

June 2016

vol. 250

■今月のトピックス

オムニチャネルの発展トレンドから見る台湾市場における商機

■日本企業から見た台湾

～台湾木徳生技(股)有限公司総経理

宿谷勉氏インタビュー～

台湾に海外初のたんぱく質調整米の

製造拠点を設ける木徳神糧

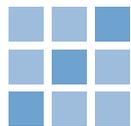
■台湾進出ガイド

日台租税協定の詳細-3

■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】



オムニチャネルの発展トレンドから見る台湾市場における商機

オムニチャネルとは全チャネルを連携させて顧客にアプローチする取り組みであり、消費者はどのチャネルを選択しても同一のサービスを受けることが可能となる。多くの大手流通事業者やブランド事業者がオムニチャネルへの投資に強い興味を示している。なお、オムニチャネルの運営は、個々の消費者に向けたマーケティング、サービスの効率化、よりきめ細やかな店舗運営の3つのポイントが挙げられる。現在、台湾のローカルチャネル運営事業者はこうしたオムニチャネル導入の検討段階にあり、その取り組みについては発展途上である。このため、台湾市場参入に興味あるオムニチャネル関連システム事業者にとっては、ローカル企業のニーズにマッチしたアドバイスやサポートを提供していくことが求められている。一方、台湾市場参入に興味のある企業にとっては、オンライン及びオフラインにおけるサービスモデルを綿密に計画し、物流からマーケティングに至るまで画期的なサービスモデルを作り上げることで台湾の消費者を獲得することが可能となる。

オムニチャネルの定義及び台湾での発展状況

NRF Mobile Retail Initiativeによるレポート、「Mobile Retailing Blueprint」によると、流通チャネルの運営は、これまでの単一チャネルからマルチチャネルへの変遷を経て、現在ではオムニチャネルにシフトしつつある。オムニチャネルとは、全ての流通チャネルを連携させる取り組みであり、消費者はどのチャネルからも同様のサービスを受けることが可能となる。例えば、3C家電の通販チャネルの場合、ネット上で見つけた特定の商品をリアル店舗で実際に体験し、商品機能等を確認した後、購入を検討するというプロセスが可能となる。こうした新しいサービス形態により、チャネル事業者は顧客ロイヤリティや売上高の増大が期待できる。このためチャネル事業者は、一元管理によるトータルサービスを消費者に提供するために、商品データ、会員・取引データ、オンライン上での消費者動向に至るまでありとあらゆる情報をリアル店舗に提供することが求められる。

台湾では既に少数ではあるがこうしたビジネスモデルが進められている。例えば、家電製品を扱う燦坤實業では、自社の通販サイト「快3網路商城」にて商品購入後、指定したチャネルで商

品をピックアップすることができる。また、富利安集團はMRTの駅構内に宅配便受取ロッカーの設置を進めている。オンラインストアで購入した商品が指定の駅のロッカーに配達され、常温・冷蔵・冷凍による保管が可能であり、仕事で日中に宅配便を受け取ることが困難な人々のニーズに対応している。この他、MUJI及びUNIQLO等の日系小売業者では、試着や購入をより便利にするため、スマートフォンのアプリ上で近隣店舗の在庫確認ができるサービスを提供している。しかしながら、こうした画期的なビジネスモデルを有する企業はまだ少数である。

台湾企業におけるオムニチャネルの発展についての見解

台湾の小売産業はここ10年で小幅ながら成長しており、小売産業全体の2006年から2015年の年平均成長率は2.8%である。このうち成長率が最も高い業種はEC・テレビショッピング・通販等の実店舗を持たない小売業の8%であり、近年台湾の多くの消費者がオンラインチャネルを好んで利用していることを示している。近年、筆者が台湾の各大手小売業者と意見交換する中で、特に大型チャネル或いはブランドを運営する企業は、グロー

