

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

—中国・アジア留学生教育の意義—

蛭 名 保 彦

(新潟経営大学教授)

問題の所在

本稿が研究対象とする問題は次の三つである。一つは、日本企業の経営戦略において中国・アジアビジネスが如何なる意味を持っているのかという点である。いま一つは、中国・アジアビジネスにおける人材育成問題である。最後は中国・アジア留学生教育に関するものだ。

最初の問題を考える上で、まず現代日本企業における経営戦略上の課題を明らかにしておかなければならない。その場合、課題の一つとして中国・アジアビジネスが挙げられる。今日多くの日本企業の経営戦略は中国・アジアビジネスを巡って展開されている。とくにアジア経済圏・共同体形成を考慮すれば、その成否のカギを握っているのが日中共生なかんづく経済共生である以上、日本企業にとっては中国ビジネスがとりわけ重要である。課題のもう一つは人材育成である。現代企業経営における戦略的課題は技術・知識の集積であるが、その集積は、経営資源たるヒトすなわち知的人材の育成如何にかかっているからだ。

かくして、現代日本企業の経営戦略にとって、中国・アジアビジネスなかんづく中国ビジネスにおける人材育成が如何に重要であるかは容易に理解される筈である。

では、中国・アジアビジネスにおける人材育成上の課題とは何か。この場合さらに二つの問題が登場してくる。一つは中小企業が抱える問題である。大企業は事業活動のグローバルな展開に備えて人材育成の面でも怠りが無いが、大企業に比べて経営資源に限界のある中小企業の場合には、必ずしもそうはいかない。にもかかわらず、取引関係が従属的である場合、親企業である大企業の海外進出に伴い、準備がないか或いはそれが不十分なままでも、下請け企業たる中小企業も進出を余儀なくされるケースが少なくない。こうした場合には、人材育成面での立ち後れが中小企業経営を破綻に追い込む結果を招きかねない。その意味で、今日では、中国・アジアビジネスにおける人材育成が中小企業の経営戦略においても最重要課題の一つとなりつつあることは容易に理解されよう。二つには、地域が果たす役割についてである。中小企業の多くが集積地域企業でもあるということを考慮すれば、中国・アジアビジネスにおける人材育成においても、地域協力とくに地域における産学官協力が果たす役割が重要であると云えよう。その際、「地域MBA」を重視すべきである。

最後に問題とすべきは、中国・アジアビジネス人材育成論における留学生とりわけ中国・アジア留学生教育のあり方に関してである。中国・アジア留学生教育については、教育自体としての意義と共に、地域産業・企業の発展ひいては地域活性化という観点からもその意義を改めて考えなければならぬ、ということである。

かくして本稿では、まず、日本企業にとって中国・アジアビジネスとくに中国ビジネスが持つ重要性について考察し、さらに日本企業の経営における人材とりわけ知的人材育成の戦略性を明らかにすることによって、中国・アジアビジネスにおける人材育成の意味を浮き彫りにしてみることにしよう。次い

で、中国・アジアビジネスにおける人材育成上の課題を明らかにする。とくに中小企業の場合の人材育成に対して果たす「地域MBA」の役割について新潟県を事例として考察する。最後に、中国・アジアビジネス人材育成論の一環としての留学生教育とくに中国・アジア留学生教育を考えてみる。中国・アジア留学生教育の意義の一つは正にこの点にあると考えられるからだ。

本稿の構成は以下の通りである。

第1章 中国・アジアビジネスと日本企業

第2章 現代日本企業における知的人材育成の意義

第3章 中国・アジアビジネスにおける人材育成の課題

第4章 中国・アジアビジネスの一環としての留学生教育

なお、『『地域MBA』構想—新潟県を事例として—』は補論としてを取り上げる。また、本稿の図表については、煩雑さを避けるために報告書の末尾に〔付属資料〕として掲載する。

第1章 中国・アジアビジネスと日本企業

1. 日中経済共生論の重要性

中国・アジアビジネスが日本企業にとってどのような意味を持っているのかという問題を考える場合、日中両国経済の「共生」をどう考えるべきか、ということがまず問われなければならない。何故か。その理由は三つある。一つはFTAの進展である。二つには企業経営論の変容である。三つには人材育成論の今日的意義である。

まずFTAの進展が「共生」に何故関わるのか。両国経済はアジアにおいて最も影響力を持っており、かつ今ではお互いに分かち難く依存し合った関係である以上、その両国経済における「ビジネス」(注1)が緊張・対立状況に陥っているようでは、アジアにおけるビジネスの安定的な発展は到底望むべくもないからだ。しかも、今日、アジアなかんづく東アジアにおいては「自由貿易協定 (Free Trade Agreement ; FTA)」論が喧しいが、それによって東アジアにおいて経済圏形成が期待され、さらにそれを通じて「東アジア共同体」構築すら展望されているとすれば(注2)、本来東アジアFTAを牽引する役割を担っている筈の日中両国における共生モデルの重要性はますます増すであろうということは想像に難くはないであろう。かくして、両国経済における「共生」如何が、東アジアFTAの成否ひいては経済圏及び共同体形成の鍵を握っていると云えよう。このように、FTA時代においては、中国・アジアビジネスの発展という観点から日中共生論は避けては通れない課題となるのである。

次に企業経営論の性格変容が何故共生論に関わるのか。経済学の教科書が教えるところによれば、経済がマクロ論に立脚しているのに対して、企業はミクロ論に依拠している。そして産業や立地は両者の中間すなわちメソ論(セミマクロ論)に区分けされる。だがこれは、あくまでも国民経済を前提とした類型化である。国民経済のボーダレス化に伴って企業活動がグローバル化すれば、そうした単純な類型化は最早意味をなさなくなる。とくに企業をミクロ論の対象に閉じこめておくことは到底できなくなる。何故ならば、グローバル企業においては経営戦略もまたグローバル戦略へと変容を余儀なくされることになるが、その結果企業経営の分析フレームに関しても、ミクロ的フレームワークとマクロ的フレームワークの双方から成る「重層的分析フレームワーク」(注3)を用意しなければならなくなるからである。事実、日本とアジア諸国なかんづく中国との相互依存関係が深まり、それを背景にして日本企業の中国・アジア進出が進展すればするほど、企業経営における重層的性格もまた強まってくる(注4)。かくして、本来マクロ的な問題である筈の両国経済における「共生」もまたグローバル企業の経営においては決定的に重要な戦略変数とならざるを得ないのである(注5)。

最後に人材育成論の今日的意義もまた共生論に関わっている。相互依存関係の深化が企業経営の変容を促し日中共生モデルの重要性を高めるという上記の文脈は、それだけでは貫徹しない。企業経営変容論の延長線上には一すなわち現代企業経営論においては一人材育成における戦略性という問題が控えているからである。後述するように、現代企業経営における戦略上の課題は技術と知識であるが、その技術・知識の集積体はヒトに他ならないのであり、従って人材なかんづく知的人材育成もまた今日では企業経営上の戦略課題たらざるを得ないのである。日中共生モデルの下で日本企業に求められる新たな付加価値源泉において、やはり技術・知識の重要性が増大するとすれば、知的人材育成論と共生論の関連性もまた無視してはならないであろう。

かくして、中国・アジアビジネスと日本企業の関係を考える場合、日中経済共生論は避けては通れない課題なのである。

2. 日本企業の中国進出と日中共生の可能性

では日中両国経済共生の可能性や条件は果たして存在するのか。われわれはまずこの点を両国経済における相互依存関係の検討を通じて明らかにしておかなければならない。

(1) 輸出拡大効果

まず日本企業の中国進出が日本の輸出拡大効果に結びついているという点を挙げなければならない。例えば機械産業の場合を取り上げてみよう。機械産業における中国進出は二つの面で日本の対中輸出拡大をもたらしている。一つは直接的な効果であり、今ひとつは間接的な効果である。この点を一般機械を取り上げて検証してみよう。日本の一般機械企業の対中投資は、1990年度の5,000万ドルから2000年度には8,600万ドルへと増加しているのに対して、日本の一般機械の対中輸出は1990年には11億ドルであったが1999年には49億ドルへと急増している。このように両者の間には強い相関性を見いだせるが、その場合の相関性は、二つの側面—すなわち一般機械の対中投資が一般機械の対中輸出に直接結びついているという側面と、製造業における対中投資が一般機械の対中輸出に間接的に繋がっているという側面—から成り立っている。かくして、日本企業の対中投資は、日本の輸出拡大を通じて相互依存関係深化に貢献していると云えよう。

