

TOEIC® Newsletter

特集

企業におけるグローバル化への対応と人材育成



グローバル視点で教育の充実を図り
海外事業を担う人材育成に取り組む
日清食品ホールディングス株式会社



管理職に1カ国語、部長職に
2カ国語の習得を昇格の要件に
日本電産株式会社



グローバル・マインドの醸成と
語学力向上を図る
株式会社日立システムズ

巻頭インタビュー



コミュニケーションを重視した英語教育と教養教育がグローバル化時代の大学の使命だ

公立大学法人 国際教養大学
理事長・学長

中嶋 嶺雄

CONTENTS

巻頭インタビュー
公立大学法人 国際教養大学 理事長・学長 中嶋 嶺雄…………… 2

特集
企業におけるグローバル化への対応と人材育成
日清食品ホールディングス株式会社…………… 5
株式会社日立システムズ…………… 9
日本電産株式会社…………… 13

[Information] From TOEIC…………… 17

コミュニケーションを重視した英語教育と 教養教育がグローバル化時代の大学の使命だ

公立大学法人 国際教養大学 理事長・学長

中嶋 嶺雄

授業はすべて英語で行われ、「国際化教育に力を入れている大学」として圧倒的な高評価を得ている国際教養大学。2004年の開学以来、理事長兼学長として采配を振るってきた中嶋嶺雄氏に、グローバル化時代における大学の役割と教育のあり方についてお伺いしました。

日本の大学は“知の鎖国”が続き グローバル化の流れに逆行

中嶋 嶺雄 (なかじま・みねお)

国際社会学者。1936年長野県松本市生まれ。東京外国語大学中国科卒業、東京大学大学院社会学研究科修了。東京大学社会学博士。東京外国語大学長、国立大学協会副会長、アジア太平洋大学交流機構 (UMAP) 初代国際事務総長、文部科学省中央教育審議会委員、内閣教育再生会議有識者委員のほか、オーストラリア国立大学、パリ政治学院、カリフォルニア大学サンディエゴ校大学院の客員教授などを歴任。2004年から現職。『北京烈列』(サントリー学芸賞受賞)、『「全球 (グローバル) 教育論」』『世界に通用する子供の育て方』など著書多数。2003年度「正論大賞」受賞。



大学は国籍や人種を問わず、知のコミュニティとして世界に開かれていなければなりません。しかし日本の大学は、依然として日本人が日本語で日本人を教えているのが実情です。

2004年4月に国立大学が法人化され、教職員は公務員ではなくなりましたが、それまで公務員になれない外国人は学長にも学部長にもなれませんでした。そんなことがつい最近までまかり通っていました。まさに“知の鎖国”です。

外国人留学生に対しても閉鎖的です。入学定員の中にきちんと位置づけておらず、募集は若干名で、何人入学できるのか分かりません。そのうえ、日本語で受験させ、面接も日本で行い、授業はほとんど日本語で行われます。日本の大学は留学生に対して大きな差別をしていることとなります。国際教養大学では、1年間の海外留学を全学生に義務づけていますが、海外の大学では、事前に現地まで行かなくても、書類選考のみで入学が許可されます。本学でも留学生を書類選考のみで受け入れています。

日本の大学はグローバル化の流れにも逆行してきました。1991年にソ連が崩壊し、その一方でIT革命が進んでグローバル化が始まりましたが、同じ91年に大学設置基準が改正され、さまざまな規制緩和とともにカリキュラム編成の大幅な弾力化

が図られました。これにより多くの大学が語学教育を軽視してしまいました。また、大学院重点化政策がほぼ同時に進行し、大学の教員が大学院に籍を移すようになり、学部での教養（リベラル・アーツ）教育がおろそかになってしまいました。

本来、学部段階では外国語とリベラル・アーツをきちんと教えなければなりません。グローバル化によって、英語によるコミュニケーション能力と広く深い教養がより強く求められるようになりましたが、日本の大学はその両方の教育をないがしろにしてしまったといわざるをえません。

最低限の語彙力があれば 英語でのコミュニケーションは容易

日本の学生は入試の段階から文系と理系に分けられ、学部学科という小さな世界に閉じ込められてしまいます。私はこれを「コンパートメンタリゼーション」（小部屋化）と呼んでいます。こういうやり方もグローバル化の流れに逆行しており、日本の高等教育の最大の問題点だと思います。将来、どういう方向に進むかは、大学に入って勉強してから決めるべきことです。そのためにも、学部段階での語学教育を含めた教養教育が、より重要視されなければなりません。

とりわけ英語教育は、コミュニケーション能力に重点を置いた教育がなされるべきです。しかし、日本ではなかなかそうした教育が行われず、その結果、中学・高校・大学で10年間勉強しても英語を話せないという学生を延々と卒業させ続けてきました。この状況を変えるには英語教育の抜本的な改革が必要です。

国際教養大学では、入学後、英語集中プログラム（EAP）で徹底的に英語力を鍛えます。いわば“英語漬け”にするわけですが、4カ月後には国際問題もディスカッションできるレベルにまで達します。英語をそれほど恐れる必要はありません。最低限の語彙力があれば、なんとか英語でコミュニケーションできるようになるものです。本学でも語彙力を重視し、7,000～8,000語は習得させています。

このEAPによる英語教育をはじめ、本学にはユニークな特徴がいくつかありますが、「暫定入学」もその1つです。これは、入試で合格ラインに達

しなかったものの、英語だけは飛び抜けて良いなど、何か優れた点のある学生を、1年間、特別科目等履修生として入学させ、平均以上の成績を修めれば、2年目から正規の学生とする制度です。

こういうことは既存の大学ではなかなかできないと思います。私は、経営の代表としての理事長と、教授会を代表する学長との両者を兼務しており、スピーディな意思決定とリーダーシップを発揮できる立場にあります。だからこそ、暫定入学の導入もすぐに決断することができたのです。

知識と人格が相まってこそ グローバルに活躍できる人材になれる

本学は「就職率100%」ということがクローズアップされがちですが、それは結果論であって、決して就職のための大学を目指しているわけではありません。事実、本学の進級・卒業基準は非常に厳しく、4年で卒業する学生の割合は約半分。海外留学から帰って来るともっと勉強したいという学生も多く、4年半、5年で卒業というケースも少なくありませんが、これもグローバル・スタンダードです。そういう学生も皆、就職できているのは、学生を選ぶ企業の目が厳しくなり、大学で何を身につけてきたのかをしっかりと見ているからだと思います。企業の方はそういった点でも本学学生を高く評価してくださり、わざわざ秋田まで来て、就職セミナーを開催してくれます。このように大学、企業が変わっていけば、日本のこれまでの新卒採用や就職活動のあり方を根本的に変えることが可能だと思います。

前述したように、そもそも18、19歳で進路を決め、授業に出ず就職活動に精を出し、22、23歳で社会に出て一生を決めるというシステムがおかしいわけです。4年間きちんと勉強し、卒業後に就職活動を始め、クリエイティブな若いうちにいろいろな経験をし、生涯の職を決めるのは20代後半から30代前半になってからでも決して遅くはありません。

