

## Japan Business Association of Southern California

1411 W. 190th St. Suite 220, Gardena, CA 90248  
Phone : 310-515-9522 Fax : 310-515-9722

<http://www.jba.org>



去る9月10日、11日、17日、18日、2週末にわたって第53回となるJBAソフトボール大会が開催された。American Hondaが群雄割拠のトーナメントを制し、悲願の栄冠を勝ち取った。(詳細はp.4-6)

4-6

### 第53回JBAソフトボール大会報告

7-8

### 在ロサンゼルス日本国総領事千葉明氏特別講演会 ナラティブ 「物語を紡ぐ」報告

2-3 インタビュー「私のLAライフ」

9-10 第197回JBAビジネスセミナー

「経営者が知るべきデジタルマーケティングの基礎(BtoB編)」報告

11-12 各部会からのお知らせ

12 11月・12月のJBAイベントカレンダー

# インタ 私のLA

ロサンゼルスで活  
企業の皆さんの、企  
姿と、オフの素顔を



EXA Partners

パートナー

のぶはら たけし

信原 威 さん

## 3つのビジネスの柱を より太く育てていきたい

1972年神奈川県鎌倉市生まれ。小学校時代をロンドンとニューヨークで送る。慶應義塾大学環境情報学部卒業後、日商岩井に入社。その後、デロイト トーマツ コンサルティング、Ariba、日立コンサルティングを経て、EXA Partners, Inc.(USA)設立。趣味はゴルフに釣り。

### 3つの拠点、3人の経営者で クロスボーダービジネスを展開

EXA Partners は、ここカリフォルニアと、パリ、東京の3拠点にオフィスを置き、クロスボーダーのビジネスを展開しています。経営者はパリにいる2人のパートナーと私の3人。3人の経営者というのは珍しいかもしれませんが、互いに良いパートナーで、良いライバルであり、絶対的な信頼があるのです。3人の戦略的頭脳、営業的頭脳、ITおよびオペレーション的頭脳をうまくブレンドして、ビジネスに取り組んでいます。

独立前は商社勤務を経て、2000年にコンサルティング業界に転職。製造業から流通業、国際展開、M&Aなどの分野に加えて、ちょうどITバブルが起きた頃でもあり、ITを軸にした先進的なプロジェクトにも関わってきました。ありがたいことに当時から10年、15年にわたって、今もお付き合いをしているお客様も。お客様と成長して来られたことに、すごく感謝しています。



お子さんとよく釣りに行くという信原さん。「釣った魚はさばいて、食べますよ！」

### 3本の ビジネスの柱

当社が目指しているのは、「Cross-border,

Strategic Intelligence, and Incubation Company」です。主な事業は3つあり、一つは戦略インテリジェンスサービス。これは世界規模で市場や産業構造、プレイヤーの構図が刻々と変化する中で、「今、業界で起きていること」を把握し、「次の一手」を読み、実践するための取り組みです。世界的に見られるメガトレンドの中でも、デジタル時代において急速に進む技術革新、さらに少子高齢化や都市化の進行により、今まで主流でなかった多様なビジネスが脚光を浴びています。ベビーブーマー世代とは異なった価値観を持ち、新たなライフスタイルを好むジェネレーションXやミレニウム世代が今後の消費を牽引し、Eコマースやシェアリングエコノミーの劇的な普及で、新たな業種やサービスが生まれ、クロスボーダーでのビジネスが発展しています。そうすると、これまで自社が所属する業界や市場を中心に経営を考えてきた企業の中には、今後の事業機会やリスクを見極めるための本質的な情報が足りないと考える会社も多数あります。そうした企業に、我々3人の50年近い経営コンサルティングの経験と、フランスやカリフォルニアといった現地にチームがあるからこそ掴める生の情報を基に、お客様にリサーチと仮説構築に向けた徹底的な議論、コンサルティング、また現地での打ち手の推進などビジネスを

サポートするサービスを提供しています。

二つ目の事業はPR & マーケティング。アメリカ南部とフランスを担当領域とする東京都の観光PRを行っています。また、欧米市場における企業のブランド力を含む本質的な価値を整理し、マーケティング・ミックスの改良やインフルエンサーを通じた市場への発信支援に取り組んでいます。

三つ目の事業は空気緩衝パッケージングの製造と空気緩衝商品の開発です。なぜ空気緩衝剤かというと、Eコマースが理由です。Eコマースではさまざまな工程がデジタル化されましたが、それでも絶対になくならないのが物流です。これまでに物流会社のM&A案件を手掛けた経験から、物流に不可欠な緩衝剤という分野は、あまりコスト削減もイノベーションも進んでいないエリアであり、つまりビジネスチャンスがあるのではないかと考えました。

国境をまたいで3つのビジネスをしていてとても忙しいですが、仲間と共に知恵を出し合い、自分たちが出した案にチャレンジできるのは面白いです。今後はこの3つのビジネスの柱をしっかりと太くしていきます。

#### COMPANY INFO

EXA Partners ©2010年設立。ニューポートビーチ、パリ、東京にオフィスを構え、クロスボーダービジネスを展開。戦略インテリジェンス事業、PR & マーケティング事業、空気緩衝商品の開発・製造・販売などを行っている。

躍するJBA会員  
業人として  
のお伝えします。

ORIENTAL MOTOR U.S.A. CORP.  
Manager, Finance and Accounting

つじ かずひで  
達一秀 さん

## 経理マネージャーとして 会社の未来を創造

1972年ドイツ生まれ。東京経済大学卒業後、95年、オリエンタルモーター株式会社に入社。経理部、海外業務推進部を経て、98年よりドイツに経理担当駐在員として赴任。07年、本社経理部に帰任。11年より海外業務推進部に異動。14年に現職として渡米。



