

1. 授業のねらい・概要

「アジア地域ビジネス論 A」を通じて、主に日本企業の事業展開の実態を見つめ、日本企業が、世界経済を牽引するアジア諸国に進出し、成長性や収益性を確保するための戦略を考えた。ただ、韓国、中国、インド等のアジア新興国においては、経済成長に伴い、地場産業も育成され、最近では、世界的に展開する企業グループが台頭し、日本企業にとっての新たな強力な「ライバル」となっている。したがって、日本企業のアジア戦略をさらに再考しなければならない状況となってきている。このような動きを踏まえて、本講義では、アジア新興国に基盤を置く企業・ビジネスグループの特徴とは何か、日本企業との違いは何か等を明らかにしつつ、具体例を挙げながら、アジア各国の有力企業の現状と問題点について共に考えていく。さらに、アジアでのビジネス活動に際して、最近、貧困層を対象とした BOP (Base of Pyramid) ビジネス、さまざまな社会問題に対応するべく各企業に求められている企業の社会的責任 (CSR) 等が注目されているので、これらに代表される比較的新しいトピックにも触れる。

2. 授業の進め方

学生諸君が興味を持ってくれるような講義とするべく、最新のニュースを取り上げたり、担当教員の実務・海外経験を話に交えたりする等の工夫を凝らす。さらに、より主体的な姿勢がより良い理解に繋がるので、日頃から、メディアで世界の経済・社会情勢をフォローしておくことを強く薦める。また、数回、受講生に小課題を課すことで、理解度を確認することとしたい。

3. 授業計画

1. イントロダクション	9. インドの企業グループ① (タタ)
2. アジア地域ビジネス論 A の概要	10. インドの企業グループ② (リライアンス・M&M)
3. アジア新興国企業の特徴① (ファミリービジネス)	11. 中国の企業グループ① (石油・鉄鋼・電子情報)
4. アジア新興国企業の特徴② (コンサルの役割)	12. 中国の企業グループ② (家電・自動車・食品)
5. 韓国の企業グループ① (サムスン)	13. アジアでの新たなビジネス課題① (BOP)
6. 韓国の企業グループ② (現代・ロッテ)	14. アジアでの新たなビジネス課題② (CSR)
7. 東南アジアの企業グループ① (タイ)	15. 本講義の総括
8. 東南アジアの企業グループ② (インドネシア)	

4. 到達目標

アジア新興国企業の実態につき、経営戦略のみならず、その国の経済・社会・歴史がどのように影響しているのかという観点からも、複眼的思考で分析できることを目標とする。

5. 準備学修に必要な時間、またはそれに準じる程度の具体的な学修内容

レジュメを当日配布するため、準備学習は不要だが、むしろ、講義内容を振り返りながら、復習を行うことが重要。

6. 成績評価の方法・基準

平常点 (30%) 及び期末試験 (70%) にて、総合的に評価する。

7. テキスト・参考文献

テキストは特に限定しない。毎回の授業時で必要なレジュメを配布する。参考文献は、講義の中で適宜紹介していく。

8. 受講上の留意事項

「経営学基礎」・「日本とアジアの経済」・「アジア地域ビジネス論 A」を履修していることが望ましいが、必須条件ではない。講義中は、私語は慎み、解説を聞くだけでなく、補足情報もノートすること。平常点が著しく悪い場合は、期末試験を受験できないことがある。また、留学生には、経済学・経営学の基礎文献を読む程度の日本語能力が求められる。