(2) 逆輸入効果

他方、中国企業進出は日本の対中国輸入拡大にも係わっている。いわゆる“逆輸入”である。これは生産基地化を目的にした企業進出にみられる。例えば、電気電子機器における対中投資の増大は、電気電子機器関連製品の日本への輸出拡大に繋がっている。その結果、日本の製造業の在中国・香港現地法人からの輸入額が日本の中国からの輸入総額に占める比率すなわち「逆輸入比率」は、1998年度には21.8%であったが、2000年度には24.5%へと大幅に増大しているのである。このように“逆輸入”効果による相互依存関係深化も見落としてはならないであろう。

(3) 産業内分業と直接投資

ところで、日本企業の海外進出が輸出入双方を通じて相互依存関係を深化させる効果を発揮するのは、今日においては、貿易構造が水平分業に移行し、しかもそれが産業内分業によって担われており、そして産業内分業は直接投資によって支えられているからに他ならない。日中間においてもそうした傾向は明確に表れている。例えば、1990年、1995年、1998年という三時点における日中の産業内貿易指数を時系列的に比較してみると、それは時間の経過と共に大幅に増加しており（〔付属資料〕 図1-〔1〕 参照。なお以下では付図・表と略記する。）とくに技術集約型産業における1990年から1995年にかけての増加にはめざましいものがあるが（付図1-〔2〕 参照）、そのことはまた中国の輸出に占める日本の対中直接投資ストックの大幅な増大と密接に関係しているのである（付図2 参照）。

(4) 代替性と補完性

以上から明らかなように、日中間の相互依存関係においては、代替性と補完性の双方が伏在しているが、日本の企業進出はその何れにも関わっている。

2003年における日本の対中輸入は前年に対して13%と大幅に拡大しているが、それは情報機器関連部門における輸入拡大を主因にしている。例えば2002年における対中輸入商品構成をみると、繊維製

品のシェアが25.7%と依然大きな比重を占めてはいるが、機械機器が33.5%とそれを大きく上回るに至っている。とくに情報機器関係の製品で、(イ)パソコン周辺機器、複写機など事務用機器が前年より75.4%も増加し9.2%のシェアを保持していること、(ロ)携帯電話、PHSなど通信機も同じく48%増加し1.3%のシェアを持つに至っていること一からもそのことは明らかであろう。こうした情報機器関連部門の対日輸出における躍進は、上述した日本企業の対中投資を背景にした中国における情報機器関連産業における著しい競争力強化に因っていることは言うまでもない(付図2・3参照)。そしてこうした中国製品の日本市場進出が中小企業や地域産業を中心に空洞化要因をなしているということも周知の通りである。この問題はいわゆる代替性に関わっている。言うまでもなく代替論は中国脅威論の根拠をなしているのである。

他方、日本企業進出による対中輸出拡大もまた見逃せない。やはり2003年における日本の対中輸出をみると、前年に対して33.2%とこれまた大幅に増加している。輸出商品構成をやはり2002年のデータでチェックしてみると、電気機器が26.9%と太宗を占めており、次いで一般機械が20.9%、金属及び同製品が10.5%となっている。つまり機械・金属製品で6割近くを占めていることになるが、これまた日本企業の中国進出と密接な関係を持っている。このことはいわゆる補完性の根拠をなしている。補完論は日中共生論において不可欠の条件をなしているということは言うまでもないであろう。

このように日本企業の中国進出を基軸として日中相互依存関係は急速に深化しつつあるのだが、そこには代替性と補完性が併存している。つまり、日中相互依存関係深化の中には中国脅威論と日中共生論とが混在しているのである。従って、この混在性の中にこそ日中経済共生の可能性が伏在しているということになる。だが注意しなければならないのは、それは可能性というよりも不可避性と云った方がよいということである。われわれが、中国脅威論に代わって日中共生論を採り、さらにそれを推し進めなければならないとすれば、代替性を回避し補完性を強める以外にそもそもわれわれには選択肢は残されていないのである。

3. 共生と日本企業の課題

(1) 産業構造調整と日本企業

では、上記のような意味での「共生」—すなわち代替性回避・補完性強化—のためには一体何が必要なのか。まず産業構造調整が不可欠である。この点でとくに重要なのは日本企業の高付加価値化論である。それは二つの方向性を持っている。一つには、技術開発力を一層高めることによって既存産業の高付加価値化を図ることである。二つには、新付加価値概念に基づく高付加価値化論の構築である。

① 既存産業の技術開発力強化

まず前者について。既存産業の技術開発力強化としては、(イ)統合型(摺り合わせ型)完成財、(ロ)高機能部品・素材、(ハ)高級消費財、(ニ)製品・サービス融合財—などに特化していく必要がある。これらの分野においては今なお日本企業の競争力が保持されているからだ。しかしながらこれらの分野における「後発者の利益」を考慮すれば、中国はそう遠くはない時期に日本に対してキャッチアップを可能にするであろう。その意味では、既存産業における技術開発力強化にはそもそも限界があるということもまた認めない訳にはいかないのである。

② 新高付加価値化論と知的人材育成の重要性

そこで後者の新高付加価値化論が登場してくることになる。それは、後述する経済社会の成熟化に伴

う消費者ニーズの変化を背景にして、付加価値概念そのものを見直し、新しい付加価値概念の下で付加価値を高めていこうという試みである。すなわち、従来の高付加価値化論が専ら価格、生産性、技術革新に依拠した付加価値概念を拠りどころにしていたのに対して、品質や信頼性などの非価格要因や、感性・知性などの非商品性にも依拠した付加価値概念に基づいて高付加価値化という問題を改めて考え直してみようではないかという試みである。何故ならば、消費者は従来型の高付加価値化論だけではなくこうした新たな付加価値概念の下での高付加価値化論にも強い関心を示し始めているからだ（注6）。

そして重要なのは、こうした新高付加価値化に対しては日本は中国に対して強い有利性を持っているということだ（注7）。一つには、こうした感性や知識などに依拠した新高付加価値分野は、専ら成熟し洗練されたハイ・エンド市場をもつ日本が中国に対して圧倒的に有利であるという点だ。二つには、新高付加価値分野への移行に伴い必要となる新ビジネス・モデルにおいて日本企業は極めて巧妙にITを活用しているということだ。

要するに、日中経済共生を図るのであれば、日本企業は、単なる既存技術力向上による高付加価値化論から、以上で述べた新高付加価値化論へと移行することによって質的競争力を強化する必要があるし、またその可能性は十分あるということだ（注8）。

さらに見落としてはならないのは、こうした新高付加価値化論の下では、技術・知識が経営戦略上一層重要性を増し、技術・知識の集積体である人材とくに知的人材の育成が経営戦略上の最重要課題とならざるをえないという点である。例えば、経済産業省・厚生労働省・文部科学省『製造基盤白書』（2003年度）によれば、今後の国内製造基盤は、(イ)高度な技能と生産技術を要する製品の製造拠点、(ロ)コア技術の先行開発・熟成を計る開発・製造拠点—を中心にしたものになるとされており、それに応じて今後の製造業における人材も、(イ)品質管理やISOに関する能力・知識、(ロ)新しい機械・設備を使いこなす知識・能力—などが一層求められることになるとされている（注9）。（なお日本企業における知的人材育成の意義については、次章で改めて検討する。）

(2) 経済社会発展路線の転換とアジア共生型教育システム

しかしながら、日中経済共生のためには企業レベルでの課題だけではなく、両国の経済社会の発展路線についても転換が求められているということも見落としてはならない。

まず日本経済については、後述するように成熟社会へ移行する中で人々のニーズもまた変化しつつあり、こうした新たなニーズに依拠した新たな成長路線の選択が迫られているが、それは、成熟社会と経済成長とを融合させた「社会的成長」路線（注10）への転換に他ならない。

