



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

January 2011

vol. 185

今月のトピックス

拡大する台湾通信キャリアの
中国モバイルコンテンツビジネス

飛躍する台湾産業

十大重点サービス業で国際化志向を強める
台湾のサービス産業

台湾進出ガイド

台湾における国民年金制度の概要

台湾トップ企業

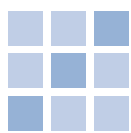
～信義房屋仲介 股 策略長 周莊雲氏
インタビュー～

人材最重視の姿勢で成長し、1万店舗の
ネットワーク構築を目指す信義房屋

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】



拡大する台湾通信キャリアの 中国モバイルコンテンツビジネス

台湾の通信キャリア各社が中国でモバイルコンテンツ事業を拡大させている。組み先である中国の通信キャリアにとっても、3G(第三代携帯電話)の普及状況や3G向けサービス事業の経験で中国に先行する台湾企業は、文化・言語的な親和性もあり、緒に就いたばかりの3G向けコンテンツビジネスのパートナーとして、組みやすい相手である。今回は、8億人の携帯電話市場を有する中国の3G普及状況や中国における台湾キャリアの動きを紹介し、日本企業が中華圏事業の拡大を図る上でのオプションについて検討する。

成熟する台湾の3Gコンテンツサービス

台湾では、2002年に3Gライセンスが開放され、2010年第3・四半期までの利用者は1,800万人、普及率は78.1%に上る。通信キャリア大手3社(中華電信、台湾大哥大、遠伝電信)のモバイルコンテンツサービスを含む非音声事業の売上は、2009年の時点で、平均で総売上の13%を占めるまでになっている。音声通話サービスの成長が頭打ちとなる中、スマートフォンの普及にも後押しされ、通信キャリア各社はモバイルコンテンツ市場の開拓にいっそう注力している。中華電信、台湾大哥大、遠伝電信はそれぞれ3G用モバイルコンテンツサービスのプラットフォームとして、「Hami」、「Catch」、「S市集」を運営している。また、春水堂などのモバイルコンテンツプロバイダーも相次いで市場へ参入しており、シェア確保に凌ぎを削っている。

本格的な3G時代を迎える中国携帯電話市場

中国の工業・情報化部は2009年1月に正式に3Gライセンスを発給した。三大通信キャリア(中国移动、中国联通、中国电信)はそれぞれ異なる方式の3Gライセンスを交付されている。最大手の中国移动(China Mobile)は中国の独自規格であるTD-SCDMAを運営。一方、中国联通

(China Unicom)と中国电信(China Telecom)はそれぞれW-CDMAとCDMA2000のライセンスを取得している。3規格のうち、TD-SCDMAは技術の成熟度が最も低く、中国独自の規格であるために、周辺の産業が十分に育っていない。そのため、中国移动の携帯電話利用者

表1：中台通信業者による
モバイルコンテンツサービスの提携状況

	中国移动	中国联通	中国电信
3G利用者数 (2010年11月)	1,884万人	1,278万人	1,097万人
携帯電話利用者数 (2010年11月)	5.7億人	1.5億人	8,802万人
3Gプラットフォーム名	MM-OVI	沃	天翼
提携先	遠傳電信	中華電信	
提携内容	遠傳電信のS市集がMM-OVIに出店する形で販売	中華電信のHami電子書城が沃に出店を計画 iPadやiPhone4むけのモバイルコンテンツサービスプラットフォームの構築について協議中	

出所：報道資料、各社HPなどをNRIが整理



【 今月のトピックス 】
拡大する台湾通信キャリアの
中国モバイルコンテンツビジネス

5.7億人(2010年11月末時点)のうち、3Gのユーザーは僅か1,884万人に留まっている。一方、中国電信は8,802万人中1,097万人、技術的に最も成熟しているW-CDMA規格を採用している中国聯通は1.5億人の利用者のうち1,278万人が3Gユーザーとなっている。現在の3G普及率は5%に過ぎないが、携帯電話利用者は8億人を上回っており、3G市場の巨大なポテンシャルが伺い知られる。

中国互聯網路信息中心が発表した「第27回中国互聯網路發展狀況統計報告」によると、2010年の時点で、中国における携帯電話でのインターネット利用者は3.03億人に達している。サービス別ではインスタントメッセージが利用率67.7%でトップ、ニュース閲覧サービスが59.9%で続いている。

