

は し が き

本研究報告書は、新潟経営大学の平成17年度学内共同研究（B班「中国・アジアビジネス教育と新潟県集積地域企業—新潟経営大学における経営資源の有効活用について—」）の研究成果を取りまとめたものである。昨年度は、留学生教育に対する新たな視点について研究したが、本年度にはさらにそれを発展させ、事例としては「国際ビジネス学科」を取り上げ、国際ビジネス教育と新潟経営大学の課題について研究を行った。

まず、研究内容を概括的に紹介しておこう。

第1部「国際ビジネス教育と本学経営資源の有効活用」は本研究の総論に当たる部分である。そこでは、はわれわれは二重の意味でキャリア教育を重視している。すなわちわれわれは、(イ)従来の教育課題である教養（General Education）、能力（Ability）、倫理（Ethics）、規律（Discipline）に加えて新たに適応力（Competence）とくに職業人としての適応力を教育課題とするという意味での「キャリア教育」を重視するとともに、(ロ)さらにそうした「キャリア教育」自体の高度化をも重視する—という観点に立っている。そうした問題意識に基づき、われわれは、問題領域として、1. 国際ビジネス教育の内容、2. ビジネス外国語教育、3. ネット・ビジネス教育の三つの領域をとくに取り上げることにした（注1）。

第1章の「国際ビジネス学科へのアプローチ方法」においては、国際ビジネス学科を基軸とする国際ビジネス教育システムの形成を重視し、そのための選択肢すなわち(イ)国際ビジネス学科の新設、(ロ)国際ビジネス・コースの設置、(ハ)外国別総合コースの設置—という三つの選択肢が提示されている。そしてさらに、(イ)三つの選択肢は同時に三つの段階として捉えることもできる、(ロ)だが三つの選択肢に共通しているのは、ビジネス英語をはじめとするビジネス外国語を教える体制の充実を不可欠としている—という点が指摘されている。

第2章の「ビジネス外国語教育」では、アジアにおけるグローバルビジネスの重要性の高まりという時代のニーズに応じて、本学としても、グローバルな視野を持ち、アジアにおけるビジネスに精通したスペシャリストの育成を目指すべきであるとして、そうした観点に立って、(イ)ビジネス英語の他に、中国語、韓国語、ロシア語などくに環日本海・北東アジア地域に関わるビジネス外国語教育に力を注ぐこと、(ロ)ビジネス外国語教育を、単にそれだけに止まらせるのではなく、グローバル・コミュニケーション・ビジネス教育にも連動させていくこと、(ハ)さらに特色ある語学学習環境提供のために、教室での基本事項の学習とともに、さらにランゲージ ラウンジ（Language Lounge）の設置やe-learningの活用必要性—などが提言されている。

最後に第3章の「ネットビジネス学科の展開」においては、(イ)日本企業におけるIT活用は企業経営戦略論との関連性が不十分であるが、「ネットビジネス」とは「ITを戦略的に活用したビジネス」として捉えること、(ロ)従って、ネットビジネス教育は、ユビキタス時代—それは同時にグローバル化時代でもあるが—におけるITの企業経営戦略的活用のための教育として位置づけること、(ハ)そこで教育内容としては、高度情報リテラシーの修得とともに、経営能力とりわけ社会状況を読む能力および経営に関する総合力の涵養を通じての戦略的経営能力育成が不可欠であること—などが指摘されている。さらにそこには、(A)ネットビジネス教育を、外国語教育・ネットビジネス教育・アカウント教育からなる「国際ビジネス教育」群の一環として位置づけること、(B)ネットビジネス教育の内容は、(a)コンテンツを育成する教育、(b)コンテンツを活かす教育—の二つからなること、(C)ネット教育の展開としては、