いずれにせよ、大学では語学を含めた豊かな教養を身につけ、優れた人格を形成することが大切です。教養とは知識だけでなく、人格も伴ってなければなりません。この両者が相まって初めてグローバルに活躍できる人材になれるのです。

グローバル・スタンダードの“知の拠点” 国際教養大学

国際教養大学は、2004年4月に全国初の公立大学法人として、秋田空港にほど近い豊かな森の中に開学しました。

同学の最大の特徴は、授業がすべて英語で行われていることです。入学するとすぐに、英語集中プログラム (EAP: English for Academic Purposes) による週20時間の英語教育が行われます。このEAPで、講義を聴き、理解し、自ら発信して考えを述べ、論文をまとめるなど、“英語で学ぶ”ために必要となる、読む・聞く・話す・書くの4技能を総合的に身につけてから、幅広く教養を学ぶ基盤教育へと進みます。

もう1つの大きな特徴は、1年間の海外留学が義務づけられていることです。36カ国・地域に広がる約120校の提携大学が留学先となっており、留学にはTOEFL550点という基準が設けられています。そこで取得した単位は卒業に必要な単位として認定されます。留学までには、「グローバル・ビジネス課程」と「グローバル・スタディズ課程」のどちらかを選択し、専門教養教育へ進むこととなります。英語力に関しては、卒業までにTOEFL600点以上、TOEIC900点以上の取得を目標としています。

ほかにもユニークな特徴がたくさんあります。

まず、キャンパスが異文化空間だということ。海外の提携大学から毎学期100人以上の留学生を受け入れており、入学から1年間の寮生活が義務づけられている新生は、外国人留学生と共同生活することになります。また、専任教員の半数以上を外国人が占めています。このように、キャンパスそのものが異文化交流の舞台となっているのです。

次に、少人数教育と学生が勉強に集中できる環境が整っていること。1クラスの人数は20人以下を基本としており、図書館やコンピュータールームは24時間365日利用することができます。また、充実した教材や多目的ルームも備え、35カ国語の言語を自主学習できる「言語異文化学習センター (LDIC = Language Development and Intercultural

Studies Center)」も整備されています。

さらに、9月入学制度の本格導入や、入学前のボランティア活動などを評価するギャップイヤー入試、国際的な互換性のある International Code による授業科目設定など、グローバル・スタンダードといえる制度を積極的に導入していることも同学ならではの特徴となっています。



今年9月1日に行われた秋季入学式 (9月入学) の様子。式典には世界20カ国・地域からの外国人留学生116人も出席。中嶋学長からは英語で式辞が述べられた。



24時間・365日オープンしている図書館。「本のコロセウム」をテーマにした半円形のユニークなデザインで秋田杉をふんだんに使用し、約6.5万冊 (うち4.5万冊が洋書) を所蔵。

特集

企業における グローバル化への対応と人材育成

(財)国際ビジネスコミュニケーション協会が今年1月に実施した「上場企業における英語活用実態調査-2011年」によると、社員を世界で活躍できるグローバル人材として育成することについて「重要である」「やや重要である」と考えている企業は、回答企業278社の94.6%を占めています。企業発展のためには海外市場の開拓がより重要となっている中で、企業ではグローバル化による社内外の環境の変化にどのように対応しているのでしょうか。

今号では、グローバル人材育成や英語コミュニケーション能力の向上に向けた取り組みについて3社の事例をご紹介します。

日清食品ホールディングス株式会社

まだ見ぬ地球食の創造を目指し 成長戦略として海外事業を推進 戦略の要となるグローバル人材育成に取り組む

即席めんの世界総需要は増加 海外力の拡大がより重要に

日清食品グループは、即席めん業界のパイオニアとしてグローバルに事業を展開している大手食品メーカーです。戦後の食糧不足の中で、食の大切さを痛感した創業者の安藤百福氏が世界初の即席めんである「チキンラーメン」を発明したことを始まりとする日清食品グループ。食足りてこそ世の中が平和になるという意味の「食足世平」を創業者理念、人類を「食」の楽しみや喜びで満たすことを通じて社会や地球に貢献する「EARTH

FOOD CREATOR」をグループ理念として掲げ、現在、世界13カ国に展開しています。

日清食品グループは、2008年10月に持株会社制に移行し、日清食品ホールディングス株式会社が国内7事業会社、海外4地域を横断的にサポートする新体制となりました。グループの力を結集し、No. 1ブランドの集合体である「ブランディング・コーポレーション」の実現を目指しています。

その具体的アクションの柱には、「海外力の拡大」が掲げられています。

1970年のアメリカ進出に始まり、米州、中国、アジア、欧州の4地域で事業を展開してきた中で、さらに海外力を強化しようとしている背景を、管



日清食品ホールディングス株式会社
管理本部 人事部 課長
塚本善子さん

理本部人事部課長の塚本善子さんはこう話します。

「1999年から2009年までの10年間における即席めんの需要を見ると、日本はほぼ横ばいであるのに対し、世界では約2倍、中国に至ってはピーク時に約3倍に伸びています。現在、世界における年間の即席めんの総需要は約1,000億食ですが、そのうち日本の占める割合は5%にすぎません。市場は今後、アジアなどの新興国を中心に拡大を続けるでしょう。そうした中で、海外事業のさらなる飛躍は、グループ全体の成長に不可欠なのです」

こうした考えから、同社では2009年1月にロシアの即席めんメーカーであるマルベンフードホールディングス Ltd. に資本参加、2011年3月にはベトナムに子会社を設立するなど、海外事業の拡大を進めています。

現地化深耕戦略を実行するために 骨太に事業を推進できる人材が必要 早期育成に向け新入社員に英語研修を導入

同社では、グローバル人材が保有すべきスキルとして、コミュニケーション能力をはじめ、異文化を理解し受け入れる受容力、駐在先で高度な戦略性を発揮するための基盤となる経営知識（戦略・マーケティング論、計数感覚、論理的思考、問題解決手法、組織論・心理学）などをあげています。

そのほかに求められるマインドを管理本部人事部の谷古宇健一さんは次のように話します。

「当社は海外事業において、各国の食の伝統、習



日清食品ホールディングス株式会社
管理本部 人事部
谷古宇健一さん

慣に学び、その国の人が最も心地よい“Comfortable”と感じる商品を提供していくことを基本としています。そのため、グローバル化を担う人材には、何事にも好奇心をもって自らビジネスの仕組みを創造し、現地に根ざした戦略を推進していけるマインドが必要です。また、事業の立ち上げには、決してあきらめず、目標に向かって突き進む骨太な姿勢も欠かせません」

