

在外研究レポート

台湾・輔仁大學滞在記



千葉商科大学商経学部 教授

大平 修司

OHIRA Shuji

プロフィール

博士(商学、一橋大学)。諏訪東京理科大学経営情報学部助手・助教、千葉商科大学商経学部専任講師・准教授を経て、2018年より現職。専門はマーケティング、消費者行動論。主な著書に『消費者と社会的課題：ソーシャル・コンシューマーとしての社会的責任』(千倉書房、2019年)がある。

1. はじめに

私は2017年8月から2018年3月まで台湾の輔仁大學(Fu Jen Catholic University)の社会科学院訪問研究員・特別講師として、台北市に居住した。輔仁大學は、1925年に中国本土で設立され、台湾では1961年に創設されたカトリックの私立大学である(写真1)。輔仁大學は現在、11学部(文学部、芸術学部、医学部、コミュニケーション学部、教育学部、理工学部、外国語学部、民生学部、法律学部、管理学部、社会科学部)、修士課程(42コース)、博士課程(11コース)、夜間部(14学科)などから構成され、学生数は2万人を超える台湾では規模の大きい大学である。キャンパスは、台湾の首都である台北の中心から、およそ10キロの位置に立地している。大学へのアクセスは、地下鉄が最も便利であり、中和新莊線の輔大駅(Fu Jen University Station)から徒歩数分でキャンパスに入ることができる。



写真1 輔仁大學の正門

私は経営学、中でもマーケティングや消費者行動を専門としている。この分野の研究者は、一般的に欧米の英語圏の国を在外研究先に選ぶことが多い。私が同じ東アジアの台湾を選んだのは、第一に私が研究対象としている組織と現象が台湾で台頭しつつある、第二にインタビュー調査を実施し、日本との比較研究を行いたいという理由があった。

台湾滞在中は、研究者としてだけでなく、教育者として講義やゼミなどで台湾の学生を指導し、さらに学生として中国語を一から勉強するために語学学校に入学した。写真2にあるように、台湾滞在中は客員教授用の研究室を用意してもらっただけでなく、ネットワークアクセス権やソフトウェアの使用、図書館利用など、まるで本務校にいるかのように配慮していただいたこと大変感謝したい。



写真2 研究室の前で共同研究者の吳宗昇副教授(中央)と王驥懋助理教授(左)とともに

2. 研究者として

台湾では、社会的企業が社会に大きな影響を与えている。台湾では、1990年代の後半からビジネスを通じて社会的課題の解決を図る非営利組織が台頭し、輔仁大學は早くからそういった組織を含めた社会的企業の重要性に注目していた。2008年には、社会的企業研究センター（社會企業研究中心）を設立し、台湾での社会的企業の起業と普及を推進してきた。私を訪問研究員として受け入れてくれたのが、そのセンターを設立したメンバーでもある呉宗昇(Chung-Shen Wu) 副教授である(写真2真ん中)。呉副教授は、社会学を専門とながらも、ビジネスを通じた社会的課題の解決に関心のある研究者である。輔仁大學は管理學院の課程の一つとして2012年に社会人向けの社会的企業の修士課程（社會企業碩士在職學位學程）を設置しており、呉副教授もこの課程で講義を行なっている。

呉副教授との共同研究は、二人の違和感から始まった。台湾に行った当初、日本と台湾の社会的企業について話している中で、どういった組織を社会的企業というのかに関しての食い違いがあった。つまり、日本と台湾の社会的企業の定義自体が異なっていたのであった。そのため、まずはお互いの社会的企業の定義と社会での普及プロセスを理解し合うための研究会を開催することにした。

研究会は、主に彼の大学院のゼミ生を交えたものとなり、多い時では10名程度の参加者がいた。研究会の形式としては、日本と台湾における社会的企業のこれまでと現状について、ゼミ生に講義を行う形で情報交換をした。台湾の大学院生は、日本に関心がある学生が多く、いろいろな質問が寄せられた。なお、この共同研究の成果は、2018年9月に早稲田大学で開催されたJapan Forum of Business and Societyの8th Annual Conferenceで報告した。

