



# 中華民國 台灣投資通信

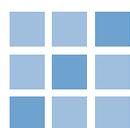
発行：中華民國 經濟部 投資業務処 編集：野村総合研究所 台北支店

April 2004

vol. 104

今月のトピックス  
 新竹バイオメディカルサイエンスパーク  
 飛躍する台湾産業  
 台湾の通信産業(2)  
 台湾進出ガイド  
 日本と台湾のIT技術者試験に関する相互認証

日本企業から見た台湾  
 ~安心食品サービス(股)福光昭夫副総経理インタビュー~  
 台北を中心に80店舗のモスバーガーを展開  
 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】

### 新竹バイオメディカルサイエンスパーク

台湾行政院の発表によると、新竹高速鉄道特定区の産業専用区画38.3ヘクタールを利用して「新竹バイオメディカルサイエンスパーク」を開設し、癌、心臓血管疾病、ワクチン、新種の病気、医療機材とバイオ・医学・光学等の関連領域を発展させる。これにより、台湾でバイオ医学の集積効果が期待されている。

#### バイオメディカルサイエンスパークの概要

2月末に新竹バイオメディカルサイエンスパークにおいてモニュメント設置のセレモニーが開催された。正式な工事は早くとも2005年にスタートし、2006年末に病院部分の工事が完了する予定である。このバイオパークは癌、心臓血管疾病、ワクチンをはじめ、「遺伝子医学とファンクショナル・ジェノミクス(Functional Genomics)」、「遺伝子治療」、「ナノバイオテクノロジーとナノ治療」等、今後発展が期待される最新分野についても研究開発の準備を行う。パーク内には医学研究センターを建設し、併せて産・官・学のリソースを共有した研究開発用の実験施設を設けることで、今後の医療とバイオテクノロジーの共同研究開発を推し進める中心施設となることが期待されている。

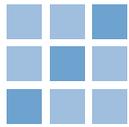
新竹バイオメディカルサイエンスパークの用地

予算は、83億33百万新台湾ドルに上る。医学センター地区、研究開発育成地区、公共施設等を含む園區の開発総費用は、133億新台湾ドルに上り、教育部(台湾大学病院)、衛生署、中央研究院、国家科学委員会、經濟部、ならびに関係大学、研究単位と民間開発会社とその調達に当たる。

新竹バイオメディカルサイエンスパークは、行政院国家科学委員会と台湾大学病院とが主導する。高速鉄道の5駅に設けられた特定区の中で、最も早期に建設計画が策定され、着手されたのも最も早いプロジェクトである。地方政府も全面的な支持と推進の役割を果たしている。

#### 民間投資の導入と将来の展望

今後の新竹バイオメディカルサイエンスパークは、政府と民間の共同投資で運営管理を推進する。そ



の中で、政府の代表として、国家科学委員会と台湾大学付属病院等が、初期投資の規模となる約90億新台幣ドルを負担する。その他、将来はバイオテクノロジー企業の入居が期待されている。すでに日本やヨーロッパ等の投資家も新竹バイオパークには大きな関心を表明しており、現在、政府は国内外の投資家による民間投資を積極的に検討している。

台湾大学付属病院が新竹バイオパーク計画の主導的役割を果たしているものの、将来は台湾大学以外にも、交通大学・清華大学及び陽明大学等の大学にも開発チームに加入してもらい、バイオエレクトロニクス、バイオインフォメーション、バ

イオマシン、バイオテクノロジー等を結合させることで、台湾の健康産業の発展を促す。

新竹バイオメディカルサイエンスパークの周辺には、多くの台湾国内有名大学や専門学院等が相次いでバイオ医学関連学部の創設を続けており、パーク内に優秀な人材を提供できる。更に、台湾の工業技術研究院、国家衛生院等の研究機関もまたバイオと医学の領域に跨った研究を行っており、将来のバイオパークの研究に関連する資源や情報が有効的に統合されることが期待される。台湾政府は、今後、新竹バイオパークが、新竹地域周辺のハイテク技術産業と結び付いて、業界の統合と産業集積の効果が発揮されることを期待している。

