



November 2008

vol. 159

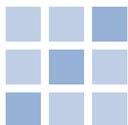
今月のトピックス

「在台日本企業事業活動に関するアンケート調査(2008年)」結果概要
 飛躍する台湾産業
 自動認識産業(3)
 特報
 2008年台湾ビジネス・アライアンス会議の実施結果報告

台湾トップ企業

~美利達工業(股)有限公司
 鄭文祥 副總經理インタビュー~
 台湾を拠点にグローバルに展開する美利達工業
 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】



「在台日本企業事業活動に関するアンケート調査(2008年)」結果概要

ジャパンスクは日本企業の台湾における事業の位置付けと、近年の環境変化に対する対応を理解することを目的として、2008年6月中旬から7月中旬に在台湾日本企業1,119社に対して郵送によるアンケート調査を実施した。本アンケート調査には251社からご回答をいただき、回収率は22.4%であった。今月号と来月号では、本アンケート調査の結果概要について紹介する。

なお、業務ご多忙の折、本アンケートにご協力いただいた日本企業の皆様に、心より御礼申し上げたい。

1. 回答企業の概要

< 回答企業の業種別比率 >

本アンケートの回答企業251社の概要に関しては(図表1) 154社が製造業、97社が非製造業であり、業種別では商業が50社(全回答企業の19.9%)と最も多く、次いで化学の28社(同11.2%)電子部品・デバイス27社(同10.8%)となっている。

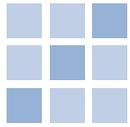
< 設立形態 >

設立形態に関しては製造業、非製造業とも「日本企業100%出資の現地法人」及び「台湾との合弁(日本側出資比率50%以上)」の2種類の設立形態立が主要で、合わせると196社(全回答企業の78.1%)となっている。

図表1：回答企業の概要

製造業	回答数(社)	製造業比率(N = 154)	全体比率(N = 251)
食料品	10	6.5%	4.0%
繊維	5	1.9%	1.2%
パルプ・紙	0	0.0%	0.0%
化学	28	18.2%	11.2%
ゴム	1	0.6%	0.4%
窯業・土石製品	4	2.6%	1.6%
鉄鋼	0	0.0%	0.0%
金属製品	11	7.1%	4.4%
一般機器	13	8.4%	5.2%
電気機器	17	11.0%	6.8%
電子部品・デバイス	27	17.5%	10.8%
輸送用機器	19	12.3%	7.6%
精密機器	2	1.3%	0.8%
その他製造業	19	12.3%	7.6%
製造業合計	154	100.00%	61.4%

非製造業	回答数(社)	非製造業比率(N = 97)	全体比率(N = 251)
建設	11	11.3%	4.4%
運輸	13	13.4%	5.2%
通信	1	1.0%	0.4%
商業	50	51.5%	19.9%
金融・保険	7	7.2%	2.8%
不動産	0	0.0%	0.0%
情報サービス	2	2.1%	0.8%
その他サービス	13	13.4%	5.2%
非製造業合計	97	100.0%	38.6%



