

【EYE-国際交流の新しい動き】

外国人材の活躍支援

- ICT 活用の可能性 -

Providing Support for Activities of Foreign Human Resources: Possibility of ICT Utilization

公益財団法人福岡アジア都市研究所研究主査 柳 基憲

RYU Kiheon

(Chief Researcher, Research Department, Fukuoka Asian Urban Research Center)

キーワード：外国人材活躍支援、ICT

1. はじめに

2016年5月現在、福岡の留学生数は15,755人で、東京、大阪に続き、全国都道府県の中でも3番目に多い地域ではあるが、福岡で就職した留学生が全国に占めるシェアは約3.7%となっており、優秀な人材の確保において、せつかくのチャンスを活かし切れていないという課題を抱えている。

福岡が都市の競争力を持つグローバル拠点として成長していくためには、市民と企業が、既に受け入れている留学生の価値を再認識し、双方のニーズを効率的にマッチングできる仕組みが必要であり、外国人材の活躍の場を提供することが重要である。

そこで、本稿では福岡に拠点を置きながら、ICTを活用し、留学生の個性を活かした活躍の場の提供と、留学生と市民、企業のニーズが双方にマッチングできる仕組みの開発を目指している、CIP (Creative Interchange Platform、シーアイピー) の取組みについて紹介する。

2. CIP 設立の経緯

CIPは、2014年10月に設立し福岡で就業中の元留学生と現役留学生を中心に構成した、留学生及び在住外国人のための支援団体である。日本の企業で就業経験のある元留学生が中心メンバーとして活動していることが特徴で、留学生と市民、企業の双方の立場を理解し、ニーズの把握に努めている。組織としては、日本語教師や海外留学経験者をアドバイザーとして置き、留学生支援団体元職員等が事務局を担っている。

当初の設立目的は、「多言語による交流や就職の情報が少ない」「就職活動での企業関係者との交流

が少ない」「就職勉強会に参加したいが研究とアルバイトで時間がない」「留学生の立場を理解する企業が少ない」という要望と、日本における従来の留学生への就職支援が‘日本人化した外国人’採用志向のギャップを埋めることであった。しかし、要望の多様性に合わせ団体の活動を多様にした上、ICTの活用を取り入れたことで、外国人材の活躍の場を多数生み出している。なかでも、ICTの活用の場合、図1のように動画共有に着目し、留学生の自己PR動画を積極的に活用することで、外国人材の活躍の場を提供しようとしている。

その中、CIPの主な外国人材の活躍支援プログラムを時系列の順で取り上げると、以下のようにまとめることができる。

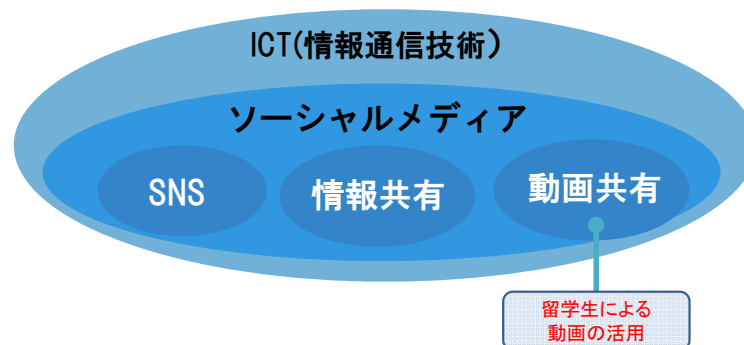


図1 CIPが活用しているICTの領域

3. 留学生自己PR動画コンテスト

2014年10月、福岡の大学に在籍している留学生のうち、各国の留学生会のコアメンバーを対象に「留学生自己PR動画」に関するアンケート調査を行った。その結果、24人の留学生から有効な回答を得ることができた。「自己PR動画」への参加意向においては、24人中の21人が「参加したい」と答えた。その理由は「自分の考え方を相手にきちんと説明できるから」「自分の売りをもっと強めたいから」など面接に向けた自己PR力の向上や、「就職のチャンスが増える」「就職活動に有利だと思う」「企業とのつながりを作りたい」といった就職活動上の観点からの回答が多かった。

