



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

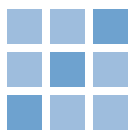
December 2014

vol. 232

今月のトピックス
台湾の知識経済レベルがアジア1位に
日本企業から見た台湾
～台湾安川電機(股)有限公司総経理、
福永達也氏インタビュー～
台湾製造業の自動化ニーズを
取り込む安川電機

日本企業から見た台湾
～台湾貞松(股)有限公司董事長兼総経理、
貞松豊三氏インタビュー～
精神価値マーケットシェアNo.1を目指すサダマツ
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 】



台湾の知識経済レベルがアジア1位に

アジア開発銀行(以下、ADB)は2014年9月に「Innovative Asia: Advancing the Knowledge-Based Economy」を発表し、その中で台湾は知識経済レベルにおいてアジア地域1位という評価を受けた。本稿では、ADBの台湾に対する評価について紹介する。

行政院主計總處が今年11月28日に発表した国民所得統計によると、2013年の智慧財産投資(研究開発、ソフトウェア、データマイニングを含む)の規模は、7,016億NTD、昨年比で5.07%増となり、名目GDPの4.61%を占めている。また、智慧財産投資と機械設備投資を比較した場合、2007年時には機械設備投資の39.61%だった智慧財産投資は、2013年には61.12%に達し、大幅に増加している。これは、台湾経済が伝統的な実物資本への投資から、知識資本への投資に大きく方針転換していることを示している。

ADBが発表した「Innovative Asia: Advancing the Knowledge-Based Economy」では、アジア各国の知識経済レベルをKnowledge Economy Index(KEI)という指標で評価しており、台湾は10点満点中8.77点を獲得、アジア平均の4.39点の約二倍、OECD平均の8.25点を大きく上回る結果となった。ADBは、台湾を知識経済発展の模範例だと称賛している。

ADBの知識経済指数に用いられる4つの評価項目の内、台湾はシステム刷新、情報インフラ整備、教育・技能水準においてOECD国家の平均を上回っている一方で、経済奨励メカニズムについては、改善の余地があると評価されている。

システム刷新:台湾は10点満点中9.38とOECD国家平均の8.49点を大きく上回り、アジア地域ではシンガポールの9.49に次ぐ第2位と評価されている。情報インフラ整備:台湾は10点満点中9.06点とOECD国家平均の8.03点を大きく上回り、アジアで一位、シンガポールの8.78点、韓国の8.05点を上回る評価を受けている。台湾が知識や情報を効果的に発信すると共にICTインフラに応用しており、

世界的な競争力があると言える。教育・技能水準:台湾は8.87点とOECD平均の8.01点を上回り、アジアで韓国に続く第2位と評価されている。経済奨励メカニズム:台湾は7.77点とアジア第3位と評価されている一方で、この分野においては、企業に対する国レベルでの更なるインセンティブの提供が期待される。

表:台湾、OECD及びアジア国家の知識経済指数比較

国及び地域	知識経済指数	システム刷新	情報インフラ整備	教育・技能水準	経済奨励メカニズム
台湾	8.77	9.38	9.06	8.87	7.77
日本	8.28	9.08	8.07	8.43	7.55
シンガポール	8.26	9.49	8.78	5.09	9.66
韓国	7.97	8.80	8.05	9.09	5.93
香港	8.52	9.10	9.04	6.38	9.57
マレーシア	6.10	6.91	6.61	5.23	5.67
タイ	5.21	5.95	5.55	4.23	5.12
OECD平均	8.25	8.49	8.03	8.01	8.46
アジア平均	4.39	4.50	4.28	4.66	4.50

