

起業行動についての比較研究

— 日本, 中国, マレーシアを例として —

A Comparative Study on the Enterprising Activities Cases in China, Malaysia and Japan

陳 立 行
Lixing CHEN*

Abstract

With the processing of the economical globalization, enterprising activities become more and more important for the developing countries to absorb the advanced technology and management from the FDI and escape from the dependent economy, while for the advanced industry countries to venture the new industries to deal with the domestic industry cavity.

In this paper, a comparative study is made on the enterprisers' behaviors firstly between China and Japan and secondly between Hans and Muslims, based on the analyzing framework given in my previous paper in this volume. The following issues will be studied,

1. What influence the internal factors of enterprising activities?
2. How do the external factors make function through the internal factors?
3. How do the internal factors and external factor influence each other?

はじめに

経済グローバル化の進行に伴い、起業行動は開発途上国だけではなく、先進工業国に対しても、大きな意味を持つようになった。開発途上国にとっては、中小企業の起業活動は外国の投資に伴う技術、経営方法を吸収して、自立的経済発展につながることで捉えられる。たとえば、60年代から、韓国、台湾、フィリピン、ブラジル、メキシコなどの国と地域はほぼ同じ形で先進工業国の投資を受けた。しかし、80年代になると、韓国、台湾は安定した経済成長とともに外国への投資も始め、フィリピン、ブラジル、メキシコと異なる経済発展の傾向が見られる。無論、これは様々な要因が絡んでいるが、活発な中小企業の起業活動は韓国、台湾の経済発展に重要な

* Professor, Graduate School of Management Development and Information Systems

役割を果たした事を否定できない。一方、先進工業諸国は廉価な労働力を求めるために開発途上国への進出の結果として、国内の産業空洞化の問題はますます顕在化になっている。そのため、新しい産業の創出は先進工業諸国の持続的経済発展にとっても大きな課題となっている。起業行動は新しい産業の創出に対して大きな意味を持っている。

起業行動は他の人間行動と異なり、個人の意思よりも多くの社会的要素と緊密にかかわっていることが見過ごされてはいけない。前章の「起業行動の分析枠組み」においては内因としての個人要素と外因としての社会的環境という二つの要因を提起した。外因は変化の条件で、内因は変化の根拠であり、外因は内因を通じて作用すると考えられている⁽¹⁾。これを起業行動に展開すれば、資質や価値などの個人的要素は起業行動の内因とし、決定的役割を持ち、一方社会的環境は起業行動の外因として、内因要素の役割を果たせる条件と考えられる。これは起業行動に対する比較研究に対して重要な枠組みとして用いられる。

中国、日本、マレーシアを例として起業行動を比較する際、内部要素に大きく影響する宗教信仰、また外因としての政治体制、市場の成熟など社会的環境には三つの国の間にも大きな相違が存在している。これらの相違を如何に分析するか非常に重要である。本文では、中国と日本、また漢民族とムスリムの起業家を比較対象として、起業行動の内部要因と外部要因を明確する上でそれらの相互の働きの比較研究を試みる。

・ 起業行動について中国と日本との比較

「起業行動の分析枠組み」に従って、中国と日本の企業家に対して比較研究を進めてみよう。無論、外部要素としての社会制度と経済発展の水準においては中国と日本とは大きく異なっていることに違いない。が、企業経営を大きく影響する市場のあり方、起業と経営をサポートする政府の政策、さらに、起業欲求とつながる宗教観、においては日本と中国とはいくつかの類似点が見られる。これを視野に入れて、起業にかかわる諸要素における中日の相似と相違について考えよう。

1. 起業にかかわる諸要素における中日の比較

宗教の相似性

起業行動の内部要素としての価値を形成する基盤としての宗教には両国が似たところが多い。両国とも色々の宗教に影響され、多神教の系列に入っていると指摘されている。汎神論が宗教思想の中核となり⁽²⁾、生命観では現世主義が主流となっている。人々の社会的行為の志向力と拘束力は絶対的な神様よりも、むしろ相対的な人間関係から生まれたと考えられる。両国とも儒教の

(1) 「矛盾論」『毛沢東選集』第3巻

(2) 『中国文化と日本文化』森三樹三郎著、人文書院、1988、pp. 6-7

影響を受け、臣は君に従い、子が父に従い、妻が夫に従うという支配的社会秩序が形成された。これは近代に入っても人間関係の構築に大きく影響している。たとえば、先輩と後輩、上司と部下、地主と小作、資本家と労働者、さらに職業の貴賤が挙げられる。このような社会秩序において、人々は自分の行動が、絶対的存在としての神様では無く相対的に自分より上位の人間によって、認められることを求める。これは近代化がかなり進んでいる日本の今日でも良く見られる現象である。中国では社会主義革命により、階級関係が再構築され、農民や労働者階級が支配階級となり、地主や資本家が被支配階級となった。しかし、革命は支配的な秩序の構造自身を変えることができず、階級地位の交替を実現したに過ぎなかった。

このように構築された支配的社会秩序においては人々がより支配的地位を求めることになった。これは儒教社会で強い出世欲を育てることにつながる。無論、日本と中国では「出世」に関する具体的基準が異なっているが、出世は人々の価値志向となったことが中国社会と日本社会では非常に似ている。出世という価値志向は他人より優れた業績を修める欲求となる。もし起業行動はより優れた業績を修め、より支配的に地位を求められるならば、出世という価値志向は起業行動とつながるのではないかと考えている。

市場の相違性

起業行動の成功とつながる外因としての社会的環境には日本と中国とは多くの相違が見られている。まず、資本主義の市場の成熟さについて考えよう。20世紀に入ってから、明治維新の成功によって、日本には近代資本主義制度が順調に導入された。また、戦後民主主義の政治体制の導入によって、財閥の支配力が大きく崩れ、財閥が独占した市場が細分化された。さらに60年代から経済高度成長期を経て、資本主義の市場のメカニズムの働きが徐々に成熟してきた。一方、中国では20世紀の前半、内戦と戦争が連続していたため、資本主義の市場が順調に成熟する環境に恵まれなかった。また中華人民共和国の成立に伴い、市場を排除した計画経済体制が行われた。そのため、改革・開放以降の市場経済への移行が急速に行われているが、現行の政治体制の下で、資本主義の市場自身のメカニズムは順調に働いている状態にはまだなっていない。したがって、起業にかかわる最も重要な条件としての市場の働きは中国と日本とは大きく異なっていると認識しなければならない。

