

April 2011

vol. 188

今月のトピックス

台湾飲食産業の拡大とイノベーションを後押しする台湾グルメ国際化行動計画

飛躍する台湾産業

台湾有線ブロードバンドサービスの展望と日本企業の参入機会

台湾進出ガイド

中国資本による台湾投資の開放(新規42項目)

台湾トップ企業

～東台精機股份有限公司 董事長

嚴瑞雄氏インタビュー～

アジアネットワークとトータルソリューションを武器に日本企業のベストパートナーを目指す東台精機

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】

台湾飲食産業の拡大とイノベーションを後押しする台湾グルメ国際化行動計画

台湾観光局の統計によると、「台湾グルメ」は海外旅客の主要な訪台目的の一つになっている。台湾グルメは、飲食業界の就業人口増加を促すだけでなく、台湾の文化輸出やプロモーションの有力なツールとなりうる。こうした状況に鑑み、台湾政府(総統府財経諮詢小組)は2009年に「台湾経済転型行動方案(台湾経済モデルチェンジ計画)」を策定した際、「グルメの国際化」を十大重点サービス発展項目の一つとした。政府は現在、「台湾グルメ国際化行動計画」に基づき、国内事業者のグローバル化・品質向上を支援しつつ、海外向けPRを積極的に行うなどして、市場開拓を進めている。

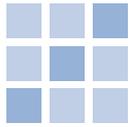
シェフ育成～PRまでトータルサポート

「台湾グルメ国際化行動計画」は「Gourmet TAIWAN 世界のグルメが集い、世界が驚く台湾のグルメ」をビジョンとして掲げている。2010年から4年間で11億元を投入し、「台湾における国際化支援」及び「海外プロモーション・進出支援」の2大戦略を推進する。達成目標として、飲食業者による国内外での3,500店の店舗展開及び10,000人の雇用創出、国際飲食ブランドを50社へ拡大(計画策定時は30社)、国際人材1,000人の育成、ビジネスマッチング500件、民間投資総額20億元などが記されている。なお、達成目標数値は年ごとに設定されている(表1)。

表1：台湾グルメ国際化行動計画の達成目標

目標	年	2010	2011	2012	2013
国内外 3,500 店舗の展開		450	850	1,000	1,200
少なくとも1万人の 就業機会の創出		2,000	2,500	2,500	3,000
国際グルメブランド 20 社育成		3	5	6	6
国際的人材 1,000 人育成		120	200	300	380
ビジネスマッチング 500 件		50	150	150	150
民間投資総額 20 億元		2億元	5億元	6億元	7億元

2大戦略のうち「台湾における国際化支援」は、海外店舗展開の基礎構築と名シェフの育成に重点を置いている。このうち、海外店舗展開の基礎構築に向けた取り組みは以下の通り。(1)グルメ交流会を結成し、事業者の国内外における店舗展開上、経営上の課題を取りまとめ、政府との効率的なコミュニケーションを図る。また、各事業者の経験を共有することで全体効果の向上を図る。(2)飲食業者のサービス品質を向上させるべく、業者のニーズに応じてIT・その他科学技術サービスの導入、或いは株式上場への助言・指導を行う。また、他の関連計画を通じて事業者による衛生管理及び飲食健康指標の導入を奨励する。さらに、飲食関連人材の育成制度についても適切な調整を行い、ハイレベルなグローバル人材を育成する。(3)飲食事業者の国際交流を支援する。グルメ交流会のほか、僑務委員会の「僑營餐館実力提升計画(海外居留民経営レストランの競争力向上計画)」を通じて、海外居留の台湾人を招いて交流を図る。(4)台湾グルメの国際的なイメージを向上させる。「Gourmet TAIWAN」をプロモーションスローガンとし、海外メディアを取材に招くなどして、露出機会を高める。また、主要活動として「国際グルメ嘉年華活動(フードフェスティバル)」を実施するとともに、国際観光PR活動と組み合わせ、台湾グルメの国際地位の向上を図る。



