

台湾スタートアップ事情/現地ヒアリングレポート (2)

台湾スタートアップの特徴と日台アライアンス

台北市コンピューター協会 (TCA) 東京事務所 駐日代表 吉村 章
Pangoo Company Limited/盤古科技 代表 Computex ウォッチャー 吉野貴宣

■ 1 ■ 台湾スタートアップ・ベンチャー、3つの特徴

昨年に引き続き今年も9月に台北、新竹など現地ヒアリングを行った。前回のレポートでは日本でのビジネスに意欲的な台湾スタートアップ14社のヒアリングレポートをまとめた。この台湾スタートアップ・ベンチャー14社のレポートは機関誌「交流」10月号 vol.943 (先月号) をご覧いただきたい。今回のレポートでは台湾スタートアップ・ベンチャーの特徴とスタートアップ支援機関の最新事情を紹介する。

まず、台湾スタートアップ・ベンチャーの特徴を挙げておきたい。ポイントは3つ。まず、ハードウェア系のスタートアップが圧倒的に多いこと。次に、革新的な技術ではなく、これまで培ってきた経験を活かし、組み合わせや既存技術の再活用に「強み」を発揮するスタートアップが多いこと。そして、3つ目はスタートアップエコシステムの中で台湾大手ベンダーと連携でビジネスモデルを組み立てるスタートアップが多いこと。これらの3つの点にまとめることができる。

アメリカのGAF(A) (Google、Apple、Facebook、Amazon) や中国のBAT (Baidu、Alibaba、Tencent) のように社会全体の仕組みを変えてしまう企業ではない。所謂「破壊的イノベーション」ではなく、既存のビジネスの延長上にあり、実用先端的なソリューションを提供する企業が多い。

カメラや各種センサーなどのセンシング分野、またはAI技術を活用してセンシングした情報を現場で有効に活用するノウハウを提供するなど、ハードウェア端末の「強み」と組み合わせ、必ずしも最先端技術を有するわけではないが、リー

ズナブルなコストや開発のスピードで勝負する。

残念ながら車の自動運転やビックデータやブロックチェーンといった分野で中核を担おうという企業ではない。むしろ身近な領域でAI技術を駆使し、社会の課題解決や人々の生活の利便性を上げるためのソリューションを提供する。こういった点が台湾の特徴である。

これら3つの特徴についてこの誌面ではより詳しい内容を紹介していきたいと思うが、まずはスタートアップ・ベンチャーを取り巻く環境の変化について簡単におさらいしておく。



写真1 9月に行った台湾スタートアップ・ベンチャーヒアリング、TST (Taiwan Startup Terrace) で説明を聞く参加メンバー



写真2 TTA (Taiwan Tech Arena) では日本語ができる担当者が案内をしてくれた。

■ 2 ■ 注目を集めるスタートアップ・ベンチャー

台湾でスタート・ベンチャーの育成が本格的に始まるのは2015年がスタートラインと言ってもいいだろう。2015年5月「台湾矽谷科技基金投資計画」(Taiwan Silicon Valley Science and Technology Fund investment Plan)を策定。その後、刻々と準備が進められ、2018年2月からは「優化新創事業投資環境行動方案」(スタートアップビジネス投資環境最適化に向けた行動方案)が動き出す。

もちろんそれまでも自治体や教育機関にインキュベーション機関を設けるなど、スタートアップ・ベンチャーを支援する取り組みはあった。しかし、従来からある施設を整えたり、入居費用を補助したり、所謂「箱モノ」重視といった政策から大きな転換の年となったのが2015年である。

また、この時期は中国のスタートアップ・ベンチャー支援が始まった時期とほぼ一致する。中国では2015年に「中国・中小企業青書2016」で経済発展の新たな推進力としてスタートアップ・ベンチャー支援が明文化された。2015年アリババが創業者基金を本格的な運用を開始。2016年には深センで「深セン市科技生態園」(深セン・エコシステムパーク)が設立されるなど、中国各地でスター

トアップ・ベンチャー育成の動きが本格的に広がりを見せている。「生態園」(エコシステム)がキーワードとなり、各地に「創業園」(インキュベーション施設)が作られ、豊富な資金投下のもとでスタートアップ・ベンチャー育成が一気に進められた。

台湾でもそして中国でもこうした新しい動きの背景にはIoTというキーワードがある。そして近年はディープラーニングに代表されるAIの進化がモノ作りの世界を一変させようとしている。こうした技術の進化がスタートアップ・ベンチャーには追い風となり、新しいビジネスモデルを提案するスタートアップが次々と誕生している。時代の波に乗る形で台湾のスタートアップ・ベンチャー支援も環境が整えられたとっていいだろう。

繰り返しとなるが、台湾スタートアップ・ベンチャーの特徴は3つにまとめることができる。第一にハードウェア系のスタートアップが多いこと。第二に、これまでの経験を活かして組み合わせや既存技術の再活用など「実用先端」が強みであること。そして、第三に、台湾大手ベンダーや産業界との強いパイプ。ここからはこれらの3つの点について詳しく紹介していきたい。

■ 3 ■ 第一の特徴、ハードウェア系のスタートアップが多い

ひとつ目の特徴はハードウェアに「強み」、またはハードウェアとの組み合わせで「強み」を発揮するサービスやソリューションを提供するスタートアップが多い。言い方を換えると、シリコンバレー発のベンチャーのように破壊的なイノベーションではない。既存の慣習を打ち壊すことが目的ではなく、これまで培ってきたモノづくりの「強み」と経験を活かして、その延長上で新しい分野に挑戦する企業が多い。