こうした要素を重視する同社では、海外力強化という目標達成の要となる社員を育成するべく、教育の充実を図っています【資料】。

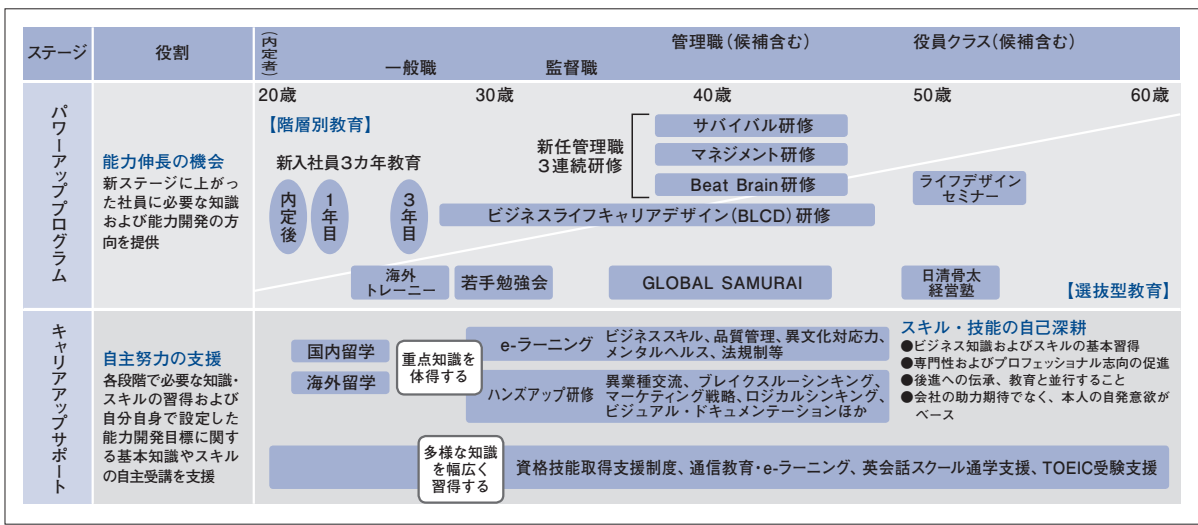
グローバルに活躍し、次代のNISSINブランドを担える社員を早期に育てるため、内定者教育にはe-learningによる英語講座、新入社員研修には英語研修を導入しています。

英語研修では、短期集中による実践的な英語でのコミュニケーション能力の強化を行い、最終日には効果測定としてTOEIC IPテストを受験させています。

そうした中でTOEICスコアに大きな伸びが見られました。谷古宇さんはこう話します。

「当社では入社から研修終了時まで、TOEICスコアを各自700点以上までアップさせることを目標としています。もちろん語学レベルには個人差がありますが、内定者教育から新入社員教育まで一貫した育成プログラムを実施することにより、単なる勉強ではなく、ビジネスツールとして英語を学習する喜びを知ってもらいたいと考えています」

【資料】人材育成体系(抜粋)



若手社員のグローバル経験を加速させるため
若手グローバルチャレンジパス制度を新設

入社時から英語力の向上を求めるとともに、グローバル人材の育成には、実際に現地で実務経験を積むことが大切であるとの考えの下、原則入社5年目までの若手社員に対して海外トレーニー制度を実施しています。

こちらは、公募によるエントリーの後、役員面接による選考を通過した社員のみが海外の現地法人で2年間の実務研修を受けることができる制度です。近年は需要増加が見込まれるインドや北米、中国、香港などへの派遣が増えています。

これに加え、若手社員の早期海外勤務経験を大幅に加速させるため、2010年から「若手グローバルチャレンジパス制度」が導入されました。これは、入社後最低3年間の国内実務を経験した入社5年目までの社員を対象とし、さらにTOEIC730点以上（または中国語基準・新HSK 5級以上）を取得した全員に対しパスを配布するものです。パスを取得した社員は海外トレーニー選考の際に優先権が与えられます。

若手グローバルチャレンジパス制度の活用について、塚本さんは次のように話します。

「若手社員には、グローバルチャレンジパスを目標においてもらいたいですね。彼らは海外への意識も高い傾向がありますので、パスの配布は彼らのモチベーションになり得ると考えています。ただ、

社会人としての教養や一定以上のビジネススキルを国内勤務の間にしっかりと身につけることが前提です。

海外では、日本での業務以上により幅広い視野が求められるため、トレーニーには、自身に足りない能力を自覚してもらい、日本に戻ってからの業務でさらにスキルや知識を磨いてもらいたいと考えています。そして、いずれはリーダーとして現地に出向し、経営戦略立案・管理の先導役へ成長することを期待しています」

海外トレーニー制度のほか、現地で経営を担える人材を育成するため、若手管理職に対する「GLOBAL SAMURAI」という、将来の海外勤務を前提とした選抜型の海外戦略研修も今年度から導入されています。

同研修では、語学力を問わず、国内で実績をあげている課長クラス11人を選抜。約半年にわたって集合研修、英会話学校での個人レッスンなどを行い、海外現地法人のトップまたは部門責任者たる経営資質を早期に養成することを目的としています。

ほかにも、世界中の数ある食品メーカーの中で、どのように「NISSIN」ブランドの価値を高め、立ち向かっていくべきかを徹底的に考えさせることを狙いとして、次期経営層を対象とした「日清骨太経営塾」や新任課長職対象の「新任管理職研修」を行い、海外戦略をケーススタディを通して学習する機会を設けるなど、各階層別研修をグローバルな内容へと刷新しています。

「全社員が明日は海外」のメッセージの下 TOEIC テストの受験者は倍増

同社では、社員一人ひとりが自主的にグローバルスキルを向上できるように、自己啓発支援制度も充実させています。

海外赴任前の社員への英会話スクール通学支援や、全社員が自ら選んで必要なスキルを学ぶことができる通信教育・e-learningを約320講座用意。近年では、語学だけでなく、各国の文化や社会環境、海外マネジメントに関する知識を学習できる講座も増やしています。

自ら手を挙げ参加する自己啓発型研修「ハンズアップ研修」では、経営シミュレーション、クリティカルシンキングなど、グローバルに対応した講座も取り入れています。

また、年に1回団体一括受験申込制度を活用し、全社員を対象にTOEIC公開テストの受験機会を設けています。受験支援は以前から行っていましたが、この2年間で受験者数は以前の約2倍に伸びていると谷古宇さんは話します。

「海外力拡大のため、当社CEO安藤宏基は、常に全社員に対して『明日は海外』という心構えで徹底的なスキルアップに努めてほしいとメッセージを発信しています。また、各部門でも、TOEICをはじめとした語学学習を奨励しています。社員が危機感をもちはじめ、自らが活躍する舞台を世界に広げたいという強い意志をもったことが、この変化の要因だと考えます」

TOEICテストの受験については、人事部でも入社10年目までの若手社員に対しては特に受験を喚起しているそうです。また、外国籍社員が社内が増えたこと、新入社員の語学レベルが年々高まっていることも、学習意欲向上の背景として挙げられます。

グローバル人材育成に向け、海外トレーニー制

度や自己啓発支援制度など、自ら学びたいと思っただけでなく、スキルアップを促せる環境を構築している同社。こうした取り組みには、意欲ある社員を教育したいという考えがあると塚本さんは話します。

