

# 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

August 2003

vol. 96

今月のトピックス  
 2003年上半期の台湾経済概況  
 飛躍する台湾産業  
 台湾の総合小売業(その2)  
 台湾進出ガイド  
 台湾の優遇措置(その2)

日本企業から見た台湾  
 ~台湾尼康精機(股)  
 久世元治 董事長兼総経理インタビュー~  
 「ピフォーサーブ」で顧客の生産性向上をサポート  
 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】

### 2003年上半期の台湾経済概況

今年上半期の台湾の経済成長率は、新型肺炎(SARS)の影響により大幅に落ち込み、1.73%の成長にとどまった。しかし新型肺炎の収束により景気は回復基調にあり、第3、第4四半期は3.96%及び4.67%の成長、通年では3.06%の成長が予測されている(行政院主計処)。

今回は、今年2003年上半期の台湾の経済概況について説明する。

#### 経済成長率

行政院主計処の発表によると、今年第1四半期は前年同期比3.53%の経済成長となったが、第2四半期は新型肺炎(SARS)の影響により景気が低迷し、0.08%のマイナス成長\*となり、2003年上半期の経済成長は1.73%\*にとどまった。

ただし、新型肺炎の終息により、国内外の需要は回復基調にあり、また政府は公共建設の拡大と雇用の促進に力を入れており、下半期は景気回復が加速すると予想されている。第3四半期、第4

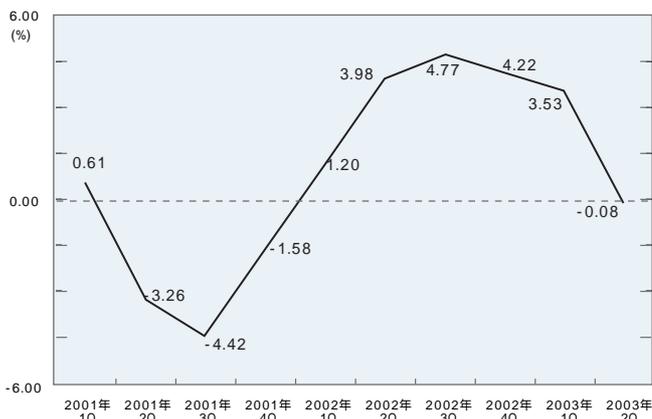
四半期の経済成長率見込みはそれぞれ3.96%及び4.67%、2003年通年の経済成長率は3.06%と予測値が行政院主計処より公表されている。

(注)\*は速報値

#### 工業生産成長率

經濟部統計処の発表によると、今年上半期の工業生産は前年同期比2.7%の成長、うち製造業生産は2.8%の成長にとどまった。製造業生産のうち、金属機械工業が7.6%の成長となった他、化学工業(4.1%)及び情報電子工業(1.8%)がプラス成長を維持した。一方で、製造業生産以外では、水力・電力業が3.2%と伸びたが、鉱業(-8.6%)及び建築業(-3.5%)は共にマイナス成長となった。

表1 台湾の経済成長率の推移(2001年1Q~2003年2Q)



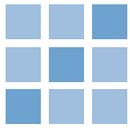
(出所) 行政院主計処の資料を基に野村総合研究所台北支店作成

(注) 2003年2Qは速報値

表2 台湾の工業生産成長率(2003年1月~6月)

分類	前年同期比
工業	2.7%
製造業	2.8%
金属機械工業	7.6%
情報電子工業	1.8%
化学工業	4.1%
民生工業	-4.8%
建築業	-3.5%
水力・電力業	3.2%
鉱業	-8.6%

(出所) 經濟部統計処の資料を基に野村総合研究所台北支店作成



## 貿易

財政部統計局の発表によると、今年上半期の台湾の貿易動向は、輸出総額が前年同期比 7.3% 増の 668.3 億米ドル、輸入総額が同 11.8% 増の 590.5 億米ドルとなり、貿易黒字は前年同期比 -17.8% の 77.8 億米ドルとなった。

