

# 日本における国際ビジネス研究の進展と課題

## — 過去、現在、そして未来へ —

桑名 義晴

日本の国際ビジネス研究（以下、IB研究）は、1960年代後半から開始されたが、現在まで欧米の優れた理論を摂取しつつ、あるいはまた、日系多国籍企業を対象にして、日本独自の理論構築を目指したり、さらには企業のグローバル化に対応して生じてきた多種多様で複雑多岐にわたる国際ビジネスの諸課題について学問的努力を重ねてきた。しかし、いま地球規模で世界の企業に大々的な変革を迫る事象や変化が生起してきており、先進的な企業自体は大きく変貌を遂げると同時に、日本におけるIB研究や研究者に新たな課題を突き付けている。日本におけるIB研究の歩みを辿りつつ新たな研究課題について考えてみたい。

### 1 国際ビジネス研究の生成と発展

#### (1) 貿易論から国際ビジネス論へ（1950年代から70年代前半まで）

日本におけるIB研究は、日本企業の国際展開に追随する形で進展してきた。日本は明治の開国以来一貫して輸出振興に力を入れ、第二次世界大戦後の対外通商政策も、その振興に重点を置いたものだった。日本製品には戦後のしばらくの間まで、欧米市場では「安かろう、悪かろう」というレッテルが貼られていたが、その後日本企業は高品質の製品を生産し、輸出拡大を図ろうとした。

貿易中心の国際ビジネス活動の時代では、海外市場の開拓・拡大が最重要課題になるので、日本の学会では貿易論、とりわけ貿易実務の研究が盛んに行われるようになった。それと同時に、海外市場で日本製品を有利に売り込むには、マーケティング・コンセプトの導入が不可欠であるとの認識が高まり、1960年代半ば頃から輸出マーケティングの研究も行われた。

ところが、1960年代後半から70年代にかけて海外での資源価格の高騰、国内における工場立地や労働コストの上昇、発展途上国の工業化要請などがあったため、日本企業は輸出に代わる新たな戦略を展開しなければならなくなった。多くの企業はアジアや中南米へ生産拠点を移転する、という直接投資による海外生産に乗り出した。

日本企業が海外生産を開始するようになると、海外経営のスキルやノウハウを身につけると同時に、日本の生産現場の生産管理手法を海外工場へ移転・定着させることが重要な課題になった。かくて日本においてIB研究の必要性が実務界と学界の双方で高まった。IB研究については、米国ではすでに1950年代後半から行われ、60年代になると、R.ロビンソンやJ.フェアウエザーなどによる体系的な研究書も世に出るようになっていた。

日本におけるIB研究は、1960年代末頃から米国において刊行された文献の内容紹介と翻訳からスタートしたが、同時に日本人研究者の手になる著書も出版された。この時期の特筆すべきことには、1972年「多国籍企業研究会」の設立がある。同研究会は設立と同時に、またその後も相次いで優れた研究成果を発表し、日本におけるIB研究の地歩固めに多大な貢献をした。

## (2) 国際ビジネス研究の本格化と日系多国籍企業の研究（1970 年代後半から 80 年代半ばまで）

1970 年代後半から 80 年代前半にかけて、日本の IB 研究は活発化し本格化する。この時期には日本企業の多国籍化が進んだため、その戦略も次第に欧米企業のそれに近づくようになった。日本においても「多国籍企業」が誕生した。この時期の日本の IB 研究は、これまでと同じように、当時の欧米の優れた理論の紹介と摂取もあったが、一部の研究者から伝統的な輸入学問から脱却し、日系多国籍企業を対象にした実証研究とその理論構築が試みられた。

一方、1980 年代になると、日本企業が世界的にも成長・発展するにつれて、海外でのプレゼンスも高まり、日本企業の経営、いわゆる「日本的経営」が世界からも注目され、その種の研究書が多く出版されるようになった。それと並行して、日本的経営の国際的適用・適応が議論され、海外現地調査に基づいた研究成果が相次いで発表された。また 80 年代半ばには、日本企業は急速な円高と欧米諸国との貿易摩擦、EC の統合やアジア諸国の経済成長などに対応して、多国籍化を進めたため、世界市場を舞台にした日米欧の企業間競争にも巻き込まれるようになった。こうしたなか、M.ポーター、C.バートレット＝S.ゴシャルルなどの研究に刺激され、日本でも世界の企業間競争に関する研究もみられるようになった。

さらに企業の多国籍化に伴って、日本企業はさまざまな国際ビジネス上の問題に悩まされることになった。貿易摩擦や経済摩擦、カントリー・リスクや政治リスクなどに加えて、国際マーケティング、国際人事・労務、異文化コミュニケーション、国際財務などの経営機能分野の研究も深められた。日本における IB 研究の分野が多様化するとともに、大きく前進することになった。

