教育機関のための
外国人留学生就職支援ガイド

CONTENTS

CHAPTER 1 留学生の就職事情 02

1-01 留学生の就職事情① 03
1-02 留学生の就職事情② 04
1-03 留学生の就職事情③ 05

CHAPTER 2 留学生の就職活動の問題点 06

2-01 留学生の就職活動における問題点 07
2-02 留学生の就職活動における特性 08
2-03 留学生が求める情報 09

CHAPTER 3 企業の採用動向とニーズ 10

3-01 企業の採用動向 11
3-02 企業の採用目的 12
3-03 採用国籍と学籍 13
3-04 採用職種と採用予定勤務エリア 14
3-05 採用手法と採用ポイント 15
3-06 必要とされる日本語能力 16
3-07 SPI 等の能力試験 17

CHAPTER 4 教育機関に必要とされる留学生の就職支援 18

4-01 大学における留学生就職支援の現状 19
4-02 大学における留学生就職支援の課題 20
4-03 留学生への就職支援 21
4-04 留学生への就職支援スケジュール 22
4-05 就職活動の理解促進 23
4-06 ガイダンス・企業説明会の実施 25
4-07 キャリアカウンセリング 27
4-08 ビジネス日本語教育 29
4-09 日本ビジネス教育（企業文化理解） 30
4-10 ビジネス日本語・日本ビジネス教育の評価ツール 31
4-11 ビジネス日本語教育のカリキュラムと効果 33
4-12 インターンシップ 34
4-13 企業の求人情報 35

CHAPTER 1

留学生の就職事情

留学生の就職事情

1-01 留学生の就職事情①

■■ POINT ■■

1 留学生の日本での就職者数は9,584名。10年間で3倍以上に増加
2 留学生の日本での就職希望者は約6割。就職率は約3割

平成22年5月1日現在、海外から日本へ留学する学生は、約14万人となりました。1983年に発表された「留学生10万人計画」は、2000年以降の急激な留学生増加により2003年に達成されました。2008年に文部科学省により新たに「留学生30万人計画」が発表となりました。

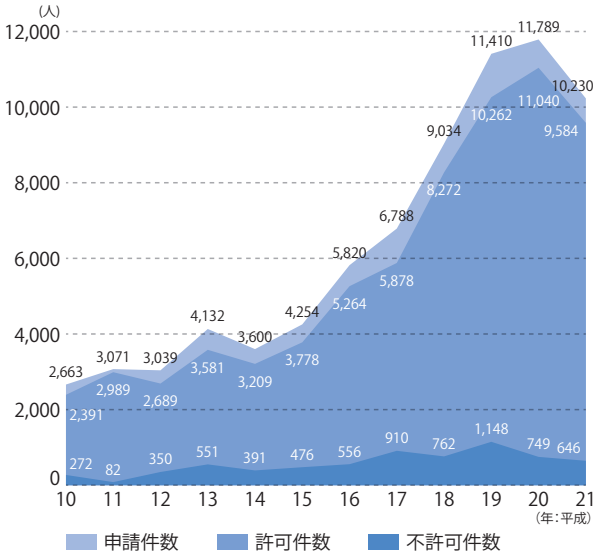
「留学生30万人計画」は、入口となる積極的な留学情報発信から入試、入学、入国各制度の改善、大学等のグローバル化の推進、宿舎、奨学金、生活支援などの受け入れ体制拡充を行い、さらに出口である雇用の促進を含めた卒業後の社会への受け入れまでの全体を視野に入れた政策です。

留学生の数は、平成22年度には過去最高を記録しており順調に増加していますが、出口の雇用促進については、法務省入国管理局のデータ（図1-1）によると留学生等（留学・就学の在留資格を有する外国人）から企業等への就職を目的とした在留資格の変更申請件数は平成11年度の3,071件から平成21年度は、約3倍以上の10,230件に増加しています。

しかしながら、留学生の卒業（修了）者と就職者から算出した就職率（図1-2）では、2005年度の17.9%から2007年度は30.5%と2年間で10%の伸びは見られるが、依然として3割程度しか就職できていないのが現状です。

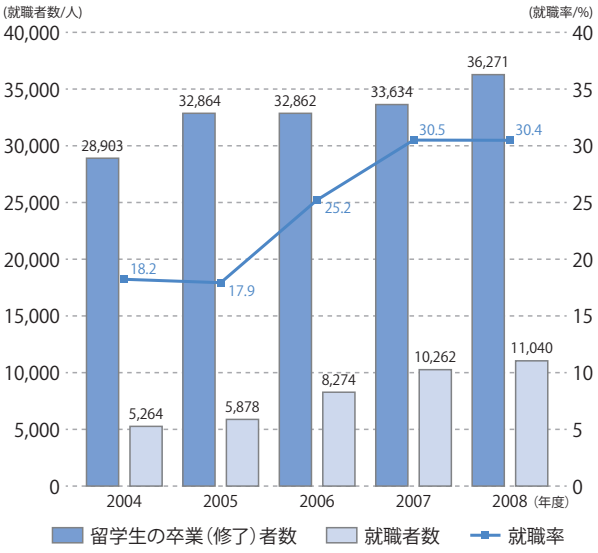
（独）日本学生支援機構の調査では、卒業・修了後の進路希望として約6割の学生が日本での就職を希望しているので、日本での就職を希望しながら約半数が就職できていないというのが現状です。その要因としては、CHAPTER2以降で詳しく説明しますが、日本独特の就職活動の形態と日本語能力の問題があると思われます。

□図 1 - 1　留学生等からの就職目的の申請数等の推移



■法務省入国管理局「平成21年における留学生等の日本企業等への就職状況について」

□図 1 - 2　外国人留学生の卒業者数・就職者数



■法務省入国管理局「平成21年における留学生等の日本企業等への就職状況について」
（独）学生支援機構「外国人留学生進路状況・学位授与状況調査」

1-02 留学生の就職事情②

■■ POINT ■■

1 就労ビザの発行は「人文・国際」が約7割
2 非製造業に就職する学生が7割を超える
3 業種では、商業・貿易が10年間で10%近く増加

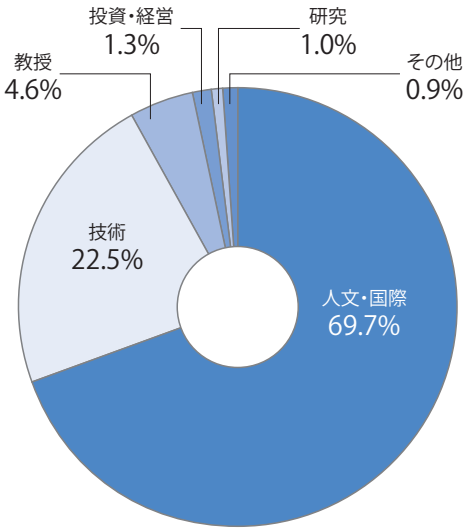
留学生が日本で就職するためには、在留資格の変更を行わなければならず、大学での専攻や資格の取得状況により就業可能な業種や職種が限定されます。
日本で就労可能な在留資格は大きく2種類に分類されます。

①身分又は地位に基づく在留資格
「永住者」、「日本人の配偶者等」、「永住者の配偶者等」、「定住者」
②各在留資格に定められた範囲での就労が可能な在留資格
「教授」、「芸術」、「宗教」、「報道」、「投資・経営」、「法律・会計業務」、「医療」、「研究」、「教育」、「技術」、「人文知識・国際業務」、「企業内転勤」、「興行」、「技能」、「特定活動」

一般的に、留学生が就職の際に変更する在留資格は、文系学生で多いのが「人文知識・国際業務」であり、主な職種として「マーケティング」、「人事」、「経理」、「財務」、「企画」「総務」、「法務」、「商品開発」、「広報」、「宣伝」、「デザイン」、「通訳」、「語学指導」などがあり、「通訳」、「翻訳」、「語学指導」については大学での専攻は問われません。一方で、理系の学生で多いのが「技術」であり、主な職種として「エンジニア」、「プログラマー」、「研究開発」、「建築設計」、「アプリケーション開発」、「生産技術」、「品質管理」、「システム管理」であり、一部例外として入管法で定められた情報処理技術の試験に合格、または資格を持っていれば大学の専攻は問われません。図1-3のように在留資格変更が許可された者のうち「人文知識・国際業務」が7割、「技術」が2割を占めています。また、職種別では「通訳・翻訳」が28%、「営業・販売」が17%、「情報処理」が10%と「海外業務」が7%となっています。

図1-4の業種別許可人数の割合では、製造業は「機械」、「電機」、「食品」、非製造業では「商業・貿易」、「コンピューター関連」の割合が高く、平成10年と比較すると「商業・貿易」、「飲食業」、「ホテル・旅館」の割合が増加しています。

□図 1 - 3 変更許可後の在留資格構成比(平成21年度)



■法務省入国管理局「平成21年における留学生等の日本企業等への就職状況について」

□図 1 - 4 職種別許可人員の推移

業種＼年	平成10年度 (単位:人)		平成21年度 (単位:人)		比較
機械	121	5.1%	427	4.5%	-0.6%
電気	144	6.0%	419	4.4%	-1.7%
食品	54	2.3%	380	4.0%	1.7%
運送機器(自動車等)	37	1.5%	256	2.7%	1.1%
繊維・衣類	61	2.6%	186	1.9%	-0.6%
化学	61	2.6%	130	1.4%	-1.2%
金属・鉄鋼	17	0.7%	53	0.6%	-0.2%
その他製造業	259	10.8%	637	6.6%	-4.2%
製造業　小計	754	31.5%	2,488	26.0%	-5.6%
商業・貿易	365	15.3%	2,248	23.5%	8.2%
コンピュータ関連	284	11.9%	1,252	13.1%	1.2%
教育	203	8.5%	705	7.4%	-1.1%
飲食業	16	0.7%	308	3.2%	2.5%
土木・建設	100	4.2%	255	2.7%	-1.5%
ホテル・旅館	13	0.5%	248	2.6%	2.0%
金融保険	43	1.8%	223	2.3%	0.5%
運輸	38	1.6%	188	2.0%	0.4%
旅行業	42	1.8%	183	1.9%	0.2%
医療	31	1.3%	52	0.5%	-0.8%
その他	502	21.0%	1,434	15.0%	-6.0%
非製造業　小計	1,637	68.5%	7,096	74.0%	5.6%
合計	2,391		9,584		

■法務省入国管理局「平成21年における留学生等の日本企業等への就職状況について」

留学生の就職事情

1-03 留学生の就職事情③

■■ POINT ■■

1 就職先は首都圏・大都市圏に集中（地方大学の留学生の就職活動に課題）
2 中堅・中小企業への就職が約7割

就職先の所在地構成（図1-5）では、関東地域が69%、関西地域が12.9%と大都市圏で8割を占めています。その中で東京が約5割を占めています。

留学生の就職活動において、地方大学に通う学生の就職は大都市圏の大学に通う学生に比べて非常に困難となります。その理由としては、

①留学生向けの大規模な合同企業説明会の開催が、東京・大阪に集中している。

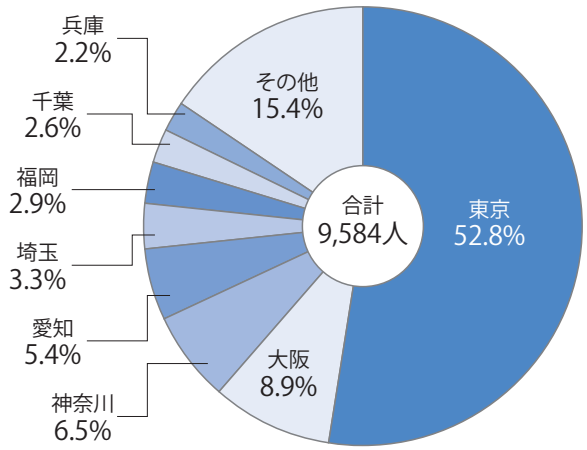
②留学生採用を行う企業も、東京・大阪等の大都市圏に集中しており、面接に行くための交通費・宿泊費などの金銭的な負担が重い。

が挙げられます。留学生の就職支援において地方の大学は、地理的な条件から民間企業や自治体で行われている留学生向けの就職支援の活用が難しく、各大学の、より一層の支援が必要となります。留学生数が多い地方の大学については、学内に留学生採用を行う企業を誘致し、企業説明会や面接などを行っている例はありますが、ごく一部に限られます。

また、留学生は日本人学生と同様に大企業志向が強く、自国でも名の知れた国際展開をしている消費財を生産している有名企業への入社意欲が高い傾向にあります。しかしながら従業員別の許可人員の構成（図1-6）では1,000人未満の中堅・中小企業が7割を占めており、またその内300人未満の中小企業が6割を占めており、理想と現実のギャップが伺えます。

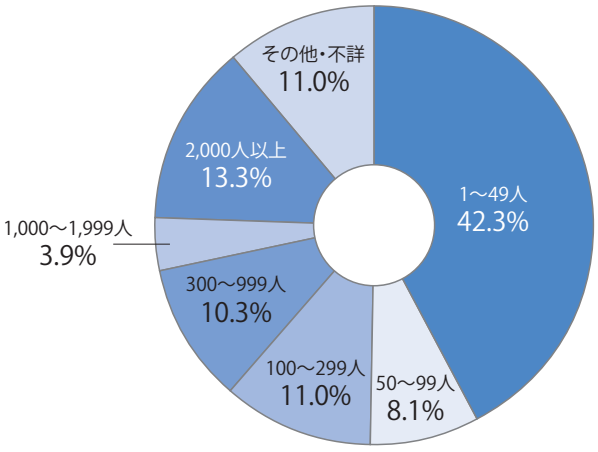
これは、日本人学生にもいえることですが、求人が限られる大企業に希望が殺到し、中小企業は採用したくても希望者がいないというミスマッチを起こしていることが伺えます。特に留学生は母国の就職活動において業界研究、企業研究を行うという習慣がなく、また企業のエントリーについても、母国を含めた地域へグローバル展開をしていて、母国でも認知されている企業を中心に希望する傾向があるため、留学生のキャリアを考えた教育・支援が必要であるといえます。

□図 1 - 5　就職先企業等の所在地別構成比（平成21年）



■法務省入国管理局「平成21年における留学生等の日本企業等への就職状況について」

□図 1 - 6　従業員数別許可人員の構成比



■法務省入国管理局「平成21年における留学生等の日本企業等への就職状況について」
（独）学生支援機構「平成20 年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査」

