



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

November 2011

vol. 195

今月のトピックス

安定成長が続く台湾小売市場と中国事業
における日台提携の可能性

飛躍する台湾産業

政策支援を背景に成長の緒に就いた
台湾ESCO産業

台湾進出ガイド

台湾の工業区の概要 その6

日本企業から見た台湾

～岩田友嘉精機(株) 総経理

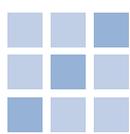
佐藤清氏インタビュー～

コストダウンと高品質を両立させ、22期連続
の黒字を続ける岩田友嘉精機

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】



安定成長が続く台湾小売市場と 中国事業における日台提携の可能性

昨年10月にユニクロが台北市の統一阪急百貨店に台湾1号店を出店し、現地メディアを賑わしてから1年が経過した。同店は初月の売上が1億元を超えた後も、毎月5,000万元超の売上を続けており、海外店舗の中でパリとニューヨークの店舗に次ぐ第3位に位置付けている(*「商業週刊」2011年9月30日号：統一阪急百貨總經理インタビュー記事より)。台湾の小売市場は昨年、初めて9,000億元を超えた。今年も好調であり、株安が進み、輸出の減速した下半期も、百貨店のセールは前年比で増収を記録している。国民の実質所得が低下する中でも堅調な成長を続ける台湾小売業。本稿はその背景を分析するとともに、日本の小売事業者にとっての台湾活用の可能性について検討する。

相次ぐ海外ブランドの進出

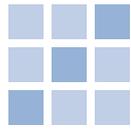
今秋、台湾の小売業界は活気づいている。火付け役となったのは、明曜百貨へのユニクロ旗艦店の出店(9月)である。柳井正社長が自らオープニングセレモニーに出席したことからも、台湾市場の重視ぶりが伺える。アパレルではもう一社、スペインのファストファッションブランドZaraが11月に台北101ビルに台湾1号店を出店した。香港と同水準の低廉な価格設定でスタートし、オープン初日の売上は5,000万元に達した。

台湾人の旺盛な購買力の対象は衣料だけに留まらない。10月から始まった百貨店各店のセール。本稿執筆時点(11月15日)でセールを終えた店舗のうち、微風廣場は15億元(前年比15%増)、京華城は8億元(同10%増)の売上を記録した。現在セール期間中の新光三越、遠東、太平洋SOGOは、売上目標を各206億元、74億元、89億元と、いずれも昨年より高く設定している。家電量販店も好調である。燦坤と順發のQ3売上は前年同期比で20%増加した。燦坤が11月に行なった販促イベントは、僅か4日間で15億元を売り上げている。

中・高所得層で消費意欲の高まり

2010年の台湾小売業の販売額は9,170億元だった。01～10年の年平均成長率は5%に達している(次頁図)。業態別では食品スーパーとコンビニエンスストアの成長率が特に高い。00年代の台湾小売市場の成長は、実質所得の成長を伴わない点特徴的である。主計処が10月に発表した今年1～8月の給与額実態調査によると、台湾人一人当たりの毎月の固定給与の平均額は3万6,656元と、昨年同期比で500元増えている。しかし、この間の物価上昇率は所得の上昇率を上回っているため、実質所得は15元下がり、13年前の水準に戻っている。こうした状況下でも、小売市場は成長を続けている。百貨店のセールの好調やユニクロやZaraの人気は、台湾の消費者が可処分所得による消費の満足感の最大化を求めていることを示している。

