座談会に出席した産業論文入賞者ら

●海外と日本について

―環太平洋連携協定（TPP）が話題になっています。日本は国を開くべきでしょうか。

高橋　農業にも言えることですが、日本の人口も減り農業の需要も減っていると聞いています。会社が事業継続を考える場合、海外市場に出ざるを得ないと思います。ならば、後手に回るよりも積極的に行くべきだと私は考えます。

武藤　グローバリゼーションの流れは止められないと思うので、足を止めてしまうべきではないと思います。日本は素晴らしいところですし、私たちも日本が好きという思いがあります。よくある言葉ですが「変わらないために変わり続ける」。閉ざして守るより、変化に対応しながらいいところを守るために、芯を持つのが理想だと思います。

―それでは、日本企業が世界で戦うのに必要なことは何でしょうか。

藤井　学生時代、ポルトガルとスペインに11日間行き、生活の仕方や、時間の使い方の違いに驚きました。あれだけ生活文化が違うと、必要なモノも変わると思います。考え方が全く異なる文化の中で、相手が何が必要か、個人が他の文化を理解すること、何を売ったらいいかに気づくことだと思います。

新川　相手を知ると同時に、自国のことを知ることも大事だと思いました。英国に短期留学したとき、クラスで軍隊の話になり、日本の制度について聞かれました。しかし、現在の制度は知っていても背景や歴史を知らず、慣れない英語ということもあり、やりこめられてしまいました。自国のことを理解し、説明できるようにならないといけないと感じました。

柳田　私も2カ月間のスペイン留学で、文化の違いや価値観の違いは感じましたが、違いは変えられないし、差を埋める必要もありません。違いを認めたうえで「私たちは、こういうところを持っているから、あなたの国にプラスになる」と発信するのが理想だと思います。日本人の性質や日本人のネットワークの作り方、ビジネスの仕方が売り込む時の武器になるのではないでしょうか。

赤桐　研究の発表で豪州に行き、海外の研究者と話す機会がありました。日本では「わかりました」で終わるところを、「なんでそうなのか、これはダメなら、これは試してみたのか」とその場で議論して話を展開することが印象的でした。日本だと協調性が重んじられますが、課題解決のために徹底的に議論する文化がありました。サービスでも、言われたことをやって終わりでなく「もっと良くするにはこうすればいいのでは」と提案することや、自分の主張をし、相手の主張も聞く力が大事だと感じました。

横山　日本人は、主張が弱いのかもしれません。大学時代、海外からの留学生に日本人らしいそのため自分の意思を伝えることについては不得意なのだと思います。

加藤　日本人に足りないのは個人力だと思います。日本人は協調性があり組織として動いたら強いですが、ビジネスは常に組織対組織ではなく、数人対数人、一対一のときもあります。日本人は自分のことを話す力や主張する力、説得力、論理的に物事を順序立てて話す話し方ができない人が多いので、そういう場面で弱さが出てくるのではないでしょうか。いいところがあるのに、主張する力が弱くて相手にわかってもらえないのは、もったいないと思います。

―一方で、若者の「海外離れ」も指摘されています。海外赴任したいですか。

新川　行かないとわからないこともたくさんあると思うので、機会があれば行ってみたいです。

武藤　地域に密着している仕事だからこそ、違う国や地域も見てみたいという思いはあります。

柳田　新規開拓は任せられた人しかできないので、携われるなら挑戦してみたい。いろんな場所に行ってみたいです。

加藤　今の会社で、自分の強みができたら、行ってみたいです。海外で当社流のサービスをして「ありがとう」と言われたら、ものすごい達成感なのでは、と思います。海外だと物流はモノを運ぶだけ、遅延があって当たり前という場所も多いと思うので、そういう場所で総合的な物流サービスを提供したいですね。

武藤さん

足りないのは個人力　加藤さん
変化に対応して守る　武藤さん

新川さん

●震災後の仕事観

―東日本大震災の後に、仕事観への変化はありましたか。

藤井　働けて、身の回りに身近な人がいることはありがたいことだと思いました。働くことも、漠然と仕事や生活をするのではなく、どこに自分がやったことが生きるのかを考えながら働きたいと思いました。

横山　当社で、震災のときに一番大変だったのは問い合わせの電話だと聞きました。その内容は、マイコンメーターが止まってしまって動かない、ということです。ボタンを押す簡単な操作なのに、意外とお客さまはご存知なかったんですね。当社は地域密着を強みにしている会社ですが、本当に地域密着だったのかなと思います。当社では今まで以上にお客さまと接する機会を大切にし、例えば先ほどのマイコンメーターであれば安全機能や復帰方法を改めてお知らせし、安心してガスを使っていただけるように努めています。

