

**アジア企業経営論**  
**その枠組みと対象**  
杉田俊明（甲南大学）

はじめに

「世界最大の工場」である中国、そして「世界最大の市場」にもなりつつある中国への直接投資は日本企業にとって引き続き高い水準で続いている。中国現地法人の経営強化と現地市場での一層の展開、そして日本を含む世界市場への輸出展開もますます盛んになっている。だが、人民元の切り上げや沿海地域における人件費、インフラコストの上昇圧力、あるいは中国の対日感情が引き起こされている諸問題により、日本企業は現在、アジアへの直接投資を再び重視するようになってきている。中国ビジネスとのバランスをとりながら、リスク・マネジメントの一環としても、世界戦略の中におけるアジア全体での生産拠点の最適配置と、アジア市場への対応強化を一層徹底するように動き始めている。

本稿は、アジア・中国に対して高い関心を持ち、『アジア企業経営論』を受講しようとする諸氏のために、本科目の受講対象、研究の枠組やその課題、主要な内容を紹介するものである。特に、日本企業による対アジア・中国直接投資の概況をレビューし、日本企業が対応すべきさまざまな課題について紹介している。そして、本科目を受講するための心構えや、本科目の関連研究分野、勉強の方法などについても紹介している。

1. 『アジア企業経営論』の講義（受講）対象

本講義の受講対象は、下記のような人を想定している。

(1) 国際派ビジネスパーソンとして特にアジア・中国で活躍したい人

本講義はまず、アジア・中国との関わりを大切に、日本とアジア・中国との経済交流の第一線において活躍したい人を対象にしたい。

『アジア企業経営論』は、理論的な解析と同時に、実際のビジネスの展開をより意識したものである。アジア・中国経済が激変を遂げている現在、現実をよりしっかり認識することがまず大切だからである。

とくに、日本の対世界貿易や直接投資のうち、対アジア・中国の割合がますます高まりつつある現在では、貿易や投資の実態を把握すると同時に、貿易や投資に関わる企業の経営戦略、そしてそれらと関連したマネジメントやオペレーションなどの経営実務を学ぶのが重要である。

そこで、日本とアジア諸国との貿易、あるいはアジア諸国への直接投資、そしてそれらに伴う現地での経営活動に直接携わり、日本とアジア・中国の発展に直接寄与しながら、日本とアジア・中国との経済関係を一層強固なものにしようとする人、つまり、グローバル的な事業展開を行っているメーカーや商社など企業において活躍したい人、あ

るいは自らアジア・中国において事業展開を目指したい人、そしてそれらの活動を側面から支援している金融機関の国際部門などにおいて仕事したいと思っている人たちが対象となる。

(2) 専門職としてアジア・中国の経済や経営を研究したい人

本講義は、日本とアジア・中国との経済交流に注目し、アジア・中国における経済諸活動の分析を通じて、マクロ経済や経営学に対する研究を深めようと志す人も対象にしたい。

アジア・中国の経済活動や経営活動を専門に研究する学者、あるいはアジア・中国における企業の経営活動を指導し、マクロの側面から戦略的な提言を行いながら、経営実務の側面からも詳細に対応するコンサルティング会社の専門職、あるいはアジアの問題を熟知の上、日本の産業政策を制定したり、企業に対して行政指導を行う公務員や各種団体の職員などを目指す人たちも本講義の対象にしたい。

(3) アジア・中国に関心を持ち、少しでもアジア・中国の知識を持ちたい人

アジア・中国の経済や経営のみならず、歴史、文化、社会、政治など、幅広くアジア・中国の事情を把握したいと思っている人、あるいは、アジア・中国のことなら何でも少しは知っておきたい人なら、本講義は現実的なケース・スタディを通じて、アジア・中国をより身近な存在にしてくれるものだと思う。

したがって、アジア・中国に対して少しでも関心を持とうとする人ならば、すべて本講義の対象となる。

## 2、『アジア企業経営論』の研究対象、課題とその主要内容

以下では、対アジア・中国直接投資の現状を紹介した上、本講義の研究対象とその主要内容について紹介したい。

### (1) 対アジア・中国直接投資の現状

#### 対アジア直接投資の三大ブーム

日本企業による対アジアへの直接投資は1960年代の第一次ブームと、80年代の第二次ブームと、現在の第三次ブームが見られる。

第一次ブームは大手繊維素材メーカーがその主役であった。タイ、マレーシア、インドネシアなどにて綿や合繊のプラントを展開し、現地からの輸出も含め、現地の繊維・アパレル産業発展のための素材供給を担ってきた。大手電機メーカーの現地生産拠点もこの時期から徐々に増えて、現地での生産と販売が始められていた。

