

日本ビジネスコミュニケーション学会

Association for Business Communication in Japan

設立総会プログラム

日時：2009年3月14日（土）14：00～17：00

受付：13:30～14:00

場所：拓殖大学 文京キャンパス

日本ビジネスコミュニケーション学会

設立準備委員会

2009年1月15日

各位

拓殖大学
ビジネスコミュニケーション研究会
代表 北出 亮

日本ビジネスコミュニケーション学会 設立のご案内

近年、組織内の交流や意思決定、商取引や交渉、クレーム対応、異文化間のビジネスなど、国内外の多くの職域で「コミュニケーション力」の重要性が増しています。実際、多くの企業は最も重要な採用条件として「コミュニケーション能力」をあげています。

また、昨今の企業の不祥事は、企業倫理と説明責任、社会的責任の問題ですが、これも組織内外をめぐる「コミュニケーション」の問題であるとも言えます。さらに環境問題は全ての人々にとって大きなテーマですが、企業の取り組みは社会的責任であり、消費者や地域社会など多くの利害関係者達とのコミュニケーションが求められます。

このようなコミュニケーションに関する意識の高まりの中で、私たち拓殖大学ビジネスコミュニケーション研究会では、数年にわたり、実際のビジネス現場で起きうる様々な問題をコミュニケーション学の視点から研究を行ってまいりました。しかし、こうした研究を積極的に進めていくためには、コミュニケーションの研究者だけでなく、企業で実務を日々担当しているビジネス界の方々の参加が不可欠です。

そこで、他分野の研究者を始め、各種企業、組織において活躍されているビジネスパーソンの方々など広く賛同者を募ることとなりました。互いに啓発し、共によりよいビジネスコミュニケーションのあり方を模索していきたく、この度、学会として新しく立ち上げることになりました。

新しい学会の目的は、ビジネスコミュニケーション学の理論的、実践的研究を行い、その成果を社会に発信し貢献することにあります。また、教育・研究者、企業の実務担当者、行政関係者、社会との連携を目指し、相互交流の場、機会を提供することにあります。

そこから実学的な研究成果が生まれ、実際のビジネスシーンに応用されることが期待されます。このような私たちの志にご賛同いただける方々のご参加を心よりお待ちしております。

なお、設立総会は平成21年3月14日(土)午後2時から拓殖大学文京キャンパスにて開催を予定しております。ご出席賜れば幸いです。新学会の概略は次の通りです。

記

1. 設立総会：2009年3月14日（土）午後2時から5時 拓殖大学文京キャンパスC館
① 記念講演 ② シンポジウム ③ 設立総会 ④ 懇親会
2. 第1回全国大会：2009年8月末の土日を予定、会場は拓殖大学文京キャンパス
3. 組織・会則：設立総会后、準備委員会にて検討する
4. 活動目的：
 - ① ビジネスコミュニケーション学の理論的、実践的研究を行い、その研究発表の場を提供する。
 - ② 大学や研究所の教育・研究者、企業の実務担当者、行政関係者、社会との連携・協同を目指し、相互の交流の場、機会を提供する
 - ③ ビジネスコミュニケーションの研究成果を社会に発信し貢献する
 - ④ その他の活動
5. 活動内容
開催：① 全国大会 ② 支部大会 ③ 専門部会 ④ シンポジウム ⑤ セミナー・ワークショップ
発行：① 研究ジャーナル ② ニュースレター
広報：ホームページ開設
6. 年会費（案）：7,000円

以上

January

15, 2009

To whom it may concern:

Announcing the Foundation of the Japan Business Communication Council

In recent years, recognizing the importance of business communication skills has become increasingly vital within a wide variety of corporate contexts in both Japan and abroad. This has been particularly noticeable in the interaction and decision-making internal to organizations as well in commercial transactions and negotiations, responses to claims, and cross-cultural business activities. In fact, many companies now claim that 'communication skills' have become the top criteria they look for in new employees.

Furthermore, while today's corporate scandals are acknowledged to often stem from poor

business ethics, lack of accountability and a failure to take on social responsibility, it can also be argued that such problems relate to 'communication' issues both inside and outside of organizations. Environmental problems, which have become a major topic of interest to almost everyone, are an example of this. Though the business sector bears social responsibility to help tackle such problems, real solutions will ultimately require communication between all the parties concerned, whether they are consumers or a local community.