「当社には、組織や立場に縛られず、やりたいことがあれば声に出して実現する、有言実行の社風があります。そのため、社員は全員が自主的に新しい価値を創造する感度の高いクリエイターであることが求められています。育成・能力開発においても、強制でいやいや参加するのでは効果がない。意識の高い社員が多様なスキルを習得できるような教育を多く取り入れサポートしていくことをポリシーとしています。

グローバルビジネスでは、日本のように“あうん”の呼吸でお互いの気持ちを察し合うのを期待するのではなく、自ら明確かつタイムリーに発言していくことが求められます。そうした観点からも、指示されてからアクションするのではなく、積極的に行動して自分から学びとる姿勢は重要です。特に今後の海外事業を担う若手にはそうした姿勢を期待しています」

社員の挑戦を支援し、多様な教育・育成制度を武器に革新的な製品を生み出す日清食品グループ。海外力の強化という戦略の下、同グループの創造する新たな「食」が地球中に広がっていくことが期待されます。

会社概要

会社名：日清食品ホールディングス株式会社
創業：1958(昭和33)年8月25日
従業員数：7,505人(連結・2011年3月末現在)

即席めん、チルド食品、冷凍食品、菓子・シリアル食品、乳製品・清涼飲料・チルドデザート等の製造および販売、飲食店の運営を行う日清食品グループ。この持株会社として、グループ全体の経営戦略の策定・推進、経営管理などを行う。

株式会社日立システムズ

全社的なグローバル教育を展開し グローバル・マインドの醸成と 語学力向上を図る

※ 2011年10月1日付にて株式会社日立情報システムズと日立電子サービス株式会社が合併し、株式会社日立システムズとなりました。
本記事での取り組みは会社合併前の株式会社日立情報システムズでの実績を紹介しています。

グローバル事業の拡大・強化の 基盤となるグローバル人材育成に取り組む

株式会社日立情報システムズは、50年以上の歴史をもつ日立グループの情報サービス企業です。

国内市場の低迷やITビジネスのパラダイムシフトを背景に、IT業界でもグローバル化や構造改革が避けて通れない状況にある中、同社では「グローバル」「先進性」「高利益」をキーワードに事業を推進してきました。グローバルについては、2010年にタイでクラウド事業を開始、今年5月には中国・広州にシステム運用の合弁会社を設立するなど、積極的に展開しています。

海外売上比率の目標に2013年度10%を掲げ、グローバル事業の拡大・強化を目指す同社では、その基盤となる人材育成に力を入れています。この育成方針について、人材教育本部人材教育部グローバル教育グループ部長代理の向井孝明さんは次のように話します。

「企業の競争力の源泉はヒトであり、社員一人ひとりの成長が企業発展の基盤となります。今後のさらなる海外展開には、世界の多様なバックグラウンドを理解し、どこでも適切なビジネス・コミュニケーションが行え、その中で新しい価値を生み出すことのできるグローバル人材が欠かせません。そのため、より早い段階でグローバル・マインド、ビジネス・マインド、マネジメント・スキルを総合的に高めるべく人材育成を進めています」

この考えの下、グローバル人材育成は、①経営

選抜人材のグローバル・スキル習得（マネジメントクラス対象）、②中堅・若手社員のグローバル人材力の底上げとプール化、③全社員のグローバル・マインド醸成と語学力向上を重点テーマとして、2010年度から3カ年計画で取り組んでいます。

なかでも②の中堅・若手社員を対象とした施策は、「新人グローバル共通教育」と「中堅・若手社員選抜グローバル教育」を通して、3年間で海外派遣700人を目標としています。

新入社員対象のグローバル教育を導入 全員に3週間の海外研修を実施

同社では入社後3カ月間、技術やビジネスに関する知識などを学ぶ新人研修を行っていましたが、加えて、2010年度から3週間の海外研修を含む新人グローバル共通教育をスタートさせました。

新人全員を海外に派遣する特色あるグローバル教育を導入した目的を向井さんはこう説明します。

「実地経験を通してより早い段階で、より強く海外ビジネスを意識させ、グローバル人材に必要なマインドやスキルを学ばせたいというのが狙いの1つです。また、タフ・アサイメントを通して海外への抵抗感を早期に払拭したり、グローバルなコミュニケーションツールである英語の重要性に気づかせ、継続的な学習の動機づけを図ることも目的としています。

ほかにも、潜在的なグローバル人材候補者の発掘とデータベース化、全社員への波及効果、社外



株式会社日立システムズ
人財教育本部 人財教育部
グローバル教育グループ 部長代理
向井孝明さん

に対する企業PR効果といったマクロ的な目的もあります。実際、PR効果という点では、新卒採用において語学レベルやグローバル・マインドの高い学生からの応募が増えています」

新人グローバル共通教育では、まず渡航前に国内研修を実施しています【資料1】。教育概要の説明にはじまり、グローバル・マインド、ダイバーシティ、論理的思考力、レベル別英語学習法などの各種講座、TOEIC IP テスト、渡航前オリエンテーションなどを行っています。この過程で重視しているのは動機づけであると向井さんは話します。

「研修効果を高めるには内発的な動機づけが非常に重要です。そのため内定式や入社式、渡航前オリエンテーションでも、なぜ海外研修を行うのかなどを話しています。将来の自分の姿（ビジョン）や具体的な目標を描かせ、それに向かって努力してもらえるようにさまざまな機会を利用して意識づけをしています」

国内研修を実施後、海外研修へは新入社員約150人（2011年度）をユニット（1ユニット15～20人程度）に分けて順次派遣しています。

同社では、成長が著しい新興国をグローバル事業戦略地域とし、とりわけ中国・東南アジアをターゲットとしています。そのため、新人の海外研修先には東南アジアを設定しており、2011年度はフィリピン、ベトナム、中国へ派遣し、また、どの国でも研修カリキュラムは共通としています。

研修はすべて英語で行われ、ビジネス英会話を学んだり、現地企業訪問、現地人材交流などを通



株式会社日立システムズ
人財教育本部 人財教育部
グローバル教育グループ
荒川雄一さん

※所属・役職は会社合併後

してグローバル・マインドや異文化に関わる体験をしたり、共通ビジネススキルとなるネゴシエーション、セールスなどの基礎を学ぶ時間を設けています。また、ボランティア活動も取り入れて、CSRに対する意識も総合的に高めるようにしています。

こうした密度の濃い海外研修を経験した新入社員は、たくましくなって帰国していると人財教育本部人財教育部グローバル教育グループの荒川雄一さんは話します。

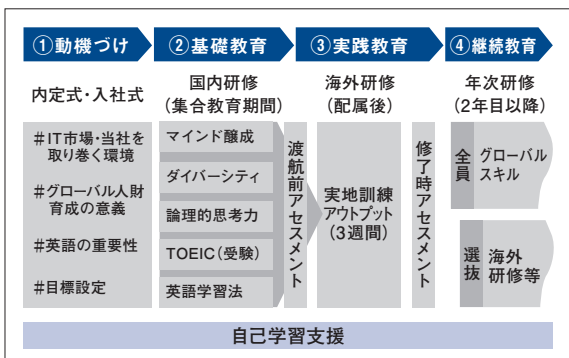
「現地では課題を割り当てられ、初めての環境で乗り越えていくことが求められますので、短期間ではありますが、帰国後、人間的にも成長が感じられます。海外に行くことを嫌がっていたような社員が、海外出張があれば喜んで行きますと言ってくれるほどになっています」

