

台湾情報誌

交流

2011年5月 vol.842

財団法人 交流協会
Interchange Association, Japan

急成長を遂げる台湾の半導体設計業



交流

2011年5月
vol. 842

目次

CONTENTS

急成長を遂げる台湾の半導体設計業 (川上桃子)	1
お知らせ	11
中国に進出している台湾企業に学ぶ中国ビジネスの ポイント「台湾活用型中国ビジネス」を考える (吉村章)	12
日台食品ビジネス最新動向 (泉布希子)	24
招聘者報告 —2010年初冬、訪日の旅— (劉明珠)	31
台北の歴史を歩く その7 台北駅周辺の歴史 (片倉佳史)	33
コラム：日台交流の現場から 東日本大震災：台湾からの支援、台湾への感謝 ～～実にはいろいろあります	42
【台湾内政、日台関係をめぐる動向】 総統候補の選出と東日本大震災をめぐる日台関係 (石原忠浩)	44
編集後記	54

※本誌に掲載されている記事などの内容や意見は、外部原稿を含め、執筆者個人に属し、(財)交流協会の公式意見を示すものではありません。

※本誌は、利用者の判断・責任においてご利用ください。

万が一、本誌に基づく情報で不利益等の問題が生じた場合、(財)交流協会は一切の責任を負いかねますのでご了承ください。

● ● 交流協会について ● ●

財団法人交流協会は、1972年(昭和47年)、日本と台湾との間の、実務レベルでの交流関係を維持するため、台湾在留邦人及び邦人旅行者の入域、滞在、子女教育及び日台間の学術・文化交流等につき、各種の便宜を図ること、我が国と台湾との貿易、経済、技術交流等の諸関係を円滑に遂行することを目的として、外務省・通商産業省(当時)の認可を受け設立されました。よって、財団法人ではありますが、外交関係の無い日台間において準公的性格を有する機関であり、台北・高雄事務所は、それぞれ大使館、総領事館と同じような役割を果たしております。



急成長を遂げる台湾の半導体設計業

アジア経済研究所 新領域研究センター

川上 桃子



1. 台湾半導体ファブレス企業の興隆

2000年代初頭の約10年の間に、台湾経済はエレクトロニクス産業への傾斜を深めた（川上[2010]）。2000-2009年の間に、製造業の名目GDPに占める電子・電機製品部品製造業の比率は33%から44%に上昇した。2008年の輸出額および製造業就業者数に占める電子電機製品部品の比率は30%強に達している。今日の台湾経済に占めるエレクトロニクス産業の地位は突出したものであり、このセクターの実態を把握することなくして、台湾経済のダイナミズムを理解することは難しい。

逆に、世界のエレクトロニクス産業に占める位置づけという視点からみても、台湾の存在感は傑出したものである。多様なIT機器の生産で、台湾企業が主に受託製造の担い手として活躍し、抜きんできた世界シェアを占めるようになってきていることは広く知られている通りである。また世界の半導体産業も、台湾企業の存在をぬきにして語ることはできない。2009年の台湾企業による生産額の対世界シェアは、ファウンドリで67%、半導体パッケージングで50%、半導体テストで78%であった（『2010半導体年鑑』p.2-17）。

このように台湾経済に占める位置づけ、世界の生産構造のなかで台湾が占める位置づけの双方から注目される台湾エレクトロニクス産業の発展であるが、なかでも近年の注目すべき動向としてあげられるのが、半導体設計企業——いわゆるファブレス企業——の興隆である。2009年の世界の半導体ファブレスの上位ランキングをみると、メディアテック（聯發科技、世界4位）がクアルコ

ムやAMDに伍してトップ5にランクインしているほか、20位以内には、ノバテック（聯詠科技、同11位）、ハイマックス（奇景光電、同12位）、リアルテック（瑞昱半導体、同13位）、Mstar（晨星半導体、同14位）が名を連ねている（セミコンポータルウェブサイト、原データ：IC Insights）。

これらの企業は、製品の重要な機能を司る基幹チップのサプライヤーであり、自社で企画した製品を受託企業に委託して生産してもらい、これをマーケティングする事業形態をとっている点で、従来の台湾エレクトロニクス産業の支柱であったIT機器の受託製造企業とは異なるタイプの企業群である。さらに、メディアテックのように、チップの側でシステム製品開発の難しさを大幅に引き下げるための工夫を行い、中国の地場中小企業の市場参入を誘発して、産業に新たなダイナミズムを呼び込んだ革新的な企業も出現している。

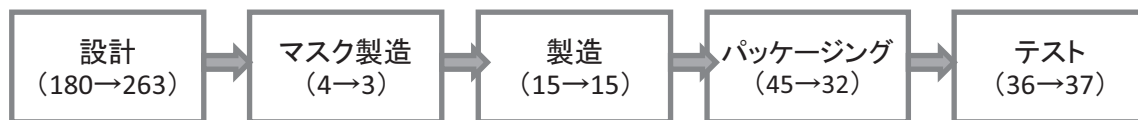
本稿では、急速な成長を遂げる台湾の半導体設計業の概況を紹介する。2では、産業レベルの資料やデータを用いて台湾半導体設計業の近年の動向を概観し、台湾のファブレス企業の興隆が台湾半導体産業を特徴づける分業構造のなかからもたらされたものであること、製品領域としては汎用品（ASSP）に強く、中国に立地する顧客がシェアを高めていることなどを指摘する。3では台湾を代表するファブレス企業のプロフィールを紹介する。4は結びである。

2. 台湾の半導体設計業：概観

（1）産業内分業の申し子としての半導体設計業の発展

本節ではまず、工業技術研究院の『半導体工業

図1 台湾半導体産業の各工程の企業数 (2001年と2009年の比較)



出所)『半導体工業年鑑』2002年版図8-2,2010年版 p.2-10に基づき作成。

注) かつこ内は2001年の企業数→2009年の企業数。

年鑑』を手がかりに、台湾の半導体設計業の概要を整理していきたい。

広く知られているように、台湾の半導体産業の特徴は、産業内分業の広範な発展にある。図1に示したように、台湾では半導体の設計-マスク製造-ウェファー製造-パッケージ-テストといった付加価値創出活動の各段階が異なる企業によって担われており、それぞれの工程に特化した多数の専門メーカーが存在している。

このような産業内分業の発展は、長らく半導体産業の支配的なビジネスモデルであり、日本の半導体産業の主役となってきた垂直統合型の大型半導体メーカー (IDM) の事業形態とは対照的なものだが、これが台湾の半導体産業の特徴であり、かつ強みの源泉ともなっている。工程間分業の発展によって新たな企業の活発な創業が可能になっているからであり、台湾発の半導体ファブレス企業の興隆もまた、この分業構造の基盤のうえに起きている現象として捉えることができる。

なかでも重要なのが、1987年に成立したファウンドリ専門の台湾 TSMC (台湾積体電路) 社の存在である。同社が成立するまで、自社で工場を持たない半導体設計企業は主に IDM に生産を委託していたが、IDM はファブレス企業からの受託をプライオリティの低い副業としてしかとらえておらず、ファブレス企業には十分なサービスを行わなかったため、このことがファブレス企業の競争力を制約する要因ともなっていた。

ウェファー加工に専念する TSMC の成立は、ファブレス企業が直面していたこのような苦境を変え、その成長に新たな可能性を拓くこととなっ

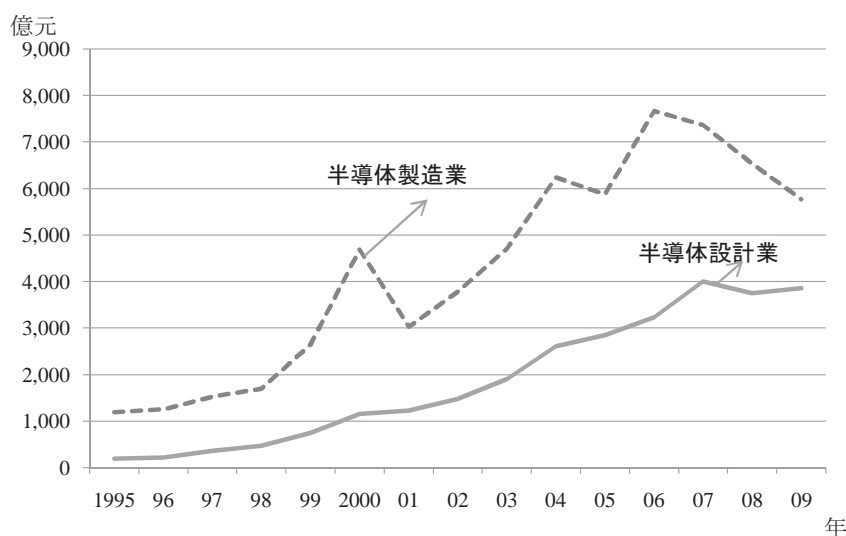
た。TSMC の成立に続いて、IDM であった台湾 UMC (聯華電子) も 1997 年に組織再編を行ってファウンドリに移行し、これと前後して IC 設計部門をノバテック、メディアテック等として独立させた。後述するようにメディアテックやノバテックは台湾を代表するファブレス企業に成長しており、UMC の企業再編が台湾のファブレス企業の興隆に果たした役割は非常に大きい。

逆に台湾のファウンドリの顧客構成をみると、2005年の時点で、ファブレス企業が71%、IDMが29%となっており (『2006 半導体工業年鑑』 p.9-19~9-20)、ファウンドリの成長がファブレスの興隆と切っても切れない関係にあることがみてとれる。クアルコムやブロードコムのような米系の大手ファブレスと並んで、台湾のファブレスも TSMC や UMC の重要な顧客となっており、ファウンドリとファブレス企業の共存共栄的な発展が、台湾半導体産業の発展を駆動してきた主因の一つであることが分かる。

パッケージングやテストの専門企業の存在もまた、台湾におけるファブレス企業の叢生を支えている重要な要因である。やや古いだが、2001年のデータをみると、台湾のファブレス企業のパッケージング工程の外注比率は99.7%、テスト工程の外注比率も70%を越えていた (『2002 半導体工業年鑑』 p.8-13)。テストを自社で行うファブレス企業も少なくはないが、多額の設備投資を必要とするこの工程を外注できることは、ファブレス企業の参入障壁を確実に引き下げており、その活発な創業を誘発している。

台湾の過去数十年の産業発展の過程では、企業

図2 台湾半導体製造業と同設計業の生産額の推移



出所)『半導体年鑑』各年版より作成。

間分業の発展が企業参入を後押しし、これがさらなる企業間分業の発展を後押しするという循環的なプロセスが観察されてきたが (Shieh[1992])、半導体産業においてもその傾向は顕著である。

特にこの産業では、関連企業が狭い地域に集中して立地しているため、企業間取引コストの低減、人材プールの発達、情報のスピルオーバーといったいわゆる「集積の利益」の効果が顕著に現れている。ファウンドリ、ファブレス企業、マスク製造企業、パッケージング企業、テスト企業の多くが新竹科学工業園区に集まっており、なかでも創新一路・二路には台湾のIC設計業の生産額の8割を占めるファブレス企業が集中しているという (呉・孫[2007, pp.109-110])。伸び盛りの企業に優秀なエンジニアが集まり、企業の垣根を越えて同級生・友人のネットワークが広く張り巡らされ、有望なベンチャー企業への出資に意欲的な投資家が多数存在する新竹の半導体コミュニティのエネルギーが、ファブレス企業の活発な創業を支えている。

近年、このような産業のダイナミズムが最も顕著に表れているのが、半導体設計部門である。2001年と2009年の状況を比べた図1から分かる

ように、他の工程の企業数が微減ないし微増にとどまっているのに対して、半導体設計企業の数には180社から263社へと大きく伸びている。また生産額の面での成長も著しく、約1200億元から約3900億元へと成長を遂げている (図2)。

このような設計セクターの成長の背後には、上述のようなファブレス企業の身軽な創業を支える台湾の産業環境とともに、半導体設計者の人材育成への政策的な取り組みや、産学連携促進策といった台湾政府の後押しも挙げられる (堀切[2005, pp.55-58])。

(2) 製品領域、顧客の地理的分布

次に、台湾の半導体設計業の成長の背景を、その事業構造、顧客構造の面からみてみたい。表1には、台湾半導体設計業の製品タイプ別の構成を掲げた。一貫して ASSP (application specific standard product、特定用途向けの汎用 LSI) が9割を占めており、特定の顧客向けにカスタマイズされた ASIC (application specific integrated circuit) の比率は低いことが分かる。個々の顧客ごとに開発する ASIC が、高品質を実現できる代わりに高コストになりがちであるのに対して、ASSP は、多くの顧客に共通するニーズを取り出

表1 台湾半導体設計業の製品タイプ別構成（構成比）

単位：%

年	ASSP					ASIC					合計
	情報処理 機器向け	通信機 器向け	コンシュー マ・エレクトロニクス 製品向け	その他	小計	情報処理 機器向け	通信機 器向け	コンシュー マ・エレクトロニクス 製品向け	その他	小計	
2001	64.0	11.5	14.7	1.7	91.9	1.7	2.6	3.3	0.5	8.1	100.0
2002	58.2	10.5	19.2	1.2	89.1	2.4	3.0	5.0	0.5	10.9	100.0
2003	58.0	9.2	26.7	1.4	95.3	1.5	1.5	1.2	0.0	4.2	100.0
2004	46.4	9.7	33.2	2.1	91.4	2.1	0.1	6.4	0.0	8.6	100.0
2005	43.1	11.6	33.1	1.9	89.7	2.5	1.0	6.8	0.0	10.3	100.0
2006	38.0	15.4	33.5	2.0	88.9	2.0	1.3	7.8	0.0	11.1	100.0
2007	40.0	16.0	32.0	1.5	89.5	2.1	1.4	7.0	0.0	10.5	100.0
2008	40.3	17.0	31.3	1.4	90.0	2.1	1.4	6.5	0.0	10.0	100.0
2009	40.1	18.4	30.3	1.4	90.2	2.3	1.3	6.2	0.0	9.8	100.0

出所)『半導体年鑑』各年版より作成。

して製品化した標準品であり、コスト競争力が重要なポイントとなる。台湾企業が得意とするのは、この ASSP である。米・アイサプライのデータによれば、2009 年の世界の市場規模は ASSP が ASIC の約 4 倍であった（『日経産業新聞』2010 年 9 月 2 日）。これに比べると、台湾の半導体設計業が ASSP に大きく偏った構造を持っていることが分かる。

ASSP のなかではパソコン関連製品を中心とする情報処理機器向けの比率が最も高い。もともと台湾のファブレス企業には PC 関連製品向けのチップの設計から成長を開始した企業が多く、かつての台湾ファブレス三傑と称された VIA（威盛電子）、ALi（揚智科技）、SiS（矽統科技）はいずれもデスクトップ向けのチップセット事業で成功をおさめた企業である。またメディアテックもパソコン内蔵型の光学ドライブのチップで初期の成功をおさめた。

1990 年代以降、世界のパソコン市場では急速な裾野の拡大とともに激しい価格競争が起きたが、部品価格の低下の波のなかで、キーボードコントローラ、サウンド、電源管理の LSI チップといった分野で、台湾のファブレス企業がコスト競争力

を武器に興隆するようになった（財訊[2007,91]）。また、台湾企業が世界的なパソコンの受託生産の担い手へと成長を遂げたことも、台湾のファブレスに有利に働いた。台湾のファブレス企業が、パソコンメーカーのコスト低減のパートナーとして、そのサプライチェーンのなかに入る機会を得たからである。

このような発展の経緯を反映して、現在でも情報処理機器向け ASSP の占める比率は約 4 割と高いが、趨勢としては 2000 年代を通じて徐々に下がっており、製品分野が多様化しつつある傾向がみてとれる。情報処理機器向けに代わってシェアが急上昇しているのが、デジタルカメラ、デジタルテレビ、デジタルフォトフレーム等のコンシューマ・エレクトロニクス向け ASSP の比率である。また、台湾ファブレス企業の旗手・メディアテックが高い世界シェアを獲得している通信向け ASSP の比率も 2000 年代を通じて上昇し、2 割に迫っている。

表 2 には、顧客の地域別構成を掲げた。2000 年代を通じて台湾の顧客が占める比率が約 20 ポイント下がり、代わって中国（香港を含む）のシェアが 6 割近くにまで上昇している。これは、台湾

表2 台湾ファブレス企業の顧客の国別分布（構成比）

単位：%

年	台湾	中国/香港	北米	日本	韓国	東南アジア	その他	小計
2001	51.3	28.6	3.0	4.2	6.9	3.6	2.4	100
2002	49.4	30.8	1.8	3.4	9.8	1.9	2.9	100
2003	45.4	33.5	3.0	3.5	10.5	1.5	2.6	100
2004	36.7	50.9	1.8	3.7	3.0	1.6	2.3	100
2005	34.0	54.8	1.3	3.0	2.4	2.5	2.0	100
2006	33.6	56.4	1.2	2.7	2.2	2.4	1.5	100
2007	32.9	56.9	1.4	1.4	2.8	2.5	2.1	100
2008	32.5	57.4	1.3	2.7	2.2	2.4	1.5	100
2009	32.8	57.8	1.5	2.5	2.0	2.1	1.3	100

出所) 『半導体年鑑』各年版より作成。

企業の対中移転によって引き起こされた動きであるとともに、後述するメディアテックと中国の山寨機メーカーの密接な取引関係や、中国の液晶テレビ市場での MStar のチップの浸透等に見られるような、台湾のファブレス企業と中国の地場企業の取引関係の緊密化の現れでもある。

台湾のファブレス企業の強みは、価格競争力に加えて、充実したサポート体制にあるといわれる(堀切[2005,p.53]。特に、技術蓄積の浅い台湾や中国の新興の製品メーカーは、チップベンダからの技術サポートを強く必要としており、台湾のファブレス企業は、熱心なサポートの提供を通じて、これらの新興企業と緊密な取引関係を結んできた。台湾のファブレスはまた、新興の製品メーカーとのインタラクションを通じて、技術蓄積の浅いメーカーのニーズを汲み上げ、これを自社の製品開発へとつなげることで、自社製品の魅力を高めてもきた。

台湾のファブレス企業は、一方では台湾におけるファウンドリの存在に、他方では技術の供給者とそのユーザーという関係を通じて密接なインタラクションを持つ中国や台湾の新興の製品メーカーの存在に支えられて、急速な成長を遂げてきたのである。

3. 代表的なファブレス企業の横顔：メディアテックとノバテック

表3には、2009年と2005年の台湾のファブレス企業売上高上位10社のランキングを掲げた。台湾のファブレス企業の事業領域は多様であり、代表的な企業の選び方も、評価の尺度によって異なりうる。また、台湾ファブレス企業のなかでも業態は多様であり、例えば2009年6位の創意電子(グローバルユニチップ)は設計サービスという業態で頭角を現しつつある。

ここでは、売上高で台湾の1位、2位を占め、それぞれ世界的にも4位と11位に位置するメディアテックとノバテックを取り上げ、そのプロフィールを簡単に紹介したい。

<メディアテック(聯發科技)>

台湾ファブレスの雄であるメディアテックは、UMCのパソコン用光学ドライブ向けチップ部門が分離独立するかたちで1997年に設立された。董事長の蔡明介は工業技術研究院を経てUMCに勤務し、メディアテックの成立とともに董事長となり、以来、同社の舵を取ってきた。

メディアテックは、2000年代前半に、パソコン用光学ドライブ向けおよびDVDプレイヤー向けのLSIチップで大きな成功をおさめた。特にDVDプレイヤーでは、光ピックアップを中核に

表3 台湾のファブレス企業売上高上位10社

< 2009年 >

順位	企業名(中国語)	(英語名)	創業年	売上高(億元)	主要製品
1	聯發科技	Media Tek Inc.	1997	773	携帯電話、光学ドライブ IC
2	聯詠科技	Novatek Microelectronics Corp.	1997	270	液晶パネルドライバ
3	奇景光電	Himax Technologies Inc.	2001	255	液晶パネルドライバ
4	群聯電子	Phison Electronics	2000	245	フラッシュメモリコントローラ
5	瑞昱半導体	Realtek Semiconductor Corp.	1987	203	ネットワークコントローラ
6	創意電子	Global Unichip Corp.	1998	83	設計サービス
7	立錡科技	Richtek Technology Corp.	1998	80	電源管理 IC
8	瑞鼎科技	Raydium Semi-conductor Corp.	2003	78	液晶パネルドライバ
9	凌陽科技	Sunplus Technology	1990	74	DVD、STB、テレビ向けコントローラ
10	錕創科技	Etron Technology Inc.	1991	73	メモリ (DRAM 等)

出所) 『2010 半導体年鑑』。

< 参考: 2005年 >

順位	中国語名	英語名	売上高(億元)
1	聯發科技	Media Tek Inc.	465
2	聯詠科技	Novatek Microelectronics Corp.	260
3	威盛電子	VIA Technologies	191
4	凌陽科技	Sunplus Technology	188
5	奇景光電	Himax Technologies Inc.	178
6	矽統科技	Silicon Integrated Systems Corp.	115
7	瑞昱半導体	Realtek Semiconductor Corp.	106
8	錕創科技	Etron Technology Inc.	67
9	群聯電子	Phison Electronics	63
10	智原科技	Faraday Technology Corp.	57

出所) 『2006 半導体年鑑』。

した機構モジュールを三洋電機が、これを駆動するチップをメディアテックがそれぞれ提供し、両社の製品を組み合わせれば、技術蓄積の浅い新興メーカーでも DVD プレイヤーを開発・製造できるような技術環境を作り出すことで、多くの顧客をつかんだ(小川[2007])。メディアテックのチップの市場シェアは、DVD プレイヤーの出荷台数の伸びとともに上昇し、2005年には42%に達した(小川[2007,p.32 図3。原データはTSR Quarterly Report])。

