

ハノイ大学での「ビジネスの仕組みの理解支援」講義 2015.12.25～12.29の報告書

一留学生の母国大学での日本語による「ビジネス基礎」講義の引継ぎを兼ねて一

事業創造大学院大学 山田 俊郎

要 旨

交流協定を結ぶハノイ大学で、日本語科学生にビジネスの何が必要でどう役立つのか、どこが分かり易く・難いか、また理解のための方略を確認するため、2015.12.25～12.29の日程で日本語科4年生・正課科目「ビジネス日本語」内に表記講義を日本語で実施する機会を得たので、その経緯、内容と講評、受講生からの評価を記した報告書を作成し、引継ぎとしたい。

1 講義までの打ち合わせ

- ・2015年7月、本報告者からハノイ大学あてに「翻訳中のテキストとは別だが、ビジネスの仕組み理解支援の講義、あるいはビジネスを模擬的に理解する演習を実施してはどうか。期間によるが報告者は行ける。」と提案。折り返し、ビジネス日本語の通常講義に織り込めるとの回答がある。
- ・2015年9月、ハノイ大学の新年度スケジュールが確定、対象学生は4年生、約120人、「ビジネス日本語」講義日程は2015年12月14日～2016年1月22日、その日程中で「ビジネス基礎」講義との連絡を受ける。
- ・2015年10月、本報告者から理解し易くするため連続する日程とコマを依頼し、12月21日（月曜）から25日（金曜）の5日間、12：30～14：00と14：30～16：00、90分を1日2コマ、全10コマ、受講生約150人との回答を得る。
- ・2015年12月、スライド表示を並べたA3版4ページの配布資料を送付、大学教員を通じてクラス長に印刷作業を依頼。

2 講義内容と直後の講評

2.1 12月21日（月）

打ち合わせと準備

大学到着、指定の教室・B棟501をチェック後、教務室で大学教員4名と会合。教員の講義見学を依頼し、教員・学生の意見や評価を聞き、今後に関心したい旨を伝える。

教室は棟全体の修理工事が進行中で、最終日に同じ階の502教室に移動とのこと（実際

は水曜日に移動した)。送付済み講義資料はクラス長がコピーし製本済み。最初は紹介もかねて大学教員が講義趣旨を説明、そのまま講義を見学、最終日に締めを行うとのこと。

教室は縦長で細く、1列8人で中央に通路、ホワイトボード・スライド映写やマイクはあるが、後方席は見づらく聞きにくいと予想される。

事前送付の資料を学生手元で確認。資料ですべて理解したと思われては困るので目次レベルの情報量とした。受講生は6クラス約150人、出席簿はクラス毎にあり教員が点呼する出席管理ながら、今回は名前を正しく読み上げできないのでクラス長に任せる。講義内の演習はこのクラスとクラス長を活用しながら進める。

大学教員による講義者紹介と本報告者の挨拶。講義趣旨を説明し、講義アンケートを木曜日にとる旨（実際は木曜日に配布し金曜日に回収）を連絡。

講義の展開

問いかけと質問から講義を開始する。

ビジネスの仕組みの理解支援を目的とする「ビジネス基礎」の講義ゴールは？

ビジネスとは？基礎とは？

ビジネス日本語との関係？

受講生の修了後、日本語履修の先にある「ゴール」・「志」は？

そのゴールのための「ビジネス基礎」の講義である

就職し働くための基礎知識・技術・能力とは？企業を経営するための基礎知識・技術・能力とは？

「ビジネス基礎」は用語をおぼえるだけ終わらない、働くために・ビジネスに役立つことが大切、ビジネスでは「知っている」だけでなく「できる」ことが求められる

「ビジネス基礎」をどのように学ぶか？

講義では「知る」ことが中心になるが、「できる」ためには模擬的にビジネスシーンを作って学ぶ、インターンシップで学ぶ、ゲームで学ぶ、ケース・インバスケットで学ぶ、日本語のビジネス会話から学ぶ、「用語」をおぼえるだけで終わらないと伝える

人のゴールとは？生活者のゴールとは？

人のゴールは「幸福」であるとして、「幸福」をつかむため人は何をするか？

「幸福」をつかむため、「未来」という目の前に向けて行動する、時間とお金を投資する
たとえば、大学の講義、大学で勉強する時間とお金も「未来」のためだろう

しかし、未来は不確かさや不安がある、「リターン」もあるが「リスク」あるいは「不確実性」もある

この「リターン」と「リスク」に向き合うとき、友人の声、親の声、神の声、先人の知見や理論、自分の経験・知識・技術・能力、そしてまず行動

自分から自分がよく見えて、分かる自分と分からない自分が分かる心理「メタ認知」におき、「仮説と検証」、とにかく動いて発見から行動する「ディスカバリードリブン」、論理的に組み立てて行動する「イシュードリブン」で未来を乗り切る

