

February 2014

vol. 222

今月のトピックス
 モバイルブロードバンド向け周波数の割り当てと
 今後のデータ通信サービス
 飛躍する台湾産業
 EC市場の拡大とともに拡大する小口輸送
 台湾進出ガイド
 台湾工業区及び輸出加工区情報

日本企業から見た台湾
 ~ 亞太雷恩自動機股份有限公司董事長、
 齊藤之宣氏インタビュー ~
 台湾銘菓を自動化設備で支える
 レオン自動機
 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 】

モバイルブロードバンド向け周波数の割り当てと 今後のデータ通信サービス

台湾では2013年末、新たなモバイルブロードバンド事業許可免許の交付が決まった。第3世代(3G)移動通信サービスを提供する既存のキャリアに加え、受託製造大手の鴻海グループや、食品大手の頂新国際グループといった新たな事業者が参入することとなり、通信サービス業界に新風を吹き込むことが予想される。台湾のモバイルデータ通信の普及率は現在127%に達し、16年までにユーザー数は3,000万件突破が見込まれる。これに伴い、デジタルコンテンツ産業の成長も続く。今回は台湾のモバイルデータ通信の発展の軌跡を紹介しつつ、4GにあたるLTEサービスが始まってすでに約3年が経つ日本市場の発展状況を考察し、デジタルコンテンツ、ヘルスケア向けモバイルデバイス、マシンツーマシン(M2M)サービスなどの日本企業の参入機会を検討する。

今回の事業免許交付までの流れ

台湾では移動通信システムのサービス提供について、1997年に2G、2002年に3G、07年に広帯域移動無線アクセスシステム(Wireless Broadband Access, WBA)の事業免許を交付した。台湾のモバイル通信ユーザーは13年12月時点で2,970万件と、普及率は127%にも上る。主務機関の国家通訊伝播委員会(NCC)は13年、モバイルブロードバンド事業免許を新たに発行、700メガヘルツ(MHz)帯域4枚、900MHz帯域3枚、1,800MHz帯域5枚と、計12枚が交付された。うち700MHzは新たに開放された帯域で、900MHzと1,800MHzは1997年から交付された2G事業免許が2012年から2013年にかけて期間満了となったため新たに募集された。

入札に参加した事業者のうち、2Gと3Gの免許を持つのは、中華電信、台湾大哥大(台湾モバイル)、遠伝電信(ファーイーストーン・テレコム)、3G免許を持つのは亞太電信(アジア・パシフィック・テレコム)、新規参入は台湾之星移動電信、国碁電子(アンビット・マイクロシステムズ)、新建で、計7社だった。台湾之星移動電信は頂新国際グループが出資する新事業で、食品グループの通信サービス参入となった。国碁電子は鴻海グループ傘下である。新建は金融持ち株会社の新光グループ傘下で、同グループはPHSサービスを提供する大衆電信の大株主でもある。

事業免許の最低落札価格は359億円で、既存キャリア4社と新規参入3社の競争入札となった。開放された帯域は合わせて135MHz、

1社が取得できる上限は計35MHzまでに制限された。

事業免許入札の結果

入札期間39日間で、「新建」が手続き途中で入札から撤退したが、他の6社はすべて免許を取得、入札総額は1,186億5,000万円だった。落札業者はすべて、14年下半期からLTEサービスを提供する計画である。

表1: 今回発行されたモバイルブロードバンド事業免許

免許の種類別	帯域 (MHz)	帯域幅 (MHz)	落札企業	落札金額 (100万円)
A1	700	10	亞太電信	6,415
A2		10	遠伝電信	6,810
A3		10	国碁電子	6,810
A4		15	台湾大哥大	10,485
B1	900	10	台湾之星移動電信	3,655
B2		10	中華電信	3,320
B3		10	国碁電子	2,370
C1	1800	15	台湾大哥大	18,525
C2		10	中華電信	10,070
C3		10	遠伝電信	12,790
C4		10	遠伝電信	11,715
C5		15	中華電信	25,685

