

世界で活躍する石川の企業に学ぶ

国際ビジネスリーダー 育成講座2013 ダイジェスト

海外で事業展開する企業の
経営者や駐在経験者が講師となって行われた
「国際ビジネスリーダー育成講座2013」の内容を
ダイジェスト版でお届けします。





「国際ビジネスリーダー育成講座」は海外に進出している
県内企業の経営者や駐在経験者の方々からご自身の
ビジネスに関する経験談等について語っていただく講座で、
企業の方と学生のみなさんが直接意見交換できる貴重な
ひとときとなっています。

就職活動の前に、世界で活躍する石川の企業の底力を知り、
国際ビジネスを取り巻く環境を知ることで、グローバル
社会での活躍を目指してみませんか？

※本冊子は2013年11月～12月に開催された
「国際ビジネスリーダー育成講座」のダイジェスト版です。



CONTENTS



株式会社スギヨ

営業本部 海外事業推進部 主任 **宝 泉** 氏

[2013年11月9日開催]

4



株式会社PFU

取締役兼執行役員常務 **古江 嘉之** 氏

情報 KIOSK 事業部 第二技術部 プロジェクトマネージャ **柿本 章博** 氏

[2013年11月16日開催]

5



株式会社横山商会

ゼネラルマネージャー **末岡 洋平** 氏

[2013年11月23日開催]

6



津田駒工業株式会社

代表取締役専務 **竹鼻 達夫** 氏

[2013年11月30日開催]

7



株式会社北國銀行

代表取締役専務 **杖村 修司** 氏

[2013年12月07日開催]

8



株式会社金谷酒造店

代表取締役社長 **金谷 芳久** 氏

[2013年12月14日開催]

9

総括セッション～講師からのアドバイス&エール～

株式会社横山商会

源 英登 氏

津田駒工業株式会社

竹鼻 達夫 氏

株式会社金谷酒造店

金谷 芳久 氏

[2013年12月21日開催]

10-12

もっと知りたい! Q&A

13

参加者の声

14-15



私の「海外営業」に 対する心得

企業データ

主に水産練製品を製造・販売。1972年に発売の「かに風味蒲鉾」は水産練製品を活性化させたヒット商品。

失敗の経験を 新たな気づきのチャンスに

会社というのは組織ですから、学校や社会とも若干違います。当然会社のルールに従わなくてはいけないわけです。私の実際の経験ですが、まだ会社に入りたてのころ、「どんどんやれ」という上司の言葉をとりちがえ、一人で勝手に盛り上がって、研究開発部や商品部とはあまり連携せずに、商品を出したことがあります。すると中国への輸出の際、税関で止められたのです。理由は商品の原料の表示ミスだったのですが、そういう部分は本来なら出荷前に他の部と詰めなければいけないことなのです。

その後の処理は大変でした。各部にミーティングをお願いして、なんとか解決したのですが、中国への輸出は一ヶ月遅れました。海外に出すということが事前に分かっていたのだから、それを見据えてしっかり打ち合わせをやっていたら、こんな問題は起こらなかったわけです。仕事をする上でこうしたルールは非常に大事です。皆さんが、将来、社会に出て就職する時には、その会社の雰囲気に合わせて周りと協調しながらやっていくことが大切ではないかと思います。

営業の肝は調整力 相手の納得感を引き出そう

海外営業で苦勞することは、顧客の考えをいか

に上手く自社全体で共有できるかというところで。食品には賞味期限というものが当然絡んできます。例えば、顧客から商品を真空包装にして、賞味期限を1年半にしてももらえないかといった要求があるとします。会社の研究開発部の人からは「出来るわけない」と跳ね返されますが、それが出来なければ、この取引が破談になってしまいます。そこで、他の方法はないかと再度商品部に投げかけてみるわけです。どうやって説明したら顧客も会社の内部も納得した状態で、交渉を成立させられるのか。営業マンにはそこが試されます。そのときに必要なのがコミュニケーション能力であり、あなたの営業力なのです。より多くの経験を積み、自分でいろいろ考えて、身につけることが大切だと思います。

信頼関係を築くまでが勝負 苦勞の先に達成感

海外営業をしていると、賞味期限や価格交渉など、いろんな苦勞がありますが、やっぱりお互い人間ですから、海外のお客さまとか関係なく、誠意を持って接すれば、最終的に分かってくれます。一番苦勞するところは、信頼関係を築くプロセスではないでしょうか。苦勞を重ね、最大限に努力して、一つの仕事を成功させたときの達成感というのは、すごく気持ちが良いものです。是非皆さんにもそうした達成感を心から味わえるようなお仕事をさせていただきたいと思います。

MESSAGE.