ここで問題。未来に向くとき中国人はまず包丁を、インド人はハサミ握る、ベトナム人は？日本人は消しゴム「過去を気にし過ぎて、未来を乗り切る道具を忘れてる」の話

就職活動とは？

未来に向け自分を「労働市場」で売り込むことであり、その人の「ビジネス基礎」に合う企業に就職する活動

(参考:「外国人留学生のための就職活動ガイドブック」フリガナ付きの日本国内での就活の解説書を大学教員にお渡しする<http://gl/randstad.co.jp/guide/>)

ビジネスとは？企業とは？

企業とは、仲間、共同体、カンパニー（仲間の意味）であり、その中の経営者・管理者、労働者・社員という役割がある、企業は工場で「人」が「もの」を製造し、お店で「人」が「もの」を販売し、事務所では「人」がなにかの相談・コンサルあるいは「お金」を受け取り・支払い、貸し借りするなど・いろいろな活動がある

「人」だけでなく、「もの」や「お金」を組み合わせる企業活動がある、しかも企業に寿命があり創業から衰退までのライフサイクルがある、創業から衰退の間に企業が別の企業を買う（買収合併）、事業承継、再生もある

企業の未来や企業活動のゴールは何か？

(人のゴールとはちがう) 何人かの人が集まった目的の実現と継続が企業のゴール
実現し継続しまた実現をくりかえすことで、企業がより大きくなり、直前より「お金」が多く残るその増分を「利益」といい、「企業価値の向上」という（収益還元法で説明）

企業のゴールが「企業価値の向上」としても、その未来には「不確実性」があり、これを避け、抑え、ほかの誰かと分け合いながら、企業は活動する

活動計画は「願望」「仮説」を含み、「判断」や「選択（意思決定）」があり、行動があり、行動後の「検証」がある、つまり、企業活動には計画し（P）実行し（D）評価分析し（C）さらに修正（A）の行動をする「PDCA」のプロセスがある

(ここで「不確実性」と「リスク」は同一として、目に見える説明のため「計画に対し現

実が離れてきた時にもとに戻すため予想されるコスト」とする)

どうしたら企業はゴールに近づけられるか？

「PDCA」のプロセスを繰り返し、「不確実性」「リスク」避け、抑え、ほかの誰かと分けあい、あるいは無視して、できるだけゴール・利益獲得に近づく活動をする

企業には短期の利益、あるいは長期の利益を求めるタイプがあり、「リーマンショック」後の反省から、短期の利益ではなく、企業活動を長期に支える社員の働き甲斐、顧客の満足度、地域社会への貢献度などの指標も企業活動の評価に使われる

ケースとゲームを兼ねた考える問題を出題

「かき氷屋の（メニュー選択の）ケース」をクラスで考えてもらう、かき氷という食べ物を説明する必要があったが理解は早く、おおむね正解を得る

限られた時間内でお金をより多く得る（利益を得る）には、単体の「利益率」より全体の「回転率」という最適化の問題で企業の「利益」を意識してもらう

クラスをコンサルタント会社に見立てて、入札という価格競争でかき氷屋の最適な選択を助言する収入獲得と支出・利益を考える

最後に、見学教員からベトナム語で講義内容を補っていただく、開始と終了の挨拶も学生が声をかけしっかり行っている。

直後の講評

マイクはあるものの縦長教室なので、意識して通路を話しながらいき来し、ゆっくり話しているつもりながら、重要「用語」はゆっくり繰り返して話してほしいとのこと。

語学を学ぶ学生らしく「用語」に関心が高い。

学生から指摘あり、スクリーンを見せるときは教壇付近の照明をオフにして、板書を見せるときはオンにする。講義を柔軟にするため板書も大切なのだが、板書のペンが太字用ではなく後方から見にくいらしく、翌日は、学生ショップから購入したペンの先を切り、太目にして使った。

教員の勧めもあり、講義の後、クラス1の学生3人と夕刻の旧市街を散策、「おから」の夕ご飯、ホアンキエム湖一周、カフェでのコーヒーを楽しむ、身近に話す機会は有用。

2.2 12月22日 (火)