(出典) 国家通訊伝播委員会、NRI 整理



【 今月のトピックス 】 モバイルブロードバンド向け周波数の割り当てと 今後のデータ通信サービス

スマートフォンの普及に伴い、台湾のモバイルデータ通信の普及率も伸び続け、続々と新規参入が進んでいる。

頂新国際グループ(台湾之星移動通信)は、中国の食品市場で最大手となり、新事業展開に着手している。今回の応札のほか、3Gキャリアの威宝電信(ピボテレコム)を買収、ケーブルテレビやテレビ局事業の検討にも入っていると伝えられる。鴻海グループ(国碁電子)は、かつての受託製造専門企業からモデルチェンジを図っており、通信やクラウドコンピューティングへの参入を果たした。従来のB2Bの受託製造専門の方針を打ち破り、2012年にはセブン イレブン、中華電信、IPテレビ、ケーブルテレビと提携し、60インチの液晶テレビをわずか3万8,800円で販売、大きな成功を収めた。LTEサービスについて鴻海の郭台銘董事長は、音声通話を無料にするビジネスモデルを提示している。これら新規参入事業者が増えることで、台湾の通信市場競争においては、ビジネスモデルの転換が求められている。

台湾モバイルデータ通信市場の現状

台湾のモバイルデータ通信の普及率は、16年までに135%となり、ユーザー3,000万件を超えることが予想される。13年6月時点では、ユーザー1,059万件、普及率は35.6%となっている。13年の市場規模は約478億円で、17年には740億円までに成長すると見込まれる。注目すべき点は、通信キャリア間の競争を受け、3Gサービスではユーザーのほとんどが通信量無制限、つまり定額で使い放題のプランを利用していたが、LTEの時代に入ると、キャリアは通信量の程度に応じて、段階的なプランを設け、ネットワークの設備投資費用を回収しなければならなくなることである。定額使い放題のプランが一般

的である台湾市場で、これからどのような料金プランを整えるかは、新旧のキャリアが共に直面する課題であろう。

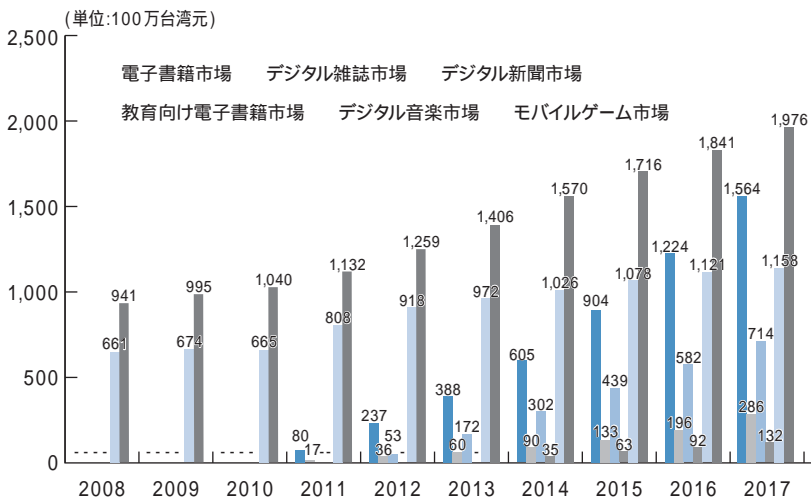
一方で、日本と同様に、ユーザー数も飽和に近づいている。ただし、データ通信と関連する分野のうち、デジタルコンテンツ産業にはまだ成長の余地が見込まれる。14年までに、デジタル音楽市場は10億元規模に、モバイルゲーム市場は15億元規模に成長、16年までに電子書籍市場(教育分野を除く)は10億元規模に拡大すると予想される。また、モバイル広告市場は17年には18億元規模に達する見通しである。

日本企業にとってのビジネスチャンス

10年末からLTEサービスが始まった日本市場の動向は、台湾の産業にとって、新しいサービスや、ユーザー経験の面で大いに参考になる。日本では既に多くの消費者が、ヘルスケア用途でモバイルデバイスを利用し、身体活動量を測定、管理している。こういったウェアラブルデバイスの普及は、台湾では進んでいないが、日本の市場規模は13年に23万台にまで成長している。

ソフトバンクは13年、月額利用料525円で、ワイヤレス活動量計・睡眠計リストバンドのフィットビットフレックスのほか、情報管理や医師・看護師・栄養士が24時間無料で健康相談を受け付けてくれるサービス「ソフトバンクヘルスケア」を提供している。今後、ウェアラブルデバイスの機能とサービスは進化を続け、端末の種類はスマートグラスやスマートウォッチに拡大することが予想される。ハードウェアの製造と設計に加え、デバイスをいかにユーザーが利用するプラットフォーム、サービスと組み合わせるかのノウハウ提供は、日本企業にとって台湾市場におけるビジネスチャンスとなるであろう。

