

P.03

## 就職&雇用ガイド 2025

TOP INTERVIEW

P.09

Nissin Foods USA

ブライアン・ハワ氏

P.11

Sushizanmai LA Inc,

木村清氏

P.13

pSemi Corporation

丸山豪氏

P.15

瀬祭

桜井博志氏

P.10&12

ITトレンドを追う

P.14

アメリカで実践!

バイリンガル子育て

## 3 FEATURE STORY

## 就職&amp;雇用ガイド2025



## 9 TOP INTERVIEW

カップヌードルを次のステージへ  
Nissin Foods USA  
社長兼CEO ブライアン・ハフ氏



## 10 ITトレンドを追う

米国で働き手が足りない今、どう動くか

## 11 TOP INTERVIEW

ロサンゼルスで始まる「すしざんまい流」革命  
Sushizanmai LA Inc,  
CEO 木村清氏



## 12 ITトレンドを追う

ハイブリッドワーク時代のIT インフラ最適化

## 13 TOP INTERVIEW

技術と人をつなぐ、世界標準への挑戦  
pSemi Corporation  
CEO 丸山豪氏



## 14 アメリカで実践！

バイリンガル子育て 竹井カヨコ  
英語力・学力・自信を育てる夏休みの過ごし方

## 15 TOP INTERVIEW

Dassai Blueの挑戦  
瀬祭  
会長 桜井博志氏



発行元：株式会社システムサポート

編集・制作：吉田沙織、齋藤春菜、柴田早央里、森原潔、宇野彩乃

# 就職&雇用ガイド 2025

転職が当たり前の「流動の国」アメリカ。しかし今、その労働市場は大きな転換点を迎えている。採用の冷え込み、AIの進化、政策の不透明化、そして高齢化の進行。本特集では、データと現場の変化から“アメリカの雇用最前線”を読み解く。

/ 監修 /

STS Career

<https://usfl.com/author/stscareer>

ロサンゼルスを拠点とし、アメリカ全土を対象に

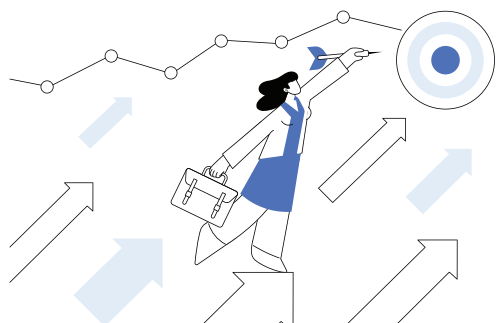
HR・人材ソリューションを提供するリクルーティングエージェンシー。

## ジョブホッピングからジョブハギングの時代へ

昔から「転職大国」と言われてきたアメリカでは、自分の理想のワークスタイルや待遇を求めて転職をすることはごく一般的で、労働者は約4年に1回のペースで転職をするとのデータも出ている。このようにキャリアアップのために積極的に転職を重ねる人は、Hop（跳ねる）という言葉を使って「Job Hopper」と呼ばれてきた。

そんななか、アメリカの労働市場で近年増えてきているのが「Job Hugger」だ。Hug（抱きしめる）から転じて、「辞めたい気持ちはあるけれど動けない」「今の職にしがみつかざるを得ない」という人を指す。求職者向けサービスを展開する「Resume Builder」が2025年9月に発表した調査結果によると、アメリカの労働者のうち45%がJob Huggerだと自己定義している。そのうち95%の人々は労働市場の不確実性を挙げており、また50%は、少なくとも一年は転職に踏み切れないと考えている。辞めたい気持ちがあっても「次が見つからないかもしれない」という不安から動けなくなっている人が増えており、このような状況は一時的ではなく長期化していることがうかがえる。

労働者に労働市場の不確実性という不安を生み出している要因としては、以下の3つが挙げられる。



## ①労働市場の冷え込み

米国労働省が2025年8月に発表したJOLTS（Job Openings and Labor Turnover Summary。雇用動態調査）の結果を、Job Hopping 全盛期だった2021年のGreat Residnation（大離職時代）と比較すると、以下のような結果となる。

	2021年	2025年8月	変化・解釈
求人数	約1,210万件	約722万件	ピーク時と比べて約40%減少。採用意欲が大幅に落ち込んでいる。
求人率	約7%前後	4.3%	求人倍率が低下し、選択肢が狭まっている。
自発的離職率	約3%（史上最高水準）	1.9%	過去平均（2%）をも下回る低水準。
離職件数	約450万人／月	約310万人／月	実際に辞める人の数も減少。Job Huggingを裏付けている。