日本の商品は、海外、特にアジア圏では、日本製というだけですでにブランドが確立されています。皆さん好んで買ってくださいませ。日本自体がブランドなのです。これは非常に誇らしいことだと思いますか。皆さんがもし将来、営業をすることになったら、自分の国に誇りを持って、日本製ですと胸を張って言ってください。



企業データ

先進技術を結集した IT-LCE (IT ライフサイクル・エボリューション) により、さまざまな経営課題を解決する最適な IT 活用をご提案し、常にお客様に信頼されるパートナーを目指しています。

PFUにおける グローバル人材の育成

競争に勝つ鍵は 日本国内におけるグローバル

皆さんがグローバルと聞いて最初に思うのは「出て行くグローバル」ですよね。世界に製品を出すとか、工場を建てるとか、もっと進んだところですと開発やオペレーションの拠点も海外におくとか。しかしグローバルには「出て行くグローバル」だけではなく、もう一つ、「日本にいながらのグローバル」というのがあつたんです。

海外の企業が日本に進出して来た場合、それにどうアプローチするかというのもグローバルですよ。企業ばかりでなく製品のグローバル化もあります。日本の工場で開発した製品に、世界中のいろんな地域で作られた部品が使われています。日本国内において、海外製品にどう対応していくか。これもグローバルなのです。人についても同様です。東京オリンピックの開催が決まり、これからは外国人が観光など様々な目的で日本を訪れる機会が増えると予想できます。そういう人に対してどういうビジネスを考えていくか。日本にいながらのグローバルというのも結構大事であり必要です。これを意識しないと競争にも負けてしまうということになります。

ナンバーワンを目指す志が グローバル化につながる

PFU は最初からグローバル企業になることを

MESSAGE.

文化の違いという点でキーワードとなるのは「ギブ・アンド・テイク」。まずは与えることが大事です。自分たちができることをやっていくうちに相手からも信頼されて、何かが「Take = もらえる」のです。どうしても先に何かもらおうとしてしまいがちですけど、あくまで「ギブ・アンド・テイク」であつて、まずは与えてそれからもらうものなのです。

目的にしていたわけではありません。PFU はとにかくナンバーワンを目指しました。ナンバーワンを目指すせば自然と地域一、日本一、世界一となつていきます。そういう志がグローバルにつながつていて、これが一番大事なのです。会社に歴史あり、歴史に人あり、人に志あり。だから社員がみんなそれぞれの分野でナンバーワンになるんだと。自分自身もそれぞれの分野でナンバーワン。そして事業もその分野でナンバーワン。

ナンバーワンを目指すという志。それがグローバル化というひとつの選択肢を生むということになつていきます。2位ではダメなんです。1位でないと。最初から2位を目指すすと2位の技術しか育たない。結果2位でいるっていうのは別で、志は常に1位を目指すことが大切です。

上手い下手は関係ない 大切なのは伝えようとする気持ち

日本人にとって、英語はあくまでセカンドランゲージです。日本語が第一（ファースト）で、英語は第二（セカンド）です。英語が下手でも、言いたいことはちゃんと言う。伝えられなくても伝えようとする気概を持ってやつていかないと、海外での生活は中々大変かなと思います。私の個人的な意見ですが、中国人やインド人の英語はそれぞれアクセントにくせがあります。でも皆ガンガン話していますから。日本人は日本人のアクセントで話していけばいいわけです。自信を持って話しましょうよということです。



東南アジア事業戦略

～海外で戦う為に必要なものとは～

企業データ

産業用機器の専門商社。生産システムのトータルサポートを手がけるメーカー的な一面も併せ持った珍しい企業です。

海外勤務に必要なのは、 言葉の瞬発力！

海外でやっていくうえで必要な要素とは何なのかまっ先に思い浮かぶのは言葉ですよ。言葉が通じないと厳しいので、言語は必要不可欠な要素の一つです。それからスピードが大切。例えば自社の長所がすぐに言えること。「あなたの会社の強みは何ですか？何ができますか？」と聞かれたときに、ポンと答られないと厳しい。当然チームワークも必要で本当に大切なことですね。

