

鹿児島県の企業における人材活用と国際化に関する実態調査

Human Resources Management and Internationalization
in Companies of Kagoshima Prefecture : Company Policies

大重康雄・有馬恵子・有馬利加子・倉元博美・瀬戸博幸・松村矩之

はじめに

政府（内閣府）が発表した本年10月の月例経済報告では、日本経済の基調判断として「景気は、回復している」とし、またその景気に関して「いざなぎ景気（1965年10月～1970年7月・・・57ヶ月）」に並ぶ戦後最大の景気回復局面（2002年1月～2006年10月）であると、その回復に自信を示している。

その大型景気の要因は、各報道でも明らかなようにアジア経済の高成長に支えられた「輸出」が主役であり、為替相場が円安トレンドで推移したことも下支えしている。過去の牽引役が「設備投資」や「個人消費」であったことを考えるとかなり様相が違ってきている。また国内総生産（GDP）の期間中の伸び率（名目ベース）は、「いざなぎ景気は122.8%で、経済規模が2.2倍に膨らんだ。今回は4.2%増にとどまる。実質成長率（年率平均）は5分の1」（10月13日/日本経済新聞 朝刊より）と、我々の家計からすると実感の乏しい景気回復である。

本調査は、そのような状況下、鹿児島県内の企業がどのような動向を示しているのか、その実態を明らかにすることを目的としたものである。本稿は2部構成となっており、第1部では人材活用の状況を、第2部では国際化の実態を報告する。

第1部の「人材活用の状況」については、昭和62年から継続して調査を実施している。女子短大の教育へ資することを目的とするものでもあり、女性社員についての調査を主としている。現代では、女性の社会進出が進み、その活躍の場は多様な職種・職場にわたっている。企業にも、女性を戦力として活用しようとする動きが見られる。しかし、女性労働者は常に景気に大きな影響を受ける立場にあることは否めない。前述のとおり、景気は回復したと言われているが、そのような中で、鹿児島県内の企業が求める人材、企業が期待する女性社員像とはどのようなものか、今回の調査を通して明らかにしたい。

第2部の「国際化に関する実態調査」は、今回初めて実施するものである。輸出牽引型の景気局面が催促するように、経済連携協定（EPA）の締結加速は、現政権の重要課題となってきている。県内総生産構成比に占める農業の割合が、全国比で3倍以上と格段に高く、製造業比率が半分に近い鹿児島県は、輸出関連産業中心の景気維持では恩恵が薄く、経済連携協定の交渉でも農業分野の問題から守勢に回らなければならない現状がある。

この第2部では、鹿児島県企業の海外ビジネス展開の現状を調査した結果を検証し、今後の県内経済活性化への道筋を第1部での人材育成に関わる部分も併せて考えたい。

調査の概要

- 1) 調査時期 平成18年8月21日～9月22日
- 2) 調査対象 鹿児島県に所在する事業所358社
- 3) 調査方法 質問紙による郵送調査
- 4) 調査内容 第1部, 第2部に分けて記載
- 5) 回収状況 有効回答数 118社 回収率33.0%
- 6) 回答企業の業種別内訳 (下記の通り)
- 7) 回答企業の従業員数別内訳 (下記の通り)

回答企業の業種別内訳

	平成6年	平成10年	平成18年
1. 鉱業	0	0	0
2. 建設業	2	5	14
3. 製造業	37	23	23
4. 卸・小売業	57	35	36
5. 金融・保険業	7	6	3
6. 不動産業	2	2	0
7. 運輸・通信業	10	3	5
8. 電気・ガス・水道・熱供給業	3	3	3
9. サービス業	17	14	24
10. その他	7	8	6
無回答	6	1	4
計	148	100	118

(単位：社)

回答企業の従業員数別内訳

	平成6年	平成10年	平成18年
49名以下	28	19	24
50名～99名	45	23	36
100名～149名	38	9	17
150名～199名			8
200名～249名	8	12	5
250名～299名			7
300名～349名			1
350名～399名	21	27	6
400名～449名			1
450名～499名			3
500名～999名			4
1000名以上			2
無回答	0	0	4

(単位：社)

第1部 人材活用の状況

1. 調査内容

- | | |
|-------------------|----------------|
| (1) 新入社員教育 | (4) 採用状況 |
| (2) 女性社員に必要な資質・能力 | (5) 女子短大生のイメージ |
| (3) 女性社員の現状 | (6) 短大女子教育への期待 |

2. 結果及び考察

(1) 新入社員教育

新入社員教育の実施率は、前回調査時よりは少々下がっているものの91%と高く、現在も多くの企業で新入社員教育を実施していることがわかる(表1-1)。また、その実施方法については、表1-2に示すとおり、企業内での教育訓練が減少し、逆に企業・企業外をともに実施する場合が増加している。企業外での教育訓練を取り入れる企業が増加したことを示している。

新入社員教育の内容については、表1-3に示すように、「会社の歴史・組織・業務内容」「接遇(電話の応対など)マナー」次いで「就業規則などコンプライアンス」が多くなっている。この上位3項目は前回の調査時と同様である。社会人としての基本的な知識や技術を重視しているといえよう。また「人間関係(チームワーク等)」「小集団活動」「自己啓発」「創造性の開発」がいずれも大幅に減少しているが、これは新入社員教育の段階では、個人の基礎能力を向上させることに目的を絞っていることの表れであろう。

教育期間については(表1-4)、「4日-7日」が最も多く、次いで「1ヶ月以上」となっており、前回の調査と比較すると「8日-30日」が大幅に減少した。全体としては7日以内が58%を占めており、OJTによる仕事の実習は別として、研修としては短期間のものが多くなったといえよう。

表1-1. 新入社員実施状況

	平成6年	平成10年	平成18年
実施している	86	97	91
実施していない	14	3	8
無回答	0	0	1

(回答企業に対する割合)

表1-2. 新入社員教育実施方法

	平成6年	平成10年	平成18年
1. 企業内で教育訓練を行う	46	45	36
2. 企業外の教育訓練を受けさせる	4	6	7
1と2とを共に実施している	50	49	57

(実施企業に対する割合)

表1-3. 新入社員教育内容

	平成6年	平成10年	平成18年
会社の歴史・組織・業務内容	73	86	85
就業規則等コンプライアンス	76	87	72
CSR (企業の社会的責任)	—	—	31
接遇 (電話の対応など) マナー	82	87	83
文書の作成・取り扱い	34	27	17
人間関係 (チームワーク等)	44	49	34
情報機器の操作	42	26	27
事務機器の操作	39	31	34
創造性の開発	14	14	7
小集団活動	20	22	11
安全・事故防止	20	40	29
自己啓発	32	35	17
OJTによる仕事の実習	43	50	52
その他	5	3	8

(複数回答, 実施企業に対する割合)

表1-4. 新入社員教育期間

	平成6年	平成10年	平成18年
1日	4	2	8
2日-3日	23	20	17
4日-7日	34	29	33
8日-30日	30	31	18
1ヶ月以上	9	18	24

(実施企業に対する割合)

(2) 女性社員に必要な資質・能力

女性社員に必要な資質としては、「礼儀・言葉遣いのよさ」「やる気」「協調性」「責任感」「人柄のよさ」が上位にあげられている(表1-5)。この5項目は、順位に若干の相違があるものの、前回の調査と全く同様である。これらが、「事務機器操作」や「接遇」より上位にあることを見ると、仕事の技術よりも仕事に対する姿勢や人間性が重視されていることがわかる。また、「新しい感覚を持っている」が8ポイント上がっていることから、企業の若者への期待がうかがわれる。

