

## 世界44ヶ国のビジネス文化に関する定量分析（上）

### －社会的価値観と社会経済的要因の相関分析と検証－

安達 明久

## Quantitative Analysis of the World 44 Countries of the Business Culture - Correlation Analysis between Business Cultures and Socio-Economic Factors -

Akihisa ADACHI

### 要旨

本研究は、世界44ヶ国（香港、台湾の2地域を含む。以下同じ）を対象に、各国のビジネス活動に関する文化的な特徴を、Geert H. Hofstedeらが提唱した諸類型に基づいて9つの「社会的価値観」として整理した上で、各国のこれらビジネス文化<sup>1)</sup>の特徴がどのような「社会経済的要因」（自然条件、人種宗教、政治、経済社会の計4区分56要因を設定）と関連しているかについて、定量データに基づく科学的分析により明らかにすることを目的としている。主要な結論は、次の2点である。

- ① 9つの社会的価値観のうち、「権威/平等」「個人/集団」「安定/リスク」「長期/短期」「現世/禁欲」「コンテキスト高/低」「実力/現状」「普遍/個別」の8つの価値観については、「キリスト教（プロテスタント）」「アングロサクソン」「モンゴロイド」「軍事政権」「高齢人口比率」「女性議員比率」など計29個の社会経済的要因との有意な相関が確認された。
- ② 他方、社会的価値観のうち「競争/協調」については、幾つかの有意性を持つ社会経済的要因を抽出できたものの、全体として十分な相関をもつ要因群を抽出するには至らなかった。

ビジネス文化の国際比較に関する研究は、個人の経験や業務上の体験に基づくものが多い。本研究の特徴は、上記の様な「定量的統計的」な分析結果に基づいて、特定の「社会的価値観」（例 権威志向か平等志向か）が、どのような「社会経済的要因」（例 アングロサクソン）と強く結びついているかについて、これら既存の経験等に基づく知見の妥当性を科学的に検証した点にある。さらに、調査対象とした44ヶ国について、当該国の「社会的価値観」と「社会経済的要因」の関係を簡易に分析するための「具体的分析ツール」を構築した点も、本研究の特徴となっている。

（キーワード）ビジネス文化、国際比較、定量分析、価値観、社会経済的要因

### Abstract

Based on the nine types of business cultures developed by G. Hofstede et al., this paper is intended to reveal what kinds of business cultures of the 44 countries have close relationships with any kinds of “socio-economic factors” (56 factors with four categories, i.e. “Natural conditions”, “Race and Religion”, “Politics”, and “Economics and Social”). In order to conduct the study, we have undertaken the multiple correlation analysis based on the quantitative data. The conclusions include the following two points.

- ① The eight dimensions of the business cultures, that is, “Power distance”, “Individualism vs. Collectivism”, “Uncertainty avoidance”, “Long-term vs. Short-term”, “Indulgence vs. Restraint”, “High context vs. Low context”, “Achievement vs. Ascription”, and “Universalism vs. Particularism”, have significant correlations with the 29 socio-economic factors, such as “Christian (Protestant)”, “Anglo-Saxon”, “Mongoloid”, “Military Regime”, “Elderly Population Ratio”, “Ratio of Female Member of Parliament”, and so on.
- ② No significant correlations have been found with the socio-economic factors so long as “Masculinity vs.

Femininity” is concerned.

The significant features of this study would be the following two points.

- ① Based on the scientific and quantitative approaches, we have found that the strong relations exist between certain socio-economic factors and eight dimensions of business cultures. So far, these relations are explained in empirical and qualitative ways.
- ② In addition, we have constructed the excel program to analyze a particular country among the 44 countries. This program has been developed to reveal which socio-economic factors have strong relationships with certain types of business cultures in the country

**Keywords:** business culture, international comparative analysis, multiple correlation analysis , socio-economic factors

(目次)

はじめに

1. 本研究の概要— 背景・趣旨、先行研究、目的・特徴
2. 分析作業—対象国、社会的価値観、社会経済的要因、分析手法
3. 分析結果と妥当性の検証 (次号掲載予定)
4. まとめ (次号掲載予定)

(はじめに)

本論文は、平成 26 年度・平成 27 年度に採択を受けた常葉大学共同研究助成事業「日米東南アジア諸国のビジネス文化に関する比較研究」において、安達が担当したビジネス文化の定量的国際比較の研究成果を、本号および次号の 2 回に分けて掲載公表するものである。

本稿の執筆はすべて安達が行っており、文責は安達が負うものであるが、研究過程においては、共同研究者である常葉大学経営学部の山本隆三教授、鶴谷千寿准教授から大変貴重なアドバイスや示唆が呈され本研究の重要な要素となっていることを明記するとともに、本件研究を資金面等から支援して頂いた各方面の方々に対しても、心から謝意を表する次第である。

(本文)

## 1. 本研究の概要

### (1) 背景・趣旨

我国経済のグローバル化とアジア諸国の急成長に伴い、静岡県の中小企業においても、米国のほか中国や東南アジアに事業を展開する企業が増加している<sup>2)</sup>。しかし、一方では、国際的企業提携交渉、現地工場における人事雇用管理などの面で、「経営スタイル」や「ビジネス文化」の相違に関連したトラブル・訴訟が少なからず発生している (安積敏政 (2014))。

例えば、中国人と日本人はともに信頼関係を重視し、交渉の結果として双方がともにメリットを得ることを目指す点で共通しているとされる (吉村章 (2010))。しかし、交渉過程では、自分の立場を積極的に主張する中国人に対し、自己主張に抑制的な日本人が違和感を抱くことが多く、不利な提携条件で合意してしまったり、逆にせっかくのビジネスチャンスを自ら放棄してしまう事例も生じている。

ここで重要なのは、このようなトラブルの原因が、進出国における法律制度や雇用慣行等に関する実務知識の不足のみ起因するものではないという点である。すなわち、我国の中小企業は、国内において長年培ってきた特有の経営スタイルや企業文化を有しており、これを進出先の現地従業員にも無意識に適用したり、日本流のビジネス交渉における考え方や手法を国際間の交渉にも適用しようとすることに起因するケースも多いという点が重要である。進出相手国の「ビジネス文化」の特徴と、その背後に存在する人種、宗教、経済状況などの「社会経済的要因」を、「体系的・科学的」に理解し対処するための基礎的知識の不足に起因するトラブルも相当程度存在すると考えられる<sup>3)</sup>。

本研究は、このような問題意識の下、ビジネス文化の国際比較に関する先行研究を踏まえて、「国毎に異なる多様なビジネス文化」を理解するために必要となる知的基盤を、「定量的・科学的」な方法に基づいて整理構築し、もって海外展開の経験や国際的ビジネス交渉の専門的知

識に乏しい中小企業のグローバルな事業展開を支援し促進することを目的として実施したものである。

## （2）ビジネス文化の国際比較に関する先行研究

ビジネス文化の国際比較に関する書籍や文献は、T.M. Robert(1991)、H. Binnendijk(1995)、T. Morrison(1995)のほか、日本においても吉村章(2010)、片野優(2014)、蔡明哲(2007)など多数存在するが、例えば算武雄(2006)の様に、多くは著者自身の実務経験などを基に契約交渉や雇用・人事等に関連した各種ノウハウを整理し紹介するに留まっている。

他方、これらの体験的な情報を踏まえつつも、馬越恵美子(2013)などビジネス文化の国際比較、ないしはビジネス文化を含む社会的な価値観全体の国際比較を、具体事例に基づく「実証的論理的」分析により明らかにしようとする研究も行われている。さらには、大規模なアンケート調査を通じて社会的価値観に関する定量的データを収集し、「統計的手法」による分析に基づいて国際比較を行う取組みも少なからず存在する<sup>4)</sup>。

後者の研究としては、次の4つが代表的なものであり、本研究はこれら実証的研究の成果を活用したものである。なお、我国においても社会学者による異文化比較を目的とする統計的調査が行われおり、統計数理研究所の吉野諒三(2015)、大阪商業大学JGSS研究センターの岩井紀子(2012)などがその代表例であるが、いずれも調査対象国が東アジア諸国等に限定されているため、本研究においては参考情報に留めている。

### ① ホッフステッドのIBM 価値観調査

オランダの社会心理学者であるG. Hofstede(1980)は、1970年代に世界40ヶ国11万6千人のIBM社員を対象とする質問形式の価値観調査を行い、厳密な統計処理を行った上で、異文化理解のための4次元モデルを提示した。すなわち、「権威/平等」「個人/集団」「競争/協調」「安定/リスク」の4つである。その後、調査対象国の追加、質問事項の改善、後述の世界価値観調査(WVS)のデータ活用等によるモデルの改訂を行い、G. Hofstede(2010)ではさらに2つの次元「長期/短期」「現世/禁欲」を加えた6次元モデル(本研究の用語としては6つの社会的価値観、詳細後述)を提示した。

これら一連の研究は、定量データに基づく本格的な異文化国際比較の先駆的研究となったものであり、データの中心をなす質問調査の時期が1970年代と古いことなど、幾つかの批判はあるものの、統計処理等の学術的信頼性と比較対象国の数などの点で、定量的な異文化国際比較の代表的な研究となっている。詳細については、馬越恵美子(2000)に詳しい解説がある。なお、各国毎の