講義の展開

企業が不確実性ある環境の中で「活動」し「企業価値の向上」というゴールに向かう前日の確認をして、企業活動の内容・仕組みや企業の外部環境に展開する。

ビデオを見る

ウオロクというスーパーマーケットの店員とお客との会話の動画を映写し、「生産者」・「販売者」と「消費者」、企業の中の販売をする社員と仕入れをする社員・「レジスタ」に入金する社員・「チラシ」を作り配布する社員を紹介し、機能や役割を考える

前日の企業のゴールを確認しながら、内部環境、企業活動とは？

「お金」、「お店」、「人」、「商品」、「仕入」、「検品・陳列」、「販売」、「広告・宣伝」、「お客」、「案内・説明」、「受領」、「集金」など、「人」「もの」「お金」の資源の配置とプロセスから「顧客価値」を提供し「付加価値」を得る「儲けの仕組み」「ビジネスモデル」を説明

「ビジネスモデル」と企業の利益、企業価値の関係

企業価値を向上するために利益であり、利益を得るためには、車のエンジンであり人の心臓である「ビジネスモデル」を通して、提供する「もの」「サービス」の価値以上の「付加価値」をつけて「顧客価値」を創り、「お金」に交換しなければならない

「顧客価値」とは？

企業が顧客に提供する商品やサービスの価値であり、顧客から求められる価値であり、「おもてなし」など無形の価値やイメージやブランド価値も含む

より多く大きく「儲ける」ためには、前日の「かき氷屋さんの（メニュー選択の）ケース」のように限られた時間内には「より多く」、限られた量であれば「より価値ある」ものを顧客に届け、「お金」に交換しなければならない

「顧客価値」を提供し、利益を得る企業活動には、外部環境や内部環境、「人」「もの」「金」そして「時間」という内部資源に制約があり、その制約条件下で最適化を計るため、計画し実行し評価分析し修正する「PDCA」プロセスの「マネジメント」「経営管理」がある

この「マネジメント」「経営管理」と同等に、アップルやグーグルのように誰もいない何もないところから「顧客価値」や市場を生み出す「創造力」も企業活動には必要

企業の外部環境とは？

企業の外部には国際・国内の「経済」があり、その構成（家計・消費者、企業、銀行、政府の関係、海外市場との関係）をまず示す、動きある姿・動態として中央銀行が発行した「お金」が「企業」に投資され、企業が顧客価値を創造し付加価値を得て企業内の留保分と家計への分配分があり、投資や消費活動を刺激し実体経済が成長につながる「資本主義」の仕組みを示し、その実体経済では企業が成長の推進役であることを示す
(家計への分配分が消費と貯蓄になり・という金融機関の「信用創造」プロセスは省いた)

企業活動、利益、企業価値向上のプロセスとゴールを鳥の目で見ると、ベトナム語訳が入ったスライド（日本語訳も対比、事前配布はない）も使い説明

ビデオを見ての問い

スーパーマーケットで働く販売担当・仕入担当・レジスタへ入金をする店員のそれぞれのゴールは何か？

商品を購入する人・消費者のゴールは何か？おのおののゴールは一致するか？を考える
企業の利益・社員の報酬の関係を考える、給料をもらうことが店員のゴールか？を考える
店員の「働き甲斐」を考える、「おもてなし」と「顧客の笑顔」「リピーター」を考える
ビデオ内登場者全員が満足するゴールに到達するよう「マネジメント」「経営管理」がある

知人のベトナム人が大学の寮内で購買部を開店した話、開店したがじつは問題があり、販売代金のお金が集まらない、商品が毎日届かない・この解決は？

「お金はお金の係にきちんと渡すルール」の徹底、商品は「生もの」は避けて長く倉庫に置けるものに絞る・・・この行動は、企業のゴールつまり利益を確実に得るための対応策であり、これは「マネジメント」「経営管理」である

直後の講評

ビジネスの日常の一場面であっても、そこにその動作に理由がある。その人のゴールと生活、企業のゴールと活動、それに経済活動がある、その立ち位置に受講生を誘導した。

ビジネス日本語で使うビジネスシーンのビデオはビジネス基礎の修得に使える。場面に企業と社員そして顧客の動きがあり、「用語」を「知っている」だけから、動作としてのビジネス基礎をつかめる。

