

皆さん、こんにちは。一般社団法人留学生支援ネットワークの久保田と申します。
本日は、「教育機関に求められる外国人留学生就職支援の在り方」について講演を担当します。時間の制約がありますので重要な部分のみご説明させていただきます。

1

まずは自己紹介からさせていただきます。一般社団法人留学生支援ネットワークは日本に留学している外国人留学生や教育機関、外国人留学生を採用する企業を支援している団体であり、今年で設立 8 年目を迎えます。主な事業は、一つ目が外国人留学生に特化した就職ナビである「留学生就職支援ネットワーク」の運営です。現在は全国約 120 校が加盟しており、毎年約 3,800 名の外国人留学生と累計で約 1,000 社の企業が利用しています。2つ目は、教育機関へ就職支援ツールの無償提供も行っています。現在は、就職活動、ビジネス日本語、自己分析・企業研究の 3 冊を発行しています。3つ目は、外国人留学生向け、企業向け、教育機関向けの講演を全国で年間 200 件程実施しています。その他、来春には、外国人留学生の入口の支援ツールとして日本留学ポータルサイトをリリースする予定です。このような事業を公益的に実施している団体となります。

2

次に私自身はもともと、経済産業省・文部科学省の共催事業である「アジア人財資金構想」事業全体のマネジメントに携わり、事業終了後に事業を継承する目的でこの一般社団法人留学生支援ネットワークを設立しました。

その後は、政府の主要外国人留学生事業を行いながら、外国人留学生の就職支援・企業における外国人材採用促進のための啓発活動を行っています。また、近年は、これまでに蓄積した知見や経験をもとに、政府や自治体の政策立案のアドバイザーも務め、政府の外国人施策の会議体などでも提言を行っています。

講演実績についても、政府、自治体、経済団体、教育機関などが開催するセミナーや講座を年間 200 件以上実施しています。

それでは自己紹介はこれぐらいにして、本日の講演を行いたいと思います。

1-1

まず、現在の雇用環境については、アンケート調査データを見ながら情報を共有していきます。

始めに日本企業の外国人材の受入れニーズの推移についてですが、この調査は、日本商工会議所と東京商工会議所が合同で実施したもので、2020 年のデータについては、2020 年 7 月 16 日～8 月 7 日に行ったアンケート調査となります。

「外国人を雇用している」、「今後雇用する予定」、「雇用するか検討中」を合わせた外国人材の受入れニーズは、48.7%と依然として高いニーズがあると言えます。

1-2

次に同じ調査データの事業規模別を見ると従業員数の多さに比例して、外国人材の受入れニーズが高くなるという傾向が見られます。

また、6人～100人の企業規模の企業で約2割が雇用を検討していると回答しており、外国人雇用は、今後、中小企業にも広がっていくことが予測されます。

1-3

次に、同じ調査データの業種別を見ると、外国人材の受入れニーズが高いのは、介護・看護、宿泊・飲食が7割以上と極めて高いことが分かり、雇用を検討している企業も25%以上と今後も増えることが予測されます。

1-4

次に人員の過不足の状況のデータですが、先ほどのアンケート調査と同じ団体が同時期の2020年7月16日～8月7日に行ったアンケート調査によると、企業の人手不足感は2015年より毎年上昇し、昨年度は66.4%の企業で人手が不足していると回答していましたが、今年の2-3月に人手不足感が減少し60.5%となり、7-8月の調査では、36.4%とコロナ前と比較し24.1ポイントも低下しました。

1-5

次に、先ほどのデータの業種ごとの人手不足感の状況を見てみると、コロナ後も介護・看護、建設、その他サービスで引き続き人手不足感が続く一方で、コロナ前後で最も人出不足感が解消されたのが、宿泊・飲食、運輸、製造、情報通信・情報サービスとなっています。特に宿泊・飲食については、コロナ前と比較し37.9ポイントもマイナスとなっています。

2-1

次に外国人留学生の就職市場について説明します。2018年の外国人留学生の日本での就職者数は約2万人となり、高等教育機関の卒業者のうち約35%が日本で就職をしています。卒業後に日本で就職を希望する外国人留学生は6割程度といわれていますので、日本で就職を希望する外国人留学生が実際に就職できるのは約60%となります。

3

コロナ下での外国人留学生採用市場の動向について説明します。

3-1

まずは外国人留学生の傾向です。

コロナにより教育機関でこれまでのように就職支援ができず、またコロナ下で3月の合同企業説明会などのイベントの中止や対面式からオンラインへの移行など、就活の仕組みの変化もあり、外国人留学生の就職活動については2極化がより顕著になっています。

コロナ前と変わらず、内定を複数社獲得できる一方で内定を獲得できていない外国人留学生が例年に比べ増大しています。

内定を獲得した外国人留学生の特徴としては、日本の就活を理解し、早期選考で内定を獲得したため、コロナの影響を受けていないことや、状況の変化に対応するための情報収集能力と主体性を持ち、日本人学生と競争ができることが特性として挙げられます。

一方で、内定を獲得できていない外国人留学生の特徴としては、コロナ下での就活の仕組みの変化に対応できないことや、教育機関の入校制限により手厚い支援が受けられず行動しなかったこと、その他、コロナの動向が不安定なため、日本での就活に踏み切れないことやコロナ以前に帰国し日本に再入国できず就活ができないことなどが挙げられます。

