



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

April 2012

vol. 200

記念号ごあいさつ

日本企業のベストパートナー
「台湾投資通信」200号に寄せて

中華民國經濟部部長 施顏祥

今月のトピックス

台日産業連携架け橋プロジェクトが始動

飛躍する台湾産業

新北市で進められる都市開発と

日本企業の投資機会

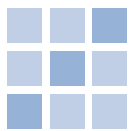
日台アライアンス特別インタビュー
～安心食品服務(股)

執行副總經理 黃尚仁氏、
副總經理 松瀬寛彦氏インタビュー～
モスバーガーグループの海外事業を牽引する
安心食品服務

台湾マクロ経済指標

インフォメーション

【 記 念 号 ご あ い さ つ 】



日本企業のベストパートナー 「台湾投資通信」200号に寄せて

中華民國經濟部部長 施顏祥



「台湾投資通信」は台湾經濟部ジャパンデスクの月刊の機関紙として1995年9月に創刊され、今回で200号を迎えました。この間、多くの日本企業、台湾企業、また、公益財団法人交流協会や台北市日本工商会など各関係機関の協力を賜りながら、台湾の投資環境や経済政策、産業動向に関する最新の情報を発信し続けてまいりました。ここに、經濟部を代表して、読者並びに関係者の皆様に、御礼申し上げます。

台湾と日本は、経済・貿易・文化など幅広い分野において、長く、密接な関係を持ちます。そして、その交流は近年益々活性化しています。2011年には、日本から台湾への旅客が過去最高の130万人に達しました。台湾からも113万人が日本を訪れています。(*いずれも台湾観光協会の統計)日本から台湾への投資も大きく成長しています。日本企業は、円高や震災後の電力不足などの事情に加え、新興国市場の急速な成長を背景に、海外展開を加速させています。こうした流れの中、台湾は、ECFA(経済協力枠

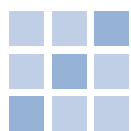
組み協議)に象徴される两岸経済貿易関係の自由化進展のほか、ハイテク産業の集積や低い法人税率(17%)、整備されたインフラなどの優れた投資環境が評価され、2011年の日本からの直接投資件数は過去最高の441件、金額は4.4億ドル(前年比4,400万ドル増)を記録しております。また、この年には台湾と日本の間で、最恵国待遇や国民待遇を明記した投資協議が交わされました。台日関係の深化を背景に、双方の産業交流は今後一層拡大していくでしょう。

そして台湾政府は今年、正式に「台日産業連携架け橋プロジェクト」を開始させました。補完関係にある台日産業が手を携え、大陸市場や世界市場をともに開拓していく、そうしたウィンウィンのシナリオを強力に後押ししてまいります。

「台湾投資通信」は「架け橋プロジェクト」の実施状況を始め、今後も最新の台湾動向をお伝えてまいります。本誌の情報がきっかけとなり、より多くの日本企業が「ベストパートナー」としての台湾の魅力を発見し、台湾への進出や台湾企業との連携事例が広がっていくことを期待しております。

2012年4月吉日

【 今 月 の ト ピ ッ ク ス 】



台日産業連携 架け橋プロジェクトが始動

去る3月21日、台北市松山区のオフィスビルで「台日産業連携推進オフィス（所長：杜紫軍工業局長）の開所式が行われ、施顔祥経済部長が「台日企業の補完関係で世界市場の開拓を」と呼びかけた。同オフィスは、経済部が策定し、昨年12月に行政院が承認した「台日産業連携架け橋プロジェクト（原文：台日産業合作搭橋方案）」のオペレーションを担う。本格始動するプロジェクトの内容と展望を報告する。



施部長（左から5人目）や公益財団法人交流協会の佐味祐介副代表（左から6人目）ら関係者がオフィスの発足を祝した。

背景 日台アライアンスの契機が拡大

日本と台湾は半世紀以上に渡る密接な産業交流の歴史を持つだけでなく、製造業・非製造業を問わず、既に多くの企業が台湾から中国やアセアンなどへと提携関係を拡大させている。では何故今、政府主導の「架け橋プロジェクト」なのだろうか。

