

食をめぐる日中経済関係と台湾

——食料品分野での貿易と投資事情を中心として——

姚 国 利

はじめに

1. 台湾系食品企業の中国進出
 - (1) 中台経済関係の拡大
 - (2) 台湾系食品企業の中国進出
2. 食料品をめぐる日台経済関係の変遷
 - (1) 食料品をめぐる日台貿易
 - (2) 日系食品企業の台湾進出
3. 中国進出における日台企業の連携
 - (1) 日系企業の「台湾活用型対中国投資」
 - (2) 主要台湾系食品企業の事例
 - ①頂新グループ
 - ②統一企業グループ
 - ③旺旺グループ
4. 日本のウナギ輸入における台湾と中国
 - (1) 養鰻技術の台湾への移転
 - (2) ウナギ産業の台湾から中国へのシフト

終わりに

はじめに

日本統治時代の台湾は日本本土への米と砂糖の重要な供給地であった。戦後日本の農水産物貿易において、台湾は依然として日本の重要なパートナーとなっている。また、半世紀にわたる日本の植民地占領と経営の結果、食文化を含め日本の文化は台湾社会に浸透していた。台湾は日本の食文化、企業文化などを最もよく理解している地域であるといっても過言ではない。

他方、台湾の言語、風俗習慣などは中国本土とほぼ同様である。このような歴史的経験と文化を持つ台湾は食料品分野での貿易と投資において日本と中国との間の架橋となっている。日本の米菓、即席麺、ラーメン、喫茶店などの食文化の中国進出はほとんど台湾とかがわっている。また、

日系食品企業は中国へ進出する際、台湾企業と連携するケースが少なくない。本稿では、食料品分野での貿易と投資の事情から日中経済関係における台湾の役割を検討していく。

1. 台湾系食品企業の中国進出

(1) 中台経済関係の拡大

周知のように、1949年中国内戦の結果として、国民党政府は中国大陸から台湾へ敗退した。以来、台湾と中国大陸は軍事的に対峙状態を続けて、経済交流が中断された。1970年代末、中国の改革開放政策は台湾と中国との緊張関係を緩和させる契機となった。1979年1月に中国政府は「台湾同胞に告げる書」を発表した。同書は従来「軍事による台湾解放」というスローガンを放棄し、中国と台湾との平和的統一を実現する声明に他ならない。また、中国政府は肉親や友人の相互訪問を早期に実現するよう台湾側に呼び掛け、台湾と中国との間で「三通四流」¹⁾という具体的な案を提出した。さらに、1983年、中国の最高実力者である鄧小平は中国と台湾との平和統一問題について談話を発表し、「一国二制度」という台湾との具体的な統一構想を打ち出した。

他方、台湾政府は台湾内外の政治状況の変化に応じて、1987年7月に38年間にわたり敷かれた戒厳令を撤廃したのに続き、同年11月に台湾住民の中国大陸への里帰り訪問を許可した。また、1980年代中期に至って、台湾の輸出主導型工業化は成功し、巨額な貿易黒字と外貨準備を積み重ねたものの、株価や地価が上昇し、空前のマネーゲーム現象により中小企業の経営は困難な状況になった。このような情勢に鑑みて、中国政府は台湾資本を誘致するために1988年7月に「台湾同胞投資奨励規定」を公表し、投資形態や投資分野などの多方面で台湾企業を内国民待遇とする特別な優遇政策を打ち出した。

中国政府の特別優遇政策は台湾企業の中国大陸進出への一大誘因となり、特に活路を求めている台湾の中小企業は中国政府の優遇政策を受けて、広東省と福建省を中心とする中国の華南地域に大量に進出した。ただ、台湾政府は1980年代末期まで台湾企業の対中国大陸への直接投資を原則として禁止していた。そのため、当時の台湾企業の中国進出はほとんど香港経由であった。つまり、台湾企業は香港でペーパーカンパニーを設立して、香港企業の名義で中国大陸へ進出したのである。そのため、1980年代末期に中国へ進出した香港企業の中には実に多くの台湾企業が含まれている。1989年、中国で民主化を要求する「天安門事件」が起これ、民主主義の大義を堅持した西側諸国は中国に対して経済制裁を発動した。台湾企業はむしろ西側諸国の対中国制裁を好機ととらえ、積極的に対中国進出をはかっていた〔張 1995: 239〕。

1990年以降、台湾は「対大陸地区間接投資および技術協力管理弁法」を公布し、台湾企業の対中国投資を事実上に黙認した。1992年、中国はさらなる開放政策を打ち出した。それを受けて、台湾企業の中国への直接投資は急速に拡大してきた。1991年に台湾企業の対中国直接投資は4.66億米ドルであったが、1992年に倍増して、10.53億米ドルとなった。さらに1993年は1992年より3倍ぐらい拡大して、31.65億米ドルに達した。

1996年、台湾の政治選挙をめぐって中国と台湾との政治関係は一時に緊張した。さらに翌1997

年末からアジア金融危機が発生した。台湾企業の対中国投資は一連の影響を受けて、2000年まで冷え込んだ。しかし、2001年に中国のWTO加盟が承認され、それを受けて、台湾企業の中国進出は再び加速した。ただ、台湾企業の対中国直接投資金額は統計上は中国側と台湾側ともに2004年ごろから減少した。例えば、2007年に台湾企業の対中国直接投資金額は17.7億米ドルまで下がって、1993年の約半分になった。しかし、それは決して台湾企業の対中国進出の衰退ということではない。実際には2004年ごろから台湾企業はダクスヘイブンとして知られるケイマン諸島やイギリス領ヴァージン諸島を活用して、中国への迂回投資を行っている。事実上、台湾は依然として香港に次いで中国への第2位投資地域である〔陳 2010：57〕。

