

日台アライアンスに関する現地調査について

経営学研究科修士課程

彭 思瑜

1. 調査目的

近年、新興国の台頭に伴い、日本のものづくり企業は韓国や台湾などの海外メーカーとの競争が激化している。また、大手メーカーによる生産の海外移転や、中国などの新興国市場がますます拡大する中で、海外市場での販路拡大や海外メーカーとの提携などといった海外事業の展開は、愛知のものづくり中小企業にとってもますます重要な課題となっている。

特に、近年、日本企業にとってより関心が強い地域としては、中国と ASEAN である。しかし、例えば中国市場の開拓を目指す場合、国際ビジネスの経験・人材ともに不足する愛知のものづくり中小企業にとって、当初から中国企業と組むには、経営理念やコンプライアンス (Compliance) に対する考え方のギャップが大きすぎるという問題もあると考えられる。一方で、台湾企業は中国と言語・文化上の同一性を持つほか、東南アジアと地理的経済的にも関係が深く、また親日的で日本の製品やサービスに対する受容度も高いと言われる。この上、この台湾企業とアライアンス (Alliance) を結び協力関係を構築することは、愛知のものづくり中小企業が中国をはじめとするアジア地域に海外展開する上で、極めて有効な選択肢となっている。このような日台アライアンスも、愛知のものづくり中小企業の国際化を進める上で、今後の重要な視点になると考えられる。

本研究の目的は、日台アライアンスを中心に愛知のものづくり中小企業の海外展開とそれをめぐる課題と改善策を検討し、これにより愛知のものづくり中小企業に最適な国際経営戦略・ビジネスモデルを確立することである。なぜなら、台湾企業とアライアンスを組んでお互いの強みを活かして協力関係を構築することは、愛知のものづくり中小企業が新たな事業展開を図る有効な選択肢の一つだと考えるからである。よって、日台アライアンスの事例および現状を研究するためには、現地調査を行う必要がある。

台湾は、長く日本の機械・設備、電子材料・部品などに大きく依存している。そのため、1980 年以降、台湾政府は日本の資本と技術を導入する優遇政策を取り続けてきた。2001 年に中国の World Trade Organization (WTO) 加盟以降、各国は中国への投資を集中・増加させている。また、台湾企業と提携し、中国へ進出している日本企業も増えている。さらに、両国の政府は日本の経営者の理解と関心を高め、台湾企業と日本企業との交流・提携をもっと盛んにするため、様々な支援政策を計画してきた。特に日台アライアンスは、航

空機器、自動車、電子・電機、バイオテクノロジー、情報通信などの産業に集中していると考えられるため、台湾現地での企業を訪問し、今後の研究の参考として活用できれば良いと考える。

2. 調査内容

現地調査の内容としては、まず、台湾の台中科技大学の黎立仁先生、李嗣堯先生、名城大学の田中先生等と同行し、「旭硝子顯示玻璃股份有限公司」と「慧國工業股份有限公司」二社を訪問した。

旭硝子顯示玻璃股份有限公司という会社は、世界最大手のガラスメーカーである旭硝子株式会社（AGC）の台湾拠点である（図表 2-1、図表 2-2、図表 2-3）。2000 年に台湾の雲林県にある工業団地に旭硝子のディスプレイガラスの生産拠点として設立され、2001 年 9 月に生産工程を始めた。現在、雲林県に第一工場と第二工場を有しているほか、台南県にも工場、桃園に営業所を増設されてきた。全社員数 1800 人の中、75 程度の日本人正社員が在籍し、日本人社員数は台湾で一番多いそうである。昨年に中国の惠州に新設拠点として工場を増設し、今後も、台湾子会社を通じて、どんどん中国へ進出する予定があると言った。

図表 2-1 旭硝子顯示玻璃（旭硝子の台湾拠点）工場見学①



出所：筆者撮影。

図表 2-2 旭硝子顯示玻璃（旭硝子の台湾拠点）工場見学②



出所：筆者撮影。

図表 2-3 旭硝子顯示玻璃（旭硝子の台湾拠点）工場見学③



出所：筆者撮影。

次には、慧國工業股份有限公司という会社を訪問した。慧國工業股份有限公司は、アイシン精機株式会社の台湾生産拠点である。1975年に鋳鉄製ミシンの生産を中心として営業活動を行い始めた。1979年にトヨタグループの大手自動車部品メーカーであるアイシン精機株式会社と合資し、アルミ合金製ミシンを生産し始め、その後、ミシン事業から自動車部品事業に発展してきた。1985年にアイシン精機向け輸出用の自動車部品を生産し始めた。2014年の売上高は、自動車分野の33億1200万元で、ミシン分野の6300万元となっている。資本比率としては、アイシン精機93.63%、日本豊田通商3.62%、と他の2.75%から構成されている。従業員は正社員の約401人とアルバイトの約90人が在籍している。得意先はほとんどトヨタ系の企業で、約96.6%を占めている。近年、中国へ生産拠点の増設に取り組み、現在は浙江省、広東省、江蘇省に拠点を有し、一部の従業員は慧國工業から出向する形態となっている。台湾にも、1本社（台中）、3工場（台中）、1