バルブランドの台湾進出にかなり影響を受けており、将来的に更に画期的なサービスを打ち出し、消費者を引き留めたいという思いが強くある。このため、今後更に多くの消費者の購買行動がオフラインからオンラインにシフトしていくことを念頭に、多くの大手小売企業がオムニチャネル関連のビジネスモデル導入の検討を始めており、特にITシステムや物流センター等への投資等、インフラ関連への投資金額も増大していくと予想される。

オムニチャネル運営のポイント

なお、オムニチャネルの運営にあたっては、個々の消費者に向けたマーケティング、サービスの効率化、よりきめ細やかな店舗運営の3つのポイントが挙げられる。

個々の消費者に向けたマーケティング: 各チャネルの連携化への取り組みが進む中、如何に各消費者にマッチした精度の高いマーケティングを行うかという点がポイントとなってきている。例えば生活日用品を扱う企業では、会員データや消費者の嗜好等のデータを収集・分析し、各消費者の特性を把握している。ベビー用品のニーズがある消費者に対しては、Eメールを活用したeDMやオンラインサイトに掲載するバナー広告等に関連の販促商品の掲載を行っており、消費者の様々なニーズに見合った商品情報の提供を実施している。しかし、こうしたカスタマイズされたマーケティングサービスは、従来のマーケティング方法では短期間内に実施することは困難であるため、欧・米・日の多くの企業ではマーケティングオートメーションツールを活用している。

サービス効率化: オムニチャネルのもう一つの特色は、消費者に更に迅速に利便性の高いサービスを提供できる点にある。例えば、ネットで購入した商品を消費者が指定した日時及び店舗でピックアップすることが可能であるが、こうしたサービスの提供には、オンライン及びオフラインの在庫データを整合し、物流の効率化を検討する必要がある。商品の配送も単に物流倉庫から消費者の自宅或いは指定店舗へのルートだけでなく、各店舗間における配送方法についても考慮していく必要がある。

きめ細やかな店舗運営: オムニチャネルの出現に伴い、従来の店舗運営モデルにも変化が起きている。これまで実店舗の運営は、サービス拡充の他、より多くの消費者にサービスを提供するため、店舗数の増大が重要視されてきた。しかし、オムニチャネルモデルにおいて、こうしたチャネル数の増大は、もはや重点ポイントではなくなりつつある。それよりもむしろ実店舗及びオンライン

ストアのサービスを如何に効率的に連携させるかという点が重要である。このため、実店舗に求められるポイントは、店舗設置の速度や規模ではなく、店舗における融通性の高いきめ細やかなサービスである。例えば、日本の家電量販店ヨドバシカメラでは、ネットで注文した商品を店舗でピックアップすることが可能であり、また店舗で実際に体験した商品をネットで店舗と同価格で購入できるサービス等を提供している。この他、ベビー子供服を扱うアパレルメーカーのファミリアでも商品を実際に触って体感することができるショールームを設置しており、タブレット端末から商品を購入することが可能である。こうした取り組みからも分かるように、店舗運営はより多角的に融通性の高いサービスの提供に重きが置かれ始めている。

日本企業の商機

台湾市場は日本や欧米市場と比較すると、土地も狭く人口も少なく、商業エリアと住宅エリアの距離も近い。このため、商品購入前に実店舗にて商品を確認する習慣のある消費者が多く存在する。このため、これまでオンラインストアのみを運営していた台湾のローカル事業者の一つであるアパレル業者のOB厳選等は、近年繁華街に実店舗をオープンさせ、知名度の上昇を図っている。しかし、今のところ台湾ローカル事業者の店舗運営は全体的にリアル及びバーチャルのサービスの整合性が欠如している。このため台湾進出を希望する小売業者は、店舗開設について慎重に評価を進める以外に、個々の消費者にマッチしたトータルサービスを整備し、更に物流プロセス及び消費者データの分析等も検討しながら、より高精度できめ細やかなサービスの提供を実施していくべきであろう。