### 合計 20 年近くの ドイツ生活

父の仕事の関係で、ドイツに生まれて、その後日本に帰国したり、再びドイツに行ったりと計 10 年近くドイツで育ちました。小・中学校は現地の日本人学校で、高校はイギリスにある全寮制の立教英国学院。いずれ日本に帰ることが決まっていたから、きちんと日本語を使えて日本語で考えられ、日本人として誇りを持てるようにという理由と、またドイツと日本では教育制度が異なることも理由にあって、日本人学校を選んだのです。私と同じように海外に暮らしながら日本の教育カリキュラムで育ってきた妻とも相談し、今、3人の子どもたちも、ロサンゼルスで日本人学校に通っています。

日本がベースだという意識は常にあったのですが、就職活動という今後の進路を自分で決めるにあたって自分を考え直した時に、せっかくこんなに長い間ドイツで過ごしたのだから、職場がドイツにあってもいい



小学校で始めたサッカーを、プレーヤーとして、また子どもたちの練習コーチとして、アメリカで再開。

のかもしれないなど、ドイツに拠点を構えている会社を探しました。そして 1995 年にオリエン

タルモーター株式会社に入社。経理部に勤めた後、海外業務推進部で貿易実務に携わりました。入社して3年弱が経った頃、ヨーロッパ本社があるドイツに経理担当駐在員として赴任に。それまでは現地社長が兼任しながら、現地社員がサポートをして進めていた経理の仕事が私が受け持つことになりました。まだまだ右も左も分からない状態で、多少言葉の問題もあり最初は苦労しましたが、むしろ 10 年近いドイツ駐在の後に帰国した時の方が大変でした！通勤ラッシュに、ドイツとは全く異なる職場の雰囲気や仕事の進め方など、逆カルチャーショックを受けたくらいです（笑）。

### 会計を通じた 世界との出会い

2007年に本社経理部に帰任し、収支予算の管理会計を担当後、11年3月に海外業務推進部に異動に。そして14年、アメリカに経理マネージャーとして赴任しました。基本的な仕事はドイツでの仕事と同じく経理に関わる全てで、弊社のアメリカ全土と、弊社USAの子会社があるブラジルの経理を受け持っています。日本と異なり、アメリカでは州ごとに税金の申告納期や方法などが異なるのですが、ドイツでは国ごとに税制や税率が違う欧州全体の経理を担当していましたから、ある意味では変わり

ませんね。しかもドイツ駐在当初はユーロ導入前でしたから、さまざまな通貨にも翻弄されました！とはいえ、経理という仕事や数字を通じて、ドイツやイギリス、イタリア、フランス、そしてブラジル、アメリカを訪れ、異文化に触られたのは私の大きな財産だと思っています。私は小学校からサッカー少年で、たまたまですが、これらの国はいずれもサッカー大国なんですよ（笑）。

経理というのは会計の原則に従って数字を出していきますので、実績の部分は変えられるものではありません。収支予算管理、売上や利益、経費分析については、誰がやってもきちんと精度の高い数字になる仕組み作りが大切です。その精度アップは今注力している仕事の一つです。一方で、今、数字がどうなっていて、今後どうなるのか、そして、だから私たちはこれからどうすべきかというメッセージの伝え方は、各経理マンの腕の見せどころだと思います。社員全員が最大限のパフォーマンスを得られるように、経理マネージャーとしてロードマップを描いて、きちんとそうしたメッセージを伝え続けていきたいと思っています。

### COMPANY INFO

ORIENTAL MOTOR U.S.A. CORP. ©1978年、オリエンタルモーター株式会社の現地法人として設立された。親会社は1885年創業。精密小型モーターおよび制御用電子回路などの開発・製造・販売を行っている。

# 第53回 JBAソフトボール大会報告

去る9月10日、11日、17日、18日の土日、The Huntington Central Park Sports Complexにて第53回JBAソフトボール大会を開催した。過去9年間で8度優勝の絶対王者、Mitsubishi Electricが今年も定位置に居座ったのか？それとも、それを阻止するチームは現れたのか？総勢41チームが熱戦を繰り広げた本大会をレポートする。

## なんとなんと!絶対王者が 決勝トーナメント前に敗退!?

毎年秋恒例のJBAソフトボール大会だが、今年で53回目の開催となった。今大会は41チームが、2週末4日間にわたって熱い試合を繰り広げた。大会初日、2日目は3チームごとの16ブロックに分かれて総当たり戦を行い(2チームのブロックもあり)、各ブロックの上位2チームおよびシードチーム(2015年大会ベスト8のチーム)32チームが3日目からのトーナメントに進出した。

その3日目でまさかの大番狂わせが。ベスト16の試合で、Mitsubishi ElectricがKonoikeに5対13で敗れたのだ。常勝軍団の早々の敗退に、会場はどよめいた。さらに、15年準優勝のNippon Express、14年優勝のTokio Marineもここで敗れる



決勝トーナメント初戦で一番最初に試合が終わったDeloitte対OCS/KDDI。互いに0点が並ぶ緊迫の投手戦となった

など、サプライズは続いた。

そんな波乱含みの3日目から決勝トーナメントに勝ち上がったのは、大金星のKonoike、14年準優勝、昨年3位の強豪American Honda、14年5位のDeloitte、15年8位のOCS/KDDI、15年6位のHotta Liesenberg Saito、13年5位のToyota-B、13年準優勝のYamaha Motor-B、15年5位のToyota-Aという実力者揃いながら、フレッシュな顔ぶれだ。

## どのチームが勝ってもおかしくない! 強豪8チームが激突!

群雄割拠の様相を呈してきた4日目の決勝トーナメント、1試合目はDeloitte対OCS/KDDI、American Honda対Konoike、Hotta Liesenberg Saito対Toyota-B、Yamaha Motor-B対Toyota-Aの4カード。

まず、DeloitteとOCS/KDDIの対戦。1



American Honda戦、懸命に走るKonoikeの選手。残念ながら決勝トーナメント初戦での敗退となった



回でそれぞれ4点を取り、3回にDeloitteが3点を加点して以降、両チームとも最終回まで無得点。結果、7対4というヒリヒリした展開の試合をDeloitteが制した。

American Honda対Konoikeの試合ではAmerican Hondaの打線が爆発。24対7の大差で、今大会随一のダークホース、Konoikeを退けた。

Hotta Liesenberg Saito対Toyota-Bの試合は、20対15という打撃戦をHotta Liesenberg Saitoがものにした。14年、15年と連続でベスト8止まりだったHotta Liesenbergは、悲願のベスト4進出となった。

Yamaha Motor-B対Toyota-Aは、18対11でYamaha Motor-Bの勝利。ToyotaはAとBの2チームが決勝トーナメントに勝ち進むという選手層の厚さを見せたが、ここで2チームとも姿を消すこととなった。



決勝トーナメント常連チームのHotta Liesenberg Saito。8強進出をかけて打つ!打つ!打つ!