事務所（台北）、1 物流所（桃園）を有しているほかに、龍國工業股份有限公司、台灣愛德克斯汽車股份有限公司二つの子会社があると言った。

さらに、台湾の真理大学の林冠汝先生に紹介していただいた元総幹事の山本さんによる台湾における日系企業に関する情報収集を行った。台北市日本工商会は、1971 年 3 月 26 日に創立され、「会員の業務上の便宜を増進し、相互の親睦を図ると共に、日華親善並びに両国の 貿易、経済合作の発展に寄与すること」を目的としている。台北市または台北近郊に事務所を有する日本法人の支店・事業所および日系資本参加の法人を対象とする「法人会員」と、法人会員以外に所属する日本人を対象とする「準会員」で構成されている。台北市日本工商会のホームページ¹によると、2015 年 3 月 31 日時点で、法人会員 457 社と、準会員数を含めての会員数は 911 名である。元総幹事の山本さんによる日本企業や台湾企業に関する情報を収集し、日台アライアンスについての理解を深めている。

加えて、日台アライアンスに関する文献収集を目的として、台北市にある国家図書館を訪問した（図表 2-4、図表 2-5）。国家図書館は、各種の書類、雑誌などだけではなく、台湾の歴史に関する研究文献も多数提供している。また、台湾の法律に従って、この国家図書館は、台湾国内唯一の学位論文保存図書館とされている。全国の博士および修士論文を所蔵し、学術研究を行う研究者に対して情報データーの提供を行っている。

この度、国家図書館にて獲得した日台アライアンスに関する文献としては、邱柏松（1996）「國際策略聯盟—在國內的現況與績效」、臼井伸一（2008）「台日策略聯盟進軍中國大陸之研究」、滕人傑（2012）「區域貿易自由化下的台日產業合作契機」、吳青松（1996）「策略聯盟之國際發展趨勢」などである。

図表 2-4 台湾国家図書館①



出所：筆者撮影。

¹台北市日本工商会のホームページ：
<http://www.japan.org.tw/newsite/2010/koushoukai/index.php>

図表 2-5 台湾国家図書館②



出所：筆者撮影。

3. 調査結果

日本企業と台湾企業が持っているそれぞれの優位性を発揮し、弱みを補完し合って協力関係を構築できれば、より効果的なアライアンスが創出できると考えられる。したがって、お互いの優位性を分析し、理解を深めなければならない。

日本企業と台湾企業の優位性について具体的には、臼井（2008）は、以下のように指摘している。第一に、日本企業は基礎研究能力の面が強く、最先端の技術を有することに比べ、台湾企業は世界の技術を吸収することによりそれを活かしてモノを商品化するのが得意である²。そこで、日台アライアンスを組めば、最先端の技術でいち早く商品を市場化することができると考えられる。

第二に、日本企業は品質の高い製品を生産するのが得意であるものの、生産コストが高いのも事実である。海外企業と同じような商品が市場に普及した後、価格競争力が弱いため、売上も減少していく。一方、台湾企業は一定の品質を維持しながら安価なコストでモノを生産することができ、より強い価格競争力を持っている³。つまり、日台アライアンスを組めば、生産コストの低いまたは品質の良い商品を世界市場に出すことが可能であると考えられる。

第三に、日本企業は相対的に保守的な理念で企業経営を行っているため、意思決定に慎重でなかなか決まられないというものが多い。それに対し、台湾企業は意思決定のスピー

²臼井伸一（2008年6月）：「台日策略聯盟進軍中國大陸之研究」、淡江大學。

³臼井伸一（2008年6月）：「台日策略聯盟進軍中國大陸之研究」、淡江大學。

ドが速く、柔軟性を持っている⁴。こうした日本企業と台湾企業がアライアンスを組むと、より速くより効率的にビジネスチャンスに対応することができると考えられる。

第四に、日本企業は優れたブランドイメージを持っているが、中国市場での地位があまり低く、市場シェアも高くない。一方で、台湾企業の商品は中国市場でのシェアが高いものの、世界市場での知名度が低いのも事実である⁵。そうした日本企業と台湾企業とお互いの強みと弱みを活かしてアライアンスを結ぶことで、中国市場だけではなく、世界市場へと開拓も期待できると考えられる。