(表一) 新竹地区研究施設の概要

地区	計画分類	名称	区位	産業概況
新竹地区	都市計画地区	新竹科学園区	新竹県寶山郷	開発済面積605ha。園区内では研究開発の態勢が整っており、IC産業関連の研究開発費用は277億元に上る。バイオテクノロジー関連産業の研究開発比率は26%。園区内の研究員数は1万人を超える。
竹北地区	都市計画地区	竹北工業区	新竹県竹北市	面積約177.92haの総合工業区である。電子機材、金属製品と機械設備製造業が主な産業。本工業区は、新竹科学園区との関連が深く、製品パッケージング業務等の労働集約型の産業が多い。
		新埔工業区	新竹県新埔鎮	面積約20ha。統一性をもった工業区。各工場の規模は、竹北、竹東、湖口や新豊には及ばない。食品製造業、紡績業、縫製・服飾製造業とゴム製品製造業が主な産業。
	非都市土地	新竹工業区 新竹拡大 (湖口)工業区	新竹県湖口郷	面積483ha。統一性を持った工業区。開発初期は、製菓業、伝統産業のパーツ工場等が多かったが、現在は、金属機械、電子、プラスチック加工業が主体となり、最近はハイテク工業区への転換を遂げつつある。
竹東地区	都市計画地区	竹東工業区	新竹県竹東鎮	非金属鉱物製品の製造が主体。
		竹東(二重、三重)工業区	新竹県竹東鎮	サイエンスパークに隣接し、徐々に発展を遂げている。

出所) NRI整理

飛躍する台湾産業



## 台湾の通信産業(2)

世界的なブロードバンドネットワークと無線LAN(WLAN)市場が持続的な成長を続けるなかで、台湾の情報通信産業は品質・製造コスト面での高い競争力を誇り、台湾企業はインターネット関連製品の国際市場において、非常に優勢な地位を占めている。台湾の通信機器産業は、家庭用端末設備(電話機、FAXやアナログモデムなど)から始まり、LAN製品(インターネットカード、集線器、交換器、SOHOルーター等)、ブロードバンド機器(xDSL、モデム、IP DSLAM等)へと発展をとげている。旧来の有線通信設備製造業も、積極的に関連商品を開拓し、インターネット関連の多様な製品を扱うようになってきている。台湾の通信設備各社は、WLAN、DSLやCable等のブロードバンド市場に積極的な展開をし、一方、ブロードバンド通信業者もWLAN市場への参入を重要な戦略の一つと捕らえている。今回は、台湾のインターネット関連企業のうち、合勤科技(ZyXEL)、建漢科技(Cyber TAN)、友訊科技(D-Link)の3社を紹介する。

### 合勤科技

**ZyXEL**

各種技術・商品を統合し  
多様なソリューションを提供

合勤科技は1989年設立、当初は自社ブランド商品「ZyXEL」の販売を行っていたが、インターネット通信産業の急速な変化への適応を繰り返し、主力の商品も初期のモデムから、ISDN用ターミナルアダプター、ルーター、現在のブロードバンド接続設備へと変化、世界の小型ルーター市場で商品構成のもっとも整ったメーカーの一つとなっている。ここ数年、ヨーロッパのルーター市場での同社シェアは、シスコ(CISCO)に次いで安定的に2位を確保、世界市場でのシェアも常に3位以内に入っている。中でもDSLルーターは世界1位となっている。

合勤科技の現在の製品は、売上の80%を占めるOBM(自社ブランド)商品を主力とし、残る20%は電信会社向けODM商品の売上となっている。販売先は、ヨーロッパ市場が最大で約55%、次いでアジア30%、米国市場約15%となっている。主要な製品内訳は順に、xDSLブロードバンド製品50%、

ブロードバンド交換器30%、無線ブロードバンド8%、ファイアーウォール7%、ISDNルーター5%等。合勤科技は有線通信ソリューションの他、無線通信分野にも進出しており、電信業者、ISP業者、各国政府・銀行や各種企業、SOHO等が顧客となっている。

合勤科技の企業文化の核心は「クリエイティブ・マインド」で、インターネット接続関連設備メーカーでありながら、研究開発投資にも大きな考慮を払っている。開発技術者は全技術者の31%に達し、毎年売上高の5%が研究開発費に投入されている。合勤科技は、これまでに開発してきた様々な商品構成、ソフトの開発及び累積技術を活用し、今後、広域ネットワークと域内ネットワーク製品を統合し、より多様で効率的なソリューションを提供することを考えている。今後の開発においては、ネットワーク(IP Routing)、無線LAN及びLAN、ブロードバンド接続、ネットワークセキュリティ(IP Tool)等の統合を大きな方向性に定めている。

