英語の次は新興国語

メーカーや商社で、社員がロシアやブラジル、アジア諸国など新興国の言語を習得するのを後押しする動きが目立つ。企業が成長を維持するうえで世界各地の市場を開拓することがより重要になり、英語以外を使える人材を育てる必要があるためだ。キャリア形成に役立つと考える若手も、各社の制度を利用し新興国の言語に挑戦している。

市場拡大 習得後押し

東芝 最多は中国派遣

丸紅 社業離れて専念

三菱電機は、言語を学びながら現地拠点で実務も経験する1年間の「海外OJT（職場内訓練）制度」を持ち、2011年度は約40人を各国に派遣している。英語圏や中国が中心だが、最近はロシアやメキシコなどに行く人も増えてきた。対象年齢は20代後半から30代半ばだ。

珍しいからこそ

海外マーケティングを担当している内藤了介さん（29）も、09年からモスクワで1年暮らし、ロシア語で簡単なビジネス会話ができるようになった。「珍しい言語だからこそ将来自分のためになる」と手を挙げ、同制度によるロシア派遣の第1号に選ばれた。現地の友人とは連絡を取り合い、語学力をさび付かせないようにしている。

同社はBRICsなど新興国での拡販を目指している。人事部国際人事グループの滝島和也グループマネージャーは「英語でもビジネスはできるが、シェアを取るには現地の言葉で現地の人と意思疎通できる人材の育成が不可欠」と話す。

東芝も「エマージングマーケット人財育成プログラム」で若手社員を新興国に1年間派遣し、言語習得と現地の事務所などでの研修にあたらせている。03年以降に約100人を送り出した。最多の中国で約70人、インドやロシアが各10人前後で、ブラジルやアラブ首長国連邦（UAE）などが続く。6月に初めてベトナムへも1人を派遣しており、年明けには新たな派遣先としてインドネシアも加える予定だ。

東芝は若手社員を新興国に1年間派遣し、語学を学ばせ現地の生活も経験させる（ブラジル・サンパウロ市に派遣された若手社員）

ロシアなど重点

こうした取り組みには総合商社も熱心だ。三井物産は入社3～7年目の若手を「海外修業生制度」で2年間、海外に送り出している。前半1年は言葉を学び、後半1年は現地法人で研修する。直近3年間では計約25カ国に派遣したが、重点を置いているのが中国、ロシア、ブラジルの3カ国だ。首都に限らず様々な都市に社員を送り込んで、現地の文化や歴史も含めて学ばせている。

同社のロシア関連事業は資源エネルギー分野が中心だが、今後は消費財分野も強化する計画。為替などの担当部署にいたし勉強に励んでいる。

渡辺大介さん（29）も「ロシア関連ビジネスに携わりたい」と、7月からイルクーツクに滞在。週5日、大学でロシア語の文法や会話を学び、休日も自習に精を出す。

丸紅は「語学研修制度」で、毎年20代の社員10～20人を原則として英語圏以外に送り出している。1～2年は社業を離れ、語学習得に専念してもらう仕組み。半分強が中国だが、同社の重点地域の1つである南米に行く人もいる。

松原康真さん（26）はブラジル南部のクリチバで4月からポルトガル語の研修を受けている。もともと穀物の売買担当。各国のトレーダーとのやりとりは英語と売買ルールの知識を駆使すれば支障はなかった。だが「市場に入り込むには現地の言語を習得し人間関係を築くことが必要」とブラジル行きに手を挙げた。ブラジル人との交流に不自由しないレベルを目指

DILAの言語別の受注時間数

順位	1990年	2000年	2010年
1	英語	英語	中国語
2	フランス語	中国語	英語
3	ドイツ語	タイ語	ポルトガル語
4	日本語	スペイン語	ロシア語
5	中国語	アラビア語	スペイン語
6	ポルトガル語	インドネシア語	タイ語
7	タイ語	韓国語	韓国語
8	インドネシア語	ベトナム語	インドネシア語
9	韓国語	ポルトガル語	フランス語
10	スペイン語	ドイツ語	ドイツ語
11	ロシア語	ロシア語	ベトナム語
12	アラビア語	ラオス語	日本語
13	イタリア語	福州語	ヒンディー語
14	マレーシア語	モンゴル語	アラビア語
15	トルコ語	フランス語	ペルシア語

語学学校でも学ぶ言語多様に

これまで英語と中国語の受講生が中心だった語学学校でも変化がみられる。企業やビジネスパーソンの動向を反映し、最近は新興国で使われる言語の人気が上昇しているのだ。

55カ国語以上の研修に対応している「大学書林国際語学アカデミー（DILA）」（東京・千代田）が企業や官公庁から受注した講座時間数の2010年ランキングによると、ポルトガル語が3位、ロシア語が4位。00年にはそれぞれ9位、11位だった。また5位にはスペイン語がランク入りしており、中南米で使う言語が上位に並んだ。

佐藤桂理事長は「円高などを受け、新興国での生産や市場開拓をより真剣に考える企業が増えたことがこうした言語の講座受注が増えた一因ではないか」と分析している。

語学教室のベルリッツ・ジャパン（東京・港）も中国語以外のアジア言語として韓国語、タイ語、インドネシア語、ベトナム語の4言語の講座を設けており、ここ数年は企業研修などの需要が伸びている。11年はこれら4言語の受講生の数が10年に比べ1～2割増える見通しだ。

地域別でみると、関東よりも東海や関西でこれら4つの言語を学ぶ人の比率が高くなっている。同社は「（アジアでの事業を拡大している）自動車など製造業の集積度合いが影響しているのでは」とみている。

法人向けの留学支援に力を入れる毎日エデュケーション（東京・千代田）でも08年の金融危機以降は、商社やメーカーを中心にロシアやブラジルへの留学需要が伸びているという。

キャリアトップ