CHAPTER 2
留学生の就職活動の問題点

2-01 留学生の就職活動における問題点

■ 留学生の就職活動における問題点 ■

1. 就職活動に対する理解不足
2. 就職活動に関する情報量が少ない
3. ビジネスシーンでの日本語能力の不足
4. 留学生向けの求人情報が少ない

留学生の就職活動について、一番の問題となるのが日本企業が独特な就職活動の形態をとっているところです。

日本の就職活動は「活動する期間が長い」、「開始時期が早い」、「選考方法が複雑」など独特の文化を持っており、海外からの留学生は理解をすることが難しいようです。

また、企業や就職に関する情報についても日本人学生と比べて、留学生には両親・兄弟・先輩・友人などの情報が入ってくる経路が少なく、就職活動前の情報量が圧倒的に違います。そのため、留学生の多くは就職活動開始時期を逃してしまい4年生の4月から就職活動開始したり、十分な準備ができないまま、就職活動を始めざるを得ず、最終的に就職できないこととなり、不本意なまま進学したり、母国へ帰国する学生が多いようです。

また、就業後は社内外のコミュニケーションを日本語で行うこととなりますので、相当の日本語能力が求められます。就職活動においても、必ずエントリーシートの提出、面接というステップを踏まなければなりませんが、大学での会話と違いビジネスシーンで使用する日本語のため、尊敬語・謙譲語・丁寧語の使い分けやビジネス用語、日本企業文化を理解した上でのビジネスマナーなどが必要とされます。特に企業は採用時に面接を重要視するために、高度なビジネスシーンでの日本語能力（「聞く力」、「話す力」）がなければ内定を獲得することは難しくなります。

留学生向けの求人情報については、近年ようやくインターネット上で留学生積極採用特集が組まれたり、企業の新卒採用ページに留学生の専用特設ページが開設されたりと、以前に比べると留学生が企業情報を探しやすくなりましたが、留学生に配慮した採用を行っている企業は、まだまだ少ないのが現状です。また、多くの留学生採用企業が日本人学生と同様の募集方法を行っているため、留学生のエントリーが可能なのか判断つかないことが多く、結果として留学生採用を積極的に行っている一部の実績ある企業に留学生のエントリーが集中する傾向が見られます。

企業の採用ニーズについてはCHAPTER3で詳しく説明しますが、日本人学生に持っていない資質を留学生に求めながらも、実際は日本人学生と同等の日本語力と協調性等を満たした留学生を優先して採用する傾向が見受けられます。

近年ようやく留学生の特性を認めて、留学生に配慮した採用を本格的に行う企業が増え始め、採用手法・受け入れ体制の整備が準備され始め、今後日本企業における留学生採用枠は増加していくことが予測されます。

2-02 留学生の就職活動における特性

■ 留学生の就職先企業選定における傾向 ■

1 日本人学生以上に大企業・有名企業志向が強い
2 企業の将来性と自身が活躍できる環境のマッチングを求める（キャリア意識が高い）
3 グローバル展開を行っている企業志向が強い

留学生の就職先企業の選定における傾向としては、3点の特徴が見られます。

①大企業・有名企業志向

留学生は、日本人学生と同様に、大企業・有名企業を重視する学生が多いです。その要因として考えられるのが、業界・企業研究の準備不足のため大企業しか企業名を知らないことと、帰国後に再就職活動をする際、母国でも名前が知られている日本の大企業に就職していたキャリアが有効に働くと考える点が影響していると推測されます。

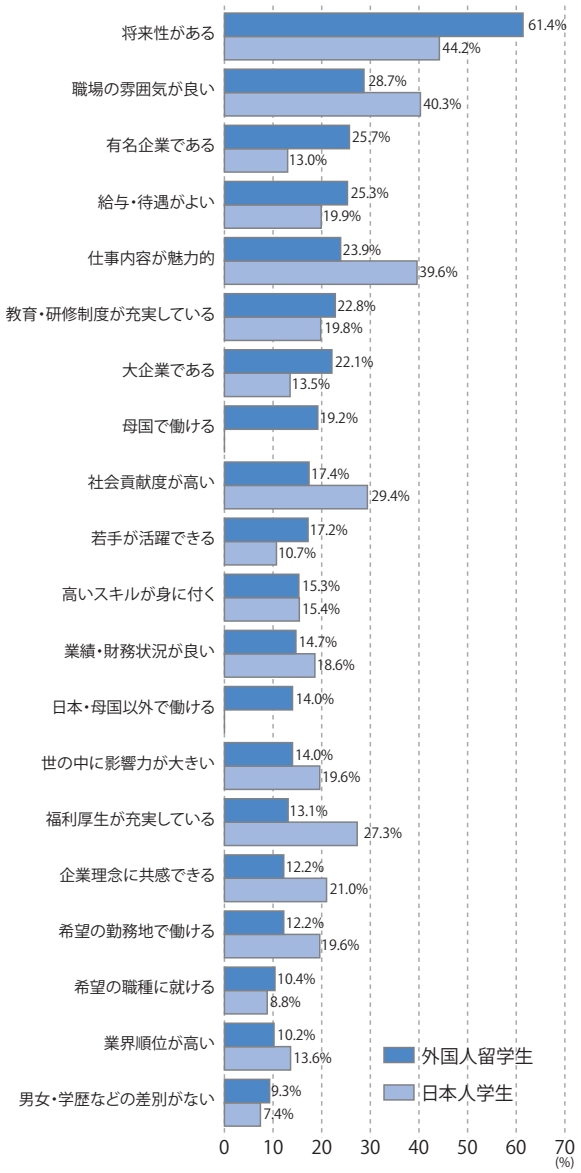
②企業の将来性と活躍できる環境

留学生は、終身雇用より転職・独立などのキャリアアップ志向を持つことが多く、そのためには自分の将来に役立つ実務知識や経営者と身近に接することができる将来性のある企業を求めていますが、業界・企業研究の準備不足のため自分に合った企業を探すことができていません。また、留学生が中小企業に目を向ける様なインターンシップ等の取組が活発に行われていないこともマッチングができない要因として考えられます。

③グローバル展開企業志向

留学生は、母国の知識や言語（母国語と英語能力）を自身の強みと感じているため、就業の際にその能力を生かすことができる母国を中心とした第3国への海外展開している企業を希望する事例が多いようです。

□図 2 - 1　就職先企業を選ぶ際に重視する点



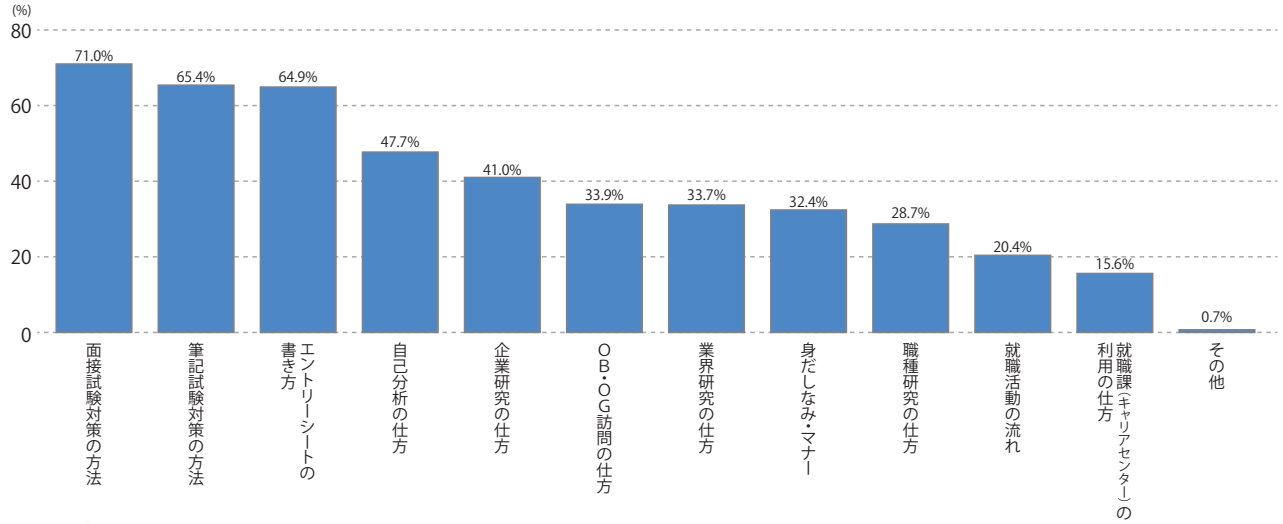
■株式会社ディスコ 「外国人留学生の就職活動に関する調査」（2010年12月）
「日経就職ナビ学生モニター調査」（2010年11月）

留学生の就職活動の問題点

2-03 留学生が求める情報

留学生が就職活動をする際に、就職活動の仕方に関して知りたいことは、「面接対策の方法」、「筆記試験対策の方法」、「エントリーシートの書き方」の3つが多い。

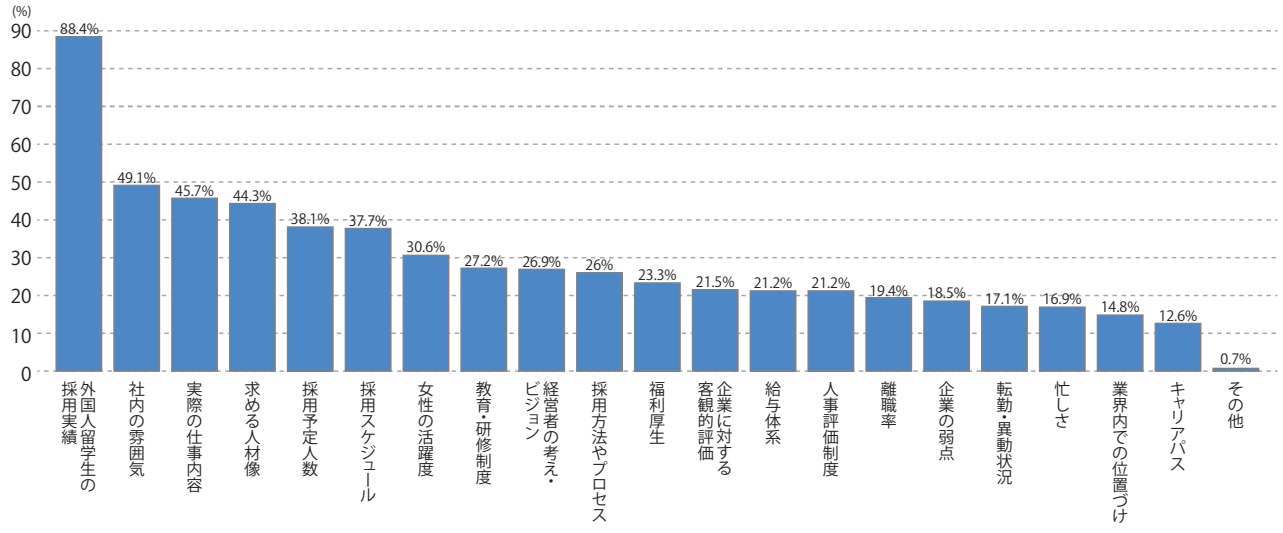
□図 2 - 2　就職活動の仕方に関して知りたいこと



■株式会社ディスコ「外国人留学生の就職活動に関する調査」（2010年12月）

留学生が企業研究をする上で知りたい情報は、圧倒的に留学生の採用実績です。しかし、留学生の採用実績については情報が少ないため、情報の開示が求められているところです。また、社内の雰囲気、実際の仕事内容など、職場の実情に関する情報を求めている傾向が見られます。

□図 2 - 3　企業研究をする上で知りたい情報



■株式会社ディスコ「外国人留学生の就職活動に関する調査」（2010年12月）

CHAPTER 3

企業の留学生採用動向とニーズ

企業の留学生採用動向とニーズ

3-01 企業の採用動向

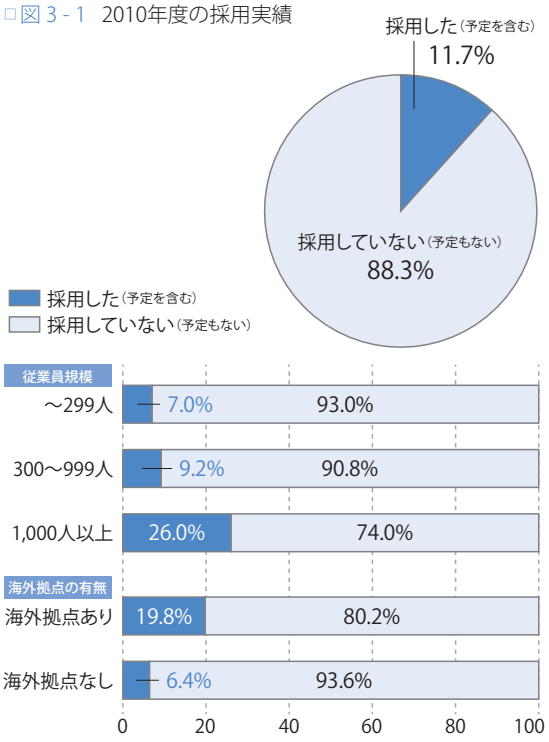
めまぐるしく動く国際的な経済情勢の中、多くの日本企業は更なる成長戦略を求めて、生産の基盤や販路拡大のための拠点を海外にも求めています。経済産業省の統計によると、現地法人企業数は1995年度は10,416社でしたが、2008年度は17,658社にまで増加し、特にアジア地域においては、1995年の4,600社から2008年は10,712社と2倍以上に増えており、このような日本企業の海外進出の動きは、アジアだけでなくNIEs域内BRICsへの進出も急激に伸びています。
アジア諸国への進出当初、こうした海外拠点は「生産の現場」として捉えられてきましたが、近年は進出先の経済成長に伴い、「市場」としての姿にも注目が集まっています。海外での売上高についても、1995年度は94.8兆円でしたが2008年度は201.6兆円まで増加し、特にアジア地域においては、1995年の24.5兆円から2008年は78兆円と3倍以上に増えており、北米の61.8兆円を上回る市場となっています。

