

August 2016

vol. 252

■今月のトピックス

台湾の介護政策、「長期介護十年計画2.0版」の方向性及び発展契機

■日本企業から見た台湾

～ 維酷公共關係諮詢國際(股)有限公司總經理 木下研生氏インタビュー～

アジアナンバーワンPRエージェンシーを目指すベクトル

■台湾進出ガイド

房地合一課税

■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】

台湾の介護政策、「長期介護十年計画2.0版」の方向性及び発展契機

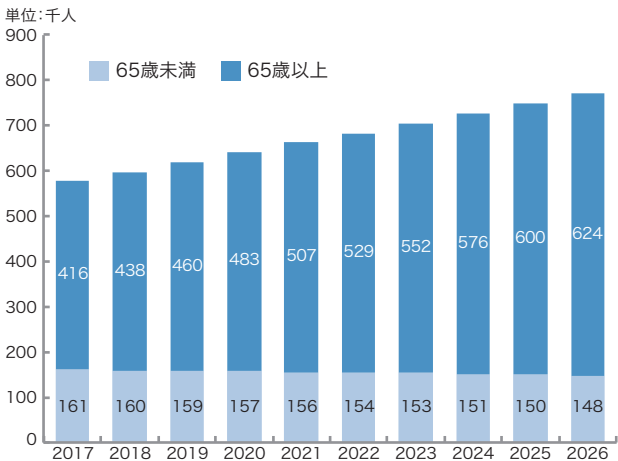
台湾では急速に高齢化が進んでおり、2018年には高齢化社会に入ると予測されている。更に2025年には超高齢化社会に突入するとみられ、それに伴い医療及び介護の問題が日増しに深刻となっており、近年台湾の衛生福利部(厚生労働省に相当)において議論される重要な政策項目となっている。1998年に行政院(内閣府に相当)が公布した「加強老人安養服務方案」(高齢者の生活介護、健康、経済保障、社会活動の参加促進を目的とした方案)を契機に、2007年の「長期介護十年計画」、そして2016年の「長期介護十年計画2.0版」に至るまで、台湾の介護サービスは、全ての人へ介護サービスを提供するだけでなく、世界的トレンドに乗じ、施設等に入所することなく地元で老後の生活を享受できるような体制作りを進めている。今回は、台湾における介護制度の発展状況や今後の政策動向及び日系企業の海外戦略にとって参考となりうる関連商機について紹介する。

台湾における介護の発展状況

台湾で介護が必要な人数は衛生福利部の推測によると2017年には約577,457人、2026年には771,431人にまで増加するとみられる。政府が推進する長期介護十年計画では、介護ケア対

象者を主に65歳以上並びに低所得世帯から一般所得世帯にまで拡大している。提供するサービス内容は日常生活支援、デイケア、在宅介護等をメインとし、現時点で約18万人が利用している。なお管理体制については、当制度によって設置された介護管理センターが介護管理専門員の職権及び定員数を管理・チェックしており、ニーズの評価とサービス提供を分離させている。

図1：介護を必要とする人数の予測



台湾における介護サービスの発展

長期介護十年計画の推進は、多元的で連続性のある総合的な介護サービスにより全ての人が施設等に入所することなく地元で老後の生活を享受できることをサービスの基本としており、多様なサービスを提供すると同時に家庭での介護支援も行っていく。しかし、こうした介護サービスは現在深刻な予算不足に直面しており、介護スタッフも不足している。人材育成制度の整備もまだ不十分であり、各介護施設の質にもばらつきがあり、またコミュニティ介護及び在宅ケアサービスに関するプランも欠如している。この他、衛生福利部の統計によると、利用申請資格やサービス項目、利用時間等に融通性が欠如しているため、利用

希望者の僅か4割しかサービスを利用できていない。このため、長期介護十年計画2.0版においては、サービス内容を更に拡充し、コミュニティ整合型サービスセンターを中心にサービス提供組織をレベルA・B・Cに分類し、コミュニティと一体とした介護モデルを推進していく。