地域別に見ると、輸出に関しては、香港への輸出が 141.7 億米ドル（全体比 21.2%）と最も多く、次いで米国の 123.4 億米ドル（同 18.5%）となっている。中国への輸出は 80.1 億米ドル（同 12.0%）であるが、前年同期比では 106.8% 増と大幅に拡大している。一方、輸入に関しては、日本からの輸入が 149.1 億米ドル（全体比 25.2%）と最も多く、次いで米国と欧州の 75.6 億米ドル（同 12.8%）となっている。

表 3 台湾の地域別輸出概況（2003年1月～6月）

	輸出額 (億ドル)	全体比	前年同期比
香港	141.7	21.2%	-4.3%
米国	123.4	18.5%	-4.1%
欧州	94.1	14.1%	4.7%
中国	80.1	12.0%	106.8%
日本	58.4	8.7%	-4.8%
その他	170.6	25.5%	
合計	668.3	100.0%	7.3%

（出所）財政部統計局の資料を基に野村総合研究所台北支店作成

表 4 台湾の地域別輸入概況（2003年1月～6月）

	輸入額 (億ドル)	全体比	前年同期比
日本	149.1	25.2%	18.2%
米国	75.6	12.8%	-12.1%
欧州	75.6	12.8%	12.8%
中国	48.8	8.3%	37.6%
香港	7.7	1.3%	-4.7%
その他	233.7	39.6%	
合計	590.5	100.0%	11.8%

（出所）財政部統計局の資料を基に野村総合研究所台北支店作成

## 直接投資

經濟部投資審議委員会の発表によると、今年上半期の海外から台湾への直接投資は、前年同期比 21.6% 減の 11.7 億ドルと落ち込みとなった。地域別に見ると、英領中米（バージン諸島、ケイマン諸島等）が前年同期比 11.6% 減の 4.0 億ドル（全体比 34.2%）、米国が 15.2% 増の 3.1 億ドル（同 26.5%）、日本が 60.1% 減の 1.1 億ドル（同 9.1%）

となっている。

一方、上半期の台湾からの海外への直接投資は、前年同期比プラス 10.5% の 16.9 億米ドルと増となり、中国への直接投資も、同 31.2% 増の 20.2 億米ドルと大幅伸びを見せた。

（注）台湾政府經濟部投資審議委員会の統計では海外投資と中国投資とを別に管理している。

表 5 主要国別の対台湾直接投資概況（2003年1月～6月）

	金額 (億ドル)	全体比	前年同期比
英領中米	4.0	34.2%	-11.6%
米国	3.1	26.5%	15.2%
日本	1.1	9.1%	-60.1%
オランダ	1.0	8.5%	-21.8%
その他	2.5	21.8%	-32.6%
合計	11.7	100.0%	-21.6%

（出所）經濟部投資審議委員会の資料を基に野村総合研究所台北支店作成

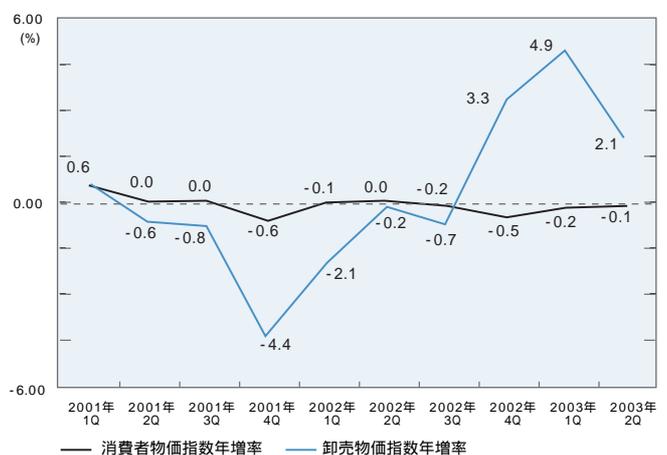
## 物価

行政院主計処の発表によると、今年第 1、2 四半期の消費者物価指数年増率はそれぞれ -0.2% 及び -0.1%\* となった。2003 年通年での予測はマイナス 0.09% と見込まれている。

