に貨物税條例及びナンバープレート使用税法の修正草案を通過させている。草案の要点は以下の通りである：

- ・ 貨物税：2011年1月28日より、EV(輸入車を含む)購入に係る貨物税を25%～30%の減額。期間は3年間(2014年1月27日まで)とする
- ・ ナンバープレート税：地方政府にEVのナンバープレ-

ト税免除決定の権限を付与。期間は3年間

産業発展支援

政府は、台湾のEV関連事業者は規模が小さく、研究開発能力が限られているとの問題認識を持っている。このため、業界科専(技術処が所管する企業R&Dに対する助成制度)等の政策ツールを積極的に活用することで、車両やモーター、インバーター、電池等のキーパーツの研究開発を促し、技術力の向上を図ろうとしている。

下表は、経済部が研究開発の重要項目としてリストアップしているEV関連の技術項目である。2010年より、これらの項目に係る研究開発は、業界科専計画から優先補助を受けられることができる。

表：重点技術研究開発項目

EV技術領域	重点技術研究開発項目
Propulsion System	<ul style="list-style-type: none"> ・ Motor ・ Motor Controller ・ Power IC
Accessory System	<ul style="list-style-type: none"> ・ Electric AC ・ Electric Steering (EPS) ・ Electric Brake (EPB, EMB) ・ On-Board Generator Set ・ Power Supply
Energy Storage System	<ul style="list-style-type: none"> ・ LIB ・ Ultra Capacitor ・ Battery Management System ・ Quick Charger
System Integration and Other Module	<ul style="list-style-type: none"> ・ Transmission ・ Light Weight Structure ・ Pilot Operation ・ Energy Supply Service Operation
Niche EV	<ul style="list-style-type: none"> ・ LEV/NEV (Light EV) ・ EV/E-Van ・ UTV (Multi-purpose) ・ E-Scooter ・ E-Bus

上述した台湾政府の諸施策は、日本企業にとって、台湾市場の魅力を高めるだけでなく、日台企業の共同研究や事業提携を促進するものである。また、急速に形成されつつある中国のエコカー市場に目を向けた場合も、日本企業は台湾のEV推進計画に参加することにより、搭橋計画(中台産業架け橋計画:本誌vol.169を参照)やECFA(中台経済協力枠組み協議:本誌vol.179を参照)といった中台間の経済貿易協力プラットフォームを活用し、台湾経由で中国市場へ参入する道筋を描くことができる。このスキームにおいて、日本企業は台湾側から技術の向上やコスト削減、知的財産権の保護など各方面のサポートを得ることが可能である。(江庭豪:t-chiang@nri.co.jp)

飛躍する台湾産業



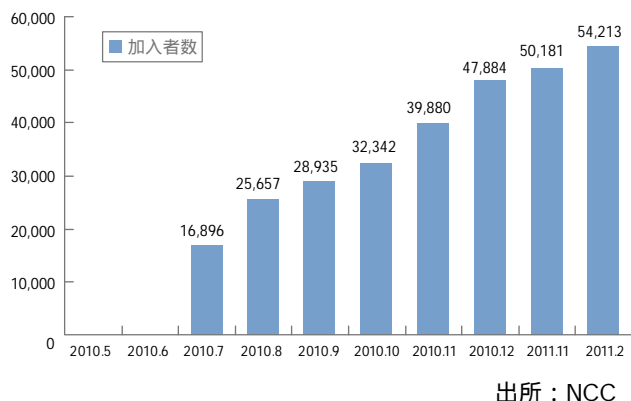
データ通信増大への対応を進める 台湾の無線通信事業

台湾には、第二世代携帯電話(2G)事業者が3社(中華電信、台湾大哥大、遠傳)、第三世代携帯電話(3G)事業者が5社(中華電信、台湾大哥大、遠傳、威寶、亞太)存在する。他に、WiMAX事業者が6社(全球一動、威邁思、大衆電信*、大同電信、遠傳、威達超舜)、PHS事業者が1社(大衆電信)存在している(*大衆電信は2008年に破綻し、経営再建中)。3Gユーザが携帯電話加入者数の4分の3まで拡大する中、スマートフォンとデータ通信の利用拡大を受け、トラフィック増大への対応が急務となっている。本稿では各通信方式の普及状況を紹介した上で、LTEの導入など、トラフィック問題の解決に向けた取り組みの展望を検証する。

