

2024 年 10 月 17 日（木）

海外インターンシップ奨学金・活動報告書

中央大学 国際経営学部

学籍番号：23F1103008I

氏名：徳元亜理沙

1. はじめに

私がマレーシアでのインターンシップに参加した理由は、三つあります。

一つ目は実践的な英語力の確認と向上です。私はこれまで日本で英語を学んできました。試験やテストでは知識は測れるが、リスニングやスピーキング力といった実践的な英語力は十分に把握できないと考えました。海外で英語を使う機会は旅行の時のみだったため、自分自身の実践的に使える英語力がどれくらいなのか把握できていませんでした。そのため、就職活動を行う前に海外でインターンシップを行い、得意な部分、苦手な部分を知り、明確にすることを目的にしました。二つ目は、将来のキャリア選択肢の広がりです。自分自身、国際的な仕事をしたいという、おおまかなキャリアプランしか描けていないため、実際に社会に出て、仕事を体験することで将来の選択肢を広げられると考えました。三つ目の理由は、グローバルな視点を獲得することです。海外で一ヶ月生活し、仕事をする事で日本に

いるだけでは経験できないグローバルな視点を得ることができると考えました。

次になぜマレーシアをインターンシップ先に選択したのか、理由が二つあります。一つ目は、マレーシアは多文化社会・多民族国家であると知ったからです。インターンシップ参加理由としても述べたとおり、グローバルな視点を得たいというのが一つの目的であったため、多文化社会であるマレーシアでインターンシップを行いたいと思いました。また、経済の成長も急速に進んでおり、世界のさまざまな企業が進出していることを知り、よりマレーシアに興味を抱きました。二つ目の理由は、イスラム教について理解を深めたかったからです。私は、今までにイスラム教の方と関わりを持ったことがなく、文化や慣習においてあまり理解できていませんでした。多民族が共存しながら生活するマレーシアでのイスラム教徒の方々への理解や、イスラム教の立ち位置を理解したいと思いました。

私がこのインターンシップを通して目標としていたことは、三つの力を得ることでした。一つは広い視点で物事を考える力です。マレーシアでのインターンシップを経験することで、日本という国だけではなく、広い視点で物事を考えられると思いました。二つ目はビジネス課題に対して柔軟に対応する力です。今までの社会経験はアルバイトしかなかったため、インターンシップを経験することで少しでもビジネス課題に対して柔軟に対応する力を培いたかったです。三つ目は解決策などを提案できる力です。ただ上司の指示を聞いて行動するのではなく、自分から解

決策を提案できるような人になりたいと考えました。この三つの力を得ることを目標にして、マレーシアのインターンシップを行いました。

2. インターンシップ先での業務内容

次に、インターンシップ先の紹介をします。私がインターンシップを行った企業は YOKOZUNA PLANNING です。2019 年に創立された従業員数約 20 名の日系企業であり、日本からの海鮮物の輸入販売に加えて、二種類の日本料理の飲食店を自社経営しています。首都クアラルンプールの繁華街である BUKIT BINTANG に位置しているショッピングモールの中にすし店を、少し住宅街寄りの MONT KIARA にてラーメン 1 号店、郊外の METRO PRIMA のイオンモール内にてラーメン 2 号店を経営しています。どちらの店舗もメニューの価格帯としては日本と同じくらいか少し安いくらいでした。ターゲットはローワーミドル層であると聞きました。

今回、私はすし店の魚屋海彦で主に業務を行いました。私が行った業務内容は主に三つあります。SNS 用の動画作成、プロモーション用の広告作成、メニューの考案を行いました。これらを行うにあたって、まずマレーシアにおいて日本食の立ち位置を知り、競合他社との比較を行う必要がありました。そのため、さまざまなショッピングモールの違い、そのショッピングモールに入っている日本食