長期介護2.0計画のサービス体系

長期介護十年計画2.0版ではサービスを提供する組織によってそれぞれがコミュニティ全体でケアしていくモデルを推進する。レベルAはコミュニティ統合型サービスセンターである。都心部においては医療機関や総合病院、小規模多機能デイケアセンター、老人ホーム等、また非都市部においては保健所、僻地にある介護拠点等が該当する。主に地域コミュニティにおける健康・介護チームの編成や初期の予防対策、レベルB・C組織の監督及び技術サポート等を行う。中でも特に重要なのは、地域の医療リソースと連携しながら、自宅で安らかに臨終を迎えることができるようにサポートすることである。続いてレベルBは複合型デイケアセンターであり、保健センター、デイケア拠点の他、リハビリセンター、ローカルクリニック等が該当する。主に生活機能に関するコンサルティングや軽度痴呆症患者のリハビリ、一緒に食事をするサービス等を含むデイケアサービスを提供する。レベルCは“巷弄長期介護站”(街角長期ケアステーション)であり、主に在宅サービスを基本とし、コミュニティ介護拠点、町・村役場等における短時間介護サービス、保健サービス、ふれあい見守り訪問、電話による見守りサービス、飲食サービス等が含まれる。

長期介護2.0サービス体系に関連して見込まれるビジネスチャンス

将来的に長期介護2.0のサービス体系により地域に根付いた介護サービスが推進され、地方住民への介護サービスの管理も更に強化されていく予定であるが、現在こうした介護サービスを提供する組織が不足しており、民間リソースの導入が検討されている。例えば介護補助器具の提供や送迎サービス等、各種介護サービスの範囲が広がり、これに伴い関連産業における発展チャンスも拡大していくとみられる。この他、前述した組織別のレベル体系の下、介護専門スタッフへのニーズも更に厳格になる。今のところ台湾の介護専門スタッフの育成制度はまだ不十分な部分が多く、日常生活を支援する介護スタッフ数も需要に応じきれていない。このため、こうした不足部分について如何に民間資源を活用して補っていくかが今後の介護サービス発展の重要なポイントとなる。このため、長期介護十年計画2.0版には民間組織の参加意向を引き上げるべく、民間企業への委託(入札)も既に盛り込まれている。

表1: 2017年台湾の介護サービス予算案(2016年7月15日時点)

項目	経費(単位:千元)	詳細
1 日常生活支援	9,926,480	長期介護十年1.0サービス項目の費用並びにサービス対象の拡大・増加において必要となる費用
2 デイケア	1,686,189	
3 在宅介護	194,763	
4 サポート器具購入・レンタル・バリアフリー環境への改善	423,577	
5 高齢者向け給食	175,956	
6 送迎	952,402	
7 長期介護機構	488,793	
8 在宅ケア	131,090	
9 コミュニティ・家庭でのリハビリ	176,408	
10 喘息患者へのケア	782,446	
11 画期的サービス	2,484,116	1.要介護者を増やさない、重度化させないために必要な費用 2.コミュニティにおける介護推進等の費用
12 介護管理センター及びサービスリソースを管理する組織における人材・業務の推進	1,279,668	長期介護管理センターの運営費及び増設費用、人材拡充、評価及び管理モデル等の費用
13 多元的文化・離島・僻地等特殊環境における長期介護サービス発展計画	1,296,813	長期介護サービス法第14条による関連奨励措置
14 国家予算の長期介護基金への割当総計	800,000	長期介護サービス法第15条による関連奨励措置
総計	20,798,701	

出所: 衛生福利部

一方、日本における高齢化は世界的に見てもそのスピードが速く、またこれに伴い介護制度の整備も非常に発展している。介護スタッフの育成や管理体制等も整備されており、同時に健康・介護領域におけるハイテク技術も発達している。今後台湾では全ての人々が施設等に入所することなく地元で様々なサービスを受けながら老後の生活を享受できるような体制を整備していこうとしている中で、これを支える関連製品に大きなニーズが生じると考えられる。また製品のみならず、全体的な取り組み体制、人材育成や管理項目等全てにおいても、日本の手法や技術を参考・導入する機会が増加していくとみられる。こうした中、日本の介護関連のサービスやスマートデバイスを手掛ける企業との連携チャンスやビジネスチャンスはますます拡大していくと考えられる。(簡書敏:s-chien@nri.co.jp)