近年、台湾では倫理的消費が広がりつつある。私は定期的に台湾を訪れ、その度にスーパーマーケットに行って商品の品揃えなどを見てきたが、2017年に品揃えの大きな変化に気づいた。その大きな変化とは、有機食品の品揃えが大幅に増えたことであった(写真3)。2016年に台湾を訪れた時は、有機食品のみを集めた売り場などは全く存在していなかったことを思い出すと、それが食品の調達という面を考えても大きな変化であることを認識した。



写真3 家樂福 (Carrfour) の有機野菜売り場

その変化を滞在していた呉副教授に話したところ、社会学の見地から有機農業を研究している王驥懋 (Chi-Mao Wang) 助理教授(写真2左)をご紹介いただいた。王助理教授には、台湾の有機野菜をはじめとする有機食品の現状を教えていただいた。それだけでなく、有機野菜を認証している機関にインタビュー調査を行うのが良いと、友人の陳玠廷博士(財團法人農業科技研究所研究員)をご紹介いただいた。

陳博士からは有機野菜のシェアが第1位の団体と台湾で初めて認証ラベルを作った団体それぞれのリーダーをご紹介いただき、インタビュー調査を実施した(写真4)。これをきっかけに王助理教授と台湾の有機野菜の普及についての共同研究を始めた。研究を実施するにあたり、公益財団法人日本台湾交流協会の日台知的交流事業の2018年度共同研究助成事業の支援を運良く獲得できた。王助理教授とは、台湾における有機食品の普及に大きく寄与した団体の活動などについて調査を行った。その成果は、社会的企業の共同研究と同様の学会で報告した。



写真4 インタビュー調査後〔中央がTOAF (Tse-Xing Organic Agriculture Foundation; 財團法人慈心有機農業發展基金會)の蘇慕容CEO(執行長)とその左が中華MOA (Mokichi Okada Association) 協進會の月足吉伸代表、一番左が珍博士〕

王助理教授とは、有機食品に関する話だけではなく、イギリスで博士号を取得している経験から、非ネイティブスピーカーの英語勉強方法、社会学の理論や調査方法、英語雑誌への投稿など、多岐に渡る話をした。彼との話は、研究者として、自分を成長させる有意義な時間となった。

呉副教授の大学院のゼミ生の中に、倫理的消費を実践している学生が在籍していた。彼女に話を聞くと、彼女の子どもが現在、幼稚園に行っており、いわゆるママ友たちも倫理的消費を実践していることを聞き、インタビュー調査を依頼したところ、快諾してもらえた(写真5)。インタビューをして大変興味深かったのが、インタビューを実施した5名のうち、ほとんどの人が、やましたひでこ氏が2009年に出版した『断捨離』に影響を受けていた点である。この書籍は2011年に中国語に翻訳され、台湾でもブームを起こしていた。彼女たちは、それらを読んでシンプルな生活を始めたのがきっかけとなって、倫理的消費をするようになったと述べていた。この結果については、2018年11月に日本でもシンプルな生活をする消費者にインタビュー調査を実施している。それらの成果は、今後、学会報告や論文の形で発表する予定である。



写真5 台湾の倫理的消費者たちと

3. 教育者として

呉副教授から講義をしてみないかと言われ、滞在期間中、輔仁大學社會科學院の特別講師も務めることになった。講義は主に大学院の講義とゼミのゲストスピーカーとして講義を行った(写真6)。



写真6 呉副教授との講義中のやりとり

講義はパワーポイントのスライドを含めて英語で行なった。初めて行なった講義では、幸いにも50名以上の学生が参加し、立ち見が出るほどであった。台湾の大学及び大学院は、講義は1コマ50分であり、大半の講義は2コマ、もしくは3コマで構成されている。初めての講義では、呉副教授に時間配分は好きなようにやっても構わないと言われたことから、70分くらい講義をして、少し休憩を挟み、30分くらい質疑応答の時間とした。質疑応答は、英語が話せる学生は英語で質問をしてもらい、私も英語で返答した。中国語で質問する学生は、通訳を介して日本語にしてもらい、私も日本語で返答し、通訳してもらおうという形で行なった。

