

## 台湾経済をどう見るか？ ～台湾の戦略的活用の観点から～

みずほ総合研究所株式会社 調査本部アジア調査部 上席主任研究員

伊藤 信悟 氏

日本企業は、近年大手企業を中心に再び海外展開に対して積極的な姿勢をみせている。バブル崩壊後の後遺症から抜け出しつつあり、企業の経営体力が増してきたことがその一因にあるとみられる。また、「人口減少時代」の到来による日本経済の潜在的な成長率の低下、労働力の減少といった長期的な趨勢への対応も、海外展開の積極化の遠因となっているようだ。

そうしたなか、日本企業が市場、あるいは、生産拠点として近年熱い眼差しを注いでいるのが、新興諸国である。BRICs（ブラジル、ロシア、インド、中国）、VISTA（ベトナム、インドネシア、南アフリカ、トルコ、アルゼンチン）といった造語が生まれ、注目を集めていることが新興諸国への関心の高まりを端的に物語っている。また、依然として中国が日本企業にとって有望な投資先ではあるものの、「中国一極集中リスク」に対する意識も高まっている。これが中国以外の新興諸国の将来性にも衆目が集まるようになっていく一因だと考えられる。

こうした日本企業の関心の変化を反映し、BRICsやベトナムといった新興諸国に関する報道・記事が増加する傾向にある。その一方で、台湾関連の報道、とりわけ台湾経済・産業に関する報道は少なくなっている感が否めない。また、「中国に経済的に取り込まれ、空洞化する台湾」、さらには「政治的にも中国に取り込まれつつある台湾」という視点から、報道がなされることも少ない。

果たしてこのような「台湾像」は台湾経済の実際の姿をどの程度反映しているのだろうか。また、日本企業にとって今後台湾はどのような戦略的な価値をもつことになるのだろうか。これらの点について改めて考えること、これが本稿の狙いである。

### 依然として緊密な日台経済関係

まず、日台間の経済交流の現状を概観しておく。日本からみて台湾は依然として重要な貿易パートナーである。2006年時点で台湾は日本にとっ

図表1：日本の主要貿易相手国・地域（2006年）

（単位：億米ドル、%、位）

国・地域	貿易全体			輸 出			輸 入		
	金額	シェア	順位	金額	シェア	順位	金額	シェア	順位
米 国	2,136	17.4	1	1,456	22.5	1	680	11.7	2
中 国	2,113	17.2	2	928	14.3	2	1,185	20.5	1
韓 国	776	6.3	3	503	7.8	3	273	4.7	6
台 湾	645	5.3	4	441	6.8	4	203	3.5	8
サウジアラビア	418	3.4	5	46	0.7	24	372	6.4	3
総 額	12,261	100.0		6,470	100.0		5,791	100.0	

（資料）財務省

て、米国、中国、韓国に次ぐ第4位の貿易相手であり、日本の貿易総額に占める対台湾貿易額のシェアは5.3%である（図表1）。日本の対台湾貿易は、日本側の大幅な出超の状態にあり、日本の輸出総額に占める対台湾輸出額のシェアは6.8%となっている。他方、台湾からの輸入額が日本の輸入総額に占めるシェアは3.5%と輸出と比べて小さく、台湾は日本にとって第8位の輸入先である。これは台湾企業の対中投資の拡大に伴って、中国に進出した台湾系企業から日本企業が多くの製品を調達するようになってきているためである。

次に投資についてみてみよう。日本企業の海外直接投資総額に占める対台湾投資額のシェアは、近年1～2%にとどまっている。しかしながら、過去台湾に盛んに投資を行ない、発展を続けている日系台湾子会社も少なくない。そのため、中堅企業以上（日本の上場・店頭企業、非上場の有力企業）の海外現地法人数でみた場合、台湾は、中国（4,747社）、米国（3,367社）、タイ（1,575社）、香港（1,129社）、シンガポール（1,029社）に次ぎ、第6位の海外現地法人設立先としての地位を誇っている（917社）<sup>1</sup>。この数値から、台湾は日本企業の国際分業ネットワークの重要な構成要素の一つとしての役割を現在も担っているということがわかる。