In order to heighten our understanding of such communication issues, over a number of years, we at the Takushoku University Business Communication Research Center have, from a 'communication science' perspective, undertaken research on a wide variety of problems that occur at actual sites of commerce. However, in order to proactively further our research, we require the participation of not only researchers in the field of communications, but also from members of the day-to-day business world.

Consequently, we are now in the process of gathering a team of advocates that will include a wide variety of corporations, researchers from diverse disciplines, and active business people from multiple organizations, among others. Through an exchange of ideas, we will together seek ways to improve business communication. To serve this purpose, we have established a new research group, the 'Japan Business Communication Council'.

The primary goal of our new research group is to investigate business communication theory while carrying out practical research that directly contributes to our society. We also desire to provide an opportunity for collaboration and exchange of information between educators, researchers, public administration officials and representatives of private enterprise.

After generating results that prove to be practical, it is hoped that they will be applied to real life instances of business communication. If you see how you might benefit from our objectives, we sincerely hope you consider joining this new endeavor.

We are planning to hold a 'Foundation Assembly' at 2:00 p.m. on March 14, 2009 (Sat.) at Takushoku University's Bunkyo Campus. We hope you will be able to attend. An outline detailing plans and activities of the Japan Business Communication Council can be found on the following page.

Japan Business Communication Council Outline

1. Foundation Assembly: March 14, 2009 (2:00-5:00) @ Takushoku University Bunkyo Campus Bldg. C
 - ① Foundation speech
 - ② Symposium
 - ③ Foundation assembly
 - ④ Reception
2. 1st All-Japan General Assembly: Planned for the last weekend of August, 2009 @ Takushoku University Bunkyo Campus
3. Organization • Regulations: Following the Foundation Assembly, our preparations committee will begin to consider these topics.

4. Activity Objectives:

- ① In addition to conducting theoretical and practical research involving the science of business communication, we will provide a forum for publicizing and presenting research results.
- ② We will provide an opportunity for educators and researchers from educational institutions, as well as representatives of businesses and government organizations to share information and exchange opinions.
- ③ We will transmit the results of business communication research to society-at-large.
- ④ Other Activities

5. Activity Content:

- Hosted Events: ① All-Japan general meetings ② regional meetings ③ specialist meetings ④ symposiums ⑤ seminars and workshops
- Publications: ① research journal ② newsletter
- Bulletin/Publicity: Establish website

6. Yearly Membership Fee: 7,000 yen

If you have any questions or would like additional information, please feel free to contact me using the following e-mail address: rkitatde@ner.takushoku-u.ac.jp

Sincerely,

サイン

Ryo Kitade
Director
Business Communication Research Center
Takushoku University

日本ビジネスコミュニケーション学会

第1回 年次大会 スケジュール

日 時	内 容	場 所
第1日:9月12日(土)	研究発表	
10:00 ~ 12:00	1) 一般発表 4 2) 学生発表 5 3) 学生発表 5	C館 501 C館 507 C館 514
12:00 ~ 13:00	昼食 (60分)	
13:00 ~ 13:50	講演: 東京ディズニーランドのコミュニケーション力 — お客様と社員の期待の醸成 志澤 秀一氏	C館 501
14:00 ~ 14:30	開会式	C館 501
14:30 ~ 15:20	記念講演: 日本はアジアにどう向き合うか 渡辺 利夫氏	C館 501
15:40 ~ 16:40	シンポジウム: 社会に貢献するビジネスコミュニ ケーションを目指して	C館 501
17:00 ~ 19:00	懇親会	H館 1階
第2日:9月13日(日)		
09:30 ~ 11:30	研究発表	
	1) 一般発表 3 2) 学生発表 5	C館 501 C館 507
11:40 ~ 12:30	特別講演: コミュニケーション領域における ビジネスコミュニケーション 川島 彪秀氏	C館 501
12:30 ~ 13:20	昼食 (50分)	
13:20 ~ 13:50	総会	C館 501
13:50 ~ 14:40	特別講演: 国際商取引と交渉 絹巻 康史氏	C館 501
15:00 ~ 16:00	英語パネルディスカッション: Coping with new business challenges in the context of global financial crisis — From the perspectives of business communication	C館 501
16:00 ~ 16:20	閉会式 1) 学生表彰式 2) 挨拶	C館 501

日本ビジネスコミュニケーション学会

第1回 年次大会を迎えて

日本ビジネスコミュニケーション学会

会 長 高坂 節三



日本ビジネスコミュニケーション学会は、本年3月16日に設立総会を開催し、多くの研究者、実務者の賛同を得て晴れてスタート致しました。学会の目的はビジネスコミュニケーションに関わる諸問題を研究者とビジネスパーソンが協力して研究するという新しい発想です。設立までには様々な方々のご協力とご支援を頂きました。心より御礼申し上げます。

