

The University Times

February 2012 Vol. 18

<http://jtimes.jp/utimes>

produced by IELTS by STEP × The Japan Times ©THE JAPAN TIMES, LTD. 2012

CONTENTS

■ Visit a Global Company : グローバル企業訪問 株式会社ニコン 1 2	■ Journalist's Eye : 英字新聞記者の視点 「円高」 / 「商標トラブル」 3	■ Shu-katsu Counseling : 就活の不安を解消しよう エントリーシートの書き方 5	■ IELTS ライティングテストのコツ 7
	■ English for Careers : 就活英語を学ぼう 英文 Eメールの書き方② 4	■ University's Challenge : 国際交流に取り組む大学 世界を志向する国際教養大学 6	■ News in English 英文記事を読んでみよう 8

Visit a Global Company : グローバル企業訪問

映像や精密機器分野において 最先端のコア技術で 期待を超えて、期待に応える

Vol. 8 株式会社ニコン



戦後まもなく発売したカメラの品質と性能の高さで、世界にその名を馳せたニコン。現在も多彩な技術を駆使して、次の時代を育む新たな事業へ果敢にチャレンジし続けている。そんな会社が求める理想の人材とは？

ニコンといえばカメラ——。多くの人々がそうイメージするほど、特に一眼レフカメラにおいては確固たるブランドイメージを築いている株式会社ニコン。1917年の創業以来、培ってきた「光利用技術」と「超精密技術」を駆使し、現在ではカメラメーカーの枠を超えた多彩な技術・製品・サービスを次々と世に送り出している。国内外にグループ会社を擁し、今や海外での売り上げが約85%を占めるグローバル企業だ。
「ニコンの事業は大きく分けて3つ。半導体露光装置や液晶露光装置関連の事業を手がける『精機カンパニー』、カメラ関連事業の『映像カンパニー』、顕微鏡や検査装置、測定機関連の事業を展開する『インストルメンツカン

パニー』の3カンパニーを軸に、それぞれが世界をリードする存在として、日夜努力しています」
そう語るのは、人事部海外企画課マネージャーの小野寺正晃さん。ニコングループでは1999年より、各事業の独立性を高めることを目的に「カンパニー制」を導入し、一体感とスピードを生かしたワールドワイドな活動を展開している。
「特に今年は、ニコングループ全体の関係性を今一度見直し、さらにシナジー効果を高めようという動きがあります。昨年起きた東日本大震災や秋口に発生したタイの洪水被害などを契機に、ニコンのグローバルな絆やグループとしての存在意義が再認識されたた

めです」
そうでなくとも、もはや日本国内だけを見ている時代ではなく、約85%という海外売上割合が示すとおり、ビジネスの中心は完全に海外になっている。グローバル人材育成の姿勢は、すでに同社の教育制度にも色濃く現れている。
「研修については基本的に職層やカンパニーごとに分かれて必要な知識や技術を身に付けていくのですが、それとは別に本社人事部門が企画するプログラムがあります。特に力を入れているのが語学で、英語だけでもライティング、プレゼン、ミーティング、ネゴシエーションなど、加えて、中国語、タイ語、韓国語、ロシア語、ポルトガル語など、多言語の講座が用意されています。逆に言えば、それだけ業務で外国語を使うケースが増えているということです」

語学力よりもボーダーレスマインド

こうしたニコンの語学研修の中でもさらに特筆すべきが、グローバル人材育成のための「海外語学留学研修制度」だ。
「近年、BRICsなどの新興国へのビジネス展開が加速していることを受け開始した、新興国向けの海外語学留学研修制度も3年目を迎えました。対象者は現地への駐在が前提で、一時的に仕事を離れ、朝から晩まで語学の勉強に専念するのが大きな特徴です。国内で2カ月間、赴任予定の国で半年間の語学研修の末、駐在員として派遣されます。主に20代の社員が多いのですが、カンパニーからの指名制ということもあって、社員は非常にモチベーション高く臨んでいますね。ここまで徹底した語学研修は例がないようで、注目を集めているようですが、われわれの考えとしてはあくまでビジネスありきです。日本でも仕事のできるビジネスパーソンを、英語以外の現地語を用いて仕事ができるように育てようとい



人事部海外企画課マネージャーの小野寺正晃さん

うのが狙いです。この研修によって学ぶことも多いでしょうし、可能性を伸ばすという意味では、海外駐在員に必要なスキルアップだけでなくとどまらない、その国の文化の吸収や人脈づくりも期待しています」
これだけ徹底して語学教育に力を入れている企業もそうはないかもしれない。同社の入社においては、さぞ高い英語力、語学力の要件が求められるのだろう。
「いえ、英語力についての基準等は特に設け



あらゆる製品に組み込まれているエレクトロニクスパーツの中核である先端LSIを製造するための半導体露光装置、ArF液浸スキャナー「NSR-S620D」



Visit a Global Company

グローバル企業訪問

ていません。もちろん、海外での仕事が増えているので、英語が得意であることに越したことはないですが、語学力だけで採用しているわけではありません。先輩社員の中には、学生時代は語学が得意ではなかったものの、入社してから勉強して海外に出向している人も少なくありません。大事なのは初めから語学ができるということよりも、異文化を許容することのできるボーダーレスマインドや広い視野を持っていることです。こうした考えを持っ

ている人であれば語学力は自然と伸びると思います。そのポテンシャルを引き出し、原石を磨きあげることが、私たち人事の役割と考えています」

最後に小野寺さんは、ニコンの求める人材についてこう語ってくれた。

「ひと言で言えば、『チームのために自分で考え行動する人』。先ほども絆ということを申しましたが、まずはチームワークや協調性、協働するというマインドがグローバル化におい