中国の地場企業にとってメディアテックのチップが占めた位置づけのように、多数の企業の製品開発・サービス提供の基盤となる製品は、「プラットフォーム」(Gawer&Cusumano [2002])と呼ば

れる。プラットフォームには製品の中核技術が詰め込まれ、これを供給する企業は、産業の技術革新のリーダー(プラットフォーム・リーダー)として、産業全体で強い支配力を持つことになる。メディアテックは、DVD プレイヤー向けチップでの成功に次いで、携帯電話向けのチップでも、中国市場でのプラットフォーム・リーダーとしての地位を確立することに成功した。具体的には、2000年代半ばにベースバンドチップ、種々のアプリケーション、電源管理、メモリといった多様な機能を盛り込んだ統合度の非常に高いプラットフォームを開発し、利便性の高いレファレンス・デザインと合わせて中国の中小携帯電話メーカーに大量に供給して(安本[2010]pp.107-108、許・

今井[2010])、瞬くうちにシェアを高めた。

メディアテック以前にも TI のような欧米企業がプラットフォーム・ビジネスを手がけてはいたが、メディアテックのプラットフォームは、技術力の低い零細業者にとって格段に使いやすく、かつカメラ・動画・音楽プレイヤー・タッチパネルといった多様な機能の搭載を可能にする非常に魅力的なプラットフォームであった。

メディアテックのプラットフォームの登場は、広東省深圳一帯における「山寨機（山寨とは昔の盗賊等が根城とした山の中の砦との意味）」と呼ばれる違法なコピー製品をつくる企業群の成長を誘発した。2007 年の時点でメディアテックのチップは中国企業をつくる携帯電話の 4 割以上で採用されており（許・今井[2010,219]）、特に山寨機メーカーの大多数は、メディアテックのチップを用いているといわれている。山寨機メーカーの多くは、製品の外観をデザインするだけであり、メイン基板や金型の製造は、ほぼ全て外部企業に外注している。

メディアテックのプラットフォームをもとに携帯電話のメイン基板を作るのは、多くの場合、中国のデザイン・ハウスの役割である（許・今井[2010]）。デザイン・ハウスは基板の設計だけではなく、受託製造企業と提携して完成基板を山寨機メーカー等に供給するという重要な役割を果たしている。

山寨機のなかには、轟音のような着信音が鳴るため、農作業中にあぜ道に置いておいてもよいという「雷鳴携帯」や、偽札検査用の紫外線発光機つきの携帯電話といった奇妙奇天烈な製品があるが、深圳の町工場が、このような思いつきのアイデアを次々と商品化して市場に送り出すことができるのは、ひとえにメディアテックが提供するプラットフォームの存在ゆえであり、またこれを基盤として、中国内での広範な工程間分業が発達しているからなのである。

初期のパソコン用光学ドライブ向けチップでの躍進から、DVD プレイヤー、そして携帯電話での成功にいたるまで、メディアテックは常に、市場が一定の規模にまで拡大したタイミングを見計らって市場参入し、顧客——特に技術力の弱い新興の顧客でもそれを用いることですぐに高機能の製品を開発できるようなチップ、ソフトウェア、リファレンス・デザインのパッケージを提供することを通じて、市場での主導権を握ってきた（大槻[2007]）。これは、価格競争力を求められる汎用型 IC である ASSP の特質にマッチした戦略であった。台湾に拠点を置き、台湾および中国のデザイン・ハウスや携帯電話メーカーと緊密なインタラクションを有してきたメディアテックだからこそ採りえた戦略であり、まさしく台湾発のファブレス企業の面目躍如といった感がある。

長らく「山寨王」と呼ばれ、中国の違法コピー製品のイメージと結びつけられてきたメディアテックであるが、ここ数年は、第三世代向け（W-CDMA、TD-SCDMA）チップに力を入れており、2009 年にはクアルコムとの合意に達して、CDMA の主要特許を保有するクアルコムへのロイヤリティーの支払いなしに W-CDMA チップを作ることが可能になった。

また 2010 年には NTT ドコモから、次世代移動通信技術である LTE のプラットフォームのライセンス供与を受けており、先進国市場への参入にも本腰を入れ始めている。蔡董事長はインタビューのなかで、「2 G では先行企業にキャッチアップする後発組を支援する必要があった。一方、LTE の機器を開発するのは、現時点においては相当技術力が高い企業だ。我々がリファレンス・デザインを提供する必要はない」（中道[2010]）と述べており、LTE のような分野では、使い勝手のよいチップとリファレンス・デザインを武器に新興企業に切り込んできた従来の戦略とは異なる新たなアプローチをとるものと思われる。

市場の変化、技術の変化が極めて速く、栄枯盛衰の激しい半導体設計業の世界を、メディアテック董事長の蔡明介は「一代限りのボクシングチャンピオン（一代拳王）」の世界と呼んだ（蔡口述・林整理[2002]）。実際、表3からも分かるように、2005年の第3位、第6位のVIAとSiSは一世を風靡した台湾のチップセットベンダだが、2009年には上位10社のランキングから漏れている。

しかし、蔡が率いる当のメディアテックは、着実に製品ラインを多様化し、企業規模の成長と収益力の確保に成功しつつある。2000年代半ばに立ち上げた液晶テレビ用チップ等でも地歩を固めており、企業買収にも力をいれつつ、着実に技術の高度化、市場と製品分野の多角化を推し進めている。

メディアテックは引き続き、台湾の半導体設計業界のリーダーとして、また世界の携帯電話産業の台風の目として、強い存在感を発揮していくものと思われる。

<ノバテック、聯詠科技>

中国語名の「聯」の字が示唆するように、ノバテック（聯詠科技）も、メディアテックと同様にUMCからのスピンオフ企業であり、1996年に同社のコンシューマ・エレクトロニクス向けIC部門が分離独立して成立した企業である。同社の主力製品は液晶パネルドライバーICである。液晶パネルドライバーICは台湾ファブレス企業の主力製品のひとつであり、表3の2009年のランキングでも、ノバテックのほか、3位のハイマックス、8位のレイディアムといった有力企業がある。

ノバテックは成立当初、マウスやキーボード等のパソコン周辺機器のコントローラチップを手がけていたが、2000年にTFT-LCDドライバICの製造に参入すると、これに集中的に資源を投じる戦略をとって、台湾LCDパネル産業の急発展と歩調をあわせながら急速な成長を遂げた。親会社であるUMCからのサポートに加え、液晶パネル

メーカーであるUMC傘下の聯友とBenQグループの達碁が合併して2001年に成立した友達光電が世界有数のパネルメーカーとなり、同社から大量のオーダーを受けたことがきっかけとなって、ノバテックも急速な成長を遂げた（財訊[2007,p.126]）。その後は、台湾の他のLCDパネルメーカーとの取引も増やし、順調に業績を拡大してきた。

パネルメーカーの多くは、基幹部品であるドライバICの内製化やグループ化を進めており、友達光電はライバルである奇美電子のグループ企業であるハイマックスのドライバICを用いない、逆に奇美電子は友達グループのレイディアムのICを採用しない、といった系列間の垣根がある。これに対してノバテックの強みは、サムスンから友達光電までと取引する顧客ベースの広さにあり、またその背後には同社の全方位路線を支える優れた技術力がある（孫[2007,135]）。パネルメーカーはしばしば、新型製品にはノバテックのチップを用い、技術が安定した段階でグループ企業のチップも採用するという。

このような技術力の一因としては、UMC時代からの技術蓄積もあげられよう。UMCからの独立時に在籍していた121人のメンバーのうち、2007年の時点で57人が引き続きノバテックに勤務していたというが（孫[2007,136]）、これは流動性の極めて高い台湾半導体産業では珍しいことであり、このような人材の存在が、同社の強みのひとつになっているのではないと思われる。

4. むすび

台湾エレクトロニクス産業の発展は、長らく、米国・日本企業からの受託生産を引き受け、黒子の役割に徹することを通じて実現されてきた。iPhoneやiPad等のアップル製品の受託製造企業として名高いフォックスコン、半導体ファウンドリのTSMCおよびUMC、ノート型PC受託製造

のクアンタやコンパルといった代表的な台湾の電子メーカーは、いずれも米国・日本企業から生産委託を大量に引き受けることで、世界的なプレイヤーとなってきた。

このような受託生産を通じた企業成長と産業発展の成果は高く評価されているが、一方でその限界を指摘する声もある。台湾の産業発展を研究してきた瞿宛文は、台湾企業は、成熟したハイテク産業に参入して「二番手企業」としての成長を実現してきたが、R&D 集約的な戦略や自社ブランド戦略を採るにはいたっておらず、今後も、R&D 活動や自社ブランド路線を追求するよりも、これまで培ってきた受託生産の高度化や多角化を追求する経路依存的な道筋を歩んでいくであろうと予想する (Chu[2009])。

しかし、本稿でみた台湾ファブレス企業の興隆は、Chu[2009]の台湾エレクトロニクス産業に関するやや悲観的なシナリオとは異なる新たな産業発展のダイナミズムを予感させる。これらの企業は、製品の中核技術をつめこんだ基幹部品を自社で企画し、受託企業に委託して生産してもらい、これをマーケティングするなかで次の製品の企画へとつながる情報を集めていくという事業形態をとっている点で、従来の産業の支柱であった受託製造の事業モデルとは一線を画す。さらに、メディアテックのように、チップの側でシステム製品開発の難しさを大幅に引き下げるための工夫を行い、中国の地場中小企業の市場参入を誘発して、産業に新たなダイナミズムを呼び込んだ革新的な企業も出現している。Mstar の中国デジタルテレビ市場への食い込みも注目される。台湾エレクトロニクス産業の発展の新たな段階を象徴する動きとして、ファブレス企業の興隆は大いに注目される。

参考文献

日本語

大槻智洋「MediaTek はなぜ強い ASSP 事業を成長させた表と裏」『日経エレクトロニクス』2007年7月16日。

小川絃一「我が国エレクトロニクス産業にみるプラットフォームの形成メカニズム—アーキテクチャ・ベースのプラットフォーム形成によるエレクトロニクス産業の再興に向けて」東京大学ものづくり経営研究センター MMRC Discussion Paper No.164 2007年。

川上桃子「電子産業への傾斜を深める台湾の産業構造」『交流』vol.832 2010年7月号。

許経明・今井健一 (丸川知雄訳)「携帯電話産業における垂直分業の推進者 IC メーカーとデザイン・ハウス」丸川知雄・安本雅典『携帯電話産業の進化プロセス—日本はなぜ孤立したのか』有斐閣 2010年。

中道理「先進国市場に乗り出す MediaTek 社 NTT ドコモと LTE 技術で提携」『日経エレクトロニクス』2010年8月23日号。

堀切近史「LSI 開発拠点に変貌する台湾 技術者の育成に総力を結集」『日経エレクトロニクス』2005年12月5日号。

安本雅典「グローバルな携帯電話メーカーの競争力」丸川知雄・安本雅典『携帯電話産業の進化プロセス—日本はなぜ孤立したのか』有斐閣 2010年。

中国語

經濟部技術處 (発行)、財団法人工業技術研究院産業經濟與趨勢研究中心 (出版)『半導體年鑑』各年版。

蔡明介口述、林宏文採訪『競争力的探求』財訊出版社 2002年。

財訊出版社編著『IC 設計産業版圖』財訊出版社 2007年。

吳琬瑜・孫珮瑜「低調拳王、奇襲全球」『天下雜誌』

2007年10月24日。

孫珮瑜「『中立』戰術通吃面板大廠」『天下雜誌』

2007年10月24日。

英語

Chu, Wan-wen [2009] “Can Taiwan’s Second Movers Upgrade via Branding?” *Research Policy*, 38, 1054-1064.

Gawer, Annabelle and Michael A. Cusumano [2002], *Platform Leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco Drive Industry Innovation*,

Boston, Mass.: Harvard Business School Press.
Shieh, Gwo-shyong [1992], “Boss” Island: *The Subcontracting Network and Micro-entrepreneurship in Taiwan’s Development*, New York :Peter Lang.

ウェブサイト

セミコンポータルウェブ「半導体ファブレスの2009年トップ25ランキング、台湾勢プラス成長相次ぐ」(<https://www.semiconportal.com/archive/editorial/market/100119-fablesstop25.html>) 閲覧日 2011年5月8日。

お知らせ

平素より、交流協会ホームページをご利用頂きまして、誠にありがとうございます。

4月22日よりホームページに掲載しております台湾情報：ECFA（海峽兩岸經濟協力枠組取り決め）につきまして、今般新たに、下記情報を追加しましたので、お知らせいたします。

記

4. 財政部が ECFA 産品の特定原産地規則及び原産地関連の行政手続き公布（日本語訳）

（添付1）物品貿易ア－リーハーベスト産品特定原産地規則（PSR）

（添付2）PSR の標準類別統計及び整理表

①台湾側の減税リスト、中国側の減税リスト

②台湾側の減税リスト、産品特定原産地規則整理表

③中国側の減税リスト、産品特定原産地規則整理表

（添付3）物品貿易ア－リーハーベスト産品に適用される臨時原産地規則の行政手順

5. 原産地証明書及び加工証明書管理弁法（日本語訳）

6. サービス提供者証明書（日本語訳）

①サービス提供者証明書申請作業要領

②サービス提供者証明書申請書

財団法人 交流協会 東京本部

http://www.koryu.or.jp/ez3_contents.nsf/

Top/E1D7F906304F2F3E492577FB0029E897?OpenDocument



中国に進出している台湾企業に学ぶ中国ビジネスのポイント「台湾活用型中国ビジネス」を考える

台北市コンピュータ協会 駐日代表 吉村 章

1990年代後半から台湾 IT ベンダーの中国投資が一気に進む。当初は中小の部品ベンダーがコストダウンを目指して工場を台湾から中国へ移す動きが中心だった。華南の珠江デルタ周辺への進出が注目された。

さらに、2001年からは大手 IT ベンダーが生産拠点としての中国シフトを本格化させていく。2001年11月にはノートブックパソコンを含むハイテク機器の中国生産が解禁となり、これをきっかけに台湾大手 IT ベンダーが中国シフトを本格化させていく。

進出先は珠江デルタ（広東省）から長江デルタ（揚子江下流域）へと広がり、上海から昆山、蘇州、呉江といった都市を中心に台湾 IT ベンダーのサプライチェーンが形成されていった。

筆者は2001年以来、長江デルタ地域の動向に注目し、毎年現地視察を行ってきた。毎年10月に蘇州市で開催される eMEX (electric Manufacturers EXPO) を定点観測ポイントとして、現地に進出している IT ベンダーの生産活動の状況やサプライチェーンの動向などに注目してきた。

現地視察では、単に展示会の視察だけでなく、現地で企業訪問や工場見学を行ったり、マッチングイベントを企画したり、業務の一貫として日本企業を対象とした中国でのパートナー探しや中国進出の支援なども行ってきた。

現地を訪れる日本企業と台湾人や中国人経営者との食事会や意見交換の場をセッティングして、現場の生の情報を直接聞く機会を設けたり、日本企業との協業の機会を模索するといった取り組みを行ってきた。日本企業の中国進出を支援することが目的である。

特に、日本の中小企業が中国でどのようにビジネスを進めていくべきか、中小企業が現地の台湾企業やローカル企業とどのような連携を進めていくべきか、こうしたテーマを考えながら現地視察を行ってきた。現地での訪問企業数はこの8年間に延べ300社以上になる。

このレポートでは、こうした取り組みの実績を踏まえて「中国に進出している台湾企業に学ぶ中国ビジネスのポイント」を考えてみる。キーワードは「三本主義」である。

台湾人経営者は中国ビジネスを成功に導く秘訣を「三本主義」というキーワードで説明する。「三本主義」とは「本人主義」「本土主義」「本領主義」の3つを指す。この「三本主義」を解説しながら、台湾企業が中国ビジネスにどのような姿勢で臨んでいるか、また、そうした台湾とどのようにうまく連携しながら中国ビジネスに取り組んだらいいか、「台湾活用型中国ビジネス」について考えてみたい。



eMEX (electric Manufacturers EXPO) は毎年10月に江蘇省蘇州市で開催される台湾 IT ベンダーの多くが出展する。長江デルタ下流域はパソコンを中心に IT 機器の一大生産拠点となっている。



現地での企業訪問や工場見学はこの8年間で延べ300社以上。主に中国企業や現地に生産拠点を持つ台湾企業を訪問し、ヒアリングを行ってきた。

1) 台湾企業の「三本主義」に学ぶ中国ビジネス

1-1 「本人主義」

「本人主義」とは、中国ビジネスでは長期的な経営方針の決定から実際に現場で動いているひとつひとつの意思決定まで、「経営者本人が自ら行うべきである」という考え方である。経営者が現場で如何にスピーディな意思決定ができるか、ビジネス環境の変化に応じて如何にフレキシブルな対応ができるか、中国ビジネスではこの点が重要なポイントとなる。

意思決定のスピードとフレキシブルな対応が経営者本人に求められる。「重要な意思決定に時間をかけない」、「経営者本人がビジネスの最前線で陣頭指揮を取るべき」という考え方が台湾の企業経営者に多い。

もし、経営者自らが現場で陣頭指揮が取れない場合、台湾企業は現場の責任者に強い「権限」を持たせる。「権限」を持たされたマネージャーは自分の責任で経営の意思決定を行う。「権限」が与えられない能力がないマネージャーはどんどん交代させられる。こうした新陳代謝の激しい組織が台湾企業の活力にも繋がっている。

一方、日本の会社の場合、会社として方針決定に至るまで社内での根回しやスタッフ間の十分な意識の共有が必要であり、何度も稟議を重ねた上で最終的な意思決定がなされる。このように意思決定には一定のプロセスが必要であり、一歩ずつ手続きを踏んで「組織」として意思決定がなされることが特徴だ。

しかし、これは中国企業や台湾企業から見ると「あまりにも時間をかけ過ぎ」と映る。「せっかくのビジネスチャンスをどうしてみすみす逃してしまうのか」、「日本企業は本気で中国ビジネスに取り組む意思があるのか」というコメントも耳にする。ヒアリングでは「本社にいて、現場（中国）にこない経営者は中国ビジネスを行う資格がない」、「日本企業は経営者の『顔』が見えない」という辛口コメントも聞いた。

また、日本企業は統計データを集め、与信を取り、資料収集と分析に多くの時間を使う。社内稟議を取るために必要な資料を集め、必要な手続きを踏んだ上でビジネスが本格的に稼動する。しかし、こうした日本企業の様子も台湾企業は冷やかな眼で見る。統計資料やウェブ情報は「生きたデータ」とは考えない。現場でのネットワークを駆使して情報の裏づけを取り、敏感に時代感(ムード)を感知し、間接情報には踊らされないのが台湾人経営者と言ってもいいだろう。

1-2 「本土主義」

「本土主義」とは言い換えると、「現場主義」ということである。経営者自らがビジネスの最前線に立ち、現場で陣頭指揮を取るとするのが台湾人が中国ビジネスに臨む基本姿勢である。スピーディな経営判断を行うためには、情報収集はビジネスの「現場」で行うことが重要となる。

経営者自らが自分の足で現場を歩き、自分の眼で見て、自分の耳で聞いて、情報を収集する。現場の生の声、生きた情報の中から必要な情報を見

極め、経営判断にすばやく役立てる。こうした姿勢が徹底している点が台湾経営者の特徴ともいえるだろう。

経済指標や企業データなど補足的なデータと考える。統計資料や企業データに惑わされたり、迷わされたりしない。こうした資料やデータはすべて「過去のデータ」と考え、参考程度に情報収集することはあってもこうしたデータを収集することにこだわらない。

一方、日本企業は政府の統計資料を取り寄せたり、与信のために取引先企業の信用調査を行ったりするケースが多い。「日本企業はあまりにもこうしたデータにこだわり過ぎる」という声を台湾人経営者からよく耳にする。

自ら情報を集め、自ら情報を分析して、ビジネスの進捗状況に応じて、自らがスピーディに判断を下す。生きた情報を常にアップデートし、すばやく分析して迅速な意思決定に役立てる。このように「現場主義」に徹した姿勢がスピーディな意思決定を可能にしている。これが中国ビジネスを成功に導く鉄則であると言う。

集めたデータも現場で自ら確認する。リアルタイムで入ってくるビジネスの現場の「生」の情報が重要だと考える。例えば、政府関係機関とのパイプ作りや同業社の経営者が集まる会合や食事会などを通じて生きた情報を集める。

会社の中にはそれぞれの部門の担当当局と連絡が取り合える人間関係作りを重視し、通関当局、財務当局、労務当局、公安当局など、トラブルが発生したときにどこの誰を窓口にして地元の地方政府とのコンタクトを取るか、ネットワーク作りを重視する。

これを「政商関係」と言う。定期的に連絡を取り合い、関係作りを怠らない。こうしたネットワークの作り方が台湾企業の得意とするところである。



2010年10月に視察団で訪問したZEXSA（盛裕科技）、自動車部品やデジタル家電向けの金属加工品やプラスチック成型部品を手がける。董事長の謝氏は現地の台商協会（台湾企業で組織された商工会的な組織）の役員を務める