出典)ADB(2014), Innovative Asia: Advancing the Knowledge-Based EconomyよりNRI作成

本レポートでは、特に台湾の知識経済レベル向上に向けたチームアプローチを特筆している。一般的に、発展途上国において、中小企業のリソース不足により革新的な技術開発が進みにくい点が課題となる。その点、台湾では經濟部(日本では経済産業省に相当)直轄の産業技術研究開発機関である工業技術研究院(ITRI)が、1企業との連携ではなく、産業コンソーシアム形成を目指し複数の企業と連携し、各社の持つ専門性の統合と一定のスケールメリットにより革新的な技術開発を行うことに成功している点が評価されている。

台湾製造業の自動化ニーズを取り込む安川電機

株式会社安川電機は、メカトロニクス製品や産業用ロボットなどを手掛ける日本の大手メーカーである。2001年の台湾拠点設立当初から注力してきたサーボモータやインバータを含むメカトロニクス事業に加え、近年では台湾製造業の自動化需要を取り込むため、ロボット事業を積極的に強化している。今回は、株式会社安川電機の現地法人である台湾安川電機股份有限公司の福永総経理を訪ね、現在の事業内容と台湾拠点位置付け、そして今後の事業展開についてお話を伺った。



台湾安川電機股份有限公司 福永達也総経理

—貴社の事業概要と台湾の位置付けについて

安川電機グループは、安川電機を中核として、子会社81社および関連会社24社により構成されており、「モーションコントロール」、「ロボット」、「システムエンジニアリング」、「情報」、「その他」の各部門の様々な分野で製造、販売、据付、保守、エンジニアリング等を行っています。安川電機の台湾事業の歴史は長く、1969年に台湾の大手電機メーカーである東元電機と合併で低圧電磁開閉器の製造販売を行う台安電機を設立したのが始まりです。その後、当事業については東元電機に売却し、2001年に台湾安川電機股份有限公司（以下、当社）を独资で設立しました。主にメカトロニクス製品、ロボット製品の販売、保守を行っています。

メカトロニクス事業は、日本の製品ラインアップを総べて揃えており、ACサーボアンプ・ACサーボモータ、汎用インバータ、太陽光パワーコンディショナ、EV用モータドライブシステム、マトリクスコンバータ、電源回生コンバータ、マシンコントローラ、ビジョンシステム、工作機械用AC主軸モータ・制御装置、リニアモータ・制御装置などが主な製品です。

また、ロボット事業について、以前は日本本社から直接台湾顧客に対して販売していましたが、顧客の需要増加に伴い、2012年から台湾拠点に技術者を置いて対応する体制に変更しました。主な製品は、アーク溶接ロボット、スポット溶接ロボット、塗装ロボット、ハンドリングロボット、ピッキング・パッキング用ロボット、パレタイジング用ロボット、プレス間ハンドリングロボット、シーリング・切断ロボット、バリ取り・研磨ロボット、半導体・液晶製造装置用クリーン・真空搬送ロボット、ロボット

応用FAシステム、サービスロボットです。その中でも、電子・電気機器や機械産業の大手企業が多数存在する台湾では、液晶パネルメーカー向けのパネルハンドリングロボットや、工作機械メーカー向けのマシン間ハンドリングロボット（加工工程間をつなぐロボット）のニーズが多くなっています。

安川電機のもう一つの主要事業である、システム事業については、別途安華機電工程股份有限公司を東元電機と合併で設立しています。主に鉄鋼プラント用電気システム、上下水道用電気システム、各種産業用電気システム、小形風力・太陽光発電用システム、エネルギー関連システム、高圧インバータ、高圧マトリクスコンバータ、大形風力発電用コンバータ、産業用モータ・発電機、大形・小形風力用発電機、電力用配電機器を取り扱っています。

—台湾拠点の機能について

前述の通り、台湾は主に販売と保全（製品のメンテナンスを含む）を行っており、台湾北部と南部に計2つの拠点があります。

台北拠点は、昨年新しいオフィスに移転しました。目的としては、リペアセンターとオフィスの統合です。以前は、台北市内にオフィスを構え、新北市中和に別途製品のリペアセンターを構えていました。拠点運営の効率化と拠点拡大のため、オフィスとリペアセンターを統合する形で新北市新店に移転しました。事業拡大に伴い人員の採用も積極的に行っており、従業員は60名まで増員しました。