6次元モデルの数値、および質問調査票の内容等がWeb上で公開されており、同モデルの妥当性についても新たな追加調査による継続的な検証がなされている。

他方、本研究が目的とする社会的価値観と相関する諸要因の分析に関しては、G. Hofstede(2001)において、「GDP」「同実績成長率」「同予想成長率」「首都の緯度」「人口規模」「人口増加率」「人口密度」の7指標を設定し、当初提示された4つの社会的価値観との相関分析が行われている。しかし、本研究において実施した様な「自然条件、人種、宗教、政治、経済」など幅広い社会経済的要因を候補とした分析は行われておらず、社会的価値観を規定する諸要因の抽出と、その結果に基づく分析・意義付けを本格的に展開するには至っていない<sup>5)</sup>。

### ② トランペナールズの価値観調査

オランダの経営コンサルタントであるFons Trompanaarsは、国際的なビジネスを展開する企業に対する実践的な経営アドバイスを行うことを目的として、ロイヤル・ダッチ・シェルなどの企業を対象とする価値観調査を1978年から長期にわたり実施し、7つの社会的価値観を提示している(F. Trompanaars(1993))。調査対象国数は当初の28ヶ国から随時拡大し、最新版の著書F. Trompanaars(2012)では対象国は100ヶ国以上、約80,000人から回答を得たとしているが、同著およびF. Trompanaars(1996)において具体的集計データとして公表されている対象国は43ヶ国に留まっている。

同調査については、G. HofstedeらのIBM調査と比較し対象国数がやや少ないこと、統計的処理について必ずしも十分な検討が行われていない可能性があることなどの批判はあるが、「普遍主義・個別主義」「中立的・感情的」「実力・属性」など、新たな異文化比較の次元を提示した点で意義があると考えられる。

なお、同研究は、実践的経営アドバイスに主眼を置いた内容となっているため、本研究が目指す「社会的価値観を規定する諸要因」の定量的手法による分析、抽出作業に関しては十分な検討は行われていない。

### ③ GLOBE(Global Leadership & Organizational Behavior Effectiveness)プロジェクト

GLOBE調査(R. J. House(2004))は、G. Hofstedeの研究を更に発展させ、企業経営におけるグローバルリーダーシップの分野での応用を促進することを目指した国際的な価値観調査プロジェクトである。米国の経営学者R. J. Houseが中心となり、200人以上の研究者が参加し1994年～1997年の4年間をかけて、62ヶ国951企業17,300人の中間管理職にアンケートを実施したも

ので、同調査の結果を踏まえて、「業績主義」「集団主義」など9つの社会的価値観を特定するとともに、「カリスマ型」「権威型」「チームワーク型」など各国社会的価値観の組合せタイプに対応した6つのリーダーシップのパターンを設定している。この9つの社会的価値観のうち、7つはG.Hofstedeの6つの価値観と実質的に同じものであるとみることができるとされており、残りの「人間志向」「業績志向」の2つが新たに同調査が提示した社会的価値観ということができる。

同調査を取りまとめたR. J. House (2004)では、抽出した9つの社会的価値観に関し、その背景となっている諸要因として、「気候」、「地域」、および「経済社会」（経済、科学技術、人的資源、社会状況、および1人当たりGDPの5区分）の3つの視点を設定し統計的分析を行っているが、企業経営におけるリーダーシップの在り方に関する基礎データを構築することが同調査の主要目的となっていることもあり、その分析内容は要因相互の関連性の把握などの点で必ずしも十分なものとはなっていない。また、GLOBE調査に対して、G.Hofstedeらは、国と組織の文化が混同された質問形式となっていること、また、ありのままの姿（Practices）とあるべき姿（Values）の2本立ての質問・分析が混在していることなど、同調査の問題点を指摘している点に留意が必要である<sup>6)</sup>。

#### ④ 世界価値観調査（World Values Survey：WVS）

本調査は、米国の社会学者 Ronald F. Inglehart が主導する大規模な世界的価値観調査である。1981年に欧州価値観調査（EVS、European Values Study）からスタートし、以降対象を欧州以外にも拡大し、概ね5～10年の間隔で定期的実施され、現在最新の調査である2010年～2014年に実施された第6回調査の集計分析結果がWeb上で公表されている。第6回調査は約100ヶ国の研究者が参加して実施されたが、実際のデータ公開に至ったのは60ヶ国となっている。各国で1000人以上に面談式（電話による方法を含む）アンケートを実施し、総回答者数は8万5千人、質問項目総数は約250項目、環境、経済、教育、感情、家族等多岐にわたっているのが特徴である。第5回2005年調査については、電通総研（2008）が、データブックとして出版している。

主導者のR. F. Inglehart（1997）は、同調査に基づいて、異文化比較のための「自己表現/生存」「世俗的合理性/伝統的権威」の2つの社会的価値観を設定し、世界75ヶ国をグラフ上にプロットした「Inglehart-Welzel Cultural Map」を作成、宗教・人種・政治体制を加味した上で、75ヶ国を「プロテスタント型西欧」など8つの文化ゾーンに分類している。さらに、R. F.

Inglehart（2005）では、2つの社会的価値観のうち「自己表現/生存」に注目し、当該価値観が経済社会的な発展とともに強まり、その結果として政治体制の実質的な民主主義化が進んで行くことを指摘している<sup>7)</sup>。なお、その際「自己表現/生存」と相関する経済社会的要因として、「1人当たりGDP」「産業別就業者構成比（3次産業－2次産業）」の2つの基本指標のほか、「国連人間開発指数」など経済社会発展度を表す3つの総合指標を設定し、定量的相関分析を行っているが、当該総合指標を構成する個別項目の内容等については特段詳細な検討は行われていない<sup>8)</sup>。

#### （3）本研究の目的・特徴

本研究は、上記の先行研究を踏まえて、次の3点を目的としてビジネス文化の国際比較を行うものである。このうち、下記の①についてはビジネス活動における文化的な特徴や基本的な考え方（以下、「社会的価値観」という）と、その背後に存する諸要因（以下、「社会経済的要因」という）との関係を体系的定量的に分析しようとするものであり、筆者が調査した範囲では、「宗教」と社会的価値観、または「組織文化」「経営者の掲げる財務目標」と社会的価値観との相関に関する定量的研究はあるものの<sup>9)</sup>、本研究の様な広範な分野を対象とする研究はこれまでに例が無いと考えられる。また、③の様に調査対象国44ヶ国を対象とする「具体的な分析ツール」を構築した点も、本研究の大きな特徴となっている。

- ① 世界44ヶ国を対象に、各国のビジネス文化の特徴等をG. Hofstedeらが提唱した諸類型に基づいて9つの「社会的価値観」として整理した上で、これらが自然条件、人種宗教、政治、経済状況などの「社会経済的要因」とどの様に関係しているかを分析すること。具体的には、社会経済的要因として56項目を設定し、定量データに基づく重相関分析を行い、国毎の社会的価値観の差異を説明し得る「有意」な社会経済的要因を抽出すること。
- ② 前述の①により抽出した「社会経済的要因」が、「社会的価値観」に関連して旧来一般的に言われている経験的な知見と整合的か否かを検証し、その異同について検討を行うこと。
- ③ ①②の結果を踏まえて、分析対象44ヶ国について当該国の社会的価値観の特徴が「どの様な社会経済的要因に基づいて生じているのか」を分析するための科学的な「分析ツール」を構築し、その有効性を確認すること。

## 2. 分析作業

### (1) 対象国

相関分析の対象国としては、データ入手等の制約も考慮し、G. Hofstede の調査対象国 100 ヶ国の中から、次の諸点を勘案し、日本、中国、米国、メキシコ、タイ、ベトナムなど計 44 ヶ国（台湾、香港などの地域を含む）を設定した。具体的な国名は、表 1 を参照。

- ・人口規模が一定数以上の国（人口 5 百万人以上）とすること
- ・富士市など静岡県中東部地区に本社を有する中小企業の主要進出先国・地域<sup>10)</sup>
- ・アジア、中東、欧州、豪州、北米、中南米の各地域における代表的な国を含むこと

表 1 調査対象国・地域一覧

区分	数	国名、地域名
アジア	12	日本、中国、韓国、台湾、香港、タイ、ベトナム、フィリピン、マレーシア、インドネシア、インド、シンガポール
米州 豪州	8	アメリカ合衆国、カナダ、メキシコ、ブラジル、アルゼンチン、チリ、オーストラリア、ニュージーランド
西欧 北欧	11	イギリス、フランス、イタリア、ドイツ、スペイン、ポルトガル、デンマーク、オランダ、ノルウェー、スウェーデン、スイス
東欧	7	ロシア、ウクライナ、ハンガリー、チェコ、ポーランド、ルーマニア、トルコ
中東	6	イスラエル、エジプト、イラン、イラク、サウジアラビア、クウェート

### (2) 社会的価値観

各国のビジネス文化の特徴を表す「社会的価値観」としては、先述の先行研究を踏まえて次の 9 項目とした。①から⑥は G. Hofstede (2010) の定義、データを採用しており、⑦～⑨は F. Trompanaars (2003) 定義、データを利用している<sup>11)</sup>。なお、分析に利用したデータ値は、分析の効率性・グラフ視認性等の観点から、0 点を基準に±100 の数値の間で分布するよう、原データを換算修正して利用している<sup>12)</sup>。

#### ①「権威 / 平等」: Power Distance Index (PDI)

G. Hofstede は、「各々の国の家族や企業において、権力の弱い成員が、権力が不均一に分布している状態を受け入れている程度」を「権力格差」と定義している。本研究においては、「権威」は権力格差の程度が高く、「平等」はその程度が低い状態として用いることとする。日本・中国は「権威」の傾向が強く、米国は「平等」の傾向が強い。

