

さまざまな分野で活躍する元気なOB・OGたちが、今春卒業する学生・生徒に向けてエールを送ります。



資生堂(中国事業部勤務)

## 藤原 央介 さん

ふじわら・おうすけ

●07年3月大阪工大工学部応用化学科卒。資生堂中国事業部企画管理部勤務。岡山県出身。29歳。

### 多様性を学んだ留学経験 目標に向かって行動しチャンスをものに

見聞を広める、自分の強みを身につけようと中国・清華大へ2度の留学。この経験が人生を変えるきっかけとなったと話す藤原央介さん。資生堂の販売会社で営業をしていた4年目の秋、社内の公募制度を活用して念願の本社中国事業部に異動。「将来は駐在員となって資生堂商品を広めたい」と、さらなる飛躍を目指して励んでいます。

清潔感あふれる容姿は、大手化粧品メーカーの一員らしい雰囲気を出しています。藤原さんは資生堂中国事業部に所属し、ロジスティクス業務の物流管理を担当。ロジスティクスとは、原材料調達から生産・販売に至るまでの物の流れを最適化するための活動を指します。日本は物流管理に必要な出荷実績、物流費などの基礎データが整備されていて瞬時に分析が可能ですが、中国の場合は現場に確認しないと分からないこともあり、確認や調整に時間を要します。また、専門用語の多さに、今でも中日辞書が離せない毎日です。

大学2年次生の夏に協定校の中国・清華大で短期語学研修に参加したのがきっかけで、大の中国好きに。4年次進級を控え、「自分の強みになるものを」と思い切って1年間休学し、再び同大学に語

学留学しました。その時、いち早く中国に進出していた資生堂に注目。1981年から活発に中国事業を展開していた同社は、右肩上がりの成長を続けて業界でも話題となっていました。

「実はこの留学経験が人生を変えたんです。中国では人口が多い分、競争が激しく、日本人の何倍も勉強します。エネルギーな姿に刺激されて、自分も物事に真剣に取り組むようになりました」。一方で、言葉が通じなくて悩まされることもあります。日常会話レベルの中国語は理解できますが、ビジネスとなると言い回しや専門用語の多さなど辞書を片手に現地とやり取りすることも多々あります。「1年以上経って、ようやく中国語のロジスティクス用語が理解できるようになってきたところですよ」と苦笑い。

営業職として入社したてのころは、商品知識が不十分でも労力でカバーしようと、小売店の資生堂コーナーの掃除や売り場作りを手伝ったそうです。好印象を与えましたが、頼まれたことを引き受け過ぎて許容量を超えてしまい、帰宅はいつも終電に。優先順位を付けて効率を上げることを必然的に学びました。また、取引先の化粧品売り場に派遣する美容部員の管理も営業職の仕事。孤軍奮闘する美容部員のやる気を引き出すため、商品が売れなかったとしてもお客に喜ばれる誠実な対応をしていたら、そのことを褒め、「また来店してくれるよ」と励ますのが藤原流。「販売していない自分がプレッシャーをかけるより、まずは相手の活動を認めることが大切」だからです。

そのように他者を認めることを意識するようになったのも、中国留学の影響だと言います。海外生活は異文化との触れ合い。主義主張がぶつかることもあります。相手の言い分にも耳を傾けなくては仲良くなれません。「当時の日記を振り返ると、最初は自分と価値観の違う発言を認めない記述が多いのですが、多くの出会いを通じていつの間にか自分自身が変わっていました」。文化の違いなど多様性を受け入れて人間関係を構築していった経験がいま生きています。

将来は駐在員となり、中国で男性化粧品を広めることが夢。そしてさらなる目標は、商品開発なども経験して会社の全体像を知り、いずれ経営にもかかわることです。「目標が明確であれば、そこから逆算して何歳で何をやるべきかという具体的な行動計画を立てることができます。社内にはやりたい仕事を公募するジョブチャレンジ制度が設けられているんです。チャンスの時にいつでも手を挙げられるよう、中国語以外にも英語の勉強もしていますよ」。さわやかな笑顔で初心を貫きます。



月1回集まる中国事業部フットサル  
(左から新田が藤原さん)