この調査の結果を踏まえ、実践活動として2015年1月から約2ヶ月間、「留学生自己PR動画」の募集を行った。その際「留学生自己PR動画」の概要としては、①時間：1分30秒程度、②言語：日本語もしくは英語、③制作：留学生自らのアイデアによるもの、④撮影：CIPまたは応募者自身による撮影、⑤対象：留学生を含む外国人を提示した。その結果、国内外から19作品が集まった（内3作品はフランス、インドネシア、韓国からの応募）。これらの作品について、有識者及び一般市民による評価を通じ、留学生自己PR動画に必要と思われる要素や課題等の抽出を試みるため、2015年2月に福岡市内にて「留学生自己PR動画」コンテストを実施した。

No	国籍	動画	応募時の居住地域等	撮影方法	言語	時間	PR内容(出身、専攻の他)	受賞
1	インド		福岡(西南学院大学)	CIP撮影	日本語	53秒	・趣味、来日した理由 ・日本への就職を希望している	優秀
2	中国		福岡(九州大学)	CIP撮影	日本語	1分7秒	・日本滞在期間 ・日本の貿易会社に努めたい	
3	インド		福岡(九州工業大学)	自ら撮影	日本語	1分18秒	・研究活動の内容 ・研究内容を活かし日本で就職したい	優秀
4	中国		福岡(九州大学)	CIP撮影	日本語	1分31秒	・これまでの職歴 ・日本の広告会社に就職したい	
5	ウガンダ		福岡(九州大学)	CIP撮影	英語	49秒	・来福当時の印象 ・福岡が大好きで、暫く住み続けたい	
6	中国		福岡(九州外国語学院)	CIP撮影	日本語	1分39秒	・趣味、将来の夢(小学校の先生) ・日本の歌が大好き(歌を披露)	
7	中国		福岡(香港大学在籍中で、福岡観光中に撮影会参加)	CIP撮影	英語	57秒	・福岡の旅で感じたこと ・もっと日本について知りたい	
8	フランス		福岡(アンスティチュ・フランセ九州、旧九州日仏学館)で、インターンシップ中)	自ら撮影	日本語	1分4秒	・福岡で就職したいと思った理由 ・在留資格問題を紹介 ・福岡での就職を希望している	優秀
9	中国		福岡(九州大学)	CIP撮影	英語	1分31秒	・将来の夢 ・今後留学生活に対する抱負	
10	インドネシア		福岡(九州工業大学)	自ら撮影	日本語	3分50秒	・趣味、好きな日本の文化 ・福岡の生活の魅力を紹介 ※動画の最後に、協力者の字幕挿入	特別
11	インド		福岡(九州工業大学)	自ら撮影	英語(最後に日本語)	1分25秒	・研究活動の内容 ・研究内容を活かし日本で就職したい	
12	韓国		釜山(日本経済大学留学中で、一時帰国中)	自ら撮影	日本語	1分10秒	・留学期間中、社会活動参加で得られた自己成長内容(リーダーシップとコミュニケーション能力)	優秀
13	インドネシア		インドネシア(立命館アジア太平洋大学卒業生)	自ら撮影	日本語	1分20秒	・日本留学の理由 ・留学期間中国際交流で得られたこと ・自分の好きなこと	優秀
14	中国		福岡(九州大学)	CIP撮影	日本語	1分20秒	・興味、将来の夢 ・自分でまとめた新聞記事を紹介 ・日本で外国人記者になりたい	特別
15	ケニア		福岡(九州大学)	自ら撮影	英語	1分21秒	・興味 ・来福当時の印象 ・福岡の魅力	
16	フランス		フランス(以前、福岡の西南学院大学交換留学経験あり)	自ら撮影	日本語(最後に英語)	1分50秒	・福岡留学生活、授章実績の紹介 ・将来福岡で働きたい、その前に福岡でインターンシップがしたい	特別
17	中国		福岡(福岡大学)	CIP撮影	英語	1分13秒	・将来の夢(セールスマン) ・語学力のPR ・自分の名前の意味を紹介	
18	マレーシア		福岡(九州産業大学)	CIP撮影	日本語	59秒	・日本人と異なった感性で描いた自分の作品をPR ・将来日本のゲーム会社で働きたい	
19	インド		福岡(福岡国際コミュニケーション専門学校)	自ら撮影	英語	1分20秒	・留学前の日本係企業での職歴紹介 ・日本で働いた後、インドで語学ビジネスがしたい。パートナーを探している	

