



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

September 2013

vol. 217

今月のトピックス

日台産業交流モデル都市・台南市、日系企業に魅力的な投資環境づくりへの取り組み

飛躍する台湾産業

台湾電子商取引市場の発展と、日本企業の活用機会

台湾進出ガイド

台湾と日本の会計制度比較(3)

日本企業から見た台湾

～臺灣保麗股份有限公司董事長 高木廣幸氏インタビュー～

対面販売の強みを活かし、日本生産にこだわった高品質化粧品の店舗販売を強化するポーラ

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】



日台産業交流モデル都市・台南市、日系企業に魅力的な投資環境づくりへの取り組み

台南市は2012年、日台産業交流モデル都市に選ばれ、「台日産業創新園區(TJパーク)」を設置して日本企業の誘致を強化している。今回は、台南市の産業の概況を紹介するとともに、誘致の重点とする4産業の現況を踏まえた上で将来性を検討する。

台湾の「古都」台南＝南部第2の大都市

現在の台南市は、古くから栄えた旧・台南市と農村部や山間部なども含む旧・台南県が2010年12月25日に合併して誕生した。高雄に次ぐ台湾南部第2の大都市であり、人口は約188万人である。市の面積は約2,192平方キロメートルで、台湾最大の平野である嘉南平原を中心に、なだらかな地形が広がる。

交通の面では、主にチャーター便が発着する空港1カ所、商業港湾1カ所、台湾高速鉄道の台南駅および台湾鉄路の駅16カ所が整備され、外部とのアクセスもよい。市内交通は主力の路線バスが93路線運行され、将来的には「バスの都市交通システム(MRT)化」と「バス高速輸送システム(BRT)の導入」といった交通網整備計画がある。

安平港も2013年8月に第1期の自由経済モデル区(海外からの需要や投資を台湾に呼び込むために大胆な規制緩和や優遇措置を設けた特区)の指定申請が認められ、投資環境がより整っていきと期待される。

従来型産業とハイテク産業が共存

台南市の産業構造は、7割が鉱工業、建設業で、うち製造業が占める割合が最大であり、2011年の生産額は1兆8,100億元に達した。

製造業は、1980年代には紡織、金属、金属、機械設備、食品産業など従来型産業が盛んであったが、南部科学工業園区(南部サイエンスパーク)の設置を機に、ハイテク産業が急速に発展、従来型産業とハイテク産業の共存が台南市の特色となっている。

台南市政府はさまざまな形態の工業団地整備を進めている。市内には中央と地方が建設した工業園区が48カ所、民間開発の工業区が17カ所と、計65カ所の工業集積地がある。開発総面積

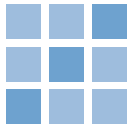
は約6,538ヘクタールで、南部では最大、全国では桃園県と新北市に次ぐ3番目の規模となっている。それぞれの工業団地が産業の集積効果により連携し合い、川上から川下までの産業バリューチェーンが整っている。

日本企業の投資を優先するTJパーク

2011年末に策定された「日台産業連携架け橋プロジェクト」に合わせ日台の産業協力を強化するため、經濟部は2012年、台南科技工業園区の一區画を「台日産業創新園區(TJパーク)」と定め、台湾初の日系企業を優先する工業団地が誕生した。

第1期モデル区画として32ヘクタール分が用意され、情報、半導体、精密機械、バイオテクノロジー、医療などの分野で、日本企業や日本資本が出資する台湾企業、あるいは日本の業界と協力関係にある台湾企業の入居を計画している。TJパークに入居する企業は、土地利用に関して、經濟部工業局による土地リース・売却の2つの優遇措置、「006688措置(1年目および2年目の賃料は免除、3年目および4年目は企業が6割、5年目および6年目は企業が8割を負担する優遇措置)または工業区土地市価化優遇方案(工業区の入居を促進するために、企業が割引価格で工業区の土地を購入できる優遇措置)のうちどちらかを受けることができる。2012年10月には日本の建築資材メーカーのダイクレがTJパークへの進出を決め、日本企業進出第1号となった。

南部サイエンスパークに入居する日本企業11社と台南科技工業園区内の日本企業8社に加え、TJパークの設立により、台南に進出する日系企業の集積規模がさらに拡大することで、より大規模な経済波及効果につながる事が期待される。