政府により強い規制と指導の相似性

日本では資本主義的市場メカニズムがよく働いているが、しかし、政府が経済発展の各々の段階に応じて、政策を通じて経済活動に対する指導、支援、規制を強く行っていることが特徴とされている。同じように、中国では一九七八年改革・開放以降、市場経済への転換に対して、経済体制を絶えずに改革すると同時に、政府が経済活動に対して政策を通じて経済活動に対する指導、支援、規制を強く行っている。両国とも特定の時期において経済活動に対する政府の強い統制力が必要とされる政策作りが非常に似ている。ただし、統制の手段としては戦後の日本の場合は、政策と並んで、法律がよく機能していることによって、政策の効果が鮮明である。しかしながら、中国の場合は法的体制のメカニズムまだ十分に働くまでに至っていないため、政策の効果は比較

的に弱いと言えよう。

2. 中日起業家の起業欲求の形成

起業欲求の形成の要素を把握するために、起業の原動力、経営センスの形成、創業期の困難について考察する。

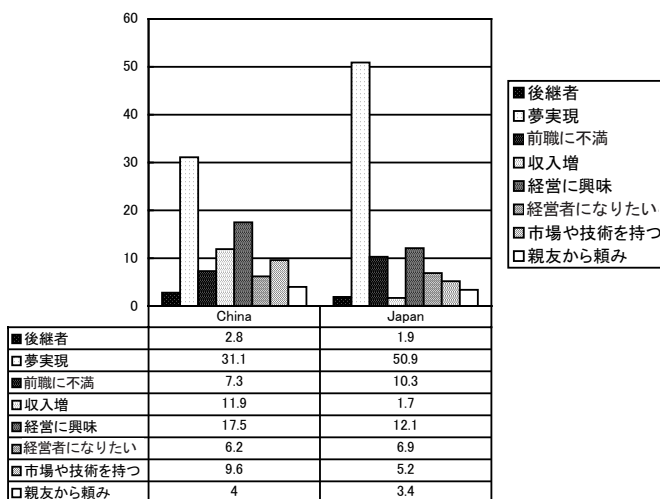
起業の原動力

起業欲求の原動力を把握するために「現在の経営に携わる最も主な理由を一つ選んでください」という設問が設けられた。これに対する回答が図表1で示されたように、両国ともに全体的傾向として「夢を実現したい」ことがトップとなり、続いて「経営に興味を持っている」が二番目となっている。相違といえば、日本の企業家においては「夢を実現したい」との回答率が50.9%に対して、中国の場合、31.1%となり、比較的の低いと言える。しかし中国の企業家には「収入を増やしたい」との回答は11.9%となり、日本の1.7%よりはるかに高い。また「市場や技術を持っている」の営業職と技術職の人の起業は9.6%で日本の5.2%より高いことが分かっている。

経営センスの形成

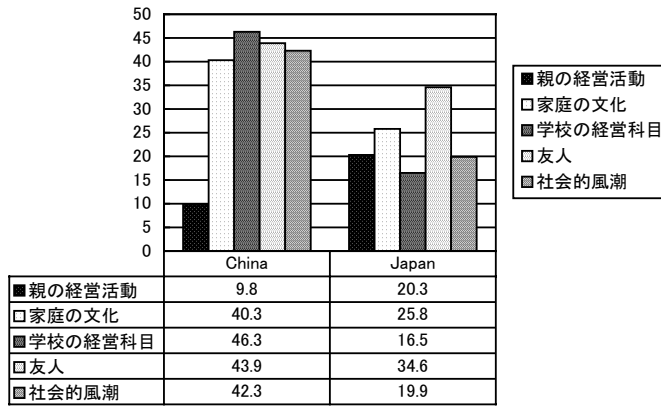
経営センスの形成を把握するために「会社経営の考えに影響を与える要素」という設問が設けられた。ここでは会社経営の考えとは起業の段階と会社が設立以降の経営活動に関わるセンスやノウハウなどを指している。これらに影響を与えた要素に対する回答(図表2)には全体的に中国の回答率は高く、一項目の平均回答が36.52%となり、日本は23.42%となっている。具体的に「親の経営活動」以外すべての科目に対して、中国側の回答が高い。特に「学校の経営科目」が46.3%となり、最も高くなっている。これに対して、日本では「学校の経営科目」は16.5%

図表1 経営に携わる最も主な理由(一つ選択)



missing cases: 9, $X^2=0.01$

図表2 経営センスに影響を与える要素



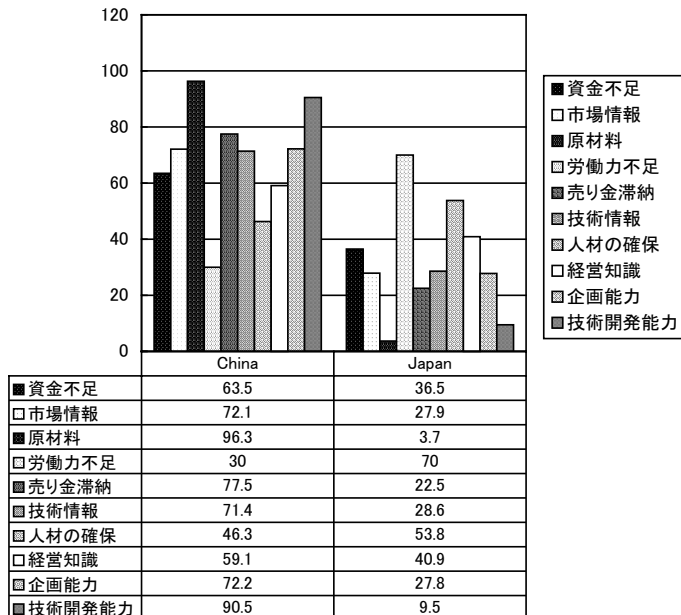
(二つまで選択)

で、最も低くなっていることが対照的である。

創業期に経営の困難

一般的に言えば、創業期には多くの困難を直面するのが普通である。図表3によれば、中国においては創業期の困難が日本よりもはるかに多いことが見られる。日本の場合、「労働力の不足」と「人材の確保」という二つの項目に対する回答が中国より高いが、他の項目との回答率が全て中国のほうは高い。

