

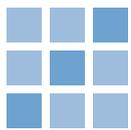
May 2016

vol. 249

今月のトピックス
日台企業連携推進における支援ポイント及び留意点
日本企業から見た台湾
～ 三新奥特萊斯(股)有限公司
董事長下町一朗氏インタビュー～
消費の郊外化をアウトレットモールで
取り込む三井不動産

台湾進出ガイド
日台租税協定の詳細-2
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】



日台企業連携推進における支援ポイント及び留意点

台湾及び日本企業の連携事例は数えきれない程多く、こうした企業連携は台湾及び日本の政府関連組織或いは民間企業によって開催される交流イベントや支援による部分も大きい。またこうしたイベントは主に日台双方の政府の他、政府系の財団法人や民間の産業経済団体等によって実施されるケースもある。特に日本の中小企業にとって、海外での事業展開を希望していても関連情報リソースに乏しく進出が困難となる事例も多いため、こうした組織によって提供される日台双方の交流プラットフォームはとりわけ重要な意味を持つ。本稿では日本の地方政府や産業経済団体等が台湾で実施している日台連携支援活動に関する推進ポイントと留意点について紹介する。

日台企業の連携支援ニーズとその背景

日台企業の関係はかねてより非常に緊密である。既に日本統治時代には数多くの大企業が台湾との取引・貿易を開始しており、中には台湾拠点を設立してから数十年以上の歴史を有する企業も存在する。今やこうした大企業の日台関係は既に成熟段階に入っているが、その一方で、日台中小企業の関係については今後の成長が大いに見込める段階にある。

日本の中小企業の多くは、国内の経済環境の悪化に直面し、国内市場だけでは生き残ることが難しく、海外に活路を求めざるを得ない。しかし、先端技術や画期的な新製品をいくら自社に備えていても、海外市場の情報や投資資金不足、グローバル人材不足等が足かせとなり、海外での事業展開は容易ではない。

一方で、例えば台湾の中小企業は一定以上の品質と価格競争力を備えており、少量多品種のカスタマイズ品にも対応することが可能である。更に、中国や東南アジア等の中華圏にお

ける人脈・チャネルも備えており、技術面でのボトルネックに直面しても速やかに海外の先進技術との連携や共同開発を進め、付加価値を高めている。

このように日台の中小企業は能力面及びニーズ面において相互補完関係が成立し得るものの、上述した各リソース不足により、惜しくも連携に至らないケースが多くある。こうした状況の下、政府関連組織或いは民間企業による日台中小企業への支援活動が重要な意味を帯びてくる。

日台企業連携推進支援とそのポイント

日台連携支援の傾向を見てみると、日本の各地方政府及び財団法人等が日本企業の在台事業推進を支援するケースが多い。一般的に、こうした地方政府或いは財団法人等が中心となって実施されるイベントの支援項目には、交流セミナーや商談会、台湾及び中国への訪問視察ツアー等がある。双方企業に交流機会を提供し、相互交流を深めることを目的に実施

されるが、その一例として、沖縄県が台湾で実施している支援活動を以下に紹介する。

沖縄県は、今年1月に台湾で第4回目となる沖縄台湾商談会を開催している。開催第1回目に参加した日本企業は15社であったが、第4回目となる今回は、その2倍の計30社が参加し、台湾からは約80社が参加、総計100社以上が参加した。当イベントは、毎年規模が拡大しており、双方企業の日台連携に向けた企業マッチングのニーズも増加し続けている。

また、こうした企業マッチング数の増加はイベントの成果を測るひとつの指標となるが、この他、企業マッチングの質もイベント成果を測る重要なポイントである。なお、ここで言う企業マッチングの質とは、商談会後に引き続き企業連携に向けて実施されている具体的なアクション数の比率を指す。例えば、企業同士が継続的にコンタクトを取っているか、或いは商品・技術の詳細や規格に関する確認を行っているか、見積もりの問合せや提供を行っているか、ひいては具体的な連携に至っているか等が挙げられる。沖縄台湾商談会のケースの場合、開催第3回目では、参加企業の僅か4割しか商談会後に、次に続くアクションを起こしていなかったが、今年実施された第4回目の商談会では、参加企業の7割以上がその後もコンタクトを取り続け、連携に向けた多くの取り組みを積極的に続けており、これに応じて企業マッチング成果も上昇傾向にある。更に、こうした昨年と今年の成果面での相違は、イベント開催前の準備に起因する部分も大きい。