(注) 全ての写真及び関連情報は、参加者全員の許可を得たものである。

図2 「留学生自己PR動画」コンテスト、応募作品の概要

有識者の意見を参考とし「表現能力」「自分だけのスキル」「マナー」「熱意」の4つの基準で評価を行った。その結果、図2で示しているとおり、全ての評価基準で優れた評価を得た「優秀自己PR動画」と、ユニークさやアイデアに富んだ「特別自己PR動画」をそれぞれ選定することができた。

以上の「留学生自己PR動画コンテスト」の結果を経て、その活用方法を二つに区分することが出来た(図3)。その詳細は、以下のとおりであった。

留学生からの動画に対し評価を行い、評価の結果「優秀自己PR動画」に近いものは、就職支援を目的に企業向けに配信する。この場合、留学生自己PR動画は、データベース化を進めて、留学生個人の成長過程が確認できる仕組みの構築を目指す。また、留学生の就職への意識を喚起させるため、留学から就職までの成功ロールモデルとして定期的に配信する。さらに、留学生からの動画投稿の方法については、留学生自身が撮影と投稿をできるようにし、テーマについては企業のニーズを考慮し予め提示する事で、審査上の判断基準とする。

一方、評価の結果、「特別自己PR動画」に近いものは、市民と企業のグローバル化に貢献する可能性を秘めていることから、留学生の受入れ及び定着のための環境づくりや、地域PR、市民のグローバル意識の向上のための支援コンテンツとして活用する。