日本の大学では、90分間の講義が一般的であるが、台湾で50分を2コマという時間配分で講義を行うのは個人的には非常にやりやすかったと感じた。その理由として、第一に日本では当たり前だったので感じなかったが、90分間講義をする方と聞く方、ともに長時間の集中力を保ち続けるのが難しいのではないかと思った。第二に特にビジネス分野の講義であれば、最初の時間で理論の講義をして、その後にケーススタディなどを行うといった講義の構成が可能になると考えることができた。90分でもこのような講義を行うことは可能であろうが、90分の講義となると途中で休憩時間を入れた場合、例えば学生が教室外で声を出して話したりすることが想定され、他の講義への迷惑が考えられ、実践するのをためらってしまう。現在のビジネス教育では、ケーススタディは不可欠なものとなっている。1回の講義が2コマから構成されるのは、そういった教育を行う上では有効であると考えられる。

輔仁大學では、日本でいう大学院ゼミでも講義を行った。呉副教授は数名の大学院生の指導をしている。呉副

教授は、私の滞在中にドイツの大学院の修士課程に所属し、アジアの社会的企業を調査している韓国人の大学院生を受け入れていた。彼女は社会学を専門とし、韓国と台湾の社会的企業の比較研究を修士論文のテーマとしていた¹。彼女は私の講義を聞いて、個人的に経営学やマーケティングなどの視点からの日本の社会的企業の話を知りたいと連絡があり、私の研究室やランチを食べながら、様々な研究の話をした。特に彼女は私がマーケティングを専門としていることから、社会的企業は製品やサービスが消費者に売れないと社会的課題が解決できなくなることから、消費者のことを考える必要があると指摘したことを新鮮に感じたらしく、こういった論文を読めばよいのかなどのアドバイスを求められた。

4. 学生として

せっかく英語圏以外の国へ滞在していることから、これまで一度も勉強をしたことがなかった中国語を一から勉強しようと考えた。輔仁大学には、華語文中心（Center for Chinese Language and Culture）という語学学校が併設されている。ちょうど滞在期間中の12月から2月にウィンタークラスが開講することを知り、入学を決意した。

華語文中心は、1964年に布教活動に従事する神父や修道士に中国語を教える目的で設立され、毎学期約200名の学生が在籍している²。クラスでは、少人数制を徹底していて、一クラスの人数は最大でも7人に設定されている。授業では、『新版實用視聽華語』という300ページを超えるテキストを3ヶ月で終え、最終テストをパスすることでコース終了証がもらえる。テキストは、英語で中国語の解説が書かれており、講師の先生も初級クラスでは英語を使って、中国語の指導を行う。クラスは、初級、中級、高級クラスがあり、各級はレベル1～3から構成されている。私の場合は、授業が始まる前にセンター長の先生から中国語のレベルチェックを受けたが、当然、初級の1レベルからの受講となった。

講義は、基本的には月曜日から金曜日まで一日3時間となっている。費用は、4人から7人のクラスが日本円でおおよそ10万円となっている。輔仁大学は、語学留学生のための宿舎を設けており、4人部屋を3ヶ月使用する費用は、3万円（日本円）となっている。大半の学生が、このような宿舎に入っている。

私が受講したクラスは、私を含め、7名のクラスであった（写真7）。クラスメイトは、大体が20代前半から半ば

であり、ロシア人と韓国人、インドネシア人（2名）、コロンビア人、ポルトガル人の国際色豊かなクラスであった。私は日本人であることから漢字の名前があり、中国語名をつける必要がなかったが、アルファベット圏の国の学生は、皆中国語の漢字名をつけて、その名前で授業に参加していた。



