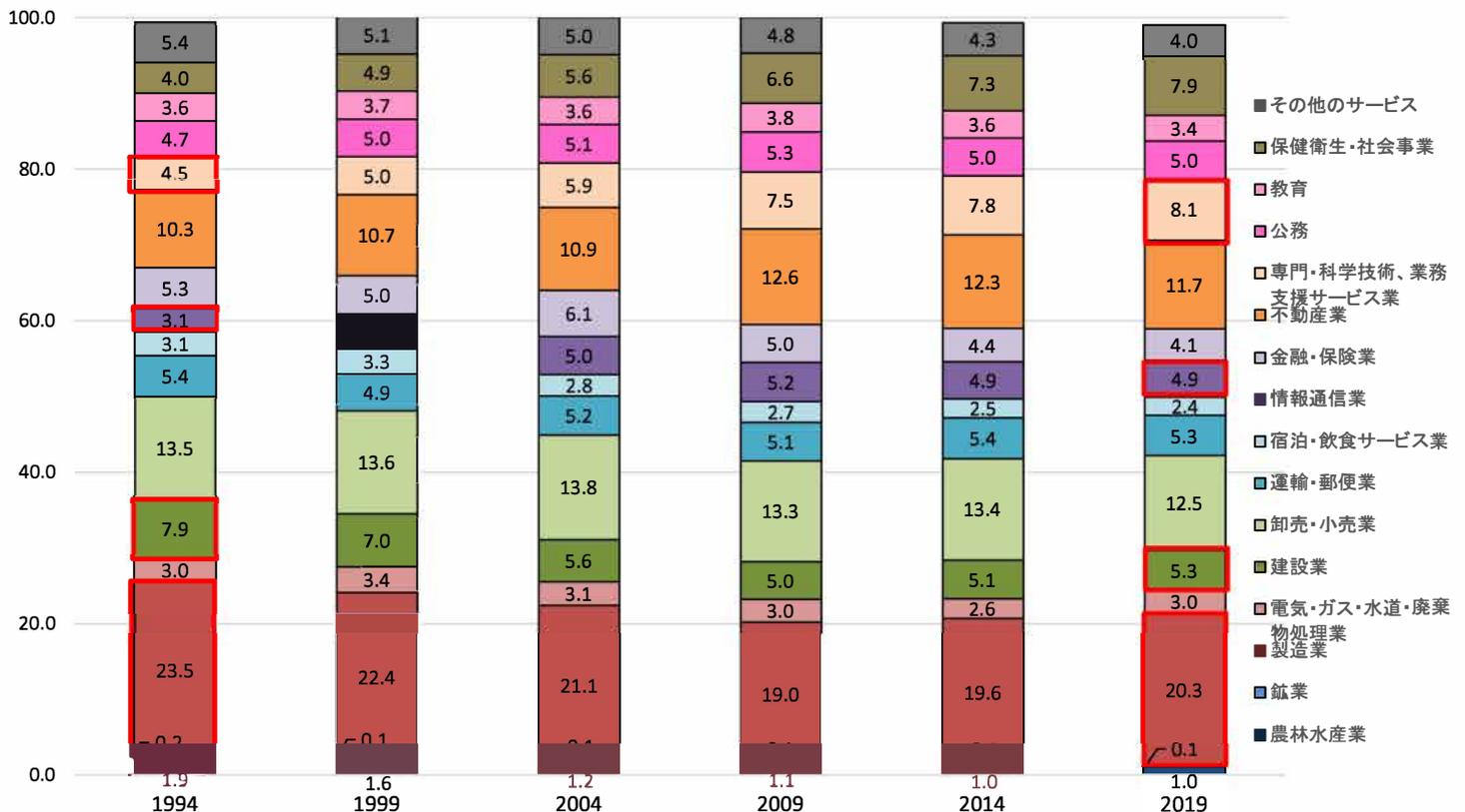


地域社会の現状・課題と将来予測の共有について

(3) 産業構造の現状と今後の地域の産業界等が求める人材需要

名目GDPに占める産業別割合の推移

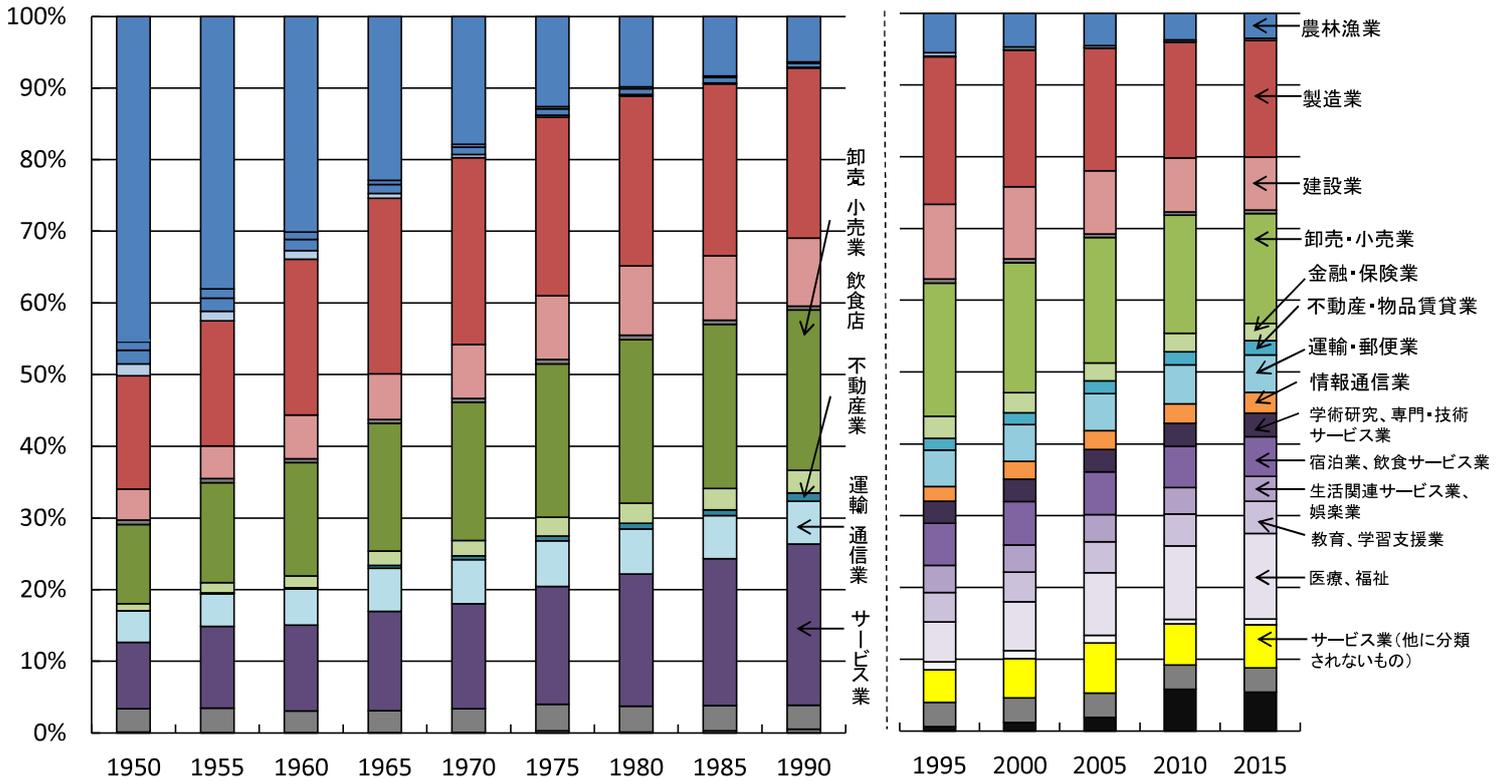
- 我が国の産業構造は、製造業や建設業から情報通信業、専門・科学技術・業務支援サービス業へシフトしはじめている。
- Society5.0の進展により、製品やサービスをAIやビックデータを活用して生産性や付加価値を高める方向（モノとサービスの融合）にシフトしていくことが予想される。



