2011『フレッシャーズ産業論文コンクール』Ⅰ部・Ⅱ部入賞論文

あすの企業を考える

～本社主催～

日刊工業新聞社は経済産業省、日本商工会議所、日本経済団体連合会などの後援を得て、2011年度の新入社員を対象とした「フレッシャーズ産業論文コンクール」を実施した。コンクールは「あすの企業を考える」をテーマに毎年実施。今回はⅠ部・Ⅱ部合わせて118社・807編の応募があった。国際市場での日本企業の競争力低下を受けた形で、企業のグローバル化や人材の国際移動、中小企業の海外進出、顧客主義といった内容が目立つ一方で、強い農業づくりを目的に若者の就農促進を提案した論文もあった。その中から経済産業大臣賞（第Ⅰ部第一席）、日本商工会議所会頭賞（第Ⅱ部第一席）など優秀作に選ばれた14編の入賞論文を紹介する。表彰式は21日、東京都千代田区飯田橋のホテルグランドパレスで開かれる。

Ⅰ部 第一席

「社内の意識改革から考える企業のグローバリゼーション」

加藤 麻美（かとう まみ）さん（センコー）

はじめに

近年、情報技術のめざましい発達に伴い、経済のグローバリゼーションが急速に進んできている。市場の垣根が取り払われたことにより、その規模に関係なく、世界を視野に入れた企業活動が求められている。

グローバリゼーションに向けて、多くの日本企業が注目しているのは、社員の英語力の向上だ。実際、日本人は近隣のアジア諸国と比べて英語力が低いといわれている。ファーストリテイリングや楽天が社内英語公用語化を発表し、その他の企業でもTOEICのスコアを昇進の条件に入れるなど、様々な取り組みが行われている。

確かに、英語は世界共通語として、ビジネスにおいても欠かすことの出来ない言語となっている。しかし、ここで疑問に思うことは、果たして英語力の強化が企業のグローバリゼーションに繋がるのか、ということである。そもそも、英語は最低限必要なものではあるものの、あくまでツールに過ぎない。仮に社員全員が英語を話せたとしても、その企業がグローバル企業になるとは限らないのだ。

では、グローバル企業の条件とは何だろうか。私は、言語というツールを身に着けるよりも、その土台となる社内全体の意識改革が先決であると考える。本稿では、企業のグローバリゼーションに際して必要な意識改革を、コミュニケーション能力・人事制度・和の心の三つの視点から検証していく。

1．コミュニケーション能力の向上

私は大学時代、カナダに一年間交換留学していた。留学中に履修していた観光学では、二時間の授業のうち、半分がディスカッションに充てられていた。当初、私はネイティブの学生から発音や文法を褒められて自信を持っていたが、ディスカッションになると一転、何も話すことが出来なくなってしまった。自分の意見を体系的に整理して話したり、主張したりすることに慣れていなかったのだ。

しかし、同じくノンネイティブである台湾人のクラスメイトは、相手の意見を理解した上で自分の意見を分かりやすく、堂々と述べ、ネイティブの学生が大半を占めるグループにおいて終始ディスカッションを引っ張っていった。彼女は正規留学生であったが、〝正しい英語〟を話しているとは言い難かった。しかし、彼女の抜群のコミュニケーション能力によって、英語力は十二分にカバーされていたのだ。

グローバルな企業活動を行うにあたって、言語を使うことが出来るだけでは世界で通用しない。グローバリゼーションが進む世の中において本当に必要とされる力は、コミュニケーション能力である。この力無しには、いくら英語の発音がきれいでも、流暢に話すことが出来ても、本当の意味で相手と分かりあうことは出来ない。

ビジネスは企業対企業だけでなく、人と人との関わり合いで成立する。従って、異なる文化や習慣を持つ相手とのビジネスにおいて、個々の社員のコミュニケーション能力がビジネスの成功に大きく関わってくるのだ。

では、コミュニケーション能力を身に着けるためには、どのような取り組みが効果的なのだろう。例えば、旭硝子では、外国人と共に働く職場を提供することで、言語だけでなくコミュニケーション能力全体の向上を目指している。企業内にグローバルな環境を作り出すことで、社員は実践的にコミュニケーション能力を身に着けることが出来るのだ。

また、社員に個人プレゼンテーションの機会を多く与えることも効果的だ。自分の意見を論理的に述べる訓練になり、主張に説得力が増すようになる。異なる文化において自分の主張を分かりやすく伝えるためには、論理的な思考が重要だ。

