

ジェットロ山口台湾レポート特集

台湾台北市における
山口県物産展レポート

山口県、全農山口、山口県漁業協同組合が構成する『やまぐちの農水産物需要拡大協議会』

(以下、協議会)は2011年11月24日～12月4日の期間、台湾台北市の高級デパート『微風広場』の地下食品売場『Breeze Super』において県物産展を実施した。

以下、概略について報告するとともに、ジェットロの実施したアンケート調査に基づき、今後の食品等輸出のあり方を展望する。

きっかけは米の輸出

県産農水産物・食品分野における台湾とのつながりは、2007年に遡る。協議会事業を通じてJAあぶらんど萩は、株式会社丸久ほかの協力のもと、萩産コシヒカリの輸出を同年11月より開始、現地スーパーにおける販売を行なっている。輸出は継続的に行われており、このため、山口と台湾の間に食品コンテナが動いているという状態が続いている。

食品の輸出は基本的に少量多品種にて行なわれるため、コンテナによる輸送段階では、複数アイテムの混載が必須なケースがほとんどである。このため、仮にメーカー・生産者と海外の需要者の間で直接商談が合意に至った場合でも、混載して商品を輸送できるコンテナを現地へと動かしている食品輸出商社を手配できないことから頓挫してしまうケースが、思いのほか多い。

そういった状況のもと、山口と台湾の間でコンテナが動いているというのはまさに僥倖というほかになく、協議会としてはこのコンテナに混載できるアイテムを増やしていく方向で事業に取り組んできた。2010年度については6月に、台湾最大の食品見本市であるFood Taipeiに出展し、業務用を中心とした市場へのアクセスを試みた。

また、食品の輸出は海外の消費者の食に関する好みと密接に関連しており、日本の食品への興味と関心をかき立てるためのプロモーション

活動なくして、大きな展望は開けない面もあることから、協議会では今年度、直接消費者に県産農水産物・食品の魅力をアピールすべく、物産展という形態での事業実施に取り組んだものである。

消費者への浸透は試食販売がカギ

今回の物産展に出品したのは16社/団体で、一次産品から加工品まで、幅広いアイテムが揃った。

このうち全農山口では周防大島産のみかんを中心に、はなっこりーや岩国レンコンなど特色ある農産品を出展した。みかんは台湾の消費者にもなじみがある商品で、今回出品したものは競合する他県産品に比べて若干値が高くなってしまったものの、試食に供するとその味の良さを認める消費者は多く、売れ行きは好調であった。はなっこりーについても、茹でたものを試食に供したところ、中国野菜のサイシンが片親であることもあってか、現地の人々に受け入れられやすい味であることが見て取れた。

JAあぶらんど萩のコシヒカリについても、試食に供しつつ減農薬・減化学肥料である点をアピールしたところ、意識の高い一部の消費者には高い評価を受け、安心安全な食品を強く求める市場が確固として存在することがうかがい知れた。

長門商工会議所が中心となり、長門の水産加工品メーカーが共同開発している「長州あげ」は、国のJAPANブランド育成支援事業を活用してブランドの確立を目指している。今回は、現場にて揚げたての製品の試食を実施した。台湾にも水産練り製品は存在するが、日本のものと比べてん粉質の含有量が多く、歯ざわりが硬いことから、魚のすり身の比率は日本と同じレベルを維持しながらもしっかりとした歯ざわりのある製品を開発、高タンパク・低カロリーである点と揚げたてである点を強くアピールした。現地ではこうした練り物はおでんや鍋の具として食べるのが普通だが、出展した長州あげの質の高さから、揚げたてをそのまま食する方法は

好感をもって受け入れられた。

海外で日本食がブームであるといわれるが、たいていの民族は食についてかなり保守的である。日本食が一部の日本食ファンのものから、現地で幅広く消費される製品群へと脱皮していくためには、こうした地道なプロモーション活動を粘り強く繰り返していくほかなく、官民一体の息の長い取組が求められる。



今後も有望視される台湾

ジェットロではこの10月から11月にかけて、全国の加工食品メーカー229社に海外事業展開戦略や、円高・震災等の影響についてのアンケート調査を実施した。

台湾市場への輸出にかかる課題・問題点については、「現地での販促活動」「現地での宣伝・広告」「現地での営業活動」が上位3位に上がった。他地域に関しては手続きや物流など、ロジスティクスに関わる面での問題もあがっていることから、台湾は他地域に比べてそうし