【 今月のトピックス 】
「在台日本企業事業活動に関する
アンケート調査(2008年)」結果概要

< 活動年数 >

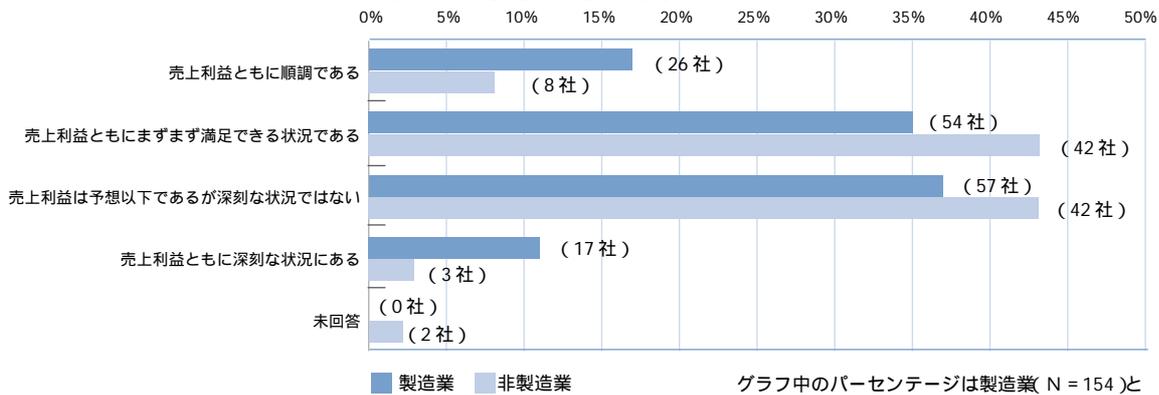
台湾での活動年数について、製造業、非製造業とも「20年以上」が最も多い(121社、全回答企業の48.2%)、次いで、「10年以上20年未満」(75社、同29.9%)の企業が多かった。

2. 台湾拠点の活動の現状

< 台湾拠点の経営現状 >

現状の経営状況に関して(図表2)、「売上利益ともに順調である」を選択した企業(34社、全回答企業の13.5%)と「売上利益ともにまずまず満足できる状況である」を選択した企業(96社、同38.2%)を合わせると、半数以上の日本企業が現在台湾における経営状況に満足しているとの結果になった。

図表2：台湾拠点の経営状況

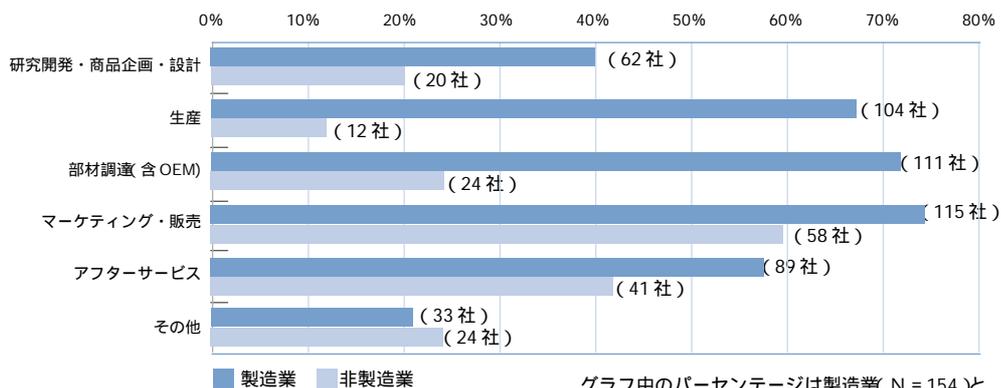


3. 台湾における業務内容

< 台湾拠点の業務内容 >

日本企業の台湾拠点における業務内容に関しては(図表3)「マーケティング・販売」を選択した企業が最も多く、7割近い173社(全回答企業の68.9%)となっている。その他、「部品調達(含むOEM)」が135社(同53.8%)、「アフターサービス」が130社(同51.8%)と、それぞれ5割以上の企業が選択している。また、「研究開発・商品企画・設計」と選択した企業も82社(同32.7%)と3割以上占める。日本企業が台湾での業務範囲が広範に及んでいることが理解できる。

図表3：台湾拠点の営業内容



(次回に続く)

飛躍する台湾産業



自動認識産業(3)

今回本コーナーで紹介する自動認識装置は身近な生活の様々なシーンで利用されている欠かせない製品である。例えばコンビニや量販店の会計時に使われるバーコードのスキナー、宅配便の配達員が配達の際に使う物品管理用のターミナルなどが自動認識装置と言われるものである。これらの装置の多くは現在中国大陸で生産されているが、実はその開発、設計や試作、一部高機能機器の生産は多く台湾で行われているのだ。今月は業界団体と台湾の関連企業へのインタビューを行い、台湾の自動認識装置産業の現状と今後の展開を紹介したい。