とにかく実践してみる PDCA サイクルは回転速度が重要

最近ビジネスの世界に良く出てくるようになったPDCAサイクルについてお話しします。

PDCA (Plan, Do, Check, Act) は継続的に実践して改善を行っていくことが非常に大事です。海外で、外国人を相手に仕事をする時、一生懸命計画を練っても、やってみたら全然違う結果が出てしまい、もう一度計画し直さなければならぬということが多々あります。日本国内だったらPDCAの流れが遅くても、まあなんとかなるかなという感じなんですけど、海外では、計画(plan)に時間をかけても出てくる結果が全然違うということがざらにあるので、サイクルを早く回し、とにかく実践してみる。それでとんでもない結果が出たらそこを改善していく。細かく細かく

何サイクルにもして回して、良い結果を追求して、ブラッシュアップすることが大切です。

出会いは成長の種 苦労や困難も人生の財産に

海外に出て8年以上になりますが、国、人種によって様々な考え方や生き方があり、それらの違いを肌で感じることができます。様々な人との出会いにより、人脈のネットワークを広げることができますし、レベルの高い人がたくさんいるので、年上り下なんて関係なく、刺激を受けることによって自分を磨くことができます。学べることが多く、価値観も日本にいたるときと本当に違う価値観になっています。また、日本を外から見ることができるので、客観的に日本の良い面、悪い面に気付けます。これからも自分を成長させるために、どんどん新しいマーケット、様々な地域の人々と出会って、新しいことにチャレンジしていきたいと思っています。競争の激しい海外市場は、厳しいことや苦労もたくさんありますが、そういったことから逃げずに努力し、乗り越えていくことが大切だと思います。これから皆さんは就職し、困難に直面することがあるかもしれませんが、それを乗り越えることで得る経験と自信は、人生を歩む上でかけがえのない財産になるはずですよ。

MESSAGE.

日本にも外資系の企業が入ってくることで、市場のグローバル化、企業間の競争はますます激化していくと思います。世の中のトレンドが次々に変化していく昨今、将来を想像して、今何が必要で何をしなければいけないかということを考えることが、本当に必要なことではないかと思っています。



モノづくりから見た世界 ～世界で働くということ～

企業データ

繊維機械と工作機械関連装置。ジェットルームとNC円テーブルは世界トップブランドの評価。さらに炭素繊維へも進出しています。

敗退の経験が 世界のトップブランドを 目指す意欲に

「海外に出てみたい、海外から日本を見てみたい」という思いは、社会に出てから強く思うようになりました。弊社の製品は海外でどこまで通用するか、強豪と比較してどれくらい差があるのか、といった意識が徐々に芽生えてきたのです。はじめて北米に駐在したときに持ち込んだ「※エアジェットルーム」は、実は力不足で敗退しました。この時のことが大きな経験となり、さらなる開発意欲と自分たちの製品を世界のトップブランドにしたいという思いが高まり、その後の販売業務につながっています。刻々と変わる世界の経済情勢や政治的な諸問題を繊維産業や繊維機械産業を通じて、また自分の肌で感じたことと重ね合わせて、現在の業務や自分の生き方に活かしています。

人間力は万国共通 基本は相手への理解

現在は中国に約30名、インドには8名の現地スタッフがあります。他に韓国、パキスタンなど、世界各国で合わせて約60名の現地人スタッフが活躍しています。この人たちとともにセールス活動していますが、彼らとうまくやっていくにはその国の歴史、人を理解するおもんぶかことがまず基本だと思います。相手を敬い、慮る力、一言で言うな

らば人間力です。これは何も海外で仕事をするから必要というわけではなく、やはり社会人として活躍するうえでどこにいても必要なのではないかと思います。相手は国であれ、人であれ、理解しようと努力する姿勢が大切だと学びました。

