

企業の海外展開と外国人材の活用

2015年7月1日

海外調査部 国際経済課

赤平大寿

貿易への取り組み: 今後の輸出方針

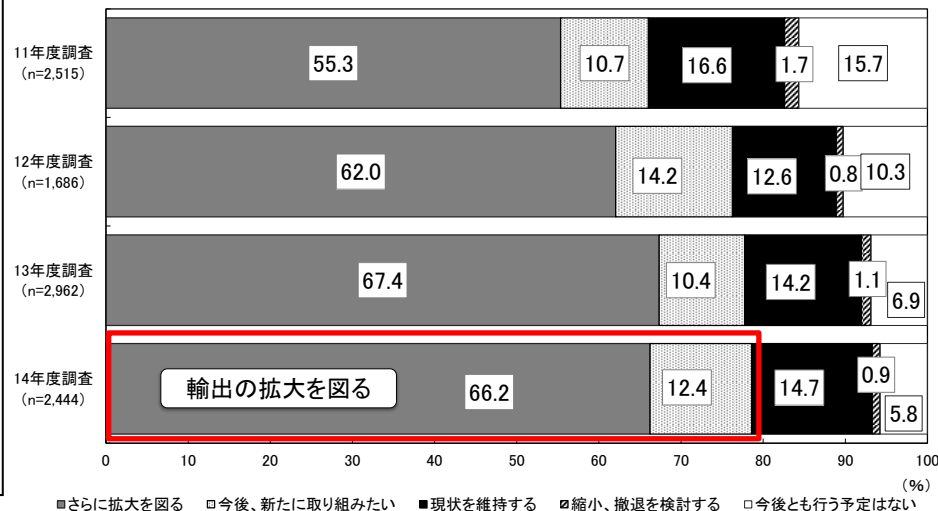
輸出拡大意欲は引き続き高水準

今後(3年程度)の輸出方針については、「輸出の拡大をさらに図る」企業が66.2%、「今後、新たに取り組みたい」(12.4%)を含めると、輸出拡大を志向する企業は78.6%と、前年に続き高水準。

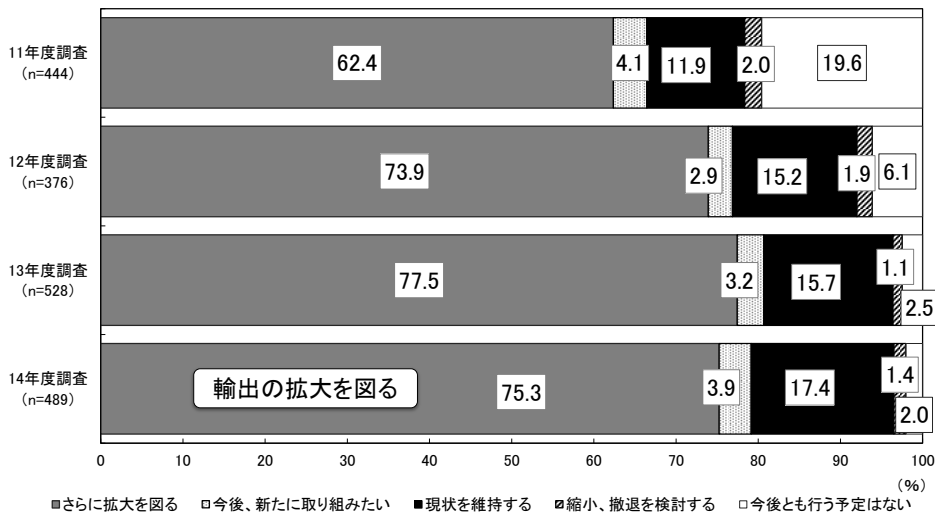
企業規模別では、大企業で75.3%の企業が輸出の拡大を図ると回答。中小企業でも同64.0%に達し、「今後、新たに取り組みたい」(14.5%)を含めると78.5%に及ぶ。

輸出ビジネスを拡大する理由は、「海外需要の増加」(76.8%)、「国内需要の減少」(50.4%)と続く。また、「海外市場の収益性が高い」(16.6%)との回答比率は2年連続で増加している。