台湾でハードウェア系のスタートアップが多いのは、こうしたモノ作りの経験とノウハウの蓄積

が背景にある。台湾はパソコンやタブレット、スマホなどの IT 端末、それに付随する周辺機器やアクセサリを生産し、欧米をはじめ世界を相手にビジネスをしてきた。製品を大量に安く生産し、世界中に売りさばくことが台湾ベンダーの「強み」である。

今回のヒアリングでもスタートアップの起業に至る経緯を聞かせてもらおうと、「大手ベンダーの製品開発に携わってきた」、「企業から支援を受けてスピノフした」、「既存企業で積み上げたノウハウをもとに独立した」といったケースがたくさんあった。スピノフ、またスピアウトで起業するケースがたいへん多い。中には、「開発チーム 30 人が会社のプロジェクトを引き継ぐ形で独立した」というケースもあった。

起業時に所属母体からの支援が受けられるか受けられないか、また支援を受けたいか受けずに取り組むかはさまざまなケースがあるが、これまで培ってきた経験を基礎にスタートアップを立ち上げるというケースが多い。すなわち起業時の年齢が高いことも大きな特徴である。20 代前半ではなく、20 代後半から 30 代で起業というケースもある。台湾スタートアップ・ベンチャーがハードウェアに「強み」を持っているのはこうした背景がある。



写真 3 今年の Computex & InnoVEX ブースから TST (Taiwan Startup Terrace) の出展エリア、支援する企業を集めてパビリオンを形作っている



写真 4 同じく TTA (Taiwan Tech Arena) の出展エリア、2016 年 Computex からスタートアップイベントである InnoVEX が併設されて多くの来場者を集めている

■ 4 ■ 第二の特徴を理解するためのキーワードは「実用先端」

誤解を恐れずに言うと、スタートアップに限らず台湾が得意としているのは「最先端」ではない。「世界で唯一の・・・」、「世界初の・・・」、「世界最先端の・・・」、「高付加価値の・・・」ではなく、実用先端的な技術を駆使してリーズナブルなコストでユーザーフレンドリーなサービスやソリューションを展開することが台湾の特徴である。

しかし、筆者はこの点はたいへん重要だと考える。「最先端」、「高付加価値」ではないが、市場が必要としている製品やソリューションをいかにスピーディに、フレキシブルに、リーズナブルな価格設定で市場に共有していくことができるか。この「実用先端」こそが台湾企業の強みである。

台湾の技術をアンバンドル (Anbundle)、リバンドル (Rebundle) という言葉で説明することができる。決して革新的な技術ではないが、既存の技術の組み合わせや再活用の中から新しいサービスやソリューションを生み出すのである。InnoVEX2019 に出展する企業も実用先端、リバンドル、アンバンドル、リーズナブルプライスといった点をセールスポイントにする製品展示が多かった。

ここでアンバンドル (Unbundle)、リバンドル

について触れておきたい。アンバンドル (Unbundle) とは本来は「解体」あるいは「細分化」を意味する言葉である。一方、リバンドル (Rebundle) とは「組み合わせ」、「再パッケージ化」を意味する。

品質が高く、さまざまな機能があり、いろいろな調理ができ、多機能・高付加価値のモデルである。海外でも人気だ。しかし、果たしてこの電子レンジを使う人の中でこの高付加価値をどれだけの人が使いこなすことができているだろうか。

「電子レンジは温め機能を使うだけ」、「それ以外の機能はまったく使わない」、「使ったことがない」、「使い方が複雑で使いこなすことができない」といったユーザーも少なくないだろう。ユーザーによっては「温め機能だけで十分」という人もいるだろう。輸出先の地域ではほとんど使われることがない機能もありそうだ。「高付加価値よりもシンプルな機能で安さを重視する」といったユーザーもいる。

アンバンドルとは高付加価値を見直し、不要な機能を削ぎ落とし、必要十分な機能の製品をリーズナブルな価格帯で提供するという。本当に必要とされている機能を重視した製品開発をすることだ。グローバルな市場では高付加価値よりも価格重視のユーザーも少なくない。

一方、リバンドルとは既存技術の再構成化である。異なる目的で開発されたふたつの技術の組み合わせというケースもある。サムソンが開発した化粧品の収納ボックスがある冷蔵庫(インド向け)や居眠り運転アラーム機能があるドライブレコーダーなどもその一例。

ガジェット的な製品になるが……。ハンドルを回すスマホへの充電ができるラジオ付きの懐中電灯、不審者にアラームを鳴らす家庭用掃除ロボット、蓄電池を内蔵したキャスター付きのクーラーボックスなどリバンドルの事例である。

深セン・スタートアップ視察では中国のスタートアップチームからこのキャスター付きのクーラー

ボックスのプレゼンを聞いた。このクーラーボックスにはマイク、スピーカー、ラジオが付いていて、クーラーボックスや蓄電池として利用できるだけでなく多機能でありかつ実用的だ。小さな犬小屋ぐらいの大きさがあり個人で使うには大きさが少し気になったが、企業や自治体などが常備していたら台風や地震などの震災時には活躍しそうだ。

アンバンドル、リバンドルは決して最先端技術、高付加価値ではないが、既存の技術の見直しや組み合わせの妙で市場が求めている製品を開発すること。同時にリーズナブルプライスで提供していくことが「強み」になる。



