

アジアビジネスと人的資源

今後、ビジネス上重要度が増すのは「ベトナム」、「インドネシア」、「インド」



かたやま ゆき

03年日本貿易振興機構北京事務所、知的財産権室(中国日本商会から派遣)などを経て05年ニッセイ基礎研究所。11年より現職。主な著書に「日本の年金制度—そこが知りたい39のポイント」(共著)。

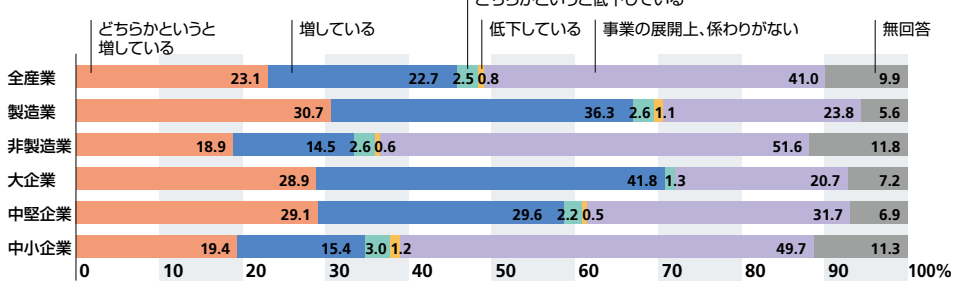


保険研究部 研究員 片山 ゆき

katayama@nli-research.co.jp

日本生命保険(相)とニッセイ・リース(株)は「ニッセイ景況アンケート調査(2014年度上期調査(2014年8月実施、回答企業数4,285社))*1」を実施し(当社が集計・分析を担当)、特別調査項目として「アジアビジネスと人材のグローバル化」として、各企業の考え方や取組みを調査した。

[図表1] アジアビジネスの重要度(全回答企業)



1 企業経営でのアジアビジネス

1 | アジアビジネスの重要度は全体5割、

製造業では7割が「増している」

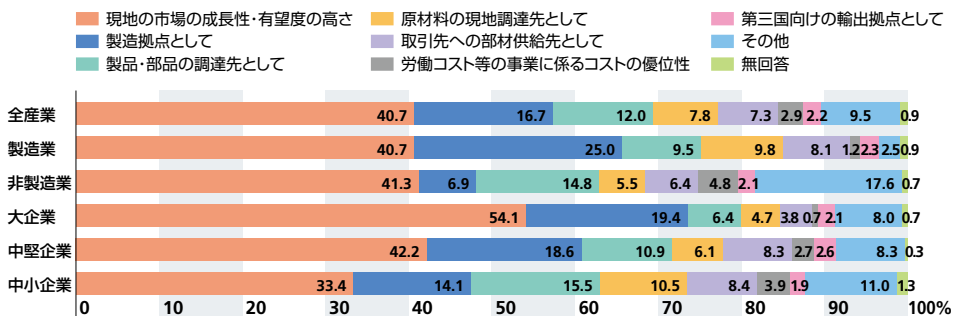
特別調査によると、アジアビジネスの重要度は、「増している」が22.7%、これに「どちらかというが増している」を合わせた「増している」の合計では45.8%であった[図表1]。同様に、製造業では重要度が「増している」割合の合計は67.0%に達した。「事業の展開上、係わりがない」、「無回答」を除いた、事業の展開上何らかの係わりがある企業(49.1%)のうち、上記の「増している」の合計は93.3%となった。このように、「係わりのある企業」のみを抽出した場合、製造業、非製造業とも9割以上の企業は、ビジネスの重要度が「増している」と回答している。

2 | 重要度が増している最大の理由は

「現地の市場の成長性・有望度の高さ」

前掲の1-1|において、アジアビジネスの重要度が「増している」、「どちらかというが増している」と回答した企業(全体45.8%)において、アジアビジネスの重要度が増している最大の理由は、「現地の市場の成長性・有望度の高さ」が40.7%と全体の4割を占め、次いで「製造拠点と

[図表2] アジアビジネスの重要度が増している最大の理由



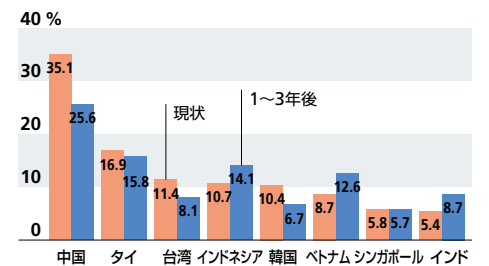
して」が16.7%、「製品・部品の調達先として」が12.0%と続いた[図表2]。