経営情報システム論の一環としてのネットビジネス教育が求められていることなどが含意されているのである。

第Ⅱ部「国際ビジネス教育に対するニーズ—新潟県の中国アジアビジネス教育を中心として—」は、上記の「国際ビジネス教育」に対するニーズ問題に関連して、とくに新潟県集積地域企業なかんづく中越地域企業の中国アジアビジネス教育に対するニーズを事例として取り上げ研究したものである。その場合、中越金属加工業企業を事例として取り上げたのは、金属加工業が中越地域の代表的な産業であるばかりではなく日本の地域製造業の典型でもあったからである。そうした観点に立って、(イ)中越地域企業のボーダレス化とそれに対する経営課題は何か、(ロ)そうした経営課題の中でどのような人材が求められているのか、という点を探ってみた。その結果は以下の通りである。まず中越地域企業が依拠する新潟県集積地域自体がどのような特性を有し如何なる人材を必要としているのかという点を明らかにし、次いでその中で中越地域企業がどのような人材を求めているのかを指摘した。前者の新潟県集積地域の特性と人材については、(イ)中小企業を主体としている、(ロ)いわゆる地域製造業拠点すなわち“ものづくり”拠点である、(ハ)ただしその場合の“ものづくり”拠点は、製造業の新製造業への変容を背景にして、“新ものづくり”拠点への移行が求められている、(ニ)従って、そこでは熟練技能・技術に依拠した従来型の熟練工・技術者だけではなく、ニーズの変化や新たなニーズの登場を開発・製造過程にも反映しうるような「知的人材」が必要とされている—ということである。そして後者の中越地域企業とくに中越金属加工業企業において求められている人材とは、(イ)グローバル経営戦略に携わり得る人材、(ロ)「市場獲得型ビジネスモデル」の担い手、(ハ)「ローカル・アーキテクチャー・イノベーター」—などである。

第Ⅲ部「現代企業経営における国際ビジネスと人材育成—中国アジアビジネスを中心として—」は、(イ)現代企業経営における人材育成の意義、(ロ)中国アジアビジネスにおける人材育成の課題—について考察したものであるが、それは本研究のための論点整理としての役割を帯びており、そこで得られた知見は背景論として後に本稿においても紹介するので省略することにする。

第Ⅳ部「国際ビジネス教育における人材育成システム—中国アジアビジネス教育を中心にして—」もまた補論的な役割を帯びたものである。一つは、“ものづくり”拠点が何故“新ものづくり”拠点への移行を不可避としているのかを、新製造業論との関連において説いたものである。その含意もまた後に説明するので省略する。もう一つは、「国際ビジネス教育」システム論に関わっており、そこでは、(イ)それは東アジア地域統合論とりわけその中の東アジア人材育成システム論の一環をなしている、(ロ)その場合、東アジア統合論が東アジアビジネスネットワーク論に依拠しているということに関連して、人材育成システムもまた東アジアにおいてはネットワーク型であることが望ましい(注2)、(ハ)とくに新潟県の場合には、その地勢的条件を考慮すれば東・北東アジア人材育成ネットワーク論と無縁ではない、(ニ)そのためには、新潟県における東・北東アジア人材育成コンソーシアムの形成が急がれる、(ホ)上記の人材育成コンソーシアムは、「ビジネス上のニーズを満たす教育手段すべてを統合・企画・開発・実施する戦略的な中核機関」としての「企業内大学」との提携が二つの理由—すなわち戦略的な中核機関としての性格を帯びている以上、「企業内大学」は大学との提携による問題解決能力の育成・訓練つまり Educationを必要としている一方で、他方では、大学もまた地方企業の大学に対する知的ニーズを知るためのモニターとしての「企業内大学」との提携を求めている、という二つの理由—によって必要とされている、(ヘ)そうした中で、「経営大学」たる本学に期待されるのは、経営学およびその関連分野における専門教育は無論のこと、とくに中国アジアビジネスとの関連で重要なビジネス外国語を中心とした

国際ビジネスコミュニケーション教育、知的所有権などのビジネス法教育そしてネットビジネス教育などである—という諸点を提言している。要するに、われわれの「国際ビジネス学科」構想とは、本学がその経営資源を活かして、東・北東アジアにおける人材育成ネットワークにおいてハブ機能の一端を担おうとするものに他ならないのだ。

では、そもそも「国際ビジネス教育」(「グローバルビジネス教育」)とは一体何か。次にこの問題を本研究の背景論として考察しておかなければならない。この問題を考えるに当たって、われわれは予め幾つかの論点を整理する必要があると考える。それは次の三点である。一つは現代日本企業の経営戦略におけるグローバルビジネスなかんづく中国アジアビジネスの重要性に関してである。二つには、現代日本企業における人材育成の意義についてである。最後は、中小企業・地域企業における人材育成の重要性に関してである。