企業はすぐに雇うよりも一旦様子を伺う傾向にあり、労働者は「辞めても次が見つからない」という状況にある。こういった流動性の低下が市場を停滞させていると考えられる。

## ②AI・自動化への懸念

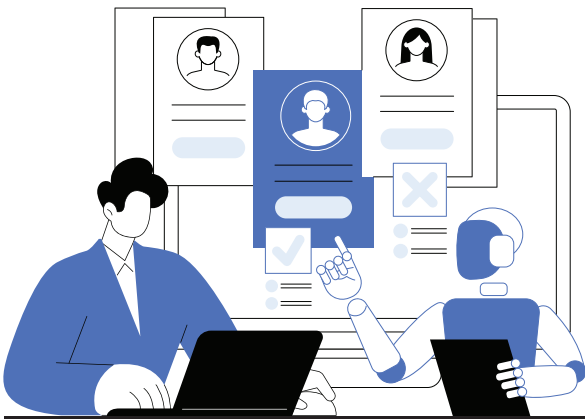
同調査では77%のJob Huggerが自動化に懸念を示しており、AIによって就職が難しくなることへの不安があることも分かっている。LLM（大規模言語モデル）やAIの発展が業務の自動化や仕事の再定義を加速する可能性も指摘されており、高スキル層・中スキル層の業務にも影響が及ぶ可能性は、多くの人にとってリアルな恐れに変わってきているようだ。

## ③経済・政策の不透明性

関税政策の変更や移民取締強化が、企業が抱えるコストや雇用判断の不透明さを引き起こしていることも分かっている。世界最大の通信社の一つである「ロイター通信」は、2025年9月に以下のように報じている。

“先行きの見えない要素が米国企業を「積極拡大」から「慎重様子見」へと舵切りさせ、新規ポジションの凍結や予算計画の延期に導いているとのこと。特に国際取引に依存する企業や外資系企業では、政策の行方次第で採用計画そのものを見直さざるを得ないケースも増えています。”

このように、政策と経済の不透明さが企業の採用停滞を生み出し、結果として労働者が辞めにくい心理＝Job Huggingを一層強めているのだ。



# 駐在 vs 現地採用

2025 年 9 月 19 日、トランプ大統領が「H-1B ビザの新規申請に 10 万ドルの申請料を課す」との新たな大統領令を発令した。これまで約 1,500 ドルだった H-1B ビザ申請料が、一夜にして約 70 倍となった。この動きは、アメリカで働くことを望む外国籍者にとってキャリアの選択肢を再考させられる大きな契機となっている。なかには、米国の現地採用を目指すよりも駐在員のほうが現実的なのでは、との考えも出てきているようだ。

駐在員と現地採用では、雇用契約や給与形態、そのほかの待遇が大きく異なる。以下の表は、それぞれの立場の主な違いを一覧にしたものだ。



	駐在員	現地採用
雇用契約	日本本社との契約。海外赴任は一時的な辞令	現地法人との直接契約
給与体系	日本本社水準＋海外勤務手当。そのほか、赴任前支度金、一時帰国手当、物価調整手当、帯同家族手当／単身赴任手当などの支給もある	米国市場基準
住居	社宅、家賃補助あり	自己負担
子供の教育費	子女教育手当として会社負担のケースが多い	自己負担
配偶者の就労	ビザや安全性の観点から禁止されるケースもある	制限なし
税務	Tax equalization（税負担調整制度）で日本基準に近い。 ※日本勤務時に払うであろう税額と同水準に、海外勤務時の税負担を調整する制度	米国税制に従属（連邦税＋州税＋社会保障）
キャリア	帰任後は本社昇進ルートが一般的	米国市場で競争
自由度	帰任前提。以降の勤務地は会社次第（派遣期間は通常 3 ～ 5 年）	転職、転居は自由

※内容はあくまで一般論で、企業や業界によっては例外あり。

上記の違いをより分かりやすくするため、以下の前提条件の場合に駐在員と現地採用で収入や自己負担がどのように異なるのかを比較してみよう。

## <前提条件>

- ・ 職種：日系大手メーカーまたは商社の総合職
- ・ 勤務地：ニューヨークまたはニュージャージー郊外（通勤圏）
- ・ 家族構成：夫婦＋子供一人（未就学児／保育園）

## <比較表>

	駐在員	現地採用
年収	本社基準＋手当：USD120,000-150,000 相当	市場水準：USD80,000-100,000
家賃	会社負担：USD3,000-3,500/ 月 (NJ 郊外 2BR)	自己負担：USD36,000-42,000/ 年
教育費	会社負担	自己負担：USD20,000-35,000/ 年
医療保険	会社負担	家族加入で USD8,000-12,000/ 年
税負担	Tax equalization で日本勤務相当（実効税率 20%前後に調整）	ニューヨーク州の場合：年収 USD100,000 →手取り USD65,000-67,000

駐在員か現地採用か、どちらを選ぶかはキャリアやライフプランに直結する大きな決断だ。生活コストのシミュレーションやキャリアパスの方向性、家族のライフプランなど、さまざまな観点で検討をしたうえで自分にあったキャリアを選択しよう。