商談会或いはその他の各支援活動を開催する目的は、企業同士が実際に議論をしながら、連携商機の可能性を探ることである。またこのためには、企業双方の需要と供給について整理し、双方の期待する目標が互いに一致するかを見きわめる必要がある。また、イベント終了後も引き続きコンタクトを取り続け、更なる具体的な商品規格や品質、数量或いは共同研究開発のテーマ等、最終的な取引或いは連携案の実現に向けた議論を続けることが重要である。但し、こうした一連の日台企業連携サポートのプロセスを確実に進めるためには、その前提としてまず適切なマッチング対象を選定することが不可欠である。イベント主催側は、開催前に台湾市場や産業の

ニーズ、日本側の能力及び優位性等について予め深く理解し、日台企業双方にメリットのある連携ビジネスモデルを確立しておくことが重要である。こうすることで、何千社にも上る候補先からマッチング確度の高い企業を選定することが可能となり、選出後もスムーズに最終的な連携関係の締結段階へと、実質的な成果を達成することが可能となる。

日台企業連携支援における留意点

民間企業或いは政府関連組織が台湾にて事業拡大に向けたサポートを実施する際は、事前の準備はもちろんのこと、その後の継続的なフォローも重要なポイントとなる。しかし、こうした継続的なフォロー・サポートはこれまで往々にしてなござりにされてきた点でもある。例えば、交流セミナーや商談会、現地視察ツアー等は交流プラットフォームとしての一つのきっかけにすぎない。企業としてはこうしたプラットフォームにおける日台の産業・企業の情報交換や人脈作りを必要としてはいるものの、イベント後も引き続き実際の連携プランの推進や取引先の拡大に繋がっていくか否かという点は、双方のその後のフォローアップの状況に左右される。こうした過程において、台湾の状況を熟知している現地のサポーター等が双方間の交渉過程で生じる問題を一つ一つ解決していくことは、日台連携実現にとって非常に有益である。日本の民間企業及び政府関連組織が例えば台湾の工研院、資策会、金属中心等の政府系シンクタンク等の機関と連携し、後続サポートを実施していくことができれば、前段階として開催したイベントの効果も最大限に発揮され、日本企業の来台促進・発展に大きく寄与することができるであろう。

日本の地方政府や民間企業にとって、今回当稿で述べた日台連携サポートのポイントが、今後日台連携推進イベントを実施する際の参考となり、より効率的な日台連携の実現が進むことを期待したい。

(劉盈端 : i-liu@nri.co.jp)

消費の郊外化をアウトレットモールで取り込む三井不動産

三井不動産は、2016年1月に台湾北部の新北市林口に「三井アウトレットパーク 台湾林口」をオープンした。郊外型の消費が少ないといわれてきた台湾市場で、近年進む都市部の不動産価格高騰やMRT延伸による郊外化を好機とし、いち早く台湾の新しい消費のトレンドをつかもうとしている。また、台湾の市場規模や成熟度、地理的な特徴から、効率的な事業展開が可能であると考えており、次の一手として商業施設の他都市への展開や商業施設以外の事業展開についても検討している。今回は、三井不動産の台湾子会社である三新奥特莱斯(股)有限公司の下町董事長を訪ね、台湾拠点設立の経緯や市場環境、今後の事業展望についてお話を伺った。

貴社事業の概要及び台湾進出の経緯について

当社は、国内外でオフィスビル、商業施設、ホテル・リゾート、住宅、物流拠点などを開発している日本最大の総合デベロッパーです。今年1月に、台湾北部の新北市林口に、「三井アウトレットパーク台湾林口」をオープンしました。現在当社では、事業のグローバル展開を積極的に進めており、欧米ではオフィスビルの賃貸事業を軸に、アジアにおいては急速に進む経済成長によりニーズが拡大する住宅分譲事業や商業施設開発を軸に取り組んでいます。その中で、商業施設については2011年には中国に「杉井アウトレット広場・寧波」、2015年5月にはマレーシアに「三井アウトレットパーク クアラルンプール国際空港 セバン」をオープンしました。

中国の商業施設が開業した頃から継続的に他国への展開を視野に入れ案件を探していた中で、台湾新北市のBOT(政府が土地を民間に提供し民間の資金で開発を推進する仕組み)案件が公募され、当社が応札し事業者として選定されました。

台湾を選択した理由としては、主に3つの理由が挙げられます。1つ目は消費市場として成熟しているという点です。台湾は日本を含む先進国の商品やブランドが幅広く浸透しています。特に、日本のブランドに対する認知度が高く受け入れられやすい市場であると考えています。2つ目は、アウトレットという事業体の競合が少ないという点です。現時点で台湾における本格的なアウトレットモールは、台湾新幹線桃園駅前に最近オープンした華泰名品城(GLORIA OUTLET)と南部にある義大世界購物