第一の論点に関しては、アジアとりわけ東アジアにおける経済圏形成が日本の企業経営にとって今や戦略的な意味を帯び始めつつあるということをまず指摘しておきたい。そのことは、次の二つの根拠を挙げれば容易に領けよう。すなわち、(イ)日本経済に主導された相互依存関係深化および日系企業を基軸とする東アジア「ビジネス経済圏」形成などからも明らかなように、東アジア経済圏にとって今なお日本の存在は不可欠である、(ロ)だが同時にそのことは、日本企業のビジネスプロセスの中の主要プロセスすなわち開発・製造・販売などのプロセスがビジネス経済圏における産業内分業を通じて今や東アジア分業に組み込まれているということの意味する—という二つである。ASEANを舞台とする東アジアにおける経済圏さらには共同体形成論議がアジアは云うに及ばず日本国内においても次第に活発化してきているということは、以上のこととも決して無縁ではないであろう。かくして、今や日本の経済・産業・企業にとっても東アジア経済圏は死活的に重要な問題となってきており、その意味で、日本の今後の進路としては、東アジア経済圏における「共生」の途を選択する以外に最早ないと云っても決して過言ではないのである。同時にそのことは、日本企業にとっても、とくに中国アジアビジネスが今や経営戦略上避けては通れなくなりつつあるということの意味しているとも云えよう。

だがその場合、注意を要するのは日本と中国との関係である。日本と中国との経済関係における緊密さ、さらには東アジアにおける両国経済が占める比重の大きさなどを勘案すれば、日中経済関係の「あり方」がとくに重要であることは論をまたないであろう。それは結局のところ、両国経済の「共生」関係を如何にして築くのかという問題に帰着するが、企業経営の面では、さらにそこに二つの問題の解明が求められることになる。一つは、日本の製造業の新たな競争力源泉を何処に求めるべきかという問題—それはいわゆる新製造業論に関わる問題でもある—である。いま一つは、急速な経済発展を背景として国際競争力を強化しつつある中国製品との競合問題—それはさらにそこに同国の軍事力増強論などがオーバーラップすれば一挙に“中国脅威論”にエスカレートしかねない問題でもある—に他ならない。要するに中国ビジネス論は、企業の中国進出論や中国市場獲得論として単に企業レベルでの議論としてしかも短期的な視点でのみ論じられるべきではなく、日中経済共生論(注3)としてかつ中長期的な視点においても—すなわち東アジア地域統合問題をも視野に入れて—論じられる必要があるということだ。中国アジアビジネス論が日本企業の戦略課題であるという意味は以上の文脈において理解される必要があるだろう。

ところで、上記の中国アジア共生論は、日本企業の人材育成論のあり方とも深く関わっている。そこで、第二の論点である現代企業経営における人材育成問題に移ることにしよう。現代企業経営における

戦略的課題の一つは技能・技術・知識の集積であるが、その集積は人材とくに知的人材の育成・確保如何にかかっている、ということは今や周知の事柄である。その意味で人材育成の重要性は容易に理解され得よう。ところが、その背景には日本の製造業が新製造業に移行しつつあるという製造業変容論が横たわっているということは殆ど理解されてはいないようだ。実はこの新製造業論こそが、知的人材論を上記の共生論に結びつける上で決定的に重要な役割を果たしているのである。だがこの問題に関しては、さらに二つの新たな論点の解明を要する。一つは新たな付加価値源泉としての新高付加価値化論と知的人材論との関連性であり、いま一つはビジネスプロセスの中での「知識集約工程プロセス」における知的人材の意味についてである。これら二つの論点との関連性においてはじめて、知的人材論と共生論とが結びつくのである。