図1: 台湾のデジタルコンテンツ市場規模予測



出典)PWC「global entertainment and media outlook 2013-2017」, NRI作成

日台のモバイルデータ通信市場が飽和に近づいているため、キャリアはB2CだけでなくB2B市場の開発にも着手している。M2Mなどは、日本の業者がLTE時代に入って積極的に取り組むサービスの一つであり、応用できるサービスは、エネルギーからセキュリティ、自動車、物流、医療・ヘルスケアまで幅広い。日本のM2M市場は2013年、2,380億円規模に達した一方、台湾のM2M市場には、通信キャリアはまだ参入していない。上記のウェアラブルデバイス向けサービスやM2M、あるいは日本では早くから普及している非接触近距離通信のNFCを使ったサービスのビジネスモデルは、すべて台湾が日本から学ぶ必要のある新興サービスであり、日本はソフト・ハードを問わず、台湾市場に参入できるチャンスでもある。

(陳效儀:h2-chen@nri.co.jp)

飛躍する台湾産業



EC市場の拡大とともに拡大する小口輸送

台湾のEC(Electronic Commerce ; 電子商取引)市場は急速な成長を遂げており、2015年には1兆元規模の市場になるものと想定されている。このようなEC市場の成長は、商品の配送を担う物流分野に対しても大きな影響を与えている。BtoC、CtoCの輸送を担う小口輸送事業者はもとより、物流施設デベロッパーやITシステム開発事業者などにも波及があるものと想定される。今後EC市場の成長は台湾内にとどまらず海峡を越え台湾と中国大陆とをつなぐ形での成長が期待される分野である。本稿ではこれまでのEC市場の成長と物流事業への影響、将来の成長機会について簡単に整理をしたい。

成長を続けるEC市場

一人あたりGDP20,000米ドル超、人口2,300万人で、経済成長、人口の成長ともに成熟に向かう市場である台湾であるが、流通市場の成長は続いている。その成長のエンジンとなっているのが、コンビニエンスストア、スーパー、無店舗型販売の成長である。それぞれ年成長率5-6%程度(2010-13年)のスピードで成長しており、2013年時点でコンビニエンスストアの売り上げが約2,800億元(約9,400億円)、スーパーの売り上げが約1,600億元(約5,400億円)、無店舗型販売の売り上げが1,900億元(約6,400億円)となっている。(図1)

このように成長を続ける流通市場のなかでも特に成長著しいのはEC(Electronic Commerce ; 電子商取引)分野である。インターネットを通じた商取引の市場はこれまで年率20%程度の成長率で急速に拡大してきたが、今後もその成長が続き、2015年までに約1兆元(約3兆3500億円)にまで成長するものと想定されている。インターネットの利用は所謂イン

ターネットショッピングでのBtoCの分野だけでなく、インターネットオークション等のCtoC分野での利用も拡大している。

国内小口配送ニーズの増加

EC市場の拡大はBtoC、CtoCでの商取引を格段に増加させる。また、資策会の調査によればECサイト利用者の利用する配送手段は、1)郵便小包、2)コンビニエンスストアでの受け取り、3)宅配便という順でその使用率が高い。このようにEC市場の拡大は台湾内での小口輸送ニーズの拡大、国内配送事業者の事業機会の拡大につながっている。

国内のBtoC、CtoC配送分野ではヤマト運輸と提携する統一速達、日本通運と提携する宅配通が主力プレーヤーであり、それ以外にBtoB分野を主体とする新竹物流や嘉里大栄などもその規模は小さいながらBtoCの小口配送を実施している。(各社概要は表1を参照)

