

多摩グローバル人材像を創造する

— 事業構想学科の実現に向けて —

共同研究メンバー

○金美徳、飯田健雄、石川晴子、梅澤佳子、大森映子、奥山雅之、金子邦博、清松敏雄、小林英夫、椎木哲太郎、志賀敏宏、下井直毅、杉田文章、趙佑鎮、中庭光彦、中村その子、バートル、浜田正幸、久恒啓一、諸橋正幸、学長室職員、教務課職員、キャリア支援課職員、学生課職員、MIC 職員（以上多摩大学教職員）
(○代表、執筆者)

1. 共同研究の概要

共同研究の目的は、本学の人材像：『多摩グローバル人材』＝「ローカリティを究めることによってグローバルに目を開く“グローカリティ”という思想をもって、多摩地域の活性化をリードするグローバル人材」と事業構想学科の人材像：「グローバルな視点を持って、優れた着想を現実の事業にまで展開できる、構想力豊かなプロジェクトマネジメント人材」を創造することにある。講演会を通じて学生に企業や社会が求める人材像をイメージ化させることで、学習の動機付けを図るとともに学習目標をより明確化させることである。

この共同研究は、2013年度と2014年度の2年間にかけて実施するもので、2013年度は、計画通り6回の講演会を開催し、学生の延べ参加者数は437名であった。

2. 「ベトナムでの JICA の取り組み状況について」2013年6月7日(金) 実施

今回の講演は、独立行政法人国際協力機構（JICA）財務部主任調査役の柳川伸二様を講師にお招きして、JICA 職員としてのベトナムでの現地経験を下に海外で活躍できる人材像について語っていただいた。

今回の講演は、最近の海外からの進出や投資の拡大に伴い沸騰しつつあるベトナムの現状と、海外でビジネスを行える人材になるためにはどのような素質や能力などを身につけていくことが必要なのかをテーマに開催をしたものである。

ベトナムは、ここ20年の安定した経済成長の結果として、1人当たりの国民総所得が急速に上昇しており、人件費の安さだけでなく、中間層の拡大に伴う消費市場としての魅力があり、10年先、20年先を見据えた様々なビジネスのチャンスがある国である。

ただ、成長が期待できる一方で、社会主義国家ゆえの政治・行政上の制約もあり、経済的合理性に基づくシナリオ通りに事業展開が進めることができない面も多い。そのため、現地の人

(原稿受理日 2014.10.29)

の文化や思考様式にあった対応を積み重ねて、少しずつ結果を出して次につなげていくことが重要で、「気配り」、「清濁併せ呑む」、「完璧を求めない」など度量のある取り組みができる人材が求められている。そのため、現地での体験のなかで現地の人々との交流経験を積み重ねて「経験値」を上げていくことが重要で、日本国内でのスキル向上には限度があり、世界に出て現地での生活のなかでスキルの向上を目指すべきである。

講演を聴いた学生からのアンケート結果を見ると、グローバル人材像について、幅広い視野をもつこと、異文化の状況に対応できること、経験の積み重ねによるその社会・文化に対する理解を深めること、現地の人たちとの交流を楽しめるようになることなどを回答しており、今回の講演会の目的は達成できたと思われる。

3. 「人材は人財ーグローバル競争時代の人材育成ー」2013年7月5日(金) 実施

今回の講演は、内閣官房日本経済再生総合事務局参事官の野原彰人様を講師にお招きして、政府の成長戦略立案に携わった経験を基に、グローバル競争に身を置くことの必要性や人材が人財となるために求められることについて語っていただいた。

