

日本企業の海外事業展開と人材戦略

ー2014年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査からー

日本貿易振興機構（ジェトロ）海外調査部国際経済課 赤平 大寿

■輸出拡大意欲は北陸地方が最も高い

ジェトロは2014年12月から2015年1月にかけて、日本企業9,183社を対象に、海外ビジネスへの取組みに関するアンケート調査〔有効回答数2,995社（うち中小企業は2,334社）、有効回答率32.6%〕を実施した。北陸地方（富山、石川、福井）では、78社が回答した。

本調査によると、回答企業総数2,995社のうち、直接輸出を行っている企業の割合は、全国で57.0%、同じく間接輸出を行っている企業の割合は45.4%であった¹。関東・甲信越で直接輸出を行っている企業の割合は59.8%、関西は67.0%、中部は57.3%となり、大都市を有する地域は全国平均を上回っていた。他方、北陸地方は直接輸出が51.3%、間接輸出が47.4%で、間接輸出の割合が全国平均を上回っていた。

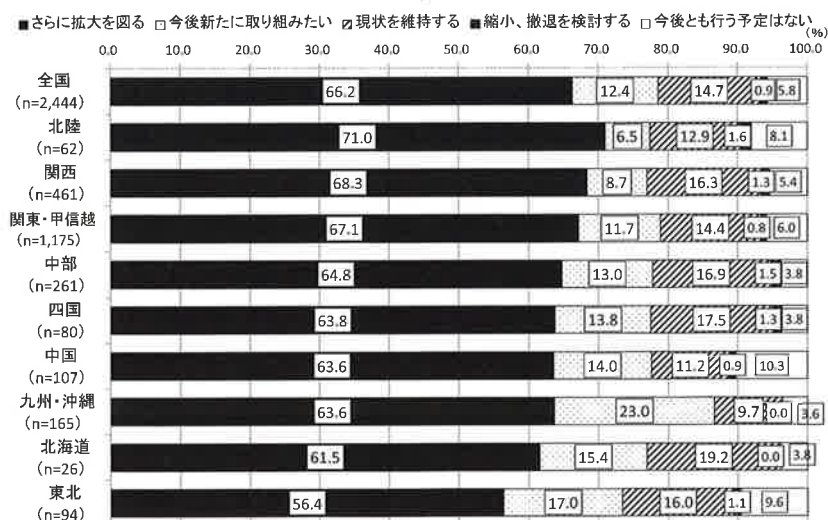
今後の輸出方針については、全ての地域で「輸出の拡大をさらに図る」と「今後新たに取組み

たい」の回答を合計した比率が7割を越えた。地域によらず、日本企業の輸出ビジネスに対する関心の高さがうかがえる（図表1）。特に、北陸地方では、「輸出の拡大をさらに図る」と回答した割合が71.0%と全国で最も高かった。

「今後新たに輸出に取り組みたい」あるいは「輸出の拡大をさらに図る」と回答した企業にその理由を聞いたところ、全ての地域において「海外需要の増加」が最も多かった。全国で76.8%のところ、北陸地方は86.3%となり他の地域と比較して最も高かった。海外の市場ニーズに対応し、積極的に輸出ビジネスを展開しようとする姿勢がみられる。

現在輸出を行っている企業をもとに、輸出先の国・地域別の割合をみると、全国で、中国が60.7%、タイが51.6%、台湾が50.4%、米国が47.6%、韓国が45.5%の順であった。北陸地方では、中国が58.9%と最も高く、台湾、米国が共に