プロジェクト原本（以下「方案」）では、以下のような諸状況・条件の下で、日台産業が連携を強化すべき機が熟したためだと説明されている。円高や中小企業の経営難等日本産業全体が困難に直面、日本企業の安定したサプライチェーン構築に対するニーズの高まり、ECFA（経済協力枠組み協議）の締結による「日本企業の中国事業パートナーとしての台湾」の優位性向上、台日投資協議の締結による日本企業の対台投資のリスク低減、日台産業間の補完関係の存在、などである。

台湾（企業・産業）は、上記のような日本企業の課題に対するソリューションを提供しうる。台湾にとっても、日本産業との連携強化は、高付加価値技術・サービスの導入、バリューチェーン統合による開発リードタイムの短縮やコスト低減、販路のシェアなど、様々なメリットが想定される。

概要 5年間で500事例を創出

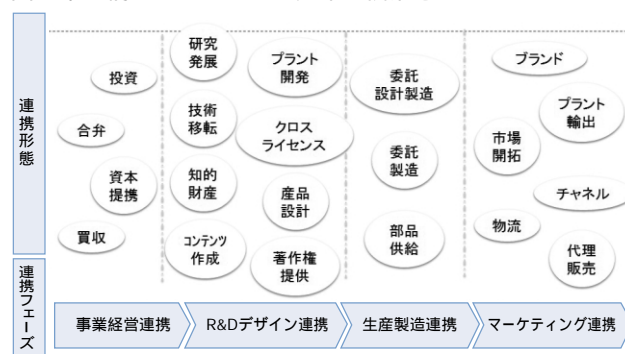
架け橋プロジェクトは、連携による日台双方のグローバル

市場における競争力向上を目指しており、2016年の達成目標として「500件の台日産業連携ケース創出」等を定めている（表1）。プロジェクトが定義する「連携」の範囲は多岐に渡り（図1）上記の「500件」の中には、バリューチェーンの各フェーズにおける様々な形態の連携が含まれることになる。

表1:架け橋プロジェクトのビジョンと目標

ビジョン (2020年)	(1)産業構造上の相互補完の強みを活かし、当該産業における主導的地位と付加価値を高める (2)ともにアジア・太平洋資源の統合と交流を進め、グローバルイノベーションの統合及び応用モデルを展開する
目標 (2016年)	(1)台日産業の強みを統合し、500件の産業連携ケースを創出する (2)台日ブランドの連携を進め、10件のブランド連携ケースを創出する (3)日本企業の台湾での調達額、5年間で計3兆元を達成する (4)日本企業の台湾投資額を倍増させる。現在の年平均150億元水準から、300億元まで高める (5)台湾の輸出額を5年間で計500億元増加させる

図1:架け橋プロジェクトの産業連携形態



出所 台日産業合作搭橋方案

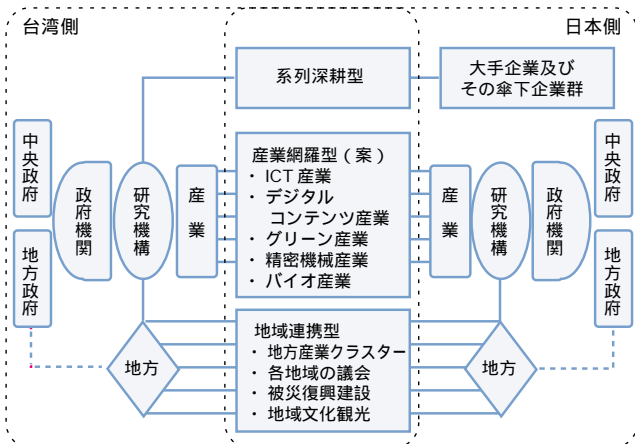
アクションプランと支援体制

架け橋プロジェクトは三つのモデルによって展開される（次頁図2）。「系列深耕型」は、台湾と関係が深い日本の大企業との関係を「深耕」するものであり、大企業やその関係会社、協力会社まで含めた連携拡大を図る。「産業網羅型」は、指定産

