

アジア市場経済学会 第21回 全国研究大会

統一論題 および 趣意書

アジア市場経済学の誕生と発展

ーアジア市場経済とは何かー

アジア市場経済学会は1997年11月22日に創立され、本年で20周年を迎える。設立当初から現在に至るまで、世界経済は「21世紀はアジアの時代」と呼ばれるに相応しい状況を迎えている。この間、アジア通貨危機、中国経済の台頭、TPP、ASEAN各国の目覚ましい経済成長などを経験した。アジア経済は様々な経済ショックを受けながらも、なお、着実な成長を続けている。

このような中、本学会は20年間にわたり、経済学、経営学、そして商学といった様々な学問領域で、学際的な研究をおこなってきた。アジア市場に関する本質的な理論的研究、あるいは実証分析、事例研究などを通じて、「アジア市場経済学」と呼ぶべき新たな分野の体系的・発展的な学術的追求を行ってきた。

このような新分野の必要性は、アジアの特有の文化にある。アジアの時代を迎える以前、日本と世界経済の交流は、ヨーロッパあるいはアメリカ資本主義的なアプローチによる、経済・経営手法で十分であった。そこでは、相対的に十分な所得、必要なインフラ、穏やかな為替レート、そして安定的な政治システムが存在するためである。

その後、アジアの経済成長が始まると、巨大マーケットとしてのアジア市場を意識せざるを得なくなった。日本の多くの企業は、新しい市場としてのアジアに、進出・投資をするようになった。

しかし、アジア経済は先進諸国のそれとは異なる経済思想、多様な文化習慣、あるいは商慣行を持ち、アジア特有の経世済民が存在している。このため、日本企業が従来のアプローチでアジア市場へ進出した当初は、従来の経営戦略では限界があることを認識したのである。

このためこの20年間、アジア経済、あるいはアジア市場について、学術的・政治的・経営的研究が数多くなされてきた。本学会はまさに、このような問題について研究を重ねてきたものであり、この20年間において一定の成果を挙げてきた。そこで、20周年を迎える全国研究大会においては、「アジア市場経済学の誕生と発展」を統一論題とし、以下に掲げる項目について、深い議論を交わしたい。

I アジア市場経済学 経済学からのアプローチ

この20年にわたり、アジア各国同士、およびアジア各国と日本の経済関係は様々な変化してきた。1997年には、それまで「アジアの奇跡」と呼ばれた経済成長に、「アジア通貨危機」が発生し、瞬く間にアジア経済は停滞に陥った。その後、IMFや各国の援助、変動為替相場制度への移行や十分な外貨準備の保有などによって、再びアジア経済は成長軌道に

のっている。

そこで、経済学的アプローチから、この 20 年間に発生した様々な経済事象の分析、総括、また現状分析および今後の見通しなどの議論を深めたい。

II アジア市場経済学 流通・マーケティングからのアプローチ

アジア市場経済学会における研究発表では、経済学・経営学に関する研究成果と同等に、アジア市場における流通・マーケティングに関する研究が充実していた。

過去 20 年間、アジア市場は陸海空のインフラ整備が課題となってきた。これは途上国では必要なインフラが未だ十分に整備されていないためである。この点において、アジア市場には常に物流の問題がつきまとってきたのである。これは、アジア市場の特徴であろう。

また、アジア特有の文化・慣習はアジア市場独自のマーケティングも必要とさせた。市場の成熟に伴い、アジアのマーケティングもまた、アジア市場経済特有の研究対象である。

このような問題を深く研究し、課題解決を図るのは、まさにアジア市場経済学を構成する大きな柱であろう。アジア市場の流通・マーケティングについて、深い議論を期待するものである。

III アジア市場経済学 経営学からのアプローチ

20 年前のアジア市場における経営学の目下の課題は、アジア市場における日本企業の進出・経営戦略が主だった。どのようにして、成長著しいアジアに展開し、利潤を上げることができるのか、その分析が重要であった。その後、日本企業はアジア各国の文化・慣習に合致した経営戦略を採るようになる。

現在では、アジアの企業も成長し、例えば SHARP を買収した鴻海精密工業など、アジア企業の日本進出も見られるようになっている。

そこで、第三番目の論題として、アジア市場経済学における、経営学からの分析を期待する。ここでも、経済学からのアプローチと同様、20 年間における日本企業の経営の変化、分析、あるいはアジア企業の経営に関する分析などをしていく。