図表3 創業期の困難



以上のデータを見れば、中国と日本との間には起業欲求の形成における相違がはっきりと見られている。このような相違を分析する際、起業にかかわる最も重要な条件としての市場の働きと経済の発展程度という二つの要素を忘れてはいけない。つまり、中国においては市場経済の発展が初期段階にあり、市場に対する分割と統合の動きが頻繁に行われ、戦国時代のような状態といえる。中国と比べると、日本においては市場に対する分割と統合が一応完成され、市場の秩序が整えられた状態にあるといえよう。

図表3によれば、企業経営に必要な資源を見れば、中国はまだ開発途上にあるといえ、人的資源以外は、資金、情報、経営知識などの資源は日本と比べるとはるかに困難の状態にあると見られる。

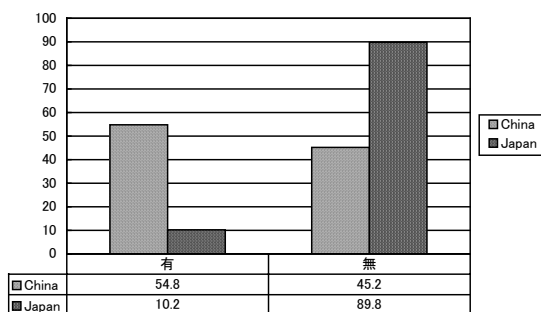
にもかかわらず、図表2によれば、中国においては、家庭、学校、友人、社会的風潮などほとんどすべての人は起業と企業経営に大きな関心を持ち、起業に対して高い評価を与えていることが伺われる。これに対して、日本においては、起業が一部の有志者の間だけの話題で、家庭の文化や学校の経営科目が現実的な起業行動とのつながりが弱いことが分かった。

敗者復活風土の形成

「創業者は創業に失敗経験がありますか」という設問が、起業失敗した人の再起業の可能性を把握するために設けられたのである。創業者は創業に失敗経験の有無に対する回答（図表4）から見れば、中国と日本とは相反で、統計の有義性は0.00となっている。「ある」との回答率には中国は54.8%に対して、日本はわずか10.9%となっている。「無い」との回答率には中国は45.2%に対して、日本は89.9%となっている。この結果から、現在日本の起業家には再起業者がわずかであることがわかった。無論日本の創業失敗者の全体の数の把握が本調査でできないが、中国と比べると創業失敗者の再起業の可能性は日本の現段階では低く、起業における敗者復活の社会的風土が中国と比べるとまだ形成されていないといえよう。

敗者復活の社会的風土の形成について、敗者の市場への再参入の可能性、再起業用の資金調達の可能性と失敗による精神的ダメージからの回復という三つのことについて考察する。

図表4 創業に失敗経験の有無



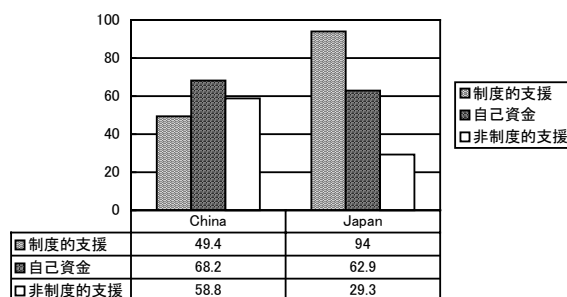
$X^2=0.00$

図表4によれば、中国の起業家の中に失敗した経験を持つ再起業する人は日本より多く見られる。この意味で中国の場合は敗者復活の風土が形成されているのではないかと考えられる。その原因としてはまず、市場への再参入の可能性を考えよう。企業間と取引関係には中国の場合は日本と比べると比較的に開放的である。中国では長期的、固定的下請け関係があまり見られなく、取引関係が市場の変化に応じて常に調整されている（聞き取り調査の結果）。このような取引関係は競争を厳しくする一方、市場への新規参入者にとって有利な環境となる。この意味で一旦経営に失敗しても、再起業をする場合、取引関係を作り直す可能性が高いことが推測できよう。

それから、敗者の再起業にとっては資金の調達が非常に重要である。図表5によれば起業の主な資金源が、自己資金の割合に両国に大きな差がない。自己資金以外の支援を見れば、中国と日本との間には差がはっきりと見られる。「制度的支援」との回答が日本は90.0%、中国は49.4%となっている。これと逆で「非制度的支援」との回答が日本は29.3%、中国は58.8%となっている。制度的支援は起業の段階にとって、非常に有力の手段となる一方、経営に失敗した人の再起業に対して大きなハンディとなる可能性がある。制度的な支援を行う場合公平性と合理性を求められるため、支援を受けようとする起業者に対する一定の条件を課される場合が多い。経営失敗がマイナス条件として査定されると、再起業のための資金調達が困難になることとつながる。しかし、非制度的支援は起業者に対する恣意的支援が多く、その人の再起業能力を個人的に信頼さえすれば、資金の調達の可能性とつながると考えている。

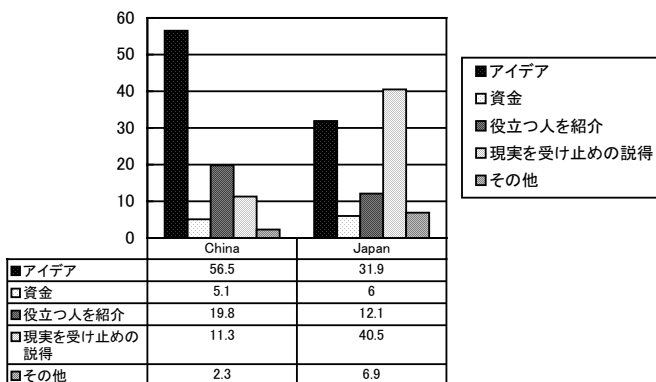
第3に、敗者復活にとっては再起業者の失敗による精神的ダメージからの回復が不可欠である。経営に失敗した時の経済的ダメージはいうまでもなく、精神的ダメージの程度は再起業の欲求に大きな影響を与える。一般的に、倒産寸前企業は制度的援助をもらえることが非常に難しい。言い換えれば、精神的ダメージが大きいほど回復が困難と考えている。しかしあきらめずに、最後まで頑張って乗り越えようとする気持ちを多くの企業家は持っている。これに対して、親友が最も大きな精神的な支えとして大きな意味を持っている。調査表には「もし貴方の親友が倒産寸前で貴方に助けを求めた時、援助する方法を一つ選んでください。」という設問を設けられた。これに対する中国と日本との回答には大きな異なりが見られる。