# 就職・転職のベストシーズン



アメリカは通年採用が基本であり、欠員に応じて採用が行われる。ただし、シーズンごとに傾向や留意点もあるため、以下の情報を参考に効率よく計画的に就職活動を進めよう。

## 11—12月

アメリカではこの時期をホリデーシーズンと呼び、10月30日のハロウィンが終わると町は瞬間にホリデー仕様に模様替えされる。この時期は、家族や友人へのクリスマスプレゼントの購入のため、年末にかけて消費活動が盛んに行われる。このいわゆる年末商戦は小売業界の年間売上の30-40%を占めるともいわれており、需要に応じて小売業や物流業ではシーズナルな人員補充が行われる。近年ではオンラインショッピングの台頭に伴い、Eコマース関連のカスタマーサービス職やIT職もその対象となる。

一方で、BtoB業界やフルタイムのポジションは雇用が縮小する傾向にある。世の中全体がおやすみモードであり、里帰りなどで長期休暇をとる社員も多いため、採用活動含めビジネス全体がスローになるためだ。

またアメリカは日本と異なり、Fiscal Year（会計年度）をCalendar year（暦年）と統一し、12月締めとする会社が多い。よって、事業計画や予算の面からも年内は採用を行わず、新年度まで待つケースが一般的。

## 1—2月

新たな会計年度に入り採用の準備が整う企業が多いため、一年のうちに就職・転職のベストシーズンといわれる。1月はホリデーシーズンの尾を引く傾向にあるため求人の投稿が増えるのみで、2月から面接の案内が届くなど採用活動が本格化することが多い。と同時に、年が明けると動き出す求職者も増えるため、競争率も高くなる。

## 3—5月

アメリカでは日本のように新春に対する強いスタート意識はあまりないものの、以下の理由から依然として求人が一定数ある傾向にある。

- ・ 卒業シーズンに合わせた雇用  
アメリカの卒業シーズンである5、6月に合わせて、優秀な人材を確保したい企業が積極的に人材確保に動き出す時期。
- ・ 日本の新年度に合わせた雇用  
日本本社と繋がりが強い日系企業は、4月に行われる異動・人事編成にあわせて採用を行う企業も少なくない。

## 6—8月

アメリカのサマーシーズンは長期のパケーションを取る人が多くいる。デシジョンメーカー（採用決定権のある人）がオフィスを留守にするケースもあり、採用活動もスローダウンする傾向がある。

## 9—10月

この季節は、1～2月の次に就職・転職活動にもっとも適した季節だといわれている。再び雇用が拡大する理由は以下の通り。

- ・ 再始動のシーズン  
約3カ月のパケーションシーズンが終了し、ビジネスが再び軌道に乗り始める季節。人々のモチベーションも高く仕事の生産性も高い季節なので、採用活動にも本腰が入るケースが多い。
- ・ 緊急性の高い求人増加  
来る年末・ホリデーシーズンに備えたい、また第4四半期に入り予算が不足する前にリソースを確保したいという姿勢から、緊急性が高く即日勤務開始を求める求人が増加する傾向にある。



## コラム

# シニア層増加による労働市場の変化

少子高齢化は日本だけの問題だと思われがちだが、実はアメリカにもその波は押し寄せている。ベビーブーム世代（1946～1964年生まれ）が2025年頃に65歳を迎えることとなり、これを境に米国の高齢者人口は20%を占めるようになるといわれている。そんななか、リタイア後に必要な資金は少なく見積もっても億単位とされ、老後の生活に不安を抱いている人も少なくないだろう。人口の5人に1人がシニア層となることは、労働市場へも大きなインパクトを与えられよう。

## 想定される労働市場へのインパクト

- ・ 高齢者の増加による労働力不足：現役世代の労働者が不足する可能性が高い
- ・ シニア層の再雇用増加：健康状態が良好なシニア層は退職後も働き続ける意欲が高く、高齢者の再雇用が進む傾向も
- ・ 雇用の質の変化：高齢者の労働市場参画でフルタイムで働く人の割合が減少
- ・ 移民労働力の重要性：労働力不足を補う重要な役割を担うのが移民。近年の移民人口の減少や移民政策の変更で、労働力供給に影響が及ぶ可能性が大きい

## 企業が果たすべき役割

### 1. 柔軟な雇用制度の導入

65歳以上の労働参加率は過去10年で増加を続け、2024年時点で19%に到達している。医療技術の進歩や生活水準の向上によりアメリカ人の平均寿命は延びており、65歳以上の高齢者でも健康で活動的に過ごせる人が増えてきた。シニア層の労働市場参加に伴い、企業はフルタイムの勤務体系にこだわらず、健康状態やライフスタイルに合わせた就業機会を増やしていくことがますます重要視されていく。

### 2. スキルアップ支援

年齢を重ねると、新しい技術や知識の習得に対して障壁を感じやすい。そんなシニア層が労働市場における競争力を維持するために、下記のようなサポートの機会を提供することで、企業側も従業員の労働力の底上げを図ることが可能となる。