【 今月のトピックス 】 台湾飲食産業の拡大とイノベーションを 後押しする台湾グルメ国際化行動計画

国際的な名シェフ育成に向けた取り組みは以下の通りである。(1)台湾人シェフの国際的評価を高め、国際コンテストへの参加を奨励するための制度を確立する。他の関連計画のリソースも活用しながら優秀な人材を選抜し、国際コンテストに参加させ、国内外でシェフたちの地位を高める。(2)名シェフへパフォーマンスの舞台を提供。国内外のグルメ講座やショーなどの活動への参加を支援する。

表2：台湾グルメ国際化行動計画の構造

戦略	重点	詳細内容
台湾における国際化支援	グローバル店舗展開の基礎構築	グルメ交流会の結成
		飲食業者のサービスの品質向上
		飲食業者の国際交流支援
		台湾グルメの国際的イメージ向上
名シェフ育成	台湾シェフの国際的評価の向上	
	台湾シェフへパフォーマンスの場を提供	
海外プロモーション・進出支援	海外店舗展開支援	海外店舗展開の相談窓口の設置
		海外店舗展開指導サービス
	台湾グルメ専門コーナー	海外ビジネスマッチング機会の提供
		台湾グルメ専門コーナーの設置
	海外マーケティング	海外マーケティングの基礎構築
台湾グルメの海外プロモーション		

一方、「海外プロモーション・進出支援」は、海外店舗展開の支援・指導、台湾グルメ専門コーナーの設置、海外マーケティングに重点を置いている。海外店舗展開の支援・指導の具体的な取り組みは以下の通り。(1)海外店舗展開の相談窓口や専用ホームページなど、情報提供のプラットフォームを構築。海外の市場動向、文化、法律、パートナーに関するデータベースなどの関連情報を収集・調査し、提供する。(2)コンサルティングチームを結成し、海外店舗展開に関する助言・指導を行う。また、人材育成や賛助資金取得のためのシステムを確立する。台湾グルメ専門コーナーの具体的な取り組みは以下の通り。(1)事業者を海外の展示会へ帯同し、プロモーション活動を行ったり、交流イベントに参加させるなどして、海外での商機拡大を図る。(2)特色ある台湾グルメやブランドを集めた専門コーナーを国内の主要商圏や海外の空港に設置し、旅客向けや海外での露出を高める。海外マーケティングの具体的な取り組みは以下の通り。(1)SNSを通じたPR活動やメニューの訳語統一、優れたレストランや土産品の選出、レストランデータベースの構築などを進め、海外マーケティングの基礎を打ち立てる。(2)新聞局、観光局、僑

務委員会等のリソースを活用しながら、台湾グルメのイメージPRや海外プロモーションを推進する。

多方面の取り組みが展開中

「台湾グルメ国際化行動計画」では、一部活動が既に実施されている。例えば対外PR活動では、新聞局が中心となり、米ニューヨークのBurt Wolf Productionsと協力して、台湾をテーマとするテレビ番組を制作した。番組内容は、在外政府機関が台湾観光PRのツールとして活用できるだけでなく、例えば観光局が米国の旅行会社に委託してテーマ観光旅行を企画する際に参考できるものにもなっている。このほか、同じく新聞局のサポートにより制作された映画「飲食男女-好遠又好近」やドキュメンタリー番組「品味台湾」も国内外のメディアに提供されている。また、2010年8月には観光局が中心となって「台湾美食特別展」が開催され、4日間で14万人を集めた。同年開催された「ユニーク夜市選抜活動」では、専門家で作る審査チームと50万人のネットユーザーの手により、台湾を代表する夜市(食べ物などの屋台が並ぶナイトマーケット)が選出された。このほか、人材育成の取り組みとして、労工委員会(職業訓練局)による技能コンテストが行われている。国内コンテストを勝ち抜いた代表シェフはロンドンで開かれた国際技能コンテストへ派遣された。一方、教育部は「連合技術発展センター計画」への補助を行っている。同センターは技術専門学校に設置され、台湾料理の研究開発や人材育成のほか、レストラン・旅館の立ち上げや経営管理に関するサポートを提供している。