では中国についてはどうか。同国の場合も、輸出主導型成長路線を今後も採り続けることは決して好ましくはない以上、内需主導型成長路線さもなくとも内外需双方を活用した複線型成長路線への転換がそう遠くはない時期に選択される可能性が強いと観ておくべきであろう（注11）。

この点に関連して注目しておくべきは、企業経営上の課題と国民経済上の課題がいずれも人々のニーズの変化—すなわち成熟社会への移行とともに社会的・文化的・知的ニーズの重要性が増すということ—への対応に置かれているという点である。すなわち技術・知識集積体としての人材育成とりわけ知的人材育成は、単に企業経営戦略上の課題であるばかりではなく、社会的な課題でもあるということが重要である。

かくして日中共生論は、北東アジアさらには東アジアにおける新たな教育システムの必要性にも結びつくのである。すなわち、教育システムはそもそも社会システムの一環をなしているが、その社会シス

テム自体がアジア共生型システムへの転換を余儀なくされているとすれば、教育システムもまたアジア共生型教育システムへの転換を迫られているということは容易に理解され得よう（注12）。

- (注1) 「ビジネス」という言葉には二つの概念が混在している。一つは広義の概念であり、もう一つは狭義の概念である。広義の概念とは、「ビジネス」を企業活動全体を意味するものと理解する場合である。狭義の概念とは、逆にそれを単に企業間の取引関係と捉える場合である。ここでは前者の概念すなわち広義の概念として「ビジネス」という言葉を使うことにする。
- (注2) 但し、「東アジア共同体」にまで検討対象を広げた場合には、そもそもアジアにおけるアイデンティティーをどのように考え、その形成に対して日本がどのような役割を果たすべきなのか、という問題にまで議論が及ぶということも見落としてはならないであろう。
- (注3) 「重層的分析フレームワーク」とは、企業活動固有の領域からなる「マイクロ・プロセス」と企業活動を取り巻く産業・市場・経済などの領域からなる「マクロ・プロセス」の双方を統合した企業経営戦略の分析フレームワークのことである。企業活動がグローバル化するにつれてすなわちグローバル企業においては、後者のマクロ・プロセスの重要性が増すことになる。詳しくは、付図4「グローバル経営戦略の分析フレームワーク」（荻野典宏『中国ビジネス』Ⅲ〔CD-ROM〕より）を参照のこと。
- (注4) とくに中国への進出に関しては、それを通じて日本企業のグローバル化が進展すればするほど企業経営における重層的性格もまた強まらざるを得ないという論点については、経済産業省・厚生労働省・文部科学省『製造基盤白書』（2003年度）が端的に説明してくれている。すなわち同白書は、日本の製造業企業の場合、今後中国における事業展開に関しては凡そ90%近くが拡大するとしているが、それと共に、(イ)税制等中国政府の政策自体の不透明性、(ロ)中国企業による知的所有権の侵害、(ハ)内陸部を中心とするインフラの未整備—などWTO加盟後にもかかわらず中国固有の制度やシステムに係わる事業展開上の課題が今後一層深刻化すると認識されている、と指摘している（同上、p.13及びp.16参照）。（なお、中国における事業展開上の課題はこれ以外にも多岐に亘って存在している。詳しくは在中国日本商工会議所『WTO加盟後の中国経済2003』を参照のこと。）このことは、アジア諸国とのFTAとりわけ日中FTAにおいては、単に関税引き下げ・撤廃など貿易自由化に止まらず、ビジネス環境とりわけ投資環境の整備もまた重視されなければならないという論点にも繋がっている（蛭名『日中韓「自由貿易協定」構想—北東アジア共生経済圏をめざして—』〔明石書店刊〕参照）。
- (注5) この点に関連して、日本企業の対中国進出には、北東アジア固有のカントリーリスクすなわち冷戦未終焉に伴うカントリーリスク—朝鮮半島問題や中台関係など—が伏在しているということも見落としてはならない。例えば、伝えられるところによれば、中国政府は“台湾独立派”と目される陳水扁政権支持派の企業の中国における活動を「容認しない」方針を強めることによって、陳水扁政権に対する本格的な経済的包囲網作りに乗り出したとされている（朝日新聞2004年6月19日参照）。
- (注6) 後述するように、新高付加価値化論の背景には、日本社会の成熟化に伴う人々の価値観の変化という問題が横たわっている。
- (注7) 蛭名『日中韓「自由貿易協定」構想—北東アジア共生経済圏をめざして—』（明石書店刊）

p.133参照。

- (注8) 誤解のないように付言しておく、「新高付加価値化」論と既存の「高付加価値化」論は実際には連続的に捉えられる必要があるということだ。すなわち、現行の高付加価値化論が拠り所としている価格・生産性・技術に基礎を置く従来型付加価値概念と新付加価値化論が依拠している非価格要因・非商品性を重視した新付加価値概念はあくまでも概念上の区分である。従って両高付加価値化論は、実際には相互連関性を持っている。そこで、後述する社会的・文化的・知的ニーズなど新しいニーズへの企業の対応もまた、こうした相互連関性を通じて行われるべきだということになる。(詳細は、蛭名『日中韓「自由貿易協定」構想－北東アジア共生経済圏をめざして－』[明石書店刊] p.131～132 を参照のこと。)
- (注9) 経済産業省・厚生労働省・文部科学省『製造基盤白書』(2003年度) p.34～35参照。
- (注10) 社会的成長論については、蛭名「日本経済再生のための課題－社会的成長試論－」(新潟経営大学・地域活性化研究所『地域活性化ジャーナル』10号)を参照のこと。
- (注11) 中国経済成長転換論に関しては、蛭名『日中韓「自由貿易協定」構想－北東アジア共生経済圏をめざして－』(明石書店刊)。p.33～78参照のこと。
- (注12) この点は、上述したアジアにおけるアイデンティティー構築問題とも関わっている。

第2章 現代日本企業経営における知的人材育成の意義

次に、現代企業経営において人材とりわけ知的人材の育成が企業経営戦略上最も重要視されるに至ったのは何故か、という論点に移ろう。

1. 成熟社会におけるニーズの変容と企業経営

(1) 社会的・文化的・知的ニーズの台頭

現代日本は成熟社会へ移行しつつあり、しかもそこに急速な少子高齢化がオーバーラップしている。こうした変化の下で、人々のニーズも大きく変容するのは当然である。変容の方向は、単なる経済的要素だけではなく、社会的・文化的・知的要素が次第に重要性を増してくるというものである。その結果、新たなニーズが登場しつつあるが、それは、(イ)消費者ニーズの変容－機能性・利便性・低価格性を専ら志向してきたこれまでのニーズからそれだけではなく新たに個性・感性・文化性をも志向しさらには環境問題などの社会性をも重視するといったニーズへの変容－(注1)、(ロ)良質で長持ちすることによって公共的価値を高めた住宅に対する人々のニーズの高まり、(ハ)少子化時代に必要とされる新たな都市環境・住環境－すなわち若者にとって魅力ある都市環境・住環境－の整備・改善、(ニ)少子化時代に不可欠な次世代教育に対応した教育の在り方、(ホ)高齢者の安心と生き甲斐を重視した年金・介護・ワークシェアリング、(ヘ)経済的条件に基づくのではなく社会的基準に基づく希少資源配分方式が求められている医療サービス、(ト)食の安全性・信頼感や食文化を重視した食農環境型地域社会の形成、(チ)地球環境問題の深刻化に伴う環境保全要求の高まり、(リ)経済の内発的発展の担い手である中小企業・集積地域企業が依拠する地域経済再生に向けての地域ニーズ密着型研究開発投資・産学官協力の必要性－などである。だが、そのいずれを取り上げてみても、それらは単なる経済的要求という性格に止まらず、社会性をも色濃く帯び、かつ文化や伝統、知識や知性さらには環境を重視するという性格をも併せ持っている。その意味でこれらは、社会的・文化的・知的ニーズとみなされるべきであろう(注2)。