また、台湾は日本企業の主要な技術の輸出先でもある。2005年度の日本企業の技術輸出額をみると、台湾は中国（1,644億円）、タイ（1,410億円）に次いで、アジアのなかで第3位の939億円となっている<sup>2</sup>。IT産業をはじめとする少なからぬ日本企業が、投資コスト・リスクを抑えるために、自ら台湾に投資をするよりも、生産・経営管理能力を高めてきた台湾の地場企業に技術移転を伴い、生産を委託してきた。これが対台湾直接投資と比べて対台湾技術輸出のシェアが高い水準で推移している背景にあると考えられる。この地場企業の成熟度の違いが、台湾と他の多くのアジア諸国・地域を分ける一つの特徴だといえよう。

## 台湾経済の現状 ～成熟段階に向かう台湾経済～

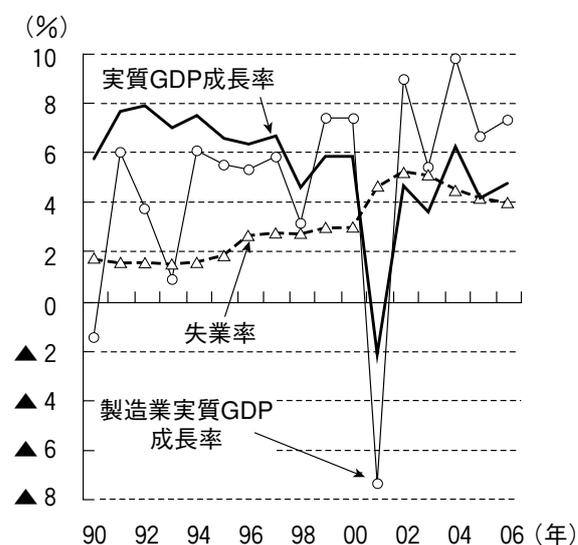
このように、日本企業にとって台湾は重要なポジションを堅持しているといえる。しかしながら、近年の台湾経済を取り巻くイメージは、以前ほど芳しいものではない。

1960年代以降、台湾は、日本企業の労働集約型産業の格好の移転先としての役割を果たしてきた。また、台湾は、香港、韓国、シンガポールと並び、長期にわたって安定的な高成長を達成した「アジアの四小龍」（エズラ・ヴォーゲル）、「アジアの優等生」として賞賛を浴びた。

しかし、台湾はもはや安価な労働力を売りとするような段階は卒業している。台湾の1人当たりGDPは2006年時点で16,471米ドルに達しており、「先進国クラブ」とも称されるOECD（経済協力開発機構）にも加盟していてもおかしくないほどの所得水準に達しているからである。

また、この所得水準が示すように、台湾経済はすでに高度成長期を過ぎ、成熟期に向かいつつある。実際、近年の台湾の実質GDP成長率は概ね4%程度で推移している（図表2）。経済規模をみても、2006年の台湾の名目GDPの規模は3,644億米ドル、世界第22位であり、中国の2.6兆米ドルと比べると、約1/8の規模である。さらには、積

図表2：台湾の実質GDP成長率・失業率



（資料）台湾行政院主計處。

極的な対中投資を主因として、台湾は「産業空洞化」に陥っている、ないしは、陥りつつあるとの見方も根強くみられる。2001年のITバブル崩壊により台湾経済が戦後初のマイナス成長を記録し、失業率が5%台にまで上昇、同時に対中投資が盛り上がりを見せたことが、こうした見方の背景にある。これら諸々の状況を根拠に、日本企業からみた台湾の戦略的な価値は低下傾向にあると主張する論調も少なくはない。