三新奥特莱斯(股)有限公司 下町一朗董事長

世界(E-DA OUTLET MALL)の2施設くらいと認識しています。華泰名品城も昨年12月に開幕したばかりで、当社が本プロジェクトに取り組み始めた際には、台湾北部には本格的なアウトレットモールは存在していませんでした。中国等では、欧米のアウトレットブランドの参入が活発且つ、国内企業もアウトレットを開発しており、競争が非常に激しい環境です。それに比べると台湾市場は(もちろん簡単ではありませんが)我々のような外資系でも参入し易い環境にあると言えるでしょう。3つ目は、台湾における郊外化の進捗状況です。台北市内は不動産価格が高騰しており、台湾の一般的なビジネスマンが台北市内に不動産を購入することは大変困難だと聞いています。そのような状況の中で、台北市から新北市への人の移動が進んでおり、今後平日は職場の関係上都心で消費をする人々が、週末には都心に出ずに住宅を構える郊外で消費をするようになる可能性は十分に考えられます。MRTが都心から外に向けて延伸している点も今後この状況を加速化させていると認識しています。

これらの理由から、台湾市場は今後アウトレットを含む郊外型消費を見込んだ商業施設にも十分可能性があると考えています。

台湾における事業内容について

三井アウトレットパーク台湾林口を運営する三新奥特莱斯(股)有限公司は、三井不動産が70%、台湾大手企業の遠雄グループ(Farglory Group)の中核企業で大手不動産デベロッパーの遠雄建設事業が30%をそれぞれ出資して設立されまし

日本企業から見た台湾

た。遠雄グループは、台湾において商業施設の他にも住宅事業、オフィスビル事業、物流事業、レジャー事業等を展開しており、台湾での不動産開発事業におけるノウハウを豊富に有しています。そこで遠雄建設事業には、台湾で商業施設を展開するうえで必要な許認可関係や実際の施工などを担っていただき、アウトレットモールの運営については当社が国内外で数多くの施設を運営しているノウハウを活用し事業を行っています。運営にあたって現在約50名の体制をとっており、日本人は会社運営や新規投資の担当も含めて9名駐在しています。

三井アウトレットパーク台湾林口には、現在220社が入居しており、内日系企業は56社入居しています。おかげさまで業績は目標を上回る形で推移しており、平日や少し遅めの時間でもたくさんのお客さまに足を運んでいただいています。林口アウトレットの周辺は居住エリアとなっているため、特別な買い物をする場所としてではなく、普段の生活の一部としても活用していただいています。

台湾の市場環境について

前述の通り、台湾はもともと郊外型の消費が非常に限られていたため、アウトレットモールの競合が少ない状況にあります。今後郊外型モールが少しずつ増えてくるとは思いますが、当社ならではの強みを生かした開発・運営を行うことでお客様に受け入れられていくと考えています。

当社の特色として、商業施設を開発する際にその土地の環境や文化に合った設計を徹底しています。例えば、三井アウトレットパーク台湾林口では、居住エリアに隣接していることから、一般的なアウトレットモールよりも飲食や食物販を充実させています。また、周辺に娯楽施設が少ないことからエンターテインメントの要素として、映画館を備えています。そういった意味では、日本で当社が展開している商業施設の「ららぽーと」とアウトレットの間に位置づけられます。また、現地は雨の多い気候のため、アウトレット内の動線には屋外でも屋根がついており、雨の日でも濡れずに移動できるように工夫されています。ちなみに、台北よりさらに雨が多く、気温の高いクアラルンプールのアウトレットモールは、全館屋内の設計になっています。

台湾進出に当たって苦労した点について

初めての進出で制度や商習慣など勝手が分からないことも多

く、いろいろ試行錯誤してきましたが、特に台湾だから苦労した点はありません。行政手続きなどは、どの国でもそれぞれの手続き方法があり、各エリアのパートナーと連携しながら解決してきました。当初2017年開業の予定でしたが、パートナーである遠雄グループと連携することでスムーズに手続きが進み1年ほど計画を前倒して開業することができました。

また、オフィスビルなどと違って商業施設は開業後の運営が事業の成功を大きく左右するため、従業員の教育には十分な時間をかけています。特に台湾では、アウトレット運営にかかわってきた人材はほとんどいないため、他の商業施設の経験者や日系百貨店での就業経験がある方を中心に採用を行っています。