#### ②「個人 / 集団」: Individualism vs. Collectivism (IDV)

本研究での「個人」は、G. Hofstede の定義における「個人主義」、すなわち「個人と個人の結びつきは緩やかで、人はそれぞれ自分自身と肉親の面倒を見れば良い」とする考え方を表し、「集団」は、同様に「集団主義」、すなわち「人は生まれた時から、メンバー同志の結びつきの強い内集団に統合されており、内集団に忠誠を誓う限り、人はその集団から生涯にわたって保護される」とする考え方として用いている。日本・中国は「集団」的傾向が強く、米国は「個人」の傾向が強い。

#### ③「競争 / 協調」: Masculinity vs. Femininity (MAS)

G. Hofstede は、「感情面での性別役割が明確に区分されており、男性は自己主張が強く逞しく物質的成功を目指すものであり、女性は謙虚で優しく生活の質に関心を払うものである」とする考え方を「男性らしさ」として定義しており、これとは逆の「感情面での性別役割が男女で重なりあっており、男性も女性も謙虚で優しく生活の質に関心を払うものである」とする考え方を「女性らしさ」として定義している。また、男らしさ・女性らしさの特徴の事例として各々「出世・野心」「謙虚・気遣い」などが指摘されている。本研究においては、これらの特徴を踏まえ、無用の誤解を避ける観点などから、敢えて「男性らしさ」を「競争」、「女性らしさ」を「協調」という表現を用いて表すこととした。日本・米国・中国はともに「競争」の傾向が強い国に分類される。

#### ④「安定 / リスク」: Uncertainty Avoidance Index (UAI)

G. Hofstede は、「ある文化の成員が曖昧な状況や未知の将来に対して脅威を感じる程度」を「不確実性の回避」と定義している。本研究においては、「安定」は不確実性の回避の程度が強く、「リスク」はその程度が弱い状態として用いることとする。日本は「安定」的傾向が強く、米国・中国は「リスク」の傾向が強い。

#### ⑤「長期 / 短期」: Long Term Orientation vs. Short Term Normative Orientation (LTO)

「長期」は、G. Hofstede の定義における「長期志向」、すなわち「将来の報酬を志向する徳、なかでも忍耐と儉約を促す」考え方である。「短期」は、同様に「短期志向」、すなわち「過去と現在に関する徳、なかでも伝統の尊重、面子の維持、社会的な義務の達成を促す」考え方として用いている。「長期」の特徴としては「学習、誠実、市場シェア、長期の業績」、「短期」の特徴としては「自由、独立、損益、短期の成果」などが指摘されている。日本・中国は「長期」の傾向が強く、米国は「短期」の傾向が強い。

#### ⑥「現世 / 禁欲」: Indulgence vs. Restraint (IND)

「現世」は、G. Hofstede の定義における「放縦」、す

なわち「人生を味わい楽しむことにかかわる人間の基本的かつ自然な欲求を比較的自由に満たそうとする」考え方である。「禁欲」は、同様に「抑制」、すなわち「厳しい社会規範によって欲求の充足を抑え、制限すべきである」という考え方として用いている。「現世」の特徴としては「余暇が重要、道徳的規範少ない、外向的、楽観主義」、禁欲の特徴としては「儉約が重要、道徳的規範が多い、内向的、悲観主義」が指摘されている。日本・中国は「禁欲」の性向が強く、米国は「現世」の性向が強い。

### ⑦「コンテキスト高/低」: High Context vs. Low Context

F. Trompanaars (1997) は、「感情をコントロールするのか、感情を露骨に表すのか」という観点から、前者を「感情中立主義」、後者を「感情表出主義」として分類し、自身の質問調査結果を整理し「感情を露骨に出さないパーセント」の数値を公表している。この区分は、E. T. Hall (1976) の「高コンテキスト・低コンテキスト」の文化区分、すなわち、「メッセージの解釈に当り文脈的な手がかりが非常に重視されるか、メッセージに直接表現された内容だけを重視するか」の区分に相当するものと考えられることから、本研究においては、前者を「高コンテキスト」、後者を「低コンテキスト」という用語を用いて表すこととした。例えば、日本・中国は「高コンテキスト」であり、米国は「低コンテキスト」に分類される。

### ⑧「実力/現状」: Achievement vs. Ascription

F. Trompanaars (1997) は、「実績に基づいて人々のステータスを考える傾向」を「実績主義」、これとは逆の「年齢、階層、性別、教育の程度などをステータスと結びつけて考える傾向」を「属性主義」として定義している。また、実績主義、属性主義の特徴として、各々「実力、機能、業績、説明責任」「家柄、学歴、年齢、成行き」を指摘している。本研究においては、これらの特徴を踏まえ、「実績主義」を「実力」、「属性主義」を「現状」という表現を用いて表すこととした。例えば、日本・中国は「現状」、米国は「実力」の傾向が強い国に分類される。

### ⑨「普遍/個別」: Universalism vs. particularism

F. Trompanaars (1997) は、「組織の中の人間は、標準化されたルールに従う傾向があるか、ある個別な状況の中で柔軟に対応することを好むか」のいずれかの傾向があるとして、前者を「普遍主義」、後者を「個別主義」と定義している。本研究においても、この定義に従い各々を「普遍」「個別」の用語を用いて表すことにした。日本・米国は「普遍」的傾向が強く、中国は「個別」の傾向が強い。

なお、G.Hofstede による①～⑥の社会的価値観（別表1～3において「社会的価値観①」と表示）については、60ヶ国の数値が公表されているが、F. Trompanaarsらが提起した⑦～⑨（別表1～4において「社会的価値観②」と表示）については、調査対象国がやや少ない点に留意が必要である<sup>13)</sup>。

## (3) 社会経済的要因

社会的価値観に影響する社会経済的要因の候補については、先行研究の蓄積に乏しいことから、本研究において次の4つの観点から独自に計56個の要因を選定した。データの出典、時期、意味、単位、および実データ等の詳細については、別表1を参照。

①自然条件 計3項目 : 年間最高気温、同最低気温、年間降雨量

②人種宗教 計13項目 : (人種)<sup>14)</sup> モンゴロイド、アングロサクソン、ラテン、アラブペルシャ、スラブ、ゲルマン 計6項目 (宗教)<sup>15)</sup> キリスト教(3区分)、ユダヤ教、ヒンズー教、イスラム教、仏教等(道教、儒教を含む) 計7項目

③政治<sup>16)</sup> 計9項目 : 自由主義国、社会主義国、立憲君主国、軍事政権国、旧植民地(3区分)、報道規制指数、腐敗清廉度指数

④社会経済 計31項目 (経済) GDP、同成長率、1人当たりGDP、OECD加盟国、就業者の1次産業比率、1人当たり米生産量、1人当り社会保障給付額、正規労働者の解雇規制、契約執行の確実度など、計15項目 (社会) 人口、人口密度、平均寿命、高齢者比率、都市人口比率、大学進学率、家計所得格差、絶対貧困率、女性議員比率、最大民族構成比など、計16項目

## (4) 分析手法

以上の(1)～(3)のデータに基づいて、下記の3段階の手順により分析を行った。

①基礎データの収集整理等: 社会的価値観(9項目)、社会経済的要因(56項目)の計65項目について、基礎データを収集整理し、次の要因抽出作業に向け2つの視点から分析を行った。第一に、これら計65項目に関する単相関係数を算定し、社会的価値観と社会経済的要因間の相関の強弱について一次的な情報を取得(別表2)。第二に、計65項目全てについて国毎の「偏差値」<sup>17)</sup>を算定し当該国における「社会的価値観」が全44ヶ国の平均値と比較してどの様な特徴を有す

るか、また、同様に「社会経済的要因」においてもどの項目がどのような特徴を有するかを分析した（別表 3）。これによって、例えば、メキシコは、「社会的価値観」の点では「集団」「短期」「現世」の項目で強い傾向を有すること、「社会経済的要因」の点では「ラテン系」「軍事政権」「旧植民地（スペイン）」「低大学進学率」の点に特徴があることなど、分析対象全 44 ヶ国の特徴を簡易に定量的に確認できるようになった。この様にして明らかにした国別の様々な特徴のうち、どの社会経済的要因がどの社会的価値観と強く結びつき当該国の社会的価値観の特徴の背景となっているかを、次の作業で分析することになる。

②社会的価値観に影響する社会経済的要因の抽出： 社会的価値観（9 項目）の各項目毎に、同数値を被説明変数として、社会経済的要因の候補（56 項目）を説明変数とする重回帰分析を実施し、次の条件を全て満たす有意な社会経済的要因を抽出した。要因の抽出にあたっては、説明変数の取捨採択作業手順に次に示す様な一定のルールを設け、ステップワイズ法を適用し抽出を行っている。

（抽出条件）

- ・被説明変数と当該説明変数の単相関係数（ $R$ ）の正負の符号と、当該説明変数の偏回帰係数の正負の符号が一致すること。
- ・当該説明変数の  $P$  値が概ね 0.05 以下（片側 5% 棄却域）であること<sup>18)</sup>。かつ説明変数全体の  $F$  値が「右側 5% 棄却域」の条件を満たすこと。
- ・被説明変数と全説明変数の自由度調整後決定係数（ $R^2$ ）が、0.5 以上であり、当該説明変数の追加によって、上記自由度調整後決定係数（ $R^2$ ）が高まること。
- ・当該説明変数と他の説明変数の相関係数（ $R$ ）の絶対値が 0.6 未満であり、かつダービンワトソン比が 1.8 ~ 2.2 の間の値となること。
- ・追加した説明変数が多重共線性を有する説明変数の場合は、上記自由度調整後決定係数（ $R^2$ ）が大きい方の説明変数を採択し、他方を除外する。

