

## 2024年度 教員の自己点検・自己評価報告書

所属学部 学科	職位	氏名
経営学部 国際ビジネス学科	准教授	Tran Thi Tuyet Nhung
最終学歴	学位	専門分野
京都大学大学院経済研究科博士課程修了	博士	経済学

### I 教育活動

#### ○理念・目標・方針・計画（方法）

##### 【理念】

学生が自分の能力や可能性を最大限に発揮し、成長できるように指導と支援をする。

##### 【目標】

学生との相互インタラクションを行うことで学生の理解力を向上し、知識を定着させる。ゼミではビジネス実践を通じてアクティブラーニングを強化する。

##### 【方針】

学生の能力や興味に適した講義をデザインし、学生が能動的な学習を行えるように支援する。グループワークや対話的な学習環境を提供し、異なる意見や視点を尊重しながら発言やディスカッションを促進する。

##### 【計画（方法）】

講義では「講義」と「アクティブラーニング」を組み合わせる。教科書の知識や最新知識、学術動向等多くの情報が伝えられる「講義」のメリットと、学生の発言・ディスカッション・発表を促進する「アクティブラーニング」のメリットの両方を取り入れて、知識の定着度を高める。ビジネスで実際にあった事例をもとに理論を解説し、これによって学生に理論および実際ビジネスのノウハウを提供する。

#### ○担当科目（前期・後期）

##### （前期）

経営管理論

専門プロジェクトⅠ

基礎演習Ⅰ

総合演習Ⅰ

専門演習Ⅰ

##### （後期）

経営学Ⅱ

経営管理論Ⅱ

インターネットビジネス研究

東南アジアの文化と社会

アジアの文化と社会

専門プロジェクトⅡ

基礎演習Ⅱ

総合演習Ⅱ

専門演習Ⅱ

## ○教育方法の実践

講義形式だけでなく、アクティブラーニング、グループワーク、ディスカッション、プロジェクト型学習等の教育方法を導入して教育活動を行っている。

## ○作成した教科書・教材

下記の書籍を出版した。

「日本企業の経営管理が分かる！ 経営管理論」

Tran Thi Tuyet Nhung, 寺島雅隆

三恵社 2025 年 3 月 (ISBN: 9784824400970)

## ○自己評価

多様な教育方法を取り入れることで、学生にとって理解しやすく、知識を吸収しやすい、効果的な教育の提供を目指していた。また、体系的な知識を整理し、『日本企業の経営管理が分かる！ 経営管理論』という書籍を出版した。この書籍は、経営管理の基本理論を簡潔にまとめたものであり、大学初年次の学生でも理解しやすいように、重要な知識に絞って分かりやすく解説している。さらに、理論だけでなく、実際の日本企業のビジネス事例を豊富に取り上げることで、学生が理論と現実のつながりを具体的にイメージしやすいように工夫した。事例としては、日本経済を長年支えてきた大企業に加え、今後の成長が期待される新興企業も取り上げ、業種や業界の枠を超えた幅広い企業を紹介している。これにより、学生が経営管理の理論とビジネスの実践を総合的に理解できるよう意図した。

## II 研究活動

### ○研究課題

**A Comparative Study on the Mechanism of a Dual Model Retail in Emerging Markets from a Dynamic Capabilities Perspective**

### ○目標・計画

#### 【目標】

国内・国際学会の発表を積極的に行い、最終的にジャーナルに投稿し論文を掲載する。科研費を効果的に活用して多くの研究成果を出す。

#### 【計画】

国内ではアジア市場経済学会、国際カンファレンスに関しては、Asia Pacific Family Business Symposium とアジアマーケティング学会 (International Conference of Asian Marketing Associations)、アメリカのマーケティング学会 (American Marketing Association)、EuroMed Academy of Business に投稿する。

### ○2017 年 4 月から 2025 年 3 月の研究業績 (特許等を含む)

(著書)

Tran Thi Tuyet Nhung, 寺島雅隆 (2025) 『日本企業の経営管理がよくわかる！ 経営管理論』 三恵社 2025 年 3 月 (ISBN: 9784824400970)

(学術論文)

- Tran, T. T. N., Nguyen, N. M., & Truong, Q. H. (2025). Building competitive retail ecosystems: Insights from an emerging market. *Proceedings of the 2025 American Marketing Association Winter Academic Conference*.
- 寺島, 雅隆, & Tran, T. T. N. (2024). シラバス分析による「経営管理論」の経年的変化 —テキスト

マイニングを用いた探索的研究— 東邦学誌, 53(2), 1–16.