第二次ブームはプラザ合意による急激な円高がその促進要因であった。繊維や電機に限らず、日本メーカーの多くはアジアに生産拠点を移転せざるを得ないように迫られていた。また、大手企業の直接投資だけではなく、中小企業もそれら大手の下請けとして、あるいは自社コスト競争のため、生き残りをかけたものとしてアジアに直接投資を行っていた。日本企業による海外直接投資の最大のブームと、アジア現地経営の基盤の確立

はこの時期であった、と言っても過言ではない。

第三次ブームは現在進行中であり、主としてこれからのアジア FTA への対応と同時に、中国ビジネスへの過度集中への警戒からのポートフォリオのための投資であり、アジア全体での事業を戦略的な観点で再編するためのものである。アジアを改めて世界の生産拠点として、また、巨大な地域市場として捉えていくための、日本企業によるアジアでの再挑戦でもある。

#### 対中国直接投資の三大ブーム

日本企業による対中国直接投資は 80 年代初頭の第一次ブームと、90 年代初頭の第二次ブームと、現在の第三次ブームが見られる。

第一次ブームは中国の 78 年の改革開放政策がきっかけであり、外国企業による中国への直接投資と現地での経営が認められ始めたからである。繊維や電機メーカーの一部が率先して中国に直接投資を行い、現地での生産と日本への逆輸出、あるいは中国から欧米など第三国市場への輸出を展開していた。

第二次ブームは 92 年、当時の中国の最高実力者・鄧小平氏の「南巡講話」がきっかけであった。天安門事件以後、停滞していた経済を「一層の改革開放」によって促し、中国共産党と政府が「市場経済」の導入を初めて公的に認め、市場経済メカニズムによる経済運営を明確に打ち出したからである。繊維や電機業界からのさらなる追加投資に限らず、多くの業種からの投資が中国に殺到し、対中直接投資の最大のブームが 94 年頃まで続いた。

第三次ブームは 99 年以後、中国の WTO 加盟問題がきっかけである。直接投資や現地経営の規制緩和や、現地市場の開放などが段階的ではあるが約束され、また、世界最大の工場であると同時に、最大の市場であることも再認識されたため、日本企業のみならず、世界からの直接投資は再び中国に殺到している。

ところで、前述のように、対中直接投資は増えつつあると同時に、対アジアとのバランスも重視されるようになり、日本企業はいま、対アジア・中国全体への直接投資と現地経営について再検討する時代に入っている。

#### 2004 年度の対アジア・中国直接投資の動向

ここ 5 年間の日本企業の対外直接投資をレビューすると、多くの地域へのものは横ばいであったり、急増急減や一進一退の状態であったりする中で、アジアへの直接投資はほぼ一貫して安定し、そのシェアが増大しつつある。

具体的に見た場合、北米向けではかつて多かったものの、現在では件数ベースと金額ベースともに減少している。中南米向けでは件数は減少し、金額も一進一退の状況が続いている。中近東向けでは件数と金額は共に減少している。大洋州向けでは件数が横ばいで金額が増加傾向にある。アフリカ向けは件数と金額が共に増加している。欧州向けでは件数が増加しているが、金額では減少気味である。アジア向けではもっとも安定し、件数と金額は共に増加しつつある。

04年度の統計だけ見れば、EUの統合やその域内市場の拡大により、欧州向けの直接投資は件数ベースでは日本の対世界直接投資の約半分のシェアを占めるといふ、EUブームに沸く昨今の異例の一面が覗かれる。だが、アジア向けでは件数と金額は共に日本の対世界直接投資の約4分の1を占め、大きなプレゼンスを示している（表1参照）。