また、我が国の人口は2004年をピークに減少傾向の局面に入り、将来の持続的な成長を確保するためには、一人当たりの生産性の向上などの新たなイノベーションが求められています。
一方、アジア等諸外国に目を向けると、豊富な若年人口と各国の大学に在籍する優秀な学生が数多く在籍しており、こうした人材の獲得は今後の企業の成長、とりわけアジア等に進出しようとしている企業にとって重要な経営資源となると考えられています。

このような背景から、近年マスコミ等で先進企業による外国人採用の活発化が報道されています。大手製造業を始めとし、小売業、サービス業、中小企業において外国人採用を採用枠の1割程度や数十名単位で採用を行う企業も現れています。

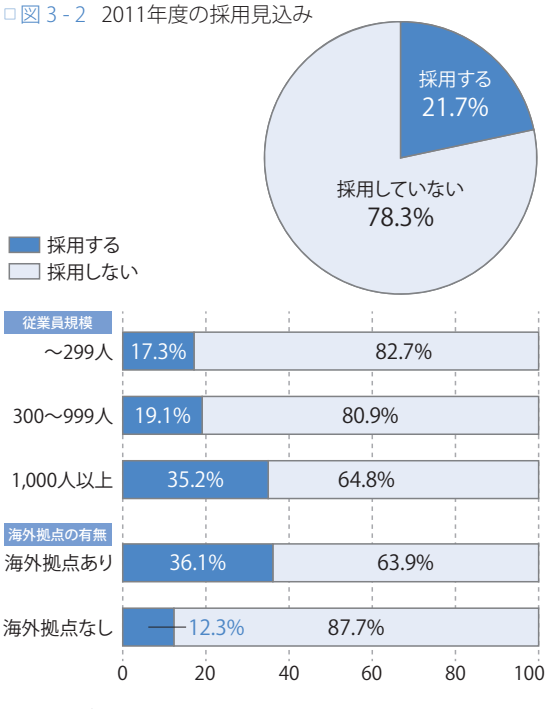
2011年度に外国人留学生の採用をする見込みの企業は20%を超えており（図3-1、3-2）、2010年度の採用実績と比較すると採用する企業数が約2倍となっています。2011年度の採用見込みでは従業員規模別では1,000人以上、海外拠点がある企業の1/3が外国人留学生採用を予定しており、急速な拡大をしています。
また、今後企業の外国人採用は国内の留学生だけでなく、直接海外の大学からも採用する傾向が見られます。

□図 3 - 1　2010年度の採用実績



■株式会社ディスコ「外国人留学生の採用に関する調査」（2010年8月）

□図 3 - 2　2011年度の採用見込み



■株式会社ディスコ「外国人留学生の採用に関する調査」（2010年8月）

3-02 企業の採用目的

■ 日本企業による高度外国人材（※）の採用理由 ■

1 国籍不問の優秀な人材の採用
2 進出先とのブリッジ要員としての採用
3 ダイバーシティ要員としての採用

※「高度外国人材」とは、就労可能な在留資格である専門的・技術分野の在留資格を有する外国人労働者（大学4年卒業資格を持つ者及びまたはそれと同等の知識を必要とする職に就いている者）

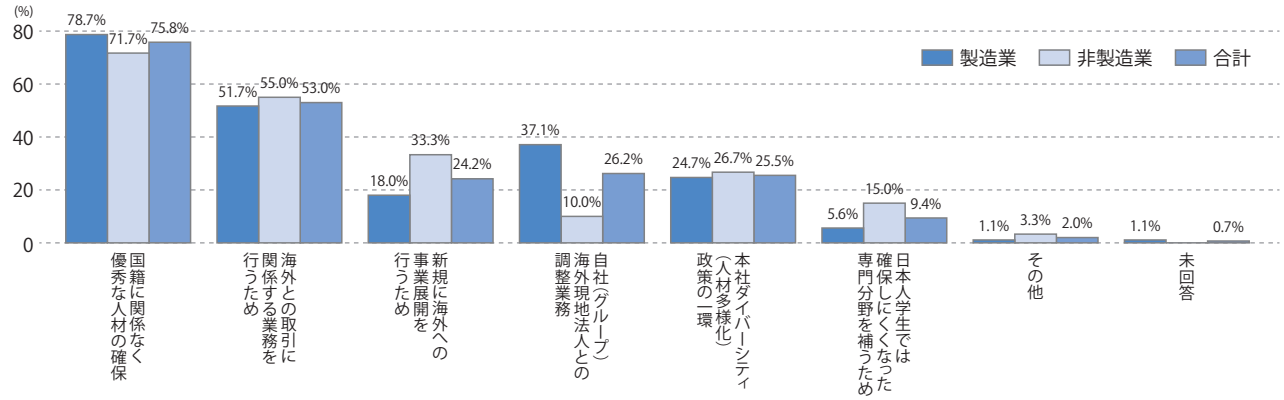
一般的に日本企業による高度外国人材の採用理由・享受するメリットとして大きく３つに分類できると考えられます。

①国籍不問採用とは文字通り「国籍に関係なく優秀な人材を求める」という採用方針で、企業の競争力保持のために高度外国人材の受入推進が政府、産業界から問題意識として提起される前から存在しているものです。
②ブリッジ要員とは海外との架け橋となる人材のことであり、高度外国人材の言語や出身地と日本との両方の事情に明るいといった「母国と日本との良好な関係構築への貢献」の期待をするものです。
③ダイバーシティ要員とは、文化背景の異なる人材のことで比較的最近になって評価されるようになった考えです。あえて多様な背景をもつ人材を意識的に社内に取り込むことにより、組織活性化と商品などの多国籍な付加価値の創出などを促すというものです。

高度外国人採用の日本での採用については、一部の専門職を除けば1990年後半に主に外資系企業や中堅IT企業が中途採用を主とした即戦力の人材の採用を始め、2005年頃から大企業や中堅企業が外国人の新卒採用を始めました。
2007年頃にアジアの成長の加速とともに、上記分類②の「ブリッジ人材」を求める企業が増えてきました。2010年からは、これまで生産拠点としての位置づけから、消費者の所得増で急激に発展する市場としてアジアやBRICsを始め日本企業が海外に進出するために戦略的に必要な、上記分類①、③に該当する「グローバル人材」のニーズが高くなり、優秀な高度外国人材の採用拡大はもとより、日本人社員の国際化を目的とした採用・研修が行われるようになってきています。

留学生、日本人学生双方に企業から求められるものとして、日常的な業務遂行能力のレベルアップに加え、グローバル社会を勝ち抜くための、英語や中国語などの語学力はもちろんのこと、異文化理解を含めたグローバルコミュニケーション能力が挙げられます。

□図 3 - 3　高度外国人材の採用目的



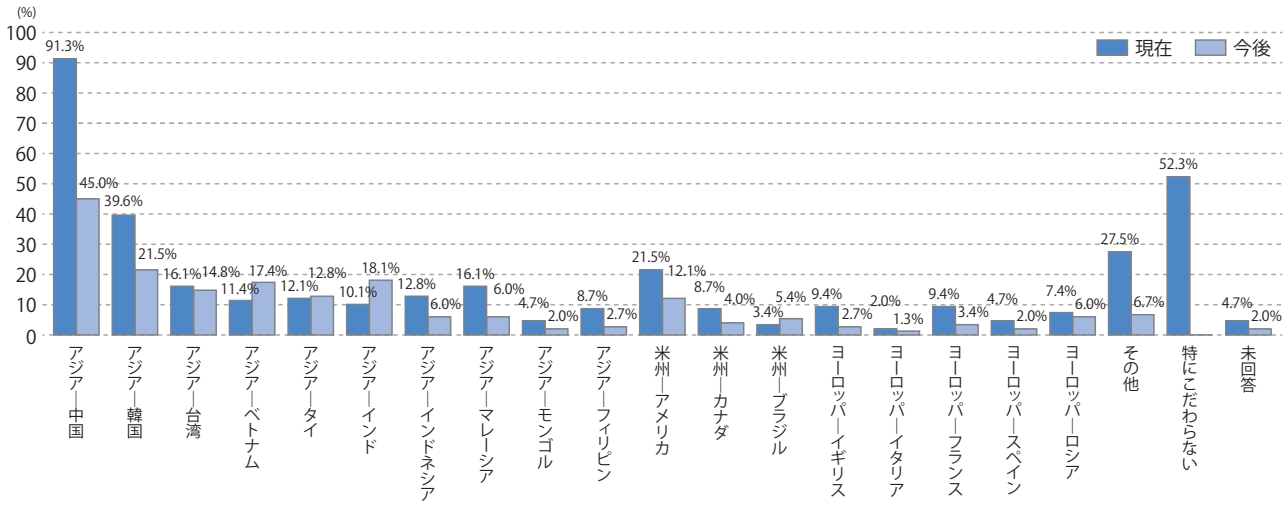
■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

3-03 採用国籍と学籍

企業のこれまでの外国人採用実績については、留学生の比率と同じく圧倒的に「中国」、次いで「韓国」、「アメリカ」が多く採用されてきました。企業が既に進出している現地法人や海外取引がある国を中心とした採用をこれまで実施してきたことが背景として考えられます。
今後は、アジア諸国やBRICsなどが生産拠点としてばかりでなく、市場として注目している地域の人材の採用が活発となる一方で、優秀な人材であれば国籍は不問として採用する企業が増えてくることが予測されます。

図3-4では企業のこれまでの採用実績と今後採用を希望する国籍であり、これまで多かった「中国」、「韓国」、「アメリカ」が半減するなかで「ベトナム」、「インド」等アジアを中心とした国々の人材ニーズが広がってきています。

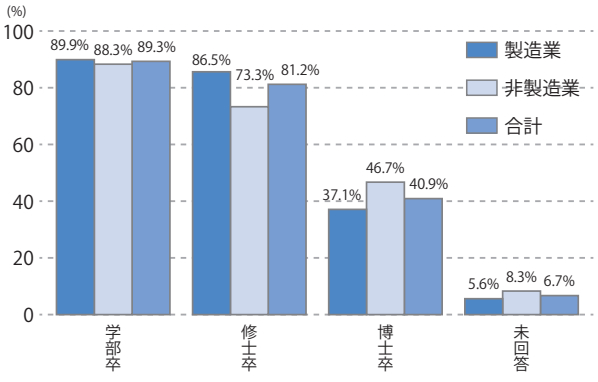
□図 3 - 4　高度外国人材の採用国籍の採用実績と今後の採用希望国籍



■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

学歴別による企業の採用ニーズ（図3-5）については、「学部」、「修士」が高く、「博士」は「学部」、「修士」の半数程度に留まっています。この要因として考えられるのが年齢です。日本人でも博士課程の就職はハードルが高い上に、日本語学習などで日本人学生と比べてさらに2年程卒業年齢が高くなるため、「博士」の学生は20代後半から30歳を超えての就職となります。そのため、待遇面等でも新卒枠でなく中途採用枠での採用となります。欧米諸国と違い、日本企業での「博士」の価値が低いことも要因としてあげられます。母国での職務経験や研究内容が、企業側のニーズとピンポイントでマッチすれば採用の見込みがありますが、それ以外の場合は日本企業での採用枠は少なく、厳しい就職活動となります。

□図 3 - 5　高度外国人材の採用予定学籍

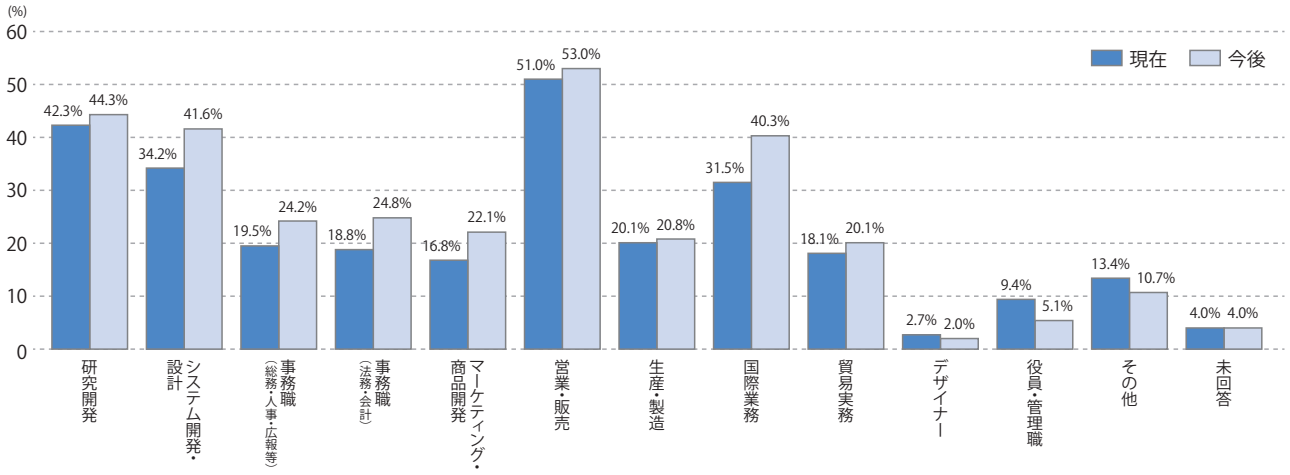


■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

3-04 採用職種と採用予定勤務エリア

企業の外国人採用の採用職種の実績については、研究開発、システム開発・設計、営業・販売、国際業務の4つの職種が多く見られます。今後の採用希望職種については、特に事務職（総務・人事・広報・法務・会計）、マーケティング・商品開発を中心にあらゆる職種で増えており、「職場の国際化」の傾向が見られます。今後、留学生の活躍するフィールドが広くなると予測できます。