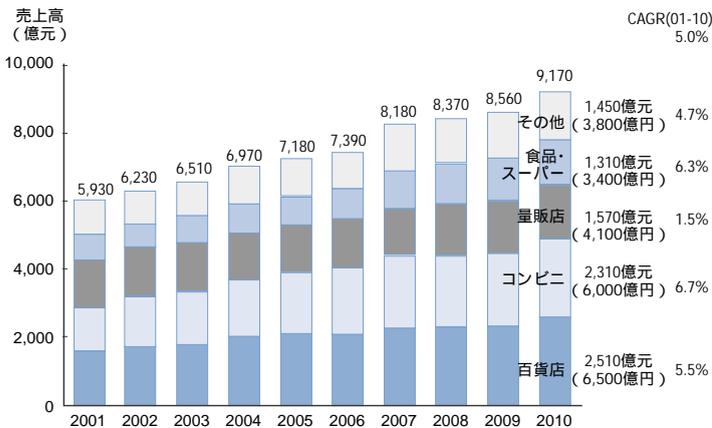
一方、国民の資産分布の状況からも、台湾小売市場の特性を読み取ることができる。台湾全体の貯蓄率は近年、増加傾向にあり、主計処によると、2011年の家計貯蓄額は4.3兆元に達する見込みである。一方、国内投資は3兆元に留まり、貯



【 今月のトピックス 】
 安定成長が続く台湾小売市場と
 中国事業における日台提携の可能性

蓄投資差額(1.3兆元)がGNPに占める比率は9.2%に達する見通しだ。来年は9.9%に達し、1980年以降の最高値が予測されている。その一方で、2010年の政府統計によると、国民所得の下位20%の世帯(156万世帯)は支出超過であり、世帯当たりのマイナス貯蓄額は20,525円となっている。低所得世帯の貯蓄余力の低下は過去4年間に渡って続いており、台湾における現金資産の分布は、中・高所得層への集中化が進んでいる。そして今、不動産や株式の不調を受け、こうしたキャッシュを持つ人々の間で、投資の代わって、消費に対する意欲がより一層高まっている。

図：台湾総合小売市場の業態別売上高



成熟化する消費市場、日本企業に商機

上述のように、台湾の小売市場は、満足度の最大化を求める消費マインドの浸透や所得・資産格差の拡大など、環境が変わってきている。こうした市場では、十分なマーケティングとセグメンテーションを行うことにより、多様な切り口からの攻め方が可能である。そして、ブランドを持ち、成熟市場での事業経験を持つ日系企業は、台湾市場で成功する上で優位なポジションにあると言える。

現状では、消費者ニーズに対し、台湾の小売事業者は十分に対応し切れているとは言えない。例えば家電量販店である。台湾にも燦坤や全国電子などの全国チェーンがあるが、最大手の燦坤でも売上は約278億元(2010年)と、日本の大手量販店と比べると極めて小さく、店舗運営やマーケティング面での改善の余地が大きい。幅広い製品を網羅し、かつ、

商品に実際に触れて操作できるような、顧客本位の広い売り場作りが求められるよう。ポイント制度にしても、台湾では燦坤が実施しているが、還元率が低い(1~3%)ことや台湾の消費者が現金割引の方をより好むことなどから、十分な販促につながっていない。

中華圏市場のゲートウェー

日本の小売事業者にとっては、台湾を中華圏市場のゲートウェーと位置付けることができる。台湾は親日的な風土(財団法人交流協会が2009年末に行なった調査では、日本が「最も好きな国」の52%を占めてトップ。2位のアメリカ(8%)を大きく引き離している)を持つことに加え、戦前からのつながりや豊富な訪日経験などを背景に、日本文化や日本のビジネス慣習を理解した人材が多い。

一方、中国市場における台湾企業・台湾人の優位性も光る。言語・文化的な親和性もあり、台商(海外で活動する台湾出身のビジネスマン)が他のどの国よりも中国で広く活躍している。中国における台商とその家族は100~200万人と言われており、官民間問わず、その人的ネットワークは非常に強い。特に小売業では、こうした強みを活かし、台湾系が急速な成長を遂げている。量販店の大潤発、ベビー服の麗嬰房、ベーカリーショップの美食達人(85)、太平洋百貨、台湾ファミリーマートなどである。また、中国では、中台関係の改善に伴い、許認可等の面でいくつかの台湾企業が優遇されるケースも出てきている。

