

# 国際ビジネスコミュニケーション学会関東支部会報

December, 2019 JBCA KANTO CHAPTER BULLETIN No. 111

## 支部長挨拶

暮れも押し詰まってまいり、会員の皆様にはお忙しいことと存じます。

新支部長として、今年3回の関東支部研究会を開催いたしました。いずれも多くのご参加をいただきまして、心よりお礼申し上げます。来年も色々企画して参りたいと思いますので、ますますのご参加のほど、よろしくお願い申し上げます。

さて、次回1月の関東支部研究会は25日(土)の午後に予定されています。

今回は、長く中国に在住の近藤先生から、日中のビジネス・文化比較について、そして東洋大学国際センターのRab Paterson先生から、プレゼンにおけるイメージ(写真など)の活用とコピーライトについてお話いただきます。Paterson先生は、AppleやGoogleのトレーナーでもあり、英語のプレゼンにおける最新の情報と技術を教えていただく予定です。(PC教室を予約しておりますが、ご自分のPCやタブレットをお使いいただくことも可能です。)

また、今回から、いよいよ支部長ミニコーナーを実施することとなりました。このコーナーは、最新の研究理論・手法やビジネス最前線についてお話いただくコーナーですが、今回は年明けにふさわしい楽しい話題を企画しております。

年始のお忙しい時期ではありますが、万障お繰り合わせの上お越しく下さいませ。そして、どうぞ皆様、いいお年をお迎え下さいませ。

JBCA 関東支部長 藤尾美佐

## 2020年1月 第111回関東支部研究会報告：研究テーマと発表内容

日程： 2020年1月25日(土)

会場： 東洋大学白山キャンパス(3号館5F 3502教室(予定)) (試験期間にあたるため、教室の確定が年明けとなります。教室変更となる場合は、3502教室の前に当日貼り紙をいたします。)

時間： 午後2時開始 午後5時20分終了予定 その後、総会&懇親会

### 1. 近藤 豊彦 (元東京経営短期大学)

題目： 『衣食足りて礼節を知る。』 中文翻译：衣食足而知礼节 (日本語意識：生活が豊かになると、人は自然に礼節を弁わきま(辨)えるようになる。)

要旨： 中国春秋時代、齊の桓公が覇者に成るべく補佐した管仲が述べ、日本でも人口に膾炙している標題の諺があるが、生活が豊かになって初めて礼節を考えるゆとりが生まれる。そしてそのゆとりから、その地域・社会独特の文化的特性が芽生え、時の経過と共に、それが押しも押されもしない価値ある伝統文化へと昇華する。

それでは、伝統文化とは一体どういうものであろうか。ここでは、現に幾年か生活し見聞きしている中国と母国である日本の両文化—特に古代中国において誕生し日本には主に遣唐使等を通してはるばる伝来した文化の一つ・「七夕」文化—の歴史の変遷を通して比較対象としたい。

中国人の考える文化と日本人の考える文化の共通点と相違点を、日中友好の観点も織り交ぜながら、更には昨年厳粛な中で執り行われた「即位の礼」の歴史的観点をも考察に入れて、論考を進めたい。

< 支部長ミニコーナー >

発表者： 坂本 柚希奈（日本製鉄株式会社）

題目： 「若手社員から見た上司とのコミュニケーション」

要旨： 日本製鉄（鉄鋼メーカー）に勤務する5年目の一般職女性社員が、これまでの経験を経て感じた、上司とのコミュニケーションにおいてモチベーションが上がった例と下がった例を紹介する。さらに、部下から上司へのアプローチについて工夫していることも報告する。

\* 発表そのものは5から10分程度の短いものを予定しておりますが、その後のQ&Aで、オフィスのコミュニケーションの問題点やボスマネジメントなどにまで話を発展させられれば幸いです。

## 2. Rab Paterson 先生（東洋大学国際教育センター BEST プログラム主任講師）

題目： Presenting for Professionals: Don't get caught out by copyright

要旨： This workshop looks at how expectations of professional presentations has changed in the modern world. Initially the session will cover some basics of presentations planning, structure, and design. Then it will move on to design in more details and look at accessibility (to ensure everyone can enjoy the presentation maximally) and also introduce the concepts of Creative Commons, Public Domain and Copyright for Educators of all levels. The easy availability and ease of downloading online multimedia information and materials is a boon for reception and consumption of information in presentations as it opens up many avenues that were not available in the pre internet period. The copyright law and ethics regarding what people can and cannot do with multimedia content after they access them is not quite so straight-forward. This presentation will ensure attendees will be able to learn how to properly use multimedia concepts and materials in an easy to understand way via the Creative Commons approach in a more hands on way by showing attendees how to find, use and reference different types of multimedia materials with different licenses properly in their presentations. Therefore attendees should bring a laptop if they do not want to use the Toyo University PC's.