図1:小売流通業の業態別売上

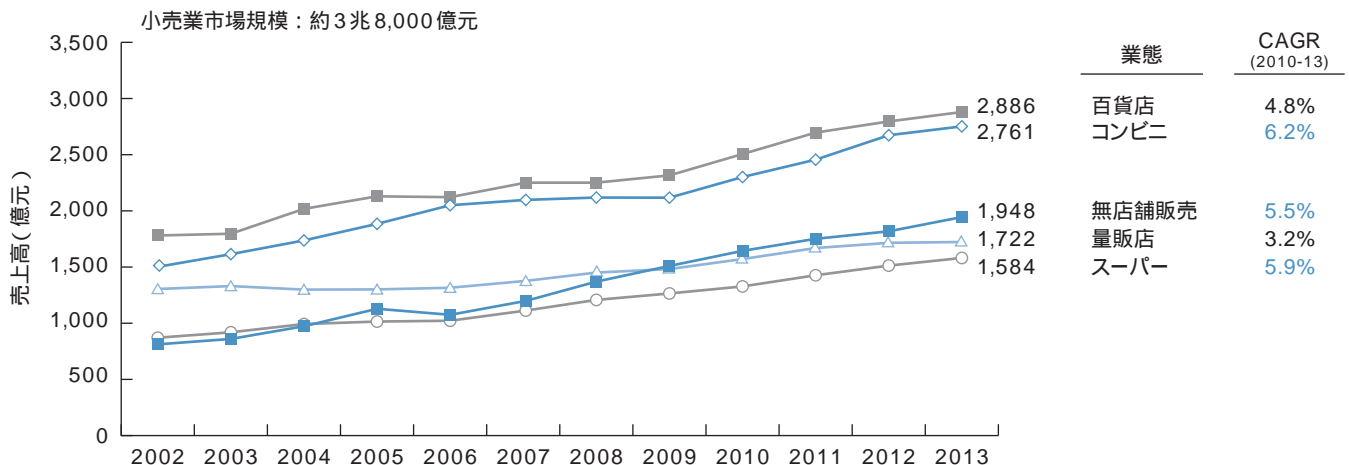




表1：小口輸送各社の概要

事業者名	統一速達	台湾宅配通	新竹物流	嘉里大栄
資本金額	10億元	8.6億元	24.9億元	48.4億元
営業収入 (2012年)	約70億元	約25億元	約97億元	約65億元
主要セグメント	B to C、C to C	B to C、C to C	B to B	B to B
提携先	ヤマト運輸	日本通運	佐川急便	西濃運輸
宅配個数 (2012年)	約7,000万個	約2,700万個	N/A	N/A
代收拠点	約17,000	約8,500	約1,600	N/A
配送車両	2,908	915	2,500	2,305

出所)台湾宅配通(股)資料よりNRI作成

レベルである。このようなサービスレベルを実現するために、発送の拠点となるセンターはもとより、物流を担うネットワーク上の各拠点で、効率の高い物流施設が必要となる。

もちろんこれらの新たな物流ニーズには物流施設だけでなくITシステムによる支援が必要不可欠であり、EC市場の拡大は物流事業者、施設開発を行なうデベロッパー、オペレーションを支援するITシ

ステム開発事業者等にも事業機会が広がることとなる。

兩岸物流がもたらす更なる機会

このような事業機会をさらに拡大する要素となるのが台湾＝中国大陸兩岸の物流需要の拡大である。そのひとつのきっかけとして挙げられるのが中国大陸のEC最大手淘寶網の台湾市場進出である。台湾消費者向けに8億アイテムを取り扱うとも言われる淘寶網でのショッピング(決済、国際配送を含む)が可能となっているだけでなく、中国大陸の消費者向けに台湾のフルーツや名産品を販売する専用ページを設けており、中国大陸から台湾の商品を購入することも可能となっている。

これまで産業分野(BtoB)では兩岸物流需要の拡大の可能性について数多く言及されてきたが、BtoC、CtoC分野についても同様に兩岸での物流量の拡大が見込まれる。昨年末時点で淘寶網(台湾)の会員数は約100万人と言われている。現在、物流面では台湾の物流事業者、コンビニエンスストア等との連携、決済面では台湾の金融機関との連携を積極的に進めており、今後も更に台湾での会員数の拡大、購買量の拡大が見込まれる。

EC市場が海峡を越えて繋がった事で、フィジカルな物の流れを担う物流分野においても国内市場の成長を超える事業機会の広がりが期待できる。

(小長井 教宏：m-konagai@nri.co.jp)

各社の近年の業績をみると統一速達が年率15%程度で急速に業績を伸ばしている。新聞報道によれば、2010年に約4,800万個であった取扱荷物量は、2013年には約8,500万個まで増加しており、目に見えて物流量が増加している様子が窺える。一方で宅配通もその取扱荷物量は約2,700万個に達し、5%程度の成長率で順調に営業収入が拡大している。