- Tran, T. T. N., & Muramatsu, J. (2024). Reconstructing global competitiveness of Japanese firms: A paradigm shift driven by consumer behavior and ICT advancements. *Proceedings of the 2024 International Conference of Asian Marketing Associations*, Osaka, Japan.
- Tran, T. T. N. (2024). How Japanese shopping streets can be revitalized: An exploration from a dynamic capabilities perspective. *The Conference Book of Proceedings, 17th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business*, 1380-1382.
- Tran, T. T. N., Nguyen, N. M., Zhang, J., & Fujioka, Y. (2023). Comparison between Thai and Japanese retailers in the Vietnamese market: Examining the issue from a dynamic marketing capabilities perspective. *Journal of Japan Academy for Asian Market Economics*, 26, 1-9.
- Tran, T. T. N. (2023). Sustainability of traditional retail in an emerging market: A conceptual framework applied to a Vietnamese wet market. *Asia Marketing Journal*, 24(4), 143-151.
- Tran, T. T. N. (2022). Sustainability of traditional retail in an emerging market. *Proceedings of the 2022 International Conference of Asian Marketing Associations*, 119.
- Tran, T. T. N. (2022). Mechanism of building a sustainable competitive advantage of Japanese retail firms in emerging markets: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Japan Academy for Asian Market Economics*, 25, 1-9.
- Tran, T. T. N., & Nguyen, M. N. (2022). How do local retail firms outperform foreign multinational corporations in emerging markets? *Sixth Global Strategy and Emerging Markets Conference (GSEM)*. Hosted by Jack Austin Center for Asia Pacific Business Studies – Simon Fraser University, Emerging Markets Institute – Cornell University, Center for Global Business – University of Texas at Dallas, Vancouver, Canada.
- Tran, T. T. N., & Hara, Y. (2022). 海外進出の成功要因としての組織能力 - 日系小売企業の東南アジアへの事業展開の事例から. *Proceedings of the 10th Annual Conference of the Japan Society of Serviceology*, 311-315.
- Tran, T. T. N. (2021). シェアリングエコノミーにおける価値共創に関する一考察 —子育てと教育のシェアの事例から— . サービス学会・第9回国内大会・発表論文要旨
- Tran, T. T. N., & 原, 良憲. (2021). グローバル・バリュー・チェーン (GVC) における新興国の地場企業の発展可能性に関する実証的研究 —ベトナムのアパレル産業の事例から— . サービス学会・第9回国内大会・発表論文要旨
- Tran, N. T. T., & Hara, Y. (2017). Customer-to-customer (C2C) value co-creation in Vietnamese traditional wet markets. サービス学会・第5回国内大会・論文集, 232–239.

(学会発表) 2024 年度

国際学会発表 (4 件)

- Tran, T. T. N., Nguyen, N. M., & Truong, Q. H. (2025, February). Building competitive retail ecosystems: Insights from an emerging market. *2025 American Marketing Association Winter Academic Conference*.
- Tran, T. T. N., & Muramatsu, J. (2024, November). Reconstructing global competitiveness of Japanese firms: A paradigm shift driven by consumer behavior and ICT advancements. *International Conference of Asian Marketing Associations 2024*, Osaka, Japan.
- Tran, T. T. N. (2024, September). Value co-creation process in small-scale family enterprises in Japanese shopping streets. *Asia Pacific Family Business Symposium 2024*. Hosted by The

University of Western Australia, Macquarie University, Jönköping University, and The University of Adelaide.

- Tran, T. T. N. (2024, September). How Japanese shopping streets can be revitalized: An exploration from a dynamic capabilities perspective. *17th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business*, Pisa, Italy.

国内学会発表（1件）

- Tran, T. T. N. (2024, June 30). 新興国市場における零細小売のソーシャルコマース戦略. *アジア市場経済学会・第28回全国研究大会*.

（特許）

（その他）

○科学研究費補助金等への申請状況、交付状況（学内外）

- ① A Comparative Study on the Mechanism of a Dual Model Retail in Emerging Markets from a Dynamic Capabilities Perspective