短大卒の女性社員に必要な能力、すなわち女子短大での教育に期待されている項目については(表1-6)、「ビジネス実務の実践力」「情報処理力」「読み・書き・話す能力」が上位にあげられており、前回調査と同様である。このうち「ビジネス実務の実践力」を必要とする企業は次第に増加しており、学生時代に、ある程度の技術を身につける必要性を示すものである。また、前回の調査と比較すると「国際的な感覚」「英会話」「心理学の基礎」が大幅に増加していることが特徴的である。国際化に対応できる人材、人間関係に関する能力のある人材が求められてきたことの表れであろう。

最も大切と考える科目では、「職業人としての素養」「人間関係に関する能力」「ビジネス実務の実践力」が上位にあがっており、この3項目で63%を占める(表1-7)。また「幅広い一般教養」は減少しており、仕事に直結する実務的な資質・能力を求める傾向が強くなったといえる。

新入社員に期待するIT関連機器に関する能力では、ほとんどの企業が「ワープロが打てる」「表計算ソフトが使える」と回答している(表1-8)。3位の「事務用機器が扱える」を含めて、この3項目は新入社員にとっては必須の前提条件と位置づけられているといえる。

表1-5. 必要な資質

	平成6年	平成10年	平成18年
礼儀・言葉遣いがよい	68	72	78
やる気がある	69	66	69
協調性がある	76	74	65
責任感が強い	76	71	64
人柄が良い	47	43	50
接遇が良い	47	36	42
事務機器の操作ができる	34	33	32
判断力・行動力・企画力がある	30	30	22
新しい感覚を持っている	8	12	20
創造性が豊かである	20	16	17
専門的技術・能力がある	6	16	14
その他	1	0	6

(複数回答, 回答企業に対する割合)

表1-6. ビジネス実務に関する教育科目

	平成6年	平成10年	平成18年
ビジネス実務(接遇・文書管理等)の実践力	68	77	83
読み・書き・話す能力	79	60	62
情報処理力(OA機器操作を含む)	66	69	58
人間関係に関する能力	62	49	55
職業人としての素養	51	51	53
幅広い一般教養	61	59	42
簿記・会計の基礎	28	28	23
創造性開発	23	17	20
国際的な感覚	3	2	11
心理学の基礎	5	0	11
英会話	6	2	10
経営管理の基礎理論	8	5	9

(複数回答, 回答企業に対する割合)

表1-7. 最も大切と思われる教育科目

	平成6年	平成10年	平成18年
ビジネス実務(接客・文書管理等)の実践力	16	16	20
読み・書き・話す能力	18	9	9
情報処理力(OA機器操作を含む)	4	9	5
人間関係に関する能力	17	14	23
職業人としての素養	24	26	28
幅広い一般教養	17	22	9
簿記・会計の基礎	1	1	3
創造性開発	3	3	3
国際的な感覚	0	0	0
心理学の基礎	0	0	0
英会話	0	0	0
経営管理の基礎知識	0	0	0

(回答企業に対する割合)

表1-8. IT関連機器に関する能力(新入社員に期待するもの)

表計算ソフトが使える	92
ワープロが打てる	86
コンピュータ以外(ファクシミリ, 複写機等)の事務用機器が扱える	42
データベースソフトが使える	29
情報セキュリティに関する知識を持っている	18
会議等のための視聴覚機材(OHP, プレゼンテーションソフト, ビデオ等)が扱える	18
ホームページが作れる	7
プログラムが組める	5
特に必要ない	1
その他	3

(複数回答, 回答企業に対する割合)

(3) 女性社員の現状

女性社員の配置については、「主に特定業務, 職種に配置」とする企業が一番多く, 次いで「個人の資質・能力に応じた分野に配置」となっている(表1-9). 前回の調査と比較すると, 「専門的分野のスタッフとして活用」が若干の増加, 「資質・能力に応じた配置」は減少し, 「補助的分野に配置」とする企業が増加して平成6年時に近い値になっている. 女性社員が働く状況は, その時代の経済状況等に応じた変化を見せているといえる.

表1-9. 女性社員の配置

	平成6年	平成10年	平成18年
主として専門的分野のスタッフとして活用をはかっている	13	18	20
主に, 特定業務, 職種に配置している(例えば, 受付, 販売等)	48	35	35
主に, 補助的分野に配置している	10	2	9
個人の資質・能力に応じた分野に配置している	26	43	32
その他	3	2	4

(回答企業に対する割合)

女性社員を活用する上で「特に問題はない」とする企業は、平成6年は36%、平成10年は45%、そして平成18年は58%と次第に増加している（表1-10）。企業の女性社員活用への意識が高まっていることの表れであろう。問題点として指摘している項目を見ると、「配置転換、転勤が難しい」「勤続年数が短い」「職業意識が十分でない」が上位にあげられており、女性を活用しようとする企業側のニーズに、女性社員が応えきれていない状況が見える。また「結婚すると労働力、意欲が減退する」を挙げている企業が次第に多くなり、今回は30%に達しているが、これは家事や育児の負担が女性に偏っていることを示すものであり、女性社員が企業等で活躍の場を広げるためには、男女ともに仕事と生活のバランスについて考える必要性があるといえる。

表1-10. 活用上の問題点

	平成6年	平成10年	平成18年
勤続年数が短い	58	34	36
配置転換、転勤が難しい	42	51	47
産休で中断されることがある	11	17	26
対外的信用が十分得られない	5	6	6
時間外労働、深夜業等を任せにくい	31	21	21
必要とする専門的知識が十分でない	11	19	11
職業意識が十分でない	55	53	36
結婚すると、家事、育児負担のため労働力、意欲が減退する	18	21	30
その他	1	0	30

（「問題あり」と回答した企業に対する割合）

秘書または秘書的業務従事者の有無およびその所属形態については表1-11、表1-12に、5年以内の秘書部門設置予定および秘書業務担当者配置予定については表1-13、表1-14に示す。秘書的業務従事者がいるとする企業は30%で、前回の調査から12ポイント減少している。その所属は独立した秘書部門でないものが多く、また「秘書的業務従事者がいない」と回答した企業の多くは「部門設置、担当者配置の予定がない」としており、専門的な秘書職は減少傾向にあるといえる。

表1-11. 秘書的業務従事者の有無

	平成6年	平成10年	平成18年
いる	36	42	30
いない	64	58	70

（回答企業に対する割合）

表1-12. 秘書的業務従事者の所属形態

	平成6年	平成10年	平成18年
独立した秘書部門にのみ属する	6	10	7
独立した秘書部門と、それ以外の部門に属するものがある	1	3	1
独立した秘書部門はなく、それ以外の部門に属する	29	29	27

（単位：社）

表1-13. 秘書部門設置予定

	平成6年	平成10年	平成18年
ある	6	6	0
ない	94	94	100

(表1-11で「いない」と回答した企業に対する割合)

表1-14. 秘書業務担当者配置予定

	平成6年	平成10年	平成18年
ある	6	6	0
ない	94	94	100

(表1-11で「いない」と回答した企業に対する割合)

企業における女性管理職に関する項目では、「女性管理職がいる」とする企業が47%と過去3回の調査で一番多くなっている(表1-15)。また表1-16を見ると女性管理職者数が増加しており、企業での女性の活用が進んでいるといえる。ただ、今後の登用については、「わからない」が66%と最も多く、個人の資質・能力に依るところが大きいものと考えられる。

表1-15. 女性管理職

	平成6年	平成10年	平成18年
いる	41	38	47
いない	59	62	53

(回答企業に対する割合)

表1-16. 女性管理職人数

	平成6年	平成10年	平成18年
1人	53	52	49
2人	20	21	17
3人	9	8	11
4人	2	8	5
5人	3	3	9
6人	2	0	0
7人	0	0	5
8人	3	0	0
9人	0	0	2
10人	2	3	0
11-20人	0	0	2