【 今月のトピックス 】 日台産業交流モデル都市・台南市、 日系企業に魅力的な投資環境づくりへの取り組み

4つの誘致重点産業の現状と将来性

台南市が誘致の重点とする「ハイテク産業」、「機械設備」、「バイオテクノロジー」、「小売業」の現状と将来性を以下に検討してみる。

1. ハイテク産業

南部サイエンスパークは、ファウンドリー（半導体受託製造）世界最大手、台湾積体回路製造（TSMC）や液晶パネル大手の群創光電（イノラックス）を筆頭に、台湾内外の半導体、液晶パネル、光電子工学、グリーンエネルギー分野の有力企業が生産拠点を置いている。同パークは、周辺にある樹谷園區や台南サイエンスパークなどのパネル、光電関連企業と連携しながら、産業集積の機能を十分に発揮している。

台南市は大型顧客や川上から川下まで関連企業が集積する地域であり、日本の半導体産業関連企業にとって、大手顧客に近接した形でサービスを提供するという意味では魅力的な投資先である。2012年には、TSMCが5年間で5,000億円を投じる投資計画を発表したことで、ハイテク企業にとって優れた立地条件であることが改めて認識された。

2. 機械設備

台南市内には自動車・二輪車の部品を中心とした金属製品の産業クラスターが形成され、関連企業2,915社、生産額688億元と、5直轄市（台北市、新北市、台中市、台南市、高雄市）の中で最大規模となっている。

また、台南周辺には鉄鋼最大手、中国鋼鉄（CSC）の製鉄所があり、日本企業は台南に拠点を置くことで、近隣からの高品質でリーズナブルな材料の調達が可能となっている。このほか、自動車部品大手の東陽実業や大億集団と提携し、中国や東南アジア市場など日系企業が限られた販路しか持ちえなかった市場への事業拡大も視野に入れることができる。

3. バイオテクノロジー

台南市北部には、台湾唯一の蘭をテーマにした花卉産業団地、台湾蘭花生物生技園區のほか、食品大手、統一企業の本社も立地する。

農業や食品製造業に加え、製薬業では川上の原料開発や試験、川中の製造、検査、認証、川下のブランドメーカーまで整ったサプライチェーンが形成されており、2010年の売上高が全国3位の120億元に達した。

また、中国と医薬品や医療機器の相互認証制度制定に向け協議が進んでおり、日本企業が台湾企業と共同で健康食品や医薬品を研究・開発し、ともに中国市場を開拓することも可能であろう。

4. 小売業

サービス業分野では日本企業の進出がますます拡大している。卸小売業への投資は2012年、件数ベースで290件、金額ベースで1億7,300万米ドルに達し、日本資本による対台投資の47%、42%を占める。

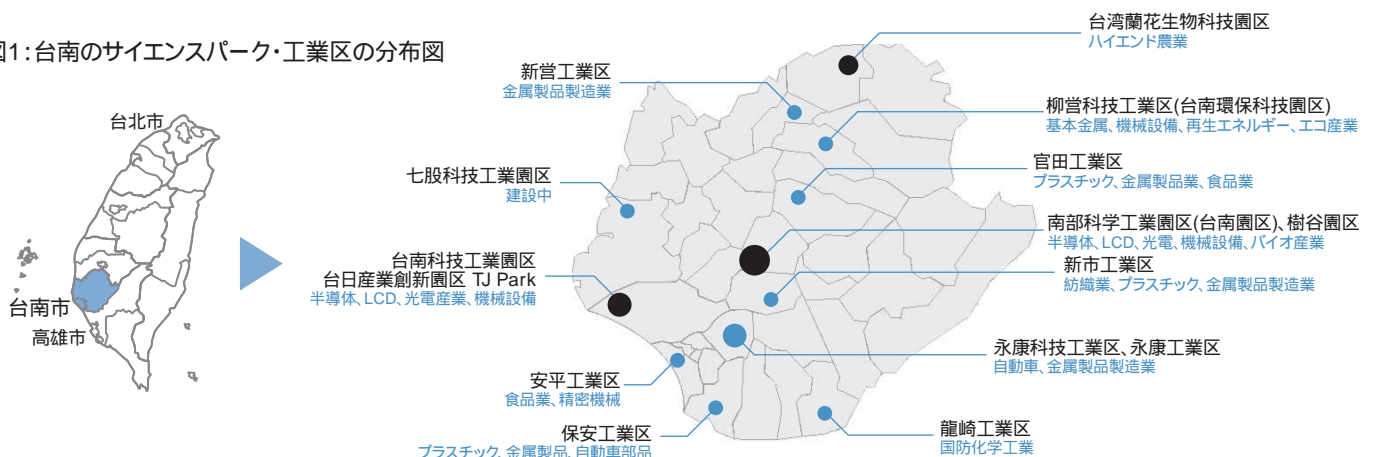
一方、台湾北部の不動産価格が高騰する中、南部第2の都市として、台南は100万人クラスの人口に加え、郊外地域にも大きな発展の余地がある。これらの理由から、小売業者にとって台南は、一定の潜在成長力を秘めているといえる。

