

アジア市場経済学会 第22回全国大会

統一論題及び趣意書

「アジア市場経済とサービス化」

21世紀はアジアの時代といわれて久しい。しかし、未だその姿は見えてこない。一方、先進諸国経済は一気にサービス化が進んでおり、わが国もまた然りである。そして、こうした動きはアジア諸国にも着実に広がっている。言い換えれば、産業構造は大きく変化してきており、サービス化を背景として、アジアの時代を捉え直すことも重要といえる。

そして、産業構造ということからすれば、サービスは第三次産業を象徴する用語、即ち、サービス産業というような形で使われてきたが、それは、モノに軸足を置いた第一次産業と第二次産業以外の「残余」を意味していた。しかし、今日では、第三次産業たるサービス産業の比重（GDP、雇用）は非常に高く、先進諸国では70-80%を占めており、単なる「残余」として見るにはあまりにも不適切であり、また、経済全体に与える影響はますます増大しつつある。こうした第三次産業を構成する業者は実に多岐に亘っており、今日、ますますその多様性は高まっている。そうした中、サービスをモノ（財）としてではなく、プロセスとして理解する新たな考え方が台頭し、今や国際的な議論となっている。そして、その主張の根底にあるのがすべての経済はサービス経済、或いはすべての企業はサービス企業というものである。

以上のことを踏まえるなら、アジア市場経済についてもこれまでのように製造業、或いはモノを中心に分析するだけでなく、金融、保険、不動産、旅行、宿泊、飲食、医療、福祉、情報通信といった多様なサービス業、さらに、プロセスとしてのサービスという視点からも議論することは極めて大きな意味を持つと考えられる。特に後者の立場からするなら、これまでモノの生産と流通に携わってきた製造業、卸売業、小売業、或いは物流業は、プロセスとしてのサービスという視点から新しく捉えることが可能となる。

そこで本大会では、統一論題を「アジア市場経済とサービス化」として、様々な角度からこの問題を取り上げることを提案する。それには、たとえば、以下のような論点を見出すことができる。

①アジア諸国におけるサービス化の動向と課題

アジア諸国のサービス化を産業構造の変化という視点から明らかにするとともに、そのことに対する日本及び日本企業の役割とは何か、また、それはどのように変化しているかについて検討する。

②日本のサービス関連企業のアジア市場での戦略展開

日本のサービス関連企業はどのようにしてアジア市場に参入し、どのような戦略を展開しているかについて明らかにする。なお、ここでは、伝統的な製造業、卸売業、小売業、物流業によるサービス化をプロセスの視点から分析することも含まれる。

③各国（地域）経済、或いは各国（地域）間経済のサービスエコシステム

プロセスとしてのサービスという視点に立つなら、これまでのようなモノに軸足を置いた関係ではなく、どのようなサービスエコシステムが各国（地域）経済、或いは各国（地域）間関係において描くことができるか。

このように本大会の統一論題は、アジア市場経済をサービス化といった視点から捉え直すことを意図しており、そこから、新しい「21世紀はアジアの時代」が見えてくることを期待している。会員各位の統一論題及び自由論題への積極的な参加と活発な議論を通じて、本学会の研究水準の一層の向上を願うものである。

以上