しかもこうした社会的・文化的・知的ニーズ台頭の背景には、人々の価値観の変化と多様化という社会構造の変化が横たわっている、ということも見落としてはならないのである。すなわち、経済的な価値など物質的な価値だけではなく、社会的・文化的・知的価値をも重視し、かつ後者の重要性が次第に増してきているという訳だ(注3)。

(2) 社会的・文化的・知的ニーズと地域

そして社会的ニーズの充足に関しては、(イ)地域を中心に行われていること、(ロ)中小企業の事業機会創出に繋がっていること－の二点が重要である(注4)。

まず前者について、社会的・文化的・知的ニーズはそもそも地域性を帯びているということを見落としてはならない。都市・生活環境整備、教育サービス、社会的サービス、食農循環型社会づくり、環境規制さらには日本文化・伝統の再評価－これらのどれを取り上げてみても、その充足は地域が係わることなしには困難であろう。

後者の中小企業の事業機会創出との関連性についてはどうか。この点に関して、社会的・文化的・知的ニーズの充足については大企業よりも中小企業の方が有利であるということ指摘することができる。社会的・文化的・知的ニーズはそもそも市場構造の変化と係わっているからだ。つまりそれは、大企業にとって有利な大量生産・大量消費型の市場構造を通じて充足されることには必ずしも馴染まず、

むしろ中小企業が得意とする多品種少量生産・非画一的消費型の市場構造を通じての方が充足され易いのである。しかも今日では、そもそも市場構造自体が前者（大量生産・大量消費型市場構造）から後者（多品種少量生産・大量消費型市場構造）へと変化しつつある訳だから、中小企業の有利性はますます強まるということになる。

ところで、前者と後者における有利性すなわち地域性と小規模性における有利性を重ね合わせて考えれば、実は集積地域企業の場合には二つの有利性におけるシナジー効果を期待できるということである。従って中小企業なかんづく集積地域企業にとっては、社会的・文化的・知的ニーズの台頭はまたとないビジネスチャンスの到来を意味しているのである。

かくして、社会的・文化的・知的ニーズの台頭が企業経営に重大な影響を及ぼすことは想像に難くはないであろう。とりわけ中小企業・地域企業にとってこのことが持つ含意は重要である。では社会的・文化的・知的ニーズが企業経営に及ぼす影響を企業価値論の観点からどのように捉えるべきなのか。この点が次に問題となる。そこで以下ではこの問題を検討することにして。

2. 企業価値転換論と知的人材育成の意義

企業価値転換論は、学会においてもまた政策領域においても既に重要な論点となり始めている。

前者については、「顧客信頼度」（注5）とともに、社会的ニーズへの対応力すなわち「社会的適合性」を“見えざる資産”として企業資産会計に組み込むべきだという注目すべき見解が登場してきている（注6）。こうした“見えざる資産”を推計してみると、日本企業の場合、医療・健康、住宅・都市環境・リサイクル、交通・安全関係の三分野だけで、最低75～100兆円の潜在的な“見えざる資産”を持っていると試算されている（注7）。後者すなわち政策論に関しては、OECDにおいて日本政府が企業の“知的資本”の評価・開示方法についての世界的な論議の場形成について提案を行ったと伝えられている（注8）。この場合、“知的資本”とは、特許などの知的財産権だけではなく、企業の人材や組織形態、ブランド、経営ノウハウなどを幅広く含む概念であるとされているが（注9）、であるとすればそれは、前者の“見えざる資産”だということになる。つまり“見えざる資産”の政策化が意図されていると考えてよいであろう。

ところで社会的・文化的・知的ニーズはそれを充足するための固有でかつ高度な技術や知識を必要としており、さらにそれらを生み出し得る頭脳つまりヒトを必要としている。従って社会的・文化的・知的ニーズに対して企業対応力を高めるということは、言い換えれば、技術・知識が経営戦略上重要性を増すということの意味しており、かつその集積体である人材なかんづく知的人材（注10）こそが最も重要な経営資源の一つとなるということに他ならない。

かくして現代企業経営においては、知的人材育成こそが経営戦略上の最重要課題となるということ容易に理解されよう。つまり、現代企業経営における人材育成の意義は正にこの点にこそ求められるのである。

（注1） この点は、前述した新高付加価値化論にも係わっている。

（注2） 拙稿「日本経済再生のための課題－社会的成長試論－」（新潟経営大学・地域活性化研究所『地域活性化ジャーナル』10号）p.69～70参照。

（注3） 同上参照。

- (注4) 同上 p.72より。
- (注5) 「顧客信頼度」とは、技術や製品を巡る顧客と企業との信頼関係の深さを指している（竹内佐和子「日本企業、『新尺度』で浮上」[日本経済新聞2004年3月18日]より）。
- (注6) 竹内佐和子「同上」参照。
- (注7) 同上より。
- (注8) 日本経済新聞2004年5月13日より。
- (注9) 同上。
- (注10) ツエリチェフ教授によれば、こうした知的人材のなかでも「ゴールデン・カラー」と呼ばれる一群の人々の存在が企業経営戦略上とくに重要だとされている。「ゴールデン・カラー」とは、(イ)一定の理念やコンセプトを纏め、他人にそれを理解させた上で、その実施をリードするいわゆる「リーダー」、(ロ)既存の業務パターンを見直し、新製品・技術・サービスを開発し、新しいビジネスモデルをつくり、組織改革、働き方の効率化などを含めて企業の体質強化に繋がる一連の革新的な構想を打ち出せる「イノベーター」、(ハ)高度な技能を持つと同時に、仕事ができ、業績も優れている「クイック・ランナー」—などからなるとされている（ツエリチェフ『日本を豊かにする3つの方法—暮らし方と働き方を変え、グローバル化の波に乗る—』[小学館] p.120～129より）。

第3章 中国・アジアビジネスにおける人材育成上の課題

この問題を検討する上で、われわれは問題を二つに分けておこう。まず「人材育成」の κατηγοリーを明確にしておかなければならない。それに応じて「人材育成」上の課題も異なるからである。次いで、そのカテゴリーに則して、「人材育成」とくに中小企業における「人材育成」の方途を考察してみよう。

1. 中小企業進出と人材養成・育成問題

われわれはまず、「人材育成」と「人材養成」という概念の違いを明確にしておかなければならない。「人材育成」における人材とは、一般に教育（education）を通じて得られる人材のことを意味している以上、「人材育成」は中長期的な概念であると云える。教育が中長期的な性格を帯びている以上、それに依拠した「人材育成」もまた中・長期性を免れ得ないからだ。これに対して「人材養成」は、それを通じて得られる人材が即戦力としての人材すなわち養成（training）をも含めて得られる人材のことを指している以上、短期的な意味をも含む概念であると理解するのが妥当であろう。

(1) グローバル企業の段階的進出モデルと人材養成・育成

ところで、中国・アジアなかんずく中国への企業進出に伴い企業が必要としている人材とは、多くの場合両者すなわち「人材育成」と「人材養成」の双方を通じて得られる人材のことを指している場合が多い。

企業が中国へ進出する場合の典型的なモデルを考えてみよう。（尤もこの場合のモデルは主としてグローバル企業を対象にしている。）まず、貿易から始まり、次いで企業進出に移行するが、その場合、(イ)委託加工、(ロ)合弁企業、(ハ)独資企業へと段階を追って進出していくのが通例である。こうした段階的進出に際しては、人材養成・育成の面でも、次第に高度な人材を必要とするために、「人材養成」から「人材育成」へと順を追ってレベルアップされることになる（注1）。すなわちそこでは、企業経営における「人材育成」の戦略的な意味が明確にされているのである。

まず、(イ)の委託加工の段階では、技術移転が中心課題である以上、①委託提携先からの研修生受け入れによる技術移転、②提携先企業へ短期派遣する技術指導者の「養成」、などが中心となる。

これに対して、(ロ)の合弁企業へ移行するに従って、現地工場の生産管理、経営が課題となる以上、①現地企業からの社内留学による技術移転、②現地企業へ短期派遣する技術指導者の「養成」、③現地企業へ長期派遣する生産管理者及び経営者の「養成」（注2）、④現地人管理者の「養成」、などが重視される。

