



アジア・国際経営戦略学会  
(コンテンツビジネス研究部会)  
アジアコンテンツビジネス研究会  
共催セミナー

「AIBS 日中エグゼクティブセミナー」

**アジアコンテンツビジネスと人材育成**

協力：株式会社学生情報センター  
財団法人知的資産活用センター  
財団法人日本生産性本部

開催日：2009年8月28日(金)  
時間：16:00～20:00  
会場：ナジックプラザ東京

東京都渋谷区神宮前 5-52-2 青山オーバルビル 15F  
東京メトロ 表参道駅 B2 出口 徒歩 5 分

参加費：無料  
懇親会費：個人会員 2 千円  
学生会員 1 千円

【プログラム】

16:00～16:10 ご挨拶

池島 政広氏 (当学会会長、アジアコンテンツビジネス研究会会長、経済産業省産業構造審議会新成長政策部会経営・知的資産小委員会委員長)

16:10～16:40 講演

**「アジアで拡大するコンテンツビジネス」**

【講演者】香山 俊巳氏 (当学会コンテンツビジネス研究部会幹事、株式会社ケイズビュー、株式会社 Lemay Printing Japan 代表取締役、アジアコンテンツビジネス研究会副会長。)

1990 年、大日本印刷(株)海外事業部に入社後、米国豪州の得意先のアジア地域での最適生産、日本得意先の米国・欧州・アジア地域での生産、欧米大手企業日本市場に伴うトータルソリューション事業を展開。2001 年に独立後、ソフトウェア、コンテンツ、印刷分野におけるトータルソリューション事業を展開中。2005 年に日中コンテンツ産業研究会を立ち上げ、日中コンテンツ企業連携の先導的役割を担う。

16:40～17:10 講演

**「シンガポール政府のコンテンツビジネスに関する解説」**

【講演者】白 奕汉氏 (シンガポール共和国大使館二等書記官)

1980 年、シンガポール生まれ。高校卒業後、シンガポール経済開発庁 (EDB) より奨学金を授与され、コーネル大学電気・コンピューター工学部に進む。2004 年にコーネル大学を首席で卒業し、学士号 (最優等) を取得。その後、スタンフォード大学経営・理工学部の修士課程に進み、2005 年に卒業。2005 年 7 月、シニア・オフィサーとして EDB に入庁し、EDB の情報通信・メディア産業局に配属。アニメーション産業推進を担当し、ルーカスフィルム・アニメーションなどトップのアニメーション企業とともに広く活動。その後、パナソニック、フィリップ

ス、LG エレクトロニクス等の家庭用電化製品産業を担当。2008 年 6 月、EDB が取り組んでいる韓国からの投資誘致の責任者として、センター・ディレクター (韓国) に任命。2008 年 9 月、東京にて情報通信・メディア産業、ロジスティクス産業担当の二等書記官 (産業) を兼任。

17:20～18:10 講演

**「アジアコンテンツビジネスにおける人材育成の重要性」**

【講演者】山路 和紀氏 (株) プレミアムエージェンシー代表取締役、アジアコンテンツビジネス研究会副会長)

1994 年、慶応義塾大学・環境情報学部を第一期生として卒業。株式会社セガ・エンタープライゼスに入社。ゲームタイトルの開発、プロデュースに携わる。2000 年、マイクロソフト株式会社に移り、Xbox 事業部にて、ゲームタイトルのプロデュースを手掛ける。2003 年、マイクロソフトを退職。同年 5 月プレミアムエージェンシーを設立。現在もゲーム、WEB コンテンツと多岐にわたりプロデュース業務に携わっている。東京工科大学メディア学部非常勤講師、CG-ARTS 協会 (財団法人画像情報教育振興協会) 協会委員。

18:15～20:00 懇親会 (事前登録必要)

【参加申し込み方法】学会事務局宛電子メールにて、セミナー・懇親会参加有無をお知らせください。(ご氏名、ご所属明記)

宛先電子メールアドレス: aibs@saibs.org

サブプライム問題に低迷するグローバル経済  
アジア経済がその下支え役を果たしている  
アジア新興国では中間所得層の人口が爆発的に拡大し  
形成された極めて大きな消費市場がその源となっている<sup>※1</sup>  
こうした消費市場の形成を眼前にして  
わが国産業の中でも「コンテンツビジネス」に対して  
熱い視線が注がれていることは周知の事実である<sup>※2</sup>  
しかしながら社会の注目と現実のビジネスとの乖離は大きい<sup>※1</sup>  
国家的な政策や文化的な軋轢、ビジネス慣行の相違も  
コンテンツビジネス発展の障壁になっているが  
何よりコンテンツビジネスを支える人材の育成が  
大きく立ち遅れているのである  
そこで本年度第 1 回目の  
「AIBS 日中エグゼクティブセミナー」では  
アジアコンテンツビジネス研究会との共催で  
アジア市場において強力にコンテンツビジネス振興を図る  
シンガポール政府の政策について  
シンガポール大使館で産業政策に携る白氏から解説を  
またアジアコンテンツビジネスを支える  
戦略的な人材の育成について  
わが国コンテンツビジネス界気鋭の経営者お二人  
(株)ケイズビューの香山氏をお迎えし  
それぞれの立場から構想を語っていただきます  
席数に限りはございますが、学会員ならびに関係各位の  
積極的なご参加を心よりお待ちしております。

1: 経済産業省通商政策局「平成 21 年版通商白書概要」, 2009.