ZEXSA（盛裕科技）は従業員はおよそ500人。5万㎡の敷地に8つの工場を持ち、従業員宿舎や研修所を備える。写真は敷地内にある謝氏の自宅。

1-3 「本領主義」

「本領主義」とは、「本領」を発揮すること。つまり、自分の「強み」を徹底的に発揮することである。中国で成功を勝ち取るためには、まずは自分の「強み」を徹底的に研究することから始まる。インタビューでは「強みさえ生かせない企業に新しいビジネスチャンスはない」と台湾人経営者はコメントする。「まずは『本領』を生かし切ることが中国ビジネスに取り掛かる第一歩である」と考

えるのが台湾経営者である。

「中国市場で新たなビジネスチャンス」という期待を安易には寄せない。「中国に行けば何かしらビジネスチャンスがあるはず」というのは甘い考えともコメントする。「何かやりたい」「何かできそうだ」「とにかく行ってみよう」という考えは危険。これは台湾企業でも失敗する。こうした甘さを払拭して、徹底的に自社の「強み」を見極めることが重要と考える。

自社の「強み」が中国側のニーズに合うかどうか。自社の「強み」をどうやって中国側のニーズに合う「強み」に転換することができるか。「強み」を徹底的に見極めることが中国ビジネスの第一歩と考える。

「中国へ行けば何か可能性が開けるかもしれない」と考えるのは大きな間違い。「中国では何か新しいビジネスチャンスが見つかるかも知れない」と考える台湾人経営者はいない。「中国には大きな可能性がある」という夢を描くことはたいへん危険であり、ある台湾人経営者は「ばら色の道はない。道はすべて茨の道」と言う。「強みが生かせない企業にビジネスチャンスはない」とまで断言する経営者もいる。

まずは、自社の「強み」を徹底的に見極め、その「強み」を生かし切る方法を徹底的に考えることが中国ビジネスでの成功の秘訣である。「大きなビジネスチャンスの可能性があるところには、たくさんの競争相手が存在する」と考える。「スピードが重要」、「とにかく始めてみること（チャレンジ精神）、状況の変化に合わせたフレキシブルな対応が重要」と考える。

台湾人は「危機」という言葉を使うとき、この文字をふたつの単語に分解して考える。「危機」とは「危険」（リスク）と「機会」（チャンス）が隣り合わせに存在する状態と考えるのだ。「リスク」ばかり気にしてチャレンジ精神が発揮できない企業は「ビジネスチャンス」を見逃す。

つまり、「ビジネスチャンス」を得るためには多少の「リスク」が伴う。如何にそのリスクを最小限に留めてチャンスをモノにするか、スピーディに、フレキシブルに、チャンレンジ精神を発揮してビジネスに挑んでいく姿勢が求められるのだ。

1-4 「神様も海外赴任」「ご先祖様も現地駐在」 という台湾人の「本気」

台湾企業が中国ビジネスにどのように取り組んでいるか、台湾企業の「本土主義」を象徴するひとつの事例を紹介しよう。2010年10月 eMEX 視察の際に訪問した台湾企業の事例である。

ZEXSA 社は従業員 500 人ほどの中堅部品メーカーである。金属加工部品からプラスチック成型部品まで幅広く取り扱っている。総経理の謝氏（14 頁上の写真中央）は中国に進出して 10 年。日本企業との取引もあり、日本留学経験のある息子さんを日本から呼び返して中国で会社経営に当たっている。中国側にも幅広いネットワークを持ち、現地の「台商協会」（中国に進出している台湾企業で組織された団体）の役員も務めている。蘇州地域に台湾ベンダーの集積が進む中で、これまで着実に生産規模を拡大してきた。

中国では現地に進出した台湾企業が工場の敷地内に出張者向けの簡易ホテルを建てたり、幹部職員向けの宿舎を建てたりするケースよくある。幹部職員が自由に利用できるスポーツジムや温水プールを完備するケースや敷地内にゴルフのハーフコートを持つ大手ベンダーもある。

ZEXSA 社でも幹部職員向けの宿泊棟を完備し、台湾人幹部職員や日本人の品質管理指導者などが駐在している。幹部職員専用の食堂や娯楽ルーム、広々とした環境には花壇や池などもあり、快適な住環境を整備している。

総経理の謝氏自身も敷地内に自宅を建てて住んでいる。家庭菜園があり、庭にはみかんの木があり、タマゴも自家製だそうである。本気で自給自

足を目指しているわけではなく、あくまでも総経
理の趣味だそうだが、野菜作りは本格的である。

しかし、何と言っても特筆すべきは、自宅の横
に建てた「廟」である。「廟」とは先祖崇拜の宗教
施設であり、神様やご先祖様を祭るための建物で
ある。つまり、もう台湾には帰らない(?) 覚悟
で自宅の横に「廟」を建ててしまった。「神様も海
外赴任」、「祖先様も現地駐在」というわけである。

「駐在」ではなく、ご祖先も連れ出して「永住」
である。骨を埋める覚悟で本気の中国駐在。もち
ろんのこの「本土主義」は日本企業には到底真似
はできない。日本企業は何を以って彼らの「本気」
に対抗すべきだろうか、覚悟が試される。

台湾の人口は約 2300 万人。就業人口が約 1000
万人である。その中で現在およそ 100 万人の台湾
人が中国で仕事しているという。10 人に 1 人の
割合で「中国駐在」である。これに出張ベースで
行き来している人を加えると、中国ビジネスに関
わっている台湾人ビジネスマンは膨大な数にな
る。また、台湾企業が中国で生み出している雇用
はおよそ 1200 万人と言われている。すなわち、
台湾企業は、台湾の就業人口よりも多い人たちに
中国で雇用していることになる。



ZEXSA (盛裕科技) の謝総経理は自宅の横に「廟」を建ててしまっ
た。『神様も海外赴任、ご先祖様も現地駐在』とういのが台湾流。



敷地内には家庭菜園があり、家族が食べる程度の野菜や果物なら
収穫できるという。写真は庭で飼っている鶏。家族で食べるタマ
ゴも自家製だという。

1-5 「まず会社の『強み』をひと言で説明して ください」

次に、日本企業とのミーティングで徹底的に「本
領主義」にこだわる台湾企業の事例を紹介したい。
徹底的に「強み」を主張し、時間をかけず「接点」
を探す典型的な台湾人経営者の事例である。

毎年 6 月に台北で COMPUTEX TAIPEI が開
催される。台湾製品の買い付けを目的に世界中か
ら 3 万 5 千人のバイヤーが集まる展示会である。
TCA 東京事務所でも視察グループを組み、毎年
展示会を視察する定点観測のポイントのひとつ。
また、現地では日本企業と台湾企業が交流する場
をセッティングし、台湾人経営者の考え方や中国
ビジネスに臨む姿勢などを聞く機会を設けてい
る。

ベンチャー企業の若手経営者グループで
COMPUTEX 視察に行ったときのことである。
COMPUTEX 会場で台湾の大手セキュリテイ
メーカーである D 社とのミーティングをセッテ
ィングした。D 社はセキュリテイ分野で実績を持つ
台湾を代表するソフトベンダーである。本来は出
展ブースを訪問し、ここで製品説明を受ける予定
だったが、ブースで迎えてくれた総経理の C 氏は

全員をホテルのランチに招待してくれた。ホテルのレストランでC氏を囲み、食事をしながらのミーティングとなった。

この席上、D社の会社概要と出展製品の説明が終わったあと、C氏が日本側の若手経営者グループに言った言葉は「みなさん、それぞれの会社の『強み』をひと言で説明してください」というものだった。表敬訪問のつもりでいた日本側の若手経営者グループはちょっと戸惑ったような表情。日本側の説明が一通り終わると、次に「弊社とどんな接点を持ちたいか」、「COMPUTEX でどんな製品を探しているか」、「どんなビジネスモデルを提案したいか」とC氏から直球の質問が続く。

C氏の積極的な姿勢に日本側は終始圧倒されていた。実は、C氏は台湾のセキュリティ業界ではけっこうな有名人で、こうした機会がないとなかなかアポが取れない人物である。しかし、ミーティングが始まると偉ぶるところもなく、実に気さくに應對してくれた。

台湾や中国企業の経営者にはこういう人物が多い。ミーティングでも会社対会社の型にはまった形ではなく、「強み」は何か、何をしたいか、どんなビジネスモデルを考えているか、双方にとってのメリットは何かなど、ストレートに質問をぶつけてくる。つまり、お互いの「本領」(強み)を徹底的に出し合い、手順や手続きにとらわれず一気にビジネスの接点を探し出そうとするのだ。こんなところにも台湾人の「本領主義」を垣間見ることができる。

「三本主義」には中国ビジネスのエッセンスが濃厚に凝縮されている。台湾人が実践している「三本主義」を日本企業にも当てはめて考えてみた場合、果たしてどうだろうか。日本企業のウィークポイントがそのまま見えてきそう。



「みなさん、それぞれの会社の『強み』をひと言で説明してください」と日本側の若手経営者グループに迫るC氏。企業訪問は「表敬訪問」ではなく、真剣勝負のやり取りがいきなり始まる。



現地視察は企業訪問や工場見学だけでなく、パソコンショップや大規模な集合店舗など販売の現場への視察も行う。自社の「強み」を見極めるためにも情報収集はやはり自分の足で動いて、手に触れて、自分の眼で見て、耳で聞いて、「本土主義」(現場主義)、「本人主義」で行うべき。

2) 台湾の展示会に出展したA社へ3つのアドバイス

ビジネスは刻々と動いている。特に、中国ビジネスの変化は速い。ビジネスチャンスを生かすためには、スピーディな意思決定とフレキシブルな対応が必要となる。そのためにもまずは現地に赴き、ビジネスの最前線を自分の眼で確かめることをお勧めする。

その最も有効な機会のひとつが「展示会」では

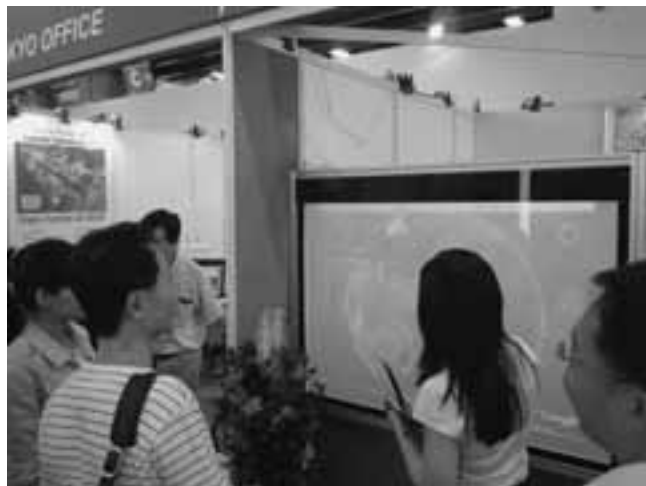
ないかと考える。個別の商談や市場調査を目的としたヒアリングを行う場合でも、関連する「展示会」をぜひ注目しておきたい。出展であっても、視察という形でも、定期的な定点観測の機会を持つことをお勧めする。

ここで展示会を活用して海外進出を進めている事例を紹介したい。A社は中国でのビジネス展開を考えている日本の中小企業。台湾企業をパートナーに中国市場への進出を考えている。アライアンスパートナーを探すため、台湾で開催される展示会への出展を試みた。一定の手ごたえを感じたようだが、最終的なパートナー企業の絞り込みまでにはまだ到っていない。

A社を展示会の会期後に訪問したときのことである。海外事業部のマネージャーは「残念ながら期待したほど来場者が多くなかった」、「来場者の客層が出展製品に合わない」という報告を実際に台湾に出張した担当者から受けていた。マネージャー本人も「製品とミスマッチの展示会だったようだ」という感想を漏らしていた。

日本企業は現地の展示会に出展すると、会期中の来場者の人数やブースで収集した名刺の枚数を気にかける傾向がある。特に中小企業の経営者に多い。限られた経費から出展費用を捻出して海外の展示会に出展するからには、費用対効果で一定の成果を上げたいと思う気持ちは理解できる。できれば具体的な成約を期待したいところだろう。

確かに、収集した名刺や配布したパンフレットの枚数は展示会への出展成果を判断する上での目安にはなる。しかし、私は「展示会では『モノを売る』ことより、『人を探す』ことを重点的に行うべき」とアドバイスする。



展示会をうまく活用して台湾企業とアライアンスを成功させた株式会社シロクの成功事例。従業員数人のベンチャー企業がオリジナル技術で世界からも注目される企業に。



毎年6月に台北で開催される COMPUTEX TAIPEI（台北国際コンピュータショウ）、世界中から3万5千人のバイヤーが集まるアジア最大のトレードショウ。

2-1 まず現地でのネットワーク作りを目指すべき

展示会は出展した製品が売れたか売れなかったか、どれだけの契約が取れたか、これがすべてではない。帰国後も継続して連絡が取り合えるようなパートナーをひとりでも多く見つけ出したい。現地での情報収集をサポートしてくれたり、現地の情報を提供してくれるキーパーソンである。極論を言うと、展示会は「モノを売る」ための場ではなく、「人を探す」ための場であるといってもいいだろう。

情報交換ができる相手を見つけて、まずは「ネットワーク」を作ること。これは一見遠回りにも思えるが、ネットワーク作りはビジネスアライアンスの最初の一步であり、結果的にビジネスをスピーディに進めるために役立つ。「ビジネスは『モノ探し』ではなく、『人探し』である」というのが持論である。特に、中国ビジネスでは人と人との繋がりの中からビジネスが生み出されると言っても過言ではない。

展示会の会期中にはたくさんの方がブースを訪れる。資料だけ持ち帰る人、名刺交換をした人、言葉を交わした人、説明を熱心に聞いていく人などなど。たくさんの人の中から次に繋がる人を選び出すことが出展の成否を分ける重要なポイントではないだろうか。

何度展示会に出展してもなかなかマッチングに成功しないケースは、展示会で取り引き先としての「会社」を探しているからである。製品の売り先や取り扱ってくれる「会社」を探すのではなく、まずは継続的な情報交換の窓口となってくれる「人」を探し出すことを心がけたい。

展示会に出展する企業の多くは「出展する製品が売れたかどうか」、「取引先が見つかるかどうか」という直接的な出展成果を期待する。しかし、集めた名刺の枚数や成約件数ではなく、むしろ継続して情報交換のやり取りができるキーパーソンを見つけ出せるかどうか重要なポイントなのである。

帰国後もメールをやり取りしたり、現地の情報を提供してくれたり、ビジネスのトレンドや現場のニーズを知らせてくれるパートナーを探し出したい。情報交換ができる「人」を探し出すことが先なのである。

ビジネスは「会社」対「会社」の関係で進む。この形を壊す必要はない。契約書を交わし、議事録をとり、ビジネスは粛々と進めるべきである。「どうせ約束を破るから…」と云って契約書を疎かに

するケースが見受けられる。しかし、これは大きな間違いである。しっかりと契約を文書で交わしてビジネスを進めるべきである。

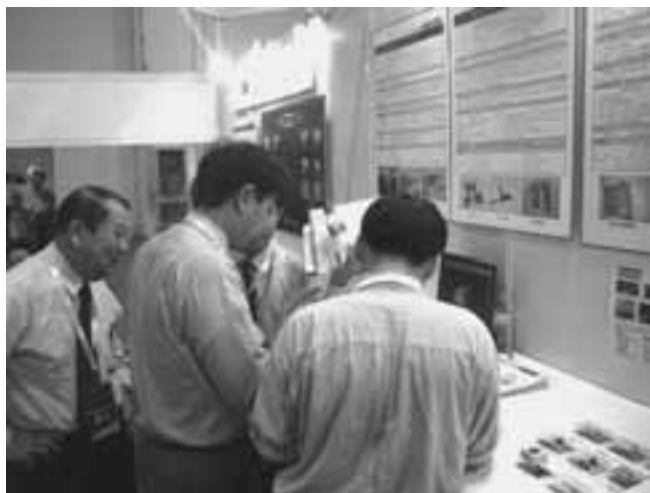
ビジネスは「会社」対「会社」で進められる。しかし、ビジネスを実際に動かしているのは「人」である。ビジネスの現場では「個人」対「個人」の人間関係がたいへん重要である。人と人との繋がりがビジネスを動かしている。中国ビジネスではこうした個人の「信頼関係」や人と人との「ネットワーク力」がビジネスをうまく進めるための「鍵」となる。

さて、ここでみなさんも考えてみていただきたい。中国や台湾に出張をするとき、「夕食」は何回あるか？誰を誘って食事の席でどんな話をするか、みなさん海外出張のときの様子を思い浮かべてみていただきたい。

展示会に出展するA社のケースを考えてみると、担当者が現地出張している間に「夕食」が4回あった。実は、食事の場は現地で人的ネットワークを作るための絶好の機会であると考えていただきたい。「夕食」の回数は限られている。出張が4泊5日であれば「夕食」の回数は3回か4回である。実は、仲間で集まってその日の打ち上げや反省会などを行っている場合ではないのだ。限られた「夕食」の機会に、誰を呼んで、どんな話をするか、これはたいへん重要なポイントである。

現地に友人や知り合いがいれば、事前に招きたい人をアレンジしておきたい。取り引き先でも、仕事以外の友人でも、事前に声が掛けられる人がいれば集まってもらい、現地の生の情報を聞かせてもらう。当日ブースに来た人や取り引き先候補企業、気になる企業をその場で「夕食」に誘ってみるのもよい。情報交換をしたり、人間関係を作る機会としたり、限られた日数の中で「夕食」をうまく活用して、ネットワーク作りを実践していきたい。仲間内で集まって「飲み会」とか「反省

会」とかをやっている場合ではないのだ。貪欲なまでに「人探し」の場を作りたいところだ。



「ビジネスは『モノ探し』ではなく、『人探し』である」、特に中国ビジネスでは人と人との繋がりからビジネスが生まれ出される。中国ビジネスの定点観測ポイントとして毎年 eMEX (electric Manufacturers EXPO) に出展する日立地区産業支援センター。



「とにかく飲もうそれからだ」がキーワード。「ビジネスがあるから友人になるのではなく、友人を作ってビジネスを作り出す。食事は人間関係を作り、広げ、深める大切な場。出張中の限られた食事の機会をぜひ有効に使いたい。

2-2 「強み」を徹底的に主張すべき

展示会では自社の「強み」を徹底的に主張する。出展した製品が売れたか売れなかったかではなく、まずは会社としての「強み」を徹底的に主張することである。売り込むのは「出展している製品」ではなく、「会社の『強み』」を徹底的に売り込

む」と考えていただきたい。

A社の海外事業部のマネージャーが報告を受けたように「期待したほど来場者が多くなかった」、「客層が出展製品に合わなかった」という点があったとしても、その報告をそのまま受けとめて、「製品とミスマッチの展示会だったようだ」という感想を漏らすようでは海外事業部のマネージャーとして失格である。

確かに、ブースでどれだけの商談（引き合い）があったかは展示会では大切なポイントである。集めたい名刺の枚数や配ったパンフレットの枚数で展示会の出展効果を判断することもひとつの方法だろう。引き合い件数や成約件数もちろん重要だ。

しかし、これではA社にとって展示会が十分に活用できているとは言えない。問題は展示会に出展した製品が展示会に合っているかどうかではなく、展示会でA社の「強み」をどれだけアピールできたかどうかである。配布物の作り方、ブースでのディスプレイ方法、ビラ配りから担当者の説明方法など、出展製品をアピールするためだけではなく、会社の「強み」を相手に強く印象付ける工夫を考えて準備を行いたい。

展示会を有効に活用するために、次の3つの段階をイメージしていただきたい。第一段階は徹底的に自社の「強み」を主張する段階である。第二段階は相手の「ニーズ」をキャッチする段階。逆提案として先方から「こんなことができないか」という問い合わせが来るケースもある。第三に相手の「ニーズ」に応えるビジネスユニットを作って再提案をする段階である。

展示会に出展している製品の「強み」を相手が欲しているとは限らない。しかし、「強み」を強調すると、逆に相手側から「こんなことはできないか?」という反応が来る。こうして相手の「ニーズ」を引き出す。このようなやり取りが重要なのである。「こんなことはできないか?」という情

報交換が次のビジネスチャンスを生む。

情報交換のキャッチボールを繰り返しながら、お互いの「強み」を確認し合い、信頼関係を深め、最終的に具体的なビジネスに結び付けていくのが「中国流」である。ひとつの製品が売れるか売れないかにこだわる必要はない。

展示会や現地視察では、まず自社の「強み」や自社製品の「強み」を徹底的に主張する。相手に徹底的に「強み」を知らせ、相手に印象付け、この「強み」を持ち帰ってもらう。こうして自社の「強み」を徹底的に主張するのはあくまで第一段階。

もし、ここで中国側は必要としている製品や技術と合致すればすぐに取引が始められる。しかし、ブースで名刺交換をする相手がこちら側の「強み」を必要としているとは限らない。自社の「強み」を徹底的に主張して、相手にこの情報を持ち帰ってもらうことが重要なのだ。

次に、情報交換を継続する。窓口を決めて連絡を取り合えるような関係を作ること。時には彼のネットワークのその先に御社の製品や技術に興味を持つ中国企業の担当者が現れる。「こんなことはできないか」「こんな製品はないか」という逆提案や「こんなことをやりたい」といったビジネスプランが寄せられるようになる。こうしたやり取りの中からビジネスを探し出していくわけである。

最初の「強み」がストライクゾーンにぴったりはまらなくても、「こんなことはできないか」という別のボールが返ってくる。それを受け取って日本側で揉んでみる。ひとりでは対応しきれない場合は、2社でも3社でも仲間を集めて「ビジネスユニット」を組んでそのボールをまた投げ返す。先方もそのボールを受け取って、再び投げ返してくるはずだ。