特に、留学生自己PR動画を通じた交流会を定期的を実施し、双方のニーズのマッチングを図る。

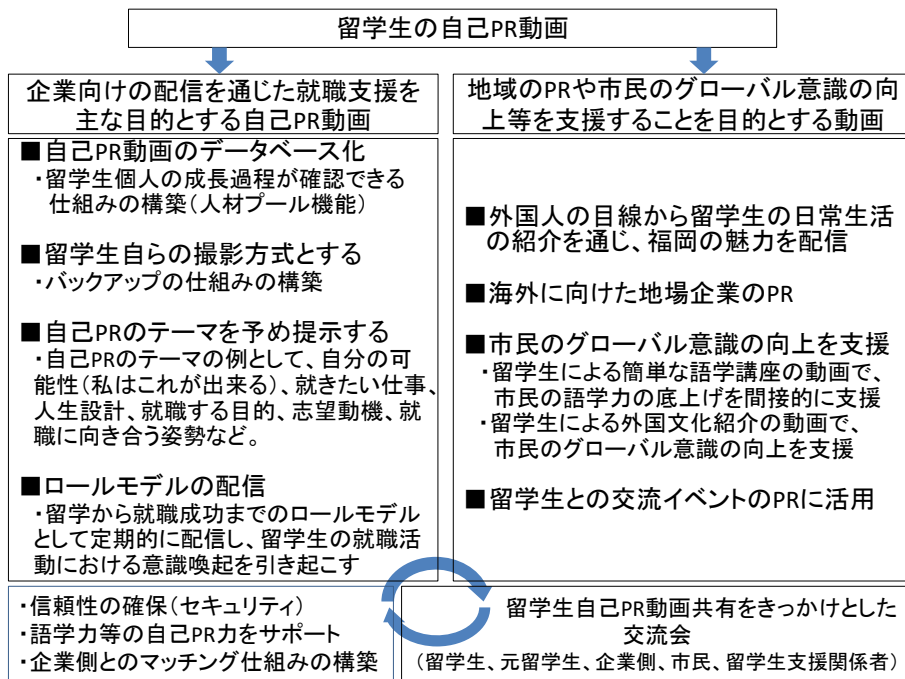


図3 留学生自己PR動画の活用における方向性

4. 自己PR動画を活用した留学生と市民との交流会『CIPカフェ』

CIPは、留学生の自己PR動画への参加率アップと、市民と留学生間のニーズのマッチングを図るため、自己PR動画を活用した交流会『CIPカフェ』を、2015年4月から毎月第2土曜日に福岡市内の公民館などで開催している（写真1）。2017年5月まで（26回）の累計参加者数は、市民264人、留学生200人、元留学生115人等の延べ715人に上る。外国人側の国籍は26カ国で、在留資格は「留学」に加え、卒業後、日本で引き続き就職活動を行う等のための「特定活動」、高度人材ポイント制度による「高度専門職」等、12種類と幅広い。ここでは毎回、参加者全員の自己紹介を多言語で行った後、留学生個人の自己PR時間及び留学生と市民がペアを組み、多言語で質問応答を繰り返す「CIPレポーター」時間を設け、その様子を動画で撮影しデータベース化する。これらの動画は、①留学生個人の成長過程が把握できるもの、②市民のグローバル意識の向上に役立つ資料として活用できるもの、③種々のイベントに留学生の参加を促すための広報として活用できるもの、④日常生活の魅力配信のために活用できるものの4つのカテゴリーに分類されている。カテゴリー①の動画は、「優秀自己PR動画」、またカテゴリー②、③、④の動画は、「特別自己PR動画」の評価基準で、CIP内部でそれぞれ評価を行い、特に「ユニークさ」と「アイデア」に富んだ作品については、本人の許可を得たものに限り、編集・加工作業を経て、多言語でSNS（www.facebook.com/cip.kyushu）を通じて配信しており、なかには再生回数が1,500回以上のものもある。これまで200件以上の動画をデータベース化することができた。具体的には、「留学生自己PR動画」125件（54%）、「CIPレポーター