今後の事業展望

今後は、商業施設の他地域への展開と、新しい事業分野の展開を検討しています。

台湾は、他の海外市場と違い首都・台北だけが市場ではないという点が特徴的です。台北以外にも、桃園、台中、台南、高雄など一定規模の消費が期待できる都市が、北部から南部まで幅広く分布します。また、それらの都市が新幹線で1時間半ほどの移動時間でつながっていることもあり、市場に厚みのあるそれぞれのエリアで効率良く事業展開ができると認識しています。そこで、現在取り組んでいる商業施設以外にも、住宅、ホテル、物流施設などの展開も今後前向きに検討していこうと思います。

ありがとうございました

三新奥特莱斯(股)有限公司の基本データ

会社名	三新奥特莱斯股份有限公司
董事長	下町一朗
設立	2013年8月23日
資本金	20億元
従業員数	50名(内、日本人9名)
事業内容	三井アウトレットパーク台湾林口の開発・運営

注) 2016年5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



日台租税協定の詳細-2

先月号に引き続き日台租税協定の詳細について紹介する。今月号では、具体的に事業所得への減免措置、来月号では配当所得、利子所得、使用料(ロイヤリティ)所得、給与所得への減免措置を紹介する。

3. 具体的な減免措置

(1) 事業所得

日台租税協定下における恒久的施設(PE)の定義

日本の居住者である日本企業は、台湾の地域内にある恒久的施設を通じて台湾域内で事業を行わない限り、日本においてのみ課税される(台湾では課税されない)。

日台租税協定において恒久的施設は事業を行う一定の場所であって企業がその事業の全部又は一部を行っているもの(日台租税協定第5条第1項)と定義され、次のものを含むと規定されている(日台租税協定第5条第2項)。

(a) 事業の管理の場所 (b) 支店 (c) 事務所 (d) 工場 (e) 作業場 (f) 鉱山、石油又は天然ガスの坑井、採石場その他天然資源を採取する場所
また、以下のものも恒久的施設に含まれる(日台租税協定第5条第3項)。

- ・ 建築工事現場もしくは建設・組立・据付けの工事又はこれらに関連する監督活動(ただし、現場、工事又は活動が6ヶ月を超える期間存続する場合に限る)
- ・ 役務の提供(コンサルタントの役務提供を含む)であって、使用人その他職員等を通じて行われるもの(ただし、183日を超える期間行われる場合に限る)

国内法との比較

台湾国内法上は、以下の要件を満たすものが納税義務者となる。

固定営業場所

事業経営の固定場所を指し、管理所、支店、事務所、工場、作業場、倉庫、鉱場、建築工事事務所を含む。但し、専ら物品の購入のために使用される倉庫または貯蔵所で、物品の製造加工に使用されないものはこれに含まない(所得税法第10条)。

営業代理人

以下の条件の一つに該当する代理人を営業代理人という(所得税法第10条)。

- ・ 購入事務の代理以外に、常に代理事業を代表して、業務の打ち合わせと、契約締結の権限を有するもの。
- ・ 常に代理事業の商品を貯蔵し、かつ代理事業を代表して、その商品を他人に交付するもの。
- ・ 常に代理事業に代わって、商品の注文を受けるもの。

一方日台租税協定の下では、上述した恒久的施設を通じて事業を行わない限り台湾では課税がされず、課税される範囲が台湾国内法と比較して狭くなっている。そのため、具体的には、以下のような状況下等においては、台湾税務機関に対し免税適用の申請を行うことにより、免税となる可能性がある。

- ・ 工事期間が6ヶ月以下の請負工事や据付工事を台湾で行う場合
- ・ 役務提供日数が、開始又は終了するいずれか12ヶ月の間において合計183日以下となる役務の提供を行う場合
- ・ 台湾内にて保管及び引渡しのために在庫を保有し、配送センターを利用している場合

日台租税協定の適用手続き

審査準則に従い以下の書面等を準備したうえで、税務機関に対し所得税減免の認可を申請する必要がある。

- ・ 申請書、契約書コピー(中文翻訳含む)、日本の居住者証明書、台湾で恒久的施設を有しないまたは恒久的施設を経由せずに事業に従事していることの証明文書、所得関連証明文書

日台租税協定適用に際しての留意点

日台租税協定に基づく申請は、従来課税されていた所得について免税を申し入れるものであるため、審査の過程で当局から詳細な調査を受けることが想定され、審査期間は6ヶ月から24ヶ月(もしくはそれ以上)要すると考えられる。そのため、日台租税協定適用の認可を得た上で取引を開始するのは実務的ではなく、取引開始後事後的に申請を行い、認可を得た場合は、還付請求を行う方法が実務上の対応になると考えられる。

