

中国の影響力行使の可能性と限界 —「台商」による「帰台投票」の事例を中心に—

松本充豊（京都女子大学教授）

はじめに

総統選挙まで1年足らずとなり、台湾の政治は早くも選挙モードに突入している。台湾の大型選挙で必ずといってよいほど話題になるのが、いわゆる「台商」の「帰台投票」（「返台投票」）である。台商とは中国で操業する台湾企業、その経営者・幹部のこと、帰台投票とは台湾に戻って投票することである。

台湾では大型選挙のたびに、台商の帰台投票がメディアの注目を集め、中国の台湾に対する影響力の大きさを台湾社会に強く印象づける一因となってきた。台湾のメディアや世論では、台商の帰台投票は中国の働きかけによるものとして、おおむね中国の「選挙介入」と受け止められているが、中国はそうした見方を真っ向から否定してきた。国務院台湾事務弁公室（国台弁）は「これまで台湾の選挙に介入したことはない」と繰り返し表明している。

実のところ、中国の「選挙介入」といわれる現象の実態をつかみ、明らかにすることは極めて困難である。中国の影響力が実際に行使されるプロセスをつぶさに観察することはできないし、中国の影響力が行使されたとしても、台湾の選挙は秘密投票で行われているため、選挙結果とのあいだに因果関係があるのかどうかもわからない。

中国が台湾の選挙への介入を企図してきたと仮定して、中国は果たして思惑どおりに影響力を行使できるのだろうか。中国が期待した政治的な帰結がもたらされるものなのだろうか。本稿では、このような問題意識にもとづいて、政治的クライアンテリズム（クライアンテリズム）とよば

れる比較政治学の理論的な枠組みに依拠しながら、台商への働きかけによる中国の影響力行使の可能性と限界について考察してみたい。

なお、昨年台湾で行われた統一地方選挙でも、中国の新たな手法による「選挙介入」が話題となり、その過程では台商の関与も取りざたされた。本稿の最後では、中国の影響力行使の事例のひとつと捉えて、その分析を試みる*。

1. 中国の影響力行使と台商

中国は、対台湾工作の基本路線を「武力解放」から「平和的統一」に転換して以降、台湾統一工作の一環として「ビジネスをもって政治を囲い込む」（「以商囲政」）という戦略を進めてきた。台湾との経済関係を強化・深化させ、それを操作することを通じて、台湾を政治的に取り込み、台湾に対して影響力を行使しようとした。胡錦濤政権が着手した「恵台政策」は、中国による台湾の取り込み政策が新たな段階に入ったことを示すものだった。恵台政策は習近平政権にも継承され、積極的に展開されている。

恵台政策のもとで、中国による台湾への影響力行使のチャンネルは多様化した。台湾を舞台に幅広い住民を対象にした働きかけが行われ、中国の影響力が台湾社会に広く浸透するようになった。また、中国で行われていた台商への働きかけにおいても、新たな展開がみられた。本稿では、後者の中国において台商を取り込み、それをとおして台湾に影響力を行使しようとする事例を取り上げる。

* 本稿は、松本（2019）の内容の一部をもとに加筆・修正を行い、新たな内容を付加したものである。

中国は、経済的利益の供与を通じて台商を政治的に取り込み、台商に直接的に働きかけたり、あるいは台商をとおして台湾住民に働きかけたりすることで、台湾の政局に影響を及ぼし、統一に有利な環境をつくりだそうとした。選挙の局面では、選挙結果を左右することが企図される。胡錦濤政権期は、共産党が「台独」勢力とみなした民進党政権の長期化を阻止するのが最大の課題だった。二大政党制という台湾の政党システムを前提として、台商には経済的な利益を手にするのと引き換えに、国民党を支持し、選挙時には同党に投票することが求められた。中国による具体的な働きかけのひとつが、台商に帰台投票、すなわち台湾に戻って投票するよう促すものである。

このような中国による台商に対する影響力の行使は、「兩岸」を舞台にした一種の利益誘導政治と捉えることができる。そこで、以下では利益誘導政治の分析枠組みとして知られるクライアンテリズムを手がかりに、台商への帰台投票の働きかけの事例を取り上げて、中国の影響力行使の可能性と限界について考察する。