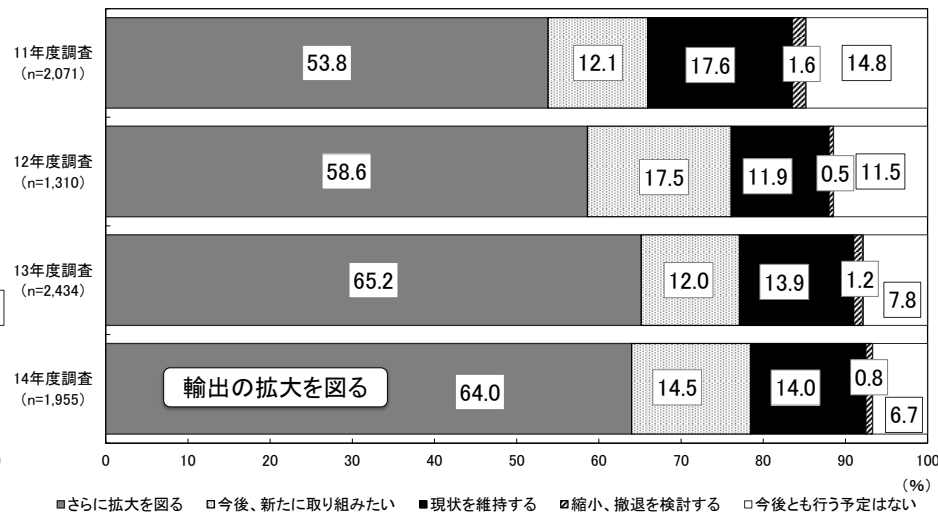
今後(2014年度も含めて3カ年程度)の輸出に関する方針



大企業



中小企業

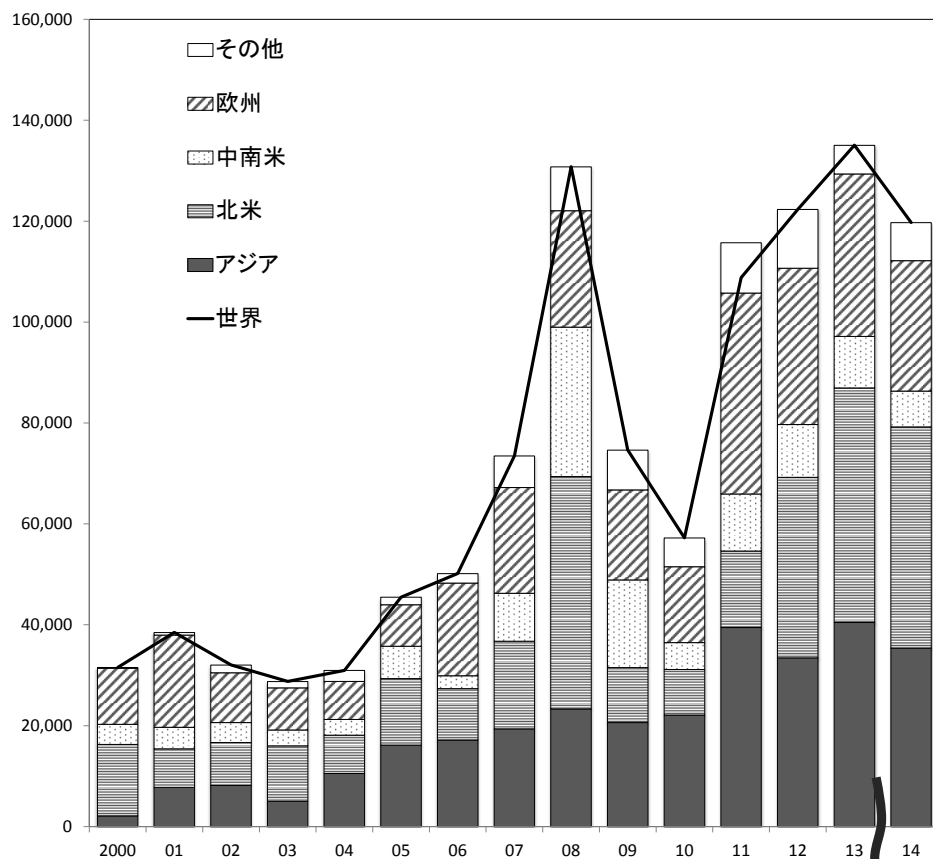


対ASEAN投資が中国向けを上回る傾向続く

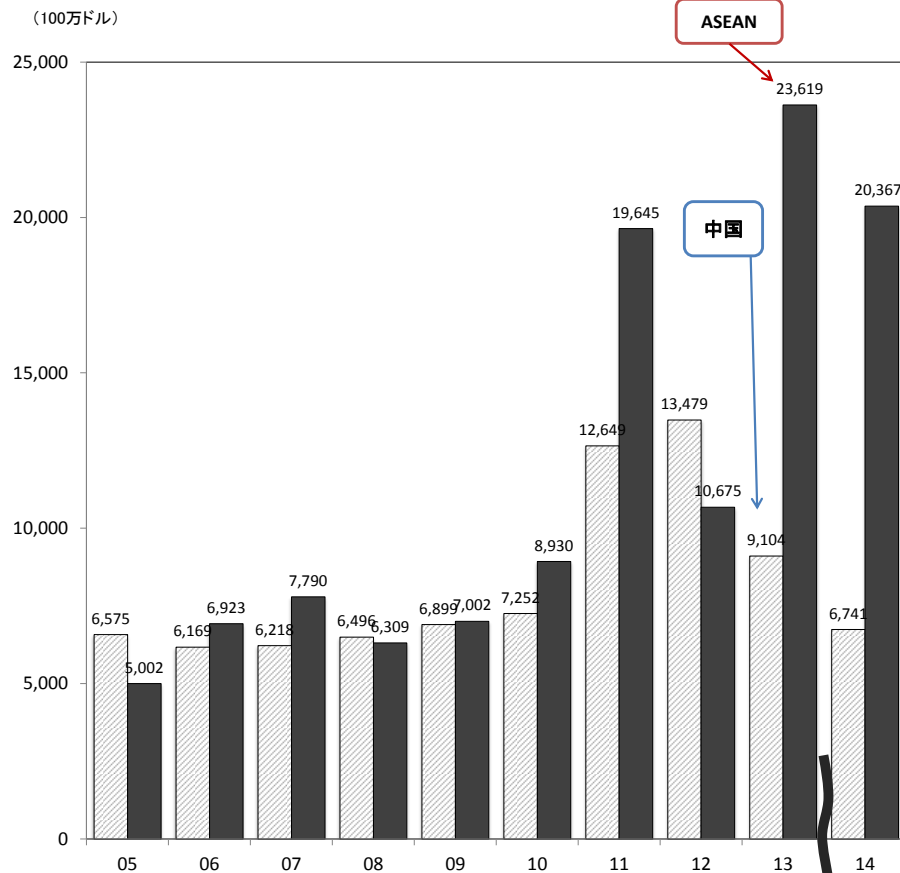
ASEAN向け投資が中国向け投資の3倍

2011年以降、アジアが横ばいで推移するのに対し、米国向けの投資額拡大が目立つ。2013年に2.6倍に開いた日本の対ASEAN、対中国直接投資額の差は、2014年に3.0倍に広がる。

(100万ドル) 日本の地域別対外直接投資(国際収支ベース、ネット、フロー)



日本の対外直接投資 中国・ASEAN比較(フロー、ネット)