さらに、朱（2010）は、日台アライアンスが台湾企業にもたらすメリットとして、次のような3点を挙げた。

第一に、技術の獲得である。部品を納入する場合には、日本企業は台湾企業に技術移転を行い、生産管理、品質コントロールのノウハウを伝えている。OEM・ODM調達の場合も技術移転だけでなく、品質などを向上し安定化させるため、技術者を日本から派遣することも多い⁶。このことから台湾のIT産業、特にパソコン、半導体や液晶などの分野の発展において、台湾企業は日本企業とさまざまな形態のアライアンスを通じて、技術を獲得することができたことが考えられる。また、真家（2012）は、これまでの日台投資関係は、日本企業の対台湾投資という「一方通行」の関係であったが、台湾企業の国際競争力の向上のため、台湾企業の対日投資が増加基調にあり、日台間の投資交流がこれまでの「一方通行」から「双方向」の時代に向かいつつあると述べている⁷。この背景としては、日本が優位性を持つ技術やノウハウをM&Aなどを通じて獲得し、新興国を始めとしたグローバルな事業展開に活用しようとしていると指摘している⁸。

第二に、生産拡大である。日台アライアンスによる日本企業への製品と部品納入、またはOEM・ODM供給は、台湾企業にとっては生産の拡大に繋がっていることが考えられる。特にIT製品のOEM・ODM生産の場合は、ボリュームの拡大は極めて重要であると指摘している⁹。

第三に、台湾企業にとって、日本企業との合弁事業は一種の保険でもあると述べている。例えば、近年の中台関係は改善されつつあると認められているが、政治的には緊張関係が

⁴白井伸一（2008年6月）：「台日策略聯盟進軍中國大陸之研究」、淡江大學。

⁵白井伸一（2008年6月）：「台日策略聯盟進軍中國大陸之研究」、淡江大學。

⁶朱炎（2010年5月）：「日台企業アライアンスの新展開」、『日台ビジネスアライアンス研究会報告書』、海外調査部中国北アジア課、日本貿易振興機構（ジェトロ）pp. 39-50。

⁷真家陽一（2012年）：「日台ビジネスアライアンスの新潮流—新たな連携のかたちを探る」、『特集—台湾と組む グローバル市場への架け橋』、ジェトロセンサー、2012年2月号、pp. 3-6。

⁸真家陽一（2012年）：「日台ビジネスアライアンスの新潮流—新たな連携のかたちを探る」、『特集—台湾と組む グローバル市場への架け橋』、ジェトロセンサー、2012年2月号、pp. 3-6。

⁹朱炎（2010年5月）：「日台企業アライアンスの新展開」、『日台ビジネスアライアンス研究会報告書』、海外調査部中国北アジア課、日本貿易振興機構（ジェトロ）pp. 39-50。

続いていたことも事実である。台湾企業は中国での事業展開に対して、不安感を意識していた¹⁰。日本企業と提携することで、中国へ進出するにはより安心できることだと考えられる。加えて、滕（2012）によれば、海外に輸出することにはブランド力に欠けているため、台湾企業は自ら商品を最終消費者に売り出しにくいという課題を指摘されている¹¹。したがって、日本企業と提携することにより海外進出に成功する可能性が高いと考えられる。

さらに、邱（1996）によると、日本は地理的にも人文的にも、欧米各国より台湾との接近性が高い国でありながら、優れた技術面や国際政治面においても、台湾企業は規模を問わず積極的に日本企業とアライアンスを結ぶべきであると指摘した¹²。これは、日本企業の高い技術を獲得しながら、台湾企業の国際競争力の向上にも有利であることと考えられるのである。

以上のように、日本企業と台湾企業との相互補完性について分析したが、次に日台アライアンスは、日本企業にとってどのようなメリットがあるのかについて検討していきたい。経済部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011）により作成した図表 2-2-1 に示すように、ビジネスパートナーとしての台湾企業の優位性は主に、日本との高い親和性、グローバルバリューチェーンの構築力、一定の技術力とスピーディー且つ安価な大量生産体制、人のネットワークと交渉力、現地ニーズに合わせた製品やサービスのカスタマイズ力などがあると考えられる¹³。

¹⁰朱炎（2010 年 5 月）：「日台企業アライアンスの新展開」、『日台ビジネスアライアンス研究会報告書』、海外調査部中国北アジア課、日本貿易振興機構（ジェトロ）pp. 39-50。