2.3 12月23日（水）

講義の展開

修理工事進捗が進み、教室は501から502へ急に変わる。座席レイアウトは同じだが、

見学教員が体調不良（今のハノイは夜冷える）との連絡で代わりの教員が教室に入る。

「ビジネス基礎」について、別な角度から公的機関が描いた人材像を紹介する

- ・21世紀型スキル（国際団体ATC21S）では、思考の方法、創造力・クリティカルシンキング・メタ認知下で学び方の学習・コラボレーション、働くためのスキル、世界の中で生きる・・・とある
- ・社会人基礎力（経済産業省資料）では、前に踏み出す力・失敗しても粘り強く取り組み力、疑問を持ち考え抜く力、多様な人とともに目標に向けて協力する力、とある

つまり、どちらも「知っている」知識だけでなく、「できる」力が求められる

さらに、執筆・翻訳中「テキスト」内にある「ビジネス基礎」から用語を一部紹介
経営と不確実性との戦い、デザイン力、クリティカルシンキング、仮説と検証、演繹法・帰納法、自我の意識と勝つための戦略、マーケティング、顧客とのコミュニケーション、交渉力、ものづくり、おもてなし、人の欲望、組織の3要素、仕事の3要素、会社の数字、アカウントビリティ（説明報告の責任）の会計、マネジメントと意思決定の会計、B/S、P/L、CF、資金の調達と運用、リスクと利子・・・

企業の中・企業活動ではこのような用語を「知っている」だけではなく、「マネジメント」「経営管理」の一員として、「顧客価値」創造や利益獲得に活用「できる」力が求められる

「顧客価値」と企業の継続性という例で

世界最古の日本企業「金剛組」の話をする、<http://www.kongogumi.co.jp/>、578年創業、建設会社、宮大工、なぜそんなに古くから今までその企業は継続しているか？の質問

答は、顧客が神社やお寺であること、信仰は長く継続するのでその建築物の設計・施工・修理の仕事に限られた特殊な技術もつその会社も継続する・・・つまり、狭い市場でも顧客の要求に応える排他的で特殊な技術「競争優位」の「顧客価値」があれば企業は継続できる・・・顧客を知っている「知識」だけでは陳腐化する、顧客に応えようとする意欲と実現「できる」技術を磨いてこそ企業は継続できる

この日の後半はJICAゲストからの話、在ベトナム日系120社アンケート回答集計から「求める人材像」の紹介

http://www.jica.go.jp/vietnam/office/information/event/ku57pq00001wu5nh-att/141009_01_1208.pdf

工場内でよく使われる「5S」の話がある

「知っている」「意味は分かる」用語が出てきた、歓迎するとの学生の反応

直後の講評

語学から入る学生には「用語」「言葉」ありきで、「5S」は日系企業内ではよく出る言葉らしく「知っている」受講生が多く反応はよく、ゲスト選択は間違いなかった。

ただし、「5S」はゴールではない。本来、問題解決のための「枠組み」「フレームワーク」「道具」「手段」であり、「5S」を使って限りある時間と資源の中で効率的で効果ある配置と行動を考えこそ、利益に貢献するということなのだが、これは次の日の切り口となる。

2.4 12月24日（木）

講義の展開

「5S」は、企業の効率化や利益を作り出す「経営管理」の手法。製造業・工場の「品質管理」・「工程進捗管理」、あるいは売り場の場面や事務所の場面でも、「ひと」の組織的学習と行動「PDSA」の機会を作り、企業内で適確に課題や論点（仮説）を見つけ、考え、行動するきっかけになる。求められるのは「5S」を「知っている」でなく「できる」である。

「5S」が企業活動になぜ必要なかの質問

何人かに聞いてみると・・・企業の「管理」に必要だからと答、しっかり考えている

では、管理とは何か？の質問

管理とは企業の利益により近づくため「ひと」「もの」「お金」を効率的・効果的に配置し、計画し実行し評価し修正する「PDCA」の行動

例えば・・・

工場内に「5S」があれば、「整理」「整頓」「清掃」「清潔」と「しつけ」（「しつけ」より「習慣づけ」なら組織内の自発的な学習行動、「PDSA」に近い）の定着があり、「人」の動作や流れが円滑であり、部品・材料や製品の「もの」の流れが円滑であり、事故なく怪我なくロスもなく、決められた時間内に決められた完成品が作られ、「製造ラインが円滑に管理できる」、これで完成品の代価として「お金」を計画通り獲得でき、計画通り「利益」を生み出し「企業価値」を上げられる