日本学術振興会 科学研究費助成事業・若手研究 2023年4月 - 2026年3月 Tran Thi Tuyet Nhung

- ② 経営管理論の系統的レビュー

愛知東邦大学 地域創造研究所 2024年度 短期共同研究助成 2024年4月 - 2025年3月

寺島雅隆, Tran Thi Tuyet Nhung

- ③ 愛知東邦大学 2024年度 出版助成

Tran Thi Tuyet Nhung, 寺島雅隆

○所属学会

Academy of Management

American Marketing Association

アジア市場経済学会

日本商業学会

サービス学会

○自己評価

研究活動に積極的に取り組み、今年度は国内学会での全国大会発表1件に加え、4件の発表をすべて国際学会にて行った。特に、アメリカ・マーケティング学会のアカデミック・カンファレンスおよび、多くのヨーロッパの研究者が参加する大規模な国際学会である **EuroMed Academy of Business** への参加は、いずれも初の挑戦であった。現地では、同分野の第一線で活躍する研究者と直接意見交換を行うことができ、大きな刺激を受け、今後の研究活動に対するモチベーションの向上につながった。また、すべての国際学会発表において、査読および一定の編集を経て、発表内容が学会プロシーディングに掲載された。現在は、これらの成果をもとに、査読付きジャーナルへの投稿・掲載に向けた準備を進めている。

### III 大学運営

○目標・計画

#### 【目標】

学生委員会および国際交流センター運営委員会に参加し、それぞれの活動において積極的に役割を果たす。これらの活動を通じて、大学の教育環境および運営の充実に貢献することを目指す。

### 【計画】

各委員会のスケジュールに基づいて活動する。

#### ○学内委員等

国際交流センター運営委員会、学生委員会

#### ○自己評価

委員会の各活動に積極的に取り組み、学生委員会および国際交流センター運営委員会のメンバーとして、それぞれの役割を果たした。学生委員会では、前年度の活動経験を活かし、学生のマナー向上や課外活動の質的改善に向けて、具体的な意見や提案を積極的に発信した。国際交流センター運営委員会においては、グローバル人材の育成を目指し、多文化理解の促進に取り組んだ。特に、学生による各国文化紹介イベントの企画・運営に協力し、異文化交流の機会を広げることに貢献した。

## IV 社会貢献

#### ○目標・計画

##### 【目標】

専門知識を活かし、地域住民や一般の方々を対象とした講演会やセミナー等を通じて、地域社会への知的貢献を果たす。

##### 【計画】

愛知県を中心とした地域で開催される講演会やセミナーの情報を継続的に収集し、大学の枠を超えた学びの機会の提供に積極的に関与する。また、地域のニーズに即したテーマを設定し、実践的で分かりやすい内容の講演を行うことを目指す。

#### ○学会活動等

アジア市場経済学会の幹事として学会の活動に取り組む。

#### ○地域連携・社会貢献等

地域連携の一環として、大学内外で開催される地域イベントや講演会に参加・協力し、住民や学生を対象とした講話を企画する。

#### ○自己評価

学会活動を通じた国内外の研究交流に加え、地域とのつながりを意識した活動にも取り組んだ。特に、学会での運営委員としての活動は、学術的ネットワークの構築と知の社会還元の両面において一定の成果を挙げたと評価できる。また、地域連携については、情報収集や企画提案といった準備段階に重点を置き、来年度以降の具体的な講演・セミナー実施に向けた基盤を整えつつある。今後は、地域社会の多様な課題に応えられるよう、より実践的かつ持続可能な貢献の形を模索していきたい。

## V その他の特記事項（学外研究、受賞歴、国際学術交流、自己研鑽等）

### 【学術貢献活動】

Academy of Management 2025（コペンハーゲン開催）において、Strategic Management Division および International Management Division の論文査読者（Reviewer）を担当（2025年2月）。

### 【自己研鑽】

研究の質的向上を目的として、データベース分析および質的研究におけるコーディング技法の習得に継続的に取り組んでいる。

## VI 総括

今年度は、教育・研究・大学運営の各分野においてバランスよく取り組み、それぞれにおいて着実な成果を挙げることができた。教育活動においては、学生の理解を深めるために多様な教育手法を積極的に取り入れ、理論と実践の架橋を意識した授業づくりに努めた。また、経営管理の体系的知識を整理・発信する目的で、『日本企業の経営管理が分かる！経営管理論』を出版した。研究活動については、国内外の学会発表を通じて積極的に成果を発信した。特に、今年度は国際学会での発表を重視した。これらの経験は、海外の研究者とのネットワーク構築や視野の拡大につながり、自身の研究を国際的な文脈で再構築する契機となった。今後も国際的な発信力を高め、より高い学術的貢献を目指していきたい。大学運営活動においては、学生委員会および国際交流センター運営委員会の委員として、それぞれの組織目標に応じた役割を果たした。今後も教育・研究・大学運営の3つの領域が相互に関連し合う形で発展するよう意識し、教育・研究者としての専門性と社会的貢献をさらに高めていきたいと考えている。

以 上