

# 外国人人材白書

2015年

具体的な企画以前に人材を確保?!  
進化する日本企業の採用戦略



## 株式会社ビーコス

代表取締役： キム チュング  
金 春九

問合せ先： 人材開発部 ホッタ コウジ  
堀田 耕司

TEL： 03-5733-4265（代表）

03-5733-3849（直通）

メール：[jinzai2@b-cause.co.jp](mailto:jinzai2@b-cause.co.jp)

HP：<http://www.b-cause.co.jp/>

2015年4月

## 目次

### 概要

- 1 **最近の外国人人材市場の特徴 & 企業の採用戦略・外国人人材確保の方針の変化**
  1. I 2014～2015年度の外国人人材市場の変化
    - 現在の外国人人材採用の特徴
  1. II まだまだ消極的な企業が多い
    - 閉鎖的な日本企業の採用戦略!?
  
- 2 **新しい傾向に伴う外国人人材業界の動き、嗜好、特徴など**
  2. I ビーコスの紹介で成約した外国人人材の分析
    - 2014年度のサービス概況と変化
  2. II ミャンマー・トルコなどの新たに求人ニーズのある進出先
  
- 3 **2014～2015の外国人人材をとりまく環境について**
  3. I 訪日外国人数の急増による関連業界の人材ニーズの増加
  3. II 外国人人材に求められるもの
    3. II. ① 経験・スキル
    3. II. ② 日本語能力
    3. II. ③ 歓迎される人材像とは
  3. III ビーコスの人材紹介会社としての役割

終わりに

参考資料

## 概要

2011年12月に政府によって導入された、高度外国人材の受け入れに積極的に取り組むための「高度人材に対するポイント制による出入国管理上の優遇制度」が、外国人人材採用の追い風となった。この制度によって、在日外国人、特に高度人材を取り巻く環境が以前より遥かに改善したと同時に、外国人企業のさらなる高度外国人材の雇用促進を働きかけている。

この2014～2015において目立ったのは、企業の外国人材を採用する最大の理由が「国籍に関係なく優秀な人材を確保するため（人材のダイバーシティ戦略）」になりつつあることだ。つまり、会社が存続・発展するためには、ライバル他社よりも一歩先に優秀な人材を確保し、グローバルの競争において優位に立つことが最優先で、人材の国籍によってポジションを作ることは、以前より減っている。2014～2015の外国人材市場は、そういった特徴が特に目立った。