[注]①円建て公表額をジェトロがドル換算。②2011年は「世界」のみ改定値。詳細未発表のため、地域別内訳は改定前。

③2014年1月以降はIMFの新基準(国際収支マニュアル第6版)による数値。④2015年は速報値。

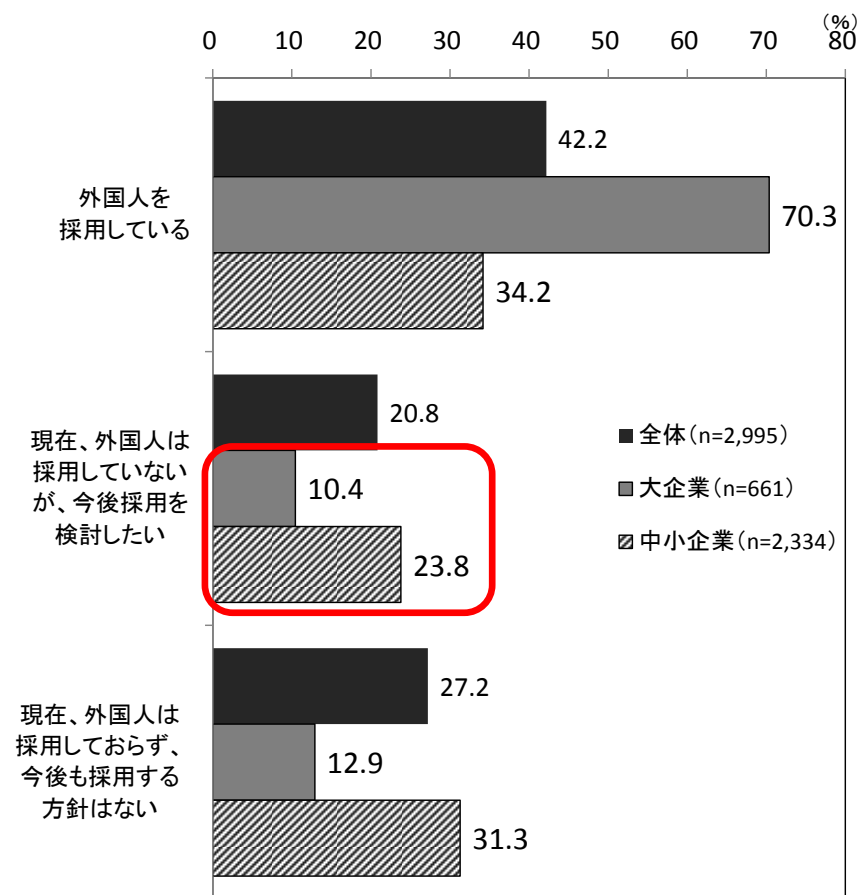
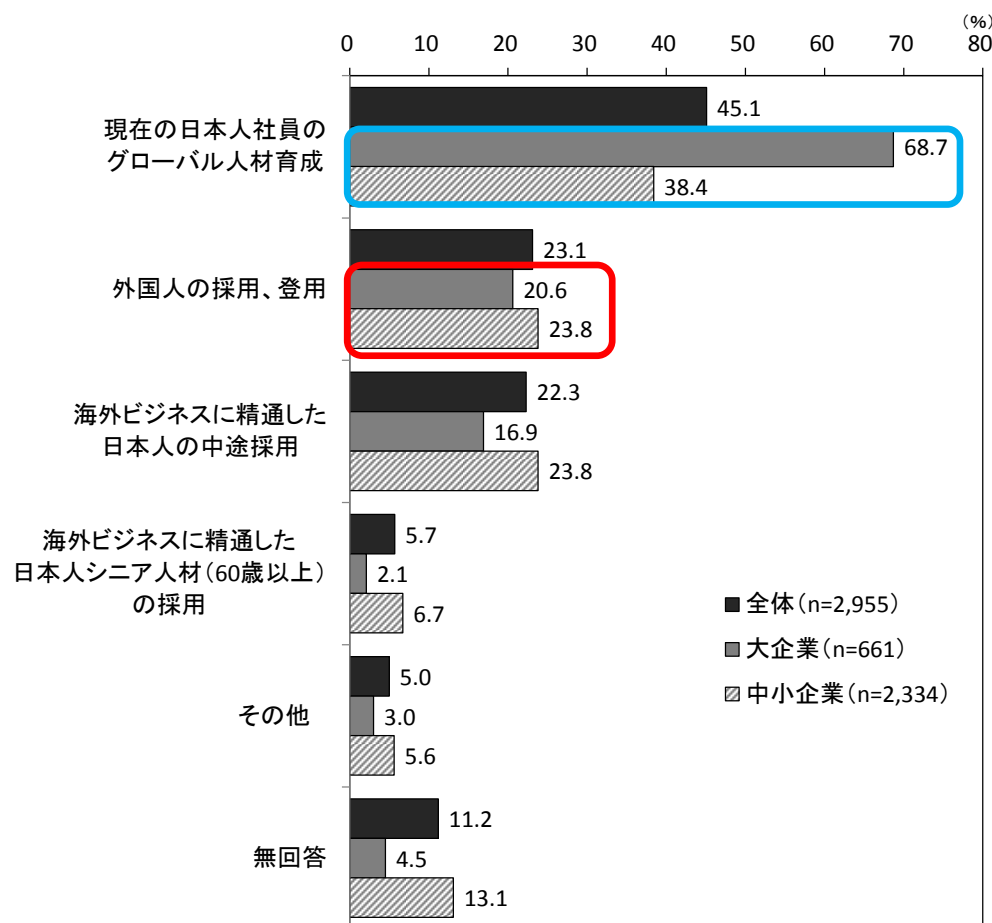
[資料]「国際収支統計」(財務省、日本銀行)から作成。