写真5 マイク、スピーカー、ラジオが付いた蓄電池を内蔵したキャスター付きのクーラーボックス。カラオケもできるという。深セン・スタートアップ視察より



写真6 犬の健康状態に合わせて自動的に最適の餌を与える装置。InnoVEX2019より

■ 5 ■ 3つ目の特徴は台湾大手ベンダーや 産業界との強いパイプ

台湾スタートアップの多くはIPO (Initial Public Offering) を目指すのではなく、大手ベンダーとの協業を目指すケースが多い。スタートアップヒアリングでは「IPO が最優先の目標」と答えるケースは稀だった。この点も台湾スタートアップの特徴であると言えそうだ。大手ベンダーとの連携、または大手ベンダーに売り込む、または傘下に入ることで腰を据えたモノづくりに取り組む企業が多い。それにはいくつかの理由が考え得られる。

第一に、大手ベンダーが持っているグローバルなネットワークを活用したいという点。台湾ベンダーにはパソコンのOEM/ODMを通じて培ってきた欧米を中心とした販路がある。海外市場で事業を展開するためにはこうしたネットワークを活用することが得策である。

第二に、アライアンスを組むことで得ることができる信用である。さらにその信用を得ることでベンチャーキャピタルからの出資や政府からの資金も受けやすくなる。場合によってはアライアンス先の大手ベンダーから出資を受けることもできる。資金面でも大手ベンダーとの連携は魅力的だ。

第三に、そもそも起業をした創業者本人が台湾ベンダーで技術開発や製品開発に携わっていたというケースも多い。実は台湾ではこれまでも大手ベンダーからのスピノフ、またはスピアウトで起業をするケースが多かった。暖簾分け分社化、機能ごとに会社を分ける、開発チームを独立させるといったことはスタートアップに限らず台湾のIT産業の特徴であり、繰り返し行われてきた。台湾IT産業の成長を支えてきた要因の一つであると言える。

企業で積んできた経験をもとに起業したり、逆に起業の成果を企業に持ち込んで活かしたり、そ

ういったことがしやすい土壌がある。技術とノウハウさえあれば受け入れてくれる企業があり、仮に一度起業して失敗したとしても、また別のアイデアでセカンドチャンスやサードチャンスにチャレンジしやすい環境がある。

水平分業が進んでいる産業構造もその背景にある。アイデアとそれを実現するためのしっかりしたビジネスモデルの構想があれば横連携を期待する企業から声が掛かる。台湾は経験とノウハウがあれば活躍ができる機会を探して、何度でも挑戦ができる社会であると言えるだろう。

また個人が仕事を探す場合も同様で、「どこに勤めていた」(会社名)ではなく、「何ができる」(経験やノウハウ)が重視される社会である。スキルとキャリアは自己責任で形成するものであり、企業や組織に依存しないというマインドもスタートアップ向きと言えるだろう。

■ 6 ■ 「垂直統合型」のモノ作り、 「水平分業型」のモノ作り

一方、日本はひとつの会社に長く務めることが重視される。最近ではだいぶ変わりつつあるが、「終身雇用」、「年功序列」というシステムが日本経済の成長を支えてきた根幹にあり、今でも企業は「人を育てる」、社員は「会社のために尽くす」という考え方が根強い。

台湾人の考え方は(台湾に限らず中華圏では)「スキルは自己責任で磨くもの」、「キャリアを積むためには転職も選択肢のひとつ」と考える。会社のために尽くすことは、「組織や仲間のために自分を犠牲にして働くこと」ではなく、「与えられた仕事でベストを尽くすこと」と考える。

モノ作りも同様である。組織の中ですべて完結させる「垂直統合」が日本の特徴。一方、横の連携を重視して得意な領域でアライアンスを組んだり、役割を分担したり、「分業の上でそれぞれが、それぞれの領域で、自分の責任をしっかりと果たすべき」

と考えるのが台湾の特徴である。対等なアライアンスで「水平分業」を目指すといった考え方がある。これはスタートアップだけではない。

「垂直統合型」と「水平分業型」はそれぞれにメリットとデメリットがある。しかし、IoT 分野や AI 技術など変化が激しい中では水平分業型のモノ作りのほうが有利だと言える。スピードやフレキシビリティが重視される。市場のニーズにいち早く対応するためにスピーディな意思決定やフレキシビリティを發揮した柔軟な対応が求められる。こうした点が台湾企業の「強み」であると言えるだろう。

■ 7 ■ 台湾大手ベンダーも戦略の変更を迫られている

IoT でビジネス環境が大きく変わった。これはスタートアップだけのことではない。台湾大手ベンダーが得意とする OEM/ODM 中心のビジネスモデルも見直しが必要な局面となっている。従来のビジネスモデルに陰りが見え始めた。高性能のパソコンをリーズナブルなプライスで世界中に供給してきたビジネスモデルは崩れつつある。

大量にモノを作って売る時代ではなく、それぞれの分野に特化したソリューションが注目を集めるようになってきた。社会のさまざまな分野で IoT が本格化し、AI やクラウドサービスが従来のビジネスモデルに変革をもたらしている。

IoT の時代、パソコンやタブレットだけではなく、キャッシュレスやスマホ決済、カメラや各種のセンサーなどセンシングの入力デバイスなど、IT 端末も多様化している。それぞれの領域に合わせた端末の開発が必要となってくる。実際、今年の Computex2019 でも組み込みベンダーがさまざまなキヨスク端末を展示会で発表している。戦略の変更が求められるのはたとえ大手のパソコンベンダーであっても同じ。従来とは違う新しい製品開発の必要性に迫られている。

