

アジアの経済成長を取り込む戦略とグローバル人材戦略の立案

金 美德 経営情報学部 教授

多摩大学教員サイト URL

<http://www.tama.ac.jp/guide/teacher/kim-m.html>

キーワード

アジア戦略、インバウンド、グローバル人材

概要

本研究室では、インバウンド(訪日外国人)戦略、日本企業のグローバル戦略、アジア・新興国ビジネスモデル、グローバルビジネス、グローバル人材育成と組織文化変革を研究している。とりわけ日本企業がローカル(地域性)を活かしながらグローバル(全世界的)に展開するアジア・ユーラシアビジネスやグローバルのヒト・モノ・カネ・情報を日本のローカルで受け入れるインバウンドビジネス、いわゆる「グローバルビジネス」の理論的枠組みの確立に臨んでいる。「グローバルビジネス」は、科学研究費助成事業に採択され、テーマは「中小企業によるグローバルビジネスのマネジメント手法に関する実証研究」である。アジア・ユーラシアビジネスは、アジア・ユーラシアの巨大な市場規模や豊富な天然資源など高い経済的潜在性を背景に世界経済を牽引する。アジア開発銀行 (ADB) によるとアジア GDP は、世界 GDP に占める割合が2030年代には50%を超えると予測されている。まさしく「アジア経済=世界経済」、「リバース・イノベーション(先進国でなく、アジア新興国の製品やビジネスモデルがグローバルビジネスを牽引)」の時代である。日本は、すでに対アジア貿易が総貿易の50%、対アジア・ユーラシア貿易は74%にも達する。一方、インバウンドビジネスも、2016年2,400万人訪日・3.7兆円消費、2020年目標4千万人訪日・8兆円消費、2030年同6千万人訪日・15兆円消費と市場規模が急拡大している。また、観光業などサービス分野のみならず、製造業にも大きな影響を与えており、地方創生や日本経済の牽引役として期待されている。したがって日本企業は、①いかにアジア・ユーラシアダイナミズムを中心とした世界経済の構造変化に対応するか、②いかに欧米企業のアジアシフトに対抗するか。③いかにアジア・新興国市場で販路を開拓するか、④いかにアジアのヒト・モノ・カネ・情報を日本に取り込むかが、切迫した経営課題となっている。

産学連携事業では、世界潮流やアジア・ユーラシアダイナミズムを俯瞰して時代を正しく認識し、経営環境を客観的に把握するための政治・経済情報を提供する。また、日本企業の経営課題を組織文化変革、グローバル人材育成(採用・育成・登用)、アジア戦略(ヒト・モノ・カネ・情報の売り込みと取り込み)、インバウンド戦略、アジア・新興国ビジネスモデルなどの観点からその解決策をご一緒に考える。さらに、世界潮流、時代認識、新しいアジア、インバウンドなどをキーワードにした商品・製品開発や新規事業をご提案する。

利用・用途

応用分野

- ①インバウンド(訪日外国人)に対応するためのマーケティング、商品・製品開発、新規事業、経営戦略、社員研修、組織文化変革などについて共同調査やご提案をする。
- ②アジア・新興国市場での販路や生産拠点の開拓に向けた情報収集・分析やネットワーク構築のための共同調査やご提案をする。
- ③外国人社員の採用・育成・登用や、日本人社員のアジアビジネスのマインド・センスを養成する研修などグローバル人材育成・人事制度改革のための共同調査やご提案をする。

関連論文・著書

1. 『東アジア教養人のための日中韓経済論』(編著：岡山大/田口雅弘、多摩大/金美德、ふくろう出版、2017年)
2. 『なぜ韓国企業は世界で勝てるのかー新興国ビジネス最前線ー』(PHP 研究所、2012年、韓国語版2012年、電子書籍版2015年)
3. 『日本企業没落の真実ー日本再浮上27の核心ー』(KADOKAWA、2012年、電子書籍版2014年)
4. 『図解韓国四大財閥』(KADOKAWA、2012年、台湾語版2013年、電子書籍版2015年)
5. 『日本のベンチャー企業ーアントレプレナーシップの分析を中心にー』(論文：早稲田大学院、2001年)
6. 『ベンチャー企業とフランチャイズシステム』(共著・論文：日本ベンチャー学会、1999年)
7. 『企業集団研究の方法』(共著：文芸堂、1996年) など

