



いま自分のいる場所がどこでもあっても、グローバルビジネスには関わられる。エンドユーザーの課題を解決するために、論理もコミュニケーション力も磨きたい。

Junko Totsuka

高校卒業まで暮らしたタイを離れ、日本の大学に進学した戸塚。日本の農業技術を学び、いつかは故郷のバンコクに還元したいと思っていた。だがアクセンチュアを知り、一気に路線を変更。周囲にコンサル志望はおらず、不安は大きかったが、自分の直感を信じ入社を決断。「周りの意見に流されず一歩踏み出したこと」が、いまにつながっていると戸塚は言う。

アクセンチュア株式会社

テクノロジー コンサルティング本部
金融サービス グループ
ビジネスコンサルタント

戸塚 惇子

船上で給与支払い、送金が行える
電子通貨プラットフォーム
「MarCoPay」

本プロジェクトに戸塚惇子が合流した時、彼女はまだ入社1年目のルーキーだった。「私がアサインされたのはちょうど要件定義が終わった時期で、いよいよこれから実際にアプリ開発を進めていくというタイミングでした。私にとっては初となる大型案件で、とても興奮したのを覚えています」。

海運業界大手の日本郵船がフィンテックに参入することになった「MarCoPay」は、フィリピンの複合企業グループとして、物流事業などを手がけるTDG (Transnational Diversified Group)と合併で立ち

上げた事業会社の名称でもあり、電子決済や送金ができるスマホアプリの名称でもある。「船上では給与支払いや生活用品の購入など、いまだ現金での決済が多く残っていました。数ヶ月近くも航海を続ける大型船の船長は、多額の現金を管理する重責を担っていました。また海上で生活する船員たちは、家族への送金を頻繁に行うこともできていませんでした」。

日本、フィリピン、そして中国 各分野のエキスパートが結集した ビッグチーム

日本郵船がシテグループとともに、アクセンチュアをパートナーとして選定した理由は、「金融×IT」の分野で豊富な実績を持ち、かつグローバルにネットワークを持つていたからだ。日本の海運会社が契約する船員の多くは外国人であるという現状を踏まえ、彼らが最大のユーザーとなる以上、そもそも国境を越えたチーム編成でなければプロジェクト推進は困難でもあった。

「アクセンチュアからは、日本だけでなくフィリピンや中国からもメンバーが参加していましたので、自分がコミュニケーションブリッジになれるよう、積極的にコミュニケーションを取り続けました。チームには戦略・金融・システムなど各分野のコンサルタントに加え、エンジニアやデザイナーといったエキスパートも参加しており、アクセンチュアの総力が結集した大所帯。気心が知れた部署の仲間ばかりで固まってしまいがちなので、プロジェクトルームに入る時にはとにかく「おはようございます！」と元気に言って、「コミュニケーションのきっかけになることを心がけています」と戸塚はフレッシュさも忘れなかった。

不慣れなシステム設計と テストの連続。エンドユーザーの 生活を変えるという使命感

英語が堪能な戸塚が最初に任されたのは、日本語の資料を英文に訳すこと。さらに設計書やテストシナリ

培った英語力をフル活用したい より挑戦できる環境を求め アクセンチュアへ

オの作成、テスト実行とタスクは増え続けていった。「ITに関しては新人研修でプログラミングやJavaの基礎を教わっただけで、設計なんてしたことはありませんでした。でも、モノづくりに興味があつたので、設計をやってみたくてですと手を挙げたところ、担当させてもらえることになりました」。

お客様にアプリの使用シーンを説明するための動画を制作した折には戸塚が台本を書き、船長役や船員役を割り振り、撮影も行った。また、アプリのデモを実際の船員に触ってもらったため名古屋の港まで足を運んだこともあった。「架空の名前・年齢、家族構成を設定したエンドユーザーのペルソナをつくっていたのですが、目の前に本当に想定していたような人たちがいる。それだけでも感動しましたが、アプリのデモに触れた船員さんに「Wow」と言ってもらい、ますます心に火がつきました。この人たちの生活をより良くするんだ、ちゃんと良いアプリに仕上げなくては、という使命感。机上の仕事ではなく、実際に課題を解決するところまでコンサルタントの仕事なのだと思えさせられた瞬間でした」。