このように、社員一人ひとりのコミュニケーション能力を向上させることで社内全体の意識改革につながり、企業のグローバリゼーションへの大きな原動力となるのである。

2．ダイバーシティを尊重した人事制度

人事制度に対する意識改革も、日本企業にとって大きな課題の一つである。民間企業の調査によると、2011年度の外国人留学生採用予定企業の割合が21・7％と、前年比で二倍となった。未だ二割強と少ない割合ではあるが、外国人の採用に意欲的な企業が増えてきていることが分かる。それに対し、法務省によると、日本企業への就職を希望し在留資格変更許可申請を行った学生は、2010年度には1023０人と、前年比で1559人減少している。

外国人留学生の採用を前向きに検討する企業が増える一方で、日本企業への就職を希望する留学生は減少している。なぜこの様な現象が起こるのだろうか。

ここで、先に挙げた民間企業の調査の中の、「企業が外国人留学生の採用で障壁と感じるもの」という項目に注目したい。企業の約九割が留学生の採用に障壁があると回答し、最も多い回答が〝受け入れるポジションがない／少ない〟で47・5％、次いで、〝言語の壁により応募者の能力が適切に判断できない〟で45・6％となっている。

この調査結果から、多くの企業で日本人と外国人を区別しており、外国人に対する明確な評価基準も定まっていない現状が見えてくる。また、日本企業の昇進制度には〝ガラスの天井〟があるという。いくら能力や実績があったとしても、外国人は昇進に限界がある、というものである。これらの現状が、外国人留学生に日本企業への就職をためらわせているのではないか。

以上のように、日本企業の人事制度は外国人にとって不利な部分が多い。能力ある社員を獲得するためにも、企業はダイバーシティを尊重した人事を行うべきである。優秀な人材を、国籍や年齢、性別などを問わず、平等に評価するのである。外国人社員だから通訳や海外業務を担当させよう、という判断でなく、本人の能力や実績を重視し、適切な人事を行うことが求められているのだ。

平等な人事制度の例として、三光合成やトヨタ自動車などが挙げられる。海外拠点において、幹部に実績ある現地人材を登用することで現地社員のモチベーションを高め、〝ガラスの天井〟を取り除こうと努めているのだ。このように、まずは海外拠点において現地人材を幹部に登用するなど、日本人だけでなく、全ての社員にチャンスを与えていくべきである。

ダイバーシティを尊重した人事で、企業と外国人社員とがWIN－WINの関係を築くことが出来る。これが、企業の成長、グローバリゼーションに繋がるのだ。

3．和のこころを世界へ広げる

私の大学時代の恩師の言葉に、「真の国際人とは、日本の心を持ち、欧米的な論理的思考も出来る人である」というものがある。上辺だけで欧米をまね、日本のアイデンティティーを失っていては、真の国際人とは呼べない、という教えだ。

これを企業に当てはめると、単純に欧米企業の経営手法をまねるだけでは企業のグローバリゼーションは達成出来ない、ということになる。そもそもグローバリゼーションとは障壁を取り除くことであり、個性を失くすことではない。日本企業が本来持つ〝和のこころ〟や企業理念を失えば、企業経営の軸そのものを失ってしまうことになる。

日本企業のサービスはおもてなしとも呼ばれ、世界で質が高いものとして知られている。お客様を大切にする精神や、迅速で細やかな対応は、他と差をつける強みとなる。海外展開をするにあたって、日本人外国人問わず、全ての社員に企業理念を浸透させるべきだ。そのためには、海外拠点における研修や、現地社員を日本に招いて勉強会を行うなど、全ての拠点と連携を取っていく姿勢が大切である。

ただし、それぞれの国や地域に合わせた柔軟な対応も欠かすことはできない。その地域の文化や習慣を理解した上で、どのように自社の、日本企業としての強みを生かしていくことが出来るかを検討する。そうすることで、日本企業が本来持っている良さを生かしつつも、その地域に合った商品やサービスを提供する事が出来るのだ。

グローバル企業と〝和のこころ〟というと、正反対のものに思える。しかし、企業のグローバリゼーションにおいて、〝和のこころ〟こそ、他との差別化を図る大きな強みとなるのだ。マニュアル通りでも画一化されたものでもない、あたたかな〝和のこころ〟による対応は、世界の顧客を引き付ける力を持っている。海外に通用する企業を目指して体制を改革していくだけでなく、企業として大切にしている心や理念を忘れずに、社内が一つになって意識を高めていくべきである。

おわりに

日本企業がグローバルに活躍するためには、社内全体の意識改革が必要だ。これまで述べてきたように、個々のコミュニケーション能力の向上、ダイバーシティを尊重した人事制度、そして、日本企業の〝和のこころ〟の見直しが、グローバル企業への道を切り開いていく。言語というツールに限らず、広い視野で戦略を立てていくことが重要である。グローバリゼーションという言葉を一人歩きさせないためにも、足りない部分は補い、良い部分は伸ばす、という基本に立ち返った企業改革が求められるのだ。