## 北川 & イベート法律事務所



**KITAGAWA & EBERT, P.C.**

北川 リサ 美智子 弁護士

CALIFORNIA, TEXAS, NEW YORK, GEORGIA

京都大学法学修士・東京大学研修・連邦最高裁判所認可弁護士

**WWW.JAPANUSLAW.COM**

With Lawyers Licensed in Multiple States Including  
CALIFORNIA • TEXAS • NEW YORK • GEORGIA • NEVADA • U.S. PATENT • WASHINGTON DC

北川・イベート両弁護士ともにMartindale-Hubbell Peer Reviewにおいて“AV PREEMINENT”(法的能力・道徳性)評価

WALL STREET JOURNAL, Chicago Tribune, Los Angeles Times 弊社勝訴が各誌にて紹介

EXPERIENCE  
**経験**

SUCCESS  
**必勝**

REASONABLE  
**良心的**

- 訴訟・調停・仲裁・債権回収
- 契約法・ビジネス取引・流通
- 雇用法・残業・セクハラ・RIF
- 資産売却・M&A・無税法人再編成
- 不動産・リース・建設
- 税務争訟・遺産・相続

**(949) 788-9980** INFO@JAPANUSLAW.COM  
300 SPECTRUM CENTER DRIVE SUITE 960, IRVINE, CA 92618-4998

続く準決勝では、DeloitteとAmerican Honda、Hotta Liesenberg SaitoとYamaha-Bが相見えた。

Deloitte 対 American Hondaは4回まで互いに点を取り合うシーソーゲームとなるも、5回に4点、6回に5点とAmerican Hondaが突き放し、18対12で勝利。

Hotta Liesenberg Saito 対 Yamaha Motor-Bの試合は19対13でYamaha Motor-Bの勝利。Yamaha Motor-Bは初回7点、2回6点のスタートダッシュが効いた。Hotta Liesenberg Saitoも食い下がったが一步及ばず。

### 攻撃力の高い2チームが決勝に。 勝利の女神が微笑んだのは…?

いよいよ最後の2試合。まずDeloitte 対 Hotta Liesenberg Saitoの3位決定戦は、15対2でDeloitteの圧勝となった。

そして決勝戦、American Honda 対 Yamaha Motor-Bの一戦。実はこの2チーム、初日の1回戦で対戦しており、この時は14対4でYamaha Motor-Bが勝利して

いた。American Hondaはシードチームのため、勝敗にかかわらず32強に進めることができたのだが、一度は辛酸をなめさせられた相手。大舞台でまたとないベンジの機会が訪れた格好となった。そんな因縁の対戦だったが、試合は一方的な展開に。American Hondaが初日に4点を取った後、Yamaha Motor-Bもすぐに2点を返すも、その裏、American Hondaは4回に5点、5回に7点とビッグイニングを作り、Yamaha Motor-Bを突き放した。Yamaha Motor-Bは5回、6回に2点ずつ返すのがやっとで、試合は21対6とAmerican Hondaの圧勝劇で幕を閉じた。

大会終了後は表彰式。栗原企画マーケティング部会長が各チームにトロフィーを手渡し、4日間を戦い抜いた8チームを労った。来年はAmerican Hondaが2連覇を飾るのか?それともMitsubishi Electricが返り咲くのか?はたまた、新星が現れるのか?今から来年の盛り上がりを予感せずにはいられない、そんな大会となった。



決勝トーナメント1回戦、Yamaha Motor-Bを相手に好投を続けたToyota-Bのピッチャー。残念ながら一步及ばず



準決勝でも自慢の攻撃力を見せつけたYamaha Motor-B。走攻守揃った攻撃でHotta Liesenberg Saitoを退けた



3位決定戦、ヘッドスライディングなど気迫のプレーを随所で見せるも敗れたHotta Liesenberg Saito。Deloitteが終始強かった



決勝の一番で打線が面白いようにつながり、21得点の猛攻を見せたAmerican Honda



最終回、Yamaha Motor-Bの攻撃を0点に押さえて見事優勝! 歓喜に湧くAmerican Hondaライン



優勝旗、トロフィーを掲げるAmerican Honda。来年からは追われる立場となる



準優勝という素晴らしい成績を収めたYamaha Motor-B。今後も目が離せない強豪チームだ



14年、15年ベスト8。今年はベスト4と着実に前進してきたHotta Liesenberg Saito。来年こそ…?



勝負強さと安定感が目立ったDeloitteが3位に。準決勝でもAmerican Hondaを苦しめた



Mitsubishi Electricを下して今大会最大のサプライズを演出したKonoikeが5位の座を獲得

## トーナメント上位8チーム

優勝 American Honda



準優勝 Yamaha Motor-B



3位 Deloitte



4位 Hotta Liesenberg Saito



5位 Konoike



6位 Toyota-A



7位 OCS/KDDI



8位 Toyota-B



### ソフトボール協賛企業

Asahi Beer U.S.A., Inc.  
Kirin Brewery Company, Limited  
Sapporo U.S.A., Inc.

ITO EN (North America) Inc.  
Nissin Foods (USA) Co., Inc.  
Morinaga Nutritional Foods, Inc.