WiMAXは伸び悩み、LTEへの転換も

WiMAXは地域別ライセンスを6社に割り当てたことが災いし、加入者が伸び悩んでいる。日本の場合、WiMAXのライセンスを持つのは基本的には、KDDI傘下のUQ1社であり、同社が全国をカバーしている。UQに加入申込みをすれば、電波が届く限り、東京でも大阪でも利用することができる。しかし、台湾では、地域別にWiMAXサービス提供事業者が異なり、基本的にはローミングもできないため(全球一動と大同電信の間ではローミング可能)使い勝手が必ずしも良くない。商用サービス開始が2010年の1月前後であったが、2011年2月時点で、加入者数は54,000程度である(図1)。しかし、台湾は、電波政策に関して、日本より非常に進んだ一面も持っている。WiMAXの周波数帯は、2007年の周波数オークションにより各社が競り落としたが、この際、周波数は「テクノロジーフリー」であるとした。オークションが実施された当時は、WiMAXに利用することが前提であったとはい

図1 台湾のWiMAX 加入者数



え、技術の進化は、政府には予測できないということ政府自身が認識し、どのような技術を利用しても、或いは利用技術を途中で変えても構わない、という条件で周波数のオークションを行ったのである。この仕組みが、幸か不幸か奏効し、遠傳や威邁思といった事業者は、WiMAXに半ば見切りをつけ、今後TD-LTEを強化する方向に舵を切り始めた。

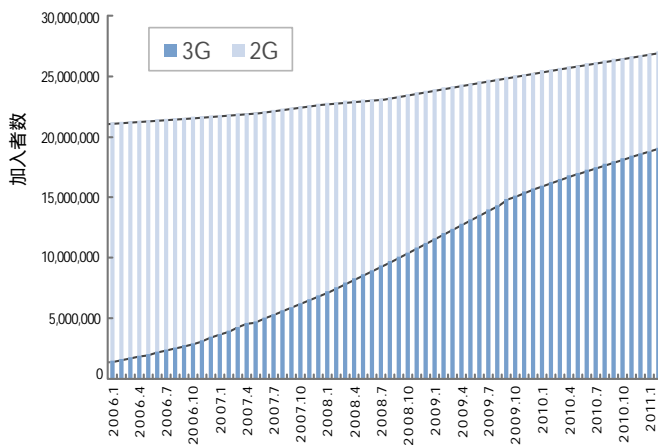
ただし、WiMAXからLTEにシフトしたとしても、新規参入者には、競争条件が著しく不利であることに変わりはない。ワイアレスブロードバンドサービスを本格的に提供するためには、多数の基地局を設置する必要がある。加入者が増えた場合、人口密度が高いエリアには、非常に多数の基地局を設置する必要がある。この場合、すでに基地局を設置している既存事業者にとっては、2Gの基地局を転換することですぐに対応できる。しかし、新規事業者にとっては、既存事業者に基地局に適した場所を押さえられた後であるため、悪条件でしか用地を獲得できないし、数量の確保も難しい。

データ通信増大によるネットワーク品質の低下

現在、台湾では、SIMカードベースの統計で、携帯電話加入者数が2500万程度と、人口2300万よりも多くのユーザが居る。ただし、まだ2Gのユーザが全携帯電話加入者の1/4以上を占めている(図2)。音声通話とショートメッセージ程度しか使わないというユーザが多いためである。3Gのユーザであっても、少なくとも昨年以前は、音声通話とショートメッセージくらいしか使わないというユーザが多かった。



