

飛躍する台湾産業



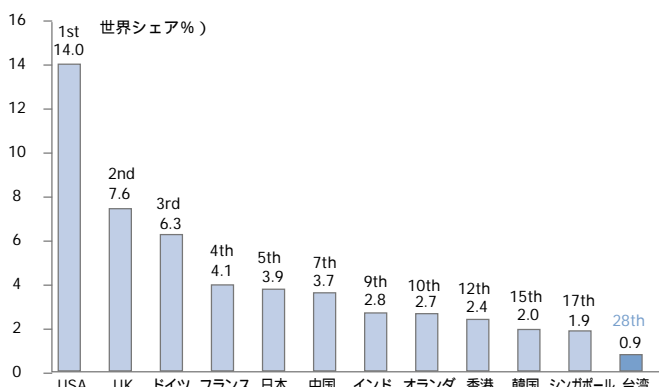
十大重点サービス業で国際化志向を強める台湾のサービス産業

台湾のサービス業は2000年代を通じて低迷しており、経済発展に伴い産業構造が農業・工業・サービス業へと転換するというペティ＝クラークの法則に反し、GDPに占めるサービス業の割合は年々縮小する傾向にある。これに対応して、台湾政府は昨年設定した十大重点サービス業に基づき、各サービス業の具体的な振興政策を策定し、その推進を開始している。本稿では、近年サービス業振興が特に注目される背景や十大重点サービス業振興政策の概要を紹介し、その発展方向を検討したい。

サービス業振興の背景

台湾がサービス業振興に注力するのはサービス業が低迷してきたからである。台湾では2000年代に中国への生産拠点移転による域内産業空洞化が顕在化し、まず域内労働需要が縮小した。域内労働需要の縮小は、失業率の上昇及び賃金の低下をもたらした。失業率は1990年代の1.5～3.0%に対し5%前後で高止まりし、実質給与額は年平均マイナス2%(2000～2009年)で減少した。そのため、域内消費需要が縮小し、サービス産業の成長が制約された。その結果、サービス産業の低成長がさらなる域内労働需要縮小の原因となるという悪循環が発生している。また、年々深刻化する少子高齢化問題は将来的な域内消費需要の成長可能性も制約している。

図1：サービス輸出額の世界シェア(2008)



出所：WTOの資料に基づきNRI作成

加えて、台湾経済は2000～2007年まで毎年平均33億USDのサービス貿易赤字を計上しており、域内のサービス需要が大幅に海外流出していた。図1はWTOが発表しているサービス輸出額の世界シェアランキングを示している。2008年の台湾のサービス輸出額は世界28

位であり、香港(12位)、韓国(15位)、シンガポール(17位)等と比べても格段に低い上、年々順位が悪化している。

そのため、サービス貿易収支の内訳を見ると、近年までの黒字はほぼ中国との三角貿易のみであり、その他の物流、旅行、特許料等で大きな赤字を計上し、トータルで純流出となる傾向にあった。

近年のサービス業振興政策

こうした状況に対応して、台湾政府は、2004年にはサービス業発展綱領と行動方案、2008～2009年にはサービス業発展方案を策定するなど、サービス業の発展に注力してきた。その後、金融危機やECFA(两岸経済協力枠組み協定)の締結などで急変したビジネス環境に対応し、2009年10月に総統府財經諮詢によって十大重点サービス業が新たに打ち出された。

この十大重点サービス業は、美食国際化、国際医療、音楽/デジタルコンテンツ、中国語eコマース、国際物流、展示会、都市再開発、WiMAX、高等教育輸出、ハイテク・ニュービジネスの資金調達プラットフォームの10領域である。以前のサービス業振興政策においても、サービス業12領域別などで振興政策が実施されていたが、今回設定された10領域はこれまでよりも具体的かつ現実的に定義されている。例えば、観光サービスの振興が、台湾観光の主要因であるグルメや医療ツーリズム、通信サービスの振興政策がWiMAX、金融サービスが海外企業向け資金調達という具合にである。また、いずれの分野も国際化志向が強く打ち出されており、海外需要の取り込みが意識されている。