一方、卸売物価指数年増率は今年第 1、2 四半期ではそれぞれ 4.9%、2.1%\* となり、通年予測はプラス 2.2% と見込まれている。

（注）\* は速報値

表 6 台湾の物価指数年増率（2001年1Q～2003年2Q）



（出所）行政院主計処の資料を基に野村総合研究所台北支店作成

（注）2003年2Qは速報値

飛躍する台湾産業



## 台湾の総合小売業（その2）

台湾の総合小売業(百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、量販店等)は、2001年以降の景気低迷の影響を受け売上の伸びが鈍化し、2002年の総合小売業売上の伸びは5.8%にとどまっている。このため中小規模の企業にとっては厳しい経営環境が続く一方、各業界のトップ企業は新規出店やM&Aを通じ、多店舗展開を加速させている。今回は台湾の百貨店及びスーパー業界のトップ企業である新光三越百貨(股)と惠康百貨(股)について紹介する。

### 新光三越百貨（股）

生産基地の台湾から消費市場の台湾へ

新光三越は1989年、三越と新光グループ（保険業を中心に発展した台湾有数の企業グループ）との合併で設立された。三越は約30年前から台湾でプライベートブランド商品の委託生産を行っていたが、後に台湾の経済発展に伴い生産基地から消費市場としての魅力が高まり、まずは新光百貨への業務提携の形で台湾での百貨店事業に進出し、1989年に新光三越を設立した。

1991年に第1号店である台北・南京西路店をオープンして以来、現在までに台北(4店舗)、台南(2店舗)、桃園、新竹、台中、高雄に合計10店舗を開設している。ここ数年、台中や台南などの地方都市に相次いで大型店を開設しており、台南2号店は百貨店単店舗としては世界最大の売場面積を誇る。地方都市への出店の背景には、市場が飽和状態にある大都市圏と比べ、地方都市は競合店が少なく、また住民の購買力も向上していることや、地方都市は大都市圏と比べ土地や建築コストが安く、投資コストを抑えた多店舗展開が可能であること等が挙げられる。

一方、台北では信義計画区への出店を進めている。信義計画区は陳水扁・前台北市長が「台北マンハッタン計画」として開発をスタートさせた国際的なビジネス街で、商業施設や娯楽施設等の集積も進んでいる。新光三越は既に信義計画区に2店舗を開設しており、更に来年以降にも新たに2店舗のオープンを予定している。これら4店舗は将来的に地下と2階部分で連結させる予定であり、4店舗合わせて1つの百貨店というコンセプトで建設が進められている。

仏 Fnac との合併で台湾 Fnac を設立

今年2月、新光三越はフランス Fnac 社（書籍、CD、コンピューター関連製品等の販売を行うフランスの流通大手）との合併で、台湾 Fnac を設立した。Fnac は1999年に独資で台湾に進出し、台北に2店舗を開設していたが、新光三越との提携以降出店を加速させ、既に新光三越の南京西路店及び信義1号店内に Fnac をオープンした。今年中に更に台中店及び台南2号店内にも Fnac を開設する予定である。

新光三越の天野治郎 副董事長兼総経理は、Fnac への出資の背景として、「新光三越の客層の拡大」を挙げる。「一般的に百貨店のお客様の7-8割は女性で、一方、Fnacの取り扱うコンピューター関連商品は男性のお客様が中心となります。現在、百貨店ではコンピューター関連商品などはあまり取り扱っていませんので、新光三越内に Fnac を開設することにより、客層の拡大を実現できたらと考えています。」

