

アジア若者市場の現状と展望

The present and future of asian young market

吉田剛司(21211358ky@tama.ac.jp)

1. 研究目的

不況が続く日本の経済は人口減少に伴い市場が縮小、衰退してきている。それに対し、アジアの市場は急成長が続き、日本企業はアジアに進出し日本人相手のビジネスからアジア相手のビジネスに変化し利益獲得を図っている。もはや世界の経済の中心はアジアになりつつあるといっても過言ではない。そこで本研究はアジアの市場、特に消費意欲の高い若年年齢層の若者に絞り消費動向を探り、今後アジアはどのような市場になってゆくのか研究するのが目的だ。また、アジアの若者はどのようなモノ・サービスを好むのか考察・推測し、日本企業が新たに躍進できるビジネスの活路を見出すことも重要である。

2. 研究内容

現在 2014 年の時点でアジアの若者をターゲットとしたビジネス事例で成功している（または、していた）日本企業のビジネスモデルを調べるとともに、現アジア市場に存在するモノ・サービスと日本企業のもの进行比较し、研究から日本企業は他国のモノ・サービスに負けない高品質な技術を有している。さらに日本人の良き文化・思想もアジア人にうけていることがわかった。

3. 結果的仮説

日本企業のアジア進出の台頭は、地元民に日本というものの認知に原因があるのではないか。また、ビジネスの成功の元が現地化にあるのではないかと仮説をたてた。

4. 今後の研究計画

今後さらに複数のアジア進出した日本企業を観察し、現研究で導いた仮説が正確か洗練していき、さらに中国・韓国などの企業とも比較し、それらの企業と日本企業は差別化を図れるか調べ、さらに日本企業の長短の特徴を掴み、新たなビジネスを模索し研究を推敲していく。

4. 参考資料・文献

HP

21 世紀政策研究所 (The 21st Century Public Policy Institute)

グローバル JAPAN - 2050 年 シミュレーションと総合戦略 -

<http://www.21ppi.org/pdf/thesis/120416.pdf>

HSBC

The World in 2050 - From the Top30 to the Top100 (翻訳版 2050 年における世界経済)

http://www.hsbc.com.mx/1/PA_esf-ca-app-content/content/home/empresas/archivos/world_2050.pdf

http://www.hsbc.com.mx/1/PA_esf-ca-app-content/content/home/empresas/archivos/w

[orld_2050.pdf](#)(日本語版)

統計局

第 2 章 人口 2-1 世界人口の推移 (1950～2050 年)

<http://www.stat.go.jp/data/sekai/0116.htm>

日本銀行

日本の消費者物価指数 (CPI) 見通しー展望レポート

<http://www.boj.or.jp/mopo/outlook/gor1404b.pdf>

経済・物価情勢の展望

<http://www.boj.or.jp/mopo/outlook/gor1404b.pdf>

文献

青木 幸弘 『消費行動の知識』 日本経済新聞出版社 2010

加藤 順彦 『(講演録) 若者よ、アジアのウミガメとなれ』 ゴマブックス(株) 2013

隅田 孝 『若者市場論-若者消費者の購買意思決定と若者市場マーケティング-』 創成社 2009

寺島 実郎 『リベラル再生の基軸ー脳力のレッスンIV』 岩波書店 2014

野口 悠紀 『変わった世界 変わらない日本』 講談社 2014

藤巻 健史 『迫り来る日本経済の崩壊』 幻冬舎 2014