

派遣国	マレーシア	派遣都市	クアラルンプール
出国年月日	2020年2月15日	帰国年月日	2020年2月22日
法政大学との共催団体名（受入団体名）	紀伊国屋書店		
主な活動内容	国際インターンシップ		

### （1）課題設定 【出発前】

自分の身近に存在する日本企業である紀伊国屋書店が、日本から遠く離れた国、マレーシアでどのように会社を経営し、どのように書籍の売り上げを伸ばしているのか、ということを実際に現地に赴いて自分の耳で聞いて、感じて、理解すること。また、幼い頃から自力で勉強してきた自分の英語力が、現時点でどのくらい現地で通用するのか、どのスキルがまだまだ自分には足りていないのかということ、このような機会ではしか参加できない、国際インターンシップでのみ味わえる挫折や成功体験から学ぶこと。

実際に現地の従業員の人たちとともに1週間過ごすことで、外国人の仕事に対する考え方、取り組む姿勢などを理解して、日本人の勤勉さとの違いから、それぞれの良い点、改善の余地がある点などを考察できるようになる。同じ紀伊国屋書店でも、日本にあるものとマレーシアに展開しているものとの、明確な違いがあるのかということを理解し、海外でビジネスをする際、意識した方が良いことをあらかじめ知っておくこと。自分の英語力の長所と短所をはっきりと理解し、今後の外国語の習得がより効率的に進むように役立てること。

### （2）事前調査活動内容 【出発前】

#### 活動国の特徴

マレーシアは人口3200万人で、マレー系、中国系、インド系、その他にも様々な民族が同じ場所で生活している多民族国家である。マレー系の人々のことを一般的にブミプトラといい、人口のおよそ69%、中国系は人口の23%、インド系が7%、残りがそのほかの民族によって構成されている。ブミプトラとは『土地の子』を意味し、主にマレー系の人々や、元々そこに住んでいた人々と移民を区別するときに用いられる。マレー系の人々の母国語はマレー語であり、ほとんどがイスラム教徒である。マレー人は礼儀や作法を重視する価値観を持っていて、礼儀正しいという特性がある。さらに、外部の人々に対してオープンであることがマナーであり、マレーシアの多民族国家の形成は、ここに要因があるのかもしれない。

参考文献『地球の歩き方 D19 マレーシア ブルネイ 2020~2021年版』ダイヤモンド社、2019年

#### 受け入れ先の職種、業務内容

株式会社紀伊国屋書店は、創業が昭和2年1月22日で、設立が昭和21年1月16日の日本の書店である。資本金は3600万円、年商は2018年8月期には1031億円であり、日本の中ではかなり規模の大きな会社として知られている。従業員も現在5千人だという。事業内容としては、和洋書籍や雑誌、事務機器、文房具、情報文献、視聴覚教材、教育設備の販売、出版、映像商品や書誌データベースの政策、ホールの経営などがある。事務所は国内外に展開しており、国内では新宿本店を始め全国に68店舗、7営業所、81のブックセンターがあり、海外にも現在38店舗、6営業所、3つの事務所が存在する。

参考文献：紀伊国屋書店 会社概要 <https://www.kinokuniya.co.jp/c/company/>（参照、2020年3月2日）

**(3) 現地における活動内容 【活動中】**

紀伊国屋書店マレーシア店の組織体制についての説明。マレーシアの紀伊国屋書店では、英語の本のコーナー（English Book Department）、中国語の本のコーナー（Chinese Book Department）、日本語の本のコーナー（Japanese Book Department）、お客様サポートセンターの4つに主に分かれている。今回は就労ビザを取得しなかったため、実際にレジや商品の陳列をすることは出来ずお話を伺う機会が多かった。

初日は中文書コーナーでお話を伺った。このコーナーは店舗全体の20%のスペースを占めており、中文書だけでなく、地元のアーティストの作品などを特設ブースのような展示で販売している。本以外の商品をどのように買ってもらいたいか、ということも一つの課題なのだそうだ。

二日目は和書のコーナーのお話を伺った。こちらも店舗の20%のスペースを占めている。イラスト本、漫画、雑誌など、視覚で楽しめる本がよく売れるそうだ。マレーシアの人々は日本語があまり読めないことが主な原因である。また、このコーナーでは、アニメ化や映画化したものや、予定されている作品が売れ筋になる傾向があるので、コンスタントな情報の収集が重要な業務なのだという。しかし、奥まったロケーションのため、お客様に足を運んでもらうということが重要な課題として掲げられていた。

三日目は、洋書のコーナーのお話を伺った。このコーナーは店舗の60%の大きなスペースで、このお店のほとんどの売り上げをこのコーナーから出している。学術書を求める客層が多く、学術書の品揃えが充実している。コーナーが広いこともあり、幅広い品揃えが魅力。

四日目は、お客様サポートセンターのお話を伺った。日本の書店ではあまり見られない、お客様カウンターのようなものがマレーシアには設置されていた。お客様に関わるほとんどのことは、ここで扱われるため、この部署の業務内容は多岐にわたる。忙しい部署ながらも、ここでは日本人のチーフが口を酸っぱくして『日本流のおもてなし』を体現しようとしていた。お客様からも、日系企業ならではのおもてなしを要求するようなクレームが多いのだそうだ。

そして最終日は、四日間で学んだことをスライドに落とし、30分程度の英語でのプレゼンテーションを行った。今回のプログラムに参加した目的、このプログラムから自分の学んだこと、自分の考えるこの店舗の長所や短所、またその短所に対する自分なりの解決策を提示した。プレゼンテーションの後、1時間ほど人事部の社員さんたちからフィードバックを受けた。

**(4) 振り返りおよび事後研究 【帰国後】**

今回のプログラムでは、最初は、日本企業の紀伊国屋書店がどのようにして海外進出を推し進め、どのような手法で書籍の売り上げを伸ばしているのかという、どちらかというビジネス的な目線で物事を見ていたが、実際に現地の社員さんのお話を伺っているうちに、マレーシアという多民族国家ならではの文化の違いによる海外進出の難しさを感じ、文化的な目線でこの現場を見る方が、今回の研修が有意義なものになるのではないかと感じた。異なる民族の人々が同じ空間で、それぞれ独立しながら共存している国はそこまで多くはないため、この国での生き抜く方法のようなものを深く理解できたのではないかと感じた。宗教的な問題はとてタブーでグレーゾーンな扱いであり、日本のような単一の言語や民族の暮らしている国では、絶対に肌で感じるような体験をすることができた。これは職場でも同じことが言える。例を挙げると、礼拝で1日に何度も職場を離れなくてはいけない人をどのように見ればいいのか、という問題は実際にマレーシアの店舗でも課題としてあったことがあるそうだ。このように、目的が大幅に変わってしまうような状況下でも、海外での本の売り方のようなことも少しだけだが教わることであったので、自分の今回のプログラムに参加する目的はある程度は達成されたのではないかと考えている。

そして自分の英語力の件であるが、スピーキング能力に関しては、日常会話程度なら全く問題はなかったが、少し内容がアカデミックになると、自分の語彙力の欠落が目に見えてしまうことがわかった。リスニングの能力は自分でも低いことは理解していたが、実際に海外に行ってみても、何度か繰り返してもらった回数が多かったと感じている。これらを踏まえて、私はこれからもう少し自分の語彙力を伸ばすために本を読むこと、また、英語に耳を慣らすために、英語を聞く回数を増やしていきたいと考えている。