2008年、中国と台湾との間の直行便の就航し、中国から台湾への観光解禁が実現した。さらに、2010年6月に中国と台湾間のFTAである経済協力枠組協定（Economic Cooperation Framework Agreement: ECFA）が調印され、同年9月に同協定は有効となった。以降、中台経済関係は新しい時代に入ってきた。

（2）台湾系食品企業の中国進出

台湾企業の対中国直接投資は電子・電気などの製造業分野に集中しているが、食料品分野における台湾企業の中国進出も注目されている。食料品分野における台湾企業の中国進出は他の分野とほぼ同じく、1990年代に入ってから始まった。1991年と1992年には中国へ進出した台湾の食品と飲料企業はそれぞれ19社と27社であった。前述したように、1992年に中国はさらなる開放政策を公表した。食品関連企業もその影響を受けて、大規模に中国へ進出し始めた。1993年に中国へ進出した台湾系食品企業の中国での投資件数は791件で、前年度より30倍拡大した。2000年ごろまで台湾系食品企業の中国進出はピークとなった。こうして1991年から2012年まで台湾系食品企業の中国での累計投資案件は2,349件、累計投資金額は28.53億米ドルとなった。

表1. 台湾系食品企業の対中国直接投資の推移
(単位：万米ドル)

年次	食品製造業		農林水産業	
	件数	金額	件数	金額
2004	34	8,959	5	372
2005	28	5,340	5	801
2006	18	7,159	3	896
2007	13	6,362	8	1,710
2008	24	18,875	4	1,556
2009	39	33,696	1	719
2010	47	19,822	1	756
2011	17	20,294	1	448
2012	12	14,531	3	923

出所：台湾經濟部『各年統計月報』より作成。

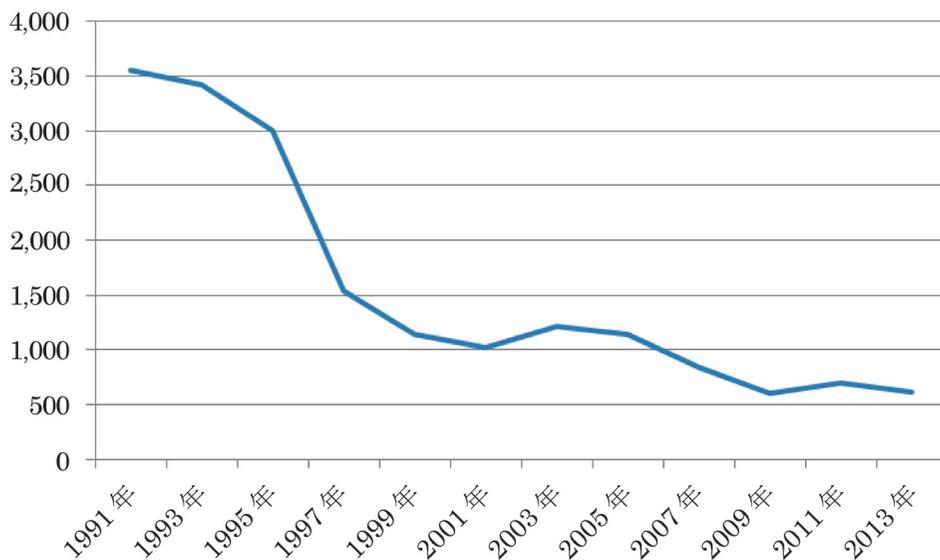
また、台湾の農業と水産養殖業も中国へ進出している。台湾の水産養殖企業の中国進出は主に中国の東南沿海地域、特に台湾海峡対岸の福建省に集中している。近年、台湾の水産、農業関連企業は福建省での投資が拡大している傾向がある〔宋 2009：68〕。

2. 食料品をめぐる日台経済関係の変遷

(1) 食料品をめぐる日台貿易

日本統治時代、台湾は日本の米と砂糖の重要な供給地であった。特に台湾の糖業開発においては日本が台湾領有後いち早く着手した〔隅谷・劉・涂 1992：14〕。戦後、日本の農水産物貿易において台湾は依然として日本の重要なパートナーである。台湾からの食料品の輸入は1990年代前半には史上最大の規模であった。1990年に台湾から食料品の輸入金額は初めて3,000億円台に入っ、3,129億円になった。1996年までほぼ年間3,000億円以上の輸入金額が維持されていた。台湾からの輸入品目の中では豚肉、ウナギ、野菜が主な品目であり、特に豚肉は圧倒的に多かった。しかし、1996年、台湾で豚の伝染病が発生した。また、1990年代に入ってから野菜やウナギなどの水産物の輸入に関しては中国が登場して、多くの品目は中国からの輸入に変わってきた。このような背景の下で、1990年代後半から台湾からの食料品輸入は大幅に減少してきた。2013年に至って、台湾からの食料品輸入金額は612億円に減って、史上最多の1992年（3,628億円）の17%までに縮小してきた。台湾からの食料品輸入の減少状況は図1の通りである。

図1. 台湾から食料品輸入の減少状況（単位：億円）



出所：財務省貿易統計より作成。

台湾から輸入される食料品の構造を見てみると、前述したように1996年までは豚肉が主な品目であったが、豚肉の輸入停止によって台湾からの肉類の輸入は1990年代後期から激減して、近年ほとんどなくなった。他方、台湾は日本と同じく海に恵まれており、海産物や水産物の養殖は発達している。魚介類および同調製品は台湾からの主な輸入品目である。そのうち、ウナギの輸入は特に知られていた。生鮮ウナギの年間輸入金額は1980年代から2011年まで100～200億円の間に維持されていた。また、台湾は温暖な気候に恵まれ、果実や野菜の生産量が高い。果実と野菜は台湾から輸入される主な品目となっている。特に台湾産バナナの輸入は歴史が長く、日本の消費者に知られている。しかし、2000年以降、フィリピン産バナナと価格競争によって輸入量は減少してきた。