世界大手メーカーは台湾をODM先として活用

自動認識装置業界は、グローバルで欧米のブランドが主要プレイヤーとなっている。米モトローラ社が買収した Symbol ブランドのシェアが最も高く、次いで Intermec や Honeywell といったブランド(表1)が大手と言われている。日本企業では自動車部品メーカーのデンソーが世界でもシェア上位に入っている。実はこれらの自動認識装置ブランドの複数社は台湾企業を OEM(相手先ブランドによる製造)や ODM(相手先ブランドによる開発・製造)先として活用している。

過去ではバーコードスキナーの生産委託が台湾企業に託されたが、現在そのほとんどは中国にある台湾企業が委託生産している。一方で、技術レベルが高いハンディターミナル(在庫管理等に使われる端末)に関しては、台湾で ODM されるケースが多い。グローバル大手メーカーにとって、台湾はハイレベル製品の設計・開発能力を有すると位置づけられているのである。

表1 世界における自動認識装置大手メーカー上位

順位	企業名
1	Motorola (Symbol)
2	Intermec
3	Honeywell (Hand Held Product + Metrologic)
4	Psion
5	Denso

出所：VDC Research、各種ヒアリング

台湾の自主ブランドも成長している

台湾の大手自動認識装置メーカーに、精技電腦(Unitech Computer)、欣技科技(Cipher Lab)の2社がある。この2社は世界の手メーカーからの ODM を受注するほか、自社ブランドも開発している。

精技電腦(Unitech Computer)は上場企業で、

長年に台湾で IT 製品(ノート PC、ネットワーク機器、作図装置等)の販売事業を営み、台湾国内の IT 製品代理店第2位の位置づけでもある。一方、自社ブランドの産業用ターミナル(rugged mobile computers)の世界シェア9位(2.1%)を占めている(2006年米 VDC Research)。今年から同社は「自動資料収集商品事業群(ADC部門)」として精聯電子(Unitech Electronics)社を100%子会社として設立し、産業用ターミナル、バーコードスキナー、RFIDリーダなどの自動認識装置の R&D、生産、マーケティングを行う体制を整えた。

欣技科技(Cipher Lab)は、自動認識(AIDC: Automatic Identification and Data Capture)関連製品の研究開発、生産、マーケティングを専門に行う企業である。産業用モバイルコンピューターと自動認識スキナー(Hand-Held Scanner)をメイン製品としている。

欣技科技によると、現在同社の製品の多くは自社ブランドで、OEM や ODM は2割程度しか占めていないそうだ。台湾の大手パソコン OEM メーカー同様、自動認識産業においても台湾企業の自主ブランド発展の動きが見られる。今後の同社の製品戦略は多機能で、軽量化された産業用ハンディターミナルを中心に展開しようとしている。これらの製品は、スキャン、読み取り、データ分析、データ送信、在庫管理等様々な機能以外に、Windows OS ベースでもあるので、PDA としてインターネットを利用できる環境も整っている。

台湾企業の強み

上述のような台湾を取り巻く自動認識産業の現状から見ると、台湾企業は斬新的で精密なターミナルの OEM、ODM を行い、また自主ブランドを発展し世界での競争力を高めている段階にあると言える。



業界有識者によると、台湾の自動認識産業の強みはいくつか挙げられるようだ：開発に必要な高度な技術力、多品種少量を可能にする生産管理、優れた開発・生産人材、顧客対応の柔軟性、スピーディーな納期能力、オプトとソフト面に関するしっかりとした基盤と高く評価される実績である。

この中でも少量多品種は産業用ターミナルの特徴でもあるようだ。末端ユーザーはそれぞれターミナルを使用する目的や方法が違って来る。台湾企業はこれらユーザーの要求に従って、ユーザーごとに少し仕様を変えた製品を開発・生産できるのである。また、ODM、OEM企業として、顧客の要求にスピーディーに反応し、また顧客企業のロゴを付けることさえ問題がない、市場のニーズに応じて何でも調整できることが活用される強みなのであろう。

