

外国人留学生の就職支援の在り方に関する考察

— 留学生の就職活動実態調査及び大学の留学生就職支援の実態調査より —¹

田村一也（一般社団法人日本国際化推進協会）

石井大智（香港中文大学日本研究学系）

ツェン シュージェー オスティン（文部科学省国費留学生協会）

グエン ティトゥ タオ（在日ベトナム学生青年協会）

要 旨

本稿は、外国人留学生の日本での就職活動の実態と留学生を受け入れる大学の留学生支援の現状について、定量的に調査を行い、考察をまとめたものである。本調査の目的は、留学生の就職率向上における課題の抽出と、それに対する解決策を検討することにある。調査対象について、留学生は 2011 年から 2019 年の調査時点で、それまでに留学ビザを保有し、日本で働くために就職活動の経験をしたことがある方を対象として行った。また、大学は主に留学生を受け入れている大学を

¹ 本稿は、独立行政法人経済産業研究所（RIETI）におけるプロジェクト「日本在住の外国人の就労、移住と家庭に関する実証研究」の成果の一部である。本調査は、JAPI と RIETI の連携研究「外国人の就労・移住に関する研究」に基づき JAPI が行ったものである。

中心とした。留学生向けアンケートは、日本語と英語で調査票を作成し、SurveyMonkey を利用して Web にて実施し、670 を超える回答を得た。大学については、日本語のみで調査票を作成し、Google フォームと紙への記入をすることで回答を集め、33 を超える回答を得た。それぞれの回答結果をもとに、分析と考察を行った。

レポートは、大きく 3 つの章から構成されている。1 つ目は、留学生が就職活動で利用する人材サービスについてである。一般的な日本人学生と比較した際に、留学生が就職活動で利用する人材サービスの現状について明らかにした。分析結果より、留学生が日常的に使用する言語（日本語力の有無）によって、就職活動に関する情報の得られている量に差が見受けられた。また、外国人向けの就職支援サービスが増える一方で、留学生への認知が高くはないことが明らかになった。さらに、対面での就職支援、例えば、就職エージェントサービスやキャリアセンターでのサポートは、内定獲得に寄与する影響が高い可能性があることが窺えた。

2 つ目は、留学生のキャリアセンターの活用状況についてである。分析結果より、留学生のキャリアセンターに対する認知は決して高くないことが判明した。また、日本語力が高い留学生においては、留学生に特化した情報を求める声が高いことが明らかになった。

最後に、大学における留学生の就職支援状況についてである。調査結果から、留学生を採用する企業の求人情報について情報が不足している声が多いことが明らかになった。特に、地方大学において、その傾向は顕著であった。また、先の留学生向け調査で、留学生が同じ外国人から情報を得ている傾向が強い結果が現れているのに対して、大学では留学生のネットワークを活用した情報発信が十分に出来ていない状況があることが分かった。

目次

はじめに	7
謝辞	9
留学生団体	9
法人企業の皆様	10
教育機関の皆様	10
調査方法	11
回答者属性	11
性別、.....	13
大学種類	13
専門分野	14
日本語能力	14
学位	15
学位別の学習言語と専門分野	16
内定獲得状況	17
人材サービスの利用について	18
本調査で扱われたサービス	19
各種サービスの利用度	20
ナビサイト	22
日本人の利用度・知名度に比例するがどちらも比較的低い	23
勉強で使った言語で利用度・知名度とも大差あり	23
就活イベント	24
個々のサービスの参加度・知名度を見ると、ナビサイトに比べて数値が低い。.....	25
留学生向けのフェアより日本人学生向けのフェアに参加する傾向が強い。理由はナビサイト利用による影響？	25

就職エージェント	26
ナビサイト関連とそうではないプレイヤーの間に大差あり	27
エージェント全体の市場の伸び代も	27
オファースervice	28
全体的に低い利用度。	28
LinkedIn は採用の未開拓地の可能性も。	28
リテラシーを左右する要素	29
言語が最も左右する要素に。	31
学習分野や学位、奨学金の影響も	31
関西在住の留学生のリテラシーが高いという意外な結果。それ以外の地方は低い。	32
有益と感じたサービスはばらつきがある中で、ナビサイト（就職ポータル）と回答した人が最も	
多い	33
有益だと感じた理由は求人情報の豊富さと留学生向けの情報提供に集約	34
内定有無別各種サービス有益性で、エージェントとキャリアセンターに差	35
就活の情報源は外国人同士に	37
まとめ	38
キャリアセンターおよび大学	40
キャリアセンターの利用経験	41
なぜキャリアセンターを利用しないのか	42
大学が最もすべきこと	44
過去の自分へのアドバイス	45

留学生支援を行う大学関係者	47
はじめに	47
調査方法	47
回答者属性	48
留学生向けキャリア支援における現状と問題点	49
留学生向けキャリア支援における課題及び必要なこと	52
留学生とのコミュニケーション方法	55
まとめ	57
留学生の就職活動における人材サービスの利用状況	57
留学生のキャリアセンターの利用状況	57
キャリアセンターの留学生支援の現状と課題	57
留学生の就職率向上に向けて	58
おわりに	60
付録	61

図一覧

図 1：アンケート調査全体の回答者属性	12
図 2：回答者における性別比率(n=670)	13
図 3：回答者における国公立・私立比率(n=670).....	13
図 4：回答者における文系・理系比率(n=670)	14
図 5：回答者の日本語能力(n=670).....	14
図 6：回答者の学位(n=670).....	15
図 7：学位別、勉強での使用言語、専門分野	16
図 8：内定獲得：学歴と日本語レベルに影響	17

図 9：サービスのカテゴリー相対利用度(n=613).....	21
図 10：ナビサイト、サービスごとの利用度(n=613)	22
図 11：全体利用度 TOP4 ナビサイト、言語別利用度・知名度（英語、n=192、日本語、n=410）	24
図 12：就職イベント、サービスごと参加率(n=613)	25
図 13：会社別、「最も利用されたエージェント」の回答率(n=613)	27
図 14：オファーサービス、サービスごと利用度(n=613).....	28
図 15：英語で勉強したグループに限って、LinkedIn の利用度・知名度（n=192）	29
図 16：サービス種類別、最も有益だと答えた比率（n=617）	33
図 17：勉学での使用言語別、就職における相談相手別回答率(n=617).....	37
図 18：回答者属性別、キャリアセンターの利用度	41
図 19：回答言語別、キャリアセンターを使わなかった・使わなくなった理由	42
図 20：就活ステップ別、回答言語別回答者が思う必要な準備度	46
図 21：調査回答大学における国立・公立・私立比率	48
図 22：調査回答大学における地域比率	48
図 23：調査回答大学における受け入れ留学生数の比率	49
図 24：留学生のキャリア支援施策における実施状況(n=33).....	49
図 25：留学生の就職支援で大変だと感じること比率（最大3つ選択可,n=33）	50
図 26：留学生の就職支援において不足していること回答比率（最大3つまで、n=33）	52
図 27：「担当者数が不足している」と回答した大学の在籍留学生数ごとの比率	52
図 28：留学生の就職支援において知りたい情報について回答比率（最大3つ選択可、n=33）	53
図 29：「求人情報について知りたい」と回答した大学のエリア比率	53
図 30：留学生への情報発信方法で、活用している手段の比率(n=33).....	55

表一覧

表 1：調査にて扱われたサービス種類およびサービス名（あるいは社名）・50音順	19
表 2：種類ごとの解答方法	19
表 3：属性ごとリクナビに対して「知らなかった」という回答率	29
表 4：サービス別、有益だと感じた理由を回答率順位で並べる	34
表 5：内定なしと内定ありで分けた場合、各種サービスの回答率および差	36
表 6：内定獲得の有無別、「どれでもあまり有益ではなかった…」回答除く	36
表 7：就活ステップ別、回答言語別回答者が思う必要な準備度 エラー! ブックマークが定義されて いません。	

はじめに

日本政府が「日本再興戦略改訂 2016²」にて、「国内の外国人留学生の就職率を3割から5割に向上させることを目指す」ことを掲げ、2017年より全国12の大学で「留学生就職促進プログラム³」が始まって3年が経過しようとしている。この間、様々な大学にて留学生の受け入れ促進とともに、留学生の就職率向上に向け、ビジネス日本語教育の開発や留学生向けキャリア教育の拡充、そしてインターンシップの開発に取り組んでいる。（一社）日本国際化推進協会でも、東洋大学より再委託を受け、留学生向けにインターンシップの企画コーディネートを行ってきた。そして、そのプログラムが始まる時に入学した留学生が、まさにこれから卒業しようとしている。果たして、どれほど留学生の就職を取り巻く環境は変わったのだろうか。

また、（一社）日本国際化推進協会では、2017年より”OSHIGOTO.COM⁴”というメディアを企画制作している。このメディアは、日本で働くことを希望する外国人に向けた仕事情報サイトになることを目指している。具体的には、日本で働いている外国籍社員へのインタビュー、留学生向け就職イベント情報の取りまとめ、就職活動で必要になるノウハウの動画配信などのコンテンツを発信している。特に、日本で働いている外国籍社員へのインタビューは、これから日本で働こうとしている留学生にとって、ロールモデルとなる人の情報が不足しているという課題意識から始めた企画である。すでに40社を超える企業と50名を超える外国籍社員に話を伺ってきた。その中で、本

² 「日本再興戦略 2016—第4次産業革命に向けて—」（参照 2020-1-19）
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/2016_zentaihombun.pdf

³ 「留学生就職促進プログラム」選定大学の取組状況（参照 2020-1-19）
https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/1394574.htm

⁴ OSHGOTO.COM（参照 2020-1-19）
<https://japi-oshigoto.com/>

当に様々な形で日本企業に就職し、活躍している外国籍社員に出会った。日本人の多くは、就職ナビサイトを活用して、企業に就職するのが一般的であろう。しかし、外国人は必ずしもそうとは限らなかった。

(一社)日本国際化推進協会では、このような活動から、留学生の就職活動の実態について把握する必要性を感じた。「留学生がどのような方法で就職活動を行っているのか」「どのようなプロセスで苦労しているのか」等、就職活動における留学生の認知や行動を可視化させ、課題を明確にすることで、具体的な改善策を検討する。加えて、留学生の支援に向き合うキャリアセンターをはじめ、留学生をサポートする役割を担う方々の現状把握もする必要があるだろうと考えた。留学生の就職率向上を実現させるには、留学生の特殊性、つまり日本人学生との違いを認識し、日本人学生とは異なる就職支援方法を検討したり、日本人学生には行わない工夫が必要になると思うためである。

2019年度の留学生就職活動実態調査では、主に大学・大学院在籍または在籍していた留学生を対象に調査を行う。(独)日本学生支援機構(JASSO)の調査データ⁵を複数年振り返ると、留学生の就職率に関して、大学・大学院在籍者は、専修学校に在籍する留学生と比較して、就職率が伸び悩んでいるためである。キャリアセンターも同様に、大学を対象に調査結果をまとめることとする。

⁵ 平成 29 年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果 (参照 2020-1-19)

https://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_d/data18.html

なお、今年度の調査においても、外国人留学生として就職活動を経験した、シンガポール出身の元留学生（文部科学省奨学生）である、ツェン・シュージェー・オスティンやベトナム出身の現役留学生グエン・ティトゥ・タオを調査活動メンバー及び協力者として迎え、共に分析及び考察を行った。さらには、本調査設計にあたり、予備調査として、日本で働く外国籍社員（日本で就職活動経験がある元留学生）と学部生のときに就職活動経験がある現役留学生にインタビューを行い、留学生の就職活動についてヒアリングを行った。日本人だけでは気付けない実態や考察を補うためである。

最近では、東京を中心に、外国人留学生向け就職支援サービスが増えている。ヒアリングを行った彼らが就職活動をしていた当時とは、少し状況が変わっているかもしれない。しかし、それらのサービスが、どれほどの留学生の声をもとに設計されたものかは分からない。そして、留学生に実際に認知され、どれほど利用されているのかも分からない。弊協会の「OSHIGOTO.COM」についても同様である。今回の調査活動を通して、少しでも留学生の就職活動の実態が、彼らをサポートする方々に伝わり、大学や事業会社の支援体制やサービスがより良くなることを願いたい。