2012年10月に台南を代表する2大企業、統一企業と台南紡織（台南スピニング）が共同で、台南紡織の旧工場を改築して大型ショッピングセンターを建設することを発表した。これも台南の潜在内需を好感していることの表れであろう。

このように、台日産業交流モデル都市として、台南市は今後も、日本企業の投資・進出を全力で支援し、双方の交流を通じ日台の友好関係の強化に貢献することが期待される。

（洪采滢：t-hung@nri.co.jp）

図1：台南のサイエンスパーク・工業区の分布図



飛躍する台湾産業



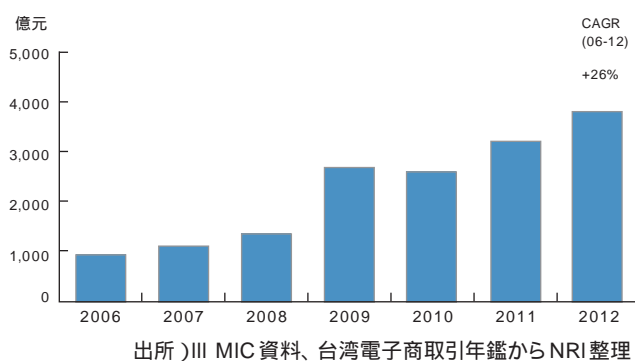
台湾電子商取引市場の発展と、 日本企業の活用機会

台湾の電子商取引市場は、ネットワーク環境の整備とモバイルデバイスの普及に伴い、過去10年で急速に発展し、台湾経済を牽引する重要な推進力の1つになっている。また、電子商取引は海外企業が他国で試験的に事業展開する重要な方法として活用されている。本稿では、台湾における電子商取引市場の発展状況とオンラインショップの展開モデルを紹介し、日本を含めた外資企業にとってのビジネスチャンスと事業展開における留意点を検討する。

台湾における電子商取引の市場環境

台湾の電子商取引市場はここ数年、急速に発展している。2006年以降、B2C(企業と一般消費者間の取引)市場の規模は年間平均26%のペースで成長し、3,500億元を超えている。

表1:台湾EC市場規模(B2C)の推移(2006-2012)



台湾における電子商取引発展の要因は、台湾のネットワーク環境が向上していることに加え、モバイルデバイスの普及、およびインターネット利用がより一般的となっていることにある。統計によると、台湾人のオンラインショップの利用頻度とスマートフォンの保有率は、他の東南アジア諸国を大きく上回っている。成熟した電子商取引環境と、消費者のインターネットへの依存度が、台湾における電子商取引の発展の主な理由と言える。

台湾における主なオンラインショップ展開モデル

現在、台湾におけるオンラインショップには、主に以下の3つのモデルがある。

1. オンラインモール

オンラインモールは、インターネット上の百貨店型事業モデル

である。オンラインモールを開設する際には、電子商取引プラットフォームを提供する事業者と契約し、商品を販売する。定価、商品陳列(レイアウト)、マーケティング、配送の方法などは事業者側で決めことができ、柔軟性が比較的高い。事業者はシステム利用料、月額費用および売上的一定割合の手数料を支払う。

台湾の主なオンラインモール運営事業者は、最大手のPChome 商店街、次いでYahoo! 奇摩商城となっている。また、日本の楽天市場の子会社である「台湾楽天」が進出しており、日本企業が台湾にて日本の商品を販売する際の重要な販売チャネルとなっている。現在、台湾楽天のプラットフォームを通して日本の中小企業約1,000社程が商品を販売している。

