

February 2020

vol. 294

■ 今月のトピックス

台湾ヘルスケア産業における
データ活用発展の現状と方向性(その二)

■ 日本企業から見た台湾

～アップルミント、佐藤 峻CEOインタビュー～
透明性の高いデジタル広告運用を提供するアップルミント

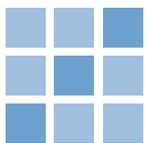
■ 台湾進出ガイド

台湾の商業売上高の推移

■ 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 】



台湾ヘルスケア産業における データ活用発展の現状と方向性(その二)

台湾政府は、積極的なインフラ整備・関連法規修正や対象商品・サービス拡大などの包括的措置を通じ、台湾のヘルスケア産業データ活用の発展環境を強化している。一方でデータ統合や個人情報保護といった各種課題も抱えている。しかしながら、「ヘルスケア産業データの活用を通じバイオ産業発展を加速させる」という明確な目標のもと、台湾は今後ヘルスケア産業でのデータ活用と発展が期待できる。前回に引き続き台湾ヘルスケア産業におけるデータ活用の現状と将来展望について紹介を行う。

台湾のヘルスケア産業データ活用の発展支援策

ヘルスケア産業データの活用や商品化推進のためのインフラ整備以外にも、関連法規・製品審査などのテーマで、台湾政府は継続して関連した解決策を検討・発表しており、産業全体の発展を支援している。以下で分野別での未解決課題および政府が関連対策を実施中のテーマを説明する。

(一)《医療器材管理法》特別法の独立起草

ヘルスケア産業データバリューチェーンの発展において、データ商品化活用が単なる収集・保管・分析や公開にとどまらず、一部の商品には更に進んだ人工知能トレーニングによる映像識別、さらには早期疾病診断を通して、医療とそれ以外の業界の境界が曖昧になってきており、従来の純粋な医療用ハードウェア審査の管理認証ルールは新たに開発されるアプリケーションソフトウェアや機器には適さないものとなっている。現在台湾では、あらゆる薬品や医療器材は、すべて《薬事法》の下管理されており(第4条)、医療器材は別途《薬事法》第13条第二項に規定されているのみで、《医療器材管理弁法》により管理が制定されている。したがって管理弁法は新興のスマートタイプやAIアプリケーション製

品に対しては、一律で比較的厳格に管理される第三類医療器材に分類されており、審査登録に日数がかかる(200日)他、新興医療器材ソフトウェアの審査基準も従来のハードウェア審査方式とは異なっているため、審査認証部門は比較的保守的に関連の検査を実施することになり、製品発売までの業者のコストが増加し、製品発売意欲を削ぐ原因となっている。

医療器材産業の経営手法の多様化に端を発して、食品薬品管理署は2014年から医療器材関連法規を薬事法から切り離し、別途《医療器材管理法》特別法草案を制定した。この草案は2019年12月に行政院の審査を通過し、現在立法院で審議中である。《医療器材管理法》草案の重点内容は以下の通りである。(1)医療器材の設計・リースおよびメンテナンス業者といった営業項目定義を拡大し、管理規範に追加する。(2)医療器材製品の販売経路およびデータ流通などシステム情報の管理を設置し、市場の医療器材動向を把握する。(3)低リスク医療器材は販売検査から登録制かつ毎年更新する管理方式に改める。(4)医療器材臨床試験について規定する。(5)特定医療器材の製造または輸入案件の審査合格要件を拡大する。(6)医療器材広告の掲載制限

今月のトピックス

を緩和する。

この法律が立法院を可決すれば、台湾の医療器材産業の国際化に寄与するほか、スマート医療器材産業発展の促進をもたらすと期待できるため、台湾市場進出を目指す医療器材業者は関連動向に注目されたい。

(二) 遠隔医療応用の拡大

2018年4月から台湾も正式に高齢社会を迎えた。高齢者人口の増加は慢性病比率上昇を招いている。一方、過去医師法では第11条に明記のとおり、医師は直接診察をせずに治療行為・処方箋や診断書の発行をしてはならないと規定されている。過去の遠隔医療の応用では、《山地・離島および僻地の通信医療規定》で、山地・離島・僻地や特殊状況・緊急時に対してのみ、所管機関による指定医師が通信で病状の問診・診察と処方箋発行が可能とされており、遠隔僻地の医師不足や医療サービスが受けられない場合の補完策としてのみ存在していた。