ては重要です。そして次に大切なのが、自ら考え行動するという部分。決して人任せではなく、自分の考えを持ち、それらを行動に移す。結果、周りを巻き込んでいく力を持つ人を求めたいと考えます。もちろん製造から販売、サービスまでさまざまな部門がありますし、組織にはいろいろなタイプの人が必要です。求める人物像は画一的なものではありません。しかし、心構えや姿勢は共通して欲しいと考えます」



株式会社ニコン

1917年(大正6年)創業の精密機器メーカー。設立以来、国内外の市場において、光学技術のバイオニアとしての道を切り開いてきた。現在、デジタルカメラを中心としたカメラ関連製品や双眼鏡などの消費財光学製品から、半導体露光装置、液晶露光装置、顕微鏡、測定機などの産業用精密機械まで、高い技術力をもとにさまざまな製品を提供している。
http://www.nikon.co.jp

グローバル企業の先輩に聞く！

大切なのはきれいに話すことより
言いたいことをいかに伝えるか

小川 真弘 さん

株式会社ニコン
映像カンパニー マーケティング本部
第二マーケティング部 営業課

2003年入社。映像カンパニー生産本部を経て、米国販売会社のNikon Inc.に6年間勤務。現在は映像カンパニーマーケティング本部で、日中韓を除くアジア地域の窓口を担当。海外販売会社の営業サポートを行う

Q お仕事内容を教えてください。

A 海外販売会社の営業活動を本社側よりサポートする仕事です。香港にあるNikon Hong Kong Ltd.が現在、日本・中国・韓国を除くアジア市場すべてを管轄しているのですが、その市場の販売動向を確認しながら、販売会社側の担当者に商品の提案や適切な調整を行うのが私の役目です。入社後はアメリカの販売会社と本社営業窓口として、製品供給の管理や生産管理の立案などを行っていました。アメリカ担当だったこともあり、縁あ

て米国販売会社のNikon Inc.に出向することになったのが2005年12月。向こうに行く立場が一転して、日本から商品を仕入れて販売する側となりました。

日本とは電話やメールで連絡を取り合い、そこで得た供給情報や課題などを解決して、現地の営業社員への情報共有を行います。実はこれらの作業は非常に重要で、物を売る者としては生命線です。製品の供給状況が分からない限りは受注できませんし、商品が来ないことには販売もできません。それらの情報を伝えて、攻めるのか守るのか、そ

た部分についてもセールスパーソンと折衝するのも私の業務でした。

Q アメリカと日本の仕事の違いは？

A 日本のカメラ店では、大きなお店であればほとんどのメーカーの商品を置いていますが、アメリカの場合、例えばウォルマートのような大手量販店では、非常にラインナップが限定されています。基本的には売れ筋商品のみ。われわれとしては、全種類のカメラを売ってほしいという話をしに行くのですが、置いてもらえるのは最大でも7割か8割程度。そこで採用される数が確保できないと、当然当社の販売金額やシェアも低くなってしまいます。つまり、自分たちの商品をいかに置いてもらえるかが、アメリカでは非常に重要なのです。そのため、こういった商品が求められているという市場のニーズについては、私が出た商品供給部門だけでなく、マーケティングや市場調査の部門からも常に本社にフィードバックしています。

Q 英語は得意だったのでしょうか？

A いえ、まったく。ニコンを志望したのも、もともとカメラが好きで、光学関係の仕事に就きたいという理由からで、学生時代から英語を勉強してきたとか、帰国子女であるとかそういう要素は私にはありませんでした。とはいえ仕事ですから、英語が不得意だろうとやるしかありません。最初は海外とのメールのやり取りが主でしたが、英語が堪能な先輩社員にアドバイスをもらいながら、何度も繰り返し書くことで徐々に慣れていきました。また、英会話の指導も併せて行っていただくなど、その先輩には大変お世話になりましたね。

Q 海外での生活で苦労したことは？

A やはり一番は言葉でしょうか。赴任に備えてCD教材を使っていたので勉強もしていたのですが、教材のスピーチがスローモーションで聞こえるくらい、実際のアメリカ人の会話は早口なのです。彼らは相手が日本人だからとい



Nikon Inc. 副社長と小川さん

て、ゆっくり話すことはしてくれません。それは仕事でもプライベートでも一緒。逆にそういった手加減なしの環境だったからこそ、死に物狂いで覚えたという部分も大きいと思います。仕事では、要点が分からなければ確認して、分からないまま流してしまうということはないよう徹底しました。言葉はきれいな発音で話すことよりも、自分の言いたいことをいかに的確に伝えるかということのほうが重要だと思います。

Q 海外だからこそそのやりがい？

A 日本で一担当者だったときよりも、仕事の裁量や任せられる範囲が広がったという点では非常に充実感がありました。日本への帰任が決まった時には、もう少し残りたいという思いが込み上げてきました。

Q 学生へのアドバイスをお願いします。

A いざ海外に行くというときに、「まったく話せないけど気合いだけはあります！」というのではかなり大変なので、ぜひ今のうちから勉強しておくことをおすすめします。また、ニコンで働いている人はみな人間関係を大切にしている人ばかりです。人と人との輪が繋がって会社になるという意味では、非常に働きやすい会社です。ぜひ一緒にニコンの商品を世界に広げていきましょう！

小川さんのお仕事アイテム



「2007年の6月に全世界に先駆けてアメリカでiPhoneが発売され、喜び勇んで発売日翌日に買ってしまいました(笑)。一番うれしかったのは辞書アプリが使えること。どこに行くのでも常に電子辞書を携帯していたのですが、iPhoneで英和辞典が使えるとあってすごく重宝しました」