¹¹滕人傑（2012 年 4 月）：「區域貿易自由化下的台日産業合作契機」台湾經濟研究月刊、第 35 卷第 4 期、pp. 29-34。

¹²邱柏松（1996 年 11 月）：「國際策略聯盟—在國內的現況與績效」經濟情勢暨評論季刊、經濟部研究發展委員會編印、第二卷第三期、pp. 14-22。

¹³經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、14 ページ。

野村総合研究所は、日本の大手研究機関、コンサルティングファーム、システムインテグレーターである。1995 年に台北支店を設立後、2012 年 11 月には現地法人となる台湾野村總研諮詢顧問を設立し、日本と中華圏を結ぶ業務を手がけている。また台湾經濟部と共同で日本企業の台湾進出支援を行っているほか、産業政策や地域開発に関するプロジェクトを数多く手がけてきた、

（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）。

図表 2-2-1 ビジネスパートナーとしての台湾企業の優位性

①日本との高い親和性
•大中華圏の中で、文化的、歴史的にも日本に親和性を有し、親日度も非常に高い
②グローバルバリューチェーンの構築力
•日本、中国、欧米を結ぶグローバルバリューチェーンを構築し、自分達で足りない部分は他国で補うという考え方を有している
③一定の技術力とスピーディー且つ安価な大量生産体制
•台湾内における技術力を持った中小企業の集積と、迅速な意思決定と大規模投資を背景にした中国や東南アジア等における大量生産体制を確立している
④人的ネットワークと交渉力
•華人経済圏の中での人脈を活かした、中国や東南アジアの現地企業や政府との高い交渉力を有する
⑤現地ニーズに合わせた製品やサービスのカスタマイズ力
•既存の技術シーズやサービス内容を用いて、それを現地で売れる形にカスタマイズして商品化し、高い市場シェアをとっていく能力を有する

出所：経済部投資業務処野村総合研究所（2011）、15-21 ページに基づいて筆者が作成。

まず、①「日本との高い親和性」¹⁴の面から見ていこう。19 世紀末の日本の台湾統治により、日台関係は緊密になってきている。統治時代が終わった後に、ほとんど全ての日本人が台湾を離れたが、インフラや社会制度、日本語などの文化遺産は残り、戦後の日台関係発展の基礎となった。親しみの感情だけではなく、在台日本企業の間からは「台湾には日本の文化だけではなく、ものづくりやサービスの精神まで理解した技術者や管理者が多い」という声がよく聞かれる。台湾にこのような環境があることは、日本企業と台湾企業と一緒に事業を作っていく上での効率や安定性を大きく高めるものであると言えよう¹⁵。

次に、②「グローバルバリューチェーンの構築力」¹⁶では、台湾の貿易収支は、対中国

¹⁴経済部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、16 ページ。

¹⁵経済部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、16-17 ページ。

¹⁶経済部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、15 ページ。

で大幅な貿易黒字になっている（輸出超過）一方、対日本は貿易赤字（輸入超過）となっている。台湾の対中国輸出額の 13.5%（115.6 億ドル、2009 年）を占める液晶パネルを例として説明すると、まず日本から製造設備やパネル部材の原料を輸入し、台湾でパネス部材とパネルを生産して中国へ輸出する。そして、中国において台湾や地場のメーカーが台湾製や韓国製のパネルを使って薄型テレビやノートパソコンを生産し、欧米向けに出荷するというフローになっている¹⁷。

このように、台湾企業は主にバリューチェーンの川上から川中にかけての役割を担いながら、自分たちの強み（電子産業の集積、コスト・品質・納期の高バランスなど）と先進国ブランドメーカーの課題（コスト低減、ファブレス志向など）を検討した上で、自身を位置づけ、そのバリューチェーンの構築に取り組んだ¹⁸。

③「一定の技術力とスピーディー且つ安価な大量生産体制」¹⁹の面では、經濟部投資業務処野村総合研究所（2011）は、台湾企業の強みは、ものづくりにおける QCD（品質、コスト、納期）のバランスの良さにも求められることを指摘している。2011 年の中国企業の輸出額ランキングにおいて、1 位～10 位の中に 7 社が台湾系の企業であった²⁰。これら台湾系企業の各社は日本や欧米のエレクトロニクスメーカーから生産委託を受け、パソコンやサーバー、携帯電話、カメラなどを生産している。特にノートパソコンに関しては、広達（QUANTA）や仁宝（COMPAL）などの台湾系メーカーが世界シェアの 9 割以上の生産量を占めている²¹。

