2022 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	助教	チャン・ティ・トウイエト・ニュン
最終学歴	学　位	専門分野
京都大学大学院 経済学研究科 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）

講義の質を向上する。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）

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、経営戦略論、グローバル人材育成論、基礎演習Ⅰ、卒業研究準備、卒業研究指導Ⅱ

（後期）

経営学Ⅱ、アジアの文化と社会、経営管理論Ⅱ、基礎演習Ⅱ、卒業研究指導Ⅰ、卒業研究指導Ⅲ

○教育方法の実践

○作成した教科書・教材

担当科目の講義資料

○自己評価

講義内で学生が自分の意見を発言できるような環境を提供できた。発言が苦手な学生が多くいるが、授業内で友達の発言を聞いて自分の考えとの相違点を発見することによって思考力を発展させることができたと考える。また、自分の研究及び関連研究の最新動向や知識を講義で紹介することによって、新しい知識に対する学生の好奇心を育て、自分から調べる姿勢を促進させた。学生の評価や

フィードバックを反映し、授業の改善に取り組むことを重視した。

Ⅱ　研究活動

〇研究課題

研究課題１：新興国における小売業の近代化

研究課題２：組織能力（Capabilities、Dynamic Capabilities）

〇目標・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投稿を行う。また、外部の研究費の獲得を目指す。

（計画）

国内・国際学会の発表を行う。国内ではアジア市場経済学会、日本商業学会、サービス学会にて発表をする。国際カンファレンスに関しては、2022 International Conference of Asian Marketing Associations (ICAMS)に投稿する。

論文投稿に関しては、アジア市場経済学会に投稿する。

研究費の申請に関しては、募集のスケジュールを確認し、研究の設計及び応募資料の執筆を行う。

〇2015 年 4 月から 2023 年 3 月の研究業績（特許等を含む）

（著書）

（学術論文）

- Tran Thi Tuyet Nhung, 「Sustainability of Traditional Retail in an Emerging Market: A Conceptual Framework Applied to a Vietnamese Wet Market」, Asia Marketing Journal, 2023, 24(4), 143-151（査読有り）
- Tran Thi Tuyet Nhung, 「Sustainability of Traditional Retail in an Emerging Market」, Proceedings of the 2022 International Conference of Asian Marketing Associations, 2022, 119 （査読有り）
- Tran Thi Tuyet Nhung, 「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 Economies, 2022, 25, 1-9.（査読有り）
- Tran Thi Tuyet Nhung, Mai Nguyen Ngoc, 「How do Local Retail Firms Outperform Foreign Multinational Corporations in Emerging Markets?」, Sixth Global Strategy and emerging markets Conferences (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, 2022（査読有り）
- Tran Thi Tuyet Nhung, 原良憲,「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-」, サービス学会・第 10 回国内大会・論文集, 2022 年, 311 - 315（査読有り）
- Tran Thi Tuyet Nhung,「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・論文集, 2021 年, P-1-10（査読有り）

- Tran Thi Tuyet Nhung, 原良憲,「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・論文集, 2021 年, P-2-06（査読有り）
- Tran Nhung Thi Tuyet, 原良憲,「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, 2017 年, p.232-239（査読有り）
- Nhung Tran Thi Tuyet, Yoshinori Hara, 「The Effects of Buyer-Seller Communication on Customer Loyalty in Vietnamese Traditional Wet Markets-」, Full paper of ICServ2016, 2016, p.300-307（査読有り）
- Nhung Tran Thi Tuyet, Yoshinori Hara, 「Glocalization of Japanese Service Model -A Case Study of AEON Vietnam-」, サービス学会・第 4 回国内大会・論文集, 2016 年, p.344-349（査読有り）
- Nhung Tran Thi Tuyet, Yoshinori Hara, 「Customer Experience in Traditional and Modern Retail Formats」, Serviceology for Smart Service System, 2015, Springer, p.119-129（査読有り）
- Nhung Tran Thi Tuyet, Yoshinori Hara, 「Customer Experience in Traditional and Modern Retail Formats -A Case Study of Vietnam」, ICServ2015 Conference Proceeding, San Jose-America, 2015（査読あり）
- Tran Nhung Thi Tuyet, 原良憲,「暗黙的認識行為に基づく「切磋琢磨の価値共創」モデル化に関する考察」, サービス学会・第 3 回国内大会・論文集, 2015 年, p.333-338（査読有り）
- Tran Nhung Thi Tuyet, 原良憲,「ベトナムの伝統的な市場（いちば）における継続性 -価値共創の観点からの考察-」, サービス学会・第 3 回国内大会・論文集, 2015 年, p.133-140（査読有り）