謝辞

本調査を行うにあたって、ご協力いただいた方々に深く感謝申し上げたい。

留学生団体

文部科学省国費留学生協会

法人企業の皆様

株式会社グローバルパワー

教育機関の皆様

足利大学、亜細亜大学、愛媛大学、大分大学、大阪大学、関西学院大学、近畿大学、国土舘大学、
静岡大学、芝浦工業大学、上智大学、創価大学、中央大学、東海大学、東北大学、東洋大学、徳島
大学、一橋大学、武蔵野大学、横浜国立大学、横浜市立大学、立教大学、立命館アジア太平洋大
学、立命館大学、早稲田大学、大学コンソーシアムおおいた

調査方法

本調査は、2019年8月30日から10月12日にかけて、SurveyMonkeyで作成した日本語と英語の質問票をWebアンケートで回答する形式で調査回収を行った。なお、調査対象者について、2011年から2019年の調査時点で、それまでに留学ビザを保有し、日本で働くために就職活動の経験をしたことがある方を対象とすることを調査票に記した。調査票の拡散方法は、主に留学生の受け入れを行う大学で留学生支援をされている方々を経由してのメールでの回答依頼を初め、様々な国籍の留学生が在籍する文部科学省国費留学生協会でのメールマガジン、SNSを活用したオンラインでの拡散、外国人材の就職支援を行う人材会社などに協力していただき、対象となる外国人に回答していただいた。回答者数は、合計で700名近くに達し、そのうち有効回答数は670件であった。

回答者属性

本アンケートの回答者の属性を簡潔に報告したい。修学状況で大きく分けて「卒業者」と「在学中（現役生）」の2つである。さらに、就職活動状況及び進路によって分類した。詳細については、下記の図をご覧いただきたい。



図 1：アンケート調査全体の回答者属性

図 1 の通り、卒業者のうち、約 80.9%が「日本で就業した」方である。一方、現役生のうち、約 34.5%は「日本での就職先を決めている」方である。つまり、回答者全体のうち約 45%は、「日本で就職している」または「就職することが決まっている」方であり、日本就職の成功体験を持っている回答者が半数弱を占めている。

性別、

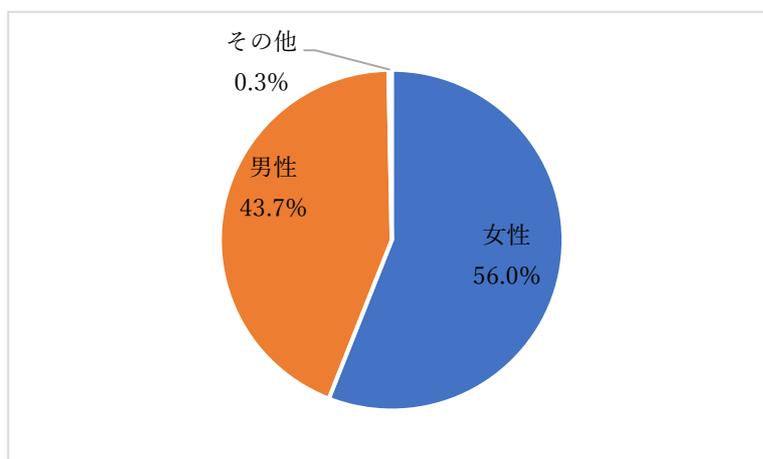


図 2：回答者における性別比率(n=670)

回答者の過半数は女性で、男性が 44%を占めた。

大学種類

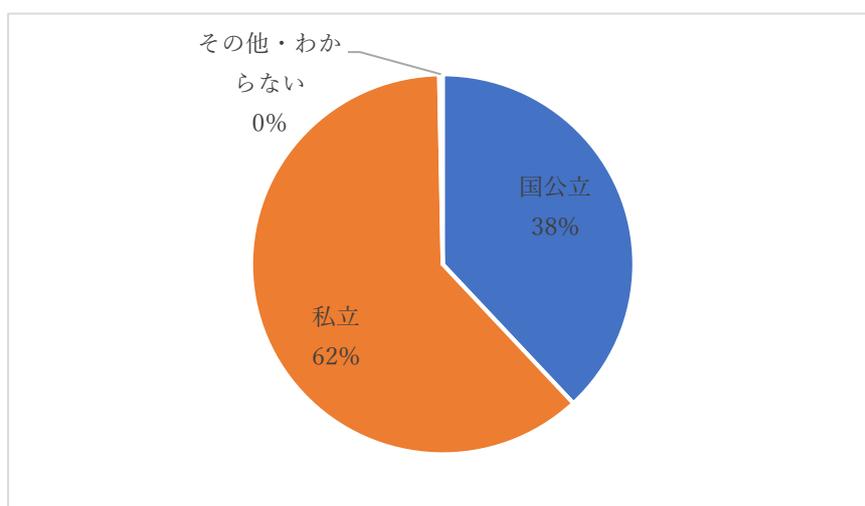


図 3：回答者における国公立・私立比率(n=670)

「私立」の割合は、約 62%である。

専門分野

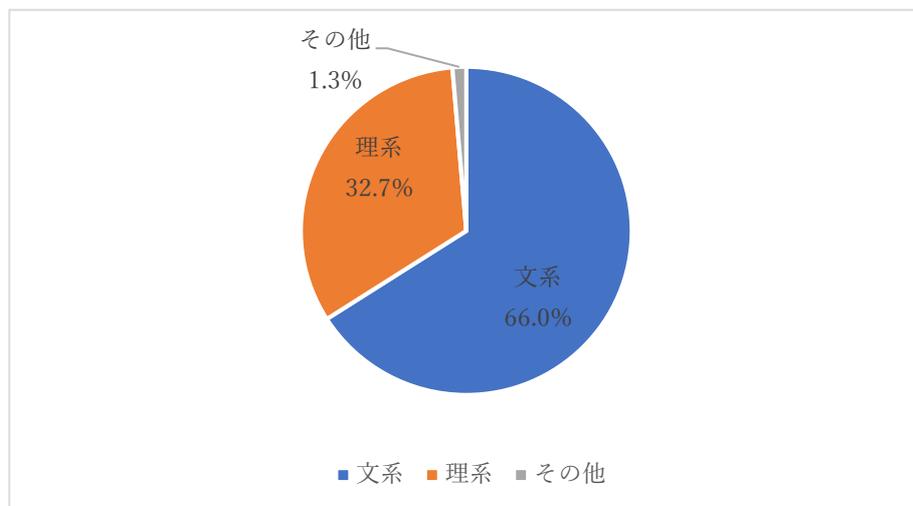


図 4：回答者における文系・理系比率(n=670)

専攻において、「文系」の回答者が「理系」より圧倒的に多く、約 66%を占めている。

日本語能力

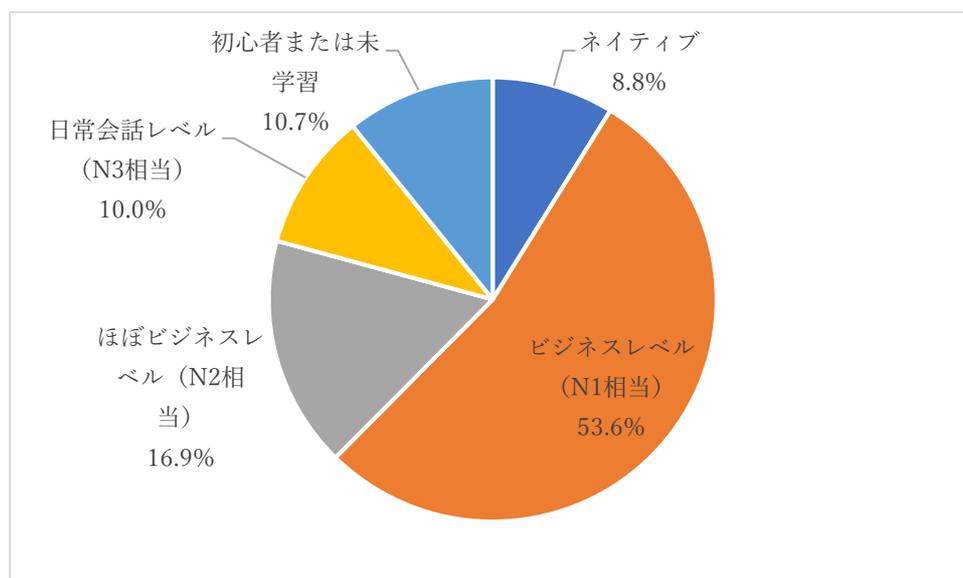


図 5：回答者の日本語能力(n=670)

図 5 により、「ビジネスレベル (N1 相当)」の日本語能力を持っている解答者が最も多く、過半数を占めている。外国人留学生の採用をする多くの企業が「日本語能力」を重じて、N2 レベルを

最低限必須にすることが多いが、回答者の 79.3%が、この要件を満たしている。英語を主に使う課程だったという回答者が 3分の1いたが、授業で英語を使用する一方、積極的に日本語を学んでいることが見受けられる。

学位

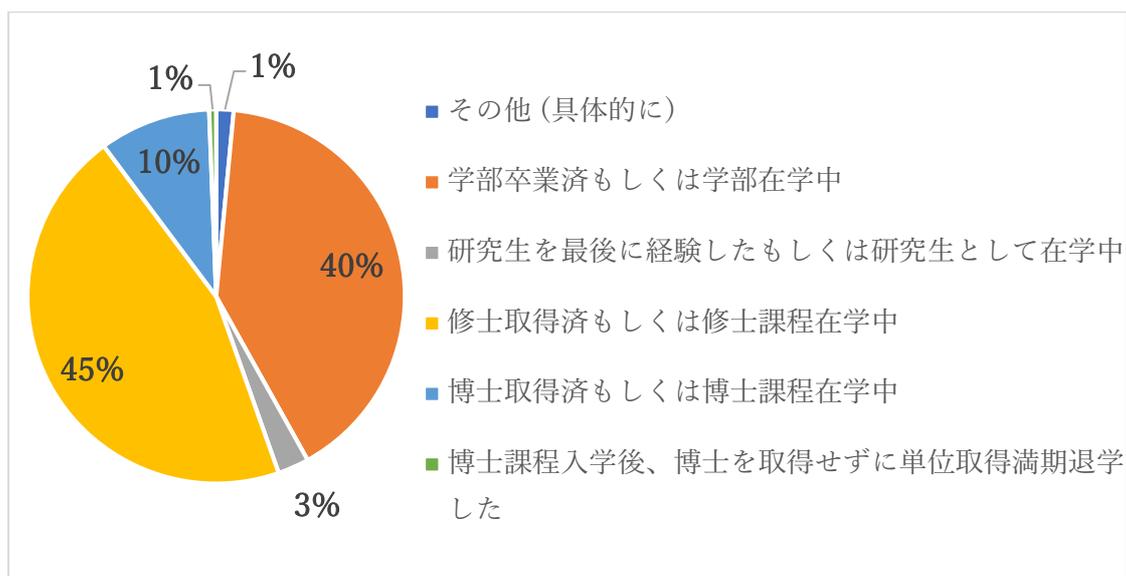


図 6：回答者の学位(n=670)

図6で見られるように、「修士取得済もしくは修士課程在学中」と「学部卒業済もしくは学部在学中」で、それぞれ約40%ずつ占めることがわかる。同属性を合計すると約85.6%を占める。