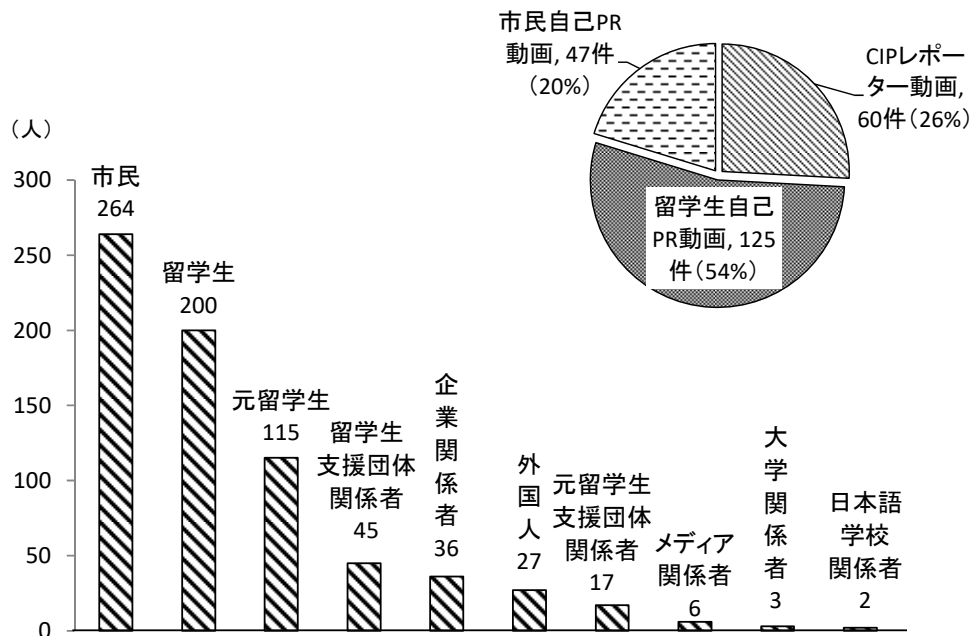


写真1 『CIPカフェ』の様子（福岡市春吉公民館）

一動画」60件(26%)、「市民自己PR動画」47件(20%)の合計231件で(図4)、なかでも新規参加者の動画数が増加している状況である。

最近では、『CIPカフェ』の活動成果も出てきている。例えば、カフェの活動に積極的に参加した中国出身の留学生は、自己PR動画をきっかけにテレビ出演することになった。これは留学生が地場企業を訪問し、外国人の目線から企業PRを外国語で行う番組で、連続6回レポーターとして採用された。また、就職に繋がったケースもある。自己PR動画をきっかけにテレビ出演したフランス出身の留学生は、福岡市内の外国人観光客向けのインバウンド事業を展開する会社に就職した。このように、『CIPカフェ』の取組みは、ロールモデルやキーパーソンを多数輩出している。

『CIPカフェ』ではSNSを通じて知り合った参加者同士が、自己PRトレーニングと交流を行った後、その様子を撮影し、再びSNSの動画共有で繋がっている。最近では図4のように、留学生と市民以外の参加者も増えてきており、留学生にとっては多分野で活躍している参加者に向けて自己PRを行う機会を得ることができ、それが留学生の自己PR動画への参加率のアップに繋がっている。



(単位:人)	中国	インド	韓国	タイ	ネパール	フランス	ベトナム	ウガンダ	インドネシア	ドイツ	ベルギー	アメリカ	台湾	オーストリア	スイス	フィリピン	アルゼンチン	イラン	カンボジア	メキシコ	スリランカ	イギリス	カナダ	イラク	マレーシア	ナイジェリア	合計
留学生	61	34	8	7	24	4	16	16	7	5	5		2		2		2	1	1		2	1		1	1	200	
元留学生	5	27	43	19	4	10						1	1							4					1	115	
外国人	4	1	2	1	1	1				2		5		2		2		1			2	1		2		27	
計	70	62	53	27	29	15	16	16	7	7	5	6	3	2	2	2	2	2	1	4	4	1	1	1	3	1	342

図4 『CIPカフェ』参加者の内訳と動画数

5. 自己PR動画を活用した留学生と企業関係者との交流会『CIPサロン』

CIPは自己PR動画を活用し、留学生と地場企業とのマッチングを図るため『CIPサロン』を企画し、2015年10月から福岡市内で4回開催した。『CIPサロン』の目的は、①地場企業が抱える留学生の採用に関する疑問に応え、情報収集・問題解決の場を提供することで、留学生の採用を後押しする、②留学生の採用を具体的に希望している地場企業に対し、マッチングの場を提供する、③留学生が抱える就職活動、地場企業での就業、福岡地域での起業に関する諸問題に取組み、九州・福岡での就業志望者を支援することで、卒業後の定住をめざし、高度人材の確保に繋げる事である。なかでも、『CIPサロン』の最大の特徴は、図5のスキームのとおり、留学生の自己PR動画の精査の段階を経て、留学生には自己PR力の向上に繋がり、企業関係者にとってはタイムリーな人的資源の確保というメリットが生まれることにある。その流れは以下のとおりである。

まず、海外展開、またはそれを行おうと考えている福岡県内企業経営者を対象に、事前オリエンテーションを開催し、『CIPサロン』への参加企業を募った。その結果、全4回34社が参加した。参加企業に対し、「業態」「留学生及び元留学生への質問」「必要とする人材像」「参加留学生に対する要望」を調査し、留学生に対する要望を事前に把握した。

次に、『CIPカフェ』に参加した留学生の中から、『CIPサロン』開催前に参加企業の業態や要望等に合った留学生に参加を呼び掛けた。その留学生には企業側のニーズに沿ったテーマで自己PR動画の事前提出を義務付けた。その結果、『CIPサロン』全回で、留学生22人と元留学生12人、合計34人の参加留学生が確保でき、そこから、15本の動画が集まった。参加留学生に対し、「就職希望分野」