[注] 2014年1月以降はIMFの新基準(国際収支マニュアル第6版)による数値。

[資料]「国際収支統計」(財務省、日本銀行)から作成。

中小企業、外国人の採用に意欲

■ 日本人社員のグローバル人材育成とともに外国人人材の活用、中小企業では即戦力の人材採用をより重視
海外ビジネス拡大に向けた人材戦略について、「現在の日本人社員のグローバル人材育成」(45.1%)が最も多く、「外国人の採用、登用」(23.1%)、「海外ビジネスに精通した日本人の中途採用」(22.3%)が続いている。中小企業では、「外国人の採用、登用」(23.8%)、「日本人の中途採用」(23.8%)、「海外ビジネスに精通したシニア人材(60歳以上)の採用」(6.7%)がいずれも大企業を超え、即戦力となる人材採用をより重視している。



中小企業の外国人材活用事例

業種	海外展開事例	
製造業	販路の拡大	7名の中国人社員が在籍。日本の経営を理解した上で、中国流にカスタマイズすることで、顧客開拓につながるなど、中国人社員の活用で同社の中国ビジネスが拡大した。特に同社は中国のローカル企業の顧客が多いため、中国人社員の活用の効果大きい。今後、進出を検討している中東や東欧の人材を獲得したいと考えている。
製造業	販路の拡大	当初は商社を通じた間接輸出。直接輸出に切り替えるタイミングで貿易実務と取引先国に詳しい人物を採用したいと考えた。現在採用しているアルジェリア出身の外国人材は、日本語、英語、フランス語、シンハラ語が堪能。同人材がいることにより、中東やアフリカとのビジネスが拡大した。中南米への展開も考えており、現地事情に詳しい人材やポルトガル語やスペイン語に堪能な人材の採用意欲がある。
製造業	販路の拡大	バングラデシュ人1名を採用（元留学生）。地元大学の紹介で、まずは英会話講師のアルバイトとして雇用。1～2年会社に出入りするうちに人となりを知り、本格採用。日本人の技師と組んで国際営業を担当。彼らが製品情報の提供や広報を強化した結果、海外からの引き合いが増えるなど具体的な効果が早速出ている。今後短期的には外国人採用を拡大する予定はないが、もし再度雇用する場合には、同氏の人脈を頼りに発掘予定。
製造業	製品開発	外国人留学生に半年間のインターンシップを実施。地元大卒のバングラデシュ人を採用。大学院での電気・電子分野専攻のお陰で技術英語に詳しく、製品開発や海外向けマニュアルの整備を担当し、海外からの問い合わせに対応。ラマダンなど外国人の宗教や風習・文化には会社や同僚が配慮。
酒造メーカー	製品開発	海外輸出用外国人向けお酒の開発に米国人女性を採用。お酒を造る企画部門で外国人向けの新しいスパークリング清酒を開発しヒット。
挙式サービス	集客効果	毎年外国人留学生を最低一名採用することを採用計画に盛り込む。東アジアからのリゾート婚ニーズに応えるため、沖縄の大学で学ぶ東アジアからの留学生を採用。東アジア諸国との連絡調整、挙式のスタッフとして活躍。

「手段」としての外国人材活用

- 重要なことは・・・

外国人の採用は手段であって、
目的ではない

→採用する目的・意図をはっきりとしておくこと。

→採用する外国人に対しても、受け入れる現場の社員に対しても。

採用自体が「目的」となってしまったケースは、利益があるところから、マイナスの効果が働く場合も

企業の海外展開と外国人材の活用



作成者: ジェトロ

海外調査部 国際経済課

赤平大寿

Hirohisa_Akahira@jetro.go.jp

【免責事項】本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。本資料の掲載内容はできるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本資料で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。