### 建漢科技



デジタルホーム(Home Networking)を  
全発展の主軸に

無線LAN(WLAN)とルータ(Router)一体化の趨勢から、1998年の設立で台湾最大のSOHO

Routerメーカーである建漢科技は、2002年に無線設備大手メーカーの宇太網訊を合併し、台湾の3大インターネット設備メーカーの1社となっている。同社の拠点には500名を越す台湾人スタッフを抱え、



うち、研究開発に従事する高級技術者だけで200名に達する。

現在、台湾新竹の本社の他、湖口（新竹県）工場を持つほか、中国大陸にも、同社の85%の生産能力を誇る東莞工場、広州の研究開発チームを有する。また大陸市場の発展に備え、近く北京オフィスを開設し、来年には上海に研究開発と生産の機能を併せ持つオペレーションセンターを設立する。建漢科技は、無線/無線ブロードバンド/ADSL無線/VPN/Firewallルータ、無線CPE、無線AP、イーサネットカード等のLANとWANの一体化に関連した一連の商品を主要な販売品目としている。同社の世界市場シェアはSOHO Routerで38%、SOHO WLANで26%に上る。同社の中心顧客は

海外OEM/ODM委託先メーカーであるため、主な製品販売地域も国外となり、内80%近くが北米向けである。ODM先のブランドによってではあるが、北米のSOHOブロードバンドRouter市場の50%を占め、市場占有率は第1位。日本を主とするアジア市場では12%、欧州では9%の市場占有率を誇る。

同社は、デジタルホーム（Home Networking）を今後の発展の軸とし、家庭のインターネット経路（Home PC Networks）と、家庭用娯楽機器（TV、DVD player等CE商品）、家庭用コントロール機器（Energy, AC, Security）等を連携させ、Wireless communicationsによるデジタルホームの実現を目標としている。

## 友訊科技 **D-Link** 設計と製造業務を分離して、 ブランド強化に注力

同社は1987年に設立、当時から自社ブランド「D-Link」で世界のインターネット関連商品市場に参入。台湾のインターネット設備関連企業の中で最も早期に上場を果たした。現在「D-Link」ブランドは、世界42カ国で販売され、世界中に87のオフィスを構える。米国を除くと世界最大のインターネットブランド。

友訊科技はグローバル市場を4つの区域に分けている。北米市場が最も多く39%、アジア地区がそれに次ぎ22%、大中華地区が17%をしめる。取り扱い製品構成は関連分野の大勢をカバーし、最主力商品である無線LAN製品が約34%、次いでブロードバンド製品、交換器が各24%、23%、その他は家庭用インターネット設備、ファイアウォール等のセキュリティ関連商品となっている。D-Linkの無線LAN製品は世界第2位にランクされ、ハイスピード交換器は世界第1位。

2003年の友訊科技の自社ブランド製品及び委託加工（OEM等）の売上比率は、それぞれ72%と28%。2004年1月1日より自社ブランドから委託加工部門を分社し、研究開発及び製造・サービスを行う明泰（Alpha）社を設立した。同社は、極力、友訊科技社の色彩を薄め、一層の委託加工契約獲得を目指す。分社後の友訊科技社は、自社ブランド経営に専念し、今後、より弾力的な部品調達を行う計画。

同社は十数年前に既に日本市場の開拓に着手し、現在はOEMを主としている。分社後は、D-Linkのブランド名で日本の消費マーケットへ算入することを望んでいる。まずデジタル家電（デジタルカメラやビデオ等）・無線LAN・無線ブロードバンド・家庭用ルーター（SOHO Router）等の商品で日本市場を開拓する。現在、日本国内での代理店を探しており、パートナーと共に日本市場で自社ブランドの確立を目論んでいる。