現在の日本では、若者を中心に「国に関心はない。この国に期待しない。今を楽しく、個人さえ、幸せであればそれでよいではないか」と考える風潮が多くなっている。ただ、その幸せの前提となるのは日本国内における日本人の日本語による成熟経済圏の存在がある。この環境では、積極的にコミュニケーションをとるという面倒さを回避しても幸せは享受できるが、この“平成のモラトリアム”とも呼べる状況の前提は、今、急速に進む少子高齢化のなかで着実に崩壊しつつある。永遠の安定は存在しない。今こそ日本人に求められるのは、環境変化に対して正面から向き合っていく覚悟である。環境変化に対する覚悟とは、グローバル競争に対峙し、競争力を付けていくという意志である。

変化への挑戦の実例として、楽天の英語公用語化の事例がある。楽天では英語の社内公用語化を敢行した。楽天は必ずしもグローバル人材に富んでいたわけではないが、社長の三木谷氏の強い意志で人材を育成して人財化することを推進した。結果、日本人社員の英語力が滋養されただけでなく、世界の優秀な人材を採用することが可能となっている。個人も法人も、覚悟を持って、競争力を滋養するという意志を持てば、道は拓けるのである。

講演を聴いた学生からのアンケート結果を見ると、講演のなかで印象に残った内容としては、覚悟を持つ必要性や永遠の安定は無いことの認識をあげるなど、自らの行動変革への啓発を受け止めている学生も見られた。グローバル人材像については、英語力や自己主張を含めた対話力の必要性をあげており、世界とコミュニケーションできるように成長していくことの重要性が理解されていた。

4. 「グローバル化と地域イノベーション人材」2013年10月25日(金) 実施

今回の講演は、東海大学工学部教授であり日本最大のインキュベーター機関である株式会社かながわサイエンスパーク（以下、KSP）社長の内田裕久氏を講師にお招きして、「なぜグローバル人材が必要か？」というテーマについて、これからのキーワードは「イノベーション」と

「グローバル化」であることを語っていただいた。

グローバル人材とは、自律的ベンチャー志向ができる人である。モザイクを散りばめたような多様な価値観が交錯する国際社会は個人戦が基本で、これらの環境適応が重要で、異質な海外文化と価値観に触れて多様な価値観を理解できるようになることが必要である。

中小企業の海外展開には、ドイツの中小企業の活躍が参考になる。日本の中小企業は、海外に目を向けずオペレーション面や効率性に重点を置き、リスク回避的で、新しいことを習得する妨げになっている。ドイツの中小企業には、隠れた世界チャンピオンが多く、多文化を受け入れ、多くの外国人を雇用し、責任を持たせることで成功している。

講演を聴いた学生からのアンケート結果を見ると、講演のなかで印象に残った内容としては、団体行動と個人活動をうまくスイッチできる臨機応変人材になることの重要や、何事にも恐れず、チャレンジし、失敗してもトライする行動力の必要性が理解されていた。

5. 「世界を理解するにはまず自分の国、日本を知ろう」2013年11月1日(金)実施

今回の講演は、ギリークラブを主宰されている渡辺幸裕様を講師にお招きして、自らの海外ビジネス体験を基に、グローバル人材として活躍し世界のビジネスパーソンと渡り合うには、まず、自分の国、日本に関する豊かな知見と教養を身につけることが必要であることを語っていただいた。

ビジネスの基本はコミュニケーションと信用であり、よりよい人間関係の構築にはお互いの歴史、社会、伝統文化について深い理解を持っていることが大きな意味を持つ。海外の歴史文化についての理解を前提として、また相手に自らの思考様式の基礎にある歴史文化を説明できるようになるため自国日本を理解することが重要である。

日本を知るための入り口は多くあるが、今回はその中から、①日本料理、②日本と海外の関係の歴史認識、③アニメ・コミック文化、④浄瑠璃・文楽が取り上げて、海外の人から見た魅力について説明があり、相手の関心領域への理解、教養の重要性が指摘された。

講演を聴いた学生からのアンケート結果を見ると、講演のなかで印象に残った内容としては、「真の国際化とは自国を知ること」という言葉に感銘を受けたなど自国に対して誇りを持って、世界に出る大切さを多くの学生が認識するようになった。また、自分のことをよく知っている人が、信頼を得て海外で活躍していけるのだということが理解されていた。