台南には、ロボット事業向けの技術センターを構えています。液晶パネルの搬送ロボットが台湾の大手パネルメーカーの

Innolux/AUOに多数導入されており、近接して技術センターを構えることで、顧客のニーズに迅速に対応できる体制を取っています。販売については、代理店販売を主体としています。

台湾市場の現況について

台湾OEMメーカーの多くは、中国での人件費高騰を背景に台湾内外の工場の自動化を積極的に推進しており、ロボットの需要は徐々に拡大してきています。また、台湾には多くの工作機械メーカーが存在し、プロセスを統合するシステムインテグレーターもそろっており、それらの企業向けにマシン間ハンドリングロボットの需要も多くなっています。同時に前述の通り液晶パネルのハンドリング用ロボットも需要が大きく、台湾内で当社の製品が約5000台稼働しています。その他にも磨き、バリ取り、研磨等の工程でロボットが活用されています。

当社は主に日本から製品を輸入し、台湾内の顧客に販売していますが、直近では、台湾内顧客が中国向けに出荷する最終製品について、中台間の两岸経済協力枠組協議（ECFA）の内製率制限を受けるため、サーボモータやインバータについて、中国内工場で生産された製品を輸入し、台湾内顧客に納入する事が増加しつつあります。

台湾を活用するメリットについて

台湾を活用するメリットは、主に2点あると考えています。一点目は、事業拡大の可能性を秘めた台湾企業の存在です。当社は台湾市場において市場顧客のほとんどを台湾企業が占めています。日本市場と違い、依然として自動化が進んでいない分野もたくさんありますが、電子部品の分野については台湾の方が進んでいます。また、その他の分野でも、将来第二の鴻海や可成科技になり得るような優良な企業がたくさん存在します。これらの企業に対して、いち早くアプローチをすることは中長期的な事業拡大に有益だと考えています。当社では、現在すでに自動化が進んでいる分野だけでなく、未導入の分野についても、幅広く事業の種を蒔く取り組みを行っています。

2点目は、それら台湾企業の決断力です。日本では、顧客に製品が採用されるまでの判断プロセスが複雑であり、交渉の期間が長くなる傾向があります。一方で台湾企業では、董事長に権限が集中しているケースが多く、董事長の一声で採用が決定されることも珍しくありません。また、その決定が台湾内の採用

に留まらず、国外の工場でも採用されることもあり、台湾からの波及効果も見込めます。

今後の事業展望について

メカトロニクス、ロボットのほかに、新しい分野への事業展開を進めています。現在台湾政府は、電子・機械産業に続く目玉産業の育成を目指しており、医療産業はその中の一つです。当社は、脊髄を損傷された方向けリハビリ装置などの医療機器についてもノウハウを持ち合わせており、今後この分野へのロボット導入の可能性を探っています。

安川電機は2013年9月に歩行アシストスーツの開発を手がけるイスラエル企業「Argo Medical Technologies社（以下、Argo社）」と資本提携と戦略的協業に関する契約を締結しました。この提携を通して、Argo社が開発した歩行アシスト装置「ReWalk（リウォーク）」を、安川電機が日本やアジアで販売を行うことになりました。この製品は、外骨格型のアシストスーツで、装着者の重心位置を検出して歩行動作を行い、自然な歩行を可能にします。台湾は有望な市場であると考えており、地域の販売代理店やユーザと連携しながら市場導入に向けて取り組んでいます。

安川電機は、2015年に創業100年の節目の年を迎えます。今後も、当社の培ってきた技術力で台湾産業の高度化に貢献していきたいと考えています。

ありがとうございました。

台湾安川電機（股）有限公司の基本データ

会社名	台湾安川電機股份有限公司
董事長	熊谷 彰
設立	2001年7月
資本金	1億元
従業員	約60名(内、日本人10名)
事業内容	メカトロニクス製品、 ロボット製品の販売・保守

