

July 2016

vol. 251

■今月のトピックス

台湾不動産市場におけるサッシを中心にした  
リフォーム市場の動向

■台湾トップ企業

～ 榮田精機（股）有限公司董事長  
陳松田氏インタビュー～

台湾における立旋盤のエキスパート、榮田精機

■台湾進出ガイド

日台租税協定の詳細-4

■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 】

## 台湾不動産市場におけるサッシを中心にした リフォーム市場の動向

台北市、新北市における不動産価格は、2014年にリーマンショックからの回復期以降続いてきた上昇傾向が終了し、横ばい傾向に変調した。この背景には、台湾全体のGDPの鈍化による消費者のマインド変化が存在していると想定される。これまで続いてきた、不動産価格の上昇を信じる不動産関係者の割合は、完全にゼロになるわけではないが、徐々に減少傾向に転じていると想定される。そのような、市場環境下においてリフォーム市場の重要性は増加していく可能性が存在する。これまでは、転売するので、最低限にとどめていたリフォームも、不動産価格が上昇しないと仮定すると、定住者用にリフォームの質を高める必要があるためである。本稿では、サッシ市場を中心に今後重要度が増加すると想定されるリフォーム市場を概観する。

### リフォーム市場全体の推定方法

リフォーム市場を推計する際には、①世帯数×年間リフォーム率×一戸当たりのリフォーム費用、②中古住宅数×年間リフォーム率×一戸当たりのリフォーム費用③中古住宅売買数×一戸当たりのリフォーム費用の三種類で見積ることが可能である。

①の方法は世帯数を基に、リフォーム発生確率を検討して、リフォーム市場を推定する方法である。従って、ニーズから推測するとどの程度のリフォーム需要が存在しているかを見積ることが可能である。

②の方法は内政部に届け出のある中古住宅を基に、行う推計方法である。従って、住宅数は築年数が経過すれば必ずリフォームが必要になるため、その必要性に対応するとどの程度のリフォーム市場が存在しているかを推定する推計方法である。

③の方法は、中古住宅の売買時に必ずリフォームが発生

するため、リフォーム率が100%であり、その際のリフォーム金額を乗じることで、リフォーム市場を見積もる方法である。ただし、現在ではリフォーム市場における中古住宅売買時の割合は大きく無いと想定されるため、当推定方法は市場の最小値を検証する方法ということが可能である。

### リフォーム市場の今後の動向

①で推計の基になる、台湾の世帯数は今後も一定数で推移すると想定される。台湾における人口は今後減少していくものの、近年の1世帯当たりの人数も減少を続けているため、結論として、一定数で推移を続けると想定されている。

②の中古住宅数の推移は、近年徐々に増加している。特に民国104年には、容積率ボーナスの廃止の影響により、増加率が上昇している。容積率ボーナスの廃止を見越して、直前で住宅購入を実行した消費者が多く存在したと想定される。今後の推移を見積もるのは困難であるが、新築着工

件数の減少と共に、長期で検討するのであれば、増加率は減少すると想定される。ニーズの世帯数が一定であることを考えると、すぐに減少を始めるとは言い難いが、増加する可能性も少ない。

における中古住宅売買数は、近年急激に減少している。民国102年の第4四半期から民国104年の第2四半期にかけては、台湾の景気の減速も影響して、売買件数が約半数に落ち込んでいる。今後の景気の動向に左右されやすいため、今後の見通しは不確実性が高い。今後も、現在と同様の状況が続くのであれば、中古住宅売買数は更なる減少を想定するべきである。

### サッシリフォームにおける消費者ニーズの環境

リフォーム市場における市場特性を下記で考察する。リフォーム市場には多くのエレメントが存在するが、高級、中級、低級市場で特徴に大きな差が出るサッシの消費者ニーズを下記で検討する。台湾のサッシリフォーム市場は 高級セグメント 中級セグメント 低級セグメントに分類することが可能である。

の高級市場は一部のブランドのみが支配するセグメントである。ピラミッドの頂点に分類される顧客は品質とブランドを重視し、価格は気にしない。品質は基本的に上品質なので差別化要因にはならない。特に重要になるのは、ブランドである。主な顧客層は老人層であり、設計事務所を信じて、ブランド品を購入する可能性が高い。

の中級市場は若者層が顧客である。彼らは、ブランドにも、品質にも、価格にも気を配りながら購入品を決定する。その結果、彼らの購入する商品は台湾製の上位ブランドになる可能性が非常に高い。

