

## 編集後記

◆海外に滞在すると、たしかに日本の工業製品は優秀であると感じる。現地の人々の、“made in Japan”に対する信頼感も高いようだ。しかし、現地の人々は、日本製品に好感を持っているか、日本の国や日本人に好感を持っているかと言うと、それには疑問がある。日本は、相変わらずエコノミックアニマルや集団主義といったイメージで捉えられている。それが、日本社会や企業の本質についている点もあるだけに考えさせられる。

◆昨年滞在した、オーストラリアのメルボルンでは、日本のデパート、大丸の進出が話題になっている。工業製品だけではなく、小売、不動産、金融といった第3次産業の進出が活発になっている。オーストラリアでは、そのほかに、マルチファンクション・ポリス（多機能都市構想）、ホテルの買収など、日本の企業進出に対する話題は極めて多い。それだけオーストラリアと日本の経済関係は深くなっているのだろう。しかし、悲しいことに、オーストラリア国民の間に、日本

企業の進出に対する警戒心は強くなってきている。本誌では、今後もこのような問題をも取り上げていきたい。（丹野）

◆テレビや新聞の湾岸戦争についての番組や記事を見てみると、戦後日本人のアジアについての知識と経験の蓄積がいかに不十分であるかを痛感させられる。今日の頃である。さらに、日本のまわりの国々、韓国や中国、東南アジアなどの人々に湾岸戦争がどのような影響を与えているかについての報道の少なさにも驚かされる。こんな風潮が続けば、日本の未来もいつかは足元のアジアでつまづいてしまうのではなからうか。アジア諸国と経済的関係がかつてなかったほど緊密になっていることを考えれば、アジアの社会や人々についての事実に基づいた経験的知識の蓄積の不十分性と、そうした問題に対する一般の人々の興味のなさは、異常なほどのアンバランスだと言える。

新たな国際化に対応しようとする本誌もこれで二号目であるが、今後徐々にアジア関係の記事が増加してゆくことを切に願望してやまない。（丸岡）

学校法人 神奈川大学 国際経営研究所

所長 箕輪 成男

広報委員 松岡 紀雄

海老澤 栄一

小松 幸円

青木 宗明

丹野 宗明

丸岡 洋司

国際経営フォーラム 第二号 ISSN 0915-8235

© 1991 by Kanagawa University

一九九一年三月三〇日発行（年一回発行） 非売品

編集 国際経営研究所広報委員会

発行人 箕輪 成男

発行所 学校法人 神奈川大学 国際経営研究所

〒二五九一―一二 平塚市土屋二九四六

電話（〇四六三）五九一四―一一（代表）

FAX（〇四六三）五八一九六八八

印刷 株式会社 精興社

〒一〇一 東京都千代田区神田錦町三十九

◆本誌ご希望の方は、送料実費として切手二一〇円を添えて、右記国際経営研究所広報委員会宛お申し込みください。在庫切れの節はご容赦ください。

◆本誌掲載記事・論文の一部または全部の転載は、事前に著者または広報委員会から直接書面による許可を得た場合に限られます。