2. オンラインショッピングセンター

オンラインショッピングセンターの事業モデルは、メーカーが商品を電子商取引プラットフォーム運営事業者に卸し、この事業者が一括して商品を消費者に販売するものである。プラットフォーム運営事業者が注文受付後の配送、カスタマーサービス、保証などすべてのサービスを引き受ける。プラットフォーム運営事業者はメーカーから取引量の一定の割合の手数料を受け取る。

台湾の主なB2Cオンラインショッピングセンターは、PChome、Yahoo! 奇摩、momo 富邦購物網である。PChomeは24時間以内の配達サービスを提供しており、またYahoo! 奇摩は同社のポータルサイトのアクセス量が後押しし業界2位となっている。momo 富邦購物網はテレビショッピングや実店舗といった幅広い販売チャネルを持つ強みから、業界3位となっている。

3. 自社オンラインショップ

少数ではあるが、顧客情報の把握や事業運営の柔軟性といっ



たメリットを見込み、自社専用のオンラインショップを構築する事業者も存在する。また台湾には、企業のオンラインショップ開設をサポートする企業も多数存在する。一方で、自社ショップ開設には、商品のレイアウトやシステムの基本的な管理に加え、物流、決済、カスタマーセンターといった周辺産業についても検討する必要がある。

台湾電子商取引の周辺産業と留意点

台湾の電子商取引のバリューチェーンの下流にあたる物流事業者は、すべて日本の物流企業と協力している。代表的な企業に統一速達(ヤマト運輸と提携)、台湾宅配通(日本通運)、嘉里大栄物流(西濃運輸)がある。B2Cプラットフォーム運営事業者をみると、統一購物便、博客来、台湾楽天、PChome24hは統一速達と提携し、PChome商店街、momo富邦購物網、Yahoo!奇摩購物中心は台湾宅配通と、それぞれ物流事業者との提携を行っている。支払い方法は代金引換(代引き)、クレジットカード、コンビニエンスストアでの支払い、銀行の決済代行をそろえ、幅広いサービスが提供されている。また、近年では時間指定配達にも対応するなど、台湾における物流事業者のサービスも発達している。

代金の支払方法として、クレジットカード、現金預け払い機(ATM)、インターネットATMがある。このうち、「インターネットATM」は台湾に特有の金融取引方法である。消費者はICキャッシュカードを、パソコンに接続したICカードリーダーに読み込ませることで、口座への現金預け入れと引き出しを除き、インターネット上で実際のATM同様の機能が利用できる。また、どの銀行の利用者でも使えるため、台湾の決済事業者は電子商取引に付随する金融取引について、インターネットATMに対応したサービスを提供している企業が多い。

自社でオンラインショップを開設した場合、顧客情報を直接把握することができるというメリットがあるが、付随するアフターサービスをすべて自社で手掛けるのは難しく、有力なカスタマーセンターの支援を受けることで、台湾進出当初から消費者との意思疎通を図り企業のイメージを確立することができる。現在、

台湾のカスタマーセンター事業者は、基本的なサービス以外にCRM(顧客管理)、顧客情報の収集、定期レポートによるフィードバックや、電話マーケティングまで一括サービスを提供することが可能である。メーカーとカスタマーサービスセンター事業者は、月額管理費とサービススタッフの人数により契約内容が決められている。

なお最近では、インターネットセキュリティへの懸念から台湾の関連法にも調整が加えられていることに留意する必要がある。個人情報保護法の改正や、消費者保護法のオンラインショッピングにおける7日猶予期間(クーリングオフ制度)の規定、また後を絶たない詐欺事件により問題となっているインターネットの安全性確保への対応も必要であろう。自社でオンラインショップを開設する場合、上記の法律と関連する問題が発生する可能性を十分考慮し、安全性認証の申請やコンプライアンス対策などを通じ、セキュリティを確保しているという企業イメージを確立する必要があるだろう。

日本企業にとっての活用機会

台湾の電子商取引産業は近年急速に発展し、オンラインショッピングの環境も整ってきている。海外進出を狙う日本小売企業にとって、台湾は他のアジア市場よりも、さらに成熟した市場環境と進出手法の選択肢の多さが魅力である。そこで、まずはEコマースの形態で台湾市場へ展開して、台湾消費者を含めた中華圏のビジネス環境や嗜好を理解し、今後の更なる海外展開の足掛かりにすることが出来るのではないだろうか。

(施佳余 : c-shih@nri.co.jp)