しかしながら在宅医療の需要が急速に増加し、ウェアラブルデバイス・ビデオ通話製品などデータ通信技術がするにつれ、遠隔での医療やケアの応用展開も盛んになってきており、衛生福利部は2018年5月ついに《通信診察治療弁法》を公布し、緊急入院患者・介護施設入居者・ホームドクター介護患者・在宅介護対象者・海外在住患者等、皆通信方式で遠隔診察が受けられるよう、遠隔医療ケア対象や方式を緩和した。

台湾の遠隔診療緩和対応速度や高齢者人口構造の変遷を鑑みると、将来は遠隔診療関連の商品応用の発展が期待できる。日本の業者は既に開発した遠隔医療ツールソリューションなどを、さらに多くの病院や介護施設、在宅診療所と接続する製品で台湾の病院や現地政府機関への協力対応が可能となり、ビジネスチャンスともなり得る。

(三) 市民への「健康通帳」接続利用ライセンスの使用開放

健康保険による長期間蓄積した台湾国民の匿名化された診察資料のデータベース化は、台湾で発展してきたクラウド技術・ビッグデータ技術およびAI医療の最大の優位性である。

現在健康保険データベースのデータ利用方法緩和について継続議論されており、医療映像を短期間で容易に利用可能にする緩和はAI医療関連の訓練に活用することを主な目的に検討

されている。

また、中央のクラウドデータベース以外にも、健保署は「健康通帳」を開設し、市民に自身や家族の過去3年間の診察・入院・歯科・漢方医・服用薬・検査結果などの多項目にわたるデータ検索を開放した。これら資料は今年3月にソフトウェア開発キット (Software Development Kit; SDK) が病院や診療所・IT業・保険業等のサードパーティに提供され、市民がよりパーソナリ化されたヘルスケアサービスを受けられるよう、一定のライセンス内で診察・服用薬・検査などの関連データが自由に利用できるようにした。データ本来の目的以外での第三者漏洩を防止するため、業者はデータ入手後、半年ごとにデータセキュリティに関する報告を入れる義務がある。違反行為があった場合、業者は直ちに一時的ないし永久にSDK利用が停止となる罰則が設けられている。

SDK提供はスマートウェアラブルデバイス・アプリ・電子医療システム・遠隔医療介護などの業者が製品の最適化やAI演算の訓練など、関連業者が注目するテーマへの取り組みの助けとなる。

台湾ヘルスケア産業データ活用における将来の発展と課題

台湾はヘルスケア産業のデータ活用を通じ、(デジタル医療・高精度医療・再生医療など) 未来型医療発展とビジネス活用のトレンドが既に明確なものとなっており、近年は政府もヘルスケア産業データのバリューチェーンのインフラ完備を主要目標に掲げている。

しかしながらリソースには限りがあるため、ヘルスケア産業データのバリューチェーン発展整備とデータ接続において、台湾は特定疾病のデータ活用では、臨床で要求される課題に対応する必要や、データ活用では匿名化管理等プライバシー保護体制確立など課題を抱えている。他にも、商品化後、医療用ソフトウェア商品の検査登録プロセスの簡素化やAIアシストシステム使用にあたり導入後の規則制定などの課題もある。

全体を通し、台湾のヘルスケア産業データ活用は現実に存在し、大いに期待がもてる産業であるものの、業界における各種支援策等は未だ模索しながら進んでいる状態である。台湾市場に注目する業者は、いつでも市場参入できるよう、産業や政策の動向に注意してほしい。

(陳玉棻:y7-chen@nri.co.jp)

透明性の高いデジタル広告運用を提供するアップルミント

蘋果薄荷行銷有限公司(以下、アップルミント)は、2017年9月に台湾で事業を開始、大企業だけでなく中小企業も含めて幅広く在台湾の日本企業向けにデジタル広告の運用やWebサイトの構築などを行っている。今後は動画コンテンツの拡充や空間を活用したイベントなどにも力を入れていく計画である。今回はアップルミントの事業内容や今後の展望について、佐藤 峻 CEOを訪ねお話を伺った。