確かに市場規模、労働集約型製品の大量生産基地として台湾がアジアのきらめく星たりうる状況ではなくなっている。ただし、BRICsに代表される人口・経済大国型の発展途上国と台湾を同列に並べて、市場の潜在的な成長性を語っても、日本企業にとって価値ある示唆は導き出せない。また、台湾が「産業空洞化」に陥っているとの見方も、台湾経済の実態を正しく説明しているとはいえない。対中投資は台湾を産業空洞化に陥らせているのではなく、台湾経済・台湾企業の新たな競争力の源泉を作り出してきたとみるほうが、現実に近い。このような角度から台湾を捉えなおすことで、日本企業からみた台湾の戦略的価値の所在がみえてくると考えられるのである。

## 台湾企業の積極的な対中投資とその影響

### ～「空洞化」の元凶か、新たな競争力の源泉か？～

台湾の対中投資は、中台間の政治対立などを背景として、中国と投資保護協定を結んでおり、かつ、タックスヘイブンとしての色彩をもっている国、あるいは、そうした国の属領経由で行なわれることが多い（英領ヴァージン諸島、同ケイマン諸島、シンガポールなど）。また、香港経由で対中投資を行なっている台湾企業も少なくない。迂回投資が一般的なため、その実態を公式統計で把握することは難しいが、少なくとも日米に比肩する規模に達している可能性が高い。台湾の対中投資専門誌『投資中国』の調査によると、台湾企業の対中投資実行額は2003年6月末時点で774億米ドルに達しているとの結果が出ている。中国の商

務部が発表している公式統計では、日本、米国からの中国の投資受け入れ実行額は2006年末までの累計でそれぞれ580億米ドル、540億米ドルとなっている。日米両国も台湾ほどではないが、香港などを經由する形で対中投資を行なっているため、正確な比較をすることは困難だが、台湾の対中投資の規模が日米に匹敵することは間違いない。

そこから空洞化が連想されるわけだが、台湾製造業が空洞化に陥っているとはいいがたい。前掲図表2で示したとおり、台湾製造業の実質GDP成長率は2001年にITバブル崩壊のあおりを受けて大幅なマイナスになったものの、その後は過去と比較しても高い水準にある。

この背後には、①コスト面で優位性を失った産業が中国に移転し、中国の安価な労賃を活用する形で生産性を改善させ、生産規模を拡大、②その結果、台湾から中国への中間財・資本財の輸出が拡大し、それが台湾経済をけん引、というメカニズムが働いたと考えられる。実際、台湾の屋台骨を支えるITメーカーは引き続き世界シェアを拡大させており、台湾の輸出も中国への半導体や液晶パネル、化学品・鋼材などの輸出をけん引役として高い成長を続けている。また、海外直接投資を行なっている企業のほうが、行なっていない企業よりも、売上高、固定資産投資、従業員数の伸びが高いという結果も得られている（1993～2002年の数値）<sup>3</sup>。

このように、対中投資は「空洞化」の「元凶」ではなく、台湾海峡を跨ぐ有機的な分業ネットワークという新たな競争力の源泉を台湾企業、台湾経済にもたらしたと考えられるのである。

## 「大陸台商」ネットワークの活用

### ～「台湾活用型対中投資」～

この台湾企業、台湾経済が新たに獲得した「経営資源」の活用法にはさまざまなものがあるが、その典型例が、「台湾活用型対中投資」である<sup>4</sup>。

「台湾活用型対中投資」とは、台湾企業との合弁、ないしは、台湾子会社を通じた対中投資のこ

## 「台湾経済をどう見るか? ~台湾の戦略的活用の観点から~」

とを指す。筆者の調査では、電子部品、自動車部品、ITや自動車に関連する化学、機械、金属製品、食料・飲料などを中心に、2006年8月末時点までに少なくとも359件の「台湾活用型対中投資」が日本企業によって行なわれている（図表3）。その数は、中堅以上の日本企業の中国現法数の6%前後に相当する。