台灣進出ガイド



台湾と日本の会計制度比較 (3)

本稿では、引き続き台湾と日本の会計制度の違いについて紹介する。(固定資産)

7 固定資産		
有形固定資産の計上	<ul style="list-style-type: none"> ・実務上は主に税務上の取り扱いに従って処理される。 ・少額固定資産の費用計上:耐用年数が2年に満たないあるいは支出金額が8万円を超えない場合。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実務上は主に税務上の取り扱いに従って処理される。 ・少額固定資産の費用計上:使用可能期間1年未満あるいは取得価額が10万円未満。(20万円未満の資産は年度毎に一括して3年で償却できる。)
有形固定資産の減価償却方法	<ul style="list-style-type: none"> ・実務上は主に税務上の取り扱いに従って処理される。 ・定額法(原則)・定率法・作業時間法 	<ul style="list-style-type: none"> ・実務上は主に税務上の取り扱いに従って処理される。 ・定額法(税務上、建物は定額法のみ)・定率法・生産高比例法など
有形固定資産の廃棄	<ul style="list-style-type: none"> ・税務上、耐用年数到来以前に固定資産を廃棄する場合、棚卸資産同様、先に管轄局へ申請、許可を得て担当官の立会を依頼するか、会計士の立会などの手順を要する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・税務上、事前の管轄局への申請、許可は不要。
無形固定資産の償却	<ul style="list-style-type: none"> ・物質的実体のない非貨幣性資産であり、識別可能性、企業による支配、将来の経済的便益の存在を満たすものを無形資産として定義し、資産に起因する将来の経済的便益が企業に流入する可能性が高く、かつ、資産の取得原価が測定可能である場合にのみ「無形資産」を認識する。 ・耐用年数が有限なものは、その有効期間において償却し、耐用年数が不確定のものは、償却しない。 ・企業結合上発生したのれんは会計上償却せず、減損会計の対象となる。 ・税務上は営業権(購入したのれん)10年、著作権15年、商標権、特許権等はその法定の有効期間、企業結合によるのれんは最低5年の定額法。 ・研究開発費は研究段階と開発段階に区分され、研究段階の支出は発生時に費用処理、開発段階の支出は一定の条件のもとで資産計上が要求され、償却される。 ・販売目的ソフトウェアは技術的可能性が確実になるまでは研究開発費とし、それ以外を見込販売収益法あるいは定額法で償却。自社利用分は無形資産として使用期間で償却。 ・創業費は、会社の設立終了までの直接の費用で、会計上、税務上ともに発生時に費用処理する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・のれん、特許権、借地権、地上権、商標権、実用新案権、意匠権、鉱業権、ソフトウェアなど及びこれらに準ずる資産を無形固定資産とする。 ・有効期間にわたり償却、ただしのれんは20年以内で償却。 ・税務上はそれぞれ法定耐用年数に従う。方法は定額法。 ・市場販売目的ソフトウェアは見込販売数量などに基づいて原則として3年以内に均等額以上を償却。自社利用ソフトウェアは費用削減もしくは収益獲得効果の確実な部分を原則として5年以内に定額法で償却。 ・ソフトウェアの開発に関連する研究開発費は発生時に費用処理。 ・設立登記終了までの創立費、開業までの開業費は会計上、原則支出時に費用処理。但し5年以内で定額法により償却できる。税務上は支出効果のおよぶ期間で償却。
固定資産の再評価	<ul style="list-style-type: none"> ・物価指数が取得年度あるいは前回の再評価年度に比べ25%以上の増減があった場合は、政府機関の承認を得て、前会計年度末日を再評価基準日として固定資産の再評価を行うことができる。 ・再評価に伴って発生した増減額は損益とはされず、負債の部の土地増値税準備相当額を除いた金額を株主資本の部の未実現再評価損益項目として処理。 	<ul style="list-style-type: none"> ・原則として固定資産の再評価は認められていない(時限立法による一定の土地再評価および固定資産の減損会計の適用による評価減は除く)。
リース資産	<ul style="list-style-type: none"> ・ファイナンス・リースに該当するリース取引は、借手は当該リースに関わる資産及び負債を財務諸表に計上する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・2008年4月1日以後開始年度から新規契約は同左。旧契約は従来どおりの注記開示の方法も可。
減損会計	<ul style="list-style-type: none"> ・資産の簿価が回収可能金額を超える部分を減損損失とする。 ・回収可能金額は資産の純公正価値及び使用価値のいずれか高い方。 ・純公正価値はその時点の販売契約、取引市場の類似資産の最近取引結果等。 ・使用価値は適切な割引率で割引計算した将来キャッシュ・フロー。 ・回収可能金額は独立したキャッシュ・フローを生ずる個別資産あるいは資産グループごとに決定する。 ・減損を計上した後、仮に現金回収可能額の評価が明確な根拠に基づき増加した場合、営業権を除き、過去に認識した減損損失累計額の範囲内で減損損失を戻し入れることができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・減損の兆候の有無を把握し、兆候のあるものについて割引前将来キャッシュ・フローの総額と帳簿価額を比較し、帳簿価額を下回っている場合は減損損失を認識する。 ・減損損失は帳簿価額と回収可能価額の差額とする。 ・回収可能価額は使用価値と正味売却価額の高い方。 ・正味売却価額は時価から処分費用見込額を控除した金額。 ・使用価値は、資産の継続的使用と使用後の処分で見込まれる将来キャッシュ・フローの現在価値。 ・減損損失の認識及び測定は独立したキャッシュ・フローを生み出す資産(グループ)ごとにグルーピングして行う。 ・減損損失の戻入れは認められていない。