図2：台湾の携帯電話加入者数



出所：NCC

図3：2Gの加入者シェア

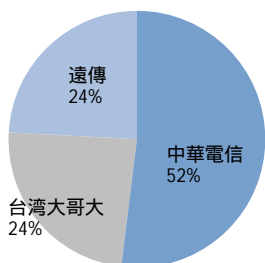
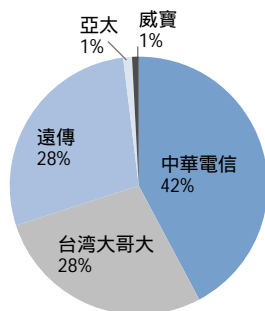


図4：3Gの加入者シェア



出所：各社資料をNRIが整理

しかし、iPhone発売以来、スマートフォンのユーザーが急激に増えている。新聞報道によれば、2010年5月の時点で、スマートフォンの普及率が26%であった。現時点(2011年2月)では、30%~40%の間ではないかと推定される。街角でも非常に多くのスマートフォンユーザーを見かける。i-modeなど、キャリアが提供するモバイルサービスに慣れてしまった日本では、メールアドレスが変えられない、モバイルFeliCa機能がサポートされていない、といった理由でスマートフォンユーザーは10%前後にとどまっている。これまで、台湾では携帯電話を使ったデータ通信といえばSMS(厳密にはデータ通信ではない)くらいしか利用されておらず、無線通信事業者の売上の殆どが音声通話であった。IP(インターネットプロトコル)によるデータ通信の売上はほぼゼロといっても良い状態であった。

しかし、スマートフォンの登場以降、台湾の消費者も携帯電話のデータ通信利用に急速に目覚め始めたように見受けられる。データ通信の使い方も斬新で、パケ放題のような料金定額データ通信サービスに加入した後、自宅にSling Box(SONYのロケーションフリーのような機器)を設置し、スマートフォンでケーブルテレビ100チャンネルをどこでも見放題にする、といった利用も居る。また、高速道路の道路監視カメラの映像が公開されており、スマートフォンから見る事が出来るため、移動前に渋滞の有無を確認することができる。こういった動画配信は非常に大きな負荷をネットワークに与えることになる。当然ながらこれほどの勢いでスマートフォンユーザーと、そのトラフィックが増えるとは各事業者とも想定していなかった。現時点では、台湾の無線通信事業者のネットワーク品質は必ずしも高いとは言えない。電話を掛けても、繋がらないために掛けなおすといったことも、少なからずある。

トラフィック問題解決に向けた取り組み

等比級数的に増大するトラフィック処理の解決策が、周波数帯域の割り当て拡大と、より少ない周波数帯域でより大量のデータ通信を可能にするLTEの導入である。欧米、日本ではLTEのサービスが既に一部地域から実用化されているが、台湾では、LTEのためのオークションは、政府計画では早くも2015年以降となっている。

台湾では当面の間、周波数の割り当てが増えることはないため、無線通信事業者はPico Cell, Femto Cellのような小型基地局の導入の他、既に広く普及している公衆無線LANでトラフィックを吸収するよう、消費者に働きかけるなどの措置でしのいでいくことになるだろう。

実際にはテクノロジーフリーという条件になるため、厳密にはLTEのオークションではなく、「LTEなど次世代高速ワイヤレスアクセスへの利用を前提とした周波数オークション」という形式になると思われる。

(廣戸健一郎：k-hiroto@nri.co.jp)



日本からの輸入物品に係る 放射性物質・放射線量検査の概要

台湾政府は3月17日、日本の東北関東大地震への対応を協議するための機構として「日本311災害対応専門会議」を設置し、国外での対応(福島原発事故の動向調査や滞日中の自国民の帰国支援など) 水際での対応(日本からの入国者や輸入貨物に対する放射線物質・放射線量検査) 国内での対応(国内の放射線量観測体制の強化、学校での防災訓練の実施など)の三方面の対応方針を発表している。このうち、本稿では日本からの輸入貨物に対する検査の現況を紹介する。