(出典)内閣府経済社会総合研究所「国民経済計算確報」に基づき作成

産業別就業者構成割合の推移

第1次、第2次産業の就業者割合は傾向的に縮小しており、就業構造のサービス化が進んでいる。

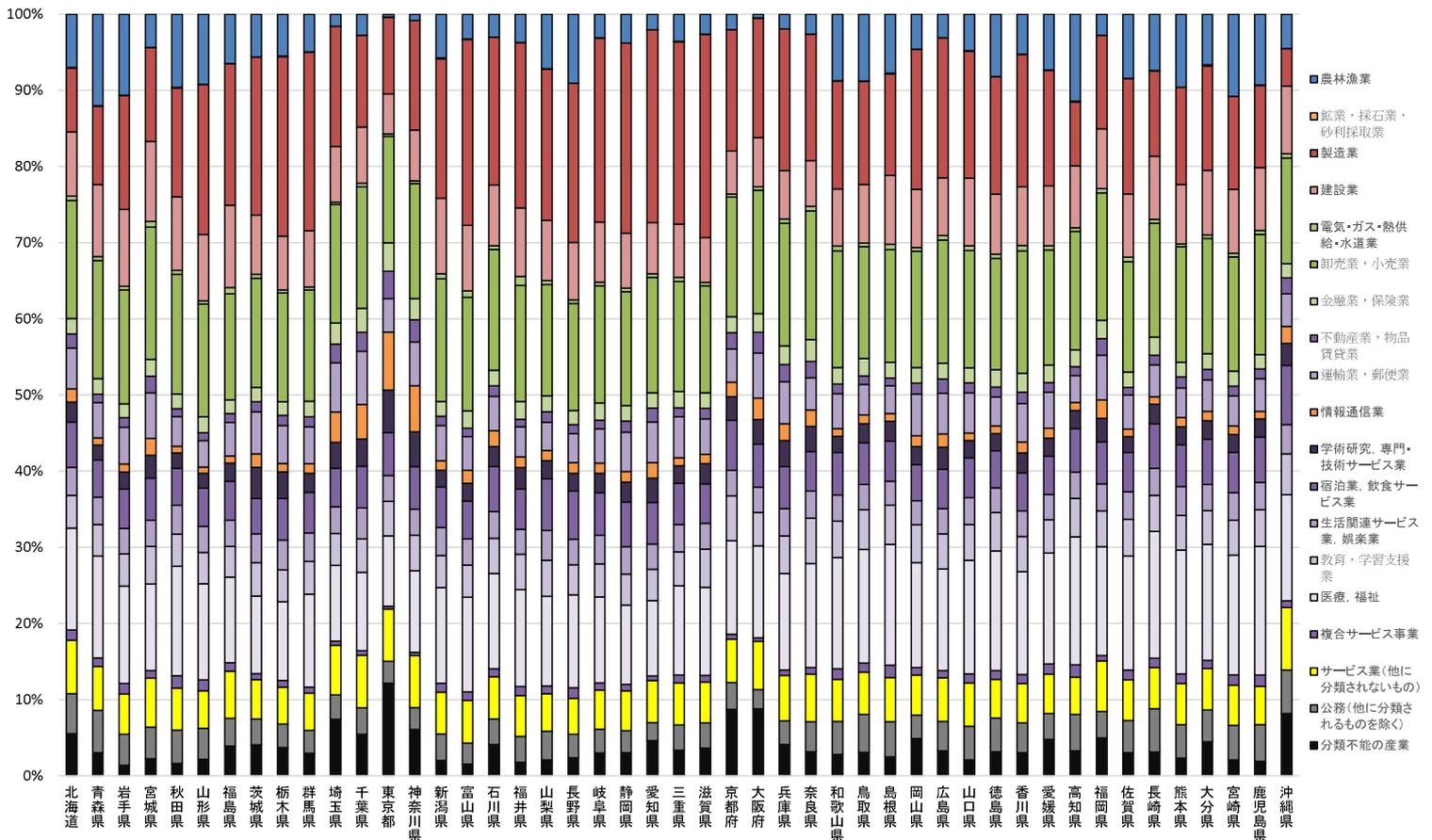


※1995年、2000年及び2005年は、総務省統計局による抽出詳細集計に基づく推計、集計である。
1990年までは産業の表章が異なっており、接合は行えない。

※2010年以降は「労働者派遣事業所の派遣社員」を派遣先の産業に分類していることから、派遣元である「サービス業(他の分類されないもの)」に分類している他の年との比較には注意を要する。

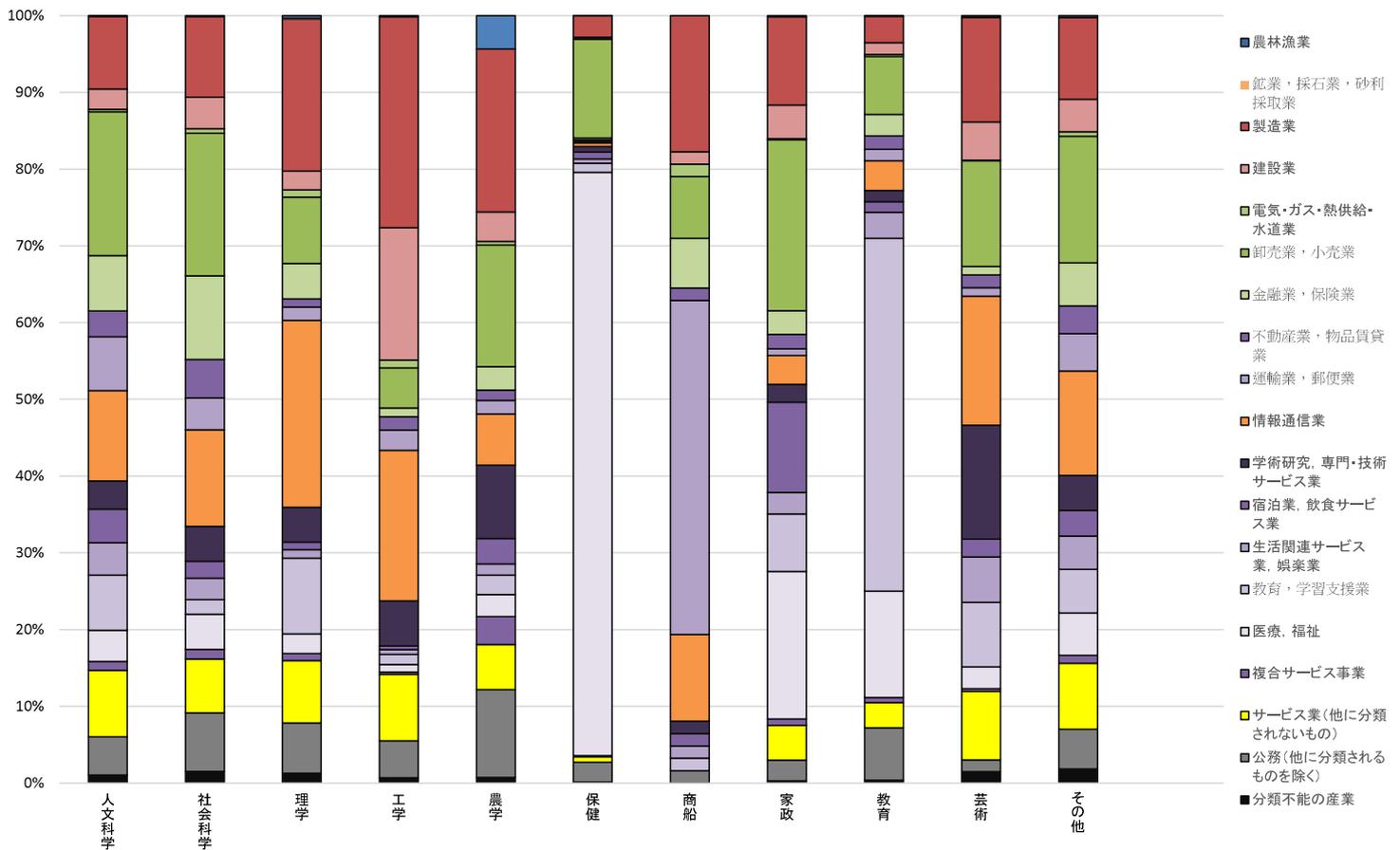
(出典)「国勢調査」(総務省統計局)

産業別就業者構成割合(都道府県別)



(出典)「2015国勢調査」(総務省統計局)