また、所得税法25条の申請が可能な取引に関しては、25条申請により源泉徴収税率を3%に低減したうえで取引を開始し、事後的に申請・認可を得た場合には、当該3%部分について還付請求を行う方法が実務上有用と考えられる。

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 (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			
													輸出	輸入	貿易収支
2009年	12,462,729	-1.57	-7.97	4,788,993	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	13,787,642	10.63	28.60	3,798,680	399,984	2,746.0	34.8	2,512.4	44.1	233.6	-20.3	5.46	0.96	31.64	87.78
2011年	14,312,200	3.80	5.12	4,903,901	444,703	3,082.6	12.3	2,814.4	12.0	268.2	14.8	4.32	1.42	29.46	79.81
2012年	14,607,569	2.06	-0.32	5,547,319	414,265	3,011.8	-2.3	2,704.7	-3.9	307.1	14.5	-1.16	1.93	29.61	79.79
2013年	14,929,292	2.2	0.56	4,924,480	408,533	3,054.4	1.4	2,699.0	-0.2	355.4	15.7	-2.43	0.79	29.77	97.60
2014年	15,515,257	3.92	6.63	5,770,024	548,763	3,200.9	2.8	2,818.5	1.4	382.4	14.4	-0.57	1.20	30.37	105.94
2015年			7.33	486,649	62,320	256.4	-9.4	219.4	-17.6	37.1	119.5	-8.82	-0.62	31.53	120.39
			1.27	281,811	59,711	238.0	-12.3	193.0	-22.1	45.1	89.8	-9.12	-0.82	31.13	119.55
	3,839,951	0.57	-2.76	200,295	27,565	260.2	-4.2	207.3	-5.8	52.9	2.3	-9.67	-0.73	30.72	120.69
			-0.89	270,774	20,172	233.8	-14.8	214.5	-16.2	19.3	4.9	-9.46	-0.56	31.11	123.75
			-2.77	322,014	75,285	238.3	-12.7	205.4	-17.7	32.9	40.7	-10.23	-0.63	31.34	123.24
	3,945,146	-0.8	-5.93	415,628	19,596	244.1	-14.6	208.4	-15.1	35.8	-11.3	-9.46	-0.44	32.39	123.23
			-5.81	587,273	8,087	229.8	-14.7	180.5	-22.9	49.2	40.2	-8.71	0.30	32.89	120.29
			-6.50	375,753	31,395	244.5	-10.7	187.1	-18.8	57.4	32.5	-8.67	0.31	32.73	120.06
	4,055,898	-0.52	-4.84	439,123	59,117	226.0	-17.2	204.6	-11.4	21.5	-48.7	-7.97	0.53	32.80	122.53
			-5.29	668,674	46,360	225.5	-13.8	184.0	-14.9	41.5	-8.3	-7.30	0.14	33.01	121.92
2016年			-6.57	503,289	30,974	221.9	-12.9	186.8	-11.5	35.2	-19.8	-5.11	0.80	33.64	118.31
			-5.13	428,337	6,342	177.6	-12.0	136.2	-13.2	41.4	-7.8	-4.92	2.41	33.55	115.09

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

2016年台北コンピューターアプリケーション見本市
(台北電腦応用展 2016)

概要	台北電腦応用展は世界各国のPCや周辺機器、デジタルコンテンツ等が一堂に展示される見本市である。毎年国内3C製品(コンピューター、家電製品、通信機器)の重要なプラットフォームとなっており、約60万人が会場を訪れる。各出展メーカーが新商品を展示し、特価による即売が行われており、今後の3C製品市場のトレンドを知る良いチャンスとなっている。 詳細は下記サイトまで： http://www.tica.tw/zh_TW/index.html
日時	2016年7月28日(木)～8月1日(月)
出品物及び展示テーマ	パソコン及び周辺器材 電子ビジネス専用ソフト ネットワーク応用製品 情報関連書籍 オンラインゲームソフト マルチメディア製品 デジタルカメラ及びデジタル家電 等
展示会場	台北世界貿易中心展覽大樓 1F(台北市信義路5段5号)
主催	中華民國對外貿易發展協會(TAITRA)、台北市電腦商業同業公会
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 中華民國對外貿易發展協會(TAITRA) TEL: 886-2-2725-5200(梁芳燦小姐 内線2648) E-mail: tica-show@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: 陳惠欽 ext.218

野村総合研究所(台湾)

台北市敦化北路168号10F-F室 TEL: 886-2-2718-7620 / FAX: 886-2-2718-7621
担当: 平山直人 ext.135 / 洪采滢 ext.121 / 目片芽輝 ext.132

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: 03-5533-2724
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(台湾)宛にお願い致します。