物流関連産業への波及効果

物流需要の拡大に伴い、物流センター等の物流施設にも新たな需要が生まれている。といっても単純に物流量に見合うだけの施設供給がないということではなく、ECの拡大、小口配送の増加に伴い物流施設に求められる要件が異なり、その要件に合致する新たな物流施設に対する需要が高まっている。

例えば近年の物流施設では、これまでに比べて規模の大きい施設が求められている。ECサイトでの注文を受けて出荷するセンターを想定してみよう。多くの業者から商品を受け入れ保管し、数多くの商品のなかから個別の注文に合わせた商品のピッキングを行わなければならない。EC配送に対応をする施設では膨大なアイテムの保管・作業のエリアを確保することで物流施設は大型化する傾向がある。

また、スピードが求められるのもEC関連物流の特徴と言える。台湾最大手のPC Homeを例にとると「台湾全土24時間以内、台北市内6時間以内に配送」がそのサービス

台灣進出ガイド



台湾工業区及び輸出加工区情報

今月号と次号にわたり、台湾の工業区である一般工業区、輸出加工区、サイエンスパーク、環境保護テクノロジーパークの基本情報(敷地面積、賃料、入居状況)について紹介する。

<一般工業区>

		斗六広大	台南科技	宜蘭利澤	雲林科技	彰化濱海	
				利澤	大北勢	鹿港	線西
位置		雲林県斗六市	台南市安南区	宜蘭県蘇澳鎮	雲林県斗六市	彰化県鹿港鎮	彰化県鹿港鎮
土地面積	開発総面積(ha)	149	495.8	330.65	243.04		1,189
	分譲可能面積(ha)	103	340.7	290.83	165.43	803	820.46
	公告分譲面積(ha)	92	272.3	290.83	165.43	78.44	447
	入居可能面積(ha)	0	57.68	0	0	0.66	土地:86.61 土地:64.12 (素海地)
	入居可能面積比(%)	0	21.18%	0	0	0.01%	28.00%
費用	土地売価(元/m ²)	7,380	12,060~15,980	7,929	8837	5,900	6,320
	月額賃賃料(元/m ² /月)	39.9	71.4 ~107.5	39.6	41.3	32.6~49.6	35.2
入居企業数		245	173	217	67	300	195
連絡先		斗六工業区 サービスセンター 廖世欣 先生 TEL:(05)557-2870 FAX:(05)557-0671	台南科技工業区 サービスセンター 黃世宗(主任) TEL:(06)384-0234 FAX:(06)384-0232 榮民工程公司 開發處銷售站 林茂榮 TEL:(06)384-2920 FAX:(06)384-2972	中華工程股份有限公司/工業区處 (02)8787-6235 蘇裕淵管理師	中華工程股份有限公司/工業区處 (02)8787-6235 蘇裕淵管理師	彰濱工業区 サービスセンター TEL:(04)781-0211 FAX:(04)781-0217 榮民工程股份有限公司開發處彰濱站 宋廣仁(站長) TEL:(04)781-1369 FAX:(04)781-1358	彰濱工業区 サービスセンター TEL:(04)781-0211 FAX:(04)781-0217 中華工程股份有限公司/工業区處 (02)8787-6235 蘇裕淵 管理師

出典)各工業区の連絡窓口及び各企業の資料をもとにNRI作成

<輸出加工区>

	総面積 (ha)	未入居面積 (ha)	総企業数	日本企業数 (100%)	日本企業数 (合併)	月額土地賃賃料 (1㎡あたり)	公共施設建設費 (1㎡あたり)
台中パーク	26.2	0	45	6	5	9.15	5.38
台中ソフトウェアパーク	4.96	0	0	0	0	13.33~18.55	
中港パーク	177	0.7	62	12	2	7.89	7.85
楠梓パーク	97.8	0	95	9	10	12.08	0
楠梓第二パーク	8.5	0	1	0	0	17.5	15.79
高雄パーク	72.3	0	90	14	11	10.5	10.472(拡区) 0(旧区) 1.669/2.905 (自建区/標準区)
高雄ソフトウェアパーク	7.9	0	184	0	0	50	7.841
臨廣パーク	9	0	51	2	3	12.5	8.01
成功物流パーク	8.4	0	3	0	0	66	0
高雄航空貨運物流パーク	54.5	未開発	-	-	-	未開発	未開発
屏東パーク	124.1	11.63	34	0	1	1.42	8.57
合計	590.66	12.33	565	43	32		