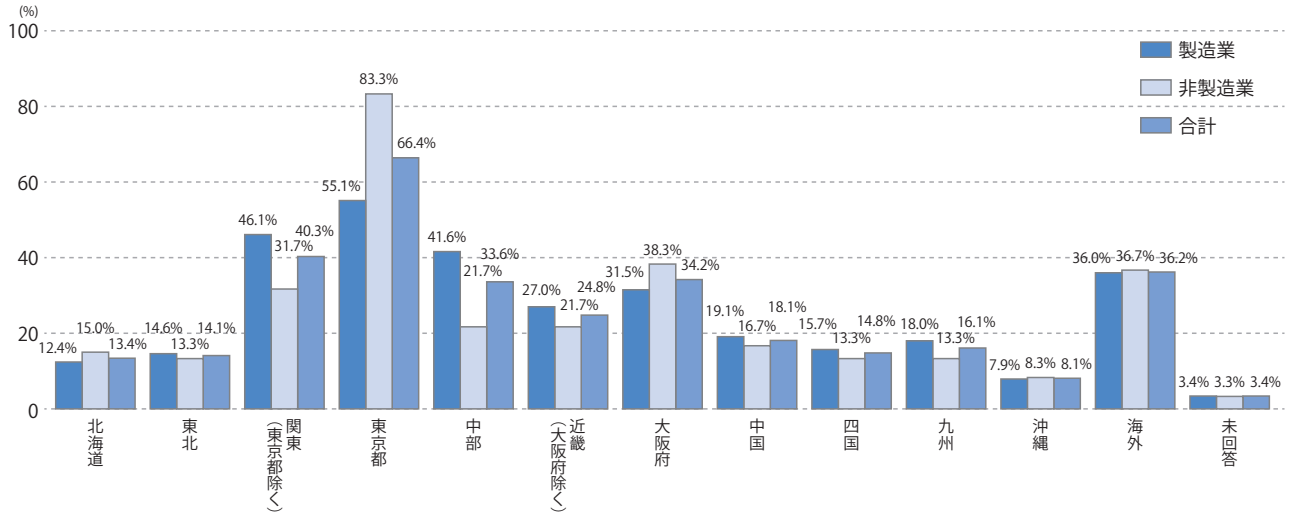
□図 3 - 6　高度外国人材の採用職種実績と今後の採用希望職種



■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

企業の外国人採用の採用予定者の勤務エリアについては、東京都が圧倒的に多く、次いで関東（東京除く）、海外、大阪府、中部、近畿（大阪府除く）が多くなっています。特に非製造業は東京に集中しており、製造業については、（東京を除く）関東、中部の順に比較的多くなっています。

□図 3 - 7　高度外国人材の採用予定勤務エリア



■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

3-05 採用手法と採用ポイント

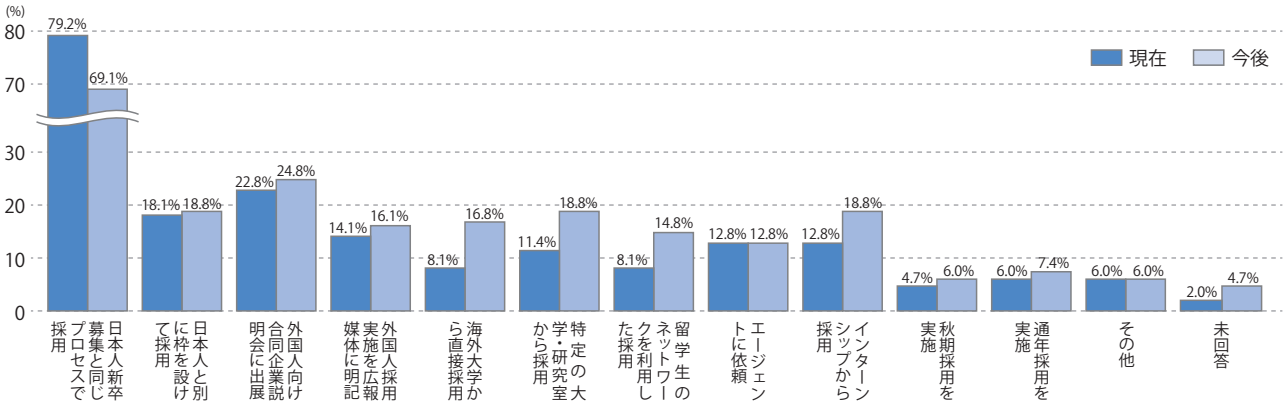
企業における留学生採用の手法については、多くの企業が日本人学生と同じプロセスで採用活動を行っています。これまで1社あたりの単年度の留学生採用人数自体が少なかったため、特別な手法をとれなかったという理由が考えられます。しかしながら2009年頃から留学生についても採用数が増加し、留学生採用枠を日本人学生とは別に設定する企業が出始めるなど、従来の日本人と同じプロセスでの採用ではなく、優秀な留学生を正当に評価しようと、様々な新しい採用手法の試行錯誤を始める企業も出始めています。

民間企業・団体による留学生向けの合同企業説明会も開催回数が増え、また、企業も留学生向けの新卒採用サイトを開設するなど少しずつですが、留学生にも採用情報が届く様、環境が改善しつつあります。

また、留学生が多数在籍する大学では、積極的に自学の留学生の優秀さや企業での採用メリットをアピールし、大学内に企業を招聘し企業説明会を開催するなどの取り組みも増えてきました。しかしながら未だ多くの企業が日本人学生と同じプロセスにて留学生の採用を行っており、留学生は日本人学生と同様の就職活動準備を行わなければなりません。

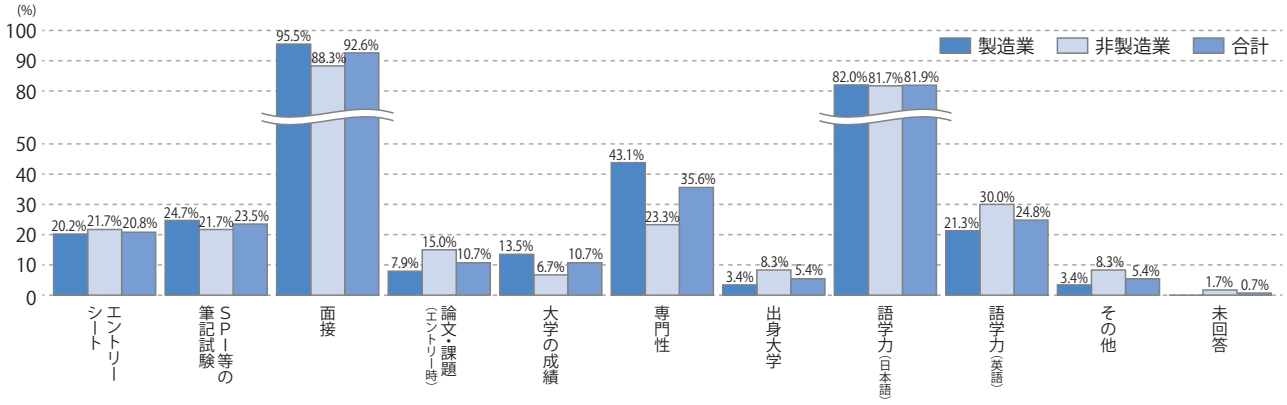
企業の外国人採用において重視される項目としては、「面接」、「日本語能力」の2つが非常に多くの企業において必要とされています。業種別では、製造業は「専門性」が5割、非製造業では「語学力（英語）」が3割と他の項目と比べ比較的採用時に重視されているようです。

□図 3 - 8　高度外国人材の現在の採用手法と今後の採用手法



■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

□図 3 - 9　高度外国人材の採用時に重視する項目



■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

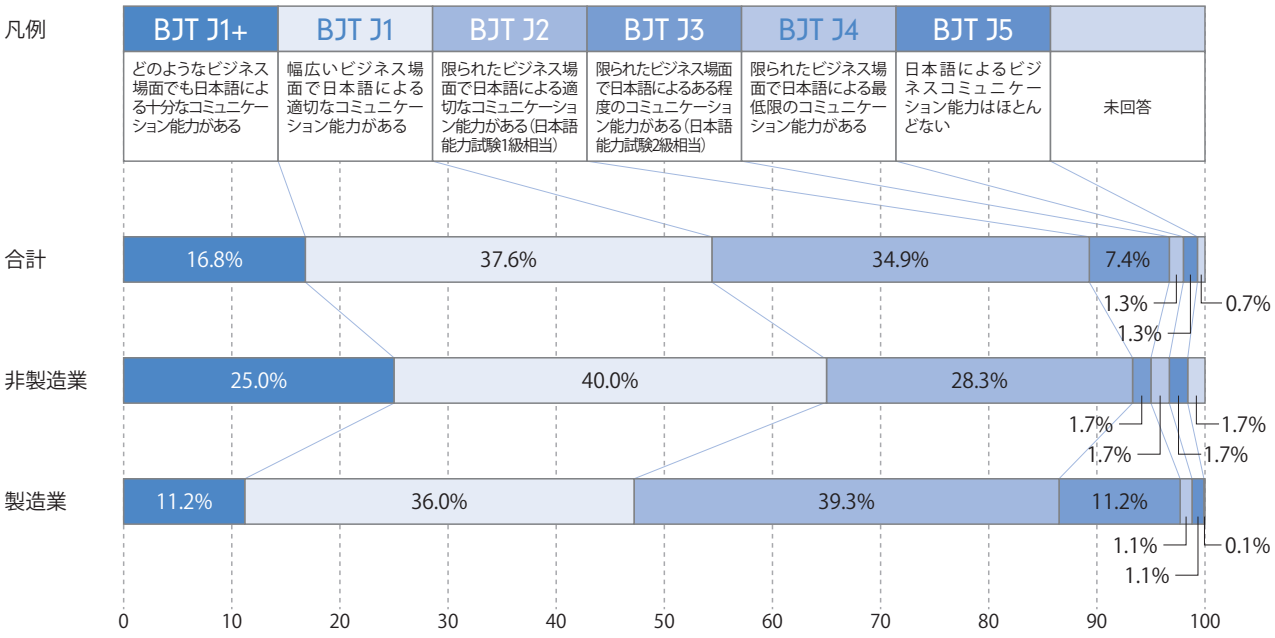
3-06 必要とされる日本語能力

留学生の就職活動において、最も企業が注目している点が日本語能力です。就職活動においては、必ずエントリーシートの提出、面接というステップを踏まなければなりませんが、特に企業は採用にあたり面接を重要視するために面接時に必要とされる「聞く力」、「話す力」がなければ、内定を獲得することは難しくなります。また、就業後は職種によって企業から求められる日本語力は2つに分けられます。1つは主に理系の技術系職種、研究職に多い、社内のコミュニケーション能力があれば可とするもの。2つ目は文系の営業総務職に多い、社外のクライアントや協力会社、顧客との打ち合わせや営業でのコミュニケーション能力であり、こちらはかなり高度な日本語能力が必要とされます。また、技術系職種や研究職でも管理職になる際に日本語力のレベルアップを求める企業もあります。特に文系の営業総務職においては、大学での日常会話と違いビジネスシーンで使用する日本語となるため、尊敬語・謙譲語・丁寧語の使い分けやビジネス用語、日本企業文化を理解した上でのビジネスマナーなどが必要とされ、高い日本語能力が要求されます。また、これらの日本語能力は就職活動時においても必要になるため、在学中にレベルアップする必要があります。「アジア人財資金構想」では、ビジネスシーンで通用する日本語力の育成のための評価ツールとしてJETRO（日本貿易振興機構）が開発した「BJTビジネス日本語能力テスト」を使用し、学生のビジネス日本語能力の判断をしています。「BJTビジネス日本語能力テスト」は、日本語能力検定1級以上のレベルも測定できる、ビジネスシーンで通用する日本語能力を測定することができるテストです。

※「BJTビジネス日本語能力テスト」については4-10にて詳しく説明。

企業における留学生の日本語能力に関して、日本語能力試験1級を取得していてもビジネスシーンでは能力不足という声は良く耳にします。図3-10では、企業が求める日本語能力を調査したところ、日本語能力検定1級以上が約9割を占め、内5割が日本語能力1級では計れないさらに上位のレベルが必要とされています。業種別では非製造業が製造業と比べ、求める日本語能力が高いことが伺えます。特に、ほぼ日本人と同等のレベルである「J1+」のレベルを求める企業が1/4を占めています。大学を含めた日本語教育機関には、これまでの大学での学習に必要な日本語教育に加え、卒業後にも役立つビジネスシーンで使えるビジネス日本語教育の提供が強く求められています。

□図 3 - 1 0　高度外国人材の採用時にもとめる日本語コミュニケーションレベル



■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

企業の留学生採用動向とニーズ

3-07 SPI 等の能力試験

就職活動において、留学生を悩ませるのがSPI試験等に代表される日本独特の能力試験です。

近年の就職活動において、就活ナビなどのウェブでの登録や一次選抜手法が一般的になっています。エントリーの簡便さから1人あたりのエントリー数が数10社から100社超えと多くなる傾向にあり、特に大企業では応募が集中するため面接可能な数までSPIなどのツールで機械的に絞らざるを得なくなっていることが背景にあります。
SPI能力試験は非言語分野、言語分野に分かれており、留学生は言語の障壁からとくに言語分野での得点獲得が難しいのが実態です。

日本企業の留学生採用プロセスは、日本人学生と全く同じ選考過程にて行う企業が大多数を占めており、また、膨大な登録者から留学生だけを振り分ける作業が物理的にできないという実務上の問題から、日本人学生SPI等の同じ能力試験を課し、その結果最初のプロセスを通過する確率が著しく低くなってしまいます。

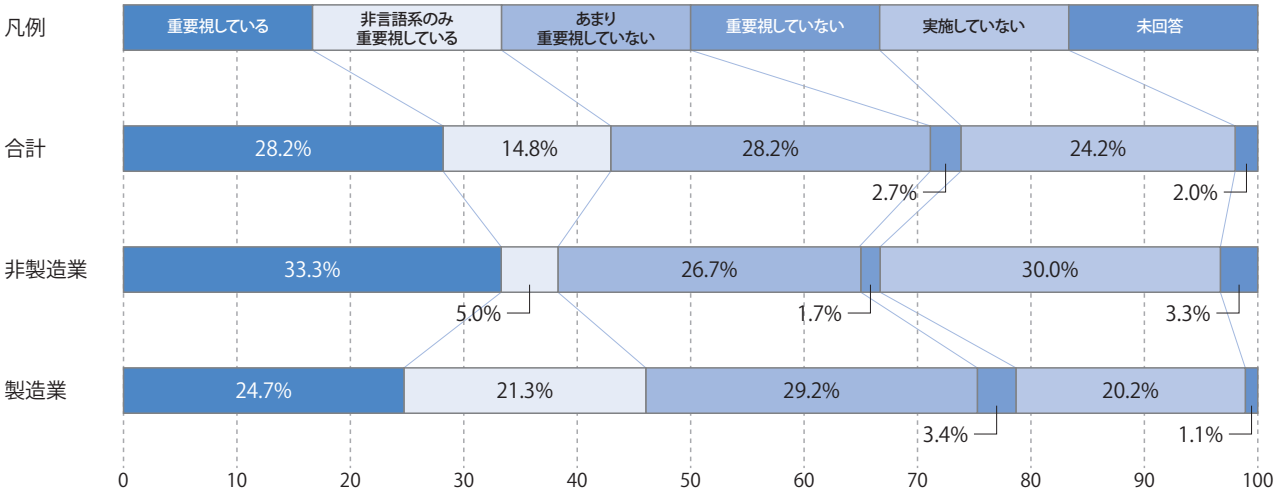
近年留学生採用に注力している大手製造業や小売業は能力試験の位置づけを見直し、日本人学生と同等に判断するのではなく、独自のウェイト付けを行う傾向が見られます。