3 | 今後、ビジネス上重要度が増す国・地域は「ベトナム」、「インドネシア」、「インド」

アジア諸国の中でビジネスの視点から重要である国・地域(上位8つの国・地域)をみると、現状では「中国」が35.1%、次いで「タイ」が16.9%、「台湾」が11.4%と、従来中国への一国集中の様相から変化し、国・地域の多様化、分散化が見られた[図表3]。1~3年後有望視している国・地域では、「中国」(25.6%)が引き続きトップとなったが、その割合は大幅に低下している。一方、「タイ」(15.8%)は現状に続いて中国に次ぐ上位を維持し、「インドネシア」は現状から有望度が上昇した(14.1%)。

上位8つの国・地域の中で、現状より1

[図表3] ビジネス上重要な国・地域(上位8つの国・地域)



~3年後の重要度が上昇している国・地域は順に「ベトナム」(3.9pt)、「インドネシア」(3.4pt)、「インド」(3.3pt)である。

2 アジアビジネスと人的資源

1 | 人材に関する課題が顕在化

アジアビジネスでの現状を含め今後の課題は、「自社の海外人材の確保・育成」が27.8%と最も高く、次いで「同業他社との価格競争力」が14.2%、「原材料・製品の価

格や調達コストの上昇」が13.6%となった。

また、アジアビジネスの重要度が「増している」と回答した企業（全体の22.7%）に絞って、その課題をみると、「自社の海外人材の確保・育成」が59.6%、次いで「現地の管理職・技術系人材の採用や確保」が31.2%と、人材に関する課題がより顕在化した[図表4]。

課題を「自社の海外人材の確保・育成」、「同業他社との価格競争力」とする割合の高い業種には、「輸送用機器」（55.3%）、「一般機械・精密」（46.4%）など高度な技術の習得や開発能力が求められる業種が並んだ[図表5]。また、課題を「原材料・製品の価格や調達コストの上昇」とする割合が高い業種には「繊維・衣服」（36.4%）といった人件費の上昇の影響を受けやすい業種が並んだ。

2 | 海外人材の確保・育成での取組み

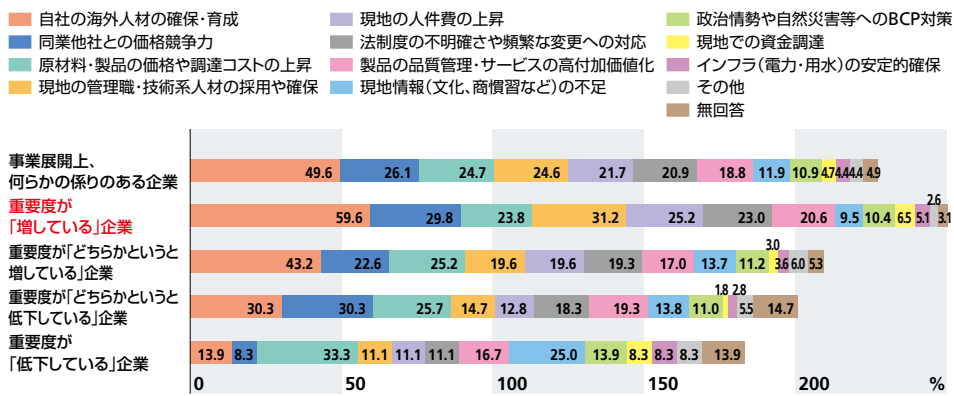
海外人材の確保・育成への取組みについて、アジアビジネスの重要度が「増している」と回答した企業に絞ってみると、「若手社員の海外派遣や海外研修」（34.3%）、「語学やグローバル業務に必要な研修の実施」（31.0%）、「現地拠点における現地人材の採用」（27.2%）と、それぞれおよそ3割の企業が実施をしている[図表6]。

3 | 今後の重点取組み

今後、人材のグローバル化を進めるにあたって、重視する取組みについては、「現地拠点での社員の採用や現地化の強化」が13.7%で最大、「社内でのグローバル人材の成功例やキャリアパスの明確化」が12.5%となった。

