

国際ビジネスコミュニケーション学会

Japan Business Communication Association, May 2012

関西支部

2012年度 第2回 支部例会 プログラム

【日時】

2012年5月6日(日曜日) 13:00 ~ 16:10

【会場】

関西学院大学 大阪梅田キャンパス (KGハブスクエア大阪) 1408 教室

Conference Program

- 13:00 ~ 13:10 関西支部 支部長 挨拶
Alex M. Hayashi (常磐会学園大学)
- 13:10 ~ 14:10 オープニング講演
日本とフランスのすれ違い — ビジネスの観点から —
- Eric Faure 氏 (同志社大学・立命館大学 兼任講師)
- 14:25 ~ 15:05 研究発表 (1)
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
- 久島幸雄 会員 (大阪府立大学)
- 15:20 ~ 16:00 研究発表 (2)
Is English an almighty language for global business success?
- TAKEDA, Munetsugu 会員 (同志社大学)
- 16:00 ~ 16:10 連絡事項および報告
- 16:10 閉会 ※今回は、懇親会はございません。

Opening Lecture 13:10 ~ 14:10

■ 講演者プロフィール

Eric Faure 氏 — 同志社大学・立命館大学 兼任講師

Eric Faure enseigne le français dans les universités de Ritsumeikan et de Doshisha. Il donne des cours de tous niveaux, des simples cours de conversation à des cours plus spécialisés sur la littérature, les informations et la société française.

(Eric Faure 氏：同志社大学・立命館大学で、幅広いレベルの学習者を対象にフランス語を教授。基礎的な会話講座から、より専門的なフランスの文学や社会情報にわたる講座を担当する。)

■ 演題

日本とフランスのすれ違い — ビジネスの観点から — (日本語による講演)

Les échanges entre la France et le Japon

■ 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。)

(日本語による講演 45 分間、質疑応答 15 分間)

Presentations 14:25 ~ 16:00

■ 研究発表 (1) 14:25 – 15:05 (発表 30 分間、質疑応答 10 分間)

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

久島幸雄 会員 (大阪府立大学)

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であろうか。

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) 15:20 – 16:00 (発表 30 分間、質疑応答 10 分間)

Is English an almighty language for global business success?

TAKEDA, Munetsugu 会員 (同志社大学)

Abstract

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.

次回(第3回)の関西支部例会は、9月中旬(日曜日)の開催を予定しております。

研究発表の募集案内は、6月下旬にお知らせいたします。

2012 年度 第 2 回 関西支部例会 (研究発表会) プログラム

国際ビジネスコミュニケーション学会 (JBCA) 関西支部
〒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