## 1. 最近の外国人材市場の特徴 & 企業の採用戦略・外国人材確保の方針の変化

### 1. I 2014～2015年度の外国人材市場の変化

#### ー現在の外国人材採用の特徴

下記は、ビークロスに依頼された外国人求人の案件について、

3年前（2012.4-2013.3） ※図1

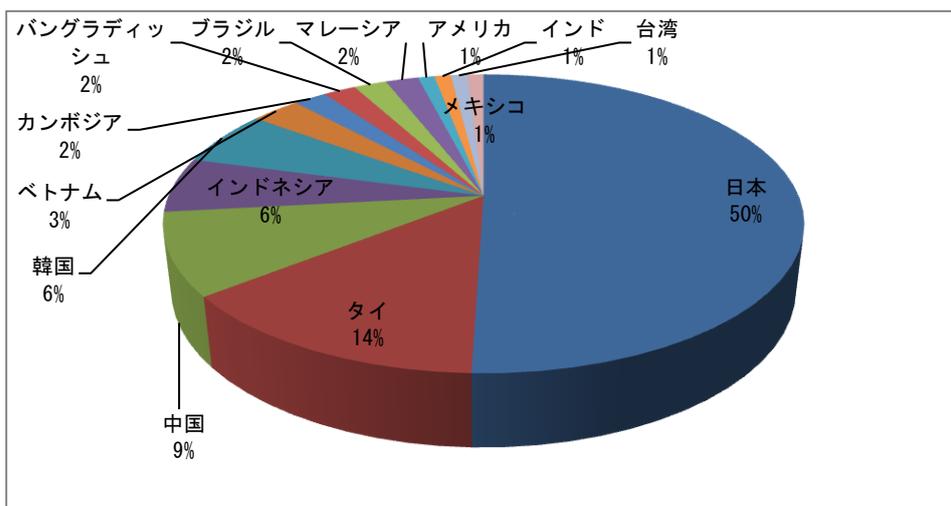
2年前（2013.4-2014.3） ※図2

過去1年（2014.4-2015.3） ※図3

について、それぞれのシェアをグラフにしたものである。

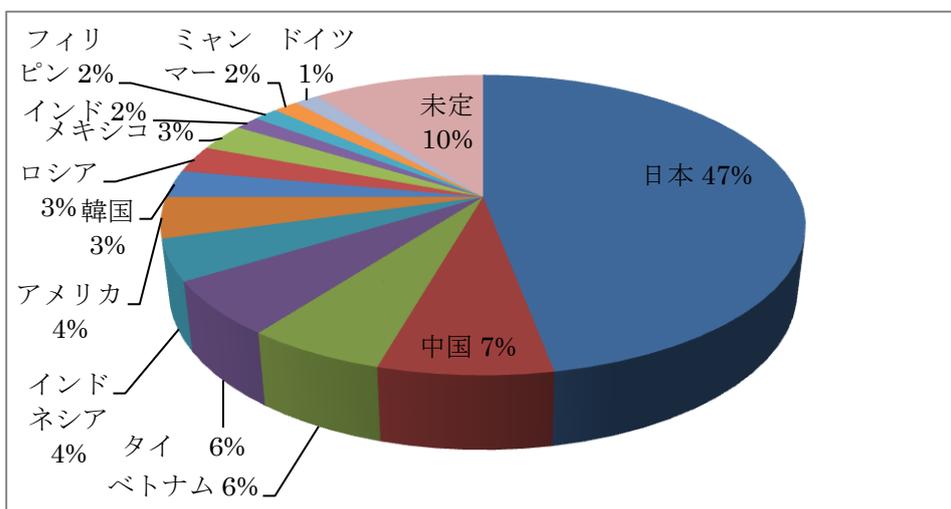
3年前の2013年と比べ、日本での勤務が徐々に減ってきている傾向である。その代わりに、アジア諸国、特に東南アジアを中心に、日本企業の現地法人での勤務が多くなっている。（スタートは日本勤務で将来海外転勤を含む）一方、まだまだ日本本社での勤務が圧倒的に多いとも言える内容である。

「日本留学・就業経験を持つ外国人材を採用し、ある程度本社で経験を積んだ上、海外現地に赴任」という従来の形に加え、「海外現地で新卒中心に優秀な人材を採用し、そのまま現地にて勤務」という採用の方法も新たに拡大しつつある。人件費・採用コストよりも、日本留学経験を持たない現地の優秀な人材のポテンシャルを見込んでの結果である。



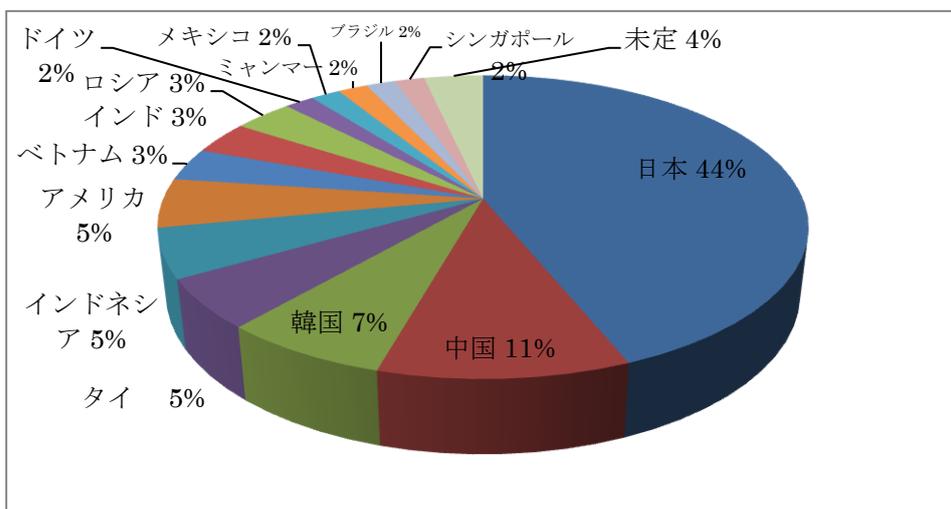
2012. 4-2013. 3

(図1)



2013. 4-2014. 3

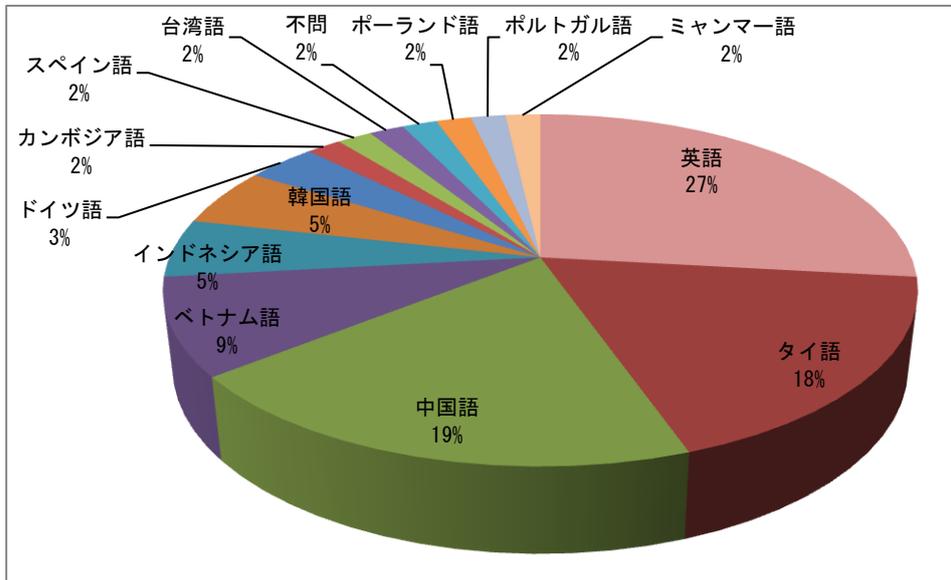
(図2)