学位別の学習言語と専門分野

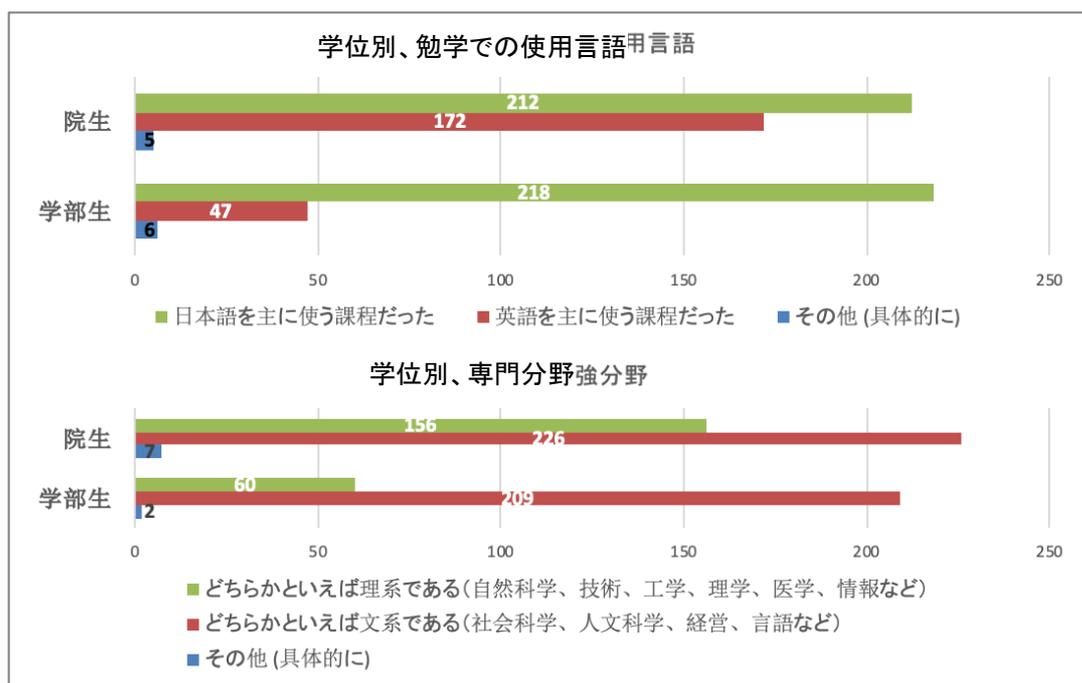


図 7：学位別、勉強での使用言語、専門分野

図 7 は学位別、勉強での使用言語と専門分野を表す。学位によって回答者属性は大きく異なることが分かる。院生のうち、「日本語を主に使う課程だった」と答えた比率が約 54.5%だが、学部生における「日本語を主に使う課程だった」と答えた割合が約 80.4%となる。また、下の図を見ると、学位により専門分野にも大きな違いが見受けられる。院生の約 58%が「文系（社会科学、人文科学、経営、言葉など）」であるのに対して、学部生では約 77.1%となっている。

内定獲得状況

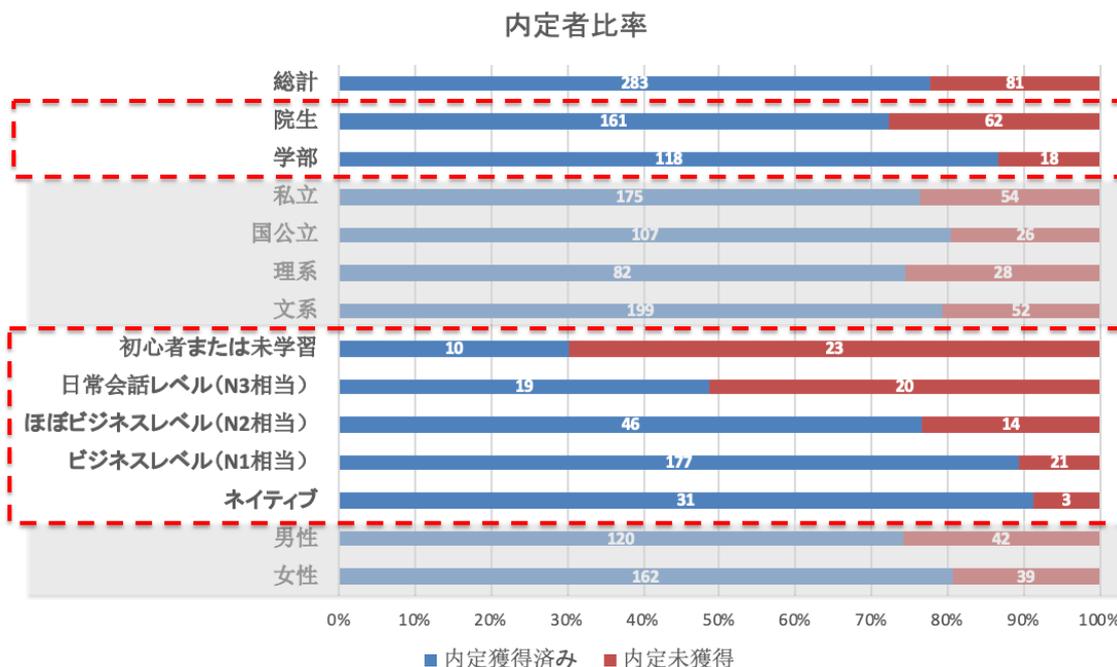


図 8：内定獲得：学歴と日本語レベルに影響

図 8 が表示したように、内定獲得者と内定未獲得者の割合は、全体の割合と各属性における割合で、やや異なるところがある。具体的には、大学の種類や勉強分野、性別では大した差が見られなかった。しかし、赤枠で囲った日本語能力についてレベル別に見た場合、日本語能力が高ければ高いほど内定獲得済みの比率が高くなった。ビジネスレベル（N1 相当）以上の回答者においては、約 90% が内定獲得済みになっている。また、学歴で見た場合も、内定獲得状況は少し差異が見られる。学部生の内定獲得比率が院生の比率より高くなっている。これは、図 7 に示されているように、大学院では英語を主に使って学ぶ留学生が多くなり、学部生に比べて日本語レベルが多少低くなる傾向がある。このような状況から、内定獲得比率の差について説明できると思われる。

人材サービスの利用について

外国人のみならず、日本人の就職活動に関しても、各種人材サービスに対する知識が不可欠と言える。いわゆる「コネ採用」とアルバイト・インターンシップからの採用を除き、業界研究・ウェビントリー・ジョブフェアなどといった、「日本式就活」を行う採用企業と就活生の間には、双方を仲介する人材会社が存在するからである。

また、数多く存在する人材会社の中には、一般的なサービスだけではなく、留学生向けの就活サービスも存在する。そのような人材会社は、多言語対応、文化的ギャップを補う面接対策を施すことによって、留学生が直面する日本式就活のハードルを下げ、場合によっては留学生の大きな助けとなる。

したがって、留学生にとって、「日本式就活」の成功（＝内定獲得）において、上記の一般的な人材サービスと留学生向けの人材サービスの認知と利用は、大きな要因になりうると仮定し、本章では下記の質問の解を探りたいと思う。

1. 留学生は各就活サービスの**カテゴリー**についてどのぐらい**認知・利用**しているか？
2. 留学生は各カテゴリーの中に、どの**会社のサービス**を最も**認知・利用**しているか？
3. **属性**で分けた場合、どのような留学生が、人材サービスについてより**認知**しているか？
4. 留学生が、主観的に、どの**人材サービスの類**を最も**有益**だと考えているか？また、その理由。
5. 留学生は、上記のサービスに対する情報も含めて、就活する時に**誰に情報・アドバイス**を求めているか？

本調査で扱われたサービス

調査結果に入る前に、まず本調査で取り扱われたサービスを紹介したいと思う。本調査では、サービスは4種類に分け、合計で33のサービス名を調査の中に含めた。その種類および含まれたサービス名・会社名を下記の表に羅列する。

表 1：調査にて扱われたサービス種類およびサービス名（あるいは社名）・50音順

ナビサイト (8種)	ジョブフェア (10種)	就職エージェント(11種)	オファーサイト (4種)
アクセス終活	ASEAN Job Fair	ASEAN CAREER	Offer Box
あさがくナビ	外国人雇用 サービスセンター	外国人雇用 サービスセンター	JOBRESS
Gaijinpot Jobs	Global Leader	キャリアタス 就活エージェント	DODA Campus
キャリアタス就活	就職博	DODA 就職エージェント	LinkedIn
Ninja	JOB 博	DRAGONGATE	
マイナビ	DISCO 社開催 ジョブフェア	Next Stage Asia	
リクナビ	TOP CAREER	パソナグローバル	
Wantedly	マイナビ国際派 就職 EXPO	マイナビグローバルエ ージェント	
	マイナビ 就活 EXPO	マイナビ 就職エージェント	
	リクナビ Live	リクナビ 就職エージェント	
		リュウカツ	

また、各種サービスで質問方法も多少異なる。質問方法と解答様式を下記に記す。

表 2：種類ごとの解答方法

種類	解答方法
ナビサイト	サービス各に下記の中から一つ選択： <ul style="list-style-type: none"> ● よく利用した ● 少しだけ利用した（登録のみも含む）

	<ul style="list-style-type: none"> ● 知っていたが利用しなかった ● 知らなかった
ジョブフェア	<p>サービス各に下記の中から一つ選択:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 参加した ● 知っていたが参加しなかった ● 知らなかった
就職エージェント	<p>「最も利用したサービス」を聞き、回答の中から一つのみ選択 記述式の「その他」も「利用しなかった」の追加選択肢も用意</p>
オファーサイト	<p>サービス各に下記の中から一つ選択:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● よく利用した ● 少しだけ利用した（登録のみも含む） ● 知っていたが利用しなかった ● 知らなかった

上記をもって、分析を行う。

各種サービスの利用度

まず、カテゴリー間の利用度の比較から始めたいと思う。結果を下記の図に示す。

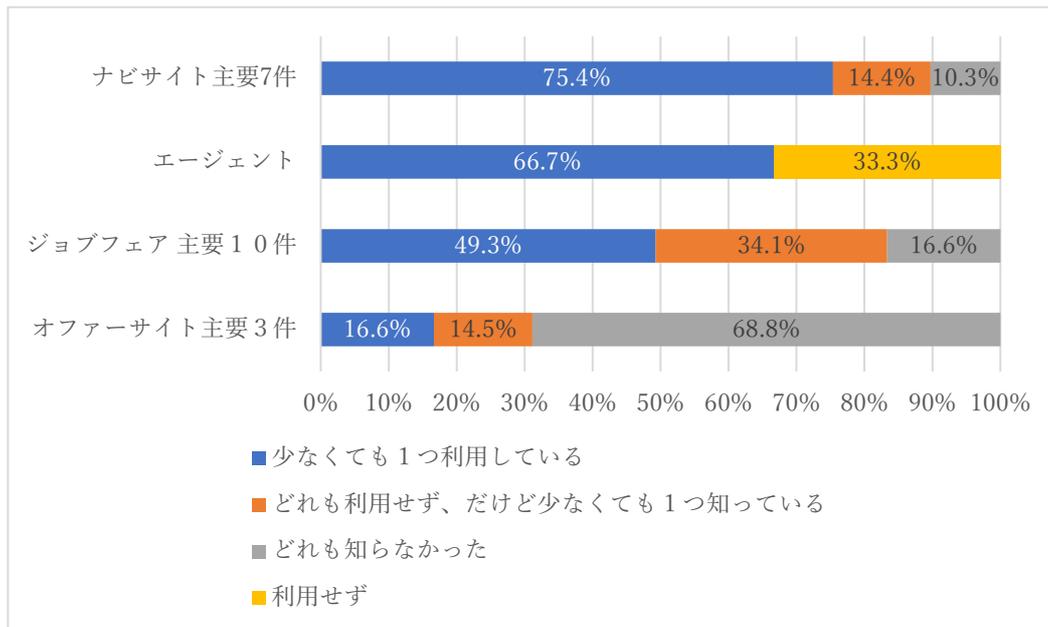


図 9：サービスのカテゴリ-相対利用度(n=613)

説明する前に、いくつかの注意点を述べる。まず、上の結果からナビサイトの「GaijinPot Jobs」およびオファーサイトの「LinkedIn」を除いた。その理由は、両サービスが主に英語で利用されることよって、「日本式就活」の文脈から多少外れてしまうサービスだからである。また、後述するが、両者ともに英語調査票の回答者からの認知度・利用度が高く、上の「少なくとも1つ利用している」に入れると数値が大きく膨れ上がることが判明した。したがって、外れ値を除く意味合いをもって上の分析には含めない。

また、エージェントに関して、質問方法が異なったため、ここでは「利用せず」が「利用しなかった」という回答を指している。また、ジョブフェアにおける「利用」ということは「参加」を意味している。

上の通り、ナビサイトは最も使われており、その次にエージェントの利用度が高かった。ジョブフェアに関しては認知度は低くはないが、実際参加したことがある回答者は半数前後となった。また、オファーサイトは利用度・知名度ともに低かった。