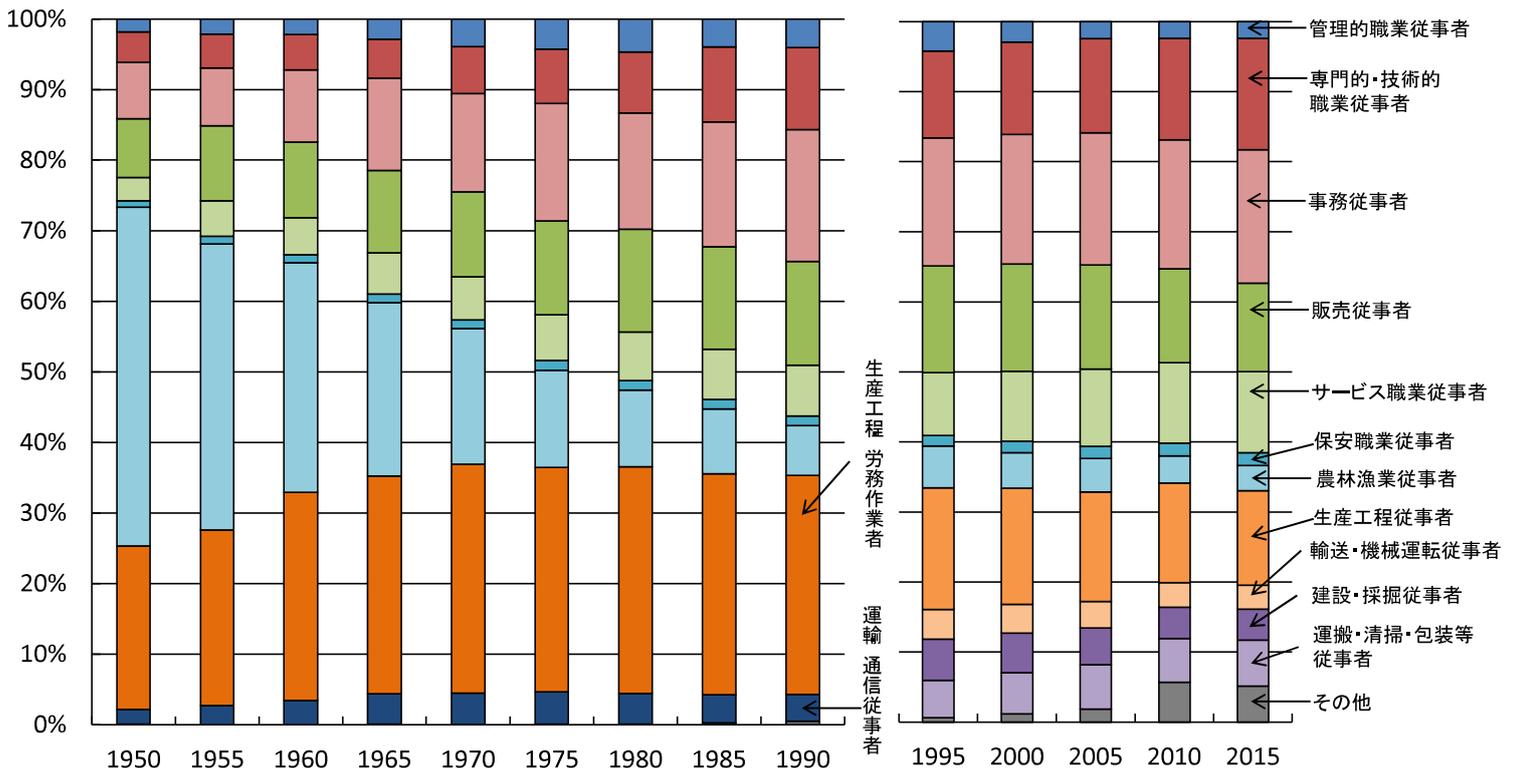
大学卒業後の産業別就職者構成割合(関係学科の分類別)



(出典)文部科学省「学校基本統計(令和2年度)」

職業別就業者構成割合の推移

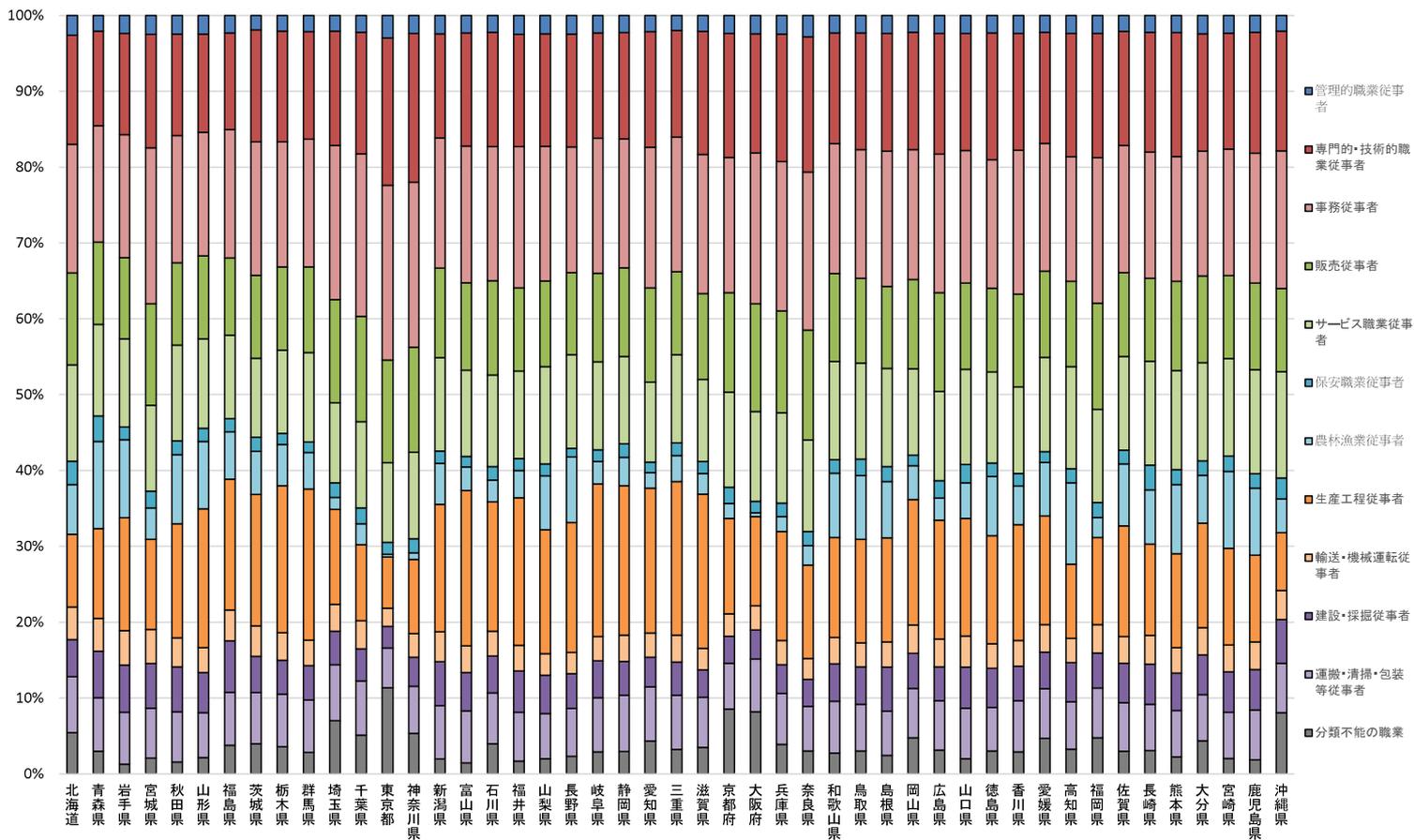
農林漁業作業者が減少する中で、専門的・技術的職業、事務従事者、サービス職業従事者等の割合が高まっている。生産工程・労務作業者の割合は低下傾向にあり、職業別にみても就業構造のサービス化が進んでいる。



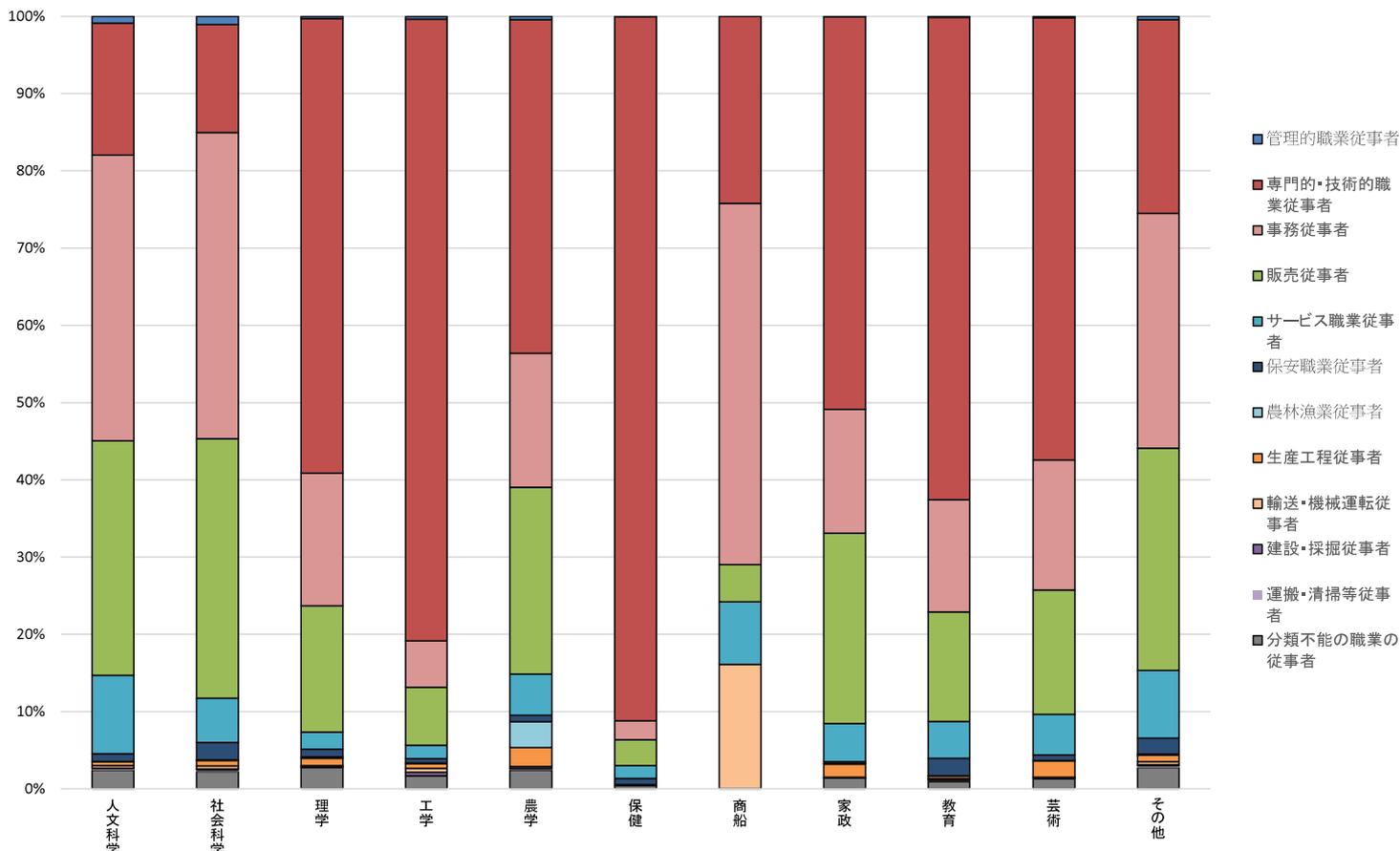
※1995年、2000年及び2005年は、総務省統計局による抽出詳細集計に基づく推計、集計である。
1990年までは産業の表章が異なっており、接合は行えない。