語学でも「知っている」だけでなく、なにかの交流機会でも臨機応変に「話す」「聞く」「書く」「読む」ができて、「使える」「できる」そして人や社会の役に立つ

「経済」は科学であり、データを分析し不確実な未来を予測し、計画・政策を立て、よくもわるくも結果を受容するしかない、その経済に対して「企業活動」は勝つか負けるか「ゼロサム」であり、目の前の不確実な環境下で、競争相手とゴールへの近道を競い合っている、つまり、神の為せるわざと人間の行為ぐらいの違いがある

あるレストランの企業活動を想定し、活動という動きを考える

「お金」という資源を調達し、「もの」(店と食材)・「人」(調理人と店員)の資源を(雇用)購入し、(調理)加工や教育し、(価値ある料理メニューとおもてなしの)商品・サービスを顧客に知らせ、来店してもらい、価値があると認めた顧客・消費者・ユーザーからその代価である「お金」を得る

企業内の「もの」資源の活用には、仕入管理、販売管理、生産管理、流通管理などがある、「人」資源には人的資源管理、教育訓練がある、商品・製品やサービスを紹介し顧客を通して「お金」に換える販売管理・顧客管理があり、「お金」には出納・会計や財務管理がある、また、外部環境に適応しながら総合的な戦略を考える経営企画や顧客価値をより高め創造するための研究開発などの仕事がある

レストランでは・・店と食材という「もの」をより安く購入し、調理人と店員という「ひと」をより安く雇用し、調理やサービスの教育に時間を使い、料理メニューの提供に時間を使い、おもてなしで「また来店してみたい・友達に紹介したい」と思わせる顧客価値を提供し、お客に快く提供サービスの原価以上の代金を支払わせて、利益を得る・・という企業固有の仕組み・「ビジネスモデル」がある

レストランのように、前もってお金の支出が先行しその支出を上回る収入がある仕組みのほかに、収入が先行し支出をその収入内に納めることで成立するビジネスモデル(たとえば学校、学期開始時の学費前納)もある

同じ飲食業でも、ファストフード店のビジネスモデルでは、お客から受け取る「客単価」は小さくてもお店の限られたスペースと早い食事を提供することでお客の滞在時間を短くし、「回転」数を上げ1日あたり来店数を多くして収入を得る

お弁当や惣菜を持ち帰りや配達サービスだけにして、スペースと客席がないお店にすることで投資額や人件費を抑え、食べ物をより安くより早く提供するビジネスもあるし、店舗すらなくインターネットで提供するビジネスもある

「5S」のほかフレームワークの例を板書(深入りしない予定なのでスライドはない)

生産や仕入の活動なら、ZD、TQC、SCM、TOC、スループット

戦略なら、PEST、5 Forces、アンゾフのマトリックス、ビジネスモデル
人事・組織なら、仕事の3要素、組織の3要素、PDSA
販売やマーケティングなら、3C、4P、AIDMA (+S)、SWOT、おもてなし
財務や会計では、アカウントビリティ、ガバナンス、売上利益率・資産回転率・資産利益率、レバレッジなど…具体的なビジネス活用場面をとりあげずこしだけ説明

「コンビニエンスストア」店舗内の商品陳列レイアウトの最適案を考える
コンビニゲームのアプリは日本で見かけるが、ここでは板書で店舗スペースを示しレイアウトを考え「知っている」知識から「できる」という感性・技術・能力を引き出す
コンビニエンスとファストという「顧客価値」と購買心理「AIDMA」を意識し、店舗内安全への配慮、雑誌・本の扱い、アイスクリームの扱い、ビール・お酒などアルコールの扱い、万引きや盗難防止の配慮、店員やお客の動線の配慮、レジの位置、店舗外からの見え方・・・などから案は出たものの、日本とベトナムの習慣相違から案は分かれ、国変わればコンビニのマネジメントも変わる

「AIDMA (+S)」の顧客購買心理・行動から、おなじ化粧品販売でも店舗展開がちがう例
対面販売の専門店とスーパーやドラッグストアの売り場の違いを考える
特異な例として、あるスーパーマーケットでは紙おむつと缶ビールが同じ陳列棚となり
同士で陳列される例を紹介・・・これらは「顧客価値」と購買心理をつかみながらお店側の利益・企業価値向上につなげている
(ネットの購買心理から、サーチ・アクション・シェアに置き換えた「AISAS」があるが、ここではAIDMAに+Sとして説明、ネット世代は「シェアする」に理解が早い)