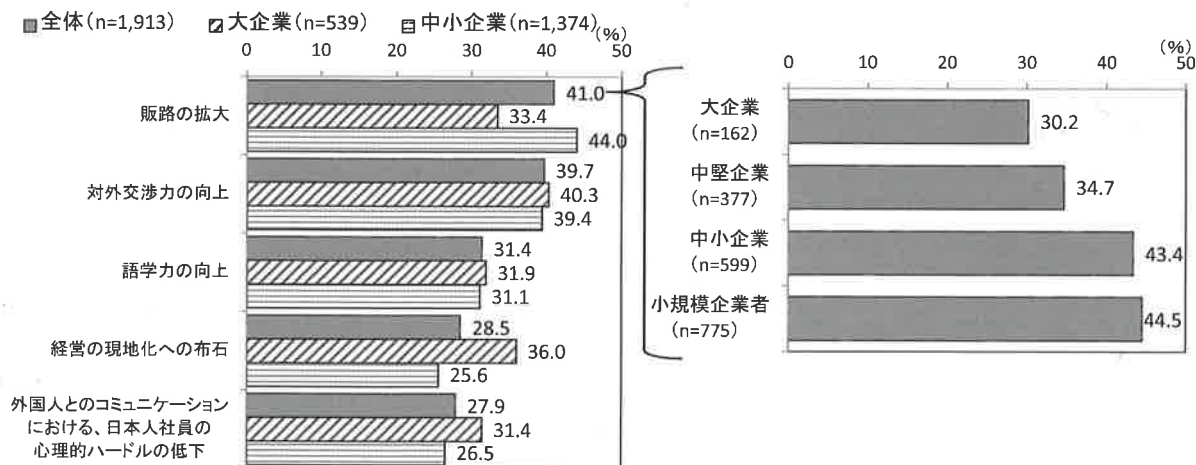
図表1 今後（2014年度も含めて3カ年程度）の輸出方針



〔注〕①各地域の母数は、「輸出を行う業種ではない」「無回答」を除いた数。また、全国には所在地不明の企業も含まれる。②地域の定義は以下の通り。北海道・東北：北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島、関東・甲信越：東京、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、神奈川、長野、静岡、山梨、新潟、中部：愛知、岐阜、三重、北陸：富山、石川、福井、関西：滋賀、京都、奈良、大阪、和歌山、兵庫、中国：岡山、鳥取、広島、島根、山口、四国：香川、愛媛、徳島、高知、九州・沖縄：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄。
〔資料〕ジェトロ「2014年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」から作成

¹本設問は複数回答のため、直接輸出と間接輸出を重複して回答した企業もある。

図表2 外国人を活用するメリット



〔注〕①回答割合の高かった上位5つの選択肢のみ掲載。②左図の「大企業」は、右図の「大企業」と「中堅企業」の合計。同じく、左図の「中小企業」は、右図の「中小企業」と「小規模企業者」の合計。③母数は本調査で「外国人を採用している」「外国人を今後採用したい」と回答した企業、および、本設問へ回答した企業。

〔資料〕「2014年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」(ジェトロ)から作成

44.6%、タイが41.1%、韓国が39.3%と続いた。全国と北陸地方で比較してみると、順位は異なるものの、輸出先の上位5カ国・地域は同じ結果となった。

■海外事業拡大に向けた日本企業の人材戦略

輸出の拡大を図る企業が多い中、海外ビジネスを拡大するために有効な手段は何があるのか。近年、注目されているのが、外国人の活用である。本調査で海外ビジネス拡大のための人材確保方針を尋ねたところ、「日本人社員のグローバル人材育成」(45.1%)に次いで多かったのが、「外国人の採用・登用」(23.1%)であった。「外国人の採用・登用」を重視する企業は、全ての地域で20%前後と、地域によらず、全国に一定の割合でいることがわかった。

外国人活用のメリットは、「販路の拡大」(41.0%)を挙げる企業が最も多く、企業規模が小さいほどメリットを感じている結果が出た(図表2)。ジェトロが行ったヒアリング調査においても、外国人の活用は販路の拡大に貢献すると話す企業が多かった。現地語に堪能で、商習慣に明るく、現地で人脈を持っていることが販路の拡大に繋がっているという。言語に堪能な外国人社員を採用したあるメーカーは、ホームページの英語化やYou Tube、ソーシャル・ネットワーキング・サービスなどへの製品情報の掲載を通じて、海外