(「いる」と回答した企業に対する割合)

表1-17. 女性管理職者配置予定

	平成6年	平成10年	平成18年
今後登用する予定である	27	26	26
今後とも予定はない	13	10	8
わからない	60	64	66

(「わからない」と回答した企業に対する割合)

(4) 採用状況

平成18年に新規学卒者を採用した企業は60%で、過去3回の調査で最低であった(表1-18)。またそれを反映して採用者数が648名と、前回調査時の1156名より508名の大幅減となっている(表1-19)。学歴別新規学卒者採用状況(表1-19)を、

女子学生に限定して各年度の割合を示したものが表1-20である。平成10年と平成18年を比較すると、大卒が増加した反面、高卒が減少していることがわかる。短大卒と各種専修学校卒については、大きな変化は見られない。

表1-18. 平成18年4月新規学卒採用状況

	平成6年	平成10年	平成18年
採用した	82	76	60
採用しない	18	24	40

(回答企業に対する割合)

表1-19. 学歴別新規学卒採用状況

性別(年度)	学歴					計
	大卒以上	短大卒	高専卒	高卒	各種専修学校卒	
男(平成6年)	243	20	0	278	87	628
(平成10年)	247	17	23	272	44	603
(平成18年)	189	6	2	95	46	338
女(平成6年)	53	176	0	429	42	700
(平成10年)	85	138	2	309	19	553
(平成18年)	76	72	0	146	16	310
合計(平成6年)	296	196	0	707	129	1328
(平成10年)	332	155	25	581	63	1156
(平成18年)	265	78	2	241	62	648

(単位：人)

表1-20. 学歴別新規学卒採用状況(女子)

性別(年度)	学歴			
	大卒以上	短大卒	高卒	各種専修学校卒
女(平成6年)	8	25	61	6
(平成10年)	15	25	57	3
(平成18年)	25	23	47	5

(回答企業に対する割合)

平成19年度の採用予定については、「採用する」が58%にとどまり、本年とほぼ同様である(表1-21)。また採用予定者数は今年度実績を下回る結果となっている(表1-22)。

学歴別新規学卒採用計画(表1-23)を見ると、景気の先行きが見えないため、「わからない」とする回答が多い。平成18年のデータを「増やす」「変わらない」をプラス傾向、「減らす」「採用しない」をマイナス傾向として、女子について分析してみると以下のような結果になる。

大卒はプラス傾向28、マイナス傾向44、短大卒はプラス傾向24、マイナス傾向18、高専卒はプラス傾向8、マイナス傾向28、高卒はプラス傾向15、マイナス傾向28、各種専修学校はプラス傾向15、マイナス傾向24である。プラス傾向が多いのは短大卒のみで、全体としてはマイナス傾向となっている。

本年度の就職戦線は、景気が回復したため、全国的には売り手市場だったと言われているが、本調査の結果を見ると、本県ではまだ厳しい状態が続いているといえる。

表1-21. 平成19年4月新規学卒採用予定

1. 採用する	65	58
2. 採用しない	48	42

(回答企業に対する割合)

表1-22. 採用予定人数

性別	学 歴				
	大 卒	短大卒	高専卒	高 卒	各種専修学校卒
男	127人	0人	3人	39人	30人
女	57人	57人	0人	71人	6人
計	210人	62人	3人	110人	36人

(単位：人)

表1-23. 学歴別新規学卒採用計画

	学 歴									
	大卒以上		短大卒		高専卒		高 卒		各種専修学校卒	
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
増 や す(平成 6年)	51	8	6	32	—	—	32	23	16	14
(平成10年)	8	6	3	9	4	0	5	3	5	4
(平成18年)	17	9	1	8	3	1	10	5	4	3
減 ら す(平成 6年)	3	4	2	2	—	—	6	5	4	3
(平成10年)	4	3	2	3	2	2	6	5	2	1
(平成18年)	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0
変わらない(平成 6年)	25	21	22	32	—	—	34	45	18	23
(平成10年)	22	14	10	23	7	10	15	20	12	10
(平成18年)	23	19	15	16	9	7	11	10	12	12
採用しない(平成 6年)	8	18	19	5	—	—	9	6	11	10
(平成10年)	8	11	14	8	14	13	14	13	14	13
(平成18年)	16	43	27	18	29	28	27	28	23	24
わからない(平成 6年)	26	37	36	39	—	—	29	33	43	42
(平成10年)	46	47	46	49	49	48	45	46	47	47
(平成18年)	42	40	40	51	44	44	44	46	42	42

(単位：社)

今後の短大卒女子の採用計画について、一番多かった回答は、増やす理由では「退職者の補充」、減らす理由では「経済状態が悪化したため」、採用しない理由では「現在の要員で十分」、未定の理由では「今後の社会状況による」であった(表1-24, 表1-25, 表1-26, 表1-27)。短大卒女子の新規採用は補充人事が多いこと、また経済の状況に大きく影響を受けていることが、改めて明らかになった。

一方で「女性の戦力化を図る」ために増やすとか、「個人の能力, 人間性次第」で採用を考えると企業は、平成10年時より倍増していることは(表1-24, 表1-27)、今後の採用へ向けての前向きな視点として期待したいところである。

表1-24. 短大卒女子採用計画（増やす理由）

	平成10年	平成18年
新規業種開拓等の事業展開による	2	2
女性の戦力化を図るため	5	10
女性向きの職種である	4	2
退職者の補充	6	13
年齢層の引き下げを図る	1	2
就労状態がよい	1	0
ある程度の教養がある	7	4
即戦力として対応できる	6	3
高卒に比較すると各種能力が高い	3	3

(複数回答, 単位: 件)

表1-25. 短大卒女子採用計画（減らす理由）

	平成10年	平成18年
経済状況が悪化したため	5	3
採用した短大生が期待に沿わなかった	1	1
一般常識が不足している	2	0
専門的知識に欠ける	1	0
その他	1	0

(複数回答, 単位: 件)

表1-26. 短大卒女子採用計画（採用しない理由）

	平成10年	平成18年
採用職種が短大卒向きではない	2	6
高卒の方が指導しやすい	4	2
短大卒は勤続年数が短い	3	0
行動力, 理解力に欠ける	0	1
景気の見通しがたたない	4	2
退職者が出ない	10	3
現在の要員で十分	9	19
その他	1	0

(複数回答, 単位: 件)

表1-27. 短大卒女子採用計画（未定の理由）

	平成10年	平成18年
1. 今後の社会状況による	39	36
2. 個人の能力, 人間性次第	14	31
3. できれば男子を採用したい	1	3
4. 退職者との関連	31	35
5. 採用者の勤務ぶりを見て判断する	2	2
6. その他	1	5

(複数回答, 単位: 件)

(5) 女子短大生のイメージ

一般的な女子短大生に対するイメージについての質問項目には、118社のうち63社から自由記述による回答を得た。内容は、短大生の資質・能力に関する事項が多数を占め、就職・職業観に関する事項についても意見が寄せられた。

資質・能力に関する事項では、「まじめ、明るく行動的、瑞々しい感性を持っている、礼儀正しい、社会の即戦力となり得る」という良い印象もある反面、「専門的知識に乏しい、忍耐力が不足している、理性より感情に左右される、マナー礼儀作法に欠ける、自己本位、コミュニケーション力が不足している」などマイナスの印象も指摘された。

就職・職業に関する事項では、「就職に対する意識が高い、真剣に活動している、筆記の勉強をよくしている」という意見がある一方で、マイナスの要素として「受験する企業について知識不足、気持ちが伝わってこない、入社後も学生気分が抜けにくい、結婚までの短期的な入社イメージ」などが指摘された。