「AIDMA (+S)」はフレームワーク、「知っている」ビジネス基礎の入り口であり、広報や接客・購買のビジネスシーンを想定し、満足させながら購買させ、次の利益を得るためどのような顧客アプローチ、プロモーションをするか「何をどのようにするか」・「できる」力がビジネス基礎の出口となる

直後の講評

「知っている」知識の入り口から、企業活動上の動作「できる」力と利益獲得・企業価値向上の出口を、クラスでディスカッションした。受講生は購買者側にあり、顧客行動の心理を扱うマーケティング分野のフレームワークは知的好奇心をくすぐる。

フレームワークや用語を事前に「知りたかった」という声は多いが、知ればそれでよいという声だけでなく、フレームワークや用語をより多く使いビジネスシーンで「どんなことができる」を知り、利益獲得やリスク回避「できる」力に関心をもち始めたようだ。

この知的好奇心を醸成させながら演習機会をもてば、活用「できる」力を鍛えられる。

2.5 12月25日（金）

講義の展開

見学の教員が風邪から復帰し、前日配布のアンケートを回収する。要望に十分対応できていないお詫びを前もって言い、5日間のお礼をする、最終日の付け加え、まとめをする。

企業活動のプロセスは「PDCA」だが、人の活動は「PDSA」、**「PDSA」**で「S」(study)となる理由や背景を説明（演習というクラスのディスカッション機会もPDSA）

人は企業活動という手段を使い、仲間を集めて企業（company）を組織して、共有のゴールに向けて活動し、そのゴールに効率よく効果的に近づくため、先人が残した「フレームワーク」を使う、PDCAプロセスの中で、（企業の中で）「人」は仲間同士で話し合い議論し、お互いが蓄積している知識、能力、技術、経験、感性や「暗黙知」を引き出し、共有し、学習し、PD「S」Aというプロセスを経て行動する（暗黙知と形式知、野中先生の「SECIモデル」の説明は割愛）

「金融経済」環境

「お金」が企業の投資意欲・チャレンジ精神と創造力を発揮させ、市場に新たな「顧客価値」、企業に付加価値を創造していく「金融資本主義」の説明し、逆に、企業が市場に創造力を発揮せず顧客価値を作れないと、経済の仕組みが急激にしぼんでいく

「グローバル経済」のグローバル企業と人

企業のゴールはこの創造と利益の獲得だが、企業に出資した「株主」が短期的な利益を望むならその会社の「社長」はその株主の希望をかなえる責任を負い、グローバル経済下の企業は「ガバナンス」「コンプライアンス」がしっかりしている／その企業の社員構成は「ダイバーシティ」化し、「職務記述書」とその「レポートライン」（指示命令・「ほう・れん・そう」）にもとづいて「人」や仕事・業績が管理され、「人」の意識と働き甲斐を企業利益というゴールに集中させた企業活動と経営管理がなされる

その会社で、もし上司から「あなたは向いていない」と言われれば退職勧告になる、つまり「人」は利益獲得に貢献しなければ破棄される、「人」は職務遂行と働き甲斐を自己評価しながら、その企業を見限り転職する場合に備え、キャリアアップ機会には熱心となる

グローバル企業とはやや違う「日本的経営」の特徴

以前から年功序列、終身雇用、企業内組合、集団的意思決定といわれるが、在学中から就職活動と採用内定がある「新卒採用」市場も特徴だろう

就職活動が卒業1年前から始まり、学生は学業より就職と「ビジネス基礎」修得に熱心だが、それは「知っている」知識であり「できる」力ではないので、入社後、企業がゼロから集団的意思決定の中で鍛え、年功序列で組織化し、可能な限り終身雇用する、しかし、「産業分野」「業界」「企業」「部門」「職種」を選び、「ビジネス基礎」を修得し企業に売り込む学生のほうは入社後に仕事・企業が合わず、統計数値によると3年で30%が退職する

「産業分類」の中の農業について日本の農業の「6次産業化」を紹介

第1次産業分野の日本の農業は自然相手の不確実な環境下で小規模な個人事業中心だったが、今では企業とおなじく「お金」を調達し、「もの」として土地・機械を購入し、促成や抑制栽培など種苗や栽培方法を工夫し、仕入・製造と販売活動を通じて新たな顧客価値を創造し、より大きな「お金」に交換し利益を得る・という活動が当たり前になりつつある（6次とは1次の農業・2次の製造業・3次の販売業の1・2・3を加算した数字）