今こそ求められる、 人間力あふれる グローバルな人材

市場の変遷とともに世界の繊維産業も変わってゆくわけですから、日本の繊維産業も異なる文化に触れて共存をしています。いま日本の人口は減少しているため、否応なしに日本の経済は国際化せざるを得ません。そうしなければ立ち行かなくなってしまうでしょう。皆さんがイメージする国際ビジネスマンとはどういったのでしょうか。

皆さんが目指すものは革新的な技術開発者、独創的な技術開発者などの技術職だけではないはずです。当然いろいろな職種に就かれると思いますが、必要なのは人間力にあふれた人材です。異なる事象と共存できる広さと深みを持ったグローバルな人材であると思っています。皆さんが世界に認められる個人になることを願っています。

※エアジェットルーム…津田駒工業株式会社の主力製品。圧縮空気の噴射を利用した織り機。水圧を利用したウォータージェットルームも世界トップシェア。

MESSAGE.

「人間力」と一言でくくってしまいましたが、国によって特別な対策を施すべきではないというのが、私の基本的な考えです。どの国であろうと人である以上考えていること、やっていることにそれほどの違いはありません。めげることもこけることも、たくさんあるかもしれませんが、皆さんにはあらゆることに前向きに挑戦してもらいたいです。



これからのビジネスマンにとって必要な国際感覚とは

企業データ

県内に本店を置く唯一の地方銀行として、お客様の様々なニーズに応える質の高い総合金融サービスを提供しています。

多くの知識・情報のインプットにより広がるビジネスチャンス

ビジネスパーソンとして仕事をするうえで基本となるのが「心技体」だと思います。「技」はスキルであるといえます。スキルを高めるには「インプット」を大量に行うことが大切で、新聞や雑誌も含め読書はその有効な手段の一つです。よくコミュニケーションが大切だと言われていますが、お互い共通する部分があって初めて会話というものが成り立つんですね。そういった意味で、たくさんの知識・情報をインプットすることはコミュニケーション能力のアップにもつながります。

次に磨くべき「技」は、ITと語学です。今の時代、ITはどんどん進化しており、そのITを使いこなすことで、仕事は大幅に効率化、高度化することができます。また、企業の国際化が進み、英語を公用語とする日本企業も出てきています。ビジネスも結局は人と人のつながりによる部分が大きいのですが、IT活用による効率化や語学力の習得によりそのつながりをいっそう強固なものにすることができます。

仮説を立てて挑戦せよ！ 異文化理解には多面的思考を

心技体の「技」でもう一つ大切なのは、「仮説を立てて、やってみること」です。リーダーとして物事に挑戦していく上で仮説を立てることが必

要です。

例えば、誰かと話をする時、「こんなこと言ったらこんなこと思われてしまうからやめておこう。」というのも1つの仮説だと思います。今のうちから仮説を立てて実証をして、結果を踏まえて次の行動に活かすという思考を身に付けておくと、作業のスピードも上がっていくし、自分の中の知識をいい具合に活用できるという流れができると思います。関連して、その時に大切なのはいろんな見方、多面的な考え方ができるかどうか。これはすごく大切です。多面的な見方ができると、国によって異なる考え方、思考、文化を理解できる。「こういう考え方もあるのか」という見方ができると、海外の人との付き合いも、うまくやっていくことができるのではないかと思います。

心を磨き、体を維持する 心技体の実践を

心技体の「心」についてですが、心の持ち方はとても大切で、ビジネスでも相手を信頼していかないと物事は進みません。その時に必要なのは、人間力、一言で言うところの真心です。自分自身のため、地域のため、世の中のために働いていけるかという心の支えがこれからビジネスをやっていく上で大切なことだと思っています。

もう1つは「体」、健康というのももちろん大切です。しかし、年を重ねるにつれ、常に健康な状態であることは難しくなってきます。ただ健康を願うというだけじゃなくて、自分自身の健康を維持するという意識も若いうちから心の片隅においておいてください。

MESSAGE.