- ・ 再教育プログラムの提供：テクノロジーやデジタルスキルを習得できる再教育プログラムを通し、最新技術に対応できるよう支援
- ・ メンターシップと知識共有：シニア層が持つ豊富な経験を活かし、若年層の指導やメンターシップを行う機会を提供することで、両世代の知識共有を促進
- ・ 健康管理と労働環境の改善：健康管理プログラムや柔軟な労働時間を提供し、シニア層の健康と労働環境をサポート

### 3. 年齢差別の撤廃

ある調査によると、50歳以上の労働者の60%以上が年齢差別を経験したことがあると回答している。年齢に基づく差別はシニア層が職場で活躍する機会を制限し、能力や経験に基づいた評価を妨げる要因となる。能力重視の採用や意識改革を進めることでシニア層が職場で活躍する機会が広がり、企業の成長にも貢献することができるだろう。

# アメリカ生活やビジネスヒントを 伝えるU.S. FrontLineの オンラインサイト

# usfl.com

随時  
更新中!

アメリカの最新ビジネス関連ニュースから  
生活情報まで多彩なコンテンツが満載。  
これからアメリカで生活する人や、ビジネスの成功の  
ヒントを探している人にとって強い味方です。



# カップヌードルを次のステージへ

アメリカの即席麺市場は拡大を続け、日本発の「日清食品」はその成長をけん引している。2024年にNissin Foods USAの社長兼CEOに就任したブライアン・ハフ氏に、米国での成長戦略と未来について聞いた。



Nissin Foods USA 社長兼 CEO ブライアン・ハフ氏

## 成長を支える三つの柱

「就任直後から“成長の加速”に注力してきました。柱は三つ。まずはイノベーション。2025年度だけで11種類の新商品を発売しました。次に基幹ブランドである『カップヌードル』『トップラーメン』への投資。そしてECを含む新しい販売チャネル開拓です。」

## 若い世代が求めるスパイシーな味わい



話題のディルピクルス味

米国市場の成長を牽引するのはZ世代とミレニアル世代だ。

「彼らの51%以上が“辛党”を自認しています。だからこそ“ホット&スパイシー”は成長の中心。一方でチキン味など定番商品も引き続き重視し、誰もが手に取りやすい価格を維持しています。」

SNSで話題となったディルピクルス味については、「期間限定品を投入することでブランドへの関心を高め、新規消費者の取り込みにつながっています」と語る。

## サウスカロライナ新工場の狙い

2025年、サウスカロライナ州に新工場を建設中だ。

「米国の一人当たり消費量は世界で15位程度ですが、確実に伸びています。南東部の人口増を背景に、生産拠点を増やす必要がありました。1974年以来初の新工場であり、新技術や新製品の開発拠点にもなります。」

## 消費者インサイトから商品開発へ

「商品開発の出発点は常に消費者です。SNSのトレンド、外食産業のメニュー調査、フォーカスグループなどから得た情報を組

み合わせています。アジアではシーフード系が主流ですが、米国では超激辛が人気。韓国ブランドの影響も大きく、辛さが文化の一部になりつつあります。」

健康志向の高まりについては、「カロリーを数えるのではなく“意味のあるカロリー”を求める動きがあります。高たんぱく商品の投入などで応えています」と説明する。

## リーダーとして、そして一人の消費者として

他社での経験から「創業者が持っていた“大胆さ”を組織文化として受け継ぐこと」を意識しているというハフ氏。

最後にお気に入りの味を尋ねると、「やはり伝統的なチキン味です。私にとってのコンフォートフードですね」と笑顔を見せた。



オフィスには Nissin の深い歴史が展示されている

NISSIN FOODS (U.S.A.) CO., INC.

ホームページ

[www.nissinfoods.com/](http://www.nissinfoods.com/)

これだけは  
押さえない!

# ITトレンドを追う

ITの進化を捉え、成功に導く最新トレンドを解説します。  
クラウド、AI、セキュリティ対策などのトピックスをわかりやすく紹介し、  
トレンドの波に乗るための情報をお届けします。  
ビジネスに役立つ実践的な知識を提供。

## Vol. 6 > 米国で働き手が足りない今、どう動くか

ここ数年、アメリカでは移民政策の見直しが続いてきましたが、トランプ政権による新たな移民規制強化の動きが本格化しています。これにより、日本人をはじめとする外国人の就労ビザ取得は一段と難しくなり、特に日本語対応を必要とする在米日系企業にとって、人材確保は深刻な課題となっています。

### 現場を直撃する「人材不足」という壁

従来であれば、日本からの駐在員派遣や現地での日本語人材採用によって業務をカバーしていましたが、現在はビザ発給制限の強化や手続きの長期化により、採用計画自体が立ち行かなくなっている企業も少なくありません。加えて、アメリカ国内の人件費の上昇や、リモートワーク前提の雇用形態が定着したことで、「現地常駐型のフルタイム採用」は高コストかつ非効率になりつつあります。