日本企業からみた「台湾活用型対中投資」のメリットは、在中国台湾系企業（「大陸台商」）がもつ中国内のさまざまなネットワークが活用できる点にある。第一に、「大陸台商」は、中国の生産・輸出の約1割を担っている。それだけに、台湾側パートナーや台湾子会社を通じて、「大陸台商」を狙ったビジネスが行ないやすいというメリットは大きい。特定の日系企業向けの販売を目的として中国に進出したものの、効率的な生産が行なえるだけの生産規模を保てない、特定企業に依存した形での中国進出はリスクが高いという悩みもしばしば聞かれるが、日系企業のみならず、台湾系企業にも販路が広がれば、こうした悩みは緩和されることになる。第二に、「大陸台商」は華南地区や長江デルタ地区で産業クラスターを形成しているが、台湾側パートナーや台湾子会社を通じて、「大陸台商」から安価で良質な部材を現地

調達しやすくなる。さらには、台湾系食品・飲料メーカーが典型例だが、中国の消費者・企業向けの販売ネットワークを構築している台湾企業も少なくない。こうした台湾企業をパートナーにできれば、中国市場に本格参入する時間・コストを節減しやすくなる。

加えて、「台湾活用型対中投資」には、中国で日本企業が直面しやすいコミュニケーション上の問題を緩和しやすくなるというメリットがある。日本企業が中国で直面している問題には、従業員教育に代表される人事・労務問題、許認可手続きなどをめぐる政府機関とのトラブル、税務・税関・労務関連の法規・政策の不透明性などがある。これらの問題を解決するためには、中国人従業員や現地政府関係者とのコミュニケーションが求められるが、中国の言語・文化などに通じた人材不足の問題を抱えている日本企業も少なくない。それに対して、「台湾活用型対中投資」の場合、中国と文化的・言語的に近く、日本企業をはじめとする先進国企業との付き合いも長い台湾人が、日中の「技術・ノウハウ・企業文化」の通訳者としての役割を果たし、これらの台湾人幹部が従業員教育や政府機関との折衝を行なっているケースが多い。

また、中国には「台商協会」という在中国台湾系企業の組織が25の省・市・自治区に合計101もある（2007年7月12日現在）。中国の対台湾政策担当者が「台商協会」の重職に就いていることが一般的である。そのため、トラブル発生時に「台商協会」を通じて解決を図る台湾企業も少なく、地方政府が「台商協会」を通じて現地情報を提供している。日本企業のなかには台湾子会社名義で「台商協会」に加盟したり、台湾側パートナーを通じて「台商協会」がもたらす情報を間接的に活用したりしているケースがみられるほどである。

中堅・中小企業の角度からみた場合、同規模の台湾企業と手を組んで中国に進出する事例も多いが、台湾の大手企業と中国で合弁を組んでいるケースもみられる。例えば、台湾の大手光学機器

図表3：日本企業の「台湾活用型対中投資」件数  
(単位：件、%)

業種	89～99年	00年～	合計
電気・電子	27 (21.8)	59 (25.1)	86 (24.0)
自動車・部品	17 (13.7)	46 (19.6)	63 (17.5)
化学	19 (15.3)	37 (15.7)	56 (15.6)
機械	16 (12.9)	28 (11.9)	44 (12.3)
食料・飲料	8 (6.5)	15 (6.4)	23 (6.4)
金属製品	6 (4.8)	16 (6.8)	22 (6.1)
ゴム・皮革	8 (6.5)	4 (1.7)	12 (3.3)
繊維業	9 (7.3)	3 (1.3)	12 (3.3)
その他	14 (11.3)	27 (11.5)	41 (11.4)
合計	124(100.0)	235(100.0)	359(100.0)

(注) 2006年8月末時点。

(資料) 伊藤信悟「拡大する中国での日台アライアンス～「台湾活用型対中投資」の魅力と注意点～」(みずほ総合研究所『みずほレポート』2006年9月29日)、5頁

メーカーである亜洲光学と鹿島エレクトロ産業<sup>5</sup>、中国の米菓市場で高いシェアを誇る旺旺グループといずみ製菓等との合弁などである<sup>6</sup>。台湾企業が保有していない技術を梃子に、自らをかれらの生産ネットワークに組み込んだり、販路を活用したりし、リスクを低減させる事例として注目される。