店の特徴、客層などに注目して見に行きました。そこで気づいたことは、どの日本食店でもしっかりとターゲット層を決めていることです。これは、ハラール認定されている飲食店なのかそうではないのかによって来店するお客さんが全然違うということです。ハラール認定されているお店では、イスラム教徒の方も安心して食べられるように、豚肉やアルコールなど一切扱っていない飲食店です。そのため、ハラール認定されているお店では現地の方が多く、認定されていないお店では日本人や観光客が多かった印象でした。また、実際に1日店舗での業務を体験した際には、どのような方がどのようなメニューを頼んでいるのかを知ることができました。そのため、動画の作成をマレーシアに在住している日本人、観光客、現地の方に向けて行いました。在住している日本人の方には飲み放題をアピールしました。マレーシアではあまり飲み放題がある飲食店が多くなかったため、日本人の方は飲み放題を多く頼まれていました。観光客の方には、旅行中のため豪華な盛り合わせをアピールしました。現地の方には生のお寿司だけではなく、炙りのお寿司もあること、ランチセットなどの安さをアピールしました。シェフの方と何度も話し合いながら撮影を進めていきました。次にプロモーション用の広告を作成しました。8月31日が67年目のマレーシア独立記念日だったため、67マレーシアリングット（RM）で1日限定のお寿司食べ放題を行いました。そのためのSNS用の画像の作成と食べ放題のメニューを作成しました。お得感、特別感が伝わるように

意識して作成しました。また、9月のプロモーションとして抽選を企画しました。

これは、SNSを通してもっとお店が広まって欲しいと思ったため、来店の様子をInstagramに投稿していただくと、抽選に入れるという企画でした。抽選に当たった方には、豪華なお刺身の盛り合わせなどを景品にしました。そのためのSNS用の画像と店舗に飾る案内ポスターを作成しました。最後に、メニューの考案を行いました。キッズメニューがなかったため、キッズメニューを1から作りました。インターンシップ先の方とシェフの方と何度も話し合いながら作りました。子供が喜ぶもの、健康に良いものを考えました。どのようなお皿を使用するのか、何を何gどのように配置するのかを決めるのが大変でした。

3. 学んだこと

業務を通して、前までは娯楽として使用していたSNSが今では企業のマーケティングツールであることを強く実感しました。自分自身も飲食店のSNSを見て実際に食べに行くことがあったので、これからはSNSマーケティングのスキルが重要になってくると考えました。ターゲット層ごとに異なるアプローチが必要であることを学びました。日本で流行している動画の撮り方がマレーシアでは見にくいとされていたり、国ごとによって良いとされている撮影の仕方があることを知りました。マーケティングはただ情報を発信するのではなく、お客様の興味を理解

することが重要だと感じました。また、どのように撮影すれば美味しそうに見えるかを探るのが難しかったです。スマホだけでの撮影だったため、照明の角度や色のコントラストなどにこだわり、美味しそうと思えるような動画を制作することを心がけました。また、マレーシア人はオレンジ色が大好きということを知り、なるべくオレンジ色を使用するようにしました。チームワークやコミュニケーションの面では、自分が改善できた点があります。それは、自分の意見や考えをしっかりと伝えることです。以前までは、他の人が意見を言うとそれに賛成する形で意見を言っていました。たとえば相手とは違う意見でも相手の意見を否定しないで自分の考えを伝えられるようになりました。インターンシップを一緒に行っていた年上の方がいらっしゃいました。最初は年上だったため、相手とは違う意見を言うのがとても難しかったです。しかし、インターンシップ先の現地の方が年齢に関係なく意見を交わしている場面を見て、自分の意見を怖がらずに言えるようになりました。ビジネス文化や慣習に関する学びは、2つあります。1つはイスラム教の理解です。食事の面ではイスラム教徒でもそうでなくても食べられるものを選ぶなど、人々の生活の中でイスラム教徒の方々への理解が進んでいると感じました。2つ目は、マレーシアン・タイムです。時間通りにミーティングなどが始まることは少なく、あまり時間を気にしない印象でした。インターンシップ先の日本人の方に教えていただいたところ、マレーシアでは交通渋滞や電車の遅延なども日常茶飯事の