### テクノロジーの活用と業務効率化

こうした状況に対する実践的な解決策として注目されているのが、ITを活用した業務の自動化・効率化です。たとえば、勤怠管理や経費精算、請求書処理、在庫管理などの定型業務は、クラウド型の

業務支援システムを導入することで、従来の半分以下の工数で処理可能になります。また、チャットボットやRPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)を活用すれば、日常的な問い合わせ対応やルーチン作業を大幅に省力化できます。

### アウトソーシングによる柔軟な人材確保

さらに、ITや経理といったバックオフィス業務を信頼できる外部ベンダーにアウトソースすることも有効な手段です。特に、日系企業の業務プロセスや日本語対応に慣れたサービスプロバイダーであれば、短期間での導入・実行が可能であ

り、採用や教育にかかる時間・コストを抑えつつ、業務品質を確保できます。

### 「人がいなくても回る仕組み」づくりが重要

今後、アメリカでの人材確保はさらに厳しさを増すと見込まれます。人が採れないことを嘆くよりも、「人がいなくても業務を維持・拡大できる仕組み」をどれだけ早く整えられるかが、今後の競争力を左右します。IT導入による業務効率化と、アウトソーシングによる柔軟なリソース確保をバランスよく組み合わせることが、在米日系企業に求められる新たな経営スタイルといえるでしょう。



STS Innovation, Inc.

ITソリューション部門「MultiNet」では、システム開発・サーバー構築・ウェブサイト制作からセキュリティ対策まで在米日系企業様のサポートをしています。

multinet-usa.com

info@sts-innovation.com



Sushizanmai LA Inc, CEO 木村清氏

## 日本の寿司をそのままアメリカへ

日本の人気寿司チェーン「すしざんまい」が、アメリカ・ロサンゼルスのコリアンタウンに初出店した。回転寿司ではなく、寿司職人がカウンターに立ち、注文はiPadで行うという日本と同様のスタイルを導入。日本と変わらないクオリティと臨場感を提供している。店内はカウンターとテーブル席を中心に構成され、シンプルで清潔感のある内装。現地の食通たちの間で、すでに注目の的となっている。

## 鮮魚は豊洲から、12時間で届く

ロサンゼルス進出を決めた最大の理由の一つは、日本からの魚を短時間で届けられる物流網の存在だ。

「毎日、全日空が3便飛んでいて、前日に豊洲市場で仕入れた魚が、12時間あれば届くんです」と木村清社長。日本での仕入れ・加工・配送のネットワークを活かすことで、新鮮なネタをそのまま提供することが可能になった。

## 初日はマグロ解体ショーで大盛況

オープン初日には、山口県の日本海側

# ロサンゼルスで始まる「すしざんまい流」革命

から仕入れた230キロの本マグロを使った解体ショーを実施。約10,000～12,000個の寿司となる迫力のパフォーマンスは、現地の人々の目を引いた。日本でもおなじみのイベントをアメリカで再現し、「エンターテインメントとしての寿司文化」も同時に届けた形だ。

さらに、「クリスピーライス」やスパイシーツナを使った創作寿司など、アメリカの食文化や嗜好を取り入れたメニューも展開。現地の客層に合わせて柔軟に対応している。



絶品かつ見た目だけでも食欲をそそる。炙り寿司も！

## 徹底した現地対応と品質管理

衛生管理や法律、労務制度の違いも大きな壁だったが、現地の弁護士や労務・会計の専門家などとチームを組み、すべてのプロセスを見直したという。「ロサンゼルスでも日本と同じサービス、同じ品質を実現するため、徹底的にこだわりました」と木村社長。従業員の教育にも時間をかけ、日本と変わらぬ『すしざんまいの精神』を現地にも根付かせている。



iPadで注文ができるカウンター

## カリフォルニアロール誕生にも関与

実は木村社長、アメリカとの縁は深い。50年以上前、航空自衛隊の時の訓練で初めてロサンゼルスに訪れた際に考案したのが、アボカドとマグロを組み合わせた「カリフォルニアロール」だった。

「当時は海苔が手に入りづらかったので、焼いた鮭の皮で代用しました」と振り返る。今や世界中に広がったこの寿司ロールのルーツが、ここロサンゼルスにあったとは興味深い。

## 今後はカリフォルニア内で拡大へ

今後の展開については、「まずはロサンゼルスでしっかりと成果を見てから、カリフォルニア州内に2～3店舗ほど出したい」と語る木村社長。拡大ありきではなく、品質と信頼を積み重ねてから次へ進むという、着実な戦略がうかがえる。

「日本の“おいしい”をアメリカでも日常にしたい。そのためには、まず一つひとつ、丁寧に取り組むことが大切です」

これだけは  
押さえない!