図表5 起業の主な資金源



(二つまで選択)

図表6 倒産寸前の親友に対する援助の方法



missing cases=26

$\chi^2 = 0.000$

「倒産寸前の友達に対する援助の方法」に対する回答（図表6）には「資金を貸す」に対して、中国は5.1%、日本は6.0%という似た回答率が見られた。ところが中国の回答には最も高いのが56.5%の「アイデアを出す」、それから19.8%の「役立つ人を紹介する」、3番目が11.3%の「現実を受け止めようと説得する」がある。これに対して、日本の企業家には最も高いのが40.5%の「現実を受け止めようと説得する」、それから31.9%の「アイデアを出す」、三番目が12.1%の「役立つ人を紹介する」である。

これらのデータから見れば、倒産寸前の人には助けを求めるとき、中国では約9割が何らかの形で親友から援助をもらえることに対して、日本は約六割で中国と比べると低いと解釈ができる。無論、親友の援助は現実的な事情で当事者を倒産から救うことができないかもしれないが、当事者の心のダメージを軽くすることが十分に可能となる。精神的ダメージが軽いほど、それはその人の再起業の欲求と勇気とつながると考えられる

以上の考察により次のことが明らかにした。

- 1, 起業行動は自己実現の道として認識している点で中国と日本の起業家に相似性が見られる。
- 2, しかし、経済の発展の初期段階にある中国においては人々の起業欲求が強く、粘り強く起業しようという現象が見られる。これは無論敗者復活の風土と関係している。ところがとりあえず起業しようという現象も多く見られる。一般的に「失敗が成功の元」と言われ、失敗経験と現在の経営業績と相関していると仮説する。しかし、今回の調査結果では中国においては失敗した経験をもつ企業家の経営能力と彼らの会社の業績が失敗経験を持っていない企業家との相違が見られない。
- 3, 日本においては敗者復活の環境がきびしいことが伺われる。産業構造の再構築の今日では時代に遅れないように廃業して再起業も必要な時代では、新産業を創出するために、取引関係の柔軟化、廃業や倒産に対する評価、起業に対する制度的支援、失敗者に対する心のケアなどは大きな課題として、改めて認識しなければならない。

．起業行動おけるムスリムと漢民族の比較

起業行動の内部要素としての起業家個人の資質と価値の形成において、主に社会化の過程に関わる家庭教育、学校教育、宗教信仰などは重要な役割を果たしている。これは、マレーシアなどの多民族国家においては、民族により起業行動が異なることが聞き取り調査の結果から見られた。聞き取り調査では、「起業成功の最後の夢」について、多くのムスリム経営者はメッカ (Mecca) という聖地へ巡礼に行ってから、ビジネスを辞めても良いと語られた。ところが、中国系の経営者の多くは世界旅行をしながら、新しいビジネスチャンスを見つけようと言った。つまり、漢民族にとって、絶えずに起業の成功を求めることが人生の最高の目標であり、しかし、ムスリムにとって、人生も最高の目標は宗教信仰の達成点にあり、起業成功はあくまでもそのための手段に過ぎない。

宗教信仰は起業家の価値の形成に大きな影響を与え、その価値は起業行動に現れると仮説できる。これで、マレーシアと中国という違い社会におけるムスリムと漢民族の起業行動を考察する上で、個人の価値に対する個別の宗教信仰と社会全体のそれぞれの影響力を明らかにする。

1. 宗教信仰におけるムスリムと漢民族の相違

中国の回族とマレーシアのマレー系の人々はほぼ99%以上ムスリムであり、一神論のイスラム教の影響を受けている。ムスリム社会には、現世が有限な、他界が無限なものという信仰がある⁽³⁾、自分の行動が神様から認められれば、他界で永久な幸せとつながるという信条がある。そのため、欲望を抑えながら、現世の行動が神様によって認められることが大事とされている。多くのムスリムにとってはイスラム教条が拘束力として彼らの価値形成に大きな影響を与え、神様が彼らの心の中に潜んで、彼らの行動に志向力と拘束力を持っていると言えよう。

ところが、中国の漢民族とマレーシアの中国系の人々は基本的に儒教の文化で育てられ、仏教、道教も信じているいわゆる汎神論者と言えよう。また、中国国内の社会主義イデオロギーの教育により、何も信じていない無神論者が多いようである。漢民族にとっては心の中から個人の行動に対する指導力と拘束力をもつ宗教の力がないと言っても過言ではない。言い換えれば、漢民族の人々にとって、社会的行為の志向力と拘束力は心の中に浸透した神様ではなく、社会活動の中から生まれた人間関係だと考えられる。つまり儒教により構築された上下の人間関係である。人々は同じことに対しても、自分の地位によって、相手に対して異なる行動を取ることが当然になる。すなわち人間行動に対する志向力と拘束力が個人の中からではなく、個人の外の社会的圧力から生じたのである。儒教社会においては、人の上に立つ地位を獲得するのは大きな志向力となり、周りの評価は人間行動の拘束力になると言える。この地位とは制度上の明確な地位もあれば、さ

(3) 『Study on Islam』, 王俊榮, 馮今源著, 当代世界出版社, 2000, p. 129

さまざまな社会集団の中で暗黙の了解により認められた曖昧な地位もある。いずれも、他人の認めや周りの評価という相対的な基準によって人間行動が拘束されることになった。これで、マレーシアの中国系の起業家たちが絶えずに新たなビジネスの成功を求めることには、儒教社会で人間の上に立つという志向は絶対的の頂点がないことが現れた。これに対して、ムスリムの起業家にとっては起業成功が現世の優れた業績を意味するに過ぎず、彼らは人生の最高の目標が宗教信仰の達成点にある。これはムスリムと漢民族と鮮明な対照となっている。