2-3 海外事業部のマネージャーはなぜ現場に行かない？

3つ目のアドバイスは海外事業部のマネージャーについてである。詳しい事情は省くとして、A社のケースの場合、彼自身が現場に赴かない点が最も大きな問題である。彼は担当者からの間接的な報告と情報だけで中国ビジネスを進めようとしている。

台湾人に言わせると「本人主義」と「本土主義」がまったく実践できていない。もし、このままの状態が続けば、遅かれ早かれA社の中国ビジネスは行き詰りをみせただろう。A社海外事業部のマネージャーに「まずはあなた自身が中国のビジネスの現場に行くべきですよ」とアドバイスした。

幸い、彼もそれを自覚していたようで、次の出張から直接陣頭指揮を執るようになった。もしここで、いつまでも日本本社からの遠隔操作で中国ビジネスをハンドリングするような体制が続くとしたら、私は中国ビジネスを中止するようにアドバイスしただろう。

まず、彼自身が現場に赴き、さまざまな人に出会い、人を探し、キーパーソンを見つけ出し、彼自身が先頭に立って中国ビジネスを進めるべきである。食事会を企画し、必要に応じてお酒の席を設けて、キーパーソンになる人物との関係作りに取り組むべきである。

私はよく展示会に出展する企業の担当者によくこんなアドバイスをする。「展示会の会期後、出張から日本に帰国するときに、『また来るよ』『お待ちしております』という会話が交わせるような人物を見つけてきてください」というアドバイスである。つまり、展示会は「モノを売る」だけでなく「人を探す」ことが重要。ビジネスを始める前にまずは友人を作ること。ネットワークを作ることが重要なのである。

A社のマネージャーはこの点をよく理解してくれた。その後、『またいっしょに飲み行きましょ

う』『次に出張に来るときには空港まで迎えに行きます』という友人を見つけ出した。微力ながら私のアドバイスも役立ったようだ。

3) 中国ビジネスを成功に導くために

3-1 そのヒトのその先のネットワーク

まずは情報交換ができる窓口を持つこと。そして継続的な情報交換できる関係を作っていくこと。中国ビジネスでは、つきあっている相手がどんなネットワークを持っているか、これが重要なポイントである。その人のその先に繋がっている友人が、時にはあなたのビジネスをサポートしてくれたり、時には新しいビジネスチャンスをもたらしてくれたり、人と人との繋がりがビジネスを繋いでくれる。

「その人のその先のネットワーク」がキーワードである。あなた自身も早くこのネットワークの一員として相手のネットワークに飛び込んでいくことをお勧めする。そしてあなた自身のネットワークを作り上げることが中国ビジネスをうまく進めるコツでもある。

そのためにも中国ビジネスでは会社という枠を外して、個人対個人で相手に向き合ってみることをお勧めする。自分自身の中にある「会社」という枠をまずは自分自身で外してみる。中国でのビジネスは会社対会社ではなく、個人対個人の繋がりがビジネスを大きく左右する。

実は、「会社」という枠を取り払うと、これまでと違った中国人のネットワークの広がりが見えてくる。みなさん自身が接している中国人のその先にもさまざまなネットワークが広がっているのである。個人対個人の信頼関係が出发点であるが、「そのヒトのその先のネットワーク」を活用しながらビジネスを進めていくことが中国ビジネスを成功に導くポイントである。

3-2 36時間の語学研修より、8時間の異文化理解を

中国ビジネスを進めていく上で「異文化理解」にもぜひ注目していただきたい。中国の存在がますますクローズアップされるなかで中国語を学ぶ始める人が増えている。中国語の学習者が増えることはよいことであると思う。円滑なコミュニケーションを図るためには言葉が話せることも重要なポイントだろう。

しかし、語学だけでなくぜひ「異文化理解」にも眼を向けていただきたい。語学学習よりもむしろ先に「異文化理解」にまず眼を向けるべきというのが持論である。例えば、一冊の本を読むだけでも中国人の考え方や価値観を知ることができる。例えば、一日の異文化講座を受けるだけでもコミュニケーションギャップを避けるための「転ばぬ先の杖」をたくさん学ぶことができる。

語学の習得には時間がかかる。しかし、異文化理解の基礎を学ぶことはそれほど多くの時間を必要としない。もし、あなた自身の「中国力」をアップさせたいと思うなら、中国語学習に36時間かけるより、8時間の異文化講座を受講するほうが効果的だ。コツコツ続ける中国語研修より1冊の本を読むほうが確実に「中国力」アップに繋がる。

これは「語学学習は意味がない」と言っているわけではない。異文化理解と同時に中国語学習も進めるべきである。しかし、中国語は「発音」や「四声」という初級の段階で越えなければならない「壁」がある。この「壁」を乗り越えるためにはかなり根気よく発音練習や四声の習得に取り組まなければならない。中国語を10時間、20時間とコツコツ学ぶことは重要。しかし、その前に「異文化理解」の本を一冊読むことをお勧めしたい。「中国力アップは異文化理解から」というのが持論である。ぜひ、語学学習と異文化理解の習得とバランスよく取り組んでいただきたい。

3-3 中国人や台湾人はビジネスの「臨戦態勢」を重視

チャンスはいつ巡ってくるかわからない。気づいてから体制を整えてつかみに行くのでは遅い。一歩前、半歩前で捉えることができるようにファイティングポーズができていなければいけない。中国人や台湾人はビジネスの「臨戦態勢」を重視する。

中国人や台湾人はネットワークを利用して、積極果敢に新しい取り組みにどんどんチャレンジしようとする。こうした中国人の考え方や価値観を理解し、みなさん自身も彼らのネットワークに加わるのがポイントである。

彼らはビジネスチャンスを見つけると、パイオニアメリットを目指す。ある台湾人経営者は「ビジネスチャンスは2乗倍で減っていく」とコメント。つまり、2年遅れるとビジネスチャンスは4

分の1になる。3年遅れるとビジネスチャンスは9分の1になるという。遅れば遅れるほどコンペティターが増えるということだ。

「危機」という言葉を「危険」(リスク)と「機会」(チャンス)という2つの言葉に分解し、リスクを犯しながらもチャンスを探し出していくのが台湾人経営者である。ネットワークを作り、情報交換の窓口を持ち、貪欲なほどビジネスチャンスを探す姿勢を見せる。ビジネスチャンスに敏感なアンテナを磨くことがビジネスを成功に導く。中国ビジネスではスピーディな意志決定とフレキシブルな対応、リスクを恐れずチャレンジ精神を発揮してビジネスに望むことが大切である。そして常にファイティングポーズを忘れない姿勢を持つことも中国ビジネスで成功するために台湾企業から学ぶべき点である。

日台食品ビジネス最新動向

台湾貿易センター 東京事務所
プロジェクトマネージャー 泉布希子

～はじめに～

東北地方太平洋沖地震の被害に哀悼の意を表し、一日も早い復旧をお祈りいたします。

この度の東北地方太平洋沖地震では多大なる被害と多くの尊い生命が失われたことを知り、台湾貿易センター(TAITRA)職員一同これ以上ない驚きと悲しみを感じております。心より哀悼の意を表します。

台湾は長きにわたり、様々な方面で日本と交流を持ち、密接な関係を保って参りました。経済貿易協力に於いても、TAITRAの運営する台湾製品貿易プラザを通じ、多くの日本の優秀なビジネスマンの方々へサービスの提供をさせていただいております。

この度、突然未曾有の大災害に直面し、わたくし共も日本の皆様方の安否を大変心配しております。皆様方がどうかご無事でありますよう、またこの大災害の復興に立ち向かうため、更に堅固なる信念と忍耐力をもって、一日も早い震災後の復旧がなされますようお祈り申し上げます。台湾製品貿易プラザは、この険しい復旧の道のりを皆様と共に支え合うパートナーとなれますよう願っております。わたくし共でお力になれることがございましたら、どうぞご遠慮なくお知らせください。

◇台湾の食事慣習、食文化

中国から台湾への移民は、早い段階では福建省と広東省の出身が多かった。「台湾料理」は福建料理をベースに、郷土料理として発展してきた。油を多用する中華料理と異なり、淡泊で素朴かつ繊細な味付けの料理が多く、塩気も全体に押さえ気味である。また醤油を基調とした味つけや乾物や塩漬けをよく使う。

地理的に四方を海で囲まれて、島内中央部には3,000メートル級の山々が南北に縦走しているため、豊富な海の幸、山の幸に恵まれている。このため、魚・かに・えび・いか・貝類などの新鮮な海鮮食材を豊富に使用した料理、旬の野菜を使った料理が多いという食文化である。また、食材を無駄なく使うといった思想から牛・豚などの内臓や血液を用いる料理も発達しており、特徴となっている。熱帯気候に属し、美味しく、甘く種類も豊富なフ

ルーツの王国でもある。歴史的にも、広東料理、客家料理、日本料理の影響を受けてきた。又、台湾には、14族の原住民が各地に分布しており、部族ごとに独特な料理(「原住民料理」)がある。このほかに、台湾スナックといわれる究極の大衆料理「台湾小吃」、「素食料理(ベジタリアン料理)」、「薬膳料理」等といった多種多様のグルメが存在する。

◇政府・メーカーが協力し、推進する台湾の良質な農業食品

台湾産業の特性は絶え間ない研究開発、それはハイテク産業だけでなく伝統産業においても行われている。特に台湾は農業改良技術で世界的に有名であり、農産原料を各加工食品にする応用技術においても同様である。

台湾の農産食品は嗜好にあわせ、新基軸を打ち出すようにしている。その上で地元の特徴風味に加

え、文化や慣習に合わせ各国消費者にあった農産食品を開発し販売している。例えば、パイナップルケーキは、外国人の台湾観光時に必ず購入される代表的なお土産だが、消費者に多様な商品を提供するために、食品メーカーはバナナ、マンゴー、メロンなどの果物においても、パイナップル同様に様々な加工食品として新開発している。また、お茶を使った様々な菓子・飲料も開発しており、お茶は台湾の多くのレストランの看板メニューになるなど、注目食材だ。このように、食品メーカーは常に新製品を開発し、保存技術やパッケージを改良している。更に、各種認証など積極的に進め、安全性・衛生面での管理強化、農産品の高品質化と多彩な食品展開を行っている。

台湾食品メーカーは生産物品質管理を重視しており、常に検査を行い、運送・貯蔵し、審査を保ったうえ、GMPに適合した生産物として出荷している。オーガニック食品も厳格に検査している。食品工場はISO審査を通過した上で、HACCPなどの国際認証を獲得しており、消費者は、各地で清潔で新しくデザインされたパッケージ商品を購入できる。台湾食品は品質が安定しており、「安全・安心」が保証されている。

尚、台湾産の優良農産物に付与される「CAS認証」が中国で標章登録された。CAS認証は台湾では既に20年以上の歴史があり、優良農産物の認証マークとして定着している。行政院農業委員会（農委会）の統計によると、CAS認証農産物の生産額は年間450億台湾元（約1,290億円）で、中国での標章登録を受け、今年の実績は500億台湾元を突破するとみられている。農委会は中国での標準登録を機に、台湾産農産物に中国での販路拡大に向けたマーケティング活動を強化する方針である。

◇日本市場における台湾農産品

●代表農産品

台日両国は、政府及び民間協力の下、長期にわたり安定した経済貿易関係を築いてきた。台湾にとって日本は第二の貿易パートナーであり、日本にとって台湾は第四の貿易パートナーである。

昨年（2010年）、台湾の農産食品輸出総額は39億7,207万8,100米ドルに上り、対前年比23.81%の伸びであった。中でもベーカリー食品は43.56%、果物及び其の他製品は28.69%、果汁は36.83%、酒類は50.22%の成長を遂げた。そのうち日本輸出総額は9億922万米ドルで、全体の22.89%を占める。日本は台湾農産食品の主要輸出市場である。特に台湾産マグロ、枝豆、バナナ、マンゴー、高山茶は日本市場において品質・価格ともにトップクラスの産品として代表される。

2010年 台湾農産品貿易相手国トップ10

単位：100万米ドル

順位	国名	輸出総額		輸入総額	
		金額	比率	金額	比率
1	日本	999	25.3	743	18.8
2	韓国	523	13.4	366	9.3
3	香港	481	12.4	332	8.4
4	アメリカ	409	10.5	175	4.5
5	ベトナム	321	8.3	228	5.8
6	タイ	299	7.6	207	5.3
7	インドネシア	182	4.6	801	20.5
8	中国	123	3.1	223	5.7
9	マレーシア	88	2.3	264	6.7
10	シンガポール	81	2.1	121	3.1
台湾		3,396	87.2	3,306	84.0
計		3,914	100.0	3,914	100.0

資料出所：農委會統計局

2010年 台湾農産品輸出品目トップ10

単位：100万米ドル

順位	品名	輸出		トップ輸出相手国		
		金額	比率	1位	2位	3位
全ての農産品		4,911	100.0	日本	中国	香港
1	米	443	9.0	中国	中国	ベトナム
2	畜産品(肉類)	411	8.4	日本	タイ	アメリカ
3	果物の農産品	371	7.6	中国	香港	アメリカ
4	畜産品(卵類)	281	5.7	インドネシア	フィリピン	日本
5	肉類及び肉類	211	4.3	日本	中国	韓国
6	加工品(豆類)	181	3.7	日本	韓国	シンガポール
7	加工品(肉類)	161	3.3	タイ	フィリピン	インドネシア
8	魚類	141	2.9	ベトナム	中国	香港
9	菓子・飲料類(食品)	111	2.3	中国	香港	アメリカ
10	畜産品(肉類)	101	2.1	アメリカ	韓国	フィリピン

資料出所：農委會統計局

2010年 台湾農産品輸入品目トップ10

単位: 1000万円

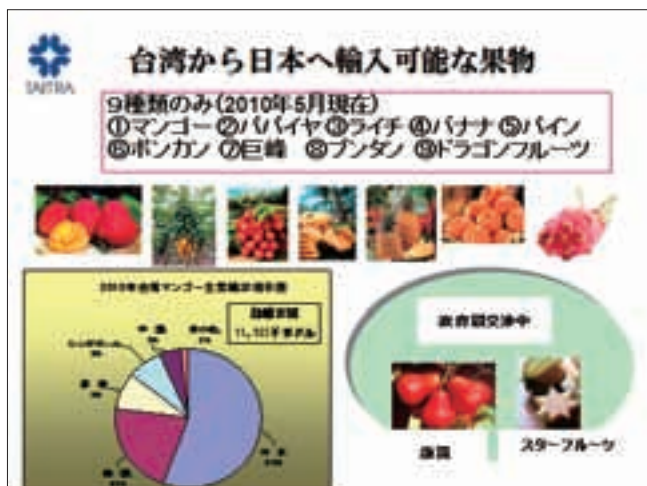
順位	品名	輸入	比率	1位	2位	3位
	全ての農産品	15,110	100%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
1	マンゴー	1,320	8.7%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
2	バナナ	1,140	7.5%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
3	リンゴ	770	5.1%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
4	梨	610	4.0%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
5	イチゴ	480	3.2%	オーストラリア	オーストラリア	オーストラリア
6	桃	410	2.7%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
7	全ての農産品	380	2.5%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
8	全ての農産品	320	2.1%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
9	全ての農産品	280	1.8%	アジア	オーストラリア	オーストラリア
10	全ての農産品	210	1.4%	アジア	オーストラリア	オーストラリア

資料出所: 農水省貿易課

●フルーツフェア

日本向けの具体的な施策としては、国内大手のスーパーと共同で台湾フルーツフェアを開催するなど日本の消費者やバイヤーに台湾農産食品の良さをアピールしており、また全国のスーパーチェーン店にて夏秋に展示会を開くなど積極的なプロモーション活動も行っている。特に重点強化する農産品としては、マンゴー、バナナに加え、2010年度よりドラゴンフルーツが新規投入された。

台湾の農産食品は、成熟した日本市場においては安全を重視する消費者特性に合わせた高品質高級ブランドイメージによる訴求を図る。



◇台湾の食品市場

台湾食品市場
～特徴、消費性向、キーワード～

- 日本産品(食品) 成熟市場
- 外食市場の発達
- 健康、安全、衛生
- 認証
- 緑色(グリーン)環境
- 保健、養生食品
- 有機食品
- 清涼食品(Oasis食品)
- ベジタリアン食品
- 無糖、低糖、低カロリー、低脂

高い外食消費額
額: 81.1%
量: 84.8%
度: 85.6%
(資料出所: 台湾貿易発展局)

日本ブランド受入れの進展
①手土産、贈答の影響
②身近な日本旅行
③日本文化への関心
④日本に好まれる食品・受容性

外食産業関連の発展
①小規模店台頭
②一層の品質向上
③衛生管理の徹底
④消費者の品質意識

●贈答品市場の存在
●伝統市場志向

●贈答品市場

台湾では、先祖崇拝などの伝統的な行事が今なお重要な市場活力を担っている。伝統的な旧正月や清明節、中秋節などの季節行事は毎年盛大な消費に繋がっている。旧正月や中秋節の時期は、高額商品の贈答品がよく売れる。消費者は、見栄えがよく、品質や味のよい商品を求めている。特に裕福層において日本産果物(たとえば、見栄え・品質がよく、高価な果物として梨とリンゴを包装した詰合せ)を贈るのが習慣。日本からの果実(物)の輸入品は品質において別格扱いで、高級品として定着している。

●外食産業(市場)の発達

台湾では夫婦共稼ぎが一般的である。このため、家庭で料理するには時間的な余裕がなく、屋台を含めた外食は非常にポピュラーである。家庭向けでは、半調理品(「中食」)など利便性がよい食品が求められる。台湾近海で取れた魚介類を使った寿司、刺身も販売されている。価格は日本と変わらないものの、スーパーや百貨店デパートではかなりふつうに売れている。

コンビニエンスストア最大大手、統一超商のゼブイレブンは調理済食品において2010年売上高が前年比27%増の188億台湾元（約533億円）となり、ファーストフード最大手のマクドナルド（150億元）を上回った。ここ数年、朝食や夜食などの軽食に注力し、女性客に取り込み成功したことが成長の要因だ。今後も外食市場における勢力拡大を目指す構えで、今年度の同事業売上高は17%増の220億元を目標としている。

統一超商によると、コンビニにはかつて売上の大部分を男性客が占めていたが、女性客の消費が拡大。特に「ヘルシー」を強調した商品では女性による消費が45%を占めるまでになった。こうした戦略が奏功し、同社は過去3年でサラダの売上が約4倍、おでんは3倍弱、おにぎりは約50%成長した。

統一超商は調理済食品事業の今年の市場傾向と戦略について、▽冷蔵食品の強化 ▽消費者の健康志向 ▽外食増加に伴う主食食品の強化 ▽競争激化の中で「できたて」味の向上 ▽ダブルインカムの増加や高齢化に伴い家庭に2台の食卓・冷蔵庫が普及 ▽季節に応じた異なる商品展開などを挙げた。

このように、ライフスタイルの変化に加え、外食における「食の安全」に対する消費者の意識の高さもみられる。

●台湾のレストランと料理

台湾には物凄い数の日本食レストランがあり、また日本食を台湾風にアレンジした「日式」料理というのもある。日本食のバリエーションも相当豊かである。居酒屋タイプや焼肉屋、ラーメン店、トンカツ専門店に天麩羅料理店、丼モノなどもある定食屋、ランチセットのあるような和食処、高級な割烹レストラン、などのほか、寿がき屋のように日本の飲食チェーン店も進出しており、台

湾内でも多店舗のチェーンを展開しているようなところもある。

西洋料理などの各国レストランも数多くあるが、中には洋食に中国風のテイストを融合させているようなところもあり、台湾ならではの洋食を楽しむこともできる。ファーストフードも、マクドナルドなどの国際的なチェーン店、モスバーガーなどの日系ファーストフード、そしてローカル系の数多くの軽食やデザートチェーン店があり、モスバーガーでは台湾にしかないようなメニューも充実（現地の嗜好に合わせた商品展開が成功のポイント）しており、台湾はまさにグルメのテーマパークのようだ。

日本食材については、日本からの輸入品はもとより、日本メーカーの現地生産品も多く、そごう、三越、高島屋、阪急といった日系百貨店の食料品売り場や松青など日系スーパーが品揃えも充実しているが、種類は多くないが、カルフルなどの外資系大型スーパーや現地のスーパー、コンビニなどでも入手可能である。

●健康志向

他の国と同様に、台湾でも食品に対する安全志向は強い。有機食品にこだわる消費者が増えている。台湾国内では、減農薬、無毒性農薬の使用などによって、農産物のブランド化を図る活動がある。農薬が適正に使われた野菜、果物に安全野菜としてGAPのラベルが貼られている。無農薬・有機農法といった安全、品質の観点から日本産品の評価がよい。

前項でもふれたが、台湾では「日式「(和食)」と「日本食レストラン（日系企業による本物志向レストラン）」とが明確に区別されている。つまり前者＝中級レストラン、後者＝高級レストランとして、デートや特別の日利用する、との地位を確保している。

しかし、健康志向や本物志向の高まりを背景に、

現地のものと比較すると値段は高いが、「値段は高くても、品質が良く、美味しくヘルシーなら買う」といった台湾の消費者は確実に増えており、実際に受け入れられている。

日本食品のメインターゲットとしては、日本人がまず考えられる。社有族以外に台湾に留学し、中国語をマスターする日本人も多い。2010年12月末時点で、台湾の在留邦人数は約1万4千人余りである。

