

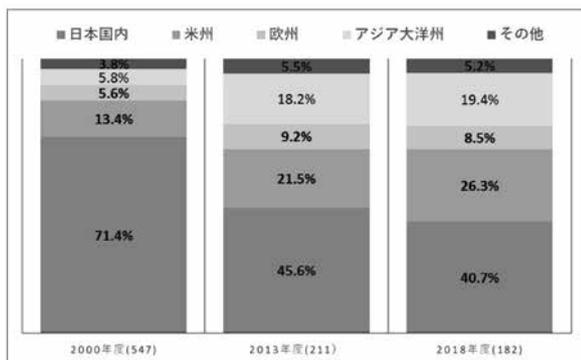
## なぜ、今、「高度外国人材」なのか

日本貿易振興機構（ジェトロ） 富山貿易情報センター 所長 高村 大輔

### 1. 海外で稼ぐ時代

ジェトロの調査<sup>i</sup>によると、日本企業の海外売上高比率は、この20年間で大きく上昇した。2000年度の売上比率は国内7割に対し海外3割であった。2018年度には国内4割に対し海外6割となり、海外でより稼ぐ時代を迎えている。地域別では、北米およびアジア大洋州での増加が顕著だ（図1参照）。

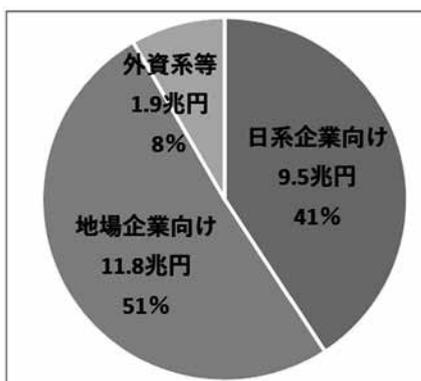
図1 日本企業の国内/海外地域別売上高比率



出所: ジェトロ「世界貿易投資報告2019年版」

経済産業省の資料によると、在ASEAN日系企業の現地販売額では、地場企業向けの販売額が日系企業向けの販売額を上回る（図2参照）。また、地場企業向けのうち製造業が51.9%、非製造業が48.1%と拮抗している。

図2 在ASEAN日系企業の現地販売額(2016年)



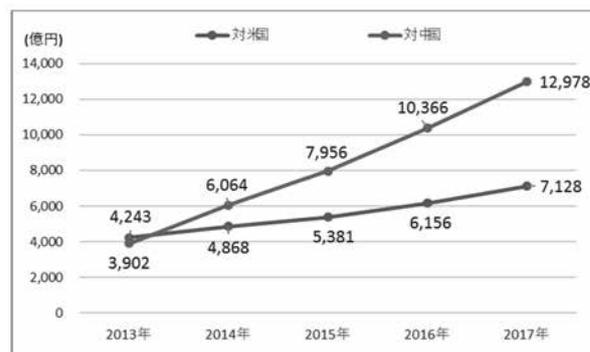
出所: 経済産業省「通商白書2019」

### 2. 国内で取り組む海外ビジネス

世界全体の越境EC小売額は、2016年の1,845兆ドルから、2021年には4,878兆ドルに拡大すると見込まれている<sup>ii</sup>。これにより、世界の小売総額に占める割合は8.6%から17.5%に拡大する。

米国・中国消費者による日本の事業者からのEC購入額も年々増加。2017年においては、中国・米国向けで約2兆円と推計されている（図3参照）。

図3 越境ECにおける日本からの購入額（推計）



出所: 中小企業庁「中小企業白書2019」

世界全体の国際観光客数は、2000年の6.8億人から2018年には14.0億人に増加<sup>iii</sup>。日本に訪れる外国人観光客も年々増加し、2019年の訪日外国者数は約31.2万人。旅行消費額は4.5兆円となった（図4参照）。