先進的な取組み

台湾の自動認識装置企業は現在、自動認識装置のアプリケーションに力を入れている。一般的な流通業、物流業、製造業の在庫管理や商品管理以外でも、多くの領域でそのアプリケーションが試みられている。例えば米大手市場調査会社と協力して行った「Home Scan Program」は、調査会社が選出したモニター（主婦）にターミナルを持たせ、スーパーで実際に購入した商品をスキャンしてもらい、商品情報をターミナル経由で調査会社へフィードバックすることで、消費者の購買トレンドを分析し、小売やメーカーに対するコンサルティングに活用しているようだ。

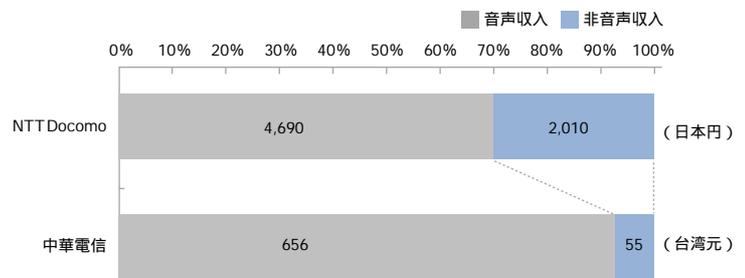
メキシコでも台湾企業のターミナルが活用されている。無線でデータ送信が出来る端末を用いて、宅配員がきちんと時間通りに宅配をしているかを物流事業者が観察するアプリケーションもあれば、長距離バスのきせる乗車や運転手の不正収入を防ぐために、無線通信以外に発券機能をつけたターミナルを開発し、乗車する人がきちんとその乗車区間のチケットを購入し、運転手もきちんとその区間のチケットを発券していることがセンターで把握できるソリューションを提供している。

モバイル分野への展開

高機能な自動認識装置には通信機能があるものも

あり、今後モバイル事業にも進出してくるのではないかと伺って見たが、量産型の携帯電話事業とはビジネスモデルが違い、興味はないようだ。逆に携帯電話端末業者が、携帯電話端末の認識機能を高度化させたいニーズがあるようだ。

図1 NTTドコモと中華電信2007年度携帯電話サービスの一人当たり月間電気通信事業収入



出所：2007年度各社有価証券報告書、業務統計月報

上図に示しているように、台湾では携帯電話の使われ方がまだ音声サービス中心で、非音声サービスはまだこれから普及するものと言われている。日本ではQRコード(2次元バーコード)を携帯で認識して、様々な情報提供を行うインフラが整っているが、台湾では全く普及していない。そのため、台湾のバーコード協会ともいえるGS1 TAIWANは現在QRコードを使ったモバイルコマースを積極的に推進したいとしている。

QRコードの普及に先駆けて、日本のデジクラフト社が最近台湾で、メディアや携帯電話会社とタイアップしたイベントを通じて「FPコード」、「カラーコード」を台湾で普及させようとしている動きがある。携帯カメラで認識できるFPコード、カラーコードは、QRコードより遠隔からの認識が可能で、FPコードは画像自体にコードを埋め込んでいる技術で、カラーコードは色を組み合わせてコードとして認識させる技術である。日本でQRコードを使った様々な情報提供とサービスが普及しているように、台湾でも今後携帯電話でコード認識して、それにより消費者のニーズに応えたアプリケーションが開発されていくことが期待される。

特報



2008年台湾ビジネス・アライアンス会議の 実施結果報告

2008年10月6～8日に台北国際コンベンションセンターで開催された「2008年台湾ビジネス・アライアンス会議」は、日本や中国大陸を含む海外各国の企業経営者や関係者の参加を得て、成功裏に終了することができました。この場を借りまして会議の結果報告を兼ねて、ご来場いただいた関係者の皆様に厚く御礼申し上げます。

来場者

- ・10月6日午後に、蕭萬長副総統、財団法人海峡交流基金の江丙坤董事長や各グローバル企業経営者を招いて開催した2つのサミットフォーラムには、1,160名の出席者にご来場いただきました。
- ・10月7日に開催された8つのパネルディスカッション(LED産業、バイオテクノロジー産業、MEMS、愛台12建設、金融保険産業、観光・ホスピタリティー産業、物流サービス産業、台湾及び中国の投資チャンス)には、合計1,225名の出席者にご来場いただきました。