表2 台湾からの主な食料品の輸入状況（単位：億円）

年次	肉類及び同調製品		魚介類及び同調製品		果実及び野菜		
		豚肉		ウナギ		果実	野菜
1990	1,022	977	1,410	187	570	140	430
1995	1,664	1,617	992	160	231	87	144
2000	8	--	847	107	148	64	84
2001	19	--	814	110	119	40	79
2002	35	--	1,009	180	114	40	74
2003	25	--	991	193	129	50	79
2004	20	--	1,081	184	124	41	83
2005	38	--	938	170	106	37	69
2006	39	--	727	128	111	41	70
2007	33	--	651	160	102	44	58
2008	32	--	587	109	103	38	65
2009	28	--	444	73	91	33	58
2010	8	--	598	130	92	30	62
2011	5	--	547	118	100	29	71
2012	5	--	512	47	104	27	77
2013	6	--	430	31	119	31	88

出所：財務省貿易統計より作成。

近年、全体的に台湾から食料品の輸入は減少してきたが、いくつかの個別品目の輸入先として台湾の存在は依然として大きい。2012年台湾からの輸入状況を例示すれば、単一品目で日本の輸入に占める首位品目（金額ベース）はマグロ類、枝豆、結球レタス、さんま（冷凍）とその他の豆となる。2012年には台湾から輸入されるマグロ類の金額は398億円になり、同年の日本のマグロ類全体の輸入の21.9%になる。もう一つは枝豆である。枝豆は台湾からの重要な輸入品目であり、2012年の輸入数量は30,104トン、輸入金額は52億円になり、日本の枝豆の輸入金額全体の44%を占めている。台湾においては、1980年代以降、缶詰食品に代わって枝豆などの冷凍食品の輸出が急増して、冷凍枝豆は台湾の農産物輸出にとって重要な役割を担っている〔斉藤 1997：22〕。

日本の食料品輸入における台湾産の主な品目は表3の通りである。

表3. 日本の食料品輸入における台湾産の主な品目（2012年）

品目名	数量（トン）	金額（億円）	輸入全体に占める比率（%）
結球レタス	6,061	5.43	51.7
枝豆	30,104	52.40	44.1
まぐろ類	65,012	398.04	21.9
さんま（冷凍）	733	1.26	87.1

出所：一般財団法人・食品産業センター編『食品産業統計年報』
平成25年度版より作成。

また、台湾は香港と並んで日本産食料品、特に農水産物の重要な輸出先市場である。1980年代末期に日本産食料品の対台湾輸出金額は455億円（1989年）になった。1990年代中期から減少してきたが、2005年頃から再び増加している傾向となっている。日本から台湾へ輸出される食料品の内訳を見てみると、魚介類および同調製品、穀物及び同調製品、果実及び野菜などが主要品目となる。2001年まで魚介類および同調製品は台湾向け輸出の最大品目であったが、2002年から果実と野菜が魚介類を上回って、台湾向けの最大の輸出品目となっている。

高品質と高価格の日本農産物に対する台湾の需用拡大については、以下の背景がある。一つは、近年台湾の経済発展とそれに伴う台湾の消費者における食の高度化である。1990年代以降、台湾経済は大陸と関係強化を進めながら、安定的な成長を続けている。台湾住民の所得水準は向上して、一人当たりGDPは2010年に初めて20,000米ドル以上の20,006米ドルとなった。このことから、台湾では高価格である日本産農産物の購入が可能となる消費者層が増加している。もう一つは、2002年台湾のWTO加盟とそれに伴う関税障壁削減である。WTO加盟に伴い、なし、柿、干しシイタケなどは輸入割当制度から関税割当制度へと移行した。りんご、もも、ぶどうなどの品目については自由化された2001年では日本産果実の対台湾輸出金額は9億円しかなかったが、輸入制限の緩和により翌2002年には日本産果実の対台湾輸出は4倍近く伸びて、33.3億円まで拡大した。台湾のWTO加盟が日本産農産物の輸出拡大に拍車をかけ、台湾が日本の農産物の一大輸出市場へと成長する契機になったといえる〔佐藤 2013：18〕。2013年台湾向け日本産食料品の輸出状況は表4の通りである。

日本から台湾へ輸出される農産物の中でりんごが筆頭となっている。2001年まで日本産りんごの輸出先としては香港、台湾とタイが三分していたが、WTO加盟によって、台湾の輸入が急増して、2003年には台湾のみで9割を占めていた。以降、台湾は日本産りんごの最大の輸出先市場となっている。また、りんごの他、なし、ぶどう、もも、さくらんぼ、イチゴなどの対台湾輸出が行われている。野菜の中には長芋の対台湾輸出は特に注目されている。長芋は中国語で「山薬」と呼ばれて、古来から健康食品として珍重されている。台湾では大きく、長いものが好まれている。台湾においてもイモ類が栽培されているが、日本産長芋ほど大きいものが収穫できない。日本で大き

