

2 グローバル人材の確保状況等に関する企業の意識調査

(要旨)

本政策評価では、第2期計画に基づき取り組まれている、グローバル人材育成に関する施策の効果を把握するため、グローバル人材の主要な需要者である海外進出企業4,932社（「海外進出企業総覧会社別編2015年刊」（株式会社東洋経済新報社）に掲載された全ての海外進出企業）を対象に、実際のグローバル人材の確保状況等に関する意識調査を実施した。

調査の有効回答数は980社（WEBによるオンライン調査912社、実地調査68社）となっており、調査結果の主な概要については、以下のとおりである。

(グローバル人材の確保状況)

- ① 海外事業に必要な人材については、約7割の企業（690社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答しており、海外事業に必要な人材は依然として不足している状況となっている。
- ② 海外事業に必要な人材の採用状況（複数回答）については、「国内のノウハウのある日本人（中途採用）」が638社（65.1%）と最も多く、次いで、「国内の日本人の新卒者」が584社（59.6%）、「国内の外国人」が364社（37.1%）、「海外の外国人」が315社（32.1%）などとなっている。

(新卒採用者のグローバル人材としての評価)

- ③ 「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者については、約5割の企業（496社）がここ10年間で増加又はやや増加していると回答しているが、企業規模別（大企業677社、中小企業303社）（注）で見ると、大企業では、約6割の企業（406社）が増加又はやや増加していると回答しているのに対し、中小企業では、約3割の企業（90社）にとどまっている。
- ④ 「グローバル人材」の3要素別にみると、i）語学力・コミュニケーション能力については、約6割の企業（605社）が向上又はやや向上していると回答している一方、ii）異文化理解の精神については、約5割の企業（493社）、iii）主体性・積極性については、約3割の企業（319社）にとどまっております。相対的には、異文化理解の精神及び主体性・積極性について、より一層の向上が必要であることがうかがわれる。

なお、語学力・コミュニケーション能力については、大企業では約7割の企業（485社）が向上又はやや向上していると回答しているのに対し、中小企業では約4割の企業（120社）にとどまっている。

(大学に求める取組内容)

- ⑤ 企業が「グローバル人材」の育成のために大学に求める取組（複数回答）については、「海外留学の促進」が487社（49.7%）と最も多く、次いで、「異文化理解に関する授業の拡充」が471社（48.1%）、「ディベート等の対話型の授業の拡充」が456社（46.5%）、「英語授業の拡充」が416社（42.4%）、「外国人留学生・教員の受入れによる学内国際化」が356社（36.3%）など

となっており、海外留学や語学力に関するものに限らず、異文化理解やディベートに関するものなど多岐にわたっている。

- ⑥ 大学に各取組を求める理由として、i) 海外留学の促進については、異文化理解力や海外赴任にも耐え得る経験を積むには留学が最も適当である、ii) 異文化理解に関する授業については、現地の習慣、文化、価値観などを理解し、そこで活動できることが重要である、iii) ディベート等の対話型の授業については、企業が主体性や積極性を持つ人材を育てる上で重要であるなどの意見がみられた。

(理想的な留学期間)

- ⑦ 企業が大学に求める取組のうち最上位に挙げられている海外留学について、その理想的な留学期間に関する企業側の回答をみると、「1年以上」が462社(47.1%)と最も多く、次いで、「6か月以上1年未満」が347社(35.4%)となっており、約8割の企業(809社)が6か月以上の長期間の留学期間が理想的であると回答している。

- ⑧ 1年以上の長期間の留学を求める理由としては、i) 語学力の習得のみならず、現地の国民性や異文化の理解、国際的な視野拡大を図るためには、最低でも1年の留学期間は必要である、ii) これまでの留学経験者の採用面接では、留学期間が長い者ほど、語学力はもちろんのこと、留学経験が業務に生かされていると感じる、iii) 1年以上の長期留学経験者は数週間の留学経験者と比べ、多様な価値観を受容するといった経験の幅に違いを感じるなどの意見がみられた。

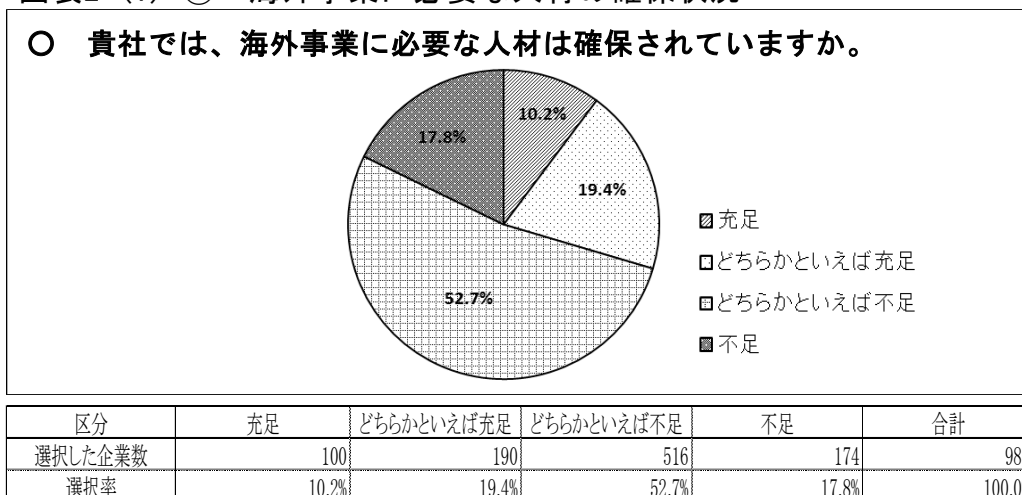
(注) 本意識調査では、中小企業基本法(昭和38年法律第154号)における中小企業者の定義等を踏まえ、大企業は連結従業員数301人以上、中小企業は同300人以下の企業とした。

(1) 全体（980社）の集計結果

① 海外事業に必要な人材の確保状況

海外事業に必要な人材については、「不足」が174社（17.8%）、「どちらかといえば不足」が516社（52.7%）となっており、約7割の企業（690社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(1)-① 海外事業に必要な人材の確保状況



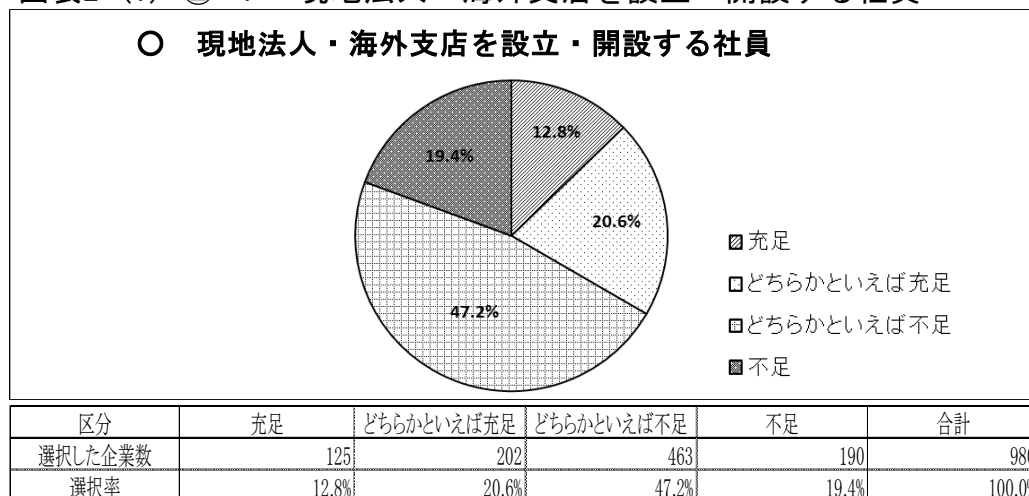
(注) 当省の調査結果による。

② 海外事業に必要な人材の確保状況（職層別）

i) 現地法人・海外支店を設立・開設する社員

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店を設立・開設する社員については、「不足」が190社（19.4%）、「どちらかといえば不足」が463社（47.2%）となっており、約7割の企業（653社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(1)-②-i 現地法人・海外支店を設立・開設する社員

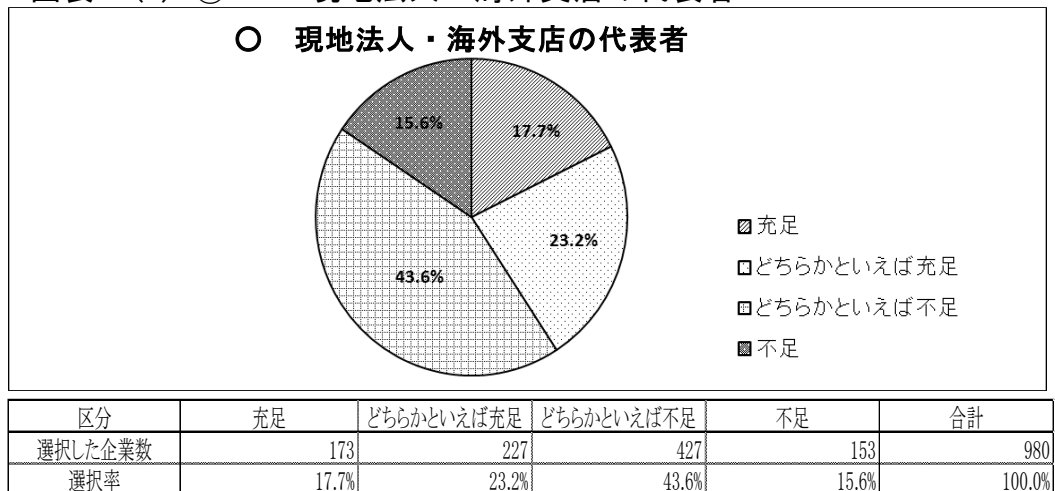


(注) 当省の調査結果による。

ii) 現地法人・海外支店の代表者

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店の代表者については、「不足」が153社(15.6%)、「どちらかといえば不足」が427社(43.6%)となっており、約6割の企業(580社)が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(1)-②-ii 現地法人・海外支店の代表者

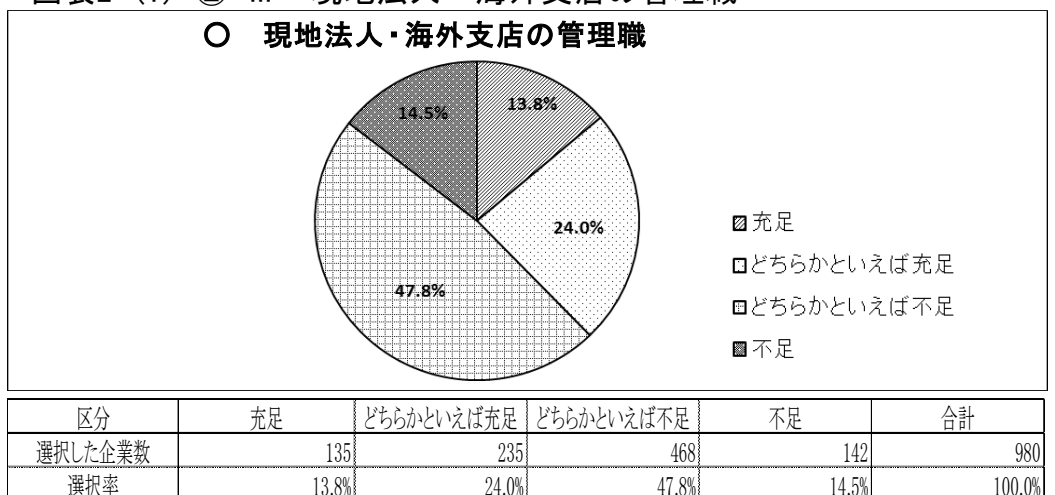


(注) 当省の調査結果による。

iii) 現地法人・海外支店の管理職

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店の管理職については、「不足」が142社(14.5%)、「どちらかといえば不足」が468社(47.8%)となっており、約6割の企業(610社)が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(1)-②-iii 現地法人・海外支店の管理職

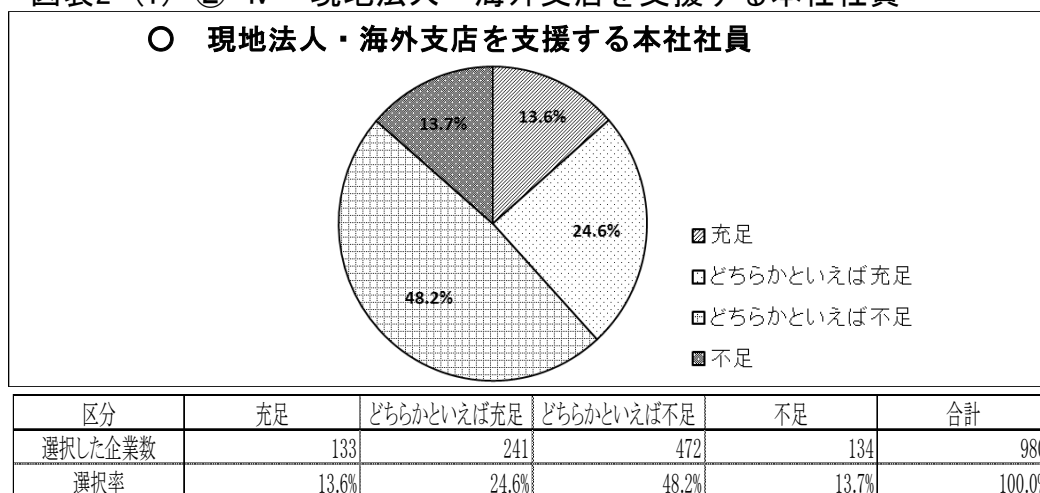


(注) 当省の調査結果による。

iv) 現地法人・海外支店を支援する本社社員

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店を支援する本社社員については、「不足」が134社（13.7%）、「どちらかといえば不足」が472社（48.2%）となっており、約6割の企業（606社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(1)-②-iv 現地法人・海外支店を支援する本社社員

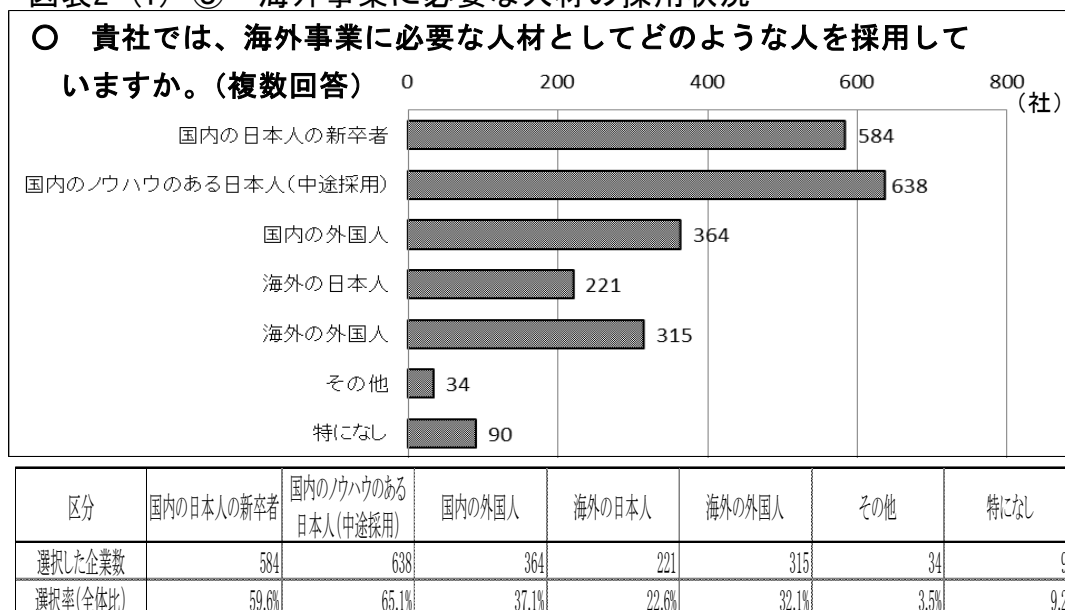


(注) 当省の調査結果による。

③ 海外事業に必要な人材の採用状況（複数回答）

海外事業に必要な採用者の属性としては、「国内のノウハウのある日本人（中途採用）」が638社（65.1%）と最も多く、次いで、「国内の日本人の新卒者」が584社（59.6%）、「国内の外国人」が364社（37.1%）、「海外の日本人」が315社（32.1%）などとなっている。

図表2-(1)-③ 海外事業に必要な人材の採用状況

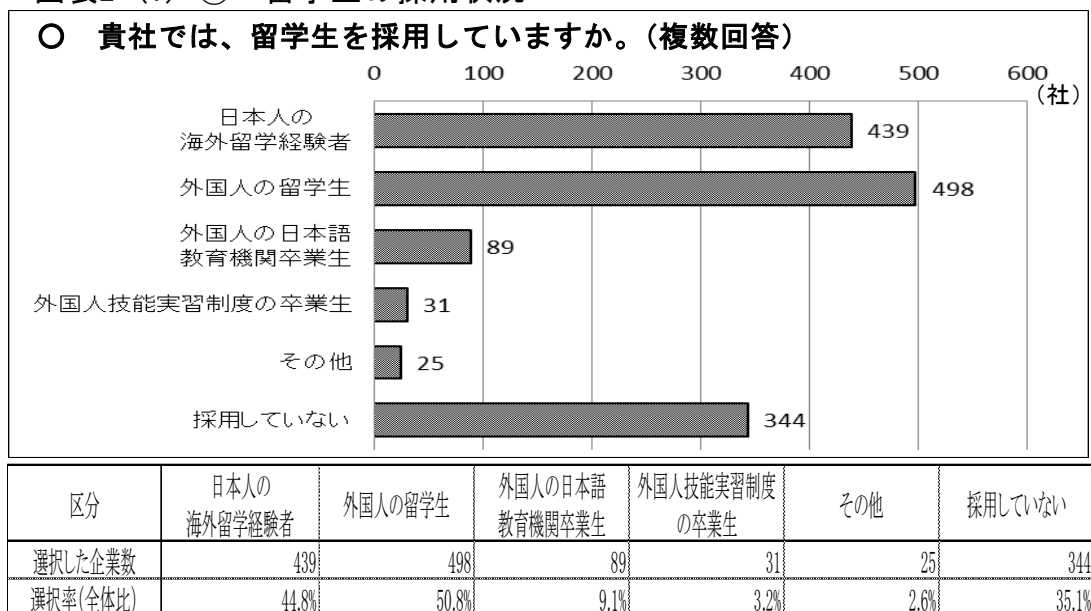


(注) 当省の調査結果による。

④ 留学生の採用状況（複数回答）

留学生の採用については、「外国人の留学生」が498社（50.8%）と最も多く、次いで、「日本人の海外留学経験者」が439社（44.8%）、「採用していない」が344社（35.1%）などとなっている。