2014. 4-2015. 3

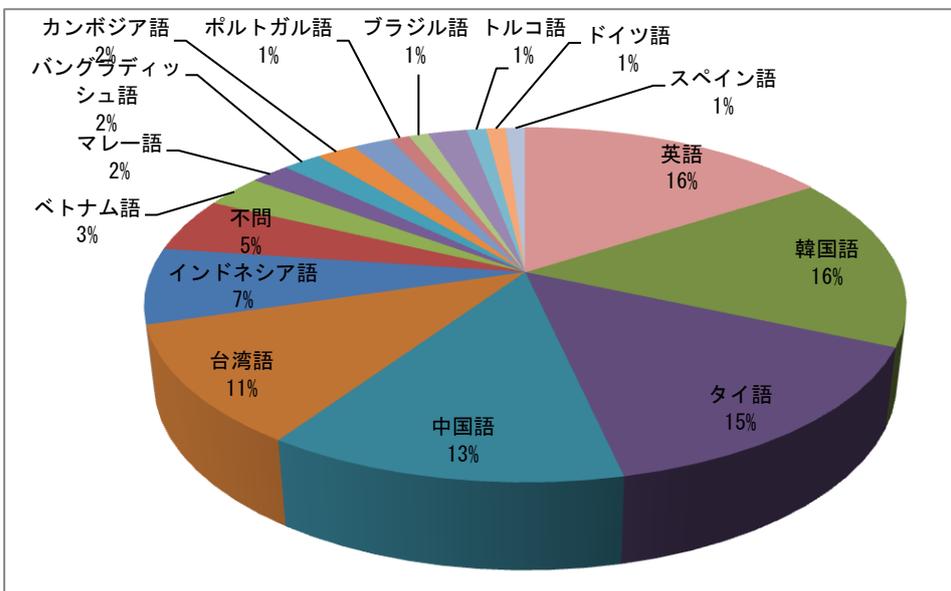
(図3)

企業の海外進出先が多彩多様である。下記の図4・図5・図6の通り、企業の求める日本語以外の語学力の求人ランキングで、英語のほか常に上位にあるのは中国語・タイ語・韓国語である。東南アジア人材のブームがこれからも続くことが明白であり、インドネシア語・ベトナム語をはじめ、合計すれば東南アジア言語のニーズは英語をも凌駕する。



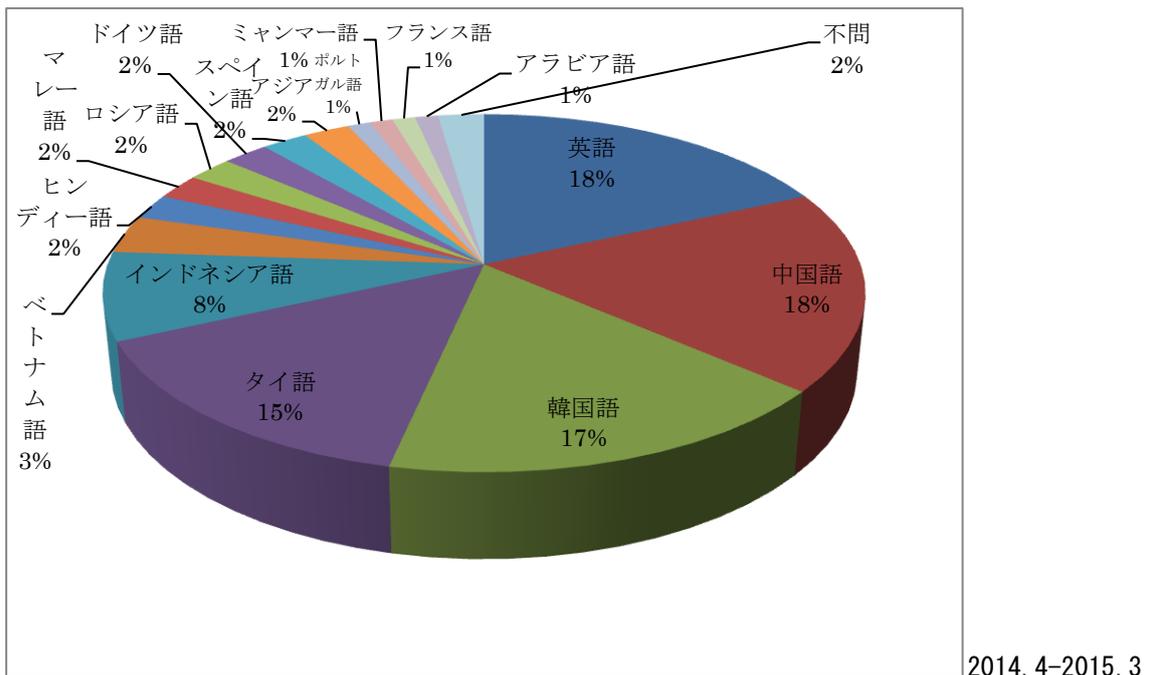
2012. 4-2013. 3

(図4)



2013. 4-2014. 3

(図5)



(図6)

この動きについてビーコスの見解としては、以下の通りである。

日本のビジネス社会、引いては経済モデルが、メーカー企業を中心にできている。つまり、すべての産業チェーンがメーカーの動きとともに変化する。2010年前後からはじまった中国の生産コスト・人件費の高騰により、もはや「世界の工場」が「世界の市場」に変わったいま、生産基地をすべて中国一本化に保つのは無謀である。メーカー企業はより生産工場に適する東南アジアに拠点を移し、そこで生産した製品を中国・欧米・日本国内に輸出するという戦略をとっている。また、メーカーのこの変化とともに、関連企業も東南アジア現地に新たに法人を設立し、メーカー企業に様々なサービスを提供すると同時に、ローカル企業向けの新たなビジネスチャンスも狙っている。それによって東南アジア（生産・一部販売）、中国（販売・一部生産）、欧米（販売）といった日本企業の世界における布陣ができつつある。しばらくはそれぞれの特性に適したローカル人材のニーズがあるため、ここ3年間の図がそこまで目立った変更がない原因だと思われる。