こうした台湾企業の強みを活かすことができれば、日本企業は中国事業のリスクを低減するとともに、成功の可能性を高めることができよう。まず台湾でビジネスモデルを構築した上で、台湾人材を活用、或いは台湾企業と手を組んで中国へ参入するような形である。日本企業のブランド力や店舗運営のノウハウと、台湾企業の販路開拓や人材管理、マーケティングなどの強みが結びつくことで、急成長中の中国市場において、高い競争力を発揮することが可能となる。経営の教科書でよく目にする「Get local advantage before go global」は、ここでは「Get Taiwan market advantage before go China」と言い換えることができよう。

(邵祺欽:c-shao@nri.co.jp)

飛躍する台湾産業



政策支援を背景に成長の緒に就いた台湾ESCO産業

経済活動の拡大に伴う環境負荷は今や、世界全体で解決すべき議題であり、いかに効率的に省エネ・CO2削減を進めていくかは各国の共同目標となっている。こうした状況の下、再生可能エネルギーや新エネルギー技術に係る新興産業に加え、これらの技術を活かしたESCO事業(Energy Service Company:顧客の水道・光熱費等の削減を行い、削減実績から対価を得るビジネス形態)は、省エネ・低CO2排出を持続的に推進するための鍵を握るようになってきている。台湾では、2005年に設立された財団法人台湾能源技術服務産業発展協会(TESCO)がESCO産業を推進しており、国の関連政策を背景に、徐々に市場が形成されつつある。

潜在市場は2,000億元以上

台湾では1998年に經濟部能源局によってESPC (Energy Saving Performance Contract:エネルギー保証契約)が導入された。2005年にはTESCOが設立され、ESCO産業を推進しているが、現在のところ、多くの国と同様、産業発展の初期段階にある。

能源局の「ESCO推進オフィス(*後述)の分析によると、台湾と日本のESCO産業環境は似ている。ここで、日本ESCO産業の潜在的な市場規模(産業部門:省エネ率0~15%、投資コスト回収期間5年、商業部門:省エネ率15~25%、投資コスト回収期間7年)を参考に、台湾の市場規模を試算すると、産業部門は年間1,558~2,338億元、商業部門は590~983億元に達する(計2,148~3,321億元)。

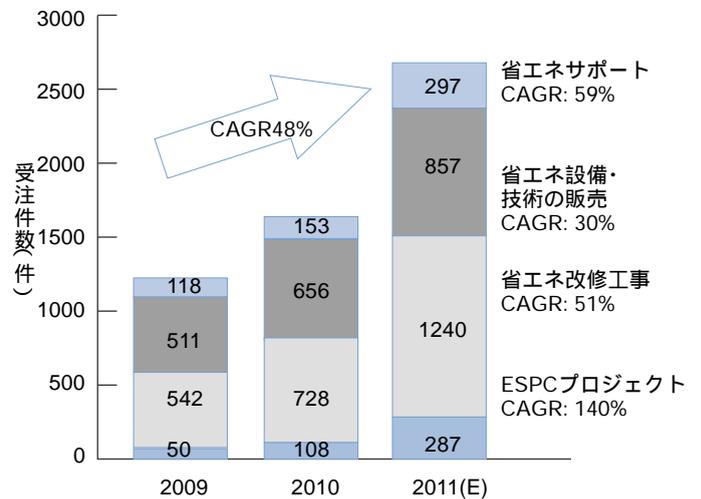
一方、中華民國能源技術服務商業同業公会(TESA)が発表している『台湾ESCO産業発展現況及び傾向』では、台湾の大規模メーカー(売上高の上位5%)が同時に省エネ・CO2削減を進めた場合に節約されるエネルギーコストは、600億元以上としている。

政府支援を背景に受注が拡大中

台湾政府は公共工事及び公共機関を対象に、省エネ・CO2削減の取り組みを義務付けており、関連の助成計画を出している。これを受け、最近3年間のESCO産業の受注件数は年平均48%のペースで拡大しており、2011

年は約2,700件に達する見込みである。事業別に見ると、件数では省エネ改修工事の件数が最も多い。一方、ESPCプロジェクトは年平均140%と急ピッチで増えている(図1)。