出典)經濟部輸出加工区管理处の資料をもとにNRI作成
注)上記の数字は、すべて2013年12月現在の数値である。

台湾銘菓を自動化設備で支えるレオン自動機

亞太雷恩自動機股份有限公司は、食品製造自動化設備の製造販売を行うレオン自動機の現地法人として2008年に設立された。台湾で親しまれている月餅やパイナップルケーキの製造工程で使用される包あん装置や製パン機の市場において、非常に高いマーケットシェアを獲得している。今回は、亞太雷恩自動機股份有限公司の齊藤董事長を訪問し、好調な実績を支える強みと、今後の事業展開についてお話を伺った。



亞太雷恩自動機股份有限公司 齊藤董事長

一台湾進出の経緯及び台湾の位置づけ

1963年に栃木県宇都宮市に本社を設立した後、グローバル市場で活躍する企業になることをモットーに、設立後数年で海外事業に目を向けていました。早くから台湾との取引も始めていましたが、実際に拠点を構えたのは1990年でした。当社のアジア地域の中では、台湾は最初に設立された拠点です。台湾をアジア初の拠点に選んだ最大の理由は、アジアの中で最も高い売上を計上していた地域だったことです。進出当時には既に、食品会社を中心に約250社の取引先がありました。その他にも、中国への展開を見据えて活用できるリソース（販売チャネルや中華圏人材）が台湾に豊富にある点や、創業者が父親の仕事の都合で幼少期から青年期までを台湾の高雄で過ごしたという点で、非常に思い入れが強かったことも進出のきっかけになったようです。

2008年からは現地法人に変更し、そのタイミングで、台湾拠点は台湾だけでなく東アジア、オセアニア地域まで管轄するようになりました。現在では、各地域の売り上げが拡大してきたため、台湾拠点からは香港とマカオのみを管轄しています。中国（上海）は、現在では代表者事務所の形態をとっていますが、食品生産の自動化の波に乗って中国国内の売り上げが急速に拡大しており、中国市場は日本拠点ではなく中国拠点が管轄する方向で動いています。

一台湾拠点の事業内容

主に自動包あん装置、自動パン製造装置の販売を行っています。当社の自動包あん装置はお菓子の分野において、日本ではお饅頭等の和菓子製造などに主に使われていますが、台湾では

中秋節の贈答品として有名な月餅や台湾土産として親しまれているパイナップルケーキの製造に利用されています。具体的には、月餅やパイナップルケーキ製造の全行程の中で、「包む」工程と「成型」の部分に特化した機械を販売しています。

主に代理店経由で販売していますが、1990年当時は、10社ほど抱えていた代理店を、現在では2社ほどの有力な代理店に絞ることで効率的な販売体制に移行しています。その他にも、メンテナンス、パーツ販売などアフターサービスも行っています。また、別途中古品販売も行っており、日本で使用された製品の一部を日本で認定中古品として認定し、台湾で代理店を通して販売を行うこともあります。

当社の海外売り上げ比率は、30%ですが、その中でもアジアが占める割合はヨーロッパと並んで非常に高くなっています。アジアの中でも、近年では特に中国での販売が急速に伸びていますが、台湾の占める割合も依然として高くなっています。

一開発メーカーとしての強みと特徴

当社は開発メーカーという点に強いこだわりを持っています。当社の製品は他社製品と比べ装置の精度や高い生産効率性などで秀でており、Made In Japanの品質と信頼性に支えられています。一部の海外調達品（電装品や一部の汎用部品）を除いて、すべて日本生産です。また、子会社には鋳物メーカーも抱えており、自社製品に使われるモジュールの製造もほぼ自社で行っています。

また、同じ機械で、様々なタイプの食品に対応できる点もユーザーから評価されています。具体的には、同じ機械で饅頭、魚団子、ハンバーグなど様々な食材に対応が可能です。1つの食材