さらに一つ最近の傾向として、現在の日本企業の外国人採用は、実際の海外進出もしくは海外との連携に伴うことも多いが、「現段階では企画段階で、まだ具体的な事業計画はないものの、まずは優秀な人材を確保し、その事業を担ってもらおう」という人材面の競争において優位に立とうという戦略もある。この傾向は、今後はますます広がり、日本企業の海外人事戦略の重要な一環になっていくのではないかと考えている。

## 1. II まだまだ消極的な企業が多い —閉鎖的な日本企業の採用戦略!?

外国人人材を採用する企業のもっとも多い出発点というのは、「国籍に関係なく優秀な人材を確保するため」であることは前述にも挙げたが(実際人材のダイバーシティ戦略のニーズなど)、実際企業の外国人人材向けの採用担当(新卒含む)は、外国人の採用に必要な知識を備えていないことが多い。例えば、2012年5月に導入された、学歴・職歴・年収などの項目ごとに付与されるポイントの合計が一定点数に達した外国人人材に向けた「出入国管理上の優遇措置」という制度について、9割近くの採用企業がこれを知らない。

また、日本企業の海外進出は言うまでもなく、外国人人材の採用も長年経ているものの、いまだに「社内の国際化、外国人社員の教育・定着」に向けて一番取り込んでいる活動という、「日本社員の異文化への理解を高める」という初級レベルのものに留まっているのが現実である。

## 2. 新しい傾向に伴う人材側の動き、嗜好、特徴など

### 2. I ビーコスの紹介で成約した外国人人材の分析

#### —2014年度のサービス概況と変化

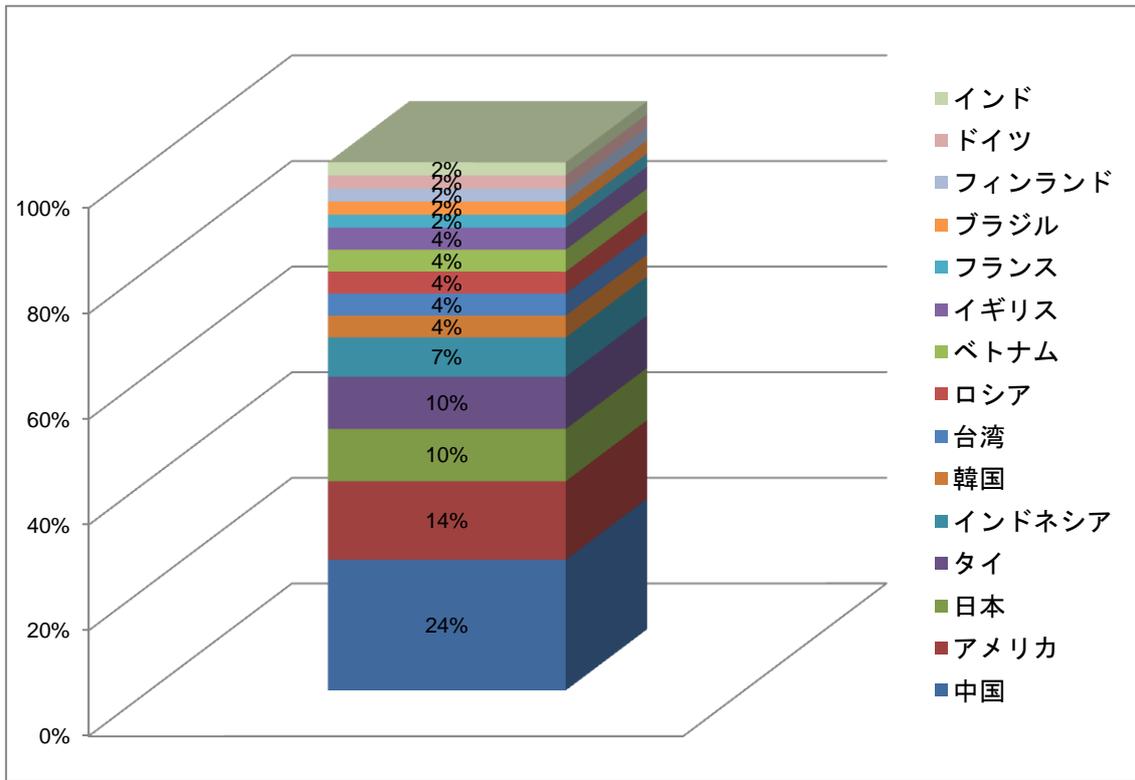
下記は、過去3年間実際ビーコスの紹介で企業に入社した外国人人材の国籍別の統計である。

図の通り、紹介成約者の国籍が17ヶ国(2012.3-2013.3)→17ヶ国(2年前)→16ヶ国(ここ1年間)と横ばいである。中でも特に東南アジア各国をはじめとして、日本企業の求める人材の国籍多様化に対し、われわれの人材の提供の面での対応も追いついており、対応できている。