さらに、(ハ)の独資企業の段階に至ると、現地工場の独自経営が課題とされるので、①現地企業からの社内留学による技術移転、②現地企業へ短期派遣する技術指導者の養成、に加えて、さらに③現地企業へ長期派遣する経営者の「育成」、④現地人管理者の「育成」、など経営者及び現地管理者の「育成」が課題となってくる（注3）。

そして、こうした経営者・現地管理者の「育成」を通じて事業拡張が可能となるが、その場合には、さらに、①販売網の構築ができる人材の「育成」、②現地人経営者の「育成」なども課題とされなければならない。

要するに、中国ビジネスが企業経営において重要性を増すにつれて、「人材育成」もまた経営戦略上重要性を強めることになるのである（注4）。

(2) 急務とされる中小企業の人材養成・育成

ところで、上記の段階的進出モデルは大企業の場合には適用可能であるが、中小企業の場合には適用困難であるということは既に示唆しておいたところである。中小企業の場合には、実際には、取引先である親企業の進出を受けて、突然ないし短期間に進出を迫られるケースが多い。その結果、「人材育成」は無論のこと、「人材養成」すら、その暇がないまま一気に上記の段階を駆け上ることを求められることになる。そのことは、人材養成・育成において企業経営戦略上の対応が成り立たないばかりか、進出そのものが経営破綻に繋がりがねないということの意味している。要するに、中小企業の場合には、人材育成・養成とりわけ経営戦略上重要な「人材育成」が中長期的な課題である以上、ある程度時間的な余裕を必要としているにもかかわらず、取引先である大企業に付随して進出を余儀なくされる場合には一実際には大部分がそうであるが一進出によって短期的ないし突然の対応を迫られるために、時間的なミスマッチが経営上の命取りになりかねない、ということである。

つまり、ビジネスチャンスである筈の中国ビジネスが、大企業とは逆に中小企業にとっては、人材確保に失敗すれば、たちどころに経営破綻というリスクを負うことになる、ということの意味しているのである。

以上のことから、中小企業の中国ビジネスにおいては、人材養成・育成が如何に死活的な問題であるかが容易に窺い知れよう。そこで中国ビジネスにおいては、とくに中小企業の人材養成・育成が急務とされているのであるが、そのためにはどのような方途があるのだろうか。次にこの点を検討してみよう。

2. 人材養成・育成の方途

人材養成・育成方法に関しては、大きく分けると二つの方法がある。一つは企業を主体とするものである。この場合は、どちらかと云えば、「養成」が中心である。もう一つは高等教育機関とくに大学を通じたものである。云うまでもなくこの場合は、「育成」が中心である。まず前者から見てみよう。

(1) 中小企業を対象とした人材養成支援

企業を主体とするものの中でも、ここでは中小企業に焦点を当てて観てみよう。その場合も、全国レベルで展開しているものと、地域レベルのものがある。

① 全国レベル

全国レベルでは、政府による支援を伴ったものと、日本商工会議所の支援によるものがある。

A. 公的支援制度

まず前者の公的支援制度の活用について。中小企業においては、人材養成・育成を個別企業独自で行うことは極めて困難である。そこで公的支援制度を如何に有効に活用するかが、企業経営上重要なカギを握っている。そうした観点から、中小企業が活用可能な公的支援制度を概観しておく付表1の通りである。

さらにそれを企業の事業展開に対応して事業別に分類すると、以下の通りとなる。

外国人研修生の受け入れ支援としては、(イ)海外職業訓練協会(OVTA)の国際人材育成セミナー(World Wide Adventure)、(ロ)日本貿易振興会(JETRO)の国際インターンシップ制度(Incube Japan)、(ハ)国際研修協力機構(JITCO)の支援・助言事業—などがある。

現地に派遣する技術指導者の養成・育成としては、(イ)OVTAの海外派遣援助制度、(ロ)OVTAのシル

バーコンサルタント事業—などがある。

現地従業員の技術レベル等の向上に対しては、(イ)海外貿易開発協会（JODC）の民間専門家派遣事業、(ロ)海外技術者研修協会（AOTS）の受け入れ研修、(ハ)JITCOの外国人研修制度、(ニ)OVTAの受け入れ研修、(ホ)AOTSの海外研修—などがある。

現地管理者の養成・育成に関しては、(イ)中小企業総合事業団の現地管理者セミナー、(ロ)AOTSの受け入れ研修及び海外研修—などが挙げられる。

問題は、これらの公的支援制度を如何に有効に活用するかである。それは、中小企業がこれらの支援政策を自らの企業進出においてどのように活用するのか、という点に専らかかっていると云えるが、この問題に関して、通産省の九州経済産業局は、フローチャートを通じて体系的なアドバイスを行っているので、参考までにそれを掲げておこう（付表2参照）。

B. 日本商工会議所の支援事業

日本商工会議所も中小企業の中国ビジネスとりわけ人材養成・育成支援に対して関心を示し始めている。しかしながら、それはまだ明確なコンセプトを形成するには至っておらず、従って支援政策としての確たる姿をとってはいない。

例えば、「人材確保・育成」自体に関しては、(イ)教育のあり方、(ロ)外国人労働者問題への対応、(ハ)人材マッチングの推進、(ニ)無料・有料職業紹介事業への取り組み—などを挙げており、積極的な関与を打ち出している（付表3参照）。

さらに「海外市場の開拓—東アジア重視—」として、(イ)輸出促進、(ロ)海外投資支援、(ハ)FTA（自由貿易協定）の推進、(ニ)海外経済界との交流促進、(ホ)模造品等知的財産対策、(ヘ)地域における国際化事業—などについて具体的な政策を掲げている（付表3参照）。

問題は、中国ビジネスにおける人材養成・育成に関しては、上記の二つの課題すなわち「人材確保・育成」と「海外市場の開拓—東アジア重視—」のマトリックス化が必要であるが、残念ながら、今のところそこまでは具体的な展開はみられない。

しかしながら、日本商工会議所が、各地域の商工会議所会員企業の参加によって「中国ビジネス研究会」（注5）を立ち上げようとしていることから観ても、同会議所もやがてマトリックス的展開に向かうことが期待される。

②地域レベル

中小企業に対する地域レベルでの中国ビジネス人材養成・育成支援としては、とりあえず次の二つを挙げておこう。一つは福岡県及び福岡市が構造改革特区として提案している「福岡アジアビジネス特区」構想である。二つには、神戸市が推進している「新たな中国人街形成促進」構想が挙げられる。

A. 福岡地域「福岡アジアビジネス特区」構想

まず前者の「福岡アジアビジネス特区」構想とは何か。それは、福岡地域の地域的・歴史的・経済的な特性を活かすことによって、アジアでのビジネス展開を目指す国内外の企業やベンチャー企業の福岡集積を加速させることであるとし、そのためには、(イ)外国人研究者の活用等産学連携の促進、(ロ)博多港の国際ゲットウェイ機能強化—の二つを主要手段として採用するとしている（注6）。

このことから明らかなように、福岡地域はアジアビジネス展開のために福岡集積をさらに強化しようとしているのだが、注目を要するのは、そのための手段として人材とりわけ知的人材の内外に亘る結集を打ち出していることである。そのために、同地域はさらに具体的に、(イ)九州大学ビジネススクールの活用、(ロ)アジア九州ビジネススクールの設置、(ハ)高度IT人材アカデミーの設置など、産学官連携方

式を提案している（注7）。

要するに、中国・アジアビジネスに向けての人材養成・育成支援が、地域レベルではすでに知的人材の内外に亘る結集と関連づけられている、ということはこのことは物語っているのである。

B. 神戸市「新たな中国人街形成」構想

神戸市の「新たな中国人街形成」構想も福岡地域の構想とある意味では軌を一にしている。それは、中国ビジネス人材育成を、中国からの研究者招聘と留学生受け入れ（留学生については第4章で検討する）によって形成が期待される中国人研究者・学生を中心とする“知的中国人街”構想に結びつけることによって、中国・アジアビジネス集積における神戸地域の主導権を一気に確立せんとするものである、と云っても決して過言ではないようだ（注8）。それは同構想の生い立ちからも領けよう。