図表2-(1)-④ 留学生の採用状況



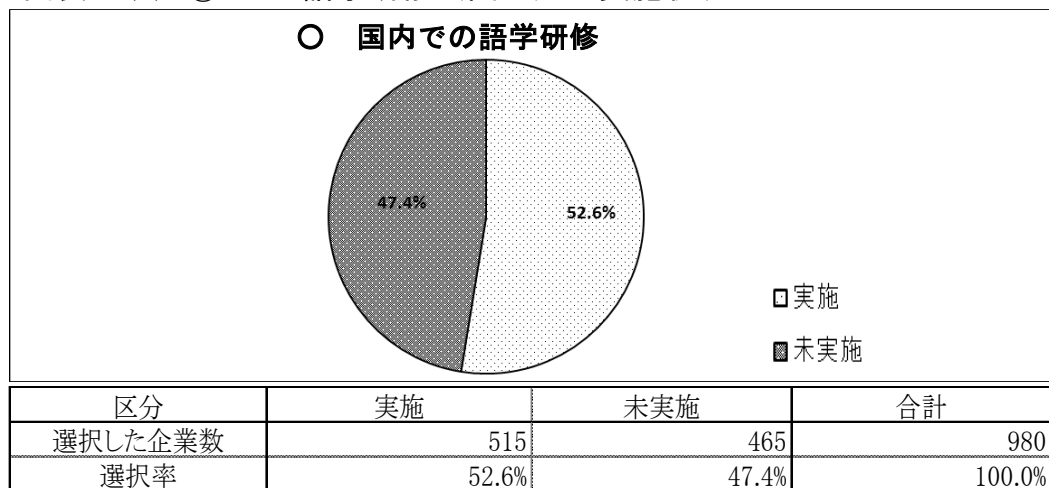
（注） 当省の調査結果による。

⑤ 新卒採用者に対する研修の実施状況

i) 語学研修（国内）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する国内での語学研修を実施している企業が515社（52.6%）、実施していない企業が465社（47.4%）となっている。

図表2-(1)-⑤-i 語学研修（国内）の実施状況

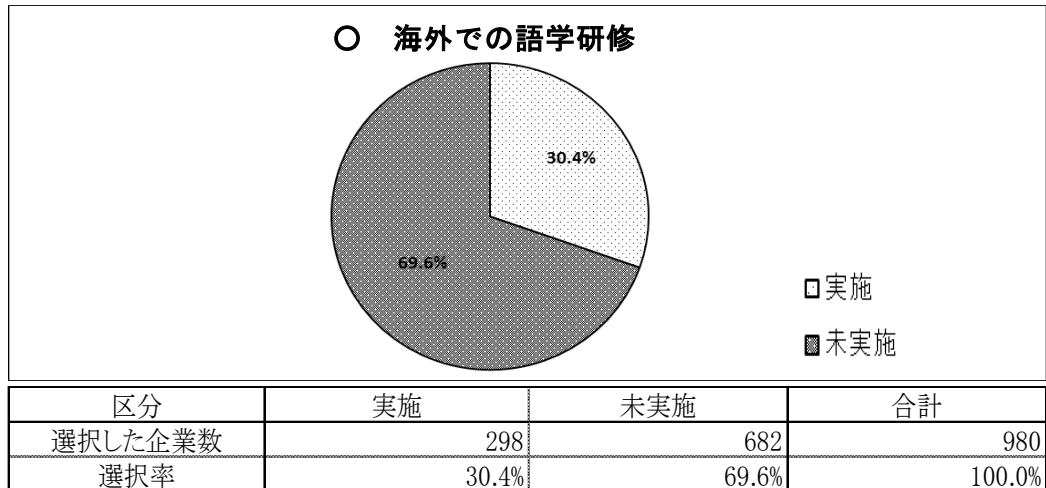


（注） 当省の調査結果による。

ii) 語学研修（海外）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する海外での語学研修を実施している企業が298社（30.4%）、実施していない企業が682社（69.6%）となっている。

図表2-(1)-⑤-ii 語学研修（海外）の実施状況

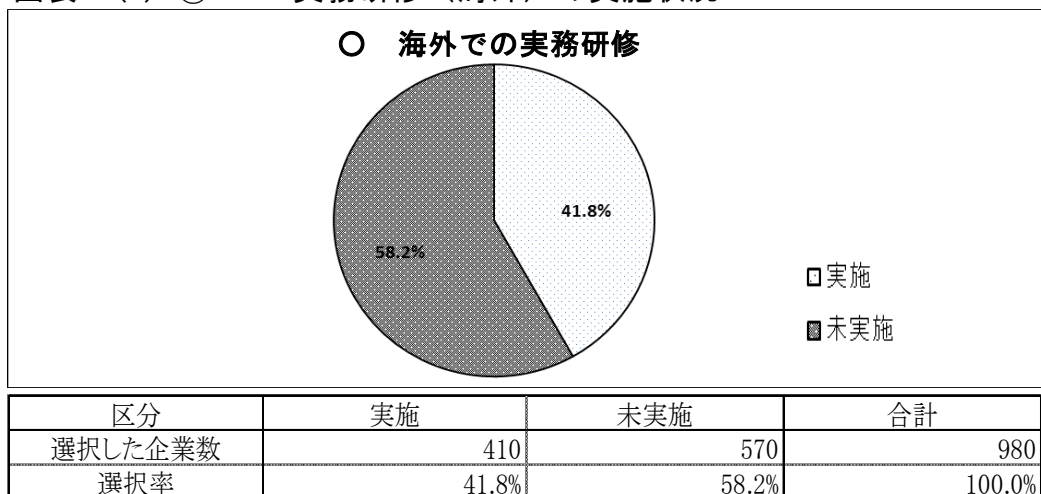


(注) 当省の調査結果による。

iii) 実務研修（海外）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する海外での実務研修を実施している企業が410社（41.8%）、実施していない企業が570社（58.2%）となっている。

図表2-(1)-⑤-iii 実務研修（海外）の実施状況

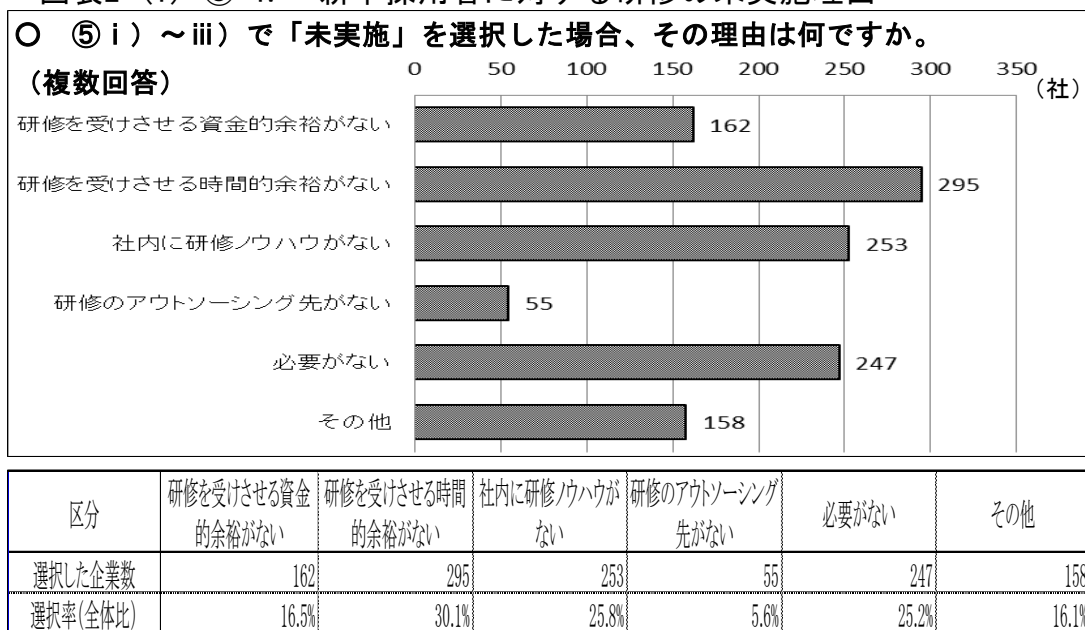


(注) 当省の調査結果による。

iv) 研修の未実施理由（複数回答）

語学研修又は実務研修を実施していない理由については、「研修を受けさせる時間的余裕がない」が295社（30.1%）と最も多く、次いで、「社内に研修ノウハウがない」が253社（25.8%）、「必要がない」が247社（25.2%）などとなっている。

図表2-(1)-⑤-iv 新卒採用者に対する研修の未実施理由

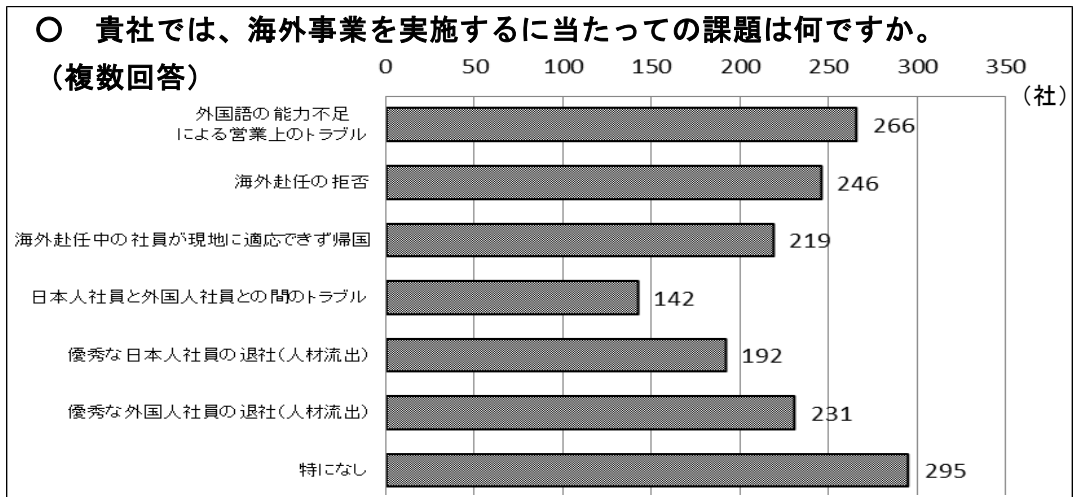


（注） 当省の調査結果による。

⑥ 海外事業を実施するに当たっての課題（複数回答）

海外事業を実施するに当たっての課題については、「特になし」が295社（30.1%）と最も多くなっているが、課題として挙げられたものは、「外国語の能力不足による営業上のトラブル」が266社（27.1%）、「海外赴任の拒否」が246社（25.1%）、「優秀な外国人社員の退社（人材流出）」が231社（23.6%）、「海外赴任中の社員が現地に適応できず帰国」が219社（22.3%）などとなっている。

図表2-(1)-⑥-i 海外事業を実施するに当たっての課題



区分	外国語の能力不足による営業上のトラブル	海外赴任の拒否	海外赴任中の社員が現地に適応できず帰国	日本人社員と外国人社員との間のトラブル	優秀な日本社員の退社(人材流出)	優秀な外国人社員の退社(人材流出)	特になし
選択した企業数	266	246	219	142	192	231	295
選択率(全体比)	27.1%	25.1%	22.3%	14.5%	19.6%	23.6%	30.1%

(注) 当省の調査結果による。

また、海外事業における具体的なトラブルの発生状況（発生例）は、図表2-(1)-⑥-ii のとおりである。

図表2-(1)-⑥-ii 海外事業における具体的なトラブルの発生状況

- 【海外赴任の拒否】
- 本人の家庭の事情により、転居転勤を伴う異動が困難であったことによる海外赴任の拒否があった。
 - 日本人社員が、家庭の事情を理由に海外赴任を拒否した例があった。
 - 海外への異動内示が出た後に、海外赴任の拒否があったが、これは家族の健康上の理由で海外に赴任できないという明確な理由があったものである。
 - 家庭の事情でオランダ赴任を拒否した例があった。特に、親の介護が支障になるケースは深刻であり、在宅介護が基本となっていることも影響している。
 - 言語が話せないという理由での赴任の拒否があった。また、転勤先が中東などの場合は、治安上の不安から赴任の拒否があった。
 - 子供が小さいことや親の介護があるなどの理由から、海外赴任を拒否されたことがある。
 - 技術者に海外赴任してほしかったが、本人が入社以来、海外赴任することに思いもよらなかったとするケースや、家庭の事情により海外赴任がかなわないケースがあった。
 - 社員本人の失敗によるものではなく、当該社員の家庭の様々な事

情(子育て・介護など)で海外赴任ができなかった(継続できなかった)ケースがあった。

【優秀な外国人社員の退社】

- 海外拠点に勤務する優秀な外国人社員が自分の能力に見合った処遇が得られないことから、ステップアップを目的に別の会社に転職する例がある。
- 海外拠点の仕事のやり方にやりがいを見いだせず、育成途上の現地採用外国人社員が退職した例がある。
- インドネシアの工場設立時に採用した外国人技能実習生が、帰国後、国民性や労働環境の違いから半数程度が退社した。
- 仕事が質的に合わないことや日本人とのコミュニケーションがうまくできないとの理由で、研究開発部門の外国人社員が退社した例がある。

【海外赴任中の社員が現地に適応できず帰国】

- 製造系の社員は海外赴任を希望する者がほとんどおらず、本人の意に反しての赴任が多いため、本人や家族が海外生活になじめず帰国した例がある。
- タイ工場立ち上げの際、現地工場の労働者や現地幹部職員の定着難等に対応が十分できず、計画が遅れたこと等のプレッシャーから社員が病気になり帰国した。
- 生活環境(食事・温湿度)に馴染めず、出向期間内に帰国した例や、疾患により出向期間内に帰国した例がある。
- 現地社員とのコミュニケーションがうまく取れないことや、文化的なギャップにより現地に対応できないことから、精神的に不安定になった社員が帰国した例があった。
- 海外では個人の責任が重いため、仕事の重圧からメンタル面での支障や人間関係のトラブル、食生活など異文化での生活が合わない等の理由で帰国するケースがあった。
- 20代の若手社員及び管理職社員が、商慣習や語学上の問題ではなく、他社とのコミュニケーションがうまく取れなかったことから、現地に適応できず帰国した例があった。
- 海外赴任経験のある30代の社員がマネジメント業務を行うため、アフリカに赴任したが、これまでよりも責任が重くなったことなどが原因で、現地人とのマネジメントがうまくできなくなり、途中で日本に帰国した例があった。本社では、本人の体調が悪いと聞いたため、新たに、役職が上の後任者を派遣して、しばらくの間、2人でマネジメント対応をさせたが、最終的に30代の社員は体調を崩してしまった。
- 語学は卓越しているものの、業務内容(エンジニアリング営業)のレベルについていけず、帰国したスタッフがいる。
- 海外のナショナルスタッフとのコミュニケーションがうまくでき

ず、製造責任者として現地に適応できないために帰国した例がある。

- ヨーロッパの国に留学経験があった海外志向の強い日本人社員をフィリピンの駐在員事務所に派遣したが、現地人の勧めでバロット（ふ化直前のアヒルの卵）を食べさせられ、その結果、精神的に体調不良となり帰国した例があった。これはバロットを食べるといふ現地の習慣（文化的な価値観の違い）を受容できなかったことが原因となっている。
- 海外赴任をした家族が現地に適応できなかったため、社員本人がメンタル面の調子が悪くなり、帰国した例があった。
- 海外拠点の設立のため、家族帯同で赴任した社員が、仕事と家庭の両立ができずに、精神面での病気を発症し帰国した例がある。

【優秀な日本人社員の退社】

- 海外赴任した社員又はその家族が現地を気に入り、本社を退職し、現地法人に再就職したことがあり、過去に数人そういうケースがあった。
- 海外赴任中の日本人社員が、スキルアップのため現地に残ることを希望し、現地の企業へ転職した。
- 海外駐在の日本人社員が現地に馴染めなかったため、帰国後、2年から3年以内に退社するケースや、海外駐在員候補で採用した人材がワーキング・ホリデー等留学目的で退社するケースが増えている。
- 海外（アジア地域）で働くことを希望していた社員が、人事上、ポストに空きがなく、なかなか海外赴任できず、会社としては将来的に可能性があると言っていたが、その社員は外国で起業するために退社した。
- 海外と日本の仕事のやり方にギャップ（現地法人や駐在員事務所では仕事の裁量の幅が大きいのに対し、日本では組織のピラミッド構造の中で色々な人に相談する必要がある等、仕事の裁量の幅が海外と比べ小さい等）があり、そのギャップに苦しみ、結果的に社員が退社した例があった。

【日本人社員と外国人社員との間のトラブル】

- 主に文化の違いから人間関係のトラブルが生じることがある。
- 日本人と外国人の感覚・意識のずれや文化の違いが原因で、日本人社員が海外拠点の現地人からパワーハラスメントやセクシャルハラスメントを指摘されるトラブルが発生した。
- 労働条件、慣習など、日本と外国との違いから生じるトラブルは日常的に発生している。

(注) 1 当省の調査結果による。

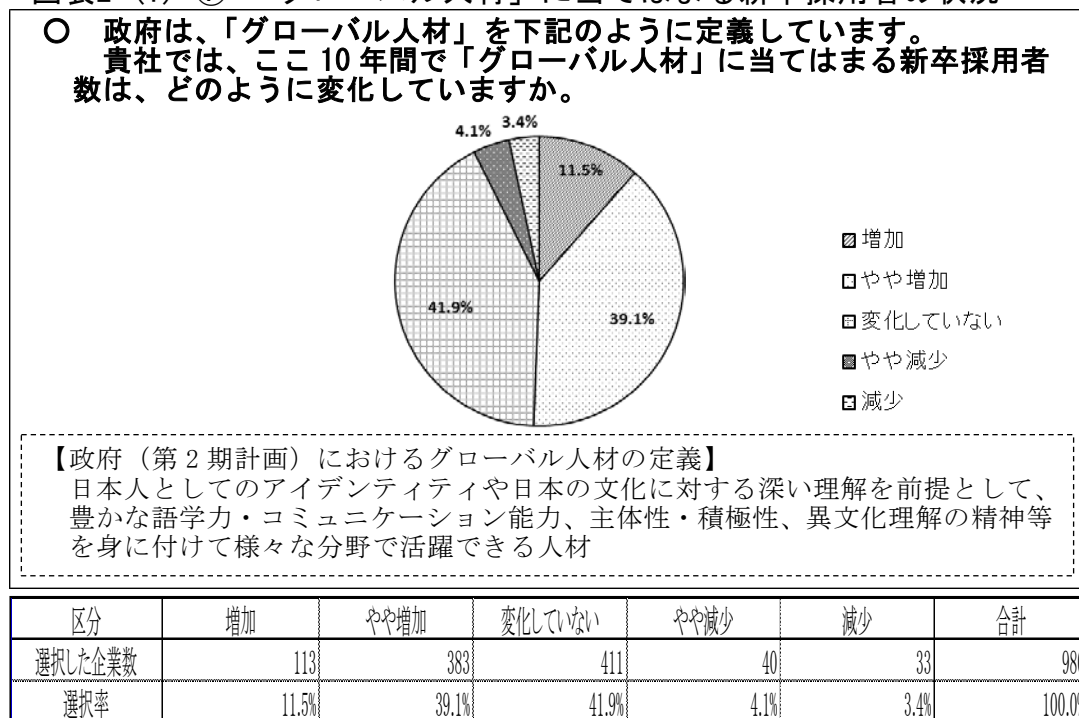
2 実地調査を実施した海外進出企業68社の調査結果である。

3 「外国語の能力不足による営業上のトラブル」については、企業秘密等の理由により、具体的なトラブルの内容に係る調査結果は得られなかった。

⑦ 「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者の状況

「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者数については、ここ10年間で「増加」しているが113社(11.5%)、「やや増加」しているが383社(39.1%)となっており、約5割の企業(496社)が増加又はやや増加していると回答している。