前回の調査と比較すると、今回は「短大生全般というより個人による」「個人差が大きい」「二極分化している」という意見を多く目にした。また前回より厳しい意見が多くなっており、短大教育に携わるものとして、真摯に受け止めたい。短大教育の課題を指摘する貴重な意見と捉え、教育内容改善に資するものとした。

なお、若者全体の傾向についての調査結果を表1-28に示す。

表1-28. 若者の傾向

	平成6年	平成10年	平成18年
指示待ち型であるが、従順である	26	55	44
好きな事は一生懸命やる。	31	29	39
将来のための努力より毎日の生活を楽しむ	21	41	31
企業の発展性より安定性を重視する	20	22	30
物の好み等が個性的である	21	21	27
多様な価値観を持っている。	49	30	26
理性よりも感性でものごとを考える	19	14	25
趣味、スポーツなど遊び心を大切にする	34	47	22
いつまでも大人になりたくないモラトリアム傾向が強い	4	15	19
内面的なものより表面的な明るさを好む	14	18	13
その他	1	1	6

(複数回答, 回答企業に対する割合)

(6) 短大女子教育への期待

今後の短大女子教育に期待することについて、一般教養、専門的スキル、その他に分けて回答を得た。表1-29, 表1-30, 表1-31はその結果を、平成18年度の調査結果で割合の高い順に示したものである。

一般教養では、ほとんどすべての項目で前回の調査結果を上回っており、一般教養の必要性が高まっていることを表している。

専門的技術スキルでは、「表計算ソフトの利用」が40ポイントの大幅増となっているのを始め、「ワープロ、電子メール、インターネット、データベースの利用」もそれぞ

れ増加しており、IT関連技術へのニーズが高いことを示している。

その他では「コミュニケーション能力」が大幅に増加している。仕事上の人間関係を重視していることの表れであろう。

この結果は、前述の「女性社員に必要な資質・能力」での回答と一致する部分が多く、企業が、即戦力となりうる人材の育成、すなわち一般教養や幅広い知識を基礎とした専門的技術教育を求めていることが明らかとなった。

表1-29. 短大女子教育へ期待するもの（一般教養）

	平成10年	平成18年
一般的なマナー教育	66	74
言葉づかい	43	64
一般常識	58	63
情操教育（細やかな気配り, 思いやり）	45	53
自分の考えをしっかりと話せる能力	49	50
毎日のニュース程度は理解する能力	31	34
基礎的な国語力, 文章表現力	22	25
基礎学力	16	23
幅広い教養	25	17
経済社会知識	5	5
時事政治経済についての理解力	7	1
英会話	1	1
その他	1	1

（複数回答, 回答企業に対する割合）

表1-30. 短大女子教育へ期待するもの（専門的技術技能）

	平成10年	平成18年
表計算ソフトの利用	38	78
ワープロ操作	58	67
接遇	57	64
インターネットの利用	8	20
簿記会計	20	20
電子メールの利用	12	18
データベースの利用	9	18
IT関連機器の操作能力	42	15
希望職種についての知識	17	17
入社してからの教育で十分	12	11
情報セキュリティに関する知識	—	7
その他	0	1

（複数回答, 回答企業に対する割合）

表1-31. 短大女子教育へ期待するもの（その他）

	平成10年	平成18年
コミュニケーション能力	35	61
人間性の教育	46	51
自主性	37	39
職業観の育成	39	37
忍耐力	22	33
実行力	30	28
チャレンジ精神	39	22
応用力	25	22
創造力	22	16
専門領域を持つ	10	9
ボランティア活動	—	5
サークル活動	—	3
その他	—	1

(複数回答, 回答企業に対する割合)

3. 第1部「人材活用の状況」のまとめ

(1) 新入社員教育

新入社員教育の実施率は高く、ほとんどの企業で実施している。また企業外での教育訓練を取り入れる企業が増加しており、OJTによる仕事の実習は別として、研修期間は短期間のものが多くなった。教育内容は社会人としての基本的な知識や技術を重視し、新入社員教育の段階では個人の基礎能力を向上させることを主な目的としている。

(2) 必要な資質・能力

女性社員の資質では、仕事に対する姿勢（やる気・協調性・責任感）や人間性（礼儀・言葉遣い・人柄）が求められている。必要とされる能力としては、「ビジネス実務の実践力」が最も多く、「IT関連の技術」は新入社員にとって、必須の前提条件として位置づけられている。また「職業人としての素養」「人間関係に関する能力」が重要であるとされており、全体として、仕事に直結する実務的な資質・能力を求める傾向が強くなっている。

前回の調査と大きく異なる点は「国際的な感覚」「英会話」「心理学の基礎」の必要性が高まっていることであり、国際化に対応できる人材、人間関係に関する能力のある人材が求められていることが明らかになった。

(3) 女性社員の現状

女性社員の配置については、その時代の景気や個人の資質能力に左右される様子がかがわれ、時系列的な傾向を把握するには至らなかった。

秘書的業務従事者については、「いない」とする企業が増加し、今後の配置の予定も無いものが多く、秘書的業務従事者は減少傾向にある。

女性管理職者は「いる」とする企業、人数ともに増加している。今後の登用については、個人の資質・能力によるとの考え方が多かったが、今後も増加傾向にあること

は十分に考えられる。

女性社員の活用については「特に問題はない」とする企業が過半数を占め、女性社員活用への意識の高まりを示すものと考えられる。しかし、「配置転換、転勤が難しい」

「勤務年数が短い」「職業意識が十分でない」「家事、育児負担のため労働力、意欲が減退する」という問題点も指摘され、企業側のニーズに女性社員が応えきれていない現状が明らかになった。しかし、これは女性社員の問題としてだけで済まされるものではない。社会環境や制度の整備が待たれるところである。それと同時に男性女性ともに働き方を見直し、仕事と家庭のバランスについて、改めて考える必要性があるといえる。

(4) 採用状況

平成18年4月に新規学卒者を採用した企業は60%と少なく、採用者数も平成10年時と比較すると大幅減となっている。学歴別採用状況では、短大卒を除いて、すべてがマイナス傾向にある。平成19年度に採用を予定している企業は58%にとどまり、採用予定者数は今年度実績を下回る予想となっている。全国的には売り手市場の就職戦線だと言われているが、本県の学生達は、依然として厳しい就職活動を強いられることになりそうである。

そのような中で、「女性の戦力化を図る」ために採用を増やす、「個人の能力、人間性次第」で採用するという企業が増えていることに期待を持ちたい。

(5) 女子短大生のイメージ

一般的な短大生のイメージは多様化しており、それを反映して様々な意見があった。その中で、資質・能力や職業観についての厳しい意見が多かったのが、本調査結果の特徴である。

現在の短大教育が抱える課題を示すものであり、教育内容やカリキュラムの改善に反映させたいと考える。

(6) 短大女子教育への期待

企業の回答では、女性社員に必要とされる資質・能力と短大女子教育へ期待することは一致する部分が多かった。これは企業が、即戦力となりうる人材育成教育を短大に期待していることを示すものである。

第2部 海外ビジネス展開の現状調査

1. 調査の内容

- (1) 海外ビジネス展開について実施の有無
- (2) 海外ビジネス展開実施企業への調査内容
 - A. 貿易
 - ①輸出 ②輸入 ③貿易上のクレーム実態 ④貿易実務情報へのニーズ
 - B. 海外企業進出
 - ①海外企業進出の内容 ②海外企業進出でのクレーム実態
 - ③海外企業進出情報へのニーズ
- (3) 海外ビジネス展開していない企業への調査内容
 - A. 貿易や海外との事業提携等への必要性の有無
 - B. 海外ビジネス展開の必要性を認めた企業への調査内容
 - ・最有力相手国とその取引形態
 - C. 海外ビジネス展開の必要性が無いとした企業への調査内容
 - ・必要性無しの理由
- (4) 自社ビジネスのグローバル化対応への考え方
- (5) 自社のグローバル化対応を検討する場合の支障となる要因
- (6) 自由貿易協定等に対する、鹿児島県産業としての対応策（提言）