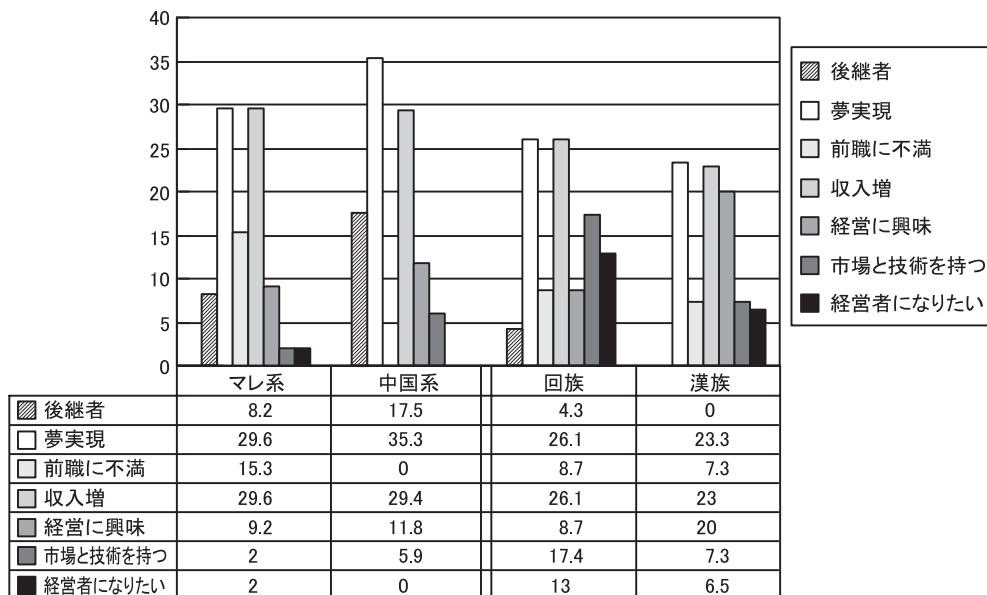
2. 漢民族とムスリムの起業欲求の形成

漢民族とムスリムの起業欲求の形成を考察するために、起業の原動力、経営センス、創業に必要なリソース、敗者復活の風土に関わるデータを見てみよう。

図表7によれば、経営に携わる最も主要な原因には漢民族とムスリムの間には大きな差が見られない。両方とも「夢実現」が最も多く、続いて「収入増」となっている。細かく相違を見れば、マレーシアでは「前職に対する不満」と答えるマレー系の人材は15.3%となっていることに対して、中国系の人材は0%となっている。また、マレーシアでは「後継者」と答える人は17.5%となっていることに対して、中国では「後継者」と答えるのは0%となっている。

「夢実現」と「収入増」を求め、起業を起こすことは他の社会と他の民族にもよく見られた一般的な現象と言える。ここでは、マレーシアのムスリムと中国系の人材の「前職に対する不満」に対する異なる回答に起業に対する考え方の相違が見られる。すなわち、ムスリムは起業をサラリーマンと同様レベルの職業として見ているが、中国系の人材は起業をサラリーマンと違う仕事と見て、

図表7 経営に携わる最も主要な原因（一つ選択）



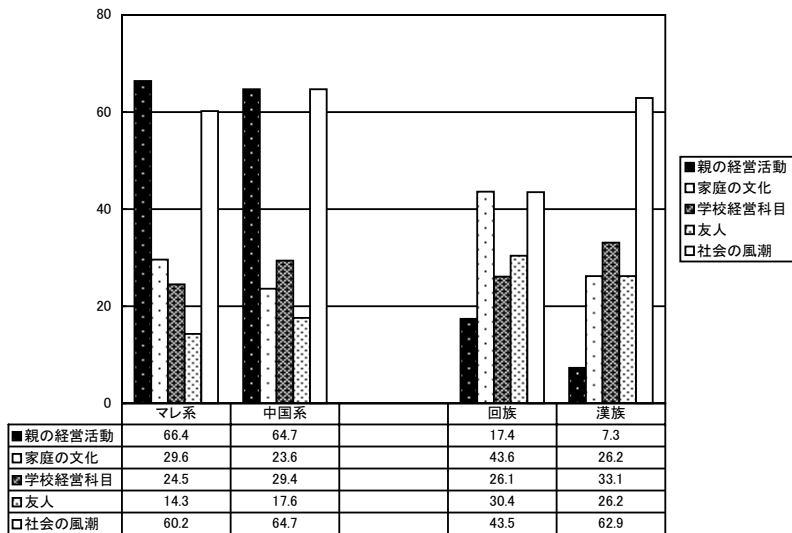
サラリーマンとしての前職に対する不満があっても、別の会社に転職するかもしれないが、自分で起業することとは直接につながっていない。

また、「後継者」に対してマレーシアと中国の漢民族の異なった回答は二つの社会の市場環境の違いが反映されている、すなわち、中国の私的企業の登場は僅か20年ぐらい、経営者は全員創業者で、後継者に移す時期にまだなっていないことである。

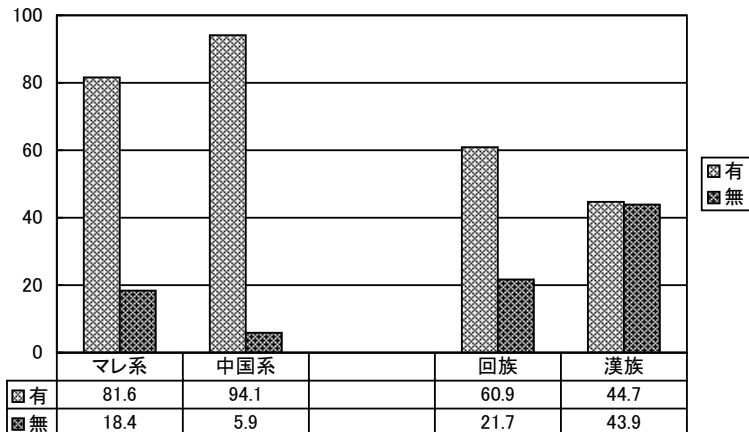
図表8によれば、起業家の経営センスに影響を与える要素に対して「親の経営活動」との回答を除いたら、マレーシアと中国とは似たような傾向が見られる。ただし「友人」との回答率は中国の回族と漢民族がマレーシアのマレ系と中国系よりとも高いことが見られる。