高橋　私は家の被害もなく親戚も大丈夫だったのですが、入社後、農家さんやJAを回っていると、風評被害など放射能の影響の話が出ていて、本当に困っている人がいると気付きました。自分に何ができるか、考えていけたらと思います。また、当社は福島県に工場があり、被災して製品が出せない期間がありました。このことで、会社内の他事業所、例えば東京支店と生産現場はつながっているのだと、意識するようになりました。

赤桐　地震後、節電の話もあり、必要とされる電化製品の流れが変わってきています。おもしろさだけでなく、節電機能や、地域の役に立つといったプラスアルファが必要になっており、現場の方からそういったニーズをくみ上げることが大事だと思います。また、お客さまとお話しする中で、震災時の使い方など想定外のことも考えるようになりました。

新川　今、電力業界は厳しい立場にあり、私たちの仕事一つひとつに対して、皆さんの見る目が厳しくなっています。ある意味では意識して見て下さっているので、その分こちらも、毎日真摯に仕事をしています。今まで何十年も長い年月をかけて先輩方が会社の信頼を築いて下さっていますが、崩れるのは一瞬なんですね。今、先輩方の経験を私たちが受け継いで、改善しなければならないことは、改めて自分の頭で考えて、以前よりもさらに強固な信頼を、何十年もかけて築いていくべき時期なのかなと思めて思います。自分の目で、震災時の使い方など想定外のことも考えるようになりました。

武藤　震災後、4月から電力会社で働くことについて考えました。必要不可欠なものに携わる使命感を持ちたいと思って会社を選びましたが、その意味を改めて考えさせられました。電力会社で働くことの使命感を本当に自分は持てるんだろうか。使命感とは何なのか考えるという話も聞き、危機管理も大事だと思いました。「ありがとう」がうれしくて、サービス業や物流業界を志望しましたが、日常的な「ありがとう」だけでなく、本当に困ったときに何ができるのか、お客さまに対してしっかり責任を持って危機管理などを考えていかないと思いました。

―皆さん、本日はありがとうございました。

赤桐さん

提案や代案積極的に　柳田さん
想定外にも気を配る　赤桐さん

横山さん

不得意な意思の伝達　横山さん
生活文化の違い理解　藤井さん

被災地との絆を意識　高橋さん
より強固な信頼築く　新川さん

魔法使いの少年

押しボタン式の信号が赤に変わり、
私は車を停めた。
「間が悪いな…」
その時、突然、魔法を掛けられた。
横断歩道をわたり終えた男の子が、
こちらに向かって、
ていねいに頭を下げたのだ。
少年の「ありがとう」のおじぎは、
私を、対向車の人を、一瞬にして
笑顔に変えてしまった。
（ACジャパン作文コンクール「魔法を掛ける仕草」より）

「ありがとう」の気持ちには、
思いもよらない力がある。

民間から。公共広告40年

AC JAPAN

●北海道事務局 〒060-8545 札幌市中央区大通西5-11-1（電通北海道内）TEL.(011)214-5115　●東北事務局 〒980-0022 仙台市青葉区五橋1-2-28（河北新報社内）TEL.(022)211-1324　●東京事務局 〒104-0061 東京都中央区銀座7-4-17（電通銀座ビル）TEL.(03)3571-5195　●名古屋事務局 〒460-0008 名古屋市中区栄4-16-8 TEL.(052)263-8651　●大阪事務局 〒550-0004 大阪市西区靭本町1-6-6 TEL.(06)6443-2404
●中四国事務局 〒730-8677 広島市中区土橋町7-1（中國新聞社内）TEL.(082)236-2215　●九州事務局 〒810-0042 福岡市中央区赤坂1-16-10 TEL.(092)713-2558　●沖縄事務局 〒900-0015 那覇市久茂地3-21-1（電通沖縄内）TEL.(098)862-6144
◆ご希望の方に、ACジャパンのパンフレットをお送りします。（切手200円同封）詳しくは各事務局またはホームページへ。http://www.ad-c.or.jp

ACジャパン（旧称　公共広告機構）は、全国の1000に及ぶ企業が参加する民間の団体です。2011年、私達の活動の公益性が認められて「公益社団法人」になりました。