Taisho Pharmaceutical California, Inc.  
Yakult U.S.A. Inc.  
Sanyo Foods Corporation of America



# JBA会員様割引

割引コード **JBA2016S** のご利用で

## ルックアメリカンツアーが3%割引

※2016年11月30日までのご予約が対象。 ※一部対象外の商品あり。



**Look American Tours**

ルックアメリカンツアー

(800)566-5582

営業時間:

月~金 6:00 ~ 16:00 PT

土 8:00 ~ 16:00 PT

## 在ロサンゼルス日本国総領事 千葉 明氏 特別講演会

### ナラティブ 「物語を紡ぐ」

## ～イラン核問題交渉が教えたもの～

去る9月21日、JBAはトーランスのMiyako Hybrid Hotelにて、7月末に着任されたばかりの千葉明在ロサンゼルス日本国総領事を迎えて、特別講演会を開催した。当日は、千葉総領事の豊富な外交経験を基にした示唆深い話に、参加者一同が聞き入る会となった。

### 外交に不可欠な ナラティブ

講演会の冒頭、千葉総領事はタイトルである「物語を紡ぐ」に込めた思いから話し始めた。「私もは外務省で『外交』という仕事をしており、相手国と交渉して日本に有利な結果を導いていくのが主な仕事です。その場合、世論をどれだけ味方につけるかということが鍵になるのです」。歴史というのは事実はおそらく一つであるが、真実というのはどう解釈するかによって、人の数だけ存在する。事実を組み合わせて、より受け入れられる物語を作った方が勝つのです、と千葉総領事。「これがほとんど虚業とも言えるような外交の世界のテクニックになるのです」。

本講演のサブタイトルは「イラン核問題交渉が教えたもの」。千葉総領事は、ロサンゼルスに着任前の2013年から2年弱、在イラン日本大使館に駐在していた。この時、イランは核問題交渉において、交渉相手を持つ世界感をうまく利用し交渉を成功に導いたのだという。

イランのアーリー・ハーメネイー氏、英語ではSupreme Leader、最高指導者と訳される地位にある人物であるが、実は限られた人々による選挙で選ばれただけであり、ペルシャ語ではただ「導き手」という意味を持つだけの肩書きである。「ところが西側のメディアはそれを勝手に『最高指導者』と訳し、ハーメネイー氏が最高指導者だと思いを込め込んでいるところが多分にあります。イランはその思い込みをフルに利用したのです」。

実際は、イランにおける「Supreme Leader」は、国軍と革命防衛軍、政府、議会、司法などイランの6つの権力の言い分をま

とめるバランスの役割を担う人である。しかし、イランはあたかも権力を握っているのがその人であるかのように、「これでは最高指導者が納得しない。交渉をうまくいかせるために、折れてくれ」といった言い方で西側と交渉したという。「実は交渉者も最高指導者もグルだったわけですが、そうでないように見せかけて交渉を勝ち取った。相手の勝手な思い込みを利用して、こうしたナラティブを作っていたわけです」。

このように相手の思い込みを利用して巧みに交渉していくテクニックは、イラン独自のものではない、と総領事。日本でも外務大臣を務めた青木周蔵が、これをうまく使って、1894年に不平等な日英通商航海条約改正に成功した。また、イラン核問題交渉において、西欧社会が二項対立で物事を考えるのをイスラエルがうまく利用した例も紹介された。

### 中国のナラティブ 「屈辱の一世紀」

次に千葉総領事の専門である中国の話に移った。千葉総領事は1985～87年の北京大学での研修に始まり、88～91年、2001～04年に在中国日本大使館で勤務するなど中国と関わりが深く、中国や中国語に関する著作もある。

「中国が常に言うナラティブは『屈辱の世紀』です。『100年間にわたってわが中国は帝国主義に痛めつけられていた。帝国主義にリベンジをするのは、中国の正当な権利である』と言うわけです。果たして、これは本当にそうなのでしょうか?。中国の言う「屈辱の世紀」は1840年の阿片戦争から始まる。戦争に先立ち、中国では、イギリスが中国に売りつけたアヘンにより、廃人同様になる者が増加した。アヘンは輸入

禁止となり、林則徐という中国の役人が密輸されたアヘンを全て没収し破棄したことから、イギリスが怒って戦争を仕掛けたという構図である。

「イギリスはかなり慎重にこの戦争を考えていたようで、議会にかけて1票差で開戦となりました。しかし、なぜイギリスはアヘンを売ったのでしょうか。『アヘンを売りつけるなんて非常にひどい奴らだ』とそこで思考停止する人が多いのですが、もとはと言えば中国がお茶を独占販売していたことにあります」。イギリスではお茶の需要が非常に高く、中国から輸入をしていたのだが、中国は広州の港にお茶の貿易会社を集中させ、そこ以外では貿易をさせなかったことから、お茶の価格が高騰。しかし中国は国内で何でも揃うと、イギリスから何も買おうとしない。そこでイギリスがアヘンを売りつけたのである。「無論アヘンを売りつけるのは大変けしからんことだと思いますが、中国がお茶を独占していなければ、こうなったのだろうかと思うのです。中国が使う『屈辱の一世紀』というナラティブにはこういう背景があるのです」。

### 尖閣諸島をめぐる ナラティブ

中国に関しては、さらにもう一つの話題が紹介された。中国は、日本との間で尖閣諸島をめぐる領土問題を繰り返しているが、実は不都合な事実があるという。ここで総領事がスライドに映したのが、中華人民共和国国家測絵総局、日本で言うところの国土地理院にあたる機関が1969年に発行した地図である。この地図は中国の公式な地図であるが、ここには日本の呼び名である「魚釣島」と記載されている。しかしこの頃、国連の下部組織の調査により、尖閣諸

〔講師〕

千葉 明

在ロサンゼルス日本国総領事

1959年テヘラン生まれ。東京大学法学部卒業後、84年に外務省に入省。北京大学、カリフォルニア大学バークレー校（修士）で研修後、在中国大使館参事官、在アメリカ合衆国日本大使館公使、在イラン日本大使館公使などを歴任。2016年7月より現職。