## 2 国際ビジネス研究の進展と学際化

### (1) グローバル時代の国際ビジネス論の研究（1980 年代後半から 2000 年初頭まで）

1980 年代後半から 90 年代にかけて、経済のグローバル化の急進展、中国や東欧諸国の市場経済化、IT とインターネットの普及、地球環境問題の深刻化など、日本企業の国際ビジネス活動に大きなインパクトを与える事象が発生するようになった。このため日本企業には、新しいパラダイムに立脚したグローバル経営の展開が急務になった。

この時期には、まず日本企業のグローバル化やグローバル経営に関する研究があった。次に国際研究開発、国際戦略提携や M&A、さらに、グローバル・マーケティング、国際人事管理・人材育成、異文化マネジメントの研究も多く行われるように、加えてアジアが「世界の成長センター」として急成長し始めたので、日本企業と東南アジアや中国関連の研究も多くみられるようになった。その他、地球環境問題と多国籍企業、多国籍企業の CSR、国際情報ネットワーク関係の研究も行われた。このように、日本における IB 研究は、グローバル時代に入り、多種多様で複雑多岐にわたる課題をも網羅するように進展を見せた。

こうしたなか、日本の IB 研究にも、さまざまな学問領域からの学際的な研究が不可欠になってきた。これまで固有の専門領域の諸課題にフォーカスし研究活動を展開してきた日

本の諸学会も、全国大会や地域部会などで国際化やグローバル化に関する諸問題を議論するようになった。このような背景のもと、1994年「国際ビジネス研究学会」が設立された。その設立目的は「国際ビジネスの諸問題を学際的視点から総合的に研究し、併せて国際社会に寄与すること」にある。同学会はその後、日本のIB研究を牽引することになる。

1990年代半ばになると、日本経済の停滞、グローバル競争の激化、デジタル技術の発展によるITとインターネットの世界的普及、米国企業の復活、新興国市場の誕生と発展、知識・サービス経済への移行、地球温暖化や気候変動のいっそうの深刻化など、さまざまな大きな国際ビジネス上の環境変化があった。他方、日本企業には日本経済の停滞に伴い、その成長や発展に陰りが見え始め、国際競争力も低下し始めた。このため、日本企業の復活や再興に関する研究、日本企業のイノベーション、生産現場のものづくり、さらにはグローバル競争との関連で国際標準化などの研究が行われるようになった。また、新興国市場、BOPビジネス、中国企業やインドなど新興国企業、知識マネジメント、サービス産業の国際化、グローバル・サプライチェーンなどの研究もみられようになった。さらに、2000年に入ると、デジタル技術の発展をベースとする第四次産業革命、GAF Aなどのインターネット企業の台頭と急成長、SDG sとESD投資、グローバル人材の育成、ダイバーシティ・マネジメントなどが話題になり、こうした分野の研究も進んだ。

## (2) 国際ビジネス研究の特徴と国際標準研究 (2015年頃から)

日本におけるIB研究は、以上のように進展してきているが、そこには外国諸国の研究とは異なる特徴もあった。たとえば、それは初期には主に欧米の優れた理論を紹介・摂取する研究であったが、その後日本企業の国際ビジネスの課題を研究対象にし、そこからその国際ビジネスの特徴やその理論構築、さらには国際ビジネス環境変化との関連で多様な視点や学問分野から現実的な経営の諸課題について精緻に研究するものでもあった。しかしその反面、日本のIB研究には研究成果の世界への発信不足、世界に評価される独創的なコンセプト、モデルおよび理論の構築不足などの課題が残った。

こうした日本のIB研究の現状や世界のその学会や研究の動向を踏まえて、2015年頃から日本のビジネス関係の学会では、その研究と研究者の国際化が話題になり議論されるようになった。とりわけ、国際ビジネス研究学会では地域部会を中心にして、研究者の国際学会での研究発表や海外のトップ・ジャーナルへの投稿・掲載、国際的に評価される国際標準の研究などに関する研究会が開催され、活発な議論がなされるようになった。組織学会や日本経営学会の機関誌でも、そのようなテーマが扱われるようになった。

## 3 国際ビジネス研究の将来の課題

### (1) 国際ビジネス論に将来はあるか？

第二次世界大戦後、経済のグローバリゼーションが進展したが、数年前から世界的に反グローバルの動きが活発になり、いまや米中間の経済摩擦やハイテク覇権争い、ロシアのウクライナ侵攻による西側諸国との対立にみるように、世界はグローバルな協調から対立や分断の時代に移ったかの様相を呈している。日本企業も1970年代初期から国際化やグローバ