国際的に通用するリーダーとなるには、心技体を意識しながらリーダーの基礎を築き上げていくことだと思います。特に技についてはインプットが重要で、アウトプットの仕方も重要です。またITについての知識、多面的な見方。そしてその基礎にあたる心、体を維持していけば意識しなくても自ずとビジネスパーソンの中でリーダーとして活躍できると思います。



小さな酒蔵が取った 海外戦略

企業データ

小さな酒蔵ですが、「酒文化に貢献する」という理念に挑戦し続け、手造りにこだわり抜いています。

参入障壁の高さ、味覚の違いを 逆手に海外戦略

今回は私の海外での酒造りの経験をいくつかお話しさせていただきます。

弊社は知人の引き合いで、カナダのモンリオールで日本酒を売り出すことになりました。向こうはワインの国ですから、日本酒なんて3銘柄か5銘柄ぐらいしかありません。参入障壁が高いわけですが、逆に向こう側に入ってしまう後からライバルが入って来られないので、ゆっくり商売ができる。小さな会社の海外戦略としては最適かなと思いました。

それで大吟醸とか持って行くと現地のソムリエは美味しいとは言うんだけど、なかなか注文をくれないのです。よく考えてみたら、実は彼らの食べ物というのはすごく脂っこい、例えばバイソンの肉とか、ものすごく臭い食べ物が多い。そういう肉に大吟醸のさわやかなお酒は合わない。これでは売れないわけです。

それで小さいタンクで、味が濃くて、もう酸っぱくて甘くて、日本酒とは言えないようなお酒を造りました。現地のナンバーワンという赤ワインは、もう渋くなって、私は口から出したくらいですけれど、とにかくそういうものが良いと思って造りました。完成した日本酒を持ってワインフェアに行くと、グッドだと。こんなうまい日本酒あるのかとなりました。これには私、目から鱗と言う

よりも、やっぱりそうかと思いました。

チャレンジがしやすい環境こそ 小さな会社の最大のメリット

やっぱり、ある程度売れるものが良いということで、南方向けに酸味のある、モンリオールの白ワインのような感じの日本酒を造ったんです。これも最初は社員から大反対でした。「酸っぱい、腐っているんじゃないか」と。でも、その国の食事とあわせるとうまい。やはり一番大事なのは、どこの国の誰が飲むのかといったターゲティングの見極めだと思います。だから、これからも今までにはない日本酒、記憶に残るような日本酒を造ろうと思います。これは小さい会社だから出来るんでしょう。社長が直接、腐ったら捨てろと言う。腐ったら原料代だけでいいわけですから。そういう風に思っているから、いろんなチャレンジができて、いろんなお酒を造ることができるのです。

自分の目で、足で確かめる 先入観は取っ払おう

誰にどういうシチュエーションで売るかということに重点を置いて、商品開発をやっているわけですが、甘い日本酒を韓国向けに造りました。韓国人は甘いものが好きだから。「え、韓国というのは酸っぱい物とか辛い物が好まれるんじゃないの」って思うかもしれませんが。そしたら違いましたね。韓国人は甘い饅頭が好き、甘いお酒が好き。なるほどなあと、これも昨年行って、初めて分かったことです。

MESSAGE.

絶対にここで成功するという気持ちを持って、植え付けて行かないとダメだと思います。どうしたら成功するかを考えもせずに、アレが悪いからダメだ、これが悪いから…と。絶対ダメな理由を探す方が簡単なのです。まずは、どうしたら成功するのか、それだけで良いと思います。

講師からのアドバイス & エール

株式会社横山商会 電子部 部長 源 英登 氏
津田駒工業株式会社 代表取締役専務 竹鼻 達夫 氏
株式会社金谷酒造店 代表取締役社長 金谷 芳久 氏

「国際ビジネスリーダー育成講座」ではこれまでの講座のまとめとして、講師と受講生が意見交換する総括セッションを行いました。ここではセッションの場でもった講師からの意見を、国際ビジネスリーダーを目指す学生に向けてアドバイスをエールとしてまとめてみました。

未来のビジネスリーダーを目指すなら、 今からこんな技能、習慣を身につけよう！

金谷 海外で働くには、自分は日本人だという主張を積極的にしていかなければいけないと思います。語学は当然必要です。それ以上に、日本の文化、歴史についてよく知っておくことが大切です。例えば、日本の民族的なものを身につけておくこと。私の場合は謡曲です。パーティーなどで、自分をアピールする機会がある時には、能を舞ったり三味線を弾いたりすると印象づけられると思います。というのも、ビジネスというものは、結局は人と人の繋がりがりだと思えます。海外に出ているんな方とビジネスをする。そういうときに自分を知ってもらおう。そのためにはまず、相手に印象を与えることができるといいでしょう。