ところで、一言で台商といっても、業種や事業規模は異なりさまざまである。ここでは分析の都合上、3つのタイプに区別しておきたい。第1に、大型ビジネスグループである。中国国内で広く事業を展開し、そのオーナー・経営者は台湾社会で影響力のある企業家で、中台のハイレベルな政治家とのネットワークを形成している。第2に、中国各地で比較的大規模な投資を行っている大企業である。このような大企業の経営者は、地方レベルの党・政府関係者との個人的な関係を築いており、後段で紹介する台商が結成した「台資企業協会」(台商協会)やその全国組織である「全国台湾同胞投資企業聯宜会」(台企聯)で役員を務めていることが多い。第3に、上記の2つのタイプを除いた、大多数の台商である。中小規模の企業が中心で、地方レベルの党・政府関係者とのつながり

もなく、台商協会に必ずしも参加しているわけではない。

2. クライアンテリズムとは

(1) クライアンテリズムとブローカー

クライアンテリズムは、比較政治学の理論的な枠組みのひとつとして知られ、国内の利益誘導政治の分析に使われている。

クライアンテリズムとは、監視をともなう高い予測可能性に支えられた、条件つきで、かつ直接的な政党(政治家)＝パトロンと、有権者＝クライアントとの交換関係のことである(Kitschelt and Wilkinson 2007, 9-10)。そこには、有権者が政党を支持すると引き換えに、政治家は自分を支持する有権者への利益分配など、対象が限定された見返りを与えるといった交換関係が存在している。

クライアンテリズムには2つの側面がある。すなわち、パトロンがクライアントである有権者に利益を分配する側面と、パトロンが利益分配を受けたクライアントの行動を監視する側面である。クライアンテリズムをうまく機能させるためには、政党はまずもって、どの有権者に利益を分配するのかを決めなければならない。しかし、それだけではない。政党は、クライアントである有権者の行動を監視しておかなければならない。なぜなら、利益分配を受けておきながら支持しない有権者がいるかもしれないからである。とはいえ、有権者を監視するために必要な情報が、必ずしも政党リーダーの手元にあるとは限らない。政党リーダーは個々の有権者にまで目が届かないからである。

そこで、政党にとって欠かせない存在となるのが、選挙区レベルで有権者と個人的な関係やネットワークを築いている活動家である。こうした活動家はブローカーとよばれる。ブローカーは、政党(パトロン)と地元の有権者(クライアント)

をつなぐ仲介者である。ブローカーは、日頃から有権者との接触をとおして、彼（彼女）たちを観察していることから、個々の有権者の選好や行動にかんする細かな情報を有している。そのため、政党が利益の分配先を決めるにあたって、このブローカーの判断が決定的に重要となる。ブローカーは、政党から受け取った資源を有権者に分配してクライアントを組織化するとともに、クライアントがその政党に投票するかどうかを監視するのである（Stokes, Dunning, Nazareno and Brusco 2013, 75-76）。

（２）代理人問題

このような政党とブローカーの関係は、本人（プリンシパル）と代理人（エージェント）の関係にある。ブローカーは、政党（本人）が雇った代理人である。したがって、政党とブローカーのあいだでは、いわゆる代理人問題が生じることになる。

代理人問題とは、代理人がその裁量を利用して、必要な情報を隠したり、自分勝手に行動したりすることで、本人が求めていたものと違う結果をもたらされることである。代理人を雇った場合、本人は代理人の行動を完全には知ることができない（情報の非対称性）。そのため、代理人は裁量の余地（エイジェンシー・スラック）を持ち、機会主義的な行動をとる可能性が生じる。

政党とブローカーの関係においても、政党リーダーはブローカーの行動を完全には知ることができないため、代理人問題は避けられない。例えば、ブローカーは政党から受け取った、クライアントに分配されるはずの資源の一部を、自分の取り巻き連中に分け与えて、地元での自らの権力基盤を強化しようとするかもしれない。また、代理人問題は、本人と代理人がどれくらい目的を共有しているのかにも大きく規定される。政党とブローカーの関係においても、ブローカーはそれ自身の利益や目的を持っており、それらが政党リーダー