この他、上述したオムニチャネルをサポートできる台湾ローカルのITサービス事業者は現時点では少ない。例えば、マーケティングオートメーションツールを提供する主なプロバイダーはIBM等のグローバル企業がメインである。その一方、日本のITサービス事業者は、欧米の事業者に比べ、アジア企業によりマッチしたサービスの提供を、競争力ある価格で提供することが可能であり、台湾の中小企業等へのサービス提供が実施し易いという優位性を備えている。しかしながら、台湾企業側はこうした画期的なITサービスを駆使した事業モデルに対応する能力が不十分である可能性もあるため、コンサルティングサポートの提供を同時に実施することも重要である。

(林宜蓁 :y2-lin@nri.co.jp)

台湾に海外初のたんぱく質調整米の製造拠点を設ける木徳神糧

木徳神糧は、東京に本社を置く米穀製品専門の大手商社であり、主に米穀、飼料、鶏卵、ヘルスケア事業の4つの事業を展開している。その内、ヘルスケア事業では、慢性腎臓病(CKD)患者向けのたんぱく質調整米を製造販売しており、2015年には台湾に海外拠点として初めて当製品の製造拠点を設けた。現地企業との連携を通して国内向けニーズを満たすとともに、将来的には中国大陸への展開の足掛かりとしても台湾拠点を活用する予定である。今回は、木徳神糧の台湾子会社である台湾木徳生技(股)有限公司の宿谷総経理を訪ね、台湾拠点設立の経緯や市場環境、今後の事業展望についてお話を伺った。



台湾木徳生技(股)有限公司 宿谷勉総経理

一 貴社の事業概要について

当社は、米穀、飼料、鶏卵、付加価値商品(ヘルスケア)の4つの主要事業を展開しており、中でも米穀事業は当社の最大事業です。米穀流通事業としては日本有数の事業規模を有しており、7&iグループのお弁当やおにぎりに使われるお米の約7割を当社が供給しています。海外展開についても積極的に進めており、アメリカ、中国、タイ、ベトナムに拠点を構え、2015年に台湾拠点を設けました。ベトナム以外は現地米の調達及び日本米の営業拠点として運営しており、中国では日本の飲食チェーン店への日本米の販売を行っています。ベトナムでは現地で日本米を生産し、集荷、精米、販売などを行っています。

近年米穀事業の付加価値の向上を目指し、一般的な米穀の流通以外に、ヘルスケア事業として慢性腎臓病(以下、CKD)患者向けのたんぱく質調整米事業に注力しています。CKD患者は、食事の際にたんぱく質、リン、カリウムの摂取制限があり、一般的なお米では症状を悪化させてしまう恐れがあります(一般的なお米には6~7%程のたんぱく質が含まれる)。そこで、当社ではお米に特殊な加工を施してたんぱく質の量を調整した商品を販売しています。

一 台湾における事業内容について

当社台湾拠点は、たんぱく質調整米「真粒米」の生産販売を目的として、2015年に台湾南部にあるグリーンバイオ

パーク(屏東農業生物技術園區:PABP)に設立されました。2016年の3月14日には、工場の竣工式を迎えることができました。台湾進出に当たっては、台湾の大手米穀事業者であるユニオンライス社、たんぱく質調整に用いる酵素技術を有する長田産業(兵庫)と合弁の形をとっています。台湾のユニオンライス社からは、地場のお米の調達で協力いただいています。現在は、本格的な真粒米の生産及び販売開始に向けて、生産ラインの試運転や、販売協力会社の選定等を行っています。第一期工場が本格稼働すると、月間生産能力は50トンになる予定です。また同時に、高雄医業大学付属病院と共同で特殊栄養食品認証を得るための臨床実験を行っており、2016年末の認証取得に向けて研究を行っています。

一 台湾の市場環境について

たんぱく質調整米事業を台湾展開するに当たり、主に3点を重視しました。1点目は台湾が米を主食としている点です。たんぱく質調整米に関心を持っていただくためには、まずはお米を食べる文化が根付いている必要があります。その点台湾は間違いなく対象となります。2点目は、台湾においてCKD発症による人工透析を実施している人の比率が高いことが挙げられます。腎臓病になる原因は様々ですが、食生活の欧米化や近年の慢性的な運動不足等による高血圧や、糖尿病の合併症として腎臓病を発症するケースも多