図1:台湾ESCO事業の受注件数推移

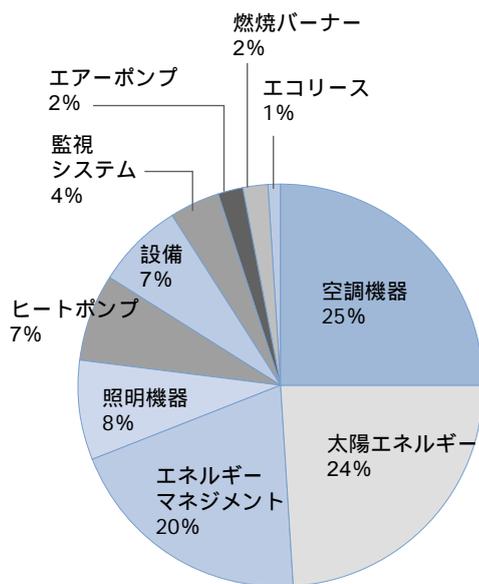


多業種の中小~大企業139社から構成

台湾のESCO事業者は中小企業が中心だが、大手企業(やその出資会社)も参加している。TESAの会員企業139社(*2010年11月現在。非営利法人と学校を除く)の業種別の内訳は、空調機器35社、太陽エネルギー33社、エネルギーマネジメント28社、照明機器11社、ヒートポンプ



図2 :台湾のESCO事業者構成 (業種別)



ンプ10社、設備9社、監視システム6社、エアープンプ3社、バーナー2社、エコリース2社となっている(図2)。

これらの企業のうち、比較的規模の大きい上場企業としては、建設コンサル最大手の中鼎工程が投資する新鼎系統が挙げられる。同社は建築工事における省エネ・CO2削減のソリューションを提供している。通信キャリア最大手の中華電信はネットワークインフラの強みを活かし、近年、クラウド技術を応用した省エネ・CO2削減システムや関連サービス事業に積極的に取り組んでいる。一方、工業コンピューター大手の研華科技は、ハード生産からシステムサービスへと事業を広げており、スマートホームやグリーンエネルギー関連のソリューションを提供している。このほか、シュナイダーやシーメンス、パーソンズ・プリンカーホフ等、機電システムや建設コンサルを手がける外資系企業も台湾ESCO市場において重要なポジションを占めている。

ESCO推進オフィスがマッチングを支援

台湾行政院(内閣に相当)はグリーンエネルギーとスマート建築をそれぞれ国の重点発展産業に指定している。行政部局のレベルでは、能源局が「2015年のエネルギー密集度(GDPを一単位計上するのに必要なエネルギー量)を2005年より20%以上、2025年には同50%以上削減する」、「全国のCO2排出量を2020年には2005年時の水準に、2025年には2000年時の水準に戻す」とする省エネ・CO2削減目標を掲げており、その達成に向け、低炭素産業構造の建設計画を策定し、前述の通り、公共工事の省エネ・低CO2排出を義務化している。同局はまた、ESCO事業の担当窓口として、2006年にESCO推進オフィスを設置している。同オフィスは「ESPCモデル推進計画」の関連施策の実施を主要業務としている。これは、公共機関が率先してESPCを利用して省エネを進めるよう促し、成功事例を民間へと広めていくものである。また、ESCO事業者とエネルギーユーザーが交流するプラットフォームとして「ESCO産業マッチング会合」を開いており、2010年には14件のマッチング実績を挙げている。

課題は中小企業の成長、日本企業にも商機

台湾のESCO事業者の多くは中小企業であり、資金面、技術面の課題は否めない。政策によって生まれた市場が大きくなっていくためには、こうした企業の成長が欠かせない。日本のESCO事業は、通産省(当時)内にESCO検討委員会が設置され、事業導入に向けた具体的な調査・研究が始まってから既に15年が経過しており、各方面で台湾よりも成熟している。日本のESCO事業者にとって、台湾のESCO事業者と提携し、日本の経験を導入することは、台湾ESCO市場で機先を制するとともに、その成長を取り込む機会であると言える。

(魏 敏真:m-wei@nri.co.jp)