(出典)「国勢調査」(総務省統計局)

職業別就業者構成割合(都道府県別)

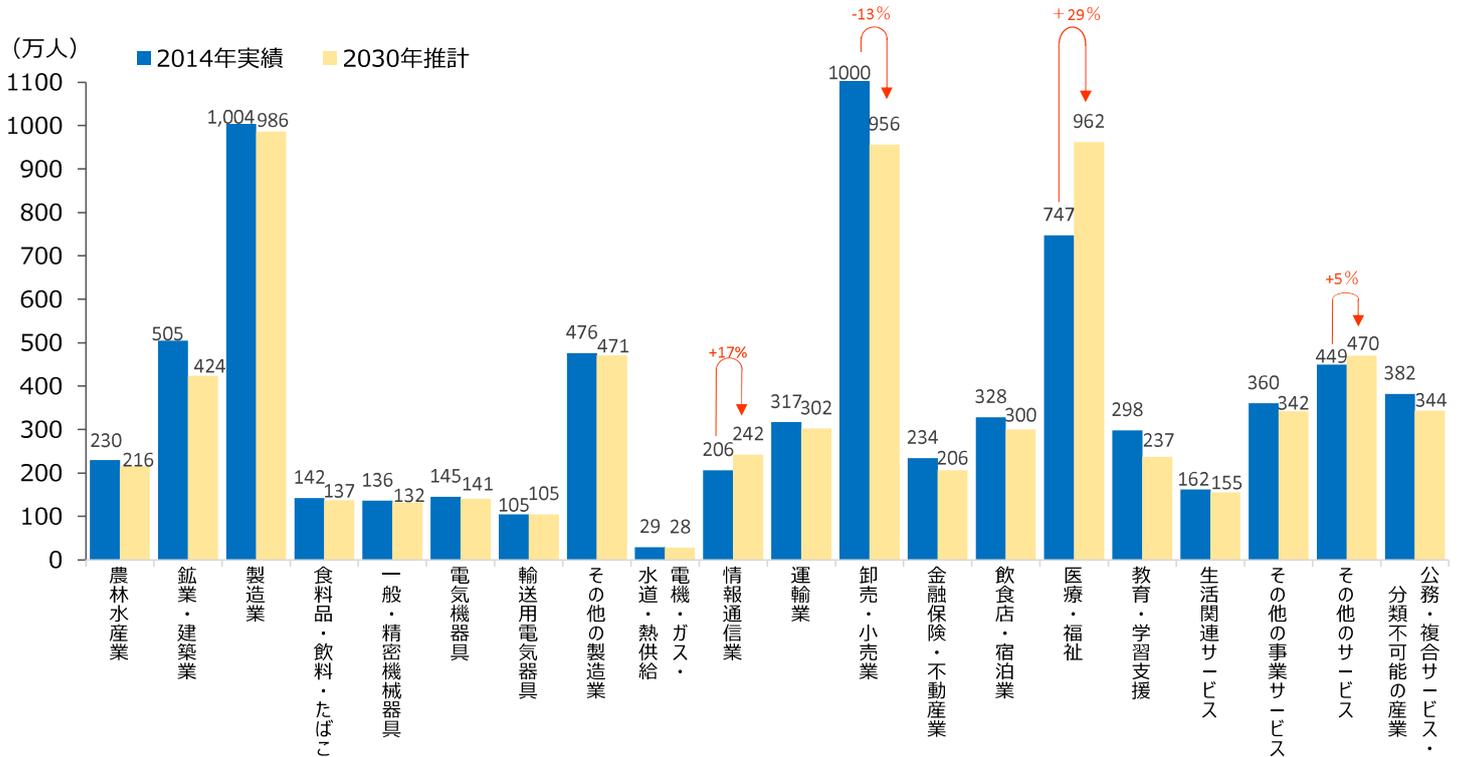


大学卒業後の職業別就職者構成割合(関係学科の分類別)



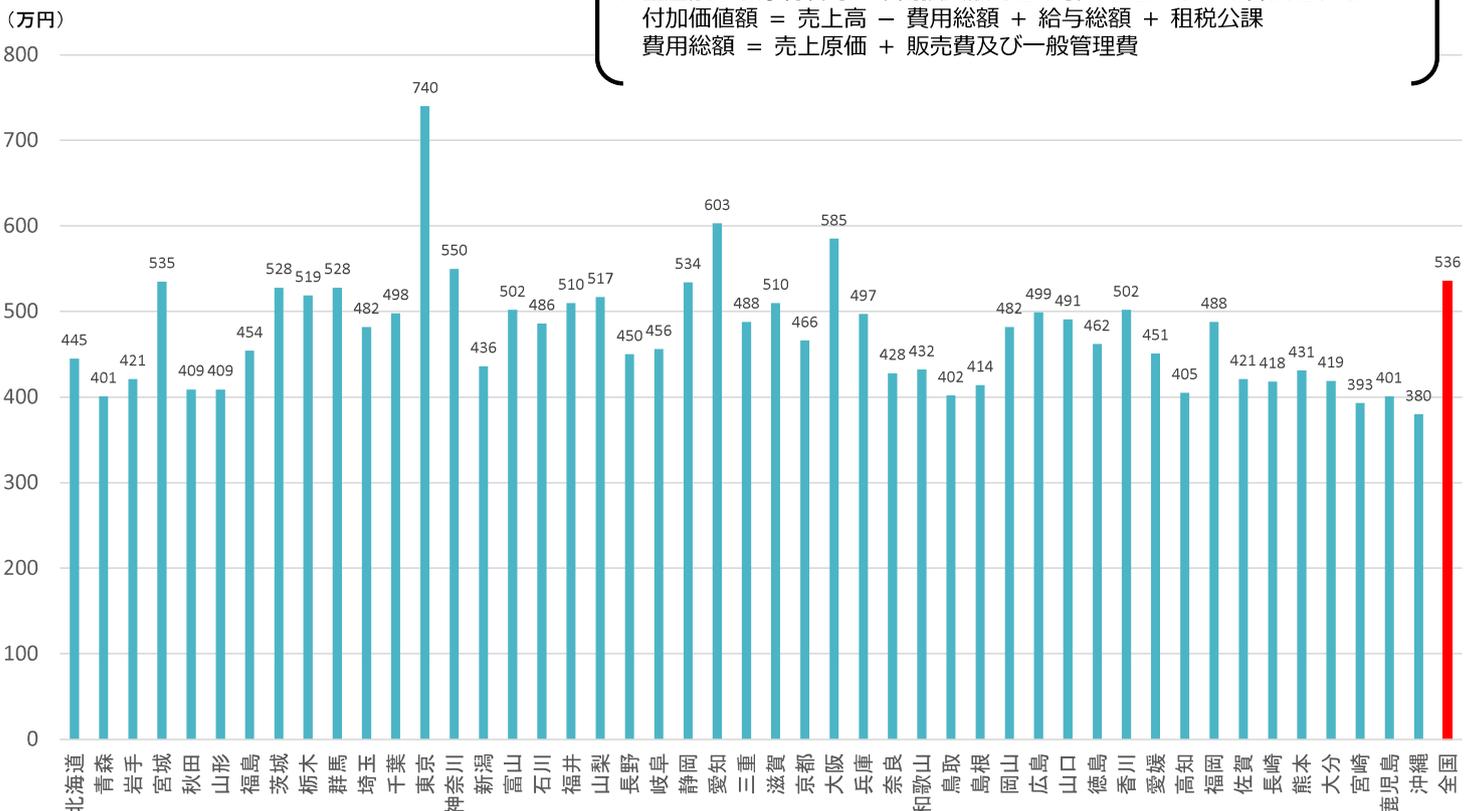
産業別就業者数の推移(2014年実績と2030年推計の比較)