日本企業が世界市場の中で衰退してきていると報じられるようになって久しい。しかし、日本企業の技術力や影響力は、まだまだ衰えてはいない。日本企業ならではの強みを生かし、再び世界をリードしていくためには、グローバリゼーションに向けた企業の意識改革が急務の課題なのである。

【参考文献】

・経済産業省
「人材の国際化を推進する企業のグッドプラクティス集」
http://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/kokusaika-sihyo/kokusaika_good.pdf

・株式会社ディスコ調査広報室
「外国人留学生の採用に関する調査」
http://web.disc.co.jp/topics/gairyu_20100909.pdf

・法務省
「平成21年における留学生等の日本企業等への就職状況について」
http://www.moj.go.jp/content/000050170.pdf

Ⅰ部・選考短評

「日本の良さ」新たな強みに

相澤益男審査委員長

今、「日本の良さ」が、世界から見直されている。「なでしこジャパン」は、「決して挫けない元気」をアピールし、「さわやかさとひたむきさ」でミラクルをつくり続け、世界を感動の渦に引き込んだ。東日本大震災においては、日本人の節度ある行動が、諸外国の驚嘆的的となった。アジアが躍進する時代を迎え、欧米にない「日本の良さ」は、「あすの企業」にとっても新たな強みになりそうだ。

フレッシャーズの目も、こうしたところに向けられていたのであろう。最終選考に残った19件の応募論文の多くが、「日本のこころ」「和のこころ」「おもてなし」といった、日本の良さにつながるモチーフを取り上げていた。しかし、日ごろ慣れ親しんだ表現であるだけに、明確なビジョンを構築し、「あすの企業」について、インパクトある提言とすることにかなりの難しさがあったのではないか。

一席に選ばれたのは、加藤麻美さんの「社内の意識改革から考える企業のグローバリゼーション」である。日本が再び世界をリードしていくために、コミュニケーション力の強化、多様な人材の重視、そして和のこころの見直し、という三つの意識改革を推進すべきであるとの提言だ。英語はツールに過ぎない、肝心なのは個々のコミュニケーション能力だ、と自らの体験やエビデンスを活かした説得力ある展開が高く評価された。

二席は、武藤夕美子さんの「企業が日本にできること　人の国際移動が日本を救う」である。日本企業の良さを外国人に知ってもらう目的で、「交換就労」を進めるという、互恵的な人材の国際移動の提言であり、ユニークさが評価された。

僅差で、髙橋匠さんの「若者の就農を促し、強い農業を作る」と新川宏美さんの「明日、明後日、その先の未来」が、三席に選ばれた。髙橋さんは、高齢化と厳しさを増す農家の明日を開くために、新しい価値創造を目指した農業への参画を若者に訴え、新川さんは、若者に対してベテラン社員をメンターとして活用し、日本の良さを継承しつつ、持続的に発展する企業の明日をつくろうと提言。いずれも、力作との評価であった。

若い人達の知恵と力に期待

椎名武雄審査副委員長

日本では大震災の後、欧米・中東・アジアでも不安定な政治経済社会現象が頻発するなか、若い人達がどのように考え、どのように生きようとしているか、これを知りたい、というのが今年の論文に対する期待であった。

提起された課題は多岐にわたるが、目立ったのは、経済のグローバル化への対応だ。積極策を提言する論文が多く、日本企業の海外での存在感をもっとアピールしよう、顧客主義の良さを知ってもらおう、外国人の更なる活用を図ろう等。また、農業・医療など、より深く専門領域に踏み込み、問題を鋭く指摘するものもあった。大震災を積極的未来の契機としよう、との提案もあった。

文章力が特段に向上したのは大きな成果である。惜しむらくは、内容は前向きながら論調は総じて〝おとなしい〟ことで、論文という性格上やむを得ないとも考えられる。

世界の抱える課題に終りは見えず、わが国が多くの難問を新しい国づくりにつなげようと国を挙げて取り組んでいる現在、若い人達の知恵と力に期待する声はますます高くなり、出番が求められるのは確かである。皆さんの真剣な問題意識と提言が国家的課題の解決につながるよう皆さんの力に大いに期待したい。

【Ⅰ部 審査委員】（順不同）

委員長　相澤 益男氏（総合科学技術会議議員）
副委員長　椎名 武雄氏（日本IBM名誉相談役）
委員
水野 正人氏（経済産業省経済産業政策局産業人材政策室長）
坪田 秀治氏（日本商工会議所理事・事務局長）
井上 洋氏（日本経済団体連合会社会広報本部長）
藤巻 正志氏（経済同友会執行役）
水藤 几僖氏（日本能率協会顧問）
松川 昌義氏（日本生産性本部理事長）