アップルミント 佐藤 峻CEO

ー台湾でのアップルミント起業について

台湾で起業するまでのお話をすると、元々私は日本で帰国子女の多い大学に通っていました。卒業した6月から就職先へ入社する4月まで時間があつたため、中国語を勉強するために台湾に渡りました。働きながら中国語を覚えたいと思い、ワーキングホリデーを活用しました。当時、日本と台湾がワーキングホリデーを始めた時期でもあつたということも台湾でのワーキングホリデー活用の理由です。ワーキングホリデーでは、台湾の様々な地域を転々としながら農場に住み込みをし、農作業が終わった後に中国語を独学でYouTubeを活用しながら勉強するという生活をしていました。その後、日本で半導体関連のメーカーに就職しましたが、台湾に戻りたいという思いが強く、台湾の政治大学大学院に入りました。台湾で就職しなかったのは、まずは自由な時間を持ちながら中国語の勉強や現地の方とのつながりを構築したかったからです。政治大学はシンガポール国立大学と提携していたことからアジアでの仕事に結びつくのではないかとこの考えもありました。その後、一度日本に戻り広告代理店でデジタルマーケティングの経験を得た後に、台湾の日系広告代理店に就職しました。

台湾の広告代理店では日系企業のクライアントを担当していたのですが、そのクライアントのニーズにこたえられない部分が見え、自ら起業してその課題解決を行えないかという考えから、アップルミントという法人を自ら立ち上げました。当時感じていた課題は3点あります。1点目が透明性です。デジタルマーケティングサービスを提供する企業は通常デジタル広告を管理する画面をクライアントに公開しないことが多いです。各種設定などのビ

ジネスノウハウが流出してしまう恐れがあるためですが、公開されていないためにデジタル広告にかかる手数料などのコストが不明瞭という点がありました。それを改善するために、アップルミントでは一貫して広告管理画面を公開することにしました。2点目が、技術と品質です。台湾に来て改めて感じた点として、東京で勤めていた広告代理店にはデータサイエンティストがいたり、クリエイティブも質が高いものであつたりしたというものがありませんでした。台湾に来てからクリエイティブなどの内容面で納得がいかないことがあり、それだけが理由ではないですが結果もなかなか伴わずにお客様の満足が得られませんでした。そこでアップルミントでは高い品質でのデジタルマーケティングを実現したいという思いがあります。3点目が柔軟性です。広告代理店は手数料ビジネスであることから、広告予算の大きなお客様を重視する傾向にありました。中小のお客様にもサービスを届けたいということから、アップルミントではお客様のサイズは問わずに仕事を受けの方針としています。例えば広告予算が限られているお客様には一部の作業をお客様自身にお願いしたり、レポートの頻度を落としたりすることで理解をいただいています。

起業に当たってはパートナーであるエリックに助けをもらいました。日系の広告代理店で知り合った台湾人です。起業に必要な銀行口座の開設や会計士とのやりとりをスムーズに進めることができました。

ー台湾での事業内容について

アップルミントは台湾の日系企業を主なお客様としています。台湾に進出する日系企業がコンスタントに存在することも起業

日本企業から見た台湾

の後押しとなっています。

事業内容は大きく5つになります。

1. デジタル広告運用

フェイスブック広告やグーグル広告といった広告の製作と運用を行います

2. Webサイトの制作

企業のWebサイトの作成や広告運用のためのランディングページを構築します

3. 動画の制作

フェイスブック広告やYoutubeで流すための動画を作成します

4. SEO

Search Engine Optimizationの略で、検索上位に表示されるための対策を実施します

5. トレーニング

広告主をメインに学生を含む様々な方向けにデジタルマーケティングについての教育活動を実施、研修や実地トレーニングを行います

2017年9月事業開始して最初の半年間は、お客様のニーズがあることは見えていたものの、発注を取ることができませんでした。デジタルマーケティングなどに関連するブログをコツコツと自社のHPに掲載し、SEO対策をして検索上位に表示されるようにしていたことが功を奏して、2年目から軌道に乗るようになりました。ブログの内容は、大手広告代理店に比べて自社が優位に立っている部分を強調し、動画コンテンツを作れるということや細かいクライアント対応ができるといったものを掲載しました。また、台湾におけるデジタルマーケティングの現状なども公開していたことからお客様の目に留まるようになったのではないかと思います。