ベスト投資パートナー賞

- ・10月6日の午後に馬英九総統をプレゼンターとしてお招きし、「台湾投資ベストパートナー賞」を表彰しました。
- ・日本企業は、旭硝子株式会社、大日本印刷株式会社、エルピーダメモリ株式会社、日産自動車株式会社が受賞しました。
- ・その他、AIG、シティバンク、コーニング、キングストン、テキサス・インスツルメンツを含めて、計9社が表彰されました。

サミットフォーラムとパネルディスカッション

- ・10月6日のサミットフォーラムと、10月7日のパネルディスカッションには、各国各企業からのスピーカー、パネリストにご参加いただきました。
- ・米メリルリンチ副総裁、米プルデンシャルファイナンス会長をはじめ、日本企業からも三井物産株式会社、オリンコスバイオファーマ株式会社にご参加いただきました。

投資意向書締結式

- ・10月7日の午後に経済部尹啓銘部長が台湾側を代表し、今後の台湾投資に意向を持つ外国企業と投資意向書(LOI)の締結式を行いました。
- ・3M、アウディ、パイエル、コーニング、シーメンス等15社の企業と、将来の投資規模が2億米ドルに達する投資意向書を締結しました。

現地視察

- ・10月8日には高速鉄道で高雄までの現地視察ツアーが組まれました。

来年度の国際ビジネス・アライアンス会議においても皆様のご来場を心待ちにしております。



ベスト投資パートナー賞受賞後の集合撮影

台湾を拠点にグローバルに展開する美利達工業

台湾の「美利達 Merida」工業（以下メリダ工業）は、中高級自転車の専門メーカーである。同社の定番車種はマウンテンバイクで、欧米への輸出を中心に世界で高いシェアを占めている。今回、同社の鄭文祥副総経理にインタビューをする機会を頂き、同社のコアコンピタンス、成長戦略や台湾産業の強みについてお話いただいた。



美利達工業(股)有限公司
鄭文祥 副総経理

貴社はグローバルに大きく展開をされています。どのような配置戦略をとっていますか？

当社の台湾以外の世界販売チャネル分布は、地元のパートナーとの合弁会社と、独立系のインポーターの二つルートに分かれます。合弁会社は1990年半ば以降から設立を開始してきました。現在、全てヨーロッパでドイツ、イギリス、ノルウェー、スペイン、ベルギー、オランダ、ルクセンブルグ、ポーランド、チェコ、スロバキア及びオーストリアに計9拠点を作りました。一方、独立系のインポーターは世界に40社以上開拓しており、各国で卸売業者との販売チャネルの構築を進めています。

中国では省単位で販売チャネルを展開しています。現在17省に子会社を設置し、中国全土の約2,000加盟店へ商品を供給します。

台湾では、3種類の販売チャネルを持っています。旗艦店（豊富な商品ラインナップを展開するフラッグシップショップ）、展示ルーム、そして自転車専門店です。当社は販売チャネルとの利益相反を避けるため、メリダの小売専門店には直営展開をせず、専門の小売業者が経営しています。これらの販売チャネルは加盟店として経営され、総数は約180店舗があります。

貴社のブランド戦略をお話いただけますか？

前述のグローバルな販売チャネルの展開により、ヨーロッパの自転車市場の深くまで開拓することができ、

ブランドの知名度も高く浸透しています。我々はスポーツマーケティングもブランド提携戦略も成長戦略として位置づけています。

スポーツマーケティングとして、当社は1998年からスポンサーとして（例えば03年から出資しているMULTIVAN MERIDA BIKING TEAM）国際マウンテンバイクチームへ出資しています。2004年のアテネオリンピックではスポンサーとして賛助した選手が金銀メダルを獲得し、当社のスポーツマーケティングは頂上を極めたといえます。これらを通じて当社のブランドイメージは確実に高まっています。