なお、本表（財務省統計のデータ）は資本金が1億円以下の直接投資企業が含まれていないために、大手企業や、相対的に大型の直接投資が中心となるデータである。そのために、中小企業や中小規模の対外直接投資も織り込んで考えると、また、金融・サービスを除く製造業だけで考えると、日本企業の対アジア直接投資は日本の対世界直接投資の約3分の1以上を占めていることがほぼ推定できるものである。

**表1 日本の地域別直接投資（04年度）**

（単位：件、億円）

地域	件数	シェア	金額	シェア
北米	197	7.21	5,198	13.60
中南米	223	8.16	6,849	17.93
アジア	662	24.22	10,091	26.41
中近東	3	0	5	0
欧州	1,605	58.72	13,934	36.47
アフリカ	13	0	124	0
大洋州	30	1.10	2,009	5.26
合計	2,733	100	38,210	100

出所：財務省統計により集計・作成

(注)1.計数は報告・届出ベース

2.金額は単位未満四捨五入

3.本統計は、「外国為替及び外国貿易法」に基づく、対外直接投資及び対内直接投資の届出書及び報告書をもとに作成したものである。なお、1億円相当額以下の対外直接投資については、当該報告の対象外であるため、本統計には反映されていない。

ところで、日本の対アジア直接投資をさらに掘り下げて分析すると、いくつかの特徴が浮かび上がる。

まず、日本の対アジア直接投資の約半分は、対中国への直接投資によって占められていることである。さらに、香港は中国の特別行政区であり、台湾やシンガポールも含め、これらの華人経済圏（大中華経済圏）への直接投資は日本企業の対アジア直接投資の実に約7割を占めている。中国のプレゼンスや、「大中華経済圏」と言われる経済地域がア

アジア経済におけるプレゼンスがこれらの直接投資活動により裏付けられている。

他方、タイや韓国への直接投資はそれぞれ約1割を占めており、日本企業にとってはプラザ合意以後に続き、重要な直接投資先であることが再び浮上してきていることが分かる。

インドとベトナムへの直接投資はそれぞれ日本企業の対アジア直接投資の約1～2%程度しか占めていないように見える。マスコミから見る話題や「ブーム」とは異なるイメージではあるが、昨今ではそのプレゼンスが着実に高まってきている。

表2 日本の対アジア直接投資（04年度）

(単位: 件、億円)

国・地域	件数	シェア	金額	シェア
中国	361	54.53	4,909	48.65
香港	42	6.34	687	6.81
台湾	30	4.53	515	5.10
シンガポール	31	4.68	768	7.61
韓国	60	9.06	908	9.00
インド	7	1.06	104	1.03
タイ	52	7.86	1,273	12.62
ベトナム	17	2.57	117	1.16
その他	62	9.37	810	8.02
<b>アジア</b>	<b>662</b>	<b>100.00</b>	<b>10,091</b>	<b>100.00</b>

出所：同表1

## (2) 対アジア・中国直接投資と現地経営の課題

前述の通り、日本企業は60年代からアジアへの直接投資を、また、80年代からは中国への直接投資も展開し、多くの成果を上げてきたが、多くの課題をいまでも抱えたままである。欧米多国籍企業の参入やアジア企業の成長により、市場競争がますます激化している新たな時代に対応するための戦略の転換と事業の再編を行い、アジア全体で事業の最適配置を行っていくために、日本企業は対応すべきさまざまな課題をクリアしていかなければならない。ここでは、アジア・中国企業経営において企業の専門職や研究者が特に関心をもって現在研究を進めている主な課題について取り上げ、受講希望者や関係者に参考意見としての問題提起をしておきたい。

### 日本企業のアジアへの直接投資とその現地経営

日本企業は、産地、あるいは市場へのアプローチとして、アジア・中国へ多額な直接投資を積み重ねてきた。これは、日本や欧米に代わる新興市場として意識し、各企業が自社市場の確保や拡大を目指して直接投資を行うことを意味するものである。同時に、