【 今月のトピックス 】
台日産業連携架け橋プロジェクトが始動

業における日台連携を進めるものである。「方案」では案として、グリーンエネルギーや精密機械、デジタルコンテンツなどを挙げているが、今後、台湾政府が日本産業の現況やニーズを確認した上で選定する。「地方連携型」は、台湾産業と日本の地方産業クラスターや観光地との連携を進めるものである。このほか、震災復興プロセスにおける連携もこのモデルの中で言及されている。具体的な対象は、今後のクラスター調査や日本側との協議を通じて決められる。

図2: 架け橋プロジェクトの推進モデル



出所) 台日産業合作搭橋方案

以上の3モデルのオペレーションを担うのが、冒頭の「推進オフィス」である。執行長(周能伝工業局副局長)のもと、財団法人資策会(III)のスタッフを中心とする約40人体制で発足している。組織はバックオフィスに当たる「総合サービス課」と、連携案件の開発や支援を行う「企業プロジェクト課」に分かれている。現在はオフィススタッフが必要な調査や資料作りを行うとともに、幹部らが日本側の関係機関と協議を進めている。今後、提携対象産業やクラスターが選定されるのを受けて、それに応じたデータベース作りや産業交流イベントなどに取り組んでいく。

推進オフィスによるマッチングは、「産業対産業」或いは「クラスター対クラスター」というカップリングを基本とするが、「企業対企業」についても、案件ベースで進めていく。推進オフィスは、図1のような連携を台湾企業と進めたい、という日本企業からの直接の相談も受け付けている。ケースに応じて、工業局の担当部署や政府系財団法人と連携しながら、必要なサポートを提供していく。

また、推進オフィスにはビジネスセンターが併設されており、オフィスへの相談や商談のために台湾を訪れたビジネスマン向けに、無線LANや電話、会議室の使用等のサービスを提供している(*要予約、国際電話など一部サービスは有料)。

日本企業にとっての活用機会

架け橋プロジェクトは、専ら日本の企業・産業・地域を対象とする政策であるとともに、中小企業を主対象としている点、また、単なる台湾への投資誘致ではなく、中国や新興市場を始めとする世界市場の共同開拓を強調している点が特筆される。

日本企業、特に海外事業の経験や経営リソースに限られる中小企業にとって、自社の強みを活かせる海外事業計画を描いたり、その計画にふさわしい事業パートナーを見つけることは容易ではない。そうした中で、中小企業にフォーカスした、産業単位のマッチングプラットフォームを提供する架け橋プロジェクトは、海外ビジネスを展望する日本の中小企業にとって、有力なオプションの一つとなる。

架け橋プロジェクトは「**相互互惠(ウィンウィン)**」「**務実有効(実効性)**」「**弾性速度(柔軟性とスピード)**」を原則としている。台湾側だけではなく、日本側(プロジェクトに関心を持つ業界団体や産業クラスター、商工会議所、地方自治体等)も積極的に関与し、上記の原則に沿った協力関係を築いていくことが、プロジェクトの成否を握っている。

(岸田英明:h-kishida@nri.co.jp)

台日産業連携推進オフィスの連絡先

台湾事務所

住所: 台北市松山区民生東路4段133号 科技服務大樓5階

電話: +886-2-6607-6889(日本語可)

担当: 総合サービス課/黄河清課長

service@tjpo.org.tw

企業プロジェクト課/葉武松課長

project@tjpo.org.tw

日本窓口

住所: 東京都港区三田1-12-18 TTDBldg. 3F

担当: 蔡蕙如(プロジェクトマネージャー)

電話: 03-5419-3836

E-mail: japan.window@tjpo.org.tw



新北市で進められる都市開発と 日本企業の投資機会

大台北都市圏では台北市から新北市へと人口の流出、都市の郊外化が進んでいる。このような状況に合わせるようにして新北市では多くの地域で都市開発計画とそれに対する企業誘致の活動が進められている。本稿では大台北都市圏における郊外化の進展状況を概観するとともに、新北市で進む都市開発と企業誘致の状況を紹介したい。

