

シリコンバレーに見る多国籍人材の育成と活用の新展開

—日本企業はどう取り込み、どう人材競争すべきか—

（同時発表：シリコンバレー現地調査報告）

㈱現代経営技術研究所 主任研究員 尾松亮

シリコンバレーは人口約300万人の地域ながら、世界各国から優秀な人材が集まり活躍していることで知られる。

シリコンバレーの外国人材の育成と活用を考える上で、エスニックコミュニティの「教育」機能に注目したい。2012年10月の現地調査で、インド系起業家団体 TiE とロシア系起業家団体 AMBAR の「起業家教育」の取り組みを調査した。

これらの団体では、経験豊富な企業家達が Mentor となって新規メンバーに対する教育サポートを行っている。ビジネスプランの作り方や、チーム編成の助言、投資家プレゼンテーションの訓練など、教育の内容は様々だ。「どんなに優秀な人材でも、初期のサポートが得られなければ十分に活躍できない」というのが、起業家団体の代表者たちの意見である。

シリコンバレーには「チャンス自体」だけでなく「チャンスを掴むための教育サポート」が豊富である。この「教育」があつてこそ、世界中から集まる人材が活躍できるのだ。

エスニックコミュニティは、外国から人材を集めるだけではない。シリコンバレーから各国に、人材ネットワークを広げている。シリコンバレーで経験を積んだ起業家やエンジニアが出身本国のビジネスを牽引するケースは多い。

典型的な事例は2000年代前半のインドのITアウトソーシングである。シリコンバレーのインド系起業家が本国に戻り、ソフトウェア開発を指揮した。サクセニアンが「頭脳還流」と呼ぶ動向である。

2000年代後半になると、ロシアやベトナムでも同様の「頭脳還流」が起ころはじめる。シリコンバレーで経験を積んだロシア系起業家が、ロシア本国でのハイテクビジネスのマネジメント人材に起用される。またそれらの人材が、米国企業によるロシア語圏へのビジネス展開を助けている。

このようにシリコンバレーを「ハブ」にして、各国へ人材ネットワークが展開している。この人材ネットワークを活用して、各国に販路拡大を模索する企業もある。国際マーケティングを牽引する人材を求める日本企業は多い。こシリコンバレーから各国に還流する「頭脳」達を活用する方向性は、検討に値する。