このように意識を大きく変える新人海外研修では、カリキュラム以外にも、より効果を高めるための工夫がされています。

それが、現地サポーター制度です。

「研修をはじめとする滞在中のサポートを目的に、新入社員2人に1人の現地サポーターを配置しています。現地サポーターには、現地の学生やパートナー企業の若手社員など新入社員に近い年齢層の人を選んでいきます。そのため、親しくなって研修時間外も一緒に過ごすなど、共通言語として英語を使うような環境になっています。自分たちと同じように海外の人たちも英語を勉強していることは新入社員の刺激にもなるようで、彼らとコミュニケーションをとるためにもっと英語を上

【資料1】新人グローバル共通教育全体図



達させたいという気持ちになるなど、良い効果が生まれていると感じています。帰国してから SNS などで連絡をとりあっている新人も多く、自然と英語のライティングのトレーニングにもなっているという話も聞きます」

と荒川さんは話します。

新人海外研修後は、入社2年目の3日間のフォローアップ研修でグローバル教育を2日間行い、海外研修の振り返りやグループ演習等を通じてグローバル・スキルの定着化を図っているほか、入社3年目には2日間のステップアップ研修でグローバル視点のプレゼンテーション技法を学ぶようにしています。

中堅・若手社員対象に海外派遣を含む 選抜型グローバル教育を実施

中堅・若手社員を対象としたもう1つの施策が、中堅・若手社員選抜グローバル教育です。

各部門から将来中軸として期待されるグローバル事業推進候補者が選抜され、国内にて TOEIC テストと、グローバル人間ドッグというアセスメント研修を実施後、海外に派遣されます。アセスメント研修では、仮想の企業に IT サービスを提案する設定のシミュレーション形式でネイティブスピーカーの外部講師からミーティング、プレゼンテーション、ネゴシエーションについて学び、英語の実践力レベルを評価診断しています。

この実践力レベルと TOEIC スコアによる語学力レベルを総合的に評価して育成区分をレベル分けし、自己学習支援等を進めていきます。そして、レベルに合った海外研修先（欧米、アジア等）へ

派遣する流れとなっています。この実践力のレベルと TOEIC スコアにはバラツキがあるものの、一定の相関関係が見られるといえます。

また、このほかにも若手社員に海外を体験させる機会として、新人海外研修を前半と後半に分けて、それぞれ引率させる工夫もしています。昨年は計24人が引率しました。

「新人海外研修を利用して、海外経験のない管理部門の若手社員の研修も一緒に行ってしまうと考え導入しました。これまでグローバル教育は、自分には関係のない話だと感じていた社員もいたと思いますが、こうして関連部署を巻き込むことでグローバル教育の必要性が認識されるようになり、教育が展開しやすくなる効果も出ています」と向井さんは話します。

TOEIC テスト受験促進の仕組みをつくり 受験者は 3.3 倍に増加

同社のグローバル教育のもう1つの特徴は、全社員のグローバル・マインド醸成と語学力向上に取り組んでいることです。

「グローバル化という目標に進むためには、全社員がその方向性を認識して取り組むことが必要です。そのため全社員を対象としたワイド教育はより重要であるにとらえ、力を入れています」

と向井さんは話します。

同社では、基礎語学力の習得は、自己の責任と努力（自己投資）を基本としています。そうした中で、グローバル・マインドを醸成し、継続的に語学学習に取り組む社内文化を構築するべく、社員を動かす仕組みづくりを進めています。

その中心に据えているのが、TOEIC テストです。全社施策として導入しやすく、語学学習への動機にもつなげられ、また、受験者数やスコアはグローバル化に対する会社としての関心度、現状を示す重要な指標にもなることから、以前から導入していた TOEIC テストをより有効活用しようと、TOEIC 受験促進のための「20の仕掛け」が策定されたのです【資料2】。

まず行われたのが目標の設定です。事務局メンバーの共通認識がなければ、制度や取り組みはうまく回っていきません。そのため具体的な受験者

**【資料2】TOEIC受験促進のための「20の仕掛け」
(2010年度以降) ※できることはすぐやる**

- ① 目標の設定
- ② 標語の設定
- ③ 通知内容の見直し
- ④ 上長申込み一括取りまとめ申込みから、本人直接申込みに変更
- ⑤ 受験申込の柔軟化
- ⑥ 受験申込状況のリアルタイム把握
- ⑦ テスト実施場所・回数的大幅拡大
- ⑧ TOEIC IP テスト受験料全額会社補助 (2011年度のみ)
- ⑨ 公開テスト受験料補助 (立地的にIPテストを受験できない者への特例取扱い)
- ⑩ 語学学習支援の社内Webページ拡充
- ⑪ 社内ポスター掲示
- ⑫ 公開セミナーの実施 (グローバル・マインド、英語学習法)
- ⑬ お薦め教材の情報提供 (書籍、DVD・CD、Web、アプリ、TV・ラジオ等)
- ⑭ 教材閲覧会の実施 (お薦め書籍・アプリ展示、海外研修資料展示、英語実践カプチ診断)
- ⑮ 映像教材配信 (異文化理解・英語/@10~20分/全10回)
- ⑯ 関係有用情報の定期的提供 (学習方法、グローバルで活躍する著名人等)
- ⑰ フォローアップの徹底
- ⑱ TOEIC 解答用紙A面の属性設問の有効活用
- ⑲ TOEIC 初受験者への模擬テスト実施 (新人のみ)
- ⑳ 海外研修の積極的展開

数等の中期目標 (3カ年) が設定されました。

次に、標語「Training for Globalization」を設定し、関連した資料やメールにはすべてに標語を表示し、視覚的にも訴えるようにしました。

そして、受験者の拡大を目指し、申込み手続きの改善も行われました。従来、TOEIC テストの申込みは上長が一括で取りまとめていましたが、本人が直接申し込めるシステムを構築して、実施直前まで申込み、変更、キャンセルができるようにして受験者の利便性を向上させました。

また、TOEIC テストの実施場所と回数が拡大されました。これまでテストは上期、下期に分け、全国で各期20回程度行っていましたが、2010年度下期からは実施する支社・支店をさらに拡大して各期とも1カ月かけて60回程度実施するように受験機会を大幅に増やしました。また、定時後だけでなく、フレキシブルな時間帯でコアタイムにも受験時間を設定するようにしました。

さらに、まずは受験してもらうことを目的に、2011年度は TOEIC テストの受験料を会社が全額補助しており、IP テストの行われない事業所では公開テストも認め、受験料を補助しています。

こうした取り組みのほか、語学学習支援の社内

Web ページの拡充、教材閲覧会の実施、映像教材の配信、有用情報の定期的配信などを行っています。また、中堅・若手社員の選抜研修の受講者を職場のグローバル化への牽引者と位置づけ、TOEIC テストの未受験者に対してフォローするといった各教育との連携もしています。