このように経済・社会・産業は動き、売り込む労働市場も変化しているので、経済・社会・産業の動向をリサーチし、「業界」「職種」を絞り、自分に合う企業・仕事を選択する

直後の講評

日本では新卒入社後3年で退職率30%だが、卒業後じっくり選んで就職するベトナムも転職率は高いと聞いている。講義者の仮説だが、ビジネス基礎を「知っている」はさすが、その企業の仕事やビジネスシーンに合わせて「使える・できる」力がないのではないか。

この力を模擬的なビジネスシーンを使って鍛える・これが講義趣旨であり、用語やフレームワークを「知りたい」、ケーススタディなどを「やりたい」の双方のニーズを満たすよう講義と演習を最適配分したが、満点とはいえない。

アンケート回収とは別に、講義最後に受講生から口頭でも講義への意見を聞く。大人数の大教室の環境の中で知的好奇心をもつ者は多くおり、ケースやゲームなど主体的・能動的に学習する機会・演習をもっとやりたかったとの声を聞く。ビジネスシーンで考え問答するなど講義方略を工夫したが、まだ足りなかった。

3 受講生からの評価

3.1 終了直後アンケートの集計（回収数112）

数的分析から

1. 日本語学生か？ はい111、いいえ1
2. 説明・表現はよくわかったか？ はい25、すこし77、どちらとも7、いいえ3

3. 内容は理解できたか？ はい16、すこし79、どちらとも10、いいえ7
4. 受講後にビジネスや経営管理に興味があったか？
はい37、すこし49、どちらとも11、いいえ14
5. 講義はあなたの将来に役に立つか？
はい72、すこし24、どちらとも12、いいえ4
6. 今後も参加したいか？ はい90、いいえ22
- 積極・消極的含むコメント記入 あり103、なし9
- 名前の記入 あり95、なし17

講義の説明とその理解は「すこし」が多く、内容と方略に課題ありとみるべきであり、興味や役立ちは「はい」のほうへ傾斜していき、今後の参加も高反応だったので、内容・方略を改善しながら今後を引き継げると考えたい。具体的改善点は以下のコメント記入からも推察できる。

コメント欄から

好意的コメント（日本語）：

熱心、詳しく分かりやすい、ちょっと分かるようになった、もっと画像や動画を、ゲームや問題があったほうがよい、宿題をお願いしたい、オフィス日本語の通訳・翻訳にビジネスや経営管理の知識がすこし増えた、専門は通訳だが面白く役に立つ、短い時間でいろいろなことを学んだ、将来はビジネスの環境で働きます、AIDMA（S）は役に立つ・もっと勉強したくなった

批判的コメント（日本語）：

受講人数が多すぎ集中できない、途中で帰る人もいた、（6クラスだったが）3クラスぐらいでまとめてほしい、速くて講義時間が長い、短くしていい、もっとゆっくり話してほしい、前日からの内容が当日にくるのでまとめにくい、日本語のビジネスは専門用語で難しい、もっと簡単な定義や説明がほしい、説明や表現が分からない、前もって商業に関する用語・言葉・ビジネスや経済を専攻していない・今まで学んでないので講義内容はわかりにくい、ビジネスに興味を持つ学生向けにして欲しい、50%ぐらいの理解、おのおの関連性がよくわからない、いろいろ例が出たが用語は難しい、用語の解説をあらかじめ出しておいてほしい、3C、4P、SWOT・PDCA・PDSAなど用語は初日に説明したほうがよい、知識を活用するゲーム・事例の機会を増やしてほしい、役に立つが資料や講義はわかりにくい、役に立つものだがビジネスに関心がなく興味がない、表現が分からずベトナム語でお願いしたい、もう一度講義があるならもっとわかりやすくしてほしい、対話をすることで説明に注意がいき面白くなると思う

好意的コメント（ベトナム語）：

熱心、分かりやすい、聞きやすかった、優しい、具体的例や問題あり、会話する機会あり、

終わったらビジネスや経営管理の知識が増えた、面白かった、この分野に知識がなくもっと知りたい、将来の役に立つ、ビジネスの関係がわかる、自分の目的を確立し人生のプランを組み立てられる、もっとビジネスライクに会話したい、もっとたくさん会話すれば理解しやすい、議論したい

批判的コメント (ベトナム語) :