アジアナンバーワンPRエージェンシーを目指すベクトル

維酷公共關係諮詢國際股份有限公司は、独立系PR会社国内最大手であるベクトルグループの台湾子会社として2014年に設立された。国内ナンバーワンからアジアナンバーワンをスローガンに海外事業を積極的に拡大しており、台湾においても台湾マーケットを狙う日本企業や、日本へのインバウンド需要拡大を狙う日本の地方自治体や企業から様々なPR戦略構築を委託されている。TV、雑誌、イベントなどによる伝統的なPRに加え、SNS、Web、インフルエンサー等を活用した先進的なPR戦略を展開している。今回は、維酷公共關係諮詢國際の木下総経理を訪ね、台湾市場の特徴、インバウンド需要喚起の取り組み及び今後の事業展望についてお話を伺った。



維酷公共關係諮詢國際(股)有限公司 木下研生総経理

一 貴社事業の概要及び進出の経緯について

当社は、企業・商品・サービスの戦略的PR活動を支援する日本国内ナンバーワンのPRエージェンシーです。日本ナンバーワンからアジアナンバーワンエージェンシーを目指し、5年程前から海外事業を積極的に進めており、その一環として2014年6月に台湾拠点を設立しました。台湾進出当時は、円安が進んだことで日本へのインバウンドプロモーションのニーズが増加し、それに加えて中国の経済成長が一服し日本企業が中国以外の市場に目を向け始めた時期でした。2011年ごろから急激に増加した日本企業の台湾進出も引き続き活発であったため、日本ですでに取引のあった企業から、台湾でのサポートができないかかという依頼が増えたことも進出を後押ししました。

進出形態については合併も検討しましたが、経営のスピード感を重視し、まずは独資で進出することに決めました。実際に事業を始めると、地場の優秀な人材を採用し現地メディアとの関係構築もスムーズに進み、改めて独資で十分やれると感じました。私は以前中国に駐在していた経験もあることから、中国語のコミュニケーションについては問題がないため、人材採用は日本語をしゃべれる人というよりは、当産業の経験が豊富な人材を積極的に採用しました。

一 台湾における事業内容

台湾では、PRコンテンツ開発、メディアリレーション構築といった一般的なPR事業だけでなく、PRと連動するWEBコンテンツを開発し有力メディアを通して情報拡散を行う「E-PR」、またイベント・展示会支援サービスを提供しています。

プロジェクトは、日本企業の台湾での知名度向上を目的としたPRと日本の地方政府や企業が日本へのインバウンド増加を目的としたPRの主に2種類に分かれます。前者については、カメラメーカー、美容関連メーカー、アパレル、航空会社、総合商業施設など、幅広い顧客に対してサービスを提供しています。後者のインバウンドPR支援については、地方自治体の観光客の呼び込み、日本企業の訪日観光客への露出拡大を目的としたプロジェクトが多くなっています。

一 地方自治体及び日本企業のインバウンド拡大の取り組みについて

近年日本の地方自治体や企業の日本へのインバウンド拡大を目指すプロジェクトが増加しています。特に、円安の傾向が明確になり、アジアの観光客が大量に日本に押し寄せ始めたころから顕著に増え始めました。その時期は、日本観光地の魅力をアピールするPush型のPRが十分な効果を上げていました。しかし、円安が一服しインバウンドバブルが落ち着き始めた今、PR手法も観光客の生活スタイルに合わせるPull型提案に変化してきています。また、国別にプロモーションの方法を変えていくなど、細かい対応が必要になってきています。

最近では東京、大阪、京都、北海道など、海外観光客が初めての日本旅行に訪問する場所以外に、日本の地方都市が注目され始めています。また、買い物、グルメ以外にも日本文化の体験が注目されており、例えば四季に合わせて、春はお花見、夏はキャンプ、海水浴、潮干狩り、浴衣、花火など、日本文化と組み合わせた観光の提案が効果を上げています。