の利益や目的と一致するとは限らない（Stokes, Dunning, Nazareno and Brusco 2013, 76; 久米・河野 2011, 106-107）。

（３）パトロンの期待とブローカーの思惑

パトロンの期待とブローカーの思惑の違いに注目しながら、政党とブローカーの関係についても少し見てみよう。政党リーダーは、より広範に動員ネットワークを組織できるブローカーを有能だと考えて、多くの追従者を抱えるブローカーを雇おうとする。そのため、ブローカーには、自らの動員ネットワークの規模を最大化しようというインセンティブが働くことになる。政党リーダーは、有能なブローカーであれば、党の熱心な支持者だけでなく、投票先を変えやすい有権者やライバル政党の支持者にまで動員ネットワークを広げられるだろうと期待する。

しかし、政党リーダーには、個々の有権者がどの政党を支持しているのかについての知識がないうえ、ブローカーによる動員に向けた取り組みの実態や、動員が実際に選挙結果にもたらす効果を直接観察することができない。

そうした中で、政党リーダーにとって、ブローカーの動員能力を測るための指標となるのが、選挙集会などのイベントでの有権者の動員数である。ブローカーにとっては、ここでどれだけ多くの有権者を動員できたのかを示せることがとても重要となる。動員数を効率的に増やしたいと考えるブローカーは、動員ネットワークの規模を最大化するため、利益分配がなくても党に投票するような熱心な支持者の組織化に力を入れるかもしれない。そうしたブローカーの思惑から、結果的に政党リーダーの期待に反して、党の熱心な支持者を中心に利益分配が行われ、投票先を変えやすい有権者にはその一部にしか利益が分配されないことになる（Stokes, Dunning, Nazareno and Brusco 2013, 92-95）。

要するに、本人と代理人の関係では、本人が代理人をうまくコントロールできるかどうかの問題となる。ここで重要となるのが、モニタリング(監視)である。本人は、代理人が本人の利益となるよう行動するかどうかを監視しておくことが必要となる。政党とブローカーの関係においても同様であり、政党がブローカーの行動を監視できるかが、政党がブローカーをコントロールするうえでの鍵となる。

3. 台商への利益分配

(1) 台商への利益誘導

クライアントリズムの枠組みに則して考えると、中国が台商に働きかけて効果的に影響力を行使するためには、台商に利益分配を行うとともに、その行動を監視しておかなければならない。まずは、台商への利益誘導の側面についてみてみよう。

胡錦濤政権期に形成され、現在の習近平政権のもとでも台商への利益誘導の枠組みとして機能しているのが、国民党と共産党の中央レベルのイニシアチブによって設立された、中台交流のための各種の大型フォーラムである。その代表的なものが、「国共フォーラム」、「兩岸企業家サミット」や「海峡フォーラム」である。

大型フォーラムには、中国側からは中央レベルの対台湾工作のリーダー、地方レベルの党・政府関係者や著名な企業家、台湾側からは対中国政策に携わってきた国民党の有力政治家、大型ビジネスグループのオーナー・経営者や大企業の経営者、地方有力者などが参加した。こうして、中台のハイレベルな政治家や著名な企業家たちのあいだにネットワークが形成された。大型フォーラムへの参加をとおして、中国側の対台湾工作のリーダーたちと台商との定期的な交流が行われ、ネットワークの制度化が進んだ。

大型フォーラムは、共産党(パトロン)による台商(クライアント)の新たな取り込み政策の一

環として位置づけられ、台商への利益誘導の経路となった。例えば、中台間のハイレベルな経済対話の場となった兩岸企業家サミットでは、中台の著名な企業家たちが多数参加する会合で、毎回さまざまなテーマで中台の経済交流や経済協力の促進について議論が交わされた。中国側は、兩岸企業家サミットを国家経済戦略とリンクさせると同時に、成長著しい中国でのビジネスチャンスへのアクセスを台商に提供する場として位置づけてきた(川上2017, 54-55)。ビジネスチャンスへのアクセスを操作することが、中国の台商に対する影響力の源泉となった。