2. 調査結果及び考察

○調査結果の考察のため、必要に応じ下記資料との比較検討を行った。

・全国データとの比較・・・中小企業基盤整備機構「平成17年度海外展開中小企業実態調査」独立行政法人中小企業基盤整備機構（以下中小機構）が2005年9月7日から9月30日に、全国50,000社の中小企業に行った、海外展開中小企業実態調査。回収数4,890社（回収率9.8%）主に、海外企業進出を中心とした調査となっている。以降略称を「中小機構調査報告書2006」とする。

出所：<http://www.smrj.go.jp/keiei/kokusai/report/tenkai/014736.html>

・近隣地域データとの比較・・・宮崎県「平成16年宮崎県貿易実態調査」（発表2006年8月）

宮崎県が、2004年1月1日から12月31日宮崎県内企業846社に行った貿易実態調査。回答数299社（回収率35.3%）うち貿易実績があると回答のあった企業123社

以降略称を「宮崎県貿易実態調査2005」とする

出所：<http://www.pref.miyazaki.lg.jp/contents/org/shoko/seisaku/boeki/00006.html>

(1) 海外ビジネス展開実施について

今回調査では、何らかの形で海外展開を実施している企業は11社で、回答企業の9%であった。

中小機構「平成17年度 海外展開中小企業実態調査」結果では、海外展開実施済み企業 754 社（回答企業の15.4%）海外展開未実施企業 4,136 社（回答企業の84.6%）となっており、全国比率よりかなり低い結果となった。

前掲の通り、本県の産業構造上の特徴が第1次産業に特化しており、貿易や海外直接投資など海外展開と直接リンクする第2次産業とりわけ製造業の比率が低いことに要因があると思われる。

表2-1. 海外ビジネス展開の有無（回答 118 社）

質問項目	回答数	構成比%
実施している	11	9 %
実施していない	104	88 %
無回答	3	3 %

(2) 海外ビジネス展開実施企業への調査内容

A. 貿易取引

① 輸出取引の内容

輸出実績のある企業は、6社から回答を得た。（構成比5.0%）製造業5社、卸売業1社の内訳であるが、輸出財をヒアリング等で確認すると、6社中5社までが農水産・食品に関連した財であった。これは地域経済の内容を反映した大きな特徴である。

（注1）「宮崎県貿易実態調査2005」では、輸出実績ありとした企業が60社（構成比20.9%）となっている。調査対象データ抽出方法との差異を考慮しても、実績企業数にかなりの差が出ている。直接貿易企業の構成比は54.5%

表2-2. 輸出取引の調査結果

輸出実績企業	6社（内訳：製造業5社, 卸売業1社）					
相手国名	中国：3	米国：3	台湾：3	韓国：1	タイ：1	東南アジア諸国：1
輸出品内容	①製品（自社 4 ・ 他社 1 ・ 両方 0 ）					
	②中間品（自社 3 ・ 他社 0 ・ 両方 2 ）					
	③原材料（自社 0 ・ 他社 1 ・ 両方 0 ）					
貿易の形態	①自社直接貿易（7）					
	②商社等との一部提携（0）					
	③商社等への全面委託（5）					
輸出取引全般の増減傾向	①増加傾向（1）					
	②減少傾向（0）					
	③現状維持（7）					
	④その他（2）					

※数字は回答企業数（複数回答）

相手国は米国を除き全て近隣アジア諸国。直接貿易の比率が商社を通す間接貿易をやや上回っており、相手先との緊密度が高いことを示している。輸出取引の増減では「現状維持」が大半であるが、鹿児島県産業の特徴がそのまま輸出実態出ている興味深い調査結果である。

②輸入取引の内容

輸出実績がある企業が製造業で1社、卸小売業で1社あった。輸出実績企業を大幅に上回る企業数を予想していたが、今回の調査では6社に留まっている。輸入相手国は、欧州・オセアニアもあり輸出に比べ広範囲であるが、その中心はやはりアジアである。但し中国をあげた企業がわずか1社であったことは、意外な結果であった。輸入品内容は原材料が中心。直接貿易比率は、商社委託提携をかなり上回っている。また輸入品全般の増減傾向は圧倒的に「増加傾向」を示しており、輸入取引の順調さがうかがえる。

表2-3. 輸入取引の調査結果

輸入実績企業	6社（内訳：製造業2社、卸小売業4社）※内2社は輸出実績もあり				
国名	イタリア：2 フランス：1 米国：1 オーストラリア：1 ニュージーランド：1 インド：1 タイ：1 ベトナム：1 インドネシア：1 中国：1 台湾：1				
輸入品内容	①製品（自社0・他社1・両方2） ②中間品（自社0・他社0・両方0） ③原材料（自社3・他社3・両方4）				
貿易の形態	①自社直接貿易（8） ②商社等との一部提携（2） ③商社等への全面委託（3）				
輸入取引全般の増減傾向	①増加傾向（10） ②減少傾向（2） ③現状維持（1） ④その他（1）				

※数字は回答企業数（複数回答）

（注2）「宮崎県貿易実態調査2005」では、輸入実績ありとした企業が95社（構成比33.3%）となっており、輸出実績以上に差がついている。直接貿易企業の構成比は45.9%

③貿易上のクレーム実態

貿易取引企業で、クレーム発生の回答をした企業は5社であった。最も多かったクレーム要因は「商品品質」3社。輸出企業1社、輸入企業が2社という内訳。「商品品質」は輸入貿易クレームの代表格である。品質は企業にとって生命線であり、国内流通上で大きな支障となるものである。「契約書の無理解」・「コミュニケーション」・「価格」が各1という結果であった。

表2-4. クレーム発生の内容

質問項目	回答数	構成比%
商品品質	3	49%
契約書の無理解	1	17%
コミュニケーション	1	17%
その他（価格）	1	17%
輸送コスト	0	0
為替リスク	0	0
法令等制度変更	0	0
納期	0	0
通関事務	0	0
※複数回答	合計5	100%

（注3）「宮崎県貿易実態調査2005」でも、貿易クレーム発生の1位が「商品品質」（構成比34.2%）。以下、「輸送コスト」（構成比15.1%）・「商品の安定的確保」（構成比13.7%）・「納期の不履行」（構成比12.3%）となっている。

④貿易実務情報へのニーズ

貿易実務情報として最大の関心事は、「法的規制等コンプライアンス」であった。全体の3割を占めている。貿易取引が適法になされることは、当然のこととしても海外との取引では法体系が異なり、運用上法令改正に常に注意しておかなければならない煩雑さは輸出・輸入ともに共通している。法的規制に抵触した場合、全損の可能性と企業としての信頼に大きなダメージが及ぶので、常に最新の情報が求められることになる。第2位の「カントリーリスク」も法的規制への関心の延長線にあると考えられる。第3位の「企業信用情報」はカントリーリスクとも関連が深い。貿易代金の決済に関わる重要な情報であり、特に新規の貿易取引相手では当該国の信用調査機関を使って企業信用調査を行うことが求められる。以下各1件ずつ回答があり、求められる貿易実務情報は多岐に渡っていることがわかる。また地域の公的貿易促進機関にはこれら情報を一元的に提供できる機能が求められることになる。