食品

行政院衛生署(食品薬物管理局)は当初、福島、宮城、茨城三県産の農水産品のみを放射性物質・放射線量検査の対象としていたが、その後、日本全国から輸入された農水産品及び加工食品(加工食品は3月12日以降に製造されたものが対象)へと対象を広げている。抜き取り検査で以下の基準以上の放射性物質が検知された食品は、国内への持ち込みが認められず、廃棄処分となる。

放射性ヨウ素131 1キログラム当たり300ベクレル
 放射性セシウム134 1キログラム当たり370ベクレル
 放射性セシウム137 1キログラム当たり370ベクレル

工業製品等

食品以外の貨物の放射線量検査は、行政院原子力委員会と經濟部(標準検査局)が3月22日から実施している。対象となっているのは、一般家電やベビー服、工作機械、難燃建材、自動車部品など658品目(3月23日現在)。抜き取り検査で毎時0.2マイクロシーベルト以上の放射線が検出された場合、所有者は除染を行うか、日本へ返送しなければならない。除染を行う場合は原子力委員会が認可した事業者へ委託して実施しなければならない。

最新の状況は各所管機関のホームページを参照されたい。

行政院衛生署

<http://www.doh.gov.tw/>

行政院原子力委員会

<http://www.aec.gov.tw/www/index.php>

經濟部標準検査局

<http://www.bsmi.gov.tw/wSite/index.jsp>

出所) 各政府機関のウェブサイトや報道資料など

日本の店舗作りとローコストオペレーションを台湾に移植し、成長を続けるしまむら

多彩なプライベート・ブランドと豊富な品揃えで消費者ニーズを捉え、日本では「ファッションセンターしまむら」を中心に1677店(2011年2月時点)の店舗網を有するしまむらグループ。1997年に進出した台湾でも「郊外から都市へ」の戦略に基づき、桃園を起点に新竹や台中、台南などに30店以上を出店しながら、台北・高雄への進出機会をうかがっている。今回はグループ唯一の海外法人である「思夢楽股份有限公司」に森義夫董事長を訪ね、台湾進出の背景や店舗開発・運営の取り組み、事業展望についてお話を伺った。



思夢楽股份有限公司 董事長
森義夫氏

台湾事業の概要について

1997年に100%出資の現地法人「思夢楽」を設立し、翌98年に平鎮市(桃園県)に1号店を出店しました。当社は多アイテム販売とローコストオペレーションを推進しており、「店舗展開は郊外から」というのは日本と同じ戦略です。出店地は半径2~4キロの商圈の世帯数を基準に決めており、現在は台湾の北・中・南部で31店舗を営業しています。ビルインの4店舗を除き、残りの27店は駐車場付きの独立型店舗(フリースタンディング)です。

台湾へは、日本のしまむらの店舗をそっくりそのまま待ってきています。台湾の気候や消費者の嗜好に合わせた調達の違いはありますが、店舗の設計、商品レイアウト、商品セグメントの構成(婦人服、紳士服、子供服、靴、寝具、インテリアなど)はしまむらと同じで、台湾向けのカスタマイズは行っていません。

標準的な店舗は、30~40台が駐車可能な駐車場を備え、約1,000平方メートルの売場に、約10万点のアイテムを並べています。日本と同じく20~50代の主婦層をメインターゲットとし、VILLANDやSorridereなど7つのプライベート・ブランドのほか、HANG TENやPLAYBOYなど台湾サプライヤーから調達したデイリーファッションを扱っています。同一商品の重複を少なくして、多彩な商品を提供することで、台湾のお客様に「思夢楽に行けばほしいものが見つかる」と思ってもらえる店舗作りを行っています。

価格帯としては、190元(Tシャツなど)~390元(ジーンズなど)の商品が中心です。部門別の売上げとしては、婦人服やインナー類が多いですね。このほか、台湾は市場が成

熟しており、ファッション性や価格だけではなく、機能性も重視されます。発汗性や急乾性を備えたファイバードライ、保温性に優れたファイバーヒートなどの機能性繊維を用いた付加価値衣類もよく売れています。