変わる事業者と消費者

目下、台湾の飲食事業者による海外店舗展開では、特に中国市場が重視されている。中国では近年、台湾グルメを含む「Made in Taiwan」の製品やサービスが高い評価を受けている。今後、中小企業を中心とする台湾の飲食産業では、中国市場の成長や台湾政府の積極支援を背景に、規模の拡大とサービスの向上がいっそう進むことが期待されている。台湾の事業者は、国内外の市場で競争力を持つための経営方法やイノベーションについて、より踏み込んだ思考を始めている。こうした風潮の中、台湾消費者のグルメ志向もいっそう高まっている。

(魏敏真:m-wei@nri.co.jp)



台湾有線ブロードバンドサービスの展望と 日本企業の参入機会

日本の「光の道」構想を始め、米国の「Connecting America: the National Broadband Plan」、英国の「Digital Britain」、韓国の「UBcN: Ultra Broadband convergence Network」など、各国で政府主導のブロードバンドインターネットインフラ拡充計画が打ち出されている。台湾でも、科技顧問組(STAG)が提出した「デジタルコンバージェンス発展方案」(*同方案については本誌vol.181も参照)が2010年12月に行政院(内閣)に相当通過しており、有線ブロードバンドサービスのいっそうの発展が期待されている。

通信技術の発展で進むメディアの融合

2011年現在、ネット上では3DオンラインゲームやFlashを使ったインタラクティブ・インタフェイス、1000万画素以上の写真、1920x1080 HDテレビ番組、VoIPサービスなど、大容量の通信が交わされるようになってきている。インターネット通信技術は有線では90年代の56kモデムからADSL、VDSL、FTTx、Cable modem、無線では2G/3G/4Gへと発展を遂げてきた。台湾におけるインターネットサービスの最高通信速度は100Mbpsまで向上している。ネット接続が可能なデバイスも、デスクトップPCからノートPC、携帯電話、タブレットPC、さらにはテレビや各種家電製品などへ広がっている。今や、ネットユーザーは多様な通信技術とデバイスを選択し、多様なコンテンツやサービスにアクセスすることが可能となっている。このように、通信技術とデジタル技術の進展により、通信や放送といったメディア同士の境界線は急速に失われてきている。これがいわゆるデジタルコンバージェンス(convergence = 収斂)である。

政府主導の環境整備計画

デジタルコンバージェンスの定義については、まだ世界的なコンセンサスは形成されていないが、以下の認識は共通している。即ち、デジタルコンバージェンスの実現には強大な有線・無線インターネットインフラが必須であり、そのためには政府の役割が重要であるという点である。台湾の「デジタルコンバージェンス発展方案」は2015年までに達成すべき目標として、以下の6つを掲げている。(1)2015年に80%の家庭に100Mbpsの有線ブロードバンドネットワークを普及(2)2015年の光ファイバー利用世帯600万戸(3)2015年の無線ブロードバンドの利用世帯200

万戸(4)2015年のデジタルケーブルテレビの世帯普及率50%(5)2015年の新興ビデオサービスの世帯普及率50%(6)2013年にデジタルコンバージェンス関連法規を立法化、である。インフラ建設や法整備などの多方面からの政策の後押しによりデジタルコンバージェンスの環境整備を進めようというのが、発展方案の策定趣旨である。

ブロードバンドサービスの普及状況と課題

台湾の有線ブロードバンドの契約者は2011年の時点で、全世界の6割以上の536万世帯に達している。一方、3G(第三世代)携帯電話のモバイルインターネットサービスのユーザーは479万人で、普及率は少なくとも25%に達している(3Gユーザーの総数1913万人を分母とする)とする。こうした数字を見ると、台湾ではブロードバンドインターネットが相当程度普及していると言える。また、台湾はFTTH CONUCILの資料における光ファイバー普及率で世界第5位、WEFのインターネット整備度指標NRI(Networked Readiness Index)の2010年のランキングでは世界第6位に位置付けられており、インフラ環境もある程度整備されていると言える。