写真7 先生とクラスメイト

授業は、男性と女性の先生が交代で講義を担当した（写真7の真ん中の女性が張婷婷老師）。講義が始まって1ヶ月後の1月から一週間に小テストが2回実施された。恥ずかしながら、全くの中国語初学者は私だけであり、講義が始まった当初は、クラスメイトからは全く中国語を知らない「おじさん」という意味も含めて多少からかわれたりしながら、発音を助けてもらったりした。特にペーパーテストは、ほぼ20年以上ぶりであり、自分の人生でもう二度とないペーパーテストだと思い、昔を思い出し、少しでも良い点を取ろうと必死になることができた。その結果、ほとんどの小テストで高得点を取ることができた。

その理由として、第一に小中学校時代に毎日と言って良いほど、漢字の書き取りの宿題をしていたことがある。アルファベット圏の人間にとって、漢字は「絵」と同じであると何人かのクラスメイトが言っていた。またクラスメイトから、私が書き順を含めて、なぜ漢字をそんなに覚えているのかと質問された。なぜなら、講義が始まった当初は発音もままならない私がスラスラと漢字を書いていることも彼らには不思議に思えたと言っていた。彼らに日本人は小学生の宿題の定番が漢字練習であり、毎日100文字近くの漢字の練習をしていることを話すと、大変驚いていた。

1 彼女は英語だけでなく、中国語もネイティブレベルに堪能であったことから、台湾の社会的企業を調査することにしたという。

2 開講時期は、スプリングクラス（3～5月）、サマークラス（6～8月）、オータムクラス（9～11月）、ウィンタークラス（12～2月）の年4回である。

第二に中国語の文章の作り方が英語と同じだった点がある。中国語も英語と同様に主語の後に動詞を置いて、その後に目的語を置くという形で文章を作る。主語をよく省略し、最後に動詞を配置する日本語しか知らずに中国語を学ぶと、日本人は英語と同様に単語の配置で非常に苦労すると思われる。しかし、たまたま英語で中国語を学んだ私にとって、英語と中国語は文の構造がそっくりなので、それが私の理解度を高めたと考えられる。この経験を通じて、台湾人が英語を話せる人が多い理由として、文の構造が似ている点も大きな影響を与えていると感じた。

5. おわりに

最後に生活面から、台湾の消費に日本企業がいかに関わっているか、またその現状について述べたいと思う。前提として、日本と台湾の政治システムは異なっている。台湾の政治制度は、アメリカと同様に大統領制を採用しており、救急車やパトカーなどのデザインもアメリカのそれらを彷彿されるものとなっている。その一方、普段の生活をするとなると、日本企業の製品やサービスを抜きに語ることができない。台湾の街に一步出ると「日式」という文字を多く目にする。これは「日本式」を意味しており、日式鍋や日式弁当など、「日本風」だというだけで価格が割高になることもあり、飲食店だけでなく、それ以外のお店も「日式」を掲げてビジネスを行なっている。

日本企業は、台湾人の「日本」というブランドに対するロイヤルティの高さを利用し、高価格帯で製品を販売することが多く見受けられる。その例として、台湾に進出している日本企業として、日本では比較的手頃な価格帯の定食を提供している「やよい軒」がある。台湾では、やよい軒は価格の高い日本料理のお店としてポジショニングしている(台湾に18店舗)。具体的に「鯖の塩焼き定食」の価格を比較すると、日本では630円、台湾では290台湾元であり、日本円にすると、1,015円(台湾元×3.5)となる。このような台湾国内と海外である日本との内外価格差を考えると、日本企業が台湾でビジネスを展開する利点を容易に理解することができる。

これは食品企業だけでなく、ユニクロ(台湾に65店舗)ではメンズの「EZY ジーズ」が日本で3,990円、台湾で

は日本円で5,125円(1,490台湾元×3.5)、MUJI(台湾に45店舗)では「首のチクチクをおさえた洗えるタートルネック紳士」が日本では3,990円、台湾では日本円で4,865円(1,390台湾元×3.5)ともに千円近くの価格差がある³。写真8は台湾でカルビー「ポテトチップスのりしお」がスーパーマーケットで陳列されている写真である。「139」という価格は、日本円ではなく、台湾元での価格(実質487円)であり、私は価格を一目見たとき、日本円で売られているのかと勘違いしたほどである。実際、西友のネットスーパーで価格を確認したところ、台湾より30g少ない、170gのポテトチップスのりしおは178円であった。