- 2030年の産業別就業者数は、2014年と比較すると、医療・福祉で215万人、情報通信業で36万人、その他のサービス業で21万人増加する。一方で、製造業全体では18万人減、鉱業・建設業では81万人減、卸売・小売業では144万人減少することが見込まれる。



(出典)労働政策研究・研修機構「平成27年労働力需給の推計」 ※2030年の推計は経済成長、及び若者、女性、高齢者などの労働市場参加が進むシナリオを前提としている

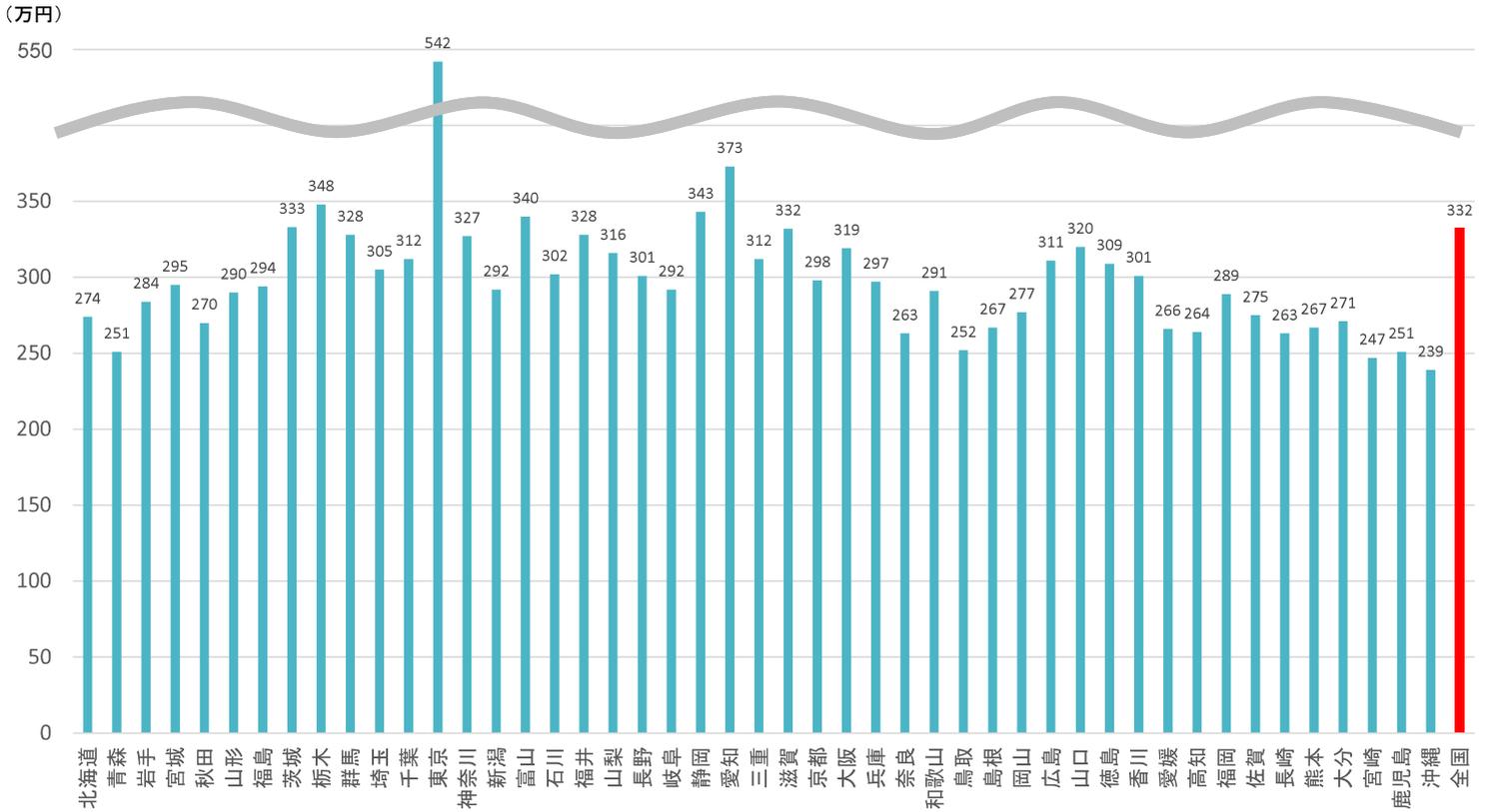
都道府県別の事業従事者1人当たり付加価値額



付加価値とは、企業等の生産活動によって新たに生み出された価値のことで、生産額から原材料等の中間投入額を差し引くことによって算出される。
 付加価値額 = 売上高 - 費用総額 + 給与総額 + 租税公課
 費用総額 = 売上原価 + 販売費及び一般管理費