しかし、行政院の統計によると、回線速度10Mbps以上のブロードバンドサービスを楽しんでいるのは、ブロードバンドユーザー全体の0.2%と極めて限られている。ユーザーの76.9%は2~10Mbpsであり、22.8%は2Mbps以下に留まっている。なお、筆者は「回線速度10Mbps」を謳った中華電信の「光世代」インターネットサービスに加入しているが、夜7~9時の時間帯に100Mbyteのファイルをダウンロードする際の速度は、僅か300~500kbpsに過ぎない。また、台湾の光ファイバーは日本のように上り/下りが同じ

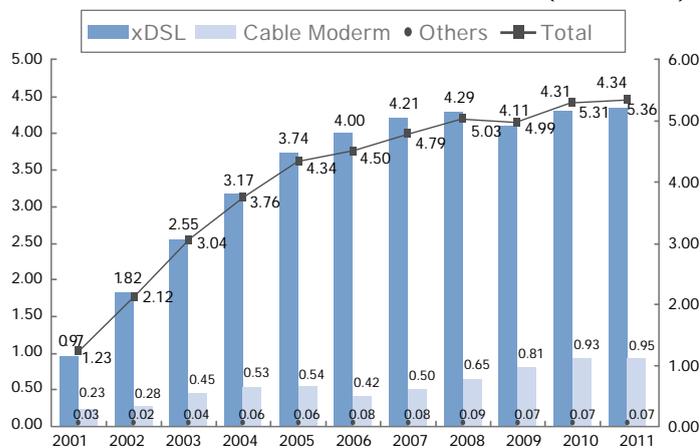


速度でなく、上り速度は下り速度の8分の1～10分の1程度しか出ない。つまり、10Mbpsの光ファイバーに加入していても、写真やムービーを友人らと共有するためにアップロードする際には、1Mbps程度のスピードしか出ないということだ。このように、台湾の消費者は光ファイバーサービスに加入したとしても、必ずしも高速通信を享受できているとは言えないのが現状だ。主な要因は市場競争環境の不健全さにある。元国営企業の中華電信の独占市場であるため、他のインターネットサービスプロバイダー（ISP）がより質の高いインターネットサービスを提供することができなくなっているのだ。

急成長するCATVネットユーザー

こうした状況には近年変化も見られる。2011年2月時点の台湾の有線ブロードバンドユーザー（536万世帯）のうち、44%がADSLを、37%がFTTx（光ファイバー）、18%がCATVモデムを使用している。この内、CATVモデムの契約世帯は2008～2011年の間に1.5倍成長しており（下図）、台湾の主要なMSO（Multi System Operator）は各社ともインターネットサービスの売上げを重視し始めている。

図：台湾の有線ブロードバンドユーザー数の推移（単位は百万人）



出所：NCCの統計資料をNRIが整理

MSOの売上げは大きく三つのセグメントに分かれる。
アナログCATV、デジタルCATV、CATVインターネッ

トサービスの各月額利用料金である。しかし、前二者は以下のような理由から成長が見込めなくなっている。

CATVは既に飽和状態まで普及が進んでいる。NCC（国家通信委員会）が毎年月額利用料金の見直し（引き下げ）を行っている。台湾の視聴者はアナログCATVの定量課金方式（一定金額で見放題、月550元前後）に慣れており、デジタルテレビ事業の推進は困難である。

残るCATVインターネットだけが成長の可能性を秘めている。また、CATVインターネットサービスはテレビ事業と違い、コンテンツプロバイダーと売上げをシェアする必要がない点も、MSOにとって魅力的だ。ただし、MSOが高速ブロードバンドインターネットサービスを推進するためには、各種インターネット設備への投資が欠かせない。具体的には、ファイバーノードの密度を高める必要がある。現在、一つのファイバーノードからのサービス提供先は500～1000世帯であるが、これを150世帯以下まで減少させることができれば、中華電信とも競争が可能な高速インターネットサービスを提供できるようになる。或いは、直接PON（Passive Optical Network）をHFC（Hybrid Fiber Coaxial）の代替として使用するソリューションも考えられる。