日本企業から見た台湾

が別の食材を包み込むような食品であればほとんど対応できると考えてください。

製品の強み以外にも、顧客の製造する商品やレシピに合わせて共同でテストを行い細かい調整を行うサービスなど、ソフトの面にも競争力を生み出すノウハウがあります。当社の設備を使った新しい商品の生産の提案やユーザと共同開発を積極的に行うことで、ユーザ層を拡大しています。

台湾市場で高いシェアを保てる理由について

包あん装置においては、ニッチな製品であるという点と、国際展開をしている競合企業が少ない点が挙げられます。当社の製品は、世界の包あん装置市場の8割程のシェアがあり、台湾内に限定すると9割程のシェアがあります。近年では、類似製品が出てきつつありますが、品質と信頼性においては、当社の製品に優位性があります。

ここまでシェアを高められた理由としては、販売を開始した当時は、世界に全く存在していない独創的な製品であり、ファーストムーバーだったこと。また人件費の削減につながる装置として、人件費の高騰に悩まされていた国において幅広く重宝された点が挙げられます。当時の台湾食品製造関連の企業のニーズに合致した製品を有力な販売代理店を通していち早く提供し、マーケットを素早く抑えられた点が現在の高いシェアにつながっています。

台湾市場のトレンドと課題

台湾の食品製造市場は、ヨーロッパに比べて自動化が進んでいるという認識を持っています。ヨーロッパは食に非常に強いこだわりがあり、食品の製造において単純に人件費削減のための自動化は受け入れられにくい土壌があります。一方で台湾では、人件費の上昇率は中国程ではありませんが、周辺新興国と比べて人件費は高く、自動化を求める食品関連企業は多数あります。

台湾市場における課題は「食品のローカル化」と「コスト対策」です。台湾市場自体は食生活が似通っており、日本製品の受け入れられやすい一方で、材料に微妙な違いがあります。たとえば、同じ肉まんでも、日本製に使われる生地は柔らかいものが好まれますが、台湾の生地は非常に噛みごたえがあります。そこで、同じ機械を使っている、部品の消耗具合が変わってくるため、壊れやすいパーツの強化などを行い台湾用に標準品を作る必

要がありました。

コスト面では、当社製品が現地類似製品と比較したとき品質、信頼性に強みを持っている一方で、価格が高い点が課題となっています。そこで、ターゲット顧客がどうしても資金力がある企業に偏ります。そのため、差異化の源泉となる性能の向上、アフターサービスの充実には特に注力しています。その一環として、毎月「研究会」という無料セミナーを行っており、当社製品の新しいアプリケーションを提案することで顧客の売り上げ向上に顧客と一緒に取り組んでいます。日本には、この新しいアプリケーション開発を専門に行っているメンバーが50人ほどいます。今後は、台湾の市場に合った製品の開発を行うために、この開発部門の簡易版を台湾にも構えたいと考えています。

今後の事業展望

台湾市場は、今後更に少子化、核家族化が進んでいくことで、日本市場に似た環境になると考えています。コンビニエンスストアなどで販売されるお弁当などの総菜の売り上げが伸びると予想しており、その中で量産に当社の装置が必要な食材も増えていくと考えています。そこで、今後はパンと冷凍食品の関連設備について一層力を入れていきます。

また、工場向けの設備だけでなく、去年ベーカリーのキッチンに入るような小型の設備も発表しており、今後こちらの展開も進んでいきます。特に、最近では台湾に中小規模のベーカリーが続々とオープンしていることもあり、ニーズは十分にあると考えています。

ありがとうございました。

亞太雷恩自動機(股)有限公司の基本データ

会社名	亞太雷恩自動機股份有限公司
董事長	齊藤之宣
設立	2008年4月
資本金	1,500万元
従業員数	7名(内、日本人3名)
事業内容	自動包あん装置、自動パン製造装置の販売及びアフターサービス