の低級市場は、低所得者層が顧客となる彼らの意思決定要因はコストのみである。従って、台湾のローカルブランドを購入する可能性が非常に高い。

### リフォームにおけるサッシに対する購入意思決定者

リフォーム市場、特にサッシの市場では、購入経路別にリフォーム設計会社経由 施工店・代理店経由 サッシメーカー経由の3通りの購入経路が存在している。

のリフォーム設計会社経由は特に年配の購入者に多

い。長年付き合いのある設計会社が存在しており、かつ、その会社への信頼も大きいためその会社のアドバイスが意思決定に大きく影響する。しかし、リフォーム設計会社がサッシについて豊富な知識を有しているかというほとんど知識を有していないのが実情である。従って、リフォーム会社は代理店に対して、情報提供を依頼することが多い。その情報をもとに、消費者が最終的な意思決定を行っているので、重要な意思決定者は施工店・代理店になる。

施工店・代理店に直接問い合わせが来ることも多い。彼らは、中級層のことが多く、2-3箇所の施工店・代理店にブランド、品質コストを聞き、全てを検討した上で、どのブランドを購入するかを決定している。この購入経路では、施工店・代理店が重要な意思決定者になる。

メーカー経由は高級セグメントの中でも、特に最上位に位置する購入パターンである。例えば、高級別荘を作る際に、どうしてもドイツ製のサッシが良いという消費者は、直接サッシメーカーに連絡を行う。この際の重要な意思決定者になる。

### まとめ

新築住宅価格の鈍化と共に、リフォーム市場が注目を集めてきている。また、世帯数をベースにした市場規模の推定では、一定規模の市場が存在している。また、世帯数は一人当たり世帯数が減少傾向にあるため、今後も、一定数を維持する可能性が高い。従って、リフォーム市場も、現状の規模から、リフォーム率が変化しないのであれば、少しずつ増加を続けると想定される。

また、そのリフォーム市場では、高級、中級、低級の市場が確立されており、特に重要になるのが代理店・施工店である。ブランドメーカーからすると彼らから指定してもらうように良好な関係を作ることが重要になると想定される。

(執筆者名: 梶河智史s-kajikawa@nri.co.jp)

## 台湾における立旋盤のエキスパート、榮田精機

榮田精機股份有限公司は設立当初からCNC立旋盤に注力することを明確に掲げ、カスタマイズ化及びターンキー(Turn Key)方式による製造プロセスの改善という2大戦略を推進している。「欧米を第一に、次にアジア」をスローガンにグローバル市場を開拓し、40数ヶ国への販売に成功しており、今や台湾のCNC立旋盤の代表的なメーカーとなった。今回は、榮田精機股份有限公司の陳松田董事長を訪ね、経営理念及び今後の事業展望についてお話を伺った。

### 一 業界の追従者として、CNC立旋盤で市場を攻める

当社は陳松田董事長によって1987年に設立されました。当初の創業資本金は多くなく、更に当業界の追従者であったため、経営戦略を考えるにあたり、当時台湾市場で主流であったマシニングセンターや横型旋盤を主力製品とするのは適切ではないと感じました。このため、当時は生産している企業が数少ないCNC立旋盤を主力商品とすることにしました。

当社唯一の生産拠点は高雄にあり、面積約30,000㎡の新工場が2010年に竣工しています。主に完成品の組立を行っており、現在年間約650台を生産しています。

当社が扱う工作機械はいわば精密機械に属する製品であり、特に機械製造における前段階の設計及び後段階の組立に注力しています。また、部品については自社生産は行っていません。コントローラーについて主に日本及びドイツの大手メーカー品を使用していますが、その他は国内で調達し、できるだけ輸入品を使用しないという当社のこだわりに従い品質管理を行っています。こうした調達面での品質管理の他、生産品質を維持するために、工場内にはエアコンシステムを導入しており、暑い台湾南部の工場にて快適に作業ができる環境を整備しています。

また、当社のCNC立旋盤は幅広い製品に応用されています。現在の顧客は、電子機器受託製造サービス(EMS)事業者から医療設備メーカーに至るまで、工作機械が使用される業種であればほぼ当社の顧客といっても過言ではないでしょう。現在注力している業種には、航空産業、運輸(列車・自動車)、風力発電等があります。



榮田精機(股)有限公司 陳松田董事長(写真左)  
陳政鈞協理(写真右)

当社はCNC立旋盤を専門に手掛けてきたため、立旋盤の製品ラインは非常に充実しており、小型・中型・大型機種の全てを揃えた台湾では数少ないメーカーと言えます。また、近年は大型機種の研究開発にも資金を投じており、現在は5メートル以上の超大型機種の研究開発を行っております。