設備、コンテンツで日本企業の参入機会

以上、政策によるデジタルコンバージェンスの推進とMSOによるブロードバンドインフラ投資へのインセンティブを背景として、日本の光ファイバー関連設備事業者にとっては、MSOと共に光ファイバーネットワークの整備を行うなどの事業開拓のチャンスがある。また、日本のコンテンツ関連事業者にとっては、台湾のブロードバンドインフラの拡充により、高画質、高品質のデジタルコンテンツを提供するなどの市場参入の機会が拡大していだろう。さらに、台湾を起点に台湾パートナーとともに中国市場を開拓していくような、ウィンウィンの事業展開モデルも可能である。

（邵祺欽：c-shao@nri.co.jp）

台湾進出ガイド



中国資本による台湾投資の開放(新規42項目)

行政院はこのほど、經濟部が策定した「大陸地区人民來台投資業種別項目」の修正案を認可し、集積回路製造やパネル製造、テーマパーク経営など、新たに42項目(製造業25項目、サービス業8項目、公共建設9項目)で、中国資本による台湾投資を開放した。これにより、中国資本に対する投資開放業種は、これまでに開放済みの205項目と合わせて、計247項目となった。

經濟部は、以下の原則に基づいて開放対象項目の検討を行った。

- (1) 国内産業に対応能力があり、コンセンサスが得られているもの
- (2) 大陸側に投資意欲があり、台湾経済や雇用に有利であるもの
- (3) 兩岸(台湾と大陸)が補完関係にあり、産業分業を進めるもの
- (4) 公共建設項目に関連するサービス業

今回開放された項目は以下の通り。

製造業(25項目)

1. 出資制限なし:染料・顔料製造、クリーン用品製造、金型製造、金属構造物製造、金属建材製造、金属熱処理、金属表面処理、電池製造、風力発電設備製造、産業機械設備メンテナンス・据付
2. 大陸資本の出資比率の上限は20%。新規の合併事業の場合は50%未満:肥料製造、冶金機械製造、その他金属加工用機械設備製造、木工機械設備製造、化工機械設備製造、ゴム・プラスチック加工用機械設備製造、その他専用機械設備製造、原動機製造、污染防治設備製造、その他汎用機械設備製造
3. 大陸資本の出資比率の上限は10%。新規の合併事業の場合は50%未満:集積回路製造、半導体パッケージ・テスト、液晶パネル・その他部品製造、金属切削機製造、電子・半導体製造用機械設備製造

サービス業(8項目)

1. 出資制限なし:陸上運輸業(観光用ロープウェー運輸サービスに限定)、パーキング、遊園地・テーマパーク(森林レジャー区に含まれないもの)
2. 大陸資本の出資比率は20%。新規の合併事業の場合の上限は50%未満:港湾経営、その他水上運輸補助業、その他運輸補助業、普通倉庫業、冷凍・冷蔵倉庫業(*いずれも「促進民間参与公共建設法」に基づく公共建設計画に定められた区域及び業務に限られる)

公共建設(9項目)

1. 出資制限なし:パーキング、空気(騒音・振動、水、土壌)污染防治施設、廃棄物保管・処理施設、下水道、国際会議センター
2. 大陸資本の出資比率は50%未満:民用空港及びその施設のメンテナンス(軍民共用空港は開放しない)

出所) 經濟部投資信義委員会のウェブサイトなど

アジアネットワークとトータルソリューションを武器に 日本企業のベストパートナーを目指す東台精機

様々な工業製品を生み出す機械であることから、「マザーマシン」と呼ばれる工作機械。関連メーカーが集積する台湾において、東台精機は、従業員の5分の1が研究・開発人員という体制の下、QC(品質、コスト、納期)の最適化を追求しながら、細かなカスタマイズ生産やターンキーサービスを強みに成長を続けている。今回は同社の嚴瑞雄董事長を訪ね、競争力の源や日本企業との関係についてお話を伺った。