日本の農林水産物・食品は、高価であるため、次に台湾の富裕層がターゲットでとしてあげられる。アジア諸国に輸出して販売する際、一般に富裕層または日系駐在員に絞って販売している。台湾では、富裕層・日系駐在員はもとより、中流層もターゲットとされている。日本産品を取り扱う小売店舗・百貨店は、現地の中間層を販売対象とした品揃えと販売活動を行っている。台湾の消費力の変化や高さがうかがえる。

同じアジア地域である香港やシンガポールは、所得水準が高く、日本の農林水産品が相当に輸出されている。しかし人口が少ないことからマーケット自体は大きくない。一方台湾の人口は約2,300万人であり、マーケットとして魅力的である。

◇中国の食品市場

～日本・台湾から世界へ～

2010年2兆元（約25億兆円）が2020年には3.6兆元（約45兆円）の市場と予測されており、さらに、膨張を続けている中国の外食産業。そのマーケットには、世界の大手が競って進出しており国内からも有力企業登場している。台湾、香港はテストマーケティング市場であり、当地で流行ったものは全般的に中国全土でも受け入れられ、全土に広まる傾向にある。

●中国食品産業をリードする台湾企業 ～事例 モスバーガー～

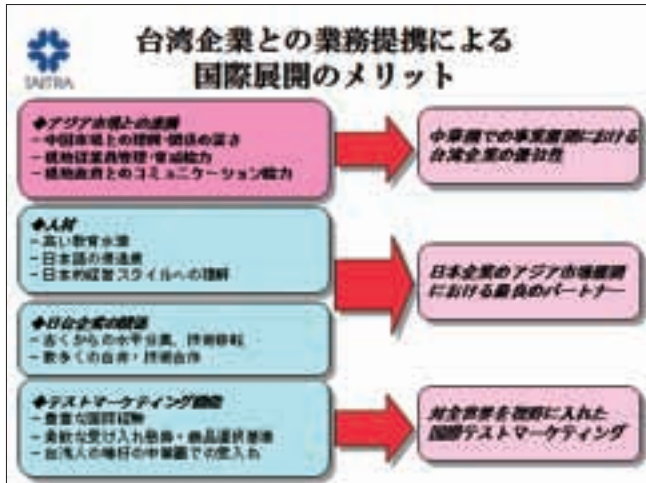
同社は、1990年に台湾の大手電機メーカーである東元電機（TECO）グループと合弁会社「安心食品サービス」を設立し、10年6月までに、海外では最大の171店の店舗網を築いた。

トップ同士（故櫻田慧氏と黄茂雄氏）の出会いがきっかけとなり、まったくの異業種の両社が手を組んだ。進出当時は無名に近かったモスバーガーは、東元と組んだことで、「地域密着」の運営が可能となった。東元の知名度、信用力は進出初期の店舗開拓や人材確保の力となった。進出から20年たった現在、約600人の社員の内、日本人はわずかに2人、残りのほとんどが生え抜きという段階まで現地化が進んだ。商品ラインナップも基本的には台湾人スタッフが行なっている。ローカライズ戦略が功を奏し、台湾の店舗数は海外のエリアフランチャイジーとしては突出した数の店舗網を築いている。

モスフードサービスは1990年代に中国事業を取り組んだことがある。他の日本企業、香港企業と組んで上海に進出したが、パートナー企業の経営不振などが原因となって撤退した。「再チャレンジ」は台湾主導で行なわれた。2010年2月、安心食品、東元、伊藤忠商事、モスフードサービスの合弁会社により、台湾と地理的に近く、東元と縁のある中国福建省・アモイ市に中国1号店をオープンさせた。同社が、台湾人スタッフの力を借り、日台アライアンスによる中国進出を決めた理由の一つには、安心食品の中に「安全と安心」というモスバーガーの基本理念を理解し、それを中国語で語るができる人材が育ったことがある。アモイには台湾で6年以上の店長経験を持つスタッフが数名派遣されており、中国人従業員の教育や店舗運営の支援に当たっている。同社は、福建のほか、上海市や浙江省など他の華東地域へも店舗展開していく計画である。

～経済部投資業務処「99年度日台企業ビジネス・アライアンス報告書」より～

●対日協力にて世界市場に進出



過去台湾に投資した日本企業は、台湾を供給市場先もしくは格安労力利用して日本国内向けに販売する製品輸出の拠点としてとらえていたが、現在は台湾を優秀な人材と先進産業を供給する重要拠点として着目している。特に日本企業は台湾を世界展開のための重要な部品や製品の購入先としている。

尚、台中関係は改善されており、その影響をうけ台日企業のビジネスアライアンスは、中国市場で一層緊密化している。実際に日系企業の中国市場開拓の戦略に関して、台湾系企業が中国で成功しており、台湾系企業が日系企業の重要な協調パートナーとなっているケースが多くみられる。

台湾で有名な日本企業は、「台湾人は世界のどの国より中国人を理解している、さらに台湾人は中国人よりも全世界のことを理解している」と語っている。台湾と中国は言語と文化の慣習の共通背景をもっており、また先進国と同様の法治環境と通商自由があることも、忘れられない。

日本企業にとっては今後、高度成長を続けるアジアの成長を取り込むことが、大きな経営課題となる。変化が早く、厳しい価格競争にさらされた

この市場で日本企業が戦うには、優良なパートナーとの連合により、競争力を高める必要がある。台湾企業はその有力なパートナー候補であると言える。海外事業の拡大を展望する日本企業は、「近くて親日的な国」という表面的な理解ではなく、中華圏や東南アジアへ、欧米先進国ないしは全世界のゲートウェーとして、そして、補完関係と信頼関係を備えたベストパートナーとして台湾を捉えることにより、事業展開の効率化とリスクの低減を実現することが可能となるだろう。

●ビジネスチャンスが溢れる、食品展「FOOD TAIPEI」の活用

将来、中華圏への新規参入・販路、輸出拡大を考慮されている日系企業ならびにご担当者の方々、台湾の食品関係者に対し、日本の農水産物・食品を総合的にアピールし、台湾市場および周辺各国市場における新たな需要を喚起する場として、ぜひこの機会に参加をご検討いただきたい。

6月に台北で開催される食品見本市で最大の国際総合食品見本市である FOOD TAIPEI は、驚くべき成長を続けており、全体規模 (9.2%増)、海外からの出展社数(31%増)、参加国数(28ヶ国)、専門家の来場者数においても大幅な増加がみられる。

FOOD TAIPEI 2011 (台北国際国際食品見本市)、FOODTECH & PHARMATECH TAIPEI 2011 (台北国際食品加工設備及び製薬機械見本市)、TAIPEI PACK 2011 (台北国際包装工業見本市) は、例年同時開催をして好評を博していたが、2011年は Taiwan HORECA が加わり、4展同時開催となる。

生鮮食品、加工食品、食品の加工原料、食品包装資材・機械、ホテル・レストラン・家庭用調理設備および盛り付け用品など、食に関するあらゆるものが、南港ホールと台北世界貿易センター展示ホールに勢揃いする。様々な嗜好、要件、技術

の進歩、食生活と栄養の動向に常に敏感に反応する FOOD TAIPEI は、世界のバイヤーおよび投資家が食品の製造、処理から機械加工、包装までのサプライチェーンに関する刺激的なトレンド、開発、技術、革新の全容を把握する上で見逃すことのできない見本市となっている。

「FOOD TAIPEI」はアジア系企業の出展やビ

ジターが圧倒的に多い。国内市場が小さく、十分な食産業が育っていない香港やシンガポールのバイヤーが中華食材を求めて訪れ中国の台湾系企業のバイヤーが新商品を目あてに参加する。このように台湾で開催される「FOOD TAIPEI」は事実上中華圏への窓口として機能しており、アジア市場への波及効果も高いと言えよう。

～さいごに～

◇台湾貿易センター（TAITRA）紹介

台湾貿易センターは、1970年に台湾の対外貿易促進を目的に、台湾政府と業界団体の支援により設立された非営利の団体である（日本でいえば、日本貿易振興機構のJETROに相当する団体）。

本部は台北にあり、台湾国内4箇所の事務所（新竹、台中、台南、高雄）と世界各地にある60以上の海外事務所をネットワーク化して、総勢1,000人近くのスタッフが台湾企業・メーカーの国際競争力の強化、海外企業のビジネスマッチング、世界市場への進出をサポートしている。

TAITRAは現在台湾で年間約30の国際専門見本市を主催する他、TWTC台北国際展示場、TWTC南港国際展示場、TICC台北国際会議センター、TAITRA国際貿易資料館などの施設を運営している。

日本での活動は1973年に東京で日本事務所設立以来、台日のパートナーシップの強化を目指し、年間20以上の日本市場開拓ミッションを招聘したり、数多くの見本市へ出展し、日本、台湾間の貿易の振興を図っている。また、日本企業に対して、台湾からの買付け及び台湾への投資、市場開拓のサポート、展示会への出展・来場促進などのPR活動を行っている。現在は、日本国内に三つの事務所（東京、大阪、福岡）を設けており、それぞれ地域に密着した活動を展開している。

招聘者報告

一 2 0 1 0 年 初 冬 、 訪 日 の 旅 一

財政部関税総局査緝処処長 劉 明珠



略歴：

2002年 関税総局査緝処科長
 2006年 関税総局査緝処簡任官
 2008年 関税総局査緝処副処長
 2011年 関税総局査緝処処長

交流協会では、2010年12月5日～9日の5日間、中堅指導者招へい事業の一環として、財政部関税総局査緝処より劉明珠副処長（当時、2011年1月より処長）を招へいし、税関業務等に関し関係機関を訪問し、意見交換・施設見学等を行いました。劉処長は財政部関税総局査緝処で10年以上にわたり業務に携わっているスペシャリストであり、今回の訪日により日台間の相互理解がさらに深められたものと思います。

今回、劉処長より訪日についての感想がよせられたので以下にご紹介します。

（査緝処とは密輸・模倣品取締等を行っている部門をいいます）

今回の訪日は中部国際空港から始まりました。はじめに中部空港税関支署を訪問し、担当者から同支署の職員数が約250名（名古屋税関全体の約4分の1）であり、24時間の通関体制であるとの説明がありました。また、1週間の入出港機が約270機、年間の出入国旅客が約200万人との説明をうけ、その後取締対策等も含めた航空貨物の通関手続等について意見交換・現場視察を行いました。

その後、中部空港税関に隣接する麻薬犬センターを視察しました。すでに夕方になっていましたが、同地の職員の方々からの熱心な業務説明には大変感謝しております。同地を後にする頃には、既に日は暮れていましたが、別れ際に職員の方々には深々と頭を下げ、日本税関の方々の勤勉さと誠実さに改めて敬意を表したいと思います。

名古屋税関本関では、担当者から、同税関の下

には23の官署が設けられ、職員数は約980名、2010年1月～9月の貿易統計では、貨物の輸出総額が日本全国の21.5%、輸入総額が11.8%を占めるとの説明があり、その後私たちは海上貨物の通関手続等について意見交換を行いました。

名古屋税関訪問により私たちが収穫したものは多く、ここで学んだことを台湾税関での業務に必ずや生かせると思います。

その後東京へ移動し、特許庁国際課を訪問しました。ここでは担当者から業務説明のほか、日本における模倣品・海賊品に対する施策の説明を受け、その後意見交換を行いました。ここで伺った模倣品対策等に関する施策は大変参考になりました。

東京税関本関では、AEO業務、知的財産制度及び取締業務に関して各担当者と意見交換を行いました。AEO業務は東京税関が全国の基準を統



説明に熱心に耳を傾ける劉副処長（当時）

一していること、模倣品対策・取締業務については各国と連携を図っていることなど、1日かけてさまざま業務について意見交換をすることができ、大変意義深い訪問となりました。

台湾税関と日本税関は長い期間にわたり友好的な関係を維持していますが、今回交流協会からの招聘を受け、名古屋税関・特許庁・東京税関を訪問し、関係部門の担当者との意見交換、また現場視察を行う機会を得ることができ、大変内容の濃い訪日となりました。



活発な意見交換の様子

余談ですが、今回の招へいでは、大変珍しい光景を目にすることができました。中部国際空港に到着した時に目にした空港ロビーでの結婚式です。このよう場所で結婚式を挙げることができる空港は世界中捜しても中部国際空港だけと聞き、とても幸せな気分になりました。

最後に、今回の交流協会の招へいに大変感謝し、このような交流がさらに台湾税関と日本税関の友情を深めることになることを期待いたします。

台北駅周辺の歴史

片倉 佳史

台北駅は今も昔も変わることなく、この街の玄関口である。現在は毎日40万人もの利用者がおり、人の往来が絶えることはない。今回は台北市の表玄関として君臨してきた台北駅とその周辺地域を紹介してみたい。

町の玄関、台北駅

台北駅は巨大な建築物である。台北を訪れる観光客はほぼ間違いなく、この駅を目にする。地下化されていることもあって線路は見られないが、その分、この大きな建造物の存在感は十分に感じられる。

この駅舎は1989年に完成したものである。中国式の宮殿を模したという独特なデザインで、確かに壮麗な風格を保っている。地上6階、地下4階という建物で、出口は東西南北にそれぞれ設けられている。また、2階には巨大なフードコートが入っており、グルメスポットとしても人気がある。

コンコースは6階相当の吹き抜けとなっていて、圧巻なかぎりだ。天井から自然光が差し込むようにできており、天気の良い日なら南国の強い日差しが館内に入り込んでいるのが見える。

現在、この駅舎は在来線である台湾鐵路管理局

線（通称・台鉄）をはじめ、台湾高速鉄路（同・台湾高鉄）や台北捷運（都市交通システム）の淡水線、板南線の接続駅となっている。一日の利用客は40万人に達しており、台湾最大の規模を誇っている。将来的には桃園国際空港へ向かうアクセス鉄道もこの駅を起点にする予定で工事が進められている。



巨大な建造物として知られる台北駅。名実ともに台湾最大のターミナルである。



コンコースは吹き抜けとなっており、天気に恵まれた日なら、青空を見ることが出来る。

台湾巡撫・劉銘伝と台湾鐵路

この駅が産声を上げたのは1891年のことだった。つまり、日本統治時代が始まる4年前のことである。端緒となったのは清国の台湾巡撫(知事)の地位にあった劉銘伝が、国防と産業発展の見地から鉄道敷設の重要性を説き、政府中央を説得したことだった。

劉銘伝は清国の官人で1884年、清仏戦争の際に台湾防備で功績をあげた。台湾巡撫をつとめたのは1885～1891年までの間で、衛生事情の改善や電信ケーブルの設置、ガス灯の敷設などインフラ整備に関して数多くの功績を残している。

鉄道の起点となったのは基隆で、ここから台北までの路線が敷設された。厳密には、最初に完成したのは台北の大稻埕と錫口(現・松山)間だった。この線路を用いて1888年に試運転が行なわれている。そして、台北から基隆までの28.6キロは1890年夏に完工し、翌年10月から列車の運行が始まったという。

当初、台北駅は現在の場所ではなく、淡水河に面していた。当時、台北駅は行き止まり式のスイッチバック駅だった。これは淡水河の水運への利便性を考慮したためで、1893年に開業した台北から新竹に向かう路線は現在のように萬華を経由してはならず、台北駅よりも北側で淡水河を渡り、新莊に向かっていた。つまり、100メートルほど基隆方向に進み、その後、大きく大稻埕(迪化街付近一帯)方面に左折していったのである。

しかし、劉銘伝はこの年に台湾巡撫を辞している。官僚の腐敗と各種事業の財源確保に失敗したことがその理由だった。劉銘伝は当初、基隆から台北、そして南部の中心である台南までの鉄道を想定していたというが、その理想が叶うことはなかった。日本統治時代に入った時点では、測量ですら、台湾中部の大甲までしか進んでいなかったという。

劉銘伝の後を継いだ邵友濂という人物は鉄道建設に消極的で、財政逼迫を理由に計画そのものを凍結させてしまった。その後、台湾は日本に割譲され、鉄道の施設は日本人に受け継がれた。劉銘伝が台湾の地と関わったのは7年あまり。その治績は今も評価されているが、当人が最も強く願っていたという鉄道建設に関しては、志半ばとなってしまった。



初代の台北駅。清国統治時代すでに基隆～台北～新竹間の鉄道は設けられていたが、日本統治時代にほぼ全ての区間で路線の改良工事が施されている。

台北駅の歩んだ歴史

台湾の鉄道は1891年に基隆から台北までの間で産声をあげ、翌々年には台北から新竹までの区間も開業している。しかし、1895年、台湾は下関条約によって日本領となり、その施設も接収を受けることとなった。

領台当初から台湾総督府は鉄道を重視し、基隆と打狗(現在の高雄)を結ぶ縦貫鉄道の建設を熱心に進めていった。既存の基隆～新竹間についても改良工事が実施され、勾配緩和や線路の付け替えなどを名目に、大規模な路線変更が行なわれている。

台北駅は開設以来、常に島都の玄関口として重要な地位を占めていたが、縦貫鉄道完成の見通しがたち、駅舎は装いを新たにすることになった。

清代から見て2代目となる駅舎は赤煉瓦作りの

重厚な建物だった。竣工は1901（明治34）年8月25日。2ヶ月後には盛大な落成式が挙行され、1700名にもおよぶ来賓が詰めかけたという。

古写真を見ると、赤煉瓦の壁面に大理石の白帯をまとっている。これは明治の建築王とも呼ばれる辰野金吾が愛した意匠で、その名も「辰野式」と呼ばれたスタイルである。これは台湾総督府庁舎（現総統府）などにも見られ、日本統治時代の官庁建築では比較的多く見られる様式である。

この駅舎は台北の玄関口として扱われ、その雄姿は絵はがきなどの題材にもなっていた。そして、1940（昭和15）年に建て替えられるまで、台湾を代表する名駅舎として親しまれた。



二代目台北駅舎。美しい赤煉瓦建築である。駅前広場には初代技師長・長谷川謹介の像が置かれていた。

機能的重視の三代目駅舎

昭和時代に入り、鉄道輸送の需要は以前にも増して拡大していく。列車本数も増え、利用客は飛躍的に増大していた。貨物輸送も年々増えており、小ぶりなこの駅舎では、需要に対応することができなくなってしまった。

また、1923年（大正12）年には関東大震災が起き、旧来の建造物の耐震性が問われることになった。台湾でも1935年に新竹・台中大震災が起きており、大きな被害が出ている。こういった状況を受け、1938（昭和13）年、台北駅の改築が決まる。竣工以来、40年にわたって君臨してきた老駅

舎はついにその幕を閉じることとなった。

三代目の駅舎は1940（昭和15）年6月20日に完成している。設計は台湾総督府交通局鉄道部改良課の宇敷赳夫。施工は池田組が担った。敷地面積は3926.7平方メートルで、鉄筋コンクリート造りの堅固な建物だった。

宇敷赳夫はこの時代の鉄道建築に数多く関わっている人物である。台北駅のほかにも台南駅や嘉義駅の設計に携わっており、また、台北郊外に設けられた鉄道工場の設計も担っている。いずれも機能性を徹底的に突き詰め、装飾を排した独自のスタイルを確立している。

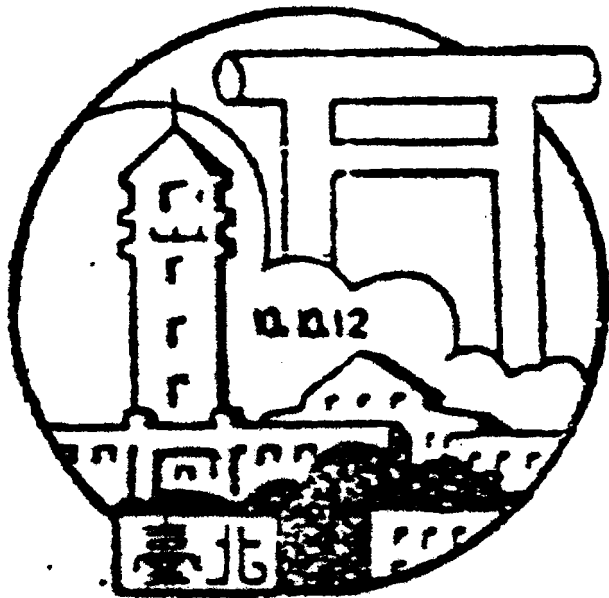
新駅舎もタイル張りのやや地味な印象を与えるものだった。建築的には近世復興様式という言葉葉が用いられるが、台南駅などにも見られるコロニアル建築の雰囲気も感じられる。現代建築への過渡期に見られるスタイルであった。

駅舎に入ると、コンコースは正方形をしており、左手に郵便局の窓口、右手に赤帽室があった。玄関から直進するとそのまま改札口があった。左側には三等待合室があり、一等・二等用の待合室の間には観光案内所の窓口があった。右手には食堂が設けられていた。ホームに面しては手荷物取扱所と手荷物一時預かり所があった。

なお、構内を挟んで駅舎の後方に、通称「裏駅」と呼ばれるものがあった。これは1923（大正12）



戦後も長らく使用されていた三代目駅舎。装飾を排し、機能的が重視されたスタイルだった。



日本統治時代に設置されていた観光記念スタンプ。台湾神社と総督府がモチーフとなっている。

年3月6日に設けられたもので、台北駅の北側一帯に広がる本島人（台湾人）居住区に便宜を図るためのものだった。

残念ながら、この駅舎は1989年9月23日に火災で焼失してしまった。駅舎そのものは跡形もないが、「後火車站懷舊廣場」という名の小さな公園が設けられており、かつて淡水線で使用されていた車両が展示されている。

戦後の混乱期と台北駅

新駅舎竣工からわずか5年後の1945（昭和20）年、「敗戦」という形で戦争が終結した。日本は台湾地区の領有権を放棄することになった。これによって、台北駅を取り囲む環境も一変する。