板書や画面が遠く、字が小さく見にくく字が多すぎる、学生が多すぎる、専門的・抽象的でわからないところもあった、教科書の内容とすこし違った、写真ビデオとか具体的な例があれば面白い、聞くだけではわからない、30%の理解、日本語が下手で全体の理解にいたらず講義として難しい、今の日本語力では理解できない、専門的で多すぎて速かった、もっと短くゆっくり説明してほしい、声が小さく早かった、長かったから集中しにくい、5日間では飽きやすく能率が上がらない、授業は30分~45分で5分休憩してほしい、クラスを分けてほしい、具体的な会社と経営管理を知りたい、助手講師がいれば理解しやすい、翻訳・通訳があつて欲しい、学生が多すぎてサイド側・後ろからが見にくかった、日本のビジネスはよく分からなかった、手元に配布のないスライドは送ってほしい

4 今後への引継ぎ

大学生には物足りないが、日本の商業高校の「ビジネス基礎」学習指導要領解説・商業編には以下の記述があり、コンビニなど演習教材あるという。本講義でも参考にした。

「ビジネス基礎の科目のねらいは、生産・流通・消費という経済の仕組みの中におけるビジネスの意義や役割などビジネスに関する基礎的な知識と技術を習得させ、豊かな人間性をはぐくみ、自己責任や社会貢献の意識など経済社会の一員としての望ましい心構えを身に付けさせるとともに、円滑にコミュニケーションを図り、ビジネスの諸活動に適切に対応する能力と態度を育てることにある。また、商業を学ぶ目的や学び方、卒業後の進路などについてのガイダンスを行い、生徒の主体的な学習について考えさせるなど、学習の動機付けを図ることもねらいとしている。」

http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/_icsFiles/afieldfile/2015/04/24/1282000_14.pdf

日本語を学ぶ大学生は通訳・翻訳の専門職を志願するとはいえ、文化交流よりは経済交流での活躍の場が多いと思われ、企業の管理者補佐や一般職を兼任し就業するという出口を想定すれば、ビジネスシーンで仕事が「できる」能力・技術の修得は必要である。

ただし、講義時間は限られているので、フレームワークなどの知識修得は予習と確認の機会に委ね、活用「できる」能力・技術の修得とさらなる知的好奇心醸成のため、ケーススタディ・ロールプレイング・ディスカッション・プレゼンテーション・グループワー

ク・ビジネスプランニング・ビジネスゲームなど演習機会により多く時間配分すべきである。そのためにも、講義者は臨機応変に対応できるようビジネス実務の引き出しを持つ教員がよい。以下に、演習機会の例を示した。

主体的に能動的に学習できる「演習」の例

・「BizLAUNCH（日本経済新聞社のPCゲーム）」の応用

MBA書籍の付録ながら、月旅行が舞台では臨場感がなくモデルだけを拝借し、ベトナムに来る観光客を顧客に現地オプションツアー企画と販売のゲームとして組み立て直す

・教員はオプションツアーニーズを持つわがままで多様な観光客役をつとめ、オプションツアーの購入者・マーケット側を代表し、かつ、ゲーム全体の裁定をする

・受講生は競合する各社（できれば一社10人内）に分かれ、ベトナム入国前から顧客の取り合いの駆け引き（リサーチ、広告、営業、販売）があり、ガイドや車の手配など「人」「もの」投資の意思決定、天候不順など不確実性への対応をしながら収支を合わせ、事業を継続させるビジネスシーンから、「顧客価値」創造力、「3C」「4P」「SWOT」「スループット」「BEP」など「知っている」知識を観光ビジネスに活用し「できる」力を競う

・サービス業であり「もの」が動かず「金」の収支計算と投資対利益の会社比較がし易い

「ビジネスプラン」の実現可能性と、開業後の対策の的確性で競う

クラス内・学生同士で自由テーマか創造力を抑えて同業種かテーマを決めて「ビジネスモデル」と収支をとまなうプランの実現可能性、開業後の「経営管理」力の総合力で競う

・旧市街地など同一商圈内で、レストランなど飲食業に絞った中での業態・ビジネスモデルを考え、調査・企画から計画をプレゼンし、実現可能性を評価し出資を模擬的に判断する

・開業後のシミュレーションの（もし・たら・れば・の）「What-If分析」をして、計画通りでないビジネスシーンを作り、PDCAプロセスでの問題解決「できる」力を競う

「ビジネス日本語検定」などでの会話場面（動画あるいは静止画）やメール文

・ビジネスシーン・ケーススタディ・インバケットとして取り上げ、限られた時間内にどう考えどう対応するか「できる」力を磨く

・NHK（日本放送協会）の「ビジネス基礎」講座も参考になるだろう

<http://www.nhk.or.jp/kokokoza/tv/business/>

以上