近年の3Gの普及進展により、中国の消費者の間では携帯電話によるインターネットサービスの利用習慣が根付きつつある。アップルやグーグルがApp storeやAndroid marketといったコンテンツプラットフォームを推進する中で、中国の消費者はローカライズされたコンテンツの充実化を求めるようになってきている。こうした状況の下、近年、中国の通信キャリアがモバイルコンテンツ事業において、台湾企業と提携する動きが活発化している(表1)。背景には、台湾企業のより豊富な3Gサービス事業の経験や言語・文化的な近接性がある。

遠伝電信は2010年11月にアプリケーションショップ「S市集」のサービスを中国移動のアプリケーションプラットフォーム上で始め、現在25種類のアプリケーションを提供している。うち2種類は有料であり、ダウンロード単価は平均10人民元である。中国でのS市集の総ダウンロード数は12月末までに14万回を記録している。同社は2011年中に40種類以上のアプリを提供するとしている。

一方、中華電信は2010年12月に「Hami電子書城」を中国聯通の3Gプラットフォームに出店。さらに、iPadなどのタブレットPCやiPhone4などのスマートフォンで利用可能な華人向けモバイルコンテンツサービスプラットフォームの構築についても提携協議を進めている。

日本企業の商機 拡大する台湾企業との提携

日本のモバイルコンテンツ市場は、携帯電話利用者数の頭打ちと、広告収入で収益を得ている無料コンテンツの普及などにより、成長が鈍化しつつある。2008年の時点で約

4100億円の規模であった市場はゆっくりと成長を続け、2014年度には4600億円程度となることが予測されている。現在、日本のモバイルコンテンツプロバイダーは約5000社にのぼる。今後は国内市場の飽和を受け、新たな収益源として、海外への展開が活発化していくと考えられる。これまでも、バンダイナムコゲームスと台湾大哥大が提携し(2007年)、「太鼓の達人」などのゲームをモバイル向け有料コンテンツとして提供するなど、各社がアジア各国企業との提携を進めている(表2)。

表2：日本企業のアジアにおける
モバイルコンテンツサービスの提携事例

時期	提携企業	内容
2009年10月	(台)遠伝電信、 (日)Realize Mobile Communications Corp.、 (日)集英社	遠伝電信が日本の人気コミックを携帯電話向けに配信
2010年12月	(日)KDDI、(台)KKBOX	KDDIが華人市場向けサービスの拡大のため、6,000万米ドルでKKBOXを買収
2011年1月	(中)中国移動、 (日)NTT DoCoMo、(韓)KT	スマートフォンプラットフォームやモバイルコンテンツ・応用サービスについて事業協力

出所：報道資料、各社HPなどをNRIが整理

日本は台湾や中国よりも早くから3Gサービスを展開しており、ARPU(Average Revenue Per User = 利用者一人当たりの平均収益)における非音声(データ通信など)の売上げ比率が非常に高くなっている(*2008年の通信キャリア大手3社のARPUにおける非音声売上げ比率は、NTT DoCoMo 35%、KDDI 34%、Softbank mobile 32%)。こうした3G先進市場での経験を有する日本のモバイルコンテンツプロバイダーと、中国の通信キャリアとのコネクションや華人文化への理解などの強みを持つ台湾事業者は、中華圏でのビジネスにおいて、補完的な提携関係を築くことが可能である。日本企業にとって、台湾企業との提携は、巨大なポテンシャルを有する華人市場を開拓する上での有力な選択肢となりえよう。

(陳效儀:h2-chen@nri.co.jp)

飛躍する台湾産業



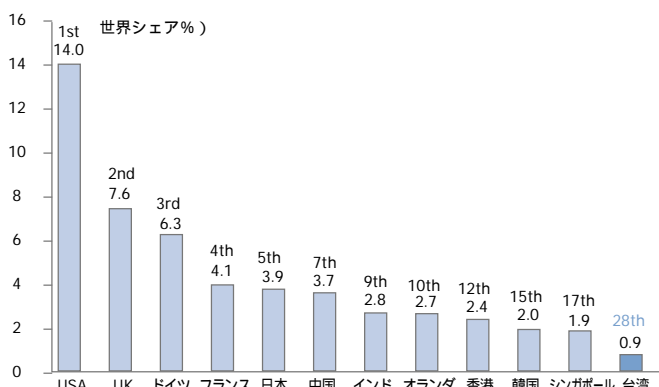
十大重点サービス業で国際化志向を強める台湾のサービス産業

台湾のサービス業は2000年代を通じて低迷しており、経済発展に伴い産業構造が農業・工業・サービス業へと転換するというペティ＝クラークの法則に反し、GDPに占めるサービス業の割合は年々縮小する傾向にある。これに対応して、台湾政府は昨年設定した十大重点サービス業に基づき、各サービス業の具体的な振興政策を策定し、その推進を開始している。本稿では、近年サービス業振興が特に注目される背景や十大重点サービス業振興政策の概要を紹介し、その発展方向を検討したい。