「逆選別の時代」と「融合の時代」

「台湾の百貨店業界は、今後、全体のパイは大きく拡大することはありませんが、業績を伸ばす百貨店とそうでない百貨店の二極化が進み、各店のシェアは大きく変化するでしょう」と天野氏は語る。「これまでは小売業とテナント企業の間では小売業が強い立場にありましたが、多様な流通チャネルが存在する現在は、テナント企業が小売業を選ぶ『逆選別の時代』です。そこで取引先企業に選ばれる百貨店でなければ、特色のある商品を取り揃えることが出来ませんので、百貨店はテナント企業と互いに発展できる関係を築く必要があります。」

「百貨店の業態が今後も従来と全く同じ形で存続



するかは疑問です。今後は、百貨店が他の形態の小売業と協力関係を構築していく『融合の時代』になると思います。例えば、日本で三越はファミリーマートと提携して、お歳暮などのギフトサービスを行っていますが、百貨店と他の小売業は機能面やサービス面で、様々な協力が可能だと思います。」



新光三越百貨(股)  
天野治郎 副董事長兼總經理

### 惠康百貨(股)

台湾スーパー最大手の頂好 Wellcomeを展開

台湾最大のスーパーマーケットチェーンである頂好 Wellcome を展開する惠康百貨は、香港 Dairy Firm(牛奶公司企業集団)の台湾法人として1988年に設立された。Dairy Firmはアジア各国で幅広い小売業のチェーン展開を行っており、香港(450店)、シンガポール(300店)、中国広東(150店)でセブンイレブンを展開する他、スーパーとしては香港で280店、台湾で150店、シンガポールで40店のWellcomeを運営している。

惠康百貨は1988年に当時台湾で2店のスーパーを経営する頂好を買収する形で台湾市場へ進出した。その後、新規出店やM & Aを通じて多店舗展開を進めてきたが、特に最近、美村(2000年、12店)、易利購(2002年、5店)、惠陽(2003年、22店)などの中規模スーパーを相次いで傘下に収めており、2003年8月現在の店舗数は149店に達する。

### 1999年から24時間営業をスタート

当社の大台北地区(台北市と台北県)を中心に出店を進めており、大台北地区の店舗数は全店舗数の約7割を占める。一方、南部での出店は僅かで、台中以南の地域での出店は5店にとどまる。大台北地区を中心とした出店戦略に関して、惠康百貨の蔡裕人營運董事は「台湾で最も人口が集中し、

経済が発展している大台北地区では、現代的なスーパーマーケットの需要が大きいからです」と語る。

「また共働き家庭の増加など、都市部住民の生活パターンの変化に対応するため、1999年から24時間営業を開始しました。現在では、全店舗の約8割にあたる120店舗で24時間営業を行っています。スーパー業界は量販店やコンビニエンスストアとの競争に直面していますが、24時間営業の利便性と生鮮品を中心とした品揃えの充実により、他業態の小売業との差別化を図りたいと考えています。」

### 伝統市場を取り込んだ「Super Store」をオープン

台湾では現在も生鮮品の購入に関しては伝統市場を利用することが多く、70%(野菜・果物類)~85%(肉・魚類)の人々が伝統市場を利用していると言われる( )。そこで当社は昨年10月、スーパー内に伝統市場の店舗を設置し、新鮮さや対面販売といった伝統市場の利点を取り込んだ「Super Store」を台北県土城にオープンした。「Super Storeには約10店舗の伝統市場から選りすぐった老舗や有名店を設置しています。おかげさまでSuper Storeは大変好評で、今年3月には台北市内にも第2店目のSuper Storeを出店しました。」(蔡裕人營運董事)

「当社は今後も年間15店のペースで頂好Wellcomeの新規出店を継続する計画ですが、この他、今年11月に台北101金融ビル内に頂好Wellcomeよりもハイグレードなスーパー『Jasons』をオープンする予定です。現在、台湾の百貨店やショッピングモール内のスーパーは日本の運営方式を導入した形態が多いですが、『Jasons』はDairy Firmグループが香港(Oliver's)やシンガポール(Jasons)で展開する欧米スタイルのスーパーにしたいと考えています。」