台湾進出の背景と人材活用について

台湾は目下、しまむらが唯一海外で店舗展開している市場です。この背景には、台湾には成熟した市場や季節の変化があること、日本人と体型が似ていることなどいくつかあるのですが、特に台湾ということで挙げるとすると、その穏やかで親日的な国民性に引かれました。お客様としても、一緒に事業を運営するパートナーとしても、最初の海外進出の地としてふさわしいと考えました。

台湾の方は能力が高いだけではなく、会社に対するロイヤリティも、当初考えていたよりもずっと高いですね。当社では、今年だけで31名を対象に勤続10年の表彰を行いました。また、台湾では日本以上に女性の活用が進んでいます。31人の店長の内、27人が女性で、5つのブロックマネージャー(店長と兼務)に至っては5人全員が女性です。バイヤーも7割が女性です。バイヤーの男女比は、日本と逆転しています。台湾の女性はアパレルビジネスに欠かせない細やかな対応ができるだけではなく、仕事をやり遂げるたくましさも備えています。

彼女、彼らはしまむらの海外事業を担う人材ですから、優秀なスタッフには積極的に日本へ研修に行ってもらっています。現在も3人が長期の研修中で、しまむら本社で最新のビジネスのやり方を学んでいます。

日本企業から見た台湾

オペレーション体制とマニュアルについて

日本人5名を含む66名の社員と約200名のパートという体制で、本社業務と店舗を運営しています。台湾では取り扱いデイリーファッションを23の部門に分け、仕入れや在庫の管理をそれぞれの部門のバイヤーが一括して行っています(=セントラルバイイング)。定番アイテムについては、日本と同じく、各店舗から自動発注されるようになっていました。

チェーンストアの経営では、何よりローコストオペレーションが重要です。お客様に質の高い商品を手ごろな価格で提供するためには、いかに低い利益率で持続的に運営していくかを考えないといけません。そのための取り組みの一つがマニュアル化の徹底です。しまむらでは、仕入れ、物流、店舗運営など、業務の各場面で参照可能なマニュアルを作成しています。日本の小売・流通業の中では一番マニュアル化が進んでいるのではないのでしょうか。台湾で使っている中国語版のマニュアルは全部で7冊あります。例えば「店舗運営」のファイルには、商品の陳列の仕方やタグのつけ方などについて、細かい記載があります。経験の浅いパートの方でも、わからないことがあればすぐに参照できるわけです。

マニュアルというと、「従業員の思考力を奪うもの」というネガティブな意見がありますが、当社のマニュアルは「作っておしまい」ではなく、従業員の提案を取り入れながら不断に改善を続ける「生きたマニュアル」ですので、その批判は当たりません。台湾の従業員から出された提案の一例としては、店内に置かれたプライベート・ブランドのパネルに中国語の説明文を付したことがあります。日本ではよく認知されているブランドなのですが、台湾人スタッフから「説明がないとわからない」という意見を受け、採り入れました。優れた提案に対しては表彰も行っており、マニュアルをベースに業務を進めつつも、現場から自発的な形で改善が進むようになっています。

調達と中台間の貿易規制への対応について

台湾の店舗に並んでいる商品は大きく、台湾のフォワーダーに委託して中国から直接輸入しているもの(中国から日本の物流センターを経由して台湾に入れているもの)と台湾国内のサプライヤーから調達しているものの3

つがあります。これらを竹南(苗栗県)にある物流センターに集め、そこから全国の店舗に配送しています。

台湾と中国の間には衣類の貿易規制があり、生地の状態(織布か編立か)や材質、また、製品のデザインによっては直接輸入できないものがありますので、一部は台湾国内から調達しています。物流の最適化を図るためにも、規制の緩和とECFA(中台経済協力枠組協議)を通じた非関税化にも期待しています。

事業展望について

当面の事業目標としては、台北と高雄への出店を果たしたいですね。日本では既に東京や名古屋、大阪への出店が進んでいますが、台湾でも大都市への展開の時期にさしかかっています。