写真8 家樂福 (Carrfour) でのポテトチップスの陳列

台湾の家樂福 (Carrfour) に行くと、常に日本の食品のみを扱ったコーナーが設けられており、食品だけでなく、日用雑貨などの棚にも多くの日本企業の製品が、ほぼ日本円と勘違いしてしまう価格で販売されている⁴。日本企業の製品が多く陳列される理由は、当然のことであるが、それらが売れるからであり、台湾人は日本の製品に対して価値を見出し (country of origin)、割高でもためらわずに対価を支払っている。その一方、台湾人は日本人よりも収入があるから、そういった消費が可能だとも考えることができる。しかし、2017年の台湾人と日本人の平均月収を比較すると、台湾は125,951円(3万5,986元×3.5)⁵、日本は351,111円⁶と日本人の方が倍以上の収入を得ている。そのような経済データを含めた台湾と日本の違いを示したのが、図表である。実質GDP成長率を除いて、全て日本が台湾を上回っている。台湾や中国の人が日本に来て、いわゆる「爆買い」をする理由の一つとして、自国で買うより価格が大幅に安いことから、「ま

3 これら企業の製品は、日本で生産されたわけではなく、中国や東南アジアなどで生産されており、物流する距離は日本より近い。

4 台湾での日本企業の製品には、現地生産されている製品もあり、これらの価格は台湾企業の製品と比べると、多少割高で販売されている。

5 行政院主計総処が2017年発表したデータによる。

6 国税庁「民間給与実態統計調査」では、年収のみが示されている。2017年は平均年収は4,216,000円であり、台湾とのデータと合わせるために、この値を12で割ったものを使用した。

図表 台湾と日本の比較

	台湾	日本
人口	2357万1000人	1億2526万6918人
面積	36,190km ²	378,000km ²
名目 GDP 総額	579.3 (10億ドル)	4,872.1 (10億ドル)
実質 GDP 成長率	2.9%	1.71%
一人当たりの名目 GDP	24,577ドル	38,440ドル

出所：JETRO、総務省統計局より作成

とめ買い」という意味でそれらを大量に買うという購買行動をしているとも考えることができよう。

台湾に長期で滞在して改めて実感したが、台湾人は日本人に対して、非常に優しく、大変良いイメージを持っている。東日本大震災が発生した後に200億円を超える義援金が日本のために寄付された⁷。私が台湾滞在中の2018年2月8日に台湾東部の花蓮市近海で発生したM6.4地震では、ビルが倒壊するなどの被害が生じた。日本からの義援金の総額は把握されていないが、Yahoo! 基金では、総勢約16万人から総額およそ1億5千万円が寄付された。このようなことからわかるように、台湾と日本は、他の諸外国と比べても、密接な関係にあると考えることができる。

台湾人は「日本」ブランドに対して、ロイヤルティが高い人たちであると理解することができる。その点を理解してか、近年は地方自治体も観光客誘致のためのマー

ケティング活動を展開している。実際、私の滞在中には、熊本県が家樂福（Carrfour）と共同して、くまモンを使ったキャンペーンを展開し、多くのくまモングッズが販売されていた。

台湾では「日本」ブランドが確立しており、台湾企業の中にはそれを利用してビジネスを展開している企業も多い。日本はアジアの中では、いち早く先進国の仲間入りをした。そういった意味では、台湾人がそのように日本に思うのは、我々日本人が高度経済成長時代に American Way of Life を目指したのと似ているのかもしれない。初めて台湾を訪れた10年以上前は、まだ台湾は途上国の面影が残っていたが、近年は日本より進んでいると思える部分が多くなっている。日本がアジアの中で「昔の先進国」とならないために、「日本」ブランドの維持・向上に多方面から努める必要があるだろう。

⁷ 詳細は、nippon.com「データで見る東日本大震災の台湾からの義援金250億円」(<https://www.nippon.com/ja/features/c04918/>)を参照。