この段階で、すでに推測できることはいくつかある。リクナビ・マイナビが選択肢として入っている中で、1割の留学生が両者のことを知らなかったことから、留学生が日本人学生に比べて、相対的に就活情報に疎いことが分かった。また、ジョブフェア（合同企業説明会を含む）の認知度が高い一方で、参加率が低いことから、留学生がジョブフェアに参加するための費用や手間を割きたくないということが垣間見える。これに関して、就活イベントに参加する利点分からない、あるいは、現状のジョブフェアが留学生にとって魅力的ではないということが窺える。

ナビサイト

次に、ナビサイトの利用について比較をしたいと思う。

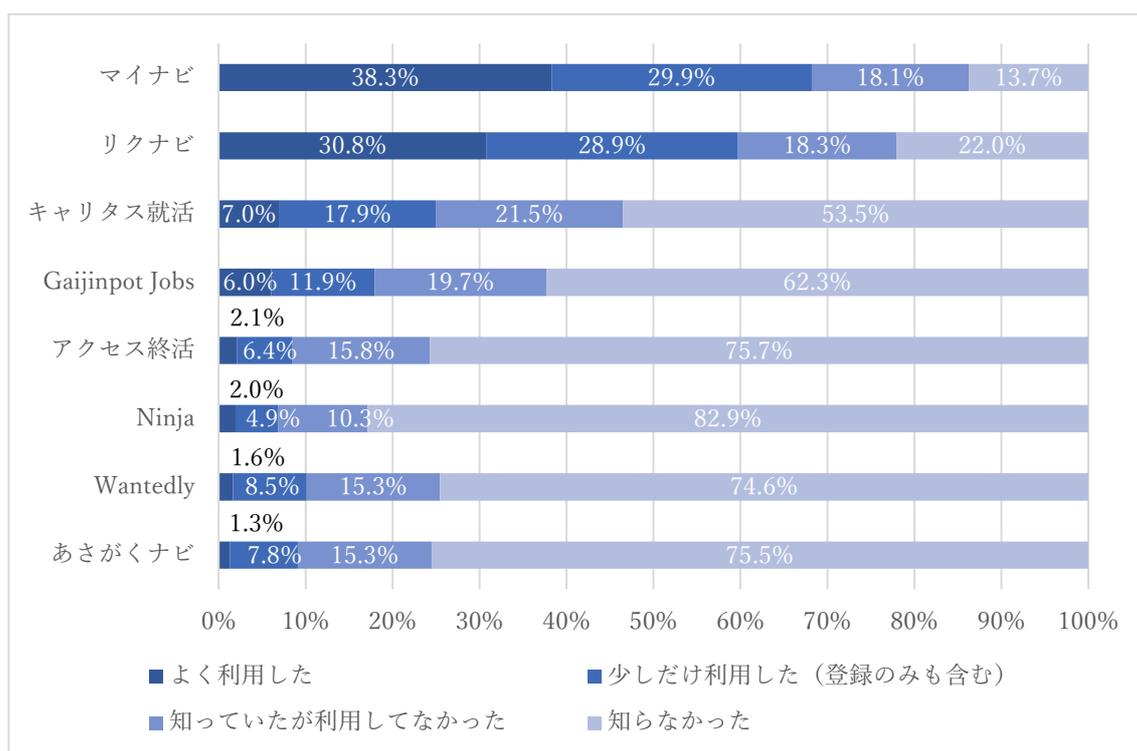


図 10：ナビサイト、サービスごとの利用度(n=613)

日本人の利用度・知名度に比例するがどちらも比較的低い

図 10 の通り、日本人におけるナビサイト 2 強が、そのまま留学生のよく利用したナビサイトになっている。ただし、上述したように、与えられた選択の中で、ナビサイトに関しては、全体的に利用度・認知度が日本人のそれに比べて低いとみられる。最も利用されたマイナビの登録率が 68.2% であり、5 人に 1 人が「リクナビ」を知らなかったことから、ナビサイト登録におけるハードルの高さやナビサイトについてそもそも知らないことなどが窺える。

勉学で使った言語で利用度・知名度とも大差あり

さらに、知名度・利用度が最も高かった上位 4 つのサービスにフォーカスを当て、回答者の勉強で使った言語で分けた場合、結果は下記の表の通りになった。

ご覧の通り、勉学での使用言語でナビサイトの利用度に大差が生じていた。日本語で勉強したグループで、マイナビの利用度が 4 分の 3 を超えたことに対し、英語グループでは半数割れとなった。リクナビに関しては、英語グループの回答者の利用度が日本語グループの回答者の半分に留まることから、学習言語によって利用度に差が生じていることが分かる。

一方、英語グループに人気で、日本語グループでは利用・知名度とも低いという逆のパターンのサービスもあった。Gaijinpot Jobs である。日本語で学習する留学生には、英語が分かる人もいることを考えると、ある意味、こちらは採用ツールとして現在あまり利用されていないのかもしれない。

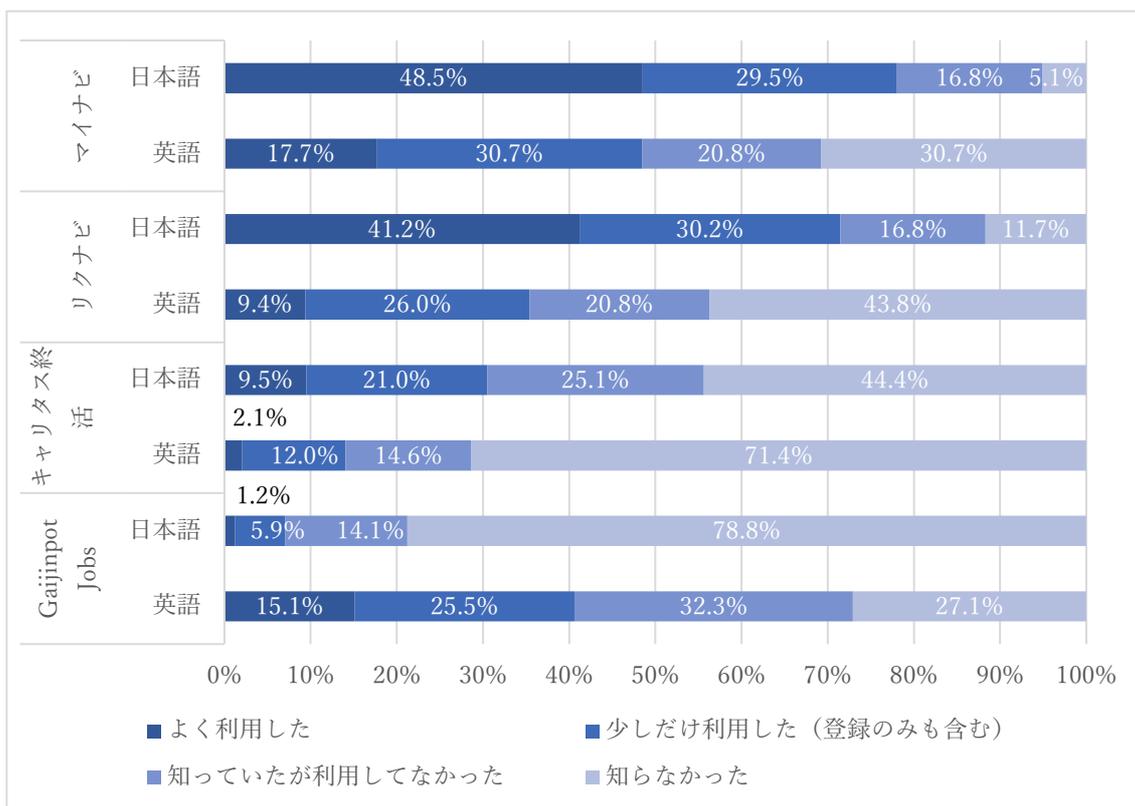


図 11：全体利用度 TOP4 ナビサイト、言語別利用度・知名度（英語、n=192、日本語、n=410）

就活イベント

次に、就職イベントについて考えたいと思う。まず、ジョブフェアの全体的な利用度について述べたい。それを下記の図にて表す。

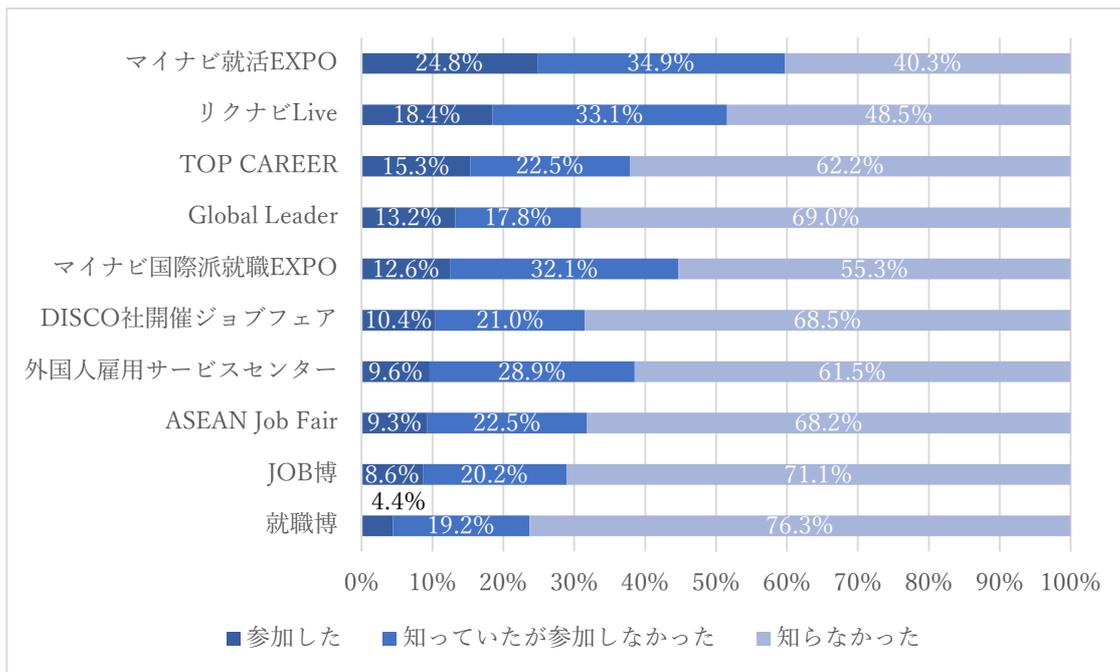


図 12：就職イベント、サービスごと参加率(n=613)

上記から、いくつかの指摘ができる。それを下記に羅列する。

個々のサービスの参加度・知名度を見ると、ナビサイトに比べて数値が低い。

実在するイベントへの参加は費用・都合面の考慮が必要なので、参加率はナビサイトの登録率より低いということが言わずもがなである。ただ、知名度が低いということは、ジョブフェアについての情報拡散が、ナビサイトに比べて行われていないということが分かった。

留学生向けのフェアより日本人学生向けのフェアに参加する傾向が強い。理由はナビサイト利用による影響？

また、上のイベントを種類で分けたときに、マイナビ就活 EXPO、リクナビ Live、就職博は、従来から長くある、元々日本人学生を想定したジョブフェアである。実際、そのイベントには留学生の採用実績が無い企業も少なからずある。そのため、留学生にとっては、就職に苦戦する場合も多

い。一方で、リストの中に入っている上記以外のイベントは、どちらかというとな留学生向けあるいはバイリンガル人材向けであり、企業の幅は少し狭くなるが、留学生にとって参加するメリットが大きい。

さらに、上記結果より、多くの回答者は留学生向けのジョブフェアよりリクナビ Live とマイナビ就職 EXPO に参加している傾向がある。これによって幾つかの仮説を立てることができる。

まず、「留学生を採用している企業は一部に限り、留学生向けのジョブフェアであれば、留学生にとっての就職ハードルが下がる」という認識が不足しているかもしれない。その一方で、人材会社のマーケティング面で考えると、マイナビ及びリクナビ関連の就職イベントの知名度・参加度合いが他社を超えているということは、ナビサイト利用の一環として、留学生にもマーケティングができていているということかもしれない。