高コスト体制、あるいは労働力の高齢化への対応から、日本に代わる新たな生産基地としてまだ発展途上のアジア・中国を目指す、ということも意味するものである。

この「日本からアジアへ」という企業の対外直接投資のビヘイビアにおいては以下の課題について対応する必要がある。

a 対世界貿易の中、また、企業のグローバル展開の中で、なぜアジアなのか、なぜアジアのうちの一國、あるいはうちの数カ国に進出する(した)のか、など、国際貿易や直接投資のロケーション、つまり立地戦略・立地選定という課題、あるいは事業展開の最適立地と事業立地のポートフォリオなどを含めた立地の組み合わせという課題が生じる。当然、これらの課題に対して、ノウハウとしてテクニカル的な対応も求められている(以下同)。

b 海外進出形態を貿易か投資か、貿易の場合は通常貿易か、委託加工貿易か、直接投資の場合は合弁企業か、完全所有企業か、さらに、合弁の場合は少数所有か、多数所有かなど、ビジネス形態やオーナー・シップ(所有政策)という課題が生じる。

c ロケーションやビジネス形態、オーナー・シップの選定に際して、欠かせないのがフィジビリティ・スタディ(企業化可能性調査)だが、この詳細にわたるリサーチ活動をどう行うかという課題と同時に、より広い視野において行うグローバル・マーケティングとの連動という課題が生じる。

d むろん、立地や形態の選定、あるいは諸リサーチなどの活動に伴い、アジア各国の政府や現地のビジネス・パートナーとのネゴシエーションや、関連のドキュメンテーションなど、契約実務や経営法務としての課題も生じる。

他方、「日本からアジアへ」という企業の対外直接投資のビヘイビアの後に、続いて訪れるのが「アジアでの経営」、つまり「現地における経営」(異文化経営)という課題である。これには

a 異文化経営システムの構築と現地法人における実行という課題が生じる。つまり、経営システムの国際比較を行いながら、単純に「日本型」をそのまま導入することではなく、また、安易に迎合するような「現地型」でもない、「ハイブリッド型」の経営システムの構築が求められている。

b 日常業務としての異文化労務・人事管理という課題が生じる。

c 日常業務としての異文化生産管理、技術移転などの課題が生じる。

d 現地法人による現地におけるエリア・マーケティングと、全社からみたグローバル・マーケティングの調整と統合の課題が生じる。

e 国際ビジネスにおいて日常業務としての貿易や投資活動、そして現地法人の資金調達をも含めたグローバル・ファイナンス、あるいは連結決算も含めた国際会計などの諸課題が生じる。

ところで、日本企業同士の、横並び的な情報収集だけではなく、アジアにおいて活躍している華人・華僑系企業や欧米の多国籍企業、あるいは急成長するアジア企業にも謙

虚に目を向き、日本企業は学ばなければならない点が多い。

#### 華人・華僑系企業によるボーダレス経営

まず、アジアにおいて、大きなプレゼンスを持ち、至る所で日本企業のビジネス・パートナーとして、あるいはビジネス・ライバルとして活躍しているのが華人・華僑系企業である。それら華人・華僑系企業によるボーダレス経営について、謙虚に学ぶべきものがある。

もとより、華人・華僑系企業はアジアにおいてボーダレス経営を行っているのみならず、全世界においてビジネスの展開を行っている。ただ、とりわけアジアにおいて、華人・華僑系企業の経済や経営における影響力は大きい。インドネシアやフィリピン、タイなど多くの国々においては人口比率においてこそ高くはなく、場合によっては極数パーセントの比率しか占めていない華人・華僑がその所在国全体の経済や富の大半を掌握しているケースさえあると言われている。

もともと華人・華僑の故郷は中国である。その中国は78年の改革開放以来、急速な経済成長を成し遂げている。そして97年においてイギリスから中国に返還された香港、99年においてポルトガルから中国に返還されたマカオ、そして中国との経済交流が盛んになりつつある台湾など、そのいずれも中国人が生活する地域であり、華人・華僑の故郷である。この香港や台湾に並んで、アジア NIES としていままでに高い成長を誇ってきたシンガポールもまた、華人・華僑が圧倒的な人口比率をもつ国家である。

華人・華僑は中国からアジアの各地に散らばっていながら、それぞれが所在地において根を下ろし、自らのアイデンティティーを持ちながら、現地社会との融和を図ってきた。勤勉さと商才を持つ彼らはひたむきに働き、広く各地に広がる華人・華僑のネットワークをも生かしながら、たちまちそれぞれの所在地において財を成していた。そしていま、華人・華僑は各自の所在地に止まらず、アジアにおいて、世界において広く投資活動を行い、ボーダレスな経営を繰り広げている。