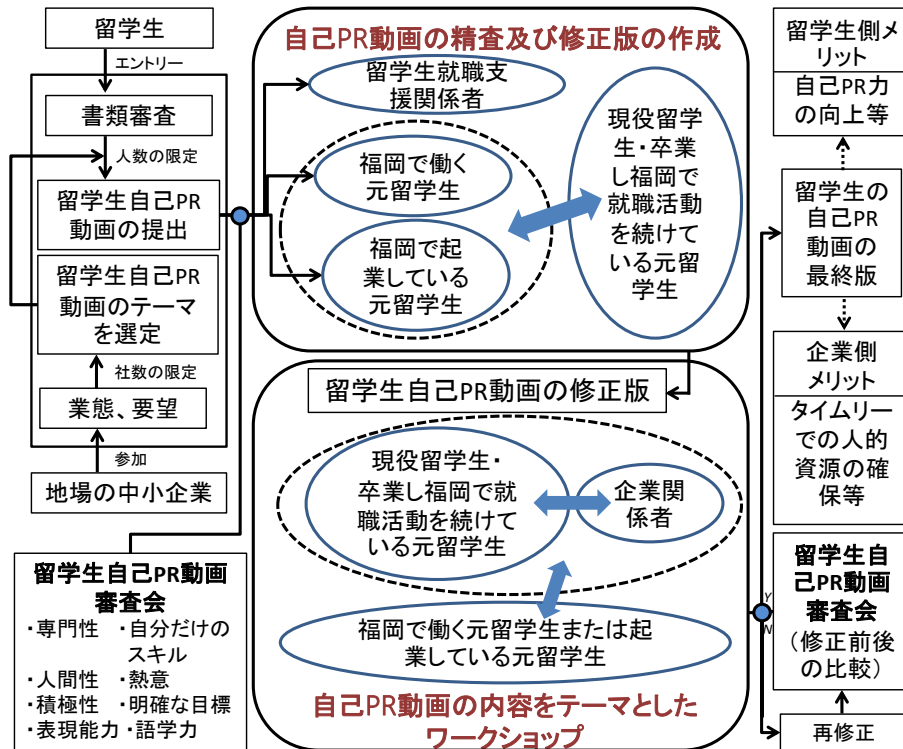


図5 『CIPサロン』の自己PR動画の精査スキーム

「企業関係者への質問」「元留学生への質問」を事前調査した。

『CIP サロン』当日の前半では、事前提出した自己 PR 動画の評価結果と参加留学生の質問等を参考にしながら、就業中の元留学生及び留学生支援関係者による「個別相談会」を実施した（写真 2）。ここでは、就職活動中の面接経験等や地場企業での就業内容等を踏まえ、「先輩」外国人の立場からアドバイスした。特に、起業に成功し、会社を運営している元留学生が参加し、日本での起業に対する疑問や質問にも応えた。これらのアドバイスを基に、自己 PR 動画の修正を行った。

『CIP サロン』後半では、企業関係者が加わり、留学生の自己 PR 動画を視聴後、留学生・元留学生・企業関係者を交えたグループを作り、それぞれで自己 PR 動画の内容をテーマとしたワークショップを行った（写真 3）。具体的には、留学生自己 PR 動画について企業関係者からの感想・改善のためのアドバイスを受け、留学生と企業が互いに抱える疑問について、3 者がディスカッションを行い、その内容をグループ内の留学生が発表した。留学生自身の撮影による自己 PR 動画は、「自己分析」に焦点が合わせられやすいため、「企業研究」は殆どできないという弱点があったが、『CIP サロン』に参加し、企業関係者とワークショップを行いながら、動画の精査を行うことで、「企業研究」に繋げることができた。