（説明変数の取捨採択作業順序）

- ・説明変数の 4 区分に基づいて、「自然条件→人種宗教→政治→社会経済」の区分順に実施。
- ・同一区分内においては、事前に定めた順序（例 降雨量→最高気温→最低気温→平均気温）により実施。
- ・上記作業が一巡したのち、再度、一度除外した説明変数全体について、もう一度一個ずつ個別に説明変数として追加し有意性を確認、前述の抽出条

件を満たす場合は説明変数として追加。

③国別の社会的価値観の総合的要因分析のための「分析ツール」の構築作業： ②の結果を踏まえて、各国の社会的価値観の特徴が、どのような社会経済的要因と相関しているのかについて、総合的な分析を行うためのフレームワークを構築。さらに、その様な分析作業が、特定国毎にエクセル上で簡易に行えるようにするための「分析ツール」を開発した。同分析ツールの具体的な内容は、次の通りである。

- ・9 個の「社会的価値観」各々について、分析対象国（最大 15 ヶ国指定可）が、全 44 ヶ国の中でどのような「位置」にあるかをグラフ上で簡易に、かつ視覚的に分かり易く表示すること（別表 4）。
- ・9 個の「社会的価値観」、56 個の「社会経済的要因」の計 66 項目全てについて、任意に指定した 2 項目間の相関関係をグラフ（散布図）により簡易に表示すること（別表 5）。
- ・全 44 ヶ国の中から任意の 1 ヶ国を選定し、当該国の「社会的価値観」の特徴と、抽出された「社会経済的要因」の特徴を、44 ヶ国の平均値や類似国等と比較しつつ定量的に分析し、その結果を相関の強さと方向性を示す「○、△」等の記号、および棒グラフにて視覚的に明示すること（別表 6）。

<以下次号に続く>

#### 注

- 1) 本論文においては、「ビジネス文化」を「ある人間集団が共通して有するビジネス活動における文化的側面（基本的な考え方・行動パターン）」として用いている。文化の定義としては、A.L. Kroeber (1952) の「人間集団が取得した行動の明示的、暗黙的なパターンから構成され、・・・、伝統的な考えとそれに付帯した価値観によって構成される」ものとする考え方が有名である。これを踏まえて、G.Hofstede (1980,p25) は「ある人間集団の成員を、他の人間集団の成員から区別することのできる人間心理の集合的プログラム（メンタルソフトウェア）」と定義している。
- 2) 2011 年末の中国への日系企業進出数は、22,790 社（2012 年中国貿易外経統計年鑑）に達している（JETRO ホームページ）
- 3) G.Hofstede (2010、第 1 章) は、国家や社会集団の相違の源泉を「歴史、アイデンティティ、価値観、制度」の 4 つに整理し、「ある国の価値観は、アイデンティティの違いよりも、その国の制度（規制、法、組織等）が持つ仕組みや機能にかかわっている」こと

を指摘し、「文化と制度との関係が導く重要な結果は、我々は単に外国の制度を輸入するだけでは、ある国の人々が考え、感じ、また行動する方法を変えることはできない」ことを認識することが重要であるとしている。また、馬越恵美子（2010, p27-42）は、日本企業の特徴としてエスノセントリック性（自国文化中心主義）を指摘した上で、「現在日本企業はグローバル化するに伴い、異質の文化と接して、これまでに経験しなかった様な多くの難題に直面している」とし、グローバル展開する日本企業においては「異文化シナジー創出の視点から国際経営の革新に取り組むこと」が喫緊の課題となっているとしている。

4) G.Hofstede (2010、第1章) は、文化に関する「玉ねぎ型モデル」を提唱し、文化の相違の根底には暗黙的で変化し難い「価値観」（ある状態が他の状態より好ましいと思う傾向）の違いが存在することを重視し、文化の国際比較を行うにあたり価値観に焦点を当てることの重要性を指摘している。

さらに、G.Hofstede (2010、第1章) では、国民国家成立の歴史的経緯や多民族国家の存在も踏まえつつ、「国、地域・民族・宗教・言語、性別、世代、社会階級、組織・部署・企業」の各集団毎に重層的に異なる文化（国民文化）が形成されているとし、地域や民族集団等の差による文化の違いを研究する場合には、「国家という枠組みこそが、人々に共通するメンタル・プログラム（文化）のかなりの部分を規定する源」となっており、「現在のところ、国を単位として比較することがもっとも現実的なやり方である」としている。また、国家を単位とする文化の分析のメリットとして、議論上の簡便性、分析のための統計データ収集の容易性、国家間の実践的協力促進などをあげている。

5) G. Hofstede (2001) においては、これら7つの項目と社会的価値観との間の相関分析に加えて、社会的価値観自体の妥当性検証を目的として、類似価値観調査の結果との相関分析が行われている。その結果、類似する価値観調査における質問項目及び統計項目計426個が、G. Hofstede の提唱する4つの社会的価値観と有意な相関を有していることが確認されている。しかし、これらの分析は、G. Hofstede が提示した4つの社会的価値観自体の妥当性を検証するための作業に留まっており、社会的価値観を規定する社会経済的要因を抽出するには至っていない。

6) G. Hofstede の IBM 調査との関係については、M. Kotabe (2008) 邦訳 p87 参照。9つの社会的価値観の背景となっている要因の分析については、次のような4つの説明変数毎に単回帰分析等が行われているこ

と、①～④の項目に関する分析が個別に行われており説明変数全体を総合した整理分析が必ずしも十分には示されていない点が特徴となっている。

①気候：砂漠、大陸、海洋性、サバンナ、熱帯、亜熱帯多湿、地中海性の計7区分

②地域：欧米（アングロ、ラテン、ノルディック、ゲルマン、東欧）、中南米、アフリカ（サハラ、中東）、アジア（南アジア、儒教国）の計4区分10地域

③社会経済：次の様な4つの説明変数毎に2段階単回帰分析を適用。なお、1次回帰変数計86項目のうち35項目は国連、世銀等の統計データや総合指標を利用しているが、残51項目は世界価値観調査（WVS）の質問項目の集計結果を利用している点に留意が必要である。

< 2次回帰変数 > < 1次回帰変数 >

：経済（Economic Health）

＝ 富裕度、生産性、政府部門関与、競争政策、競争力指数の計4区分20項目

：科学技術（Success in Science and Technology）

＝ 応用科学、基礎科学の2区分計8項目

：人的資源（Human Condition）

＝ 社会健全度、健康、平均寿命、満足度、心的健康度、人間開発指標の計6区分19項目

：社会状況（Social Attitudes）

＝ 家族友人関係、仕事、政治思想、宗教、ジェンダーの計5区分39項目

④経済的富（National Wealth）：1人当たりGDP 1項目

7) R. F. Inglehart (2005) pp200

8) R. F. Inglehart (2005) pp149-151, pp196-199. 「自己表現/生存」との相関分析が行われている総合指標は、次の3つである。「国連人間開発度指標」、「社会進歩度指数」（R. Esters (1998)）、「社会経済資源指数」（T. Vanhanen (1997)）

9) 「宗教」と社会的価値観に関連する相関分析としては、真鍋一史 (2012) がある。また、「組織文化」「経営者の掲げる財務目標」と社会的価値観に関する相関分析としては、G. Hofstede (2010) pp320-pp327, pp352-358 (邦訳 p299-p304, p332-p338) がある。

10) 静岡県経済産業部が毎年実施している県内企業海外展開状況調査報告書によると、県内に本社を置く企業による海外事業所（含現地法人）の国別設置状況は、次の通りである（2014年4月1日時点）。

（1位）中国415ヶ所、（2位）タイ182ヶ所、（3位）アメリカ118ヶ所、（4位）インドネシア103ヶ所（5位）ベトナム69ヶ所、（6位）インド48ヶ所、（7位）台湾36ヶ所 他（総計）1,250ヶ所



11) 具体的には、次のデータを基に作成。なお、①～⑥の G.Hofstede の数値は、IBM 調査により収集したデータを、性別、職種等の条件が各国で同一となるよう配慮し上で、主成分分析等の統計的処理を適用し科学的に抽出作成されたものである。他方、F. Trompenaars の数値は、同氏のアンケート調査における関連質問事項の回答をそのまま国別に単純集計したものであり、厳密な統計処理は必ずしも十分に行われていない点で留意が必要である。各社会的価値観の定義、出典等は、次の通りである。

①～⑥の価値観：G.Hofstede Web. Site "Hofstede Centre" 2015/06/14 時点掲載データ；

<http://www.geerthofstede.nl/research--vsm>

⑦「コンテキスト高/低」：F.Trompenaars (1997) pp71「仕事に関し感情をあからさまに表さない」を選択した者の割合

⑧「実力/現状」：F.Trompenaars (1997) pp108「何かを達成することの方が、自分に合った活動をするより大切」を選択した者の割合

⑨「普遍/個別」：F.Trompenaars (1997) pp35「味が悪いならば親友のレストランでも真実の記事を書く」を選択した者の割合

12) 次の算式により算定：

本研究における社会的価値観の数値 = (原数値 - 50) × 2

13) ⑦「コンテキスト高/低」は 35 ヶ国、⑧「実力/現状」は 33 ヶ国、「普遍/個別」については、24 ヶ国となっている。

14) 人種・民族の分類は多様であるが、本研究においては下記に示した様に、形態人類学の観点から「モンゴロイド」と「非モンゴロイド」に大きく対象国を 2 分した上で、「非モンゴロイド」については、言語学の視点、および国毎の関連データの利用可能性などを踏まえてさらに 4 つに細分し、計 5 つの区分を設定した。なお、非モンゴロイドのうち、インド、トルコ、ハンガリー、イランは同類の言語グループが少ないことから分類対象外とした。