台灣進出ガイド



## 日本と台湾のIT技術者試験に関する相互認証

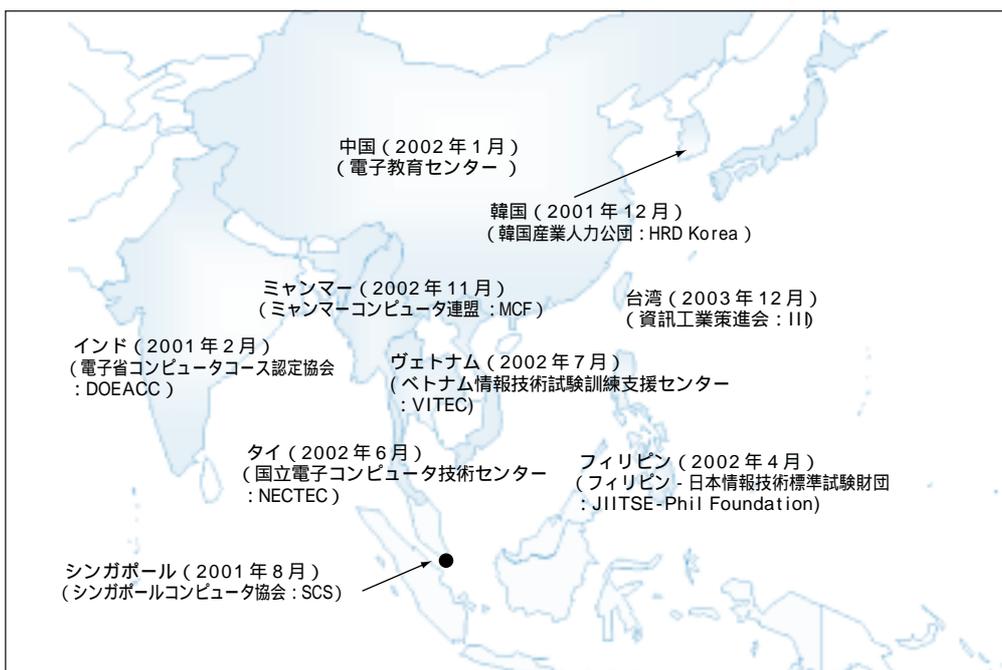
(財)資訊工業策進会は昨年12月2日、日本の(財)日本情報処理開発協会( 現在、独立行政法人 情報処理推進機構に組織変更 )との間で、IT技術者試験の相互認証に関する覚書(MOU)に調印した。これにより2002年に新設された台湾のIT技術者試験であるIT[ Information Technology Expert ]の「ソフトウェア設計」と、日本の情報処理技術者試験の「ソフトウェア開発技術者」のスキルが同等であると確認された。

(財)資訊工業策進会及びITEの実施機関である(財)中華民國電腦技能基金会は、今後も更に多くの試験項目に関して台日の相互認証が実現できるよう、日本側と交渉を続けていく予定である。

### 日本と台湾のIT技術者試験に関する相互認証

日本側主要資格	MOU 締結	台湾側主要資格
システムアナリスト	← MOU 締結 →	システム分析
ソフトウェア開発技術者		ソフトウェア設計
アプリケーションエンジニア		情報セキュリティー
テクニカルエンジニア(ネットワーク)		ネットワーク
テクニカルエンジニア(データベース)		データベース開発(3類)
プロジェクトマネージャー		プロジェクト管理
基本情報技術者		エンベデットシステム
初級システムアドミニストレーター		eラーニング
		デジタルコンテンツ

### 日本とアジア各国間の相互認証の締結状況



(出所)独立行政法人 情報処理推進機構

寄稿: (財)中華民國電腦技能基金会  
副秘書長 蕭佳賓

## 台北を中心に80店舗のモスバーガーを展開

台湾でモスバーガー(台湾名:摩斯漢堡)チェーンを展開する安心食品サービス(股)は、(株)モスフードサービスと台湾の大手電機メーカーである東元電機グループの合併会社として、1990年に設立された。ここ数年、台北を中心に新規出店を加速させており、2004年4月現在、直営形式で合計80店のモスバーガーを展開している。今回は台湾駐在が8年となる安心食品サービスの福光昭夫副総経理に、当社の台湾進出の背景や多店舗展開の現状などについてお話をうかがった。

安心食品サービス(股)  
福光昭夫副総経理



### 東元電機グループと合併で台湾に進出

安心食品サービス(股)は、(株)モスフードサービスと台湾の大手電機メーカーである東元電機グループの合併会社として、1990年に設立しました。1991年には台北県樹林に食材加工を担当するモスフード・インダストリーを設立しています。現在、社員数は正社員が約300名、アルバイトが約1,000名です。私は1992年から2年半台湾に、その後3年半上海に駐在した後、1999年から再び台湾に駐在しており、台湾における駐在は8年目になります。