6. 「グローバル人材とコンテクスト」2013年11月15日(金)実施

今回の講演は、Cisco systems, Inc の Business Development Manager である市川智基様を講師にお招きして、「グローバル人材」という言葉は、グローバルビジネスの世界ではほとんど使用されることがなく、和製英語であり、世界では使われてはいないことを切り口に、日本と世界との「世界観」の違いについて語っていただいた。

世界観の違いは「内と外」の位置づけである。その「内と外」のどこに自分を関係づけるかその違いとなる。

日本では、内と外を明確に区別する。内は外を排除し、内の人たちだけの文化を確立し、そ

れと違うものは外と認識しようとする。そのため、内は同質的が基本となり、自分を積極的に説明することはせず、説明が必要な人たちは外へと押しやってしまう。結果、外の人たちと交流することは、内の中の交流とは全く違って、緊張をもたらすもので、多大なエネルギーが必要になる。

ヨーロッパ諸国では、内を作らず外という場の中に自分をおいており、外という場で様々な組織と関わりあっていく。多様な言語や多様な文化のなかで、相手のことを理解し、主張し、説明して、自分というものを理解してもらうことで生活をしている。

アメリカ合衆国では、逆に外を作らず世界も内と認識してしまう。彼らは、世界のどこであっても、特別に言葉や振る舞いや仕事の仕方を変えることは全く考えていない。自分たちのアメリカのやり方がスタンダードだと信じて疑わないのである。

中華人民共和国の世界観は、世界各地にいる華僑に象徴される。つまり外は外のままなのだが、その外の組織のなかに内をつくってしまうのである。多くの国に華僑の人がまとまって生活する中華街があるのはその例である。外の中に内を作って、それが徐々に拡大して、自らの陣地や文化圏を拡大していくのである。

グローバル人材に重要なのは、「知識よりも意識」である。知識として得たコンテンツのつなぎ合わせただけでは、評価されるものにはならない。コンテンツを自分というフィルターを通して変換し、コンテクストになってはじめて、話の文脈の中で価値を持つ。ことばという道具は使えた方が良いが、必須ということではない。むしろコンテクストであるところの、知識や経験を変換する力を育成していくことが重要である。

7. 「大和ハウス株式会社—その海外事業展開—」 2013年12月2日(月)

今回の講演は、大和ハウス海外担当執行役員石橋仁様を講師にお招きして、経済成長が著しい東南アジア諸国(タイ・インドネシア・ベトナム)へ戸建て住宅やインフラ事業に積極的に進出している大和ハウス工業の戦略について語っていただいた。

大和ハウス工業は、プレハブ住宅建設で成長を続けてきたが、1990年以降、経済の低迷や少子化で成長が鈍化したことから、海外進出に戦略の舵を切っている。当初、中国を模索したが、住居環境文化の違いもあって中国市場を諦め、経済成長が著しい東南アジア諸国に、ツーバイフォー方式建築による耐熱・断熱にすぐれた戸建てで進出を図っている。

経済成長による中間層の拡大などもあって、日本式の付加価値の高い省エネ化の戸建てへの評価も高く、ベトナムでは工業団地建設というインフラ事業に携わるなど、東南アジア諸国に売上は順調に拡大している。

大和ハウスは、元々は戸建て建築メーカーだが、経営環境の変化を敏感に感じ取り、環境変化に対応した成長を目指し、海外進出だけでなく大型ショッピングモールの建設、インフラ事業(電力の小売りなど)にもビジネスを拡大している。

講演を聴いた学生からのアンケート結果を見ると、会社の名前からくるイメージと実際の事業内容とが違うことを理解した学生が多かった。生き残りをかけて従来の事業から全く違う事業形態に脱皮していく大手企業の実態や日本の産業の変化が理解できたという点で、講演会の収穫は大きかった。