—今後の取り組み

これまでの活動は続けながら、新しく今後行いたい取り組みとして大きく2点考えています。それは動画とB2Cです。

一つ目の動画については、今までコンテンツマーケティングといわれていたものはブログを書いて検索上位に表示させるということがメインでした。しかし、今後は動画を見てノウハウを吸収しようとする人が増えるのではないかと感じています。例えば自分

がSEOについて学ぶときも動画を見て勉強をしています。台湾の街中でスマホを見ている人も動画かラインの利用が多いと思います。まずは今あるブログコンテンツの動画化をしていきたいと思っています。

次にB2Cとしてはアップルミントラボという空間を持っていろんなイベントを企画することを考えています。デジタルマーケティングや広告運用の世界は自動化の波が来ています。また、今まではグーグルと広告主の間に広告代理店がいましたが、直接グーグルが広告主に接触するようになってきています。仲介業はなくなるという危機感を覚え、これからはクリエイティブエージェンシーのような仕事をするようにならないといけないと感じています。お客様からクリエイティブな提案をしてほしいというニーズはなくなるかと思いますが、一方でデジタル広告を代理店に頼むというニーズはなくなるかもしれません。そこでクリエイティブで面白いことをしているというブランディングをしていく必要があると思い、B2Cでアプローチをして面白いことをしていきたいと思っています。まずは、創業した時に考えたもののできなかったことをしようと思っており、昔農場で働いていた経験から、農家とユーザーをつなぐようなビジネスができなかと考えています。他にも、高校生向けにデジタルマーケティングのクラスを開催したいということも考えており、アップルミントラボの会員を増やしていくようなコンテンツをこれから考えていきたいです。

—ありがとうございました

蘋果薄荷行銷の基本データ

会社名	蘋果薄荷行銷(アップルミント)
代表	佐藤 峻
設立	2017年
資本金	50万台湾ドル
事業内容	デジタル広告運用事業ウェブサイト制作事業、 広告用動画制作事、SEO事業、 デジタルマーケティング トレーニング事業、 コンテンツ制作事業、インフルエンサー手配事業

注) 2020年2月の情報による
出所) 公開資料及びヒアリングよりNRI整理



台湾の商業売上高の推移

1月末に2019年の商業売上高が経済部から発表された。

卸売業は全体の売上高が10兆2495億元と2018年に比べて2.1%減少している。電子部品や機械等の卸売市場が前年に比べてやや冷え込んだ結果である。19年12月は対前年でプラスに転じている。

小売業は3兆8523億元と前年比比べて3.1%増、飲食業も8116億元で4.4%増と好調に推移している。

台湾における商業売上高の推移

単位：億元、%

	合計		卸売業		小売業		飲食業	
	営業額	前年比	営業額	前年比	営業額	前年比	営業額	前年比
2010	132,845	8.9	195,714	10.1	32,876	5.1	4,255	12.9
2011	137,777	3.7	98,386	2.8	34,552	5.1	4,839	13.7
2012	136,833	-0.7	96,636	-1.8	34,939	1.1	5,258	8.7
2013	138,167	1.0	97,349	0.7	35,209	0.8	5,609	6.7
2014	141,805	2.6	99,530	2.2	36,209	2.8	6,066	8.1
2015	137,950	-2.7	95,549	-4.0	35,863	-1.0	6,538	7.8
2016	137,399	-0.4	94,046	-1.6	36,244	1.1	7,109	8.7
2017	143,756	4.6	99,819	6.1	36,563	0.9	7,374	3.7
2018	149,893	4.3	104,747	4.9	37,371	2.2	7,775	5.4
2019	149,134	-0.5	102,495	-2.1	38,523	3.1	8,116	4.4

出所) 經濟部統計処(批發、零售及餐飲業營業額統計)