タイのバンコクで育ち、小中高とインターナショナルスクールに通っていた戸塚は、期待に胸を膨らませて日本の大学に入学した。だが、母国であるはずの日本の方が戸塚には「外国」に感じられ、なかなか馴染めなかった。時は、日本ではなくアメリカで就職することも考えた。だが、学内セミナーでアクセンチュアの存在を知り「コンサルだ！」とひらめいた。

「理系で修士まで進学していたので、仮説を立てて論理的に結論を導き出す習慣は持っていると思っていましたし、課題を見つけて解決策を出す仕事、まだ社会にはない解をつくり出す仕事に、直感的に惹かれました」と戸塚は振り返る。

だが、北海道の大学院で研究を続ける戸塚にとって、東京中心の就活は決して気軽なものではなかった。インターンには参加せず、実際に選考を受けたの



プロジェクトが私を別人に変えた スキルも、姿勢も、価値観も

「MarCoPay」プロジェクトを終えて、いま戸塚が思うのは、「まるで別人になったような感覚がある」ということだ。自信を持っていた自分のロジカルシンキングが、プロフェッショナルには通じなかったこと。海外スタッフに、お客様に言われたことをそのまま依頼しただけでは、納得してもらえなかったこと。何度も練習して挑んだプレゼンで、お客様に熱意が十分伝わらなかったこと。

「総じて言えることはコミュニケーションのスキル不足だったのだと思います」と戸塚は自己採点する。「頭に詰め込んだことを言葉にしただけでは、セリフのよけに無味乾燥になってしまうんですね。話すスピードや間合い、資料の見せ方、表情などは、相手の様子を見

は外資系コンサル2社のみ。そのどちらからも内定をもらい、最後は「より挑戦できる環境を与えてくれるアクセンチュアを選んだ」。

「英語をフル活用できる仕事、グローバルに活躍できる仕事。面接ではそればかり主張していましたし、それは入社後も変わりませんでした。海外スタッフとの連携が必須の「MarCoPay」プロジェクトにアサインしてもらえたのも、その影響があったのだと思います」。

ながらでないとき生きてこない。仕事に対する姿勢も含めて「MarCoPay」プロジェクトは私を大きく成長させてくれたと断言できます」。

そしてもうひとつ、戸塚が発見した点。それはグローバルの意味である。「学生時代には、海外勤務にも夢を抱いていましたが、いまはまったくそう思いません。日本にいても、グローバルビジネスに主体的に関われることを知ったからです。いる場所よりも本人の姿勢。もともと国境を越えた案件が多く、社内のオンラインコミュニケーションツールも整備されているアクセンチュアだから、こうして実感できているのだと思います」。

すべての海はつながっており、世界中の船はひとつの海面を共有している。船出したばかりの戸塚の視界は良好だ。その目はいま、無限に広がるビジネスの水平線の向こうへと向かっている。

Company Information

テクノロジー×ビジネスでイノベーションを実現する

アクセンチュアは、ストラテジー&コンサルティング、インタラクティブ、テクノロジー、オペレーションズの領域で、すべてにデジタルの力を組み込んだ幅広いサービスを提供する世界最大級の総合コンサルティング企業です。世界最大の規模を誇る先端技術とインテリジェント・オペレーションセンターのネットワークに裏打ちされた40を超える業界に向けて、豊富な経験と専門スキルを生かしたサービスを提供しています。アクセンチュアでは、世界120カ国以上のお客様に対して、51万3,000人の社員による継続的なイノベーションによって、お客様のパフォーマンス向上と、持続的な価値創出を支援しています。

アクセンチュアの詳細はwww.accenture.comを、アクセンチュア株式会社の詳細はwww.accenture.com/jpをご覧ください。

会社概要

社名/アクセンチュア株式会社 英文社名/Accenture Japan Ltd 略称/アクセンチュア
設立/1995年12月 資本金/3億5千万円
代表取締役社長/江川 昌史 本社所在地/〒107-8672 東京都港区赤坂1-8-1 赤坂インターシティAIR