(2) 台商への実際の利益分配

共産党が提供する資源の分配先を決めるのは、国民党の判断に委ねられた。ここでの国民党はブローカーに近い役割を果たしていたと見ることができる。

実際の台商への利益分配は事実上、国民党内でも中国との太いパイプと台商に大きな影響力を持つ特定の有力政治家に握られた。彼らこそが真のブローカーだったといえる。具体的には、国民党の榮譽主席だった連戦と呉伯雄、台湾側の対中窓口機関である海峡交流基金会(海基会)のトップを務めた江丙坤、兩岸企業家サミットの台湾側代表の蕭萬長があげられる。彼らはいずれも国民党内では長老格の大物政治家である。2005年の「国共和解」以降、各種の大型フォーラムに深くかわり、中国側のハイレベルな政治家とも個人的な関係やネットワークを築いてきた。

そして、実際に利益の分配にあずかることができたのは、台商のなかでも国民党と関係が深い大型ビジネスグループや大企業が中心だった。国共フォーラムには毎回、国民党と関係の深い財界の有力者や大企業のオーナー・経営者が多数つめかけ、海峡フォーラムや兩岸企業家サミットは中台の大企業同士の交流の場と化していたという。

(3) 共産党の期待と国民党の有力政治家の思惑

中国と台湾のあいだには「事実上の国境線」が存在することから、共産党が対岸にいる国民党の有力政治家を監視するのは困難だった。両者のあいだには情報の非対称性が生まれ、国民党の有力政治家は裁量の余地を持つことになった。共産党による利益誘導において、最終的に大型ビジネスグループや大企業に利益が分配されたのは、パトロンである共産党が期待した「三中」(中南部、中小企業、中下層所得者)、特に中小企業への利益分配とは大きくかけ離れていたことになる。

共産党が期待したとおりにならなかった理由として、パトロンの期待とブローカーの思惑の違いから2つの可能性を考えることができる。第1に、国民党の有力政治家が、自分たちの影響力を行使しやすい大型ビジネスグループや大企業を中心にクライアントを組織化することで、動員ネットワークの最大化を図ったという可能性である。第2に、国民党の有力政治家が自らの権力基盤の拡大・強化を図ったという可能性である。選挙と直接かかわりのない彼らが、新たな国民党の支持者を増やすことよりも、自分たちの権力基盤を拡大させる方を優先したとしても不思議ではない。

台商への利益誘導においては、最終的な利益の分配先がブローカー(国民党の有力政治家)の思惑に左右されることになった。中台の経済交流の恩恵が、本人(共産党)の期待した中小企業には十分に行き渡らなかったことは、結果的に、中国との経済交流による利益は一部の大企業や政治家に独占されているとの批判を招くことにつながったといえるだろう。

4. 台商の行動への監視

(1) 「台資企業協会」(台商協会)

つぎに、台商の行動への監視の側面を取り上げてみたい。台商を監視するためのチャンネルは複数存在しているが、中国政府が行政区画ごとに、そ

の地域で操業する多数の台商を監視しようとする仕組みが、中国各地に設立された「台資企業協会」(台商協会)である。

各地の台商協会の活動は、地方政府の台湾事務弁公室による指導・監督のもとにおかれている。台商協会を設立するには、現地政府の台湾事務弁公室の許可が必要である。台商協会では通常、複数の秘書長のうちの1名もしくは副会長を台湾事務弁公室の職員が兼務している。また、台湾事務弁公室は会長選挙にも介入し、その意向に沿う人物を会長職に据えることで、役員人事にも影響力を行使している。会長を務められるのは、各地の台湾事務弁公室が相応しいと考える、その地域で大規模な投資を行っている企業家である。地方政府が台商協会の活動、そして協会役員の行動を効果的に監視できる仕組みが存在している。

しかし、台商協会の組織が、協会役員以外の大多数の台商を監視するための仕組みを提供しているとはいえない。そもそも、すべての台商が台商協会に参加しているわけではなく、台商協会の組織率は25%~30%ほどにすぎない。半数をはるかに超える台商が台商協会に参加しておらず、彼らは台商協会による組織的動員の対象とはなりえないと考えられる。