図4 訪日外国者数・旅行消費額



出所: 日本政府観光局「訪日外客」統計、観光庁「訪日外国人消費動向調査(各年)」

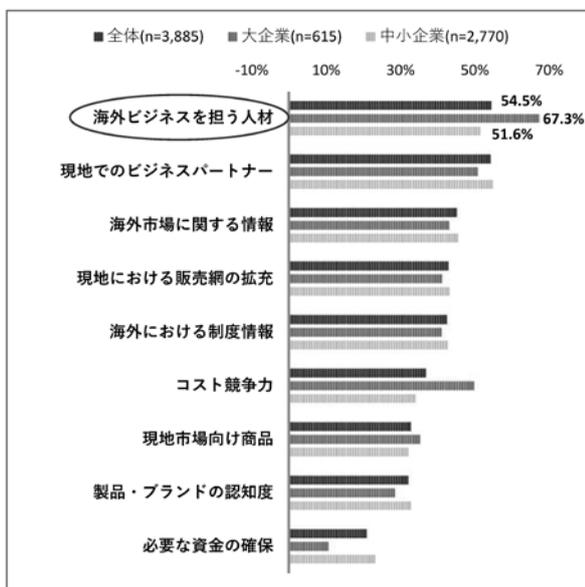
### 3. 海外ビジネスに意欲的な日本企業 課題は人材

ジェトロが2018年11月に実施した日本企業向けアンケート調査（有効回収数3,385社）では、今後3年程度で「海外進出拡大を図る」と回答した企業の比率は57.1%で、同じく「輸出拡大を図る」と回答した企業は同67.8%であった。約6割の日本企業が海外進出や輸出の拡大を図る方針だ。

また、同アンケートでは、約3割（28.9%）の日本企業が訪日外国人向けビジネスを既に実施しており、約6割（59.2%）の企業が、「更に拡大を図る」または「新たに組みたい」と考えていることが分かった。

一方、海外ビジネスの課題については、「海外ビジネスを担う人材」（54.5%）を挙げた企業が最も高かった（図5参照）。海外ビジネスの拡大に意欲的であるものの、人材が追い付かない。そのような日本企業の現場の状況を映し出しているように思う。

図5 海外ビジネスの課題

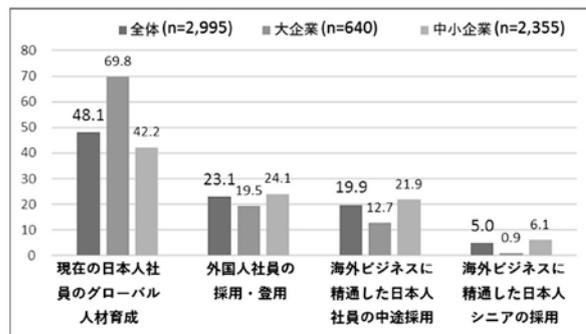


出所: ジェトロ「2018年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート」

### 4. まずは日本人社員の国際化から

海外展開を担う人材として、日本企業が最も重視しているのは、日本人社員の育成だ（図6参照）。

図6 海外ビジネス拡大のために重視する人材



出所: ジェトロ「高度外国人材活用資料集」

日本人社員のグローバル化と海外ビジネスの相関関係を示す好例として、富山県薬業連合会会員企業（15社<sup>iv</sup>）の動向を紹介する。2007年から2014年の約7年間で、同会会員企業の海外売上高は約3倍増、海外拠点は約4倍増となった。この間、国際交流担当社員は約3倍、外国語の出来る社員は約3.5倍増となっている（図7参照）。

図7 富山県薬業連合会会員の動向

	2007年	2014年	増加率	
ビジネス	海外売上高	12.5億円	39.9億円	3.2倍
	海外拠点数	2社3拠点	4社13拠点	4.3倍
国際交流	海外見本市出展	2社3回	8社27回	9倍
	英文ホームページ開設	2社	8社	4倍
社内体制	国際交流担当社員	19人	57人	3倍
	外国語の出来る社員	14人	49人	3.5倍
	外国人社員	0人	3社11人	純増