# ITトレンドを追う

ITの進化を捉え、成功に導く最新トレンドを解説します。  
クラウド、AI、セキュリティ対策などのトピックスをわかりやすく紹介し、  
トレンドの波に乗るための情報をお届けします。  
ビジネスに役立つ実践的な知識を提供。

## Vol. 7 > ハイブリッドワーク時代の IT インフラ最適化

### 「どこでも働ける環境」をどう実現するか

パンデミックを経て、米国ではリモートワークが一気に浸透しました。その後、多くの企業が「出社とリモートを組み合わせたハイブリッド勤務」へとシフトしています。在米日系企業にとっても、この流れは無視できない現実です。従業員や駐在員がオフィス、自宅、日本出張先など、さまざまな場所から業務を行う中で、ITインフラの最適化は急務となっています。

### 直面する課題

ハイブリッドワークを推進するにあたり、日系企業は以下のような課題に直面しています。

- **VPN依存による遅延・接続不安定**  
従来型のVPNはアクセス集中に弱く、ビデオ会議やクラウド利用時にストレスとなる。
- **セキュリティと利便性の両立**  
どこからでもアクセスできる環境を整えると同時に、情報漏洩リスクも高まる。
- **時差・拠点間連携の非効率**  
日本本社・米国拠点・他国の支社との連携において、ツールの乱立や情報断絶が発生。

### 最適化の方向性

#### 1. ゼロトラストセキュリティ

「社内ネットワークは安全」という前提を捨て、常にユーザー・端末・アプリを認証するゼロトラストモデルが主流に。

- MFA(多要素認証)、デバイス管理、シングルサインオンの導入が鍵。
- VPNを廃止し、クラウドベースのセキュアアクセスに切り替える事例も増加。

また、ゼロトラストを実現する上で、以下の要素が重要視されています。

- **SSPM(SaaS Security Posture Management)**  
Microsoft 365 や Google WorkspaceなどのSaaSの設定ミスを検出・修正し、シャドーITや意図しない情報共有を防止。
- **DLP(Data Loss Prevention)**  
クラウドやローカル環境でのデータの不正送信・持ち出しをリアルタイムで検知・ブロックし、情報漏洩を防ぐ。
- **AIを活用したユーザー行動分析(UEBA)**：  
通常と異なるログインパターンやファイル操作を自動検知し、リスクのある行動に即座に対応。

ゼロトラストは「導入して終わり」ではなく、組織の働き方や脅威の変化に応じ

て継続的に運用・最適化していくことが求められます。

#### 2. クラウド活用の徹底

Microsoft 365、Google Workspace、Slack、Zoomなど、クラウド型のコラボレーションツールを標準化。

- ファイルサーバーやオンプレミス環境からクラウドへの移行で、どこからでも同じ情報にアクセス可能。
- データガバナンスを設け、共有範囲や保存ルールを明確化。

#### 3. コラボレーションツールの統合

業務チャット、会議、タスク管理を一元化することで、情報が散乱しない環境を整備。

- TeamsやSlackとタスク管理(Asana、Jiraなど)を統合。
- 会議録自動作成(AIツール活用)で、時差を超えた情報共有がスムーズに。

#### 4. オフィスとリモートの「公平性」確保

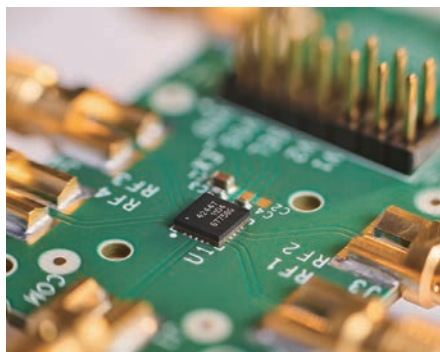
- 会議室には高性能カメラ・マイクを導入し、リモート参加者も発言しやすい環境を整える。
- バーチャルホワイトボードやコラボアプリの活用で、ブレインストーミングの場を平等に。

# 技術と人をつなぐ、世界標準への挑戦

2014年に村田製作所が買収したPeregrine Semiconductorを  
2018年にpSemi社に社名変更、村田グループの競争力向上に  
欠かせない存在になっている。2025年7月にCEOになった丸山豪氏  
に同社の活動や経営指針についてお話を聞いた。

## 村田製作所の「アーム(腕)」として開発を担う

pSemi社は村田製作所グループの中で半導体デバイスの設計技術を専門的に担う会社として位置づけられている。スマートフォンには多くの半導体デバイスが使われており、pSemi社の技術はスマートフォンの動作を支える不可欠な存在だ。独自のプロセス開発を強みとし、顧客ニーズに応じた高性能かつカスタマイズ可能なソリューションを提供している。「半導体業界は常に波を繰り返してきた」と丸山氏は語っている。1980年代以降、通信規格の進化など約10年毎に大きな変化が訪れる。現在はAIの進化と通信業界の次世代規格の6Gへの移行が新たな波になっている。「必要な価値を先取りし、社会に還元する」ことがpSemi社の使命で、業界への貢献とともにグローバル市場での競争力強化を図っていると強調する。