就職エージェント

次は、就職エージェントについて述べたい。回答者が最も使った就職エージェントについて、各社ごとの回答率を下記に述べる。

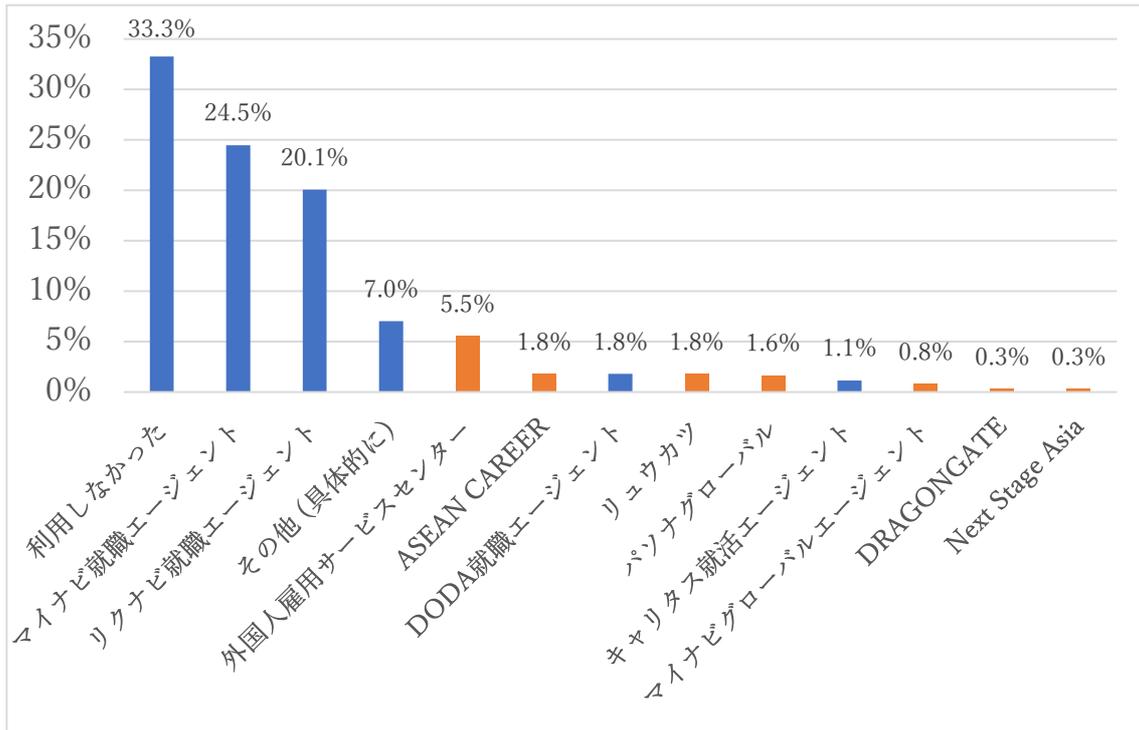


図 13：会社別、「最も利用されたエージェント」の回答率(n=613)

ナビサイト関連とそうではないプレイヤーの間に大差あり

図 13 の結果から、就職イベントと類似している結果になった。マイナビ・リクナビの就職エージェントが 2 強となり、それ以外のプレイヤーと大差が見られた。また、就職イベントのように、外国人専用のサービス（上ではオレンジ色で表す）の利用度が低かった。したがって、留学生向けのサービスのアピールやマーケティングに改善の余地が見られる。

エージェント全体の市場の伸び代も

また、こちらのアンケートの中で 3 分の 1 の回答者がエージェントを全く利用しなかったことが目に付く。特に、英語で勉強した回答者のみに限ると、その数値は半数強にのぼる。同様に、他のサービスに関しても、設問では利用度合いを聞いていなかったため、必ずしも頻繁に利用していたとは限らない。

したがって、留学生が全体的に就職エージェントの役割、利用する利点に対する理解度がまだ低いと考える。また、ナビサイト関連のサービス 2 強以外に利用のばらつきが見えた。

オファーサービス

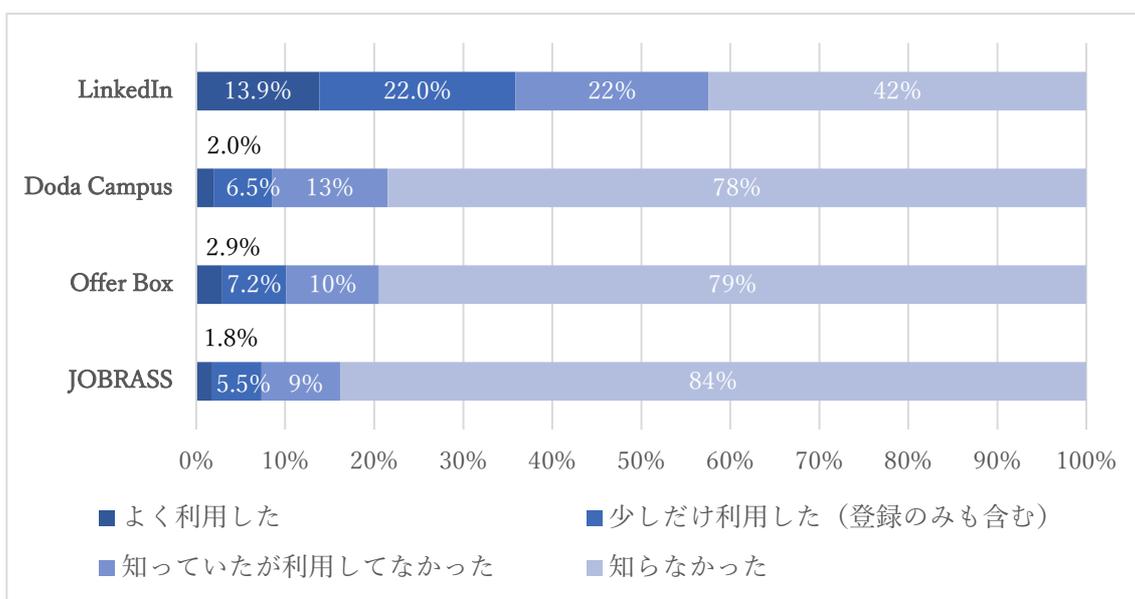


図 14：オファーサービス、サービスごと利用度(n=613)

全体的に低い利用度。

最後に、オファーサービスの利用度の結果を示す。図 14 のように、オファーサービスは全体的に低い利用度を示しており、留学生の就職活動においてダイレクトリクルーティングは、まだ意識されていないことが分かった。

LinkedIn は採用の未開拓地の可能性も。

唯一利用度が高かったサービスは LinkedIn であり、登録比率が回答者の全体の 3 分の 1 を超えた。なお、英語で勉強した回答者のみにクローズアップすると下記の結果となる。

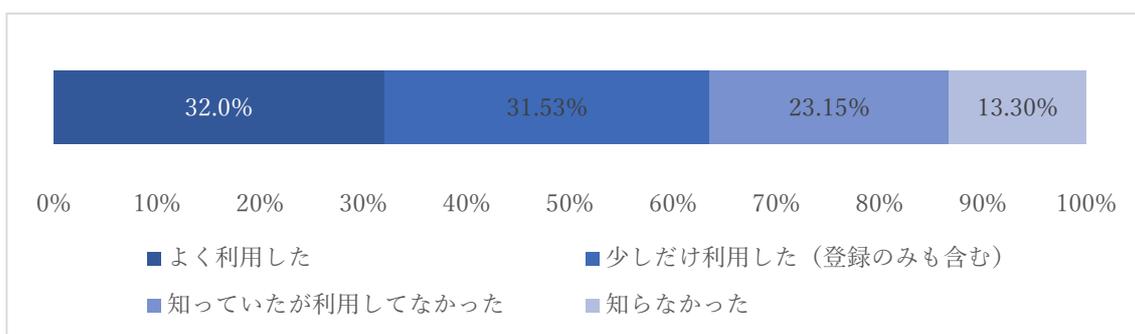


図 15：英語で勉強したグループに限って、LinkedIn の利用度・知名度 (n=192)

こちらで分かるように、英語で勉強している層に関しては、登録比率が3分の2にのぼる。一方で、日本の人事や新卒採用に関して LinkedIn の利用率は、未だに低い。つまり、英語で勉強していて、どちらかというと理系院生の層に関しては、LinkedIn は採用におけるブルーオーシャンだと思われる。

リテラシーを左右する要素

次に、全体の利用度ではなく、どのような留学生の方が就活に対する知見を持ち、リテラシーが高いかを考えたい。

本件について、リクナビに対する認識で測ってみた。具体的には、留学生を属性で分け、日本人の就活生がほぼ全員が知っている「リクナビ」に対して「知らなかった」という選択肢の回答率を用い、ケーススタディーとして全体的な傾向性が見られるのではないと思われる。その結果を下の表に表す。

表 3：属性ごとリクナビに対して「知らなかった」という回答率

言語レベル		
N1 以上 (n=388)	N2 相当(n=109)	N3 以下 (n=116)
8.0%	29.3%	62.1%
勉学での使用言語		

日本語(n=410)		英語での課程(n=192)
11.7%		43.8%
出身国・出身地域が漢字圏であるか ⁶		
漢字圏(n=337)		非漢字圏(n=276)
12.2%		34.1%
学位		
学部 (n=253)	修士(n=273)	博士 (n=64)
15.8%	20.5%	42.2%
大学の種類		
私立(n=383)		国立(n=228)
18.8%		26.8%
文理		
文系(n=411)		理系(n=194)
18.7%		27.3%
奨学金の種類		
民間奨 学金 (n=126)	私費(n=148)	公的奨 学金 ⁷ (n=275)
14.3%	18.2%	28.0%
居住地域 ⁸		
京阪神 (n=89)	首都圏(n=361)	その他 (n=140)
13.5%	20.2%	30.7%

テーマを三つに分けて分析を行いたいと思う。

⁶ 定義：出身国・地域が中国、台湾、香港、マカオ、韓国と回答した回答者

⁷ 定義：文部科学省奨学金、JICA 奨学金、JASSO 奨学金か「その他の公的機関による奨学金」を回答した全員

⁸ 誤差はありながら、回答した大学・学校名で分類

言語が最も左右する要素に。

表3のように、リクナビを知らなかったことに対して、最も影響した要素は回答者自身の言語力であり、N3未満の日本語水準の回答者の過半数がリクナビについて知らなかったことが分かった。また、関連する要素として、その人が日本語能力の習得スピードに影響を及ぼす漢字圏出身と勉学での使用言語でも大差が見られた。上記に加え、漢字圏出身の留学生は人数が多く、繋がり合っている可能性が高いこと、さらには同国出身者のコミュニティーに関わることで、そこから就活情報を取得できる確率が高まることが予測される。また、勉学での使用言語が日本語であれば日本人学生との関わりによって、就活に関する情報を取得できる二次的効果も予測される。

学習分野や学位、奨学金の影響も

次に、回答者の勉強内容・勉学の環境において影響が見られた。まず、学歴が高ければ高いほど、就活に対して疎いという傾向が見られた。一般的に、学部生の場合、就職するタイミングで、日本に少なくとも3年間在住していることになるため、キャリアに関する情報収集ができる時間がある。しかし、修士課程から留学した場合、日本在住期間は短くなるため、この差について説明ができる。ただし、これは博士課程の認知度の低さを説明するには十分ではない。学位が高ければ高いほど、そして理系科目を勉強するほど、日本語能力が低いという傾向性は、認知度が低い理由の一部になりうる。ただ、それ以外でも別の考察を提示したい。JAPIで行った2016年度の調査⁹で

⁹ こちらにて参照可能：<https://bit.ly/2NH7Yh4>

は、院生から研究活動の社会的・キャリア的な機会を増やして欲しいという要望がみられた。言い換えると、修士、特に博士過程は「研究室に限った学生生活」になりがちで、このような要素も就活に関するリテラシーに影響しているのではないかと思われる。

大学の種類と奨学金の種類でも差が見受けられる。これは、留学生の勉学の環境が影響しているためかもしれない。国立大学には、より多くの院生、英語トラックの留学生が入学している可能性があるが、キャリアサポートに対して投入できる人的リソース・キャリアに対する取り組みが、私立大学に比べて限られている可能性がある。奨学金の種類に関しては、公的奨学金をもらっている学生であれば、英語トラックの文科省奨学金と JICA 奨学金の受給者が増えるので、私費学生との差について説明がつく。一方で、民間奨学金をもらっている人の方が、なぜより高いリテラシーを示しているかを説明するには十分でない。推察するに、ロータリー奨学金などの財団は、受給者同士の関わりや先輩との繋がりを構築する取り組みを行っており、就活に対するリテラシーにも良い影響を与えるのではないだろうか。効果的な取り組みについて検証することは今後の課題であるが、もしそのような取り組みがあったとしたら、その他の奨学金団体も参考にすることが望ましいのではないかと思われる。