このようなメリットをもつ「台湾活用型対中投資」は、一考に値する対中投資のモデルだと考えられる。実際、筆者の調査では、日台合弁で中国に設立された中国現法の生存率は、日本企業の中国現法の生存率と比べて高いとの結果が得られている<sup>7</sup>。むしろ、すべての台湾企業が中国で成功しているわけではないし、中国ビジネスに精通しているわけではない。また、日本の技術・企業文化に対して深い理解をもっている台湾企業ばかりでもない。したがって、パートナー選択時に、これらの要件を満たしうるパートナーを慎重に選ぶ必要があることは改めて強調しておきたい。

## 製品開発拠点としての台湾の強み

### ～中国との比較から～

近年、中国に研究開発拠点を設立する動きが加速していることはよく知られているが、研究開発の場としてみた場合、台湾にはどのような優位性があるのだろうか。

中国の研究開発拠点は、一般的に、①中国現法の生産支援を目的とした技術移転のための研究開発拠点、②現地市場ニーズへの適応を目的とした製品の改良が主体である。③基礎研究や中期的な視点からの製品・工程の研究も行なわれているが、相対的に数は少なく、ソフトウェアの領域や携帯電話に代表される中国独自規格製品への対応が主体である。

それに対して、台湾は、名だたる外資系ITメーカーがグローバル製品をスピーディー、かつ、安価に開発する拠点として活用されている。台湾経済部は「国外企業による台湾での研究開発センター設立奨励計画」の下、台湾に研究開発センターを設立した外資系企業に対して優遇措置を与え

ており、その認定を受けている研究開発センターが31あるが（2006年11月末時点）、それらの外資系企業の多くは、台湾企業がもつ優れた製品開発・生産能力を活用している。

また、「擦り合わせ型製品」の典型例とされるオートバイ産業や自動車産業においても、長年にわたる日本企業などとの付き合いのなかで技術力を蓄積してきた台湾の技術者を活用する形で、日本企業などが台湾で製品開発を行なっている。ヤマハ発動機と台湾山葉汽車工業が1997年に設立したスクーターの開発拠点がその好例であり、台湾向けのみならず、日本を中心とした海外市場向け製品の開発も行なわれている。「擦り合わせ型製品」の開発を担いうる人材に厚みがあるという点も、台湾がもつ優位性であるといえるだろう。

少子高齢化の面でも先進国の日本にとって、虎の子の日本国内の技術者をいかに効率的に配置するかは、これまで以上に切実な課題となっていくだろう。退職者の活用や若手技術者の育成に加えて、台湾が保有する製品開発能力の活用も、技術者の効率的活用の一つの方法として検討することができるのではないだろうか。

## 「跳び板」戦略 ～台湾から中国へ～

台湾のいまひとつの活用方法として、華人・中国市場を本格的に狙う前のテストマーケティングの場として用いるという方法がある。台湾人と中国人、華人との嗜好の近さゆえである。実際、こうした理由から、日系台湾子会社の約1/4がテストマーケティング機能を備えている状況にある（2005年9月時点調査）<sup>8</sup>。

しかし、直接中国や東南アジアで実験するのではなく、台湾でまず実験することが意味をもたなければならぬ。所得水準、法整備、ハードインフラの整備状況などが理由で、中国や東南アジアでは当面、市場性が見込めなかったり、事業リスクが高かったりする場合がそうした例に該当するだろう。台湾の場合、日本の製品・サービスに対する受容度が他のアジア諸国と比べて高い点も、

テストマーケティングの場として台湾を選ぶ企業が少なくない理由の一つとなっている。

具体的には、WiMAX、RFIDといったハードウェアの開発と高品質なサービスの開発との融合を求められる製品、教育・出版事業、外食産業、小売業、福祉・医療サービス、環境関連サービスといった領域で、中国市場を睨んだテストマーケティングの場として台湾を活用しうる。また、実際にこうした取り組みもみられる。WiMAX、RFID、福祉・医療サービス、環境関連サービスなどは、台湾当局が今後の重点育成産業に指定している産業でもある（行政院が2006年11月に発表した「2015年経済発展の目標－第一段階3カ年向上計画（2007～2009年）」など）。今後、優遇措置の適用や環境整備が進められることになっており、その動向が注目されることである。