そして、学会設立後、半年間の準備を経て、このたび、第1回年次大会を拓殖大学で開催致します。大会テーマは、初めての大会に相応しく、また本学会の使命と役割を表す「社会に貢献するビジネスコミュニケーションを目指して—研究と実践のコラボレーション」と致しました。

このテーマを基に第1回大会に相応しい様々なプログラムを準備致しました。

先ず、本学会が拓殖大学から生まれたこともあり、渡辺利夫・拓殖大学学長に記念講演「日本はアジアにどう向き合うか」をお願い致しました。また、日本で最初のコミュニケーション学会を創設しコミュニケーション学の発展にご尽力された川島彪秀氏と、国際商取引学会会長として国際商取引と交渉の分野でご活躍された絹巻康史氏の特別講演があります。シンポジウムと英語のパネルディスカッションも準備しました。会員の研究発表は、7つの一般研究発表とともに、ゼミ学生による興味深い様々な研究発表もありますので、皆様のご参加をお待ち申し上げます。

著名な経営学者・社会学者のピーター・ドラッカー著『マネジメント—課題・責任・実践』を引くまでもなく、組織内はもちろん、商取引、交渉、クレーム対応、海外企業とのビジネスなどにおいて、また企業という組織体を動かすリーダーシップを発揮するために、ビジネスコミュニケーションの必要性はますます高まっております。

今回の第1回年次大会が参加者の皆様にとりまして実りある大会になるよう期待致します。また、本学会が実学的な研究成果を基に、社会に貢献できる開かれた学会として発展していくために、皆様の温かいご協力とご支援をお願い申し上げます。

<略 歴>

1936年生まれ。1959年京都大学経済学部卒業。同年伊藤忠商事入社。伊藤忠アメリカ会社執行副社長、常務取締役中南米総支配人、本社常務取締役などを歴任後、1995年栗田工業代表取締役に就任。1999年同取締役会長。その間、拓殖大学客員教授、外務省外務人事審議会委員、経済同友会幹事（諮問委員）同憲法調査会委員長などを務め、現在はコンパス・プロバイダーズLLCゼネラル・マネジャー、東京都教育委員。著書に『昭和の宿命を見つめた眼—父・高坂正顕と兄・高坂正堯』

(PHP 研究所)、『国際資源・環境論』(都市出版)、『経済人から見た日本国憲法』(PHP 新書)。父は哲学者・高坂正顕、兄は政治学者・高坂正堯。

第1日:9月12日(土) プログラム

10:00 ~ 12:00 研究発表

1. 一般発表 C館 501

- 1) 確認型応答の研究と普及活動 浅野 良雄 (対話法研究所 所長)
- 2) 企業の間(管理職)層に求められるコミュニケーション力
斎藤 潔 (組織コミュニケーション コンサルタント)
- 3) 「マス」の希薄化から始まった、新たなコミュニケーションの模索 — 広告最前線に探る
小池 保 (尚美学園大学 芸術情報学部教授)
- 4) ビジネスコミュニケーションとは何か — 歴史的視点からの考察
北出 亮 (拓殖大学 商学部教授)

2. 学生発表「企業理念・文化とビジネスコミュニケーション」 C館 507

- 1) 企業活動における社訓力の実証的研究 (小池ゼミ) 石井 詩織・應武 茜・篠宮 諒
- 2) CSRにおけるコミュニケーションの効用と課題
(北出ゼミ) 小林 宗一郎・祝田 喬史・大木 広・佐々木 悠輔
- 3) 日系小売業の中国進出におけるコミュニケーションの課題
(北出ゼミ) 魏 明洋・白 雪・細渕 舞・劉 曉恵
- 4) 日中間のコミュニケーションに対する意識の差異
(太田ゼミ) 佐藤 花菜・張 浩・内山 淳・栗原 春樹・石浦 知恵・柳田 正信
- 5) 海外で消費される日本の「ANIME」と「日本文化」 — 『もののけ姫』に見られるグローバル社会における日本文化の受容 (鄭ゼミ) 荒井 研祐・古山 優志・毛利 元彦