同構想は、そもそも神戸市の「上海・長江交易促進プロジェクト」の一環として提起された。すなわち、同プロジェクトは、(イ)上海・長江と直接神戸を結ぶ専用船を開発・建造する、(ロ)神戸港に専用船による直接交易を図るための「港区」を設定する、(ハ)その背後に「中国人街」（中国・アジアを主な対象にした幅広い交易・交流拠点）を整備する—というものである（注9）。要するにそれは、神戸地域と上海地域との提携によって、阪神・淡路震災によって蒙った壊滅的な打撃さらには引き続き直面させられた日本経済の長期にわたる不況から神戸地域を再起・再生させるために、同地域の経済界が中心となって促進した「起死回生策」に他ならないのである。

問題は、新中国人街形成構想が、上記の「起死回生策」の一つである新中国人街構想の具体化であるということだ。つまり、新中国人街形成構想は、単なる人材養成・育成構想ではなく、神戸地域が自らの浮沈を賭けて取り組んでいるものだと理解されるべきなのである。しかもその内容が、中国ビジネスにおける人材養成・育成を知的集積形成と結びつけているという意味で画期的かつ先駆的な構想であると云うべきであろう。地域産学官協力による地域経済再生計画であるという点で、それは、われわれにも極めて重要な示唆を与えてくれているのである。

(2) 大学を通じての人材育成

中国・アジアビジネス人材育成は、大学においては高度専門職業人教育として位置づけられている。すなわちMBAが中心的な役割を負っているのである。だがそれは、全国的なレベルと地域レベルとに分けて考えられるべきである。既に述べたように、中小企業の場合には、中国・アジア進出も集積地域企業が中心をなしており、従って人材育成も地域を基盤にした育成が求められているからだ。そこでまず全国的なレベルのMBAを概観し、次いで地域MBA問題を取り上げてみよう。但し後者に関しては、北東アジアビジネススクール構想に係わる新潟県の場合を取り上げ、後掲の〔補論〕で改めて考察することにしよう。

全国的なレベルでの中国・アジアビジネスに関わるMBAの代表的なものとしては、九州大学のビジネススクールと早稲田大学のそれを挙げることができよう。

① 九州大学ビジネススクール

九州大学ビジネススクールは、MBA取得可能な専門職大学院として2003年4月に発足した。詳細は付表4の通りであるが、それは二つの特徴を備えている。一つは技術と経営に通じたビジネスプロフェッショナルの育成であり、二つには、アジアビジネス戦略に関わるプロフェッショナルの育成である。とくに後者つまりアジアビジネスのプロフェッショナル育成に本格的に乗り出したという点では、後述する早稲田大学と並んで日本では先駆的な試みであると云えよう。しかもアジアビジネスの中では、とく

に中国ビジネスが重視されており（付表4参照）、その意味で、中国ビジネスのプロフェッショナル育成としては画期をなしていると思うべきであろう。

② 早稲田大学ビジネススクール

西の九州大学に対して東では、早稲田大学がやはり中国・アジアビジネスのプロフェッショナル育成に取り組んでいる。同大学では既にアジアビジネスに特化したビジネススクールを開講しているが、2003年4月からは、さらに新たに中国ビジネスに特化したコースを設けている。同大学は、そのために中国の清華大学と提携してMOT（Management Of Technology；技術経営学）コースを設置した。しかも同大学は、清華大学との提携を、単にMOTコース開設だけに終わらせず、学部レベルでの提携、教材の共同開発さらには卒業生の起業支援協力など、日中共生型ビジネス形成に向けての“アジア共生型教育システム”へと発展させていこうとしているようだ（注10）。

なお早稲田大学はさらに、社会人とくに中国ビジネスに携わっている現役のスタッフを対象にして、対中進出企業のビジネス専門コースとして「対中ビジネス即戦力の養成」講座を開設している（注11）。

（注1） 信用中央金庫・総合研究所アジア業務相談室『信用金庫取引先における海外進出と人材育成－人材育成における公的支援制度の活用－』（2002年8月21日）[URL]より。

（注2） この場合の「養成」は、生産管理と自社権利の確保を中心とした「管理」を中心にして行われることになる。

（注3） この場合には、経営・管理に関する全ての事項が対象となるので、「養成」では済まされなくなり、新たに「育成」が必要となる。

（注4） 上記の信用中央金庫・総合研究所アジア業務相談室が行った信用金庫取引先の海外進出状況調査においても、進出企業の問題点として最も多く解答があったのは、「現地社員の教育」であったとされている（信用中央金庫・総合研究所アジア業務相談室『信用金庫取引先における海外進出と人材育成－人材育成における公的支援制度の活用－』（2002年8月）[URL]より）。この点は、JETRO中国投資アドバイザーである藤田氏が行った中国日系企業に対するアンケート調査でも同様の結果が報告されている。同氏の調査によれば、「現地人の教育・モラル向上」（45%）と「有能な人材採用・定着」（45%）とを合わせると、やはり人材確保・養成問題が経営上の最重要課題となっているとされる（藤多庸雄『中国での人材育成と人事労務管理』（2004年2月27日）[URL]より）。なお、現地企業における従業員の研修・教育については、藤多庸雄『中国での人材育成と人事労務管理』（2004年2月27日）[URL]の他、在中国商工会議所調査委員会『中国経済・産業の回顧と展望』第Ⅲ部第5章「日本企業の中国における人材養成」が参考になる。

（注5） 日本商工会議所『地域産業空洞化特別委員会中間とりまとめ』（2002年6月20日）[URL]参照。

（注6） 福岡県及び福岡市『構造改革特別区域計画』[URL]より。

（注7） 同上より。

（注8） 新たな中国人街形成促進研究会『新たな中国人街形成促進研究会報告書』（2001年2月）参照。

（注9） 『上海・長江交易促進プロジェクト』[URL]；
<http://www.city.kobe.jp/cityoffice/27/asia/choukou/>]

(注10) 日本経済新聞2002年12月7日参照

(注11) 早稲田大学ビジネススクール・イノベーション/集中コース [URL] 参照。

第4章 中国・アジアビジネス教育の一環としての留学生教育

中国・アジアビジネスにおける人材育成という観点から、外国人留学生なканずく中国・アジア人留学生教育を見直してみようというのが本章の課題である。そこでここでは中国・アジア留学生に焦点を当て、(イ)世界的に急増する中国人留学生動向、(ロ)中小企業・集積地域活性化の一環としての中国・アジア留学生受け入れ政策、(ハ)新潟県の高等教育機関とくに本学における留学生受け入れの現状と問題点などの検討を通じて、与えられた課題に迫ってみよう。

1. 国家戦略化する中国人留学生問題

中国・アジア人留学生を国家戦略的に位置づけ直そうと試みている国としては、受け入れ国の代表例としてイギリスを挙げることができるし、送り手国としては当の中国自体に注目しておかなければならないであろう。

(1) 戦略的受け入れを進めるイギリス

イギリスにおける中国人留学生は、中国本土からは約8万人、台湾・香港からは約1万人に及んでおり、全体として10万人に近い数に達しているとされるが(注1)、注目すべきは最近の急増ぶりである。イギリス政府の調べでは、中国本土からイギリスの大学への留学申請は2001年には約1万人であったのが2003年には3万2,000人へと大幅に増加しており、さらに英高等教育統計庁によれば、LSE (London School of Economics and Political Science) ・ケンブリッジ・オックスフォードの3校に限れば、2000年の200人から2003年には745人に急増しているとのことである(注2)。

こうした急増の背景には、財政難に喘ぐイギリスの大学経営にとって留学生とくに中国人留学生が貴重な収入源であるという事情があるということも否定はできない。だがそれだけではないことも確かである。そこには、財政問題を超えて世界中から英知一とくに台頭著しい中国・アジア人の英知一を結集することが大学の将来を左右するのだというイギリスの大学人の判断が伏在しているということも見落としてはならないようだ。すなわち「海外からの『知』を吸収して研究・財政水準を維持する」(注3)というのがイギリス人の「戦略」であるという訳だ。