(出典)「平成28年経済センサス活動調査」を基に作成

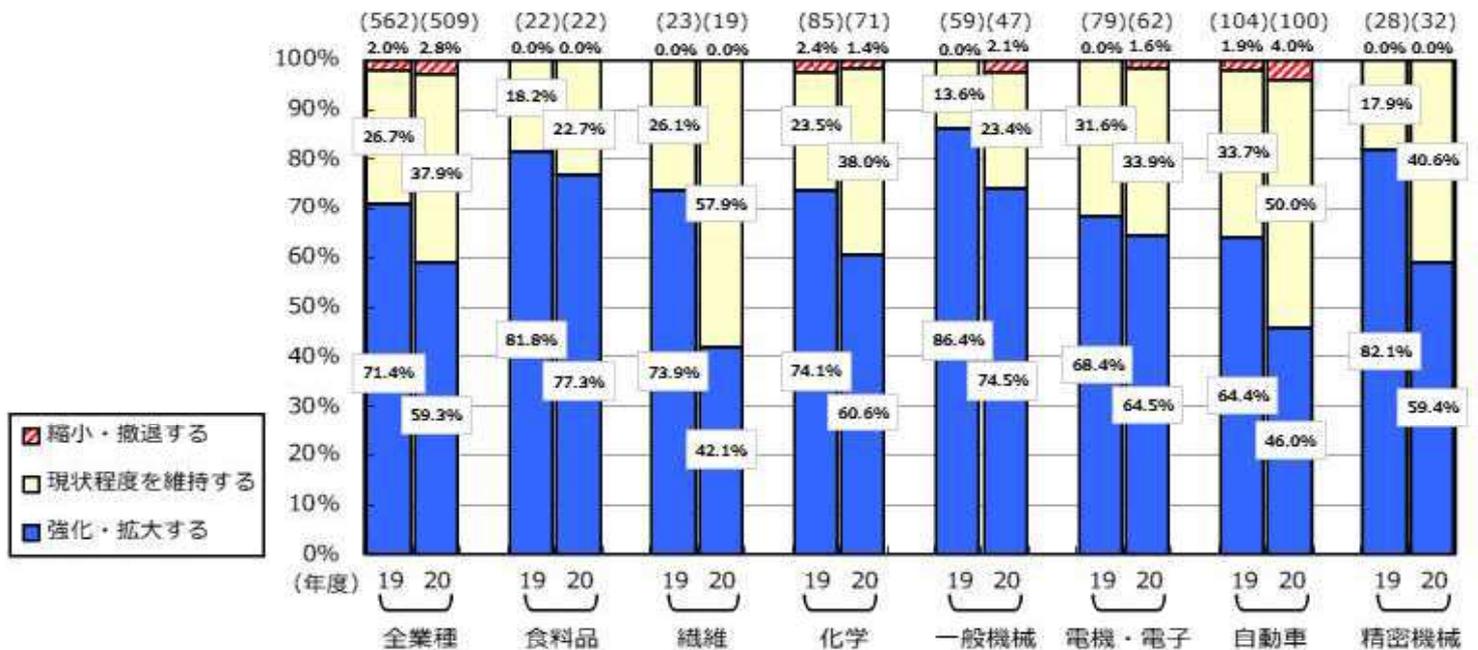
都道府県別の1人当たり県民所得



(出典)内閣府経済社会総合研究所「平成30年度県民経済計算」を基に作成

中期的海外事業展開の見通し

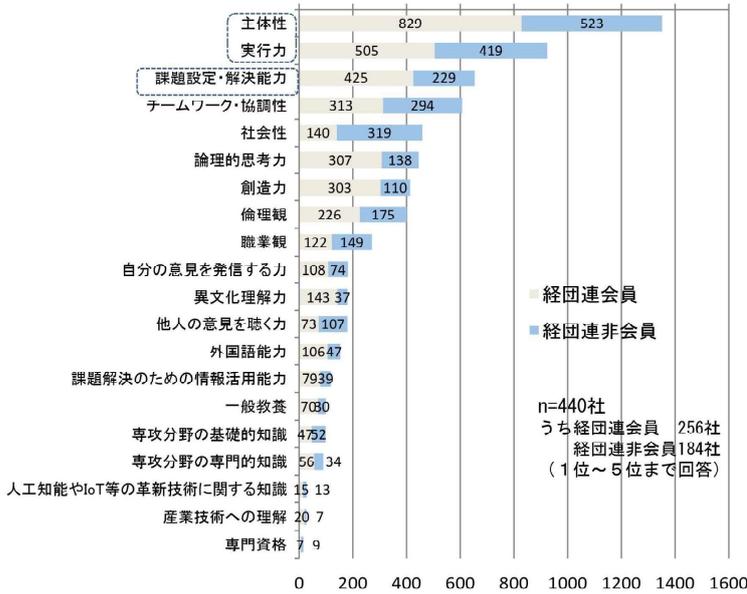
- 業種を問わず「現状維持」が増加、「強化・拡大」姿勢が弱まった。



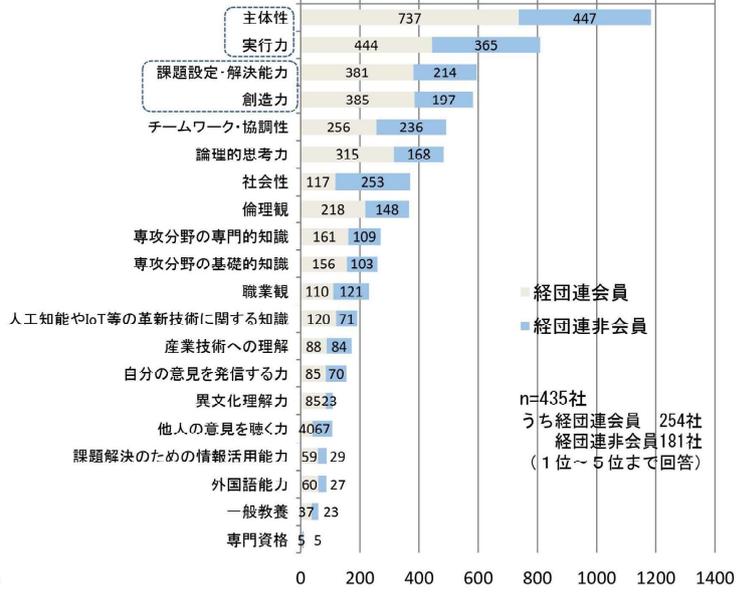
産業界が学生に期待する資質、能力、知識

- 文科系、理工系での大きな差は見られず、これまでの累次のアンケート結果と同様、「**主体性**」と「**実行力**」が上位
- 前回調査（2014年度）と比較して文系・理系ともに「**課題設定・解決能力**」がより一層求められており、さらに理工系では「**創造力**」も高い順位となった。IoTやビッグデータ、人工知能などをはじめとする技術革新が急速に発展する中、指示待ちではなく、自らの問題意識に基づき課題を設定し、主体的に解を作り出す能力が求められていることが示された。
- 論理的思考力や意見の発信・傾聴力、情報活用能力、外国語能力なども一定のポイントを得ており、「**基本的能力に基づく課題解決能力**」等が求められている。
- 文系学生においては、「**専攻分野での基礎的知識**」「**専門知識**」がともに理系学生と比べて相対的に低い順位に留まっている。

学生に求める資質、能力、知識(文系)



学生に求める資質、能力、知識(理系)



* 回答企業に上位5つの選択肢を選んでもらい、点数による重み付け(1位=5点、2位=4点、3位=3点、4位=2点、5位=1点)を行った

(出典)一般社団法人日本経済団体連合会「高等教育に関するアンケート」主要結果(2018年4月17日)

51

産業界が大学等に求めるカリキュラムや制度・環境

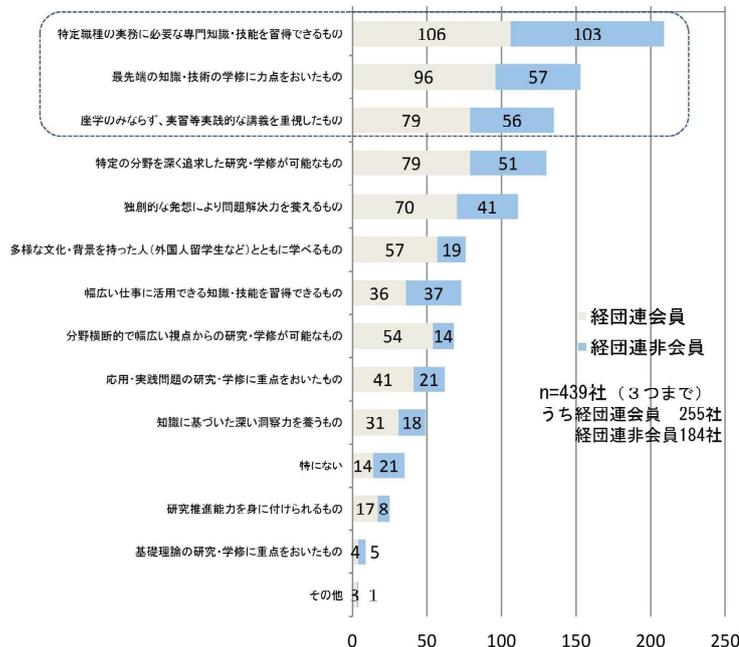
カリキュラムについて

- 「**専門性**」「**最先端**」「**実践的**」がカリキュラムに求められていることが読み取れる。もちろん業種・企業ごとにニーズは異なり、またそのニーズは常に変化していくと予想されるが、大学等はそうした企業のニーズを継続的に把握する努力が求められる。