### 一 資本提携を契機に売上高が20倍に

当社はもともと台湾内をメインに市場開拓を行っており、主な顧客は台湾の大手電機メーカーの東元電機でした。その後受注競争が熾烈になるにつれて、永続経営について考慮するようになり、グローバル市場の開拓が必要であると考えようになりました。しかし、当時は海外業務に関するリソースや技術特許用の資金が充分ではありませんでした。そこで、高雄にある台湾で著名な工作機械の大手、東台グループに自ら資本提携の話を持ちかけました。ちょうど東台グループもグローバル市場の開拓にあたってはパートナーが必要であるとの認識があり、その上当社のCNC立旋盤は東台グループでは取り扱っていない製品ラインであったため、すぐに意気投合し、2004年に当社は東台グループの一員となりました。

こうして東台グループの資金やブランド知名度、海外における販売ネットワークを活用しながら、海外市場の開拓を積極的に行うようになっていきました。また私はもともと専門が機械分野であることもあり、当分野における研究開発も積極的に行っています。会社設立当初は社員20名、年間売上高7,500万元でしたが、ここ10年間で世界40数ヶ国に顧

## 台湾トップ企業

客を持ち、海外における売上高が全体の95%を占め、社員数は200名、売上高総額15億元以上の台湾工作機械を代表するメーカーの1社となりました。

### 特注品の生産及び生産プロセスの向上による差別化

海外市場への進出にあたって、海外の販売ネットワークももちろん重要ですが、如何に差別化を図るかという点も非常に重要です。そこで当社では、各顧客のニーズに合わせた特注品(製品面)及び生産プロセスの向上(サービス面)の2点に注力した差別化を打ち出すことにしました。

特注品の生産は業界を追従する企業が検討するよくある戦略ではありますが、CNC立旋盤の専門企業であるという点以外に、更に各顧客のニーズに見合った特注品を提供することが、当社のブランド確立にとって欠かせない重要な戦略であると考えました。しかしながら、当社の位置付けは決して特注品を専門に扱う企業ではなく、スタンダード品を生産していく中で、様々な顧客のニーズに合わせて機械を開発、改良し、結果的に特注品の生産も手掛けることになったというのが実情です。現在も依然として売上高の6割は当社の主力製品であるスタンダードモデルが占めています。

なお、顧客が特注品を求める背景には、既製のスタンダード品では必要な加工に対応できる機種が見当たらないという理由がよくあります。このため、当社では製品開発段階から顧客と共に実施し、特注品を生産することで、顧客の生産プロセスの向上に努めています。ターンキー方式と呼ばれる顧客の依頼に応じて部品から機械やソフトまで一貫して提供する手法で、顧客からサンプルを提供してもらい、工作機械のプラン、開発、設計、部品の選定、製造、組立、テストから納品に至る一連のサービスを全て当社が行っています。またこうした製品を実際に導入し使用していただくことで、生産プロセスの更なる効率化にも貢献しています。例えば、列車の車輪メーカーに納品したケースでは、ターンキー方式により顧客ニーズに合致した仕様のプラン、設計を行いました。結果的にもともと車輪1つの生産に140分を費やしていたところ、60分にまで短縮することが可能となり、生産能力が2倍に上昇しました。こうした成功事例を通して当社は更に自身を持って別の車輪メーカーの開拓を行うようになりまし

た。今のところ、第2社目となる車輪メーカーの開拓にも成功しています。

### 海外事業の発展及び日系企業との連携の可能性

海外市場の開拓については、「欧米を第一、次にアジア」という戦略で進めています。世界をリードするメーカーの多くは欧米市場がメインであるため、欧米市場のサプライチェーンに参入することができれば、こうした経験を活かし、同様のビジネスモデルによってアジア市場を開拓していくことはそれほど困難ではないと考えています。

また販売ネットワークについては、現在も依然としてローカルの代理店経由での販売をメインとしています。しかし将来的には中国や米国などの主要市場への販売サービスセンターの設置を計画しており、当地での販売及びアフターサービスの強化を図っていきたくと考えています。

企業連携については現在、東台グループと資本提携を実施していますが、この他カナダやドイツ、日本のメーカー等とも次々と技術面での連携を進めています。現在は単一技術についての連携に留まっており、資本提携については積極的に進めているわけではありませんが、日本市場の開拓にはとても興味があります。日本の工作機械市場への参入には障壁が多いため、当社との連携を希望する日本企業を見つけることができると考えており、まずは商品の代理販売から始め、また技術提携も引き続き実施していきたくと考えています。