出所)公開資料及びヒアリングよりNRI整理
注)2014年2月時点のデータによる

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 (億米ドル)						物価年増率(%)		為替レート		
	実質GDP (100万元)	経済 成長率(%)		総金額	日本	輸出	年増率(%)	輸入	年増率(%)	貿易収支	年増率(%)	卸売物価	消費者 物価	NTD/USD	JPY/USD	
2006年	12,243,471	5.44	4.50	13,969,247	1,591,093	2,240.2	12.9	2,027.0	11.0	213.2	34.8	5.63	0.60	32.53	116.30	
2007年	12,975,985	5.98	8.34	15,361,173	999,633	2,466.8	10.1	2,192.5	8.2	274.3	28.6	6.47	1.80	32.84	117.75	
2008年	13,070,681	0.73	-1.56	8,237,114	439,667	2,556.3	3.6	2,404.5	9.7	151.8	-44.6	5.15	3.53	31.52	103.36	
2009年	12,834,049	-1.81	-7.97	4,797,891	238,961	2,036.7	-20.3	1,743.7	-27.5	293.0	93.0	-8.74	-0.87	33.05	93.57	
2010年	14,215,069	10.76	28.60	3,811,565	400,494	2,746.0	34.8	2,512.4	44.1	233.6	-20.3	5.46	0.96	31.64	87.78	
2011年	14,792,928	4.07	5.12	4,955,435	444,867	3,082.6	12.3	2,814.4	12.0	268.2	14.8	4.32	1.42	29.46	79.81	
2012年	12月	3,955,284	1.72	2.54	929,633	13,337	260.8	8.9	219.6	1.6	41.1	77.4	-3.95	1.60	29.12	83.58
2013年	1月			20.66	306,543	15,249	256.7	21.7	251.6	22.2	5.1	-0.2	-3.83	1.12	29.18	89.16
	2月	3,635,637	-0.6	-11.84	544,253	23,375	197.3	-15.8	188.1	-8.5	9.2	-67.9	-2.28	2.96	29.67	93.17
	3月			-2.98	405,883	41,680	272.1	3.2	240.3	0.2	31.9	33.4	-3.08	1.36	29.80	94.79
	4月			-0.97	297,970	35,440	250.4	-1.9	227.8	-8.2	22.7	215.3	-3.08	1.05	29.88	97.70
	5月	3,753,251	0.75	-1.10	274,251	27,200	263.0	0.7	218.9	-8.0	44.0	89.4	-3.54	0.74	29.89	101.08
	6月			-0.58	433,388	25,840	264.9	8.7	232.3	6.8	32.6	24.6	-2.10	0.60	30.09	97.33
	7月			1.98	523,747	46,125	253.0	1.6	220.8	-7.7	32.2	228.4	-2.21	0.06	30.04	99.75
	8月	3,905,141	0.27	-0.43	365,707	38,988	256.3	3.6	210.5	-1.2	45.8	33.5	-2.82	-0.78	30.03	97.87
	9月			0.32	439,593	30,752	252.4	-7.0	229.0	-0.7	23.4	-42.7	-2.57	0.84	29.78	99.28
	10月			0.25	342,429	12,749	267.1	0.7	226.0	-2.9	41.1	26.5	-1.85	0.64	29.49	97.82
	11月			0.10	305,056	31,782	257.3	3.4	213.8	-0.5	43.5	28.1	-0.94	0.67	29.59	99.79

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

2014年 台湾国際ライティング見本市 (TILS 2014)

概要
台湾国際ライティング見本市は、最新のLED技術をはじめ、家庭用・店舗用・工業用の各種照明器具の展示会である。昨年は国内外から333社が786ブースを出展し、日本からは中国に次いで2番目に多い来場者が訪れた。今回も、台湾LED照明国際セミナーや個別商談会等が行われる予定で、最先端の照明製品やソリューションについて知る格好の機会となるであろう。詳細は下記サイトまで：
http://www.tils.com.tw/zh_TW/index.html

日時
2014年3月20日(木)～3月23日(日)

出品物及び展示テーマ
家庭用照明器具 商用照明器具 工業用照明器具 オフィス用照明器具 屋外照明器具
LED照明技術 照明器具のアクセサリ及び部品 照明コントロールシステム 測定装置
計測装置 試験装置 等

展示会場
台北世界貿易センター南港展示ホール(住所：台北市南港区經貿二路1号)

主催
經濟部國際貿易局

お問合せ及び資料請求
台湾貿易センター(TAITRA)東京事務所
TEL:03-3514-4700 FAX:03-3514-4707 E-mail:tokyo@taitra.gr.jp
中華民国對外貿易發展協會(TAITRA)
TEL:886-2-2725-5200(林柚希小姐、内線2675) Email:TILS@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
投資業務處**

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 / 平山直人 ext.135 / 洪采瀝 ext.121

**野村総合研究所
経営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: 03-5533-2537
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。