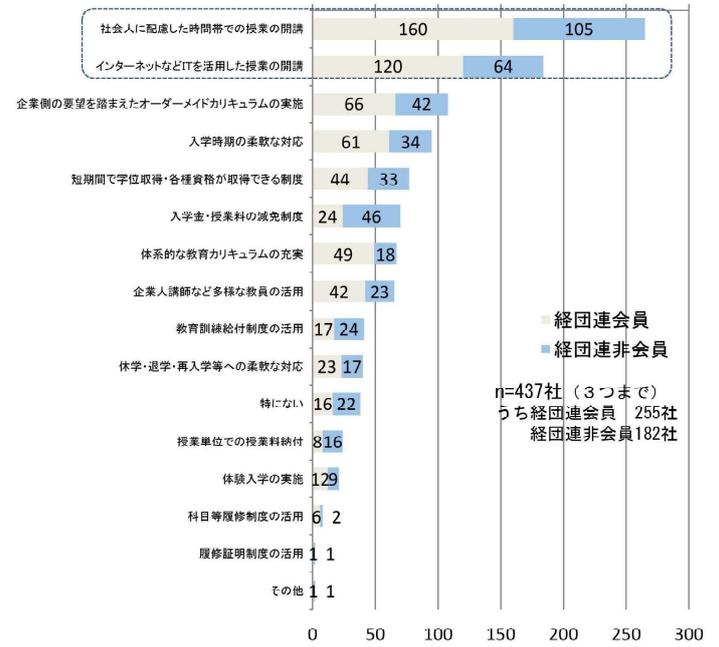
制度・環境について

- **時間的制約を解決する制度・環境整備**が上位にランクインしている。ICTを活用した授業も企業人の受け入れ拡大に有効であると読み取れる。

【図8-1】今後、充実させてほしい教育カリキュラム



【図8-2】今後、充実させてほしい制度・環境

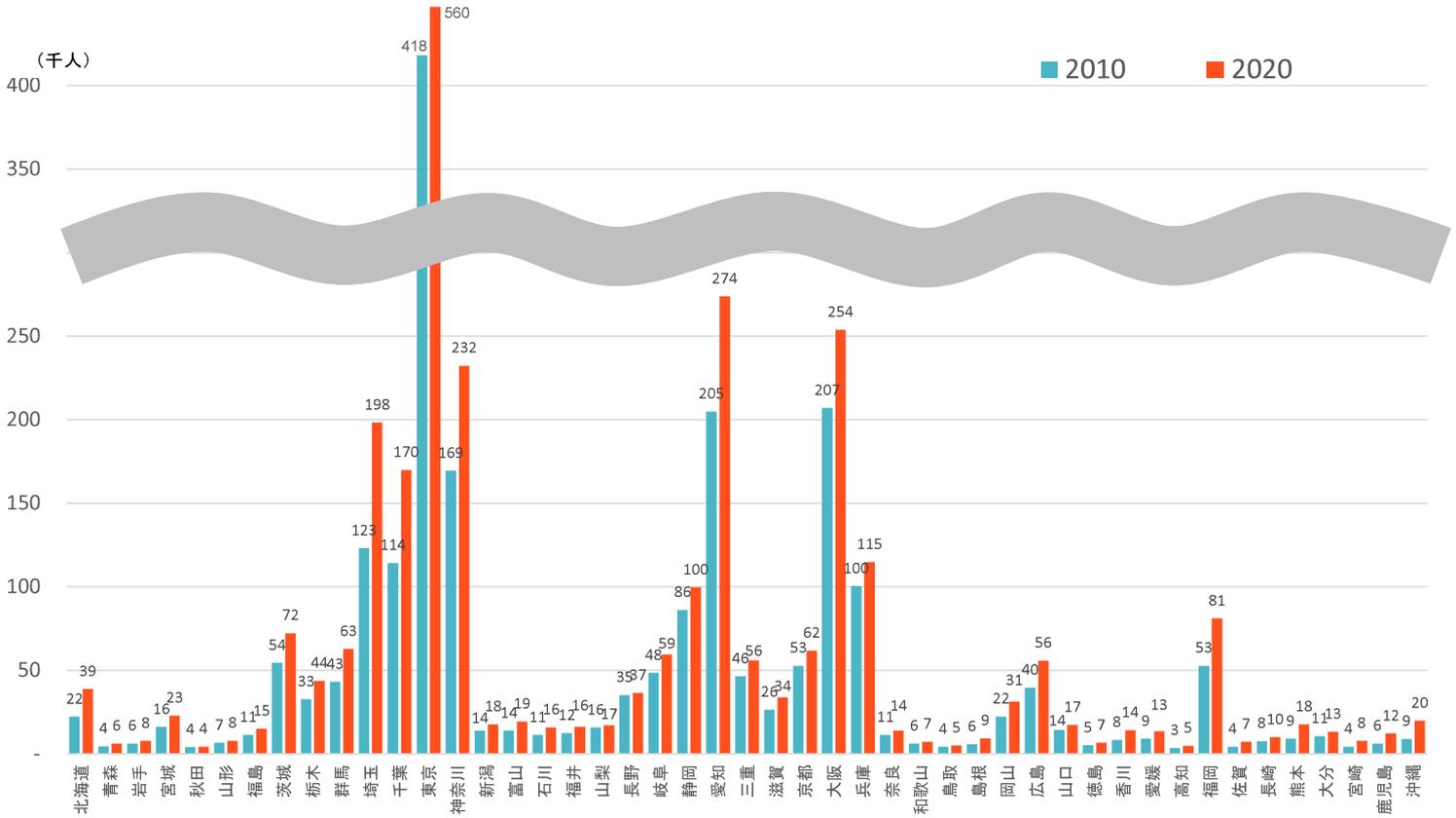


(出典)一般社団法人日本経済団体連合会「高等教育に関するアンケート」主要結果(2018年4月17日)

52

都道府県別在留外国人数の推移

10年前と比較して在留外国人数は全都道府県で増加している。2020年末時点で在留外国人数が最も多いのは東京都で、以下愛知県、大阪府、神奈川県と続くが、10年前と比較して在留外国人数が1.5倍以上に増加している県は、北海道、埼玉県、島根県、香川県、愛媛県、福岡県、佐賀県、熊本県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県である。



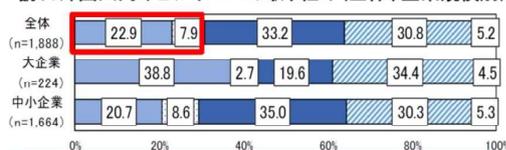
(出典)法務省 出入国在留管理庁「在留外国人統計(2010年は登録外国人統計)」を基に作成

53

訪日外国人向けビジネスへの取組

訪日外国人を対象としたビジネスについて、訪日外国人ビジネスに取り組む企業(現在実施+今後、新たに取り組む)の比率は30.8%。検討中は33.2%。

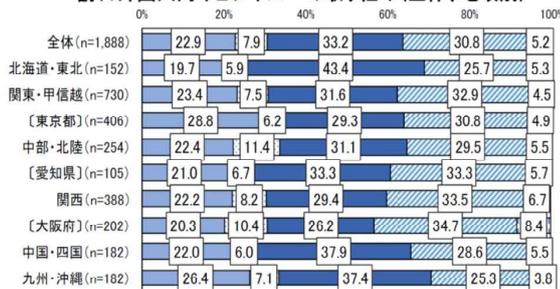
訪日外国人向けビジネスへの取組み(全体、企業規模別)



- 現在、訪日外国人向けにビジネスを行っている
- 現在、訪日外国人向けにビジネスを行っていないが、今後、新たに取り組む
- 現在、訪日外国人向けにビジネスを行っていないが、検討中
- 現在、訪日外国人向けにビジネスを行っていません、今後行う予定はない
- 無回答

[注]nは本調査の回答企業総数から「訪日外国人向けのビジネスを行う業種ではない」を除いた数。

訪日外国人向けビジネスへの取組み(全体、地域別)



- 現在、訪日外国人向けにビジネスを行っている
- 現在、訪日外国人向けにビジネスを行っていないが、今後、新たに取り組む
- 現在、訪日外国人向けにビジネスを行っていないが、検討中
- 現在、訪日外国人向けにビジネスを行っていません、今後行う予定はない
- 無回答

[注]nは本調査の回答企業総数から「訪日外国人向けのビジネスを行う業種ではない」を除いた数。

(出典)日本貿易振興機構(ジェトロ)「2019年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査(ジェトロ海外ビジネス調査)結果概要」(2020年2月27日)

訪日外国人向けビジネスへの取組み(全体、業種別)

| | 社数 (n) | 現在、ビジネスを実施 (%) | 現在実施していないが、今後、新たに取り組む (%) | 現在実施していないが、検討中 (%) | 現在、実施していません、今後行う予定はない (%) | 無回答 (%) |
|-------------------|--------|----------------|---------------------------|--------------------|---------------------------|---------|
| 全体 | 1,888 | 22.9 | 7.9 | 33.2 | 30.8 | 5.2 |
| 製造業 | 1,039 | 20.9 | 7.6 | 35.3 | 31.7 | 4.5 |
| 飲料食品 | 466 | 23.4 | 8.8 | 41.8 | 24.0 | 1.9 |
| 繊維・織物/アパレル | 87 | 27.6 | 6.9 | 35.6 | 24.1 | 5.7 |
| 木材・木製品/家具・建材/紙ハルバ | 42 | 21.4 | 7.1 | 31.0 | 38.1 | 2.4 |
| 化学 | 31 | 9.7 | 6.5 | 19.4 | 54.8 | 9.7 |
| 医薬品・化粧品 | 53 | 37.7 | 15.1 | 30.2 | 13.2 | 3.8 |
| 石油・石炭・プラスチック・ゴム製品 | 37 | 13.5 | 5.4 | 32.4 | 43.2 | 5.4 |
| 窯業・土石 | 13 | 7.7 | 15.4 | 38.5 | 38.5 | 0.0 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 68 | 11.8 | 2.9 | 30.9 | 45.6 | 8.8 |
| 一般機械 | 32 | 9.4 | 3.1 | 25.0 | 46.9 | 15.6 |
| 電気機械 | 24 | 0.0 | 4.2 | 29.2 | 54.2 | 12.5 |
| 情報通信機械/電子部品・デバイス | 14 | 21.4 | 14.3 | 14.3 | 42.9 | 7.1 |
| 自動車・同部品/その他輸送機器 | 20 | 15.0 | 5.0 | 25.0 | 55.0 | 0.0 |
| 精密機器 | 24 | 16.7 | 0.0 | 16.7 | 50.0 | 16.7 |
| その他の製造業 | 128 | 19.5 | 6.3 | 32.8 | 36.7 | 4.7 |
| 非製造業 | 849 | 25.3 | 8.2 | 30.6 | 29.8 | 6.0 |
| 商社・卸売 | 425 | 21.6 | 8.0 | 31.1 | 34.1 | 5.2 |
| 小売 | 90 | 28.9 | 7.8 | 37.8 | 23.3 | 2.2 |
| 建設 | 29 | 13.8 | 6.9 | 37.9 | 37.9 | 3.4 |
| 運輸 | 30 | 20.0 | 0.0 | 26.7 | 46.7 | 6.7 |
| 金融・保険 | 28 | 53.6 | 3.6 | 10.7 | 17.9 | 14.3 |
| 通信・情報/ソフトウェア | 48 | 18.8 | 8.3 | 25.0 | 43.8 | 4.2 |
| 専門サービス | 36 | 30.6 | 16.7 | 25.0 | 19.4 | 8.3 |
| その他の非製造業 | 163 | 31.9 | 9.8 | 31.3 | 17.8 | 9.2 |

[注]①nは本調査の回答企業総数から「訪日外国人向けビジネスを行う業種ではない」を除いた数。②塗りつぶしは「現在、ビジネスを実施」「現在実施していないが、今後、新たに取り組む」「現在実施していないが、検討中」の各項目で回答比率の高い上位5業種。太字は各業種で最も回答比率の高い項目。