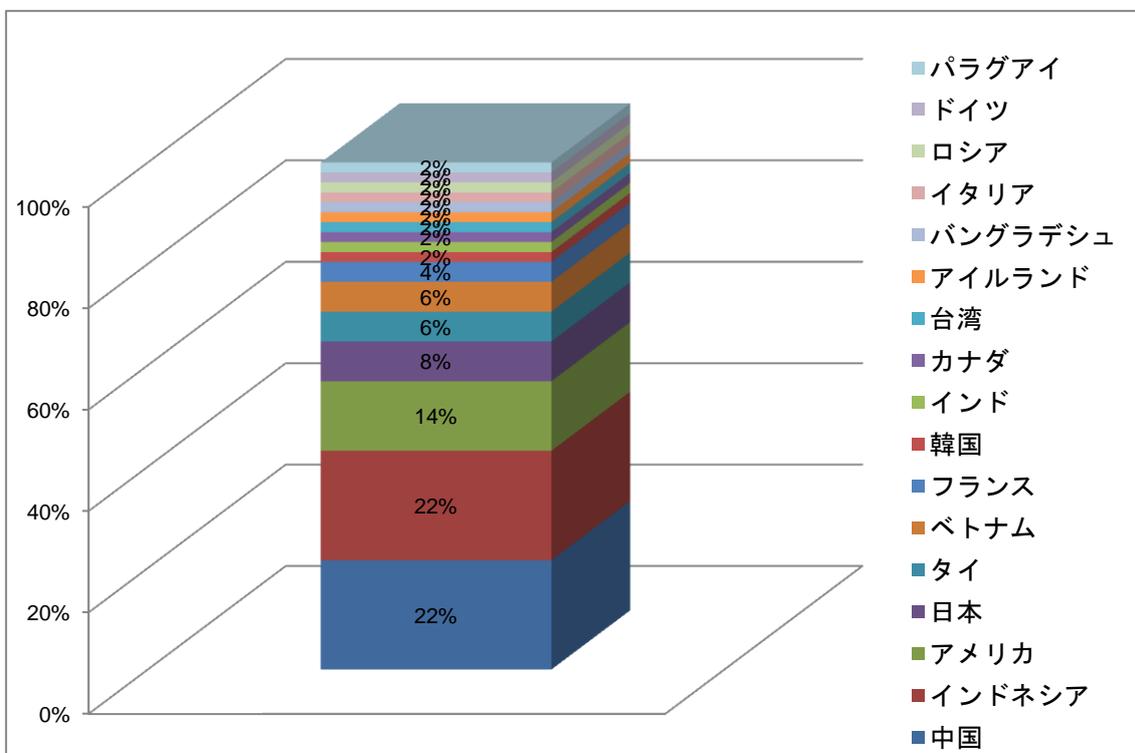
また、アメリカをはじめ英語ネイティブ人材のニーズにも、毎年のように対応できている。その要因は、ビーコスには160ヶ国からなる高度外国人人材を保有しており、企業の様々な求人ニーズに対応できるシステム作りと、十数年からなる外国人人材に対するノウハウを保有しているからである。

中国・アメリカが上位になることが多いが、実はその内容と人材の内訳はそれぞれである。中国に関しては、留学で来日の人材がほとんどで、新卒で日本企業に勤めるケースが非常に多い。母国語の能力・中国とのビジネス関連性を除いて、就業先・転職先の企業や職種、またその採用の流れも日本人の就業者・転職者とはさほど変わらない。

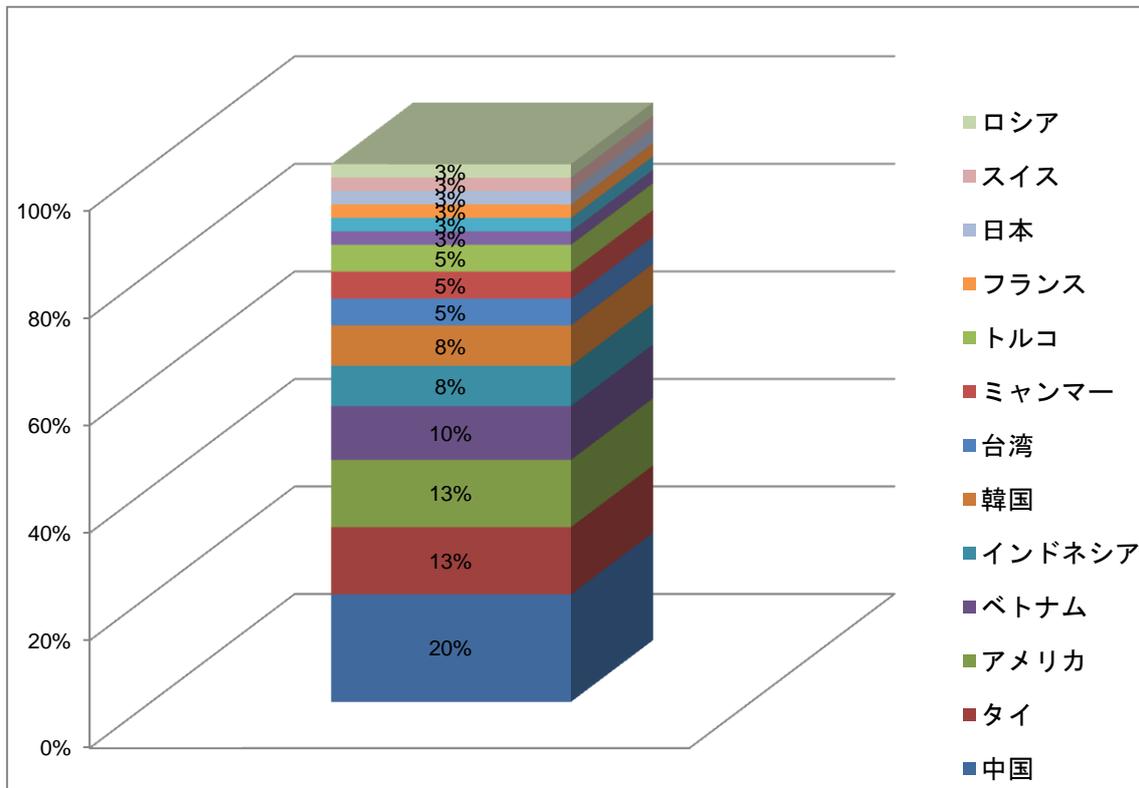
アメリカ人の人材に関しては、やはり単純に英語力を求められるケースが多く、全体の割合も年々減っている。そのため、採用職種も語学の講師、あるいは翻訳・通訳のポジションがほとんどである。ただし、今年に入って徐々に営業職・事務職の求人(アメリカ進出、あるいは日本国内の海外対応体制強化を図る企業よりの依頼、円高ドル安が主な原因と企業からの声も)も増えつつあるので、今後の変化は楽しみである。