まず前者について。「新製造業」とは何か。グローバルビジネスの下では、日本の製造業企業は否応なく、グローバル製品とりわけ中国アジア製品との競争に晒されることになる。その場合、日本の製造業企業は、(イ)新たな競争力源泉を獲得するためには、経済社会の成熟化を背景として台頭してきた社会的・文化的・知的ニーズに対して積極的に対応することを自らの新たな経営戦略課題としなければならない、(ロ)その場合その企業は、単に価格・生産性・技術という従来型の付加価値源泉に依拠した高付加価値化論に基づくだけでなく、非価格競争力や非商品性といった新たな付加価値源泉に依拠した高付加価値化論の導入をも余儀なくされることになる、(ハ)そのことは、旧高付加価値化論から新高付加価値化論への転換という観点からは、従来の製造業から新たな製造業への変容を意味することになる—という点で「新製造業」企業への転身を不可避としているのである(注4)。では、新製造業企業において求められている人材とはどのような人材なのか。それは、(イ)単に製造プロセスに係わる人材だけではなく、開発・製造・販売などの全ビジネスプロセスに係わること—とくに市場動向の変化とりわけニーズの変化や新たなニーズの台頭を開発・製造プロセスへフィードバックさせること—ができるような高度かつ戦略的な人材である、(ロ)そうした意味での人材は、技能・技術・知識の集積体としての人材すなわち知的人材であると同時に、「ボーダレス・ビジネスプロセス」(注5)との関連において求められている人材でもある—ということだ。要するに、新製造業企業において求められる人材とは、知的人材であると同時に、グローバルビジネスに携わり得る人材でもなければならないということである。かくして、知的人材論は共生論に繋がるのである。

次に後者の「知識集約工程プロセス」と知的人材との関係についてはどうか。グローバルビジネスの下で展開されている産業内分業とりわけ中国アジア産業内分業は、三つの工程間分業によって担われている。その中で日本企業の国内製造業基盤を支える上で最も重要な役割を担っているのは、知識集約工程でありそれに係わるビジネスプロセスすなわち「知識集約工程プロセス」である。以上の関係を図示すれば下図の通りとなる。

製造業におけるビジネスプロセスと知識集約工程との関係

工程間分業 ビジネスプロセス	労働集約工程	資本集約工程	知識集約工程
事業企画部門			国内（本社）
企画			国内（本社）
研究開発			国内（本社）
デザイン			国内（本社）
試作			国内（本社）
金型製作	海外（進出先）・国内	海外（進出先）・国内	国内
製作部門			
調達	海外（進出先）	海外（進出先）・国内	一部国内
部品生産	海外（進出先）	海外（進出先）・国内	国内
組立	海外（進出先）	海外（進出先）・国内	一部国内
マーケティング部門			
販売	海外（進出先）・国内	海外（進出先）・国内	戦略部門は国内（本社）
物流	海外（進出先）・国内	海外（進出先）・国内	戦略部門は国内（本社）
金融			海外・国内（本社）

(*1) なお「知識集約工程」に関するオリジナル・コンセプトは、堺屋太一氏に拠っている（堺屋太一「世界、工程大分業の時代に」〔日本経済新聞2005年5月25日〕参照）。

(*2) ここで用いられているビジネスプロセスの類型化については、Yasuhiko Ebina「A proposal of Asian Green Manufacturing Network—For the Formation of Asian Environmental&Economic Zone—」（新潟経営大学紀要〔第9号〕）Chart 3〔p.31〕を参照のこと。

まず、ビジネスプロセスと知識集約工程との関係を整理しておく、(イ)事業企画部門なかんづく研究開発、デザインさらには高度な試作・金型製作などは知識集約工程に属している、(ロ)製作部門の中でも高度な部品生産や前・後工程などは高度な技能・技術の裏付けを要するという意味でやはり知識集約工程に属している、(ハ)上記(イ)・(ロ)に関連して、金型製造に観られるように、ソリッド・データ・システムの高度化による製造工程の「統合」(Integration) —すなわちCAD/CAE/CAM/CAT化—に伴い前工程である企画・設計などの知識集約工程の重要性がますます高まりつつある、(ニ)最後にマーケティング部門とりわけ販売戦略・物流戦略とともに金融業務などは知識集約工程とみなされるべきである—ということになる。このことは、日本の製造業企業が産業内分業において知識集約工程を担うためには、ビジネスプロセスの中でも企画・開発・試作・販売・物流・金融などの知識集約工程に係わるビジネスプロセスすなわち「知識集約工程プロセス」に特化する必要がある、ということを示唆している。つまり、中国アジア諸国製品なかんづく中国製品との競合において、日本企業が「共生」の途を求めようとするのであれば、中長期的には「知識集約工程プロセス」に特化する以外にないということである。云うまでもなく、こうしたプロセスにおいては暗黙知・形式知双方に亘って知的人材が必要とされる。そして、こうした知的人材が得られる限り—換言すればそうした人材が海外では容易に得られない以上—、知識集約工程プロセスは国内なかんづく本社に置くことが可能でありかつそうせざるをえないということになる。要するに、一方で中国アジア産業内分業を推進しながらも、他方で国内の製造業基盤を維持し発展させるためには、知的人材の育成・確保が不可欠であるということだ。かくして「共生」のためには、知的人材の育成・確保が不可避であるということになる。このこともまた、知的人材論と共生論が表裏の関係にあるということを示唆する根拠以外の何物でもないであろう。