関西在住の留学生のリテラシーが高いという意外な結果。それ以外の地方は低い。

一般的に地方と都市部の間に情報の格差があるというように思われるが、今回の調査結果は京阪神¹⁰が首都圏よりもリテラシーが高いという少し意外な結果になった。確かに「都市部」（首都圏

¹⁰ 中京圏からの回答は分析できる人数にはならなかった。

と京阪神) とそれ以外で差が見られた。首都圏と京阪神を合算したら「知らなかった」と回答した比率は 18.9%で、その他の地域との差が見られた。

有益と感じたサービスはばらつきがある中で、ナビサイト（就職ポータル）と回答した人が最も多い

また、アンケートの一環として、回答者に有益だと感じたサービスの種類はどれだったかという設問を設けた。その結果を下記の図に示す。なお、学習言語が英語のグループと学習言語が日本語のグループの間で、どの項目に関しても 10%以上の差は見られなかった。

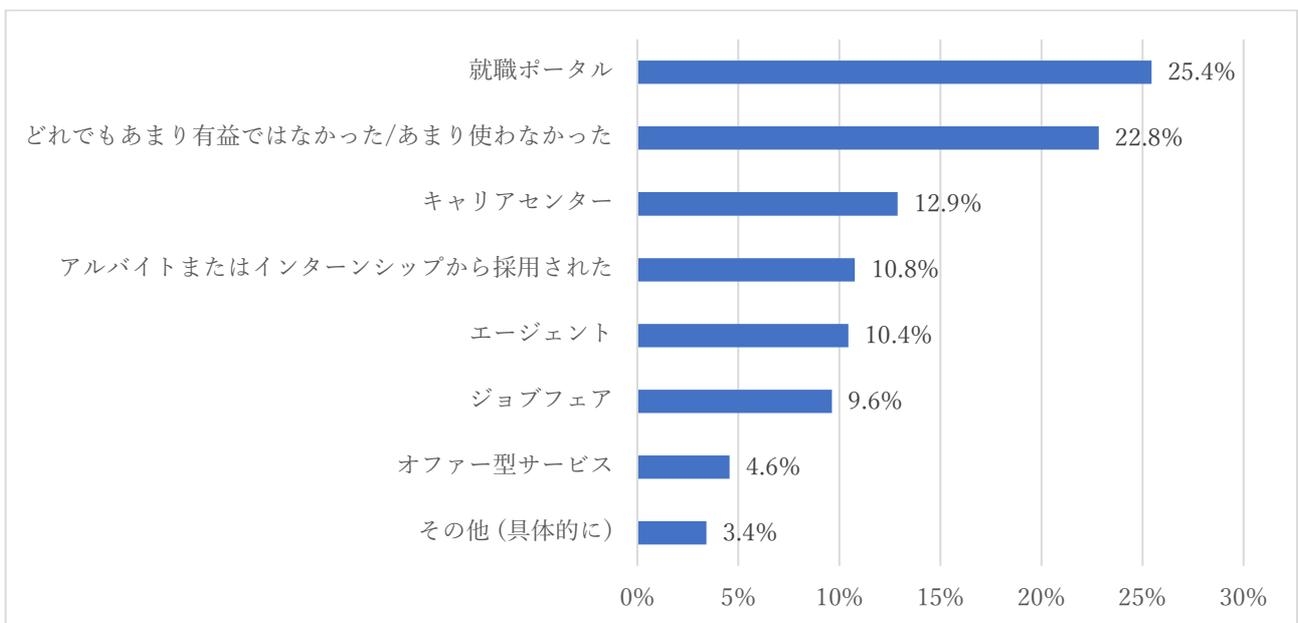


図 16：サービス種類別、最も有益だと答えた比率 (n=617)

主観性に大きく左右される設問であるため、考察の正確性には限界があると思われるが、こちらのデータをもとに下記の考察を行いたい。

- 就職ポータルは最も有益だと回答されたが、そもそも利用率が最も高かったため、こちらの結果はある意味自然であろう。
- アルバイト・インターンからの採用の人は 1 割であることは、ほとんどの就活生はいわゆる「正規就活」を経て職を探しているが、アルバイトなどの「裏道」を使って就活した人は少なくはない。

- 約4分の1が「どれでもあまり有益ではなかった・あまり使わなかった」ということは現状の就活に対しての不満・疑問を示唆している。

有益だと感じた理由は求人情報の豊富さと留学生向けの情報提供に集約

また、有益だと感じたサービスの種類について、なぜそのように思ったか、質問を追加で設け

た。その結果を下の表に示す。複数回答可能の設問であるため、各項目の合計は100%を超える。

表 4：サービス別、有益だと感じた理由を回答率順位で並べる

右:サービス種類 下:回答順位	【就職ポータル】 (n=156)	キャリアセンター (n=79)	アルバイトまたはインターンシップから採用された (n=66)	【エージェント】 (n = 64)	【ジョブフェア】 (n=58)	【オファー】型サービス (n=59)
1位	多くの求人情報にアクセスできるから (76.3%)	留学生向けの求人情報を紹介していたから (43.0%)	留学生向けの求人情報を紹介していたから (25.8%)	留学生向けの求人情報を紹介していたから (51.6%)	多くの求人情報にアクセスできるから (59.3%)	多くの求人情報にアクセスできるから (42.9%)
2位	留学生向けの求人情報を紹介していたから (31.4%)	多くの求人情報にアクセスできるから (39.2%)	その方法だと選考におけるステップをスキップできるから (25.8%)	多くの求人情報にアクセスできるから (42.2%)	留学生向けの求人情報を紹介していたから (49.2%)	留学生向けの求人情報を紹介していたから (35.7%)
3位	他の留学生・元留学生に勧められたから (8.3%)	他の留学生・元留学生に勧められたから (20.3%)	多くの求人情報にアクセスできるから (22.7%)	その方法だと選考におけるステップをスキップできるから (21.9%)	その方法だと選考におけるステップをスキップできるから (16.9%)	その方法だと選考におけるステップをスキップできるから (28.6%)
4位	日本人の知人・友達に勧められたから (7.7%)	その他の方法をあまり知らなかったから (12.7%)	他の留学生・元留学生に勧められたから (15.2%)	他の留学生・元留学生に勧められたから (12.5%)	他の留学生・元留学生に勧められたから (13.6%)	他の留学生・元留学生に勧められたから (14.3%)

5位	その他の方法をあまり知らなかったから (7.7%)	その方法だと選考におけるステップをスキップできるから (11.4%)	日本人の知人・友達に勧められたから (13.6%)	その他の方法をあまり知らなかったから (6.3%)	その他の方法をあまり知らなかったから (11.9%)	その他の方法をあまり知らなかったから (7.1%)
	その方法だと選考におけるステップをスキップできるから (5.8%)	日本人の知人・友達に勧められたから (8.9%)	その他の方法をあまり知らなかったから (12.1%)	日本人の知人・友達に勧められたから (4.7%)	日本人の知人・友達に勧められたから (8.5%)	日本人の知人・友達に勧められたから (7.1%)

絶対数と相対数が交差していて、多少分かり難い結果になったが、以下にいくつか指摘をした
い。

- 評価基準のメインは「求人情報の多さ」と「留学生向けの情報」であり、これらは留学生がサービスを選ぶ際に重視している要素だと考えられる。
- ナビサイトとキャリアセンターという”就活の定番”を除いて、他の項目では「選考のステップをスキップできること」が3位以上に評価されている。ただし、留学生が感じる就活の面倒を考えると、この数値は思っていたより低い結果である。したがって、留学生がエージェント、ジョブフェア、オフサイトで可能となりうる選考ステップのスキップをそれほど理解していない可能性がある。
- 全項目において、日本人が勧めたことよりも、先輩・現役留学生同士による推薦の方が上位に挙がった。外国人同士の意見の方を重んじるか、そもそも就活相談を外国人同士に求める傾向があるか、またそのどちらも理由だと思われる。

内定有無別各種サービス有益性で、エージェントとキャリアセンターに差

また、こちらの質問に関して、獲得できている内定数に基づいて、内定を獲得しているグループと内定を獲得していないグループで分けて分析をした。その結果は下記の表の通りである。

表 5：内定なしと内定ありで分けた場合、各種サービスの回答率および差

サービス種類	内定なし (n=76)	内定あり(n=272)	%差
【エージェント】	7.89%	14.71%	6.81%
【オファー】型サービス	6.58%	5.15%	-1.43%
【ジョブフェア】	9.21%	10.66%	1.45%
【就職ポータル】	23.68%	27.57%	3.89%
アルバイトまたは インターンシップから採用 された	11.84%	6.99%	-4.86%
キャリアセンター	7.89%	13.60%	5.71%
その他（具体的に）	5.26%	2.94%	-2.32%
どれもあまり有益ではな かった。あるいはどれも あまり使わなかった	27.63%	18.38%	-9.25%

多少分析し難い結果になっているが、まずこの段階で、内定をもらっていない回答者は「どれもあまり有益ではなかった」の回答を選ぶ率が高かった。これは多少当然な結果ではあったので、その回答を除いた結果を下に表す。

表 6：内定獲得の有無別、「どれもあまり有益ではなかった…」回答除く

サービス種類	内定なし (n=55)	内定あり(n=222)	%差
【エージェント】	10.91%	18.02%	7.11%
【オファー】型サービス	9.09%	6.31%	-2.78%
【ジョブフェア】	12.73%	13.06%	0.34%
【就職ポータル】	32.73%	33.78%	1.06%
アルバイトまたは インターンシップから採 用された	16.36%	8.56%	-7.81%
キャリアセンター	10.91%	16.67%	5.76%
その他（具体的に）	7.27%	3.60%	-3.67%

上の表の結果を見ると、5%以上の差が出ているのは、キャリアセンターとエージェントでプラスの差異、そしてアルバイトとインターンシップに関してはマイナスの差異とった。

以上から考察できることは、エージェントの利用は内定獲得との相関があると考えられる。また、後ほどの議論とは逆説ではあるが、キャリアセンターを頻繁に利用している層に関して、その利用が内定に繋がる可能性もある。また、共通点として、やはり一対一のパーソナライズされているサポートの方が内定に繋がりやすいという結果が見られた。

就活の情報源は外国人同士に

留学生は実際どのように就職活動の情報を得ているかについても質問した。その回答を下に示す。

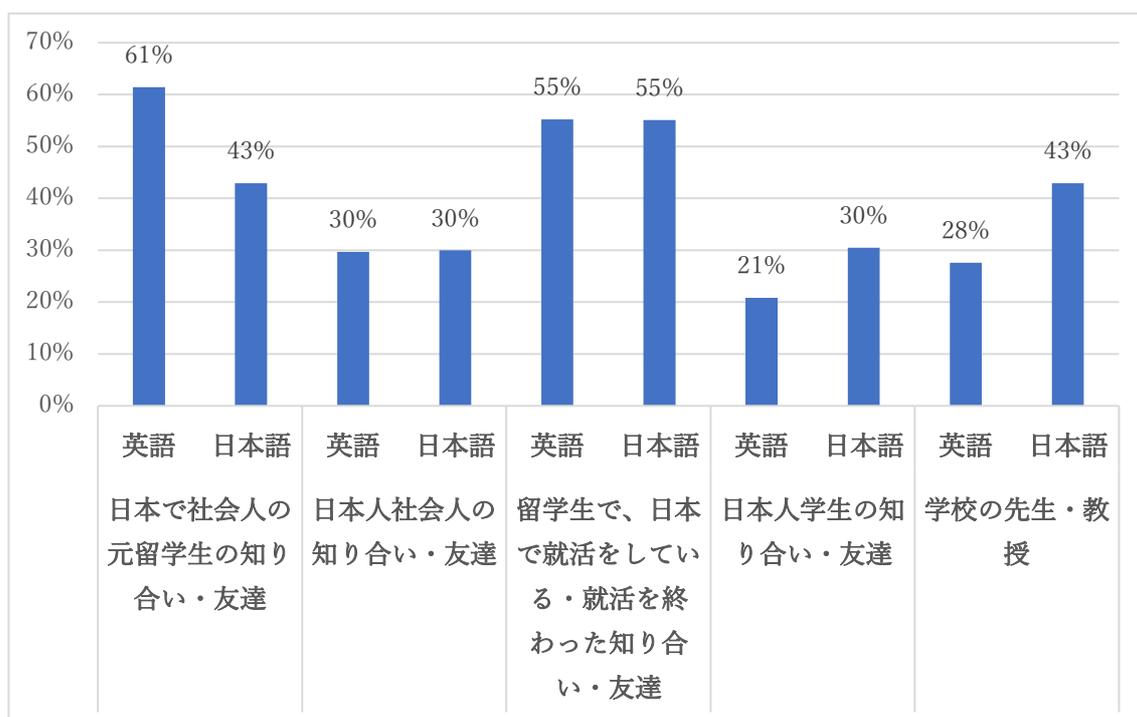


図 17：勉学での使用言語別、就職における相談相手別回答率(n=617)