3. 学生発表「組織内コミュニケーション」 C館 514

- 1) 年齢と役割がビジネスコミュニケーションに及ぼす影響 — 上司と部下の関係を中心に
(長尾ゼミ) 本間 圭佑・浅松 貴・小林 直史・佐藤 陸
- 2) 離職者の急増とコミュニケーションの関係 — どうして若者に離職者が増えているのか
(北出ゼミ) 下山田 周平・海老原 孝介・剣持 佳宏・米川 舞
- 3) 企業がコミュニケーション能力を重要視する理由とは? — 日本と米国における社内コミュニケーションと交渉 (北出ゼミ) 渡部 麻美・小浅 佑介・大崎 絵理・荒川 友美子
- 4) コミュニケーション能力における学生と企業の認識差
(北出ゼミ) 竹谷 尚也・清水 彰・中村 竜也・大武 清勝・小林 裕和

5) 第一印象とその後の対人評価はどのように形成されるのか — 初頭効果の概念から

(長尾ゼミ) 鳥海 由加里・岩屋 春菜・小菅 崇成・イ ウンヒョク

12:00 ~ 13:00 昼食

大学周辺の店をご利用ください

13:00 ~ 13:50 講演 C館 501

演題：東京ディズニーランドのコミュニケーション力 — お客様と社員の期待の醸成

講演者：志澤 秀一氏（文化計画 代表取締役）

司会：高野 由美

14:00 ~ 14:30 開会式 C館 501

開会の辞：高坂 節三（日本ビジネスコミュニケーション学会 会長）

挨拶：絹巻 康史氏（国際商取引学会 前会長）

川島 彪秀氏（国際コミュニケーション科学学会 会長）

土屋 秀雄氏（国際ビジネスマンクラブ 会長）

司会：和田 まり子

14:30 ~ 15:20 記念講演 C館 501

演題：日本はアジアにどう向き合うか

講演者：渡辺 利夫氏（拓殖大学 学長）

司会：和田 まり子

15:40 ~ 16:40 シンポジウム C館 501

テーマ：社会に貢献するビジネスコミュニケーションを目指して

パネリスト：高坂 節三（日本ビジネスコミュニケーション学会 会長、東京都教育委員）

絹巻 康史氏（拓殖大学 元教授、国際商取引学会 前会長）

川島 彪秀氏（国際コミュニケーション科学学会 会長）

北出 亮（日本ビジネスコミュニケーション学会 理事長、拓殖大学 商学部教授）

司会：小池 保

17:00 ~ 19:00 懇親会 H館 1階

第2日:9月13日(日) プログラム

09:30 ~ 11:30 研究発表

1. 一般発表 C館 501

- 1) 記録管理の日米比較 — 事務機変遷の視点より
中林 眞佐男 (千里金蘭大学 生涯学習センター講師)
- 2) Development of a 360-Degree Feedback survey instrument
Richard Goetz (Doctor-Intercultural Management 博士・異文化経営)
- 3) 海外赴任者向けの新たな異文化研修方法およびその効果についての研究
— 中国赴任者向けの異文化研修のケースを通して
鄭 偉 (拓殖大学 商学部講師)

2. 学生発表「ビジネス活動とコミュニケーション」 C館 507

- 1) 接客時におけるコミュニケーションの差異
(北出ゼミ) 豊田 諒・田中 香織・中村 彩子
- 2) ネットショッピングにおけるコミュニケーションの課題
— 大学生へのアンケート調査から見えてくるもの
(長尾ゼミ) 滝 麻美・佐藤 和紀・高野 健一郎・原田 文博
- 3) 文化消費装置としてのディズニーランド
— ディズニーのCM広告の記号論分析から読み取る社会的メッセージ
(鄭ゼミ) 美波 知冶・曹 爾超・武藤 賢二郎
- 4) 白戸家は典型的な現代日本家族、ではないですか？
— ソフトバンクCMから読み取る現代日本社会のコミュニケーション
(鄭ゼミ) 山本 和也・田中 正行・ヨウ ネイ
- 5) 結婚したいなら「婚活」すべきか？
— 『婚活』から読み取る現代社会における権力とコミュニケーション
(鄭ゼミ) 榎並 知美・楊 成娟・胡 瑛

12:30 ~ 13:20 昼食

大学周辺の店を利用ください

13:20 ~ 13:50 総会 C館 501

議長：北出 亮

- 1) 総会挨拶 (北出 亮)
- 2) 今年度の活動 (長尾 素子)
- 3) 予算報告 (坂田 善種)
- 4) 英文学会名 (近藤 忠義)
- 5) 会 則 (近藤 忠義)
- 6) 役 員 (北出 亮)