しかもこうした知識集約工程プロセスは、ボーダレスな「ビジネスプロセス・ネットワーク

(Business Process Network ; BPN) (注6) の中でもとくに高度な「ナレッジ・インテンシブBPN」(注7) を形成しているということにわれわれは注目しなくてはならない。従って、ボーダレスな知識集約工程プロセスに携わる知的労働は、情報通信ネットワーク上でさらにその知的創造力を増幅させることが求められておりまたその可能性を伏在させている。その意味でも、グローバルビジネスに携わる知的人材の育成・確保は、IT化の下では、なおさら重視されなければならないのである(注8)。

最後に、三つ目の論点すなわち中小企業・集積地域企業—とりわけ中小製造業企業—においては、中国アジアビジネスにおける人材育成がとくに重要とされているという問題に一言触れておこう。上記二つの理由から、グローバルビジネスなかんづく中国アジアビジネスにおける人材とりわけ知的人材育成の意義は既に明らかであるが、大企業と中小企業とではその意味は自ずから異なっているということもまた見落とされてはならない論点であろう。大企業の場合には—とりわけ生産基地化と市場獲得という二つの目的の同時達成を狙う大手メーカーとしては—、知的人材を含めて人材の育成・確保を通じて事業のグローバルな展開のための準備におさおさ怠りはがないが、中小企業とりわけ中小製造業企業の場合には、経営資源の面でそうしたゆとりが乏しいか或いは殆どないに等しいが故に、そうした面での人材確保の点で大企業・大手メーカーに大きく水をあけられているのが実状である。にもかかわらず、親企業の下請的な立場に置かれている場合には、親企業の海外進出に伴い自らも進出を余儀なくされるものが少なくない。その結果、人材とくに経営戦略に係わる人材の不足が企業経営上の重大な隘路となかなかねないのである。しかもこうした中小企業なかんづく下請的な製造業企業は往々にして産業集積地域に依拠している場合が多い。さらに、今日の海外企業進出がインターネットを通じてネットワーク化しており、その点で、そもそも“デジタル・デバイド”に苦しむ中小企業・集積地域企業にとっては新たなハンディキャップが発生しているということも見落とせないであろう。大企業とくに大手メーカーが、高度かつ豊富な人材を背景にして、「ビジネス・ネットワーク」(注9) を形成し、それを通じて企業進出を経営戦略として有効に活用しているのに対して、中小企業・集積地域企業は、人材不足によりこの面でも大きく立ち後れているのである。

その意味で、中小企業・集積地域としては、集積地域の協力をも得て、「ローカル・ビジネス・ネットワーク」を形成する必要性に迫られているが、そのためには、この面での人材確保も求められているのである。かくして、グローバルビジネスとくに中国アジアビジネスにおける人材とりわけ高度かつ戦略的な人材—すなわち知的人材—の育成・確保は、中小企業・集積地域企業および集積地域にとっては今や死活的な問題でありかつ急務である、ということは容易に理解されるであろう。