対面販売の強みを活かし、日本生産にこだわった 高品質化粧品店舗販売を強化するポーラ

株式会社ポーラは海外事業拡大の一環として、2008年3月に台湾の販売代理店と合併を組み、現地法人台湾保麗股份有限公司を設立した。「カウンセリング A(ファースト) POLA」を掲げ、日本で培ったカウンセリングノウハウを通して日本製の高品質化粧品が台湾の幅広い年齢層の顧客に受け入れられている。今回は、株式会社ポーラ台湾現地法人の高木董事長を訪ね、台湾化粧品市場の現況や市場の特徴、今後の事業展開についてお話を伺った。



臺灣保麗股份有限公司 董事長 高木廣幸氏

—台湾進出の経緯について

株式会社ポーラ（以下、当社）は、2008年3月に合併の形で台湾現地法人を設立しました。合併先である臺灣寶露股份有限公司（以下、臺灣寶露）は、当社の台湾代理店として30年来の良好な事業関係があります。台湾事業の拡大をしていくにあたって、日本側がメジャー出資をする形で合併を組んでいます。

台湾に現地法人を設立したきっかけとして、親会社であるポーラ・オルビスホールディングスの上場による海外事業の積極的な拡大方針があげられます。

2020年に海外売上高比率20%を目標にしており、そのためにM&Aによる海外販売拡大（近年では、「ジュリーク」（オーストラリア）、「H2O+」（アメリカ）を買収）と共に海外販売店の強化が必須です。代理店形態により台湾事業は、営業所が約400カ所、ポーラレディ（訪問販売員）を1,800名程抱えるなど一定の事業規模まで成長しました。一方で、代理店ではきめ細やかな販売員教育を当社から直接行いにくいといったデメリットもありました。

当社は単純な製品販売だけでなく、カウンセリングに重点をおくため、合併形態をとることで、日本人スタッフの現地スタッフ教育による販売員への細やかな指導が実施可能になりました。

—台湾事業の概要について

台湾市場で取り扱う製品は、全て日本から輸入し販売しています。当社の最大の販売チャネルは、訪問販売ですが、日本市場では他にも百貨店販売、B to Bなどの販売チャネルも展開しています。また、「訪問販売」の中には、サロンを併設した「ポーラ ザ ビューティー」（以下、PB）やエステインを通じた販売も含まれています。PBとエステインは、「ポーラレディが店舗を持ち、販売だけでなくカウンセリング、エステ等のサービスを提供する店舗」として弊社の統一基準を守った上で、店長が事業を展開しております。

現在台湾内にPBを4カ所（台北、台中、台東、湖口）展開しています。

—海外事業全体から見た台湾の位置付けについて

当社は、台湾を含め5カ国・地域に現地法人を構えています。台湾の他には、中国、香港、ロシア、タイに拠点があります。その中で台湾は、当社が最も得意とする「訪問販売」の市場が確立している点で、とても重要な市場です。