他方、財の集中による所在国における貧富格差の拡大、あるいは所在地の政治家との癒着など、華人・華僑は一部ではアジアの人々から批判を浴びせられていることも事実である。所在地政府による排他的な差別や、一部の住民による略奪や焼き討ちに逢っていることもしばしばである。

このように、華人・華僑はなぜ異文化圏においても自らのアイデンティティーを維持しながら、現地社会との融和をはかれるのか、華人・華僑系企業の経営はなぜ強いのか、華人・華僑系企業はどのようにボーダレス経営を展開しているのか、また、なぜ一部では華人・華僑は地域社会から排他的な処遇を受け、あるいは地域住民からの反発を受けているのか、など、アジアに広く進出し、現地において経営活動を行っている日本企業にとって、華人・華僑に対する研究は示唆を富むものである。

従って、華人・華僑系企業のボーダレス経営を研究し、それを通じて華人・華僑からその強みを学びながら、教訓を得ることも日本企業の課題であり、本講義の目的の一つ

である。

欧米多国籍企業のアジアへの直接投資とその現地経営

続いて、日本企業が学ばなければならないのが欧米多国籍企業である。

欧米多国籍企業による海外直接投資の歴史は日本企業のそれよりも遙かに長い。国境を跨ぐ巨大企業の形成やそれらの企業によるボーダレスなビジネスの展開が世界貿易の一層の発展をもたらし、同時に、多くの国々において、市場、あるいは経済のかなりの部分が欧米多国籍企業の圧倒的な力によって支配されている。そのために、受け入れ側においては多国籍企業に対する反発も一部では生じている。

一方、欧米の多国籍企業の発展に伴い、企業経営の国際化、企業の多国籍化など、異文化経営分野の研究も欧米の研究者により意欲的に進められた。実際、最初に国際経営を理論的に確立したのも欧米であった。

異文化経営の「先進国」、あるいは多国籍経営の「先進国」である欧米企業によるアジアへの直接投資はどのように行われているのか、彼らによる現地経営の実態はどのようなもので、「欧米的」な価値観をどのようにして「アジア的」な価値観と融合させようとしているのか、また、欧米企業はアジアの諸国からどのように受け止められているのか、など、国際経営の後発者である日本企業にとって、欧米企業の事例は参考価値の高いものである。

したがって、欧米企業による多国籍経営や、アジアへの直接投資活動、そしてその現地経営を研究し、それらの経験と教訓をレビューすることによって、日本企業は異文化経営について多くのことを学ぶことができる。

アジア各国企業の経営と対外直接投資

急成長し、大きな影響力を持ち始めているアジア各国の企業も、日本企業にとって研究対象であり、学ばなければならない点が多いはずである。

アジアでビジネスを展開する以上、アジア諸国の歴史や文化、社会や政治、経済システムなどについて最低限の知識をある程度把握しておかなければならない。そもそも、アジア諸国自体の事情をまず研究し、それらを熟知のうえで現地経営を行わない限り、アジアビジネスはうまくいくはずはない。

しかし、一口「アジア」と言っても、そこには多面的な「顔」が存在する。

経営発展度から見た場合、そこにはアジア NIES（香港、台湾、シンガポール、韓国）など、相対的に日本に近づいてきている国や地域もあれば、ASEAN4（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン）のように、アジアの先頭を走っている NIES を追いかけている相対的な中進国もある。

さらに、その ASEAN4 を目指し、いま、国際経済社会に門戸を開けているベトナムやカンボジアなど、かつては戦乱に明け暮れていた国々もある。

市場規模から見た場合、アジアは全体から見ては世界の一大消費地域、特に生産財の消費地域としての地位を定着させつつある。97年の金融危機時において市場の収縮は

見られたが、昨今では明確な回復基調が見られ、中長期的には楽観的に見ていい地域である。

また、日本の2.6倍もの国土を有し、1.2億の人口を有する中国は、1国だけで巨大の生産地になり得るのみではなく、世界最大規模の地域市場にもなり得る可能性を持ち合わせている。