島の海底に巨大な油田があると報告が行われた。そして台湾の蒋介石は「台湾の領土である」と言い始めたのだという。

「スタンフォード大学が所蔵している『蒋介石日記』では、当初、蒋介石は『尖閣』と呼び、沖縄の一部だと書いているのですね。しかし沖縄の帰属についてはアメリカが占領しており、まだ争う余地があると。ところが1972年に沖縄が日本に返還されるわけですが、70年頃から沖縄返還の動きが活発になると、『どうやらアメリカは尖閣諸島を含めて沖縄を日本にやっってしまうらしい、まずい。ここは台湾の一部と言い換えることにしよう』ということが蒋介石日記に書いてあるのです。名前も、中国では釣魚島、台湾では釣魚台と読んでおり、日記でも名前を書き替えています」。このように台湾政府が釣魚島の領有権を主張し始め、中国政府も「釣魚島は台湾の一部である。台湾は中国の一部である。従って釣魚島は中国の一部である」と三段論法で領有権を主張するようになったのである。

尖閣諸島問題に関しては、この他にも、中国の共産党の機関紙である「人民日報」が1953年1月8日付の記事の中で、尖閣諸島が沖縄の一部だと明記した記事も例示された。「それまでは沖縄の一部だと言いながら、石油が出たということで、いきなり『尖閣諸島は台湾だ』と言い出したわけです。後は、全部ナラティブです。中国から発されるナラティブによって物事がかき回されているのです。このナラティブを信じてしまっている人がいるので、なんとか対抗しなければならぬのが現状なわけです」。

## 中国の考え方の背景にあるものは？

中国での勤務経験が長い千葉総領事は、さらに踏み込んで、中国人の考え方の背景を解説した。習近平国家主席をはじめ、現在の中国の指導者層は、1966年以降の文化大革命以後に下放され、都会から田舎に労働のために送られて、青年時代を過ごした世代である。そうした世代は当時、日々、毛沢東の著作を暗唱させられたのである。「そうすると、この世代の指導者の考え方はどうしても暗記した本の内容に似ているなど私は思うのです。どうということかと言うと、毛沢東はマルクス主義者ですから、弁証法という理屈になるわけです」。

弁証法では、物事を見る時に正面から見た要素である「正」と、その逆の要素の「反」があり、矛盾する二面性があると考え。こ

の矛盾するものを、矛盾のない形に理屈を整えていくことを「止揚する（アウフヘーベン）」という。元来、弁証法はドイツのヘーゲルの哲学であり、この思考方法が物事を進める原動力になると教えていた。しかし、毛沢東になると、主要矛盾に注目することが大事であると教えが変化する。「現実にはさまざまな矛盾が存在しますが、もめごとが起こるのは対立があるからであり、それが何と何の対立であるか、主要矛盾を見つけるのが大事であると言うのです」。

続けて、総領事はその具体例を語った。「例えば、総理大臣が靖国神社を参拝すると中国はそれに反対する。『これは中国の平和を愛好する人民と、日本の軍国主義勢力との矛盾である。従ってこの主要矛盾を片づけねばならない』として、中国は日本の軍国主義勢力なるものを叩こうとします。これが毛沢東の教えですが、そもそもの戦い方がおかしいと言えます。何がおかしいかと言うと、主要矛盾の立て方です。日本には軍国主義勢力もいるかもしれませんが、全体的に見れば圧倒的に平和愛好勢力です。そして中国にも軍国主義勢力は少数いるわけです。ですから、中国の軍国主義勢力と日本の軍国主義勢力対中国の平和主義勢力と日本の平和主義勢力の間の矛盾であると、主要矛盾のあり方を変えると、取るべき政策が変わってきます。毛沢東は主要矛盾が大切であると教えておきながら、どうやって主要矛盾を見つけるかは教えず、一生懸命考えて見つけるとしか言っていません。そのため非常に恣意的、主観的に主要矛盾を見つけてしまうのです。これが外から見ていて中国の政策が分かりにくい理由の一つではないかと思えます。彼らが何を主要矛盾だと捉えているかを考えると、意外に単純な政策だということが分かってきます」。

## 破綻するナラティブ

総理大臣の靖国神社参拝に関連して、総領事は、それまで中国で問題になることなかった「靖国神社への総理大臣公式参拝」が問題となった1985年の中曽根康弘総理の参拝時のことを振り返った。

「当時、中国は『首相の公式参拝は許せない』という言い方をしたのですが、その後靖国を参拝した総理大臣で、それが公式参拝だと言った人は一人もいません。それなのに、なぜ非難を浴びるのでしょうか。これもナラティブなのです。中国は『日本のA級戦犯が埋葬されている戦争神社に、首相が



参拝することはけしからん』という言い方をします。しかし神社というはお骨を埋めるところではなく、神社には名簿しかありません。死は穢れ（けが）ですので、お骨は神社にはないのです。さらに靖国神社は戦没者を悼むところではありませんが、戦争をほめたたえるような戦争神社ではありません。そうではなく、靖国神社は国のために命を捧げた人を祀り、天皇陛下がお参りをするという約束の場所ではないわけです。それについてはいろいろな意見はありうと思いますが、少なくとも戦争神社ではありません。中国のナラティブは、この点で間違っているのです」。

2004～05年、外務省の国際報道官を務めていた頃には、外国人には分かりにくい、死や穢れ、浄め、神道に対する日本の考え方について、総領事はアニメ映画『千と千尋の神隠し』を使って説明していたという。「きちんと説明していくと、外国の人もいかに固定観念で神道や靖国神社を見ていたかに気が付きます。こうしたナラティブの戦いをしていかなければならないのです」。

しかしながら、ナラティブの設定の仕方がまずいと、それは破綻していかざるをえない。全てをユダヤ人のせいにしたヒトラーのナチスドイツや、資産階級や古い文化が悪いのだと理論を展開した中国の文化大革命など、その破綻の例は枚挙にいとまがない。「今も『全て異教徒のせいだ』というナラティブを言う人々がいます。この人たちがやがては破綻していくことは目に見えているのですが、問題は放っておいても破綻しないので、手を緩めずに戦わなければならないのです。破綻するナラティブに共通しているのは、『全部あいつらのせいだ』という無限の無責任です。でも、じゃあその相手がなくなった時、自分がどう結果を出すのかとなると、途端にナラティブが破綻していくのです」。