さらに、台商協会そのものも凝集性の高い組織とはいえない。入会・退会が自由にできるため、会員の定着率は必ずしも高くはない。会員のあいだでは集団としての意識が希薄で、結束やまとまりを欠くことも多く、役員は台商協会の活動に熱心だが、一般の会員はそうでもない。台商協会の役員が会員の行動を監視したり、何らかの活動に動員したりするのは容易ではない(林瑞華・耿曙2012, 204-206)。

したがって、地方政府が台商協会という組織を使って、その役員を務める台商の行動を監視できたとしても、協会役員を通じて一般会員である台商の行動を監視することは難しい。非会員である

台商の行動については、それを監視するのは事実上不可能に近いと思われる。逆にいえば、大多数の台商には裁量の余地がかなり存在していることになる。

(2) 「全国台湾同胞投資企業聯宜会」(台企聯)

台企聯は2007年4月、中国各地の台商協会を束ねる全国組織として、中国・北京で設立された。これにより、国台弁による各地の台商協会に対する一元的な指導・監督体制の確立が図られた。

台商協会の場合と同様に、台企聯でも国台弁が人事を通じてその活動を監視できる仕組みが存在している。台企聯の活動を事実上取り仕切っている駐会常務副会長兼秘書長、そして常務副会長のうちの1名は、国台弁の幹部が兼務している。国台弁は台企聯の会長選挙にも介入して、その人事に影響力を行使している。台企聯の会員は基本的に各地の台商協会だが、中国各地で比較的大規模な投資を行う台湾企業や、ベテランの台湾協会の会長にも入会が認められている。

ただし、台企聯の設立は監視メカニズムとしての台商協会の本質までを変えるものではなかった。国台弁が台企聯という組織を使って、台商協会の役員やそれに相当するような、大企業を営む台商の行動を効果的に監視できるようになったとしても、それ以外の大多数を占める中小規模の台商の行動には目が届かないままだったのである。

(3) 大型フォーラム

台湾の大型ビジネスグループに対しては、胡錦濤政権期には大型フォーラムを利用して、効果的な監視が行われるようになったといえる。大型ビジネスグループのオーナー・経営者は少数であり、しかも大型フォーラムに出席する企業家のなかでも、共産党の対台湾工作のリーダーたちととくに緊密なネットワークを形成している。こうした条件は、共産党が中央のイニシアチブで、彼(女)

たちを個別に、かつ効果的に監視することを可能にしていると考えられる。

5. 影響力行使の可能性と限界

(1) 台商への帰台投票の働きかけ

前節までの考察をふまえて、ここでは台湾の選挙時における台商への帰台投票の働きかけの事例を取り上げて、中国の影響力行使の可能性と限界について検討してみたい。

台商への帰台投票の働きかけとは、中国政府(共産党)が、投票のため台湾に戻る台商に便宜を図り、事実上国民党への投票を促すものである。台湾の選挙では期日前投票や不在者投票の制度がないため、中国に長期滞在する台商が選挙で投票するには一旦台湾に戻らなければならない。中国政府が準備した割引航空券を台商に提供し、台商を帰台投票に動員する役割を担うのが、台企聯と台商協会である。

台商への帰台投票の働きかけは、共産党による台企聯・台商協会を利用した台商の組織的な動員といえる。そこでは、台企聯・台商協会の会長などの役員が、共産党にとっての代理人として、とくにブローカーの役割を果たしていると見ることができる。共産党(パトロン)は、台企聯・台商協会という監視メカニズムを使って、利益分配を受けた、代理人でもある台商協会の役員(ブローカー)の行動を効果的に監視することができる。共産党が代理人である台商協会の役員の機会主義的な行動を抑えて、代理人に対して強い影響力を行使できる可能性は高いと考えられる。