図3-11では、約5割の企業がSPI等を実施していなかったり、重要視していないと回答しています。業種別では、製造業は非製造業と比べ重視する傾向が見られます。特に非言語分野のみを重視する企業が2割と多いのが特徴的です。

今後も日本企業の採用活動においては、能力試験を継続実施していく可能性が高いため、留学生がそのための準備をすることは今後も求められると思われます。

留学生は就職活動前に問題演習を行うなど、日本人学生以上に早期の準備が必要です。

□図 3 - 1 1　高度外国人材の採用時におけるSPI等の能力試験の位置づけ



■財団法人企業活力研究所「日本企業における高度外国人材の採用・活用に関する調査」

CHAPTER 4
教育機関に必要とされる留学生の就職支援

教育機関に必要とされる留学生の就職支援

4-01 大学における留学生就職支援の現状

■ 大学における留学生就職支援分類 ■

現在、最も留学生が多く在籍する大学には約3,500名（平成22年度）の留学生がおり、1,000名を越える大学は21校あります。（2010年5月現在）また、2008年に発表された「留学生30万人計画」において、2020年までに現在の約14万人から30万人へ倍増する点や、現状でも就職希望者の約半数しか就職できていないことを考えると、早急に卒業・修了後のキャリア対策を講じる必要があります。

大学における留学生の就職支援については、上記図のように３つに分類されます。分類の一番大きな目安となるのが、留学生在籍数になると考えられます。

現在、日本の大学で圧倒的に多いのが「合同形式」です。留学生数が全学で200名以下の大学については、単純計算で就職活動対象年度の留学生が1/4の50名前後と少ないことから特別な支援を行うためのコスト、人員を割くことができないという事情があると考えられます。

一方で、留学生数が概ね500名以上の大学で多いのが「単独形式」です。単年度の留学生数が100名を越えると、日本国内での就職率などの実績が、次の入学者数に影響してくるため、手厚い支援を実施している例が多く見られます。先進的な大学では、大学職員が全国の企業を訪問し、自校の留学生の優秀さや企業側のメリットをPRすることで企業を大学に招聘し、留学生向けの個別企業説明会、学内面接会などを開催する事例が見受けられます。

最後は「一部単独形式」です。これは国立大学に多く、留学生が多い一部の学部単位による個別支援や「アジア人財資金構想プロジェクト」、「グローバル30プロジェクト」等のプロジェクト単位による一部の学生への支援などが該当します。また、通常就職関係の支援をキャリアセンターで行うところを、留学生のみ留学生センターなどで小規模での支援を行っている大学もあります。

ここでは、大きく3つの分類としましたが、留学生の就職支援については、大学毎に抱える事情や状況が違ってくるため、一概に論じることはできず様々な取り組み方法があると思います。ただ、留学生は日本企業に就職したいと思いながら夢破れて帰国する学生も多くいることも事実です。

大学における留学生就職支援については、今できる範囲から各大学で行っているシステムをうまく活用しながら、少しでも留学生の力になれるような支援を始めていただければと思います。

4-02 大学における留学生就職支援の課題

■ 大学における留学生の就職支援の課題 ■

■ 留学生支援を行う人材・財源不足
■ 学内関係部署との連携不足
■ キャリアセンター利用率、ガイダンス等の出席率が低い（留学生の意識不足）
■ 留学生向けの求人情報が少ない

大学における留学生の就職支援の内容については、日本人学生への支援をベースとし、留学生特有の事情に合わせた付加支援を行う大学が多いようです。付加的な支援は、日本での就職活動の全体的な流れの理解を深めるガイダンス・セミナー、就職活動等で使用するビジネス日本語教育、キャリアカウンセリング、留学生採用を行っている企業の求人情報提供、企業説明会の開催などがあげられます。

大学において、上記のような留学生への就職支援を実施するにあたり4つの課題があります。

①留学生支援を行う人材・財源不足

留学生支援を行うにあたり、その大学の留学生数により支援への取り組み方が変わってきます。留学生数が少なければ、専任のスタッフを配置したり、ガイダンス、セミナーの開催を行うことは難しくなります。しかしながら、留学生数が少ないからといって何も支援を行わないのではなく、人材、財源の負担がかからない方法（民間企業・団体・自治体等の情報・イベントの活用等）で最低限の支援を行うことが必要です。

②学内関係部署との連携不足

入学当初から留学生への日常的な支援を行う留学生センター等の部署に比べ、キャリアセンター等就職を支援する部署は留学生にとって馴染みが薄く、敷居が高いと認識されています。留学生の就職支援については、双方の部署の定期的な情報交換を行うなど連携が必要となります。

③キャリアセンター利用率、ガイダンス等の出席率が低い（留学生の意識不足）

留学生にとって、キャリアセンターへ行っても日本人学生向けの支援しか行っていないという認識があり、また、留学生向けの情報が少なく、行っても役に立つのか分からないと認識していることが要因として挙げられます。また、利用率が低い最大の理由は、留学生の意識不足です。企業は、日本人学生と同じプロセスで入社試験を行うという事実を認識させることが重要となります。その為には入学当初の早い時期にキャリアガイダンスを行い、就職活動の意識付けを行い、継続的な情報提供を行うなどの工夫が必要です。

④留学生向けの求人情報が少ない

近年、インターネットや合同企業説明会などで留学生を積極採用する企業の情報やイベントが増えています。それら外部の情報を活用するとともに、現在大学内に保有されている求人情報についても見直しを行い、留学生採用の可否だけでなく、留学生の採用実績等の情報を企業から収集し、留学生（外国人採用）に関する有用な情報を積極的に留学生に開示することが必要です。それにより、キャリアセンター利用率も上がり、留学生が集まることとなり、入社試験を受けた留学生や内定を獲得した学生が企業の採用情報を後輩へ提供したり、入社後OB・OG訪問を受けたりと大学への帰属意識を高めることが可能となります。

教育機関に必要とされる留学生の就職支援

4-03 留学生への就職支援

■ 留学生の就職支援の課題の解決に向けて ■

1 大学の状況に合わせた支援を
2 できる範囲から支援を（特別な人材・財源なしでも可能な支援）
3 民間企業・団体・自治体・他大学との連携・活用を
4 相談窓口の明確化・学生への継続的な啓蒙活動を

► 留学生の内定率を上げるための取り組み

留学生への就職支援の問題解決に向けて大学全体で取り組むことが理想ですが、各大学の置かれている状況に合わせた支援をできる範囲から始めることが大事です。

まずは、自学の留学生に「就職活動について何に困っているか」、「どのような支援を望むのか」をヒアリングし、現在の状況を把握することが大事です。

次に自学の就職支援のソリューション（日本人学生向け支援を行う人材・財源）と組み合わせ、どのような支援ができるかを検討することをお薦めします。また支援を検討する際に特別な人材や財源なしでも行えることはたくさんあり、1大学だけで行うことが留学生の人数規模的に難しければ自治体・他大学・大学コンソーシアム、商工会議所との連携を検討したり、公的または民間の就職支援団体などが保有する知見やネットワークを活用することにより、留学生の就職支援の質は間違いなく向上します。

また、学内の関係部署との連携により、相談窓口の明確化を行い留学生に継続的に啓蒙活動を行うことで、留学生が適切な時期に適切な部署へ相談できる体制づくりを構築することも大切な解決策です。

すでに留学生支援の取り組みを行っている大学についても内定率を上げるための効果的な取り組みとして、次頁から留学生への就職支援に必要な支援策について、下記の7項目の観点から「アジア人財資金構想プロジェクト」の成果を含めて説明します。

1 留学生への就職支援スケジュール ► 4-04
2 就職活動の理解促進 ► 4-05
3 ガイダンス・企業説明会の実施 ► 4-06
4 キャリアカウンセリング ► 4-07
5 ビジネス日本語教育 ► 4-08
6 日本ビジネス教育（企業文化理解） ► 4-09
7 インターンシップ ► 4-12
8 企業の求人情報 ► 4-13

4-04 留学生への就職支援スケジュール

留学生の就職支援スケジュールモデル

留学生の就職支援のスケジュールにおいては、日本人学生と比べて就職活動の理解・準備に時間を要するため、入学時に日本での就職活動の理解、就職活動スケジュールを認知させることと、一般の日本人学生の就職支援より前倒しで行うことの2点が重要になります。

□図 4 - 1　スケジュールモデル

■学部　活動内容	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年生												
ガイダンス	キャリアガイダンス（キャリア・就職活動概論）											
2年生												
ガイダンス										キャリアガイダンス（キャリア・就職活動スケジュール）		
3年生												
ビジネス日本語・日本ビジネス教育	カリキュラム（就職活動）											
インターンシップ	カリキュラム		インターンシップ準備				実施後の振り返り・発表会等					
ガイダンス	キャリアガイダンス（キャリア・就職活動準備）			ガイダンス（業界研究・筆記試験）			ガイダンス（ES・自己分析）		ガイダンス（面接）			
合同企業説明会												
キャリアカウンセリング												
4年生												
ビジネス日本語・日本ビジネス教育	カリキュラム（就業前準備）											
ガイダンス・合同企業説明会			ガイダンス（これからの就活）									
キャリアカウンセリング												

■修士　活動内容	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1年生												
ビジネス日本語・日本ビジネス教育	カリキュラム（就職活動）											
インターンシップ					カリキュラム		インターンシップ準備					
ガイダンス	キャリアガイダンス（キャリア・就職活動概論）			ガイダンス（業界研究・筆記試験）			ガイダンス（ES・自己分析）		ガイダンス（面接）			
合同企業説明会												
キャリアカウンセリング												
2年生												
ビジネス日本語・日本ビジネス教育	カリキュラム（就業前準備）											
インターンシップ	カリキュラム	実施後の振り返り・発表会等										
ガイダンス・合同企業説明会			ガイダンス（これからの就活）									
キャリアカウンセリング												

教育機関に必要とされる留学生の就職支援

4-05 就職活動の理解促進

■■ POINT ■■

1 早期の理解と準備を
2 担当窓口の明確化
3 継続したガイダンス開催

1. 就職活動の理解促進

留学生の就職活動において、最も大きい問題点は、日本の就職活動の理解不足とスタート時の出遅れです。一方で大学側の留学生就職支援の課題として、学内関係部署との連携不足、キャリアセンター利用率、ガイダンス出席率の低さがあり、これらの問題点を解消するためには、下記3項目が必要となります。

①早期のキャリア教育・情報提供・担当窓口の明確化
入学当初等の早期の時点で留学生のキャリアを含めた就職活動についての正しい知識、スケジュールについて理解させる必要があります。

②継続した情報提供による信頼関係の構築

③ ①で作ったきっかけから、留学生とこまめに連絡できる信頼関係の構築を行い、定期的に留学生のキャリアを含めた就職活動等の情報提供を継続する必要があります。

2. 早期の理解と準備を

留学生は日本の就職活動に対する情報が少なく、就職活動の準備や開始する時期が日本人学生より遅れてしまう為、就職活動戦線に乗り遅れてしまう傾向があります。その為早い時期での就職活動に関する説明を行う必要があります。現在各大学で行われている日本人学生向けのガイダンスの時期では遅く、留学生とコミュニケーションをとりやすい入学当初に1度説明を行う必要があります。入学当初は日本語力などの問題があるため、英語や中国語版の就職活動のガイド（JASSO「外国人留学生のためのガイドブック」）等の活用の検討も必要です。特に「スケジュール」から「どのような方法」で「どのような準備」が必要かということと、大学として「どこ」が窓口となり相談を受け付けるのかのアナウンスは入学当初に必要です。
また、地方の大学については、就職活動にかかる交通費、宿泊費について入学当初から説明しておくことで、就職活動時期までにある程度の貯蓄をするなどの準備も必要です。
さらに、留学生は日本の就職活動において、日本人学生以上に事前の準備が必要です。エントリーシート作成、SPIなどの能力試験対策、敬語、ビジネスマナーを含めた面接対策など、3年生の4月頃から少しずつ負担にならない程度に開始する必要があります。
また、来日間もない修士の学生については、入学年の秋には本格的な就職活動が始まるため、特に大学側のフォローが重要になってきます。担当教授を含めて本人のキャリアの確認を行い、日本での就職を希望する留学生については計画を早期に立て、フォローをする必要があります。

3. 担当窓口の明確化

POINT

1 留学生センター・キャリアセンターの連携を緊密に
2 担当窓口と利用方法を留学生に明確に告知・啓蒙
3 場合によっては日本人学生と別の対応窓口を設置することも必要

留学生は、留学生センターへ日常の学生生活全般についての相談が多く、キャリアセンターへの敷居が高く感じているため、うまく活用できていないことが就職活動においての情報不足を招く要因となっています。先に説明した早期の理解と準備を行う段階で、就職に関する窓口の徹底した周知とキャリアセンターの活用方法を根気よく啓蒙していく必要があります。

また、留学生への啓蒙だけでなく留学生センターとキャリアセンターの双方の担当者による留学生や就職活動の動向等について、定期的に情報交換、情報共有を行うための連絡会を開催するなど、連携を行うことも大切です。一方で、留学生の就職相談を日本人学生と別に留学生センターで受け付ける大学もあります。また、留学生向け就職ガイダンスを留学生センターにて開催し、求人情報の提供やキャリアカウンセリングはキャリアセンターにて行うといった役割分担を行う大学もあります。