郊外化の進む大台北都市圏

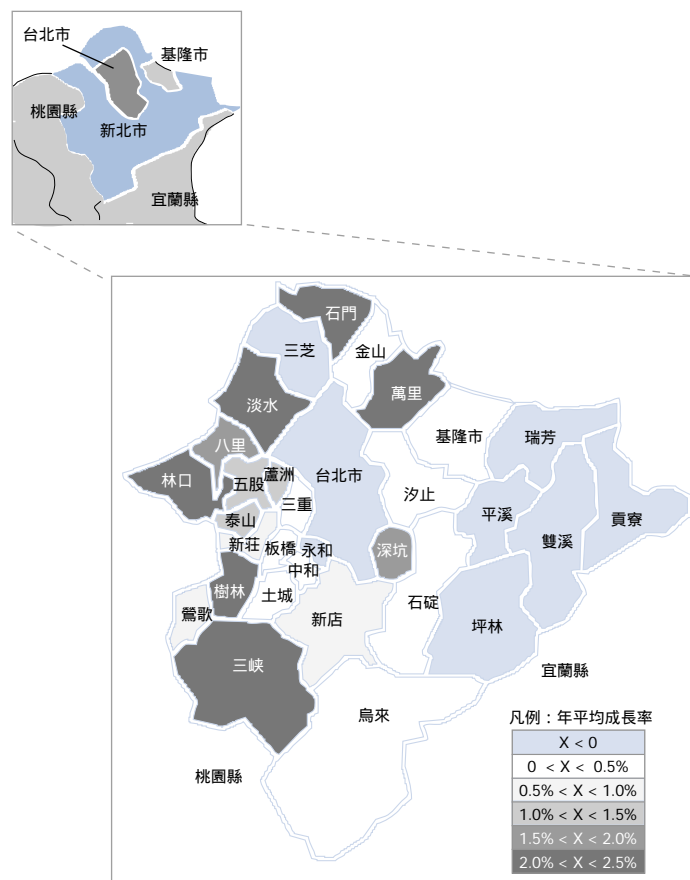
台北市を中心としてその外縁を新北市が取り囲む大台北都市圏の人口は670万人、台湾の総人口の約3割が集中している。近年、その大台北都市圏で中心部から外縁部へと人口が流出する現象、いわゆる都市のスプロール化が進展している。新北市では永和、中和地区が住宅地区として開発され、その後板橋、新店地区へと拡大し、現在では三重、蘆州、新莊地区でも住宅開発が進められている。その結果、過去5年間の人口の変化を見ると、大台北都市圏の中心部から外縁、特に西側の各市で人口が増加している様子が見て取れる。

このような人口の外部流出には二つの要因がある。一つは台北市内の住宅価格の上昇、もうひとつは捷運(MRT)路線の建設である。台北市内の住宅価格は右肩上がりでも上昇を続けており、2004年から比較してほぼ倍の価格になっている。新築の物件は、市内中心部では坪100万円を超え、内湖地区でも条件の良い物件では70万円/坪程度の価格水準である。あくまでも平均値での試算だが、台北市内の平均家庭が仮に内湖で20坪の家を購入するとその住宅価格は年収の約10倍という水準となる。このような状況ではとても台北市内に住宅を購入することは現実的ではなく、外縁の新北市へと人口が流出する訳である。新北市でもMRT沿線の住宅価格は上昇しているが、三重、蘆州、新莊などでは40-50万円/坪程度と台北市内に比べればまだ手が届かなくもない水準である。

もうひとつの人口流出要因であるMRTは、1996年の木柵線(現在の文湖線)の開通に始まり現在では7路線にまで拡大している。2000年前後からは、台北市と新北市を繋ぐ放射状路線を中心に建設が進められており、板南線、新店線、蘆州線、新莊線と開通し、来年には空港線が開通す

る見込みである。さながら、かつて日本の国鉄が放射状路線の輸送力増強を進めた「五方面作戦」を進めているともいえる状況にある。今後も新北市内を結ぶ環状線や板南線の延伸などさらに路線網が拡充していく計画であり、更なる郊外化が進展する可能性が考えられる。