出所: 富山県薬業連合会による提供

ジェトロは2019年度より「中小企業海外ビジネス人材育成塾」事業を開始した。国内・海外における研修を通じて、海外ビジネスを社内でも中核的に進めるスキル・ノウハウの習得を支援している。

### 5. 高度外国人材の活用

2018年10月時点で、専門的・技術的分野の在留資格を有する外国人労働者の数は、日本全体で27.7万人。直近4年間で1.8倍に急増した<sup>v</sup>。

そのような高度外国人材を雇用するメリットとしては、「海外販路の拡大」、「対外交渉力の向上」、「新商品開発」、「経営の現地化への布石」、「社員の意識改革」など様々である。

各社で採用する狙いは異なるものの、部課長級以上での外国人材登用が進むほどメリットを認識する傾向がみられる（図8参照）。

図8 国内で外国人社員を雇用するメリット

	雇用している外国人社員の所属・肩書		
	取締役以上	部課長級以上	エンジニア以上
財務的効果がある(売上・業績等)	29.3	26.3	21.4
販路の拡大	46.6	49.3	39.4
新たな商品の開発に貢献	21.6	21.6	21.0
経営の現地化への布石	25.9	29.3	31.0
語学力の向上	34.5	39.5	34.8
日本社員のモチベーション向上	19.0	15.9	15.4
課題解決能力の向上	21.6	18.9	16.2
対外交渉力の向上	42.2	48.8	41.0

出所：ジェトロ「2017年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート」

## 6. 「高度外国人材」富山モデルの構築に向けて

富山大学を卒業する留学生は、地元(富山県内)に就職する割合が比較的高い。2017年度に卒業し国内就職した40名のうち、22名が県内に就職している。同大学は、留学生向けに日本語補講を提供しているほか、産学連携により県内企業経営者との交流会や合同就職説明会を実施している。

自治体も、高度外国人材の受入拡大に向けて、積極的に取り組んでいる。

富山県は、2015年度より「アセアン地域等からの外国人留学生受入・定着促進事業」を開始。毎年5名程度の留学生に対して、県内企業との共同により、学費や生活費等を支給し、県内への就職を促す取り組みを実施。2018年4月以降、2020年4月までに9名が卒業し、全員が支援企業に就職

している。

富山市は、脱炭素社会の実現等に向けたインドネシアとの国際連携の協力枠組みを基盤として、国立ウダヤナ大学およびデンパサール・マハサラスワティ大学と協力協定を締結し、卒業生の市内企業への就職を支援している。

富山大学や富山県の取組みは、留学生一人一人の顔が見え、在学中から地元企業への理解が深まる支援である。また、富山市の取組みは、留学生が母国との繋がりや社会貢献を実感できるキャリアの提示でもある。これらの産官学による支援の枠組みは、高度外国人材の採用はもとより、その後の育成・定着・活躍にも繋がるもので、勝手ながら「富山モデル」と呼びたくなる。

日本企業が海外で稼ぐ時代。海外でのビジネスは、地場企業との取引拡大や現地マーケットへの参入へと広がりを見せている。国内においても、越境ECの普及や訪日観光客の増加等をうけて、海外ビジネスがより身近なものとなってきた。高度外国人材の活躍の場が増えるなか、「富山モデル」はマストユースではないだろうか。

ジェトロ「高度外国人材活躍推進ポータル」

<https://www.jetro.go.jp/hrportal/>

<sup>i</sup> 日本企業の決算短信、有価証券報告書を基にジェトロ作成

<sup>ii</sup> eMarketer社2018年1月公表

<sup>iii</sup> UNWTO（国連世界観光機構）統計

<sup>iv</sup> 富山県薬業連合会とジェトロが2007年度より実施した欧州医薬品産業交流事業への参加企業のうちアンケート回答企業数

<sup>v</sup> 厚生労働省「外国人雇用状況」2019年1月