台湾とタイでは接客業の人材の接客レベルが高いのは言うまでもありませんが、日本の接客水準を保ちながらも、マニュアルにこだわりすぎず現地の文化に合わせた接客ノウハウが根付いた点が店舗化事業の活発な理由です。すべてを日本のマニュアル通りにするのはではなく、台湾独自の現地ス

日本企業から見た台湾

スタッフの心がこもった接客の魅力を付加し、そこをうまく残しつつ日本式の接客とのバランスをとっています。

台湾合弁先との関係について

先ほど少しお話した通り、合弁先の臺灣寶露とは、30年に渡り良好な関係を築いており、当社にとって台湾事業における大切なパートナーです。特に当社のように訪問販売のウエイトが高い業界では、販売員一人ひとりが会社の財産です。代理店から合弁会社と提携の形は変わりましたが、営業人材は臺灣寶露のスタッフが引き続き行き、日本式の顧客サービス・コンサルティングは、当社が指導を行いながら顧客満足度の向上を図っています。

現在、日本から企画・美容教育のスタッフを駐在させており、台湾スタッフのトレーニングや、顧客対応力の底上げを図っています。以前は、出張ベースで日本人スタッフが指導を行っていましたが、実際に駐在させることで、日本式のコンサルティングをしっかりと指導できるだけでなく、地場ニーズに対して素早く企画を打ち出すことが出来る体制を取っています。

台湾の市場と日本市場における売れ筋商品の違いについて

台湾市場では、乳液が化粧水の売上を上回る点が特徴的です。一般的な肌の保湿のステップは、化粧水⇒乳液⇒クリームという順番なので、日本を含めた一般的な市場では、化粧水の売り上げが高くなる傾向があります。しかし、台湾では化粧水より乳液の使用率が高く、クリームの使用率が低いという特徴があります。クリームについては、40代以上の方はあまり使用されないケースも散見されます。このような現象は、私が知る限り当社が事業を行っている他の市場では見られない特徴です。

化粧品の生産地へのこだわりについて

当社の化粧品は、日本製造にこだわっています。台湾だけに限った事ではありませんが、化粧品の分野で「Made in

Japan」に対する信頼は依然として高く、当社では日本生産の商品を中心に販売しています。

今後の事業展開について

2012年の台湾化粧品市場の規模は、約1055億元と算出されています(ユーロモニターより)。その中で、二桁の市場シェアをとっている企業は地場、外資企業を含めておらず、群雄割拠の市場です。台湾では日本の製品が受け入れられやすい環境であることから、日本企業も多数進出しており、当社はその中でシェアを2020年までに現在の5倍まで伸ばす目標を立てています。

目標を達成するために、訪問販売は引き続き注力しつつ、市場から見えるポータを目指して店舗化に力を入れていきます。台湾市場では、日本市場に比べてポータブランドの浸透率には向上の余地があります。このような店舗化によるブランド認知度の向上は、既に日本市場において成功モデルがあり、そのモデルを、台湾にあつた形で推進していきます。日本式のコンサルティングの質を保ちつつ店舗拡大が出来ればと考えています。日本ではPBは約590店舗、エステインは約1,900店舗あり、台湾でもこの事業形態に積極的に取り組んでいく予定です。

ありがとうございました。

臺灣保麗(股)有限公司の基本データ

会社名	臺灣保麗股份有限公司
設立	2008年3月
代表者	高木廣幸
資本金	1億6000万台湾元
社員数	44名(内、日本人2名)
事業内容	化粧品等の輸入販売など