注) 2014年12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

精神価値マーケットシェアNo.1を目指すサダマツ

株式会社サダマツは、自社独自のCuttingを施したダイヤモンド「Wish upon a star」を用いたジュエリーブランド「フェスタリア」を展開する企業である。価格競争が激しい台湾市場において商品力とジュエリーの精神的価値にフォーカスした商品提案を日本レベルの接客と共に提供している。今回は、台湾現地法人の台湾貞松股份有限公司の貞松董事長兼總經理を訪ね、現在の事業内容と台湾の市場環境への対応、そして今後の事業展開についてお話を伺った。



台湾貞松股份有限公司 貞松豊三董事長兼總經理

一 貴社の事業概要と台湾の位置付けについて

当社の台湾事業は、10年前に遡ります。当時既に台湾進出をしていた「ヴィエール」というブランドに出資をする形で台湾進出をいたしました。その後、4年前に更なる行動性と運営性を高める為に別会社、台湾貞松（股）有限公司を発足致しました。現在は、旗艦店として路面店を1店舗、新光三越百貨店内に4店舗（南西二店、台北駅前店、天母店、A8）、信義区統一阪急、京站時尚廣場店の合計7店舗を展開しています。現在、販売員と本社スタッフを含めて合計24名体制で運営しています。

日本では、フェスタリア ビジュソフィア（以下、フェスタリア）、ドゥミエール ビジュソフィア（以下、ドゥミエール）、ヴィエール ビジュソフィア、ヴェレッタ オッターヴァの4つのラインを展開していますが、台湾は、最高級ラインであるフェスタリアのみを展開しています。3年前はヴィエールのラインも同時展開していましたが、ブランド認知度の定着と運営の効率化のためにフェスタリアに統一する方向に舵を切りました。

台湾拠点の機能は、フェスタリアのプロモーション及び販売ですが、それ以外にも一部備品の調達機能も備えています。プロモーションは、テレビ広告、ネット広告、雑誌広告、店頭告知などを行っています。

一 台湾ジュエリー業界の市場環境について

弊社が進出した10年前の台湾ジュエリー業界は、商品のデザインや接客などにおいて日本のバブル以前のイメージでした。世界的なジュエリーブランドから地場系の宝石屋まで幅広く競合が存在する市場という意味では、日本と大きな違いはありません。一方で、地場系宝石屋の価格設定と、お客様がジュエリーに求

める価値には日本と大きな違いがあると感じています。

第一に価格について、台湾では日本と同じ様な商品が非常に安く販売されています。例えば、定番商品である一石のエンゲージリングは、日本よりも3割程安く販売されています。これは、台湾で一般化されている販売方法の違いなのですが、一般の消費者からみると、違いが分かりにくく、一見非常にお買い得に感じてしまう部分です。当社の商品は、一般的なブランドに比べ付加価値の高い商品を取り揃えている為、対応策を考える必要がありました。質を落とさずに価格を抑えた商品をお客様に提案する為に、日本本社の協力の下、戦略商品を企画することで対応しました。

第二にジュエリーに求める価値について、台湾では依然として資産価値を重視するお客様が日本に比べて多い印象です。ジュエリー業界では、お客様が資産価値、ファッション価値、精神価値のどれを重視するかによって市場の成熟度を測ります。赴任当初は、台湾人のお客様がアクセサリを掌の上に置き、重さを図るような行動をとる光景がよく見られていました。これは、値段に対して重いか軽いかという点を気にされている行動で、資産価値を重視していることが窺えました。

最近では、台湾のお客様のジュエリーに対する知識が豊富になるに伴い、資産価値のみを見るのではなく、ファッション価値や精神価値と徐々に重視する方が増えてきています。顧客層は、30代前後が一番多く、50代～60代まで幅広く受け入れられています。