2012. 4-2013. 3 (図7)



2013. 4-2014. 3 (図8)



2014.4-2015.3 (図9)

## 2. II ミャンマー・トルコなどの新たに求人ニーズのある進出先

前述もあったように、日本企業（特にメーカー・中小規模のメーカーも含め）の東南アジアの進出の強化も、この3つの図から判明できる。

数字上は、東南アジアの国籍の成約人材の占めるパーセンテージは、34%（2012.4-2013.3）→34%（2年前）→36%（ここ1年間）と僅かではあるが増えてきている。中でもインドネシア・タイは、いまやメーカー企業の主に求められる国籍の人材になってきており、その地位を確立しつつある。また、2014年度に目立ったのは、ミャンマーである。発展途上国の中でも、特に将来性が有望であり豊かな点と、社会インフラ整備の部分では遅れを取ってはいるが、それこそがチャンスだと見ている企業がたくさん存在するからだ。コストの点面においても非常に魅力的で、ここで生産したものは、東南アジア各国で販売しても、利益率が高いといったアセアン全体における成長戦略で、ミャンマー籍の優秀な人材を採用確保する企業が増加傾向にある。トルコに関しては、いままでは極めて珍しかったが、もともと親日国家であることに加え、アジアとヨーロッパを結ぶ海底トンネルの工程にたくさんの日系企業が参加したことで、一段と日本企業の中でもローカル人材のニーズが上昇している。また、この2ヶ国に関しては在日の留学生数・社会人数も年々増えており、双方のニーズが合致した結果とも言える。

### 3. 2014～2015の外国人人材をとりまく環境について

#### 3. I 訪日外国人数の急増による関連業界の人材ニーズの増加

現在、外国人観光客の話題が多くなっている。下記の図で訪日外国人数の急増が一目瞭然である。

※日本政府観光局（JNTO）による訪日外国人数の統計（2015年3月発表分・一部データ）

年度	訪日外国人数	前年度増加率
2014年累計	13,413,494	29.4%
2013年累計	10,363,904	24.0%
2012年累計	8,358,105	34.4%
2011年累計	6,218,752	

図10

内需だけではなくグローバルに眼を向けると、ターゲット層が多国籍となれば、商機（＝外国人客の消費の節目）は年間を通じてやってくる。多くの事業者様にとって、外国人客をどれだけ取り込めるかが売上の重要な「伸びしろ」である。今後の国内市場においては、“外国人対応を制した者が市場を制す”と言っても過言ではない。そこで多言語力を持つ人材やお客様と同じ国籍のスタッフが現場にいただけで、対応もスムーズとなり親近感も感じてもらうことができる。免税店・リゾート地をはじめ、たくさんの人材採用のニーズが出てきている。ビーコスも、この分野で2014年度においては、下記4件の正社員採用の紹介に至っている。

大手旅行会社	日本語⇄中国語（繁体字）の翻訳・通訳、連絡・発信等の事務業務	台湾籍1名
化粧品会社	空港免税店内の中国語ネイティブ販売スタッフ	中国籍1名
携帯販売代理会社	auショップでの販売職（ベトナム語ネイティブ）	ベトナム籍1名
スポーツ用品販売会社	インターナショナルビジネススタッフ	アメリカ籍1名

#### 3. II 外国人人材に求められるもの

##### 3. II. ① 経験・スキル

外国人の転職では、日本人の転職に比べ、必ずと言っていいほど業界での経験が求められる。外国人を採用するにあたり、入社後の教育研修は日本人よりも時間が必要となり、精神面ではなかなか会社に溶け込むことができないのではないかと懸念もある。企業は「即戦力」を更に超えて「黙っていてもすぐに利益を生み出せる人材」を求めているようである。それは中途採用であればもちろんのこと、新卒採用でも外国人人材の場合に母国でのビジネス経験（インターシップなどを含む）があれば、その部分を重視する事が多い。こうした事は現地でのノウハウが