モンゴロイド：日本、中国、韓国など東南アジア諸国 計 11 ヶ国

非モンゴロイド：次の 5 区分計 33 ヶ国

「アングロサクソン」：英語を公用語とするゲルマン語派の国（米、英、カナダ他 計 5 ヶ国）

「ゲルマン系」：上記を除くゲルマン語派を公用語とする国（独、蘭、デンマーク他 計 6 ヶ国）

「ラテン」：イタリック語派を公用語とする国（伊、仏、スペイン、ポルトガル他、計 9 ヶ国）

「アラブペルシャ」：セム語派・エジプト語派を公用

語とする国（エジプト、サウジアラビア、イラク、イスラエル、クウェートの計 5 ヶ国）

「スラブ」：スラブ語派を公用語とする国（ロシア、ウクライナ、チェコ、ポーランドの計 4 ヶ国）

なお、非モンゴロイドを 5 つに区分するための具体的作業にあたっては、「CIA, World Factbook」の当該国データのうち「People and Society」の「Ethnic Groups」「Language」の数値に基づき、最大の Ethnic Group、または Language Group に該当する区分を採用した。

15) キリスト教は、本研究においては次の 3 区分とした。

キリスト教（カソリック）：ローマカソリック教会、東方典礼カソリック教会

キリスト教（カ+東方）：上記、および、ギリシャ正教、ロシア正教

キリスト教（プロテスタント）：プロテスタント、アナバプティスト、聖公会、英国国教会

16) 自由主義国：現時点で自由主義体制を採用している国。中国は非自由主義国とした。

社会主義国：現在および過去において社会主義体制であった国。中国、ロシア、東欧諸国など、計 12 ヶ国。

立憲君主国：現在立憲君主制を採用している国。日本、イギリス、タイなど 12 ヶ国。

軍事政権国：現在および過去一定期間（1800 年以降、20 年以上）に亘り軍事政権が支配していた国。日本、中国のほか、伊、スペイン、エジプト、イラクなど、計 12 ヶ国。

旧植民地（英米蘭）：英、米、蘭の旧植民地。インド、ベトナム、フィリピンなど、計 11 ヶ国。日本も含む（第 2 次世界大戦後、米国による占領と政治経済改革が実行されたことを勘案）。

旧植民地（スペイン等）：スペイン、ポルトガルの旧植民地。マレーシア、ブラジル等、計 6 ヶ国。

旧植民地（仏スペイン等）：上記のほか、仏の旧植民地（ベトナム）をカウント。計 7 ヶ国。

17) 次の式により算定：

偏差値 = {10 × (原数値 - 平均値) ÷ 標準偏差} + 50

18) 通常、棄却域の基準値は両側計 1%、ないしは両側計 5%とするのが一般的であるが、本研究においては、社会的価値観と相関する可能性のある社会経済的要因を幅広く抽出することを目的として、棄却域の基準値を両側計 10%（片側 5%）として設定した。

## 参考文献

- Binnendijk H., *National Negotiating Styles*, Washington DC, United States Government Printing, 1987 (橋本光憲監修・神奈川大学経営学部教師グループ訳『米国の国際交渉戦略』中央経済社 1995年)
- Cal M. (蔡明哲), 「中国における日系企業の人材マネジメントと日中従業員の評価観比較」『産業・社会・人間』(9) 2007 Spring, pp3-12, 羽衣国際大学 2007
- Esters R., " Trends in World Social Development, 1970-1995: Development Challenges for a New Century" , *Journal of Developing Societies* 14: 11-39 (1998)
- Ferraro G., *Cultural Dimension of International Business, 5th ed.*, Upper Saddle River N. J., Prentice Hall, 2005  
\* 「1st ed. 1990」については、江夏健一・太田正孝監訳 国際ビジネス研究センター訳『異文化マネジメントー国際ビジネスと文化人類学』同文館 1997年が有る
- Hofstede G., *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Beverly Hills CA: Sage Publications, 1980 (萬成博・安藤文四郎監訳『経営文化の国際比較』産業能率大学出版部 1984年)
- Hofstede G., 吹野卓訳 関西学院大学講演録「儒教と経済成長」『関西学院大学社会学部紀要』56 1988, pp15-27
- Hofstede G., *Culture's consequences : comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*, 2nd ed, Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 2001
- Hofstede G., Hofstede J. G. & Minkov M., *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, 3rd ed., New York: McGraw-Hill, 2010 (岩井八郎・岩井紀子訳『多文化世界 (原書第3版) 違いを学び未来への道を探る』有斐閣 2013年)
- Hall E.T., (1976), *Beyond Culture*, New York , Anchor Books, 1976 (安西徹雄訳『文化を超えて』研究社出版 2003年)
- House R. J., Hanges P. J., Javidan M., Dorfman P.W., Gupta V., *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies 1st Edition*, Thousand Oaks, CA, SAGE Publications, 2004
- Inglehart R. F., *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*, Princeton, N.J. , Princeton University Press, 1997
- Inglehart R. F., Welzel C., *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*, Cambridge New York, Cambridge University Press, 2005
- Inglehart R., Norris P. (ed.), *Cosmopolitan Communications: Cultural Diversity in a Globalized World (Communication, Society and Politics)*, Cambridge New York, Cambridge University Press, 2009
- Kotabe M., Helken K., *Global Marketing Management 4th Edition*, New Jersey, J. Wiley & Sons, 2008 (栗木契監訳『国際マーケティング』碩学舎 2010 p80-90)
- Kroeber A. L., Kluckhohn C., *Culture: a critical review of concepts and definitions.*, Cambridge MA, Harvard University Press , 1952 p181
- Moran R.T., Stripp W.G., *Dynamics of Successful International Business Negotiations – Managing Cultural Differences Series for International Business Development*, Huston Texas, Gulf Professional Publishing, 1991 (電通異文化間コミュニケーション研究会訳『国際ビジネス交渉術』勁草書房 1994年)
- Morrison T., Conaway W. A., Borden G.A., *Kiss, Bow, or Shake Hands: The Bestselling Guide to Doing Business in More Than 60 Countries 2<sup>nd</sup> ed.*, Holbrook M.A., Adams Media Corp , 2006
- Morrison T., Conaway W. A., Borden G.A., *Kiss, Bow, or Shake Hands: How to Do Business in Sixty Countries*, Holbrook M.A., Adams Media Corp , 1995 (幾島幸子訳『世界比較文化事典』マクミランランゲジハウス 1999年)
- Trompenaars F., Hampden-Turner C., *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business 3rd ed.*, Pennsylvania plaza N.Y., McGraw-Hill Education, 2012
- Trompenaars F., Hampden-Turner C., *Managing People Across Cultures*, Capstone Publishing Ltd., a Wiley company, 2004 (古屋紀人監訳 木下瑞穂訳 西山淑子翻訳協力『異文化間のグローバル人材戦略: 多様なグローバル人材の効果的マネジメント』白桃書房 2013年)
- Trompenaars F. & Woolliams P., *Business Across Cultures*, 1<sup>st</sup> ed., Capstone Publishing 1st ed., Mankato Minnesota, Capstone Publishing Ltd., a