司 会：高野 由美

13:50 ~ 14:40 特別講演 C館 501

演 題：国際商取引と交渉

講演者：絹巻 康史氏 (丸紅株勤務後、拓殖大学 元教授・研究所長、国際商取引学会 前会長)

司 会：高野 由美

15:00 ~ 16:00 英語パネルディスカッション C館 501

テーマ：Coping with new business challenges in the context of global financial crisis

— From the perspectives of business communication

パネリスト：近藤 忠義 (目黒ランゲージ・センター／東京外国語センター講師)

江中 八郎 (盛岡大学 元教授、社会言語学博士)

R.Goetz (Doctor-Intercultural Management 博士・異文化経営)

司 会：鄭 偉

16:00 ~ 16:20 閉会式 C館 501

1) 学生表彰式：審査委員長 鄭 偉 (拓殖大学 商学部講師)

2) 挨拶：中林 眞佐男 (日本ビジネスコミュニケーション学会 副理事長)

司 会：井手 芳美

発表要旨

1. 一般発表

第1日:9月12日(土) 10:00 ~ 12:00 C館 501

- 1) 確認型応答の研究と普及活動 浅野 良雄 (対話法研究所 所長)

対人コミュニケーションの重要概念の一つ「共感 (的理解)」に代わる概念としての「確認型応答」への着眼の重要性について、この概念を採用して各地で行われている研修や授業の成果を踏まえながら、明らかにしてゆく。

- 2) 企業の間 (管理職) 層に求められるコミュニケーション力
斎藤 潔 (組織コミュニケーション コンサルタント)

企業環境の変動が大きい。特に価値観も就業形態も異なる多様なビジネスパーソンが競争しつつ協働し結果を出す事が組織社会では求められる。如何に社員のモチベーションを高めるかも難題だ。特に上層部と部下とに挟まれた中間 (管理職) 層の悩みは増大している。研修時の独自アンケートなどから浮かび上がる中間 (管理職) 層のコミュニケーション実態を示し処方箋を考える。

- 3) 「マス」の希薄化から始まった、新たなコミュニケーションの模索 — 広告最前線に探る
小池 保 (尚美学園大学 芸術情報学部教授)

「マス」の存在が希薄化し新聞・テレビの経営すら弱体化し始めた。多極分散した価値観をどうターゲットにするか、新たなコミュニケーション模索の時代である。広告ビジネスで活発化しつつある、マスを前提としないコミュニケーションの創成へ向けた動きを整理しその課題を探る。

- 4) ビジネスコミュニケーションとは何か — 歴史的視点からの考察
北出 亮 (拓殖大学 商学部教授)

ビジネスコミュニケーションは新しい研究分野で、これまで経営学、組織学、社会学、行動科学、経営実務、情報学、貿易・商取引など多領域に跨り、時代の変化と共に発展したため全体像は捉えにくかった。そこで戦前、戦後、高度成長期、そして現在の日本のビジネスコミュニケーションを史的に検討し、全体像と将来のあり方を探る。

第2日:9月13日(日) 09:30 ~ 11:30 C館 501

- 1) 記録管理の日米比較 — 事務機変遷の視点より
中林 眞佐男 (千里金蘭大学 生涯学習センター講師)

貿易摩擦のひとつの要素となったほどの日本の事務機であるが、年金記録問題に象徴されるように、記録の保存管理の面から日米を比較すると、その差は大きい。発表では、戦後の日米関係を事務機開発の視点から検証することを通し、記録管理システムの重要性を強調したい。

2) Development of a 360-Degree Feedback survey instrument

Richard Goetz (Doctor-Intercultural Management 博士・異文化経営)

360-Degree Feedback surveys, also called multi-rater feedback, multi-source feedback, full circle appraisal and group performance review, are a very powerful tool for inducing personal and organizational change. This presentation gives a brief background and latest industry trends on this relatively new human resources development tool and reports on practical issues involving the development and planning of such a survey in the setting of large Japanese manufacturer.