他方、共産党は、台商協会の役員という代理人を使って、それ以外の大多数の台商の行動を監視するのが困難である。その結果、利益分配を受けておらず、監視の目も届かない大多数の台商は、裁量の余地を持つことになる。つまり、台商への帰台投票の働きかけという中国による影響力の行使には、大多数の台商の機会主義的な行動を抑え

ることができないという限界がある。

(2) 2012年総統選挙の経験

理論的な考察からは、中国の影響力行使には可能性と限界があることが明らかになった。果たして実際はどうだったのだろうか。ここでは、国民党の馬英九が総統に再選を果たした、2012年の総統選挙での経験をもとに検証してみたい。

2012年の総統選挙では、中国にとって最大の課題が「台独」政権の再来を阻止することだった。選挙戦では馬英九と蔡英文の接戦が伝えられたことから、中国政府は表向き「台湾の選挙には介入しない」と表明しつつも、対台湾工作部門では積極的な台商の動員が行われた。国台弁は、各省市の台湾事務弁公室に対して、台商協会と協力して全力を挙げて台商に帰台投票を促すよう指示を出す一方、中台の航空会社には割引航空券の販売への協力を要請した。

2012年の総統選挙ではかなり徹底した台商の動員が図られていたと語る台商は少なくない。たとえば、広東省では選挙前、台湾系企業の経営者には台湾事務弁公室や統一戦線部門の役人から、幹部たちに帰台投票させるよう指導が行われたという。このほかにも、国台弁は割引航空券で台湾に戻る台商の座席を確保するため、中国政府の関係機関を通じて中国の航空会社に無制限の増便を要請したほか、中国国内の旅行業者には選挙日直前の台湾への団体ツアーの自粛を求めたとも伝えられている。

一方、投票日が1月に前倒しされて春節前の繁忙期と重なったことから、台商の投票意欲への影響が懸念されていたが、台企聯の働きかけにより、ほとんどの企業で帰台投票を行う従業員には休暇が認められることになった。かくして、選挙直前には、中国各地から台湾に向かう路線では大幅な増便が行われるほど、台商の帰台投票への意欲はかなりの高まりを見せた。

中国による影響力の行使は、多くの台商の帰台を促すことにつながったといえる。その理由のひとつは、国台弁の徹底した取り組みにあった。選挙戦が接戦であることへの危機感から、国台弁は台商に帰台投票を積極的に働きかけた。台企聯・台商協会の役員たちも、各地の台商に割引航空券の購入を促したり、企業に休暇措置を働きかけたりするなど、国台弁（パトロン）とタイアップしながらブローカーとしての実績と活躍ぶりをアピールした。

しかし理論上、台商協会という監視メカニズムだけでは、大多数の台商を動員することは極めて難しい。今回、国台弁による台商への働きかけは、台企聯・台商協会を介した間接的なものだけにとどまらず、各地の台湾事務弁公室を使って直接的にも行われていた。個々の台商（クライアント）に直接働きかけたことで、パトロンはクライアントをある程度効果的に監視することが可能になったと考えられる。国台弁のそうした取り組みは、台商協会を利用した監視メカニズムの弱点を補完する効果をもっていたといえるからである。

もうひとつの理由は、台商による帰台投票にとっての阻害要因を排除する取り組みが行われたことである。単なる帰台投票の奨励にとどまらず、さまざまなコスト削減措置が施されたことで、大多数の台商にとって帰台投票は不利益にはならなかったのである。

それでは、台湾に戻った台商たちは、馬英九に投票したといえるのだろうか。個人的には民進党を中心とする「汎緑」（グリーン陣営）を支持している企業家も含めて、大多数の台商が「92年コンセンサス」にもとづく国民党の対中政策を支持している（Schubert, Lin and Tseng 2017, 867）。そして、2012年の総統選挙では「92年コンセンサス」を支持する有権者は、馬英九に投票する傾向が強かったことが明らかになっている（呉介民・廖美 2015, 106-111）。以上のことから、帰台投票を

行った台商の多くが馬英九に投票したものと推測される。

したがって、2012年の台湾での総統選挙において、多くの台商が帰台投票を行い、馬英九に投票したと考えられるのは、中国の影響力行使だけによるものではなく、台商の自らの判断によるところが大きかったのである。2012年の総統選挙の経験からは、中国の思惑と、帰台投票をめぐる台商の利害がうまくかみ合った場合には、中国による影響力の行使が大きな効果をあらわす可能性のあることがわかる。