( ) 経済日報 2003年4月16日



惠康百貨(股)  
蔡裕人 營運董事



## 台湾の優遇措置（その2）

今回は先月号に引き続き、台湾における優遇措置のうち新興重要戦略性産業、科学工業（定義については後述）、製造業及び関連技術サービス業に関する優遇措置について紹介する。

優遇項目	優遇対象	優遇内容
株主税額控除	新興重要戦略性産業	法人または個人が新興重要戦略性産業として認定された会社の発行する株式を取得し、3年以上保有した場合、20%(法人)または10%(個人)の限度内において、当年度から5年以内に各年度に納付すべき営利事業所得税(法人)または総合所得税(個人)から控除することが出来る。
営利事業所得税 (法人税に相当) の5年免税	新興重要戦略性産業	新規投資：製品販売開始日、もしくは労務の提供開始日から連続5年間の営利事業所得税の免除。 増資：設備の稼働日又は労務提供開始日より連続5年間の増加所得に対する営利事業所得税の免除。但し、独立の生産・サービス部門の設立、または主要な生産・サービス設備の拡充に関する増資に限る。
	製造業 及び関連技術 サービス業	5年免税の適用期間は、当該法人の選択により最長4年間繰延べることが可能。 製造業及び関連技術サービス業に関する5年免税は2002年1月1日から2003年12月31日に新規投資または増資を申請した企業に限られる。
設備輸入の免税	科学工業 (注)	2002年1月1日より、台湾国内未生産機器・設備を自らの使用のために輸入した場合、經濟部の個別認定の下に、輸入税並びに営業税が免除される。 輸入機器・設備が輸入後5年以内に譲渡又は用途変更により、免税の条件に符合しなくなった場合、追って輸入税と営業税を課税する。但し譲渡先がサイエンスパーク・輸出加工区内の企業、又はその他の科学工業に属する企業の場合は、この限りではない。

(注) 会社が生産する製品又は提供する労務が次の条件の一つに適合しているものは、科学工業として認定される。

- 最近5年以内に、サイエンスパークでの生産が認められた製品又は提供が認められたサービス、又はこれより高度な製品・サービスを生産・提供する会社。
- 「新興重要戦略性産業に属する製造業又は技術サービス業の奨励弁法」の適用範囲項目に符合し、かつ最近3年間の(営業開始3年未満の企業は営業開始以降の)研究開発費の営業収入純額に占める比率の平均が3%以上の会社。
- 新設立でまだ生産実績がない会社は、製品又はサービスが高級技術工業製品の製造又は研究開発等に属する場合、科学工業とみなすことができる。

## 「ビフォーサービス」で 顧客の生産性向上をサポート

半導体や液晶パネルの製造過程で、シリコン基板やガラス基板上に回路パターンを焼きつける装置であるステッパー(縮小投影型露光装置)。(株)ニコンは1980年に日本で初めてステッパーを開発し、現在までに全世界で累計7,000台以上を販売する、ステッパーのリーディングカンパニーである。ニコンの台湾現法である台湾尼康精機(股)は1995年に設立され、台湾の半導体及び液晶パネルメーカーに各種サービスを提供している。今回は台湾尼康精機の久世元治董事長兼総経理に、台湾の半導体製造装置産業の現状等についてお話を伺った。

台湾尼康精機(股)  
久世元治 董事長兼総経理



### 台湾でのステッパーのサービス業務を担当

台湾尼康精機は台湾におけるニコンのステッパー(縮小投影露光装置)の各種サービス業務を行う現地法人として、1995年に台湾半導体産業の集積する新竹に拠点を設立しました。台湾でのステッパーの販売・納入・据付はニコン本社が直接行い、当社は台湾のお客様に対し、修理・メンテナンスや生産性向上をサポートする各種サービス業務を担当しています。