また、ブランドをうまく差別化することで、グローバルで複数のブランド展開をしています。2000年からブランド提携戦略を進め、ドイツ系ブランドに投資しています。このブランドの販売地域はドイツ系国家が主体で、ある意味ニッチマーケットを攻めています。一方、米国系のリーディングブランドにも投資をしており、こちらは世界を相手にブランド展開をしています。そして、メリダ工業の自社ブランド Merida は欧州・アジア市場を中心に攻めています。この3つのブランドは市場での差別化に成功しており、また、これにより新商品の開発ロードマップや価格交渉力も掌握することができています。これはメリダ工業の独特な運営方法であり、収益の源だと考えています。

台湾トップ企業

CSRについても非常に力を入れているようですね。

メリダは毎年、台湾で一般大衆向け自転車イベントを数多く展開しています。「美利達単車逍遙遊(メリダ自転車周遊の旅)」と名づけていますが、今年で8年目になります。毎年13～15回開催し総計約10万人が参加しています。省エネとCO2削減に貢献できればと言う思いであり、当活動のスローガンは「iRide 己を愛し地球を愛する」で、すなわち公益活動を通じてメリダの社会的なイメージのアップを図っています。これらの活動が一つのトレンドとなり、政府の政策の促進につながる事を期待しています。

貴社の強みを一言で言い表すとどういった点になりますか？

我々は市場の近くで研究開発を実施・強化し、世界へ販売網を展開しています。言い換えれば、わが社の強みは生産から販売チャンネルに至るまでのリソースを握っており、これらを通じてフルラインのサービスを提供できることです。また、各地のバイヤーとインポーターを掌握しているのも強みといえましょう。メリダは商品デザインから、生産、販売チャンネル、マーケティングまで自社で垂直統合しているのです。

わが社はスマイルカーブで言えば収益性が高いR&Dおよびマーケティングまでを有しています。台湾には元々強い自転車部材産業があるため、自転車メーカーにとって台湾でR&Dを行うのはまさに水を得た魚といえましょうか。R&Dこそ、企業の長期繁栄、顧客の信頼の鍵となるのです。

台湾の自転車産業に対してどのような見方をお持ちですか？

一般的に、台湾の生産拠点から供給される自転車は自転車専門店(IBD)で販売され、中国の生産拠点から供給されるものは量販店で販売されます。実は1999年以降、台湾多くの産業は中国へ移って、台湾から供給される数が減少していく一方、中国から供給される数が増えていった結果、全体的な自転車市場の品質が低落し、台湾メーカーも生産工場をやむをえず中国に移転することとなりました。

この環境変化に対応するため、台湾に拠点を残す自転車関連メーカーの間で共通のコミュニケーションプラットフォームを2003年に創設しました。これは、台湾の自転車メーカー巨大機械工業(GIANT)との共同で、いわゆるAクラスの部品メーカーを集結したもので「A-TEAM」と名づけています。このプラットフォームはトヨタ生産方式を導入して、共同で品質管理・研究開発・マーケティングを行います。その目的はこのプラットフォームを通じて共同で自転車産業を育成して、競合環境の好循環を作り出すというものです。また、A-TEAMに加盟するメーカーは研究開発と運営本部を台湾に残さねばならず、台湾で商品のデザイン開発から、Just-In-Time生産、トータル・ブランド・イメージ向上までを手掛けています。これにより、台湾の自転車供給量は回復し、平均単価も目に見えて上昇しています。

A-TEAMを通じてIBDの販売量を高め、台湾が供給する自転車商品の市場シェアを高めることを期待しています。台湾に根を残し、研究開発やマーケティング、ブランド開発などの機能の強化を通じて収益性を高めて、台湾の自転車の国際競争力を強化します。品質とデザインでの勝負をしてこそ、量販店との競争に勝つことができるからです。

ありがとうございました。

「美利達工業」会社概要

会社名	美利達工業(Merida Industry Co., Ltd.)
設立時間	1972年
上場時間	1992年
董事長	曾鼎煌
資本金	NT21億元(2007年度)
売上	NT100.66億元(2007年度)
売上比率	完成車(92.53%)、関連部品(7.47%)