こうした取り組みによって、TOEIC テストの受験者は、右肩上がりに増加し、今年度の上期は2009年度上期に比べ約3.3倍の伸びとなり、目標としていた1,000人受験を達成しました。

同社では現在、制度として、TOEIC 受験の義務化やスコアの要件化はしていません。その中で、受験者の大きな伸びを達成したのは、目標を設定し、さまざまな方法で社員に対してメッセージを送っているためです。

「できることはまずやってみて、効果がなければ改善するという方針で進めています。施策はすぐ形式化、形骸化していくので常に変化させることも大事です。今後は、多くの社員が定期的にTOEIC 受験をする社内文化を形成していくことを目指し、継続的な受験動機につながるマインドのさらなる醸成に取り組んでいきたいと考えています」

と向井さんは話します。

教育や自己啓発を通じて、グローバル人材の拡大を目指している日立情報システムズは、今年10月1日に日立電子サービス株式会社と合併し、株式会社日立システムズとして新たにスタートしました。同社では、新会社の経営ビジョンに「世界につながる人材と先進の情報技術を組み合わせた独自のサービスを創造し、お客さまからすべてをまかせていただけるグローバルサービスカンパニーになる」を掲げています。

このビジョンの下、グローバル事業の拡大とともに、よりいっそう社員のグローバル・マインド、語学力が向上していくことが期待されます。

※本取材は2011年8月に行われました

会社概要

会社名：株式会社日立システムズ
創 業：1962 (昭和37) 年10月1日
従業員数：11,325人 (単体・2011年10月1日現在)

システム構築事業、システム運用・監視・保守事業、ネットワークサービス事業、情報関連機器・ソフトウェアの販売と開発を手がける情報サービス企業。

日本電産株式会社

管理職昇格には1カ国語 部長職昇格にはさらにもう1カ国語の 習得を要件として設定

「一番にこだわる」という経営理念が 数多くの世界トップシェア製品を生む

日本電産株式会社は、世界25カ国に約170社のグループ会社を擁し、超精密小型モータを主力とする各種モータをはじめ、機器装置、電子・光学部品など多彩な事業を展開しています。記憶装置としてパソコンや家電製品に使われている HDD (ハードディスクドライブ) 用モータは世界シェア70%以上を誇っているほか、世界トップシェアを占めている製品は40近くを数えます。

同社は、「一番にこだわり、何事においても世界トップを目指すこと」を経営基本理念の1つに掲げ、「情熱・熱意・執念」「知的ハードワーキング」「すぐやる、必ずやる、出来るまでやる」という三大精神を創業以来の行動指針とし、一貫して「世界一」を追求し続けています。こうした経営基本理念や三大精神は、英語と中国語にも翻訳されて海外の事業所にも深く浸透しており、グループの全社員に共有されています。

同社のグローバル志向は1973年の創業当初にさかのぼります。執行役員人事部長の石井健明さんは次のように説明します。

「当社は社長の永守(重信)をはじめ4人でスタートさせた会社ですが、当初は系列の壁などもあって国内ではほとんど受注できませんでした。そこで永守が自ら米国へ出向き、イエローページを頼りに現地の企業に売り込みを図りました。その中の1つ、3M社から発注をいただいたのを契機に、

翌年、米国に代理店を設置。続いてアジア、欧州各国にも代理店を拡充し、1976年には初の海外現地法人となる米国日本電産を設立しました。創業からわずか3年で世界への足がかりをつかんだように、最初からグローバルを意識しながら事業を始めたわけです」

積極的に M&A を展開していることも、同社のグローバル化とグループの拡大に拍車をかける原動力となっています。初の M & A は、1984年の米国トリン社ファン部門の買収でした。その後、1990年代後半から M&A が本格化するとともに、海外進出も中国やタイ、ベトナムなどを中心に加速。昨年は、イタリアの家電用部品メーカーのモータ事業(ソーレモータース)買収、米国エマソン・エレクトリックのモータ事業買収と、2つの大型 M&A を実現しています。

技術系社員にこそ

通訳なしに顧客と話せる英語力が求められる

このようにグローバル化を進めていくうえで、常に問題となるのが「言葉」だと石井さんは指摘します。

「韓国の企業は、グローバルな競争の中でビジネスをしていかなければ勝ち残れないと認識しています。ですから、当たり前のように英語を話し、積極的に世界へ出て行っています。サムスン電子の新入社員の TOEIC スコアは平均900点を超えるといえますから、ある程度、英語を話せる人たち



日本電産株式会社
執行役員
人事部長
石井健明さん

が入社し、自ら外へ出て行ってビジネスをこなすという集団が育っているわけです。ところが日本では、いまだに通訳をつけなければビジネスが進められないというケースも少なくありません。これでは時間が2倍かかってしまうので競争に打ち勝つことはできません」

創業当初からグローバル化を推進してきた同社ですが、英語が必要な社員は限られていたといいます。しかし、グローバル企業として成長し、さらに世界へ打って出るには、さらに多くのグローバルに活躍できる人材が必要となってきます。そのためには外国語、とりわけ世界共通語である英語力が欠かせないと石井さんは話します。

「英語を話せるからといって仕事ができるとは限りませんが、グローバルなビジネスをしていくうえで英語が重要なツールであることは間違いありません。特にこれからは、技術系社員にこそ英語力をつけてほしいと思っています。海外生産比率は90%を超え、顧客も海外の方が多いため、技術者もどんどん外へ出て行って顧客と直接、仕様などについて詰めたりしなければなりません。スピード対応力を向上させるためにも、通訳を使わず自分で話せるようになることが望まれます」

現地語でコミュニケーションしなければ 信頼関係は築けない

こうしたことを背景に、同社では昨年、2015年



日本電産株式会社
人事部 人事グループ 担当次長
天野喜文さん

度から管理職への昇格には日本語以外の1カ国語、2020年度からは部長職への昇格に2カ国語の習得を要件とすることを打ち出しました。また、2015年度からの管理職への昇格要件には、TOEICスコアで一定の基準を設定しています。

「管理職が習得すべき1カ国語は、必ずしも英語とは限りませんが、まずはビジネスの世界における共通言語である英語をマスターし、それから海外へ赴任している間に現地の言葉を身につけ、部長になるまでに2カ国語を話せるようになってもらいたいというのが基本的な考え方です」

その背景について石井さんは次のように続けます。

「10人のネイティブスピーカーを相手に、会議や打ち合わせをリードすることができるか。それがグローバルでビジネスができるかどうかの境目となってきます。つまり、通訳を介してビジネスをするという非効率を排除するだけの語学力が、これからの管理職には求められます。

また、海外売上比率が約70%を占め、世界中に拠点を設けていても、本社自体がグローバル化に対応していなければ、組織としてグローバル化しているとはいえません。グローバルな組織として機能するためには、本社の各部門のスタッフが共通言語として英語を使えるという体制にしなければなりません。これからはあらゆる部署において、英語が特殊な能力・スキルではないというふうになっていくでしょう。実際、車載モータ関係の部署には外国人社員が多く、部内の打ち合わせなどは英語で行っている場合もあります」