日本本土ほどではなかったが、台湾でもあらゆる鉄道関連施設が空爆を受け、壊滅的なダメージを被っていた。台北駅についても、1945（昭和20）年5月31日の台北大空襲で被弾し、一部が倒壊している。また、駅前にあった鉄道ホテルは瓦礫の山と化していた。

新しい統治者として台湾に君臨するようになっ

た中華民国・国民党政府は日本人が残っていた各施設を自らのものとして接収し、統治に利用していったが、鉄道は物資輸送の担い手として、最優先で復旧工事が行なわれた。

当時、台湾に暮らしていた日本人は軍人を含めて約45万人程度いたという。彼らは台湾に留まることは許されず、中華民国の意向によって引き揚げを強要された。しかし、専門性の高い業務に就いている人物や技師、教員などは復旧に際しても必要なため、留用要員として数年間の期限付きで残された。鉄道関係者もそういった形で戦後の数年間を台湾で過ごしたというケースが見られる。

統治者の交代は大きな複雑な情況を引き起こした。新来の中国人官吏の質は概して悪く、鉄道に関しても、専門知識をもたない人物が地位を割り当てられて居座ったりしていた。時には汽車に乗ったことのない人物が上役に就くというケースもあったという。

また、戦後に台湾へ渡ってきた外省人たちは、敵対国の日本に対し、感情的なしこりをもっていることが多かった。そして、半世紀にわたり、日本人とともに暮らしてきた台湾人に対しても、屈折した感情をもっていた。こういった心理的なひずみはあらゆる場面で影響を与えていくこととなった。

鉄道に関する現場においても、台湾の鉄道員は日本語による教育を受け、作業もすべて日本語で行なっていた。それが突然の命令で北京語を強要されることとなった。台湾の人々の土着言語はホーロー語（台湾語）か客家語が大半を占めていたが、いずれも中華民国政府が公用語とした北京語とは意思の疎通が図れない。そのため、鉄道用語についても一つ一つを訳し、それを覚えていくという作業を強いられたのだ。

そして、台湾人の心中には、外省人官吏への失望感と怒りが日ごとに膨らんでいった。台湾で戦後最大の悲劇といわれる228事件はこうした状況

下で勃発した。その後、国民党政府による白色テロと言論統制の時代を迎え、台湾社会が暗黒期を迎えていったのは周知の事実である。

鉄道はそんな時代も定時運行を続け、島内交通の担い手となっていった。そして、台湾の鉄道は日本統治時代以来の全盛期を迎えることになる。1980年代にはモータリゼーション（車社会化）の影響で貨物輸送が低迷することになったが、旅客輸送は順調に業績を伸ばし、台北駅は一大ターミナルとして、重要性を高めていった。



228事件の際にも鉄道は大きな争点となった。台北近郊の八堵駅では仲間をかばったという罪状で鉄道員が虐殺に遭っている。写真は八堵駅に設けられた慰霊碑。

地下化工事と現駅舎の竣工

1989年9月5日、4代目となる現駅舎が使用開始となった。この駅舎の竣工前、交通渋滞を慢性化させていた市街地区間の地下化工事が終了している。当時、西門町付近を中心に深刻な渋滞が起こっており、時間帯を問わず、交通が麻痺していた。これを一気に改称するべく、萬華から台北、そして松山駅の手前までの区間が地下化された。

現駅舎の造営は旧駅舎を継続的に使用しながら進められた。旧駅舎の東には大きな操車場があったが、ここを敷地として現駅舎が設けられた。そのために旧駅舎を使用しながらの工事が可能だったのである。

しかし、現駅舎の完成によって旧駅舎は取り壊

されることとなった。現在、その跡地は緑地として整備されており、地下は駐車場と商店街になっている。現在、地上を見回しても痕跡らしいものは全く残っていない。ここには将来、高層ビル群の建設が予定されている。

駅舎の地上階には台湾鐵路管理局や運行司令部などが入っている。そして、2階には2007年10月26日にオープンした巨大なフードコートがある。ここは市内でも指折りの店舗数を誇っており、台湾の郷土料理、麵料理、エスニック料理などのコーナーがある。最も人気があるのは世界のカレーが食べられるコーナーで、終日賑わいを見せている。鉄道の利用客以外にも好評を博しており、食事を目的に台北駅を訪れる家族連れなども見かける。



新駅舎は旧駅舎の東脇に設けられた。写真手前の緑地に旧駅舎と構内があった。現在、台北市内の台鉄営業線はすべて地下化されている。



台北駅の二階に設けられたフードコートは台北市内屈指の広さを誇っている。外国人旅行者の姿も少なくない。



ホームは地下2階にある。南側の島式ホーム2本が台湾高速鉄路用で、台鉄が使用しているのは北側のホーム2本のみ。地下3階にはMRT板南線、地下4階にはMRT淡水線の乗り場がある。

修復工事中の旧台湾総督府鉄道部庁舎

日本統治時代に撮影された古写真や古地図などを見ると、台北駅の西側に鉄道関係者の官舎群がある。この一帯は終戦まで泉町と呼ばれていた。公園化を進める台北市によって多くが撤去されてしまったが、今も幾棟かの老家屋が残り、台北最大規模の木造家屋密集地となっている。

その区域の入口にあたる場所に鉄道部庁舎があった。正式名称は台湾総督府交通局鉄道部。ここは全台湾の鉄道を管理していた庁舎である。1918（大正7）年に右翼、翌年に左翼が完成。建物としては1920（大正9）年に竣工している。台北指折りの名建築の一つとされていた建物である。

外観は鉄道発祥国であるイギリスの片田舎にありそうな雰囲気である。1階が煉瓦造りで2階は木造というハーフティンバー構造。梁を壁面に出してデザインの一部とする。建坪数は560坪で2階建て。建物の後方には工具宿舎や資材置き場などがあり、全体としてはかなり広い敷地を擁していた。

この建物の設計者は台湾の官庁建築を数多く手がけた森山松之助とされている。しかし、これに加え、松ヶ崎萬長（つむなが）も関わっていたようである。松ヶ崎は日本にドイツ建築を最初にも

たらした人物で、当時、総督府鉄道部改良課の嘱託技師であった。代表作の一つに新竹駅舎があるが、この建物をはじめ、いくつかの物件に深い関わりをもっている。

優雅を極めたこの建物も、1989年に台湾鉄路管理局が台北新駅舎内に移ってしまうと、凋落の道を歩むこととなる。その後も保線区やいくつかの部署は現役であり続けたが、筆者が最初にこの建物を訪れた2002年頃には、すでに老朽化が著しく、かろうじて1階だけが使用できるという状態だった。

取材時、木造の2階部も撮影させてもらったが、傍目にも傷みは激しく、使用されていないばかりか、立入禁止となっていた。撮影時、「床が抜けるかもしれないから気を付けて」と脅され、なかば震えながらシャッターを切ったのを覚えている。

建物の背後は保線関係の倉庫が並んでいた。その中でひときわ目立つのが八角形の形をしたトイレである。どういった理由からこの形になったのかは不明だが、確かに上から見おろすと、正八角形をしている。また、戦時中に設けられた司令室も残されている。これは防空壕でもあり、戦争遺跡にも分類される存在である。



旧台湾総督府鉄道部庁舎。その優美な姿は、威厳と風格が重視された当時の建物の中では異色の存在とされていた。本稿執筆時、修復工事が進められている（写真は2007年撮影）。



八角形をした男子用便所。その由来は不明だが、珍しいスタイルの建物である。

取り壊しの危機に遭う清国時代の遺跡

初代台北駅には修繕工場や車庫などが設けられていた。日本統治時代に入ると、これらは台湾総督府に接収され、引き続き用いられた。当時の建物はすでに過去のものとなっているが、清国時代の資材を用いた建物が一棟だけ、台湾鉄路管理局旧庁舎の敷地内に残っている。

この建物は寂れた印象の一角にたたずんでいる。知らなければ見落としてしまいそうなほどだが、この建物の屋根には清国時代の修繕工場の鉄骨が使用されている。すでに1世紀以上の歳月を経ており、貴重な鉄道遺跡である。

講堂の竣工は1909（明治42）年とされている。物資に余裕のない時代のことなので、鉄骨などがそのまま利用されている可能性は高い。人知れず、敷地の片隅に身を横たえるこの建物だが、その価値は計り知れないほど大きい。ある古老は「清国の骨組みに日本の皮膚をまとった異色の老建築」と語っていた。

ここ数年は講堂としては使用されず、屋内運動場となっていた。筆者が訪れた際にもバドミントンのコートが張られていた。天井を見ると、穴が空き、雨漏りが起こっていた。風格漂う赤煉瓦建築だけに、その落ちぶれた姿は痛々しいかぎりだった。2009年2月5日には古蹟の指定を受け、

保存対象になっているが、適切な管理がなされているとは到底思えない。

現在、台北市ではMRT（都市交通システム）の工事が各地で進んでいる。この建物も工事現場に重なるという理由から、2007年12月をもって一時的に移設し、完工後に再び元の場所に戻すという計画が進められている。すでに地下街の建設や道路の拡張工事などにより、建物の半分以上が取り壊されてしまっているが、現存する部分については保存の検討が進められているという。



旧台湾総督府鉄道部講堂。清国統治時代の鉄道遺跡として注目されている。ただし、保存状態はよくない。



ここ数年は屋内運動場となっていた。天井は剥がれ落ち、無惨な姿である。

日本統治時代の駅舎が残る貨物駅

日本統治時代、台北駅の東側には貨物駅が設けられていた。ここは樺山（かばやま）駅と呼ばれ、大きなヤードを擁していた。戦後は華山駅と名称が変わっている。廃止されて久しいためか、その

存在を知る人は多くない。

ここには日本統治時代に設けられた駅舎が残っている。終戦までの名称は樺山貨物駅。ここは林森北路と市民大道の交差点に近いが、周囲を見回しても鉄道の線路は見あたらず、駅らしい雰囲気は全く感じられない。しかし、ここには確かに駅が存在し、多くの列車が行き交っていた。

先述したように、台北駅の東側には操車場があった。そこに隣接して貨物駅が設けられていた。これが樺山駅である。台北旧駅舎からは約1キロの距離があった。

建物は2階建てで、1937（昭和12）年7月に完工している。駅舎として使用されたのは同年12月1日からだった。貨物駅という性格上、一般旅客の扱いはなく、時刻表にもこの駅の名は記されなかった。

樺山とは初代台湾総督である樺山資紀（すけのり）に由来する。戦後、日本に関係する名称は国民党政府に嫌われ、1949年5月に「華山」と改められている。その後、台北市内の鉄道線路地下化工事に伴い、華山貨物駅は廃止となった。

廃止後、操車場の土地は資材置き場となっていた。市の中心部にもかかわらず、広大な土地が眠っているというのは奇妙な状態だったが、顧みられることはなく、放置されていた。

現在、この場所は緑地として整備され、名前も華山公園となっている。2010年12月に行なわれた台北市長選挙ではこの場所が民進党の蘇貞昌候補の応援集会の会場となったのは記憶に新しい。ちなみに民進党本部はこの敷地に面している。

この建物は台北市内に残る最古の駅舎であり、戦禍を経て現存する市内唯一の駅舎でもある。そして、台北唯一の日本統治時代の駅舎建築である。貨物駅ということもあり、長らく忘れ去られてきたが、歴史を自らの体躯に刻み込んだ建造物である。その存在価値はやはり大きいと言わざるを得ない。



旧樺山貨物駅。1階に事務所、2階には駅長室と会議室があった。貨物駅廃止後は台湾鉄路管理局の事務所として使用された時期もある。意図が見えない塗色を施された姿が痛々しい（2010年撮影）。



シンプルなデザインの中で存在感を示す円形窓。建築物としての趣は無視され、外壁は白く塗られている（2010年撮影）。

しかし、旧樺山駅の現況は悲惨なものがある。建物表面はどのような意図からか、真っ白に塗られ、誰の目にも場違いな模様が描かれている。これは台北市が推進する政策によるもので、都市芸術を興隆させる一環としてなされたものだという。若手芸術家に創作活動の機会を提供するのが名目となっているが、あまりにも安易な企画だと批判の声は小さくない。

台湾は歴史建築の保存に熱心な土地柄で、筆者もいくつかの事例取材してきた。鉄道研究家の洪致文氏によると、郷土史研究者や文化人の間からは保存を請願する声が上がっているという。しかし、台北市政府はこの建物を古蹟としては扱わず、保存対象にはしていない。

なお、ここにはもう一つ、見落としてはならない重要な史実がある。それは国民党政府による独裁政権時代、白色テロによって思想犯とされた人々が緑島（旧称火烧島）の収容所へ送られる際、ここが列車に詰め込まれた場所だったという事実である。

不当逮捕が横行した時代、彼らは乗客の扱いで

はなく、あくまでも「貨物」として扱われた。また、彼らの存在が一般大衆の目に付くことを避けたいという理由から、深夜を選んで思想犯を貨車に乗り込ませたという証言も残っている。こういった一面も台湾史の一場面として、後世に伝えるべきであろう。

ものを語らない建造物。歴史を軽視し、都合の悪い史実を抹消しようとする台北市への反発の声は決して小さくない。無駄な装飾を施されたこの駅舎の今後を見守りたいものである。

次回も引き続き、台北駅周辺の歴史スポットを紹介してみたい。

片倉佳史（かたくら よしふみ）

1969年生まれ。早稲田大学教育学部卒業。台湾に残る日本統治時代の遺構を探し歩き、記録している。これまでに手がけた旅行ガイドブックはのべ27冊。そのほか、地理・歴史、原住民族の風俗・文化、グルメなどのジャンルで執筆と撮影を続けている。ラジオ出演のほか、台湾事情や旅事情、台湾からの観光客誘致などをテーマに講演活動を行っている。著書に『台湾に生きている日本』（祥伝社）、『ワンテーマ指さし会話・台湾×鉄道』（情報センター出版局）、『台湾鉄路と日本人』（交通新聞社）、『観光コースでない台湾』（高文研）など。台湾でも『台湾風景印-台湾・駅スタンプと風景印の旅』（玉山社）などの著作がある。ウェブサイト台湾特捜百貨店 <http://katakura.net/>

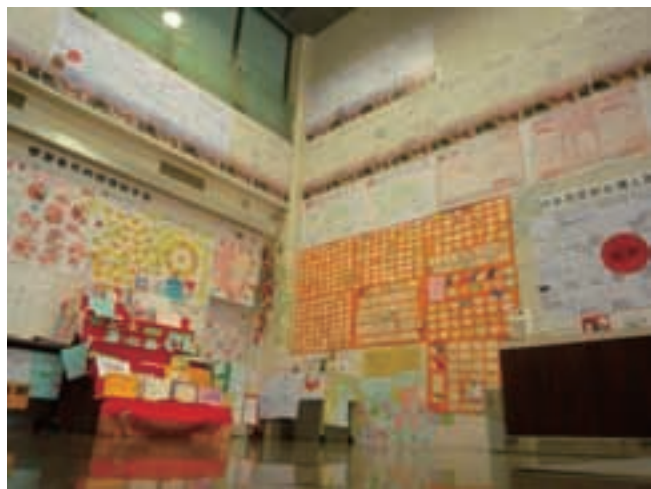
東日本大震災：台湾からの支援、台湾への感謝 ～～～実にいろいろあります

(財)交流協会台北事務所 総務部長 堤 尚広

3月11日に発生した東日本大震災。その直後から世界中から慰問、激励、支援が寄せられました。台湾からは、熱烈で圧倒的な応援が日本に届けられました。思いつくものを書き出しただけでも次のようなものがあげられます。

- ・馬英九総統ほか台湾要人から日本の要人への慰問書簡
- ・救難隊の派遣
- ・緊急支援物資の提供
- ・チャリティー番組
- ・170億円近い義捐金
- ・王金平立法院長等による、日本訪問による支援
- ・激励のメッセージ

ここで特に注目したいのは、激励メッセージです。それには実に様々な形があります。これは、台北事務所に張り出されたものです。寄せ書きの書き手は幼稚園児から80歳以上の方まで幅があります。



その中身も、メッセージカード、千羽鶴、写真、寄せ書き、そして、短歌もあります。メッセージは、日本語のものがたくさん含まれていました。

そこには、自分の家族を思いやり労わるかのような篤い思いが感じられます。また、このような形で表現した方もおられました。



3月13日のことでした。その花束には、「日本国民、平和を祈り」と書いてありました。そのほかにも、インターネット上に日本への応援メッセージを動画や画像で掲載したのも多数あります。手のひらに「がんばれ日本」や「日本の平和（無事）を祈ります」という文字を書いた、そのたくさんの人の手のひらが次々と現れる動画も印象的でした。

このような熱烈で心のこもった応援に対して、日本人はどのように感謝を表現したのでしょうか。例を挙げてみます。

- ・民間有志による新聞広告「ありがとう、台湾」が台湾紙2紙に掲載された
- ・「謝謝台灣」という文字を手のひらに書いた、たくさんの手のひらが次々と映し出される、動画がインターネット上に多数掲載された
- ・日本人鉄道マニアが日本などの鉄道に関する写真集を台湾鐵路管理局に贈呈した（写真集には

被災した岩手県の鉄道が含まれるそうです)

- ・台湾北部海岸の砂浜で、日本人彫刻家が「ありがとう台湾」という題名で2 m30cm という巨大な砂の彫刻を作製した
- ・台北国際セキュリティー博覧会の会場で、日本企業の職員が「台湾の皆さんが私たちに与えてくださったご支援に感謝します」とのメッセージがプリントされたTシャツを着ていた
- ・インターネット上の伝言板上で台湾への感謝の書き込みが、無数にあった
- ・ゴールデンウィーク期間中に、森・元総理や衛藤・国会副議長をはじめ 30 人を超える国会議員が台湾を訪問して、感謝を伝えた
- ・交流協会、台湾日本人会、台北市日本工商会が台北で記者会見を開き、在台湾邦人を代表して感謝を伝達した
- ・菅総理の感謝メッセージが、馬英九総統他台湾要人に届けられ、また、台湾の新聞やテレビで報じられた
- ・交流協会に対して、台湾への感謝メッセージが届けられた

私個人にとっては、最も鮮烈な印象を残したのは、ある日本の方が日本から海を越えて届けてこられた感謝メッセージの寄せ書き（横断幕）でした。次の写真がそれです。

この寄せ書きは、日本から台湾に持参された物です。東日本大震災における台湾の方々の支援に感銘を受け、東京都上野公園で道行く人にメッセージを書いてもらったそうです。

このように見てくると、一つのことを明確に浮かび上がってきます。それは、支援した台湾も、感謝を表明した日本も、実に様々な異なる個人や集団が、実に創意工夫に富んだ様々な方法で、支



援や感謝を表現していることです。これは、本当に素晴らしいことだと思います。そして、その創意工夫の根底には、「何とかして、支援を受け取る側、感謝を受け取る側が、より良く支援や感謝を受け取ってくれるようにしたい」という気持ちがあったと確信します。この一点において、全ての人が心をつなげてまとまっていたと断言したいと思います。

本稿を読んでいただいた方には、日本の台湾への感謝の程度を「政府の広告の有無」という狭い言葉だけを物差しにして測ることはないことをご理解いただけるものと思います。

相手を思いやる気持ちの強さが、日本と台湾の関係を支えていることを強く実感します。

最後に、改めて、台湾の人々が日本に届けてくださった真心と熱いご支援に、日本人の一人として、心より感謝申し上げます。

(ここに掲載した応援メッセージや感謝メッセージはほんの一部です、こちらでもっとたくさんご覧いただけます。http://www.koryu.or.jp/taipei/ez3_contents.nsf/Top)

台湾内政、日台関係をめぐる動向（2011年3月、2011年4月）

総統候補の選出と東日本大震災をめぐる日台関係

石原忠浩（台湾・政治大学国際関係センター助理研究員）
（元（財）交流協会台北事務所専門調査員）

民主進歩党は総統候補にかかる党内予備選を実施し、蔡英文主席が蘇貞昌元行政院長、許信良元主席を退け、党公認候補に確定した。中国国民党は、馬英九総統が党内手続きを経て党公認候補に確定し、再選を目指すこととなり、「双英」対決になったと報じられた。選挙事務の主管機関である中央選挙委員会は、次期総統選挙と立法委員選挙を同日（2012年1月14日）に実施すると発表した。3月11日に発生した東日本大地震に対して、台湾の官民全体から大きな関心と同情が寄せられ、多額の義捐金が集められ、4月には王金平立法院長らが慰問のため訪日し、「地震外交」を展開した。

1. 民進党総統候補の選出

ここでは、民進党候補の予備選にかかる流れ及びその結果を記す。

（1）有力者の出馬宣言

蔡英文主席の出馬

3月11日、蔡英文主席は記者会見を開催し、党内予備選の出馬を表明した。¹ 同記者会見には、現職県市長、立法委員、台湾独立派長老など有力者が多数出席したが、出馬が確実視されていた蘇貞昌元行政院長、呂秀蓮前副総統は欠席した。記者会見では、「過去3年間党主席として台湾島内を視察する際に伝統的市場、屋台の脇で子供たちが街頭の明かりを頼りに宿題をしている姿を垣間見ることが多かったが、これらの勤勉な子供たちがこの国に対して希望を持ち、自分の将来が見えるような国となるよう全力を尽くしたい」と語り大きな共感を呼んだ。² 当日夜、『TVBS』テレビは総統選挙にかかる支持率調査を行い、馬英九総統の38%に対し蔡英文女史への支持が39%と上回り、当日夜の政治討論番組では早くも「台湾に