1995年に台湾拠点を設立する前は、台湾のお客様に対する各種サービス業務は、台湾の代理店を通じ、日本から数名のエンジニアが長期出張する形で対応してきました。しかし1995年までにニコンは台湾で累計100台近くのステッパーを販売しており、今後も台湾でのステッパーの需要及び付随するサービス業務の需要が拡大すると見込まれたため、台湾のお客様により緊密かつ質の高いサービスを提供するために、台湾にサービス拠点を設立しました。現在は竹北(新竹県)と台南にオフィスを構えています。

ニコンは1980年に日本で初めてステッパーを開発して以来、現在までに全世界で累計7,000台以上のステッパーを販売しています。メインである半導体用ステッパーに加え、ここ数年、液晶用ステッパー

の販売台数も着実に増加しています。台湾でも1990年代末以前は、半導体用ステッパーの販売が中心でしたが、1990年代末以降、台湾液晶産業の発展に伴い液晶用ステッパーの販売も急速に拡大しており、ニコンの台湾におけるステッパーの累計販売台数は、半導体用が約450台、液晶用が約130台となっています。台湾液晶産業がまだ立ち上がってから4-5年足らずであり、当社が台湾に拠点を設立した際には、まだ液晶用ステッパーの需要は数える程しかなかったことを考えると、台湾における液晶用ステッパー市場はここ数年でほぼゼロの状況から急激に拡大したと言えます。

### 光学技術の強みを生かし 半導体回路パターンの微細化に対応

現在、最先端の半導体製造では、半導体デバイスの集積度の向上に伴い、回路パターンの線幅の微細化要求が高まっています。国際半導体技術ロードマップITRS2002によると、2004年には回路パターンの線幅は現在の130nm(ナノメートル:10億分の1メートル)から90nmにまで縮小されると計画されており、次世代の半導体用ステッパーにはこの回路パターン微細化への対応が要求されています。

## 日本企業から見た台湾

また、半導体用ステッパーは回路パターン微細化だけでなく、シリコンウェハーの大口径化への対応も必要です。昨今、多くの半導体メーカーは生産性の向上を目的に、現在主流の200ミリ(8インチ)サイズから300ミリ(12インチ)にシフトしつつあり、台湾でも300ミリ対応工場が立ち上がりつつありますので、半導体用ステッパーも300ミリサイズに対応可能な機能が要求されます。

更に液晶パネル製造の分野においても、半導体製造の分野と同様、生産性向上のためにガラス基板の大型化が進められています。台湾の液晶パネルメーカーは既に第5世代(1,100×1,300ミリ)サイズの工場を稼働させており、更に第6世代(1,400×1,600ミリ)の投資計画も打ち出していますので、液晶用ステッパーも基板の大型化への対応が不可欠です。

このような回路パターンの微細化や基板の大型化等の最先端技術に対応するためには、ステッパーのレンズや光源の性能向上のみならず、回路パターンの転写を繰り返す際にパターンに転写ズレが生じないように行う位置合わせ(アライメント)の精度向上も重要です。ニコンでは光学技術や精密技術という従来からの強みに、アライメントに必要な制御技術を組み合わせ、半導体及び液晶パネル製造の最先端技術に対応するステッパーを開発しています。

### 「ビフォーサービス」で 顧客の生産性向上をサポート

ニコンが開発する最先端のステッパーに対応するサービスを台湾のお客様に提供するために、台湾尼康精機としても常に最先端技術にキャッチアップしていく必要があります。そこで当社では技術及びノウハウの移転を迅速に行うため、日本本社から約20人のエンジニアを台湾に派遣し、技術レベルの向上に努めています。

当社が台湾のお客様に提供するサービスは、装置が故障した後に修理する「アフターサービス」にとどまりません。故障を未然に防ぐために必要なメン

テナンスサービスやお客様の生産性向上を実現するための各種サービスも、当社が台湾のお客様に提供するサービス業務の重要な一環です。当社ではこれら「壊れる前のサービス」を「壊れた後のサービス」のイメージに近い「アフターサービス」に対比させて「ビフォーサービス」と呼んでいます。今後、半導体製造装置メーカーは「アフターサービス」だけでなく「ビフォーサービス」の分野で差別化を計る必要があると考えています。