表4. 日本産主要食料品の対台湾輸出状況（単位：億円）

年次	輸出全体	魚介類及び 同調製品	穀物及び 同調製品	果実	野菜
1990	399.1	71.9	36.9	4.5	49.2
1995	203.6	64.7	24.1	5.9	13.6
2000	217.9	57.1	36.5	8.7	13.2
2001	202.9	51.6	33.0	9.2	17.8
2002	244.9	58.0	32.2	33.4	27.0
2003	270.8	70.0	31.0	49.3	20.7
2004	250.6	55.2	31.3	37.7	19.3
2005	328.9	76.0	41.6	64.9	22.4
2006	330.3	57.9	45.1	66.7	27.4
2007	394.7	71.9	52.8	90.8	33.2
2008	369.5	64.5	50.0	80.3	31.8
2009	315.8	57.8	36.6	60.5	24.9
2010	338.3	69.8	40.9	66.4	23.8
2011	321.1	64.5	40.8	67.4	18.3
2012	306.6	64.0	44.6	40.0	24.4
2013	413.4	85.1	59.3	76.4	27.8

出所：財務省貿易統計より作成。

すぎて市場では売れにくい大きいものがむしろ台湾への輸出の好機となる²⁾。日本の果実や野菜などの個別品目の輸出状況を見ると、台湾市場が首位に立つものが多い。その中で代表的な品目は表5の通りである。

表5. 日本産食料品輸出における首位を占める台湾向け輸出品（2012年）

品目名	輸出金額（億円）	全体に占める比率（%）
りんご	27.3	82.5
ぶどう	2.4	60.0
なし	3.4	68.5
キノコ	1.5	46.5
長芋	11.4	64.8
乾昆布	4.4	63.1
米菓（あられ、せんべい）	8.1	27.9
チーズ カード	1.4	46.5

出所：一般財団法人・食品産業センター編『食品産業統計年報』平成25年度版より作成。

(2) 日系食品企業の台湾進出

貿易関係の他、日系食品企業の台湾進出も日台経済関係の重要な一部である。1953年、台湾は「第一次国家建設4ヵ年計画」を実施した。しかし、資金と技術とも不足していた。必要な資金を

調達するために台湾は農産物の輸出を拡大すると同時に、外資導入政策を企画した。1954年には「外国人投資条例」、翌1955年には「華僑帰国投資条例」が制定され、次第に外国資本の導入に関する法規が整備されるようになった。しかし、こうした一連の外資導入政策と条例は予期したような効果を収めなかった。なぜならば、台湾は外資を導入すると同時に国内産業を保護するために、外国投資企業に対する投資比率、外貨送金を制限している他、キャピタルゲインの送金を認可しなかったからである。1950年代後半に至って、台湾政府は外資導入政策を調整した。1959年に「外国人投資条例」、翌1960年に「華僑帰国投資条例」をそれぞれ改定し、投資分野の規制緩和、送金の保証、土地取得の許可、外国企業に5年間の企業所得税の免除などの優遇措置を定めた。また、1962年に外国企業との技術提携条例が制定された。さらに1965年に外国からの直接投資に対して機械設備、原材料の輸入税、営業税などの税制面で優遇する輸出加工区を設置した。輸出加工区の第1号は1965年設立された高雄輸出加工区である。外資導入政策の調整と輸出加工区の設立によって、1965年以降、日系や米系企業を中心とする外国企業の台湾進出は加速した。台湾財政部（日本の財務省に相当）の統計によると、1965年から1970年までの間、日系企業の台湾での投資件数は347件、投資金額は8,100万米ドルになった。1970年代に入ってから労働集約型の業種に対する優遇措置が縮小される一方で、技術集約型外国企業を導入するために、1972年に楠梓輸出加工区と台中輸出加工区が追加で設立された。さらに、1980年代以降、新竹工業園の開設に加えて、1986年には外国資本にサービス業分野も開放した。他方、この時期に日本はプラザ合意によって円高と経済構造調整の時期に入った。1986年から日系企業の台湾進出は一気に拡大した。

日系食品企業の台湾進出の歴史を振り返ってみると、1969年まで台湾には4社の日系食料品関連会社が進出した。森永製菓、カゴメはその時期に台湾へ進出した。森永製菓は55%の比率で出資し現地の企業と合併して、台湾で菓子の製造と販売を始めた。カゴメは50.4%の比率で出資して現地の企業と合併して、台湾で野菜缶詰の製造と販売を開始した。1970年代にはまだ数社の日系食品企業は台湾へ進出した。1985年プラザ合意以降、日系食品企業の台湾進出が加速した。1988年には食品製造企業と農水関連企業を合わせて、15社になった。さらに、1997年にはその数は29社まで増えてきた。1998年以降、アジア金融危機の影響を受けて一部の日系食品企業は台湾から撤退した。それ以降、台湾の人件費上昇などによるコスト上昇のため、日系食品企業の台湾進出は減少してきた。ただ、近年、中国市場を視野に入れて台湾進出を考える日系食品企業は増えている〔劉 2011：52〕。台湾に進出している主要日系食品企業の状況は表6の通りである。

表6. 台湾における主要日系食品企業（単位：万台湾元）

企業名	設立年次	事業内容	資本金	出資状況
森永製菓	1962年	菓子、食品製造と販売	35,400	森永製菓 55%、 現地企業 45%
ヤクルト	1964年	発酵乳等製造と販売	19,200	ヤクルト本社 25%、 松尚 19.3%、残りは 現地企業
カゴメ	1967年	野菜缶詰の製造と販売	31,635	カゴメ 50.4%、残りは 現地企業
不二製油	1976年	油脂加工事業	24,000	不二製油 40%、残りは 現地企業
UCC 上島	1985年	コーヒーの製造と販売	NA	UCC100%
アリアケジャパン	1985年	食料品の製造、 加工、販売	25,000	アリアケジャパン 80%、伊藤忠商事 20%
山崎製パン	1987年	パン、菓子類の 製造と販売	4,000	山崎製パン 90%、 三菱商事 10%
キリンビール	1988年	ビールの生産と 販売	6,400	キリンビール 100%
日清オイリオ	1991年	マーガリン、 加工油脂の製造と 販売	12,000	日清オイリオ 44%、 三菱商事 5%、 (現地) 統一企業 51%
日本ハム	1991年	食肉、水産物の 生産と販売	NA	日本ハム 100%
雪印メグミルク	1992年	食品、飲料販売	700	雪印メグミルク
理研ビタミン	1994年	食品用及び化成品 用改良剤製造	1,500	理研ビタミン 100%
カルピス	1995年	飲料の製造と販売	NA	カルピス 100%
ロッテ	2005年	菓子の販売	NA	ロッテ 100%
味の素	2006年	調味料、アミノ酸 の輸入、販売	NA	味の素 100%
カルビー	2012年	スナック菓子の 製造と販売	25,000	カルビー 51%、 (現地) 味全食品 49%