しかし、急速な経済発展、ボーダレス経済への移行、外資の積極的な誘致、市場の対外開放などというポジティブな側面と同時に、バブル経済(またはバブルの崩壊)、脆弱な経済システム、外資への厳しい規制、国内市場の保護などというネガティブな側面もあり、貧富格差の拡大から生まれる政情の不安や治安の悪化など、「成長」と「停滞」が混在するというような「多面性」もまた、アジアの一つの特徴を成している。

そもそもアジアには多くの国々や民族が存在する。アジア的な経営と欧米的な経営との相違、アジア諸国のそれぞれの企業と華人・華僑系企業との経営の相違、あるいは、華人・華僑系企業の経営とインド系企業との経営の相違など、アジアにおけるマネジメント・スタイルも多様であり、それらが微妙に融合しながら進化を遂げている、というのも一つの特徴であろう。

このアジアの国々における経営の共通点と相違点、アジアと欧米との経営の共通点と相違点、アジア企業の相互投資とボーダレス経営の進展、あるいはアジア型経営の進化などについても、アジアに対する研究を深化させる上において重要であり、日本企業の現地経営にとって不可欠な研究課題である。

つまり、これらの内容も本講義の課題であり、目的の一つである。

このように、前記4つのファクターはアジア企業経営論を学ぶ上において極めて重要なテーマである。そして、これらのテーマをより今日的に適用し、アジア・中国が直面するさまざまな課題を解決し、今後の課題を予見するためには、アジア企業経営の研究においてはさらに新たな課題に挑戦しなければならない。

従来における経営の経験や既存の理論がこれからの時代に即応できるのか、スクラップ・アンド・ビルドというような抜本的な見直しや改革が必要であれば、その内容は何か。また、従来における欧米中心の多国籍企業論や国際経営論はどの程度、現在のアジア・中国において適用できるのか、アジア・中国の経済発展の各段階における経営の特性は何か、また、アジア・中国における経営の進化や発展の方向はどのようなものなのか。競争優位を生かしながら、アジア・中国において欧米や日本企業が根を降ろすためにはどのような戦略と実務が求められているのか、欧米や日本企業とアジア・中国企業、華人・華僑系企業との競争と共存はどのような形で実現し得るのか、など、現在、アジア企業経営論の研究課題はより広範囲にわたるようになり、その研究はより掘り下げられたものが求められている。

### 3、『アジア企業経営論』の関連研究分野と学習法

日本企業によるアジアにおける経営は、母国以外（異文化圏）において、ヒト（人材・労働力）、モノ（製品・サービス）、カネ（資金）、情報（技術やノウハウを含む）などの経営資源をセットして企業全体の経営を行うことを意味する。

つまり、経営全体の知識が包括的に求められ、母国の経営に関わる知識が必要になるのみではなく、進出国（投資の受け入れ国または地域）の歴史、文化、社会、政治や経済なども含め、より広範囲な知識とノウハウが必要となる。また、より複雑化する事態に、より高度な経営手法が常に求められる。

このように、アジア企業経営論では、日本的経営やアジア・中国企業の経営のみならず、華人・華僑系企業の経営、欧米企業の経営も学び、さらに経済や経営だけではなく、それぞれの国々の歴史や文化、社会や政治などについても広く学ぶことになる。つまり、アジア企業経営論は、アジアに対する地域研究をベースにした、経営関連の諸学問の統合科目の一つであり、応用経営学の一つである、と言えよう。

したがって、本講義を履修しようとする大学生にとっては一年生の時から明確な問題意識を持ち、特に以下のような関連基礎科目、あるいは関連専門科目を四年までにそれぞれ履修することが望ましい。

基礎科目：国際経済学、アジア経済論、各国経済（経営）事情、統計学など

専門科目：国際経営論、多国籍企業論、貿易論（貿易実務論）、海外直接投資論、華人・華僑経営論、経営戦略論、経営組織論、国際マーケティング論、産業立地論、労務管理論（異文化人事労務管理論）、財務管理論や国際会計学（グローバル・ファイナンス含む）、経営工学（OR=オペレーションズ・リサーチ含む）など

ただし、上記科目は必ずしも本学や本学部において開講されている科目とは一致しないために、実際の履修選択に当たっては、タイトルだけではなく、本書（しおり）などにおける各担当教員の科目説明をよく読んで上で該当の、または類似内容の科目を選択されたい。