市場環境全体の変化としては、昨年ユニクロさんが台湾に進出されましたが、今後中台間の貿易規制の緩和が進めば、欧米のファストファッションブランドの台湾進出も進むでしょう。当社はよくこうした企業と比較されるのですが、ターゲットとする顧客層が異なりますし、より大切なことは、市場環境がどんなに変わっても、当社が「品質、ファッション性、手ごろな価格」、「ほしいものが見つかり、家族のものがそろう品揃え」というコンセプトを守ることができれば、今後も台湾で成長し続けていけると考えています。

ありがとうございました

思夢楽股份有限公司の基本データ

会社名	思夢楽股份有限公司
設立	1997年
董事長	森義夫
資本金	1億10元
社員数	66名(内日本人5名) パート約200名
事業内容	衣類、寝具、生活用品等の販売

注)2011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NR1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	11,612	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	12,821	-1.87	-7.97	4,797,891	238,961	203,675	174,371	29,304	-8.74	-0.87	32.03	0.3471	6,460
2010年													
1月			77.34	302,271	10,385	21,738	19,250	2,488	6.8	0.26	31.99	0.3546	8,099
2月	3,276	13.71	36.85	346,880	60,838	16,689	15,799	891	6.09	2.34	32.09	0.3590	7,431
3月			42.22	960,290	146,585	23,358	21,835	1,523	6.87	1.26	31.82	0.3410	7,775
4月			34.18	153,813	2,941	21,929	19,390	2,539	9.06	1.34	31.42	0.3336	8,052
5月	3,456	12.53	33.34	250,699	12,822	25,475	22,386	3,089	9.43	0.75	32.23	0.3521	7,525
6月			26.55	204,140	4,822	22,716	21,176	1,540	7.02	1.19	32.28	0.3641	7,383
7月			22.44	252,393	23,931	23,899	21,750	2,149	5.32	1.31	32.05	0.3710	7,638
8月	3,535	6.90	25.01	137,924	21,741	24,046	21,795	2,251	3.33	-0.47	32.10	0.3811	7,833
9月			13.09	222,442	12,594	22,397	20,630	1,767	3.79	0.28	31.33	0.3761	8,039
10月			15.29	177,556	12,350	24,193	20,630	2,982	3.84	0.56	30.78	0.3817	8,210
11月	3,719	4.70	19.94	323,131	63,360	24,373	23,960	414	2.43	1.53	30.85	0.3672	8,350
12月			19.01	480,028	28,125	23,832	22,225	1,607	2.24	1.25	30.37	0.3733	8,777
2011年			17.28	346,487	11,222	25,352	23,468	1,884	1.64	1.11	29.30	0.3540	8,971

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

2011台湾国際健康・医療産業見本市

概 要

台湾国際健康・医療産業見本市は、台湾や海外のヘルスケア関連企業の最新の開発成果や製品が一堂に会する国際見本市。昨年は139社が291ブースを出展、パイヤーら44,000人以上が来場した。同時に、特にシルバー産業を対象とする台北国際シニアライフ＆ヘルスケア見本市の開催も予定されている。両見本市は日本企業にとって、日本と同様に健康志向・高齢化社会を迎え、ヘルスケアや高齢者医療の需要が日増しに高まっている台湾市場へアプローチする格好の機会を提供するものとなるだろう。詳細は下記サイトまで：

http://www.taihealth.com/zh_TW/index.html

日 時

2011年6月23日(木)～6月26日(日)

出品物及び 展示テーマ

医療器具 手当用品及び消耗品 歯科・整形外科用機器及び設備 救急設備
保健用品及びリハビリ製品 診断器具・設備 など

展示会場

台北世界貿易中心一館(台北市信義路五段5號)

主 催

主催：中華民国對外貿易發展協會 (TAITRA)

お問合せ及び 資料請求

中華民国對外貿易發展協會 (TAITRA)

TEL: 886-2-2725-5200 担当者：盧叔雲 内線2634

FAX: 886-2-2725-3501 Email: taiwanhealth@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 / 岸田英明 ext. 35 / 黄紘君 ext. 25 / 藤本有 ext. 37

野村総合研究所 産業革新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: 03-5533-2766
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。