対象となる学生の人数や人員・財源により、留学生の活用しやすい窓口の設置を行うことで利用率の向上やガイダンスの参加率が向上します。

4. 継続したガイダンスの実施

留学生が日本の就職活動を理解するには1度のガイダンスでは十分とはいえません。できれば5回～10回程度に分けて少しずつ説明して理解させることが望ましいところです。

［例①］　留学生センターやキャリアセンターによる特別講座の開催
正規のカリキュラムではなく課外の特別講座として5回～10回程度に分けて日本の就職活動についての講座を実施する。
メリット：　無理なく留学生の就職理解が深まる。参加者同士が毎回情報交換ができる。
デメリット：人的負担が発生する。正課ではないため留学生の参加率が担保できない。

［例②］　正規科目としてキャリア教育やビジネス日本語・日本ビジネス教育と併せて実施
正規のカリキュラムとしてキャリア教育やビジネス日本語・日本ビジネス教育として実施し、就職活動の情報も盛り込む。また、キャリア教育として実施するのであれば、日本人学生を交えて異文化コミュニケーション能力の育成として実施する。
メリット：　正規カリキュラムにすることで、留学生の参加率が担保できる。
　　日本人学生の異文化コミュニケーション能力の育成が見込まれる。
デメリット：規模が大きくなると人材・財源の負担が増大する。

教育機関に必要とされる留学生の就職支援

4-06 ガイダンス・企業説明会の実施

STEP. 1 自治体・民間企業で実施するガイダンス・合同企業説明会の告知
STEP. 2 日本人学生向け学内ガイダンス・企業説明会での留学生相談ブースの設置
STEP. 3 外部委託による留学生ガイダンス・企業説明会の開催
STEP. 4 学内で留学生向けガイダンス・企業説明会の開催

1. 自治体・民間企業で実施するガイダンス・合同企業説明会の告知

近年、行政、自治体、団体、民間就職支援会社による留学生向けのガイダンスや合同企業説明会が増えています。規模についても、企業の留学生採用の増加にともない大きくなっています。しかしながら採用企業が大都市圏の東京、大阪に多い為、合同企業説明会の開催場所も東京、大阪に集中しているのが現状です。他の地域では、仙台、神奈川、名古屋、福岡では開催の実績がありますが、年度によって変更の可能性があるので確認が必要です。留学生にとって、留学生採用を行っている企業だけを集めた合同企業説明会は数少ないチャンスとなるので、これらの学外で開催されているガイダンスや合同企業説明会の情報を留学生に確実に告知することが必要です。

また、告知の手法についても、ポスター掲示等ではなく留学生に確実に情報を届けられる学内のインフラを利用し、適切な情報を適切な時期に提供することで、留学生へ日本の就職活動スケジュールを理解させる効果にもつながります。

一方で、地方の大学については、学外でガイダンスや合同企業説明会などに参加する際、遠方の場合には交通費・宿泊費の負担問題があります。できればガイダンスは学内で行い、少しでも金銭的な負担を減らす支援が必要です。宿泊費については、大学側でもバスの用意や安価な宿泊施設等の提供・案内などのフォローも必要です。

NOTE

■留学生向けガイダンス

主催：（独）日本学生支援機構　【開催地】東京・大阪
主催：外国人雇用サービスセンター　【開催地】東京・名古屋・大阪

■留学生向け合同企業説明会

主催：東京外国人雇用サービスセンター　【開催地】東京
主催：（社）東京都専修学校 各種学校協会　【開催地】東京
主催：（株）ベインキャリージャパン　【開催地】東京・大阪
主催：（株）ディスコ　【開催地】東京

2. 学内でのガイダンス・企業説明会

学内で行うガイダンスや合同企業説明会については、上記図のように大別すると4つに分類されます。

対象留学生が少数の大学で財源や人材の負担を少なくして開催する方法としては、日本人学生と合同のガイダンスであれば、留学生相談のコーナーを設置したり会社説明会であれば、留学生採用有無を明示したり、留学生も参加できる仕組みにカスタマイズする方法があります。

総留学生数が500名を越える大学については、留学生単独での開催が望ましいと思われます。ある程度の参加者が確保できれば、大手企業の招聘も見込めます。特に企業側の最近の採用手法のトレンドとして、ウェブでのリクルーティングから、大学へ直接アプローチする方法へシフトしつつあるため有効な方法です。また、特に理系の留学生がまとまって参加できると新規企業の招聘には有効です。

また、国立大学などでは、学部単位での開催や留学生センターによる小規模な開催なども増えています。企業説明会等は教授とのつながりを活用して、企業数社を招聘し小規模に開催しています。

さらに、大学コンソーシアム等を活用したイベントや、地域の複数校との合同で開催するイベントも増えています。1校あたりの留学生は少ないですが、何校か合同で開催することにより企業誘致を容易にする有効な方法といえます。また、人的・財源的にも学内インフラを相互利用したり参加校数で案分されるため、負担を減らすことが可能です。

学内で行うガイダンス・合同企業説明会については、自学のキャリアセンターが計画し実施するものと、就職支援会社に委託して開催するものの2種類がありますが、学内ガイダンスを行う場合、事前の準備が重要です。例えば、企業で必要としている人材像やスキルを予めヒアリングし、それに合う学生の参加を呼びかける等のアレンジをしたり、開催前に参加企業の研究会を開催することなどが効果的です。

3. 留学生OB・OGの活用

「アジア人財資金構想」において最も効果的であった就職支援が、日本企業に就職した留学生OB・OGによる就職活動に関する講話です。同じ立場での失敗談や成功事例は留学生の心に届きやすいようです。また、企業の人事担当者についても、近年は留学生OB・OGを登用している企業が増えています。企業側採用者の視点と留学生の視点、両方を理解しているということで、留学生向け合同企業説明会等では人垣ができるほど留学生が集まります。自学でガイダンスを開催する際は、留学生OB・OGをうまく活用することで留学生の参加率を上げるとともに、参加者のモチベーションを上げる効果も期待できます。

教育機関に必要とされる留学生の就職支援

4-07 キャリアカウンセリング

■■POINT■■

1 日本人学生対応員に留学生支援のノウハウを
2 精神的なフォローが極めて重要
3 個別進捗状況などの情報管理も必要

1. 日本人学生対応員に留学生支援のノウハウを

留学生へのキャリアカウンセリングについては、各大学に設置している日本人学生応対を行う人員が留学生にも対応できるノウハウを身につけてもらうことで、可能になります。よく日本人学生と留学生の就職支援で何が違うのかという質問を受けますが、ほとんどの企業が日本人学生と同等のプロセスで採用しており、基本的な支援方法の流れで違いはありません。留学生特有の留意点をきちんと押さえておけば日本人学生と同様の対応で支援が可能です。

留学生へのキャリアカウンセリングを実施するにあたり下記4点の知識・準備が必要です。

①留学生の就職活動問題点の把握と企業ニーズの把握

CHAPTER3で触れましたが、日本の就職活動は、活動する期間・時期・選考方法など独特の文化を持っており、海外からの留学生はなかなか理解をすることができないようです。日本人学生と比べ、より丁寧に「何故」それが必要かという説明をする必要があります。一方で企業側の留学生採用ニーズを正確に把握しておくことも必要です。企業が何を求めるか等は、留学生へのキャリアカウンセリング時に必要となるので情報収集する必要があります。

②在留資格

留学生と日本人学生の大きな違いとして、入社の際に在留資格の変更を行わなければならず、大学での専攻や資格の取得状況により、就業可能な業種や職種が限定されることが挙げられます。留学生の企業選びに関わることですので、在留資格についての知識が必要となります。

③異文化理解と出身国毎の特性把握

日本文化があるように、留学生にも母国の文化があります。一方的に日本の文化を押しつけるのではなく、留学生のもつ文化を理解し尊重しながらカウンセリングする必要があります。また、出身国毎の特性把握をしておくと、よりカウンセリングがしやすくなります。留学生の経済状況、兵役の有無などもカウンセリングの際には留意が必要です。

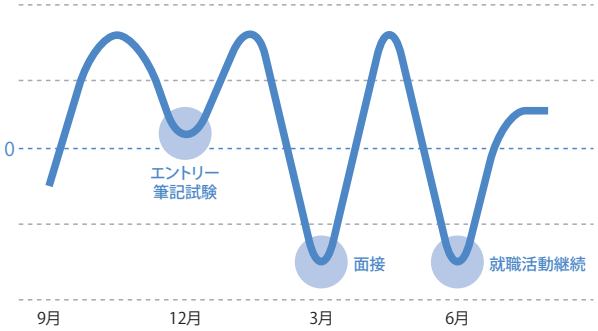
④留学生向けガイダンス・会社説明会・求人情報の情報収集

近年、就活ナビや合同企業説明会などで留学生を積極採用する企業を対象としたサイトやイベントが増えています。留学生採用を行う企業だけを集めた合同企業説明会は数少ないチャンスとなるので、これらの学外で開催されているガイダンスや合同企業説明会の情報を、留学生へ確実に告知することが必要です。また、現在大学内に保有されている求人情報についても留学生採用の可否だけでなく、留学生（外国人）採用に関する詳細な情報を、積極的に収集し留学生に開示することが必要です。

2. 精神的なフォローが極めて重要

日本人学生と比べて留学生は「帰国」という選択肢を持つため、すぐあきらめてしまう傾向が強く、留学生のキャリアカウンセリングにおいては、精神的なフォローが重要となってきます。日本の就職活動の100社エントリーして1社内定というシステムが理解できず、2-3社から良い結果が出ないことで自分の人格まで否定された気持ちになり就職活動をやめてしまう学生も多いようです。

□図 4 - 2　留学生の就職活動へのモチベーション



就職で躓く留学生は、エントリー数が圧倒的に少ない傾向にあります。まず母国でも有名なグローバル企業を中心に、留学生採用を行っている企業数社にエントリーしたものの、筆記試験等の一次試験で通過せずに手持ち企業がなくなる12月と、面接までこぎ着けたものの、面接で全て不採用となった場合の3月頃が最も精神的なフォローが必要な時期です。新しい応募企業の探し方（中小企業）など就職活動の方法に問題がある学生が多いので、もう一度原因を見つけレールに戻してあげることが必要です。また、6月頃は内定者が周りに出始め、帰国・進学・就職活動継続の選択を考え始める時期です。本人のキャリアプランの問題でもあるため、担当教員も含めたフォローが必要です。

3. 情報管理

留学生は日本での就職活動の知識が少ないため、極端にエントリー数が少ない、大企業しかエントリーしていない等、間違った就職活動を行いがちです。就職活動への取り組みに対する軌道修正はガイダンスなどでは対応できないため、キャリアカウンセリングが重要です。

キャリアカウンセラーが対応しやすくするために、留学生にはエントリー企業の名前や数、スケジュール管理（就活ノート）を留学生自身に記録させる必要があります。キャリアカウンセラーはその記録を見ることで、留学生の就職活動の仕方のアドバイスを与え、軌道修正を行い、正しい就職活動へ導くことが必要です。

■ 就活ノートの記録項目例

□企業名、スケジュール
　説明会日程、エントリーシート提出日
　筆記試験、面接等の日程

□企業研究
　企業理念
　業界内の特色や強みと弱み
　志望理由等

□説明会
　会社説明会での印象
　質問と回答、疑問点等

□面接
　質問したい内容とアピールポイント
　面接でされた質問と回答

4-08 ビジネス日本語教育

■ ビジネス日本語教育に必要とされる3つの要素 ■

1 相手に応じて使い分けるコミュニケーション能力
2 非対面型コミュニケーション
3 ビジネス文書の作成・読解

1. ビジネス日本語教育の目的

企業においては、ビジネスシーンで使えるビジネス日本語の必要性が求められています。それは、企業への就業時はもとより、就業前の就職活動時においても内定獲得への重要な要素となっています。

一方で、留学生自身も、日本で就職活動・就業するにあたり、自身の日本語能力に不安を感じています。留学生OB・OGへの調査では、今まで使用していた日常会話から就職活動を含めたビジネスシーンで使用する言葉と全く違う為、大学在学中にビジネスシーンで使用するビジネス日本語の研修が必要という声が多くあります。

留学生の日本語能力育成について大学を含めた教育機関には、これまでの大学での学習に必要な日本語教育に加え、卒業後のビジネスシーンで通用するビジネス日本語教育の提供が求められています。

2. ビジネス日本語教育に必要とされる3つの要素

①相手に応じて使い分けるコミュニケーション能力

企業活動において、会議・打合せ・商談・雑談などのビジネス場面要素と、上司・同僚・取引先・顧客などの相手との関係性によって、日本語の言い回しを使い分ける必要があります。そのため、日本企業内で使用される日本語には、敬語、丁寧語、謙譲語、命令語など、待遇表現をビジネス場面、相手により使い分けるコミュニケーション能力が必要とされます。

②非対面型コミュニケーション

一般的に、電話応対やメールのような非対面形式のコミュニケーションは、相手の姿が見えず言語のみによる情報の伝達が求められるため、留学生にとっては困難な課題となります。更にビジネスシーンにおける電話応対は、学生時代と比較すると対話者が多岐に渡り、会話内容等を予め準備することが難しい要素が多くなります。同時に先述したような待遇表現を織り交ぜて対応したり、面識の有無に関わらない意思疎通を行う能力が必要とされます。

③ビジネス文書の作成・読解

企業活動において、業務の遂行過程から最終成果にいたるまでに、様々な文書を常時、読解・作成することが求められます。日常的な週間報告や稟議書、役員等への上程文書といった社内文書から、プレゼンテーション資料、仕様書、企画書といった社外向け文書まで、内容・種類は多岐にわたります。また、企業による独自のフォームが存在し、それを基本としながら、目的や相手との関係に応じ、体裁、表現を変えるなどの応用力や必要とされる情報を要約して表現する能力が必要とされます。

4-09 日本ビジネス教育（企業文化理解）

1. 日本ビジネス教育（企業文化理解）の目的

留学生から見て、日本企業の就職活動、終身雇用的な発想、組織を重視する姿勢などの社内風土や、顧客サービス志向、カイゼン意識、新入社員時の現場研修、根回し型意志決定プロセス等、日本人には当たり前と思っていることも留学生には異文化であり、他の国・文化圏との共通点と共に、独自性・固有性があることを認知し、理解することが日本企業で就労する上では必要不可欠となります。