た問題が少なく取り組みやすい対象であり、市場開拓そのものに集中して取り組んでいける市場であるという認識が強いものと考えられる。

また今後の輸出を増やしたい先として考えている地域をあげてもらったところ、中国、香港、シンガポールに次いで第4位につけた。中国は市場の大きさから、香港やシンガポールは輸出手続きが簡便であるうえに日本食の浸透度が高いという点で上位に上がっているものと思われるが、台湾はこれらに次ぐ有望市場と見られている。

震災後の原発事故によってマイナスの影響を受けたとする企業は全体の9割にのぼるが、一方でほぼ全ての企業が事故後も輸出を継続していると回答している。事故前の水準をいつごろ取り戻せるか先行きは不透明だが、既に輸出に取り組んでいる企業にとって、輸出をやめるといった選択はほぼありえないという状況である。台湾については、台湾当局が事故後速やかに日本からの輸入食品に対する検査を確実にこなすことを発表したことから、かえって台湾の消費者の間ではそうした検査をパスして輸入通関された製品に対しての信頼感は強かった、という見方をする関係者もいる。

円高ほかの外部要因によって情勢が変化する面はあるものの、基本的に台湾での消費者ニーズについては今後も開拓の余地が十分あると企業の間では見られており、日本企業の台湾への取り組みはますます広がりや深まりを見せていくと予想される。

上記アンケート調査結果については、次のリンクから閲覧可能である。

<http://www.jetro.go.jp/news/releases/2011122383-news>

なおジェットロでは1月より、農林水産物・食品輸出促進本部を設置し、関連事業の倍増などにより地域の取組をさらに強力に支援していくこととしている。

(ジェットロ山口／井手謙太郎)

ジェットロ山口台湾レポート特集

山口県機械関連産業8社、「山口県商談会in台中」(2011年11月9日)に参加

山口県・下関市外資系企業誘致推進委員会では、2009-10年度にジェットロRIT事業にて、環境関連産業で、台湾の経済交流事業を実施しており、すでに、3社5件の成果が上がっている。2011年度は、機械関連産業にて、台湾と継続的に交流ができないか現地のニーズを調査するために、台湾の機械関連産業の集積する台中市で商談会を行った。

台中市にてプレゼンテーションを実施

「山口県商談会in台中」は、地元の台中市府をはじめ、中華民国対外貿易発展協会(TAITRA)、台中市進出口商業同業公会、台中市工業会など、台中市の関係機関・団体の協力のもと、2011年11月9日に台中市の裕元花園酒店にて開催し、70名近い来場者があった。

今回、商談会に参加したのは、(株)功栄商工(下関市)、サマユ(株)(下関市)、クラネンドックプロダクション(株)アジアサポートオフィス(下関市)、(有)協和工業(宇部市)、(有)菅野工業所(宇部市)、(株)ヤナギヤ(宇部市)、周南クオート(株)(周南市)、三和産業(株)(下松市)の8社。開会式後、各社は、自社製品や技術や台湾での商談の目的などを説明するプレゼンテーションを行った。

31件の商談を実施、翌日は個別企業訪問

商談会では、事前予約制で行われ、当日のプレゼンテーションを聞いて、飛び込みで、商談を申込み台湾企業もあった。製品を委託加工できる台湾企業を探す企業、台湾企業から比較的安価な部品を仕入れ、日本で組み立てたいとする企業、台湾の工場の設備、ラインなどのメンテナンスを含めた技術を提供することで、コスト削減のアイデアを提案する企業など、日本側のアプローチは様々だ。

翌日は、商談を行った企業等を個別訪問する

企業、関連する業界団体に訪問し、現地情報を収集する企業など、各社それぞれの個別行動となった。

今回、はじめて台湾企業と商談を行った参加企業からは、「台湾企業の機械加工技術のレベルの高さに驚いた。」「台湾企業の工場を視察することで、現場の様子がよくわかった。引き続き、委託生産できる台湾企業を探していきたい。」などの感想があった。また、「台湾の中小企業は、中国や東南アジア、欧米などに広くネットワークを持っている。いい刺激だった。」と、台湾企業の視野、行動範囲の広さに対する驚きの声も上がっている。そして、早くも台湾企業より試作品の注文を受けた参加企業もあり、次回訪台の日程を調整している。