要するに、国際ビジネス教育つまりグローバルビジネス教育とは企業のグローバルビジネスに携わる人材の育成に他ならないのであるが、その場合「グローバルビジネス」に関しては、次の諸点に留意しておく必要があるという訳だ。すなわち、(イ)現代企業経営において、グローバルビジネスなかんづく中国アジアビジネスは戦略的重要性を増しつつある、(ロ)しかもそれは、東アジア統合時代においては、単に企業経営上の課題としてだけでなく、アジアにおける「共生」という観点からも捉えられるべきである、(ハ)他方、現代企業経営のもう一つの戦略課題である人材育成とりわけ知的人材育成は、日本の製造業の新製造業への移行を背景とする新付加価値源泉論および知識集約工程プロセス論という二つの根拠に因り、「共生」との関係をますます深めている、(ニ)従って、グローバルビジネスにおいて求められている人材とは、「共生」を可能にする知的人材である、(ホ)最後にこうした人材の育成・確保は中小企業・地域企業においてこそ重要かつ急務とされている—という諸点だ。かくして、「国際ビジネス教育」

とは、以上のような意味でのグローバルビジネスに携わることができる人材すなわち「グローバル・クリエイティブ・パワー（Global Creative Power）」を育成するための教育に他ならない、と定義することができよう。

では、「国際ビジネス教育」のための本学の課題は何か。この点こそが、平成17年度学内共同研究においてわれわれに課せられた研究目的に他ならなかった。そこでわれわれは、こうした目的に添って、上記の研究を行ったという次第である。

本報告書の構成および執筆者は以下の通りである。

第Ⅰ部 国際ビジネス教育と本学経営資源の有効活用

- | | | |
|-----------------------|------------|-----------|
| 第1章 国際ビジネス学科へのアプローチ方法 | ツエリチェフ・イワン | 新潟経営大学教授 |
| 第2章 ビジネス外国語教育 | 欧 孝明 | 新潟経営大学助教授 |
| 第3章 ネットビジネス学科の展開 | 石井 泰幸 | 新潟経営大学助教授 |

第Ⅱ部 国際ビジネス教育に対するニーズ—新潟県の中国アジアビジネス教育を中心にして—

蛭名 保彦 新潟経営大学教授

第Ⅲ部 現代企業経営における国際ビジネスと人材育成—中国アジアビジネスを中心にして—

蛭名 保彦 新潟経営大学教授

第Ⅳ部 国際ビジネス教育における人材育成システム—中国アジアビジネス教育を中心にして—

- | | | |
|---------------------------|-------|----------|
| 第1章 “ものづくり拠点”と人材育成システム | 蛭名 保彦 | 新潟経営大学教授 |
| 第2章 新潟県央の経営系大学に求められる人材の育成 | 片上 洋 | 新潟経営大学教授 |

執筆者の方々には、この場を借りて謝意を表する次第である。

平成18年3月1日

新潟経営大学

平成17年度学内共同研究（B班「中国・アジアビジネス教育と新潟県集積地域企業—新潟経営大学における経営資源の有効活用について—」）

研究代表者 蛭名 保彦

（注1）われわれがこれら三つの問題領域を選択したのは、現代大学教育におけるミスマッチ論とも関わっている。すなわち、現在の大学において学生ニーズと教育内容とのミスマッチが最も大きいのはこれら三領域に他ならないのである。例えば、21世紀大学経営協会が行った『卒業生からみた大学《教育力》調査』（2005年10月）によれば、社会へ出た卒業生が大学の習得で『役立つ能力や知識』（A）と『もっと学んでおけばよかったと思う能力や知識』（B）との乖離幅（B-A）が最も大きいのは、「語学など国際化への対応能力」（乖離率；-37.2%）であり、次いで『資格の取得』による専門知識と活用能力（同；-25.4%）がその後を追っており、

そして「IT時代に対応した情報スキル」(同；-20.7%)と「実務に即戦力として使える専門知識や技術」(同；-19.1%)がさらにその後を追っている(日本経済新聞2006年12月19日参照)。要するに三領域は、単にグローバルビジネス教育の充実という観点からだけではなく、そもそも現代大学教育における「価値」向上という視点からも重視されるべき分野なのである。

