

世界で愛される日本企業には、日本語・日本文化の理解が欠かせない

～高水準のサービスを提供するファーストリテイリング～

株式会社ファーストリテイリング

ライター 上村雅代



中西 一統 部長

「ユニクロ」「GU」をはじめ、
多くのファッションブランドを手がける
株式会社ファーストリテイリング。

その本社で人事部採用部長を務める
中西一統さんにお話を伺いました。

◆ どういう人材を採用しているのか

ファーストリテイリングが求める人材は大きく2つに分けられます。

- ① グローバルな視点を持ち世界で活躍したり、経営者として会社全体をリードしたりする人材
- ② 地域一番店として店舗を盛り上げてくれる人材

最終的なゴール地点は異なりますが、どちらを目指すにも、入社後まず配属されるのは店舗。そこで接客や運営を学ぶところからスタートするそうです。

ファーストリテイリングでは、洋服の品質・デザイン・価格の魅力を高めることはもちろん、「購買体験を楽しむ」ために、店舗の雰囲気や商品の選びやすさに配慮し、適切な接客を行っています。また、国内外を問わず、どの店舗でも高い水準のサービスを等しく受けられるよう徹底。その上で、店舗の地域性に合わせた個別の配慮がなされています。

会社として大事にしている「サービス精神」を、新入社員はまず現場で体得するそうです。

中西さんが採用の際に見ているのは、そうした「サービス精神」を発揮できる素養がある人物かどうか。短い面接時間で評価の基準としているのは、「状況に応じた的確な動きができていくかどうか」。

採用の面接では、「自分のことを伝え、理解してもらう」ことが求められます。しっかりした日本語の力を持っていることはもちろん、その上で声の抑揚や視線なども含めた全体に意識が行き届いているかを見ているそうです。「そういうことにまったく気を使えない人は、サービス業に不向きではないか」と考えているからだそうです。

スマートフォンの普及などにより、現代社会は人との関わりがバーチャル化してきていますが、サービス業で求められるのは、現実の世

界での人とのコミュニケーション力。「母語である日本語で、きちんと状況説明ができること。自らの想いを正しく相手に届ける技術が必要」、と中西さんは言います。

◆ 社員に行っている教育

世界展開しているアパレル企業のなかで、ユニクロは ZARA、H&M、GAP に続く世界第4位の売上高を誇ります。欧米発のブランドが並ぶなかで、唯一のアジア発のブランドです。

ユニクロが世界で受け入れられているのは、日本で培ってきた接客サービス、商品作り、店舗作りが受け入れられているからだと言います。

グローバル化に伴って必要となるのは、英語だけではなく、個々の従業員が日本語・日本文化をしっかり理解しなければ、企業としての強みを発揮できなくなると言います。

「特に海外のユニクロに入社した人には、日本語を含め日本について、まずしっかり『知る』ことから始めて下さい、とお伝えしています」

正しい日本語を形だけ丸覚えするということではなく、尊敬語・謙譲語・丁寧語が「なぜ必要なのか」「どのようにして生まれたか」を知ること。それは、日本文化の理解に通ずる、とても重要なことだと言います。

「日本企業の物作りの根底には、日本語・日本文化に基づいた独自の思想が流れているんです。近年では『おもてなしの心』がジャパニーズ・ホスピタリティと呼ばれ、世界の注目を集めています。それも日本文化の一端だと思います」

◆ 日本語検定への応援メッセージ

「核家族化の進む現代、家庭のなかでおじいちゃん、おばあちゃんから言葉を学ぶ機会は、なかなかなくなりました。そういう意味でも、日本語検定で自分の日本語力をチェックするのはとても良いと思います。日本語を学ぶと、日本の良いところを知るきっかけになります。その『知る』ということが必ずその人の『強み』になります。せっかく日本で生まれ、母語として使っているのですから、知っていて絶対に損はありませんよ。日本語検定をきっかけにして、多くの人々が日本語を見つめ直すようになるといいですね」



上村雅代(かみむら まさよ) プロフィール

ライター。1980年8月7日生まれ。芥川賞作家・荻野アンナ氏の助手として働きながら文章の研鑽を積む。共著書に『大震災 欲と仁義』(共同通信社)がある。現在、息子の育児奮闘中。最近では、人気アイドルグループNMB48のラジオ番組のシナリオを担当する等活躍中。