出所：東洋経済新報編『海外進出企業総覧』を中心にして、各種資料を基に筆者作成。

3. 中国進出における日台企業連携

(1) 日系企業の「台湾活用型対中国投資」

1980年代中期以降、日系企業は中国へ進出し始めた。その内、台湾企業と連携して中国へ進出した事例は少なくない。特に、技術力を持っているが、海外進出に必要な情報や語学人材の欠如した日系中小企業にとって、台湾企業の利用価値が高い。このような台湾企業あるいは台湾にある日系子会社が保有する経営資源を利用した形での対中国投資は「台湾活用型対中投資」と呼ばれている。「台湾活用型対中投資」には多くのメリットがある。これらのメリットには以下のものが挙げられる。①台湾側パートナーの販売網を通じた中国市場開拓、在中国台湾企業への販売拡大、②在中国台湾企業から安価かつ良質な部品の調達、③中国国内の台湾人ネットワークを通じた情報収集・トラブル解決、といったメリットを享受している。また日本の企業文化と日本語、中国の文化と言語をともに解し、技術・管理ノウハウにも通じている台湾人従業員が活用できるため、中国現地法人のスムーズな立ち上げ、運営が容易になる〔伊藤 2005：3〕。中国には多くの外国企業が存在しているが、その中で台湾企業のネットワークは特に大きい。在中国台湾企業のネットワークの頂点になるのは「台湾企業協会」である。同協会は中国の主要省、市にはほとんど設立されて、現地の政府と役人に緊密な関係を持っている。また、中国人の台湾移住は決して遠い昔ではなく、台湾住民の多くは大陸に肉親関係がある。共通の文化、言語によって形成したコネクションは外国系企業が比べられないものである。

他方、多くの台湾企業は日系企業との連携を望んでいる。台湾の企業構成は香港に類似して、中小企業が多い。特に食品分野には小規模の企業が圧倒的に多い。中小規模の台湾の食品企業はR&Dの能力を持っていないので、日系食品企業の技術協力を求めている。技術の他、日系食品企業の経営ノウハウ、資金力も多くの台湾食品企業にとって重要なものである。「台湾活用型対中投資」に関するまとまった統計が存在していない。1989年から2005年までの間、少なくとも301件が確認された〔伊藤 2005：6〕。電気、電子分野が特に多く見られているが、食料品分野にも存在している。食品分野としては頂新グループ、統一企業グループと旺旺グループという台湾系三大食品企業が特に注目されている。

(2) 主要台湾系食品企業の事例

①頂新グループ

頂新グループは中国における最大外資系食品企業である（2013年現在）。頂新グループは1958年に台湾彰化県永清郷に設立された油脂製造工場から始まった。最初は、家族9人で生産と運営を行い、典型的な家族経営の零細企業であった。1974年、「頂新製油実業有限公司」と改名し、主に工業用油を生産していた。1989年、中国へ進出して、北京で「頂好製油有限公司」を設立し、食用油を生産し始めた。しかし、大量の広告活動を実施したが、同社の製品はうまく売れなかった。1992年、食用油の生産能力を生かして、中国での事業重点を即席麺の生産へ改め、天津で生産工場を建て、「康師傅」という商標の即席麺を生産・販売し始めた。中華風の味である「康師傅」は

中国の消費者の好みに合わせたので、すぐヒット商品になり、「康師傅」も同社のブランドとなった。1990年代後半から同社の経営範囲が拡大して、即席麺から飲料、菓子類、さらに1997年から不動産への投資を行った。しかし、大規模な投資が裏目に出て、会社の経営は危機状態に入った。1999年7月、会社の経営危機を挽回するために日本のサンヨー食品株式会社と提携関係を結び、再生を図った。サンヨー食品は頂新グループに33.16%の資本参加をし、最先端の技術供給を始めた〔稲垣 2002：134〕。それにより再生は成功し、以来主力製品の即席麺は中国でトップの市場シェアを獲得している。2004年、頂新グループはアサヒビール、伊藤忠商事と共同出資で清涼飲料の生産を始めた。翌2005年、頂新グループは亀田製菓と合弁会社を天津で設立して菓子の生産を強化した。同年、カゴメと共同出資で中国市場での健康飲料を開拓し始めた。さらに2007年以降、グループは不二製油、敷島製パン、カルビー、ケンコーマヨネーズなどの日系大手食品メーカーと次々と提携関係を結び、中国での食品、飲料生産と販売を拡大している。