図 17 より、留学生がアドバイスを求める相手は外国人同士になっていることが明らかである。英語で勉強している留学生であれば、日頃接点を持つ人に外国人が多くなることから、日本人にあまりアドバイスを求めないという背景があるかもしれない。しかし、日本語が流暢で、日本人と日本語で勉強しているグループでも、同様の傾向が強く見られた。つまり、留学生は相談相手として他

の留学生・元留学生を好む。これについて、留学生向けの情報を持っているからなのか、日本人の相談相手の「建前」を気にしているかなどの理由が考えられる。

もう一つ興味深いことは、英語で勉強している留学生は卒業生の方にアドバイスを求めることである。LinkedIn の利用率のように、これは単に出身国におけるキャリアに関する習慣の差を表しているかもしれない。あるいは、英語で勉強している回答者のうち、高い院生確率が影響しているのかもしれない。

まとめ

以上の議論をまとめると、次の指摘ができる。

- 留学生は全体的に、日本語で勉強している層に関しても就職活動サービスについての利用度・認知度ともに低い。
- また、リテラシーが高い層に関しても、留学生専用のサービスではなく日本人でも使うサービスを頻繁に利用する傾向がある。
- エージェントとジョブフェアに関して、高い利用度にあるサービスはナビサイト関連であり、ナビサイトによる告知による影響が強いと考えられる。
- オファー型サービスの利用はまだ留学生の間では普及していない模様である。
- 大多数のサービスに関して、英語で勉強している留学生の方が認知度および利用度が低い。ただし、LinkedIn と GaijinPot はその例外となり、企業にとっては採用における未開拓地となる可能性がある。
- 利用言語および日本語のレベルは就活に対するリテラシーを大きく左右する。
- 国立・公立や私立、奨学金の種類などにおいても差が見られた。
- 留学生が人材サービスを評価するときに「求人情報の豊富さ」と「留学生向けの情報」が二大基準となった。
- 一方で、例えばエージェントを使うことでの選考ステップのスキップなどの利点があることを、それほど認識されていない可能性がある。
- 留学生は就活に関するアドバイスを外国人同士に求める傾向が顕著で、留学生の就職支援において、

外国人同士のネットワークの活用が不可欠だと思われる。

キャリアセンターおよび大学

多くの大学が学生の就職活動支援のためにキャリアセンターを設置しているが、留学生の場合、キャリアセンターをそもそも認知しておらず、認知していたとしても留学生に対して、対応していないと思っている場合も少なくない。また、その傾向は英語コースか日本語コースかでも大きく異なる。本章では、留学生がキャリアセンターをどのように利用し、利用していない場合は何が理由なのかについて、属性別に明らかにする。また、キャリアセンターが取るべき施策を考える上で、留学生が大学に対して何を期待するのか、就職活動に対してどのような準備が必要と考えているかも明らかにする。

1. 留学生はキャリアセンターを利用しているか？
2. キャリアセンターを利用しない留学生はなぜ利用しないのか？
3. 留学生が考える大学が就職活動支援において最もすべきことは何か？
4. 留学生が過去の自身に対しどのような準備が就職活動に必要とアドバイスするか？

キャリアセンターの利用経験

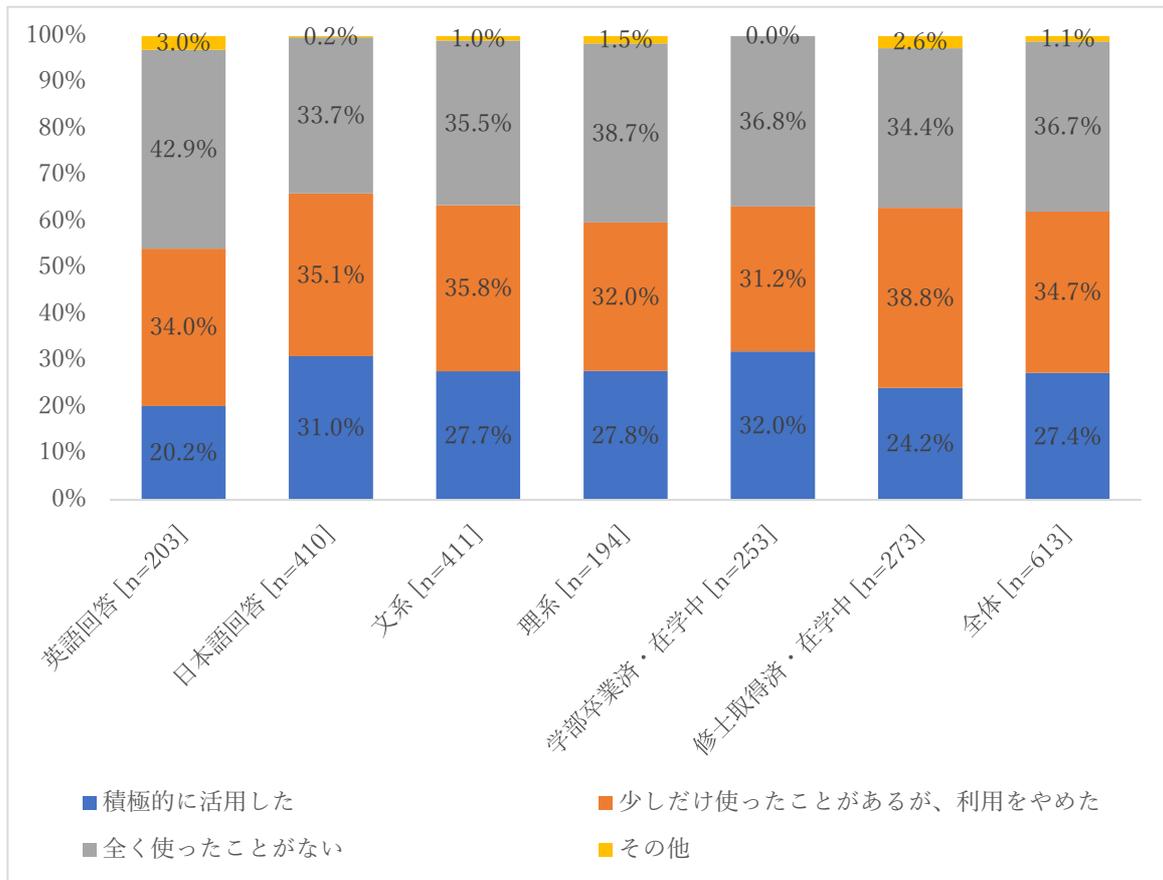


図 18：回答者属性別、キャリアセンターの利用度

「大学のキャリアセンターの情報発信やES添削を活用しましたか」という設問には上記のような回答があった。全体で見れば積極的に活用したのは4分の1程度であり、大半の学生は全く利用していないか、利用していたとしても途中でやめてしまった（「少しだけ使ったことがあるが、利用をやめた」と回答している）。

属性別ではどうだろうか。全く利用していないか、利用していたとしても途中でやめてしまった学生は属性に関係なく7割ほどであるが、英語回答者や修士取得者・在学中の回答者は若干その割合が高い。英語対応や修士の学生への対応に何らかの問題があることが考えられる。

一方で、文理別では大きな差がないので、文系向けの職種を志望するか、理系向けの職種を希望するかで、キャリアセンターを積極的に利用するかどうか異なることは、このデータを見る限り関係なさそうだ。

したがって、積極的に使えていないという傾向は全体に見られ、属性を問わずキャリアセンターは留学生向けにどのような支援をするか考えなければならない。すでに利用してもらっている留学生に、どう利用してもらおうかについては、属性ごとの違いに注視する必要があると言える。