日本企業から見た台湾

貴社の強みについて

当社のインバウンドPR事業における強みは、主に2点挙げられます。1点目は、海外ネットワークです。当社は海外にアジアを中心として6ヶ国7拠点を有し、日本企業、地方自治体がインバウンドプロモーションを検討する際に、地場メディアとの深いつながりを通じてアジア各国で効果的なプロモーションを打つことが可能です。

2点目は、コンテンツ開発力です。日本で長年培ったコンテンツ開発力と、市場の理解を合わせることで、地場ニーズにあったコミュニケーション戦略を構築することが可能です。また、コミュニケーションツールとしてリアルとウェブの両方のノウハウを持ちあわせており、総合的なプロモーション戦略の構築が可能です。更に、先程お話しした通り、日本文化と組み合わせたプロモーション提案ができるという、台湾地場のPR事業者と比べた明確な強みを持っています。

台湾市場の特徴

台湾市場は日本の製品やサービスに対して最もプレミアムを感じていただける市場であるといえます。そこで、日本の商品やサービスをプロモーションするに当たり、「日本でNo.1」や「日本の著名人が利用している」といったプロモーションが非常に響きやすい市場といえるでしょう。

また、PR事業を行うに当たり、ブースなどの制作物を作りこむことが大切になりますが、これらを制作する下請け企業の品質が高く価格が比較的安いことは、企業運営上助かっています。他のアジア拠点では、制作物の色や品質(企業ロゴが中途半端に切れている等)が想定より大幅に下回ることも多いのですが、台湾では一定レベルで安く仕上がります。

一方で、PR事業を行う上で、いくつかの課題も存在します。まず台湾のメディア媒体が少ないことが挙げられます。もちろんテレビ、新聞、雑誌などの一般的なメディア媒体は一通り揃っていますが、特定の分野に特化した媒体となると話は変わってきます。例えば、ゲーム関係の製品をPRする際に、日本ではゲームに特化した雑誌が存在しますが、台湾にはエンターテインメント全般をカバーする媒体しかなく、ターゲット層にピンポイントでプロモーションを打つためには工夫が必要です。

また、日本と比較して専門性の高い記者が少ないと感じています。原因として、記者の転職が頻繁であることが挙げられます。

記者の転職が頻繁であるメリットは、1人の有力な記者と関係を構築することで、転職により様々な産業とつながれることですが、デメリットとして一つの媒体との深い関係づくりが難しいという半面もあります。

SNSの利用についても、日本との違いが存在します。台湾においてSNSは高齢者以外に幅広く訴求しており、日本ではTwitterやInstagramが主流ですが、台湾ではFacebookの利用率が非常に高くなっています。ただし、SNSを活用したプロモーションにおいて台湾ではプレゼントキャンペーンばかりが目につき、少し面白みに欠けています。Facebookのコンテンツの作りこみ方、キャンペーンの面白さについては、日本の方が進んでいると感じています。

今後の事業展望

今後当社は、台湾において“コミュニケーションデジタルファーム”として、SNS、Web、インフルエンサー、リアルイベントなどをミックスした戦略的PR事業を積極的に展開していく予定です。特に日本市場で培ったデジタル技術を活用したPRを強化していきたいと考えています。その一環として、先月から企業・商品・サービスに関するニュースを無料でビデオリリース化し、アドテクノロジーを活用してターゲットに直接配信するサービス「News TV」を台湾にて提供開始しています。地場企業と連携しながら、動画コンテンツの制作から配信まですべて当社がサービス提供しています。今後も、台湾市場を狙う企業や日本へのインバウンド事業拡大を目指す自治体や企業の最適な戦略PRパートナーになれるよう努力していきたいと考えています。

ありがとうございました

維酷公共關係諮詢國際(股)有限公司の基本データ

会社名	香港商維酷公共關係諮詢國際股份有限公司
董事長	松本仁
設立	2014年
資本金	500万元
従業員数	10名(内、日本人2名)
事業内容	PR企画立案及び実施、PR業務代行・コンサルティングプランディング業務