②統一企業グループ

統一企業グループは食品製造・販売から始まり、流通、情報などの多分野に跨る台湾の企業グループである。食品分野において、台湾域内の最大手である。統一企業グループの主要な食料製品には食肉加工品、牛乳・ヨーグルトなどの乳製品、茶・コーヒー・ジュース・ミネラルなどの飲料、パン・菓子、冷凍食品、調味料などがある。統一企業グループは1967年に台湾台南市で設立された小さな飼料及び製粉工場から始まった。1972年、統一企業は日清製粉と技術協力協定を結び、本格的に日本の製粉技術を導入した。また、1970年代には台湾の工業化が進められ、経済成長が続いていた。日本からの技術導入および経済成長の時代に恵まれ、統一企業の主力製品である即席麺や飼料などの売行きが好調であった。1975年、統一企業は飼料と即席麺の他、乳製品生産部を設立した。製粉生産と同様に乳製品の生産においても日系食品企業（明治乳業）からの生産技術を導入した。さらに1990年代以降、統一企業はキッコーマンなどの日系食品企業の他、ヤマト運輸、楽天などと提携して流通や情報などの分野を強化している〔統一企業 HP〕。

統一企業は1992年に中国へ進出した。中国進出からわずか3年後の1995年3月に至って、統一企業は中国で即席麺、飲料、食肉加工、ビスケット、粉乳、小麦粉、製缶などの工場を中国各地で13ヶ所展開していた〔大西 1995：299〕。統一企業の中国進出は最初から日系企業と提携していた。1990年代初期、中国には清涼飲料用缶容器、特にアルミ缶は殆どなかった。それで統一企業は1994年に川崎製鉄などの3社と組んで、江蘇省で製缶工場を設立した〔大西 1995：237〕。2000年以降、統一企業はMister Donut、キッコーマンなどの日系食品企業と提携して、中国での事業を拡大している。

③旺旺グループ

旺旺グループは中国各地で多くの工場を稼働させ、米菓を生産しており、中国でビジネスが大成功している台湾系食品企業である。旺旺グループの前身は1962年に台湾東部の宜蘭県で設立された宜蘭食品有限公司である。台湾の他の中小企業と同じく、かつては家族経営の零細企業の一つにすぎなかった。最初は缶詰などを生産した。当時、台湾産の缶詰は主にヨーロッパやアメリカに輸出されていた。しかし、1970年代中盤以降、中国や東南アジア諸国の価格競争力が高まり、台湾

の缶詰加工産業は衰退した。旺旺グループの前身である宜蘭食品有限公司もやむを得ず、缶詰事業から撤退して、いかの燻製などの水産加工業へ転換した。しかし、水産加工業への転換も失敗した〔辻中 2006：60～63〕。1970年代末期に至って、宜蘭食品有限公司の赤字は拡大し、会社の経営は悲惨な状態であった〔蔡 2011：70〕。会社の経営危機を解決するために、1980年代に入ると、経営者は日本の米菓に目を向けた。日本の製菓技術を獲得するために、宜蘭食品有限公司は新潟にある岩塚製菓に技術提携を打診した。当時の岩塚製菓は経営の絶好期であった。1978年に発売した「あじくらべ」は、1979年に42億円だった年間売上高が1980年には60億円に迫り、40%を超える伸びを示した。宜蘭食品有限公司の再三の依頼を受けて、1983年には岩塚製菓は宜蘭食品有限公司からの技術研修を受け入れた。それと同時に岩塚製菓の古いマシンを日本から持っていき、現地で組立て直した。また、岩塚製菓の技術指導者は台湾へ足を運び、ラインの組立てをともにを行い、試作テストを繰り返した〔辻中 2006：103〕。

岩塚製菓からの技術提携による日本の米菓生産はその後順調に進んで、1980年代末期までに宜蘭食品有限公司は台湾の米菓市場での80%のシェアを取るに至ったのである。とりわけ「旺旺」という商標の米菓シリーズは台湾で大人気を得た。そこで、会社の名称をこの時期から宜蘭食品有限公司から旺旺食品有限公司へと変更した。

旺旺は1992年に中国へ進出した。湖南省長沙市で第一号の生産工場を設立して以来、2013年まで中国全土で34の子会社、357の工場と営業所を設立し、中国でのビジネスは大成功を収めている。旺旺の中国での成功には岩塚製菓からの技術提携が大事であるが、米菓という日本の食文化を初めて中国へ伝えたことも重要である。長年の鎖国政策の結果として、食文化においても中国は世界と分断されていた。旺旺は台湾での成功経験、そして中国人と共通の食文化と言語を持つというメリットを生かして、中国での米菓ビジネスの機会をタイミングよく把握したといえよう³⁾。これは中国ビジネスにおける台湾企業の強さともいえる。

表7. 中国で展開している台湾の三大食品企業と日系企業との提携関係

統一グループ	頂新グループ	旺旺
主事業 食品の生産・販売、流通	主事業 即席麺、飲料	主事業 米菓子
提携する日系企業 ①食品分野 日清オイリオ キッコーマン ②飲料分野 ダイドードリンコ ③流通分野 ヤマト運輸 阪急百貨店 セブン・イレブン ダスキン 無印良品 三菱商事 三井物産 ④その他の分野 イエローハット 楽天	提携する日系企業 ①食品分野 サンヨー食品 日本製粉 亀田製菓 敷島製パン ②飲料分野 アサヒビール カゴメ ③その他の分野 伊藤忠商事 ファミリーマートユニー	提携する日系企業 ①食品分野 岩塚製菓 ②その他の分野 日本テレビ 丸紅

