

世界 World

地方企業の外国人雇用の妙策は

ジェトロ海外調査部国際経済課 赤平 大寿

輸出をはじめ海外ビジネスを拡大しようとする企業は増加傾向にある。ジェトロの調査によれば、そのための人材戦略として、外国人の活用を考える企業が全国一様に一定の割合でいることが分かった。だが、外国人の就労地は首都圏に集中している。この事実は、首都圏以外の地域では、たとえ外国人を活用したくてもその確保が難しいことを示唆しているともいえるのではない。地方企業が外国人を雇用するための有効な手段は何か——。ヒントは、留学生と企業との接点の創出、留学生へのキャリア教育の2点にありそうだ。

外国人材は首都圏に集中

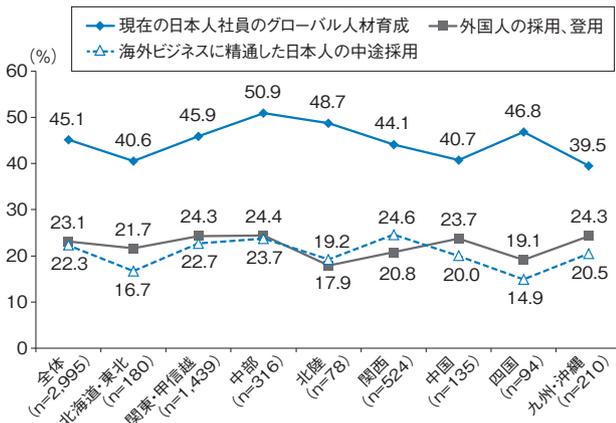
ジェトロが実施した「2014年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」（以下、海外ビジネス調査）によると、海外需要の増加などを理由に、海外ビジネスの拡大を考えている企業は年々増えている。同調査で、その人材確保方針を尋ねたところ、「外国人の採用・登用」（23.1%）が、「日本人社員のグロー

バル人材育成」（45.1%）に次いで多かった。地域別に見ても、ほぼ全ての地域で、同様の傾向が見られた（図1）。外国人を採用・雇用するメリットには、「販路の拡大」（41.0%）を挙げる企業が最も多く、規模の大きい企業よりも小さい企業でそのメリットを感じているという結果が出た。

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。特に、海外ビジネスの拡大に貢献するとされるのは、「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労働者だ。専門的・技術的分野に分類される在留資格には、高度な専門知識を要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。

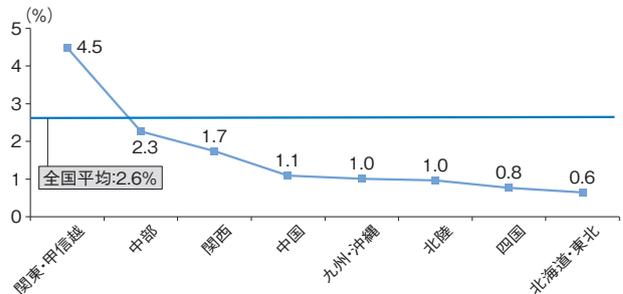
だが、各地域の全事業所に占める「専門的・技術的分野」の在留資格を持つ外国人の比率が、全国平均を超えるのは関東・甲信越のみ。このことから、このカテゴリーの外国人が首都圏に集中していることが分かる（図2）。また外国人の登用状況でも、地方と首都圏では差が見られた（図3）。海外ビジネス調査によると、取締役・部課長級に外国人がいる企業の比率は、関東・甲信越が15.1%（216社）だったのに対し、最も低かった四国では4.3%（4社）にとどまった。

図1 海外ビジネスのために重視する人材



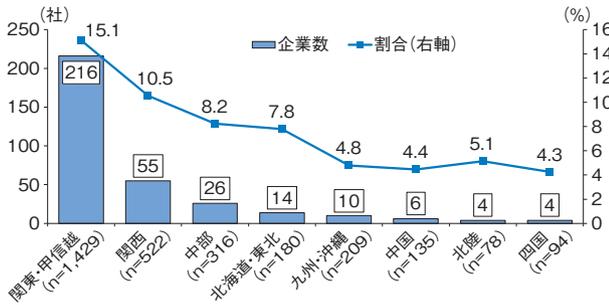
注：①回答割合の高かった上位三つの選択肢のみ記載。②全体の母数には所在地不明の19社を含む。③地域の定義は以下の通り。「北海道・東北」は北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島、「関東・甲信越」は東京、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、神奈川、長野、静岡、山梨、新潟、「中部」は愛知、岐阜、三重、「北陸」は富山、石川、福井、「関西」は滋賀、京都、奈良、大阪、和歌山、兵庫、「中国」は岡山、鳥取、広島、島根、山口、「四国」は香川、愛媛、徳島、高知、「九州・沖縄」は福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄
 資料：ジェトロ「2014年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」を基に作成