日本電産株式会社
人事部
柳本健一さん

部長職への昇格要件である2カ国語目について石井さんは続けます。

「学ぶ人の数でいえば、一番多いのが中国語、次いでタイ語となるでしょう。ブラジルや中南米、ロシア、北アフリカなども有望市場ですから、ポルトガル語やスペイン語、ロシア語、フランス語などを学ぶ人も増えてくるでしょう。現在は25カ国に拠点がありますが、ゆくゆくは人口1,000万人以上の80数カ国すべてに拠点を設けようとしていますので、話す言語もますます多様化してくると思います。ですから、さまざまな言語へのニーズが出てくるでしょう」

また、人事部人事グループ担当次長の天野喜文さんは、2カ国語目の重要性について次のように指摘します。

「マネジメントする立場の部長職が海外拠点へ赴任しても、現地の言語で部下と挨拶や日常会話ができなければ、信頼関係を築くのは難しいのではないのでしょうか。2カ国語の習得を部長職への昇格要件としたことには、それだけ現地の言語をマスターすることが重要だというメッセージが込められています」

社員の英語能力を把握するため 全社一斉に TOEIC テストを受験

同社はこれまで、TOEIC テストの受験促進、語学学習法セミナーの定期的開催、通信教育の斡旋、



モーター基礎技術研究所
(2012年度設立予定)



人事部作成の語学力向上を喚起する
社内用ポスター

事業所ごとの自主参加による英会話教室の運営などを通じて、社員の語学力向上を支援してきました。

TOEIC テストは半年ごとに希望者を募り実施していましたが、2010年度下期は社員全員を対象に受験を必須とし、国内事業所勤務の2,000人近くが受験しました。その狙いについて石井さんはこう説明します。

「2015年度および2020年度から管理職と部長職への昇格に外国語の習得を義務づけたように、期限を設定して語学力の向上を求めていくと宣言したことから、まず現時点において社員の英語レベルがどのようになっているのか、そのスキル在庫を特定するために全社員に受験してもらうことにしました。その結果をベースに今後、教育プログラムを開発していこうと考えています。具体的には、高いレベルの語学力がある社員を対象にしたプログラムと、管理職になり得る社員を対象としたプログラム、そして広く社員全員を対象としたプログラムの3つのカテゴリーで開発する方針です」

人事部の柳本健一さんは、TOEIC スコアの活用について次のように言及します。

「社内での英語力評価基準として TOEIC スコアに対応した6つのランクを設定し、自分がどのランクに位置しているのかを認識してもらえるようにしました。今後は、昇格要件にだけでなく、語学スキルなどの選抜教育を行う際の基準にもしようと考えています」

全社実施の効果について柳本さんは続けます。

「TOEIC テストの全社一斉受験は、社員の英語

に対する意識を大きく向上させるきっかけとなりました。任意受験者数は、これまでの半期約200人から、今年は上期と下期（見込み）を合わせて約1,200人と急増しています。また、通勤時や始業前に英語を勉強する社員を見かけるようになるなど、英語力向上の機運が社内風土として高まっているのを感じます」

こうした動きはグループ全体に波及し、グループ各社でもTOEICテストの導入が進んでいるそうです。

英語を公用語とする研究所と グローバル幹部の育成機関を設置へ

同社は、「総合駆動技術の世界 No. 1 メーカーを目指す」というビジョンを達成するための核となる研究開発拠点として、2012年度に「モーター基礎技術研究所」を神奈川県川崎市に設立する予定です。天野さんは次のように話します。

「この研究所は、成長戦略の原動力となる基礎研究の高度化と応用技術を生み出す役割を担うとともに、グループ会社との技術シナジーを推進するハブ機関と位置づけられるものです。また、世界に通じるトップレベルの技術者を養成する機関としての役割も担います。

このため、外国人を含む優秀な外部人材を積極的に登用し、研究所内の公用語は英語にする方針です。当初は150人くらいでスタートしますが、ゆくゆくは300人体制を目指します」

さらに同社では、グローバル幹部の育成機関を設立する構想を進めています。これは、世界各地の拠点から幹部候補者を呼び集め、グローバルで

活躍できる人材を養成するための教育機関となるものです。

グローバル人材を育成する教育機関設立への抱負を石井さんは次のように語ります。

「当社では海外拠点の人材ローカライゼーションを進めています。最初は日本の幹部を現地法人のトップとして派遣しますが、最終的には現地スタッフにマネジメントを任せるという考え方です。これを推進していくために、各国の幹部候補者を定期的に集め、経営理念やマネジメントを中心に教育していこうというのが、設立の狙いです。もちろん、講義は英語で行います。また、優秀な人材が育ってくれば、彼らがボードメンバーに入ってくる可能性もあります」

このように、同社はグループをあげて語学力の向上に取り組むとともに、さらなるグローバル化を進めていくためにユニークな施策を次々と打ち出しています。その根底には、「自ら考えて行動できる人材こそ、これから求められるグローバル人材像」という考え方があります。そうした人材の育成が、「総合駆動技術の世界 No. 1 メーカー」という目標達成の原動力になることでしょう。

会社概要

会社名：日本電産株式会社
創業：1973(昭和48)年7月
従業員数：105,873人(日本電産単体1,715人)
(2011年3月末現在)

家電製品、自動車、IT・AV機器、産業機械など、幅広い製品に搭載されている各種モータをはじめ、「回るもの、動くもの」に特化した電子部品メーカー。世界最高レベルの研究開発体制をしき、「世界初」「世界最小」の製品を次々と生み続けている。

公開テストスケジュール

■ TOEIC® テスト

回数	試験日	申込期間※1	結果発送予定日
第168回	1月29日(日)	11月1日(火)～12月5日(月)	2月28日(火)
第169回	3月18日(日)	1月4日(水)～2月6日(月)	4月17日(火)
第170回	5月27日(日)	3月1日(木)～4月16日(月)	6月26日(火)

■ TOEIC Bridge®

回数	試験日	申込期間※1	結果発送予定日
第42回	3月4日(日)	12月20日(火)～2月1日(水)	4月6日(金)
第43回	6月3日(日)	4月1日(日)～5月1日(火)	7月6日(金)

※1「申込書」を使用した場合の申込期間です。
インターネットでの申込期間は公式サイトでご確認ください。

■ TOEIC® スピーキングテスト / ライティングテスト

試験日	申込期間※2	結果発送予定日
12月4日(日) 10:00/14:00	10月31日(月)10:00～ 11月18日(金)正午12:00	1月3日(火)
1月15日(日) 10:00/14:00	12月12日(月)10:00～ 12月28日(水)正午12:00	2月14日(火)

