

要 旨

台湾自動車産業の海外展開

— 中国進出の事例から —

萬 春 燕

現在、台湾で発展している産業はIT産業であり、それ以前に政府が育成産業としたのは自動車産業であった。結果的に台湾の自動車産業は、自分のブランドを持てず、韓国のように輸出産業として発展しなかった。

1984年国家事業とも言われたトヨタとの合弁事業交渉に行われた。しかし、「設計、生産、管理などの技術移転を実施する」などの点で合意できず、合弁生産計画は断念された。このきっかけで政府は自動車産業に対する育成方向に大きな転換となった。その転換は1985年政府が自由化政策の導入を始まり、さらに90年代に入り、WTO加盟が視野に入って、自由化競争政策への転換が一層明確化された。

まず、第一章では1985年以前の台湾自動車産業・部品産業の発展過程を見てみると、最初の段階は1953年から1963年にかけて、裕隆汽車一社の独占時期となり、政府は保護主義政策を行っていた。この頃、台湾は工業化がまだ進んでおらず、自動車を生産するために必要とされる部品、あるいは関連産業によるシステムが整えられていなかった。自動車部品産業の製造技術も低いレベルにとどまり、自動車生産に必要とする部品はほとんど海外から輸入して組立生産となり、国産化率は20%~40%のレベルにとどまった。そして、1964年から1984年にかけて、政府はようやく国内での自動車メーカーの参入規制を緩和し、新たな自動車メーカーが相次いで自動車市場に参入した。このとき、依然として保護主義を行い、対外には高い関税および輸入禁止が続き、外資による資本の参入も禁止されていた（フォード、米国本田を除き）。この段階の部品産業を見ると、1971年、政府は「機械電機製造工業国産化法」を打ち出しており、自動車部品の国産化を目指し、部品の国産化率は1984年に70%に達した。

第二章では、1984年トヨタとの合弁事業交渉が中止になって、翌年政府は自由化政策を導入し始め、台湾自動車産業にとって大きな転換となった。積極的に外資の資本参入を要請し、関税の引き下げおよび完成車輸入の解禁を行った。そして、2000年以後はWTO加盟によって、競争が一層に激しく、経営が一層に厳しくなっている。自動車部品産業から見ると、1980年代後半にわたって、部品メーカーはすでに2000社を超えているといわれている。規模が大きく品質水準の高い部品メーカー、いわゆるOEMに供給できるサプライヤーは300社ほどとなっている。そして、80年代後半の部品メーカーの生産技術も徐々に成熟し、部品の輸出基地化は確実に進んでいると見られる。2000年以後も、国瑞汽車がカローラ（Corolla）、カムリ（Camry）の部品、裕隆汽車が新型商用車AD Resortとサニー（Sunny）の部品をアジア拠点として輸出している。アジアで部品の補完関係として役を果たしている。

一章と二章のまとめとして、藤本による韓国の自動車産業の特長について整理し、両者を比較しながら、台湾自動車産業について検討する。また、80年代のプラザ合意以降、日本の対アジア投資が本格化した。自動車産業でも例外ではなく日本企業と台湾企業との合弁企業が活発化した。このような提携を背景に中国市場進出の枠組みも形成された。つまり、日系企業の中国進出に促される形で台湾企業の中国進出が進んだのである。

近年の話題としては、海外特に中国大陆への進出がある。実際、フォルクスワーゲンの上海進出については事例も含めて相当の研究が行なわれており、これはトヨタの例についても同様である。台湾企業

の進出事例はこれらに比べて小規模なため、注目度が低いと考えられる。しかし、外国資本の進出にあたって台湾企業の果たした役割は質的に重要な位置を占めているのである。

第三章では、中国に進出した自動車メーカー（裕隆汽車、中華汽車）、部品メーカー（242社）の進出状況および進出特徴を述べる。台湾系企業の中国への進出率は欧米系企業とほぼ同じぐらとなり、韓国と比べるとはるかに超えている。台湾自動車部品産業は輸出産業として進んでおり、主にOEM、AM市場に供給している。台湾自動車部品産業の成長要素を見ると、主な成長の原動力はOEM、AM、中国進出という3つの要素になっている。台湾自動車部品メーカーの世界進出状況の割合からみて、中国が80%を占めており、その次は東南アジアの14%になる。中国への進出率は世界各国より抜きん出ている。台湾の製造業全体から見て、2002年の中国事業での売り上げは、売り上げ全体の33.9%、そのうち中国事業での売り上げが全体の50%を超える企業は、実に30.8%を占めた。さらに、2002年末時点での中国事業の従業員は、企業全体の45.2%、中国事業の従業員数が全体の50%以上を占める企業は45.9%を占めた。つまり、中国における売り上げが大きなウェイトを占めることが分かる。これは、台湾自動車産業に対しても同様である。そして、242社の部品メーカーを分析によって、中国に進出地域分佈は江蘇省、福建省、広東省、上海といった順になり、ほとんど沿海地域に集中している。そして、合併相手は中国現地以外に日本が多く占めている。資本金・規模から見ると、投資規模大型化に進んでいるのが見える。部品構成から見ると、電気・電送系統部品が一番多く占め、その次がその他（鍛造加工部品、鑄造加工部品、自動車各種管類、材料など）、エンジン系統、車体&車体プレス順となる。本文には、中国に進出した他の外資と比べながら、台湾部品メーカーの進出特徴を検討する。

第四章では、中国に進出した部品メーカーの事例として萬在工業（股）の企業概要、そして中国進出の動機、計画および戦略を述べる。萬在工業（股）は台湾で初めての民営アルミ押出材製造販売会社萬寿アルミニウム股分有限公司の関連会社であり、造った部品は国内に提供しており、主な提供先は堤維西（股）、台全電機（股）などである。海外にも輸出され、アジアや欧米等、世界各国に流通している。特に、日本には日軽形材（株）、三菱自動車（株）にOEM部品を提供している。1990年代後半から海外事業に進出し、今は日本でも貿易会社（信林オートモーティブ株式会社）を営業している。また、アメリカにも販売拠点（FRIGIMAX INC）を設立した。そして、2001年には日本の昭和電工と技術提携を結び、各部品への協同組合など進展している。さらに、2000年以後、自動車市場が急成長している中国の福建省に2つの生産拠点を持つ、事業を拡大するように努めている。今後の中国事業戦略として、現地化・市場参入化・集中調達化ということである。こういった計画の実現をつうじて、2008年度には中国事業が営業利益黒字となることをもくろんでいる。

最後は台湾自動車部品産業として強みを持つ台湾企業の地位は、中国における自動車消費の拡大にとってもなった重要になること。また、台湾自動車部品メーカーはアジアで補完関係として重要な役を果たし、日本と長年の技術提携によって、技術を持ち、中国の文化、好み、コミュニケーションをうまく活かすこと。そして、OEM市場を確保し、中国への事業を拡大することを望み、今後中国での活動は一つの課題として注目すべきだと考える。