サービス業振興の背景

台湾がサービス業振興に注力するのはサービス業が低迷してきたからである。台湾では2000年代に中国への生産拠点移転による域内産業空洞化が顕在化し、まず域内労働需要が縮小した。域内労働需要の縮小は、失業率の上昇及び賃金の低下をもたらした。失業率は1990年代の1.5～3.0%に対し5%前後で高止まりし、実質給与額は年平均マイナス2%(2000～2009年)で減少した。そのため、域内消費需要が縮小し、サービス産業の成長が制約された。その結果、サービス産業の低成長がさらなる域内労働需要縮小の原因となるという悪循環が発生している。また、年々深刻化する少子高齢化問題は将来的な域内消費需要の成長可能性も制約している。

図1：サービス輸出額の世界シェア(2008)



出所：WTOの資料に基づきNRI作成

加えて、台湾経済は2000～2007年まで毎年平均33億USDのサービス貿易赤字を計上しており、域内のサービス需要が大幅に海外流出していた。図1はWTOが発表しているサービス輸出額の世界シェアランキングを示している。2008年の台湾のサービス輸出額は世界28

位であり、香港(12位)、韓国(15位)、シンガポール(17位)等と比べても格段に低い上、年々順位が悪化している。

そのため、サービス貿易収支の内訳を見ると、近年までの黒字はほぼ中国との三角貿易のみであり、その他の物流、旅行、特許料等で大きな赤字を計上し、トータルで純流出となる傾向にあった。

近年のサービス業振興政策

こうした状況に対応して、台湾政府は、2004年にはサービス業発展綱領と行動方案、2008～2009年にはサービス業発展方案を策定するなど、サービス業の発展に注力してきた。その後、金融危機やECFA(两岸経済協力枠組み協定)の締結などで急変したビジネス環境に対応し、2009年10月に総統府財経諮詢によって十大重点サービス業が新たに打ち出された。

この十大重点サービス業は、美食国際化、国際医療、音楽/デジタルコンテンツ、中国語eコマース、国際物流、展示会、都市再開発、WiMAX、高等教育輸出、ハイテク・ニュービジネスの資金調達プラットフォームの10領域である。以前のサービス業振興政策においても、サービス業12領域別などで振興政策が実施されていたが、今回設定された10領域はこれまでよりも具体的かつ現実的に定義されている。例えば、観光サービスの振興が、台湾観光の主要因であるグルメや医療ツーリズム、通信サービスの振興政策がWiMAX、金融サービスが海外企業向け資金調達という具合にである。また、いずれの分野も国際化志向が強く打ち出されており、海外需要の取り込みが意識されている。

この十大重点サービス業に対応して、2009年12月には行政院サービス業推進グループが設置された。前述のような観光、飲食、医療など政府部局を跨ぐ政策を推



進するため、各関連部局を協調させることが目的とされている。また、2012年には経済部の組織改革により、工業局と商業司が産業発展局に再編される。商業司が管轄する物流や飲食、小売業などと工業局が管轄するIT系サービス業が統合されることになり、より総合的なサービス業管轄部門が生まれることになる。

こういった組織改革と並行し、2010年の後半にかけて各担当部局により具体的な推進政策の策定が進められている。

例えば、美食国際化は台湾グルメをコンセプトとして、台湾料理(代表的なものとしては、魯肉飯、牛肉麵、タピオカミルクティー等)の国際プレゼンスを高め、訪台消費を増やそうとするものである。4年間で11億元の政府予算を投入して、台湾域内の料理技術向上やマーケティングを強化する一方で、中国を中心とする海外市場への展開を支援し、最終的には主に観光客による域内消費増が期待されている。