図表9によれば、マレーシアの起業家には失敗経験のあるマレー系の人は81.6%で、中国系

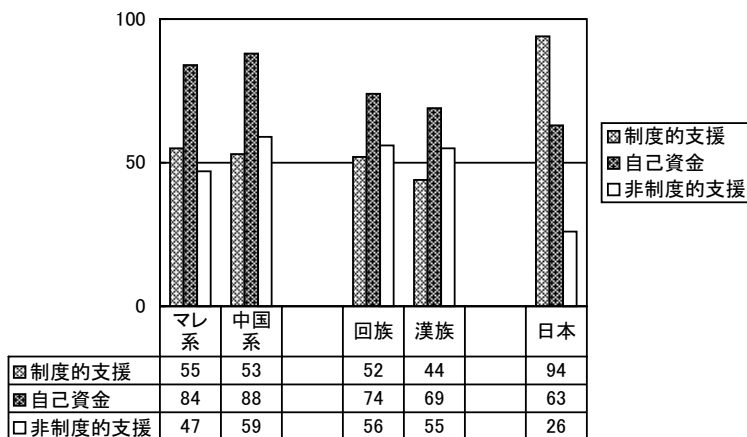
図表8 経営センスに影響を与える要素



図表9 創業に失敗経験の有無



図表 10 起業の主な資金源 (%)



の人は 94.1%となり、中国の回族の 60.9%と漢民族の 44.7%より、ともにはるかに高いことがわかった。さらにそれぞれの社会に少数民族である場合失敗率が高いことが見られる。つまりマレーシアの中国系はマレー系より高く、中国の回族は漢民族より高いことである。この現象については製品の市場の規模と流通のネットワークとつながるのではないと思われる。つまりどの社会でも少数民族の中小企業の製品は自民族の市場と関連する場合が多く、自民族の企業間の取引が多いため、少数民族の起業家に対して市場のリスクは多数民族の起業家より高いと考えられる。

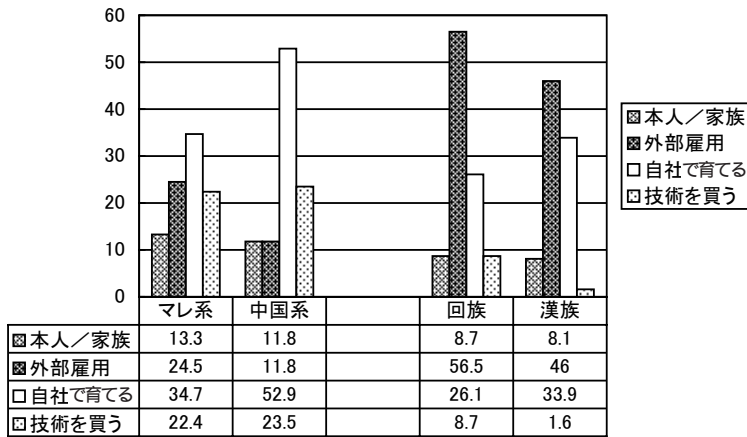
起業のための主な資金源 (図表 10) について見れば、二つの社会、二つの民族の間に同じ傾向が見られる。すなわち、自己資金以外、制度的支援よりも、非制度的支援に頼っていることである。これは日本で自己資金以外 94%の起業家は制度的援助をもらえているという状態と相反している。これは民族の間の差違よりも、恐らく先進国と開発途上国の違いとして考えられる。つまり先進国では資金面の豊富だけではなく、融資に関わる法的整備も開発途上国より進んでいるためである。

3. 漢民族とムスリムの経営活動の比較

漢民族とムスリムの経営活動の比較に当たっては、技術者のリクルート、ビジネス契約の形式、経営に関わる価値についての調査結果を見てみよう。

技術者のリクルートは企業の技術力の開発と維持に対して、大きな意味を持っている。調査結果から見れば、技術者のリクルート (図表 11) においては、二つの社会の間に大きな相違が見られる。まず、マレーシアにおいては、最も多いのは「自社で育てる」で、中国系には 52.9%、マレー系には 34.7%となっている。二番目は「技術を買う」で、マレー系には 22.4%、中国系には 23.5%となっている。しかし「技術を買う」という質問に対して、中国の回族には 8.7%、漢民族には僅か 1.6%で、非常に低い回答率が見られた。

図表 11 技術者のリクルート

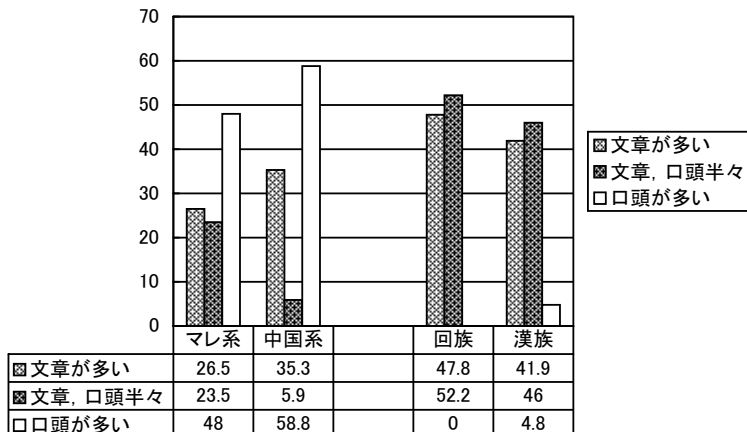


中国においては、「外部雇用」という回答が最も高く、回族の回答は56.5%、漢民族の回答は46.0%となり、マレーシアの24.5%と11.8%の回答よりかなり高いことが分かった。これらのデータから中国における経営者が「急功近利」を求める心境が覗かれた。つまり、より短い期間中、より高い利益を求めようとするれば、「自社で育てる」よりも「外部雇用」が効率的手段と思われる。