図表2-(1)-⑦ 「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者の状況



(注) 当省の調査結果による。

⑧ 「グローバル人材」の3要素に照らした新卒採用者の能力

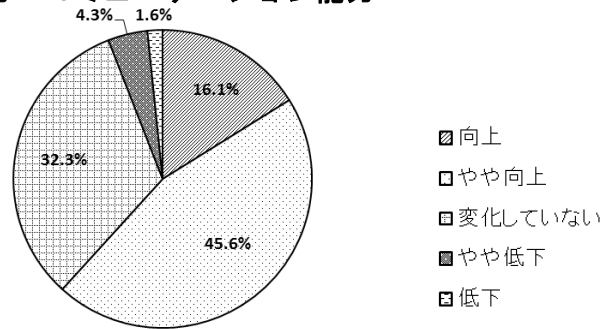
i) 語学力・コミュニケーション能力

「グローバル人材」の3要素のうち、語学力・コミュニケーション能力については、ここ10年間で「向上」しているが158社(16.1%)、「やや向上」しているが447社(45.6%)となっており、約6割の企業(605社)が向上又はやや向上していると回答している。

図表2-(1)-⑧-i 語学力・コミュニケーション能力

○ 貴社では、ここ10年間で「グローバル人材」の3要素に照らし新卒採用者の能力は、どのように変化していますか。

i) 語学力・コミュニケーション能力



区分	向上	やや向上	変化していない	やや低下	低下	合計
選択した企業数	158	447	317	42	16	980
選択率	16.1%	45.6%	32.3%	4.3%	1.6%	100.0%

(注) 当省の調査結果による。

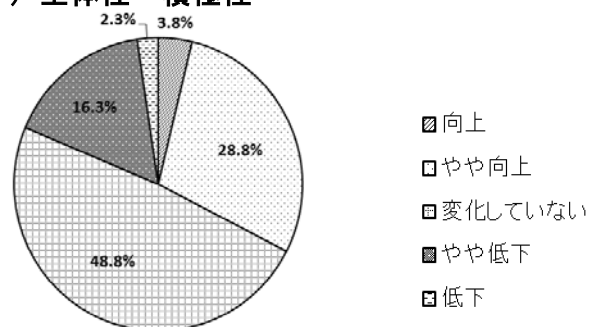
ii) 主体性・積極性

「グローバル人材」の3要素のうち、主体性・積極性については、ここ10年間で「低下」しているが23社(2.3%)、「やや低下」しているが160社(16.3%)、「変化していない」が478社(48.8%)となっており、約7割の企業(661社)が低下、やや低下又は変化していないと回答している。

図表2-(1)-⑧-ii 主体性・積極性

○ 貴社では、ここ10年間で「グローバル人材」の3要素に照らし新卒採用者の能力は、どのように変化していますか。

ii) 主体性・積極性



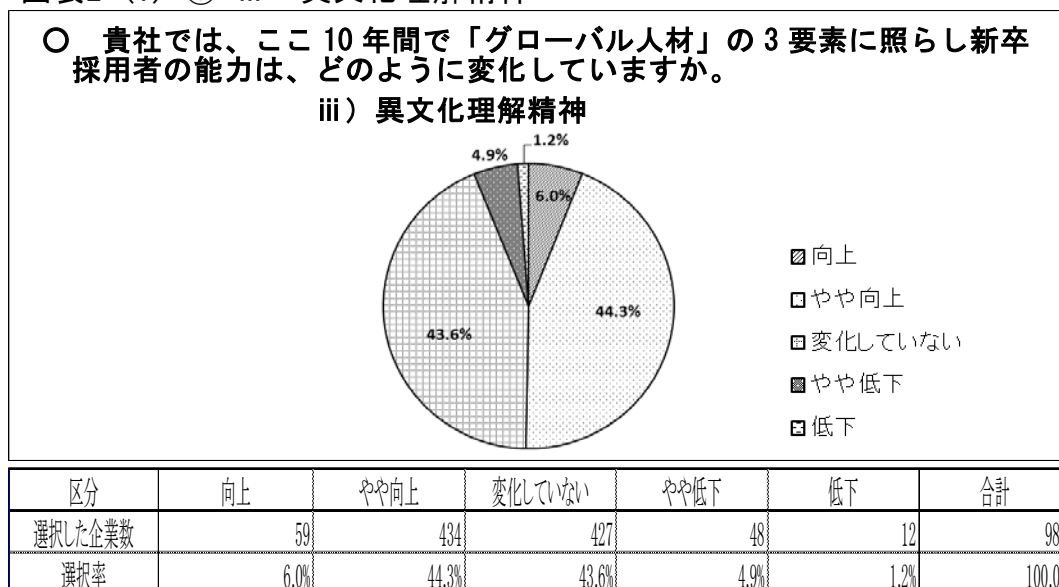
区分	向上	やや向上	変化していない	やや低下	低下	合計
選択した企業数	37	282	478	160	23	980
選択率	3.8%	28.8%	48.8%	16.3%	2.3%	100.0%

(注) 当省の調査結果による。

iii) 異文化理解精神

「グローバル人材」の3要素のうち、異文化理解の精神については、ここ10年間で「向上」しているが59社(6.0%)、「やや向上」しているが434社(44.3%)となっており、約5割の企業(493社)が向上又はやや向上していると回答している。

図表2-(1)-⑧-iii 異文化理解精神

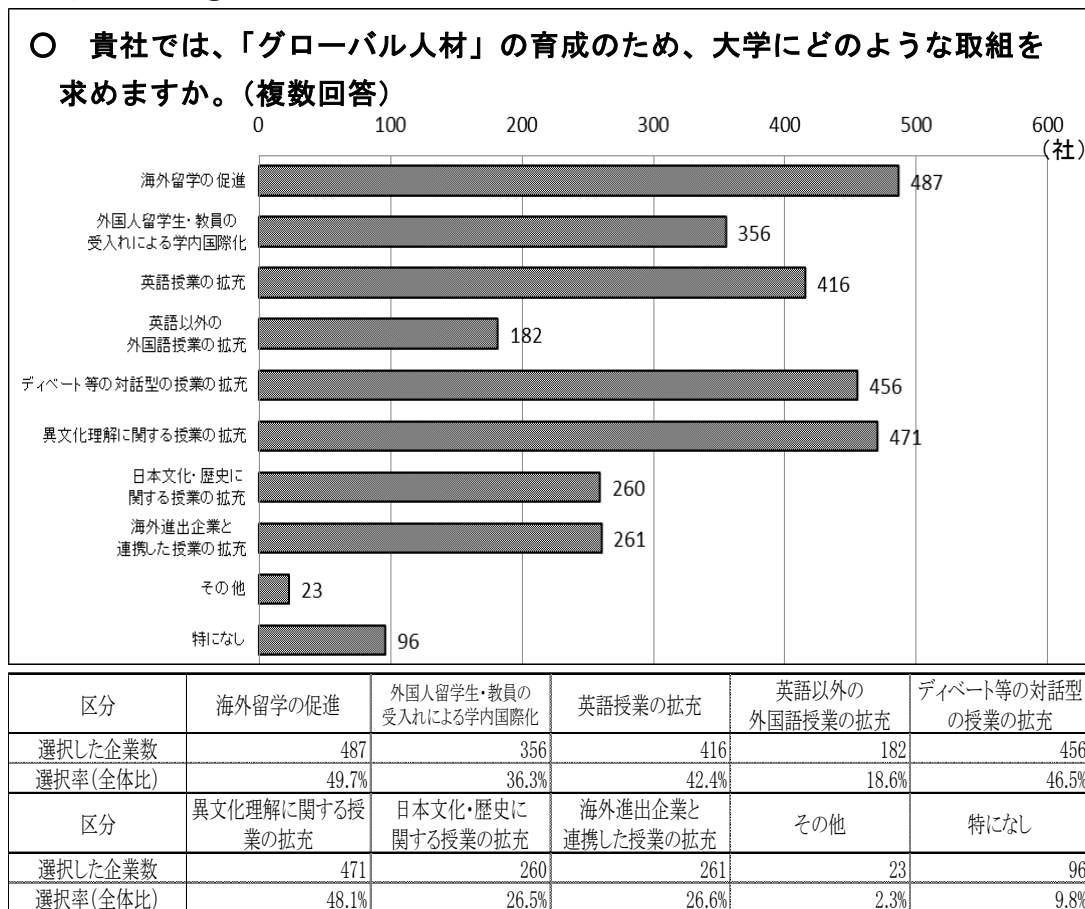


(注) 当省の調査結果による。

⑨ 大学に求める取組内容 (複数回答)

「グローバル人材」の育成に係る大学に求める取組については、「海外留学の促進」が487社(49.7%)と最も多く、次いで、「異文化理解に関する授業の拡充」が471社(48.1%)、「ディベート等の対話型の授業の拡充」が456社(46.5%)、「英語授業の拡充」が416社(42.4%)、「外国人留学生・教員の受入れによる学内国際化」が356社(36.3%)などとなっている。

図表2-(1)-⑨-i 大学に求める取組内容



(注) 当省の調査結果による。

また、大学に求める取組が必要な具体的な理由については、図表2-(1)-⑨-ii のとおりである。

図表2-(1)-⑨-ii 取組が必要な具体的な理由

【海外留学の促進】

- 異文化理解力や海外赴任にも耐え得る経験を積むには、留学が最も適当である。
- 異文化に触れ、外国での生活に慣れるためには、やはり留学が一番である。
- 海外についての知識があることと海外に実際に行ってそこで生活することとは当然異なり、留学を経験することで、色々な困難を経験し、物怖じしなくなり、それから得られるものがある。また、海外留学は日本を知ることにも役立ち、海外で仕事をするに当たっては、日本の特徴を踏まえた上で、海外の顧客を相手にする必要がある。
- 現地に行かなければ、語学能力が不足していることや文化の違いなども実感できないため、海外留学は人材育成の有効な手段である。
- グローバル人材は、日本語が通じない環境の中で、自分の意思をは

っきりと主張しなければならぬ経験をしてきていることが必要である。

- 海外での生活に慣れることができ、実際に使える語学力も身に付けることができる。
- 海外への興味・関心を高め、入社後の海外志向を強化することができる。また、1年以上の長期留学の経験があれば、海外のことをある程度、感覚として身に付けられるので、海外のことを知らないためチャレンジしたくないということが避けられる。

【異文化理解に関する授業の拡充】

- 現地の習慣、文化、価値観などを理解し、そこで活動できることが重要であり、海外の異文化に触れることが必要である。
- 海外赴任には外国人の特異性を理解する必要がある。大学では、教授よりも海外でビジネス経験のある人を講師に迎えて授業をした方が学生の異文化理解のための動機付けになると思われる。

【ディベート等の対話型の授業の拡充】

- あらゆる場面において、ディベート力を向上させ、折衝相手に対して、論理立てた説明ができるようになることが重要である。社内でも、新規採用後1年目の研修において、ディベート大会を取り入れている。
- ディベート等の対話型授業については、企業が求める主体性や積極性を持つ人材を育てる上で重要である。
- 単に外国語が堪能な者ではなく、外国語を駆使して自分の意見を発信できる者が求められており、この発信力を身に付けるためにはディベート等が有効である。
- 日本人は、親切心もあるが、議論を避けて物事を決めることから、必要以上に業務を担ってしまう傾向がある。このことが、労働時間を増加させ、ワークライフバランスが崩れることにもつながっている。
一方、アメリカのミドルクラス以上の大学では、ディベートとプレゼン形式の講義が主であり、熟議を重ねることによってお互いの信頼感が高まることもある。海外拠点において、議論や交渉をするにはプレゼンテーション力と発信力が必要であり、そのためには、日本の大学でも特にディベート等の対話型授業の拡充が必要である。
- 新卒採用者は、ディスカッションが苦手な者が多いことから、ディベート等の対話型授業の拡充に取り組んでほしい。
- 大学では対話の訓練が十分行われていないように見受けられ、また、新卒者の中には会話が得意でない者もいるため、対話型授業の拡充が重要である。
- 日本人は、ディベートに弱いので、強化する必要がある。また、講義を受動的に受けるだけでなく、主体的に取り組ませる仕組み作りが必要である。
- 海外では、物事の構成を考えて、論理的に議論することが求められる。

【英語授業の拡充】

- TOEICで高得点を取っていることと、海外で実際に英語を使って話せるということは異なる。大学では海外で話すことができる英語能力を向上させる授業を行ってほしい。
- 英語の読む・書く能力のほか、聞く・話す能力について実践できる授業の拡充は絶対に必要である。
- 英語は話す能力を強化してほしい。ネイティブのように流暢に話せなくても、とにかく話すことが大事である。外国人にうまく伝わらないといったことを経験しておくこともよい。
- グローバルに活躍していくためには英語等の語学力が必要であるが、単に英会話ができるだけではなく、技術的な専門用語を理解できる人材でなければ、発注する際などに海外企業等とうまくコミュニケーションが図れない。技術的な専門用語を、辞書等を使用せずに理解してほしいので、特に、工学部の学生は語学を勉強してほしい。
また、仕事を行う上では、契約を交わすこともあるので、会話だけでなく、契約書を理解できるリーディング能力も伸ばしてほしい。

【外国人留学生・教員の受入れによる学内国際化】

- 外国人留学生と交流する機会が増えることで、英語力の向上、異文化理解の促進が図られる。
- 学生自身が主体的に学ぼうとする意欲を高めることが必要である。外国人留学生は、語学のギャップを乗り越えて日本の大学を卒業しており、よく勉強している。そのような外国人留学生が学内にいることで日本人の学生に刺激となり、主体的に学ぼうとする意欲の向上につながると思われる。

【海外進出企業と連携した授業の拡充】

- 海外企業と連携することで、学生に様々な現地の実態を経験してもらおう。経験することが人材育成の近道と考える。
- 学生の時から、海外ビジネスがどのようなものかをある程度学んで、感覚を養ってほしい。
- 産学官連携というと理系、技術系が中心で、文系ではマーケティングくらいであるが、もっとビジネスに関する取組があってもよい。更に言えば、海外でビジネス(モデル)を体験することも望ましい。
- 産学連携などを通じて、学生らしい自由な発想を持ちつつ、商売へとつなげられる考え方を培う場にしてほしい。具体的には、企業と共同で新たなビジネスモデルや商品を考えて提案してほしい。
- ビジネスの現場を知ってもらい、実践的なスキルを体感してもらうことが必要である。学生が学んでいることと企業でやっていることにはギャップがあるので、そのギャップを埋めるためにビジネスの現場を知ってもらう機会があった方がよい。
- 英語が話せることと仕事ができることは異なるので、学生には語学力以外に海外進出企業が必要としている能力を身に付けさせてほしい。

い。海外事業に必要な人材は、語学力がベースにあって、それに加えてマーケティングの能力など、語学力プラスアルファの能力がないといけない。海外の取引の習慣や企業のビジネスモデルなどを知っていれば入社後に役に立つと思うので、大学の講義に企業を呼んで企業の生の声を学生に聞いてもらうことが有効である。

- 海外勤務経験のある人材を講師として迎え、企業の実例を学生に学ばせることが重要である。

【日本文化・歴史に関する授業の拡充】

- 海外で仕事をするためには、相手を知る上でまず自分達のことをよく知っておく必要がある。日本の文化を勉強することで日本人特有の奥ゆかしさや礼儀正しさについて、なぜ日本人はそのような性質を持っているのかを理解でき、日本人が活躍できる又は失敗しやすいフィールドを認識し、ビジネスにも役に立つと考えられる。

【英語以外の外国語授業の拡充】

- 海外事業の展開先を考えると、中国語等の語学力も必要である。
- 現在の大学の語学その他教育内容が、欧米に偏り過ぎている。今の時代、我が社だけでなく、多くの企業が中国や東南アジアがグローバル展開の中心であり、取り分け中国が重要となっている。それにもかかわらず、大学で中国語をメインに学んだり、中国文化などを勉強したりすることに重点が置かれていないのは疑問である。
- 近年では中国、東南アジア、台湾等でのビジネスが多く、これらの国では英語が通じると考えがちだが、都市部ではなく地方の工場などに行くと、英語は通用しないため、現地語が必須となっている。
- 英語以外の外国語ができるとグローバル人材としての価値が高まり、ビジネスの可能性も広がると考えられる。英語以外の外国語は、その人が興味を持つ国の言語で構わない。

【その他】

- 語学力の向上より、積極性や主体性（自らテーマを設定して解決する力）、困難を克服する力を伸ばす教育に重点を置いてほしい。
例えば、筑波大学では、これらの向上に役立つと思われるスティーブン・R・コヴィーが提唱する「7つの習慣」（①主体性を発揮する、②目的を持って始める、③重要事項を優先する、④Win-Winを考える、⑤理解してから理解される、⑥相乗効果を発揮する、⑦刃を砥ぐ）を講義に取り入れていると聞いており、グローバル人材の育成に活用できると思われる。