一 貴社の強みについて

当社の強みは、「商品力」と「精神価値の提案力」だと考えています。当社の代表的な商品である「Wish Upon A Star」というダイヤモンドは、一般的なダイヤモンドのカットであるラウンド・ブ

リリアントカットとは違う加工を施しており、ダイヤモンドを上から見ると2つの星が見えるように加工されています。このカットを施されたダイヤモンドは、他社商品にはない独特の輝きを放ちます。サダマツのオリジナル商品で、加工難易度は一般的なラウンド・ブリリアントカットと比較して、100倍、エクセレントカットの10倍といわれています。通常ではコンピュータ制御による加工に対し、Wish Upon A Starの加工は、すべて職人の手作業で行われ、その難易度ゆえ世界中で10人の職人しか加工ができません。

また、このような特別な商品をお客様に紹介する際の提案力も当社の強みです。特に日本や台湾では人口が近年減少に転じると共に、ジュエリー市場も縮小していくと考えています。その中で、単純に資産価値やファッション価値を重視するのではなく、ジュエリーに想いを託して親から子に伝えていく“ビジュド ファミリー”(家の宝石)の考え方を重視する事で、より精神価値の高いジュエリーをお客様に提案できると考えています。

貴社の課題と取り組みについて

進出当時は、台湾市場での売上が日本の1店舗の売上にも満たない事もあり、販売努力が足りないという感覚をもっていました。しかし、日本市場と台湾市場の違いに気付き対応策を考えた事で、商品価格を含め、台湾市場で戦える商品を強化出来るようになり、さらに積極提案ができるようになり、結果が徐々に出てきました。

また、物流の流れを見直すことでコストを下げる取り組みも行っています。当社はベトナムに工場を設けていますが、以前はベトナムで作られた商品を、日本に輸入し、その後、台湾に輸出していました。しかしながら、この流れでは様々な費用が二重にかかりコスト高になっていました。これを、ベトナムから直接輸入することで、コストを下げ、お客様に魅力的な商品提案が出来るようになりました。これらの取り組みが実を結び始め、直近の5年間の業績は順調に成長しており、前年度からは創業初の黒字化も達成することが出来ました。

もう一点の課題は、人材の確保及び人材の安定です。来台当時は、日本のやり方を押しつけていた面も多く、人材が不安定な時期もありましたが、最近では飛躍的な定着率を確保しています。この変化のきっかけは、台湾の社員全員で夢の共有化を行ったことです。仲間達個人の持つ夢をサダマツを通して実現させていくという明確な目標をメンバーと経営層が共有し、実現させる事により、夢を持つ事の大切さ、そして夢をかなえる努力の大切さに気付き、会社に対する信頼関係が生まれるという好循環が生

まれました。

当社には、「サダマツの心」という企業の精神が書かれた本があります。その中の一つに幸福を得るためにはまず夢を持つ必要があるとあります。「幸」とは、仕事を通じて自己の人間性を上げ、逆境に立ち向かえる力を磨き、周りから尊敬される自分になる事、「福」とは、幸を磨いた結果として、自立した豊かな生活基盤を築き、自分や家族に豊かな生活を提供出来る事と定義されています。弊社ではまずは自分の夢を持つことが大切であり、また会社の代表は社員の夢を叶えるお手伝いをする事が仕事であると考えています。サダマツの心を社内で共有し、経営者が誰よりも信じ、同じ目標に向けて進むことで社員に一体感が生まれました。

また、優秀な人材獲得の場として、淡江大学経営学科の大学院プログラム“CAPSTONEプログラム”で、臨時講師をしています。ここでは、企業の抱える課題に対して学生から解決案を提案してもらい、その提案に対して企業側の目線でフィードバックを行うというものです。学生側からみると、実際に会社がどのように経営され、経営者がどのような課題を抱えているかなど、社会を肌で感じられるいい機会になると共に、会社のビジョンに共感した場合はインターンシップの機会も得られます。当社は、このような機会を通して、ブランドの認知度アップと優秀な学生の獲得にも取り組んでいます。