ル化を進めてきたが、ここにきて国内回帰を検討する企業が増えている。このような世界情勢のなか、将来においても IB 研究の重要性や学問的価値は存在するのか、とい疑問が湧いてくる。このような疑問は世界がグローバル化し、企業の国際ビジネス活動が日常茶飯事になったときからもあった。この疑問に対する 1 つの解答は、IB 研究が企業の国際ビジネス活動に対して、何らかの価値あるものを提供できるかどうかにかかっていると見える。

IB 研究の対象である企業の目的は、持続的な成長と発展である。この目的を達成するために、企業は環境変化への適応や環境創造を通じて進化を遂げなければならない。これを実現するためには、企業には中・長期と短期の視点に立った経営が求められる。多国籍企業やグローバル企業の場合には、中・長期的にはこれから地球規模で生じる事象や変化を見据え、短期的にはそれらから派生する諸課題への対応策を迅速に考えなければならない。IB 研究はこのような企業が抱える諸課題に対し、何らかの価値あるものを提供しなければならない。このように考えれば、IB 研究はまず、中・長期的に生じるだろう地球規模の出来事や事象と、その企業経営への影響など、大きな挑戦課題 (grand challenge) について研究する必要があるだろう。そのような大きな挑戦課題への研究こそが IB 研究の学問的・社会的価値を高める。

多国籍企業やグローバル企業が中・長期的に直面する大きな挑戦課題には、次のようなものがある。

① グローバリゼーションと反グローバリゼーション (多国籍企業と国家、国際政治リスクとイデオロギー、新しいリージョナリズム、グローバル・バリューチェーン、フレンドリー・シアリング、分断経営、経済格差など)

② 地球の限界・エコロジーと脱成長 (経済成長の限界と脱成長の経済、気候変動と地球温暖化など環境問題、資源・エネルギー不足、シエアエコノミー、多国籍企業の SDG s と ESG 投資、)

③ デジタル革命とサイバー社会 (データ・エコノミー、デジタル・ネットワーク、プラットフォーム、IOT、AI、ロボット、テレワーク、遠隔移民、企業倫理など)

④ 世界経済の成長センターのシフト (欧米からアジア新興国へ、文明・文化・制度の対立やダイバーシティ、国際労働移動、アジアの新興国市場と企業、多国籍企業と貧困問題など)

## (2) 新しいグローバル企業と経営の研究へ

現在と将来の多国籍企業やグローバル企業は、このような地球規模の大きな挑戦課題を大前提として経営を展開し、世界の人々、顧客、その他のステークホルダーに新たな価値を創造・提案・配分していく必要がある。これは世界の多種多様な組織や人々とのコラボレーションなくしてできない。その意味ではそれは、いま話題になっているビジネス・エコシステム経営を展開するプラットフォーム型企业で可能になるのではないだろうか。この企業の経営は、未来社会の創造をも視野に入れるので、いわゆる「伝統的な多国籍企業」の経営とは大きく異なる。そのような企業の経営で重要になるのは、創発、自己組織、多様性、相

相互作用、共進化などの複雑系のマネジメントのように思われる。こうして、いま IB 研究の対象であるグローバル企業やその経営は大きく変わろうとしている。それゆえ、IB 研究の対象である企業（多国籍企業）の定義などの見直しも必要になるだろう。また、そこにはこれまでの IB 研究では扱われてこなかった新しい国際ビジネスに特有な研究課題も多くあるだろう。このような未開拓で特有な課題への研究も、IB 研究の社会的・学問的価値を高めることになろう。

このような現在と将来の IB 研究の課題を考えると、IB 研究者の研究方法の再検討も必要になるのではないだろうか。もちろん、これからの日本の IB 研究者は世界から評価される研究を行い、それを世界に発信する必要があるが、この点を念頭におけば、世界的にみて「良質の研究」とはどのような研究か、ということを決えず自問せざるを得ない。欧米の IB 関係の学会では、20 年ほど前から「科学性」を重視した研究が評価されるようになってきているが、それでだけで良いのだろうか。IB 研究は法則を発見する学問なのか。また、現在と将来の IB 研究は、前述のように地球規模の事象や変化を前提にして、多種多様な複雑多岐にわたる研究課題を研究する必要があるが、それにはマルチ・ディシプリナ (multidisciplinary) アプローチが必要になるのは言うまでもない。さらに、10 年ほどの長期の研究期間で、それぞれ異なる専門能力・技能を有する研究者との共同研究も不可欠となる。このような点を考えると、日本の IB 研究の学会の有り方や役割も変わるかもしれない。

\* 主要参考文献および各時期の研究課題の代表的な文献については、当日の講演で紹介する。