アジア市場への販路拡大の新たなチャンス

円高の影響やアジア地域の経済成長を見込んで、これまで海外との取引のなかった日本の中小企業も独自に海外での販路拡大のチャンスを探る動きが増えている。台湾は、山口県から距離的に近く、機械関連産業をはじめとする「ものづくり」の基盤のある中小企業が集積している。この商談会では、独自の技術を持つ山口県内の中小企業が、台湾企業と連携することで、新しいビジネスチャンスが生まれる可能性は大きいのではないかと感触を得ることができた。(山口県、下関市、ジェットロ山口)



「山口県商談会in台中」の会場

台湾企業とのビジネス連携のポイント（第3回RIT研究会）

2011年12月5日に海峡メッセ下関にて開催したジェットロ地域間交流支援（RIT）事業の研究会の概要を紹介する。

日台経済連携について



台湾貿易センター
福岡事務所 所長 林 俊杰氏

1. 台湾経済・対日貿易の概況

台湾は、面積3万6千平方メートル、人口は2,316万人。GDPは、4,300億ドル、一人当たりのGDPは、18,588米ドル（2010年）。

2009年は、リーマンショック等による世界不況の影響で、GDP成長率はマイナスに落ち込んだが、2010年には急回復し11%近い成長を実現。

台湾の対日貿易の輸出入については、グラフ1、2のとおり。

台湾の主要な産業クラスターの分布は、図のとおり。

現在、台湾は、バイオ、観光、医療・介護、

グリーンエネルギー、高付加価値農業、コンテンツを六大新興産業として、公共投資を行い政策的に育成していく計画である。

2. 東アジアにおける経済連携の活発化

2010年日本の貿易相手国・地域で、台湾は、輸出額では、中国、米国、韓国に次いで4位（前年比35.3%増）。輸入額では、中国、米国、オーストラリア、サウジアラビア、アラブ首長国連邦、韓国、インドネシアに続き、8位（前年比18.2%増）。日本の対外貿易構造は、欧米からアジア・大中華圏にシフトしている。大中華圏とは、中国、香港、台湾、シンガポールを指し、2010年の日本の貿易総額に占める大中華圏の割合は31.1%。米国は12.7%、中国は20.7%。2010年に日本を訪問した外国人の数は、大中華圏は337万人（前年比28.4%増）。米国は、72.7万人（同3.9%増）。

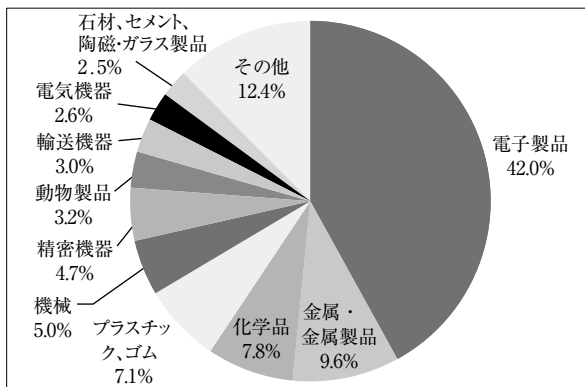
3. ビジネスパートナーとしての台湾の優位性

2010年6月に两岸経済協力枠組協定（ECFA）が署名され、9月に発効した。これは、两岸経済合作委員会を設置して、物品貿易、サービス貿易、投資保証、経済協力の各領域で規制緩和・ルール作りを進めていくもの。日本

台湾の対日貿易 輸出入品目

グラフ1 日本への輸出

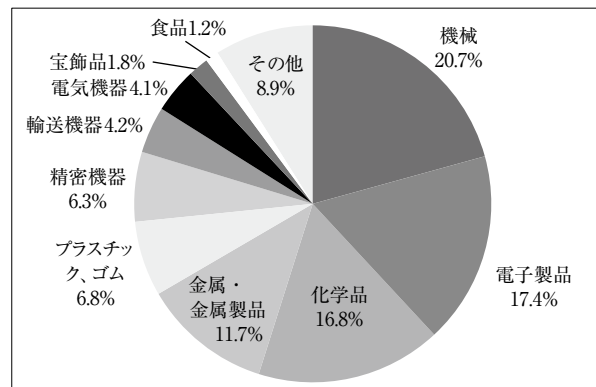
2010年輸出額：180億米ドル
(前年比+24.1%)