こうした IT 端末の開発がさまざまな分野の多

様なニーズに合わせて、スピーディに、かつフレキシブルに对应していくことが求められる時代である。開発時間を短縮し、コストダウンを目指し、スピードとコストを競い合い、これまでにないモノ作りの進め方が求められている。量産によって世界市場を狙う従来のビジネスモデルでは通用しなくなったわけである。

機関誌「交流」7月号 vol.940 でもレポートしたように、Gigabyte (技嘉) のスマートアグリ、Benq (明基) のスマートリテール/回転寿司システム、同じく Benq (明基) のスマートファクトリー/ロボットアーム、MiTAC (神通) の図書館システム、同じくドライブレコーダーなど車載システム、ASUS (華碩) のホテルソリューションなど、大手パソコンベンダーは Computex2019 で IoT を前面に出した BoB ソリューションに向かっている。

現在、台湾では Smart (智慧・・・) が重要なキーワードとなっている。この点も前回のレポートで取りあげた通り。Smart home (家電)、Smart office (オフィス)、Smart factory (工場)、Smart agri (農業)、Smart vehicle (自動車)、Smart health (健康)、Smart Medical (医療)、Smart education (教育) など。Computex2019 会場のあちらこちらで「Smart・・・」の文字が目に留まる。IoT を使って各社とも実用先端の新しいサービスやソリューションの開発にしのぎを削っている。何でも Smart を付けるのはどうかと思うが、Computex でも「Smart・・・」が明らかにひとつのトレンドだ。

繰り返しになるが、大手パソコンベンダーも例外ではない。各社の製品も大きく様変わりした。従来は主力製品であったパソコンやタブレットを出展するエリア面積は激減し、IoT サービスや AIoT ソリューションの展示が幅を利かせるようになってきた。こうした出展面積の変化からも時代の変化が感じ取れる。



写真7 Computex2019 で注目を集めていた Gigabyte (技嘉) の Smart agri 植物工場

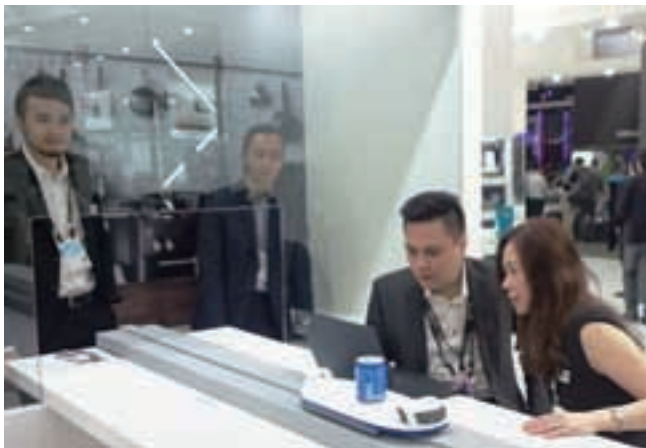


写真8 Benq (明基) は回転寿司ソリューションを出展、多角的
全方位戦略で AIoT 分野に大きく舵を切る



写真9 MiTAC (神達) は Mio ブランドで Smart vehicle 関連の
ソリューションを出展



写真10 ASUS (華碩) はホテルソリューションを出展、
Computex2019 では AIoT 分野へシフトする大手パソコン
ベンダーの動きが目立った

■ 8 ■ スタートアップ・ベンチャーとの連携 を深める台湾大手ベンダー

戦略の変化に対応するためにはイノベーションが必要である。イノベーティブな企業であればどんどん手を組む。この点でも台湾ベンダーの「水平分業」の姿勢を垣間見ることができる。進んだ技術やノウハウ、ビジネスのアイデアやソリューションがあれば積極的に取り込もうとする。これは大手ベンダーだけではなく台湾の中堅中小の企業も同様だ。こうした積極的な横連携の姿勢はスタートアップには追い風である。

一方、「垂直統合」の日本ではなかなかこのスピード感を出しにくい。フレキシブルな対応が苦手なのが日本企業の特徴と言えるだろう。もちろん、積極的に変化を受け入れようとしている企業もある。しかし、台湾や中国のスタートアップと比較するとまだまだ差は大きい。9月の台湾スタートアップヒアリングの後で日本の地域 Sier やスタートアップ・ベンチャーを回る機会があったが、やはりスピードとフレキシブルな対応という点ではその差は大きい。

台湾ベンダーへのインタビューでは多くの業界関係者が「スタートアップ・ベンチャーを取り込むことがイノベーションの近道」、「強みの相互補完が最善の策」とコメントする。具体的には次のような動き……。積極的にピッチを視察して注

目のスタートアップを探す、インキュベーション機関と提携してスタートアップからの相談窓口を設ける、スタートアップの製品開発に立ち入ってアドバイスをする、必要であれば自社の開発のリソースを提供するなど。最終的には出資（資本参加）が究極の選択だろう。「いいスタートアップチームがあればそのまま開発部隊に抱え込みたい」というコメントもあった。

社内でスタートアップ・ベンチャーを育成するというより、より現実的かつより即効性が高い方法として出資をしたり、人を送り込んだり、場合によっては M&A で傘下に収めるといったケースも考える。さらに抱え込むのとは逆に自社の開発チームをそのままスピンオフさせてアライアンスパートナーを探させるケースもあった。