竹鼻 私は月曜日から木曜日まで中国に行っていました。中国語で話したのは二〜三回とサイチェンぐらいです。これでは「まずは言葉を喋れるようになってください」と皆さんに言う資格が無いですね。言葉は大事なんです。海外に興味を持つ、海外から見た日本に興味を持つことこそ、まずすべきことだと思います。そして、皆さんと同じ世代の若い仲間たちと交流する中で、相手との考え方の相違点をしっかりと理解しておくことが大切です。そういうことを今のうちからしておく、海外に出て異文化の人と交流をしても、きちんと相手を受け入れられると思います。

源 働くために必要な能力ということ、語学とかいろいろなものがありますが、その前に健康、気力がなければ海外赴任は続けられません。健康、気力は人間のベースの部分だと思うので、





学生のうちに整えておくことが一番だと思えます。

ビジネスリーダーとして活躍するために、必要な感性・努力とは？

源 感性という話になると、まず知っておいてほしいことは、日本人の「常識」は、一切通用しないということです。日常生活でも、日本人からすると信じられないようなことがたくさん起こります。いちいちそこに頭にきていると続かないので、まずは自分が培ってきた、もしくは植え付けられた常識を一旦排除するようにしています。いろんなものを受け入れる上で助けになると思えます。基本姿勢として、与える際は、日本人的な感性を与える。受け取る時は日本人的な感性を要求しないということ、心を心がけると良いのではないのでしょうか。

竹鼻 感性を育てる上でもう1つ大事なことは、食事をすることです。友達、あるいは仕事関係の方々との食事をする機会がありますが、そこでその人が持っている感性や考え方の基本的なものを感じ取るということが非常に多いです。アメリカに行こうと、インドに行こうとバングラデシュに行こうと、どこに行っても現地の食事をします。そのときに口に合わ

ないということがあると思いますが、好き嫌いをせずに食事をするということが大事だと思います。もちろん日本にいても1つの心がけとして今のうちからそうした努力をすると良いと思います。

ビジネスリーダー育成における自社の考え方や工夫について。

金谷 リーダーに限ったことではないのですが、ビジネスマンとして、まずは個人の創造力と、自分を磨くということが大切だと考えています。それと、仕事以外のシーンで、相手とのコミュニケーションの機会を持つように勧めています。

竹鼻 弊社の売上の8割が輸出なんですね。そうすると否応なしにセールス活動だとか、お客様との設計的な打ち合わせを海外で自分を中心となってしなければいけません。そういう時に、無視しない、放置しない、バックアップするということが心がけています。基本的に仕事の様子を見て、海外に行ってもめげないと思われる人を抜擢しています。

源 弊社では特別な育成はしていません。コミュニケーション能力や判断力が備わってきたと見られる人間を、海外赴任に向けてピックアップ





しています。最近採用時点で海外要員を意識することはあります。適した人材を見つけていくことが私たちの役目となっています。

外から見る日本という国、 石川県について思うこと。

源 海外で暮らしている時は、石川県の美しいところばかり思い出されましたが、帰ってくると地味だという印象を受けました。海外に行くと判断のスピードと正確さが要求されるのですが、石川県は判断に時間がかかるように思いますね。

竹鼻 確かに日本はスピード感が無いなあという感じがありますし、日本の中でも石川県はさらに遅いように思えますね。

金谷 私が金沢に帰ってくると金沢は樹が違う、四季があって綺麗だということでもっとします。たったこれだけなんですけど、ずいぶん違います。そういう自然をもっと満喫していただきたいと思います。

ビジネスで重視される判断力。 その基準となるものとは？

金谷 直感力です。右か左か、0か1か、二者択一のときには直感です。

竹鼻 私も直感だと思います。生まれ持ったものというところもありますが、いろんな経験を積んで蓄えていったものが、物事を判断する材料になります。

源 判断はニュートラルから考えよというのが基本姿勢です。つまり先入観を排除するということですね。

国境という殻を破り、 地球人の視点で考えよう！

源 いろんな人がいろんな話をしますが、結局は自分で試して実感するということが大事です。まずは飛び込むことから始めていただければいいかと思います。

竹鼻 自分の子どもと同じような年代の方たちとこういって話ができ、実は私、嬉しいんです。そういえば息子とこういって話をしてないなあ。皆さんは力まずに自分の努力をして、海外に興味をもってやればよいと思います。