ため、あまり時間が重要ではないことと知りました。

インターンシップを通して視野が広がった点として、日本の常識は海外では常識ではないかもしれないという点です。日本とは違う点がたくさんあり、柔軟な対応が求められました。自分のやり方が正しいと思い込むのではなく、柔軟に対応し、異なる意見を受け入れる姿勢が重要だと考えました。また、マレーシアではさまざまな民族や宗教が共存しており、異なる背景を持つ方々と協力するのが当たり前だと感じました。さらに、マレーシアの国としての発展に驚きました。私は以前まで、アメリカやヨーロッパで仕事をするのも楽しそうで、生活するのも国が発展しているから困らないと思っていました。しかし、マレーシアが予想以上に過ごしやすい国で急速に発展していて、マレーシアで仕事をしてみたいと感じました。自分のイメージや固定概念だけでなく、実際に現地に行くことでその国の良さを知ることができました。マレーシアが発展しているのに気づいた反面、日本の遅れも感じました。日本でずっと過ごしていると気づきにくいですが、日本が以前までとても発展していた国であったのに、今では新興国の勢いが凄まじく、追いついている状態にあることを実感しました。自分自身、日本国内だけではなく、広い世界に視野を向けることが重要だと感じました。

4. 今後への影響

今回のインターンシップにて学んだことが主に三つあります。一つは市場ニーズの理解の重要性です。顧客ニーズを理解することはビジネスの成功において不可欠であると実感しました。ただ動画を撮って投稿するのではなく、競合他社との違い、各顧客層にお勧めしたいもの、お店の雰囲気の違い、どういうお客様に来て欲しいかなどによってアプローチを変える必要がありました。二つ目はSNSの活用の重要性です。今ではどんな飲食店でもほとんどがSNSを使用しており、SNSのコンテンツ制作ができることがいかに重要かを痛感しました。しかし国ごとによってトレンドや文化に合わせたコンテンツ制作が求められることを学びました。三つ目は柔軟な対応力です。日本とは文化もビジネスの慣習も異なるマレーシアでは、現地の価値観やコミュニケーションスタイルに合わせた柔軟な対応が求められました。

自分のインターンシップを行う目的と照らし合わせると、目的を達成できたと思います。一つ目は実践的な英語力の確認と向上でした。海外で一カ月間過ごし、インターンシップを行うことで自分に足りていない部分を知ることができました。英語で的確に自分の考えや意見を瞬時に言うことが足りていないことに気づきました。今後の大学生活においてこれを重点的に改善していきたいです。二つ目は将来のキャリア選択肢の広がりでした。実際、以前は飲食店のマーケティングなど考えたこともありませんでした。今回のインターンシップで飲食店経営

の大変さや面白さを知ることができました。飲食業も興味深いと思い、将来の選択肢が広がりました。また、SNSマーケティングという自分にとって新しいものに挑戦しました。マーケティングが面白いと感じ、後期の授業ではマーケティング戦略の授業を取ることにしました。三つ目は、グローバルな視点を獲得することでした。今回のインターンシップでイスラム教の理解や、自分とは異なる文化や慣習を持った方とのインタラクションなどを学びました。また、多民族国家であるマレーシアにて生活したことで、さまざまな人種や宗教の人々が共存して生活する環境を経験できました。

5. 結論

マレーシアインターンシップを行って、さまざまなことを学ぶことができました。異文化や英語力、マーケティングとは別に大きなことを一つ学びました。それは、挑戦する大切さです。新しい環境に飛び込むことは不安でしたが、一歩踏み出すことで自分の成長を実感することができました。初めての業務や現地の人とのコミュニケーションでは戸惑うことも多くありましたが、失敗を恐れずに挑戦し続けることで、少しずつ自信を持てるようになりました。このインターンシップ経験から学んだ「挑戦を恐れない姿勢」は、今後どのような環境においても自分の強みになると思います。今後もこの経験を糧に、さらに成長し続け、次の挑

戦に向けて歩み続けていきたいです。

(5252 文字)