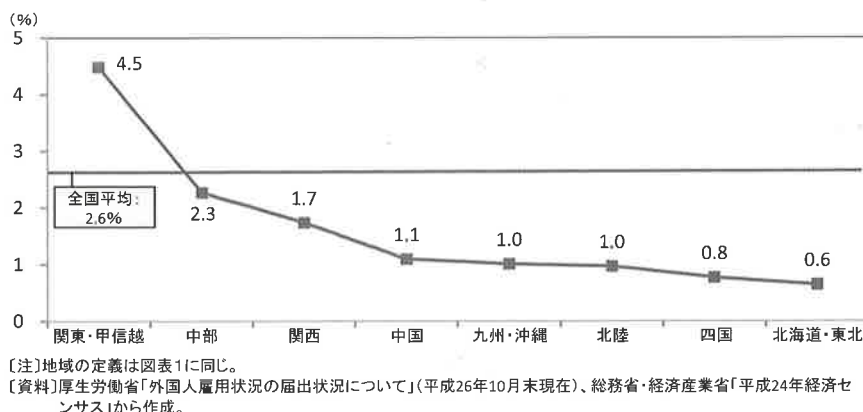
企業への納品が決まった。

外国人を採用したことで、海外営業に赴くことができ、新たな海外での販路を開拓できた企業もある。同社では、当初、専任で海外営業を行える体制が整っておらず、日本人担当者が、他の業務の合間を縫って、海外の引き合いサイトに製品情報を掲載する程度しかできていなかった。だが、外国人を採用したことにより専任で海外営業を行える体制が整い、海外の展示会に参加できるようになった。展示会では、製品のデモンストレーションを行うなど、製品の売り込みを積極的に行い、海外への出荷につながった。現地基準へ適合させるための仕様変更や手続きの面でも、外国人社員の活躍は大きかった。海外のニーズを明確につかむことができるようになり、現地の要望に合わせた製品作りにもつながっているという。

■首都圏に集中する外国人

日本で就労する外国人は、来日目的に応じて異なる在留資格を持つが、特に、「専門的・技術的分野」というカテゴリーに分類される外国人の活用が、海外ビジネスの拡大に直接的に貢献するとされている。この分野に分類される在留資格には、高度な専門知識を有する職業や、語学など外国人特有の能力を生かした職業に就くための資格が含まれるからだ。

図表3 事業所数に占める専門的・技術的分野の外国人の割合（地域別）



だが、日本企業で就労する外国人は首都圏に集中しているのが現状だ。地域ごとの事業所数に占める「専門的・技術的分野」の在留資格を持つ外国人の比率が全国平均を越えるのは、首都圏を有する関東・甲信越のみである（図表3）。この背景には、外国人の首都圏にある大企業への高い就職意欲があると考えられる。母国でも知名度の高い企業への就職意欲が強いからである。

こうしたことから、近年では、産官学で連携し、外国人留学生の地元企業への就職支援を行う組織を設置する自治体も多い。先進的な事例として、福岡県留学生サポートセンターや広島県留学生生活支援センターが挙げられる。これらのセンターでは、外国人留学生の獲得から留学中の生活サポート、そして就職支援までを一貫して行っている。外国人留学生の就職支援に特化した組織としては、岩手県外国人留学生就職支援協議会がある。県内大学、業界団体、自治体などで構成される同協議会では、外国人留学生向けの就活ガイダンスや企業訪問バスツアー、地域企業との交流会などを行っている。こうした取り組みは、外国人留学生の地域企業への就職拡大に貢献すると考えられる。

トロの会員制度への加入企業）を対象に2002年度から開始し、今回で13回目。2011年度からは、ジェトロのサービスを利用頂いた企業へも対象を拡大。2014年度の設問項目は、貿易への取り組み、海外進出への取組み、FTAの活用、新興国のビジネス環境、経営のグローバル化。

（所属は2015年8月末日時点）

調査結果を取りまとめた報告書は以下より参照可能。

<http://www.jetro.go.jp/world/japan/reports/>
07001962

（注）本調査は、ジェトロ・メンバー企業（ジェ