金谷 海外とか考えずに地球だと思ってやっていただければよいと思います。



もっと知りたい! Q&A

講師の皆さんが、
受講生の質問に
丁寧に、そして熱く
答えてくれました。

Q 営業に大切なコミュニケーション能力を私たち学生が鍛える方法を教えてください。

相手の立場に立つことが大切。この人はどんな趣味があるのか、女性か男性か、歳はどのくらいで、何に興味を持っているのか。会って話していれば、だんだん分かってきます。例えば、商売話からではなくて世間話から入るなど、堅苦しくならないのがいいと思います。

A

Q 海外での勤務経験を通じ、日本の学生にはどのような経験が大切だと思いますか？

顔を合わせて会話するなどして、会話の中から学んでいくことが大切だと思います。例えば、トラブルが起きた場合、文字だけで対応すると、なかなか解決しない場合が多いです。顔を合わせて話せば、日本でであろうと海外であろうと理解されるものです。

A

Q 世界でナンバーワンを取るために武器にするものはありますか？

なんといっても基本は技術であり、その根幹となるものは人だと考えています。弊社では人を育てて技術を育てることを理念とし、人材教育に取り組んでいます。

A

Q 「国際ビジネスリーダー」とはどのような資質を備えた人だと思いますか？

リーダーは皆をまとめて、納得性を持って一つの方向に持っていく能力が必要で、そのときに人間力に裏付けされたパワーや行動の原理が必要になります。そういうものを持てる人が国際ビジネスリーダーだと思います。

A

Q 就職試験での自己PRで悩む学生に、何かアドバイスをいただけますか？

客観的に自分をみて、自分を売り込む能力が大切だと思います。分からないところは分からないと言えばいい、苦手な所は正直に言えばいいと思います。ある程度フラットな気持ちで自分のことを客観的に話すことができれば良い結果になるのではないのでしょうか。

A

Q こういう信念を持ってやってきたという、その信念についてお聞かせ下さい。

どんなに反対されても、これをやろうと決めたら押し切ってもやります。当然結果は全て自分に掛かってくるので、全ての責任を自分が取るという覚悟、気合いでやっています。みんなが行くから海外に行くと言う生半可な気持ちではなく、現地で根を下ろすくらいの覚悟が必要ではないのでしょうか。

A

参加者の声

本講座に参加した学生から、「参加してよかった」「視野が広がった」という感想がたくさん寄せられています。

自分の考えが変わった。

自分の中での**進路が見えてきた**気がする。

実際に自分の目や肌でしか分からないものが多くあると感じた。

**何事にもおもしろいと
思う姿勢を
見習いたいと思った。**

グローバルに活躍するとは、
人に興味を持ち好きになること
なのだと思った。

今後自分もいろいろな人と交流して
人間力を高めたいと思った。

決断力の重要性に気づき、
日々の生活の中で意識しようと思った。

多角的な視点を持つことがとても大切だと思った。

**ビジネスとは
いろいろな人を幸せにすること**
という言葉が心に残った。

とりあえず、**行動**してみることの大切さを感じた。

現場で働く方から**リアルな話を聞くことができ、参考になった。**

ナンバーワンのシェアを目指す
企業のポリシーに感銘を
受けた。

後輩達にも**聴いてほしい。**

大学コンソーシアム石川は、石川県内の全ての高等教育機関（大学、短期大学、高等専門学校）が連携して、教育交流・情報発信・地域連携等を行い、高等教育の充実・発展及び地域社会の学術・文化・産業の発展に寄与することを目的として、設立された組織です。

これまでの大学と地域の連携活動が認められ
「平成24年度、地域づくり総務大臣表彰」を受賞しました。

UC↑ 一般社団法人
大学コンソーシアム石川

〒920-0962 石川県金沢市広坂2丁目1番1号
しいのき迎賓館3階
TEL:076-223-1633 FAX:076-223-1644
E-mail:info@ucon-i.jp URL:http://www.ucon-i.jp