(注) 1 当省の調査結果による。

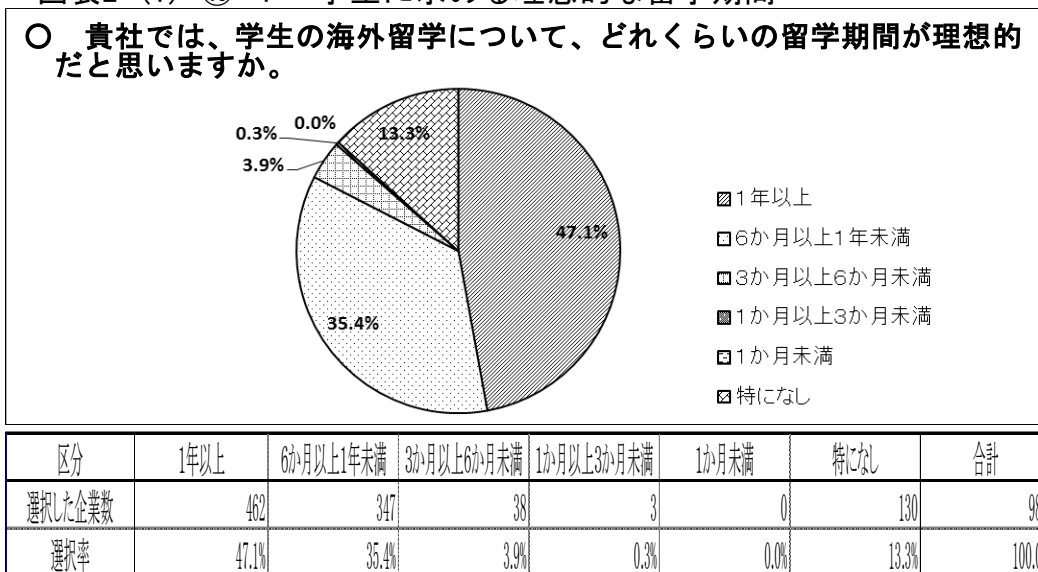
2 実地調査を実施した海外進出企業68社の調査結果である。

⑩ 学生に求める理想的な留学期間

学生に求める理想的な留学期間については、「1年以上」が462社（47.1%）と最も多く、次いで、「6か月以上1年未満」が347社（35.4%）となってお

り、約8割の企業（809社）が6か月以上の留学期間が理想的であると回答している。

図表2-(1)-⑩-i 学生に求める理想的な留学期間



(注) 当省の調査結果による。

また、学生に求める理想的な留学期間に関する具体的な理由については、図表2-(1)-⑩-ii のとおりである

図表2-(1)-⑩-ii 理想的な留学期間に関する具体的な理由

【1年以上】

- 海外での生活の適応力を考えると、1年以上の期間が必要である。
- その国の言葉、習慣等を理解するためには、最低1年の留学期間は必要である。
- 語学力を養ったり、海外の文化を理解したりするには1年間くらいの留学期間は必要である。
- その国の文化を理解するには最低1年の留学期間は必要である。
- 留学したというだけでは意味がなく、留学期間中にどのようなことを学び、留学経験がどのように生かしているかが重要である。これまでの留学経験者の採用面接では、留学期間が長い者ほど、語学力はもちろんのこと、留学経験が業務に生かされていると感じる。
- 人としての成長、ネットワークづくり、キャリア志向及びその形成を目的とすると、1年以上の留学期間が理想的である。
- 採用の応募者に短期留学を行った学生がみられるようになったが、語学の習熟や現地を知るには最低でも1年以上の留学期間が必要である。
- 語学力の習得のみならず、現地の国民性や異文化の理解、国際的な視野拡大を図るためには、最低でも1年の留学期間は必要である。

- 語学留学の場合、語学力と異文化理解力を向上させるため1年間は必要である。例えば、当社の新入社員の海外留学経験者の留学期間はほとんどが数週間であり、1年以上の長期留学経験者は毎年5人に満たないが、1年以上の長期留学経験者は数週間の留学経験者と比べ、多様な価値観を受容するといった経験の幅に違いを感じる。
 - 短期間の留学では語学力も身に付かず異文化理解も進まない。企業の海外赴任の期間は3年から5年が多く、3か月や6か月といった期間で戻ってくるケースはあまりない。そのため、採用の際のエントリーシートにおいて、3か月間語学留学してTOEICが400点から600点にアップしたと書かれていても、この程度の留学期間や語学力ではプラスの評価をすることは難しい。留学の内容の密度にもよるが、留学期間は短期より長期の方が望ましい。
 - 適度に会話ができ、その国の文化を理解するためには、1年程度の留学期間が必要である。
 - 語学力は最低限必要な能力であり、これに加えて、コミュニケーション能力や滞在国の成り立ち等の異文化理解にまで踏み込んだ勉強をする必要がある。これらのことを習得するためには、ある程度、長期間留学しなければならないと考える。また、学生が留学を理由に留年したとしても、その学生を積極性のある人材と捉え、採用には有利に働くものと考えており、長期の留学経験は学生の積極性を図る上でのバロメータとしている。
 - 語学力の成長、異文化理解、現地での専門性を取得しようとする場合、最低でも1年程度の留学期間を要すると考えられる。
 - 海外勤務の経験上、その国の文化や習慣等に慣れるまで最低1年の留学期間は必要である。なお、社員の採用に当たっては、単なる留学経験だけでなく、留学期間も重視している。
 - 専門用語を習得するなど、本当の意味で、外国語で会話ができる、語学力が身に付くようになるには、勉強を目的とした海外留学で、最低でも1年間の留学期間が必要である。1年間海外で生活すれば、様々な単語等に触れることができると思う。
- 【6か月以上1年未満】**
- 語学習得と異文化を理解するためには、6か月以上1年未満が最低限必要な期間と考える。
 - 短期留学では、ただお膳立てされた海外生活となり実経験にはなり得ない。一人で生活し、行動し、コミュニケーションを取る環境が整うには最低半年は必要である。
 - 留学経験者の社員へのヒアリングから判断すると、2か月から3か月程度の短期留学では異文化理解等は深まるが語学力向上に結び付かず、語学力向上のためには6か月以上の留学期間が必要と思われる。
 - 現地の言葉を習得するためには、最低でも6か月以上の留学期間が必要である。

- 留学において身に付けるべき主な能力は、語学力と異文化理解力であると考えられるが、この二つを身に付けるためには、最低でも半年、できれば1年以上の留学期間が必要である。
 - 現地での生活に慣れた上で、そこから深く文化、習慣に触れ、実感する必要がある、それによって、異文化を受け入れる能力が身に付く。生活に慣れるには3か月程度は必要であり、その後に現地の人の考え方を理解できるようになるには、更に3か月は必要である。
 - 1か月未満の留学期間では、留学なのか、旅行なのかよく分からず、勉強にはならないのではないか。一方、6か月以上1年未満の留学期間であれば、海外の現地でボランティアや仕事に従事できて、人間としても成長できると思われる。
 - 6か月以上1年未満の留学期間であれば、腰を落ち着けて色々なことを吸収できるし、また、現地生活で苦勞もして人間的に成長すると考えられる。
一方、留学期間が6か月未満であれば旅行と変わらず、何も学ぶことができないし、逆に、1年以上外国の大学に在籍すると、日本人としての自尊心・アイデンティティを失ってしまうのではないか。
 - 6か月未満の留学期間では、語学能力を向上させたり、異文化を理解することは難しいと考えており、語学や異文化理解にはやはり1年ぐらいの留学期間が必要である。
 - 半年未満の留学経験であれば、海外に駐在するだけの耐性があるかどうかの見極めに直接的にはつながらない。
 - 少なくとも6か月から1年間くらい生活しなければ、何かを身に付けることができない。異文化での経験を身に付けるには長期間の留学が必要である。
 - 適度に会話ができ、その国の文化を理解するためには、少なくとも6か月から1年程度の留学期間が必要である。
 - 短期間の留学では語学の勉強にとどまってしまう。6か月以上1年未満の長期間留学することで、語学の習得にプラスアルファのものを学ぶ必要がある。
- 【3か月以上6か月未満】**
- 留学期間が1年以上であると、大学の単位等、学生にとってのデメリットも出てきてしまい、抵抗が生じてしまうのではないか。
一方、3か月未満であると、終わりが見えているため、日々の生活をこなすことが目的になってしまい、留学先の文化や言語を吸収しようという意欲が上がらないのではないか。そのため、3か月以上6か月未満の留学期間が、最も知識等を習得できる期間であると考えられる。
 - 留学で得られる重要な要素として異文化理解が挙げられるが、3か月以下の短期留学では、それを得られていないように思う。就職活動時に3か月以下の短期留学を行った学生と話をする機会があるが、やはり異文化理解という点においては、3か月以上の留学を行った者と

比較して、深みがない印象を持つことが多い。

【特になし】

- 留学の目的によって期間は変わると思うので、一概には何とも言えない。
- 留学中にどのような経験をして人間的に成長したのかが重要であって、留学期間の長短では判断できない。あまりにも短期の留学の中には、海外旅行と変わらないようなものもあると聞いているが、留学期間よりも、留学したことによりどのような経験をして何を得たか、それにより人間としてどう成長したのかが重要である。
- 留学期間は問わないが、海外でローカルレベルの生活を経験してほしい。期間ではなく、どのような体験をしたのかが重要である。
- 留学期間よりも海外でどのようなことを経験したかが重要で、異文化交流することが必要である。

(注) 1 当省の調査結果による。

2 実地調査を実施した海外進出企業68社の調査結果である。

⑪ グローバル人材の育成に係る意見・要望（自由意見）

その他のグローバル人材の育成に係る意見・要望については、図表2-(1)-⑪のとおりである。

図表2-(1)-⑪ グローバル人材の育成に係る意見・要望

【国に求める支援】

- 国として、留学帰国後のサポートや長期留学がデメリットにならないような支援を実施すべきである。
- 社員に対する語学研修を実施するため、行政には、語学研修を実施するための補助制度等を整備してほしい。
- 官民協働で取り組む海外留学支援制度「トビタテ！留学JAPAN 日本代表プログラム」に協力しており、当該取組を含め、これまで様々な国の取組が行われてきた結果、着実にグローバル人材の育成は進んでいると実感している。このような官民協働による取組を途切れることなく継続していくことが重要である。
- 近年、多くの学生が留学を経験しているが、経済的事情もあり、全ての学生が留学できるわけではないので、外国人留学生の受入れを強化し、学内を国際化することで、全ての学生が外国語を学べるような環境を作るべきである。そのためには、外国人留学生を対象とした奨学金の強化や、外国人留学生がアルバイトできる場の確保等が有効である。
- 中小企業においては、海外勤務に必要な資質を備えた社員の採用が困難な状況にあるため、国は、義務教育段階における英語教育の充実や大学での留学の推進を図ってほしい。

【第2期計画の成果指標】

- 英語検定の能力を国の目標・指標とすることに疑問を感じる。海外での勤務経験から、英語検定により、外国人との電話でのやり取り、現地での商談等の会話力を身に付けられるのか疑問である。
- 中学・高校の英語教員がTOEIC730点を保有するという政府の目標は、教える側の英語力という意味からすると、もう少し高い方が良いのではないか。

【大学教育への要望】

- 昨今の海外におけるテロなどの報道により、海外に対してマイナスイメージを持つ学生が多いと感じている。したがって、学生の海外で働くことに対する抵抗を減らすため、大学では、海外にプラスイメージを持つことができるような取組を行ってほしい。
- 大学においては、学生が1年次若しくは2年次で留学できるような取組を行ってほしい。現状では、3年次での留学が多いが、帰国後すぐに就職活動が開始されるため、帰国した留学生が留学経験をいかして日本で何かを成し遂げる時間がない。そのため、就職活動時のアピールにおいても、深みのない印象を受けてしまう。
- 技術分野のグローバル人材にとって重要なのは、語学よりも専門的な知識であり、海外拠点から求められるのは最先端の日本の技術と日本のマネジメント力である。伝達する中身である専門的な知識があって初めて伝達ツールとして語学力が必要になる。大学には、専門知識の教育を第一に考え、外国語はその伝達ツールとして教えてほしい。成績優秀者だけでなく全ての学生がコミュニケーションレベルの英語力を身に付けることが望ましい。
- 大学においては、海外の現地企業でのインターンシップを積極的に行ってもらいたい。これにより、単なる語学研修ではなく、外国の文化や生活を理解することができ、海外勤務に対する理解が深まると思われる。
- 現在の日本の大学においては、外国人留学生が身近にいる環境となっているので、視野を広げる意味で、日本に留学している外国人とも積極的にコミュニケーションを図るよう学生を指導してほしい。

【留学制度の充実】

- 大学のカリキュラムの中で、1年間、海外留学できる単位システムを構築すべきである。
- 留学費用の助成、留学による単位取得、休学しないで留学できる仕組みなどを拡充してほしい。
- 大学では、留学した1年間で卒業に要する修学期間に認定するような取組を実施してほしい。また、文部科学省もこのような制度を推進してほしい。

【その他】

- 現在の経済情勢を考えると、BRICs（ブラジル、ロシア、イン

ド及び中国) 諸国をターゲットにして活躍できる人材の育成が重要である。特に、中国は裾野の広いマーケットであり、現地で活躍できる営業マンやマネジメントできる人材が必要になっている。

したがって、教育機関において、今後は英語だけでなく、中国語などBRICS諸国の語学教育にも力を入れるべきである。

- 自国を愛する気持ちが持てれば、他国の人々の気持ちも理解できるようになるので、まずは、日本人としてのアイデンティティを確立するための教育をしっかりとやってほしい。また、外国人技能実習制度は不十分であるので、もっと外国人が日本で働きやすくなるよう環境を整備してほしい。
- 産学で連携して、人材育成をするべきであり、具体的には、グローバル人材育成のための企業内大学等を創設するべきである。そうすれば、すぐに海外赴任ができるレベルの語学力を持った学生、即戦力といえるような学生が増えるのではないか。
- 留学経験者が増加し、語学力が向上しているにもかかわらず、異文化理解精神の育成は進んでいない。異文化理解とは、日本と外国とは違うと感覚的に理解することではなく、日本と外国のどこが違うのか、なぜ違うのかを理解し、説明することができるようになることである。異文化理解精神を身に付けることによって、海外転勤した際に、日本では当たり前なことを海外で同様に行っているのか、海外では海外の考えに従うべきなのかということが分かる。現在、このような違いを理解できる段階に到達している新卒者は増加していないと感じており、こうした異文化理解精神を身に付けてほしい。
- 日本の英語教育は、文法にこだわり過ぎている。コミュニケーション能力を高める教育が必要である。
- 海外で活躍するためには、主体性・積極性に関連した事柄として、まず、生活にタフであることが挙げられる。日本と生活習慣が異なる地において、生活面で順応できる必要がある。例えば、食事では、現地の食材、料理を食べられないと、現地の人からの信頼は得られない。

また、本人が論理的に思考し問題を解決する力が必要であるが、若い社員には、すぐに解決方法・やり方を尋ねるといった傾向がある。

さらに、海外で活躍するためには、現地への融和も必要であり、食事もそうであるが、外国では時間の流れ方も異なる。正に異文化理解の精神、尊敬の念も必要である。

- 語学研修には多額の費用がかかるため、少なくとも語学力やコミュニケーション能力だけは大学在学中に身に付けてほしい。また、当社では、採用後10年程度経過した中堅のグローバル人材が不足しており、当該社員を対象としたグローバル人材の育成セミナー等を開催してほしい。
- 人から与えられるのではなく、自らの努力により、語学力やコミュ

ニケーション能力を身に付け、異文化を理解した者でなければ、グローバル人材として海外で活躍することは困難である。

- 語学力とコミュニケーション能力については、比較的時間に余裕のある学生時代に身に付けてほしい。
- 学生には、海外の現場でたとえ十分な英語が使えなくても、身振り・手振りでも意思疎通ができるよう、外国人とも日本人と同様にコミュニケーションができるようになってもらいたい。
- グローバル人材を育成するためには、小学生等の幼いときから外国人と触れ合うことが重要であり、その触れ合いから将来、英語力・語学力が必要になると自覚させる必要がある。その自覚を抱いていれば、中学校・高校・大学で外国語を必死に勉強し、社会人になってからもその語学力を自己研さんしていくと考えられる。

(注) 1 当省の調査結果による。

2 実地調査を実施した海外進出企業 68 社の調査結果である。

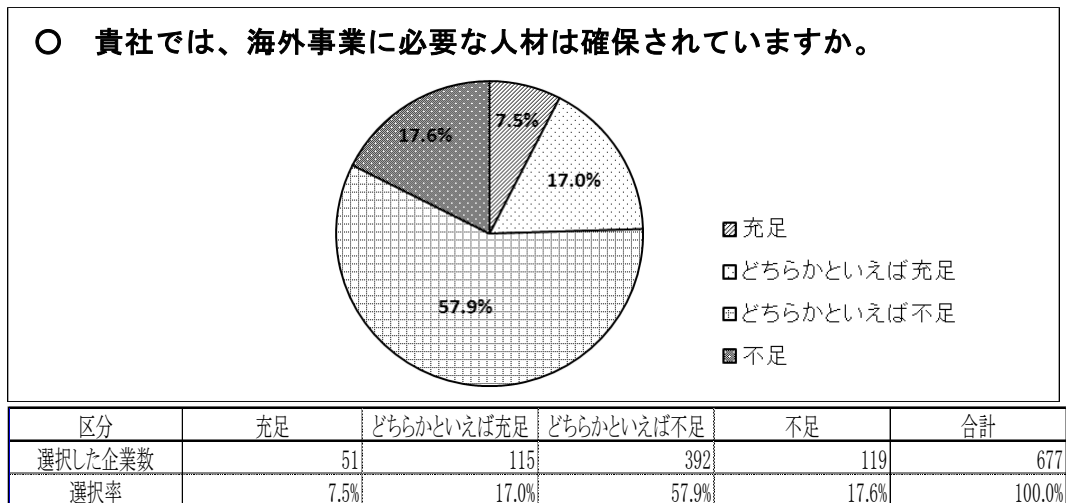
(2) 企業規模別（大企業 677 社、中小企業 303 社）の集計結果

ア 大企業（677社）

① 海外事業に必要な人材の確保状況

海外事業に必要な人材については、「不足」が119社（17.6%）、「どちらかといえば不足」が392社（57.9%）となっており、約8割の企業（511社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(2)-ア-① 海外事業に必要な人材の確保状況



(注) 当省の調査結果による。

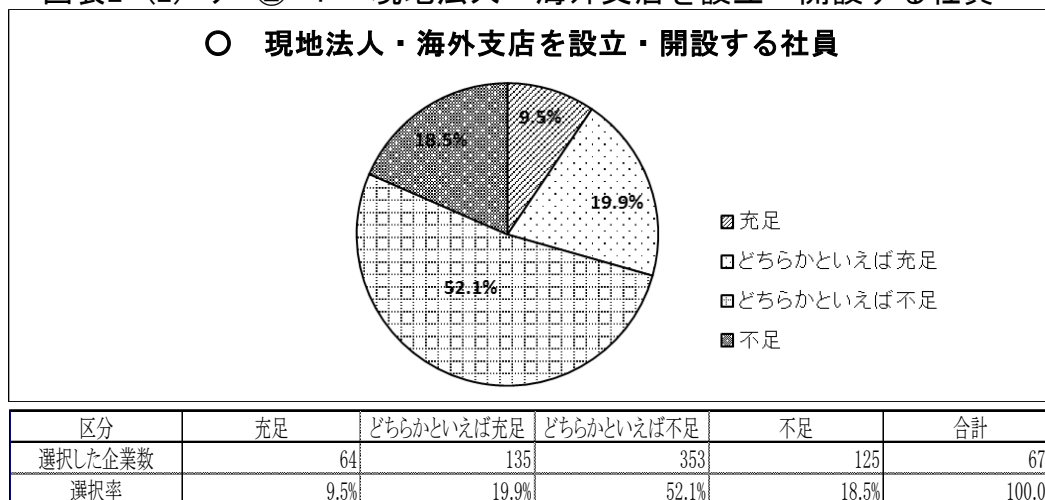
② 海外事業に必要な人材の確保状況（職層別）

i) 現地法人・海外支店を設立・開設する社員

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店を設立・開設する社員については、「不足」が125社（18.5%）、「どちらかといえば不

足」が353社（52.1%）となっており、約7割の企業（478社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(2)-ア-②-i 現地法人・海外支店を設立・開設する社員