スタートアップ側もビジネスをいち早く立ち上げるために大手ベンダーにアドバイスを求めたり、開発リソースの提供を受けたり、または出資を受けたいという期待もある。さらに製品開発後の量産体制や販路構築に期待するというケースもある。スタートアップ側の期待も大きい。

■ 9 ■ スタートアップ、「0→1の壁」と「1→100の壁」

先ほど挙げた3つ目の特徴について、この項ではもう少し掘り下げて考えてみたい。既存のベンダーとの提携を求めるスタートアップとスタートアップのイノベーションや技術力に期待する既存のベンダーと、この両者を繋ぐための仕組みに注目してみたい。

テーマは「0→1の壁」と「1→100の壁」である。まず、「0→1の壁」とは0から1を作り出すこと、つまりアイデアを形にする難しさである。プロトタイプ製作と言ってもいいだろう。一方、「1→100の壁」とは製品の量産化である。プロトタイプから製品の量産体制をいかに作りあげるかを意味する。

スタートアップがクラウドファンディングなどで購入希望者を募って資金調達に成功しても、実際に納期通りに製品が届けられるとは限らない。いや、むしろ製品を納品するまでにはさまざまなハードルが待っている。

アイデアを形にすることはスタートアップにとってそう簡単なことではない。製品によってはそもそもプロトタイプの完成にまで行きつかないケースもある。これは生産ラインに乗せる以前の問題であり、アイデアが形にならないまま未完成に終わってしまうケースも少なくない。

そもそも製品を思った通りに完成させることができるかどうか、つまり開発に成功するかどうか、ビジネスチャンスとリスクは表裏一体である。ましてスタートアップは経験に乏しく、資金力もない。「0→1の壁」を乗り越えるのは至難の業である。プロトタイプの完成を前にビジネスモデルが破綻するケースも少なくない。

「0→1の壁」を乗り越えても、その先にはもうひとつの壁がある。それは「1→100の壁」である。歩留まりを抑え、安定した品質で、量産体制を作ること、これが次の大きな壁である。0→1の次には安定した品質で製品を生産していくことが求められる。この壁を乗り越えることができずにビジネスモデルが行き詰まるケースも少なくない。「1→100の壁」もまた高い壁である。コストや品質をしっかりとコントロールしながら量産体制を作りあげる「1→100の壁」もスタートアップにとっては大きな課題である。

■ 10 ■ スタートアップを支援し、連携を模索する EMS 企業の存在

台湾 IT 産業はこれまでパソコンやその周辺機器の OEM/ODM で成長を遂げてきた。生産代行である。ここでは EMS（電子機器受託製造サービス）と呼ぶことにする。EMS は Apple の iPhone を生産している Foxconn（鴻海精密/ホン

ハイ)に代表されるように台湾には電子機器の受託製造サービスを手掛ける企業が多数ある。台湾大手ベンダーの大部分が自社または系列企業で受託製造サービスを行っていると言ってもいいだろう。

もちろんスタートアップ支援はボランティアではないので、スタートアップには厳しいビジネスの眼が向けられる。いくつものチェックが入る。しかし、これはアドバイスをする側も未知の領域である。見方を誤ると期待通りのアライアンスができない。リスクも伴う。EMSベンダー側も真剣勝負だ。

もともとEMSは大口の生産が中心であった。さらには品質管理や量産技術など発注元である海外の大手ベンダーから指導を受けることができる。経験やノウハウは発注元である大手ベンダーから学ぶことができたわけである。しかし、スタートアップとのアライアンスではそれは期待できない。むしろ立場が逆転して指導を受ける側からアドバイスや指導する側に立っている。リスクも伴うわけだ。

スタートアップ側も製品開発や量産体制作りの面で経験不足を補完するアドバイスを受けることができる。リスクとチャンスが混在する状況であるが、こうした中で相互補完体制を作ることがいまま最も求められていることである。

これから紹介する2つの事例は大手EMSベンダーと中堅クラスのEMSベンダーが取り組んでいるスタートアップ支援の事例である。いずれもTST (Taiwan Startup Terrace) との提携で行っているスタートアップ支援の動きである。参考にしていただきたい。



写真 11 アイデアを形にする、さらに量産化が大きな課題。Computex2019 で注目を集めたサービスロボット「NUWA」



写真 12 猫とトイレを自動でお掃除。スタートアップエリアに出展していた大学発ベンチャー

■ 11 ■ マイティ・ネットはスタートアップに小規模生産、多品種少量生産の製造環境を提供

Might Electronic Co., Ltd. (邁特電子企業股份有限公司)

新竹縣新豐鄉員山村 2 鄰 40 號

<https://www.might.com.tw/>

マイティ社 (Might Electronic) は 1986 年設立。台湾の老舗 EMS 企業である。グループ企業として台湾と中国大陸の両岸に製造拠点をもち、電子製品だけでなく、光学・無線ネット・コントロー

ラ・センサー・自動車向けなどの部品や半製品なども製造しており、技術力には定評がある。大手企業だけでなく、中堅中小クラスの企業からのニーズにも対応している。

しかしながら大口受注は競争が激しく、利益率が下がり、これまでのような受託製造サービスはEMSベンダーとして比較的規模が小さいマイティ社にとっては不利である。そこで6年前からマイティ・ネット (Mighty Net) という専門部門を作り、スタートアップを支援する取り組みを始めた。2代目の経営者が事業の旗振り役となっている。