表2-5. 貿易実務情報ニーズの内容

質問項目	回答数	構成比%
法的規制等コンプライアンス・コスト	4	30%
カントリーリスク	3	23%
企業信用情報	2	15%
取引興味企業情報（引き合い情報）	1	8%
通関実務	1	8%
貿易代金決済実務	1	8%
外為情報（相場動向・為替リスク）	1	8%
その他	0	0
※複数回答	合計13	100%

（注4）「宮崎県貿易実態調査2005」でも、貿易実務情報ニーズの1位が「法的規制」（構成比12.2%）となっており、貿易取引上の法的規制確認は共通したニーズである。第2位は、「取引相手の信用」（構成比11.8%）となっている。本件調査の「企業信用調査」に該当する項目であり、この項目も共通したニーズとして関心が高い。第3位は「海外の一般経済情報」（構成比10.7%）。本件調査の「カントリーリスク」に該当する項目であり、鹿児島県・宮崎県ともに貿易実務情報ニーズの上位3項目は共通しているという興味深い結果を得た。

B. 海外企業進出

①海外企業進出の内容

本件調査で、該当の回答を得たのは2社であった。そのうち1社は東京に本部を置く企業であり、グループとしての海外店舗について回答があったので鹿児島に本社を置く企業について調査の対象とした。従って調査結果の企業数は1社となった。

表2-6に示した企業は、独自のプラント技術を持つ企業で、米国に拠点を設け同国で特許取得した工業所有権の管理・マーケティングに努めている。（電話ヒアリング）これまでの多くの海外企業進出のパターンが、発展途上国での低廉な労働コストを狙った製造や新興市場での販売というものである。

自らの知的財産である工業所有権の管理・マーケティングに企業進出を行うのは、地場企業では特異な形態である。国際競争力のある技術特許を保有することは、企業戦略として差別化への極めて有効手段である。また知的財産権の保護がWTO交渉でも

重要な課題となっているだけに、自らの知的財産権の管理・マーケティングを特許取得した現地で行うニーズは、今後重要となって行く可能性が高い。

(注5) 「中小機構調査報告書2006」による現地法人の機能は、81.2%が「生産」、60.7%が販売であり、基本的に製造・販売を事業内容としている。その他は、市場開拓機能(22.0%)、調達機能(17.9%)などが目立っている。

(注6) 「データ九州2006 九州・山口地場企業の海外進出1986-2005」財団法人九州経済調査協会；調査月報2006年8月号による鹿児島県からの海外進出件数は33件となっている。海外進出実施企業数では23社。進出国の第1位は「中国(香港を含む)」(構成比66%)

表2-6 海外企業進出の調査結果

輸入実績企業 (国名) (都市)	回答企業 1社 国名 米国 : 1 都市 ニューヨーク : 1
進出目的	①生産 (0) ②販売 (0) ③調達 (0) ④市場開拓等情報収集 (1) ⑤その他 (0)
進出動機	①国内市場補完 (0) ②国際競争力強化 (1) ③取引先からの要請 (0) ④その他 (0)
進出後の取引 増減傾向	①増加傾向 (0) ②減少傾向 (0) ③現状維持 (1) ④その他 (0) ※数字は回答企業数

②海外企業進出でのクレーム実態

悩みは人材に関する問題である。現地人スタッフの労務問題に関しては海外進出企業の共通した異文化マネジメントの課題として多く取り上げられている。

(注7) 「中小機構調査報告書2006」による直接投資の現状の課題の第1位が「質の高いマネジメント層の確保」(構成比37.6%)、第2位が「収益力の強化」(構成比37.6%)、第3位が「質の高い現場労働者の確保」(構成比35.0%)上位3項目のうち、2項目が人材に関わる問題である。

表2-7. 海外進出でのクレーム実態

質問項目	回答数	構成比%
離職・人材不足	1	100%
商品品質管理	0	0
労使コミュニケーション	0	0
輸送コスト	0	0
代金決済	0	0
法令等制度変更	0	0
納期管理	0	0
生産コスト	0	0
通関事務	0	0
現地取引信用不安	0	0
その他	0	0
※複数回答	合計1	100%

③海外企業進出情報へのニーズ

この質問項目の回答内容も、前掲①の米国進出企業のものである。②で現地スタッフの問題があり、

「現地での人材育成・教育」の問題が上がっているが、他の2つは貿易実務情報で上がった内容の上位の項目である。「法的規制」と「カントリーリスク」は、海外ビジネス展開する企業では必須の項目である。進出先での現地スタッフ雇用には、法的にも国内での人事管理がそのまま適用できず、独自に人事管理ノウハウが必要となってくる。

表2-8. 海外企業進出情報ニーズの内容

質問項目	回答数	構成比%
法的規制等コンプライアンス・コスト	1	34%
現地での人材育成・教育	1	33%
カントリーリスク	1	33%
企業化可能度調査 (F/S)	0	0
企業信用情報	0	0
現地での会計処理・税務制度	0	0
現地市場情報 (価格・流通量等)	0	0
通関実務	0	0
その他	0	0
※複数回答	合計3	100%

(注8) 「中小機構調査報告書2006」による「海外展開企業の支援ニーズ」の第1位が「現地の法律・税制度の調査」(構成比51.2%)、第2位「輸出入手続きの調査」(構成比24.4%)、第3位「現地のニーズや競合環境の調査」(構成比22.0%)となっており、支援ニーズも「法的規制」に関わることで、今回調査と一致している。

(3) 海外ビジネス展開していない企業への調査内容

A. 貿易や海外との事業提携等への必要性の有無

グローバル化の時代であっても、業種や事業内容では海外との取引が全くない企業も多い。また将来的には輸入品との競合関係等を予見している企業もあるだろう。

本項では、現在貿易取引や海外との事業提携などを行っていないが、今後の必要性を感じているか否かの調査を行った。現時点で必要性を認めている企業は8社(構成比7%)。この質問では、回答を留保し無回答とした企業も20社(構成比17%)あり、国際化の進展がどの程度自社の将来計画に影響を与えるか、判断がむずかしいという状況が表れている。

「必要あり」とした企業の業務内容を見ると、「食品・飲料関係」が5社(構成比62.5%)で圧倒的に多かった。次に「観光サービス関係」2社(構成比25%)「衣料品関係」1社(構成比12.5%)という内訳である。ここでも、本県の特徴が現れ、「食」に関する業種が積極的に国際化対応を図ろうとしている現状が分かる。

表2-9. 海外事業展開への必要性について

質問項目	回答数	構成比%
現時点で必要性あり	8	7%
現時点で必要性なし	90	76%
無回答	20	17%
※択一回答	合計118	100%

(注9) 「中小機構調査報告書2006」による「国際化社会への対応について」において、海外展開未実施企業に、貿易取引に関して現時点での必要の有無を調査している。
「直接貿易(輸出)の必要性」については、製造業で必要性あり7.6%、必要なし91.7%、不明0.6%。
サービス業では、必要性あり4.2%、必要なし95.0%、不明0.7%。
「直接貿易(輸入)の必要性」については、製造業で必要性あり12.5%、必要なし86.7%、不明0.9%。
サービス業では、必要性あり5.7%、必要なし93.5%、不明0.7%という結果であった。
現時点で必要ありとする回答比率は全国と大差はない。但し回答を保留した比率は、本件が格段に高かった。

B. 海外ビジネス展開の必要性を認めた企業への調査内容

現時点で、海外ビジネス展開の必要性を認めた企業がどのような、事業展開を考えているのであろうか。今回の調査結果では、海外展開の相手国を中国・香港とする比率が5割と非常に高かった。また展開の形態が、比較的容易な「輸入取引」ではなく、最上位が「海外企業進出」4社でこれもまた、全体の5割となっている。次が輸出で3社、輸入はわずか1社であった。