女性総統の出現か」というテーマで議論された。しかしながら、当日午後には東日本大地震が発生したこともあり、翌日の紙面での扱いは小さくなり、その後数日間はニュースの話題の主役の座を譲ることとなった。

蘇貞昌元行政院長の出馬

蔡主席より遅れること10日、蘇貞昌元行政院長は3月22日に政見説明会を開催し、その場で党内予備選への出馬を表明した。同説明会では「国の負債は増え、人民は貧しくなり、少子化は進行し、社会は古い、混乱し、台湾は漂流する一艘の船のように方向感を失っている」、「貧富の差を縮小し、弱者に配慮した公平な社会を確立する」、「社会が信頼され、人々に笑顔のある台湾社会を建設する」などと経済、社会問題を指摘するとともに、自分こそがかかる困難を克服できるとして支持を訴えた。³ 有力候補二人が出揃ったことで、民進党の支持者には予備選終了後、いかに党内の団結を形成していくことへの期待が大きいとされ、両名はどちらが公認候補に選出されても党内勢力の団結に関して大きな圧力を受けるだろうと

の指摘も見られた。⁴

呂前副総統の不出馬宣言

一方で最も早く2月末に予備選への出馬を表明していた呂前副総統は、蘇元院長が出馬表明をした同日午後に記者会見を開催し、予備選不出馬と民進党中央執行委員会の職務辞任を表明した。⁵ 同女史の予備選からの撤退の理由に関しては明確な説明はなかったが、「党の団結を同人が破壊している」などの批判に嫌気がしたなどと述べるころがあった。しかしながら、現実的には「予備選を戦っても勝ち目がない」ということを認識したとの見方が一般的である。蔡蘇二強対決が確定的になったことを踏まえ、『聯合報』紙は蔡英文と謝長廷元行政院長のグループ VS 蘇貞昌グループとの対決を内戦に例え激しい戦いが繰り広げられると評論した。⁶

許信良元主席の出馬宣言

蔡蘇二強対決が確実視された中で、意外な第三の候補が現れた。党内予備選締め切りの最終日に許信良元主席が、3月25日に予備選出馬にかかる登録費の500万台湾元をかき集め登記し予備選への出馬を表明した。⁷ 同人は、客家系出身で元々は国民党の将来のエリートとして養成されたが、1977年の県市長選挙で無所属候補（その後国民党党籍剥奪）として桃園県長選挙に出馬し、当選した経歴のある人物である。その後同人は、当時の法律で違法であった政治的なデモ活動に参加したことにかかる罪で免職され、本格的に民主化活動に従事するようになった。1979年12月の美麗島事件発生の際には、米国に滞在していたが、台湾当局より帰国を拒否され、米国に留まることとなった。亡命生活を経た後、1989年に中国経由で密入国し、逮捕、起訴され懲役10年の判決を受けたが、その後の特赦により釈放、1990年代に第5代、第7代の民進党主席を勤めた。同人は当時か

ら、「大胆西進」をスローガンとした中国との開放政策を主張していた。1996年、2000年の総統選挙では党内公認候補を目指したが、いずれも叶わず、1999年には離党し、2000年の総統選挙に無所属候補として出馬するが、1%にも満たない得票率しか獲得できず惨敗。2004年の立法委員選挙に無所属で出馬するも再び落選。その後は、在野の立場から民進党政権に対して厳しい立場をとっていたが、2008年の総統選挙では民進党公認の謝長廷を支持し、民進党に復党した。今回の出馬宣言に際し、自身が予備選で勝利できる可能性は低いと認めながらも、「大胆に中国との関係を開放する」と他候補とは異なる兩岸政策を主張し、支持を広げたいとの意気込みを語った。許元主席の出馬表明により、予備選は3名による争いとなった。

(2) 候補者による政見発表会の実施

民進党中央は候補者登記の締め切り翌日に会議を開催し、4月9日から20日まで4回にわたり、3名の候補者による政見発表会を実施する旨発表した。⁸

政権発表会は、4月9日、13日、16日、20日に実施され、いずれも有線テレビ局を中心に実況生中継されるなど、関心の高さを伺わせた。内容はあくまで「政見発表会」であるところ、第一回目を例にすると「政権主軸」、「産業政策」、「兩岸関係にかかる論述」、「外交政策」、「国会との関係」のテーマに対して各候補者が制限時間以内に意見を述べるスタイルを採り、候補者間の質疑応答は行われなかった。⁹ 筆者自身が視聴した個人的感想では、蘇元院長の安定度と、民主化運動の「先輩」である許元主席の堅さが印象に残った。4回の政権発表会を終え、国民党関係者は「民進党は過去の施政に対する反省が少なく、政策的『牛肉』が多いばかりで、実質的な内容はなく誠実さに欠ける」と批判した。¹⁰ 最も注目された兩岸政策の

主張に関しては、許元主席が大胆な開放政策を主張したのに対し、蔡蘇の二強候補は曖昧な主張に終始し、蔡女史は許元主席より詰問される場面も見られた。¹¹ いずれにせよ、党内候補を開かれた形で競争が実施されたプロセスは、評価されるべきであろう。

(3) 民進党総統候補の内定

4月27日、民進党は柯建銘代理主席が蘇嘉全秘書長らを伴い記者会見を開催し、同党の予備選にかかる世論調査の結果につき、蔡英文女史が平均支持率42.50%を獲得し、蘇貞昌元行政院長(41.15%)、許信良元主席(12.21%)を退け勝利したと発表した。¹² 同世論調査は7社の世論調査会社の中から5社を抽出しそれぞれ4月25日から26日にかけて3000人以上に対し電話による調査を実施し、最終的には5社の調査結果から平均値をはじき出した。その結果、蔡、蘇両氏の支持率は国民党の公認候補となることが確実視されている馬総統との比較でいずれも上回ったが、より支持率の高かった蔡女史が勝利した。表1の結果を見れば明らかであるが、馬総統との対比評価では、民進党中央を除く4社の調査で蔡女史の支持率が僅差ながら蘇氏を上回る結果となった。

同結果につき翌日の大手紙は「蔡英文勝利」を一面トップで報じた。¹³ 蔡主席は予備選の勝利に対して、「予備選の結果は個人の勝利ではなく、党全体の一步前進である。許氏、蘇氏はともに民進

党にとって不可欠、代え難い資産であり、党が未来に向けて前進する際に二人の指導が必要になる」と党内団結を呼びかけた。一方、2008年に続き予備選で敗退した蘇氏は、党中央の結果公表後、蔡女史に電話をかけ祝福するとともに、謙虚に敗戦を受け入れ、自身の支持者に対して蔡主席を支持し、台湾の三度目の政権交代を実現させるよう呼びかけた¹⁴ 2007年の党内予備選の時と同様に一時は党内候補の最有力候補と本命視された蘇氏は今回も最後に惜敗したが、ネガティブキャンペーンをせず誠実に負けを受け入れた態度は党内だけでなく世論からも好意的に受けとめられており、『自由時報』は同氏の態度に対し民主における新たなパラダイム(典範)を打ち立てたと賞賛した。¹⁵ 党内にも総統選挙を戦う上で、蘇氏の力は必要だとして、同人が立法委員選挙で比例区で出馬し、同人が比例区の候補者を率いて台湾島内を遊説し、立法委員選挙でも単独過半数議席を目標とし、「蔡総統、蘇(立法)院長」による「完全執政」を提唱すれば、民進党の士気は高まるのは間違いないであろう。一方の国民党にとっては、支持率の高い民進党の両名が行政と、立法の長を目指して挑戦してくることは大きな脅威となると指摘する向きもある。

民進党の候補選出を踏まえて、新聞、テレビ局は世論調査を実施した。¹⁶ 『聯合報』、『TVBS』、『中国時報』は頻繁に世論調査を実施する媒体である一方で、政党支持傾向としては国民党寄りの

表1 民進党総統予備選の結果

	中央党部		観察家		精湛		全方位		年代		平均	
	民進	馬氏	民進	馬氏	民進	馬氏	民進	馬氏	民進	馬氏	民進	馬氏
許	0.1170	0.5244	0.1292	0.4908	0.1158	0.5118	0.1363	0.5199	0.1120	0.5254	0.1221	0.5145
蔡	0.4116	0.3623	0.4335	0.3345	0.4311	0.3381	0.4293	0.3587	0.4197	0.3586	0.4250	0.3504
蘇	0.4242	0.3323	0.4106	0.3258	0.4087	0.3344	0.4200	0.3449	0.3941	0.3522	0.4115	0.3379

注：許は許信良、蔡は蔡英文、蘇は蘇貞昌、馬氏は馬英九、民進は民進党を指す。

資料元：民主進歩党ホームページ「總統初選民調公布・蔡英文女士勝出」(2011年4月27日) http://www.dpp.org.tw/news_content.php?sn=4873

表2 総統選挙にかかる支持率調査（蔡女史の予備選勝利の当日夜の調査）

調査日、媒体	候補者と支持率
0427 聯合報	馬英九 36% 蔡英文 37%
0427 TVBS	馬英九 43% 蔡英文 42%
0427 中国時報	馬英九 33% 蔡英文 33.4%

資料元：「兩黨人選公布後 2012 總統大選民調」『TVBS』（2011 年 4 月 27 日）http://www1.tvbs.com.tw/FILE_DB/PCH/201104/txuz0srucm.pdf、「聯合報民調／馬 36% 蔡 37% 雙英五五波」『聯合報』（2011 年 4 月 28 日）頁 1、「本報最新民調 兩人纏鬥激烈 雙英對決打平」『中国時報』（2011 年 4 月 28 日）頁 2。

論調が顕著であるため、従来の世論調査の結果は国民党候補に好意的な結果、裏を返せば民進党候補に厳しい結果が出ると認識されてきたが、今回の調査では 3 社の結果は、両候補の支持率差は 1%以内の大接戦となった。

蔡女史が厳しい予備選を勝ち抜いた当日夜の調査であり、「ご祝儀相場」であることも勘案する必要はあるが、馬総統にとっては厳しい現実を突きつけられたこととなった。

2. 馬英九総統が国民党の党内候補に内定

民進党内の総統候補をめぐる争いは、実質上昨年直轄市長選挙前から議論されてきたのに対し、与党国民党は馬総統が再選を目指すことが確実視されており、党内政治的には、本土派の重鎮である王金平立法院長が引き続き立法院長の座を維持するか否か、副総統は、蕭萬長副総統を引き続き起用するのか、ポスト馬英九を睨みつつ呉敦義行政院長が就くのかなどに関心が向いている。

民進党の党内予備選が行われている際の 4 月 23 日、馬総統は党内予備選の出馬にかかる手続きを行い、その際に「自身が推進してきた多くの政見は、実現されたものもあるが、国家を平和、繁栄、安全の方向に向かわせるため、そのためにはやらなければならぬことが多々あるので党の同志、全国国民が私に機会を与え、更に四年間施政をさせていただきたい」と述べ支持を求めた。¹⁷ 国民党内には馬氏以外に予備選に登録する者はお

らず、4 日後の 27 日に、国民党中央常務委員会は、馬主席を次期総統選挙への党公認候補とするよう推挙した。¹⁸ 馬総統は中央常務委員会の推挙を受けた席で、「自身の推進した改革はすでに発生しており、自分は腐敗、分裂、無能、鎖国の過去の路線には絶対に戻らない、正しいと思うことだけ引き続き取り組み、絶対に萎縮しない」と強調し、再選への一步を踏みだした。

選挙情勢に関しては、『聯合報』紙は期待をこめて、「党内及び藍軍系統の支持者の効率的な整合」、「基礎票を押さえることと、民進党系支持者に食い込むバランス」、「施政成果をいかにして得票に結びつけるか」、「将来 4 年間の遠景の提出」の四項目が再選に向けての大きな挑戦となると指摘した。¹⁹ また馬総統の選挙対策事務所は 5 月上旬に成立し、信頼の厚い金溥聰前秘書長が率い、中央党部との間の選挙事務を分担し、馬の再選に向けた主力部隊になると論じている。副総統の人選について、馬は詳細を語らないが、民進党陣営が副総統候補を選出した後に公表する意向で進めている。²⁰ 2008 年の総統選挙の際、馬選対事務所で勤務した友人は想定内の人選として、呉院長、蕭副総統の他となると馬総統の選挙における弱点である南部地域で得票が望める人物が最優先されるのではないかとの見方を示し、民進党と同様に、企業家など政治家以外の人物を副総統候補に指名する可能性も排除できないと示唆した。

3. 次期総統選挙と立法委員選挙の同時実施問題

前回 2008 年の選挙では立法委員選挙が 1 月、総統選挙が 3 月に実施されたが、当時も選挙事務にかかる経費削減のため、同時選挙を実施する主張が与野党から出たが、最終的には与野党それぞれの思惑と世論からも同時選挙を求める強い声が強くなかったこともあり、2 ヶ月の間隔で選挙が実施された。国民党政権下では、早い段階から、同時選挙のほか、不在者投票、在外投票など、より多くの有権者が投票できる環境づくりのための関連法案の改正も含め議論されてきたが、今年に入り、与党は法律の改正をなくとも実施可能な総統選挙と立法委員選挙の同時実施に重点を絞り込み、旧正月以降には野党側には同時選挙必至の情勢を受け入れざるを得ない雰囲気醸成されていた。

4 月 19 日、台湾の選挙事務の主管機関である中央選挙委員会は、委員会議を開催し、次期（第 8 期）立法委員選挙と次期（第 13 代）総統副総統選挙を同時に実施すると発表した。²¹ 事前の新聞報道や、国民党の立法委員関係者が独自に実施した世論調査で 68% が同時選挙実施を支持しているとの調査結果を公表するなど²²、次期選挙は同時選挙となることは織り込み済みであったが、翌日の大手 3 紙は一面トップで大きく報じた。²³ 同時選挙の決定に至った理由として張博雅同主任委員は、同時選挙は選挙の回数を減らすことで経費削減になることを最大の理由として強調するとともに、台湾全国で 5 回の公聴会を実施したが、いずれも大多数が同時選挙を支持し、同委員会が委

託調査した結果でも 55.7% が賛成し、反対は 32.6% にとどまったと指摘した。²⁴ 一方、内政部が準備を進めていた不在者投票に関しては、同時選挙の実施による選挙事務の複雑性と負担の増大に鑑み、次期選挙では実施しないことを表明した。²⁵ 鄧天祐中央選挙委員会秘書長は、同時選挙の実施により、選挙事務にかかる人権費を中心に 4.7 億元節約できると指摘した。²⁶ また次期総統選挙と立法委員選挙の同時実施により、今後の台湾の選挙は、2012 年 1 月に中央レベルの選挙を実施した後、2014 年 12 月に直轄市長を含む地方選挙の実施となり、今後の台湾の選挙は二年に一回のサイクルとなると指摘した（表 3）。なお、投開票日に関しては、1 月 14 日が有力であると報じられた。

中央選挙委員会の決定につき、総統府報道官は同委員会が専門機関として決定したことに対して尊重すると述べるにとどまった。²⁷ 民進党は、中央選挙委員会の同決定をあらかじめ予測し、同日林右昌スポークスマンが、「国民党が選挙前に慌ててゲームのルールを変更したのは、馬総統個人の再選のためにこしらえたものである」として批判するとともに、「民進党の一貫した主張は、関連法の修正を通じて安定した制度の確立をしなければならないことである」と指摘した。²⁸ また小政党の親民党、新党、台湾團結聯盟も各自の立場を表明した。²⁹ 国民党と表面上は友党関係にある親民党は同結果を尊重するとしつつも、同時選挙を実施するのは準備を十分にし、次々回の総統選挙が予定される 2016 年から実施するべきであると指摘し、「国民党が選挙で有利になるから」との思

表 3 中央と地方選挙の簡素化

	合併選挙項目	合併選挙日程
中央選挙	総統副総統と立法委員	2012 年 1 月 14 日（予定）
地方選挙	直轄市長、直轄市議、県市長、県市議、郷鎮市長、郷鎮市民代表、里長	2014 年 12 月 25 日（確定）

資料元：「中央與地方選舉簡化」『聯合報』（2011 年 4 月 20 日）頁 2。

惑が垣間見えると批判した。新党は、郁慕明主席が規定に従って選挙を戦うと述べ、受け入れる姿勢を表明した。台湾団結聯盟は、黄昆輝主席が「世界中で総統選挙から総統就任までの引継ぎ期間が4ヶ月もある国はなく、2012年の総統選挙で野党が勝利した場合、馬英九は退任までの間に民意に逆らう決定を下すことはないのだろうか、その点を心配している」と指摘した。

同時選挙の実施は国民党、民進党どちらに有利になるかについては、台聯など反国民党陣営には、明白に「馬の再選のための措置」という立場で批判しているが、国民党、民進党内には異なる見方が存在し状況は複雑である。北部地域選出の国民党籍立法委員は、国民党が優勢な北部の選挙情勢への影響は限定的と指摘したが、南部選出の委員は、同時選挙により国民党 VS 民進党という政党対決の様相が色濃くなり、国民党は南部では苦戦必至と指摘するなど「北部選出者支持、南部選出者憂慮」という結果となった。³⁰ 一方比例区選出の民進党籍立法委員は、北部はもともと厳しい戦いを強いられることが予測されており、同時選挙の影響はさほど大きくはないが、南部は同時選挙の影響を受け、前回失った多くの議席を回復することが可能となり、台湾中部が決戦の場になるとの見方を示した。しかしながら、民進党内でも国民党は与党の利点を活かし行政資源を選挙に投入できることもあり、同時選挙は国民党に有利に働くことと指摘するなど、様々な見方があることを伺わせた。

学者など専門家からは、政治的立場を反映していることを差し引いても、憲政の慣例として「総統選挙と就任時期の期間の長さ」を問題視する者、1月実施の場合「大学などは期末テストの時期(1月14日)、春節直前(21日)」という時期的な問題から投票率の低下を危惧するなどの批判的立場が散見された。また、別々に選挙を実施した場合、立法委員選挙で落選した者が総統選挙で真面目に

総統選挙に協力しなくなるから、国民党は同時選挙を支持したと指摘する者もいた。³¹ どちらの陣営に有利不利かという見方はさておき、与党にとっては、同時選挙により投票率が上がり、有利になるという見方は説得力を感じるが、勝敗を分けるのは政権の実績となるのは論を待たないはずである。³²

中央選挙委員会は、4月21日に地方県市の選挙委員会関係者と総統選挙と立法委員選挙の期日にかかる会議を開催し、議論の結果、投票日を2012年1月14日に決定したと発表した。³³

4. 国光石化工場建設をめぐる問題

開発と環境の両立は各国が常に直面する問題であるが、台湾でも同様の問題に直面し、政治事件となった。民進党政権時代に内需拡大、雇用促進の観点から、台湾島内で総額9千億元以上にのぼる石油化学工場の建設案が持ち上がった。当時の蘇行政院長時代に行政院で採択された「国光石化」工場建設計画地域は、紆余曲折を経て雲林県台西から彰化県大城に変更され、投資規模も縮小されたが、2008年の政権交代から2年を過ぎても進展がない状況であった。その一方、昨年初めから、環境団体が主導する反対、抗議運動が定期的に行われ、世論には「汚染産業は不要」との建設反対の支持が広がるようになり、馬政府は早晚結論を出す必要性に駆られていた。

4月3日、馬総統は工場建設反対団体の会合に出席するため彰化県を訪問したが、その場で同建設案に反対する書類への署名を拒否したため、台上で挨拶する際のマイクの音を消されるなど厳しい仕打ちを受け、多くの聴衆から罵声を浴びせられる結果となった。³⁴ 一方、民進党の蔡主席と蘇元院長も同集会に出席したが、工場建設反対の書類に署名し与野党の立場の違いを浮き上がらせた。³⁵ 馬総統はその翌日に、工場が建設された際、環境汚染を受けると指摘される湿地帯を自ら視察

し、工場建設に反対する地元の村長、有志が湿地に跪く姿を目にし、「感動した」と発言するなどして、工場建設計画停止の可能性を示唆する報道も現れた。³⁶ 総統府報道官は、馬総統の今回の彰化視察につき、幅広い民意を聞き、専門家の分析に耳を傾け、地元の意見を聞き、実際に体験することによって同建設案の実情を理解したいという要求に基づくものであると指摘した。³⁷

同月 21 日の環境生態専門家会議における同建設案に関する環境アセスメントは、「否決」と「条件付通過」を並論し、決定を事実上先送りにした。³⁸ 同会議の結果に不満を募らせた環境保護団体が政府との対決姿勢を示す中、馬総統は関係部局の責任者とともに翌 22 日に記者会見を開催し、「政府は同建設計画を支持せず、同時に今案件を台湾全体の産業構造の方向について議論する機会とし、石油化学工業のレベルアップを推進し、付加価値の高い方向に発展させていく」と述べた。³⁹ 馬政府の同決定に関し、環境保護団体やマスコミは前向きな報道をした一方で⁴⁰、同開発案の主管機関である経済部は今計画の中心は、国内経済にとって「大津波」であると形容するとともに、同計画の停止による損失額は年間 GDP の 2% に相当し、直接雇用 1 万人、間接雇用 23.3 万人に影響すると指摘した。⁴¹

民進党は同日報道官が、「環境アセスメントの結果と経済の永続的な発展を求めるのであれば、同計画は不要な建設である」と強調しつつ、「馬総統は島内でのかかる建設計画を完全に停止することを保留しており、今後も警戒が必要である」とのコメントを発表した。⁴²