スタートアップが発注する仕事の場合、その生産量は少なく、大規模な生産ラインを持っている企業では逆にコストが上がってしまうため、小規模な生産ラインを持ち、多品種少量生産が得意なマイティ社にうってつけである。担当者話によると「私たちからスタートアップにいろいろとアドバイスをさせてもらうケースが多く、大企業からの受注に比べるとかなり手間暇がかかることが多い」とコメントする。しかし、そんな中でもじっくり取り組んでいくことによって成功事例も出てきている。

たとえば、元アップルの技術者が起業した米 Ubiquiti Networks 社。マイティ・ネットが支援した企業のひとつだ。最初は海の物とも山の物ともわからないまま、試作・量産を時間をかけて進めていたという。現在、この Ubiquiti Networks 社が手掛ける製品は日本ではまだなかなかなじみがないが、ネットワークエンジニアが要らない誰でも使いやすい無線 LAN システムを作るという理念の製品開発で急成長し、2018年には年間売上10億米ドルを突破した。マイティ社がこの製品の受託生産を行っている。現在ではマイティ社の大口顧客になっているという。

現在ではマイティ社、マイティ・ネットともに知名度が上がり、世界中のさまざまなハードウェア・スタートアップから案件が持ち込まれるようになっている。日本からの案件も歓迎だという。

今後も要注目台湾 EMS 企業であると同時に台湾のエコシステムの現状を理解する上で象徴的な企業であると言える。



写真 13 9月台湾スタートアップヒアリングから、マイティ・ネットのプレゼン。試作から量産、出荷まで「1→100の壁」についてワンストップでサポート



写真 14 小ロット生産でも対応可能なところが特徴、世界中にネットワークを持つマイティグループ

■ 12 ■ 大手 EMS ベンダーであるウィストロン社 (Wistron) もスタートアップに接近

Wistron Corporation (緯創資通股份有限公司)

新北市汐止區新台五路一段 88 號 21 樓

<https://www.wistron.com/>

ウィストロン社 (Wistron) は 2001 年に台湾大手 PC メーカーである Acer がその製造部門を分離して設立した台湾を代表する EMS 企業である。全世界で従業員 8 万人、13 の製造拠点をもち、2018 年の営業額が 8,895 億台湾元、日本円で

3兆円を越え、米誌フォーチュンによる「フォーチュン・グローバル500」などにも名前が出てくる世界的大企業である。

この台湾を代表する超大手EMS企業であるウイストロン社もスタートアップへの接近を強化している。経営陣の指導のもとで戦略的な動きとして、台湾のエコシステムの構築に一役買っている。

具体的には、社内では「金頭脳」コンテストを実施して社内でのスタートアップを募り、若手社員にやる気と勇気を与える取り組みを行っている。また Innovation Integration Center（創新整合中心）を設置し、ベンチャーキャピタルとの接点作りも積極的に進め、国内外で優良なスタートアップを探し出す取り組みを意欲的に行っている。この取り組みは社内でEMSの大口受注を手掛ける部門とは分離し、完全に独立した部門でスタートアップへのアプローチを行っている。

2012年に出版されたクリス・アンダーソンの「MAKERS 21世紀の産業革命が始まる」で、3Dプリンタなどを活用して個人でもものづくりを行う「メイカームーブメント」が注目された。しかし、量産し、コストを引き下げ、多くのユーザーに使ってもらい、ビジネスモデルを作り上げるのは、個人のみでは難しい。今は製造・量産ノウハウを持った大企業とアイデアや技術を持った個人やスタートアップがどう協業していくか、この点が鍵である。

ウイストロン社といった超大手EMS企業もスタートアップの取り込みに必死だ。0から1を作り、1を100にする仕組みを持つ企業がスタートアップに注目を集めている。台湾ではこうした大手ベンダーの動きが台湾のエコシステムを機能させる一翼を担っている。

自社でブランドを持たず、EMS(電子機器受託製造サービス)と水平分業体制で成長してきた台湾の製造業が、これからどうやってスタートアップを取り組み、グローバルな環境でビジネスを展開していくか、今後の動向にぜひ注目していただきたい。



写真15 9月台湾スタートアップヒアリングから、ウイストロン社のプレゼン



写真16 ウイストロン社は台湾を代表する超大手EMS企業

■ 13 ■ 経済部が旗振り役の TST (Taiwan Startup Terrace) と科技部が主管する TTA (Taiwan Tech Arena)

最後にいま注目のスタートアップ支援機関を2つ取り上げる。その一つは TST (Taiwan Startup Terrace) である。TST は台湾の経済部 (MOEA/Ministry of Economic Affairs) が主導的な役割を果たして設けられたインキュベーション施設。経済部とは日本の経済産業省に当たる政府組織。TST は台北郊外の林口 (lin kou) にある。2019年7月から本格的な活動を開始している。

もうひとつは台北市の中心街に位置する TTA (Taiwan Tech Arena) である。TTA は科技部 (MOST/Ministry of Technology Taiwan) が主管となるプロジェクトで設けられた施設。科技部とは日本の旧科学技術庁に当たる機関 (現文部科学