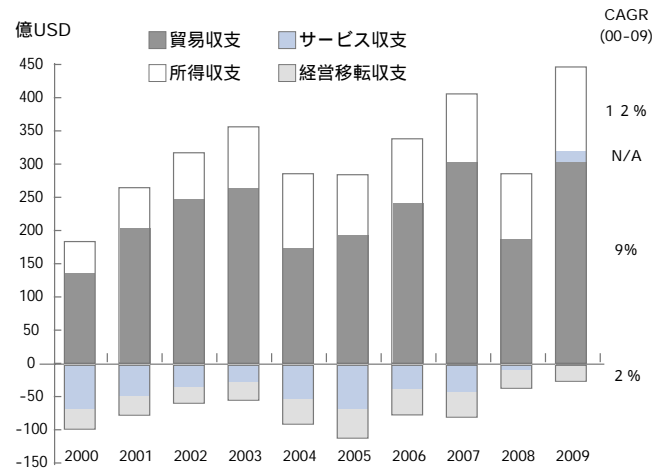
今後の発展方向性

今後のサービス業発展のためには、域内需要と海外需要の拡大を同時に進めていかなければならない。域内需要拡大については、高所得者層向けサービスなどにはまだまだ潜在余力があるはずで、そこから域内消費拡大への好循環を作り出していく必要がある。また、域内製造業のサービス業化(アウトソーシング利用)にも拡大余地がある。日本でも1990年代以降に進んだ間接業務等のアウトソーシング化はサービス産業拡大を牽引した。一方、域内消費全体が今後縮小傾向にあるため、海外需要の取り入れは長期的な成長にとって必須である。海外サービス市場の獲得には、金融業やKPO(Knowledge Process Outsourcing)などのオフショア・アウトソーシング産業及びクリエイティブ産業などの競争力強化が考えられる。また、海外サービス需要を直接台湾へ引き込むためには、観光や物流産業の振興が必要とされる。

特に、台湾のサービス輸出は2000年代に入って長らく低迷していたものの、リーマンショック以降は経済

発展を牽引する状況にある。台湾のGDP構成比は、民間消費が約6割、固定投資が約2割、政府消費が約1割超、商品及びサービス輸出が約1割弱となっている。このうち、民間消費と政府消費が2004-2009年に年平均2%で増加、固定投資が同マイナス2%で減少する一方、輸出による生産額は同22%で増大し、全体の経済成長を牽引している。この輸出の内訳として、図2では台湾の国際収支の構成を示している。2000年代を通じて貿易収支が一貫した大きな黒字を示す一方で、2008年からのサービス収支の改善が全体に大きな影響を与えている。

図2：台湾の国際収支



出所：行政院主計処の資料に基づき NRI 作成

現在進行中の十大重点サービス業振興策はまさにこのサービス輸出拡大を現実的に志向するものであり、ECFAを活用した中国需要の獲得も積極的に考慮されている。実際に两岸融和の進展による中国人観光客増大はサービス収支を黒字化させており、2009年のGDP成長を0.5%押し上げている。本年中には中国人の個人旅行ビザの解禁も予定されており、さらなる効果が期待できる。

日本のサービス業が海外展開する際、こうした台湾サービス業の国際化志向や積極的な振興政策の活用を検討してみるのも面白いだろう。

(目片芽輝:m-mekata@nri.co.jp)



台湾における国民年金制度の概要

台湾では、老工保険等の社会保険に加入していない25歳以上65歳未満の者等を対象とした国民年金法が2007年8月8日に公布され、2008年10月1日より施行された。これに伴い、労工保険条例も改正され、2009年1月1日より施行された。その概要は以下の通りである。

(1)基本法令:

国民年金法(2008年10月1日施行)

(2)取扱機関:

労工保険局...羅斯福路1段4号1F TEL02-2396-1266、2351-8020

(3)対象者:

25歳以上65歳未満の労工保険等社会保険未加入の者等

(4)保険料率:

6.5%(施行後3年で0.5%引き上げる。以後2年毎0.5%引き上げ、最大12%)

(5)加入金額:

初年度は労工保険加入等級第1級とし、翌年より消費者物価指数の累計成長率が5%に達した場合にその成長率により調整する。

(6)年金保険料負担:

被保険者60%、政府40%負担。

(7)給付:

老年年金:満65歳で給付資格を取得し、その後死亡時まで毎月支給される。給付標準は

a 保険加入金額×加入年数×0.65%+3,000元 b 保険加入金額×加入年数×1.3% のいずれかを選択する。

心身障害年金:保険加入金額×加入年数×1.3%(但し、最低保障額NT\$4,000)