(出所) 台湾財政部統計處

グラフ2 日本から輸入

2010年輸入額：519億米ドル
(前年比+43.3%)



ジェットロ山口台湾レポート特集

企業は、台湾企業と連携することでECFAを活用し、中国市場への販路拡大の可能性が広がることになる。日本企業が海外に進出する際に、台湾企業の持つ①グローバルチェーン、②日本との高い親和性、③人的ネットワークと交渉力、④技術力と迅速な生産体制、現地のニーズ（中華圏の顧客向け）に合わせたカスタマイズ力などを生かすことができる。

台湾貿易センターでは、台湾の経済情報の提

供、見本市、商談会の開催、オンラインビジネスマッチング、メールニュース配信などにより、台湾との貿易・投資をサポートしている。必要であれば、問い合わせいただきたい。

台湾貿易センター 福岡事務所
 Tel : 092-472-7461 Fax : 092-472-7463
 Email : fukuoka@taitra.org.tw

図 台湾の主要な産業クラスターの分布



台湾の商習慣
 ~文化と歴史的背景をふまえて~



台湾在住作家 片倉佳史氏

1. 台湾の民族と言語

台湾の住民は98%が漢民族系である。70%が福建省から渡ってきたホーロー人、15%が客家人。13%が戦後蒋介石と共に渡ってきた外省人。台湾の公用語は北京語。「国語」と表記されるが、これは、戦後に中華民国政府が持ち込み、

教え込んだもの。住民の多くが母語とするのはホーロー語（台湾語）で、客家人は客家語。台湾語と北京語、客家語の間には大きな差異があるため、共通語が必要になる。戦前は日本語、戦後は北京語が共通語となった。このように台湾では、複数の言語を操る人が多いので、外国人がどんな事を言おうとしているのか、熱心に聞いてくれる人が多い。これは、ビジネス上のコミュニケーションにおいても利点となる。

2. 台湾人から見た日本人

2010年の統計では、台湾から日本へやってくる旅行者は約130万人。単純計算で26人に1人は、1年に1度、日本に来ていることになる。中でも北海道に来る外国人のうち48%が台湾人。黒部アルペンルートの場合は80%を占める。つまり、日本をよく知っている人が多い。

台湾では、アニメ、歌謡曲などのサブカル

チャーなどは日本とほぼ同時進行で流行する。これは親日感情というよりも、強烈な「親近感」となって人々の心に宿っていく。

東日本大震災の台湾からの義援金は、公式ルートで約200億円といわれているが、宗教団体の支援やロータリークラブなど、非公式のものを含めるとこれ以上の額になる。

なぜこのような義援金が送られたのか。台湾人には日本に対する「親近感」があるため、日本人が困っている様子を見て、放っておけないという心理が働く。また、1999年の台湾中部大地震の際、日本がすぐに救助隊を派遣したことに対する「恩返し」と考えた人も多い。こういった義理堅い部分も台湾人の気質。また、助け合いの精神が徹底していることも大きい。さらに、台湾には主体性の強い人が多く、自らの行動にぶれがない。巨額の義援金には、こういった背景が考えられる。

3. 台湾の街角と人々の暮らし

台湾のコンビニエンスストアは「便利商店」と表記し、出店密度は世界一である。セブンイレブンの場合、米国とカナダの合計で6,600店舗に対して、台湾は4,753店舗もある。オートバイは、高雄では市区人口150万人に対して200万台の所有があり、「1人2台」とも言われている。便利なことを好み、発想はフレキシブルで合理的。例えば、お礼などを述べる時、手紙

を書くよりも電話をすることを好むなど、ムダなものは切り捨てる性格の人が多く。

4. 台湾とビジネスをするうえで

台湾人は日本人の働き方（仕事に対する姿勢プライドや計画性、時間の正確さなど）をリスペクトしていることが多い。また、鉄道やダムなどのインフラ整備が日本統治時代に進められたことを感謝していることも多い。基本的に台湾人も勤勉で、信用を大切にするなど、日本人と共感できる部分は多い。