54

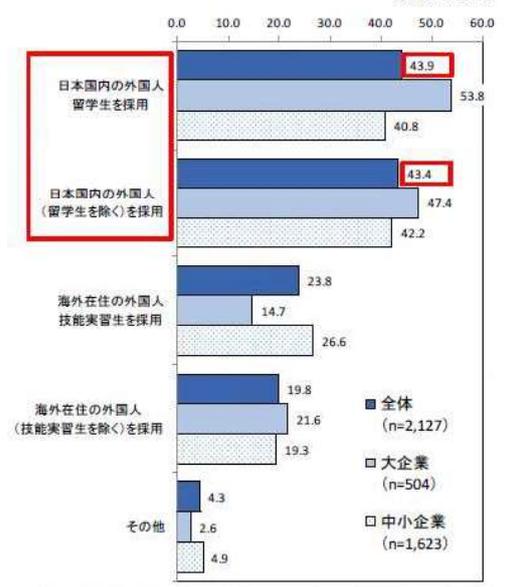
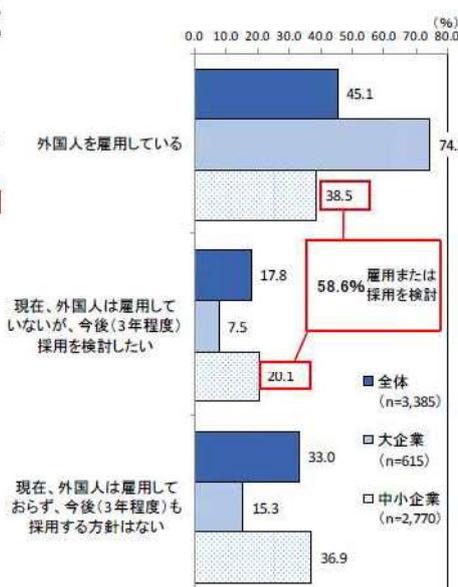
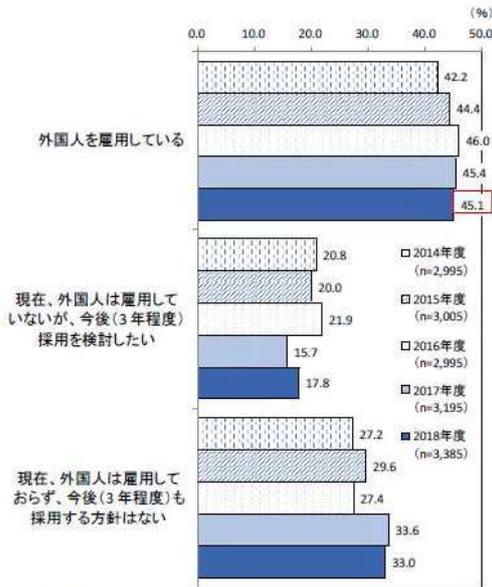
国内拠点における外国人の雇用状況

- 「外国人を雇用している」企業の割合は45.1%、「今後採用を検討したい」企業の割合は17.8%となっている。また、中小企業においても、合わせて約6割（58.6%）と高い割合となっている。
- 採用方法では、日本国内の外国人を採用した、もしくは検討している企業が多く、留学生を採用は43.9%となっている。

外国人社員の有無(全体、時系列)

外国人社員の有無(全体、企業規模別)

外国人社員の採用方法(全体、企業規模別)



[注]母数は本調査の回答企業総数。なお、「3年程度」の文言については2017年度から明記。

[注]母数は本調査の回答企業総数。

[注]母数は本調査で「外国人を雇用している」「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

(出典)日本貿易振興機構(ジェトロ)「2018年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査(海外ビジネス調査)」

海外ビジネス拡大のための人材確保の方針

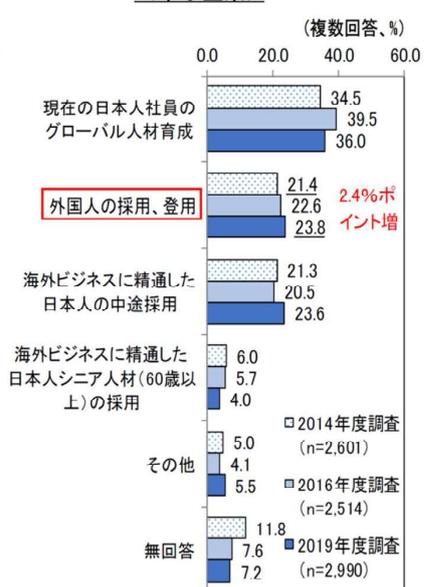
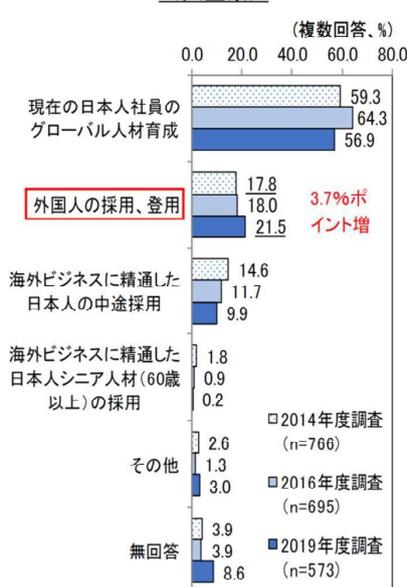
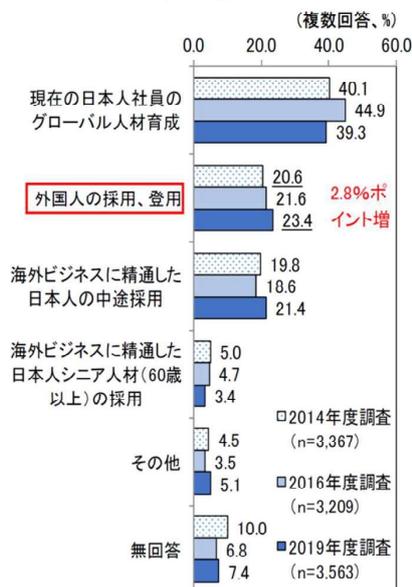
- 「外国人の採用、登用」を重視する企業が増加傾向にある。
- 中小企業では、「海外ビジネスに精通した日本人の中途採用」も2019年度に増加するなど、外国人材とあわせ即戦力に期待する傾向。

海外ビジネス拡大のために最も重視する人材(全体、企業規模別、時系列)

<全体>

<大企業>

<中小企業>



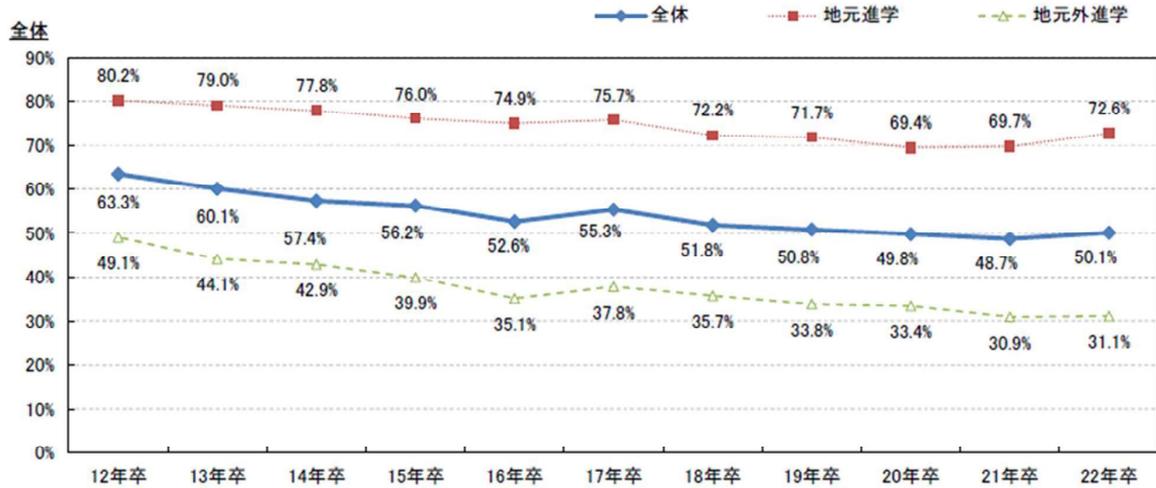
[注]nは本調査の回答企業総数。ただし、2014年度と2016年度は一部、複数回答した企業も含めて集計しているため、回答企業数ではなく回答数(各項目の比率は回答数から算出)。

(出典)日本貿易振興機構(ジェトロ)「2019年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査(ジェトロ海外ビジネス調査)結果概要」(2020年2月27日)に基づき作成

大学生の地元就職希望の割合【時系列】

- 地元就職希望割合は経年でみると減少傾向にあるが、22年卒では若干上昇し、50.1%となっている。
- 地元大学に進学した学生の地元就職希望割合は72.6%であるのに対し、地元外の大学に進学した学生は31.1%と、地元就職希望割合が低い結果となっている。

【地元就職希望割合】



○地元就職希望とは、最も就職したい都道府県が卒業高校都道府県に一致していることを意味する。
 ○地元進学とは、現在の学校所在都道府県が卒業高校都道府県に一致していることを意味する。
 ○地元外進学とは、現在の学校所在都道府県が卒業高校都道府県に不一致であることを意味する。

(出典)株式会社マイナビ「マイナビ 2022年卒 大学生 Uターン・地元就職に関する調査」(2021年5月)に基づき作成

大学生の地元エリア就職希望の割合【時系列】