図1:大台北都市圏の人口移動の状況



新北市で進められる企業誘致

このような状況を踏まえて、新北市では将来のMRT路線計画(3環3線)に合わせた都市開発計画を策定しており、それぞれの計画への企業誘致も同時に進めている。

新北市で進められる都市開発と
日本企業の投資機会

先日、3月2日には日本で投資説明会を開催し、100社近い日本企業が説明に参加した。この説明会については台湾の新聞等でも大きく報道されており、特に空港MRTの開発で今後発展が期待される林口地区での商業施設開発に対して日本企業が興味を抱いていると報じられた。林口の商業施設開発は公有地に政府が地上権を設定・譲渡し、民間が土地開発および施設運営を行なうという開発方式が採られ、既に入札が公示されている。開発内容は国内最大のアウトレット施設を核とした、ホテル、アミューズメント施設などの複合開発が予定されており、完成すれば大台北都市圏で数少ない郊外型商業施設となる。なお、本件の入札は6月に締め切りを迎える。

さらに新北市では林口地区以外にも多くの都市開発計画とそれに伴う企業誘致が進められている。特に開発規模の大きい計画は、1)台北港特定区開発、2)新莊北側知識産業園区開発である。

台北港は淡水河の河口西岸に位置する新たに開発が進められている港湾であり、大型のコンテナ貨物船が入港できる大水深の埠頭を備えた港湾である。この台北港周辺を大規模に開発しようとするのが、台北港特定区計画である。計画規模は約135ヘクタールであり、この範囲の用地を政府が買い上げ新たな都市を開発する計画である。将来的にはこの計画用地と淡水地域とは橋で結ばれる予定であり、観光地にも、桃園空港にも、さらには台北市内に対しても交通アクセスが優れているという立地特性を活かした開発が企図されている。今後は土地の徴収計画を進めるとともに、開発を担う民間企業の誘致活動が進められる。

また、新莊北側知識産業園区は空港MRTの新北産業園区駅の北側に計画されている。新北産業園区駅は、新北市の主要都市を繋ぐように計画されているMRT環状線も乗り入れる交通結節点である他、新莊副都心に隣接した用地であり、今後新北市の副都心機能を担うエリアとして発展が期待されている。開発規模は約28ヘクタールであり、

園区内には住宅区、商業区、産業専用区を配置する計画となっている。

計画推進に向けた課題

このように新北市では都市開発計画が目白押しの状況にあるが、今後の計画推進に向けてはいくつか課題も存在する。第一の課題は都市計画の観点から、大台北都市圏としての地域計画を策定する必要があるのではないかという点である。現在は、いずれの開発にも住宅、商業区が計画されており、機能分担の視点は見られない。台北市と新北市を一体の都市圏として捉えたときに、果たして新北市の各地区にはどのような都市機能が必要なのか。いたずらに郊外化を推し進めればよいという訳ではない。今後の郊外化の進展に合わせた都市機能分担について検討することが良好な都市発展の為に、企業誘致を進める為にも重要である。

第二は誘致を受ける民間企業の観点から、計画内容の自由度の確保が必要ではないかという点である。台湾では林口の計画のように、公有地の開発権を民間企業に譲渡し開発する方式が広く採用されているが、その契約期間は35年～50年と長期にわたる。計画内容の変更や権利の移譲に対しての制限も多く、外国企業からみると多少参加のハードルが高い。政府としては簡単には対応できない事ではあるが、外国企業の誘致を進める上ではこの点に対する制限の緩和が必要だと考えられる。

活発化する新北市の都市開発は日本企業にとってもビジネスの好機である。一方で、上記のような課題が存在するのも事実である。この状況に対応するためには、個別の開発に対して単発で進出を検討するのではなく、台湾全土での事業展開の可能性を検討することや、台湾企業との協働による将来の中国大陸への進出の可能性を検討するなど、中華圏でのビジネス拡大への布石として捉えることが肝要ではないだろうか。

(小長井教宏:m-konagai@nri.co.jp)