この十大重点サービス業に対応して、2009年12月には行政院サービス業推進グループが設置された。前述のような観光、飲食、医療など政府部局を跨ぐ政策を推



進するため、各関連部局を協調させることが目的とされている。また、2012年には経済部の組織改革により、工業局と商業司が産業発展局に再編される。商業司が管轄する物流や飲食、小売業などと工業局が管轄するIT系サービス業が統合されることになり、より総合的なサービス業管轄部門が生まれることになる。

こういった組織改革と並行し、2010年の後半にかけて各担当部局により具体的な推進政策の策定が進められている。

例えば、美食国際化は台湾グルメをコンセプトとして、台湾料理(代表的なものとしては、魯肉飯、牛肉麵、タピオカミルクティー等)の国際プレゼンスを高め、訪台消費を増やそうとするものである。4年間で11億元の政府予算を投入して、台湾域内の料理技術向上やマーケティングを強化する一方で、中国を中心とする海外市場への展開を支援し、最終的には主に観光客による域内消費増が期待されている。

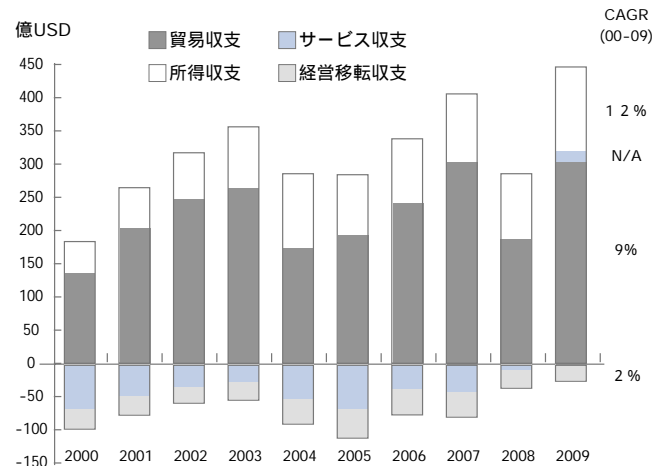
今後の発展方向性

今後のサービス業発展のためには、域内需要と海外需要の拡大を同時に進めていかなければならない。域内需要拡大については、高所得者層向けサービスなどにはまだまだ潜在余力があるはずで、そこから域内消費拡大への好循環を作り出していく必要がある。また、域内製造業のサービス業化(アウトソーシング利用)にも拡大余地がある。日本でも1990年代以降に進んだ間接業務等のアウトソーシング化はサービス産業拡大を牽引した。一方、域内消費全体が今後縮小傾向にあるため、海外需要の取り入れは長期的な成長にとって必須である。海外サービス市場の獲得には、金融業やKPO(Knowledge Process Outsourcing)などのオフショア・アウトソーシング産業及びクリエイティブ産業などの競争力強化が考えられる。また、海外サービス需要を直接台湾へ引き込むためには、観光や物流産業の振興が必要とされる。

特に、台湾のサービス輸出は2000年代に入って長らく低迷していたものの、リーマンショック以降は経済

発展を牽引する状況にある。台湾のGDP構成比は、民間消費が約6割、固定投資が約2割、政府消費が約1割超、商品及びサービス輸出が約1割弱となっている。このうち、民間消費と政府消費が2004-2009年に年平均2%で増加、固定投資が同マイナス2%で減少する一方、輸出による生産額は同22%で増大し、全体の経済成長を牽引している。この輸出の内訳として、図2では台湾の国際収支の構成を示している。2000年代を通じて貿易収支が一貫した大きな黒字を示す一方で、2008年からのサービス収支の改善が全体に大きな影響を与えている。

図2：台湾の国際収支



出所：行政院主計処の資料に基づき NRI 作成

現在進行中の十大重点サービス業振興策はまさにこのサービス輸出拡大を現実的に志向するものであり、ECFAを活用した中国需要の獲得も積極的に考慮されている。実際に两岸融和の進展による中国人観光客増大はサービス収支を黒字化させており、2009年のGDP成長を0.5%押し上げている。本年中には中国人の個人旅行ビザの解禁も予定されており、さらなる効果が期待できる。

日本のサービス業が海外展開する際、こうした台湾サービス業の国際化志向や積極的な振興政策の活用を検討してみるのも面白いだろう。

(目片芽輝:m-mekata@nri.co.jp)