台湾進出ガイド



台湾の工業区の概要 その6

台湾の工業区は一般の工業区、輸出加工区、科学工業園区(サイエンスパーク)の3種類に大別でき、進出した企業に対して様々な優遇策が設けられている。今回は前回に続き、サイエンスパークについて紹介する。

科学工業園区(サイエンスパーク)

(1)入居要件 前号(vol.194)を参照

(2)税務上の優遇

- a. 園区事業は下記の各項の税金を免除する(科学工業園区設置管理条例第20条第1、2項)。
 - ・ 国外より輸入する機器設備の関税・貨物税・営業税
 - ・ 国外より輸入する原料、燃料、半製品、サンプル及び貿易、倉庫業の運営に供される完成品の関税・貨物税・営業税
- b. 科学工業園区からの輸出品、輸出に関するサービスの営業税率はゼロとし、貨物税を免除する(科学工業園区設置管理条例第20条第3項)。
- c. 国内から購入する機器設備、原料、燃料、半製品の営業税率はゼロ(營業税法第7条)。

(3)営利事業所得税の優遇

促進産業昇級条例の各種租税優遇の申請が可能であったが、2009年末で申請期限が切れている。後継の産業創新条例公布後は、同条例の租税優遇措置について申請し許可を得たうえで適用することになる。

(4)その他の優遇やメリット

- a. 園区管理局による創新技術の研究開発に対する奨励金の支給(最高1,000万元)
- b. 園区管理局より「研究開発主要部品製品への補助要点」に従って高度な科学技術を有する新製品開発に対し開発補助金支給(キーパーツについて最高計画開発費用の50%)
- c. 他の地区に比べて、治安や環境の局面も含めて、特に高いクオリティの地域管理や利便性
- d. 行政院の中長期資金低利融資制度の利用にあたり優遇的取り扱い

(5)入居申請のフロー概要

入居審査体 : 国家科学委員会

入居審査提出書類 : 投資申請書、運営計画書、用水・電力・汚染防止計画など

(原則として中国語。正式提出前調整が事実上、必須)

登記申請窓口 : FIA申請・会社登記とも科学工業園区管理センター一括

投資保証金 : 投資金額(投資資本金)の0.3%

その他 : 事前に園区に説明し内諾を取得。入居後は営業額の0.19

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』(2011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/>

コストダウンと高品質を両立させ、 22期連続の黒字を続ける岩田友嘉精機

自動車や家電、建築、絵画、食品など様々な分野の塗装に用いられるスプレーガン。アネスト岩田は日本市場のシェア7割を占めるトップメーカーだ。1987年に台湾の産業機器メーカー友嘉集団(本誌vol.192を参照)と合併で台湾岩田精機(90年に現社名に改称)を設立。部品・生産設備の現地調達、工場の自動化、意識の高い組織作りを通じて、工場操業の翌年から現在まで、20年以上に渡って黒字経営を続けている。今回は新竹県の同社に佐藤清総経理を訪ね、コストダウンの取り組みや高品質・高収益を生み出す企業文化についてお話を伺った。



岩田友嘉精機股份有限公司
総経理 佐藤清氏

事業概況について

当社の主要製品はスプレーガンで、売上の約6 - 7割を占めます。ほかには、塗料用ポンプや塗料攪拌用のエアモーターなどを製造しています。

スプレーガンには、手持ちのハンドガンと塗装設備に取り付ける自動ガンとがあります。台湾では主にハンドガンを製造しています。スプレーガンの需要としては自動車塗装が大きいですね。カーメーカーや補修工場で使っていただいています。このほか、携帯電話の筐体やゴルフボールの塗装、せんべいの醤油吹き付け、絵画制作(エアブラシ)に至るまで、幅広く利用されています。

当社の台湾内販:海外販売の比率(スプレーガンの販売個数ベース)は、3年前まではほぼ半分ずつだったのですが、現在は凡そ2:8であり、輸出拠点としての役割が強くなっています。仕向け地としては中国が最も多く、次いで韓国、日本となっています。