出所：台湾証券取引所の資料および『東洋経済』（2011年10月1日号）より作成。

4. 日本のウナギ輸入における台湾と中国

(1) 養鰻技術の台湾への移転

日本におけるウナギ食文化の歴史は長い。江戸時代初期にはウナギは割かずに丸ごと串刺しにして道端の屋台で焼く、いわゆる庶民のファストフードであった。丸焼きにしたものに山椒味噌をぬったり、豆油をつけたりして食べていたようである。そのぶつ切り、串刺しの様子が蒲の穂に似ていたので「蒲焼き」の名がついたといわれている。夏の「土用丑の日」にウナギを食べる習慣は、江戸中期に始まったとされている。日本では今でも夏の土用丑の日を中心に年間消費の3~4割が消費されており、いかに土用丑の日にウナギを食する習慣が根づいているかわかる〔黒木2013:104~105〕。また、日本のウナギ養殖の歴史も長い。日本の養鰻は1879年に服部倉治郎によって始められたといわれている。服部倉治郎は、東京の深川（現東京都江東区）で約2ヘクタールの池沼にクロコを放養して成鰻まで育て、ウナギ養殖の事業化に成功した。その後、ウナギの養殖は静岡、愛知、三重にも広がり、東海地方は日本の養鰻の中心となった。1930年ごろには日本のウナギの生産量は3,000トンを超えて、天然ウナギの漁獲量を抜いた。第2次世界大戦によって養鰻事業は一時衰退したが、1960年ごろには立ち直りを見せて戦前の生産量を上回った。

1970年代になると、それまでの露地池を使った粗放的養鰻からコンクリートの水槽をビニールハウスで覆い、加温した水でウナギを促成飼養する「加温ハウス養鰻」が主流になった。これによって養鰻の効率は高まった〔黒木 2013：106～107〕。

日本のウナギ養殖技術が初めて台湾で導入されたのは日本統治時代下の1923年のことで、水産試験所を中心に試験研究が行われた〔大塚 2005：192〕。しかし、十分な技術レベルに到達できず、市場も極めて小さいことから、民間に普及するまで至らなかった。戦後、1950年代には再び日本の技術援助の下、ウナギの養殖を試みたが、大きい進展が見られなかった。1967年に至っても台湾のウナギ養殖の年間生産量は300トンに満なかった。この頃の日本のウナギ年間生産量は20,000トン前後であるから、比較の対象にもならないほどの小さい規模だった〔大塚 2005：193〕。

食文化として、ウナギは台湾を含め中国系住民にとって昔から人気の水産物ではない。しかし、日本のウナギ市場の大きさおよび日本の商社のウナギ輸入ビジネスの活発化に触発されて、1960年代末期から台湾ではウナギの養殖ブームが起こった。ウナギ養殖ブームの下で、本格的に日本からの技術導入も始まった。前述した統一企業はこの時期からウナギ用水産飼料を生産し始めた。同社は日本製粉から畜産用とともに養魚用の配合飼料製造技術を導入した。1980年代前半には台湾のウナギ用配合飼料を生産する企業は100社ほど出現した〔交流協会 1984：25〕。

養殖と同時に、台湾でのウナギ加工業も1960年代末期から開始し、ウナギの加工会社が多く設立された。台湾のウナギ加工会社は日本から機械設備を導入し、日本人技術者を招聘して、日本独特の伝統料理を工場内で大量生産する体制を整えた。また、蒲焼きの場合には伝統的調理法が地域によって異なる点に配慮した加工が行われた。台湾産加工鰻は当初はほとんど白焼きであったが、やがてタレを付けた蒲焼きが主流となった。安価な台湾産冷凍蒲焼きの流入は専門店以外の蒲焼市場を肥大化させた。人々は土用丑の日はもちろんのこと、年間を通じてますます気軽に、ますます頻繁に蒲焼を口にするようになった〔大塚 2005：201～202〕。

(2) ウナギ産業の台湾から中国へのシフト

前述したように、1980年代中期以降、台湾の輸出主導型工業化の成功に伴って、地価と人件費は上昇してきた。同時にプラザ合意以降、台湾元も高くなった。これらの要因が台湾のウナギ養殖および加工コストを高めた。また、台湾は日本の技術導入によってウナギの養殖に成功しているが、台湾はもともとシラス漁獲量がそれほど多くなく、大量生産に必要なシラスの多くは実際には中国からの輸入に大きく依存している。しかし、1990年代に入ると、中国は自国のウナギ産業を発展するためにウナギの稚魚の輸出に制限を加えるようになった。中国のウナギ稚魚輸出制限は台湾のウナギ養殖業に大きな打撃を与えていた。他方、前述したように中国は1980年代末、台湾資本を導入するために台湾企業に「内国民待遇」などの優遇措置をとった。このような背景の下で、台湾の多くのウナギ養殖および加工企業は活路を求めて、気候環境が台湾に似ている中国の福建省と広東省へ進出した。ウナギ業界の生産拠点の中国への移転は台湾のウナギ生産の衰退を加速した。1985年には日本が輸入したウナギ（活鰻と加工鰻合計）における台湾のシェアは97%であっ

たが、1995年には30%まで下がってきた。代わりに日本のウナギ輸入に占める中国のシェアは1990年の15%から1995年に67%まで急上昇してきた。その後、日本のウナギ輸入はほぼ中国に一極集中するようになった。

台湾のウナギ養殖およびウナギ加工企業の中国への生産拠点の移転は中国のウナギ産業に貢献しているが、実際には1970年代から日本の商社はシラスの輸入を中心として、中国でウナギビジネス活動を展開していた〔大塚 2000：41〕。1980年代に入ると、中国の改革開放政策の下で日本の商社は開発輸入の一環として中国でのウナギ養殖と加工を開始した。さらに、1980年代後半以降、他の分野の日系企業の中国進出と同時に、コストダウンのため、東海澱粉、日盛産業などのウナギ大手も中国へ進出し、中国でウナギの養殖と加工を展開し始めた。こうしてウナギ産業の立地は台湾から中国へシフトした。日本のウナギの輸入における台湾と中国の移り変りは表8の通りである。