東元電機グループとの合併で台湾に進出したのは、モスバーガーの創業者の故櫻田慧と東元電機総裁の黄茂雄氏との間に個人的なつながりがあったことがきっかけです。出資比率は約3:7で東元電機側がマジョリティーですが、先方にはモスバーガーの理念を尊重していただいております。合併はうまく行っています。東元電機グループはロイヤルホストとも提携しており、1Fがモスバーガー、2Fがロイヤルホストという複合店を、既に台北に2店舗開設しています。

### 台北を中心に80店のモスバーガーを展開

現在、台湾では台北を中心に合計80店のモスバーガーを展開しています。これまで主に台北地域に出店してきたのは、まず台北を中心に台湾でのモスバーガーの認知度を高めていきたいと考えたからです。また中南部は北部に比べて消費力が落ちること、物流や管理が難しいことも、北部中心に店舗展開をしてきた原因です。しかし、2年前からは台中や台南など中南部の地域にも本格的に出店を開始しました。

立地開発に関しては、台湾の状況は日本とは大分異なるため、当初はとても苦労しました。通常、日本の商圈は駅周辺に広がっていますが、バイクによる移動が中心の台湾では商圈が大きく、集客力のある場所は分散しています。そこで台湾での立地に関しては、車やバイクで移動した時に発見できる「注視性」を重視しています。またかつては日本と同様、路地裏の小型店舗(20-30坪)を中心としたいわば「路地裏戦略」を採用していましたが、現在は台湾では40-60坪規模の店舗の出店が主流となっています。

台湾での出店はこれまですべて直営形式で、フラ

## 日本企業から見た台湾

ンチャイズはありません。日本では合計 1,500 店舗のうち 9 割がフランチャイズですが、台湾では今後も直営でいきたいと考えています。また将来フランチャイズを行う場合でも、従業員への「のれん分け」のような形での展開を想定しています。

### 「焼肉ライスバーガーのモスバーガー」として定着

台湾での商品構成の特徴として、ライスバーガーを充実させていることが挙げられます。日本ではライスバーガーは 3 種類しか販売しておらず、売上全体に占める比率も 4 % 程度ですが、台湾では 6 種類(海鮮かきあげ、きんぴら、しょうが焼き、焼肉、えび、こんにゃく)を販売しており、売上全体の約 23% を占めます。特に焼肉ライスバーガーは大変好評で、「モスバーガーと言えば焼肉ライスバーガー」として台湾の消費者に定着しつつあります。

モスバーガーは「食を通じて人を幸せにすること」を企業ポリシーとしており、台湾でも、「おいしさ」、「安心」、「安全」、「健康」にこだわった商品を提供しています。例えば、一般のファストフードで使用される野菜は、工場ですべて洗い、真空パックしたものを各店舗に配送していることが多いのですが、モスバーガーでは野菜は店で一つひとつ洗っています。もちろん、それだけ手間がかかりますが、真空パックのレタスなどと比べると、新鮮でシャキッとした食感の差は歴然としています。

またお客様に出来たての一番おいしい状態で商品を召し上がっていただくために、商品は作り置きしないで注文を受けてから作る「アフターオーダー」方式もモスバーガーの特徴です。その他、清潔な厨房で調理していることをお客様に見ていただくため、各店舗の厨房はすべてオープンキッチンにしています。もちろん「おいしさ」、「安心」、「安全」

「健康」にこだわった商品を提供するためには、食材原価率が高くなること、商品提供時間が長くなることなどのデメリットもあります。しかし他のファストフードとは異なるモスバーガーのこだわりが、ここ数年、台湾でもだいぶ受け入れられるようになってきました。

### 核心的価値は守り、ローカルテイストに合わせる工夫も

一般的に、台湾では日本の商品が広く受け入れられており、モスバーガーも日本のヒット商品を台湾に投入するケースが少なくありません。しかしそれでも台湾消費者のテイストに合わせる工夫は不可欠です。例えば、朝食メニューのベーコンエッグバーガーは、日本的な感覚では、ベーコン、卵、レタスにケチャップという組み合わせですが、台湾ではケチャップの代わりにピーナツバターを使用しており、これがとても好評です。