最後に千葉総領事は、「相手の世界観に合わせながら、少し軸をずらして相手の言いがかりを崩していく。それがナラティブだと考えています」とまとめを述べて、1時間近くに及んだ講演を締めくくった。



企画マーケティング部

## 第197回JBAビジネスセミナー

## 「経営者が知るべきデジタルマーケティングの基礎 (BtoB編)」

去る9月23日、トーランスのToyota USA Automobile Museumで、第197回JBAセミナー「経営者が知るべきデジタルマーケティングの基礎 (BtoB編)」を開催した。Ys and Partnersのブランドストラテジスト結城彩子氏を講師に招き、現在のデジタル環境を理解し、在米日系企業が取り組むべきデジタルマーケティングの動向と施策について解説した。



【講師】

結城彩子さん

日本企業の米国参入をマーケティングの面から支援するクリエイティブエージェンシーYs and Partnersシニアバイスプレジデント。ブランドストラテジスト。2002年、パートナーの結城喜宣氏と同社を設立。現在、ニューポートビーチ、東京、横浜の3拠点を構える。

デジタル環境の変化と  
BtoB ビジネスにとっての重要性

今回のテーマである「デジタルマーケティング」を語るにあたり結城さんは「日本では経営層の63%がデジタルマーケティングへの投資効果に懐疑的であるというAdobe社の2014年の調査がありますが、アメリカではCMO (Chief Marketing Officer) のポジションを設けるなど、マーケティングは経営判断において大きな比重を占めています」と日米の現状から話し始めた。日本では「マーケティングは専門部署に任せている」という経営者も多いが、現在のデジタル社会の環境変化と対応の必要性について理解し、現場のデータを吸い上げることによって、経営に活かすことができるデジタルマーケティングは、現在、最も経営者が知るべきものの一つであると強調した。

現在の米国成人の約8割、2億8,800万人以上がインターネットを利用しており、全世界でGoogleの1日の検索回数は49億回、YouTubeの再生回数は113億回、TwitterのTweet数は約6億3,500万回に及ぶ。特にFacebookやInstagram、Twitterなどのソーシャルメディアの利用は、プライベートな活動に限ったことではなく、既にBtoBビジネスの93%が何らかのソーシャルメディアを運用し、ターゲットであるバイヤーの53%が商品購入のリサーチにソーシャルメディアを利用しているという調査がある。

「従来は商談やカタログでしか得られなかったような情報が公開され、情報過多の環境にあるため、バイヤーは事前の競合比較や商品リサーチにソーシャルメディアを利用し、さらに決定打となる情報を求めています。ソーシャルメディアを通して提供する情報の重要度は増しており、実際に54%以上がソーシャルメディアを通して見込み顧客を獲得しているという数字もあるのです」。

インターネット上での活動に限らず、店頭での買い物に付与されるポイントカードに蓄積された購入履歴・個人情報ビッグデータとして扱われ、その活用もデジタルマーケティングの一環である。具体的な手法として、SEO (Search Engine Optimization) 対策、

PPC (Pay Per Click) 広告、モバイル端末への対応、PR、アフィリエイト、ディスプレイ広告、ソーシャルメディア、Eメール、コンテンツマーケティング、マーケティングオートメーションなどがある。「一つの手法だけではなく、自社の認知度や求める効果、期間と予算に応じていくつかの手法を組み合わせることで効果を最大化する必要があります」。

従来の手法が、企業側が一方的に情報を与えるプッシュ型 (アウトバウンド型) であったのに対し、これからのマーケティングは、潜在顧客が自分から情報を見つけ出すプル型 (インバウンド型) と呼ばれている。従来のアウトバウンド型のマーケティングと、デジタルをはじめとするインバウンド型の比率は反転しつつあり、2016年米国のデジタル広告の予算は、テレビ、ラジオなど従来型のメディアにかかる予算を上回った。「現在は過渡期にあり、近い将来、デジタルマーケティングと呼ばれているものが、マーケティングのことを指す日が来るでしょう」と結城さん。

2017年に取り組むべき  
デジタルマーケティング施策

2017年BtoBビジネスに最も貢献するデジタルマーケティングとして、結城さんは4つの施策を挙げた。

翻訳通訳のプロフェッショナル  
40年の信頼と実績



Translation & Interpretation  
HONYAKU  
USA INC

お問い合わせ

TEL : 310-316-6900

info@honyaku-usa.com

www.honyaku-usa.com

### ①コンテンツマーケティング

「自社が持つ調査データや事例、セミナー、ウェビナー（オンラインセミナー）、ブログなどは、潜在顧客にとって有益なコンテンツ提供になります。特に、ブログによる情報発信はウェブサイトのSEOにも効果的であり、企業とサービスの認知度向上に貢献します」と結城さん。ブログを活用しているBtoC企業は、活用していない企業よりも顧客獲得率が88%高く、BtoB企業でも67%高いというデータがあるそうだ。

また、これらのコンテンツを持っていることを知らせるために適切なソーシャルメディアを活用すべきだという。例えば、2014年にBtoBマーケティング担当者がよく使ったソーシャルメディアは、Facebook、LinkedIn、Twitter、ブログであった。これらに加えて、クリエイティブで高品質な写真を持っている企業の場合はInstagram、ジェネレーションZ(現在の13歳～大学生世代)を対象とした商材の場合はSnapchatを利用する例が増えている。会場では動画撮影カメラGoProの映像を上映し、顧客によって動画が作られ、ソーシャルメディアを通して共有されることによって、製品の認知度を高めていった事例が紹介された。

### ②Eメールマーケティング

絞りこまれた特定のユーザーに直接アプローチすることが可能で、BtoBビジネスにおいて特に新規顧客の獲得に結びつきやすい。「潜在顧客が自分から登録した、つまりインバウンドの手法で収集したメールアドレスを利用することが重要です。データに基づくターゲティングがされてない、業者から購入したようなリストに送ると、企業イメージの低下を招く恐れがあります」。