表8. 日本のウナギ輸入における台湾と中国（単位：億円）

年次	台 湾		中 国	
	活鰻	調製品	活鰻	調製品
1991	177.6	--	51.5	--
1993	183.2	--	36.6	--
1995	160.1	178.3	58.1	651.2
1997	149.2	106.8	63.5	1020.3
1999	108.3	23.4	73.6	738.2
2001	110.1	64.4	27.8	601.2
2003	193.1	24.6	46.1	387.4
2005	170.9	37.3	170.7	461.6
2007	159.5	35.5	102.5	476.4
2009	72.8	10.3	93.1	221.4
2011	118.3	19.5	121.2	320.2
2013	31.4	0.7	144.1	236.2

出所：農林水産省『農林水産物輸出入統計』各年版より作成。

終わりに

以上、日本と台湾との食料品貿易や投資などと関連付けながら、食料品をめぐる日中経済関係における台湾の役割を考察してきた。最後に以上の考察で明らかになった点を簡単にまとめておこう。

まず、日本の農水産物貿易において台湾は日本の重要なパートナーであることが判明した。1990年代前半まで台湾は日本の豚肉、ウナギ、野菜などの主要輸入先であった。特に豚肉とウナギは圧倒的に多かった。1990年代後半からは台湾からの食料品の輸入は減少してきたが、マグロ類、枝

豆などの一部の商品は依然として輸入されている。また、台湾は香港と並んで、日本産食料品の重要な輸出先市場である。特に日本産野菜と果実の対台湾輸出は注目されている。

そして、農水産物貿易の他、多くの日系食品企業は台湾へ進出している。1960年代まで森永製菓、カゴメなどのような大手食品メーカーは既に台湾へ進出して、台湾で菓子などの日本食品の生産販売を開始した。それは、台湾の食品企業は中国などの他の国や地域より先に日本の食品生産及び日本の食文化と接触したことを意味しており、その後の台湾食品企業の中国での菓子類や即席麺の生産とつながっていると考えられる。

続いて、多くの日系食品企業は台湾企業と連携しながら中国で事業を展開している。特に技術力を持っているが、中国進出に必要な情報や語学人材の欠如した日系中小企業にとって、中国進出する際に、台湾企業の利用価値が高い。もちろん、食品製造技術、養殖技術、資金を獲得するために、多くの台湾企業も日系企業との連携を望んでいる。

最後に、ウナギ産業の日本から台湾へ、そして台湾から中国への移転過程を明らかにした。日、台、中におけるウナギ産業の移転には人件費、地価、為替レートの変動などの多方面の要素が作用している。これらの要素の変動によって東アジア地域において産業は国境を越えて移転している。ウナギ養殖業は小さな産業部門であるが、代表的一例として東アジア地域の産業移転を物語っている。

注

- 1) 「三通」は通航・通商・通信、「四流」は学術交流・文化交流・スポーツ交流・科学技術交流のことを指す。
- 2) 各種報道および筆者の現地調査によって確認された。
- 3) 旺旺の成功について、岩塚の技術提供が決定的な要因だと言われており、筆者も岩塚製菓の技術提携の重要性を否定しない。しかし、マーケットや会社の経営戦略から見れば、中国市場進出のタイミング及び中国での経営手腕が大事な要因であると強調したい。なぜならば、旺旺は缶詰事業から撤退して、いかの燻製などの水産加工業へ転換した時、日本から技術を導入したが、うまく行かなかった。また、製菓技術はハイテク技術ではなく、技術の要素は限界があるだろう。

参考文献

- 張記濤著『中国経済のフロンティア』名著刊行会、1995年。
- 陳榮驥他「台商対中国大陸経済発展之貢献」『報告書』(国立台北大学亞洲研究中心)、2010年。
- 宋健暁・鄭晶著『閩台農業産業整合研究』中国林業出版社、2009年。
- 隅谷喜三郎・劉進慶・涂照彦著『台湾の経済——典型NIEsの光と影』東京大学出版会、1992年。
- 斎藤高宏著『開発輸入とフードビジネス』農林統計協会、1997年。
- 佐藤敦信著『日本産農産物の対台湾輸出と制度への対応』農林統計出版社、2013年。
- 劉憶如「中国を最もよく知る台湾」『東洋経済』2011年10月10日号。
- 伊藤信悟「急増する日本企業の「台湾活用型対中投資」—中国を舞台とした日台企業間の「経営資源の優位性」補完の構造—」『みずほ総研論集』2005年Ⅲ号。

稲垣清著『中国進出企業地図—メイド・イン・チャイナの展開』蒼蒼社、2002年。

大西憲著『中国の産業と企業』フレグランスジャーナル社、1995年。

辻中俊樹著『日本のものづくりが中国を制する—旺旺集団と岩塚製菓が挑む「世界品質」への道』PHP研究所、2006年。

蔡衍明「中国は台湾から攻める」『東洋経済』2011年10月1日号。

黒木真理「日本におけるウナギ食文化」『ウナギ丼の未来—ウナギの持続的利用は可能か』（東アジア鰻資源協議会日本支部編）、青土社、2013年。

大塚茂著『アジアをめざす飽食ニッポン—食料輸入大国の舞台裏』家の光協会、2005年。

交流協会編『台湾における「ウナギ」の生産・流通事情』1984年。

大塚茂「ウナギ輸入ビジネス小史」『島根女子短期大学紀要』第38号、2000年。

（本稿は、2014年度宮城学院女子大学研究助成による研究成果の一部である。また、執筆に当たって、同僚の田中央郎先生から有益かつ示唆深いコメント、さらに日本語の訂正をいただいた。記して、心から感謝の意を申し上げたい。）