### 中華圏でグローバル化する台湾企業に 統合的なサービスを提供

ニコンはアジアにおいて、台湾の他に韓国・シンガポール・上海にステッパーのサービス拠点を設置しています。この内、シンガポール拠点は2000年に設立しましたが、今年3月からは私がシンガポール拠点の代表を兼任しています。シンガポールには台湾を代表するファウンドリーであるUMC等も進出していますので、今後は技術者の交流や部品在庫の共有など、台湾拠点との関係強化を進めていきたいと考えています。

また中国上海にも、今年1月にサービス拠点を開設しました。これは近年、上海周辺には新規半導体メーカーも進出し、上海を中心に半導体産業が拡大しつつあるため、ニコンとしてサービス拠点の設置が必要と判断したためです。現在、台湾の半導体メーカーの中には台湾国内に12インチ対応工場の建設を進める一方、8インチに関しては中国での生産拠点設置を準備しているところもあります。このように当社のお客様である台湾企業が中華圏でのグローバル化を進展させているので、当社としてもこれに対応するために、台湾と中国を切り離して考えるのではなく、更にシンガポールも含めた広い中華圏をネットワークでつなぐ統合的なサービスを提供していきたいと考えています。

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 (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	
1994年	5,817	6.54	5.85	1,630,717	395,789	93,049	85,349	7,700	2.17	4.09	26.24	0.2644	6,253
1995年	7,237	6.42	4.46	2,925,340	572,818	111,659	103,550	8,109	7.37	3.68	27.27	0.2650	5,544
1996年	7,678	6.10	2.40	2,460,836	545,776	115,942	102,370	13,572	-1.00	3.07	27.49	0.2370	5,808
1997年	8,191	6.68	8.69	4,266,629	854,103	122,081	114,425	7,656	-0.46	0.90	32.64	0.2512	8,411
1998年	8,565	4.57	2.36	3,738,758	535,371	110,582	104,665	5,917	0.60	1.69	32.22	0.2797	7,738
1999年	9,030	5.42	8.13	4,231,404	508,434	121,591	110,690	10,901	-4.55	0.17	31.40	0.3076	7,427
2000年	9,559	5.86	7.96	7,607,739	730,323	148,321	140,011	8,310	1.82	1.26	32.99	0.2871	7,847
2001年	9,350	-2.18	-7.98	5,128,529	684,722	122,866	107,237	15,629	-1.34	-0.01	35.00	0.2662	4,907
2002年	9,686	3.59	7.45	3,271,747	608,104	130,597	112,530	18,067	0.05	-0.20	34.75	0.2911	5,246
1月			12.77	358,092	20,753	9,683	7,352	2,331	-3.63	-1.68	34.98	0.2631	5,737
2月	2,363	0.94	-12.89	206,256	38,900	8,043	6,522	1,521	-2.11	1.41	35.11	0.2622	5,748
3月			1.07	193,270	34,416	11,447	10,160	1,287	-0.42	0.01	35.00	0.2637	6,058
4月			8.46	173,809	11,623	10,858	9,740	1,118	0.46	0.21	34.72	0.2713	6,259
5月	2,352	3.67	10.78	351,201	135,607	11,040	9,435	1,605	0.28	-0.26	34.15	0.2755	5,709
6月			8.51	205,331	23,831	11,225	9,616	1,609	-1.36	0.10	33.56	0.2815	5,429
7月			12.57	351,567	56,834	11,142	10,637	505	-1.92	0.41	33.76	0.2818	5,146
8月	2,456	5.21	7.03	212,025	54,041	10,888	9,100	1,788	-0.78	-0.28	34.25	0.2903	4,842
9月			13.18	221,197	12,827	11,252	10,550	702	0.49	-0.77	34.92	0.2867	4,462
10月			7.98	410,484	145,007	11,483	10,191	1,292	2.16	-1.70	34.76	0.2838	4,272
11月	2,515	4.52	8.87	315,749	43,444	11,902	9,342	2,560	3.10	-0.57	34.81	0.2843	4,676
12月			11.77	272,766	30,821	11,636	9,885	1,751	4.65	0.76	34.75	0.2911	4,621
2003年 1月			8.64	210,283	25,688	10,060	9,492	568	4.33	1.10	34.70	0.2911	4,890
2月	2,446	3.53	10.50	81,580	3,981	9,825	8,408	1,417	5.40	-1.52	34.75	0.2951	4,586
3月			1.78	308,287	7,835	12,613	10,915	1,698	4.92	-0.18	34.75	0.2920	4,449
4月			-0.10	139,491	29,114	11,458	10,426	1,0331	2.04	-0.11	34.85	0.2917	4,450
5月	2,350	-0.08	-3.81	261,382	26,943	11,261	9,510	1,751	1.43	0.32	34.71	0.2926	4,319
6月			2.11	165,825	12,135	11,608	10,299	1,309	1.43	-0.42	34.61	0.2995	4,370