- Wiley company, 2003（古屋紀人監訳 木下瑞穂翻訳 協力『異文化間のビジネス戦略—多様性のビジネスマネジメント』白桃書房 2005年）
- Trompenaars F., Hampden-Turner C., *Riding The Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business 2nd ed.*, London, Nicholas Brearely Publishing Ltd., 1997（須貝栄訳『異文化の波—グローバル社会：多様性の理解』白桃書房 2001年）
- Trompenaars F., Peter B.S., Shaun D., “National culture and the values of organizational employees: A dimensional analysis across 43 nations”, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, March 1996 vol. 27no. 2 pp231-264
- Trompenaars F., *Riding the waves of culture : understanding cultural diversity in business*, Economist Books, 1993
- Vanhanen T. (ed.), *Prospects of Democracy: A study of 172 countries*, London, Routledge, 1997
- Wang Y., Zhang X. S., Goodfellow R., *Business Culture in China*, Reed Academic Publication Asia（代田郁保監訳・田中一博・カクギョウトン訳『中国のビジネス文化』出版研 2001年）
- 安積敏政『実態調査でみた中堅・中小企業のアジア進出戦略「光と陰」』日刊工業新聞 2014年
- 岩井紀子・埴淵知哉・大阪商業大学 JGSS 研究センター編『データで見る東アジアの健康と社会—東アジア社会調査による日韓中台の比較〈3〉』ナカニシヤ出版 2013
- 岩井紀子・上田光明・大阪商業大学 JGSS 研究センター編『データで見る東アジアの文化と価値観—東アジア社会調査による日韓中台の比較〈2〉』ナカニシヤ出版 2012
- 岩井紀子・保田時男編『データで見る東アジアの家族観—東アジア社会調査による日韓中台の比較』ナカニシヤ出版 2009
- 内山隆『国際社会とビジネス文化』学文社 1997年
- 筧武雄「日中ビジネスのカルチャーギャップ」(5回シリーズ)『アジア・マーケットレビュー』2006.09.15, pp30-31, 重化学工業通信社 2016 他
- 片野優・須貝典子『ニュースでわかるヨーロッパ各国気質』草思社 2014年
- 造事務所編著『アジア 45カ国の国民性』PHP 研究所 2015年
- 電通総研編『世界主要国価値観データブック』同友館 2008年
- 電通総研・日本リサーチセンター編『世界 60カ国 価値観データブック』同友館 2004年
- 博学こだわり倶楽部編『国民性の違いがはっきるわかる本』河出書房新聞 2011年
- 橋爪大三郎『世界がわかる 宗教社会学入門』筑摩書房 2006年
- 馬越恵美子・桑名義晴編著・異文化経営協会著『異文化経営の世界—その理論と実践』白桃書房 2013年
- 馬越恵美子『ダイバーシティ・マネジメントと異文化経営』新評論 2011年
- 馬越恵美子『異文化経営論の展開』学文社 2000年
- 真鍋一史「アジアにおける宗教意識と伝統的な価値観—国際比較調査のデータ分析」『青山総合文化政策学』4(2) 通巻 (5), pp326-345, 青山学院大学 2012
- 村上重良『世界宗教事典』講談社 2000年
- 吉村章『すぐに役立つ中国人とうまくつきあう実践テクニック』総合法令出版 2010年 第1章
- 吉野諒三・芝井清久・二階堂晃祐 編『アジア・太平洋価値観国際比較調査—文化多様体の統計科学的解析—総合報告書』統計数理研究所 2015年
- 吉野諒三『環太平洋価値観国際比較調査—東アジア周辺諸国の信頼感の統計科学的解説—総合報告書』統計数理研究所 2010年
- 吉野諒三『東アジア価値観国際比較調査—東アジアの信頼感の統計科学的解説—総合報告書』統計数理研究所 2008年

別表1 「社会的価値観」と「社会経済的要因」の定義、およびデータ出典

社会的価値観	日本		中国		アメリカ		データ		単位	時期/期間	出典/出所	定義等
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧				
社会的価値観① (Hofstede)	X1	8	60	28	40	-20	82	44	指数(MAX=100)			
	X2	-8	-60	-60	82	-40	44					
	X3	90	32	-32	-20	24	38	44				
	X4	84	-40	-28	-40	-8	64	44				
	X5	76	74	-36	14	-48	-52	43				
	X6	-16	-52	-10	-30	-36	94	43				
	X7	22	-18	*	38	-36	30					
	X8	48	10	-24	-18	-18	35					
	X9	-48	-44	-30	*	-38	33					
	X10	10	0	*	32	18	24					
社会的価値観② (Hofstede)	X11	1,920	534	1,653	1,607	1,145	1,190	44	mm/年			
	X12	27	27	31	29	25	19	44	° C			
	X13	5.0	△ 3.1	26.6	17.0	10	14.0	44				
	X14	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	44.0	該当=1非該当=0			
	X15	0	0	0	0	0	0	1	44			
	X16	0	0	0	0	0	0	1	44			
	X17	0	0	0	0	0	0	1	44			
	X18	0	0	0	0	0	0	1	44			
	X19	1	1	1	1	1	1	0	44			
	X20	2	5	0	6	24	83	44	人口比率%			
③政治	X21	キリスト教(カトリック)	2	5	0	6	24	83	44			
	X22	キリスト教(正統派)	2	5	0	6	24	83	44			
	X23	キリスト教(プロテスタント)	1	0	0	1	51	8	44			
	X24	ユダヤ教	0	0	0	0	2	44				
	X25	イスラム教	0	2	5	-	1	0	41			
	X26	ヒンズー教	0	0	0	0	0	44				
	X27	仏教(含道教)	67	40	94	47	1	1	42			
	X28	自由主義(旧)	1	0	1	1	1	1	44	該当=1非該当=0		
	X29	社会主義(旧)	0	1	0	1	0	0	44			
	X30	軍事政権(旧)	1	1	1	1	0	1	44			
④経済	X31	旧植民地(米英露)	1	0	0	1	0	1	44			
	X32	旧植民地(スペイン等)	0	0	0	0	1	44				
	X33	旧植民地(仏スベリ等)	0	0	0	1	0	1	44			
	X34	旧植民地(露独)	25	86	75	86	22	63	44	指数(MAX=100)		
	X35	腐敗指数(高/低)	8	4	4	3	7	4	44	指数(MAX=10)		
	X36	GDP(2013年)	4,920	9,240	387	171	16,788	1,281	44	10億\$		
	X37	GDP成長率	7	15	13	10	7	9	44	%/年		
	X38	1人当たりGDP	36,320	7,589	0	2,630	54,957	10,715	44	\$/人		
	X39	OECD加盟国	1	0	0	0	1	1	44	該当=1非該当=0		
	X40	人間開発指数	1	0	0	1	1	1	43	指数(MAX=1)		
社会経済的要因	X41	幸福度	6	5	6	5	7	7	44	指数(MAX=10)		
	X42	1次産業就業率	4	35	40	47	2	13	41	%		
	X43	米生産	84.6	147.0	538.2	480.4	28.9	1.5	44	t/人		
	X44	自動車生産	6.4	88.0	0.0	*	181.1	27.4	38			
	X45	自動車普及率	602.6	91.4	207.8	21.3	789.6	285.0	44	台/千人		
	X46	会社設立密度	99.0	92.0	86.0	86.0	80.0	62.0	53	指数(MAX=100)		
	X47	契約執行密度	70	68	70	66	67	65	44			
	X48	破産処理の容易性(高/低)	94	55	59	41	90	73	44	%		
	X49	正統派労働者の解雇頻度(高/低)	2	3	*	*	0	2	31	指数(0-6)		
	X50	社会保険給付額	8,214	*	*	*	9,528	1,280	24	\$/人年		
社会経済的要因	X51	人口	127,144	1,385,967	67,011	91,680	320,051	122,332	44	千人		
	X52	人口密度	349	145	131	289	35	63	44	人/km <sup>2</sup>		
	X53	平均寿命	83.1	75.2	74.2	75.6	78.7	77.1	44	才		
	X54	高齢人口比率	23	8	10	7	14	6	44	%		
	X55	平均労働力	2	3	5	4	3	4	32	人		
	X56	犯罪率(殺人)	0	1	5	3	5	22	44	人口10万人当たり殺人		
	X57	都市人口比率	92	53	48	32	81	79	43	%		
	X58	家計所得の格差(高/低)	38	47	39	38	45	48	41	GINI係数		
	X59	絶対貧困率(高/低)	16	*	*	*	17	20	25	%		
	X60	絶対貧困率	*	19	4	12	*	4	21	%		
社会経済的要因	X61	大学進学率	52	18	*	*	71	34	28	%		
	X62	男女平等意識(高/低)	68	68	70	69	75	69	41	指数(MAX=100)		
	X63	就業者女性割合	43	*	45	*	48	40	40	%		
	X64	女性議員比率	10	24	6	24	19	38	42	%		
	X65	移民人口比率	2	0	2	*	13	1	39	%		
	X66	最大民族構成比	99	92	96	86	80	62	38	%		

(注) \* : 該当データ無し



別表3 国別の特性比較（各変数の平均値からの乖離度）

Table with columns for countries (Japan, China, Taiwan, etc.) and variables (Social, Economic, etc.). Each cell contains a value representing the deviation from the average, with symbols like (O), (A), (Δ), (\*), and (△) indicating the direction and magnitude of deviation.

(注1) \* : 当該国の値が、偏差値 70以上、または30以下であることを示す。(O)、(A)、(Δ)は、同様に偏差値 50以上、または45以下であることを示す。

(注2) O、A、Δ : 当該国の値が、偏差値 70以上、または30以下であることを示す。(O)、(A)、(Δ)は、同様に偏差値 50以上、または45以下であることを示す。