台湾での研究開発やテストマーケティングには、副次的効果もある。すなわち、研究開発やテストマーケティングを通じて台湾で育成した人材を今後の中国展開に活用できるという効果である。海外ビジネス拡大の一方で、それを担う日本人人材の不足が予想されるだけに、日本以外に将来の中国展開を見据えた幹部育成の場を設けられることの意義は大きいように思われる。

### 台湾経済の今後と台湾活用上の留意点

これまでの説明を通じて、台湾がもつ機能面の優位性について検討してきた。これらの優位性が中国などのキャッチアップによって短期間のうちに消滅するとは考えにくいだが、未来永劫、台湾がこれらの優位性を発揮できる保証はない。台湾当局は、「2015年経済発展の目標－第一段階3カ年向上計画（2007～2009年）」のなかで、産業高度化などを通じて2006～2015年の年平均成長率を近年の実績よりも高い5%に引き上げるとの青写真を描き、この目標を実現するべく、インフラ整備、規制緩和など諸策を講じる予定だが、鍵を握るのは、さらなる人材育成の成否であろう。

対中投資が台湾経済の牽引役の一翼を担ってき

たことは上述のとおりである。しかし、その過程で、非熟練労働者の供給過剰、技術者や高度な知識をもつ管理者層の供給不足傾向が強まっている。その問題をどれだけスムーズに解消できるかが問われているのである。それだけに、台湾活用を目指す日本企業は、有能な技術者・幹部を探すうえで、以前よりも厳しさが増していることに留意する必要がある。また、こうした労働市場の変化を反映し、所得格差が拡大する傾向にある。それが産業空洞化論の背景にもなっているわけだが、台湾市場を狙う際には、ターゲットとなる階層を明確にすることが今まで以上に重要となっている。

輸出拠点として台湾を活用しようとする企業にとっては、台湾が東アジアのFTA（自由貿易協定）の波から取り残されている点に注意が必要だ。国交保有国の少なさがその背景にあり、台湾がこの難局を脱する道筋はまだみえていない。IT製品の場合、台湾もメンバーであるWTOの情報技術協定によってほとんどの台湾製品にゼロ関税が適用されるため、大きな問題はないが、輸出製品によっては、相手国から高関税の適用を受ける可能性もある。主要輸出相手国の関税率を事前にしっかりと調査しておく必要があるだろう。

- 1 東洋経済新報社『海外進出企業総覧【国別編】2007年版』2007年、1,684～1,687頁。
- 2 文部科学省『平成19年版科学技術白書』2007年、369頁。
- 3 顧瑩華・陳添枝・楊書菲『我廠商至大陸投資對我産業之影響』經濟部工業局、2004年、21、23、37、39、54、56頁。
- 4 詳細については、伊藤信悟「拡大する中国での日台アライアンス～「台湾活用型対中投資」の魅力と注意点～」（『みずほレポート』みずほ総合研究所、2006年）。
- 5 松島繁「日本の中小企業の中国展開と二つのリンケージ」（小池洋一・川上桃子編『産業リンケージと中小企業－東アジア電子産業の視点』日本貿易振興会アジア経済研究所、2003年）71～92頁。
- 6 『工商時報』2005年7月25日。
- 7 Ito, Shingo, "Japan-Taiwan Joint Ventures in China : Why Have Japanese Companies Been Using "Trinational International Joint Ventures" Which Have Been Regarded as the Most "Unstable" ?" in Yukihito Sato and Momoko Kawakami eds. *Competition and Cooperation among Asian Enterprises in China*, IDE, 2007.
- 8 野村総合研究所台北支店編『中華民国台湾投資通信』經濟部投資業務處、vol. 124、2005年12月。