モスバーガーグループの海外事業を牽引する安心食品サービス

台湾の外食チェーンとして2番目に多い220店(2012年4月現在)を展開するモスバーガー。同店を運営する安心食品サービスは、1990年に日本のモスフードサービス(MFS)と台湾の大手電機メーカー東元電機(TECO)の合弁会社として設立された。台湾のエリアフランチャンジーとして成長を続けるだけでなく、2010年には中国大陸(福建省)、2011年には豪州市場への進出も果たしている。なお発展を続ける「異業種提携」の歩みと展望について、同社の黄尚仁執行副総経理、松瀬寛彦副総経理の両氏に伺った。



黄尚仁執行副総経理



松瀬寛彦副総経理

安心食品設立の経緯と背景について

(黄)MFSの櫻田慧会長(当時)と当社董事長で東元電機会長の黄茂雄との出会いがきっかけです。黄は日本経験が長く、二人の間に文化的に語り合える土台があったことに加え、逆説的ですが、櫻田会長は東元が飲食事業の経験を持たない点を評価されたようです。櫻田会長は台湾の同業者10社以上に会った上で、飲食事業者としての「癖」がない東元の方が、モスバーガーの理念を素直に受け入れてもらえると考えたのだと思います。

(松瀬)櫻田会長は相手のノウハウよりも、考え方を重視していました。東元は台湾を代表するメーカーであり、品質に対するこだわりは強い。黄会長もモスバーガーの理念に共感していました。それで意気投合できたのだと思います。安心食品は今では1,000名規模の組織になりました。日本人は私を入れて2名のみ、残りはほぼ全員が生え抜きのスタッフです。進出当初のオペレーションはMFSが関与する場面が多かったのですが、20年を経て、今や台湾人が運営する台湾企業になったと言えるでしょう。

合弁事業のシナジーと衝突について

(松瀬)合弁の効果としては、いち早く「地域密着」の運営ができるようになった点が大きいですね。進出当初は東元の知名度、信用力が店舗開拓や人材確保の面で力になりました。当時は「東元のモスバーガー」と言って物件を探していたほどです。もし独資で出ていたならば、事業が軌道に乗るまでにずっと多くの時間を要したと思います。

(黄)もちろん意見の相違もありました。最初に議論になったのは加盟店を作るかどうか。(当時台湾に駐在していた)櫻田厚現社長は日本で成功したフランチャイズ中心の経営を望んだのですが、当社は全店直営にこだわりました。店舗

展開の効率・コスト上はFCの方が良いのは確かです。しかし、黄(董事長)は「台湾では日本と違い、FCでは商品や店舗運営の質を担保できない」と考えていました。結局当社の意見が採用され、台湾のモスバーガーは今に至るまで全店直営です。この時だけでなく、日本側が我々の意思をよく尊重してくれたことが、合弁事業発展の基礎となりました。モスバーガーの核心価値である「美味しさ、安全、健康」が守られるのであれば、後は台湾にまかせる、という日本側のおおらかさがなければ、今日の台湾モスバーガーはなかったと思います。

ブランド浸透の経緯と現地化の取組みについて

(黄)モスバーガーのブランド価値は当初は全く認知されていませんでした。当時の一般的な台湾人のイメージは「ハンバーガーはジャンクフード」、「モスバーガーは米系チェーン店のコピー」というものでした。こうした中、当社は美味しさだけでなく、消費者の健康や食材にこだわる姿勢を貫き、10年をかけてようやく、既存のハンバーガーチェーンと異なるマーケットポジションを得ることができました。店舗の拡大が急速に進んだのはそこからでした。最初の十年にオープンしたのが40店程だったのに対し、次の十年には180店を開設しました。

(松瀬)ブランド価値を守る一方で、台湾事業の成長の背景としては現地化の取組みも重要です。現地スタッフが主体となり、台湾人の好みに合ったメニュー作りや販促をよく展開できたことが大きいですね。売れ筋のライスバーガーや季節限定商品(ex.2011年販売の「大阪焼漢堡 たこ焼きバーガー」)など、商品ラインナップの4~5割は現地で考案されています。また、台湾市場の特性として、日本ブランドに対するイメージが良いことや、「三食外食」の習慣が浸透して

