



Japan Business Communication Association, Kansai Chapter

発行: 国際ビジネスコミュニケーション学会 (JBCA) 関西支部

<http://www.jbca.gr.jp/kansai>

〒547-0021 大阪市平野区喜連東 1-4-12

常磐会学園大学 Alex M. Hayashi 研究室内

TEL: 06-4302-8880 FAX: 06-4302-8884

Email: alex23go3500@yahoo.co.jp



Global Business on the Go in Kansai — JBCA 関西支部 支部長 Alex M. Hayashi

Some sagging news from Greece and Spain triggered many business sectors halt their business from spreading in the world before the summer 2012. Still our overheating concerns in global business trigger moderate Nikkei setbacks in this rainy season.

On the globe, some areas in the world suffer from such natural disasters as storms, floods and tornadoes, which news always makes us sagged.

The world weather changes greatly these days. At the same time the world economy changes greatly, too. The weather forecast still finds its

difficulty in prediction. The same applied to the world economical prediction.

However one good thing which cannot be applied to the weather whereas it can be applied to the economy is that we can create opportunities to have more global communication among people(s) even if it's rainy or shiny.

From the JBCA Kansai to the world, why don't we have more communication for more expansion of global businesses before the autumn weather changes his/her mind?

Conference Overview

おなじみのダイ
ジェストです。ぜ
ひご覧ください。

発表者と参加者が活発な意見交換 研究と親交が深まる充実の午後

清々しい天候に恵まれた2012年5月6日(日曜日)、午後1時より、関西学院大学・大阪梅田キャンパス(大阪市北区)にて、国際ビジネスコミュニケーション学会・関西支部例会(2012年度・第2回)が開催された。昨年度より恒例となった日曜日の関西支部例会は、20名ほどの参加者を迎え、いつも通り活発な研究会となった。午後1時、Alex M. Hayashi 支部長(常磐会学園大学)の挨拶によって開会し、支部長補佐の清水利宏会員(滋賀県立大学)の司会で進行。オープニング講演から2名の研究発表を経て、定刻通り閉会した。

支部長の運営方針に基づき、国際色を重視したオープニング講演には、同志社大学と立命館大学でフランス語を教授するエリック・フォール氏が登壇。同氏は、日本人とフランス人が持つ「ブランド」に対する価値観について、ビジネスの視点から分かりやすく論じた。オープニング講演のうち、2名の関西支部会員による研究発表のセッションが行なわれた。一人40分間(発表30分+質疑応答10分)で、まずは久島幸雄会員(大阪府立大学)が発表。続いて、竹田宗継会員(同志社大学)が英語で研究成果を披露した。今回の支部例会では、各研究発表の間に長めの休憩時間(15分間)が設けられたが、その休憩時間を余すことなく、発表者と参加者が積極的な意見交換を行なう姿は、関西支部の活気を象徴する光景であった。



活発な意見交換で充実するJBCA関西支部(研究発表後の記念撮影)

支部例会後には、初めての試みとなる「ティー(コーヒー?)パーティ」が催された。出来立てのコーヒーを楽しみながら、40分ほどの和やかな語らいのひと時を楽しんだ。最新の研究発表と、会員相互の親睦という、支部会の目的を存分に果たす午後となった。

Opening Lecture

【オープニング講演】

ブランドに対する価値観を形成する文化背景 異文化から考察する「ブランド構築」のヒントとは

◆エリック・フォール氏（同志社大学・立命館大学 兼任講師）

「日本とフランスのすれ違い — ビジネスの観点から —」

今回、関西支部会恒例のオープニング講演にお招きしたのは、同志社大学・立命館大学 兼任講師のエリック・フォール氏。「フランスといえば、有名ブランド」というような日本人のブランド志向に支えられるマーケット構造から、ブランドにまつわる文化背景について、同氏は多くのビジュアル資料とともに解説をした。ブランドの市場規模、ならびに「高品質、高価格、珍しさ、必要性の低さ」という特徴的なブランドの構成要因を概観したうえで、ブランドビジネスを支える「ファッションスタ」の存在を紹介。ブランドの民主化に伴うブランドのあり方に変化があることにも言及した。

フォール氏によれば、フランスでは高級ブランドが購買層の社会階級を象徴するものとして認識されてきた一方、日本では、その高いデザイン性や質に対して関心が示される傾向が高いという。同氏は、こうした異文化間のブランド志向の相違が、新たなブランド構築を目指すうえでのビジネスコミュニケーション戦略のヒントになる点を指摘した。国際的に通用する「ブランド性」の確立を目指すビジネスモデルの構築には、それを支えるビジネスコミュニケーションが重要であるという論旨には、参加者からも多くの共感の声が寄せられた。



ブランド構築のためのコミュニケーションを論じるフォール氏の講演

【オープニング講演 要旨】

La France est connue au Japon pour, entre autres choses, son industrie du luxe et son vin. Les Japonais adorent les produits de marque français mais, curieusement, peu de Français s'intéressent à ces produits. De même, les Japonais adorent les vins français et sont même ses principaux exportateurs mais, curieusement, les Français se désintéressent de plus en plus du vin. Je voudrais parler de la situation de ces produits symboles de la France au Japon et en France et proposer quelques pistes

pour expliquer à la différence de perception qui existe entre nos deux pays.