省傘下)台湾では科技部が科学技術及び産業振興行政の中心的な役割を担う。TTAは2018年の6月に開所式が行われ、昨年9月から本格的な活動を開始している。

この2つの機関は機関誌「交流」2018年11月号 vol.932でも取り上げてレポートした。台湾スタートアップ事情を知る上でいま最も注目したい支援機関である。2019年9月に行った台湾スタートアップヒアリングでもこの2つの機関を訪問し、最新動向をお聞かせいただいた。今後も定点観測ポイントとして注目していきたい。

■ 14 ■ 「ワンストップサービス」でスタートアップを支援する TST

Taiwan Startup Terrace (略称: TST)

新北市林口区仁愛路二段4号/林口新創園

<http://www.startupterrace.tw>

<https://www.facebook.com/startupterrace>

TST (Taiwan Startup Terrace) は台北駅と桃園空港を結んでいる MRT 桃園空港線 (桃園機場捷運) のほぼ中間地点にある。台北までおよそ30分、桃園空港までおよそ30分の距離である。コワーキングスペースやレンタルオフィスの提供だけでなく、台湾で会社を設立したいという海外のスタートアップ・ベンチャー向けに、在留資格(ビザ)の申請アドバイス、会社設立の代行、税務面でのアドバイスなど、台湾国内におけるさまざまな行政手続きを支援する。

最大の特徴は宿泊施設が併設されていること。昨年の9月にTSTを訪問したときには、施設の中核部分であるエントランスホールができたばかりの時期で、まだ他の部分は内装工事中だった。今年は宿泊棟を含めて大部分の施設が完成していた。

しかし、本格的な入居者の受け入れはまだこれからだという。担当者によると段階的に入居企業

を募って入居が始まっているが、オフィス棟は募集の度にすぐに入居企業が決まり、受け入れ施設の拡充が間に合わない状況だという。まだいくつかの棟が改装工事中で工事が終わり次第、順次入居者を募っていくという。

TSTは2017年8月に台北で開催された第29回夏季ユニバーシアード競技大会(第二十九屆夏季世界大學運動會/XXIX Summer Universiade)の選手村として使われた施設の跡地を活用して整備が進められている。施設を見学してまず感じることは、ユニバーシアードの宿泊施設として使われた場所なので建物自体の印象は「住居棟」である。広い敷地の中に何棟ものマンションが建ち並んでいる景観だ。

TSTのエントランスをはじめ施設の基幹部分はほぼ工事が終わっている。エントランスの部分にはガラス張りの広いホールが設けられ、50人ぐらいいれそうな多目的スペースとなっている。大型スクリーンが設置され、ホールの奥にはゆったりとした受付がある。

ホールは色彩豊かなカラフルな内装が施され、四角い椅子と丸い椅子がスクリーン横の壁に埋め込まれている。この椅子はイベントがあるときに壁から取り出して使うという。なかなかいいアイデアだ。エントランスホールは50人ほどが座れるイベントスペースになる。ここではセミナーやピッチを行ったり、マッチングイベントや交流イベントが開催されたり、視察に訪れた人にTSTを紹介するプレゼンの場としても活用していくという。海外からの視察も増えているそうだ。

もし、椅子を使わないイベントであれば楽に100人ぐらいいれそうだ。余裕がある空間を十分に使うことができるのは選手村の跡地利用ということもあるだろう。しかし、さまざまなイベントに対応できるように考え抜かれた使い方の工夫は素晴らしい。

ホールの奥にゆったりとした受付があり、その

奥にはピッチやプレゼンの練習用に使うというミニステージ、大小の会議室、入居者向けのリラックスマームなどが整備されている。ミニステージは屋外に向かってにガラス張りになっていて、扉を全部開放して屋外にギャラリー席を設けると、ここでも50人ぐらいのを集めたイベントができそうだ。こういった空間の使い方もなかなか工夫されている。

2階より上にはコワーキングスペースやレンタルオフィスが整備されている。大小の会議室やリラックスマームもある。去年はまだ整備中だったが今年は内装が終わった会議室やレンタルオフィススペースをいくつか見学することができた。宿舎の再利用なので残念ながら日本のコワーキングスペースのようにおしゃれなデザインではない。柱や壁など建物の構造上の制約もあるだろう。最初から自由な空間設計ができたわけではなく、やはり住居棟を改装したという印象は拭えない。しかし、どの部屋も十分なスペースがあり、レイアウトもそれなりに工夫されていて機能的だ。

TSTはスターアップ向けのレンタルオフィスだけでなく、宿泊施設を備えているという点が大きな特徴である。個室、2人部屋、4人部屋、二段ベッドを並べたカプセルホテル風の部屋など、さまざまなタイプの部屋が整備されている。二段ベッドの部屋はたっぷりと余裕を持ったスペースにベッドが配置されていてたいへん開放的だ。狭さ、窮屈感、圧迫感はまったく感じない。

出張者がホテルとして利用したり、ちょっと長めの出張でオフィス代わりに利用したり、または会社設立準備のために中長期で利用することも可能だ。1泊2日から中長期滞在までさまざまなニーズに応じていきたいと担当者はコメントする。

「とにかくここへ来れば情報がある、そして入居企業と交流ができる、さらにパートナー探しの場として利用したり、情報収集や情報交換の場と

して利用したり、または会社設立準備のベースキャンプ地として、どんどん活用してほしい」と話す。「ワンストップサービス」でスタートアップを支援する点が大きな特徴である。