図2 全事業所に占める専門的・技術的分野の外国人労働者数の割合



注：地域の定義は図1に同じ
 資料：厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況について」（平成26年10月末現在）、総務省・経済産業省「平成24年経済センサス」を基に作成

図3 取締役、部課長級に外国人がいる企業



注：①地域の定義は図1に同じ。②「外国人を採用している」「採用していない」と重複して回答した企業を除く。③一部回答項目をまとめて集計
資料：図1に同じ

留学生との接点創出を

外国人を確保する手段は、国内にいる留学生の採用、既に国内で就労している外国人の中途採用、海外在住の外国人の採用などが考えられる。海外ビジネス調査で、外国人を採用している企業にその採用方法を尋ねたところ、「日本国内の留学生を採用している」と回答した割合が、全ての地域において最も高かった注。

では、地方企業が外国人留学生を採用するために必要な取り組みは何か。まず考えられるのは、地方企業と留学生との「接点の創出」だ。留学生は総じて首都圏にある大企業への就職志向が強い。母国でも知名度の高い企業への就職希望があるからだ。そのため、地方企業は意識的に自社を知ってもらう機会を作る必要がある。特に理系の学生は文系の学生の場合と異なり、通常の就職活動をせず大学と共同研究している企業や、研究室と何かしら関わりのある企業へ就職するケースが多い。製造業など理系学生を獲得しようとする企業ほど、そうした取り組みが一層重要となろう。

具体的に、地方企業はどのような取り組みを実践しているのか。海外進出を検討している秋田県のメーカーが行ったのは、自社工場への見学ツアーだ。まず、地元の大学に同社が希望するスキルを持った留学生を複数人紹介してもらい、彼らを対象とする工場見学のバスツアーを実施。製造工程から販売地域、今後の事業戦略に至るまで会社の説明を行い、理解を深めてもらった。その際、数年間は日本で勤務し、将来的には母国にある拠点の幹部要員として勤務するという会社のキャリアプランも提示した。こうした取り組みが奏功し、留学生の採用につながった。

首都圏と比べて大学と企業のネットワークが弱い地

方では、自治体などが行うセミナーの活用も有効である。長崎県では、県、長崎市、長崎商工会議所、県経営者協会、長崎大学などが一体となり、産官学連携による地域経済の活性化を目的とした「長崎サミット」を10年に立ち上げた。留学生の支援・活用も目標の一つに掲げる同サミットでは、13年に「長崎留学生支援センター」を設置。ここでは、留学生と企業との交流会を行っており、両者の接点創出の場として効果的に機能している。母体となる長崎サミットは商工会議所や経営者協会など、産業界が主導しており、企業とのネットワークがしっかりしているからだろう。他には福岡県や広島県で、産官学が連携した組織を早くから立ち上げている。

産官学一体の取り組みを

企業だけでなく大学が果たす役割も重要となる。この点で参考となるのは、東北大学におけるキャリア教育への取り組みだ。同大学には、企業のグローバル戦略を社員自らがスピーカーとなって行う授業がある。就職活動支援の一環として、大学側が企業紹介の場を設けることはよくあるが、講義として設けている点で特徴的だ。学生らは講義を通し企業の事業戦略やキャリア形成の方法について、長い時間をかけてじっくりと学ぶことができる。留学生だけに開講しているわけではないが、日本人学生よりも留学生の方が多く履修している。首都圏に本社を持つ大企業がスピーカーとなって講義を担当しているが、地元企業もこれに加わることができれば、留学生の地元企業への就職拡大に貢献する可能性は高い。

これらの事例から見えてくるのは、産官学、それぞれの立場からのアプローチの重要性だ。首都圏では大学や留学生の数が多く上に、地方の大学に通う留学生も、多くの場合、首都圏の企業での就職を目指す。そのため地方においては、企業自身の取り組みはもちろんのこと、留学生との接点をつくる自治体や関連組織、留学生に地元企業を紹介する仕組みをつくる大学など、それぞれの役割が重要となる。地方で外国人の雇用を考える企業が、より効果的に留学生を雇用するためには、産官学一体となった取り組みが欠かせない。 JS

注：回答企業には、一部、外国人の採用を検討している企業も含まれる。