なく、初めて外国へ進出する企業などにとっては好条件となる。

それとは逆に、母国でのビジネス経験のある人材をあえて採用しないケースもある。つまり、少しでも母国で社会人経験ある留学等で日本に来る外国人に対し「教育しにくい」と決めつけてしまう企業も少なからず存在する。

いずれにせよ、日本企業の外国人採用に対する姿勢はまだまだ消極的であり、とても慎重である。そして待遇面・教育面など、外国人を受け入れる体制が整っている会社は、まだまだ非常に少ないと言わざるを得ない。この大変な経済状況の中では仕方がない部分として理解できるが、日本企業の外国人採用戦略は現状のままでも良いのかと疑問を投げかけたい。日本式のビジネス能力を求めるとすれば、日本に大志を抱き訪れ、「留学・就職をしたい、日本の企業で成長したい」と希望に燃える外国の若者に対し、日本企業側が体制を整えて迎え入れることも必要なのではないかと思う。

### 3. II. ② 日本語能力

業界や職種によって日本語レベルの要求度に差はあるものの、日系企業で働く以上、日本語能力を多くの企業が当然のように要求してくるのが実情である。対クライアントだけではなく、社内でのコミュニケーションをスムーズにとるためには、採用基準として日本語能力はどうしても外せない重要なポイントとなる。

しかし、ビジネスレベルで流暢に日本語を話せる人材を求める企業が多い一方で、近頃では日本語能力不問の求人が出る傾向もある。例えば、海外戦略を現地で展開したい企業は、日本語能力よりも、現地でどれだけの事業を担って行けるか、その人材のビジネス能力、特に現地での経験を求めている。

### 3. II. ③ 歓迎される人材像とは

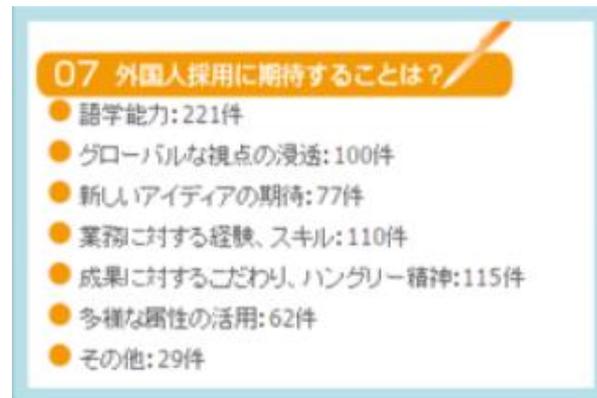
採用現場に携わって来た経験から、日系企業の外国人人材採用において、実は「人物面」が最も重要な点と考えられる。

入社後に自社の雰囲気や社風等に合うかどうかというような、日本人の採用時と同じ視点でのチェックもあるが、外国人を採用する際に企業が特にチェックする点は、その人材が日本人と同じような物事の見え方ができるかどうかなのである。

ビーコスの見解としては、この考え方が時代遅れとなりつつあり、これからの日本企業の発展を阻害すると考えている。新興国からの急激な経済成長で頭角を現してきた新しいグローバル企業や従来の競争相手である海外競合企業とも、まずは人材の争奪戦に勝利しなければあらゆる側面で遅れを取ると思われる。日頃から社員に対し、「従来の固定観念を捨てろ」と強調しつつも、会社自体が「日本人の物事の見え方」という固定観念は捨てられないように見受けられる。

しかし一方で、純粋にビジネスに対する姿勢、仕事に取り組む態度から人物を判断する企業も少なくない。それらの企業は、外国人の「日本人と違う部分」の価値を、真摯に受け止めているといえるだろう。

※右記の図はビーコスの取引企業に対してのアンケートの結果の一つであり、外国人採用にあたって企業が期待する点を表している。



(図 1 1)

### 3. III ビーコスの人材紹介会社としての役割

主な在日外国人人材は、「将来目指すもの」は日本でビジネス経験を積み、将来的に母国と関連性のある事業に携わりたいという希望を最も抱えている。

いずれにせよ彼らは、日本語や日本の文化を学んでいる以上、自身の母国語を含めた語学力を活かして仕事をしたいという願望は強い。そうした中には、自分のやりたい仕事、入りたい業界を明確に目標とする人もいれば、「今すぐではなくても将来的に自分の成長に繋がる仕事」を提供する企業であれば、理想的であると理解する人もいる。

#### 求人案件受注から入社に至るまでの双方へのケア

人材紹介会社としての経験上、企業の求める人材のスペック・細かいニーズの部分が、採用に至るまで全く変わらない求人は少ないと心得ている。よって一つ一つのステップでのヒアリングが非常に大事なポイントになるのである。日程調整の際や1次面接後そして2次面接後など、その都度で必ず新たな企業側からの条件や応募者の状況の変化などが出てくる。しかし、こうした要望に対応できない人材紹介会社は、企業からも、応募者からも信頼されないと思われる。