現在、海外ビジネスには直接着手していないものの、将来計画としては中国を中心に非常に積極的な展開を予定していることが明らかになった。

表2-10. 興味ある海外ビジネス展開

内容	回答企業8社
国名	中国:3 中国(香港):1 アメリカ:1 フランス:1 台湾:1 不明:1
取引形態	①輸出(3) ②輸入(1) ③海外企業進出 (a. 直接投資:1 b. 業務提携:3) ④その他(1)・・・仏ワインの買付け ※複数回答

(注10) 「中小機構調査報告書2006」による「海外展開していない企業の現状」において、海外展開未実施企業に、海外展開の意向を調査している。今後、「海外展開が必要と考えている」企業は、「直接投資・業務提携」が341社(未展開企業全体の8.2%)、「輸出」が284社(同7.6%)、「輸入」が467社(同12.5%)であり、輸入の必要性を感じている企業が最も多い結果となった。今回の調査結果とは輸入取引意向が高い点、直接投資・業務提携が低い点で大きな相違が見られた。本県の方が全国より積極的な展開を臨んでいる点が明らかになり興味深い。

C. 海外ビジネス展開の必要性が無いとした企業への調査内容

現時点で、海外ビジネス展開の必要無しとした企業は90社であった。海外展開未実施企業104社中の86.5%を占めている。ではどのような理由からそう判断したのか。最上位は「自社の製品・サービスは海外取引とは無関係であり適さない」を理由とするもので全体の約6割である。また「無関係ではないが、メリットを感じない」とする企業が約2割であり、合計で8割は今後とも海外展開の可能性は低い状況。現時点で

海外展開未実施企業から、将来海外に展開する企業はかなり限定されているといえる。

表2-11. 海外ビジネス展開の必要性が無いとした理由

質問項目	回答数	構成比%
自社の製品・サービスは海外取引とは無関係であり適さない	51社	57 %
自社の製品・サービスは海外取引とは無関係ではないが、メリットを感じない	21	23 %
海外取引にメリットを感じるが、現在国内取引が優先する	8	9 %
その他	9	10 %
無回答	1	1 %
※択一回答	合計90	100 %

(注11) 「中小機構調査報告書2006」による「海外展開が不要な企業」においては、海外展開未実施企業に占める、海外展開困難企業・不要企業の割合は84.1%であり、本件の86.5%と大差なくほぼ全国平均的な結果といえる。同調査報告書が示した「海外展開しない理由（製造業）」では、第1位が「国内での取組で十分可能」、第2位「自社製品が海外生産・販売に不適」、第3位「会社にメリットがない」となっている。サービス業における理由では、第1位が「自社製品が海外生産・販売に不適」、第2位「会社にメリットがない」、第3位「国内での取組で十分可能」となっており、上記表11の調査結果と全く同じ傾向を示している。

(4) 自社ビジネスのグローバル化対応への考え方

今後の自社ビジネスのグローバル化対応をどのように各企業は考えているのだろうか。

「早急に海外ビジネス展開も検討したい」とする企業はゼロ、全体の47%は、海外ビジネス展開に対して「無関係であり対応不要」とネガティブな回答であった。一方「国内取引と同時」もしくは「ある程度」検討したいが合計で33%あり、前項の海外ビジネス展開の必要無しとした企業の中からも検討したい企業があり、グローバル化対応への関心は決して低くはない。

表2-12. 自社ビジネスのグローバル化対応

質問項目	回答数	構成比%
今後とも自社の製品・サービスは海外取引とは無関係であり対応不要	56	47 %
海外取引は当面考えにくいですが、今後ある程度対応を検討したい	28	24 %
国内取引を優先するが、海外ビジネス展開も同時に検討したい	11	9 %
国内外での競争激化に対応するため、早急に海外ビジネス展開も検討したい	0	0 %
その他	8	7 %
無回答	15	13 %
※択一回答	合計118	100 %

(注12) 「その他」に記載した企業コメントの例（抜粋）

- ・「グループ内は、海外事業部があったり、国外に企業がある」
- ・「商品は流通するが、当社が窓口になる事は無い」
- ・「上場にむけての対応が急務なため」
- ・「外国人の受入が増加している為、英語等を話せるスタッフを増やしたい」
- ・「取引先と海外企業とのビジネスマッチングをより一層図っていきたい」

(5) 自社のグローバル化対応を検討する場合の支障となる要因

実際に、企業が自社のグローバル化対応を検討する場合、どのようなことが支障となっているのであろうか。118社から支障要因の回答（複数回答）を得た。第1位「ノウハウ」と第2位「人材」で50%を占める結果となった。第3位には「現業（国内経営）」

が忙しく国際化検討への余力がない」が上がり、その他「情報不足」「資金的余裕がない」「社内コンセンサスが得にくい」などの要因が並んでいる。

「経験・ノウハウ」と「人材」は一体のもので切り離しては考えられず、また早急にそれらを蓄積・育成することは極めて難しい。これまでグローバル展開の必要性がなかった企業では当然のことながらこの2つの経営資源を持ち合わせておらず、経営環境の変化がグローバル化を要求しても、有効な手段を打ちにくい現実がわかる。

表2-13. 自社ビジネスのグローバル化検討の支障要因

質問項目	回答数	構成比%
社内・グループ企業内に海外取引の経験・ノウハウの蓄積がない	40	27%
社内・グループ企業内に人材がない	36	25%
現業が常に忙しく、社内に検討への余力がない	17	12%
グローバル化関連情報が不足している	15	10%
グローバル化対応するための資金的余裕がない	14	10%
グローバル化への社内コンセンサスが得にくい	13	9%
その他	10	7%
※複数回答	合計145	100%

(注13) 「中小機構調査報告書2006」では「海外展開が困難な企業」について、その困難な理由(複数回答)を調査している。製造業の第1位「国内の経営のことで精一杯である」(構成比61.3%)、第2位「人材が不足している」(構成比45.9%)、第3位「ノウハウが不足している」またサービス業でも順位は全く同じある。第1位「国内の経営のことで精一杯である」(構成比54.1%)、第2位「人材が不足している」(構成比50.3%)、第3位「ノウハウが不足している」(構成比40.8%)。鹿児島県企業と全国企業とも自社ビジネスのグローバル化検討の支障要因に対する問題意識は共通していることが分かる。地域差がないだけであらためて問題の深刻さを感じる。

(6) 自由貿易協定等に対する、鹿児島県産業としての対応策(提言)

今回調査の最後では、自由記述で地域貿易協定等貿易自由化の進展に対応する鹿児島県産業の施策を提言していただいた。鹿児島県の地域特色を活かした国際化対応やそれに備えるための人材育成の重要性が多く取り上げられている。

<自由記述欄からの抜粋(順不同)>

- 大学等で貿易関連ベンチャー企業を立ち上げ、実際に輸出入業務をさせてみる。(焼酎・甘薯など県内特産品の近隣諸国への輸出及び同国からの商品輸入)海外の大学等と姉妹校締結を試みることで国際交流を学生時代から行っておくことで実践できる
- 公正な貿易ルールの確立と本県農産物の品目毎事業を十分配慮した協定となる取組。
- 本県産農畜産物の競争力の強化・・・生産基盤の強化(担い手の育成,生産流通コストの低減,品質の維持向上(安全・安心を含め))
- やはり人材の育成,教育が不可欠
- 東アジア共同体に関しては,外交問題等で容易には進まない。それ以前に農・畜産・観光資源の豊富な鹿児島を官民一体となって日本全国に発信することが大事。
- 現在県内産ブリ,カンパチや焼酎などの輸出を支援しているが,これらの業種のように今のうちから,海外取引を行い,自由貿易に備えてノウハウの蓄積や輸出・輸