台湾島内での工場建設計画は実質上頓挫したが、今後は海外での投資計画に変更し、模索することになり、候補地として、マレーシア、インドネシアなどが挙がっている。

5. 東日本大震災と日台関係

(1) 大地震の発生と台湾社会の反応

3月11日に発生した大地震とそれに伴って発生した大津波が引き起こした災害は未曾有の被害を引き起こしたが、台湾でも当日の午後から24時間体制で震災関連のニュースが報道された。台湾当局は、地震当日すぐに1千万台湾元、被害が甚大になることがわかると翌日にはただちに1億台湾元に増額した義捐金の贈呈を発表したほか、医療物資などの提供の用意があることを表明するなど迅速な対応を見せた。⁴³ また、馬総統は当時台湾を訪問中であった海部元総理に対して電話で慰問と哀悼の意を伝えるとともに義捐金の贈呈についても説明した。

政府だけでなく、民間の支援も活発に行われた。17、18日夜には、別々のテレビ局で東日本大震災に対する募金を求める番組が生放送され、18日の番組には馬総統夫妻、郝龍斌台北市長ら多数の政治家が登場し、視聴者からの電話を受けるなどし、当日だけで、7億8千万円以上が集まったと報じられた。⁴⁴ なお、5月上旬時点で台湾官民の日本に対する支援状況をまとめると、3月中旬に28名の救助隊が派遣され、捜査活動に従事したほか、総量560億トンにのぼる物的支援があり、資金援助は台湾当局からの1億台湾元、交流協会台北・高雄事務所の受付分9.2億円、台湾官民からの義捐金57.7224億台湾元となっている。⁴⁵

震災直後の台湾では、多くの住民が繰り返し放映される悲惨な災害の映像に釘付けになる一方で、大災害に直面しても、治安の維持、秩序ある避難所の生活、避難物資を取り合わない落ち着いた態度、親族の死に対しても健気に振舞う人々といった姿を見て、日本社会の「質の高さ」を賞賛する報道が多々なされた。また、台湾の新聞社に勤める大学院の後輩達からも、私に対する慰問の

言葉とともに、大災害に直面しても、刺激的な言動や映像、写真の利用を抑え、冷静に客観的な報道をする日本のマスコミの報道姿勢に対する尊敬の念にも似た感想を述べる者があった。

(2) 日本側の感謝表明と「慰問外交」

震災発生から1ヶ月という節目に、日本政府は交流協会台北事務所を通じて菅総理の『感謝您的厚重情誼』(Thank you for the Kizuna)とする書信を公表し、一部台湾紙は菅総理の署名入り書信を写真入りで報道した。⁴⁶ また、翌11日には今井正交流協会台北事務所、草野浩一郎台湾日本人会理事長、岸本恭太台北市日本工商会理事長代行の代表3名が各組織を代表して記者会見を開催し、台湾各界へのお礼を述べた。⁴⁷ 会見が行われた会場では、台湾各地の老若男女から送られた激励のカードなどが展示された。

4月20日から王金平立法院長を団長とする慰問団が訪日した。訪日前に馬總統は同訪問団と会見し、「台湾住民の日本に対する関心を伝えるとともに、台日関係の推進が前進することを望むものである」として彼らを送り出した。同訪問団には、王院長のほか、江丙坤海基会理事長、尹啟銘政務委員、李鴻鈞立法委員、陳長文台湾赤十字秘書長、黃茂雄工商協進会理事長ら日本と関係の深い人々がメンバーとなった。⁴⁸ 日本滞在中、慰問団は21日に交流協会東京本部を訪問し、義捐金の目録を渡す儀式を行ったほか、麻生元総理、鳩山前総理との会見、日華議員懇談会が主催する昼食会などの日程をこなした。また王院長は日本の政界関係者に台日観光促進のためチャーター便を利用して北海道を訪問する予定を披露したと報じられた。⁴⁹ 翌22日には衛藤衆議院副議長、西岡参議院議長を表敬し、王院長は帰国に際し、今回の震災で台湾と日本の距離は縮まったと述べた。⁵⁰

今回の慰問団の訪日につき、『自由時報』紙の特

派員は、今回の震災に対して台湾人が日本に対して示した思いやりは両国間の距離を縮めることとなり、日本政界の台湾に対する態度にも微妙な変化が見えたとし、その例として王団長が率いた訪日団が空前の歓迎をされたとし、台湾の「地震外交」はかなり成功したと論評した。⁵¹

台湾が今回の震災で見せた日本に対する思いやりは心に響くものがあった。原発事故が深刻な状況に陥っていた際、私自身も周囲の同僚、友人、学生から、「日本の家族は大丈夫か」という心温まる言葉の他に、親しい関係にある人たちからは「放射能が危険だから、家族を1-2ヶ月台湾に呼び寄せてロングステイでもしたらどうか、部屋は空いているから」などという有難い誘いも受けたことを記しておく。

6. 海部俊樹元総理の台湾訪問

海部元総理が3月10日から12日までの日程で台湾を訪問した。滞在中には馬總統、王院長などを表敬訪問したほか、日本と台湾の中央大学による桜の木の記念植樹へ出席した。また、海部元総理は、この1年間の間に訪台した4人目の元総理となったと指摘された。⁵²

7. 故宮博物院文物の展覧会実施に必要とされる法案の採択

3月25日、衆議院本会議で「海外美術品等公開促進法案」が全会一致で可決された。同法案の可決により、国内で展覧会などを開催する際に借り入れた海外の文物に対して文部科学相が指定した美術品に対して所有権を主張する第三者による強制執行、差し押さえ、仮処分などを免れることができるようになる。⁵³ 同法案は長らく台湾側が日華懇関係者などに立法化を働きかけてきたが、同法案の可決で台北の故宮博物院の文物が日本で展覧会を催すことが現実味を帯びるようになった。

- 1 「宣布選總統 蔡批馬：丟爛攤給下一代」『聯合報』（2011年3月12日）頁16。
- 2 「宣布選總統 蔡：勇敢扛下責任和使命」『自由時報』（2011年3月12日）頁2。
- 3 「蘇貞昌拚總統『讓台灣有笑容』」『聯合報』（2011年3月23日）頁2。「發表參選聲明 蘇：帶領台灣成為富裕而公平國家」『自由時報』（2011年3月23日）頁2。
- 4 「黨內：基層盼整合 蘇蔡壓力大」『自由時報』（2011年3月23日）頁2。
- 5 「退出初選 呂秀蓮：沒啥好爭 要救地球」『聯合報』（2011年3月23日）頁2、「呂退出初選 蔡蘇對決」『自由時報』（2011年3月23日）頁2。
- 6 「觀察站／蔡謝聯軍對決蘇家軍 兩強內戰」『聯合報』（2011年3月23日）頁2。
- 7 「民進黨初選登記 許信良借五百萬 要選總統」『中國時報』（2011年3月26日）頁4。
- 8 民主進步黨ホームページ「『總統提名選舉參選人政見發表會』第一次協調會議新聞稿」（2011年3月26日）http://www.dpp.org.tw/news_content.php?sn=4818 2011年3月28日にアクセス。
- 9 「民進黨政見會 反生轉型正義 蘇蔡徐過招」『中國時報』（2011年4月21日）頁2。
- 10 「藍批四場政見會 一句反省 十句畫大餅」『聯合報』（2011年4月21日）頁2。
- 11 「具體嗎？蔡：與世界一起走入中國」『聯合報』（2011年4月21日）頁2。
- 12 民主進步黨ホームページ「總統初選民調公布・蔡英文女士勝出」（2011年4月27日）http://www.dpp.org.tw/news_content.php?sn=4873 2011年4月28日にアクセス。
- 13 「綠初選蔡英文勝出 藍鼓掌馬英九出征」『聯合報』（2011年4月28日）頁1、「蔡贏蘇1.35% 代表民進黨角逐2012」『自由時報』（2011年4月28日）頁1。
- 14 「謙卑接受敗選 蘇：讓政黨再輪替」『自由時報』（2011年4月28日）頁2。
- 15 「競而不爭 蘇立下民主新典範」『自由時報』（2011年4月28日）頁2。
- 16 「兩黨人選公布後2012總統大選民調」『TVBS』（2011年4月27日）http://www1.tvbs.com.tw/FILE_DB/PCH/201104/txuz0srucm.pdf 2011年5月1日にアクセス。「聯合報民調／馬36%蔡37% 雙英五五波」『聯合報』（2011年4月28日）頁1、「本報最新民調 兩人纏鬥激烈 雙英對決打平」『中國時報』（2011年4月28日）頁2。
- 17 中国国民党ホームページ「馬主席完成黨內總統提名登記 以臨深履薄的心情爭取連任」（2011年4月23日）<http://www.kmt.org.tw/hc.aspx?id=32&aid=5957> 2011年4月24日にアクセス。
- 18 中国国民党ホームページ「國民黨提名馬英九同志為第13任總統選舉候選人 馬主席：台灣繼續向前行 台灣一定贏」（2011年4月27日）<http://www.kmt.org.tw/hc.aspx?id=32&aid=5964> 2011年4月29日にアクセス。
- 19 「直言集／「馬上」好了嗎？馬連任4大挑戰」『聯合報』（2011年4月28日）頁4。
- 20 「馬展開佈點 金溥聰掌舵」『自由時報』（2011年4月28日）頁4。
- 21 中央選舉委員會ホームページ「新聞稿：中選會委員會會議 通過第8屆立法委員及第13任總統將合併選舉」（2011年4月19日）<http://www.cec.gov.tw/files/F110419/20110419185438.doc> 2011年4月19日にアクセス。
- 22 「6成8挺併選 綠譏「壯膽」綠」『聯合報』（2011年4月10日）頁10。
- 23 「中選會拍板 下屆總統、立委併選」『中國時報』（2011年4月20日）頁1、「下屆總統、立委選舉 確定合併辦理」『聯合報』（2011年4月10日）頁1。
- 24 19日夜に大衆紙『りんご日報』が実施した電話世論調査でも、同時選挙に55%が賛成、反対は32%となった。「《蘋果》民調 中選會決定明年總統與立委合併選舉，請問你贊成嗎？」『蘋果日報』（2011年4月20日）頁1。
- 25 「下屆總統立委併選 不實施不在籍投票」『自由時報』（2011年4月20日）頁1。
- 26 「現在到2014 省5次選舉」『聯合報』（2011年4月10日）頁2。
- 27 「馬總統將說明併選立場 無空窗期問題」『聯合新聞網』（2011年4月20日）<http://udn.com/NEWS/NATIONAL/NAT2/6284610.shtml> 2011年4月22日にアクセス。
- 28 民主進步黨ホームページ「總統、立委併選？林右昌：國民黨機關算盡」（2011年4月19日）http://www.dpp.org.tw/news_content.php?sn=4853 2011年4月21日にアクセス。
- 29 「台聯、親民黨：要併2016再併」『自由時報』（2011年4月20日）頁3。
- 30 「藍委南憂北挺 綠委力衝過半」『中國時報』（2011年4月20日）頁2。
- 31 「總統立委併選敲定 學者：嚴重違反憲政慣例」『自由時報』（2011年4月20日）頁3。
- 32 「併選誰有利？政績定輸贏」『聯合報』（2011年4月10日）頁2。
- 33 中央選舉委員會ホームページ「新聞稿：中選會邀集地方選委會討論確定第8屆立法委員與第13任總統副總統選舉投票日期」（2011年4月21日）<http://www.cec.gov.tw/files/F110421/20110421174903.doc>

- 34 「拒反國光石化 馬被轟下台」『自由時報』(2011年4月4日)頁1。
- 35 「反國光石化 蔡蘇簽承諾書 籲懸崖勒『馬』」『自由時報』(2011年4月4日)頁3。
- 36 「鄉民長跪海灘護濕地 馬『很感動』」『聯合報』(2011年4月5日)頁4。
- 37 「馬踩爛泥、吞生蚶、搏感情」『聯合報』(2011年4月5日)頁4。
- 38 「託！國光石化環評 5月再議」『中國時報』(2011年4月22日)頁1。
- 39 總統府ホームページ『總統主持記者會說明國光石化開發案事宜』(2011年4月22日) <http://www.president.gov.tw/Default.aspx?tabid=131&itemid=24021&rmid=514> 2011年4月27日にアクセス。
- 40 「馬：不支持國光石化」『中國時報』(2011年4月23日)頁1。「國光石化後，更應全盤思考臺灣環境問題」『新新聞』(2011/4.28-5.4/1260期)頁1。
- 41 「國光停建 我GDP恐掉2個百分點」『聯合報』(2011年4月23日)頁3。
- 42 民主進步党「針對馬英九總統宣佈不支持國光石化在彰化繼續開發相關回應」(2011年4月22日) http://www.dpp.org.tw/news_content.php?sn=4860 2011年4月27日にアクセス。
- 43 外交部ホームページ「因應日本宮城縣災情擴大，我國政府捐贈日本政府新台幣一億元協助賑災，並呼籲國內各界踴躍捐輸」(2011年3月14日) <http://www.mofa.gov.tw/webapp/ct.asp?xItem=51001&ctNode=1547&mp=1> 2011年3月28日にアクセス。
- 44 「中華日報」『賑災募款 總統當接線生捐20萬』(2011年3月19日)頁2。
- 45 交流協會ホームページ「台湾からの支援(東日本大震災)」(2010年5月10日) http://www.koryu.or.jp/ez3_contents.nsf/Top/6BE18444C925CE364925785C00299F24?OpenDocument 2011年5月10日にアクセス。
- 46 「菅直人寫信 感謝臺灣厚重情誼」『聯合報』(2011年4月11日)頁4。
- 47 「日交流協會感謝國人送暖」『自由時報』(2011年4月12日)頁3。
- 48 總統府ホームページ「總統接見『東日本震災台灣慰問訪日團』」(2011年4月20日) <http://www.president.gov.tw/Default.aspx?tabid=131&itemid=23999&rmid=514> 2011年5月10日にアクセス。
- 49 「帶頭觀光 王金平擬包機飛北海道」『聯合報』(2011年4月17日)頁17。
- 50 「王金平：賑災拉近台日關係」『聯合報』(2011年4月17日)頁11。
- 51 「台灣地震外交 漂亮出擊」『自由時報』(2011年4月25日)頁8。
- 52 台北駐日經濟文化代表處ホームページ「海部俊樹・元首相が3月10日より3日間台湾を訪問」(2011年3月2日) <http://www.taiwanembassy.org/JP/ct.asp?xItem=185459&ctNode=3522&mp=202&nowPage=1&pagesize=30> 2011年3月4日にアクセス。
- 53 台北駐日經濟文化代表處ホームページ「本日「海外美術品等公開促進法」が法制化されたことに歓迎と感謝の意を表明」(2011年3月25日) <http://www.taiwanembassy.org/JP/ct.asp?xItem=190150&ctNode=3522&mp=202> 2011年5月4日にアクセス。

編集後記

東日本大震災への台湾からの支援につき、先月号で紹介させていただきました。今般の震災の影響による大変厳しい状況は今も続いており、それを乗り越える努力が続けられていますが、このような中で、海外からの支援は、日本を元気づけてくれるものだと思います。

台湾では3月18日夜のいわゆるゴールデンタイムに17社のテレビ局が生中継で日本の震災のためのチャリティー番組が4時間以上も放映され、その間に、20億円以上もの義捐金が集まりました。台湾の日本に対する関心の高さ、友好的な感情につき、改めて認識した方、或いは初めて知った方もいたのではないのでしょうか。当協会には、なぜ台湾がこれほどまでに日本に対して大きな支援を行うのかといった質問が寄せられています。日本と台湾の歴史的な関係の深さ以外の要因として以下のような私見を紹介しました。一つは、1999年に台湾中部で発生した大地震への日本の支援です。その際、日本は、いち早く緊急援助隊を派遣するとともに、資金・物資援助を行っています。なお、私自身も初めて知りましたが、世界各国の赤十字からの義捐金の内、日本赤十字からの義捐金はその8割を占めたそうです（台湾紅十字会長の発言）。台湾ではその際の恩返しをしようという認識が強いようです。もう一つの要因として、台湾での困っている人には手をさしのべるという「教え」です。台湾のテレビでは24時間繰り返し日本の災害の状況が流され、インターネット上には日本人の被災の情報があふれていました。ただでさえ日本に対して高い関心がある台湾の人にとって、これらの情報は、何とかしなくちゃならないといった思いを強くさせたのだと思います（台湾では、困っている人には手を貸すという習慣が身についています。バス等で、老人が乗ってくると若者は必ず席を譲りますし、日本人がガイドブックを片手に道に迷っていると必ず声をかけてきます。）。

当協会では、2010年3月に台湾で行った対日世論調査の結果を発表しました。一番好きな国はどこかという問いに52%が日本と回答しております。当時、私自身もこの高い数字を実感として受け取れませんでした。今般の日本の災害への台湾での高い関心を目の当たりにして、この数字が現実のものであったと認識しました。

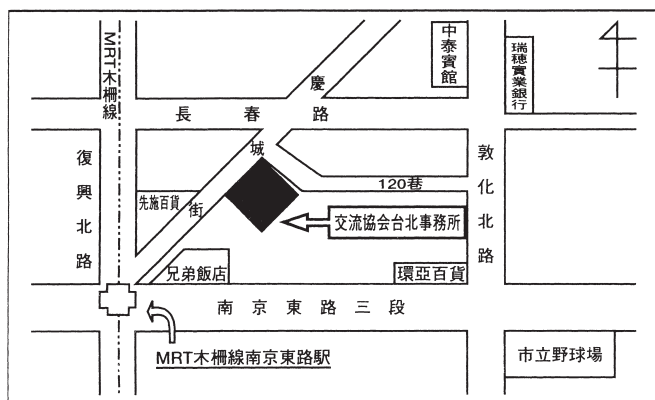
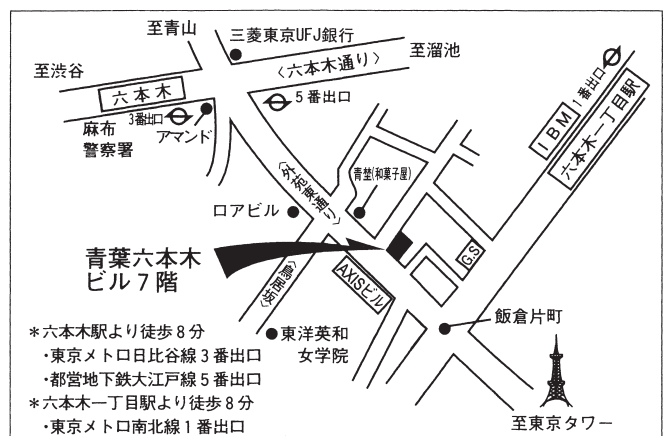
台湾では、日本の原子力発電所の事故への懸念から、日本への渡航自粛や、日本製品・農産物の買い控えの現象が見られました。そのような中、4月下旬、台湾の国会議長にあたる王金平立法院長が、経済界のトップを帯同して訪日し、義捐金の供与を行うとともに、日本への渡航自粛勧告の緩和を発表されました。また、5月の中旬には、王院長自らが訪日観光客を帯同し北海道を訪問し、日本の安全性のアピールを行いました。台湾では復興に向かう日本とどのように向きあうかに関心が集まりつつあるような気がします。

台湾観光局によると、本年3月の日本人の訪台者数は、昨年同期比1.89%増であった由です。日本人の「親台」度も、地震・津波には負けていないようです。

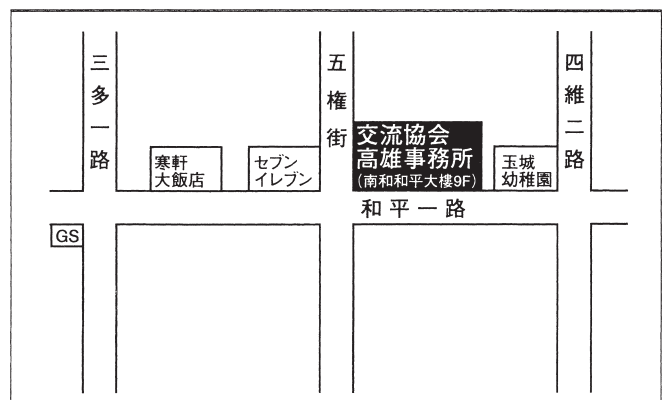
（総務部長 亀井 啓次）

平成23年5月25日 発行
 編集・発行人 井上 孝
 発行所 郵便番号 106-0032
 東京都港区六本木3丁目16番33号
 青葉六本木ビル7階
 財団法人 交流協会 総務部
 電話 (03) 5573-2600
 F A X (03) 5573-2601
 U R L <http://www.koryu.or.jp>

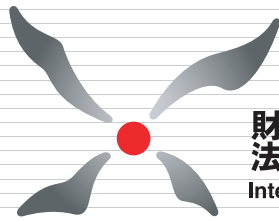
表紙デザイン：株式会社 丸井工文社
 印刷所：株式会社 丸井工文社



台北事務所 台北市慶城街28號 通泰大樓
 Tung Tai BLD., 28 Ching Cheng st., Taipei
 電話 (886) 2-2713-8000
 F A X (886) 2-2713-8787
 URL http://www.koryu.or.jp/taipei/ez3_contents.nsf/Top



高雄事務所 高雄市苓雅區和平一路87號
 南和和平大樓9F
 9F, 87 Hoping 1st. Rd., Lingya Qu, kaohsiung Taiwan
 電話 (886) 7-771-4008 (代)
 F A X (886) 2-771-2734
 URL http://www.koryu.or.jp/kaohsiung/ez3_contents.nsf/Top



日本と台湾との架け橋

財団法人 **交流協会**
Interchange Association, Japan (IAJ)