注)2013年9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 (億米ドル)						物価年増率(%)		為替レート	
	実質GDP (100万元)	経済 成長率(%)		総金額	日本	輸出	年増率(%)	輸入	年増率(%)	貿易収支	年増率(%)	卸売物価	消費者 物価	NTD/USD	JPY/USD
2006年	12,243,471	5.44	4.50	13,969,247	1,591,093	2,240.2	12.9	2,027.0	11.0	213.2	34.8	5.63	0.60	32.53	116.30
2007年	12,975,985	5.98	8.34	15,361,173	999,633	2,466.8	10.1	2,192.5	8.2	274.3	28.6	6.47	1.80	32.84	117.75
2008年	13,070,681	0.73	-1.56	8,237,114	439,667	2,556.3	3.6	2,404.5	9.7	151.8	-44.6	5.15	3.53	31.52	103.36
2009年	12,834,049	-1.81	-7.97	4,797,891	238,961	2,036.7	-20.3	1,743.7	-27.5	293.0	93.0	-8.74	-0.87	33.05	93.57
2010年	14,215,069	10.76	28.60	3,811,565	400,494	2,746.0	34.8	2,512.4	44.1	233.6	-20.3	5.46	0.96	31.64	87.78
2011年	14,792,928	4.07	5.12	4,955,435	444,867	3,082.6	12.3	2,814.4	12.0	268.2	14.8	4.32	1.42	29.46	79.81
2012年															
7月			-0.11	429,491	66,145	249.0	-11.5	239.4	-3.2	9.6	-71.5	-1.56	2.46	30.01	78.98
8月	3,814,411	0.73	1.29	289,285	37,581	247.5	-4.0	213.8	-7.6	33.6	27.2	-0.91	3.43	29.99	78.66
9月			3.06	852,445	27,97	271.6	10.3	230.9	1.3	40.6	124.7	-2.35	2.95	29.61	78.17
10月			4.74	366,574	51,154	265.2	-1.9	232.6	-1.8	32.5	-2.6	-3.73	2.33	29.34	78.97
11月	3,955,284	1.72	5.35	329,583	13,088	248.9	0.8	214.9	0.1	34.0	5.7	-3.92	1.59	29.19	80.79
12月			2.54	929,633	13,337	260.8	8.9	219.6	1.6	41.1	77.4	-3.95	1.60	29.12	83.58
2013年															
1月			20.66	306,543	15,249	256.7	21.7	251.6	22.2	5.1	-0.2	-3.83	1.12	29.18	89.16
2月	3,635,892	-0.64	-11.84	544,253	23,375	197.3	-15.8	188.1	-8.5	9.2	-67.9	-2.28	2.96	29.67	93.17
3月			-2.98	405,883	41,680	272.1	3.2	240.3	0.2	31.9	33.4	-3.08	1.36	29.80	94.79
4月			-0.97	297,970	35,440	250.4	-1.9	227.8	-8.2	22.7	215.3	-3.08	1.05	29.88	97.70
5月	3,731,565	0.58	-1.10	274,251	27,200	263.0	0.7	218.9	-8.0	44.0	89.4	-3.54	0.74	29.89	101.08
6月			-0.58	433,388	25,840	264.8	8.6	232.3	6.8	32.5	24.3	-2.07	0.60	30.09	97.33

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

2013年台北テキスタイルフェア (TITAS 2013)

概要	台北テキスタイルフェアは、様々な繊維、紡績品等を扱う台湾最大の見本市である。今年で17回目となり、世界各国300社による550以上のブースの展覧が見込まれている。今回は、機能性、エコ、ファッショントレンドの3つをテーマに開催される。省エネ、省資源、CO ₂ 削減など環境保護の視点に立った製造方法によるファブリックや、調温機能等の高機能繊維等に注目が集まっている。詳細は下記サイトまで： http://www.titas.tw/2013/index.html
日時	2013年10月15日(火)～10月17日(木)
出品物及び 展示テーマ	アパレル製品(女性服、男性服、子供服、スポーツウエア、下着、礼服等) アクセサリ(帽子、スカーフ、ハンドバッグ、手袋、靴下、靴等)デザイナーズ製品 サービス(コンサルティング、出版社、関連協会、メディア、品質検査関連サービス等)
展示会場	台北世界貿易中心南港展覽館(台北市南港区经贸二路1号)
主催	主催：中華民國紡績業拓展会、中華民國對外貿易發展協會(TAITRA)
お問合せ及び 資料請求	台湾貿易センター(TAITRA)東京事務所 TEL:03-3514-4700 FAX:03-3514-4707 E-mail:tokyo@taitra.gr.jp 中華民國紡績業拓展会 TEL:886-2-2341-7251(内線2331:市場拓展處 馮瑜科長) Email: titas@textiles.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
投資業務處

台北市館前路71号8F TEL: 886-2-2389-2111 / FAX: 886-2-2382-0497
担当：陳惠欽 ext.218

野村総合研究所
台北支店

台北市敦化北路168号10F-F室 TEL: 886-2-2718-7620 / FAX: 886-2-2718-7621
担当：田崎嘉邦 ext.130 / 平山直人 ext.135 / 洪采瀝 ext.121

野村総合研究所
経営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: 03-5533-2537
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。