日本企業から見た台湾

く、台湾では十分なたんぱく質調整米のニーズがあると考えました。3点目は、食事療法に対する市場環境が整いつつある点です。病院における食事療法は、日本では一般的ですが海外では浸透しておらず、病院食の献立を作る際に専属の栄養士がついていないケースも多い状況です。台湾では、近年栄養士による病院食の栄養管理が徹底され始めていますが、日本で一般的にCKD患者が必要とする食材が提供されていない状況です。そこで、当社の商品にニーズがあると考えました。

これらの理由の他にも、中国への事業展開を検討する際のテストマーケティングとして位置づけられることや、中国への輸出を台湾から行うメリットを検討し、台湾への進出を決めました。

貴社の強み及び市場拡大に向けた課題について

当社の強みは、たんぱく質調整米の品質及び米の加工技術です。CKD患者向けのたんぱく質調整米は、一般的なお米に特殊な酵素を溶かした液体を用いてたんぱく質を低減させる加工を施すことで製造されます。ただし、この加工を施すことにより、開封後に冷蔵保存をする必要があることや、一度炊いたお米を冷凍すると、粒と粒がくっ付きひと塊になってしまう等、保存方法に弱点がありました。また、味や食感も一般的なお米とちがう点も課題でした。しかし、数年前から長田産業と共同開発した技術を用いると、味や食感が大幅に改善され、また保存方法もより一般的なお米に近づけることができました。

一方で、販売拡大に向けては課題もあります。まずは、ターゲット層が非常に限られる点です。一般的にCKDの患者は成人人口の1割程だといわれていますが、更にたんぱく質調整米を必要としている人はその中でも0.5～1%程です。CKDの病状の進行度合はステージ1～5までありますが、末期患者は人工透析や臓器移植に頼らざるを得ず、また初期の患者は自覚症状がなく、そもそも治療が行われないことも多い状況です。そこで、末期になる前の患者に対して、たんぱく質調整米による食事療法が病状の進行を抑えるのに効果的であるということ幅広く理解していただく必要があります。

2点目の課題として、価格が通常のお米の5倍程になってしまう点が挙げられます。現時点では販売量に限りがあるため、価格を高く設定する必要がありますが、今後CKD向けの食事療法が認識されて需要が拡大することで加工コストを下げしていく必要があります。また、お米の調達方法を見直すことや海外で加工を行うなどのコストダウンの努力も今後一層重要になると考えています。

今後の事業展望

短期的には、まずは台湾拠点で加工した真粒米を代理店を通じて台湾全土に訴求していくことが目標です。台湾は、市場自体が未成熟なため、潜在的なマーケットを地道に掘り起こしていく必要があります。また、同時に少しずつニーズが出てきつつある中国への展開も早い時点で道筋をつけていきたいと考えています。中国市場は台湾と比較してCKD患者の母数は圧倒的に大きいため、台湾拠点を足掛かりとして事業展開を検討しています。

中長期的には東南アジアへの展開も検討しています。特にベトナムは急速に経済成長しており、有望な市場だと考えています。ただし、経済が成長するだけでなく医療水準やインフラが整備されていることがたんぱく質調整米訴求の重要な条件となっているため、それらの環境も常に動向を見守っていく必要があります。特に、台湾がTPPに加入できれば、お米の安さ、加工費(電気・水・人件費)の安さから日本への真粒米の逆輸入も十分検討する余地はあると考えています。

ありがとうございました

台湾木徳生技(股)有限公司の基本データ

会社名	台湾木徳生技股份有限公司
董事長	平山 惇
設立	2015年3月
資本金	1億元
従業員数	5名(内、日本人3名)
事業内容	たんぱく質調整米の製造販売および関連製品の研究開発等