## 強みを生かす「スモールジャイアント」たれ

就任時、丸山氏が掲げたスローガンは「スモールジャイアント」。小規模でも大胆に挑戦し、強みを生かした領域で勝負するという意味が込められている。スタートアップマインドに溢れたカルチャーや行動力を発揮し「チーム

全体が共に成長し、未来を切り拓く」という姿勢を大切にしている。CEO就任前より、会社として社員の求心力を高めるために、丸山氏や経営陣は従業員と共に社内カルチャーを再定義し仕組みも改善。福利厚生や評価制度の見直し、透明性の高いコミュニケーションを通じて従業員エンゲージメント度を高めた。その成果はグランドアの全米中小企業ランキングで「Best Place Work」に選ばれるなど、著しく成果を挙げている。CEO就任後も積極的に従業員とスローガンの共有を行っている。

## 社内対話の重視も大切

丸山氏は「悪い情報ほど迅速に吸い上げる仕組み」を強調し対話を重要視している。従業員の声に耳を傾け、柔軟な意思決定で持続可能な経営を目指している。2025年は3か年計画の初年度であり策定した戦略を着実に実行することが最重要課題となっているという。電源管理用半導体



pSemi社 CEO の丸山豪氏

デバイス事業は過去の買収資産を活かし、インキュベーションから本格的なオペレーションへ移行する具体策を実行中だ。

## 週末は穏やかに

経営者としての厳しい顔とは裏腹に、週末は犬との散歩やドッグショー参加、スポーツ観戦を楽しむ。特に現地MLBチームのパドレスやダルビッシュ有の活躍を現地で応援することがリフレッシュになっているという。

## PROFILE

丸山 豪

pSemi Corporation CEO。

1998年に日本国内でキャリアをスタートし、需要予測やM&A調査を担当。米国留学でMBAおよびITマスターを取得後、村田製作所本社にて企画・戦略策定を担う。その後、中国支社で新規事業を推進し、市場拡大を牽引。趣味はスポーツ観戦、愛犬とのドッグショー参加、ヴィンテージTシャツ発掘など。

インタビュー完全版はWebでもご覧いただけます。



身の興味に合った内容を選ぶことが大切です。得意なことに夢中になる経験は、自己肯定感を育て、次への挑戦にもつながります。たとえば、サッカーが好きな子にはプロチーム主催のキャンプなどが最適です。

## 保護者の役割と情報収集

サマープログラムを選ぶ際は、内容や安全性、指導者の質、参加者の雰囲気などをしっかり確認しましょう。環境が合わない、子どもにとってストレスになりかねません。事前に見学や問い合わせをして、安心できるプログラムを選ぶことが大切です。

## 夏休みは13回しかない

キンダーから高校卒業まで、夏休みはたったの13回。毎年の夏の過ごし方が、子どもの将来に大きく影響します。英語力・学力・自信を育てる夏の時間を、最大限に活かしていきましょう。

## Vol.5 英語力・学力・自信を育てる夏休みの過ごし方



アメリカの夏休みは約2カ月以上。学校の授業がないこの期間は、子どもの成長にとって大きなチャンスでもあります。一方で、学習から遠ざかることで「サマー-slide(夏の学力低下)」が起こりやすく、特に英語に苦手意識のある子どもにとっては、休み明けの学校生活に不安を抱えることも。今回は、夏休みを有意義に過ごし、新学年へのスムーズなスタートにつなげるためのヒントをご紹介します。

### 学力低下「サマー-slide」を防ぐには？

夏の間、勉強から完全に離れてしまうと、英語や算数などの基礎力が下がる「サマー-slide」が起こることがあります。特に英語力は日々の積み重ねが重要。1日20～30分の英語読書を習慣にすることで、学力の維持と語彙力アップが期待できます。

### 日本への里帰りは計画的に

夏に日本へ帰省するご家庭も多いですが、毎日遊んでばかりだと帰国後の学習や生活リズムに影響が出ることも。理想は、新学期の1カ月前にはアメリカに戻り、早寝早起きと午前中の学習を習慣づけること。オンライン学習や英語のサマープログラムを取り入れるのもおすすめです。

### 新学年をスムーズに迎えるために

新学年は、担任やクラスメイトが変わるなど、子どもにとって環境の変化が大きい時期。英語に苦手意識があると自信を失い、新しい環境への適応が難しくなることもあります。夏のうちに少しずつ英語のリズムを取り戻しておくことが、安心して学校に戻る第一歩になります。

### サマープログラムで得られる成長

アメリカにはスポーツ、アート、STEM、国際交流など、多様なサマープログラムがあります。普段と違う環境や友だちとの出会いは、英語力はもちろん、コミュニケーション力や自立心の成長にもつながります。