出所：中華民国行政院主計処、經濟部統計処

インフォメーション・コーナー 「WPC EXPO 2003」

概要

アジア最大のデジタル総合展 WPC EXPOは2003年9月17日から20日までの4日間、幕張メッセで開催される。今年のテーマは“ビジネスが広がる、生活が変わる”。台湾企業41社、70ブースが出展する「台湾パビリオン」の展示会場は6ホールで、ハードウェア（デスクトップシステム、ノートブックPC、無線デバイス、PDAオプティカルデバイス、スキャナ、デジカメなど）及びソフトウェア（ビジネスアプリケーション、データウェアハウジング、翻訳、ネットワークマネジメント、教育ソフト、ゲーム、セキュリティなど）の関連製品を展示予定。来場予定者数は30万人。入場料は2000円（事前登録の場合は無料）  
公式ホームページ：<http://expo.nikkeibp.co.jp/wpc/ja/>

日時/会場

開催日時：2003年9月17日（水）～2003年9月20日（土）  
入場時間：午前10時～午後6時 最終日は午後5時終了  
会場：日本コンベンションセンター（幕張メッセ）

主催

日経BP社

台湾製品商談会

日時：9月18日（木）午前11:00～午後5:00  
場所：日本コンベンションセンター 国際会議場101号室（費用は無料）  
内容：(1) PC DIY(自作パソコンパーツ)、(2) Network & Security、(3) 高速接続フォーラム HSC(Hi-Speed Connection)の3つのセッションで商談会を実施。また、会場ではCOMPUTEX TAIPEI(台北国際コンピュータ展 9/22-9/26)に先立ち、「COMPUTEX TAIPEI 日本版公式ガイドブック」を提供する。

台湾出展ブース  
問合せ先

台北市コンピュータ同業協会 (TCA)  
ホームページ：<http://www.ippc.com.tw/wpc2003/wpcdefault.asp> E-MAIL：[info@home.ippc.com.tw](mailto:info@home.ippc.com.tw)  
台北事務所 林明郁（日本語可） TEL：+886-2-2576-2021 FAX：+886-2-2577-4249  
東京事務所 吉村 章 TEL：03-3299-8813 FAX：03-3299-8815

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：林佩燕 ext. 222(日本語可) / 林貝真 ext. 216(日本語可)

野村総合研究所  
台北支店

台北市敦化北路168号13F-E室 TEL: 886-2-2718-7620 / FAX: 886-2-2718-7621  
担当：野中利明 ext. 22 / 八ツ井琢磨 ext. 26 / 吳悅榮 ext. 23 / 陳詩婷 ext. 21

野村総合研究所  
国際本部

〒100-0004東京都千代田区  
大手町2-2-1新大手町ビル5F TEL: 03-5255-9305(直通) / FAX: 03-5255-1870  
担当：山田敦子

●ジャパンデスク専用 E-mail:[japandesk@nri.co.jp](mailto: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。