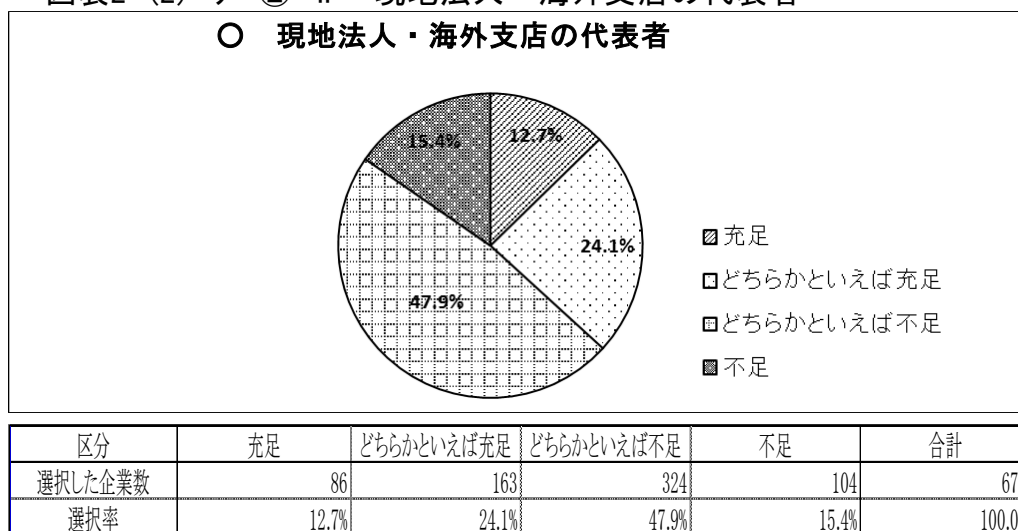


(注) 当省の調査結果による。

ii) 現地法人・海外支店の代表者

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店の代表者については、「不足」が104社（15.4%）、「どちらかといえば不足」が324社（47.9%）となっており、約6割の企業（428社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(2)-ア-②-ii 現地法人・海外支店の代表者



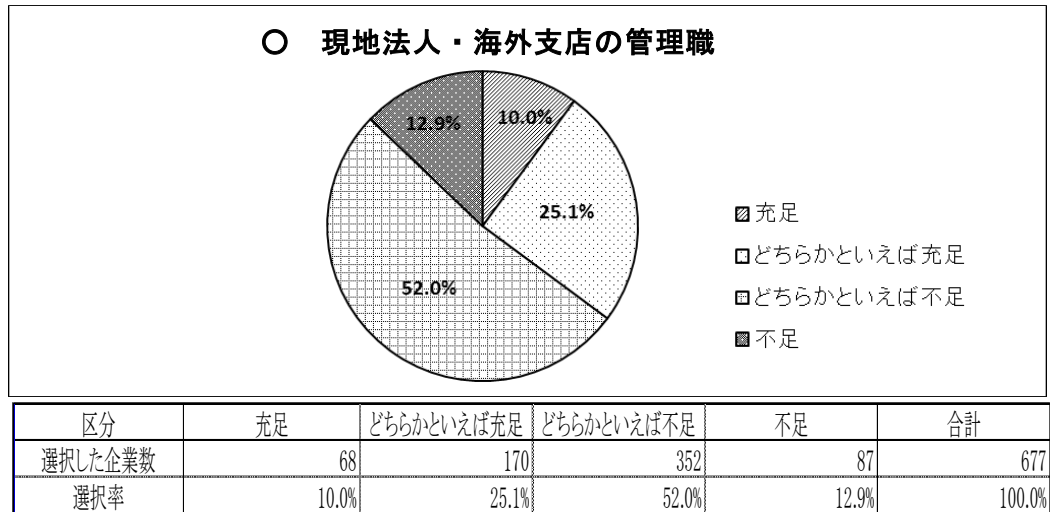
(注) 当省の調査結果による。

iii) 現地法人・海外支店の管理職

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店の管理職については、「不足」が87社（12.9%）、「どちらかといえば不足」が352社

(52.0%) となっており、約6割の企業(439社)が不足又はどちらかといえ不足していると回答している。

図表2-(2)-ア-②-iii 現地法人・海外支店の管理職

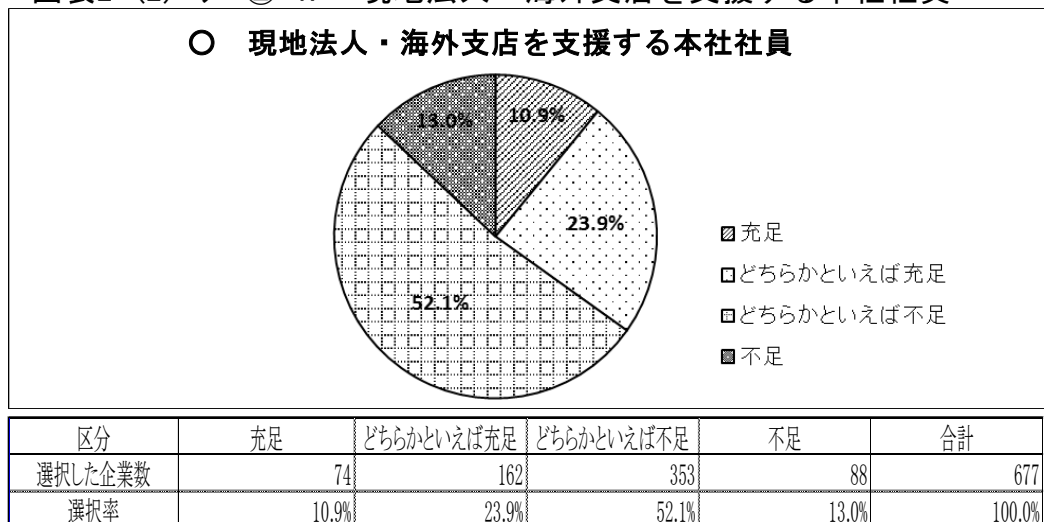


(注) 当省の調査結果による。

iv) 現地法人・海外支店を支援する本社社員

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店を支援する本社社員については、「不足」が88社(13.0%)、「どちらかといえば不足」が353社(52.1%)となっており、約7割の企業(441社)が不足又はどちらかといえ不足していると回答している。

図表2-(2)-ア-②-iv 現地法人・海外支店を支援する本社社員



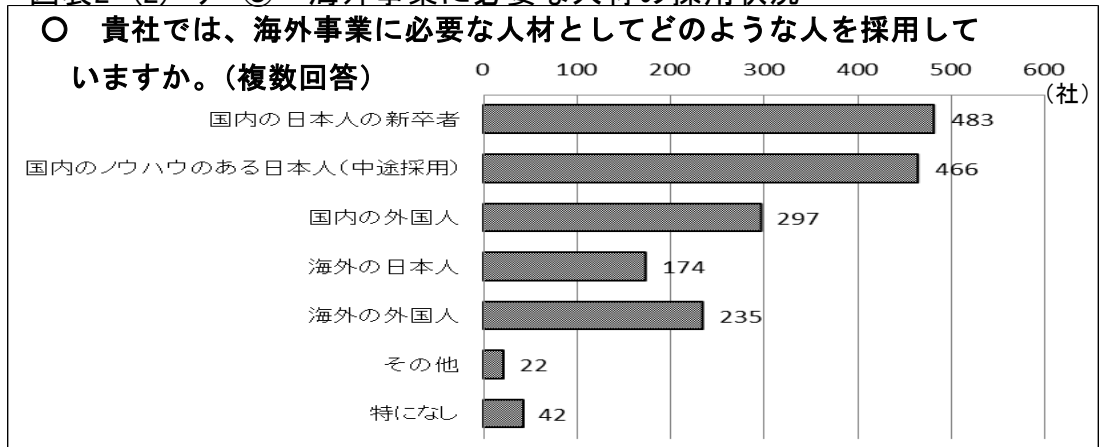
(注) 当省の調査結果による。

③ 海外事業に必要な人材の採用状況(複数回答)

海外事業に必要な採用者の属性としては、「国内の日本人の新卒者」

が483社（71.3%）と最も多く、次いで、「国内のノウハウのある日本人（中途採用）」が466社（68.8%）、「国内の外国人」が297社（43.9%）などとなっている。

図表2-(2)-ア-③ 海外事業に必要な人材の採用状況



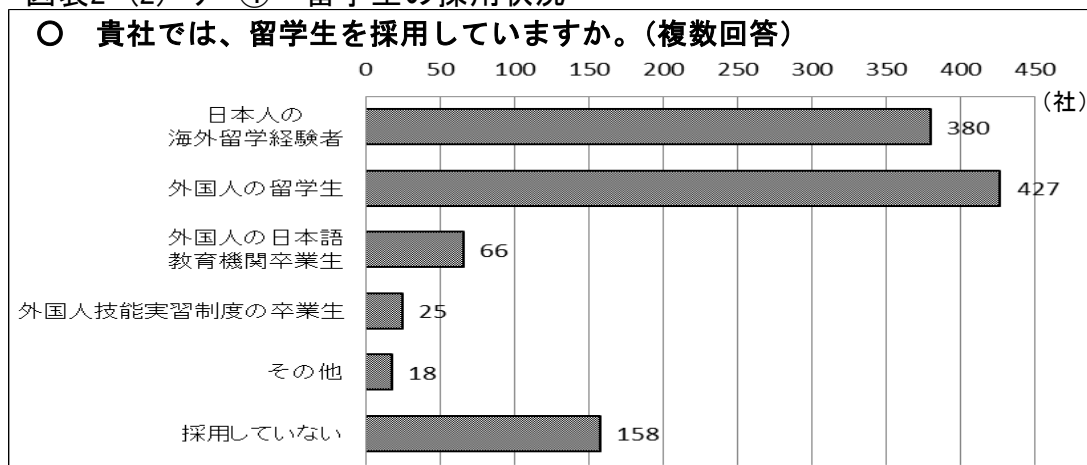
区分	国内の日本人の新卒者	国内のノウハウのある日本人(中途採用)	国内の外国人	海外の日本人	海外の外国人	その他	特になし
選択した企業数	483	466	297	174	235	22	42
選択率(全体比)	71.3%	68.8%	43.9%	25.7%	34.7%	3.2%	6.2%

（注） 当省の調査結果による。

④ 留学生の採用状況（複数回答）

留学生の採用については、「外国人の留学生」が427社（63.1%）と最も多く、次いで、「日本人の海外留学経験者」が380社（56.1%）、「採用していない」が158社（23.3%）などとなっている。

図表2-(2)-ア-④ 留学生の採用状況



区分	日本人の海外留学経験者	外国人の留学生	外国人の日本語教育機関卒業生	外国人技能実習制度の卒業生	その他	採用していない
選択した企業数	380	427	66	25	18	158
選択率(全体比)	56.1%	63.1%	9.7%	3.7%	2.7%	23.3%

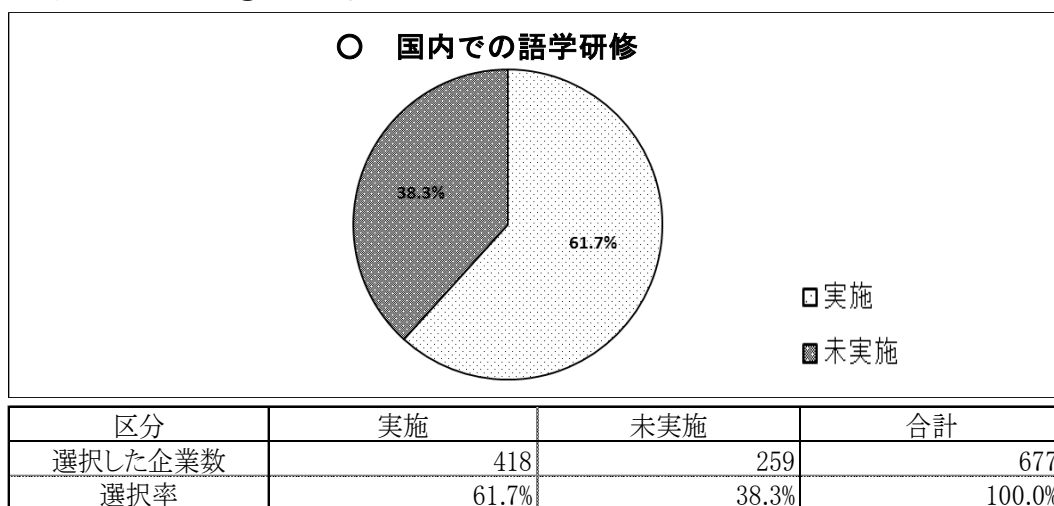
（注） 当省の調査結果による。

⑤ 新卒採用者に対する研修の実施状況

i) 語学研修（国内）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する国内での語学研修を実施している企業が418社（61.7%）、実施していない企業が259社（38.3%）となっている。

図表2-(2)-ア-⑤-i 語学研修（国内）の実施状況

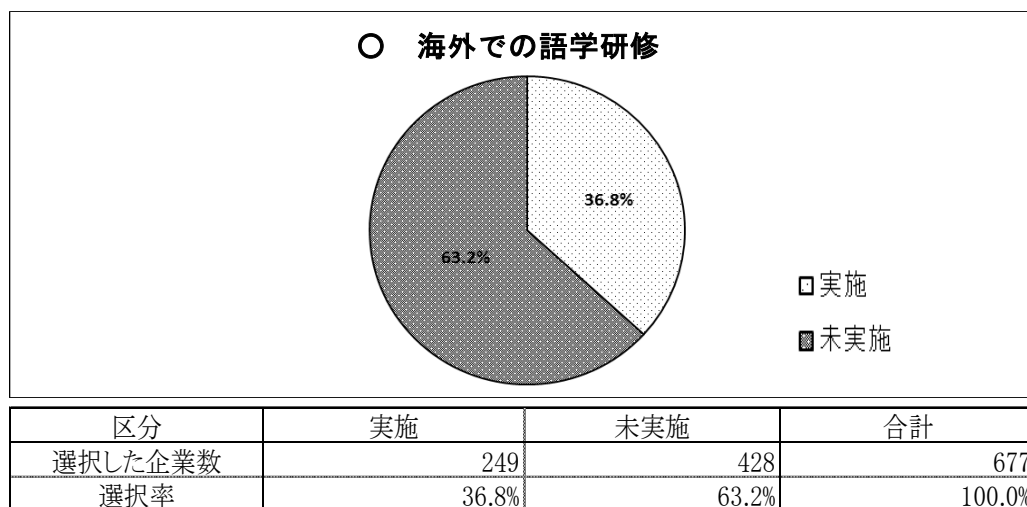


(注) 当省の調査結果による。

ii) 語学研修（海外）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する海外での語学研修を実施している企業が249社（36.8%）、実施していない企業が428社（63.2%）となっている。

図表2-(2)-ア-⑤-ii 語学研修（海外）の実施状況

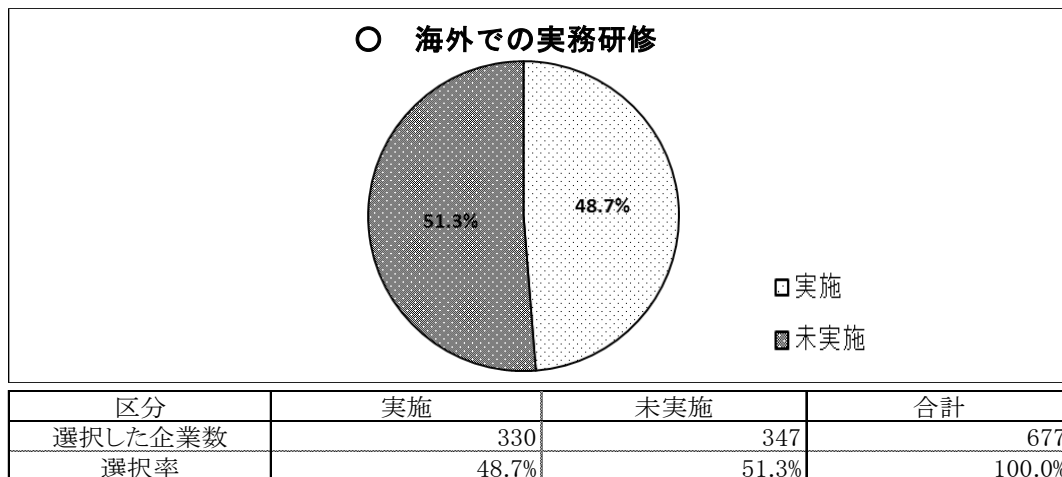


(注) 当省の調査結果による。

iii) 実務研修（海外）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する海外での実務研修を実施している企業が330社（48.7%）、実施していない企業が347社（51.3%）となっている。

図表2-(2)-ア-⑤-iii 実務研修（海外）の実施状況

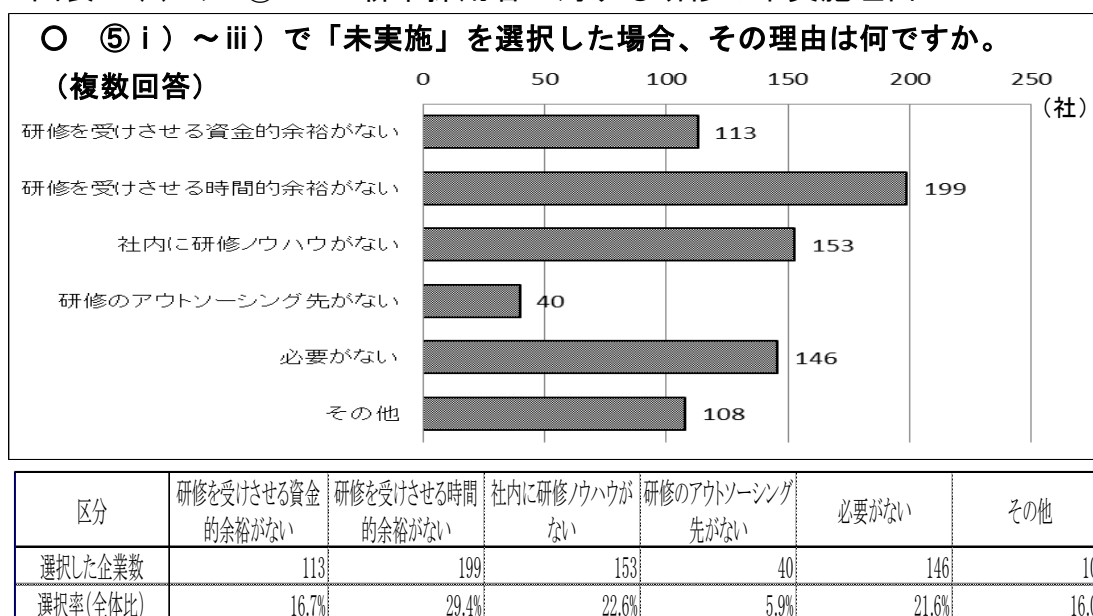


(注) 当省の調査結果による。

iv) 研修の未実施理由（複数回答）

語学研修又は実務研修を実施していない理由については、「研修を受けさせる時間的余裕がない」が199社（29.4%）と最も多く、次いで、「社内に研修ノウハウがない」が153社（22.6%）、「必要がない」が146社（21.6%）などとなっている。