3) 海外赴任者向けの新たな異文化研修方法およびその効果についての研究 — 中国赴任者向けの異文化研修のケースを通して 鄭 偉 (拓殖大学 商学部講師)

導入は進んだが、「赴任前」研修しか行われていないなど、問題点も指摘される海外赴任者向けの異文化研修。発表では、Communication-Oriented Approach 及び Dialogue Approach を取り入れ、更に E ランニング&レビュー、電話コーチングも組み合わせた「赴任後」研修の有効性について、中国向けの研修事例を通して検証する。

2. 学生発表

第1日:9月12日(土) 10:00 ~ 12:00

「企業理念・文化とビジネスコミュニケーション」 C館 507

1) 企業活動における社訓力の実証的研究 (小池ゼミ) 石井 詩織・應武 茜・篠宮 諒

社訓(や企業理念)が、実際にどんな影響力を持っているか、いくつかの企業を例に、活動実績と社訓との関係を検証する。『企業活動に与える社訓の影響力は極めて大きい』という仮説を実証的に考察し、社訓の持つ今日性・未来性を浮かび上がらせゆく。

2) CSRにおけるコミュニケーションの効用と課題

(北出ゼミ) 小林 宗一郎・祝田 喬史・大木 広・佐々木 悠輔

近年、CSR(企業の社会的責任)の考え方は企業の経営を持続していくために重要な要素となっている。なぜ、今CSRが社会から注目を集めているのか、その背景を探る。また企業がステークホルダーに満遍なく対応するための条件を、様々な視点から考察していく。

3) 日系小売業の中国進出におけるコミュニケーションの課題

(北出ゼミ) 魏 明洋・白 雪・細渕 舞・劉 曉恵

近年、中国の外資企業の受け入れは拡大しており、2003年度末認可された外資企業は47万社に及ぶが、このうちの23万社は既に契約期間が満了か、営業を停止している。本研究では、日中両国の経済環境、異文化などの視点から、中国で投資する日系小売業の特徴や利害を分析し、中国進出のためのコミュニケーションの課題を考察する。

4) 日中間のコミュニケーションに対する意識の差異

(太田ゼミ) 佐藤 花菜・張 浩・内山 淳・栗原 春樹・石浦 知恵・柳田 正信

日中間の観光交流が盛んな昨今、その反面で「文化摩擦」が問題となっている。互いのコミュニケーションへの意識のズレを整理し、「誤解」のない接し方の前提条件を考察する。

5) 海外で消費される日本の「ANIME」と「日本文化」—『もののけ姫』に見られるグローバル社会における日本文化の受容 (鄭ゼミ) 荒井 研祐・古山 優志・毛利 元彦

本研究ではジブリ作品を取り上げ、その人気の背景について、他の日本文化の海外流出と絡めて調査・比較し、国内外での解釈の違いを比較する。また、海外で消費される日本の「ANIME」の受容を通し、グローバル社会における「日本文化」の変容と受容について解明を試みる。

「組織内コミュニケーション」 C館 514

1) 年齢と役割がビジネスコミュニケーションに及ぼす影響 — 上司と部下の関係を中心に (長尾ゼミ) 本間 圭佑・浅松 貴・小林 直史・佐藤 陸

日本の企業では欧米と比較して年功序列を重んじる傾向がある。上司の年齢が部下より若い場合は、年功序列に矛盾を生じ、両者間のコミュニケーションは複雑になる。このような上司と部下の関係をいくつかのコミュニケーション理論から説明を試みる。

2) 離職者の急増とコミュニケーションの関係 — どうして若者に離職者が増えているのか (北出ゼミ) 下山田 周平・海老原 孝介・剣持 佳宏・米川 舞

近年急増している若者の早期離職。企業にとって採用と教育に手間と費用をかけている分、新卒者の早期離職は投資の無駄となる。コミュニケーションの視点から離職の現状と背景、また離職防止のため企業が行っている対策や成果について考察する。

3) 企業がコミュニケーション能力を重要視する理由とは? — 日本と米国における社内コミュニケーションと交渉 (北出ゼミ) 渡部 麻美・小浅 佑介・大崎 絵理・荒川 友美子

就職セミナーなどで一度は耳にするコミュニケーション能力、この能力の何が重要であるのか? 私たちはそこに一番の焦点を当てて研究・発表したいと思う。主に日本と米国とのコミュニケーション能力の差異、社内間におけるコミュニケーションと交渉についての差異からその理由を導き出したい。

4) コミュニケーション能力における学生と企業の認識差 (北出ゼミ) 竹谷 尚也・清水 彰・中村 竜也・大武 清勝・小林 裕和

アンケート調査から学生のコミュニケーション能力に対する意識を探り、企業側が求める学生のコミュニケーション能力についても様々な調査報告書を活用し、企業側の認識を明らかにする。両者の認識差の原因を検討し、コミュニケーション能力に関する教育上の課題に言及する。