注) 2016年6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



日台租税協定の詳細 - 3

先月号に引き続き日台租税協定の詳細について紹介する。今月号では、配当所得、利子所得、使用料(ロイヤリティ)所得、給与所得への減免措置を紹介する。

(2) 配当所得、利子所得、使用料(ロイヤリティ)所得

国内法との比較

日本の居住者が台湾から受け取る配当・利子、使用料については、台湾国内法に基づく源泉徴収税率は20%であるが、日台租税協定の下では10%に軽減される。

日台租税協定の適用手続き

審査準則に従い、源泉徴収義務者が源泉税額を申告納税する際に、関連する文書を添付して申告する必要がある。

その際に添付する文書は、配当については下記の通りである。

- ・制限税率適用の申請書、日本の居住者証明書、受益者証明書、株式持分の証明または受益証書、配当交付計算書または通知書等の証明文書

なお、台湾が他国と締結している租税協定の事例からは、事業所得の場合とは異なり、比較的容易に許可が得られるものと考えられる。

(3) 給与所得

国内法との比較

台湾国内法上は、個人の給与所得の課税関係は、下記のように在留期間の長短により居住者と非居住者に区分され、非居住者は90日を境にして更に区別される。

区分	在留期間	台湾会社支払給与	日本会社支払給与	申告	各種控除
非居住者	90日以下	18%源泉徴収	非課税	不要	不可
	91日以上 182日以下	18%源泉徴収	課税税率18%	必要	不可
居住者	183日以上	源泉徴収税額表に従うか又は5%で源泉徴収	課税累進税率で計算	必要	可

このため、台湾滞在期間が91日以上となる場合は、日本の会社からのみ給与の支払いがある場合でも、台湾で所得税の申告・納税が必要となる。

一方日台租税協定の下では、台湾国内にて労務を提供することにより稼得する給与所得については、以下の三要件を満たす場合は、日本でのみ課税され台湾では課税されないことになる(日台租税協定第15条2項)。

- (a) 日本居住者が関連する暦年度中に開始又は終了する12ヶ月の期間において、台湾に連続又は累計で滞在する日数が183日を超えない。
- (b) 当該報酬が、台湾の居住者でない雇用主又はこれに代わる者から支給されている。
- (c) 当該報酬が、当該雇用主の台湾における恒久的施設又は固定的施設により負担されていない。

そのため、例えばある暦年度中に150日台湾に滞在した日本からの出張者(日本の居住者)で、日本会社からのみ給与の支払いを受けている場合において、台湾国内法上は91日以上滞りとなるため当該日本払い給与について台湾にて所得税の申告・納税が必要となるが、租税協定の下では183日を超えていないため(暦年以外での計算に関しても超えていないことが前提。下記「日台租税協定の適用に際しての留意点」参照。)他の要件を満たせば所得税の納税は不要となる可能性がある。

日台租税協定の適用手続き

審査準則に従い、所得税の申告の際に以下の書面等を準備したうえで、所得税減免の認可を申請する必要がある。

- ・相手国の税務機関が交付した居住者証明書、パスポート、雇用契約書或いはその他関連の証明書、及び所得の支払者、支払金額及び当該報酬は事業者が中華民国国内の恒久的施設若しくは固定的施設において負担するものではない旨の資料

日台租税協定適用に際しての留意点

- (a) 台湾滞在日数が183日を超えず日台租税協定による減免が適用できる場合でも、台湾国内法に照らし暦年で91日以上滞りとなる場合には、申告自体は必要となる。
- (b) 滞在期間が183日を超えるか否かの判断は、暦年度での日数計算のみではなく、入国又は出国するいずれの12ヶ月の期間においても台湾滞在期間が183日を超えない事が必要である。以下の具体例を参照。