図表2-(2)-ア-⑤-iv 新卒採用者に対する研修の未実施理由

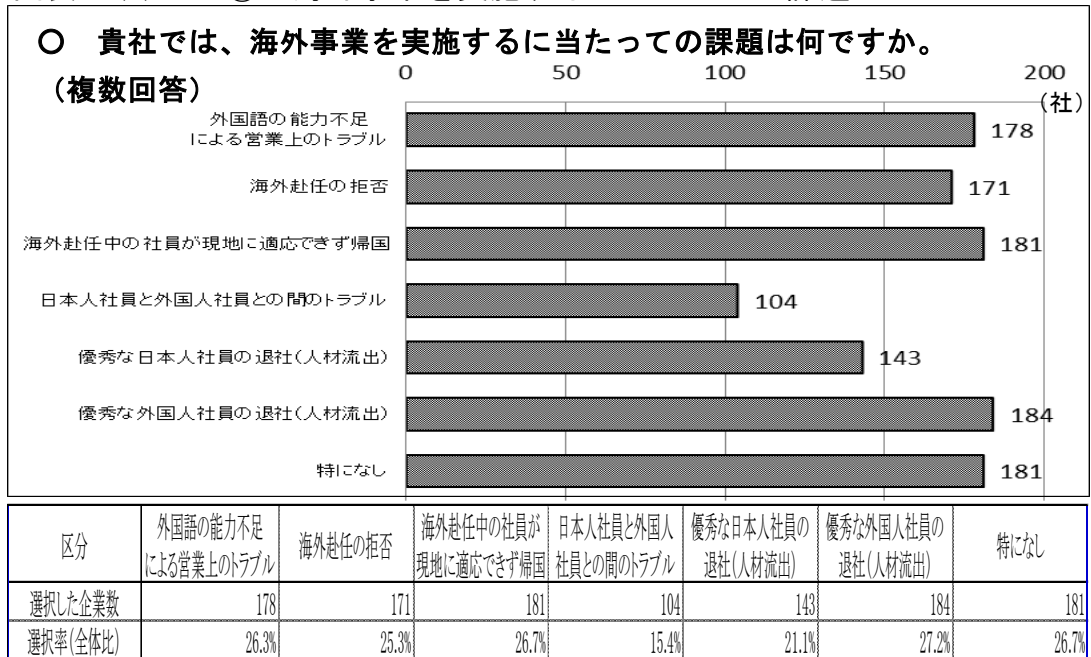


(注) 当省の調査結果による。

⑥ 海外事業を実施するに当たっての課題（複数回答）

海外事業を実施するに当たっての課題については、「優秀な外国人社員の退社（人材流出）」が184社（27.2％）と最も多く、次いで、「特になし」及び「海外赴任中の社員が現地に適応できず帰国」がそれぞれ181社（26.7％）、「外国語の能力不足による営業上のトラブル」が178社（26.3％）、「海外赴任の拒否」が171社（25.3％）などとなっている。

図表2-(2)-ア-⑥ 海外事業を実施するに当たっての課題

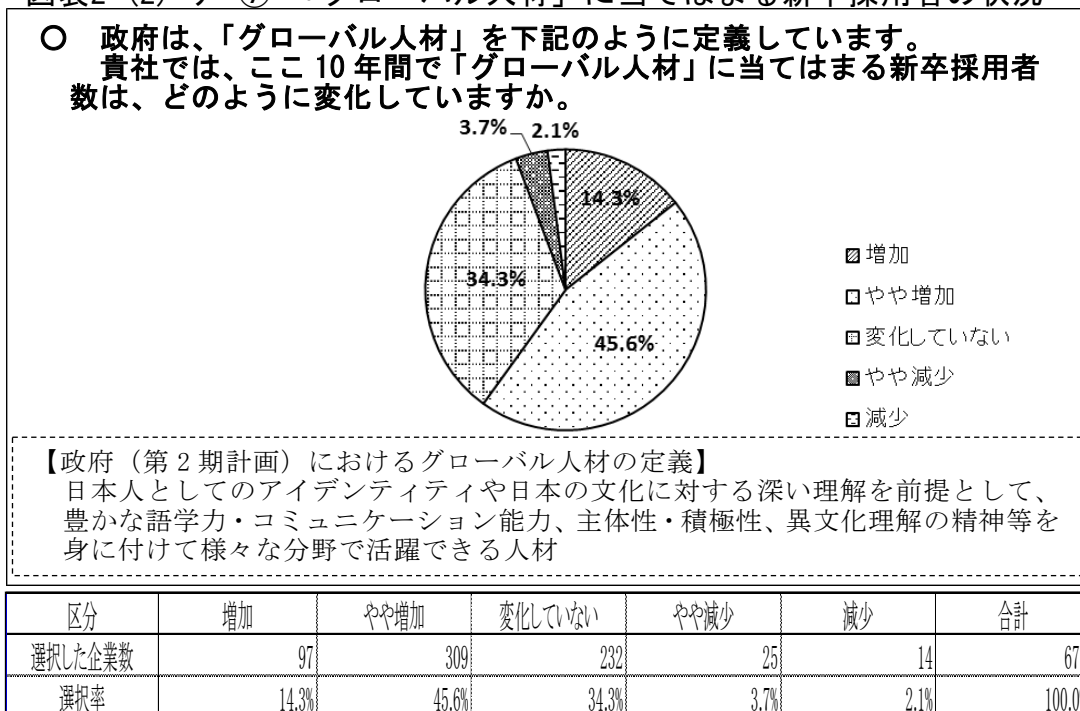


(注) 当省の調査結果による。

⑦ 「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者の状況

「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者数については、ここ10年間で「増加」しているが97社（14.3％）、「やや増加」しているが309社（45.6％）となっており、約6割の企業（406社）が増加又はやや増加していると回答している。

図表2-(2)-ア-⑦ 「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者の状況



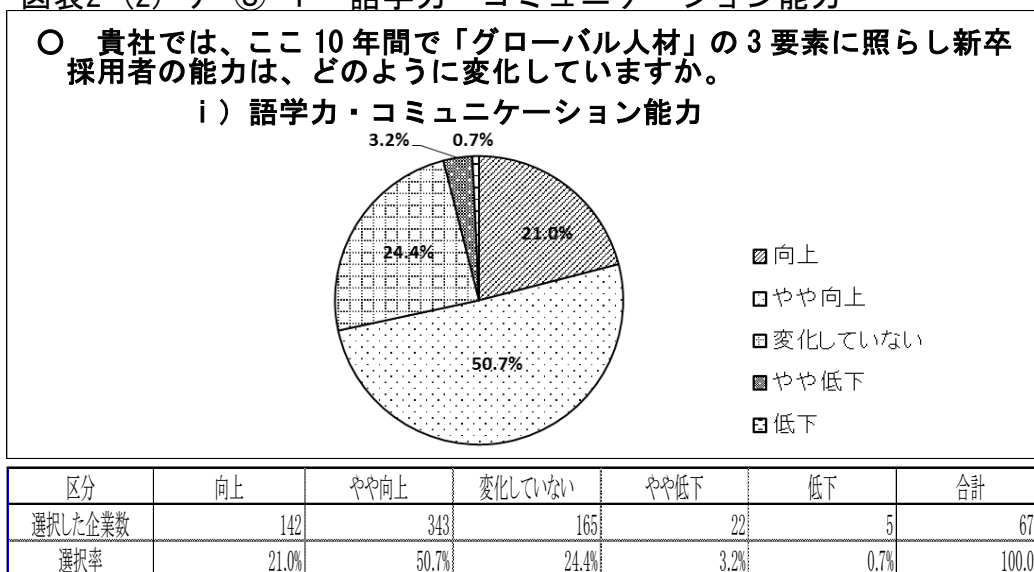
(注) 当省の調査結果による。

⑧ 「グローバル人材」の3要素に照らした新卒採用者の能力

i) 語学力・コミュニケーション能力

「グローバル人材」の3要素のうち、語学力・コミュニケーション能力については、ここ10年間で「向上」しているが142社(21.0%)、「やや向上」しているが343社(50.7%)となっており、約7割の企業(485社)が向上又はやや向上していると回答している。

図表2-(2)-ア-⑧-i 語学力・コミュニケーション能力

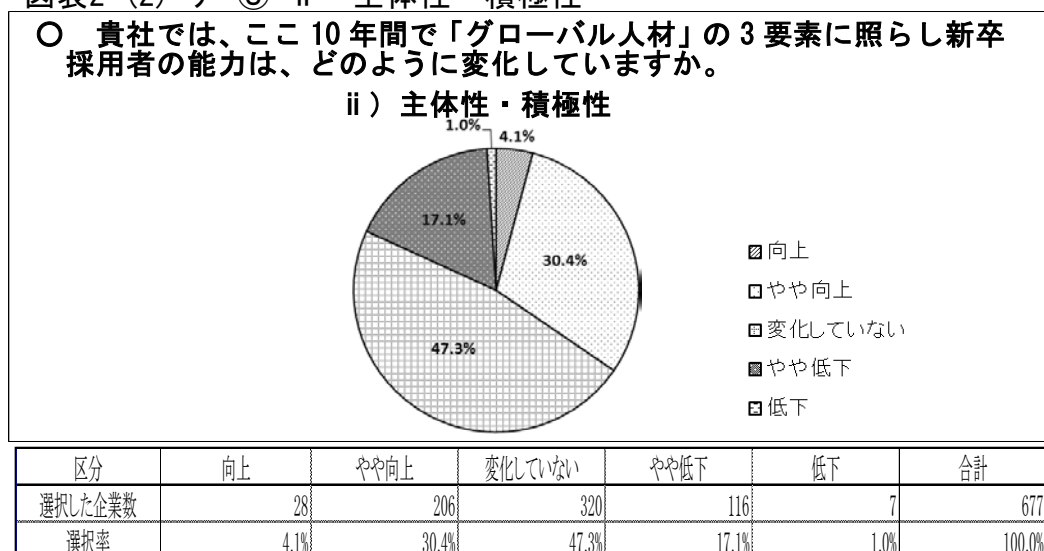


(注) 当省の調査結果による。

ii) 主体性・積極性

「グローバル人材」の3要素のうち、主体性・積極性については、ここ10年間で「低下」しているが7社（1.0%）、「やや低下」しているが116社（17.1%）、「変化していない」が320社（47.3%）となっており、約7割の企業（443社）が低下、やや低下又は変化していないと回答している。

図表2-(2)-ア-⑧-ii 主体性・積極性

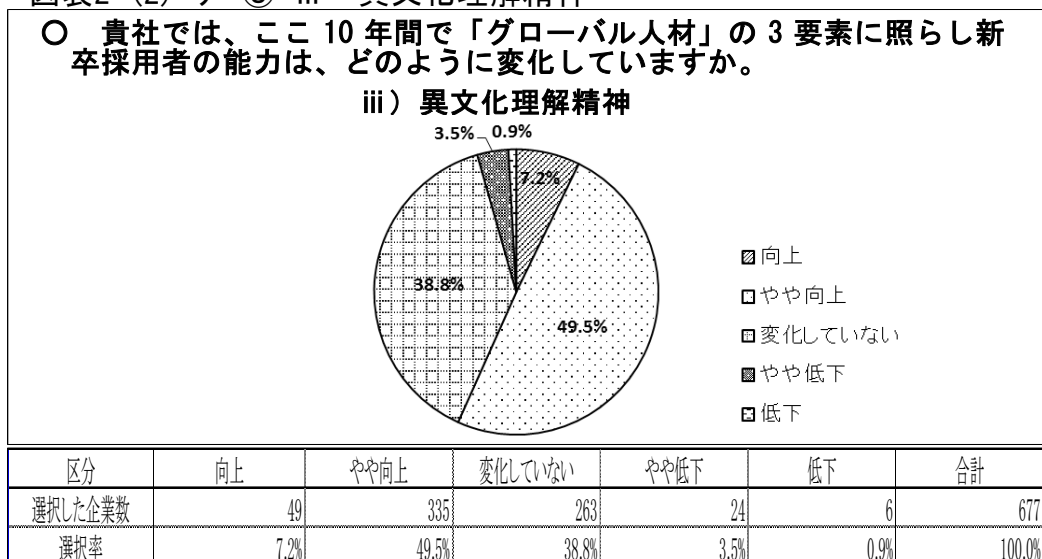


(注) 当省の調査結果による。

iii) 異文化理解精神

「グローバル人材」の3要素のうち、異文化理解の精神については、ここ10年間で「向上」しているが49社（7.2%）、「やや向上」しているが335社（49.5%）となっており、約6割の企業（384社）が向上又はやや向上していると回答している。

図表2-(2)-ア-⑧-iii 異文化理解精神

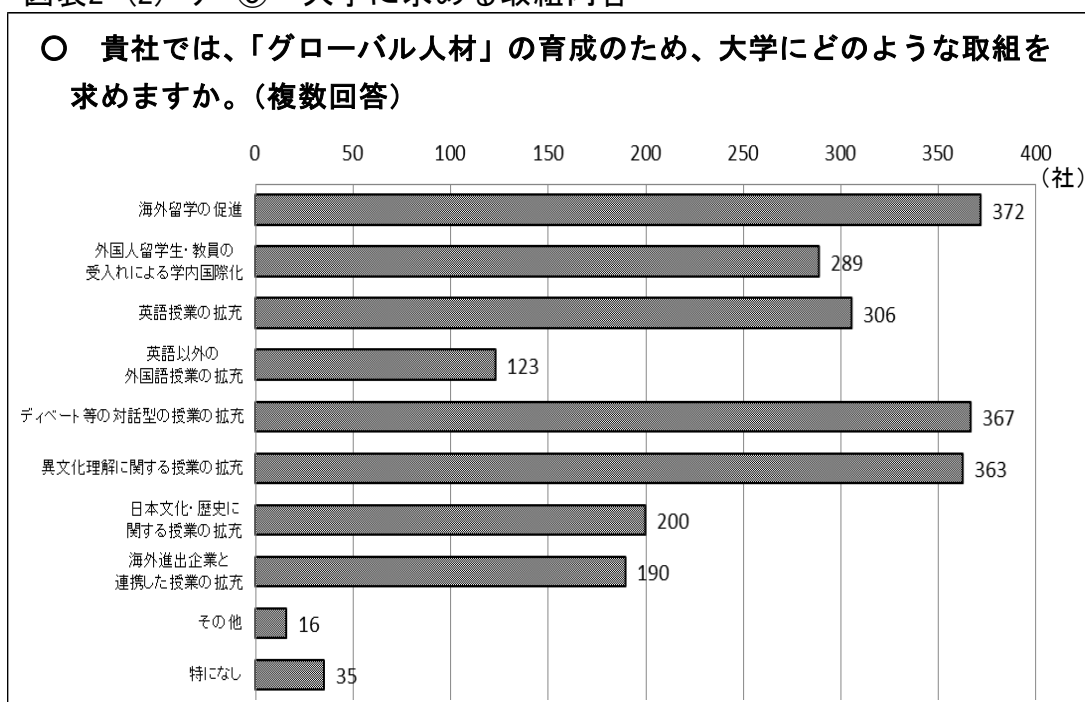


(注) 当省の調査結果による。

⑨ 大学に求める取組内容（複数回答）

「グローバル人材」の育成に係る大学に求める取組については、「海外留学の促進」が372社（54.9%）と最も多く、次いで、「ディベート等の対話型の授業の拡充」が367社（54.2%）、「異文化理解に関する授業の拡充」が363社（53.6%）、「英語授業の拡充」が306社（45.2%）、「外国人留学生・教員の受入れによる学内国際化」が289社（42.7%）などとなっている。

図表2-(2)-ア-⑨ 大学に求める取組内容



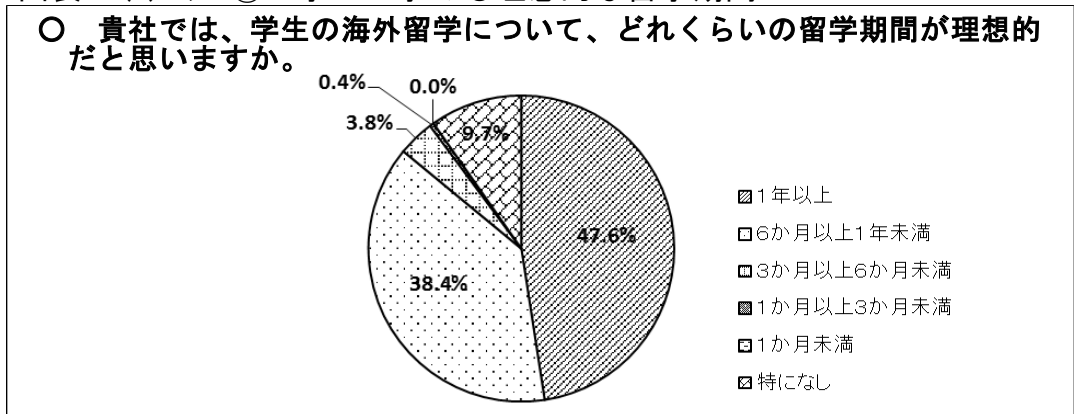
区分	海外留学の促進	外国人留学生・教員の受入れによる学内国際化	英語授業の拡充	英語以外の外国語授業の拡充	ディベート等の対話型の授業の拡充
選択した企業数	372	289	306	123	367
選択率(全体比)	54.9%	42.7%	45.2%	18.2%	54.2%
区分	異文化理解に関する授業の拡充	日本文化・歴史に関する授業の拡充	海外進出企業と連携した授業の拡充	その他	特になし
選択した企業数	363	200	190	16	35
選択率(全体比)	53.6%	29.5%	28.1%	2.4%	5.2%

(注) 当省の調査結果による。

⑩ 学生に求める理想的な留学期間

学生に求める理想的な留学期間については、「1年以上」が322社（47.6%）と最も多く、次いで、「6か月以上1年未満」が260社（38.4%）となっており、約9割の企業（582社）が6か月以上の留学期間が理想的であると回答している。

図表2-(2)-ア-⑩ 学生に求める理想的な留学期間



区分	1年以上	6か月以上1年未満	3か月以上6か月未満	1か月以上3か月未満	1か月未満	特になし	合計
選択した企業数	322	260	26	3	0	66	677
選択率	47.6%	38.4%	3.8%	0.4%	0.0%	9.7%	100.0%

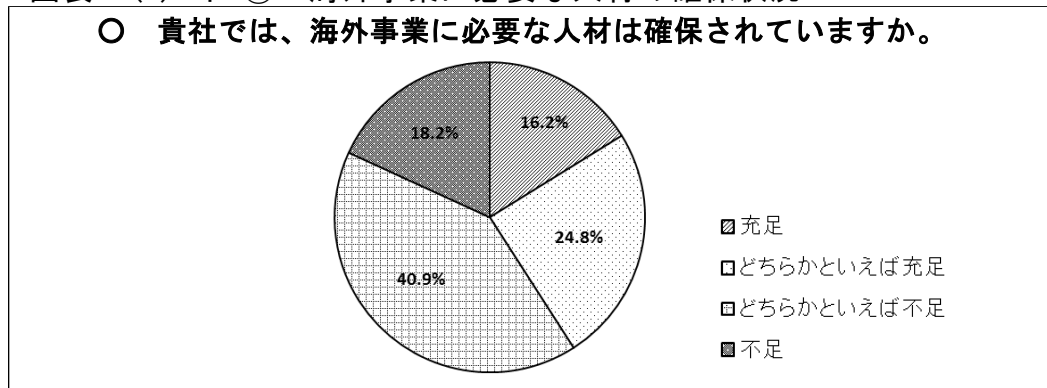
(注) 当省の調査結果による。

イ 中小企業 (303社)