（学会発表）

2022 年度の研究発表は以下である。

●Tran Thi Tuyet Nhung, 「新興国におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）が小売構造に与える影響に関する実証的研究」, サービス学会・第 11 回・国内大会, 2023

●Tran Thi Tuyet Nhung, 「Sustainability of Traditional Retail in an Emerging Market」, The 2022 International Conference of Asian Marketing Sociations, 2022

●Tran Thi Tuyet Nhung, 「新興国における小売業の近代化のメカニズムに関する実証的研究」, 日本商業学会・中部部会, 2022

●Tran Thi Tuyet Nhung, 藤岡芳郎, 張婧, Mai Nguyen Ngoc, 「ベトナム市場におけるタイ系と日系小売企業の価値共創に関する比較研究」, アジア市場経済学会・第 26 回・全国研究大会, 2022

○科学研究費補助金等への申請状況、交付状況（学内外）

日本学術振興会・科学研究費助成事業・若手研究が採択された。研究課題は以下である。

研究テーマ：「A Comparative Study on the Mechanism of a Dual Model Retail in Emerging Markets from 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

○所属学会

American Marketing Association

Academy of Management

日本商業学会

アジア市場経済学会

サービス学会

○自己評価

研究活動を積極的に、かつ効果的に行った。ジャーナルに論文を2件掲載した。国際学会発表は2件、国内学会発表は3件実施した。競争的研究費の申請において、科研費の若手研究に採択された。成果の多くある一年間であった。

Ⅲ　大学運営

○目標・計画

（目標）

委員会の各活動を積極的に行い、大学の発展に貢献する。学生委員会及び国際交流センター運営委員会に参加する。学生委員会に関しては、2年間の活動経験を活かして学生のマナー、各活動を改善するために積極的に意見等を提案する。国際交流センター運営員会に関しては、グローバル人材育成の目標に向ける活動のコンセプトづくり、アジアでの大学のブランディング等に取り組む。

（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（事前記載項目）

国際交流センター運営委員会、学生委員会

○自己評価

各委員会のスケジュールに基づいて各活動に積極的に参加した。学生委員会では、Toho Learning House の活動及び寮生の支援を主に担当し、寮生の奨学金の評価等を実施した。国際交流センター運営委員会においては、グローバル人材育成に関連するコンセプトを作って提出した。アジアにおける大学のブランディングに関しては情報収集及び活動の案を他のメンバーと一緒に考えたが、詳細な計画を作るまでには至らなかったため、これは次年度の課題にする。

Ⅳ　社会貢献

○目標・計画

（目標）

地域の海外との関係を強化するために、講演会やセミナー等を通じてアジアの社会・文化を紹介し、海外への理解を深める。

（計画）

愛知県・日進市の各種の講演会やセミナーに関する情報を収集する。

○学会活動等

アジア市場経済学会では国際交流委員会の委員として日本国内とアジア諸国との共同研究及び交

流活動を行った。
サービス学会ではWebマガジンの編集委員に参加して、Webマガジンの各記事を計画的に執筆した。

○自己評価

地域における講演会やセミナー等を実施することに向けて情報収集を行った。次年度に計画して実施のレベルまでもっていきたいと考える。

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）

自己研鑽としてデータベース分析、質的研究のコーディングの技法を重点的に学習し続ける。

VI　総括

成果の多くある一年間であった。教育活動においては、対面の講義を実施することによって学生が能動的に学習できる環境づくりに注力した。研究活動において、ジャーナルに論文の掲載、国内と国際学会に自分の研究を発表して広く公開することができた。競争的研究費の科研費にも採用されたため、この研究費を効果的に使って来年度により多く質の高い研究成果を出したいと考える。

以　上