アジアビジネスの重要度が「増している」と回答した企業（全体の22.7%）に絞って、今後重視する取組みをみると、上掲の「現地拠点での社員の採用や現地化の強化」が34.8%、「社内でのグローバル人材の成功例やキャリアパスの明確化」

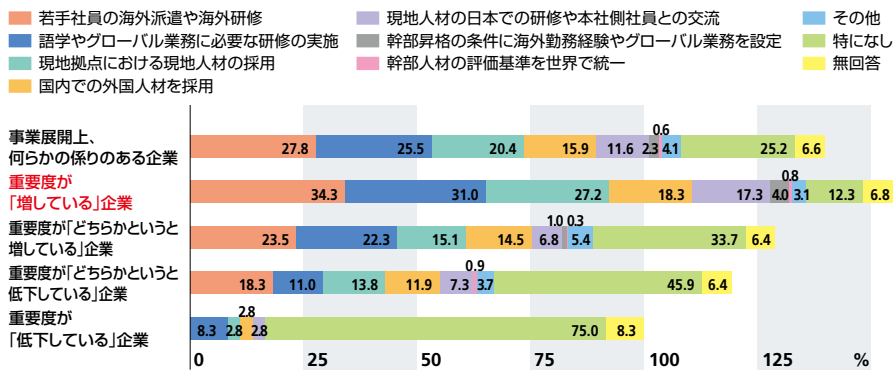
[図表4] アジアビジネスにおける課題(事業の展開上、何らかの係わりのある企業)



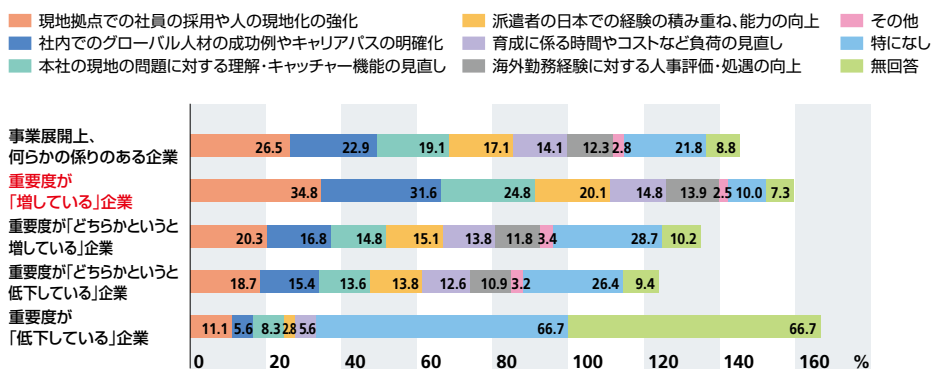
[図表5] 課題別上位5業種 注:回答企業数60社以上の22業種ベース

「自社の海外人材の確保育成」(27.8%)	「同業他社との価格競争力」(14.2%)	「原材料・製品の価格や調達コストの上昇」(13.6%)
1 輸送用機器 55.3%	1 一般機械・精密 37.5%	1 繊維・衣服 36.4%
2 一般機械・精密 46.4%	2 輸送用機器 29.1%	2 非鉄金属・金属製品 26.9%
3 化学(一般化学・石油化学) 42.8%	3 電気機械 28.3%	3 食品 25.6%
4 電気機械 39.3%	4 化学(一般化学・石油化学) 27.0%	4 化学(一般化学・石油化学) 24.7%
5 非鉄金属・金属製品 37.4%	5 非鉄金属・金属製品 22.8%	5 電気機械 24.1%

[図表6] 海外人材の確保・育成における取組み(事業の展開上、何らかの係わりのある企業)



[図表7] 人材のグローバル化における今後の重点取組み(事業の展開上、何らかの係わりのある企業)



が31.6%とその重要度は高くなった。また、上掲の2つの取組みに次いで、「本社の現地の問題に対する理解・キャッチャー機能の見直し」(24.8%)が挙げられており、グローバル化が進展する過程で、

課題についても次のステージに昇華している点がかがえた[図表7]。

[*1]回答企業4285社の属性としては、業種別で製造業が全体の37.2%、非製造業が59.9%である。企業規模別では中小企業が全体の60.3%、中堅企業が24.9%、大企業が14.0%となっている。