(2) 「海亀族」の積極的活用に転じた中国

「海亀族」とは海外帰国者のことであるが、一般には海外留学からの帰国者のことを指している。帰国した「海亀」は、総計50万人を超える留学生のうち年間2万人を超えているとされるが(注4)、それは中国政府が彼らの帰国に対して積極的な優遇策を採っているからである。中国政府は、とくに天安門事件以降増加した海外留学生に対して、当初は自国にとって好ましからざる人物の“国外追放”という観点でみていた。だがその後、自国の急速な経済発展につれて、人材不足とりわけ知的人材不足を補うために、海外留学生の帰国促進に転じざるを得なくなったようだ。すなわち中国政府は、“国外追放”とは逆に、(イ)研究や起業の資金を援助する、(ロ)帰国後の戸籍問題の解決を計る一など様々な優遇政策を講じて、彼らの帰国を奨励するという中国人留学生の本国回帰政策を採用するに至ったのである。その結果、帰国者が大量に現れたという訳である。

但し見逃せないのは、中国政府の場合、単に留学生を帰国させるというだけに止まらず、さらにそれを通じて技術や経営ノウハウの自国への移転をも計ろうとしているという点である。中国政府は、自国

海外留学生の海外における勤務を奨励しているだけではなく、海外の技術・経営ノウハウの自国への移転に国家レベルでも動き始めている。すなわち中国政府は、国家重点大学の産学官協力を促進し、それを通じて「校弁企業」を起こし、こうした移転を計画的に推進しようとさえしているのである。例えば、校弁企業の一つである「復旦大学科学技術公司」は、「日本国際協力機構」と提携し新たに合弁会社（「上海中和軟件有限公司 [Shanghai Chuwa Software Co.,Ltd]」）を設立し、中国人SE（システムエンジニア）を養成・育成するために日本のソフトウェア開発企業のOJT研修を積極的に活用し始めているとされる（注5）。つまりそれは、中国が自国の海外留学生や研修生を使ってわれわれが課題としている“中国・アジアビジネスにおける知的人材育成”に対して逆に積極的に取り組み始めているということを物語っている。

かくして、人材とくに知的人材のボーダレスな確保は、今や中国政府にとっては「国家戦略」にすらなりつつあるのである。

(3) 日本の中国・アジア留学生受け入れ状況

では、日本の中国・アジア留学生受け入れについてはどうか。まず受け入れ状況から観ておこう（注6）。

日本の海外留学生受け入れ数は、2003年度で10万9,508人に達している。受入数を教育機関別にみると、大学（学部）5万2,981人、大学院2万8,542人、専門学校2万1,233人、短大4,479人、高専451人、準備教育課程1,822人となっている。

出身地別では、アジアが全体の92.8%を占めており、国（地域）別では中国が7万814人と全体の64.7%を占めており圧倒的なシェアを誇っている。次いで韓国が1万5,871人で14.5%、台湾が4,233人で4.5%をそれぞれ占めている。従って上位3カ国だけで83%と日本の留学生受け入れの大部分を占めていることになる。

なお増加数でも2003年には、全体で1万3,958人（前年度比14.6%増）と大幅に伸びているが、その中でも中国が1万2,281人（21%増）とやはり最も大幅な増加を記録している。

2. 中小企業・集積地域活性化政策としての中国・アジア留学生政策

(1) 神戸市「新たな中国人街形成」構想と中国・アジア留学生政策

では日本は中国・アジア留学生受け入れをどのような「戦略」で捉えているのか。この点を中小企業の中国・アジアビジネスにおける人材育成問題に絞って考えてみよう。この問題に対してわれわれに重要な示唆を与えてくれるのは、前述した神戸市の「新たな中国人街形成」構想である。

同構想は、それが阪神・淡路震災によって壊滅的な打撃を被った神戸地域の産業・企業—その多くは中小・零細企業から成り立っている—の復活・再生を賭けて推進されている「上海・長江交易促進プロジェクト」の一環として打ち出されている以上、そもそも中小企業・産業集積地域の再生を至上命題としているからである。

こうした目的に沿って同構想は以下の提案を行っている。

第一に、中国・アジア関連のビジネスタウンを形成する。そのために、中国・アジアからヒト・モノ・情報を呼び込み、グローバルなビジネスを双方向で展開できる拠点として、「新たな中国人街」を形成する。

第二に、中国・アジアの人留学生を「新たな中国人街」の中心的な担い手として期待する。「新たな

中国人街」形成のためには、中国・アジアの優秀な人材や先端的な企業の受け入れが是非とも必要であるが、そのためには中国・アジアの優秀で意欲あふれる留学生や留学生OB及び本国で一定の学業・就業を経験した次代を担う若者達が起業・就業する場所を提供しなければならない。

第三は、そのためには、「新たな中国人街」の中核的な施設として、「中国アジア留学生起業センター」を行政の責任において整備する。そこで行政としては、(イ)中国・アジア留学生の学業終了後の起業・就業を促すための「インキュベーションセンター」、(ロ)その活動を支援するための「中国アジア留学生起業基金」、(ハ)さらにそこで働く人々に対する「快適な住宅」一などに対して支援する計画であるとされる。

(2) 新中国人街構想の意義

以上からも解るように、神戸市の新中国人街構想は、神戸地域の産業・企業再生のために中国・アジアの留学生を積極的に活用しようというものである。従ってこの構想の成否は、神戸地域の再生にとって重要であるばかりではなく、中国・アジアビジネス人材養成における中国・アジア留学生の活用という観点からも注目しておかなければならないのである。

(注1) 外岡秀俊「留学ブーム 英中に『戦略』」(朝日新聞2004年4月4日)より。

(注2) 同上。

(注3) 同上。

(注4) 朝日新聞2005年2月15日より。

(注5) 茂住和世「異文化環境に適応する人材に求められるもの―日中合弁企業における社員研修の事例から―」[URL] 参照。

(注6) 文部科学省URLより。

[補論]「地域MBA」構想－新潟県を事例として－（注1）

1. 中国・アジアビジネスにおける人材育成と北東アジア経済圏

まず地域MBAと新潟県との関係を考える場合、北東アジア経済圏と新潟版「地域MBA」構想との関連性について考察を加えておかなければならない。何故ならば、中国・アジアビジネスとりわけ中国ビジネスは北東アジア経済圏形成問題と密接に関わっており、従って、新潟県の立地条件を考慮すれば、人材育成論に関しても、北東アジア圏との関連性を度外視することはできないからである。

2. 北東アジアにおける人材育成と北東アジアビジネススクール構想

そこでまず北東アジア経済圏との関連で人材育成問題を具体的に考えてみよう。

(1) 北東アジアビジネススクール構想

北東アジア経済圏とりわけその実体をなすビジネス経済圏（注2）は日本企業の中国・韓国進出を基軸とするビジネス・ネットワークによって担われている。従って、ビジネス・ネットワーク展開のためのインフラ整備とりわけソフト・インフラの整備が求められている。ソフト・インフラは二つの分野からなる。一つは、情報・通信及び金融・為替・通貨などネットワークに係わる分野であり、いま一つは、人材とくに知的人材の育成及び知的所有権保護などの知的分野である。現在、前者のネットワーク・インフラ整備が日中韓協力の下で北東アジアからさらに東アジアにかけて進展しているが、今後は知的分野におけるインフラ整備が課題となるものと想定される。

その場合、人材育成論が否応なく登場してくることになるが、前述したように、人材養成・育成には、短期的側面－すなわち即戦力の確保という側面－と、中長期的側面－すなわち高等教育を通じての育成という側面－という二つの側面がある。だが、北東アジアにおけるビジネス経済圏を共生経済圏に繋げていくべきだとすれば（注3）、中長期的観点に立った本格的な人材育成すなわち後者の高等教育を通じての人材育成がとりわけ重要である。そのためには、地域統合大学としての「北東アジアビジネススクール」（仮称）すなわち「北東アジアMBA」（注4）が必要とされるのである。