写真17 エントランスを入ってすぐの多目的スペース、壁に椅子が埋め込まれている



写真18 ユニバーシアード台北大会の選手村の跡地が活用されている



写真 19 外観は住居用のマンション、何棟もの建物が建ち並ぶ一角に TST がある



写真 21 入居者や宿泊者が自由に使えるリラックススペース



写真 20 ビッチやプレゼンを練習するためのミニステージだが、ガラス戸を開放すると屋外に客席設けたイベントもできる



写真 22 大小の会議室が各フロアにある



写真 23 TST は宿泊施設も備えている。写真は出張者向けの個室



写真 24 2段ベッドの部屋、ゆったりとしたスペースで窮屈な感じはない

■ 15 ■ TTA は台北市内の中心街に位置し、「人」と「情報」が集まる場

Taiwan Tech Arena (略称：TTA)

台北市南京東路4段2號

Taiwan Tech Arena

<http://taiwanarena.tech>

<https://www.facebook.com/taiwantecharena>

TTA (Taiwan Tech Arena) は台北市の中心街に位置する。こちらも台湾政府が設けたインキュベーション施設である。科技部 (MOST/Ministry of Technology Taiwan) が主管。TST が経済部であるのに対して TTA は科技部傘下のインキュベーション施設である。TTA はタイペイ・アリーナ (小巨蛋) の中にあり、松山空港からはタクシーで5分ほど。台北駅からも MRT で15分程度の位置にある。まさに市街地の中心部にあり、交通の便も良い。

アクセラレーターが入居するオフィススペース、ピッチやセミナーなどさまざまなイベントが開催される多目的スペース、スタートアップ支援を目的とするコワーキングスペース、ミーティング用の中小会議室などが整備されている。

多目的スペースは階段状の椅子席に50人ほどが座れるスペースがある。イベントに応じて設置されるステージは決して広いとは言えないがピッチやセミナーを開催するには十分である。むしろ、

Face to face の距離感でピッチや交流イベントを行うには絶好の会場である。

他にもリビング的な利用が可能なりラックススペースや携帯電話専用の通話ボックス、シャワールーム、仮眠スペースなどがある。TST のようなスタートアップ向けのレンタルオフィスはない。人が集まる場、交流の場を提供するための空間だ。

フランス、オランダなどアジアビジネスに積極的なヨーロッパのアクセラレーターがオフィスを設けている。こうしたアクセラレーターが入居するには厳しい審査があり、入居が認められると台湾政府の資金が入居したアクセラレーターに投じられる。アクセラレーターが持っているファンドに台湾政府が拠出する資金の運用を委託する形だ。

担当者によると一定期間委託された後、資金運用の成績が再度審査され、場合によっては入居の継続契約が取り消される可能性もあるという。2019年9月の時点で入居中のアクセラレーターは4つ。定期的な活動報告の他にも年に一回「審査会」があり、活動成果やアクセラレーションプログラムの良し悪し、資金運用の成果が審査される。入居するアクセラレーターに対して厳しい眼で継続契約是非の審査が行われる。現在のところまだ運用が始まったばかりで契約が取り消されたケースはないとのことだが、委託する側も委託される側も真剣勝負といったところだろう。

また、TTA の協力企業 (団体) として国内外のベンチャーキャピタル、台湾の大手ベンダー、金融機関などたくさんの企業が名を連ねている。担当者によると「毎月50~60前後の何かしらのイベントがある。マッチング会やアクセラレーションプログラムの一環であるセミナー、またはアクセラレーターが主催するピッチやフォーラムなど、内容はさまざま」とのコメント。

「形だけ、または人が集まるだけの場ではなく、

実質的にビジネスが生まれる、または生み出すための仕組みを提供していきたい」という。最後に筆者が印象に残った担当者のコメントだが、「私たちはアクセラレーターではない。アクセラレーターを支援するプロでありたい」とのこと。性格が違う2つの機関がそれぞれの切り口でどちらの機関も台湾スタートアップ支援に重要な役割を果たしている。今後ともこの2つの機関の定点観測を続けていきたい。



写真 25 多目的スペースにステージが設けられ、毎月 50~60 ほどのイベントが開催される



写真 26 3階から4階への広い階段がステージを見下ろす観客席になっている

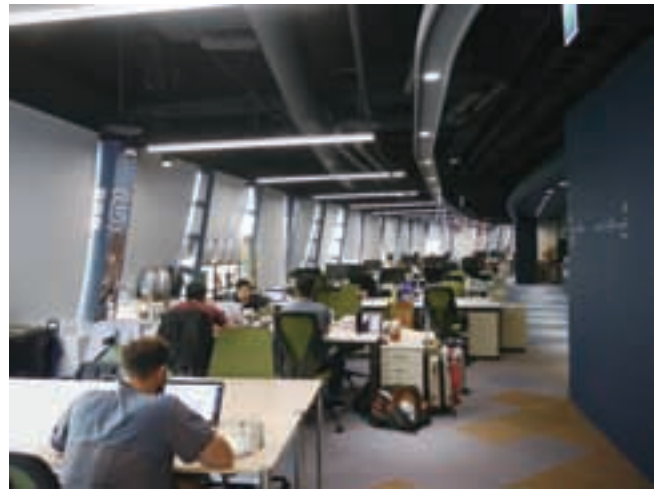


写真 27 海外から入居しているアクセラレーターのオフィススペース



写真 28 自由に使えるリラックススペース

※このレポートに関する問い合わせやご意見、コメントなど TCA 東京事務所まで。

<http://www.tcatokyo.com>

yoshimura@tcatokyo.com