

## 《觀念平台》日企就是愛台灣啦

【東海大學教授、大阪市立大學客座教授劉仁傑】

2010年由東京勁草書房出版的《台灣經濟讀本》，收錄了我的日商系列研究。我在研究中提及，日本企業投資台灣始於1952年，2006年與2007年分別創造了投資金額（15.9億美元）與投資件數（358件）的歷史最高峰。走過金融風暴，2010年的日商來台，投資件數達340件，已經逼近上述紀錄。

數年前我在日本演講，可能因為處在中國投資熱潮裡，經常被問及：為何現在還去台灣投資？

2011年初，分別應邀在日本靜岡縣與大阪市，主講台灣產業優勢與日台企業合作，最後主持人卻不約而同地歸納了我的主張，下了一個強而有力結論：現在才應該去台灣投資！

兩年一度的台北國際工具機展（TIMTOS）3月1日在世貿中心登場，同屬全球工具機產銷大國的台灣與日本工具機業者，此刻正以台北為舞台綿密互動。我樂意用工具機產業作為論述主體，從市場與技術觀點，檢視日商新近來台發展的脈絡與趨勢。

1980年代台灣工具機在國際間嶄露頭角，截至2007-08年間，維持了20餘年的持續成長，創下了年產值新台幣1500億元的最高紀錄。走過金融風暴，2010年回復到約8成水準，台灣產官學研各界推估，2011年有機會再創歷史新高。

相對於台灣工具機的穩定成長，日本工具機在過去20餘年，卻遇過1991-94年、1998-2002年兩度的大回檔。2007年創下了歷史最高峰，產值達1.6兆日圓，其中內需市場7,200億日圓。金融風暴引發的第三次回檔，恢復力道卻大幅落後台灣同業。日本工作機械工業會的速報資訊顯示，2010年產值只恢復金融風暴前6成（9,786億），其中內需市場則只恢復到4成（3,075億）。

檢視日本汽車與電機電子企業的生產持續移轉海外，以及日本工具機在外銷市場與內需市場正面臨各國雙重的激烈挑戰，國內生產已經不可能再回復到2007年的歷史盛況，如何從過去的內向封閉策略，調整為面向全球的外向開放策略，是當前最大的課題。

日本大型工具機企業的全球策略，相對明顯。Amada、Sodick、發那科、Mazak與Okuma在全球布局甚早，金融風暴後恢復相對迅速，海外生產也已經奏效；森精機去年與德國DMG的進一步強化聯盟與交互持股，雖然還不算成績亮麗，似乎已經有效地達到停損目標。問題在於其他超過百家，包括許多被認為極具特色的中小型工具機企業。她們徒有一身本領，發揮的舞台卻愈來愈小。部分嚐試過海外投資，絕大多數並不成功。OKK與JTEKT應該稱得上是僅次於上述大企業的中大型企業，卻在中國投資過程嚐到了苦頭，更遑論資源受限的中小型企業了。

這正是台灣受到青睞的重要發展脈絡。

從企業合作的社會脈絡觀察，台日不僅擁有悠久的合作歷史，台灣的產業群聚優勢、企業活用外部資源能力、對中國市場銷售能力，剛好都是日本最弱的環節。因此，日本企業經由台灣據點的設立或與台灣企業結盟，能夠找到全新的市場機會與競爭力，讓基礎雄厚的技術與人才，找到充滿生命力的發展空間。

我個人的考察發現，最近倉敷機械、OM 製作所等日本上市工具機企業，在台灣設立生產據點，Okuma、瀧澤與 JTEKT 全面擴充在台合資據點產能，山田 DOBBY（小型沖床）與金豐機器（中大型沖床）的互補型結盟…，都具備積極搶攻中國市場的策略意涵。

日本工具機企業的新近動向，不是孤立的偶發事件，擁有結合台日產業發展脈絡與企業社會脈絡的厚實基礎。台日企業間的長期信任關係、重視生產製造經營的共同價值、ECFA 簽訂帶動的新興區域優勢，使得台灣在日本企業全球布局得到動態性凸顯。我們應該深入理解這個發展脈絡，掌握台日企業共創雙贏的發展趨勢，達成深化市場與技術的相互滾動、促進台灣產業全面升級的目標。