葬儀給付:保険加入金額の5ヶ月分を一括支給

遺族年金:

a. 被保険者が保険加入期間中に死亡:保険加入金額×加入年数×1.3%(但し、最低保障額NT\$3,000)

b. 被保険者が心身障害年金を受領或いは老年年金期間中に死亡:

被保険者の生前の給付金額の50%(但し、最低保障額NT\$3,000)

参考資料:勤業衆信聯合会計事務所編『台湾ビジネスガイド』(2010年1月現在)

勤業衆信聯合会計事務所 日系企業サービスグループ 電話: +886-2-2545-9988

横井雅史(Ext.6914) 白石常介(Ext.3318) 宮川明子(Ext.6949) 田村和也(Ext.3905) 高尾圭輔(Ext.3904)

<http://www.deloitte.com.tw/jsg/>

人材最重視の姿勢で成長し、 1万店舗のネットワーク構築を 目指す信義房屋

「以人為本」の理念に基づく「人材、品質、業績」を思考順序とし、成長を続ける信義房屋。業績面で15年以上に渡り業界トップを走り続けているだけでなく、企業の社会責任(CSR)にも注力している。海外では、中国事業を拡大させながら、2010年に中華圏以外では初めての営業拠点を東京に設置した。今回は信義企業集団CSO(Chief Strategy Officer)の周莊雲氏を訪ね、同社の事業状況や台湾不動産市場の展望などについてお話を伺った。



信義房屋仲介(股)策略長 周莊雲氏

事業概況について

当社は1981年に設立され、仲介事業者として政府認可を得た後、1987年に正式に「信義房屋仲介股份有限公司」として発足しました。その後、1999年に店頭公開、2001年には台湾の不動産仲介会社として初めて台湾証券取引所に上場しました。当社は不動産(住宅、オフィス、土地等)仲介のほか、代理販売やコンサルティングなど、不動産周辺の事業を幅広く手がけています。2010年の成約件数は約1.8万件で、売上(仲介料など)は100億元を超えました。成約件数、売上とも、住宅が全体の9割を占めます。当社は1994年以降、成約件数、売上ともに業界トップを維持しています。

当社のネットワークは台湾全土の324店のほか、中国の6都市(北京、上海、蘇州、杭州、青島、成都)及び東京に営業拠点があります。いずれも直営店です。中国では信義房屋のほか、「科威国際」のブランドでも不動産仲介店舗を展開しています。こちらはフランチャイズ制を採っており、上海と浙江に約170店舗あります。「信義房屋」ブランドの店舗が直営にこだわるのは、どの店舗であっても、サービスの品質を一定に保つためです。

出店計画目標は、2011年中に台湾は400店舗、中国の信義房屋は130店舗、科威国際は300店舗まで増やします。中長期的には、2020年にグループ全体で10,000店舗の突破を目指しています。

上場の目的について

不動産仲介の事業はそれほど大きな資金需要があるわけではありません。上場を行った理由の一つは、お客様にブランドを認知していただくためでした。また、上場企業に求められる様々な規範や情報公開の要求に応えることは、そのままコーポレートガバナンスの合理化につながる、というメリッ

トがありました。当社は3名の独立董事を置いているほか、社内に監査委員会を設置するなど、経営の合理化と内部統制を徹底しています。こうした取組みが認められ、当社は2008年から3年続けて、中華治理協会によるコーポレートガバナンス評価の認証を得ています。

企業の社会責任(CSR)の取組みについて

当社は企業が当然果たすべき責任として、長期にわたってCSRを重視してきました。具体的な取組みとしては、2004年から「社区一家贊助計画(コミュニティサポートプロジェクト)」を行っています。総経費1億元の5年間のプロジェクトで、台湾各地のコミュニティによる街づくりを贊助しています。当社も議論の中に入り、コミュニティの中につながりが生まれ、交流が活性化するような計画をともに作り、それに対して資金援助を行ってきました。プロジェクトは2期目に入っており、これまでに700以上のコミュニティを支援しました。

貴社の強みと人材重視の姿勢について

当社の強みの一つは、業界に先駆けて新しいサービスを提供し続けている点です。これには、不動産説明書や「住宅購入四大保障制度」などがあります。例えば、「海砂屋(海岸の砂を用いたコンクリートによる強度の低い物件)や「輻射屋(放射線量の多い物件)を事前にチェックして情報を提供しているほか、万が一契約後に問題があった場合には補償を行っています。このほか、台湾では漏水についての責任は売り方にありますが、買い方が成約後に売り方と連絡が取れない、ということがよくあります。そんな時にも、当社は一定額を補償しています。また、成約から不動産の名義変更までの間のリスクに対応するための契約履行保障も提供しています。銀