日台アライアンス特別インタビュー

いる点もプラスに働きました。台湾の店舗は日本と比べて、朝食メニューの売上貢献が大きいのが特徴的です。

中国事業について(*安心食品、MFS、台湾伊藤忠など7社のシンガポールの合弁会社の中国子会社が福建省ほか6省1市のエリアフランチャイジーとして展開。安心食品は2012年に広東省にも現地法人<MFS、香港新世紀餐飲投資との3社合弁>を設置している)

(黄)2010年2月にアモイ(福建省)に1号店をオープンさせた後、現在は福州、泉州を合わせた3都市で計19店舗を展開しています。大陸事業へは安心食品から36名を派遣しています。うち20名が店長、残りが現地法人のオペレーション人員です。現地籍の店長はまだ数人程度であり、トレーニングを進めています。店舗のオペレーションモデルは台湾も大陸も基本的には同じなので、台湾人スタッフはほぼ即戦力になります。一方、商圈の調査や新規店舗の開発については、都市構造や商習慣の違いがあり、台湾のやり方をそのまま導入することはできません。台湾の都市部では住宅地とオフィス街が重複するエリアに路面店を出す方針を採っているのですが、大陸にはそうしたエリアが少なく、人が集まる場所を探すと、賃料が高く、交渉が難しい駅前になりがちです。それだけではなく、大陸では物件の大家とオーナーが違うケースが多く、その間に何人も「又貸し」している権利者がいるため、最終的な賃料が跳ね上がってしまいます。コストを抑えつつ店舗開発の効率を上げるためには、一番「川上」のオーナーに直接コンタクトするなどの取り組みが必要です。大陸事業ではこれまで、時間をかけてこうしたノウハウを学んできました。

2011年には豪州にも進出しました(*安心食品、MFS、東元電機などが合弁会社を設立)。なぜ台湾企業が日本企業の豪州事業パートナーとなりえたのでしょうか

(黄)これまでの信頼関係はもちろん、東元の20年に渡る豪州事業の実績が評価されたためだと思います。豪州は、東元のモーターや家電の重要な市場であり、大都市にはいずれもオフィスがあります。これは大陸事業についても言えることですが、地元政府との人脈など、東元から必要なサポートが受けられることは、安心食品の海外事業の強みであると言えます。また、豪州ではキッチンスタッフとしてワーキングホリデーで渡豪した台湾人を雇用しています。皆、台湾のモスバーガーで勤務経験がある人材です。かつての仲間が豪州で再び力になってくれているわけです。豪州の人口

規模はほぼ台湾と同水準ですが、ハンバーガー市場のポテンシャルは大きい。これまでに3店舗を出店していますが、将来的には300~400店まで拡大させたいですね。

台湾事業の展望について

(松瀬)台湾事業もまだまだ発展させてまいります。まず台北については、MRT(台北メトロ)の延伸に伴う駅前開発など、新しい動きに対応した出店を進めます。これと、中南部諸都市での出店拡大、台東や雲林などの未進出地域への出店を並行して行ってまいります。最終的な目標値というわけではありませんが、(台湾最大の飲食店チェーンである)マクドナルドさんの現在の店舗数(約350店)ぐらいまでは、十分に出店余地があるかと思います。

グループ全体における台湾事業の意義について

(松瀬)台湾に来て感じるのは、日本と同じ理念を追求しつつも、事業を進める上での発想が違うという点です。私見ですが、日本人が過程を重視し、「結果は後からついてくる」と考えるところを、台湾人は「結果を出すためにはどんなプロセスが必要か」と考える。このプロセスは、目標の達成状況や市場環境の変化に応じて臨機応変に変わります。こうした柔軟な対応ができる組織は、台湾のような変化が速い市場や未知の要素が多い海外市場では、特に力を発揮します。この意味で、安心食品の海外事業のフィールドは将来さらに広がっていくと思います。