留学生が就職活動や日本企業に就業後の社会人生活をする場合に、「なぜ行うのか」、「なぜ必要なのか」という疑問を解決しなければ適切な行動を取ることができません。それができずに中途退社する例も多く見られます。適切な行動のためには、異文化理解のための日本ビジネス教育が必要となります。

2. 日本ビジネス教育の時期と内容

日本ビジネス教育を行うにあたり、留学生に高いモチベーションを持たせながら教育を行うために、教育を行う時期と内容が重要になります。
就職活動と日本・日系企業への就業の2つの目的に分けて実施する必要があります。また、ビジネス日本語教育と併せて実施することが効果的といえます。

①就業前の日本、日系企業で就職活動を行うための日本ビジネス教育
②就業後、スムーズに日本・日系企業で就業を行うための日本ビジネス教育

①については、学部3年生、修士1年生の前期もしくは後期までに行うことで、秋から始まる就職活動の面から企業文化理解を行うことを目的とします。
②については、学部4年生、修士1年生の前期もしくは後期に行うことで、主に日本・日系企業内定者を対象に4月からの就業の面から企業文化理解を行うことを目的とします。

［例］
①就業前の日本・日系企業で就職活動を行うための日本ビジネス教育
- ■日本の就職活動と企業の採用方法
- ■日本の業界と企業（業種と職種）
- ■エントリー（エントリーシートと自己分析・ビジネス文書）
- ■筆記テスト
- ■面接（ビジネスマナー）

②就業後にスムーズに日本・日系企業で就業を行うための日本ビジネス教育
- ■日本的組織の説明・顧客サービス志向・企業内外における背景理解
- ■ビジネスマナー
- ■コミュニケーション・協調性・チームワーク（社会人基礎力）

教育機関に必要とされる留学生の就職支援

4-10 ビジネス日本語・日本ビジネス教育の評価ツール

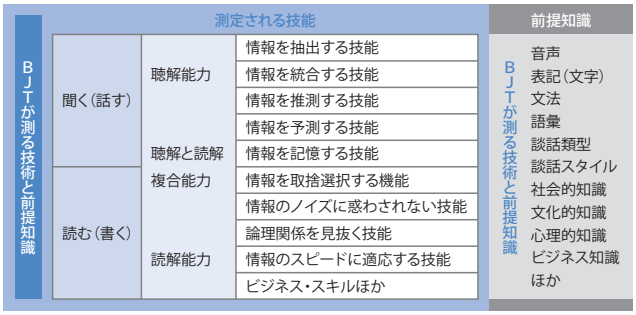
評価ツール

「アジア人財資金構想」では、ビジネス日本語の学習効果を測定するためのツールとしてBJTビジネス日本語能力テストを使用しました。

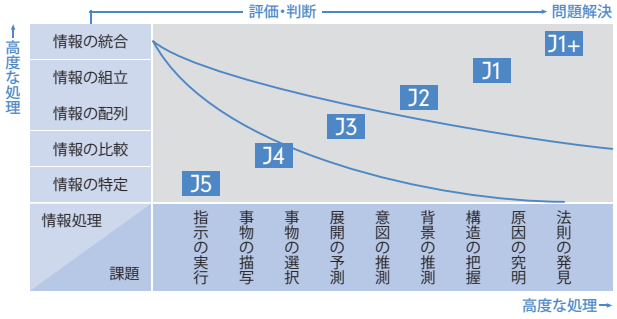
BJTビジネス日本語能力テストは、ビジネス場面で必要とされる日本語コミュニケーション能力を測定するテストです。1996年にJETRO（日本貿易振興機構）が開始しましたが、現在は財団法人日本漢字能力検定協会により実施されています。

BJTビジネス日本語能力テストは、文法・語彙・漢字などの知識そのものではなく、その知識を活用して、与えられた情報をいかに処理し対応できるかというコミュニケーション能力を客観的に測定するテストです。さらにビジネスに即した能力を測定するためにビジネス場面全てを出題範囲としています。また、コミュニケーションに必要とされる幅広い情報処理能力が測定され、難易度が高くなればなるほど、結果のスコア及びレベルが高くなるよう設定されています。

□図 4 - 3　BJTが測定する能力の対象

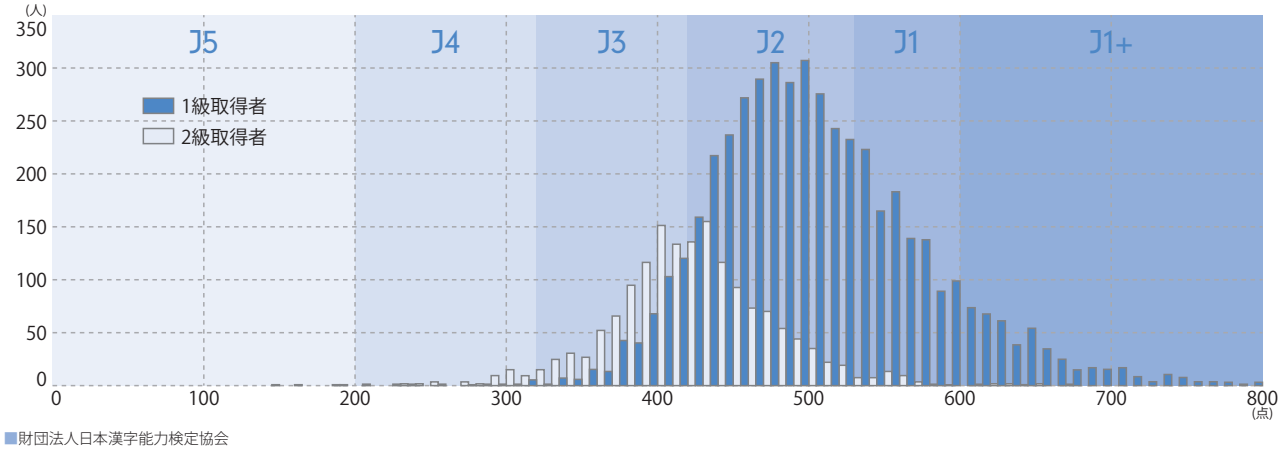


□図 4 - 4　複雑な情報処理とスコアレベル



BJTビジネス日本語能力テストの結果はIRT（項目応答理論）に基づいた統計処理により0〜800点で採点され、J1+〜J5の6段階のレベルで評価されます（図4-7）。受験者の能力の絶対値を測ることができ、能力の変化を客観的に把握できるのが特徴です。図4-5のグラフは、日本語能力試験1、2級取得者のBJTでのスコアをまとめたものです。1級取得者であってもBJTのスコアは400〜500点台が多く、日本語能力試験の上級取得者が、必ずしもBJTで高得点を取れるとは限らないことがわかります。

□図 4 - 5　BJTと日本語能力試験

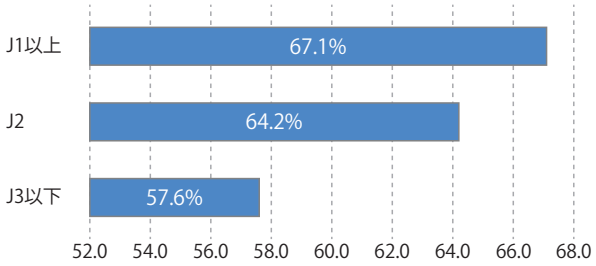


■財団法人日本漢字能力検定協会

教育機関に必要とされる留学生の就職支援

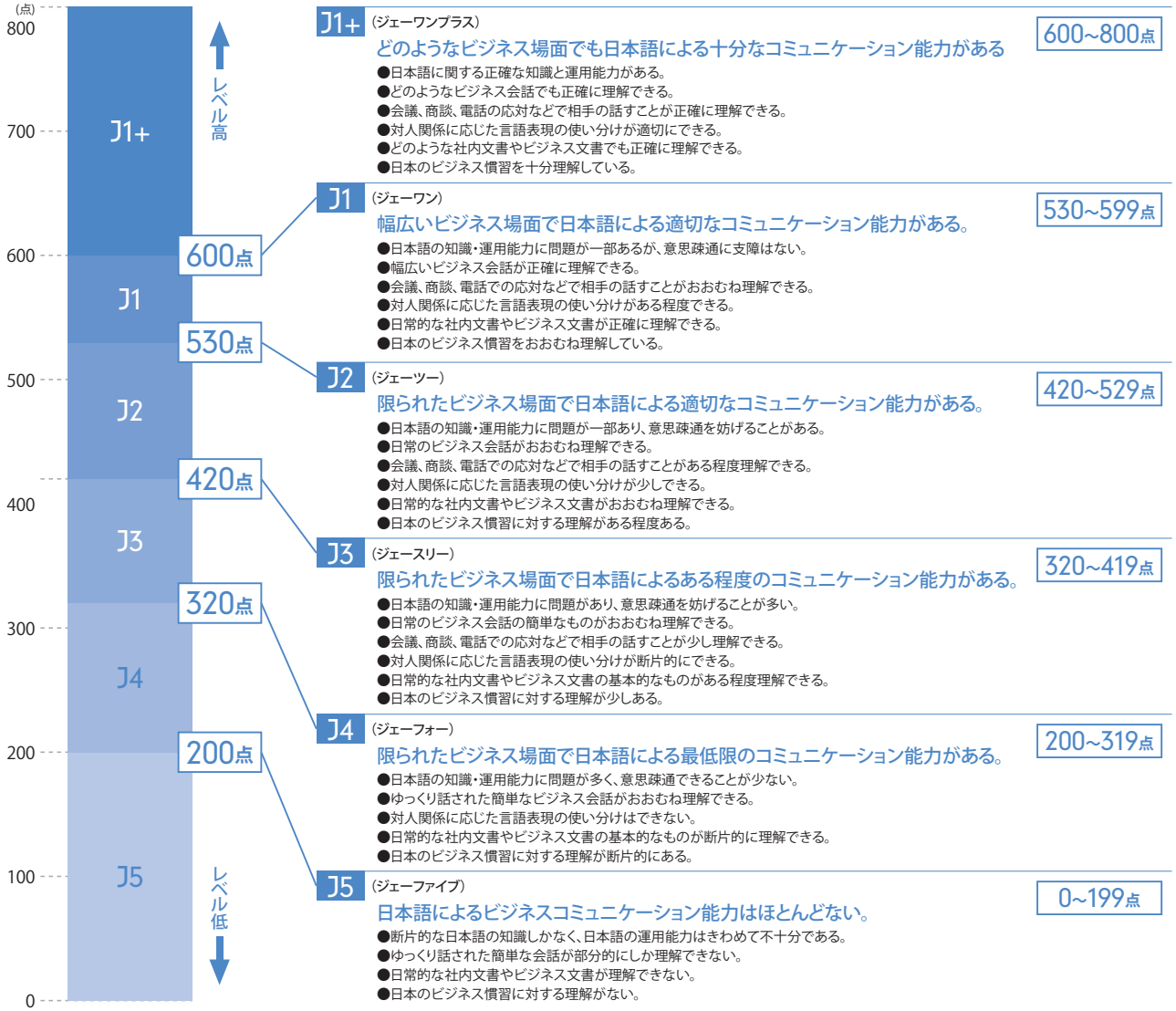
「アジア人財資金構想」受講生の修了時のBJTビジネス日本語能力テストのレベルと内定獲得の相関関係（図4-6）では、J1以上の学生の約7割が内定を獲得しており、BJTビジネス日本語能力テストのレベルと内定率については、比例関係があることを実証できています。BJTビジネス日本語能力テストは、留学生の就職を考えた際に有効な学習到達目標としても活用することができます。

□図 4 - 6　BJTスコアと内定率の相関関係



■経済産業省「アジア人財資金構想受講生分析」

□図 4 - 7　BJTのレベルガイドライン



J1+（ジェーワンプラス）
どのようなビジネス場面でも日本語による十分なコミュニケーション能力がある　600~800点
- ●日本語に関する正確な知識と運用能力がある。
- ●どのようなビジネス会話でも正確に理解できる。
- ●会議、商談、電話の応対などで相手の話すことが正確に理解できる。
- ●対人関係に応じた言語表現の使い分けが適切にできる。
- ●どのような社内文書やビジネス文書でも正確に理解できる。
- ●日本のビジネス慣習を十分理解している。

J1（ジェーワン）
幅広いビジネス場面で日本語による適切なコミュニケーション能力がある。　530~599点
- ●日本語の知識・運用能力に問題が一部あるが、意思疎通に支障はない。
- ●幅広いビジネス会話が正確に理解できる。
- ●会議、商談、電話での応対などで相手の話すことがおおむね理解できる。
- ●対人関係に応じた言語表現の使い分けがある程度できる。
- ●日常的な社内文書やビジネス文書が正確に理解できる。
- ●日本のビジネス慣習をおおむね理解している。

J2（ジェーツー）
限られたビジネス場面で日本語による適切なコミュニケーション能力がある。　420~529点
- ●日本語の知識・運用能力に問題が一部あり、意思疎通を妨げることがある。
- ●日常のビジネス会話がおおむね理解できる。
- ●会議、商談、電話での応対などで相手の話すことがある程度理解できる。
- ●対人関係に応じた言語表現の使い分けが少しできる。
- ●日常的な社内文書やビジネス文書がおおむね理解できる。
- ●日本のビジネス慣習に対する理解がある程度ある。

J3（ジェースリー）
限られたビジネス場面で日本語によるある程度のコミュニケーション能力がある。　320~419点
- ●日本語の知識・運用能力に問題があり、意思疎通を妨げることが多い。
- ●日常のビジネス会話の簡単なものがおおむね理解できる。
- ●会議、商談、電話での応対などで相手の話すことが少し理解できる。
- ●対人関係に応じた言語表現の使い分けが断片的にできる。
- ●日常的な社内文書やビジネス文書の基本的なものがある程度理解できる。
- ●日本のビジネス慣習に対する理解が少しある。

J4（ジェーフォー）
限られたビジネス場面で日本語による最低限のコミュニケーション能力がある。　200~319点
- ●日本語の知識・運用能力に問題が多く、意思疎通できることが少ない。
- ●ゆっくり話された簡単なビジネス会話がおおむね理解できる。
- ●対人関係に応じた言語表現の使い分けはできない。
- ●日常的な社内文書やビジネス文書の基本的なものが断片的に理解できる。
- ●日本のビジネス慣習に対する理解が断片的にある。

