

アジア市場開拓のための
③ポイント便利帳

どうしたらグローバル人材が育つのか？

海外展開を進めるうえで、国際ビジネスに必要な知識や経験を持つグローバル人材が必要不可欠ですが、このような人材は限られており、社内での人材育成も困難であることが、中小企業の課題とされています。

ここでは、中小企業産業大学校の「異文化コミュニケーション力養成講座」（9月開催）で講師として招聘したケンパー・マティアス氏が、グローバル人材の育成に関して中小企業が抱える疑問や悩みにお応えします。

Q 国際ビジネスで通用する英語は、どのレベルまで求められますか？

A 中学3年までに学ぶ語彙や基本的な文法が分かれれば、ビジネスシーンに必要な英会話は身に付けることができます。ビジネス英会話と聞くと、その業務特有の専門用語が登場するので難しいと思われがちです。しかし、ビジネスシーンのほうが日常生活よりも語彙や話題が限られますので、実はビジネス英会話のほうが修得しやすいのです。

Q 英語力を身に付けるための効果的な方法は？

A まずは、中学生向けの英語の参考書で基本を習得することをオススメします。そして、とにかく英語でコミュニケーションを取る機会を作ること。最も効果的な方法は、海外の日本語を使わない環境で1年間でもいいから生活することです。最近はフィリピンで学ぶ傾向が、特に大企業では高まっているようです。フィリピン人の英語は流暢で聞きやすく、費用はアメリカの1/10程度です。

Q 中小企業は、資金的な制約で海外派遣や専門機関の研修を受講させることが困難な場合も多いです。あまりコストをかけずに語学やコミュニケーションを学ぶ方法はありますか？

A 海外留学や海外派遣を経験した社員、海外出身の外国人

社員など、海外の生活や実務に経験がある人を中心とした研修会を開催すれば良いでしょう。ある程度資金に余裕があれば実績のある講師を招いても良いですが、その場合、語学力や知名度を基準にするのではなく、努力して結果を出している方を選定すべきです。失敗経験豊富な方でもOK。無名でも努力して失敗を経験しながら海外に挑戦した方のほうが、大手の著名な講師よりも、国際ビジネスの現場で本場に役立つ知識を得られると思います。

Q コミュニケーションの場で、伝えたいことが伝わらずに困るケースが多々あると思

います。それが不安です。**A** 完璧な言語を話そうと意識してはいけません。今、N T Tコミュニケーションズ様で、英会話初級レベルの社員の方向けに、異文化トレーニングを実施していますが、英語が流暢でなくても、専門用語と技術的な知識を駆使して、海外出張できるレベルまで達成しつつあります。要は、伝えたい内容を相手が理解すれば良いわけで、下手な言葉であっても、ジェスチャーしたり絵を描いて理解させることができます。「言葉で伝えられなかったら別の方法で表現しよう」という前向きな姿勢を身に付けておくことも大切です。



ケンパー・マティアス氏
ドイツ南部バイエルン州出身。2002年に来日後、富士通(株)の多国籍チームに所属、立教大学大学院を卒業。2007年にIC異文化コーチング(株)を設立(現・代表取締役)。現在、日本で唯一のドイツ人認定コーチ&異文化コミュニケーショントレーナーとして活躍するほか、アジアや欧米各国で、人材育成、企業研修、国際ビジネスサポート等の事業を展開中。

海外展開をこれから考える企業や、まだ考えていない企業に向けてメッセージをいただきました。

30年くらい先は海外取引しなければ生き残れないという状況になっているかもしれません。だから、今すぐに海外展開する必要性はなくても、今のうちに海外に関心を向ける必要はあると思います。30年先の海外展開と考えると、30年後の経営幹部がリーダーシップを発揮していなければならない。つまり、今の若手・新入社員をグローバル人材に育て上げる長期プランを策定しておくのが理想です。教育は時間をかけてじっくりと取り組むのが効果的。今から十分に間に合います。頑張ってください。

コラム ネットでアジア市場へ売り込め

アジア圏のEC市場は急速に拡大しており、ネットショップはアジア市場で販路を拡大する重要なツールであるといえます。参入形態としては、①海外向けショッピングモールに出店、②自社サイト立ち上げ、③現地EC事業者による販売代行、がありますが、まずは、①モール出店から始めることが効果的です。

- 海外向けに商品を販売するモールの一例
 - 楽天市場**
香港、アメリカ、中国、台湾など、既に世界210の国と地域で利用されている。商品説明は5カ国語に自動翻訳。
 - Yahoo! ショッピングストア**
アジア最大のEC取引グループ「アリババ」とYahooが提携しており、Yahooショッピング店舗商品を自動翻訳し、アリババが運営するECサイト「淘宝网(タオバオワン)」内の「淘日本」にて商品出品が可能。物流支援も提供。
 - Buy-J.com**
中国本土向けショッピングモール。「配送」「翻訳」「顧客サポート業務」を代行。
- 決済
国内向けECの場合と同様、ネット上で決済サービスを提

- 供する決済代行業者と契約し、決済手段を用意することが一般的。なお、モールの場合、サービスの一環として決済代行業者としてのサービスを提供または斡旋している場合が多い。
- 売れ筋の特徴
海外での入手が難しい日本の生活雑貨、ファッション、キッズ用品、ベビーグッズ、地方名産品など
- 成功している企業の売り込み術
 - 動画で商品を説明し、品質の良さをPR。
 - 利用法や日本の文化を紹介。例えば、ストラップを販売するにあたり、「日本では携帯電話にアクセサリをつける」という文化があることを動画で説明し、興味を引く。
 - SNSとの併用でプロモーションを強化。ただし、中国は、Facebookではなく「人人網」が高いシェアを占めている。

グローバル人材の育成をサポートする公的制度

<p>公益財団法人アジア人材基金 http://fukui-asianfund.jp/</p> <p>県内企業に勤務する社会人などの語学力向上や、アジア地域を中心とするグローバル経済分野の知識の習得等に関する事業を行っています(2013年スタート)。社会人向けの主な支援内容は以下のとおり。詳しくはHPをご覧ください。 募集中</p> <p>①海外への長期留学・研修への奨学金貸与 6か月以上のアジア圏への留学や、特定のインターンシップ制度への参加について、渡航費等(10万円)、滞在費等(5万円/月)、研修費用(12万円)を助成</p> <p>②海外ビジネスに関する教育・情報提供への支援 海外ビジネス講座、ビジネス外国語講座の受講料の半額を助成(上限1万5千円)</p> <p>③外国人留学生への支援 県内企業への就職支援(就職給付金5万円を助成) 日本語能力診断試験の受験支援(受講料3千円を助成)</p>
<p>中小企業産業大学校(公財)ふくい産業支援センター 人材育成部 http://www.fisc.jp/fiib/</p> <p>各種集合研修(経営管理、工業技術のコース)や、個別企業のニーズに対応したオーダーメイド研修を開催しています。グローバル人材に関する研修は今年度終了しましたが、来年度も実施する予定です。カリキュラムが決まり次第、HPでお知らせします。</p>