注)2016年8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



房地合一課税

これまで建物の譲渡については所得税による譲渡益課税が行われる一方、土地の譲渡については保有期間2年以内の譲渡を対象に特種貨物及び労務税(通称ぜいたく税)による10~15%譲渡益課税が行われていたものの、所得税上は非課税であった。なお、土地に対しては土地増値税が別途課され、また、建物は所得税が課されると言っても政府が定める家屋評定価額を使用して課税所得の算出をすればよい事となっていたため、いずれも実勢取引価額とはかけ離れた納税負担しかされていなかった。つまり、実効税率は極端に低くなっていた。

そこで、不動産価格の抑制を目的として、2016年1月1日より、実際の不動産の取引価額に基づき、土地建物を一体として譲渡益課税を行う房地合一課税が新たに導入されている。当制度の導入により、条件を満たした土地については所得税による譲渡益課税の対象となっている。但し、自己居住用の住宅については別途、減免制度が設けられた。

課税の範囲、及び税率の概要については下記を参照。

		概 要	
課税の範囲	<ul style="list-style-type: none"> ・建物、建物およびその土地、または法により建築許可申請の可能な土地 ・2016年1月1日以降に取得した土地・建物 ・2014年1月1日の翌日以降に取得し、保有期間2年以内に譲渡した土地・建物 (上記以外については旧制度が適用され、土地の譲渡益は所得税が非課税となる) 		
課税対象額	土地・建物の実際の譲渡価額 - 取得原価 - 費用 - 土地増値税		
税率	居住者	保有期間1年以内()	45%
		保有期間1年を超える日から2年以内()	35%
		保有期間2年を超える日から10年以内	20%
		保有期間10年を超える日以降の譲渡	15%
	非居住者	保有期間1年以内	45%
		保有期間1年を超える日以降の譲渡	35%
課税方法	所得税上の分離課税		
欠損控除	欠損金発生後3年まで繰越控除可能		

()個人の転勤、非自発的な退職(解雇)等の要因による保有期間2年以内の譲渡は20%である。

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
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	5,751,213	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															
6月			-0.89	270,111	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	320,771	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	414,682	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	586,589	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	374,073	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	438,514	59,117	226.0	-17.2	204.6	-11.4	21.5	-48.7	-7.30	0.53	32.80	122.53
12月			-5.29	667,135	46,360	225.5	-13.8	184.0	-14.9	41.5	-8.3	-5.14	0.14	33.01	121.92
2016年															
1月			-6.57	502,105	30,974	221.9	-12.9	186.8	-11.5	35.2	-19.8	-4.90	0.80	33.64	118.31
2月	3,764,339	-0.68	-5.13	428,033	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	227.2	-11.4	182.0	-16.9	45.0	21.5	-4.92	2.01	32.86	113.07
4月			-3.96	277,961	26,819	222.4	-6.5	174.5	-9.6	48.0	6.5	-4.17	1.87	32.36	109.97
5月			1.85	3,583,671	18,878	235.4	-9.5	200.4	-3.4	35.0	-33.8	-2.72	1.23	32.57	109.06

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年台湾国際水ソリューション見本市
(Aqua Taiwan 2016)

概要

台湾国際水ソリューション見本市は水資源・水道設備に関する見本市で、台湾第二の規模を誇る都市高雄で開催される。今年で3回目の開催となり、昨年は各国から3,680名以上が訪れ、日本からも多くのバイヤーが来場した。将来的に世界の多くの地域で水不足が予想され、再生水関連ビジネスが今後益々注目される中、最新のトレンドを知る絶好の機会となるであろう。詳細は下記サイトまで：

http://www.aquataiwan.net/zh_TW/index.html

日時

2016年10月20日(木)～10月22日(土)

出品物及び
展示テーマ

飲用水設備(ウォーターサーバー) 浄水設備及び自動管理システム(家庭用、業務用) 水道設備(配管、蛇口等)
その他水関連製品(水処理薬剤、海洋深層水等) 生活排水・工業廃水処理設備 水資源関連団体、メディア

展示会場

高雄展覽館(高雄市前鎮区成功二路39号)

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(高麗茹専員 内線2679) E-mail: aqua@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。