6. 「基層民代」の取り込み

(1) 新たなターゲット

昨年11月の台湾での統一地方選挙の際、中国の「選挙介入」の新たな手法として話題になったのが、「基層民代」とよばれる地方の末端レベルの政治家の取り込みである。中国による影響力行使の一例といえ、そのプロセスで台商の介在も指摘されていることから、以下ではこれまで議論を踏まえた分析を試みてみたい。

基層民代とは、末端の行政単位である郷、鎮、市の民選議員である郷鎮市民代表のことである。中国は近年、「一代一線」という対台湾工作の新たな方針にもとづき、基層民代や郷長、鎮長などの政治家をターゲットにした新たな取り込み政策を進めているといわれる。

2014年春の「ひまわり学生運動」を受けて、習近平政権は従来の「三中」に「一青」（若者）を加えた「三中一青」を取り込みの重点対象としたが、この「三中一青」という方針に代わるものが「一代一線」である。「一代」とは台湾の「青年一代」、つまりは若者のことを指し、「一線」とは「基層一線」、すなわち社会の末端の組織や住民のことを意味している（『中國時報』2017年5月24日）。「三中一青」と比べると、台湾の若者が重視されている点に変わりはないが、民進党の支持基盤とさ

れる「三中」に限定することなく、党派を問わず、広く台湾の社会における末端の組織や住民がターゲットになっている。

(2) 代理人としての台商

台湾のメディアの報道によると、中国が基層民代を取り込むにあたり、金銭的便宜を図る手段として利用されているのが海峡フォーラムである。海峡フォーラムは大型フォーラムのなかでも、とくに台湾の中南部の郷長・鎮長や有力者を中国に招聘する場としても知られ、台湾中南部の取り込み政策の一環とみられてきた。中国はフォーラムへの出席を名目に中国との往復航空券の代金を全額補助し、中国国内でも周到な接待を行う仕組みになっているという。

さらに、民進党の支持基盤を切り崩すために、中国から基層民代への支援が行われている。台湾の政治家が中国から資金を受領するのを禁じた「兩岸人民關係条例」に抵触しないように、実際には台商が代理人となって、ターゲットの政治家の選挙区で小規模な建設事業に出資したり、その他の金銭的な支援を行ったりしている。加担した台商は中国で投資が比較的スムーズに行えるのだという（張學任 2018, 82）。

中国が利益誘導と引き換えに基層民代に期待しているのは、大型選挙時の動員力だと考えられる。基層民代の選挙では、イデオロギーよりも、候補者と有権者のあいだの個人的な関係や利益関係が重視されるといわれており、台商を介した経済的な支援は基層民代の動員力の強化、拡大に寄与するものと思われる。そして、台湾の大型選挙において、二大政党を問わず、本稿の冒頭で紹介したクライアンテリズムに登場するブローカーの役割を果たす存在が、住民と最前線で接触している基層民代の政治家なのである。中国には、基層民代を取り込み地方の末端レベルで組織票の行方を左右することで、台湾の大型選挙の結果に影響を与

える狙いがあるものと考えられる。

(3) 代理人への依存の軽減

代理人問題の角度からみた場合、このような中国の影響力行使の手法は極めて巧妙であるといえる。なぜなら、中国が確実にコントロールできる代理人を使って、また代理人を極力排除したかたちで、住民に対してより直接的に利益分配がなされる仕組みになっていると考えられるからである。

中国に加担しているとされる台商とは、おそらく本稿の冒頭で示した台商の3つのタイプのうち、中国各地で比較的大規模な投資を行い、経営者が地方レベルの党・政府関係者と個人的な関係を築いている大企業が中心であると推測される。そうであるとすれば、台商には投資への便宜というかたちで利益分配が行われる一方で、中国は台企聯・台商協会をとおして台商の行動を監視することができる。海峡フォーラムが基層民代の取り込みの舞台となっているのであれば、そこでの基層民代と台商との接触も図られているかもしれない。いずれにせよ、中国が台商に委ねた利益分配は着実に履行されると考えられる。