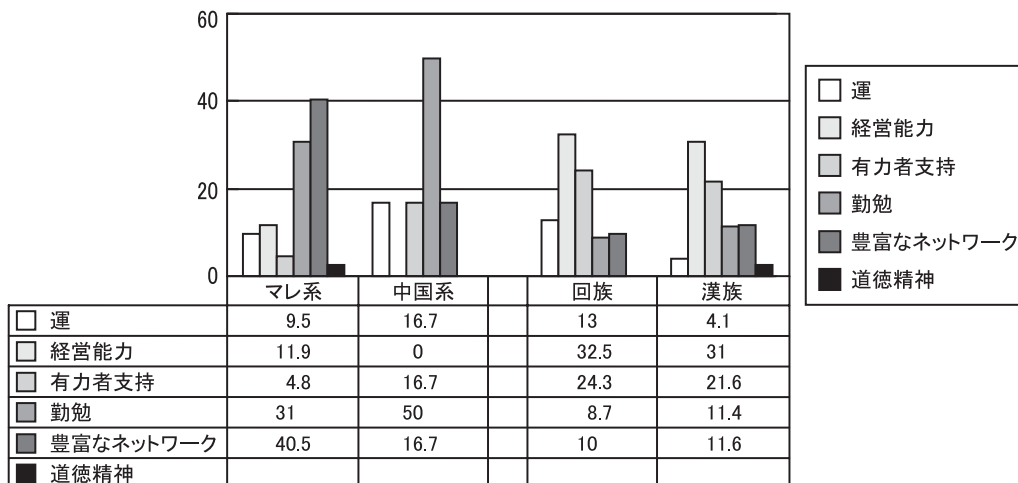
無論、中国においては全体的に「急功近利」を求める心境が覗かれたが、技術者のリクルートにおいてムスリムと漢民族の相違もある程度で見られている。つまりムスリムの経営者を「外部雇用」の傾向が漢民族より高く、漢民族の経営者は「自社育て」の意欲はムスリムより高いことが二つの社会で共通点として見られている。

ビジネスの契約を如何なる形式で結ばれるかということは、その社会のビジネス関係のあり方と大きく関連している。図表 12 によれば、マレーシアでは「口頭が多い」と回答したのはマレー

図表 12 ビジネス契約の形式



図表 13 ビジネス成功につながる要素



系の48.0%、中国系の58.8%となっている。しかしながら、中国では「口頭が多い」と回答したのは、回族には0%、漢民族には4.8%で、極めて低くとなっている。その反面、「文章が多い」という回答にはムスリムも、漢民族もマレーシアより高いことは鮮明な対照となっている。一般的には、中国のような法的整備とそのメカニズムが十分に機能していない社会では口頭による約束が多いと思われるが、中国社会での口頭による約束の少なさには、経営者の間の信頼関係がまだ構築されていないか、あるいは、崩壊されたかが覗かれると言えよう。

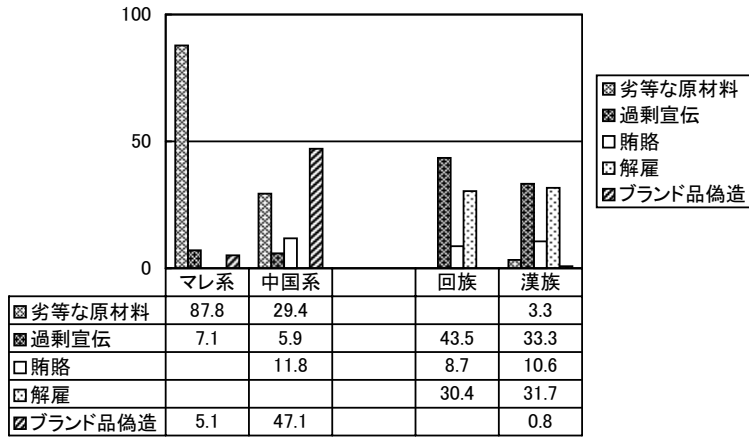
図表 13 は「ビジネス成功につながる要素」は経営エートスを把握するための設問である。

この回答を見れば、まずマレーシア社会と中国社会の間に大きな相違が見られている。マレーシアでは、中国系の企業家には50%、マレー系の企業家には31%が「勤勉」と回答している。いずれも中国の漢民族の11.4%と回族の8.7%より遥かに高い。続いて「豊かなネットワーク」はビジネス成功につながる要素とされている。マレー系には50%で、中国系には16.7%となっている。しかし、中国ではムスリムにせよ、漢民族にせよ、マレーシアとまったく異なった傾向が見られている。最も多い回答は「経営能力」で、続いて「有力者の支持」となっている。いわゆるネットワーク社会の中国では「豊かなネットワーク」と回答したのは、回族に10%、漢民族に11.6%となり、いずれもマレーシアのムスリムと中国系より低いことがデータで示されている。

この結果には宗教信仰よりも、社会によって、経営エートスが大きく相違していることが覗かれている。

まず、マレーシア社会では「勤勉」に対して、高く評価し、「勤勉」は美德という素朴な素質が企業家の価値に強く根付いている。これに対して、「勤勉」に対する低い選択率には市場経済へ転換する中国社会「勤勉」は美德という素朴な素質が否定されつつあるという価値変化が覗かれる。

図表 14 行為が悪くても、特殊な事情で許されること



それから、中国社会で「経営能力」と「有力者の支持」に対する高い選択率には中国社会の市場に対する政治力の強い影響力が示された。権力者と企業家との「権銭交易」が起業家の価値に深く浸透していることが言えよう。

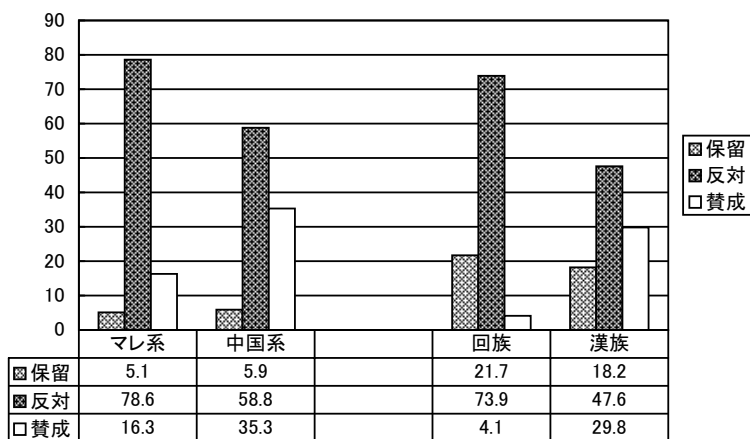
「行為が悪くても、特殊な事情で許されること」も経営エートスを把握するための設問である。図表 14 によれば、マレーシアではマレー系と中国系の間に大きな差異が見られていることに對して、中国では回族と漢民族とは同じ傾向が現れた。