經濟部投資業務処野村総合研究所（2011）によると、台湾系メーカーへの生産委託の動きは欧米系メーカーが先行したが、日本のエレクトロニクスメーカーも、1990 年以降、台湾メーカーへの生産委託を増やししながら、自社のブランド展開に注力するようになってきている。この間、台湾メーカー側も単なる最終製品の組み立てだけではなく、新製品の提案を行ったり、部品の調達先を内製化したりするなど、事業の幅を広げつつあり、現在

¹⁷經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、15 ページ。

¹⁸經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、15 ページ。

¹⁹經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、20 ページ。

²⁰中商情報網、2011 年中国加工貿易輸出企業ランキング、（URL: <http://big5.askci.com/news/201204/05/0510505054229.shtml>）、最終閲覧日:2016 年 1 月 7 日。

²¹經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、20 ページ。

はブランドメーカーにとって、事業の展開においては重要なビジネスパートナーとなっている²²。特に、近年中国の台湾系メーカーは、中国事業を拡大させており、日本企業の中国事業パートナーとして、ますますその重要性を増してきていると考えられる。

さらに、④「人的ネットワークと交渉力」²³の面では、經濟部投資業務処によると、中国には 80 万人以上の台湾人が暮らしていると推計されており、各地の企業や政府とのネットワークは非常に強いとされている。各都市においても台湾企業の工場が設立されており、その数は 100 社を超えているという。台湾人・台湾企業は中国において、言語や文化面での参入障壁が小さく、他の外資系企業が追従できないペースで事業拡大を進めている

²⁴。

また、台湾人の多くは福建人や客家人など中国から移民してきた人の子孫で、東南アジア各国の華僑に対しても、強いネットワークを有している。こうした台湾人・台湾企業のネットワークを評価して、日本企業が ASEAN 拠点の経営を台湾人（多くの場合、自社の台湾拠点から派遣）に任せたり、地域総代理を台湾企業に与えるようなケースも少なくない

²⁵。

最後の⑤「現地ニーズに合わせた製品やサービスのカスタマイズ力」²⁶では、台湾企業は中国における BtoC のビジネスでも、高いシェアを占めていることである。

台湾企業の製品・サービスが中国消費者に対して魅力的になったのは、同じ文化圏にあり、台湾企業が中国人の好みを理解していることに加え、台湾での事業経験を背景に「安全・安心」、「健康」、「洗練されたデザイン」などの成熟市場の消費者に求められる価値を先取りしていることである²⁷。さらに、台湾は、歴史的に様々な海外文化の影響を受けながら多元的な発展を遂げてきたので、中国の人にとっては「クール」（格好良い）の印象

²²經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、20 ページ。

²³經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、18 ページ。

²⁴經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、18 ページ。

²⁵經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、19 ページ。

²⁶經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、21 ページ。

²⁷經濟部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011 年 9 月）：『2011 年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL: <http://www.japandesk.com.tw/>）、21 ページ。

を与えているのである²⁸。こうして、日本企業は、台湾市場を経由することで、日本の商品・サービスを中華圏のニーズに対応できるものに転換することが可能であり、実際にこうした事業計画を行った企業も出ている²⁹。

上述のように日本企業と台湾企業が異なる優位性を有していることが明らかとなった。そのお互いの優位性を発揮し、弱みを補完し合って協力関係を構築できれば、より効果的なアライアンスが創出できると考えられる。また日本企業から見ても、台湾企業から見ても日台アライアンスを結ぶことで、多くのメリットが得られ、日台両方の企業の国際競争力の向上にとっては役に立つと考えられる。

また日本と台湾双方の政府は、日本企業と台湾企業との交流を盛んにするため、様々な支援政策を計画してきたので、日台アライアンスの成功事例は他の国と比べて多く挙げられるが、ほとんどは大企業間のアライアンスの事例である。しかし、大企業間の日台アライアンスも今後日本や台湾の中小企業の海外展開の参考になるだろうと考えられる。

最後に、今回の現地調査を通じ、台湾における日台アライアンスの情報収集を行い、現地で獲得した文献や企業訪問で伺ったことを今後の研究の参考として活用できれば良いと考えます。

²⁸経済部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011年9月）：『2011年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL：<http://www.japandesk.com.tw/>）、21 ページ。

²⁹経済部投資業務処野村総合研究所台北支店（2011年9月）：『2011年度日台ビジネス・アライアンス報告書—進化する台湾の投資環境と日台アライアンスによるアジア事業展開—』、（URL：<http://www.japandesk.com.tw/>）、21 ページ。