(2) 「ハブ・スクール」の必要性和役割

ただしビジネス経済圏がビジネスネットワークを基軸として形成されている以上、人材育成もビジネス・ネットワークと表裏の関係にあり、育成方法もやはりネットワーク型となるものと想定される。他方、ネットワーク型人材育成においては知的ハブ機能が求められているが、その場合のハブ機能とは、いわゆるハブ機能であると同時に産学官協力ネットワークにおけるノルド機能の役割をも併せ持っている。しかもこのノルド機能は単に知的ネットワークのためだけではなく、経済圏における分権システムの形成を保証するためにも必要とされているのである。そうした意味でのハブ機能を担うのが「ハブ・スクール」である。従って、北東アジアビジネススクール構想は、ハブ・スクール間のコラボレーションという性格をも併せ持つことになるであろう。

ただしこの場合の「ハブ機能」は、コアコンピタンス型ハブ機能すなわち特定分野における優位性を備えた機能の発揮を求められることになるであろう。例えば日本の大学にとっての「特定分野における優位性」とは、北東アジア共生経済圏における日本の産業・企業の新たな競争優位性すなわち新高付加価値化路線の下での新製造業問題（注5）とりわけ前述した社会的・文化的・知的ニーズの充足問題と

決して無縁ではないであろう。

日中韓を中心とする北東アジアにおけるFTA構想（注6）は、北東アジアビジネス経済圏形成を加速させるものとみられるが、その一環としてのネットワーク型人材育成における「ハブ・スクール」の役割もまた重要なのである。

3. 新潟版「地域MBA」の課題

(1) 「新ものづくり拠点」としての新潟県の役割

北東アジアビジネス経済圏形成において、新潟県のものづくり拠点は重要な役割を果たすものと想定される。とくに中越集積を中心とする機械工業・金属加工業・繊維産業・木工家具などの地域産業・企業が果たす役割が重要である。しかしながら日本の製造業を取り巻く環境変化の下では、「ものづくり」も上述した新高付加価値化論の下での「ものづくり」すなわち新製造業への転換が求められているのである。従って上記の既存産業も社会的・文化的・知的ニーズの充足産業との融合が求められているということも見落としてはならないであろう（注7）。つまり、必要とされているのは「新ものづくり拠点」なのである。

しかも、新製造業への転換が迫られているだけではなく、前述したように、今日における競争力優位性が技術・知識の集積力に拠る以上、新潟県の産業・企業の場合にも、人材とりわけ知的人材の育成抜きには、新ものづくり拠点としての役割を今後も引き続き担っていくことは困難となるであろう（注8）。

(2) “新ものづくり”における知的拠点としての「地域MBA」

ところで、新製造業への移行が技術・知識競争優位性とも関わる以上（注9），“新ものづくり拠点”論は知的人材育成拠点論に繋がっていくのは不可避である。つまり、北東アジアビジネス経済圏において新潟県が拠点的役割を今後も維持しかつそれを発展させていくためには、新製造業における拠点性ととも新たに人材育成における拠点性を確保しなければならないということになる。とくに北東アジアにおけるFTA問題の進展は人材育成における拠点性確保を急務とするであろう。「地域MBA」とは、この知的人材育成拠点に他ならないのである。

新潟県における「地域MBA」の必要性の根拠は以上の諸点にある。ただし、「地域MBA」は北東アジアビジネススクール構想の一環としての「ハブ・スクール」機能を不可欠としている。この場合のハブ機能とは、新潟県における地域特性を考慮した特定分野における優位性発揮に他ならない。それは「新ものづくり拠点」という新潟県の地域的競争優位性の発揮と表裏の関係をなしている、ということは云うまでもないであろう。

(3) 新潟版「地域MBA」の課題

新潟県における地域MBA構想もまた、上記の北東アジアビジネススクール構想の一環として位置づけられてはじめてその意義を有するものと考えられる。つまり、それもまたハブ・スクールの一つであるべきだ、ということである。そうした観点に立って、新潟版「地域MBA」の課題を考えるとすれば、以下の諸点に留意しておかなければならないであろう。

(イ) 新潟県なかならず中越地域の産業・企業の人材育成ニーズへの対応

- a. 新潟・中越集積が中小企業を基盤とする製造業集積であるという地域特性を考慮すること。
- b. しかも既存の製造業集積が新製造業集積への転換を求められているということ認識してお

くこと。

(ロ) 技術・経営融合教育の必要性

- ・経営学の専門大学院としてのMBAという性格だけではなく、MOTという性格をも併せ持つ必要があること（注10）。

(ハ) 中国・アジアビジネスにおけるボーダレス経営論の重視

- ・とくに中国・アジアビジネスにおけるボーダレス経営論を重視すること。

(ニ) ボーダレス教育の強化・充実

- a. とくに北東アジア・東アジアにおける共生論を視野に入れた「共生教育」を重視すること。
- b. ボーダレス経営に求められる知的プロフェッショナル養成のためには、中国・アジア留学生に対する高度専門教育を考慮すること。

(ホ) 北東アジア人材育成におけるハブ機能の発揮

- ・ハブ機能を発揮するためにはネットワーク型であること。

(注1) なお本稿は、蛭名保彦編『中越企業の中国・アジア市場開拓研究－地域国際ブランド戦略の課題－』（2005年1月刊）第二部Ⅲ第3章「新潟版『地域MBA』の課題」[p.68～70]に基づいている。

(注2) 「ビジネス経済圏」については、蛭名『日中韓「自由貿易協定」構想－北東アジア共生経済圏をめざして－』[明石書店刊] p.204～215を参照のこと。

(注3) 北東アジア共生経済圏については、蛭名『日中韓「自由貿易協定」構想－北東アジア共生経済圏をめざして－』[明石書店刊]を参照のこと。

(注4) 「北東アジアビジネススクール」の主目的は前述した「ゴールデンカラー」の育成に置かれるべきであろう。なお欧州統合においても、「統合大学」が知的インフラ整備の一環として早くから設立されていた。すなわち1949年には、ベルギーのブルージュで将来の欧州統合を目指して修士コースとして「カレッジ・オブ・ヨーロッパ」が設立され、EU官僚の育成に早くも取り組まれていたとされる（日本経済新聞2004年5月15日参照）。そして、この大学で教育を受けたエリートは過去56年間に既に7,500人に達しており、欧州の政財界に大きな影響力を及ぼしているとされる（朝日新聞2005年2月15日参照）。

(注5) 新製造業論については、蛭名「A proposal of Asian Green Manufacturing Network－For the Formation of Asian Environmental&Economic Zone－」（紀要9号）p.27～29を参照のこと。

(注6) 日中韓FTA構想については、蛭名『日中韓「自由貿易協定」構想－北東アジア生経済圏をめざして－』[明石書店刊] p.194～225を参照のこと。

(注7) 平成15年度共同研究報告書序（『アジア企業進出を巡る問題点と課題－新潟県中越集積企業の「ボーダレス経営」研究－』[2003年11月] p.1～20及び大西 隆「外資誘致、地方で活発に」（日本経済新聞4月16日）などを参照のこと。

(注8) 平成15年度共同研究報告書序（『アジア企業進出を巡る問題点と課題－新潟県中越集積企業の「ボーダレス経営」研究－』[2003年11月] p.5～8、蛭名「産業・就業構造の変容と人材養成の課題－『ビジネス教育』試論－」（地域活性化研究所『地域活性化ジャーナル』第8号）p.120～131及び蛭名「中越金型産業とIT－『ティアI』化のための課題－」（地域活

性化研究所『新潟県中越金型産業とIT－地域企業情報ネットワークシステムのⅡ－』[2001年12月] p.56～67などを参照のこと。

(注9) 蛭名「産業・就業構造の変容と人材養成の課題－『ビジネス教育』試論－」(地域活性化研究所『地域活性化ジャーナル』第8号) p.112～116 及び久村恵子「日本の経営組織における新たな人的資源開発の方向性に関する考察」(紀要9号) p.89などを参照のこと。

(注10) 根津利三郎「製造業不振、経営力に問題」(日本経済新聞2002年9月20) 及び、蛭名「中越金型産業とIT－『ティアⅠ』化のための課題－」(地域活性化研究所『新潟県中越金型産業とIT－地域企業情報ネットワークシステムの研究Ⅱ－』[2001年12月] p.56～67などを参照のこと。