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
2009年	12,462,729	-1.57	-7.97	4,788,993	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	13,787,642	10.63	28.60	3,798,680	399,984	2,746.0	34.8	2,512.4	44.1	233.6	-20.3	5.46	0.96	31.64	87.78
2011年	14,312,200	3.80	5.12	4,903,901	444,703	3,082.6	12.3	2,814.4	12.0	268.2	14.8	4.32	1.42	29.46	79.81
2012年	14,607,569	2.06	-0.32	5,547,319	414,265	3,011.8	-2.3	2,704.7	-3.9	307.1	14.5	-1.16	1.93	29.61	79.79
2013年	14,929,292	2.2	0.56	4,924,480	408,533	3,054.4	1.4	2,699.0	-0.2	355.4	15.7	-2.43	0.79	29.77	97.60
2014年	15,515,257	3.92	6.63	5,770,024	548,763	3,200.9	2.8	2,818.5	1.4	382.4	14.4	-0.57	1.20	30.37	105.94
2015年															
4月			1.27	281,811	59,711	238.0	-12.3	193.0	-22.1	45.1	89.8	-9.12	-0.82	31.13	119.55
5月	3,839,951	0.57	-2.76	200,295	27,565	260.2	-4.2	207.3	-5.8	52.9	2.3	-9.67	-0.73	30.72	120.69
6月			-0.89	270,774	20,172	233.8	-14.8	214.5	-16.2	19.3	4.9	-9.46	-0.56	31.11	123.75
7月			-2.77	322,014	75,285	238.3	-12.7	205.4	-17.7	32.9	40.7	-10.23	-0.63	31.34	123.24
8月	3,945,146	-0.8	-5.93	415,628	19,596	244.1	-14.6	208.4	-15.1	35.8	-11.3	-9.46	-0.44	32.39	123.23
9月			-5.81	587,273	8,087	229.8	-14.7	180.5	-22.9	49.2	40.2	-8.71	0.30	32.89	120.29
10月			-6.50	375,753	31,395	244.5	-10.7	187.1	-18.8	57.4	32.5	-8.67	0.31	32.73	120.06
11月	4,040,762	-0.89	-4.84	439,123	59,117	226.0	-17.2	204.6	-11.4	21.5	-48.7	-7.97	0.53	32.80	122.53
12月			-5.29	668,674	46,360	225.5	-13.8	184.0	-14.9	41.5	-8.3	-7.30	0.14	33.01	121.92
2016年															
1月			-6.57	503,289	30,974	221.9	-12.9	186.8	-11.5	35.2	-19.8	-5.11	0.80	33.64	118.31
2月	3,764,339	-0.68	-5.13	428,337	6,342	177.6	-12.0	136.2	-13.2	41.4	-7.8	-4.92	2.41	33.55	115.09
3月			-3.53	323,437	59,810	277.2	-11.4	182.0	-16.9	45.0	21.5	-4.23	2.01	32.86	113.07

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

2016年国際半導体展
(Semicon Taiwan 2016)

概要
台湾国際半導体展は、半導体関連の最新の機器、技術、材料が一堂に会する台湾最大の半導体見本市である。昨年は世界各国から620以上の企業が出展し、約4.3万人以上が来場した。今回もテーマ別に9つの専門エリアが設置される他、商談会や国際フォーラム等が開催される。半導体産業のハブとして重要な役割を担っている台湾で最新の動向を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.semicontaiwan.org/>

日時
2016年9月7日(水)～9月9日(金)

出品物及び展示テーマ
AOI Pavilion CMP Pavilion High-Tech Facility Pavilion Laser Pavilion Materials Pavilion
Precision Machinery Pavilion Secondary Market Pavilion Smart Manufacturing Pavilion
Taiwan Localization Pavilion

展示会場
台北南港展覽館(台北市南港区経貿二路1号)

主催
主催・共催：SEMI、台湾貿易センター(TAITRA)、台湾半導体産業協会(TSIA)

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
SEMI Taiwan
TEL：886-3-560-1777(孫筑君小姐 内線308) E-mail：semicontaiwan@semi.org

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(台湾)
台北市敦化北路168号10F-F室 TEL: 886-2-2718-7620 / FAX: 886-2-2718-7621
担当：平山直人 ext.135 / 洪采滢 ext.121 / 目片芽輝 ext.132

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: 03-5533-2724
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(台湾)宛にお願い致します。