### プログラム選びのコツ

「友達が行くから」ではなく、子ども自

竹井カヨコ

ロサンゼルス・トランスエリアとオンラインで子供向けの日本語と英語の語学スクール TLC for Kids LA 校を主宰。広島大学の学校教育学部卒業後、小学校教諭として公立小学校の教育現場に勤務。教育委員会の施設で不登校児童のメンタルケアや学習サポート等にも携わる。のべ10年以上にわたり2000人以上の子供たちと関わってきた経験を生かし、現在はロサンゼルスで1歳半～15歳の生徒やその保護者と日々接している。



# Dassai Blueの挑戦

日本酒「獺祭」が新たに見据えたのは、アメリカ市場。  
舞台は、ニューヨーク州ハドソンバレー——美しい自然に囲まれた地に、  
獺祭は新たなDassai Blue Sake Breweryを築いた。  
目指すのは、「世界の富裕層に向けた日本酒ブランド」。  
山口県から世界へ羽ばたく獺祭が、なぜアメリカを選び、どんな挑戦に臨んでいるのか。  
今回は、獺祭会長・桜井博志氏にその戦略と現地での取り組みについて聞いた。



獺祭会長・桜井博志氏

## ブランドの“顔”を築く拠点づくり

「将来的に獺祭の売上は海外が7割になる」と語る桜井会長。アメリカは経済規模のみならず、文化的象徴としての影響力も大きく、「この地でブランドを確立できなければ、世界進出の将来はない」との思いから、進出を決意した。

ブランドの“顔”を作る拠点として選ばれたのはニューヨーク州ハイパーク。

経済の中心地である東海岸にもっとも近いという好条件から、この地に酒蔵を構えた。建設費は当初予定の3倍近くに達したものの、「それだけの価値がある」と桜井氏は断言する。

## 「人の力」が品質を作る

お米はアーカンソー州産の山田錦、水はハドソンバレーの地下水。風土の違いを活かしつつも、「Dassai Blueらしさ」の表現を目指す。製造は、日本人スタッフ3名と米国現地スタッフ7名の計10名体制で行われており、「人の力こそが品質と付加価値をつくる」と語る。

## 手仕事が生むクリアな味わい

Dassai Blueの製造では、多くの工程に人の手が加わる。なかでも、日本酒のもととなる酵母を育てる伝統的な製法「山おろし」は、酒母を一気に投入せず、ゆっくりすくって少しずつ注いでいく。こうしたいい手作業によって、雑味のないクリアな味わいが生まれるのだという。手間ひまを惜しまず重ねる小さな工程の積み重ねこそが、Dassai Blueの圧倒的な品質と味わいを支えている。

## 感動で広がる Dassai Blue

精米歩合を極限まで磨き上げることで

生まれる雑味のない味わいや、華やかな香りと繊細な余韻といった獺祭ならではの特性に注目する消費者は、想像以上に少なかった。そのため、「日本で評価されてきたように、高品質であれば自然と受け入れられ、市場に浸透するだろう」という当初の目論見とは異なり、現実には品質だけでは簡単に差別化できない状況に直面したという。

「まだ走り始めたばかりだが、品質と製造のこだわりを軸に浸透させたい」と桜井氏は語る。

Dassai Blueは広告ではなく、「飲んで感動して広がる酒」。だからこそ、レストランや酒販店といった場での展開を重視している。「味わった瞬間の驚きこそ、文化を超えて伝わる」と、桜井氏はその手ごたえを語る。

## 海外に挑む日本企業へのエール

最後に桜井氏はこう語る。「頭で考えるより、まずやってみること。また、自分たちの力で進めたほうが成功の確率が高い」。実体験に基づいたこの言葉は、これから海外に挑戦する日本企業にとって心強いヒントとなるだろう。



 [multinet-usa.com](http://multinet-usa.com)

## ITサービス部門

ITソリューションで在米日系企業を支援

### サービス

- システム開発・業務システム
- SaaS導入支援
- ITコンサルティング
- 各種マネージドサービス
- デジタルマーケティング
- サーバー構築運用保守
- ウェブサイト・HP制作
- ECサイト制作
- ビジネスフォン・会議システム
- ECサイト制作



 [apron-usa.com](http://apron-usa.com)

## ビジネスプロセスアウトソーシング部門

経理、給与処理、人事、総務の代行サービス

日次、月次で発生する記帳業務や売掛金・買掛金管理、小口精算、給与計算。連結レポートや日本本社への報告資料作成まで、経理・給与関連業務全般を代行します。

理業務の変動  
費化を実現

業務の安定化

不正の防止

### ご利用料金

内容	料金
基本料金（5.0時間/月）	\$450.00
超過料金（上記超過作業分）	\$90.00/時間



 [stscareer.com](http://stscareer.com)

## 人材紹介サービス部門

アメリカ全土へのネットワークで採用をサポート

### 採用の流れ

理想の人材を  
ヒアリング ➡ 弊社で選定し適切な人材をご紹介 ➡ 書類・面接で御社にて選考 ➡ 給与交渉や入社までの手続きを支援