今後の事業展望について

今後は、年間で一店舗ずつ増やすことを目標に事業拡大を図ります。現在は台北のみに出店していますが、台中、高雄への出店も検討しています。ただし、台中、高雄の市場環境は台北と比べて大きく違うと感じており、各市場に適した商品の選択、販売方法を試行錯誤する必要があると考えています。

ありがとうございました。

台湾貞松(股)有限公司の基本データ

会社名	台湾貞松股份有限公司
董事長	貞松豊三
設立	2011年1月
資本金	2億4000万元
従業員	約24名(内、日本人1名)
事業内容	ジュエリーの輸入・販売

注) 2014年12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 (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	
			輸出													輸入
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	15,029,859	1.48	-0.32	5,558,981	414,330	3,011.8	-2.3	2,704.7	-3.9	307.1	14.5	-1.16	1.93	29.61	79.79	
2013年	10月		0.47	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	4,049,308	2.83	305,056	31,782	257.3	3.4	213.8	-0.5	43.5	28.1	-0.94	0.68	29.59	99.79	
	12月		5.60	690,486	79,362	263.8	1.2	241.6	10.0	22.2	-46.0	-0.01	0.34	29.81	103.41	
2014年	1月		-1.89	325,242	38,611	242.9	-5.4	213.4	-15.2	29.5	473.8	0.59	0.83	30.26	103.94	
	2月	3,745,588	3.12	196,689	9,254	212.8	7.9	197.2	4.9	15.7	68.6	-0.36	-0.04	30.38	102.16	
	3月		3.62	311,812	26,494	277.4	1.9	258.0	7.4	19.5	-39.2	-0.02	1.61	30.45	102.27	
	4月		5.71	258,678	12,698	266.0	6.2	240.6	5.8	25.4	10.5	0.07	1.66	30.27	102.56	
	5月	3,951,250	3.66	5.57	410,378	24,395	266.6	1.4	213.8	-2.3	52.8	19.4	1.15	1.62	30.18	101.79
	6月		8.91	399,769	21,947	267.9	1.2	249.1	7.5	18.8	-43.2	0.80	1.64	30.04	102.05	
	7月		6.79	566,958	47,349	267.5	5.7	241.6	9.5	25.9	-20.1	0.85	1.76	30.00	102.78	
	8月	4,091,950	3.54	7.10	603,500	35,184	280.9	9.6	239.9	14.0	41.0	-10.9	0.03	2.07	30.04	102.96
	9月		10.85	524,839	56,042	264.2	4.7	229.2	0.1	35.0	49.0	-0.82	0.71	30.16	107.24	

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

2015年 台北国際自転車見本市
(TAIPEI CYCLE 2015)

概要

台北国際自転車見本市は、自転車や関連アクセサリ、パーツの専門見本市である。台湾は世界の高級自転車の研究開発拠点として重要な役割を担っており、自転車輸出台数は年々増加している。昨年の当見本市には、国内外から1,111社が3,279ブースを出展、海外より7,000名を超えるバイヤーが来場した。同時期に、台北国際スポーツテニススタイル見本市及び台北国際スポーツ用品見本市も開催される。

詳細は下記サイトまで：

http://www.taipeicycle.com.tw/zh_TW/index.html

日時

2015年3月18日(水)～3月21日(土)

出品物及び
展示テーマ

自転車 自転車部品及びアクセサリ 電動アシスト自転車 衣料 アクセサリ その他関連用品 等

展示会場

台北世界貿易中心南港展覽館、台北世界貿易中心展覽大樓2樓H区

主催

主催：中華民國對外貿易發展協會(TAITRA)

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

中華民國對外貿易發展協會(TAITRA)

TEL：886-2-2725-5200(史又欣 内線2282・吳擎宇 内線2285) E-mail：cycle@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：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 / 洪采潒 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。