一方で、仕事の取り組み方は若干異なる部分をもつ。日本人はとにかく全身全霊で取り組むが、台湾人は対価に対して自分の時間や能力を提供するという考え。また、マイペース。家族主義の傾向も強く、食事が終わったらすぐ家に帰る。社内旅行は家族で参加したがる。会食なども家族と一緒に招くことが多い。家族からも当人の人柄を判断する。会社の待遇の善し悪しは、すぐに広まり、少しでもよい条件のところへ動く。そのため、転職は一般的で離職率は高い。

台湾企業とのビジネスを円滑に進めるには、誠意を持って接することが大事で、同時にこちらの取り組みや姿勢、仕事の流れなどをしっかりと伝えるべき。そのためにも信頼できる通訳やコーディネーターを得て、こういった人々を介しながら、人間関係を作っていくことが重要になってくる。

台湾の機械関連産業の概要と台湾ビジネスのポイント



百年翻訳社 社長 薛美玉氏

1. 台湾の機械関連産業の概況

2011年（1～8月）の統計では、台湾の機械

関連製品の輸出額では、1位が工作機械、2位がゴム、プラスチック機械、3位が特殊機能機械。輸出相手国・地域別は、1位中国+香港、2位米国、3位日本。輸入額では、1位が半導体・IC・パネル用製造プロセス設備、2位特殊機能機械、3位ポンプ・送風機・圧縮機。輸入相手国・地域別では、1位日本、2位米国、3位中国+香港となっている。

台湾の機械関連産業は、輸出志向で、毎年7割の機械製品を海外に輸出している。主な製品は、工作機械、衣類縫製加工機械、電子・半導体の生産設備。2008年の台湾の工作機械輸出額は世界第5位、電子・半導体の生産設備は同5

ジェットロ山口台湾レポート特集

位、木工機会は同3位。これは、台湾機械メーカーが、高品質で、製品の多様性があり、価格競争力を兼ね備えていることからではないか。また、工業技術院や精密機械研究センターなどの研究機関が大学と協力しながら産業を育成していることも台湾の機械関連産業の強さを後押ししている。

2. 台湾の機械関連産業の地域分布と特徴

台湾の機械関連産業は、精密機械、工作機械、金属加工、電子部品などを中心に台中に集積している。台中には、高速道路、鉄道、台中港、国際空港があり、交通網が整っている。(図)

3. 日台連携でビジネスを成功させるために

台湾とのビジネスは、まず、インターネットなどの公開されている情報を収集することから始めたい。その後、現地での商談会への参加や個別企業訪問などをする。その際に重要なのが、通訳の役割。台湾は外国であり、日本とは異なるのは当たり前。「騙される」というよりは、「考え方の違い」からくるもので、これは、「よし」「悪し」の判断ではない。常に「リスク管理」を念頭に置いて期待していた反応が返ってこなかった場合のことも想定し、複数の対応オプションを用意しておく必要がある。商談を順調に進めるためにも通訳、台湾の事情に明るいコーディネータを味方につけ「正しい人脈」を紹介してもらうことがカギとなる。その意味でも、商談は、企業のトップと直接連絡を取ることが、最も近道。そして、初めは、断られても、タイミングを見ながら何回も連絡を取ってみて、何度も台湾に行き、訪問するなどしていき積極的な姿勢を見せることが大切。また、通訳者もそれぞれの能力に応じて、商談の段階によって替えていくことが必要な場合もある。

自社アピールするときや商談会などに参加するとき、配布する企業紹介のパンフレットには、必ず名刺を添付する。会社の基礎データを掲載し、写真を多く使い、文字情報を少なくするとよい。すぐに商談に繋がらない企業であっても、

人間関係を作っていく、信頼関係を維持していけば、その人を介して、別の企業を紹介してくれることもある。同時に、合わないと思えば、別の企業を探していけばよい。情報は、通訳のみに頼らず、様々なルートを持つことのほか、すでに持っている情報を常に更新していく心がけが大切。

商談では、こちらがベストプライスを提示しても、更に、値切ってくることもある。台湾企業は、日本企業と商習慣が異なるのは当たり前だと知ることが肝要。

ビジネスは、人を感動させることから始まる。まずは、信頼できる人間関係を作っていくことが大切。

台湾の工業団地 サイエンスパーク 輸出加工区分分布図



(資料) 台湾經濟部工業局資料より、百年翻訳社作成

(ジェットロ山口/林 裕子)