(注3) \* : 当該国一列無し

## 別表4 分析ツール（1） 9つの社会的価値観

● 国名表示国の入力

国名
中国
日本
表示区分
1

表示  
区分

国=1、地域=0

地域
北米(2国)
1 中南米
台湾
北西欧
東欧
中東
アジア
1 計

\* 該当地域=1

● 推計値表示

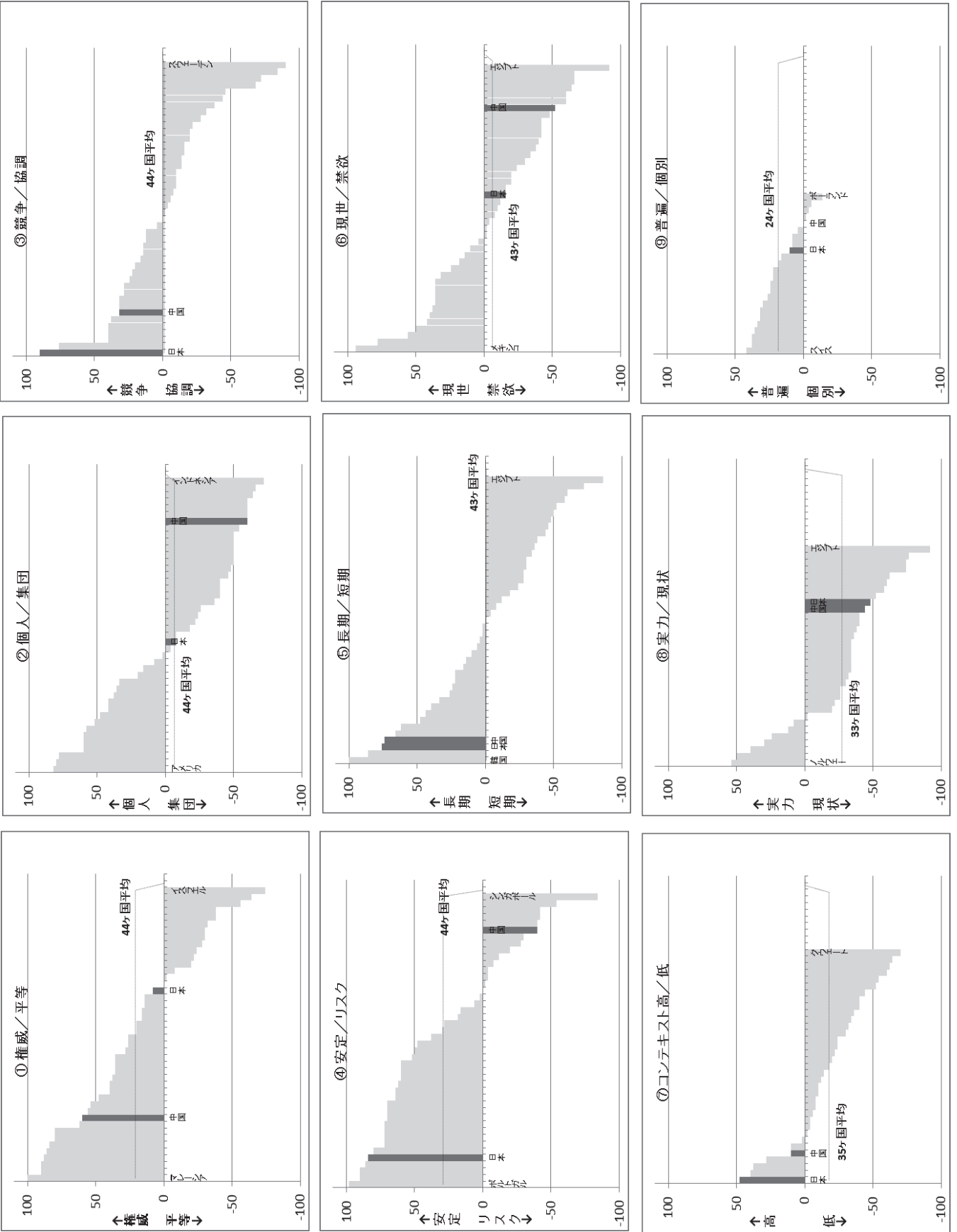
国名

● 最上位下位

表示
1 最上位
1 最下位

表示=1

(注) 赤、緑=実数値、ピンク=当方推計値



社会的価値観と社会経済的要因等との単相関分析

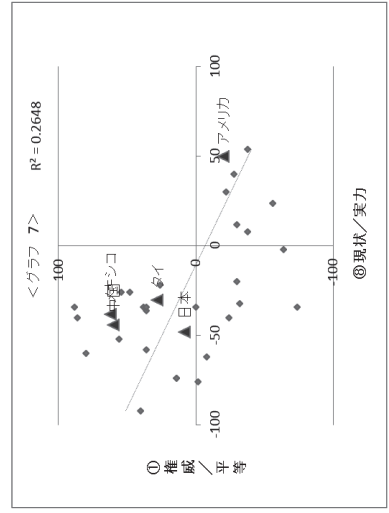
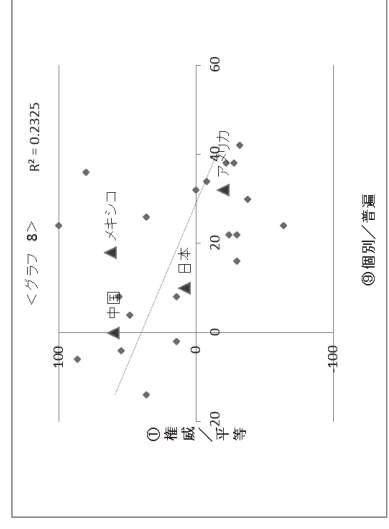
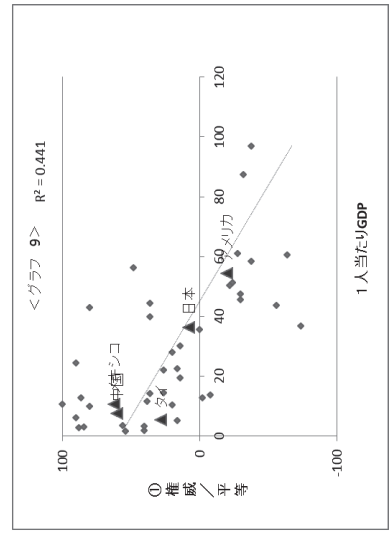
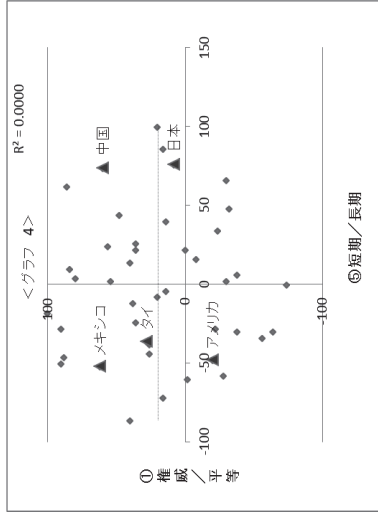
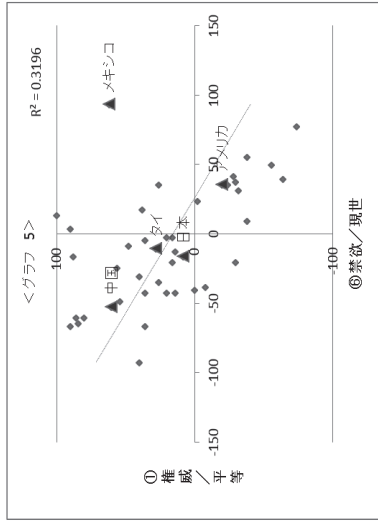
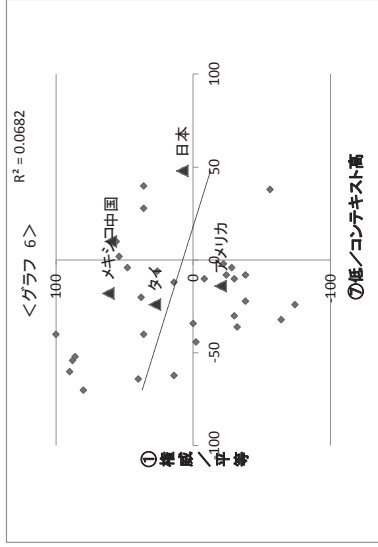
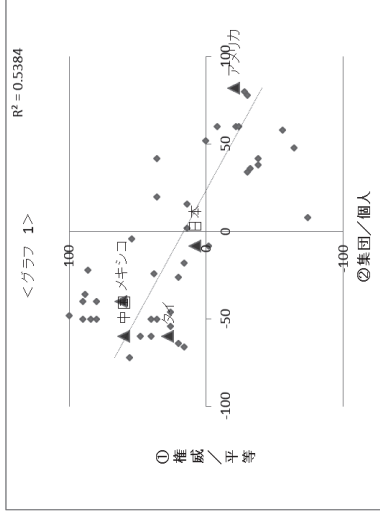
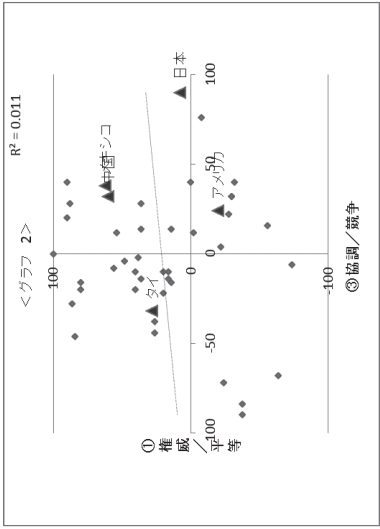
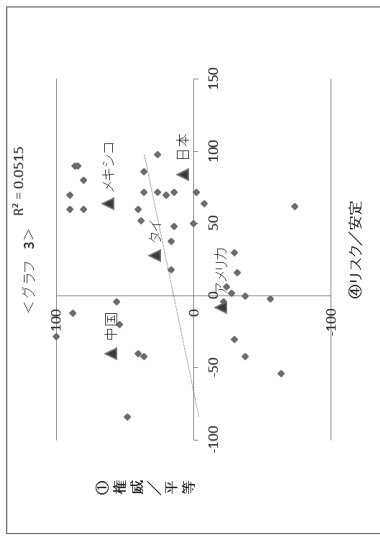
別表5 分析ツール (2)

グラフ	Y軸	X軸
1	①権威/平等	2②個人/集団
2	①権威/平等	3③競争/協調
3	①権威/平等	4④安定/リスク
4	①権威/平等	5⑤長期/短期
5	①権威/平等	6⑥現世/禁欲
6	①権威/平等	8⑧コンテキスト高/低
7	①権威/平等	9⑨豊力/現状
8	①権威/平等	10⑩普通/個別
9	①権威/平等	38①一人当たりGDP