Eメールを通して有益な情報を継続的に発信することによって、潜在顧客と良好な関係を築くことができ、一つのコミュニティー

のような一体感を持つまでに至るといふ。Eメールの開封率は世界平均41.6%、米国平均40.9%だが、業界によって開封率は異なる。開封率が高いのは、学校・教育関連(58.7%)、保険会社(50.2%)。一方、BtoCの食品、スポーツ、エンタメでは低いという結果が出ているそうだ(Silverpop 2015年調査)。

「Eメールマーケティングは送ることが重要なのではなく、分析することが不可欠です。現在では、どのような顧客が登録しているのか、どのメールを開封したのか、行動履歴を個人単位で追跡・分析できるツールも出ています。彼らの属性や行動履歴を基にグループ分けを行い、適切なコンテンツを配信することで、Eメールは本来の効果を発揮できます」と結城さん。

### ③ビッグデータの解析

「過去の購買履歴や、配送履歴などオンライン、オフラインで蓄積した莫大なデータが、事業戦略を変えるほど重要な指針を与える可能性があります」と結城さん。これらビッグデータの分析は顧客動向のみならず、市場全体の予測を可能にする。業界別では小売や物流において特に活用されているが、BtoBビジネスにおいてもこれらのデータに基づくマーケティングが、確実に売上に繋がっていく。結城さんが手がけた化粧品会社の事例では、過去30年の店舗での購入履歴をビッグデータとして解析し、得られた定量的な分析結果を基に仮説を立て、顧客へのインタビューを実施して仮説を裏付けた。そして、得られた意見を基にウェブサイトのユーザビリティ改善やモバイル端末への対応を行い、オンラインでの購入売上を160%以上伸ばした。

### ④マーケティングオートメーション

マーケティング担当者が手がけるウェブサイトやEメール、ソーシャルメディアなどの

数字はあちこちに散らばっている。これらのデータを整理・管理するシステムを導入することにより、一元管理ができ、また、一層ターゲットに特化したマーケティング活動が可能になる。「現在Sales ForceやHubSpotなど数多くのツールが存在しますので、業種や規模に応じて選定すると良いでしょう。78%のマーケティング担当者がシステム導入によって売上向上に貢献したと答えています(Lenskold Group調査)」。

最後に結城さんは、デジタルマーケティングの現場で感じる日系企業の変化に言及した。「近年デジタルマーケティングのセミナーに参加する企業は、以前のアーリーアダプターから、だんだんと保守的な公官庁や一般企業へと変わってきています。インターネットの普及から20年余り、この10年はBtoB企業にとって重要な商談機会であった展示会なども様変わりし『どこで顧客を見つけていいかわからない』という声を聞きます。BtoB企業こそ社会環境の変化を理解し、早急にデジタルマーケティングの施策に取り組んでいくこと、今後の事業戦略の中に取り入れていくことが大切です」。

### 参加者の声 >>>



Imuraya USA, Inc.  
中嶋さん

「マーケティングに注力するにあたって、今後どこに視点を置いて活動を行っていくべきか、目的を絞るべきかが見えてきました」

Kawasaki Motors Corp.,  
U.S.A.の鶴野さん

「BtoCにおいてはすでにデジタルマーケティングを進めてきましたが、従来型との予算配分やほかの業界の動向など、大変勉強になりました」



21241 S. Western Ave., Suite 200  
Torrance, CA 90501  
Tel: (310) 320-2700 Fax: (310) 320-4630  
sboffice@knllp.com

<http://www.knllp.com>

An Independent Member of the  
**plante moran**  
ALLIANCE

**Kakimoto**  
**Nagashima**  
LLP  
Certified Public Accountants  
Consultants

日本人スタッフによる信頼できるサービス

会計監査・会計全般  
税務全般(企業、個人)  
会計アウトソーシング  
コンピューターコンサルティング  
経営コンサルティング

## ダウンタウン&サウスベイ地域部会

### 「ミラマーエアショー・バスツアー」感想

文：OCS America Inc.・吉田友美さんのご子息・吉田友音(ゆうと)さん(11歳)

ぼくは、九月の日曜日に、お母さんとお母さんの会社の人たちといっしょにミラマーというところのエア・ショーに行ってきました。大きな白いバスで行きました。

エア・ショーでは、ひこうきがとても速くとんでいました。速くとんでいるあいだ、とても大きな音で耳がいたくなりました。ひこうきだけではなく、長いてっぽうを持っている人がぼくたちの座っていたところの近くに来てしゃがみました。ぼくは、本物の長いてっぽうを初めて見ました。戦車も、何台も並んで走っていま

した。戦車はゆっくりしか走れないと思っていましたが、早いスピードで走っていたので、びっくりしました。

でも、一番楽しかったことは、日かげにすわってお母さんとおしゃべりをしたことです。おしゃべりしながら、歩いている人たちやトイレに行く人たちを見ていました。トイレの前にある手洗い場では、たくさんの人たちが水を使ったので、途中で水がなくなってしまいました。先にせつけんを手につけてしまって、水で手を洗えなくて困っている人がたくさんいました。



日かげにすわった後に、戦争に使うひこうきの中を見に行きました。たくさんの人たちが並んで順番を待っていました。ひこうきの後ろの方の、兵隊さんが並んで座るエリアを通過して、一番前にある、ひこうきをそうじゅうする部屋に行きました。ぼくとお母さんとで、そうじゅう席に座ってみました。いすの周りには、たくさんスイッチがついていました。少しドキドキしました。

エア・ショーは、ゲームとか映画でしか見たことのないものを見られて、とても楽しかったです。

## サウスベイ地域部会

### 「ビーチ・クリーンアップ」感想

文：Pasona N A, Inc.・川上聖子さん

9月17日(土)、Dockweiler Beachにて、晴天の空の下、開催されたビーチ・クリーンアップに参加いたしました。

クリーンアップ前には、Environmental NPO「Heal The Bay」の豊島さんから、なぜ海という自然にゴミが存在するのかご説明いただきました。海中・海岸の20%は船等からのゴミ、80%は道に落ちているゴミが雨に流されて海へ放出されること、さらにそのゴミを餌と勘違いして食べる海の生き物や鳥たちがいることを学び、自分たちが自然とその周りの生物

を汚していることを恥ずかしく思いました。

配布されたJBAロゴ入りのTシャツを着用し、ゴミ入れのバケツ、手袋をして準備万端。海から吹いてくる涼しい風と、波の調べをBGMにいざクリーンアップ!