J5（ジェーファイブ）
日本語によるビジネスコミュニケーション能力はほとんどない。　0~199点
- ●断片的な日本語の知識しかなく、日本語の運用能力はきわめて不十分である。
- ●ゆっくり話された簡単な会話が部分的にしか理解できない。
- ●日常的な社内文書やビジネス文書が理解できない。
- ●日本のビジネス慣習に対する理解がない。

教育機関に必要とされる留学生の就職支援

4-11 ビジネス日本語教育のカリキュラムと効果

1. ビジネス日本語・日本ビジネス教育モデルカリキュラム

□図 4 - 8　ビジネス日本語教育カリキュラム（試案）

目的	日本企業への就職と企業活動へのソフトランディングを実現する基礎的な能力を育成する。
目標	ビジネス場面・企業活動との関連を踏まえて以下六つの達成が目標となる。 ①専門的文書や記事等を読み，背景も含めて理解することができる。 ②収集した情報の内容を端的にわかりやすく，要点をおさえてまとめて書くことができる。 ③相手の話を聞いた上で，求められている役割を踏まえ，適切な受け答えややりとりができる。 ④視覚的情報から必要な情報を的確に把握することができる。 ⑤必要な情報を分かりやすく図等にまとめてプレゼンテーションできる。 ⑥さまざまな事例から，何が問題かを把握するとともに，適切な問題解決にあたることができる。
対象者	大学生・大学院生

第Ⅰ期（就活前）：ビジネス社会についての概要理解とインターンシップ，就職活動準備

1	オリエンテーション	分析の視点	コース目標の設定と全体像の理解
2, 3	キャリアについて	キャリア	日本の「大人」はどのような社会生活を行っているのか
4, 5, 6	情報	情報収集	「大人」はどんな本を読んでいるか
7, 8	企業理解	業種・職種	みんなどんな企業でどんな仕事をしているか
9, 10	インターンシップ準備	振舞い方	基本的な敬語や振舞い方の理解，インターンシップの目的設定
11, 12	インターンシップの振り返り	内省	インターンシップ経験の共有と経験したことの整理・ディスカッション
13, 14	就職活動の理解	全体像	就職活動の全体像と日本企業の「採用」について
15, 16	自己PR	話し方，書き方	インターンシップの経験等から，自分の強みと弱みをまとめ，話し，書く
17, 18	エントリーシート	売り込み方	よさを売り込む際の感覚・表現，マイナスをプラスに変える方法等

第Ⅱ期（就活中）：就職活動支援

19-22	「受け答え力」育成	コミュニケーション	面接や質疑応答のシミュレーションを通して，円滑な受け答えを学ぶ
23-26	テーマ別討論とまとめ	ディスカッションと情報整理	討論技術，ターンのとり方と譲り方，強い言い方と弱い言い方，記録・報告
27, 28	振り返り	経験まとめ	就活経験のまとめ，企業文化理解の現状把握，目標設定

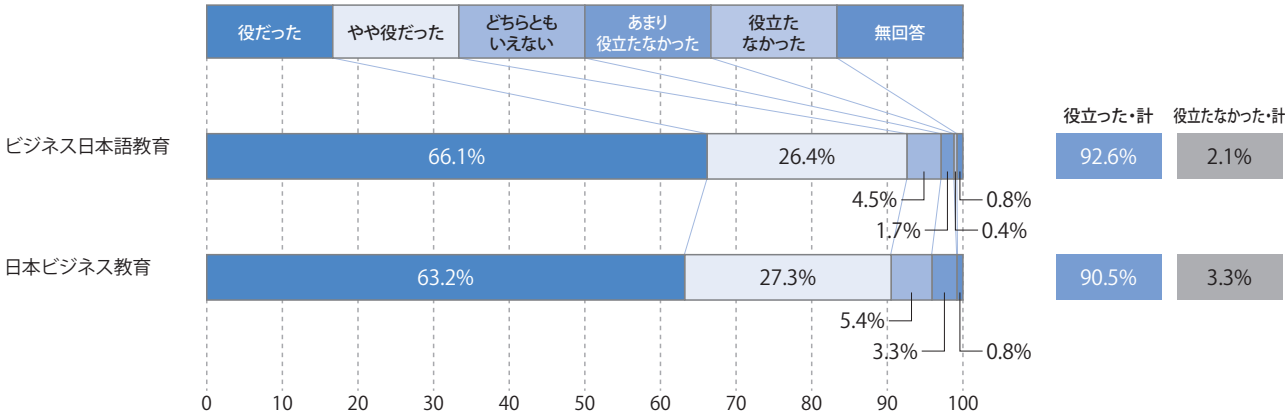
第Ⅲ期（内定後）：包括的能力育成

29-33	ケースで学ぶビジネス	問題発見・解決	外国人社員の事例をもとに，読み・考え・議論し，まとめる
33-37	ミニプロジェクト 1	非対面型コミュニケーション	プロジェクトを通じ電話、メール等の非対面型コミュニケーション力の育成
38-42	ミニプロジェクト 2	ビジネス文書の作成	様々な用途のビジネス文書の作成・読解とプレゼンテーション能力の育成

2. ビジネス日本語・日本ビジネス教育の効果

図4-9は、「アジア人財資金構想」の修了生への調査において、就職活動にビジネス日本語教育・日本ビジネス教育プログラムが役立ったかというアンケートを実施したところ、9割の学生が「役立った」、「やや役立った」と回答しています。
留学生の就職支援においては、ガイダンスやキャリアカウンセリングなどの就職活動のノウハウや情報を提供する支援だけでなく、日本語能力のスキルアップを中心とした、ビジネス日本語、日本ビジネス教育も重要となります。

□図 4 - 9　就職活動への役立ち度（2010年度）



■経済産業省「アジア人財資金構想事業の効果検証に関する調査」

4-12 インターンシップ

1. 留学生インターンシップの意義

留学生のインターンシップは、企業・留学生双方に特にメリットがある取り組みといえます。企業側は、異なる文化的背景を持つ人材と就業することにより、企業内の現場の活性化や国際意識の醸成、外国人採用の準備情報の入手などのメリットがあり、留学生についても、日本企業の文化・風土、ビジネスの進め方、マナーを学習することはもちろん、自身のコミュニケーション能力の検証や日本で就業することのイメージを持つ事ができ、自身のキャリアを考える上でも重要な経験となり、日本人学生と比べて非常に大きな効果を得ることができたとの肯定的な評価が多いです。

2. 留学生インターンシップ手法

現在インターンシップについては、国立大学で8割、私立大学でも6割の大学にて授業科目として単位化を行っていますが、留学生のインターンシップ参加については全国でも1,000名前後とまだまだ少ないのが現状です。

企業にとっても留学生のインターンシップ受け入れは多くのメリットがあり、インターンシップを実施することで企業側の採用意識が肯定的に変わった例も「アジア人財資金構想」で多く見られました。企業にとって、留学生採用を検討する準備としてインターンシップを実施することは、留学生採用の拡大、自学の求人情報の増加につながる可能性があります。特に地方の大学については、留学生の求人情報が少ないため、地域の中堅・中小企業にインターンシップを通じて留学生の優秀さを肌で感じてもらうことで、採用を検討して頂き、留学生の求人情報の確保につなげるきっかけとなります。

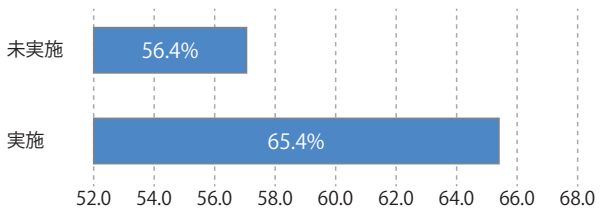
留学生のインターンシップについては、外国人雇用サービスセンターを始め、様々な自治体や団体での支援が増えています。自学だけでは受け入れ先企業を増やせない場合は、様々な機関と協力して留学生の受け入れ先を拡充や実施支援していく必要があります。

留学生のインターンシップにおいて、特に来日間もない大学院の学生については、日本語能力の問題があり、実施時期が通常の1年次の夏期における実施は難しく、2-3月の時期が対象になりますが、インターンシップ受け入れ先が時期的に難しく、また就職活動の時期と重なるため、インターンシップの実施期間などについて、受け入れ企業の理解を得る等、あらかじめ調整が必要となります。

3. インターンシップの効果

「アジア人財資金構想」において受講生のインターンシップ実施有無と内定率の相関関係を調査したところ（図4-10）、インターンシップを実施した留学生の65.4%が内定を獲得しており、実施していない学生との内定率の差は10%となったことからも、留学生のインターンシップによる経験は就職活動にも良い影響を与えることが傾向として分かっていますので、積極的に実施することが望ましいと思われます。

□図4-10 アジア人財資金構想受講生におけるインターンシップ実施有無と内定率



■経済産業省「アジア人財資金構想受講生分析」

4-13 企業の求人情報

STEP. 1 行政・自治体・民間就職支援会社等の情報を活用
STEP. 2 積極的に企業との情報交換を
STEP. 3 自学の求人情報に工夫を
STEP. 4 留学生OB・OG情報等の人的ネットワークの充実を

1. 行政・自治体・民間就職支援会社等の情報を活用

近年、民間就職支援会社による就活ナビなどの求人サイト上での留学生向け採用特集が少しずつ増えてきています。留学生の求人情報を探す場合、希望の企業を選択し、留学生の採用を行っているか確認する方法と、留学生採用特集を行っている就活ナビなどの求人サイトから希望の企業を選択する方法の2通りあります。

前者は、採用ページのQ&Aを確認したり、場合によっては直接電話やメール等で問い合わせて確認する作業が発生します。後者については、近年大手就職支援会社の就活ナビなどの求人サイトに留学生採用特集のページを新設する会社が増えています。留学生向けの就職活動のマニュアルや、企業で働く留学生OBの体験談、留学生を積極的に採用している企業の求人情報などの情報を取得することができます。特に大企業の情報が多く、中には数十名規模で募集をしている企業があります。

一方で、行政が行うサービスでは、外国人雇用サービスセンターのサイトに留学生向けの求人情報が掲載されています。こちらは地域の中堅・中小企業を中心に多くの情報が掲載されています。留学生の就職先は中小企業が6割を占めていますので貴重な情報といえます。

大学で保有する求人情報のデータ項目については、多くの大学で留学生「可」、「不可」という選択項目がありますが、企業が積極的に採用を行っているか、また採用実績がどれくらいあるかまでは把握できません。学生が直接電話をかけると、現在採用期間中ではないと遠回しに断られることも多いようです。キャリアセンターで留学生を積極的に採用している求人情報の抽出ができる事がベストではありますが、行政、民間就職支援会社の情報を活用し留学生へ告知することも大事です。

NOTE

■留学生採用特集がある情報サイト

学情ナビ	（運営：株式会社学情）	http://www.gakujo.ne.jp/
日経就職ナビ	（運営：日経 HR、株式会社ディスコ）	https://job.nikkei.co.jp/
マイナビ	（運営：株式会社毎日コミュニケーションズ）	http://job.mynavi.jp/
リクナビ	（運営：株式会社リクルート）	https://job.rikunabi.com/

■行政による留学生採用情報サイト

東京外国人雇用サービスセンター	http://www.tfemploy.go.jp/
名古屋外国人雇用サービスセンター	http://www.aichi-rodo.go.jp/gaikokujin/
大阪外国人雇用サービスセンター	http://osaka-foreigner.jsite.mhlw.go.jp/home.html

2. 企業との積極的な情報交換を

企業の採用担当者からよく耳にするのが、「大学がどのような人材の育成を目指しているのか分からない」、「企業の求める人材像に耳を傾けてもらえない」「大学の留学生採用の窓口が分からない」等の声を聞きます。一方で大学側からも「企業の求める人材像が分からない」等の声を聞くことが多く、双方の情報交換不足、接点不足に起因するものと考えられます。求人情報だけでなく、産学の情報交換できる場を定期的に設けることで様々な効果も期待できます。

3. 自学の求人情報に工夫を

大学の求人情報については、留学生「可」、「否」という選択項目がありますが、企業が積極的に採用を行っているかどうかまでは把握できません。募集の形態（留学生枠確保の有無）や過去の実績、採用予定数などの情報を追加で収集することで、自学の留学生向けの求人情報は充実したものに変わります。また、民間の就職支援会社が紹介する企業には、大都市圏の企業や大企業が多く、実際に留学生が多く就職する中堅・中小企業の情報は少ないのが現状です。特に地方の大学では、地元の中堅・中小企業の情報を収集する方法として有効な手法といえます。

◎留学生に必要な求人票項目（例）
■募集形態（□留学生採用枠を設置　□日本人学生枠に含む）
■過去5年間の留学生採用数
■昨年度の留学生の採用実績
■今年度の留学生の採用予定数
■留学生の募集職種

4. 留学生OB・OG情報等の人的ネットワークの充実を

留学生がキャリアセンターを活用しない理由の1つとして、留学生向きの情報量が不足している事が挙げられます。そのためには、留学生がキャリアセンターを活用したくなるような情報を収集し、提供することが必要となります。上記3. の様な企業側のデータはもちろんのこと、日本人学生と同じように企業毎の内定学生等から得た生の情報を、留学生OB・OGから収集・蓄積し、就職活動する留学生に提供することでうまく回転していきます。留学生は、同じ立場の留学生OB・OGの情報は必ず耳を傾ける傾向があります。

まずは、留学生向け求人情報をキャリアセンター内で充実させること。その次に留学生がキャリアセンターを活用し、就職が決まった学生から、後輩のために情報を提供してもらうこと。この２つを根気よく継続することができれば留学生のキャリアセンター利用率を改善することができます。

◎留学生に必要なOB・OG情報（例）
■入社試験の選考方法・選考内容情報
■内定者のアドバイス
■OB・OG情報

MEMO

発 行　　経済産業省
編 集・制 作　　アジア人財資金構想プロジェクトサポートセンター

2011 年 3 月制作

「アジア人財資金構想」
プロジェクトサポートセンター
http://www.ajinzai-sc.jp

http://www.ajinzai-sc.jp

アジア人財資金構想プロジェクトサポートセンター
〒105-0001
東京都港区虎ノ門1丁目5番16号　晩翠ビル5階　財団法人企業活力研究所内
TEL:03-6303-3571　FAX:03-3502-2170
E-mail:shitsumon@ajinzai-sc.jp