台湾での製造・販売のほか、中国事業(杭州阿耐特岩田友佳空圧機有限公司)への投資も行なっています。この会社は友嘉集団(友佳国際控股)とアネスト岩田、当社の三社合併の形を採っています。当社は総経理を派遣しており、主にマネジメントの面で支援しています。

アネスト岩田グループのグローバル事業における台湾の位置付けについて

グループ全体のスプレーガンの生産拠点は台湾のほか、

日本(秋田県大仙市)、中国(浙江省嘉興市)、イタリア(ヴァレーゼ県)の計四箇所あります。凡その棲み分けは、高品質・高価格の順に日本、台湾、中国・イタリアとなっています。以前秋田の工場にいた私の目から見て、台湾の品質は日本に近いところまで来ています。品質・コスト・納期のバランスを考えると、当社は4拠点の中でも高い競争力を持つと自負しております。

女性社員の比率がとても高い(38名のうち26名)ですね

日本でも台湾でも、機械加工のオペレーターは男性が多いものなのですが、当社はバフ研磨(表面の艶出し)と呼ばれる力仕事を除き、全て女性です。女性を優先的に採用しているわけではなく、能力が高いこと、そして、ローテーションの中で適性を見定めて配置した結果です。当社には、男性も含め、勤続15~20年という方が多くおります。機械加工は経験が極めて重要ですので、こうして長く一緒に仕事ができるのはありがたいですね。

長期に渡る黒字経営の要因について

まずは、現地調達と自動化によるコストダウンを進められたことです。日本と台湾の生産コスト差は2~3割とあったところでしょうか。人件費やインフラコストの違いもありますが、部品や設備の現地調達率を高めてきたことが大きいですね。当社では現在、日本から輸入している一部の特殊材料を除き、部品の約9割を現地で調達

日本企業から見た台湾

しています。スプレーガン为例に挙げますと、台湾各地の協力会社から調達した部品と自社生産している主要3部品(本体、ノズル、キャップ)を加工・組立して完成品に仕上げています。

生産設備やFA設備は、マシニングセンターなど友嘉が生産しているものについては、そちらから調達しています。工場の立ち上げ当初は、(アネスト岩田の)横浜や秋田の工場から持ってきていたのですが、置き換えのタイミングで友嘉からの調達に切り替えました。コストパフォーマンスが高く、アネスト岩田グループの中国やインド拠点のほか、日本の工場でも一部採用しているほどです。

このほか、もちろん経費削減の取り組みも行なっていました。何よりも、従業員の勤勉さ、誠実さが、高収益を生み出す強い組織を作っているのだと思います。従業員一人一人が「ものづくり」に対する高い意識を共有しながら、それぞれの職分をしっかりと果たすことで、単純な足し算以上の効果が生まれています。こうした姿勢が品質の向上・安定化につながり、日本の工場と変わらないほどの歩留まりを実現し、結果として長期に渡って利益を確保してこられたのだと思います。トップ(総経理)や事業環境が変わっていく中でも、こうした強い組織を維持してこられたのは、創立時からのメンバーが中心となって「勤勉・誠実」の企業文化をしっかりと継承してきたからです。

組織の団結力を感じたという意味で、とても感動した場面があります。3年ほど前、金融危機の影響で業績が悪化し、リストラを行なったのですが、それでもまだ人員余剰がある状況でした。再度リストラを行なうか、それとも…。考えた末、従業員全員を会議室に呼び、新たに5名を解雇するか、一時的に全体の賃金をカットして対応するか、2つの案を提案しました。その時、全員がすぐに全体の賃金カットを支持しました。この団結力があれば必ず困難は乗り越えられる、と思いましたね。

今後の取り組みについて

当社の最大の強みは品質です。そしてそれは、同時に生命線でもあります。

現在、工場棟に隣接する駐車場に新工場を建てる計画があります。これは、朱(志洋・友嘉集団総裁)と森本(潔・アネスト岩田代表取締役会長)が当社の品質と長年に渡る実績を信頼して決めた投資であり、「新製品は台湾で作る」という決意を示すものです。新しいものを作るのは挑戦ではありますが、台湾での四半世紀の経験を基礎に、これまで通り勤勉、誠実にもものづくりに取り組み、製品の幅、量をいっそう拡大させていきたいですね。