東台精機股份有限公司 董事長
嚴瑞雄氏

事業概況について

当社は、日本人であり、台湾のバイクメーカーでエンジニアをしていた吉井良三氏らの出資により、1969年に設立されました。当初は日本からの技術導入により、バイクメーカーなどへ供給を始めました。その後、不断の研究開発と顧客開拓により事業の拡大を続け、工作機械メーカーのグローバルトップ50に入るまで成長しました。拠点は欧米やアジア各国に広がっています。

当社の製品セグメントは大きく、工作機械(マシニングセンターや旋盤など)と産業機械(PCB加工機)に分かれます。2010年の売上げ比率は6:4でした。売上げ全体の国内/海外販売比率は3:7です。工作機械の輸出先は中国が最も大きく全体の4割以上を占め、他のアジア地区(アセアンなど)、米州、欧州と続きます。顧客の産業別比率は、自動車最大で全体の約4割、次いで代理店向け販売(エンドユーザーの産業は不明)、バイク、IT系となっています。このほか、金型や航空産業にも顧客がいます。多領域で顧客を持つことは当社の事業戦略の一環です。多様なユーザーを持つことはコストを要しますが、リスクの分散につながり、結果的には安定成長が可能となります。

日本企業との提携について

当社は設立時から日本と密接な関係があり、社名も「東瀛(中国語に置ける日本の別称)」と「台湾」の会社という意味なんです。技術方面では1992年より日立精機と協力関係にあり、現在でも一部製品は同社の設計理念に基づいて製造しています。また、同社が森精機へ営業

譲渡した後、退職されたエンジニアの方たちを招き入れ、当社の日本でのビジネスにご協力をいただき、今年1月には日本事務所を昇格させる形で「東台精機ジャパン株式会社」を設立しました。この会社は日本企業向けの販売のほか、R&D機能も備えています。当社は日本企業の「海外市場開拓のベストパートナー」にならんとしています。当社には30名近くの日本語人材がおり、これまでも多くの日本企業の海外工場へ供給を行ってきました。特に言語上の優位性がある中国やアセアンでは台湾国内に近いサービスの提供が可能であり、「機械の鍵を回せば生産可能」という状態での生産ラインの一括提供(ターンキー販売)も行っています。こうした長年の提携実績から、日本企業とは良好な信頼関係を築いています。

市場における台湾企業と貴社の強みについて

この2年ほどでしょうか、倉敷機械やOM製作所といった日本の有力メーカーが相次いで台湾へ工場投資を行っています。台湾では工作機械のユーザーであるメーカーの多くが生産機能を海外に移しているにも係わらず、何故でしょうか。今、工作機械の市場の中心はアジアの新興国へ移っています。日本メーカーの製品は、確かに品質はいいのですが、高価であり、新興国市場の需要に照らすとオーバースペックだと言えます。日本企業が新興国市場のボリュームゾーン(最も購買層が多い価格帯)でシェアを取るためには戦略の見直しが必要であり、その中で、台湾に工場を作ったり、台湾メーカーと提携し

台湾トップ企業

たりすることが有力な選択肢となっているのではないのでしょうか。

台湾と日本の工作機械産業の最大の違いは、台湾ではバリューチェーンが比較的開放されている点です。台湾の工作機械メーカーは、品質さえ要求に合致していれば、部品の産地やメーカーに過度にこだわることはありません。これが生産コストの圧縮が可能である主な理由です。新興国市場における台湾企業の強みは、価格優位性のほか、よりニーズにあった製品を供給している点です。新興国で求められるのは、日本や欧州の機械メーカーが得意とする生産ラインや工場全体の自動化ではなく、機械単体の自動化であることが多く、台湾企業が供給する「中品質、中価格」の製品が強みを持つわけです。

台湾企業の中での当社の強みとしては、カスタマイズサービスとトータルソリューションの提供が挙げられます。台湾ではメーカーの多くが「カスタマイズを伴わない標準機の生産を中心とする中、当社は個別の顧客ニーズに応じた機械を設計したり、多いときは数十台以上の機械から成る生産ライン全体の設計、提供を行っています。また、当社はR&Dにも力を入れています。全従業員675名のうち、研究開発人員は120名います。これは、業界トップクラスの割合であると自負しています。人数だけではなく、国内外の専門家を招いて指導を受けたり、従業員を定期的に国外に派遣して研修を受けさせるなど、研究開発力の強化とイノベーションに向けた不断の取り組みこそが、当社の競争力の源であり、先進国メーカーとの競争を可能としているのです。