今、モスバーガーグループでは、日本と台湾、台湾とシンガポールなど、拠点間の人・情報の交流を活性化させています。同じブランドを運営しながらも、異なる市場で働き、異なる発想と事業ノウハウを持った仲間同士で刺激し合うことができるのは、台湾事業20年の大きな財産の一つだと思います。

ありがとうございました。

安心食品服務(股)の基本データ

会社名	安心食品服務股份有限公司
設立	1990年11月
董事長	黄茂雄
資本金	2.94 億元
社員数	約1,000名(内日本人2名) *店舗スタッフを含む
事業内容	台湾、中国大陸、豪州でのモスバーガーの展開

注)2012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	14,210	10.72	26.93	3,811,565	400,494	274,601	251,236	23,364	5.46	0.96	30.37	0.3773	7,949
2011年	14,784	4.04	5.12	4,955,435	444,867	308,257	281,438	26,820	4.32	1.42	30.29	0.3905	8,155
3月			14.37	238,929	38,457	27,248	25,477	1,772	5.51	1.41	29.42	0.3549	8,575
4月			7.09	329,975	30,060	27,317	24,361	2,956	4.53	1.34	28.76	0.3507	8,860
5月	3,646	4.52	7.72	338,336	25,482	27,875	26,651	1,224	3.31	1.66	28.77	0.3512	8,910
6月			3.52	539,386	27,080	25,172	23,795	1,378	3.94	1.93	28.80	0.3570	8,748
7月			3.73	351,868	39,076	28,117	24,774	3,343	4.00	1.32	28.89	0.3714	8,681
8月	3,772	3.45	3.83	328,426	99,533	25,788	23,161	2,627	3.85	1.34	29.02	0.3787	7,763
9月			1.99	401,566	17,219	24,614	22,839	1,775	5.14	1.35	30.51	0.3973	7,385
10月			1.34	277,719	26,760	27,030	23,709	3,321	5.93	1.22	29.93	0.3794	7,345
11月	3,840	1.89	-4.22	854,642	65,227	24,676	21,473	3,203	5.29	1.01	30.35	0.3886	7,275
12月			-8.67	473,011	43,487	23,951	21,633	2,318	4.32	2.03	30.29	0.3905	6,969
2012年			-17.18	237,501	85,163	21,080	20,660	420	4.38	2.37	29.62	0.3877	7,176
2月			8.22	205,006	29,745	23,405	20,576	2,830	1.92	0.25	29.42	0.3649	7,855

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

国際フラットパネルディスプレイ(FPD)見本市
(Display Taiwan 2012)

概要

最新～次世代のFPD関連製品・技術が集う国際見本市。昨年は過去最高の国内外231社が630のブースを出展。FPD産業の主要市場である台湾における最大規模の企業交流プラットフォームとなっている。今年のメインテーマはタッチパネルとAMOLED。企業別の展示のほか、韓国の関連メーカー16社が集まる「韓国館」が設置される。詳細は下記サイトまで：

http://www.displaytaiwan.com/ja_JP/index.html

日時

2012年6月19日(火)～6月21日(木)

出品物及び
展示テーマ

Display Application Products Panel / Module LCD Component LCD Material
LCD Process Equipment OLED / E-Paper / Touch Panel Software & Consultancy

展示会場

台北世貿南港展覽館(台北市南港区經貿二路1号)

主催

主催：中華民國對外貿易發展協會(TAITRA)、台北市電腦商業同業公會(TCA)、
國際半導體設備材料産業協會(SEMI)、光電科技工業協進會(PIDA)

お問合せ及び
資料請求

光電科技工業協進會(PIDA) Mr. Dave Sun
TEL: 886-2-2351-4026 ext.850 Email: dave@mail.pida.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：陳惠欽 ext. 218

野村総合研究所
台北支店

台北市敦化北路 168 号 10F-F 室

TEL: 886-2-2718-7620 / FAX: 886-2-2718-7621
担当：田崎嘉邦 ext. 130 / 岸田英明 ext. 135 / 黄毓君 ext. 125 / 洪采濠 ext. 121

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: 03-5533-2476
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。