## 前回支部会について

2019年9月7日(土)に行われました、第110回関東支部会の発表テーマ及び概要を報告致します。(第109回のニューズレターでお知らせした概要を再度記載しております。)

第110回の支部会では、3つの発表をいただきましたが、いずれも多くの質問をいただき、Q&Aも盛り上がりました。皆様の活発なご参加、ありがとうございました。

会場：東洋大学白山キャンパス5号館1階 5102教室

### 1. 佐野 義浩 (海外物産)

題目：「防衛装備品の海外移転は成功するか」

要旨：2014年4月1日、国家安全保障会議決定・閣議決定により、従来の武器輸出三原則にかわり、防衛装備移転三原則が政府方針として制定された。武器輸出三原則の原則は「禁輸」ですが新方針は原則「輸出を認め」その上で禁止する場合の内容や、厳格な審査を規定する内容となっている。平成31年2月、経済産業省が報告した「防衛装備の海外移転の許可の状況に関する年次報告書」によると、平成29年度に、経済産業大臣が行った防衛装備の海外移転の個別許可は1464件。しかし、その多くは政治的・外交的決定によって輸出された物であり、純粹に日本の防衛装備品企業の営業努力によって、外国に輸出が成功した例はまだない。

発表者は株式会社東芝で約30年間、メーカーの防衛営業に従事し、2018年から株式会社海外物産で防衛装備品の輸入事業開発に従事している。国内企業の防衛営業の新規事業開発の実際と、商社が代理店を務める海外メーカーの、日本の自衛隊に対する事業開発の実際を比較し、日本企業が防衛装備品の輸出事業で成功を収めるための課題を検討した。

まず国内防衛企業の防衛営業が普段どのように営業活動、マーケティング、提案、入札、契約、納入、アフターサービスを行っているかを紹介する。防衛営業は10～20年間に渡るキャリアを継続するのが一般的であり、社内よりも業界間での縦横のつながりが強いという特徴がある。このような性格の防衛営業はまだうまくグローバルマーケットに対応できていないように思う。

次に、当社が主に代理店、アドバイザを務める欧州企業の日本に対するマーケティング、提案活動の仕方を紹介し、日本企業が検討するべき強みを分析する。

防衛営業の現場の視点から見た、日本の防衛事業のグローバル化について考える。

### 2. 田中 宏昌 (明星大学)

題目：「ビジネスコミュニケーション研究におけるゲーム理論の適用の試み」

要旨：ゲーム理論は、複数の話者の間における意思決定の際の、話者たちの選択に関する問題を数学的なモデルを用いて研究するために使われてきた。ゲーム理論の適用範囲は、経済学から生物学までに及ぶ。ビジネスコミュニケーションが合理的なやり取りを基本として行われる行為であると考えた場合、経営方針や価格方針の決定、企業提携や企業間の取引の交渉、上司部下の話し合いはゲーム理論を用いて説明が可能になるのではないだろうか。同時に過去の研究は、ビジネスコ

コミュニケーションにおける文脈、慣習、情意といった合理性一本では説明しきれない部分があることも示唆している。本研究は、ゲーム理論の枠組みで日本企業の中の、上司と部下の日本語の会話と、日本ビジネス関係者と取引における英語の会話の分析を試みる。会話の流れの中で合理性と、職場の人間関係、語学力など複数の状況的要素の関係を考慮したときに、ビジネスコミュニケーションははたして合理的な行為であるかを考察する。