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	
2014年	16,935,007	4.72	6.83	5,751,213	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	17,183,235	1.47	-1.16	4,782,003	453,397	2,853.4	-10.9	2,372.2	-15.8	481.2	25.8	-8.85	-0.31	31.90	121.04	
2016年	17,555,268	2.17	1.91	11,026,234	346,875	2,803.2	-1.8	2,305.7	-2.8	497.5	3.4	-2.98	1.39	32.32	108.79	
2017年	18,136,589	3.31	5.27	7,503,791	640,642	3,172.5	13.2	2,592.7	12.4	579.8	16.5	0.90	0.62	30.44	112.17	
2019年	12月	4,887,603	1.97	-1.22	2,930,200	204,294	283.7	-3.4	237.0	2.0	46.7	-24.1	0.78	-0.06	30.83	112.57
	1月			-1.08	340,429	36,572	271.2	-0.5	262.5	6.9	8.8	-67.6	0.26	0.18	30.83	108.92
	2月			-1.86	217,326	27,852	203.2	-8.3	152.8	-20.3	50.4	68.7	0.63	0.22	30.82	110.35
	3月	4,519,676	1.84	-10.01	466,174	44,796	284.8	-4.4	254.4	6.7	30.4	-48.8	1.19	0.56	30.86	111.21
	4月			1.32	955,742	722,024	255.7	-3.7	229.1	2.1	26.6	-35.4	0.68	0.66	30.86	111.66
	5月			-2.49	1,040,760	33,292	275.6	-4.8	230.9	-5.8	44.7	0.6	-0.39	0.93	31.25	109.85
	6月	4,697,096	2.60	-0.75	457,358	56,541	282.2	0.4	243.4	6.4	38.8	-25.9	-2.01	0.85	31.34	108.06
	7月			3.82	468,534	22,025	281.2	-0.3	244.6	-5.7	36.6	60.6	-3.57	0.38	31.09	108.24
	8月			2.24	2,535,283	55,558	287.9	2.7	227.9	-3.2	60.0	34.3	-3.66	0.43	31.41	106.27
	9月	4,874,252	3.03	-0.52	1,359,514	153,322	281.0	-4.6	249.6	-0.6	31.5	-27.7	-4.80	0.42	31.14	107.48
	10月			-3.05	1,929,711	42,467	289.8	-1.5	250.4	-4.0	39.4	18.3	-6.33	0.38	30.73	108.12
	11月			1.91	399,635		285.7	3.2	242.8	5.7	42.8	-9.0	-4.98	0.59	30.48	108.79

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

2020年台湾メディカル・ヘルスケア見本市 (MEDICAL TAIWAN 2020)

概要

Medical Taiwanは、台湾国内唯一の医療器材及びヘルスケア関連の展示会である。「医療」「健康」「介護」「スタートアップ」を四大テーマとするヘルスケアエコシステムの「健康管理」「高精密診断」「長期介護」各分野での対応状況を紹介します。またスタートアップラビレッジ (MED Startup Lab Village) 展示セクションが新設され、台湾の精密機械加工技術とICT分野の優位性を活かした最先端デジタル医療も紹介します。昨年は、国内外より326社が620ブースを設置し、5万人以上の来場があった。台湾国際医療器材製造及び部品見本市も同時開催される。詳細は右記サイトまで：https://www.medicaretaiwan.com/zh_TW/index.html

日時

■2020年6月11日(木)～6月13日(土) 10時半～18時(6月13日のみ10時～17時)

出品物及び 展示テーマ

■医療用電子・バイオ医学製品・薬品・医療サービス・病院及び実験室設備・診断器材・消耗品医療器材・歯科 / 整形外科 / 眼科設備・リハビリ器材・歩行器具・保健用品・医療器材製造設備・部品及び材料

展示会場

■台北南港展覽館2館(台北市經貿二路2号)

主催

■中華民国対外貿易発展協会(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

■中華民国対外貿易発展協会(TAITRA)
TEL: 886-2-2725-5200(展五組 吳小姐 内線2852 E-mail: medicaltaiwan@taitra.org.tw)

■ジャパンデスク連絡窓口 (日本語どうぞ)

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: 劉庭嘉 ext.213

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: 伊豆陸 ext.132 / 莊雅喬 ext.150 / 諸橋洋子 ext.123 / 田中俊一 ext.135

野村総合研究所 コーポレート イノベーションコンサルティング部

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-2
大手町フィナンシャルシティグランドキューブ

TEL: 080-5689-5783(直通)
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。