3-2

一方で、企業側の採用活動については、コロナ下において3つのパターンがあります。

①経営状況の悪化により採用活動を停止した企業

②海外関係業務（インバウンド・海外進出）が完全に停止したため、外国人留学生採用から

日本人学生の採用にシフトチェンジした企業

⇒海外関係業務の需要が一時停止しているため、あえて外国人留学生採用を行う必要がない

⇒これまで母集団形成ができなかった日本人学生のエントリーが多くなり採用が可能となった

③将来の人材戦略上、採用ハードルを上げ、これまで採用できなかった

ワンランク上の学生を日本人学生、外国人留学生問わず採用活動を継続

⇒国内市場から海外展開への転換等、将来の戦略上必要な人材を「採用レベルを上げて」

厳選採用

⇒人気企業はより学生が集中するようになり、選考のハードルが上がった

4

ここからは具体的に外国人留学生の就職支援において教育機関に求められる支援の方法について体系化して説明していきたいと思います。

現状把握⇒支援の方法論⇒支援プログラムの質⇒集客の4つの観点から説明していきたいと思います。

4-1

まずは、現状把握です。

就職支援において、外国人留学生は日本人学生と違い「自己責任」ではなく、そもそもの文化が違うため、最低限の情報提供は教育機関側が伝える義務を負うと私は考えます。

また、この外国人留学生の就職支援については、政府でも就職率を 5 割にするという目標数値を掲げ、それに伴い文部科学省からも就職率などの情報開示要請が平成 31 年 4 月にありました。今後、各校が外国人留学生の就職数値を公表することで、日本での就職を目的とする外国人留学生の進路選択の指標ができることとなるので、外国人留学生の就職については、出口側の問題だけでなく、外国人留学生の獲得の入口についても密接に関わる問題になることが予測されます。そのため、学校の経営課題として捉え、トップダウンで仕組みの構築を行うことが求められます。

話が少しそれましたが、外国人留学生の就職支援を始める、または自己診断を行うにあたり、現状把握はとても重要となります。状況把握は、「就職希望者の把握」、「課題・阻害要因」の 2 点を把握する必要があります。

「就職希望者の把握」については、先ほどの文部科学省の就職率開示を踏まえ、就職率の定義として、「就職希望者数に対する就職率」などを掲載とあるので、今後は就職希望者を把握することで、各校で現状把握している外国人留学生の卒業者全体に対する就職率と比較して高い値を公開できることとなります。

「課題・阻害要因」については、外国人留学生が就職活動のどのフェーズで何が原因で躓くのかの分析を行うことにより、どのような支援を強化すべきか検討することが必要です。

4-2

次に支援の方法です。まず、支援の方法は、先ほど説明した課題や阻害要因により各校で最適な取組方法が変わります。

支援の方法は、ガイダンスやキャリア教育、ビジネス日本語教育などの知識・スキル習得とインターンシップや職場見学などの実践系、会社説明会、個別相談などのマッチング系、その他に分けられ、それをどのぐらいの量や頻度、いつ、どのような目的で行うかの運営方法の組み合わせで決まりますが、大事なものは、現状把握、支援の方法論、支援プログラムの質、集客の 4 点を組み合わせて何を行うかを設計することが重要です。時間はかかりますが、Try and Error を繰り返しながら最適な方法論を探すこととなります。

4-3

就職支援において、意外に軽く見られているのが支援プログラムの質です。また、ガイダンスを実施したにもかかわらずキャリアセンターの利用者が増えない現象は「支援の質が低いこと」が要因として考えられます。また、連続式ガイダンスで参加人数が減少する現象についても「支援の質が低いこと」が要因として考えられます。外国人留学生は特に口

コミでの集客が重要となるため、支援プログラムの質が低いと今後の集客が先細りするということになります。外国人留学生に理解させるための工夫としては、「統計的なデータを提示する」、「留学生に特化した事例を積み立てる」、「なぜ失敗するかを明確に説明する」などの部分が不適切だと外国人留学生から信頼されず、支援の利用をしなくなります。また、日本語能力やESのレベルなど到達目標の提示や、具体的な方法論の提示や理解度の確認が不適切だと行動に移らない外国人留学生が多くなります。

講座の内容については、必要性やルールを理解⇒知識習得⇒体験⇒フィードバックのサイクルを回すことにより効果的な支援を実施することが可能となります。

4-4

集客については、日本の就職活動に準備が必要であることを理解させないとガイダンスの集客は難しくなります。そのため低学年時や入学時に説明し啓蒙活動をあらかじめ行うことが求められます。

キャリアセンターの利用率を上げるための取組として、準備の必要性の理解を行った上に、就活年次の初回のガイダンスでどれだけ周知・参加させられるかで、その後のキャリアセンターの利用率が変わります。初回のガイダンスについては、他部署や教員、外国人留学生のネットワークなどあらゆる手段を利用して周知していく必要があります。

また、初回のセミナーにおいて、支援の全体像と次にどのセミナーに参加するのかなど、流れを構築していくことで連続性のあるセミナーの参加率が変わります。

最後に、キャリアセンターの情報蓄積や外国人留学生向けの求人情報がなければ利用率は上がらないので、外国人留学生向けの情報の蓄積も必要です。

本日は、コロナ下での就職状況と外国人留学生支援の説明をさせていただきました。途中でもお話ししましたが、外国人留学生の就職支援は最適な取組を見つけるまで Try and Error を繰り返しながら長い時間をかけて作り上げていくこととなります。これから始める教育機関に置かれましたは、できるだけ早く取組を始めることが必要です。またすでに、実施している教育機関につきましては、現状の課題をもう一度分析して、支援をどのように行うべきなのか、今回のセミナーが現状の問題の把握や改善のきっかけとなれば幸いです。

ご清聴ありがとうございました。