- 5) 第一印象とその後の対人評価はどのように形成されるのか — 初頭効果の概念から
(長尾ゼミ) 鳥海 由加里・岩屋 春菜・小菅 崇成・イ ウンヒョク

就職面接において、どのように応募者の良し悪しが判断されるのだろうか。このような問題意識から、人が第一印象を形成するプロセス、さらに第一印象がその後の対人評価に及ぼす影響について「初頭効果」という概念を用いて説明を試みたい。

第2日:9月13日(日) 09:30 ~ 11:30

「ビジネス活動とコミュニケーション」 C館 507

- 1) 接客時におけるコミュニケーションの差異
(北出ゼミ) 豊田 諒・田中 香織・中村 彩子

海外旅行をした際、なにか違和感を覚えたことはないだろうか。私たちは、いくつかの業界を取りあげ、日本と米国の接客を比較し研究する。それ以外にも、身だしなみ、言葉遣い、接客法、マナーの違いなどについても、日本と米国を比較してみる。

- 2) ネットショッピングにおけるコミュニケーションの課題 — 大学生へのアンケート調査から見えてくるもの
(長尾ゼミ) 滝 麻美・佐藤 和紀・高野 健一郎・原田 文博

ネットショッピングは店頭ショッピングと異なるコミュニケーションの形態をとるが、大学生はこれらコミュニケーションの違いをどのように感じているのだろうか。大学生にアンケート調査を行い、ネットショッピングの課題とコミュニケーションのあり方を探る。

- 3) 文化消費装置としてのディズニーランド — ディズニーのCM広告の記号論分析から読み取る社会的メッセージ
(鄭ゼミ) 美波 知冶・曹 爾超・武藤 賢二郎

本研究では、R.バルトの記号論を用いて最新のディズニーランドの広告を分析し、カルチャースタディーズの視点で、「ディズニーランドの持つ見えない力」と「ディズニーランドでの消費」の2点に着目し、現代日本社会の社会的メッセージを読み解く。

- 4) 白戸家は典型的な現代日本家族、ではないですか? — ソフトバンクCMから読み取る現代日本社会のコミュニケーション
(鄭ゼミ) 山本 和也・田中 正行・ヨウ ネイ

この研究では、記号論と現代コミュニケーションの理論を用いて、ソフトバンクの人気CMシリーズ「白戸家」を映像分析し、この映像的記号が反映する現代日本社会の「典型的な」家族の姿とコミュニケーションの変容について掘り下げ、分析を行う。

- 5) 結婚したいなら「婚活」すべきか? — 『婚活』から読み取る現代社会における権力とコミュニケーション
(鄭ゼミ) 榎並 知美・楊 成娟・胡 瑛

本研究では、「婚活」とい現象を取り上げ、フーコーが提唱した「言説/権力」の図式と現代コミュニケーション学のアプローチを用いて、「婚活」はどのように「自己正当化」のプロセスを辿って、「支配なき支配」を実現したのか、について究明の試みをする。

日本ビジネスコミュニケーション学会 入会のご案内

■ 学会の目的

近年、国内外の多くの職域で「コミュニケーション力」の重要性が増しています。多くの企業は最も重要な採用条件として「コミュニケーション能力」をあげています。

コミュニケーションに関する意識の高まりの中で、ビジネスコミュニケーション研究を積極的に進めていくために、コミュニケーションの研究者だけでなく、他分野の研究者をはじめ各種企業、組織において活躍されているビジネスパーソンの方々など広く賛同者を募り、互いに啓発し共によりよいビジネスコミュニケーションのあり方を模索していきたく本学会を新しく立ち上げました。

新しい学会の目的は、ビジネスコミュニケーション学の理論的、実践的研究を行い、その成果を社会に発信し貢献することにあります。また、教育・研究者、企業の実務担当者、行政関係者、社会との連携を目指し、相互交流の場、機会を提供することにあります。

そこから実学的な研究成果が生まれ、実際のビジネスシーンに応用されることが期待されます。このような私たちの志にご賛同いただける方々のご参加を心よりお待ちしております。

■ 学会の活動

- 学術活動 年次大会の開催、専門部会、支部大会の開催
研究会、セミナーの随時開催
連合ゼミ学生の活動
- 学会情報誌「ニューズレター」の発行、学会ホームページの開設と各種情報の発信
学会誌の発行
- 学会運営 事務局・学術局・広報局・支部における運営委員会学会

■ 学会の入会

- 正会員 学会学術活動、研究発表、学会ニューズレター・学会誌の受信
セミナーの参加、その他学会活動への優先参加資格
- 正会員会費 年会費 7000円
- 学生会員については別途規定します