(注2) アジアにおける経済圏は、「自然経済圏」をその特質としているが、それは二つの要素から成り立っている。一つは、それが企業の海外進出とりわけ日系企業による生産・流通・物流を中心とするビジネスネットワークに依拠しているということだ。そして、こうしたビジネスネットワークの重層化の結果として「ビジネス経済圏」が形成されているのである。二つには、それは地域経済圏の融合・統合による経済圏であるということである。しかしながらその中でも、前者のビジネスネットワークに関しては、さらに敷衍しておく必要がある。今日では、情報通信技術(IT)および交通運輸手段の発展のお陰で、ネットワークがさらに多元化し高度化してきているからだ。すなわち、ビジネスネットワークは、単に生産・流通・物流ネットワークとしてだけではなく、金融・為替ネットワーク、国際物流ネットワーク、集積地域間ネットワークさらには都市間ネットワーク等様々なネットワークとして展開されており、その結果、それは多岐におよびかつ輻輳化してきている。こうしたネットワークの高度化に対応して、人材育成論もまたその中に包含され始めているのである。例えば経済産業省が東アジアにおける人材開発ネットワーク一なかんづく高度人材開発ネットワーク一の構築を提案しているのも(経済産業省『通商白書』(2005) p.311~314参照)、そうした文脈に拠っていると考えられる。またわれわれは、「東アジア共同体」構築に向けての人材育成システムのための具体的な課題が提案され始めていることにも注目しておかなければならないであろう。例えば天児慧教授は、EUにおける域内人材共同教育計画である「エラスムス計画」を参考にして、東アジアにおいてもエネルギー、環境、地域再生、平和構築、文化・情報交流などの専門的なカリキュラムを域内学生が共同で学べる教育システムの形成を提案されている(朝日新聞2006年2月15日参照)。(なお、ビジネスネットワーク論の詳細については、拙著『日中韓「自由貿易協定」構想』[2004年5月、明石書店刊] p.204~215を参照のこと。)

(注3) 日中経済共生論に関しては、拙著『日中韓「自由貿易協定」構想一北東アジア共生経済圏をめざして一』(明石書店刊、2004年5月) p.98~137、拙稿「[補論Ⅲ] 日中産業構造調整問題」(ボーダレス経営研究会編『中越企業の中国・アジア市場開拓研究一地域国際ブランド戦略の課題一』[2005年1月]) p.89~106および拙稿「第I部(序論) 中国・アジアビジネスにおける人材育成上の課題一中国・アジア留学生教育の意義一」(新潟経営大学学内共同研究〈平成16年〉『中国・アジアビジネスと人材育成一留学生教育に対する新たな視点一』[2005年3月]) p.7~35などを参照のこと。

(注4) 日本の自動車メーカーが旧ビッグスリーを凌駕して今や世界のトップメーカーに躍り出ようとしているということは周知の通りである。自動車メーカーに代表されるこうした日本の製造業企業躍進の背景には、ハイブリッドカーの成功にみられるように、彼らが環境問題など社会的ニーズの台頭に対して果敢に挑戦するという経営戦略を採用し、しかもそれに一定の成功を収めたという事実が横たわっている。われわれがこのことの意味を考える場合、本稿の文脈との関連性において重要なのは、日本の製造業企業なかんづく“勝ち組”が今や「新製造業」企業への変容を遂げることに成功を収めた企業ないしは収めつつある企業である、ということだ。

- (注5) 企業の海外進出に伴い、付加価値曲線がボーダレス化し、その結果、ビジネスプロセスもまたボーダレス化する。(Yasuhiko Ebina「The North East Asian Business Economic Zone and a design of JKC (Japan・Korea・China) -FTA」[新潟経営大学紀要〈第11号〉] p.73~74を参照のこと。)従って、ここで必要とされる高度かつ戦略的な人材とは、「ボーダレス・ビジネスプロセス」に携わることができる人材のことを指している。
- (注6) 「ビジネス・プロセス・ネットワーク」(BPN)については、Yasuhiko Ebina「Apropos l of Asian Green Manufacturing Network—For the formation of Asian Environmental&Economic Zone—」(新潟経営大学紀要 [第9号]) p.29~32を参照のこと。
- (注7) 「ナレッジ・インテンシブBPN」に関しては、同上p.33を参照のこと。
- (注8) その意味では、HRM (Human Resource Management) 論も今やHCM (Human Creativity Management) 論に席を譲るべき時期を迎えているのかもしれない。
- (注9) 企業の海外進出の下で形成される「ビジネス・ネットワーク」とは、上記の「ビジネス・プロセス・ネットワーク」と係わっており、かつそのボーダレス化に深く関わっている以上、正確に云えば、「ボーダレス・ビジネスプロセス・ネットワーク」のことを指しているのである。