『CIP サロン』で学び自己 PR 動画を作成できた留学生の中から、その動画が就職に繋がったケースが出てきている。『CIP サロン』に参加し、自己 PR 動画の精査を行った貿易会社志望の韓国出身留学生は、修正版の動画を CIP 運営の SNS（Gip kyushu YouTube Channel）に限定公開（検索できず、URL



写真 2 『CIP サロン』の個別相談会の様子



写真3 『CIP サロン』のワークショップの様子

が分かる場合のみ閲覧可能)すると同時に、そのリンク先を二次元バーコード化した履歴書を用意していた。後日、北九州市内の貿易会社から「韓国出身の人材が必要であるが、その確保に苦労している」との情報がCIP運営のSNSを通じて留学生本人に伝えられ、直接エントリーした結果、内定を獲得する事ができた。採用企業の関係者からは、「履歴書だけでは分かり難い語学力や自己表現力などが一目で確認できた上、人材が必要な時に良い情報を手に入れられた」という意見が寄せられた。

6. CIP 福岡魅力発見隊

CIP は、外国人材の活躍支援に向けた仕組みを、地域のインバウンド観光の促進や地場企業のグローバル意識改革などにまで拡大することで、活動の展開を図っている。その一つが、留学生の目線で地域の魅力を発見し、PR動画を撮影し、海外向けに配信する「CIP 福岡魅力発見隊」活動である。ここでは、その事例を一つ紹介する。

福岡県八女郡広川町の「留学生を活用したインバウンド・アウトバウンドビジネス創出事業」に係る一部を受託し、2016年12月から約3ヶ月間、まちの良さを自ら自己PR動画を作成した上、SNSで海外へ情報発信し外国人観光客の誘致を図るため、「CIP 福岡魅力発見隊」活動を行った。

予備調査として、『CIP カフェ』で、広川町のイメージ調査を実施した後、広川町で、CIPメンバー(現役留学生及び元留学生)によるフィールドワークを2回実施した。具体的には、外国人が滞在するために必要なこと、外国人が魅力を感じるスポットやモノなどについて調査し、いくつかのスポットを多言語で撮影した。その動画をYouTubeにアップロードし、図6のように、観光マップを試作した。この活動で、留学生と地域との関わりが深まり、地域における留学生の活躍の場を提供することができた。



(注) QRコードを読み取ると動画の閲覧ができる。

図6 動画を活用した広川町の観光マップ(英語版)

7. CIP活動のグローバル化

CIPは、海外とのネットワーク構築による、九州地方への人材の誘致の促進に向けて取り組んでいる。その一環として、2016年3月に釜山市、また同年の4月にハノイ市で、『CIPカフェ』をそれぞれ実施した。例えば、『CIPカフェイン釜山』では、ITや学内の起業サークルの活動で知られる東明(ドンミョン)大学とCIPとの自己PR動画の活用の連携について議論された。その結果、同年7月に東明大学初の在学生による自己PR動画がCIPに送られた。その動画の内容は、夏休みを利用し、福岡市内



(注)参加者の許可の基公開、
QRコードを読み取ると動画の閲覧ができる
写真4 東明大学生の自己PR動画



(注)参加者の許可の基公開、
QRコードを読み取ると動画の閲覧ができる
写真5 ハノイ国家大学生の自己PR動画

のゲーム会社で短期インターンシップを希望しているもので、日本語で撮影されている(写真4)。この動画をきっかけに、韓国人大学生は、同年9月の1ヶ月間、福岡市内のIT系サービス企業でインターンとして職場体験を経験することができた。

また、ベトナムの首都であるハノイ市に CIP 拠点を設け、2016 年 7 月から地元大学生に対し、自己 PR 動画の仕組みを通じた、九州地方への受入れ促進活動を行っている。その初動画が写真 5 である。

8. まとめ

CIP は、これまで図 7 で示している諸活動を行ってきた。人手不足や地域活性化等の課題の改善が求められている近年の日本では、外国人材の活躍支援が地元企業のビジネスや市民の生活等、地域に還元できる好循環を生み出す仕組みが必要である。そのためにも、日本人と外国人が互いを知る機会を提供した上、双方のニーズにタイムリーに応えられるための仕組みは重要であり、そのツールとして ICT の活用は有効であるということ CIP の活動を通じて、さらに検証していきたい。