努力賞

▽地域愛を企業愛へ＝関根依純（ADEKA）▽企業の労働時間短縮について＝永井萌（関東電気保安協会）▽～大震災に際して～ネパールに学ぶ『ご近所付き合い』＝五味愛子（ライオン）▽品質改善コミュニケーションネットワーク＝吉岡拓人（三菱電機特機システム）▽戦略的女性活用のための環境づくり＝永田光三郎（IHI）▽企業中心の健康づくり制度の提案＝柴田晃佐（富士通長野システムエンジニアリング）▽海外市場での日本企業の存在感を取り戻すために＝峰川頌子（Hitz日立造船）▽自動化の導入や企業の海外進出と技能者の育成＝下山丸加（森精機製作所）▽100人のチーム＝池町信哉（ヤマハ発動機）▽産学連携による人材の確保＝鈴木皓久（三菱電機メカトロニクスソフトウエア）▽災害と戦争からみるロボット産業＝繋弥生（キャリオ技研）▽消費者ニーズに対応した商品開発＝溝上菜見子（富士通九州システムズ）

奨励賞

▽日本企業が世界で活躍するために必要なこと＝嶋博司（NECトーキン）▽国際企業への土俵入り＝宮本英明（金子産業）▽企業に合った人材を確保するための就職活動について考える＝後藤有加里（NEC）▽「働く」とは＝塩見朋子（ADEKAクリーンエイド）▽小さな積み重ねのチカラ＝島田裕輝（アルゴグラフィックス）▽ものづくりは人づくり＝藤田佳岳（日本電設工業）▽『型』と『遊び』から生まれる創造性＝長田悠吾（SRA）▽失敗に学び、不確実性に挑む＝横山祐真（日鉄鉱業）▽BCPによる企業の危機管理＝森皓一（同）▽日本国内からのグローバル人材の育成＝森田博充（富士通フロンテック）▽共通言語は初音ミク～無償の協業が世界を変える～＝窪田浩（JNC）▽企業の成長へとつながる就職活動の改善＝有山大祐（コアー）▽日本らしいグローバル化＝白岩麻子（三木プーリ）▽日本の技術職に対する理解の必要性＝川上絵里（日本電子）▽読みと大局観による企業戦術＝犬田雅之（日本バルカー工業）▽企業と子供が密接に関わる社会を考える＝布施和志（アルバック）▽組織と個人＝岡村勇希（日立物流）▽スマートグリッドの活用による電力の共同体自治をめざして＝寿田竜大（日阪製作所）▽大規模災害に備えるサプライチェーンのあり方について＝横山佳宏（モリタ）▽企業の存在と働くことに対する動機付け＝石黒雅人（パナソニックスクリートデバイス）▽環境対策から考える企業のあり方＝岩橋知之（東洋炭素）▽企業理念から生み出される成功＝堀口博史（堀場エステック）▽企業の危機管理＝宮本武明（栗本鐵工所）▽求む！適応能力と泥臭さ＝森洋治（オムロン）▽日本企業の技術と事業に柔軟性が与えるもの＝松本直己（タキロン）▽近江商人に学ぶ　日本企業の海外事業のあり方＝岩倉卓也（山陽特殊製鋼）▽外国人労働者の受け入れについて＝中村弥生（江崎グリコ）▽ワークライフバランスと教育の視点から＝白井晋子（バンドー化学）▽新社会人の心得＝氏原聡太（きんでん）▽日本企業のこれから＝阿部誠也（西島製作所）▽社員の意識のグローバル化＝高田夏希（シャープ）▽今後日本企業が海外企業と戦うために必要なこと＝高井繁吉（パナソニック　セミコンダクターシステムテクノ）▽多様な視座から捉える＝山田寛乃（中部電力）▽双方向コミュニケーションで若手技術者の育成を＝溝口勝哉（同）▽あすを担う人材を創る＝柴山知慶（TYK）▽人材確保のための柔軟な対応＝野村駿介（安川電機）▽ソーシャルネットワークと企業における有用性＝永野一徳（正興電機製作所）

参加・協賛企業

（順不同）

IHI
朝日急送
朝日プリンテック
ADEKA
ADEKAクリーンエイド
有馬グランドホテル
アルゴグラフィックス
アルバック
イサハヤ電子
エイチアンドエフ
エイテックス
江崎グリコ
SRA
NEC
NECトーキン
エヌティーツール
MCOR
尾池工業

第34回　フレッシャーズ産業論文コンクール