2: 経済産業省「アジア・コンテンツ・イニシアティブ」, 2008.

アジア・国際経営戦略学会

会長 池島政広  
前亜細亜大学学長  
亜細亜大学大学院アジア・国際経営戦略研究科委員長

【学会費ご案内】

個人会員 (正会員/準会員とも) 1 万円 (お一人様)  
団体会員 (正会員/準会員とも) 5 万円 (お一口)  
学生会員 3 千円 (お一人様)

# アジア・国際経営戦略学会入会のご案内

## 【学会の目的】

アジア・国際経営戦略学会は、アジア諸国での企業の国際的な戦略行動に関心を有する、わが国およびアジア各国の研究者、実務家、学生、企業などの団体に対して、アジア・国際経営戦略の諸問題について総合的な研究を促進・啓蒙・普及・教育する事業を行い、アジア・国際ビジネスの発展と公益の増進に寄与することを目的とします。

## 【事業】

アジア・国際経営戦略学会は、学会の目的を達成するため、次の事業を行います。

- 研究発表会の開催および研究助成等による、アジア・国際経営戦略に関わる学術調査・研究事業
- 講演会・セミナーの開催等によるアジア・国際経営戦略に関わる啓蒙・普及・教育事業
- 研究成果を公表するための雑誌発行とそれに関わる編集事業
- その他、この団体の目的達成に必要な事業

## 【会員種別】

- (1) 個人正会員 本学会の目的に賛同して入会した個人
- (2) 団体正会員 本学会の目的に賛同して入会した団体
- (3) 個人準会員 本学会の目的に賛同し賛助するため入会した個人
- (4) 団体準会員 本学会の目的に賛同し賛助するため入会した団体
- (5) 学生会員 アジア・国際経営戦略を学ぶ高等教育機関在籍学生個人
- (6) 名誉会員 本学会の目的に賛同し、本学会が推薦する個人

## 【入会資格】

会員の入会については、特に条件を定めていません。アジア諸国での企業の国際的な戦略行動に関心を有する、わが国およびアジア各国の研究者、実務家、学生、企業などの団体であれば、どなたでも参加できます。

## 【入会手続き】

電子メールにて学会事務局宛( aibs@saibs.org )に、学会入会申し込みであることを明記し、ご氏名、ご所属、郵便番号、住所をご連絡ください。ご連絡後、郵便振替口座番号( 00120-5-373167、アジア・国際経営戦略学会 )または、ゆうちょ銀行( 金融機関コード 9900 ) 0-9店( ゼロイチキユウ店、店番 019 ) 当座預金口座( 口座番号 0373167、アジア コクサイケイエイセンリヤクカ ツカイ ) まで所定の会費をお振込みください。手続き完了後、学会定款などをメールにて送信いたします。

## 【会費】

- |                 |           |
|-----------------|-----------|
| 個人会員(正会員/準会員とも) | 1万円(お一人様) |
| 団体会員(正会員/準会員とも) | 5万円(お一口)  |
| 学生会員            | 3千円(お一人様) |

## 【研究部会】

- アジアビジネス研究部会：アジア・中国での日本企業の戦略行動を深く研究し、直面する課題への対応や新たなビジネスモデルの探索を目的とする
- アジア生産性人材開発研究部会：アジア・中国地域における環境・資源エネルギー・食糧問題などのマクロな動向を展望し、同地域で事業展開する企業における、生産性の向上とそれを支える人材の育成に関する実践方策の探索を目的とする
- ABC/ABM研究部会：企業の長期に渡る維持と発展の基盤となる財務構造を分析し、そのための経営政策を検討する戦略会計領域での重要な分析手法となるABC/ABM(活動基準原価計算/活動基準管理)を用い、アジア・中国地域に展開する日系企業の財務構造を分析する。
- コンテンツビジネス研究部会：成長が期待されるコンテンツビジネスの戦略を分析する。この分野の発展には、アジアとの共生、とりわけ日中で連携して中国・世界市場を睨んだコンテンツの開発が必要となる。このビジネスの展開を知的財産、ファイナンス、マーケティング等の側面から検討する。