私はこれまで、延べ10年に渡って台湾で勤めてまいりました。来春の帰国を控えた今、これまで、先人の実績を引き継いで、各方面で評価いただけるものづくりを続けてこられたのは、多くの支えがあったからこそだとつくづく感じています。この場をお借りして、合併主体である友嘉実業とアネスト岩田の両社、そして、20年以上に渡って当社の経営に尽力され、昨年亡くなった前董事長の李瑞廣氏、従業員の協力と行動力、家族の支援に対し、心より感謝申し上げたいと思います。

ありがとうございました。



岩田友嘉のスプレーガンの主力商品「W-61」

岩田友嘉精機股份有限公司の基本データ

名称	岩田友嘉精機股份有限公司
設立	1987年
董事長	李力生
資本金	3,300 万元
社員数	38名(内日本人1名)
事業内容	スプレーガン、塗料ポンプ、その他塗装関連機器の製造・販売

注) 2011年11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

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 (百万元ドル)			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
2010年	14,214	10.88	28.60	3,811,565	400,494	274,601	251,236	23,364	5.46	0.96	30.37	0.3733	7,949
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	3,719	4.70	19.94	323,131	63,360	24,373	23,960	414	2.43	1.53	30.85	0.3672	8,350
12月			19.01	480,028	28,125	23,832	22,225	1,607	2.24	1.25	30.37	0.3733	8,777
2011年			17.28	346,487	11,222	25,352	23,468	1,884	1.64	1.11	29.30	0.3540	8,971
1月			15.38	475,089	21,264	21,249	20,327	922	3.46	1.33	29.75	0.3634	8,742
2月	3,477	5.01	14.37	238,929	38,457	27,248	25,477	1,772	5.51	1.41	29.42	0.3549	8,575
3月			7.09	329,975	30,060	27,317	24,361	2,956	4.53	1.34	28.76	0.3507	8,860
4月			7.72	338,336	25,482	27,875	26,651	1,224	3.31	1.66	28.77	0.3512	8,910
5月	3,622	4.64	3.52	539,386	27,080	25,172	23,795	1,378	3.94	1.93	28.80	0.3570	8,748
6月			3.73	351,868	39,076	28,117	24,774	3,343	4.00	1.32	28.89	0.3714	8,681
7月			3.83	328,426	99,533	25,788	23,161	2,627	3.85	1.34	29.02	0.3787	7,763
8月	3,763	3.48	1.99	401,566	17,219	24,614	22,839	1,775	5.14	1.35	30.51	0.3973	7,385
9月													

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

台湾国際照明科技展 Taiwan International Lighting Show 2012

概要 台湾国際照明科技展は2010年から開かれ、今回で3回目を迎える台湾最大の照明見本市。温暖化や原油価格の高騰を背景に、世界的に省エネが課題となる中、生活に身近な照明のLED(発光ダイオード)化が進んでいる。有力なLEDメーカーが集積し、政策支援を受けながら成長を続ける台湾での見本市とあって、国内外から多くのメーカー・バイヤーが集う一大イベントとなっている。展示会のほか、商談会やシンポジウムが開かれる。今回は350社、1000ブースの出展が見込まれている。詳細は下記サイトまで：

http://www.taipeicycle.com.tw/zh_TW/index.html

日時 2012年3月13日(火)~3月16日(金)

展示テーマ 住宅用照明、商業用照明、工業用照明、LED照明 等

展示会場 台北世界貿易中心展覽大樓一樓(台北市信義路5路5号)

主催 主催：中華民國對外貿易發展協會、台湾区照明燈具輸出業同業公會

お問合せ及び資料請求 中華民國對外貿易發展協會 Project Manager - Ms. Yupi Yeh
TEL: 886-2-2725-5200 ext.2629 FAX: 886-2-2722-7324 E-mail: tils@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：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
コーポレートファイナンス・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。