出所：ヒアリングよりNR1作成

台灣マクロ経済指標

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	
2003年	10,681	3.50	9.55	3,575,674	726,072	150,600	128,010	22,590	2.48	-0.28	33.98	0.3179	5,161
2004年	11,338	6.15	9.97	3,952,148	826,929	182,370	168,758	13,613	7.03	1.61	31.92	0.3098	6,033
2005年	11,810	4.16	3.66	4,228,068	724,399	198,432	182,614	15,817	0.62	2.31	32.85	0.2795	6,092
2006年	12,387	4.89	4.50	13,969,247	1,591,093	224,017	202,698	21,319	5.63	0.60	32.60	0.2740	6,842
2007年	13,096	5.72	8.34	15,361,173	999,633	246,677	219,252	27,425	6.47	1.80	32.44	0.2896	8,510
9月	3,358	6.86	8.25	834,662	29,281	22,209	19,052	3,157	4.86	3.11	32.58	0.2837	9,069
10月			17.58	2,772,071	21,688	22,686	19,205	3,482	5.80	5.33	32.41	0.2819	9,605
11月			14.88	1,204,848	20,188	21,872	17,585	4,287	8.13	4.80	32.27	0.2926	8,800
12月	3,450	6.50	15.77	1,223,647	159,975	23,477	21,260	2,217	8.61	3.33	32.44	0.2896	8,309
1月			12.82	533,618	18,113	22,133	20,619	1,515	10.10	2.94	32.20	0.3014	7,923
2008年			17.53	228,634	15,059	17,625	15,965	1,661	8.77	3.86	30.95	0.2963	7,999
2月			9.42	426,638	19,049	24,240	24,113	127	7.19	3.94	30.41	0.3057	8,440
3月	3,349	6.25	10.16	1,010,515	87,146	22,587	21,601	986	6.33	3.88	30.45	0.2925	8,878
4月			6.17	837,599	19,254	23,589	21,373	2,216	7.93	3.71	30.41	0.2883	8,910
5月			5.90	679,090	24,249	24,349	22,837	1,506	9.85	4.97	30.35	0.2881	8,180
6月	3,271	4.32	3.04	479,166	39,977	22,860	23,182	-322	11.43	5.81	30.59	0.2831	7,128
7月			1.25	786,619	63,050	25,251	25,281	-30	9.41	4.67	31.52	0.2898	7,071
8月			-1.13	284,195	11,814	21,850	21,039	810	6.64	3.09	32.13	0.3071	6,204
9月	3,460	3.04											

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

台北国際自転車見本市
(Taipei International Cycle Show)

概要

2009年3月17日から20日の間で、中華民國對外貿易發展協會の主催により「台北国際自転車見本市」が開催される。2008年の「台北国際自転車見本市」では計761社の企業が2,840のブースを設置し、52,976の国内外バイヤーが来場した。外国バイヤーは、日本を始めアメリカ、韓国、ドイツ、香港など計4,688人が来場し、2007年比で約2割参加者が増えた。2009年の「台北国際自転車見本市」では国内外とわず世界的な有名な自転車メーカー770社が出展、2,800以上のブースが設置され、国内外バイヤー5万5千人以上が来場すると見込まれている。
詳細は右のホームページまで：<http://www.taipcycl.com.tw/>

開催日時

2009年3月17日(火)～20日(金)09:00～18:00(最終日:09:00～15:00)

展示内容

Complete Bicycles, Bicycle Parts and Accessories, Light Electric Vehicles(LEV)

展示会場

台北世界貿易センター南港展覽ホール(台北市南港区経貿二路1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

中華民國對外貿易發展協會 展覽業務処展覽5組 李怡静 専員(Ms. Rebecca Li)
TEL: 886-2-2725-5200 ext.2861 FAX: 886-2-2729-1089 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: 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: 天野宏欣 ext. 26 / 凌瑞郷 ext. 33 / 何佳娟 ext. 23

野村総合研究所
グローバル戦略コンサルティング二部

〒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: 03-5533-2766
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。