台湾トップ企業

行の資金保証を受けられるので、お客様は安心してお取引引きができます。

人材は当社が最も重視している点です。当社の設立初期は、不動産仲介業界には高卒の人材が多かったのですが、当社の募集条件は「大専(大学又は高専)卒以上、業界経験なし」としました。さらに現在では、当社の経営理念を実行し、広めていく能力のある人材を確保するために「大卒以上、業界経験なし」としています。入社時の経験を問わないのは、「空のコップこそ、きれいな水を注ぐことができる」という考えからです。多くの社員は経験ゼロからスタートしますが、研修や実地経験をjて成長していく中で、長期的な定着率は業界の中では高くなっています。当社はまた、人材育成のための社内研修も充実させており、従業員はマネージャーになる前に少なくとも300時間以上の研修を受けています。当社は店長候補の人数に応じて店舗数を決定することを原則としているため、店舗数が増えるにつれてサービスの質が落ちるといったことはありません。とにかく、まずは人材です。優秀な人材がいれば、良いサービス、良い業績は当然後からついてきます。

日本事業の概況と日本企業との提携について

当社は2009年に日本で事業を始め、2010年7月に正式に「信義房屋不動産株式会社」を設立しました。社長及び従業員1名が駐在員、他は中国語と日本語ができる人材を現地で採用しています。当面の日本法人のビジネスは、台湾のお客様へ日本の不動産を紹介することが中心です。将来的には中国のお客様への日本の不動産の紹介、或いは日本のお客様へ台湾の不動産を紹介するサービスも広げていきます。

2010年度の成約金額は約60億円です。台湾のお客様が日本の不動産を購入する目的は大きく、投資用と居住用の二つに分類でき、前者は利回りのいい中古の安めの物件、後者は新築で高価格帯の物件の購入が多い、という傾向が見られます。一件あたりの平均成約金額は7~8千万円ですが、上記のように、購入物件は二極化しています。

当社は日本において、オリックス及び大京と業務提携しており、両社が建てた物件を台湾のお客様に紹介しています。オリックスとは台湾での長年のお付き合いが、大京はオリックスグループによる紹介が事業提携のご縁となりました。日本に直営店を開き、日本企業と一緒にビジネスを行うことを決めた理由の一つは、日本のサービス業の優れた点を取り入れるためです。日本企業のきめ細やかなサービスと台湾サービス業の柔軟性とを上手く融合させて、サービス水準のいっ

そうの向上を図りたいと思います。

両社との事業提携は将来、中国へと拡大する可能性もあります。一般的に、台湾企業は言語や文化面から中国市場への参入障害が低いという強みがあり、日本企業は、台湾をハブとして、中国市場での成功のチャンスを広げることが可能です。一方、台湾企業にとっても日本企業とのパートナーシップにはメリットがあります。日本企業は国際市場での事業経験が豊富で、経営資金の面でも台湾企業と比べ安定しています。日台企業は良好な補完関係にあると言えます。

中国では現在、不動産仲介事業に対する外資制限はありませんが、不動産建設の面では各種の規制があります。今後、ECFA(中台経済協力枠組み協議)によって台湾企業はこうした規制業種への優先アクセス権を得る可能性があり、日台アライアンスの可能性はいっそう広がっていくことでしょう。

台湾不動産市場の展望について

現在の不動産市場は、二つに分けて考える必要があります。一つは都心の物件、オフィス、高級住宅など、国内資金だけではなく、外資の投資対象にもなっている物件です。特に中国からの投資規制の緩和に伴い、今や台湾の物件は、北京や上海、香港などの物件との比較の中で投資が行われるようになってきました。これらの高級物件は、国内外の豊富な資金と需要を背景に、引き続き上昇傾向が続くでしょう。もう一つは、都心から離れたエリアの居住を目的とする物件です。一般に不動産市場の成長は経済成長と連動しています。昨年10%を記録した経済成長率は安定化に向かっています。現在は、特に台湾の北部において、高級物件の高騰が牽引する形で不動産市場全体が過熱化している状態ですが、居住用物件については今後は正常な価格水準へ戻っていくと思います。