※2 個人でお申し込みいただく際の申込期間です。
団体一括受験申込での申込期間は公式サイトでご確認ください。

インターネットによる受験申込とテスト情報など、各プログラムの詳細については、公式サイトまで <http://www.toeic.or.jp>

『TOEIC®テスト公式プラクティス リスニング編』 効果的活用のための「ディクテーション・シート」を 公式サイトにて無料提供開始

好評発売中の公式教材『TOEIC テスト公式プラクティス リスニング編』をより効果的に使用していただくために「ディクテーション・シート」をご用意いたしました。公式サイトから無料でダウンロードできます。ディクテーションの学習をご体験いただくために、どなたでもお試しいただけるサンプル問題もありますので、本教材をまだお持ちでない方もお気軽にアクセスしてください。

<http://www.toEIC.or.jp/pr/09.html>

教材の特長

- ワークブック形式の TOEIC テスト用リスニング特化型教材です。
- 初・中級者（TOEIC スコア350～730点程度）を対象としています。
- Part 1～4 を出題テーマごとに3ステップで練習できます。
STEP 1: Warm Up キーワードの聞き取りで基礎力を構築する
STEP 2: Practice さまざまなタスクで段階的に実力強化を図る
STEP 3: TOEIC 形式問題に挑戦する
- 各 Part の最後では TOEIC テスト本番形式問題で総仕上げができます。
- 音声CD3枚付き（音声は TOEIC テスト本番と同じナレーター）

※ TOEIC テストのナレーターは今後変更される可能性があります。

ディクテーション・シートとは

使い方：

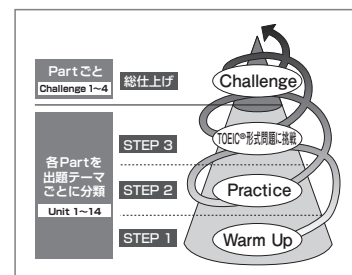
- ディクテーション・シートには本教材の Part 3「会話問題」と Part 4「説明文（トーク問題）」の各14話のトランスクリプトの一部が空欄となったかたちで掲載されています。本教材に付いている音声CDの該当箇所を聞き、空欄の単語を書き取ってください。
- 「問題を解くためだけに音声を1回聞いて終わり」とせず、完全に聞き取れるように何度も繰り返し聞いてください。

効果：

- 空欄の単語は設問に解答する上で、鍵となるものを選んでいきますので、キーワードを聞き取る力が伸ばせます。
- 何度もCDを聞いて、単語の穴埋めディクテーションを行えば、選択肢から正解を選ぶだけでなく、さらに会話やトークの理解を深めることができます。
- 音声の聞き取りが不得手な学習者の方も、「穴埋めディクテーション」であれば気軽に取り組み、達成感も味わえます。
- 語彙力の強化や英語の音声を日本語に訳さずに理解する力を磨くことができます。



発行：(財)国際ビジネスコミュニケーション協会
仕様：B5判、320ページ/音声CD3枚付
定価：1,890円(本体1,800円+税)



「スパイラル学習」のイメージ

『GLOBAL MANAGER』最新号発行

グローバルな視野を育む Web 情報誌『GLOBAL MANAGER』46号が発行されました。

今号の特集では「アウェーで闘え！～私の海外ビジネス奮闘記」と題し、価値観も文化も異なる海外に駐在し成果をあげてきた各界のリーダー、マネジャーの方々にご登場いただいております。また、「英文メール強化塾」「英語にない日本語」など実際のビジネスに役立つ情報が満載の連載コーナーもございますので、ぜひ右記 URL からアクセスの上ご覧ください。



<http://webmagazine-globalmanager.com/>

TOEIC® 受験者のための無料会員サイト TOEIC® インターネット・サービス (個人向け)がリニューアル

TOEIC 受験者や英語学習者の皆様の英語力アップをサポートする無料の会員サービス「TOEIC インターネット・サービス(個人向け)」が10月下旬にリニューアルしました。

好評の字幕付き動画コンテンツのほか、リーディング素材の紹介、TOEIC スコア比較ツール、気軽に発音をチェックできるスマートフォンアプリ、リーディングのオンライン教材などの新サービスもスタートしました。従来どおりテスト申込みや結果確認、メルマガなどのメール配信サービスもご利用いただけます。

同サービスでは、今後もさらに内容を充実させていく予定です。英語力アップにぜひお役立てください。



新規登録ログイン URL
<http://sp.toeic.or.jp>

- <主な新コンテンツ>
- **TOEIC くらべるスコア(TOEIC テスト活用サポート)**
所属や学習目的などグループに絞り込んで、自分のスコア位置を確認できるツール
 - **BARAKAN VOX(英語学習サポート)**
英語・日本語字幕を切り替えられる、ピーター・バラカンさん出演の動画コンテンツ
 - **Lexile® リーディングガイド(英語学習サポート)**
TOEIC スコアと興味・関心に合わせて、マッチする英文記事や書籍をおすすめします
 - **SpeakingPal Plus!™(有料学習ツール)**
スマートフォンで発音をチェックできるアプリ。楽しみながらスピーキング力をアップできます
 - **Engaging English®(有料学習ツール)**
リーディング力をチェックし、レベルに合った英文記事をおすすめするオンライン教材

SpeakingPal & Design and SpeakingPal Plus! & Design are Trademarks and/or Registered Trademarks of SPEAKINGPAL LTD.
LEXILE and the LEXILE logo are trademarks of MetaMetrics, Inc., and are registered in the United States and abroad.

編集室より ◆ 2011年度TOEIC 研究会を11月18日に東京・ベルサール半蔵門イベントホールにて開催いたします。今回は「グローバル時代におけるビジネスパーソン育成と TOEIC」と題し、住友信託銀行株式会社様、三菱商事株式会社様より、企業の国際競争力を高める人事戦略とそれに基づく先進的な人材育成の取り組みをご紹介いただく予定です。また、TOEIC プログラムの開発機関である米国 Educational Testing Service より、TOEIC テストおよび TOEIC スピーキングテスト/ライティングテストの海

外での活用状況をご紹介します。同研究会の内容につきましては、報告書がまとも次第、ご案内申し上げます。
◆ 「TOEIC SW テスト効果的活用法セミナー」を12月17日(土)東京・ベルサール神田 Room 1~4(3階)、18日(日)大阪・ブリーゼブラザ小ホールにて開催いたします。当日は第1部でテスト概要などの説明を行い、第2部でテストを活用した英語学習法について、NHK「実践ビジネス英会話」講師も務められた本間正人氏にご講演いただきます。詳細は公式サイト(<http://www.toeic.or.jp>)にてご案内いたします。

発行：財団法人 国際ビジネスコミュニケーション協会 (IIBC)

IIBC試験運営センター 〒100-0014 東京都千代田区永田町2-14-2 山王グランドビル
TEL (03) 5521-6033
FAX (03) 3581-4783
名古屋事業所 〒460-0003 名古屋市中区錦2-4-3 錦パークビル
TEL (052) 220-0282
大阪事業所 〒541-0059 大阪市中央区博労町3-6-1 御堂筋エスジービル
TEL (06) 6258-0224

公式サイト
<http://www.toeic.or.jp>
公式携帯サイト「TOEIC モバイル」
<http://m.toeic.or.jp>