今回のイベントは、他団体の多くの方々が参加していることもあって、私たちが始める頃には大きなゴミは見当たりませんでした。それでも「なぜここにこんなものが…?」と疑問に思う小さなゴミが目につき、私が一番多く収集したのは食べ物の袋の切れ端、それからタバコの吸殻でした。



海沿いを海鳥たちが歩いていて、明らかに餌を探している様子を見ていたら、「彼らが間違えてゴミを食べてしまう前に拾ってしまわねば!」と使命感にかられ、さらにクリーンアップへの意欲が増しました。

クリーンアップ後は、良い感じに汗をかいた爽快感と、Heal The Bayが催していたラッフルを楽しみ、充実した休日の午前中を過ごさせていただきました。またこのような機会がありましたら、ぜひ参加させてください。

## あさひ学園 2017年度(平成29年) 園児・児童・生徒募集

—サンタモニカ校・サンゲブル校・トーランス校・オレンジ校—

#### 【対象】

幼稚園(200名):2011年4月2日より2012年4月1日までに生まれた人  
 小学部(300名):2010年4月2日より2011年4月1日までに生まれた人  
 高等部(40名):2000年4月2日より2002年4月1日までに生まれた人

#### 【出願締切】

幼稚園・小学部:2017年1月5日(木)  
 高等部:2017年2月1日(水)  
 ※事務局必着(郵送・オンライン可)

#### 【募集説明会】

次年度から入園・入学をお考えの皆様へ向けて、募集説明会を各校にて実施します。ご希望の方は事務局までお申し込みください。  
 幼稚園は体験保育、小学部は授業参観ができます。  
 幼稚園・小学部:11月5日(土)と12月10日(土)  
 高等部:日程は事務局までお問い合わせください。

#### 【あさひ学園事務局】

244 S. San Pedro St. #308, Los Angeles, CA 90012  
 ☎ 213-613-1325 Web: www.asahigakuen.com



## 11月 12月のJBAイベントカレンダー

**11/5 (土)** アメリカでトラブルに巻き込まれない為の子育てセミナー  
教育文化部会

**11/13 (日)** 自然と触れ合うボランティア活動とピクニック  
オレンジカウンティ地域部会

**11/18 (金)** 第199回 JBAビジネスセミナー  
企画マーケティング部会

**11/19 (土)** カレッジフットボール観戦  
ダウンタウン地域部会

**11/20 (日)** ゴミ拾いハイキング  
ダウンタウン&サウスベイ地域部会

**12/3 (土)** ワイナリーツアー  
ダウンタウン地域部会

**12/14 (水)** 第200回ビジネスセミナー  
企画マーケティング部会

**12/21 (水)** ミュージカル鑑賞「エルフ」  
オレンジカウンティ地域部会

各イベントの詳細は、JBAウェブサイトをご参照ください

Save the Date!

**1/13(金)/2017**  
**賀詞交歓会**  
Torrance Marriot  
Redondo Beach

### 新入会員

HULFT, Inc. 1820 Gateway Dr. Suite 120, San Mateo, CA 94404 ☎ 650-393-4930

**自動車リースは**  
アメリカでクレジットが無いと出来ないと思いませんか???

- ソーシャル・セキュリティー番号がなくても、または申請中でも OK!
- 全米どこでも OK! どんな田舎でも、都会でも OK!
- どんな車種でも OK! シビック、カローラ、カムリ、アコード、などの日本車、アメリカ車、ヨーロッパ車、何でも OK!
- リース期間は1年から OK!
- 15ヶ月とかの変則月数でもリース可能です。
- リース料は契約期間が長くなるほど安くなります。
- リース終了後は月極めで延長も可能です。
- 納車は注文からわずか1週間ほどで可能です。
- 自動車保険の手配もお任せ下さい。

いえ、出来るんです  
どなたでも、全米どの町でも OK!

お気軽に電話または e-mail でお問い合わせください。

**電話：213-621-7775**  
担当は、大橋：ohashim@pacbell.net  
又はゆきまさ：yukimasa@pacbell.net

**朗報** カリフォルニア州の皆さんには、格安中古車リースもありますので、在庫車種をお問い合わせください。

\*各種情報はウェブサイトでも、ご覧になれます。  
**www.LaJapaneseAuto.net**

親切で安心して任せられる 36年の実績信頼 小東京で1980年創業

**LOS ANGELES JAPANESE AUTO**  
810 E. 1st St., Los Angeles, CA 90012 •Tel:(213) 621-7775 • Fax:(213) 687-0909

\* 現在このリースプログラムを三菱電機社、NEC社、PANASONIC社など各企業の皆様に全米でご利用いただいております。

## パシフィックリム・カンパニーベネフィット・プログラム 米国駐在員のための金融サービスパッケージ

- ・渡米前に日本からの口座開設が可能
- ・便利な日本語コールセンター (Union Bank®\*1・ジャパニーズ・カスタマーサービスユニット)
- ・ご帰国後の口座管理にも便利

まずは日本語コールセンター **1-888-507-7669** (フリーダイヤル・日本時間にも対応)までお問い合わせください。

※このプログラムのご利用は会社登録をされた企業の駐在員に限られます。



A member of MUFG, a global financial group

\*1 法人名の邦訳：ユニオンバンク

©2016 MUFG Union Bank, N.A. All rights reserved. Member FDIC. Union Bank is a registered trademark and brand name of MUFG Union Bank, N.A. Visit us at [unionbank.com/japanese](http://unionbank.com/japanese).