ありがとうございました

信義房屋仲介股份有限公司の基本データ

会社名	信義房屋仲介股份有限公司
設立	1981年
董事長	周俊吉
資本金	36.58億元
社員数	3,274名(2010年9月末)
事業内容	各種住宅、オフィス、土地の仲介売買

注)2011年1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NR1整理

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		
2005年	11,612	4.7	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	12,243	5.44	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	12,976	5.98	8.34	15,361,173	999,633	246,677	219,252	27,425	6.47	1.80	32.44	0.2896	8,510	
2008年	13,071	0.73	-1.56	8,237,114	439,667	255,629	240,448	15,181	5.15	3.53	32.86	0.3636	7,024	
2009年	12,821	-1.87	-7.97	4,797,891	238,961	203,675	174,371	29,304	-8.74	-0.87	32.03	0.3471	6,460	
	11月		34.88	429,114	10,742	20,013	17,910	2,103	1.07	-1.62	32.19	0.3734	7,612	
	12月		50.68	632,959	12,588	20,018	18,313	1,704	5.76	-0.25	32.03	0.3471	7,837	
2010年														
	1月	3,276	13.71	77.34	302,271	10,385	21,738	19,250	2,488	6.8	0.26	31.99	0.3546	8,099
	2月			36.85	346,880	60,838	16,689	15,799	891	6.09	2.34	32.09	0.3590	7,431
	3月	3,456	12.53	42.22	960,290	146,585	23,358	21,835	1,523	6.87	1.26	31.82	0.3410	7,775
	4月			34.18	153,813	2,941	21,929	19,390	2,539	9.06	1.34	31.42	0.3336	8,052
	5月			33.34	250,699	12,822	25,475	22,386	3,089	9.43	0.75	32.23	0.3521	7,525
	6月			26.55	204,140	4,822	22,716	21,176	1,540	7.02	1.19	32.28	0.3641	7,383
	7月	3,535	6.90	22.44	252,393	23,931	23,899	21,750	2,149	5.32	1.31	32.05	0.3710	7,638
	8月			25.01	137,924	21,741	24,046	21,795	2,251	3.33	-0.47	32.10	0.3811	7,833
	9月			13.09	222,442	12,594	22,397	20,630	1,767	3.79	0.28	31.33	0.3761	8,039
	10月			15.29	177,556	12,350	24,193	20,630	2,982	3.84	0.56	30.78	0.3817	8,210
	11月			19.94	323,131	63,360	24,373	23,960	414	2.43	1.53	30.85	0.3672	8,350

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

COMPUTEX TAIPEI 2011 (台北国際電腦展)

概要

COMPUTEX TAIPEIは、コンピューター関連の展示会としてはアジア最大規模を誇り、企業向けシステム～各種電子部品～消費者向けデバイスまで、幅広い展示が行われる。31回目を迎える今年は、タブレットPCや電子書籍、スマートフォンなど、スマートライフへの応用製品が展示の目玉となる。今年は会場が増設され、新たにEmbedded Technology及びInternet of Thingsの各展示エリアが設けられる。1,800社が5,000以上のブースを出展、国内外36,000人のバイヤーの参加が見込まれている。詳細は右記サイトまで：www.ComputexTaipei.com.tw

日時

2011年5月31日(火)～6月4日(土)

出品物及び
展示テーマ

台北世貿南港館：PC周辺機器、PCシステム、工業用PC、革新デザイン賞入賞作品展示など
台北世貿一館：WiMAX・情報通信製品など
台北世貿三館：AV製品など
台北世貿二館：Internet of Things
台北国際會議中心：主要メーカーエリア

展示会場

台北世貿南港館 (台北市南港区經貿二路1號)
台北世貿一館 (台北市信義路五段5號)
台北世貿二館 (台北市松廉路3號)
台北世貿三館 (台北市松寿路6號)
台北国際會議中心(台北市信義路五段一號)

主催

主催：中華民国對外貿易發展協會(TAITRA)、 台北市電腦商業同業公會(TCA)

お問合せ及び
資料請求

中華民国對外貿易發展協會海外企業出展担当(展四組) 宗作君 TEL:886-2-2725-5200 ext.2764

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：田崎嘉邦 ext. 30 / 岸田英明 ext. 35 / 黄紘君 ext. 25 / 藤本有 ext. 37

野村総合研究所
産業革新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: 03-5533-2766
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。