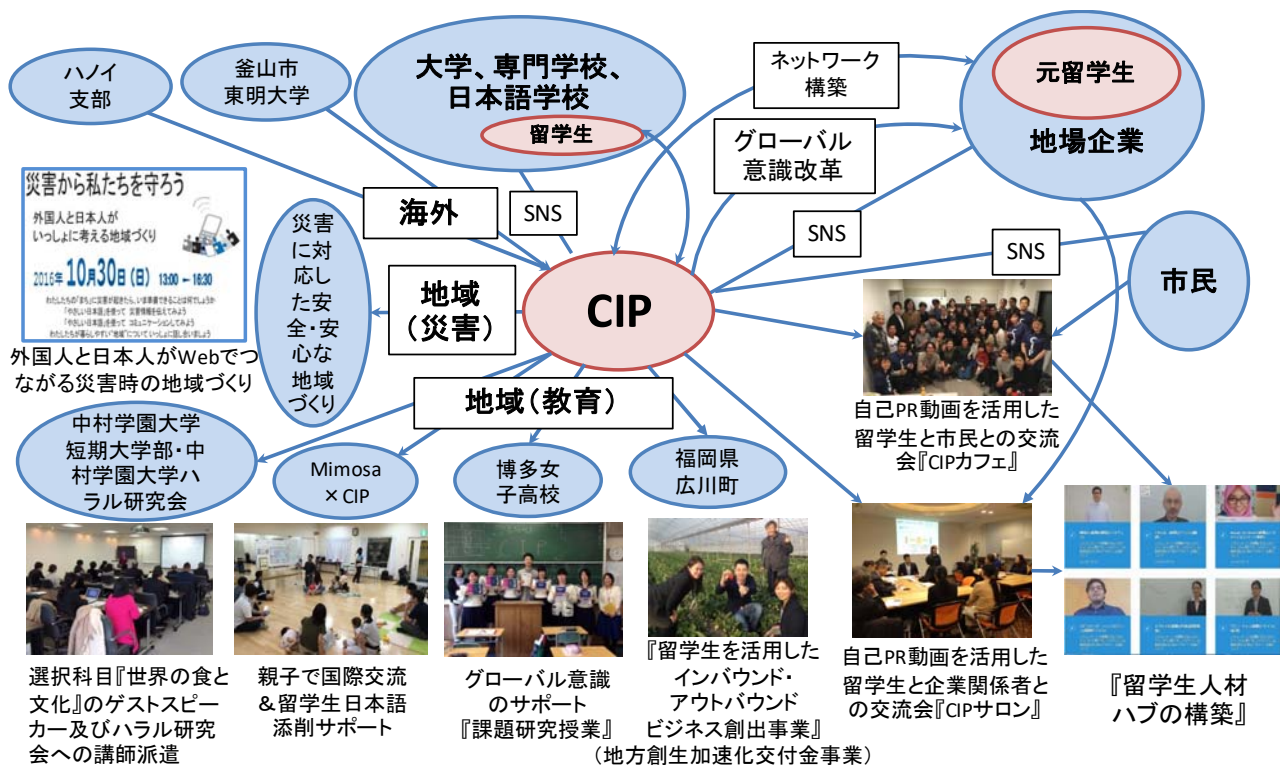


図 7 CIP の活動内容

参考文献

1. 「ICT を活用した外国人留学生の就職支援の可能性-CIP の取組み事例からの考察-」(2015 年 12 月) /都市政策研究第 17 号 45~59 頁、(公財) 福岡アジア都市研究所
2. 「ICT を活用した外国人材の活躍支援と地方創生に向けた取組み-CIP の活動事例からの考察-」(2017 年 3 月) /都市政策研究第 18 号 97~111 頁、(公財) 福岡アジア都市研究所