地域	表示国名
1 北米(2国)	日本
1 中南米	アメリカ
1 欧州	中国
1 北西欧	タイ
1 東欧	メキシコ
1 中東	
1 アジア	
7 計	

\* 全ての国表示=全 1 国▲表示=1  
地域限定 = 1 を入。

\* ラベルを変更した場合は、「ラベル印刷」アドインを各グラフ毎に再実行する必要があります。  
印刷アドインは、下記よりダウンロード  
<http://www.vector.co.jp/soft/win95/bus>  
(エクセル、散布図、ラベル)  
Vector  
ラベル範囲は「分析ツールデータ②」の「G23-G74」である。



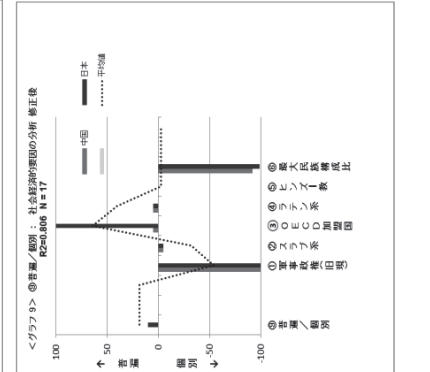
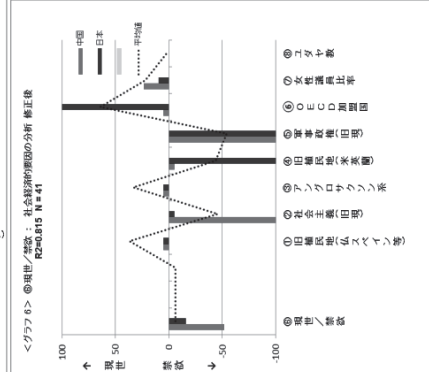
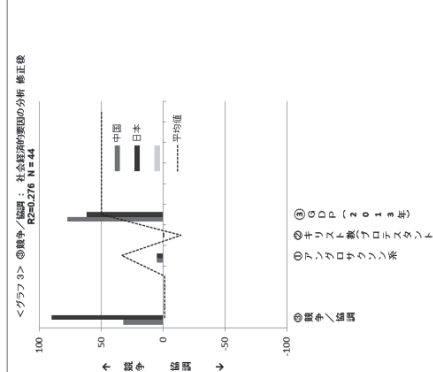
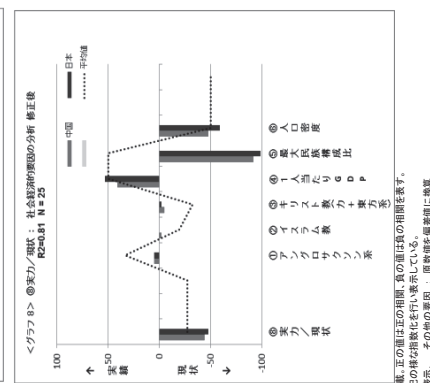
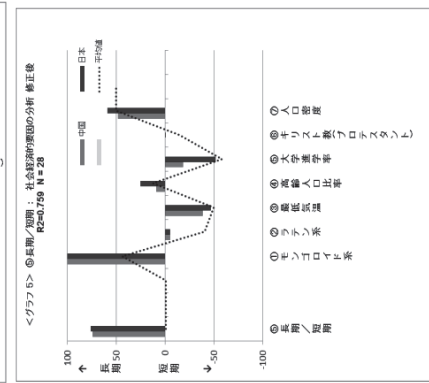
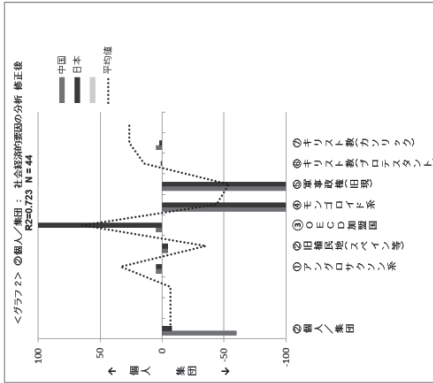
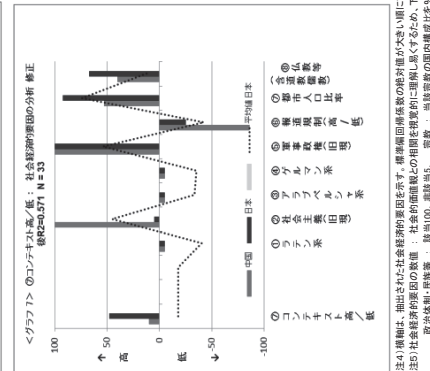
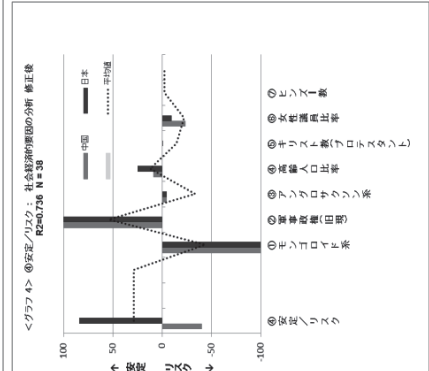
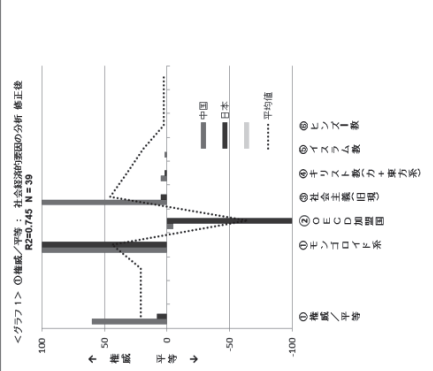
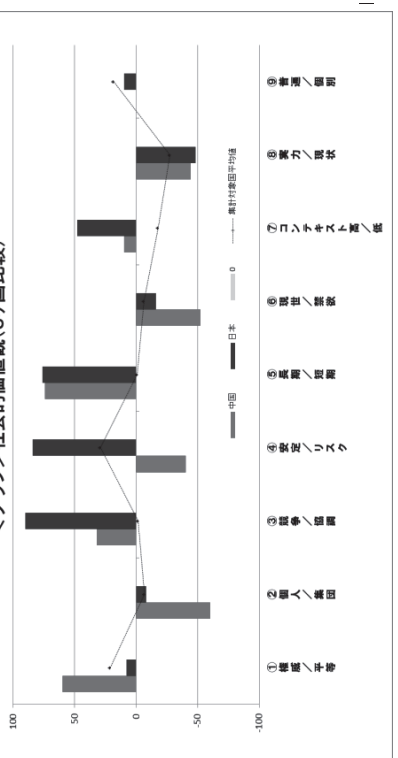


別表6 分析ツール(3) 国別の特性分析 (中国)

社会的価値観	中国社会		日本		中国		国別の特性分析	
	①権威/平等	②個人/集団	③競争/協同	④実力/現状	⑤長期/短期	⑥現出/潜在	⑦人口密度	⑧宗教
中国社会	60	-60	32	-40	74	-52	10	-44
日本	8	-8	90	84	76	-16	48	-48
中国	(O)	(O)	(O)	(O)	(O)	(O)	(O)	(O)
日本	(O)	(O)	(O)	(O)	(O)	(O)	(O)	(O)

社会経済的要因	中国社会		日本		中国		国別の特性分析	
	①権威/平等	②個人/集団	③競争/協同	④実力/現状	⑤長期/短期	⑥現出/潜在	⑦人口密度	⑧宗教
①自然気候	8	Δ	3	Δ				
②人種	0	0	0	0				
③政治	0	0	0	0				
④経済	26	5	Δ	Δ	0	0		
⑤人口	32	5	Δ	Δ				
⑥宗教	14	0	Δ	Δ				
⑦人口密度	2	0						
⑧宗教	19	2	Δ	Δ				
⑨人口	13	40	(O)	(O)				
⑩政治	0.3	1	O	O				
⑪人口	0.4	1	O	O				
⑫人口	0.1	0						
⑬人口	0.2	0						
⑭人口	42	86	(O)	(O)				
⑮人口	1531	9,240	O	O				
⑯人口	29	8						
⑰人口	1	0						
⑱人口	181	145						
⑲人口	12	9	Δ	Δ				
⑳人口	74	53	Δ	Δ				
㉑人口	58	18	(Δ)	(Δ)				
㉒人口	22	24						
㉓人口	74	92	(O)	(O)				

(注1) O, Δ: 当該国が社会的価値観と正の相関を示す。(O)は、同様に相関が強いことを示す。(Δ)は、同様に相関が弱いことを示す。  
 (注2) O, Δ: 当該国が社会的価値観と正の相関を示す。(O)は、同様に相関が強いことを示す。(Δ)は、同様に相関が弱いことを示す。  
 (注3) O, (O): 当該国が社会的価値観と正の相関を示す。(O)は、同様に相関が強いことを示す。(Δ)は、同様に相関が弱いことを示す。



(注4) 横軸は、抽出された社会的価値観の相関を示す。横軸は回帰係数の絶対値が大きい順に並び、正の相関は右の相関、負の相関は左の相関を示す。  
 (注5) 社会的価値観の相関: 社会的価値観との相関を標準的に正規化したものを示す。下記の様に相関を標準化したものを示す。  
 政治体制・経済等: 100, 非標準化; 宗教: 当該宗教の国内構成比を%表示; その他の要因: 当該要因の標準化を%表示