入ルートを確立しておく必要がある。

- 原材料部品の調達先、販路の拡大等のメリットが大きい税関手続き、対象国の情報をうまく地場企業へ提供できる体制作りが必要（各種セミナー、広報誌等）。
- 原産地手続きに関する諸制度の整備、迅速且つ低コストな通関手続き（電子化等）
- 投資先としてのルール作り…タイ・フィリピン等からの看護や介護の分野へ労働力が行き渡る制度作り（語学学校・技術養成所設立・外国人労働者の労働生活環境の整備・労働管理）
- 鹿児島県の特産品の輸出とその原材料の輸入
- 関税率の低下による自由な貿易（特に輸入野菜）
- ビザの簡略化による人の自由な往来
- 有機野菜等を海外で育成指導や教育できるシステムの構築
- 自由貿易協定等の締結によって、もし外国（中国・韓国）で製品化された物が安く日本に流れても、鹿児島県ならではの「ものづくり」に力を入れ、真似のできないブランドを持つようにする。
例：焼酎・黒豚・鹿児島の特産品＋観光地としての桜島・霧島・指宿・屋久島等に関わる「ものづくり」に力を入れたら良い。
- 農産物・水産物を海外の消費者へ認知させるための継続的な活動ができる仕組み作りが必要。
- 情報発信と受信を効果的に行い、安全安心高品質の評価を浸透させるための長期的な構想が必要。
- 大学・大学院での留学生受入の拡大により、各国の様々な分野で核となる人材育成に貢献し、人脈づくりも目指す。
- 農業技術をビジネスとして東アジア諸国に輸出する。
- 安心して取引が出来る行政の相談窓口の設置。
- 学校教育現場において、グローバルな人材育成を強化する。

3. 第2部 海外ビジネス展開の現状調査のまとめ

（1）海外ビジネス展開実施状況

- 実施企業は9%で、全国平均より6ポイント程度低い。これは鹿児島県の産業構造が第一次産業に特化し、グローバル化に直接関わる第2産業（製造業等）比率が低いことに原因がある。

（2）貿易

- 輸出・・・主に中国を中心にアジア諸国を対象にしている。輸出財は、農水産・食品に関連した製品・中間財で、鹿児島県産業の特色を反映している。取引は現状維持傾向。
- 輸入・・・中国の比率は低く、原材料を中心にアジア諸国全般・オセアニア・欧州と幅広い取引となっている。取引は増加傾向が強い。

○貿易上のクレーム・・・50%が「商品品質」であり、隣県の宮崎県でも同じ結果。

○貿易実務情報のニーズ・・・①「法的規制コンプライアンス・コスト」
②カントリーリスク ③企業信用情報

この3点に収斂。この結果もまた宮崎県と共通している。

(3) 海外企業進出

○進出内容・・・実質的な回答企業は1社。米国での市場開拓等情報収集を目的に進出し、自社が特許登録した知的財産に関する管理・市場開拓を行っている。

○企業進出でのクレーム・・・「離職・人材不足」

○企業進出情報ニーズ・・・①「法的規制コンプライアンス・コスト」

②現地での人材育成・教育 ③カントリーリスク

①は全国調査と同様のニーズ第1位である。

(4) 海外ビジネス展開の必要性

○現時点で必要有り・・・7%, 現時点で必要なし76%, 無回答・・・17%

無回答比率が全国の0.6-0.9%を大幅に上回っているが、必要性の認識は、ほぼ全国に同じ。

(5) 今後の興味ある海外ビジネス展開

○興味ある地域の50%は香港を含む「中国」。取引形態は「海外企業進出」・「輸出」。全国調査が「輸入」比率が高いのと対照的であり、より積極的な結果となった。

(6) 海外ビジネス展開の必要なしとした企業の理由

○「自社の製品・サービスが海外取引とは無関係であり適さない」が57%と第1位。全国調査と全く一致している。

(7) 自社ビジネスのグローバル化対応の考え方

○「海外取引とは無関係であり対応不要」47%に対し「何らかの検討をしたい」が合計33%あり、グローバル化対応への意向は比較的高い。

(8) 自社ビジネスのグローバル化検討の支障要因

○①「社内・グループ企業内に海外取引の経験・ノウハウの蓄積がない」

②「社内・グループ企業内に人材がない」 ③「現業が常に忙しく、社内に検討への余力がない」

この3つの支障要因は、全国調査結果と全く一致している。

おわりに

第1部では、調査結果の分析を、前回調査との比較を主として行ったが、女性社員に求められる資質・能力、活用の状況など、8年の年月を経たにもかかわらず、同様の結果を得たものが多かった。この8年間で、IT環境など社会の状況は激変したし、社会

制度等の整備も進み、多くの女性が社会に進出している。しかし女性が働く環境はあまり変化していないことが明らかになったといえる。今回の調査結果に更なる分析を加えることで、その要因を探りたいと考えている。また、今回の調査で得られた企業からの貴重な提言を踏まえて、短大教育のカリキュラム改善、教育内容の向上を図っていきたい。

第2部は本学では初めての「海外ビジネス展開に関する現状調査」で回答回収率を懸念していたが、企業の方々から熱心なコメントを多数頂戴し、調査の目的を十分達成することができた。

鹿児島県企業の地域特性を活かした海外ビジネス展開のあり方が具体的にとらえることが出来たのは、今回の調査の大きな収穫であり、またあらためて「農水産・食品」という分野での海外展開の可能性・鹿児島県にとっての重要性を再認識した。またグローバル化時代の「人材育成」が、各企業からの提言でも上がり、そのことが「経験・ノウハウ」と同様ビジネスの国際展開での大きな課題となっていることも明らかになった。

高等教育機関としてもその点を謙虚に認識し、日々の教育・研究活動に活かして行きたい。

最後に、今回の調査にあたり、ご協力いただいた各企業の皆様に厚く御礼を申し上げます。

引用・参考文献

- (1) 「実務能力養成のための鹿児島県の企業における女子社員に関する実態調査」, 黒岩千尋ほか共著, 鹿児島女子短期大学「紀要」第34号 1999, pp. 91-107
- (2) 「宮崎・鹿児島両県の企業における女子社員に関する実態調査－実務能力養成のために－」, 黒岩千尋ほか共著, 鹿児島女子短期大学「紀要」第35号, 2000, pp. 41-57
- (3) 「グローバル化と地域経済（鹿児島県）－優良地場企業の国際化対応と課題－」, 大重康雄, 鹿児島女子短期大学「紀要」第40号 2005, pp. 41-77
- (4) 「アジアFTAの時代」 浦田秀次郎・日本経済研究センター編, 日本経済新聞社 2004
- (5) 「東アジア市場統合への道」 渡辺利夫 編, 勁草書房 2004
- (6) 「FTAと食料 評価の論理と分析枠組み」 鈴木宣弘 編, 筑波書房 2005
- (7) 「ジェトロ貿易投資白書 2006年版」 ジェトロ（日本貿易振興機構） 2006
- (8) 「データ九州 九州・山口地場企業の海外進出1986～2005」 調査月報2006/8月号VOL. 60付録, 財団法人九州経済調査協会 2006
- (9) 「海外派遣とグローバルビジネス」 J. S. Black/H. B. Gregersen (財) 国際ビジネスコミュニケーション協会, 白桃書房 2001
- (10) 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 「平成17年度 海外展開中小企業実態調査」 2006
- (11) 宮崎県「平成16年 宮崎県貿易実態調査」 2006
- (12) 鹿児島県 インターネットサイト <http://www.pref.kagoshima.jp/> ほか

(平成18年11月16日 受理)