① 海外事業に必要な人材の確保状況

海外事業に必要な人材については、「不足」が55社 (18.2%)、「どちらかといえば不足」が124社 (40.9%) となっており、約6割の企業 (179社) が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(2)-イ-① 海外事業に必要な人材の確保状況



(注) 当省の調査結果による。

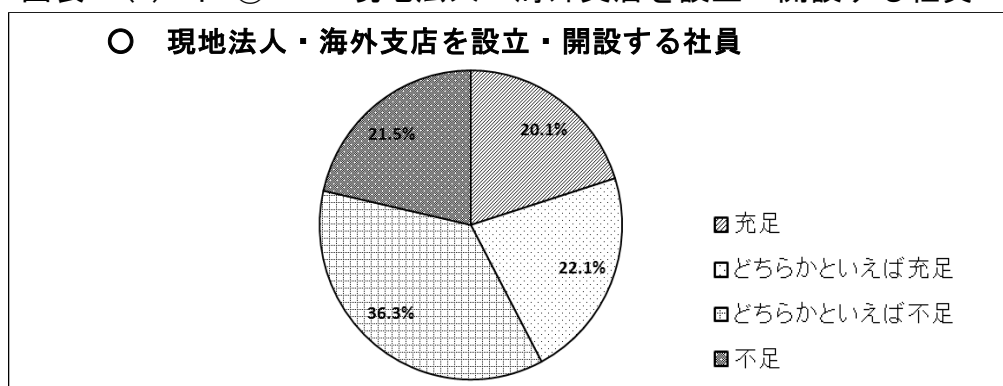
② 海外事業に必要な人材の確保状況 (職層別)

i) 現地法人・海外支店を設立・開設する社員

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店を設立・開設する社員については、「不足」が65社 (21.5%)、「どちらかといえば不

足」が110社（36.3%）となっており、約6割の企業（175社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(2)-イ-②-i 現地法人・海外支店を設立・開設する社員



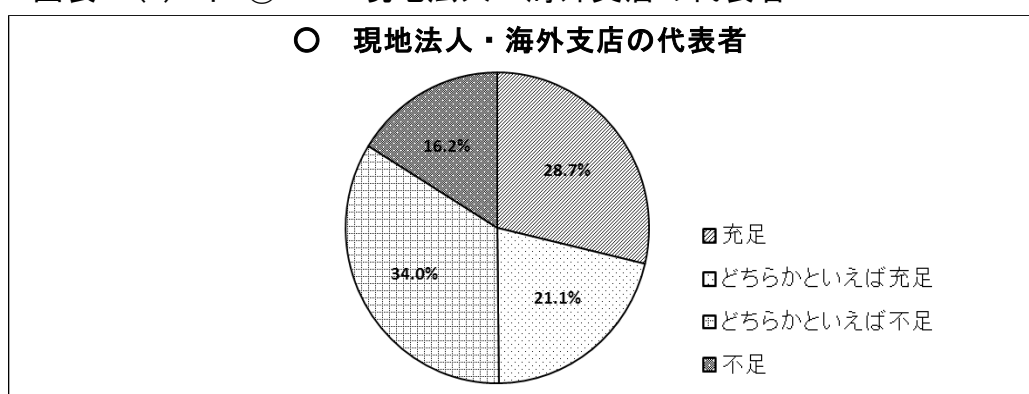
区分	充足	どちらかといえば充足	どちらかといえば不足	不足	合計
選択した企業数	61	67	110	65	303
選択率	20.1%	22.1%	36.3%	21.5%	100.0%

(注) 当省の調査結果による。

ii) 現地法人・海外支店の代表者

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店の代表者については、「不足」が49社（16.2%）、「どちらかといえば不足」が103社（34.0%）となっており、約5割の企業（152社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(2)-イ-②-ii 現地法人・海外支店の代表者



区分	充足	どちらかといえば充足	どちらかといえば不足	不足	合計
選択した企業数	64	103	49	87	303
選択率	21.1%	34.0%	16.2%	28.7%	100.0%

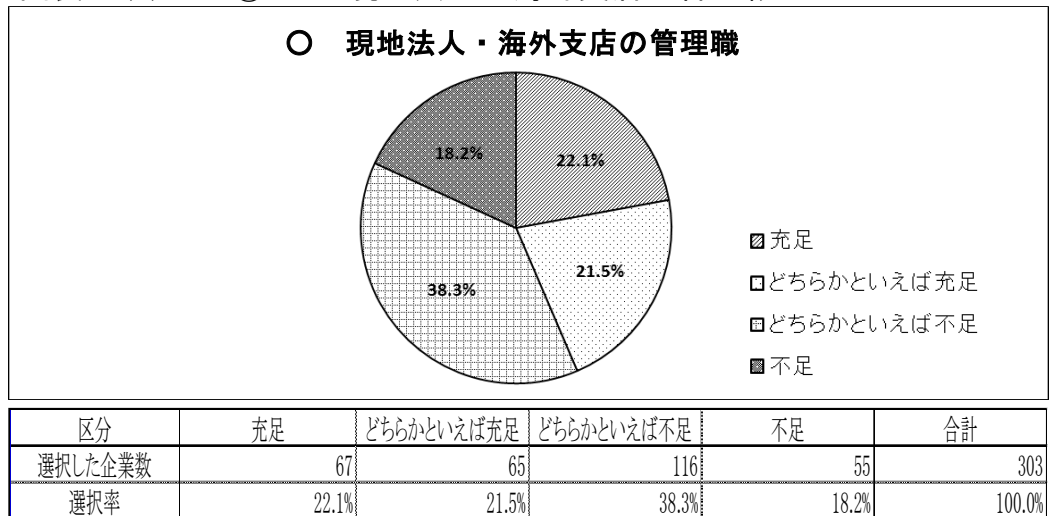
(注) 当省の調査結果による。

iii) 現地法人・海外支店の管理職

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店の管理職については、「不足」が55社（18.2%）、「どちらかといえば不足」が116社

(38.3%) となっており、約6割の企業（171社）が不足又はどちらかといえば不足といえは不足していると回答している。

図表2-(2)-イ-②-iii 現地法人・海外支店の管理職

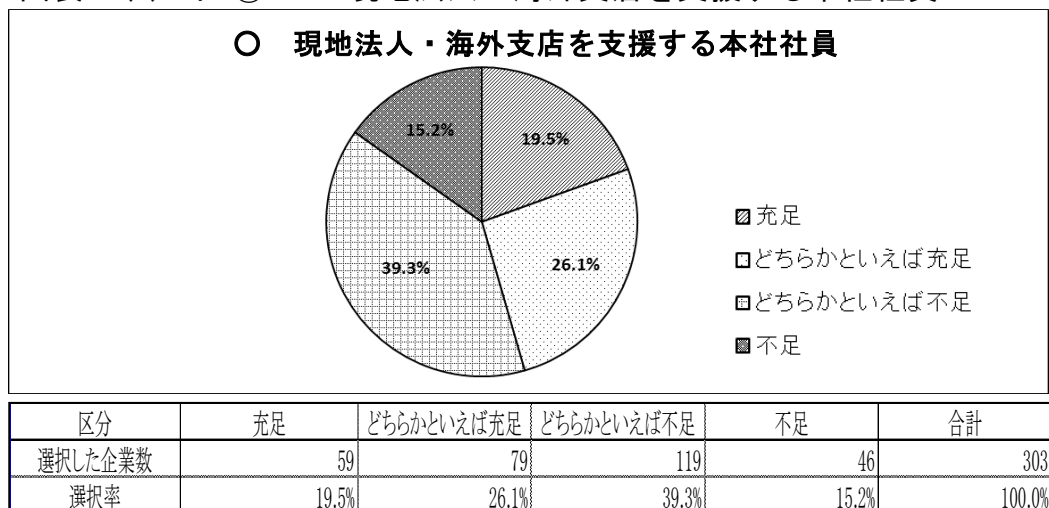


(注) 当省の調査結果による。

iv) 現地法人・海外支店を支援する本社社員

海外事業に必要な人材のうち、現地法人・海外支店を支援する本社社員については、「不足」が46社（15.2%）、「どちらかといえば不足」が119社（39.3%）となっており、約5割の企業（165社）が不足又はどちらかといえば不足していると回答している。

図表2-(2)-イ-②-iv 現地法人・海外支店を支援する本社社員



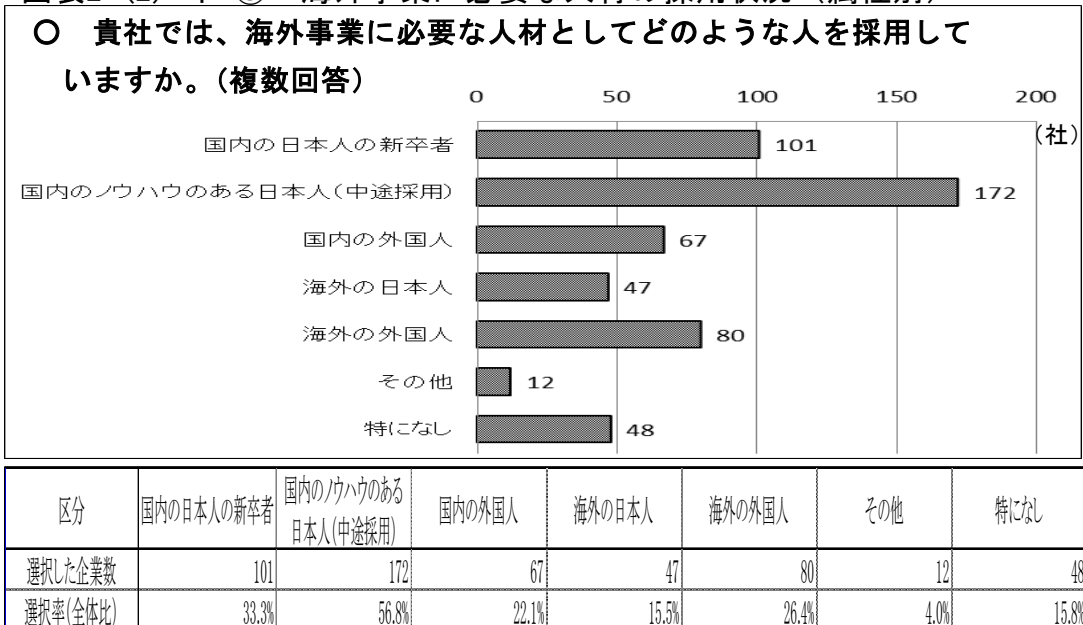
(注) 当省の調査結果による。

③ 海外事業に必要な人材の採用状況（複数回答）

海外事業に必要な採用者の属性としては、「国内のノウハウのある日

本人（中途採用）」が172社（56.8%）と最も多く、次いで、「国内の日本人の新卒者」が101社（33.3%）、「海外の外国人」が80社（26.4%）などとなっている。

図表2-(2)-イ-③ 海外事業に必要な人材の採用状況（属性別）

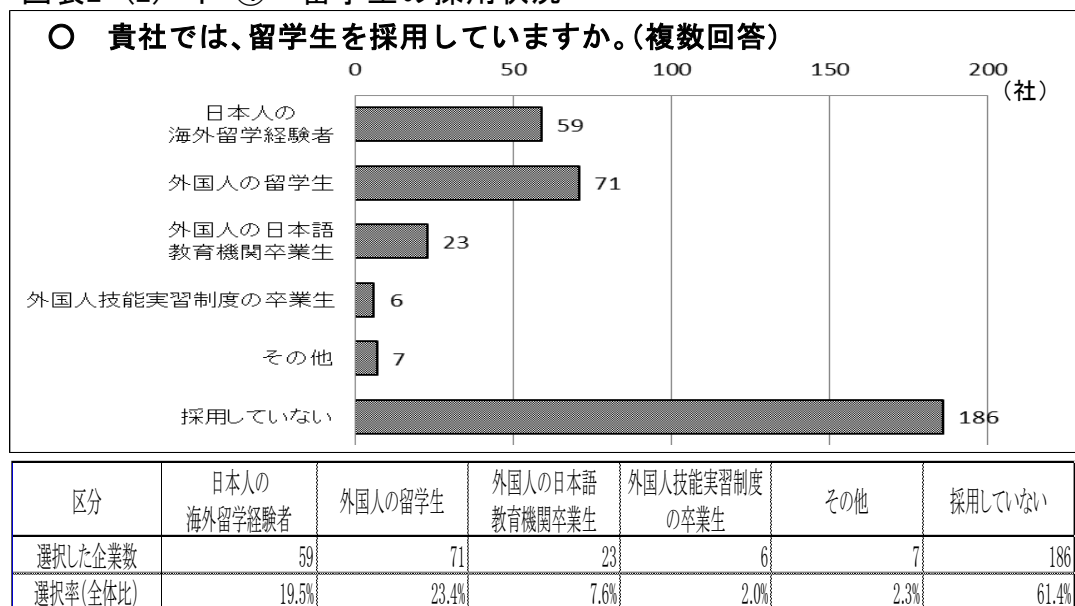


(注) 当省の調査結果による。

④ 留学生の採用状況（複数回答）

留学生の採用については、「採用していない」が186社（61.4%）と最も多く、次いで、「外国人の留学生」が71社（23.4%）、「日本人の海外留学経験者」が59社（19.5%）などとなっている。

図表2-(2)-イ-④ 留学生の採用状況



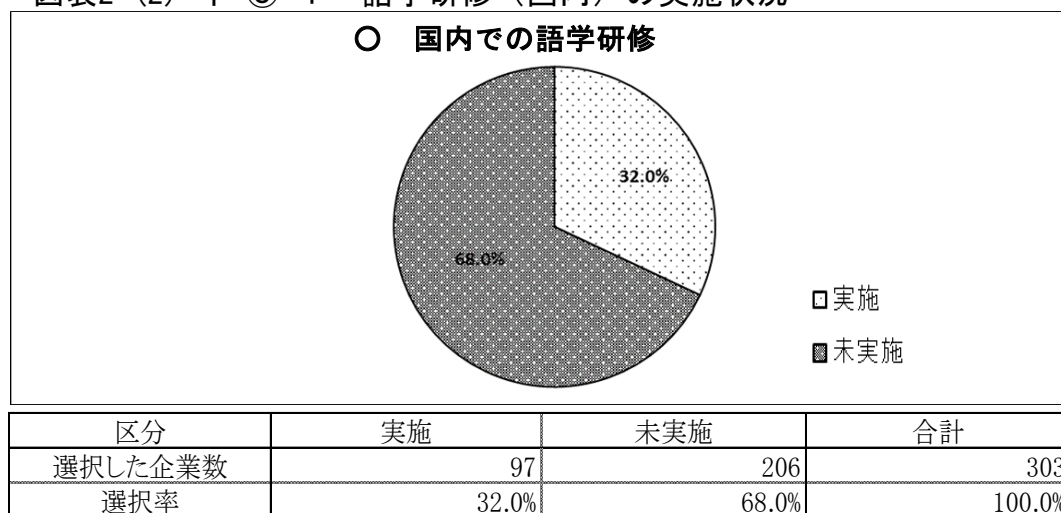
(注) 当省の調査結果による。

⑤ 新卒採用者に対する研修の実施状況

i) 語学研修（国内）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する国内での語学研修を実施している企業が97社（32.0%）、実施していない企業が206社（68.0%）となっている。

図表2-(2)-イ-⑤-i 語学研修（国内）の実施状況

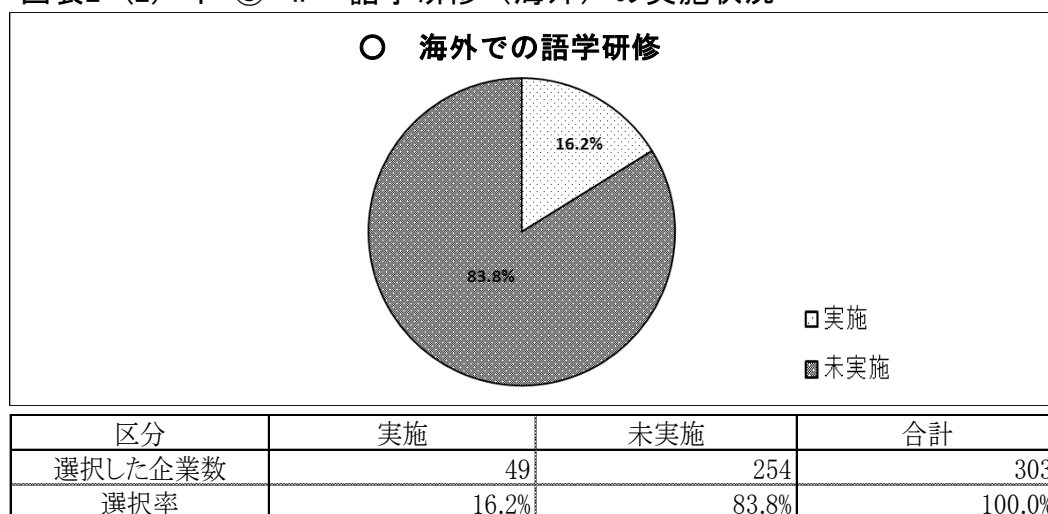


(注) 当省の調査結果による。

ii) 語学研修（海外）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する海外での語学研修を実施している企業が49社（16.2%）、実施していない企業が254社（83.8%）となっている。