この設問に対して、マレー系の経営者には 87.8% の人は「劣等な原材料」と回答し、中国系に 29.4% の回答の約 3 倍となっている。これと異なって、中国系の経営者には 47.1% の人は「ブランド品偽造」と回答し、マレー系に 5.1% の回答の約 9 倍となっている。これらの大きな差異から、ムスリムと漢民族の不正な経営活動に対する罪悪感の価値においては大きな異なりが見られる。マレーシアでのインタビュー調査では同じような結果も聞かれた。「ブランド品の偽造」に対して、マレー系の経営者は「他人の者を盗む」のに等しい行動だと語ったことに対して、中国系の経営者は「ブランド品を真似し、安い価額で販売することは商品者を騙すことではない」と語った。これは台湾、香港、中国などの儒教社会における偽造ブランド品の氾濫とつながると言えよう。

マレーシアの民族間に現れた差異が中国でまったく見られない。この設問に対して、回族と漢民族の回答にまったく同様なパターンが現れている。両方とも「過剰宣伝」がトップ回答となり、回族は 43.5%、漢民族は 33.3% となっている。続いて、「解雇」となっている。

図表 15 は「事業が成功すれば、手段の善し悪しの区別がない」が経営者の経営エートスを把握するために設けられた質問である。この回答には二つの国ともにムスリムと漢民族の間に共通な相違点が見られる。つまり、この質問に対して、ムスリムはより「反対」的、漢民族はより「賛成」的考えを持つことが見られた。これらの回答の相違には起業行動に対する価値志向と拘束力の民族間の異なりが見られる。上述のように、漢民族の起業家たちがビジネスの成功を求め

図表 15 事業が成功すれば、手段の善し悪しの区別がない



ること彼らの目標で、目標を達成するための手段に対するこだわりが弱い。これに対して、ムスリムの起業家にとっては起業成功が現世の優れた業績を意味するから、経営手段の善悪にこだわる人が多いわけである。

結びに

以上の結果から見れば、漢民族とムスリムの起業家の企業経営に関わる価値について、共通な社会においては民族間の差異が見られ、一方、異なる社会の同一民族には共通点を持っていることがデータで示された。これは起業行動の内部要素としての価値に対する民族と宗教の影響として明らかにされた。また、民族間の差異を見れば、マレーシア社会では中国社会より遥かに大きいことが見られる。特に経営エートスに関わる図表 14 では、マレーシアにおける民族間に現れた差異が中国でまったく見られず、反って、同じパターンが見られている。

これについては、筆者は社会革命と社会改革によって、その社会の民族文化と宗教信仰に与えた影響が異なり、それは起業家の起業行動に何らかの形で現れていると考えている。つまり、社会改革はその社会の民族文化と宗教信仰を徐々に変容させることに対して、社会革命はその社会の民族文化と宗教信仰に徹底的激変を起こす可能性が否定できない。

1949年以降、中国では社会革命によって、社会変動が起こされた。それまでの私的所有体制を廃止する革命とともに、社会主義のイデオロギーで、人々に対する思想教育が実施された。これで、仏教、道教の僧侶の多くはお寺を離れ、宗教活動を止め、普通の生活に戻った。本研究の調査対象地域となっている寧夏回族自治区では、少数民族の優遇政策により、イスラムの宗教活動が許されているが、全国規模な社会主義のイデオロギー思想教育の大きな波のなか、宗教活動の低迷が避けられないこととなった。特に60年代の文化大革命は儒教、仏教、ムスリムなどの宗教に対する批判をエスカレートし、これはすべての民族に対して、一世代の人々に対して信仰

の空白状態が残されていると言えよう。その結果として、それぞれの民族は特有な信仰を失い、類似な価値を志向することになったわけである。

ところがマレーシアの状況は中国とかなり異なり、さまざまな社会的改革が行われたが、信仰とイデオロギーの領域で大きな革命が起こったことがない。人口の62%を占めているムスリムはイスラム宗教活動をずっと続き、社会生活のすべての場でお祈りの場を設け、イスラムの宗教影響をムスリムの社会化の全過程に浸透している。また、中国系の人口は約530万で、総人口の約28%を占め、2番目の民族となっている。中国系の人々はほとんど1949年以前マレーシアに移住した漢民族の人と彼らの子孫である。彼らは出身地がそれぞれ異なっているが、中国系のコミュニティの中で生活し、中国系の社会的集団の志向力と拘束力は従来のとおり働いている。無論、中国系の人々の信仰伝承はマレーシア社会における多民族の間の摩擦、対立、統合の働きによって影響されたが、中国系コミュニティにおける小学校から中国語の教育の実施に伴い、伝統的中国社会の信仰、価値および集団の拘束力がそのまま継続している。これは、マレーシアと中国におけるムスリムと漢民族の経営者の価値が大きく異なることに対して、大きな原因として捉えられると言えよう。

最後に、中国と日本、ムスリムと漢民族の比較を通じて、中国、日本、マレーシアという三つの国において、起業行動の内部要素としての価値や経営エートスなどに大きな差異が存在していることがはっきりと見られる。その上で、起業行動の外部要素としての社会的環境には大きな異なりが存在することも覗かれる。その中には、先進国と開発途上国との間には起業に対する制度的支援の差が大きいことが挙げられる。先進国の日本では起業家は制度的支援に大きく頼っていることに対して、開発途上国のマレーシアと中国では制度的支援が未だ不十分で、起業家は非制度的支援と自己資金に頼らざるを得ない。無論、起業成功とつながる外部要素が様々であるが、データによれば、強い制度的支援は低い起業失敗率と正の相関を持っていることは明らかにした。

参考文献

- Robert B. Reich, *The Work of Nations, preparing Ourselves for 21st Century Capitalism*, 中谷巖訳, ダイヤモンド社, 1991
岩田龍子・沈奇志, 『現代中国の経営風土』文真堂, 1997
梅澤正, 『企業文化の革新と創造』有斐閣, 1990