### 3. 抱井尚子（青山学院大学国際政治経済学部）

題目：「混合研究法 シナジーの知を生み出す第3の研究アプローチ - 」

要旨：本発表では、近年様々な分野で関心が高まりつつある「混合研究法」(mixed methods research) について、その概要を紹介する。私たちは日常生活において、ごく自然に記述的情報と数量的情報の両方を併用している。たとえば、インターネットサイトから商品を購入する際に私たちがよく参照するのが、「星の数」と「コメント」による当該商品に関する評価である。星の数によって商品に対する評価者の満足度が伝わり、コメントによって彼/彼女が星の数に付与した意味が明らかになる。このように、日常生活において当たり前に行われてきた量的・質的データの併用が、社会科学的研究においては長年にわたって禁じ手とされてきた。そこに近年一石を投じたのが、量的・質的データを戦略的に統合することでシナジーの知を生み出すことを目指す、混合研究法と呼ばれる新たな研究アプローチである。本発表の前半では、質的研究法、量的研究法、そして混合研究法の3つの研究アプローチの比較を通じて、混合研究法とはどのような研究アプローチであり、どのような研究課題に適したものであるかをわかりやすく解説する。発表の後半では、混合研究法を用いて研究を実施する際の手続きについて、そのポイントを概説する。

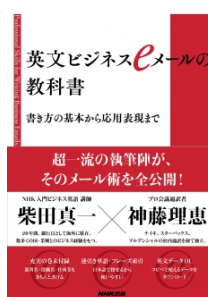
## 会員出版物案内



著者 柴田 真一 先生

書名 『初めてのビジネス英会話』

出版社 NHK 出版(2019年10月12日)



著者 柴田 真一 先生

神藤 理恵 先生

書名 『英文ビジネスeメールの教科書』

出版社 NHK 出版(2019年3月14日)

\* 会員の方の新刊情報があれば、お知らせください。

## 東洋大学 白山キャンパスへのアクセス

**都営地下鉄三田線「白山」駅**

A3 出口から「正門・南門」徒歩 5 分

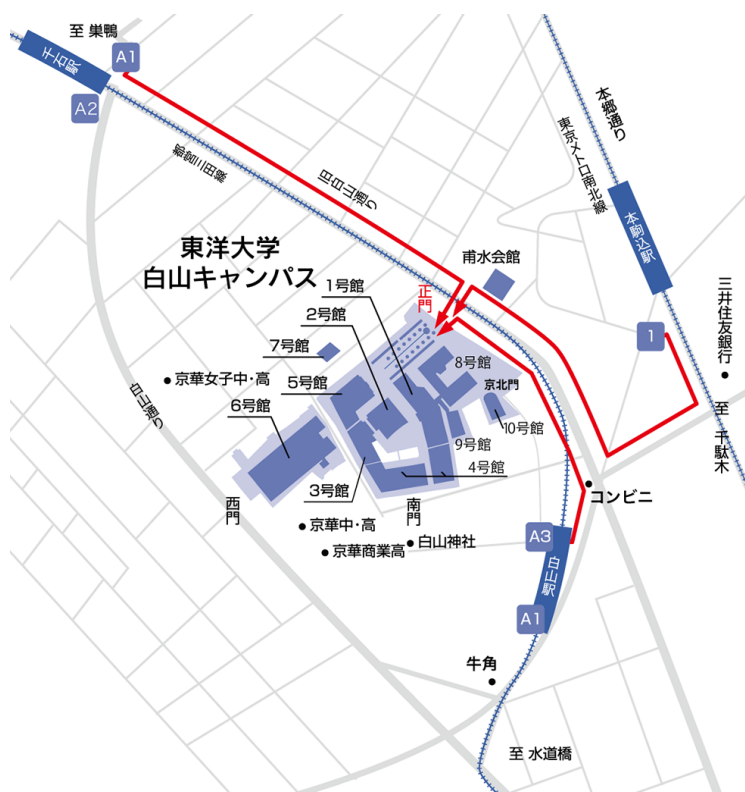
A1 出口から「西門」徒歩 5 分

**東京メトロ南北線「本駒込」駅**

1 番出口から「正門・南門」徒歩 5 分

**都営地下鉄三田線「千石」駅**

A1 出口から「正門・西門」徒歩 8 分



編集・発行

〒112-8606 東京都文京区白山 5-28-20

東洋大学 経営学部 藤尾美佐 研究室内

国際ビジネスコミュニケーション学会関東支部長 藤尾美佐

TEL 03-3945-7295 (直通) FAX 03-3945-7477 (教務課)

電子メール : [misa.fujio@gmail.com](mailto:misa.fujio@gmail.com) / [misa\\_f@toyo.jp](mailto:misa_f@toyo.jp)