当社では「この部分を崩したらモスバーガーがモスバーガーでなくなってしまう」という核心的な部分を除いて、その他は現地化することも必要と考えています。つまりモスバーガーにとって「おいしさ」、「安心」、「安全」、「健康」等は絶対に守らなければならない核心的価値ですが、それ以外の部分は必ずしも日本のものをそのまま持ってくる必要はないと考えています。

台湾のモスバーガーでも、台湾消費者のテイストに合ったおいしい商品と真心のサービスで、地域のお客様に深く愛される店作りを続け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	
2000年	9,559	5.86	8.06	7,607,739	730,323	148,321	140,011	8,310	1.82	1.26	32.99	0.2886	7,847
2001年	9,350	-2.18	-8.36	5,128,529	684,722	122,866	107,237	15,629	-1.34	-0.01	35.00	0.2667	4,907
2002年	9,686	3.59	9.35	3,271,747	608,104	130,597	112,530	18,067	0.05	-0.20	34.75	0.2930	5,225
2003年	10,000	3.24	7.44	3,575,656	725,686	144,180	127,249	16,931	2.48	-0.28	33.98	0.3179	5,161
1月				210,283	25,688	10,059	9,492	567	4.49	1.10	34.70	0.2925	4,890
2月	2,446	3.53	9.89	81,580	3,981	9,825	8,408	1,417	5.58	-1.52	34.75	0.2971	4,585
3月			4.44	308,287	7,835	12,613	10,915	1,697	5.14	-0.18	34.75	0.2919	4,449
4月			3.35	139,491	29,114	11,457	10,426	1,031	2.68	-0.01	34.85	0.2918	4,449
5月	2,350	-0.08	-1.39	261,382	26,943	11,260	9,510	1,750	2.03	0.32	34.71	0.2926	4,319
6月			2.74	165,825	12,135	11,596	10,297	1,300	1.94	-0.55	34.61	0.2892	4,869
7月			6.07	347,701	17,380	11,629	10,366	1,263	2.47	-0.98	34.42	0.2863	5,287
8月	2,559	4.18	6.00	348,284	39,454	12,290	10,396	1,895	2.19	-0.59	34.17	0.2917	5,446
9月			8.97	323,450	46,851	12,548	10,978	1,569	0.65	-0.21	33.78	0.3051	5,679
10月			11.54	270,068	63,862	13,091	10,892	2,199	0.00	-0.06	33.98	0.3119	5,939
11月	2,645	5.17	9.98	523,995	352,950	13,796	12,381	1,414	1.18	-0.46	34.21	0.3127	5,951
2004年			18.46	595,310	99,493	14,015	13,187	828	1.57	-0.05	33.98	0.3179	5,853
1月			0.06	180,349	9,357	11,822	10,576	1,246	2.41	0.01	33.39	0.3150	6,236
2月			29.04	174,155	12,010	13,225	13,153	72	2.09	0.64	33.37	0.3057	6,514

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

FPD台湾2004

概要

6月9日から12日までの4日間、台北世界貿易センターにて2004 International FPD Technology Fair 2004(FPD TAIWAN 2004)が開催される。本フェアでは、最先端のFPD関連の製品・部品や技術が展示されるほか、各国のFPDメーカーの台湾でのビジネスパートナー発掘を支援し、台湾FPD産業のよりグローバルな発展を促すことを目的とするディスプレイ産業交流会も開催される予定です。  
 詳しい内容はFPD台湾2004のオフィシャルホームページをご覧ください。  
<http://www.fpdtaiwan.org.tw/>(英語と中国語のみ)

日時

2004年6月9日-11日(火-金) AM9:00-PM17:00  
 2004年6月12日(土) AM9:00-PM16:00

展示会場

台北世界貿易センター 一号館

主催

台湾經濟部工業局 CIPO (Color Imaging Industry Promotion Office)  
 米商斯麥半導體設備材料有限公司 (SEMI)

問合せ

羅鈺茹 Marble Lo(日本語可)  
 Tel: +886-2-25432268 ext:24  
 E-mail: marble@itri.org.tw  
<http://www.display.org.tw/Japan/index.j> (日本語版)

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: 海老名宏明 ext. 22 / 八ツ井琢磨 ext. 26 / 褚炫初 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

●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。