社会の末端の組織や住民により近づけば近づくほど、中国はそれだけ利益誘導のネットワークで代理人への依存を軽減することができる。そして、本人である中国と、もうひとつの代理人である基層民代のあいだでは代理人問題の発生が抑えられると考えられる。なぜなら、両者の利害はほぼ一致しているといえるからである。基層民代は地元での自らの支持基盤を強化したいとの思惑から、台商から受け取った資源を有権者の組織化に最大限利用しようとするはずである。そうなれば、中国が期待したどおりに、住民への利益分配が確実に実現される可能性が高まることになる。

したがって、台商が出資した建設事業、もしくは基層民代による有権者の組織化をとおして、有

権者である住民に利益が広く波及することが十分期待される。中国の影響力行使のメカニズムは代理人問題を極力回避する方向で、ますます洗練されたものへと変容しつつあると評価できよう。

おわりに

本稿では、クライアントリズムという理論的な枠組みを用いて、中国の台湾に対する影響力行使、とくに台商への帰台投票の働きかけについて考察した。本章の分析からは、中国による影響力の行使は限界を抱えていたことが明らかになった。少なくとも胡錦濤政権のもとでは、その限界ゆえに、「選挙介入」はある程度制約されたものにならざるをえない可能性が存在していた。2012年の台湾での総統選挙において、多くの台商が帰台投票を行い、馬英九に投票したと考えられるのは、中国の影響力行使だけによるものではなく、むしろ台商の自らの判断によるところが大きかったのである。

本稿で明らかにした台商による帰台投票の実像が、従来の一般的なイメージとはかけ離れたものであるとすれば、これまでは虚像が実像を上回っていたといえるのかもしれない。中国の影響力の大きさやその台湾の選挙への影響を過大評価すべきではないだろう。その一方で、中国の影響力行使のメカニズムが洗練さを増していることも、また事実である。

台商への帰台投票の働きかけは、総統選挙のたびに繰り返されており、来年の総統選挙でも話題になることは間違いない。基層民代をターゲットにした新たな影響力の行使もさらに積極化することが予想される。中国がどのようなかたちで影響力を行使していくのかは、次期総統選挙の大きなポイントのひとつとなるにちがいない。

参考文献

<日本語文献>

川上桃子 (2017) 「馬英九政権期の台湾における『中国の影響力メカニズム』の深化—予備的考察—」川上桃子・松本はる香編「馬英九政権期中の台関係と台湾の政治経済変動」アジア経済研究所。
久米郁男・河野勝 (2011) 『改訂新版 現代日本の政治』放送大学教育振興会。

松本充豊 (2019) 「『两岸三党』政治とクライアンテリズム—中国の影響力メカニズムの比較政治学的分析」川上桃子・松本はる香編『中台関係のダイナミズムと台湾—馬英九政権期の展開』アジア経済研究所。

<中国語文献>

呉介民・廖美 (2015) 「從統獨到中國因素:政治認同變動對投票行為的影響」『台灣社會學』第 29 期。
張學任 (2018) 「台灣選舉染紅 分化團結是階段性目標」『新新聞』1653 号。
林瑞華・耿曙 (2012) 「中國大陸的自發協會與公民社會—昆山與東

莞台協的個案研究」耿曙・林瑞華・舒耕德主編『台商研究』五南圖書出版。

<英語文献>

Kitschelt, Herbert and Steven I. Wilkinson (2007) "Citizen-Politician Linkages: An Introduction," in Herbert Kitschelt and Steven I. Wilkinson (eds.), *Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, Cambridge: Cambridge University Press.
Schubert, Gunter, Ruihua Lin and Jean Yu-chen Tseng (2017) "Are Taiwanese Entrepreneurs a Strategic Group? : Reassessing Taishang Political Agency across the Taiwan Strait," *Asian Survey*, 57:5.
Stokes, Susan C., Thad Dunning, Marcelo Nazareno, and Valeria Brusco (2013), *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.