さらに、内定から入社までのケアも、非常に大事なポイントであり、例えば新卒の学生の場合は就労ビザの申請など、企業の場合は会社資料の用意などもあるので、人材を紹介した会社として最後まで責任を持ってサポート、アドバイスをきちんと提供し、双方にとってベストの結果に結び付けることだけに集中するよう心掛けている。

## 終わりに

人材ビジネスに携わる企業の見解として、近年の外国人人材の流れは日本企業にとって非常に重要なターニングポイントであると肌で感じている。社内の外国人人材登用によって海外の現場とのやり取りだけでなく、マーケティング・リサーチ・新規事業戦略などの業務において活用できるからである。これから日本がグローバル社会での競争を生き抜くことができるか、また外国企業と共存していけるかどうかは、今後の外国人人材の雇用が大きな要素となるのは間違いないと断言できる。

また、従来ビーコスは、ホワイトカラー（オフィスワーク）を中心に人材ビジネスを展開してきた。ここ1～2年の外国人観光客の急増などによるインバンド関連の人材ニーズにも答えるべく、2015年度以降は、観光・免税店・インバンド関連にも力を入れ、この業界へもたくさんの優秀な人材を送り込みたい所存である。

ビーコスでは、日頃から外国人人材を専門的に扱うプロとしての意識を高めている。そのためにはあらゆる面において企業と人材の両方に対して、そのノウハウを提供することを惜しまない。少しでも日本社会において高度外国人人材の活躍の場を広げていけたらと心掛けている。これは、私たち外国人人材ビジネスに関わる企業の責任でもあり、今後も精進し続けるように今以上の努力をしなければならないと考える。

### 参考資料：

図1～図9： 株式会社ビーコス資料：2012年～2015年人材開発部統計データ

図10： 日本政府観光局（JNTO）による訪日外国人数の統計（2015年3月発表分）

図11： 「外国人を採用したい日本企業へのアンケート結果」

※ビーコス運営の外国人求人専門サイトHiworkの下記統計データより

[http://www.hiwork.jp/client\\_co/sv\\_result.aspx](http://www.hiwork.jp/client_co/sv_result.aspx)

### 【株式会社ビーコスの会社紹介】

ビーコスは、国内最大級の外国人高度人材の登録数を誇っており、これまで様々な業界の企業に、数多くの優秀な外国人人材を紹介することに成功しました。

ビーコスの企業用登録人材検索サイト：<http://www.hiwork.jp/>

登録人材の特徴としては、日本と何らかの繋がりを持ち、グローバルに活躍したい方が主体になっています。総勢 169 ヶ国、160 言語の人材 55,700 名 登録していただいております。このリソースを持って日系企業中心にグローバル人材のニーズに答えています。日本にて就業中の外国人人材、海外在住の日本語堪能な人材(一度日本にて就業経験を有する方を含め)、在日外国人留学生、就活中の学生と幅広く人材を抱えております。

外国人人材登録サイト：

<http://staff.hiwork.jp/>

### 【会社概要】

会社名：株式会社ビーコス (b-cause co., Inc.)

代表者：代表取締役 金 春九

資本金：2,000 万円

設立：2001 年 10 月 19 日

所在地：東京都港区浜松町 2-1-3 第二森ビル 4 階

URL：<http://www.b-cause.co.jp/>

事業内容：外国人人材紹介・派遣・コンサルティング業務

<http://www.hiwork.jp/>

多言語・希少言語(160 ヶ国語)翻訳・通訳業務全般

<http://www.trans-english.jp/>

38 言語クラウド型翻訳サービス

<https://www.trans-pro.net/>

## ○ 外国人採用に関するアンケート集計結果

## 01 過去の外国人の採用実績

- ある: 221件
- ない: 109件

## 02 採用者の職種

- 文系(営業・販売・マーケティング系): 124件
- 文系(事務・管理系): 59件
- 文系(翻訳・通訳・語学講師系): 103件
- 理系(IT・CAD・デザイン系): 74件
- 理系(電気・機械系): 36件
- 理系(研究・開発系): 20件
- その他: 64件

## 03 採用先

- 国内: 279件
- 海外: 84件

## 04 過去の採用人数

- 0名: 71件
- 1名: 58件
- 5名: 102件
- 10名以下: 32件
- 10名以上: 52件

## 05 採用者の国籍

- 中国: 95件
- 韓国: 49件
- アメリカ合衆国: 36件
- 日本: 29件
- イギリス: 19件
- 台湾: 18件
- タイ: 16件
- ベトナム: 16件
- カナダ: 15件
- オーストラリア: 14件

## 06 採用する上での不安点

- ビザ: 99件
- コミュニケーション: 99件
- 文化、環境の違い: 76件
- その他: 92件
- 特になし: 13件

## 07 外国人採用に期待することは?

- 語学能力: 221件
- グローバルな視点の浸透: 100件
- 新しいアイデアの期待: 77件
- 業務に対する経験、スキル: 110件
- 成果に対するこだわり、ハングリー精神: 115件
- 多様な属性の活用: 62件
- その他: 29件

## 08 外国人を採用しない理由

- 外国人である必要がない: 13件
- 海外との取引自体がない: 3件
- コミュニケーション等の不安: 12件
- ビザのサポートが面倒: 2件
- その他: 15件

[http://www.hiwork.jp/client\\_co/sv\\_result.aspx](http://www.hiwork.jp/client_co/sv_result.aspx)