図表2-(2)-イ-⑤-ii 語学研修（海外）の実施状況

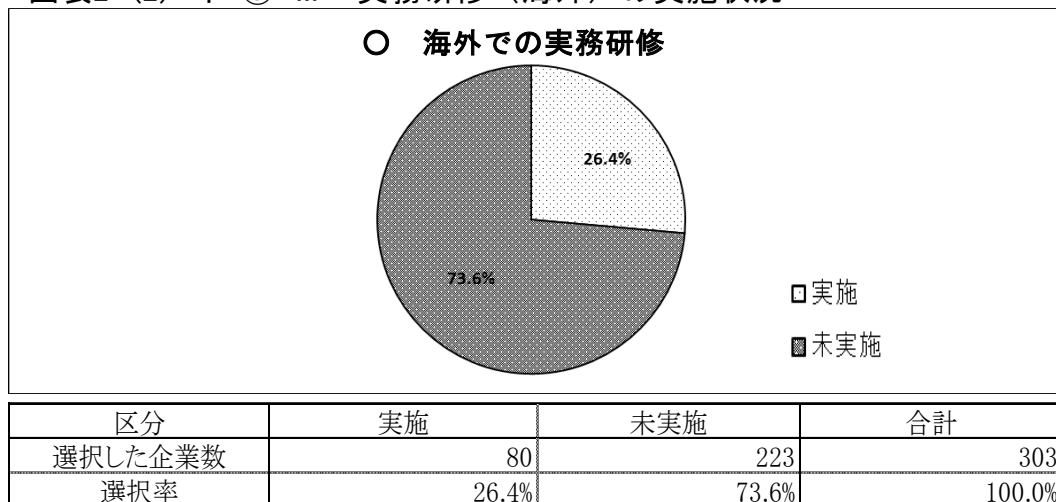


(注) 当省の調査結果による。

iii) 実務研修（海外）

海外事業に必要な人材として、新卒採用者に対する海外での実務研修を実施している企業が80社（26.4%）、実施していない企業が223社（73.6%）となっている。

図表2-(2)-イ-⑤-iii 実務研修（海外）の実施状況

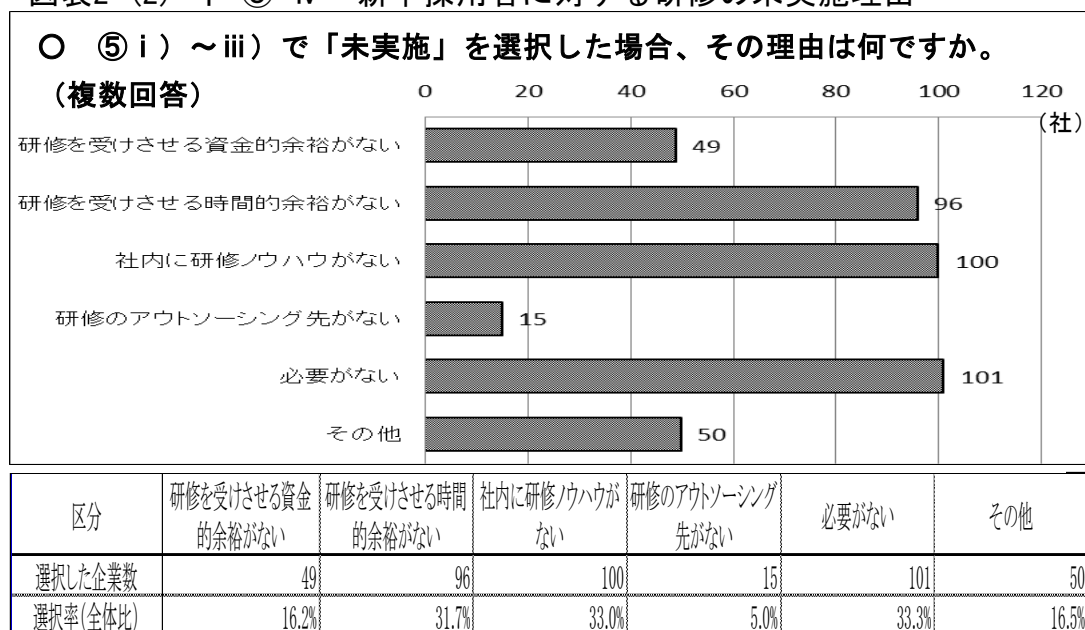


(注) 当省の調査結果による。

iv) 研修の未実施理由（複数回答）

語学研修又は実務研修を実施していない理由については、「必要がない」が101社（33.3%）と最も多く、次いで、「社内に研修ノウハウがない」が100社（33.0%）、「研修を受けさせる時間的余裕がない」が96社（31.7%）などとなっている。

図表2-(2)-イ-⑤-iv 新卒採用者に対する研修の未実施理由

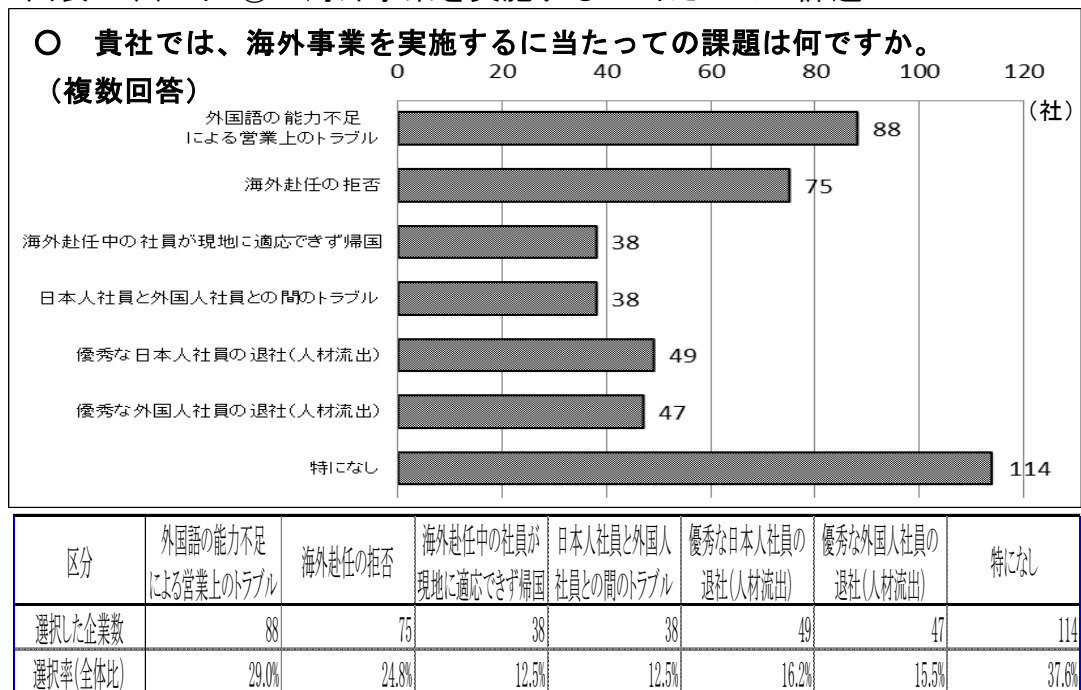


(注) 当省の調査結果による。

⑥ 海外事業を実施するに当たっての課題（複数回答）

海外事業を実施するに当たっての課題については、「特になし」が114社（37.6%）と最も多くなっているが、課題として挙げられたものは、「外国語の能力不足による営業上のトラブル」が88社（29.0%）、「海外赴任の拒否」が75社（24.8%）、「優秀な日本人社員の退社（人材流出）」が49社（16.2%）、「優秀な外国人社員の退社（人材流出）」が47社（15.5%）などとなっている。

図表2-(2)-イ-⑥ 海外事業を実施するに当たっての課題



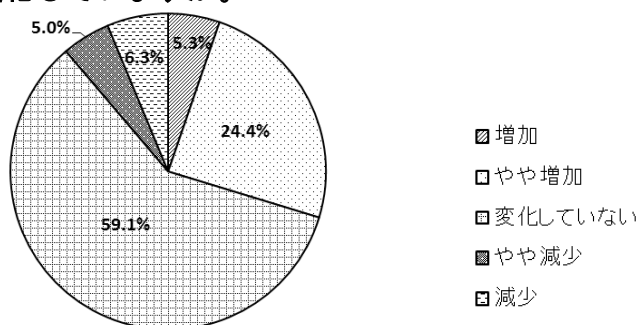
(注) 当省の調査結果による。

⑦ 「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者の状況

「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者数については、ここ10年間で「減少」しているが19社（6.3%）、「やや減少」しているが15社（5.0%）、「変化していない」が179社（59.1%）となっており、約7割の企業（213社）が減少、やや減少又は変化していないと回答している。

図表2-(2)-イ-⑦ 「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者の状況

○ 政府は、「グローバル人材」を下記のように定義しています。
 貴社では、ここ10年間で「グローバル人材」に当てはまる新卒採用者数は、どのように変化していますか。



【政府（第2期計画）におけるグローバル人材の定義】

日本人としてのアイデンティティや日本の文化に対する深い理解を前提として、豊かな語学力・コミュニケーション能力、主体性・積極性、異文化理解の精神等を身に付けて様々な分野で活躍できる人材

区分	増加	やや増加	変化していない	やや減少	減少	合計
選択した企業数	16	74	179	15	19	303
選択率	5.3%	24.4%	59.1%	5.0%	6.3%	100.0%

(注) 当省の調査結果による。

⑧ 「グローバル人材」の3要素に照らした新卒採用者の能力

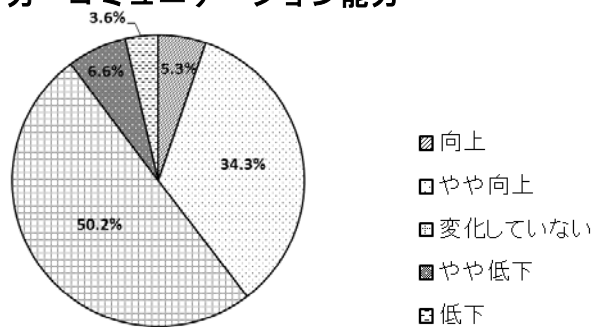
i) 語学力・コミュニケーション能力

「グローバル人材」の3要素のうち、語学力・コミュニケーション能力については、ここ10年間で「低下」しているが11社(3.6%)、「やや低下」しているが20社(6.6%)、「変化していない」が152社(50.2%)となっており、約6割の企業(183社)が低下、やや低下又は変化していないと回答している。

図表2-(2)-イ-⑧-i 語学力・コミュニケーション能力

○ 貴社では、ここ10年間で「グローバル人材」の3要素に照らし新卒採用者の能力は、どのように変化していますか。

i) 語学力・コミュニケーション能力



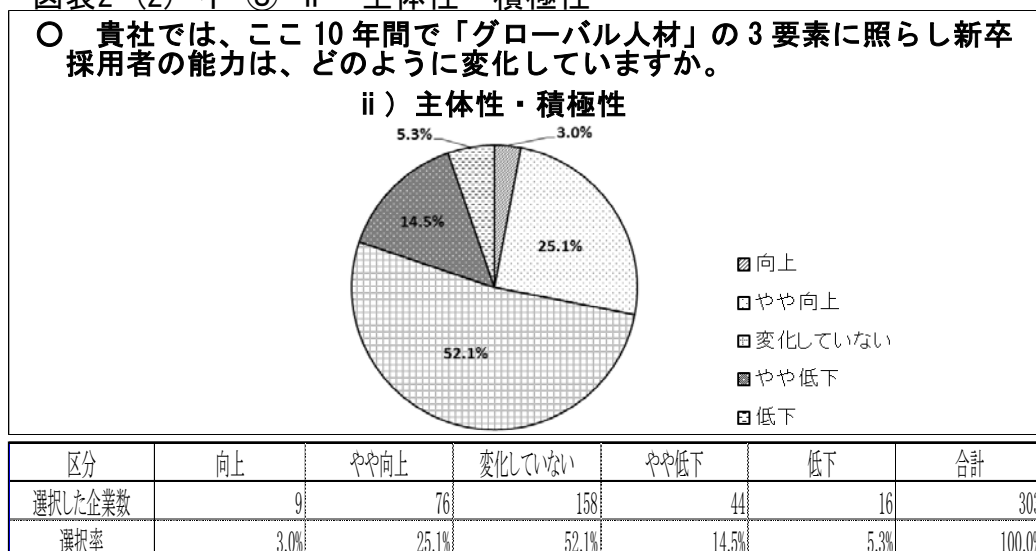
区分	向上	やや向上	変化していない	やや低下	低下	合計
選択した企業数	16	104	152	20	11	303
選択率	5.3%	34.3%	50.2%	6.6%	3.6%	100.0%

(注) 当省の調査結果による。

ii) 主体性・積極性

「グローバル人材」の3要素のうち、主体性・積極性については、ここ10年間で「低下」しているが16社（5.3%）、「やや低下」しているが44社（14.5%）、「変化していない」が158社（52.1%）となっており、約7割の企業（218社）が低下、やや低下又は変化していないと回答している。

図表2-(2)-イ-⑧-ii 主体性・積極性

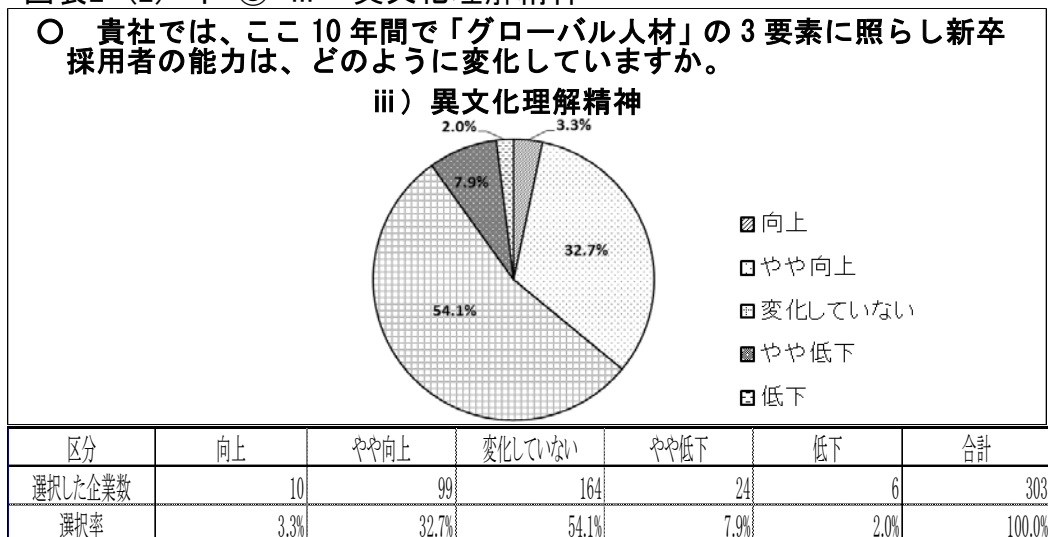


(注) 当省の調査結果による。

iii) 異文化理解精神

「グローバル人材」の3要素のうち、異文化理解の精神については、ここ10年間で「低下」しているが6社（2.0%）、「やや低下」しているが24社（7.9%）、「変化していない」が164社（54.1%）となっており、約6割の企業（194社）が低下、やや低下又は変化していないと回答している。

図表2-(2)-イ-⑧-iii 異文化理解精神

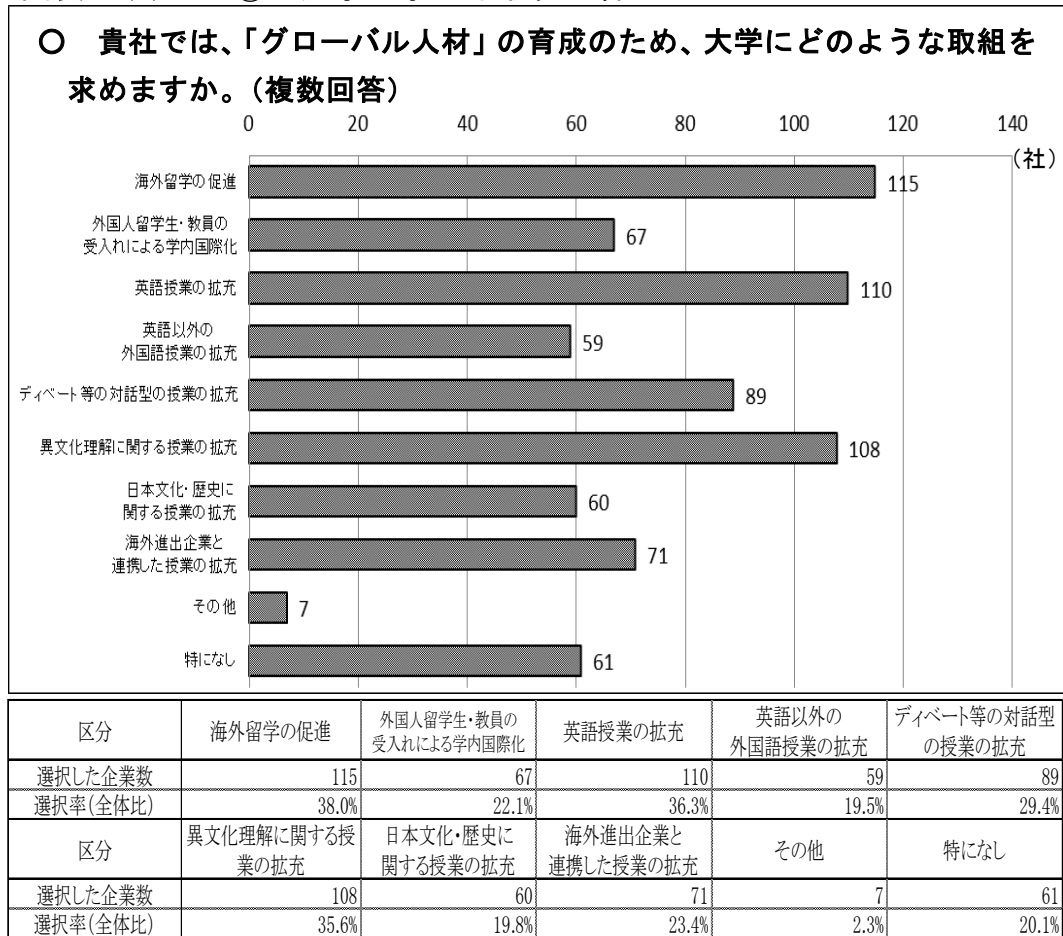


(注) 当省の調査結果による。

⑨ 大学に求める取組内容（複数回答）

「グローバル人材」の育成に係る大学に求める取組については、「海外留学の促進」が115社（38.0%）と最も多く、次いで、「英語授業の拡充」が110社（36.3%）、「異文化理解に関する授業の拡充」が108社（35.6%）、「ディベート等の対話型の授業の拡充」が89社（29.4%）、「海外進出企業と連携した授業の拡充」が71社（23.4%）などとなっている。

図表2-(2)-イ-⑨ 大学に求める取組内容



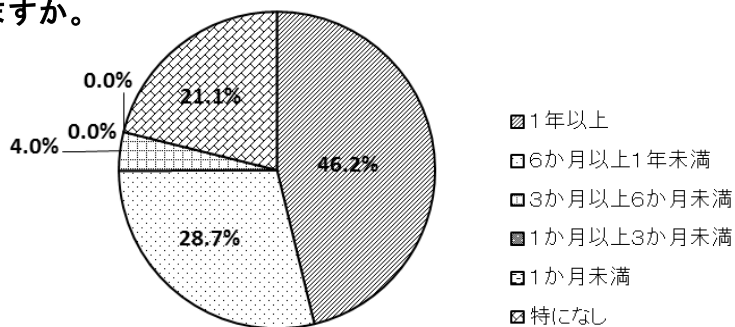
(注) 当省の調査結果による。

⑩ 学生に求める理想的な留学期間

学生に求める理想的な留学期間については、「1年以上」が140社（46.2%）と最も多く、次いで、「6か月以上1年未満」が87社（28.7%）となっており、約7割の企業（227社）が6か月以上の留学期間が理想的であると回答している。

図表2-(2)-イ-⑩ 学生に求める理想的な留学期間

○ 貴社では、学生の海外留学について、どれくらいの留学期間が理想的だと思いますか。



区分	1年以上	6か月以上1年未満	3か月以上6か月未満	1か月以上3か月未満	1か月未満	特になし	合計
選択した企業数	140	87	12	0	0	64	303
選択率	46.2%	28.7%	4.0%	0.0%	0.0%	21.1%	100.0%

(注) 当省の調査結果による。