■ 入会の申し込み方法

- 申し込み用紙は別紙「入会申込書」をご使用ください
- 申し込み先
〒112-8585 東京都文京区小日向3-4-14
拓殖大学 商学部 長尾研究室 日本ビジネスコミュニケーション学会事務局
電話 03-3947-9234 E-mail: mnagao@ner.takushoku-u.ac.jp

大会参加者へのご案内

1. 会場にお越しになりましたら、C館5階にて受付をお済ませください。
2. 大会参加費は、会員は無料、非会員は2日間で4000円です。
3. 構内の食堂は夏休みのため休業です。各自でご用意ください。キャンパス周辺にレストラン、コンビニ等がございます。
4. 懇親会の参加費は3500円です。当日参加も可能ですが、準備の都合上できるだけ事前に事務局までお申し込みください。
5. C館5階の受付にて書籍の販売を行います。著書等のご寄付をお願いいたします。あらかじめ事務局にお送りいただくか、当日お持ちください。売り上げはすべて学会に寄付させていただきます。
6. C館5階の受付近くにて飲み物を用意しております。
7. 構内に駐車スペースはございません。公共の交通機関をご利用ください。会場は、拓殖大学文京校舎、丸ノ内線茗荷谷駅（みょうがだに）から徒歩3分です。

<お問い合わせおよび著書送付先>

〒112-8585 東京都文京区小日向3-4-14 拓殖大学商学部
Tel: 03-3947-9234 Email: mnago@ner.takushoku-u.ac.jp
日本ビジネスコミュニケーション学会 事務局長 長尾 素子

日本ビジネスコミュニケーション学会 第1回 年次大会 会場のご案内

会 場: 拓殖大学 文京キャンパス

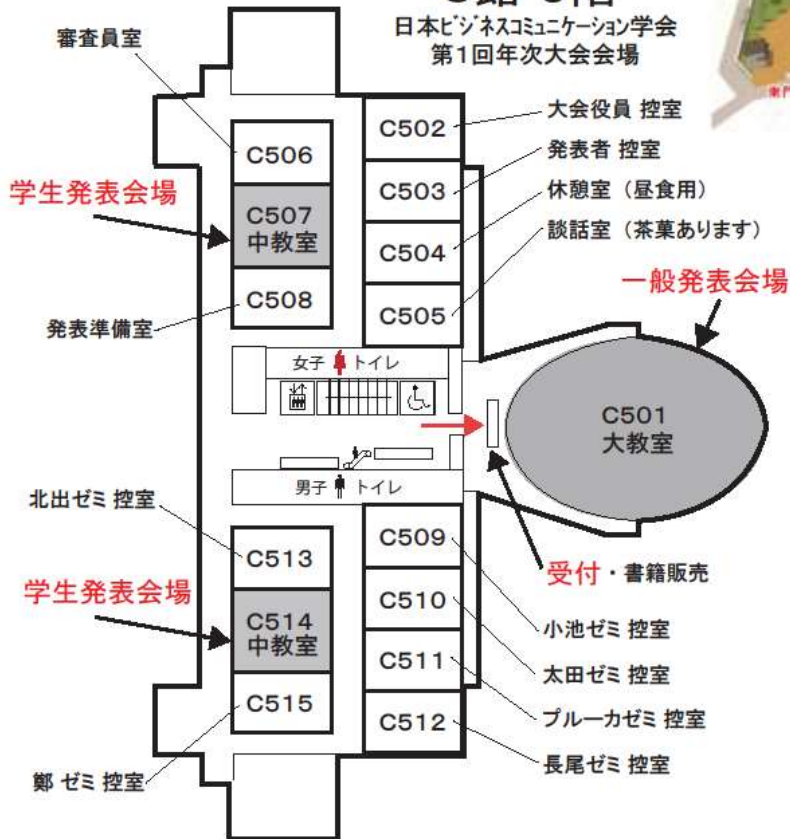
住 所: 〒112-8585 東京都文京区小日向 3-4-14

交 通: 東京メトロ 丸の内線 茗荷谷駅下車 徒歩 3分



C館 5階

日本ビジネスコミュニケーション学会
第1回年次大会会場



日本ビジネスコミュニケーション学会

〒112-8585 東京都文京区小日向 3-4-14

拓殖大学商学部 長尾研究室内 広報局

電話 03-3947-9234

Email: mnagao@ner.takushoku-u.ac.jp