残念ながら本学において未開講の科目については、図書館や書店において関連の書籍をもって各自が自主的に対応することを期待したい。

ただ、『アジア企業経営論』（Management in Asia）、あるいは『アジアビジネス』（Business in Asia）という分野は昨今体系化されつつあるが、まだまだ新生の学術分野である。そのため体系的な参考書は少なく、加えてアジア・中国の経済発展が急ピッチに進んでいるだけに、いままでのほとんどの関連書物における記述に陳腐化現象が見られ、現状に合わないというのが実情である。

幸いに、情報化時代においては、インターネットなどを通じてアジア・中国の情報はいまやほぼ瞬時にわれわれに伝わるようになってきた。現地発行の新聞や雑誌、あるいはテレビ放送などからも最新の情報を入手できるようになってきた。日本のメディアからもある程度アジア・中国の情報を収集できるようになったために、問題意識を絶えず

持ち、各メディアに対する日常的なチェックさえ行っていれば、学生諸氏にとってもアジア・中国の情勢やアジア・中国におけるビジネスの進展をある程度把握できる。

ちなみに、本講義においては常に最新の事例が導入され、それらについての解説も含めて講義が進められるので、最新の情勢に見合った研究ができるように講義が用意されている。

ただ、目先の経済事象ばかりに目を奪われることなく、理論的な解明や、より広い視野においてそれぞれの課題を捉える必要もある。そのためには、国際経営論や多国籍企業論などの関連論著も参照し、いままでにおける国際経営の研究成果をアジア・中国の特性と対比しながら、今日的な解釈を探索していくことが必要である。

参考書の一つとして、『新・国際経営』（竹田志郎編、中央経済社、2003年）は国際経営全体を論じた書物でアジアを対象にしていないが、提示されているさまざまな論点は、アジアにおける企業経営を検討する際においても良き参考になり、示唆を提供してくれるものである。

『国際ビジネス形態と中国の経済発展』（杉田俊明著、中央経済社、2002年）は国際ビジネスの諸形態を詳説し、アジア・中国での応用を解析したものである。ケース・スタディも織り込まれており、理論研究と同時に、実用性の高い書物でもある。

『国際経営論』（佐藤憲正編、学分社、2005年）は日本でアジアビジネスを焦点とした初めての「国際経営論」と言ってもいい書物である。国際経営の基本的な知識も織り込まれているため、基礎を学びながら、アジア・中国のビジネス事情を学べる書物である。

#### 結びに代えて

アジア・中国はここ十数年、激変を遂げ、いまなお、猛烈なスピードで日々、変化を遂げている。激変の時代において激変する対象を研究するのは容易ではない。いままでに経験したことのない難題が多いというのもいうまでもない。だが、「経営」という「科学」を研究する者にとって、いまの激変する時代はまさに広大な「実験室」であり、時代がわれわれに新たな研究を行うための、絶好の機会を与えてくれた、とも言える。

アジア・中国における経営は、多くの未知の危機（クライシス）を乗り越えなければならぬものであり、また、多くの未曾有の機会（チャンス）を勝ち取れるものでもある。この絶好の機会をどう捉えるのか、ビジネスパーソンにとっては本領の試練であり、学生諸氏や研究者にとってもチャレンジである。

アジア・中国経済の更なる発展と、アジア・中国と日本との経済交流の更なる発展に寄与し、良好な経済関係の構築に寄与するためのこのテーマを研究すること、そして、そのための人材育成を行うことが、われわれの誇りであり、使命でもある。

本講義により、アジア・中国に対する相互理解が少しでも増すように、また、アジア・中国と日本との経済関係の発展を担う新時代の人材が一人でも多く誕生することを期待したい。

注：本稿は、拙論「アジアビジネス」(『経営学研究のしおり』《増補9版》甲南大学経営学会、平成11年)と、拙論「アジアへの直接投資と現地経営」(『ひょうご経済』財団法人ひょうご経済研究所季刊、2005年 No.88)を加筆修正し、再編集したものである。

#### 推薦図書

杉田研究室ホームページ (<http://homepage1.nifty.com/Toshiaki-SUGITA/>)

掲載の、国際経営、アジア・中国経営の参考文献リストを参照されたい。

#### 本稿の掲載先

「アジア企業経営論」『経営学研究のしおり』《増補10版》甲南大学経営学会、2006年