(日本では、フランスは特に高級品やワインの国として有名である。日本人がフランス製品を好む一方、興味深いことに、それらに関心を示すフランス人はあまりいない。ワインもまた然りである。講演では、そうした事例を紹介しつつ、2国間の認識の差異について論じたい。)

Presentations

【研究発表 1】

決算書そのものが発信する“メッセージ” ビジネスコミュニケーションの多様性を示唆

◆久島幸雄 会員（大阪府立大学）

「決算書に見る企業経営のメッセージ — BC の視点からの一考察 —」

オープニング講演に続くプレゼンテーション・セッションは、久島幸雄会員による研究発表からスタート。同氏は、企業の決算書の中に企業経営のメッセージが隠されているとの立場から、そのメッセージを読み解くための方法論について考察した。企業経営における決算書の位置付けや、その国際的な認識の変化を概観したうえで、グローバル企業3社（日本・アメリカ・中国）の決算書を参照しながら、各企業の「決算書の特徴」から「経営メッセージ」を実際に分析した事例を紹介。決算書という企業のビジネス文書が、ビジネスコミュニケーションの媒体として機能する可能性を指摘した。企業経営の実例をもとにした同氏の研究は、いわば「決算書」という数的データから、経営メッセージという質的要素を解読する試みであるとも考えられる。これは、新たなビジネスコミュニケーション教育への応用が示唆される点においてユニークであり、また、国際ビジネスコミュニケーション研究の方法論に対する一提案でもあった。

【発表要旨】

決算書は企業の過去と現在、そして未来を表している。そこには、経営者が行ってきたこと、そしてこれから行おうとすることについての企業経営のメッセージが隠されている。それはどこに隠されているのか。どうすれば、そのようなメッセージを見つけることができるのだろうか。

報告者は、30有余年にわたる企業分析の経験を基に、「決算書は企業経営に関するメッセージの伝達手段 (Medium) である」との信念を強く持っており、どうすれば発信者 (Sender) である企業経営者からの伝達事項 (Message) を受信者 (Receiver) たるステークホルダーが感知して理解することができるか、について研究を進めてきた。

本報告は、これまで本学会で取り上げられることがなかった決算書につき、その構成と分析の要点をわかりやすく説明するとともに、三井物産、Eastman Kodak、Petro China という日本、米国、中国の上場企業3社を対象として、ビジネスコミュニケーションの視点から各社の英文決算書を分析し、実際に企業経営のメッセージを見つけ出そうとするものである。

【 研究発表 2 】

英語はどこまで国際言語であるのか ビジネスコミュニケーションとローカル言語を再考

◆TAKEDA, Munetsugu 会員 (同志社大学)

Is English an almighty language for global business success?

続いての研究発表では、竹田宗継会員が国際ビジネスコミュニケーションにおける「英語」と「ローカル言語」の関係について考察した。同氏が問いかけたのは、国際ビジネス言語として浸透する「英語」が、企業のグローバル展開において、どこまで中心的言語でありえるのかという論点であった。その論点のもと、「高品質な製品」と「優れたマーケティング」の両方を実現するための“ローカル言語の重要性”が、参加者とともに議論された。国際ビジネスにおける「言語」の考え方について、同氏は、まず企業のグローバル戦略の構造例の紹介からプレゼンテーションを展開。各地域のキメ細やかなマーケティングニーズを把握するためには「ローカル言語」が重要になる点を論じ、発表の後半では、英語以外の言語教育政策についても言及した。「グローバルビジネスにおける言語」という根本的なテーマに関する研究発表は、フロアからの積極的な議論を呼び起こした。

【発表要旨】

While there is no doubt that English plays key role in global business as a lingua franca, most business is actually generated in each local country where English is not the native language. In this respect, Japanese global companies have been depending upon locally hired English speaking personnel for communicating with the local people. However, for developing new business in emerging markets such as those in Asia, it is becoming critically important for Japanese expatriates to be able to communicate in the local language in order to gain trust from the local employees, grasp accurate market information and lead corporate headquarters to right direction. I will discuss these points and raise the necessity of introducing third language education program, starting from the middle to high school level, in Japan as a national strategy.



企業のコミュニケーション活動について意見を交わすフロア

[[[Information]]]

関西支部会員の皆さまへ

◆ 本年度第3回の例会は、9月23日(日)午後1時より、「同志社大学・今出川キャンパス」にて開催。

次回の関西支部例会は、同志社大学・今出川キャンパス(京都市上京区)「扶桑館」にて開催します。親睦会もごぞいます。ぜひ、ご関心をお持ちの方々とご一緒にご参加ください！

◆ JBCA関西支部 専用ウェブサイト開設

国際ビジネスコミュニケーション学会・関西支部のホームページを開設しました。関西支部会の案内やプログラム、ニュースレター、バックナンバー等をご覧いただけます。新しいウェブサイトのアドレスは、「<http://www.jbca.gr.jp/kansai>」です。

◆ 翌年度初回の例会は、翌年2月上旬・日曜日に開催を予定しています。発表者の公募など詳しくは10月下旬にお知らせします。

研究発表に関するご質問やご要望については、随時、関西支部長までご連絡ください。

国際ビジネスコミュニケーション学会
関西支部 季報 “NEWSLETTER”
2012年8月発行

【編集】

関西支部 支部長 Alex M. Hayashi(常磐会学園大学)
補佐 清水 利宏(滋賀県立大学)
補佐 高森桃太郎(同志社大学)

【発行】

国際ビジネスコミュニケーション学会(JBCA) 関西支部
<http://www.jbca.gr.jp/kansai>
〒547-0021 大阪市平野区喜連東 1-4-12
常磐会学園大学 Alex M. Hayashi 研究室内
TEL: 06-4302-8880 FAX: 06-4302-8884
Email: alex23go3500@yahoo.co.jp