PCB(プリント基板)加工機について

当社が初めてPCB加工機に注目したのは1980年代のことです。工作機械製造の経験を生かしてこの分野に参入できないかと研究を進めたのですが、台湾のPCB産業が十分に成熟していないということで、中止になりました。その後の産業成長を受け、また、市場が台湾、中国、韓国の東アジア地域に集中していたことから、もう一度研究を始めたのが1997年のことでした。

2010年の世界のPCB加工機の市場は3,500~4,000台ほどです。このうち、当社は約2割にあたる800台を販売

しました。シェアは日本の日立VIAに次いで第2位です。また、当社は世界で数社のみレーザー加工機メーカーの一社でもあります。当社の加工機は、PC用のPCB加工では速度、精度とも十分な競争力を備えているのですが、スマートフォンなどに使われるHDI基板の加工ではまだ課題が残ります。PCB加工は髪の毛よりも細かい穴を正確かつ効率よく穿つことが求められる難しい技術ですので、トップメーカーに負けないよう、いっそう研究開発に注力していきます。

今、PCB加工機のユーザーがいる電子産業は大きなコスト圧力に直面しており、加工機メーカーもよりコストパフォーマンスを高める必要があります。当社は組織上、PCB加工機部門を工作機械部門から独立させているのですが、使える技術は共有したり、部品のサプライヤーに対して価格競争力を持てるように共同調達を行うなどして、QCDの最適化を進め、競争力を高めています。

工作機械産業の展望について

台湾の工作機械産業は、2010年の段階で既に(金融危機前の)2008年の水準を回復していますが、今年はそれを上回る見通しです。好況を牽引しているのは、中国やアセアン、インドなど新興国の成長です。特に中国の自動車産業には海外の部品メーカーが次々と進出しており、工作機械の需要を生み出しています。他の新興国の成長に加え、欧米市場も回復しており、向こう3年は成長が続くと見えています。

ありがとうございました

東台精機股份有限公司の基本データ

会社名	東台精機股份有限公司
設立	1969年
董事長	嚴瑞雄
資本金	20億5,650万元
社員数	675名(2011年3月末)
事業内容	マシニングセンタ、CNC旋盤、PCB加工機などの製造、販売

注 2011年4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	11,612	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	2月		36.85	346,880	60,838	16,689	15,799	891	6.09	2.34	32.09	0.3590	7,431	
	3月	3,276	13.71	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	1月			17.28	346,487	11,222	25,352	23,468	1,884	1.64	1.11	29.30	0.3540	8,971
	2月			15.38	475,089	21,264	21,249	20,327	922	3.46	1.33	29.75	0.3634	8,742

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

2011 台北電腦応用展
Taipei Computer Applications Show

概要 台北電腦応用展は、国内外企業のPCや周辺機器、デジタルコンテンツ、ソフトウェアなどの最新製品が展示・販売される大規模な3C家電販売プラットフォーム。20周年を迎えた昨年は、210社が1350ブースを出店、ノートPCやデジタルカメラ・液晶モニターなどの販売が好調であり、64万人以上が来場した。毎年、3C家電市場のトレンドを知る格好の場となっている。詳細は下記サイトまで：

http://www.tica.tw/zh_TW/index.html

日時 2011年7月28日(木)~8月1日(日)

出品物及び展示テーマ パソコン及び周辺器材 電子ビジネス専用ソフト ネットワーク応用製品 情報関連書籍
コンピュータオンラインゲームソフト マルチメディア製品 デジタルカメラ及びデジタル家電など

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 中華民國對外貿易發展協會、台北市電腦商業同業公会

お問合せ及び資料請求 中華民國對外貿易發展協會
TEL:886-2-2725-5200 展覽處 黃漢堂(内線2768)、宋作君(内線2764)
Email:tica-show@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 コーポレートファイナンス・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。