### ありがとうございました

#### 榮田精機(股)有限公司の基本データ

会社名	榮田精機股份有限公司
董事長	陳松田
設立	1987年
資本金	3.2億元
売上高	15億元
従業員数	200名
事業内容	立旋盤の研究開発、製造、販売

注) 2016年7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 - 4

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、争議解決の手段について紹介する。

### 4. 争議解決の手段

日台租税協定の両締結地域では、全ての種類の租税に関するそれぞれの地域の法令の運用又は執行に関連する情報を日台租税協定に反しない範囲で交換すること(日台租税協定第25条)を前提として、両締結地域の間で問題が発生した場合、当局が協議し解決するための枠組みを提供している(日台租税協定第24条)。

#### (1) 移転価格の「相互協議」による対応的調整

例えば台湾の税務機関が、日本企業と台湾の関係企業との取引に対して移転価格の調査を行い、台湾関係企業の利益を増加させる調整を行って課税した場合、日本企業は日本の税務機関に対し「移転価格相互協議」対応を申請することが可能となる。台湾の税務機関による調整が独立企業間取引の原則に合致している場合、日本の税務機関は相応の調整を行うことで、国際的二重課税の解決が図られる。

#### (2) 二国(地域)間による事前確認制度(Advance Pricing Arrangement : APA)

事前確認制度(以下、APA)とは、企業が税務機関に対し、事前に独立企業間価格の算定方法を申し出て、税務機関の審査を経て相当と認められた場合には、税務機関が企業に保証(確認)を与える制度である。事前に税務機関の保証(確認)を受けることで、移転価格課税を回避することが可能となる。

これまで日本と台湾の間には租税協定が締結されておらず、移転価格の問題解決に当たって相互協議は実施できないため、相互協議を前提とした二国間APAは実施不可能であると考えられていた。理論上は、日本と台湾のそれぞれにおいて一国間APAを実施し、両国の税務機関との確認内容を間接的に調整することにより、実質的に二国(地域)間APAの結果と相当の効果が得られる方法が考えられるが、両地域で納得ができる結論が出るまでに多大な時間を要するなど、実務上困難な点が多かった。

日台租税協定の適用後、二地域間双方の企業はAPAを申請することにより、同一の関連者間取引について、日台双方の税務機関が同時に共同で一つの固定した移転価格方法を確定することが可能になり、一定期間内において、企業の移転価格調査対応のための税務コンプライアンス遵守に関わる時間コストを大幅に減少させることが可能となる。

## 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	輸入		貿易収支		卸売物価	消費者 物価	NTD/USD	JPY/USD	
							年増率(%)	年増率(%)	年増率(%)	年増率(%)					
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															
5月			-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
6月			-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
7月			-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
8月	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
9月			-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
10月			-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
11月	4,040,762	-0.89	-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
12月			-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															
1月			-6.57	503,289	30,974	221.9	-12.9	186.8	-11.5	35.2	-19.8	-5.14	0.80	33.64	118.31
2月	3,764,339	-0.68	-5.13	428,337	6,342	177.6	-12.0	136.2	-13.2	41.4	-7.8	-4.90	2.41	33.55	115.09
3月			-3.53	323,437	59,810	227.2	-11.4	182.0	-16.9	45.0	21.5	-4.91	2.01	32.86	113.07
4月			-3.96	278,335	26,819	222.4	-6.5	174.5	-9.6	48.0	6.5	-4.18	1.87	32.36	109.97

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

# 2016年台湾国際太陽光発電見本市 ( PV Taiwan 2016 )

<b>概要</b>	台湾国際太陽光発電見本市は、太陽電池・太陽光発電システムに関する最新の技術・製品が一堂に会する専門技術展である。昨年は国内外から136社が参加、計365のブースが出展され、延べ8,633人のバイヤーが参加した。展示・商談会のほか、専門家が業界展望を語り合うフォーラムも開催される。業界トレンドを知り、新たなビジネスパートナーと出会う格好の場となるであろう。詳細は下記サイトまで： <a href="http://www.pvtaiwan.com/">http://www.pvtaiwan.com/</a>
<b>日時</b>	■2016年10月12日(水)～10月14日(金)
<b>出品物及び 展示テーマ</b>	■太陽光電素材 ■シリコンインゴット ■シリコンウェハー ■ソーラーセル ■ソーラーパネル ■太陽電池モジュール ■太陽光発電システム ■製造装置 ■検査・測定装置 ■その他アプリケーション製品 等
<b>展示会場</b>	■台北南港展覽館1館(台北市南港区経貿二路1号)
<b>主催</b>	■中華民国対外貿易発展協会(TAITRA)、SEMI、台湾太陽光電産業協会(TPVIA)
<b>お問合せ及び 資料請求</b>	■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 ■中華民国対外貿易発展協会(TAITRA) TEL : 886-2-2725-5200 (郵便専用 内線2853) E-mail : pv@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。