なぜキャリアセンターを利用しないのか

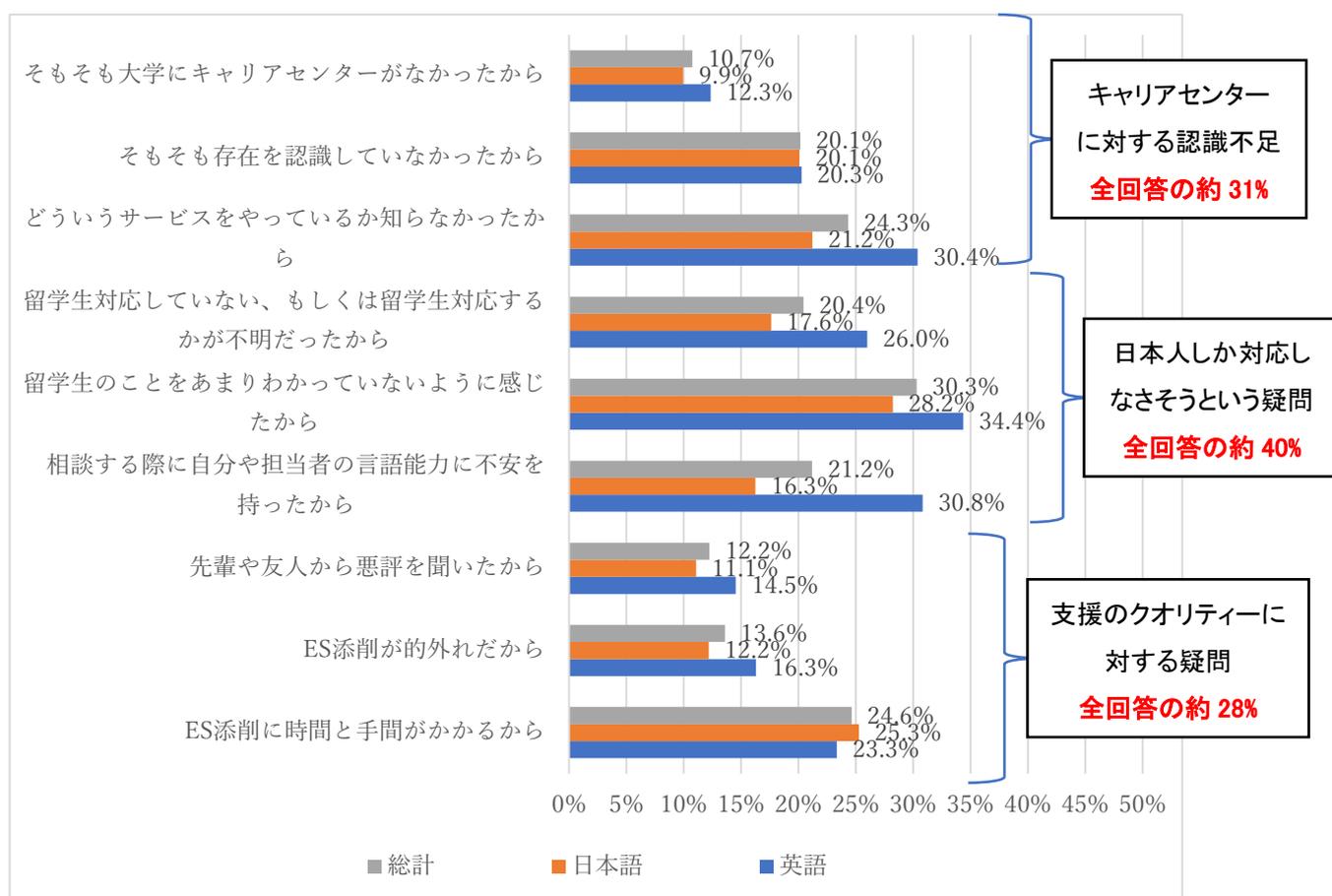


図 19：回答言語別、キャリアセンターを使わなかった・使わなくなった理由

キャリアセンターについて「少しだけ使ったことがあるが、利用をやめた」もしくは「全く使ったことがない」と答えた回答者にその理由を聞いた（複数回答可）。

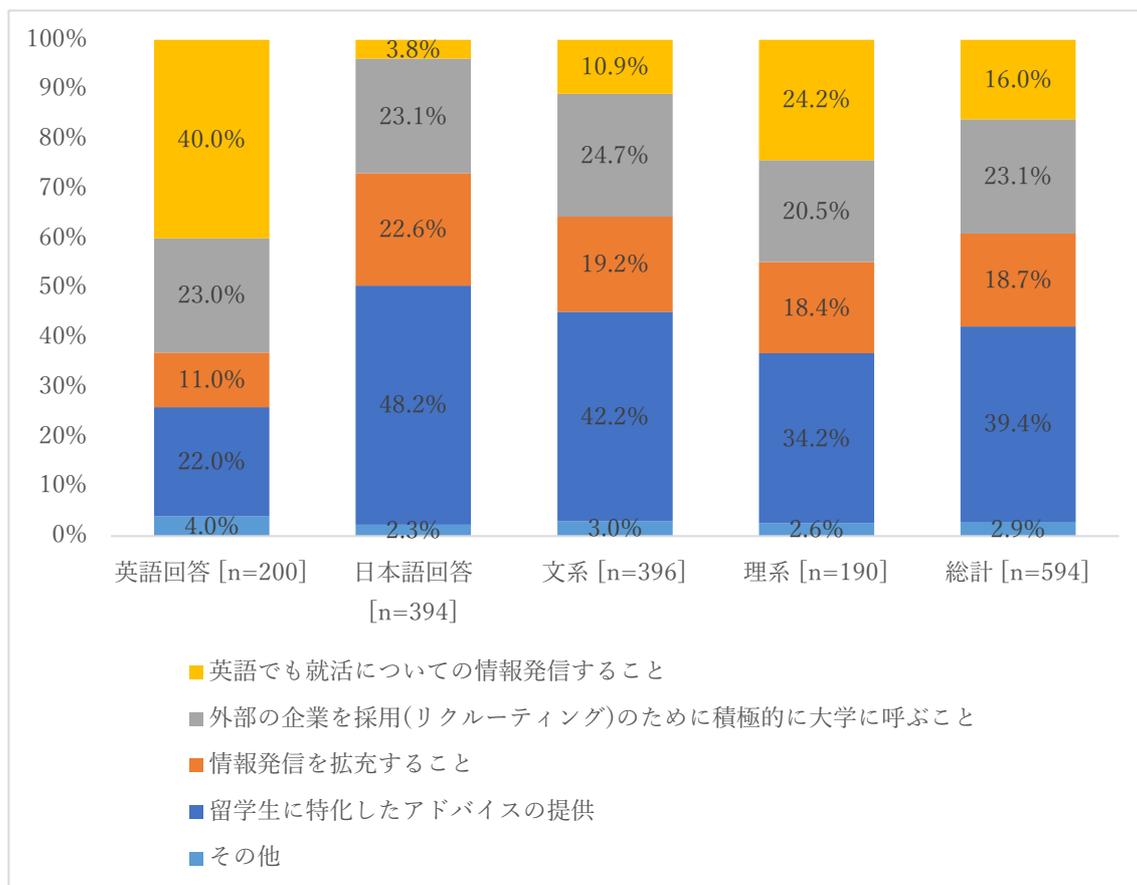
キャリアセンター自体に問題があるというよりも、キャリアセンターをそもそも活用する状況になかったというケースも多かったようだ。例えば、1割近くが（本当に設置されていなかったかは別として回答者本人の認識として）大学にキャリアセンターがなかったと回答している。「そもそも存在を認識していなかったから」を理由に挙げた人も5分の1ほどいる。なお、これらに関して、回答言語による大きな差異はなかった。このような、留学生のキャリアセンターに対する認識不足と思われる回答は、単純に足し合わせると全体の31%もあった。

一方、キャリアセンターがどのようなサービスを提供しているのか知らなかった人は、日本語での回答者で2割程度、英語での回答者で3割程度と、先述したように、やはり英語話者の方により情報が届き難いことが分かる。留学生対応するかわからなかったから利用しなかったという人も英語話者の方が1割ほど高く、同じような傾向が見られる。また、相談する際の自身や担当者の言語能力を心配したという理由を挙げた人の割合は、英語話者の方が2倍近く高くなっている。

留学生向けにキャリアセンター運営を考える際には、そもそも存在を認知してもらうこと、また英語話者により情報が届き難いこと・言語的不安を抱かれやすいことを前提に、運営する必要があるだろう。上記のグラフのように日本人にしか対応していないのではないかと回答者が考えていると思われる回答は、単純に足し合わせると全体の41%ほどだった。

キャリアセンターに対する認識不足による回答と日本人にしか対応していないのではないかと回答者が考えていると思われる回答は、サービスのクオリティーに対する回答の累計より多く、まずはキャリアセンターが何をどのようにやっているのか、そしてそれらが留学生や英語コースの学生にも対応していることを知ってもらう必要があるだろう。

大学が最もすべきこと



大学が留学生の就職活動に対して最もすべきことについて尋ねた。与えられた選択肢を選ぶ方式で、回答者が最も必要だと感じる1つのみ選択可能とした。

「英語で就活についての情報発信すること」は、当然ながら英語での回答者の方が日本語での回答者よりもはるかに高い。結果的に英語での回答者が多い理系の方が、文系よりも「英語で就活についての情報発信すること」を最も求める割合が高い。

その逆に、「情報発信を拡充すること」と「留学生に特化したアドバイスの提供」は、日本語での回答者の方が英語の回答者よりもその割合が高く、特に後者についてはかなりの差がある。これについては、一つの仮説としては、すでに日本語で多くの情報を受け取っている日本語話者の留学生にとって、日本人学生と同じような情報だけでは十分ではなく、留学生に特化した情報が求めら

れているということが考えられる。なお、外部の企業を採用のために積極的に大学に呼ぶことは属性によらず求められている。

過去の自分へのアドバイス

各取り組みについて過去の自分にアドバイスするとしたら、どの程度準備すべきなのか尋ねた。結果は下のグラフと表の通り。

それぞれの項目について、「かなり準備した方がいい」と答えたのは、日本語での回答者の方が全ての項目において多く、英語話者は就職活動に向けての準備の重要性を理解していない可能性がある。特に顕著なのは、日本の就職活動に特有な「自己分析」であり、日本語回答者は7割以上が「かなり準備した方がいい」と答えたのに対し英語での回答者は5割強に留まる。

なお、「かなり準備した方がいい」と回答した人の割合が特に高かったのは、「企業研究」と「面接」であり、これらへの対策の必要性は比較的認知されていると言える。一方で、「グループディスカッション」については「かなり準備した方がいい」と回答した人の割合が最も低かった。大学側はこれらのニーズを把握した上で留学生向けのイベントなどを企画するといいたいだろう。

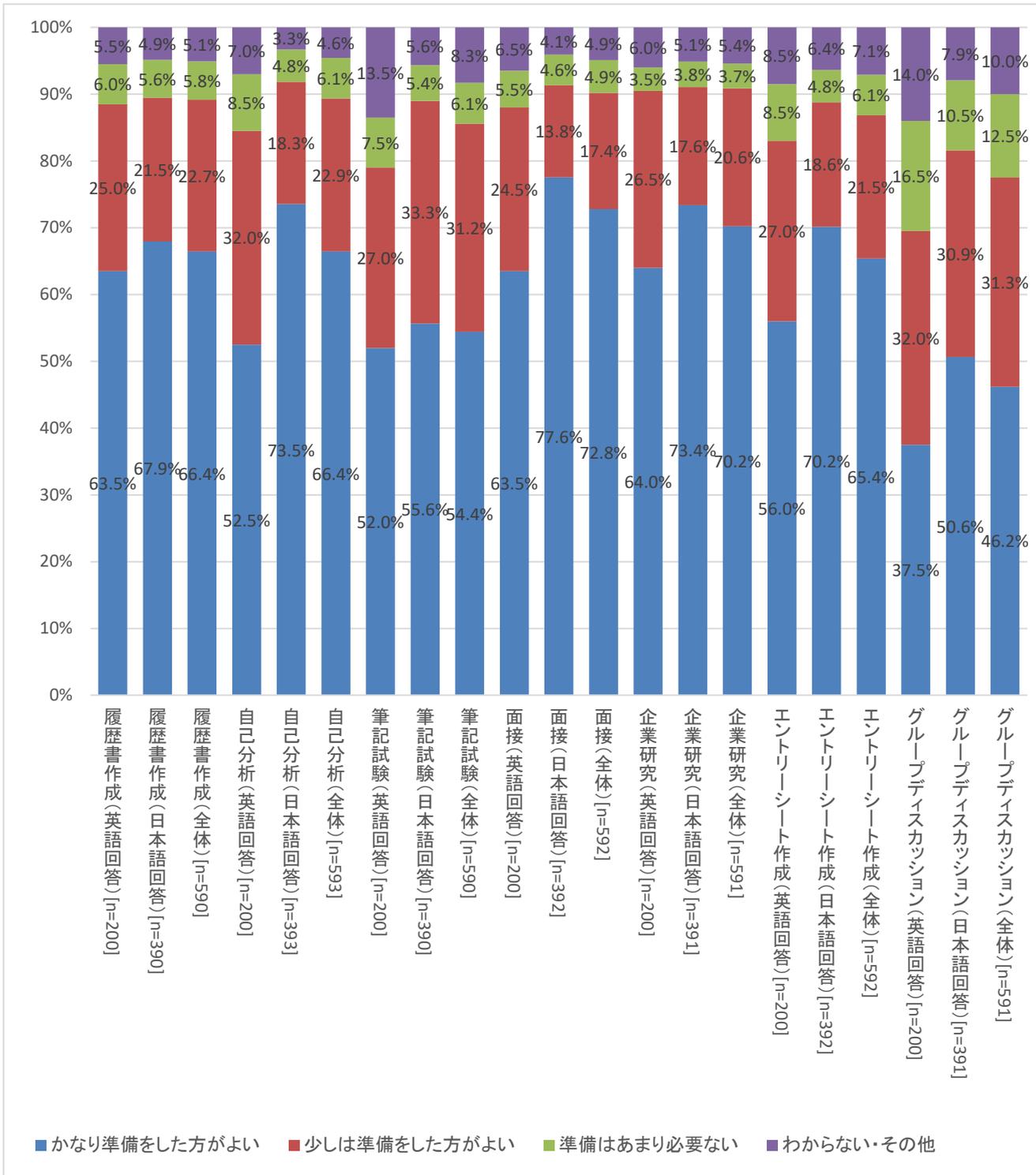


図 20：就活ステップ別、回答言語別回答者が思う必要な準備度

四捨五入しているため数値を単純に足し合わせた合計が 100%にならないことがある。

留学生支援を行う大学関係者

はじめに

本章では、大学にて留学生の支援を行う方々の現状把握をすることを目的として、調査を行った結果について報告と考察を行う。前章までに取り上げた留学生の実態と併せて、大学にて留学生の支援に対して不足していることを考察すると同時に、今後の就職支援改善に繋げることを目指す。ただし、調査回答数が決して多くはなく、かつ協力していただいた大学があるエリアに少し偏りがある。そのため、本調査結果が留学生を受け入れる全国すべての大学の実情を表すものではなく、今後の類似調査の検討や追加調査の参考情報の一つとして捉えていただきたいと考える。

調査方法

本調査は、2019年12月12日に弊協会主催で開催した留学生政策カンファレンスにて、参加大学関係者への調査協力（Web及び紙での回答）並びに、留学生向け調査の協力をしていただいた大学関係者へのメールでのWeb回答依頼によって、2020年1月11日までに回収できたアンケートの回答結果である。調査票は日本語で作成し、WebアンケートはGoogleフォームにて作成した。回答数は45件で、そのうち今回は大学関係者の回答である33件を対象に考察を行う。

回答者属性

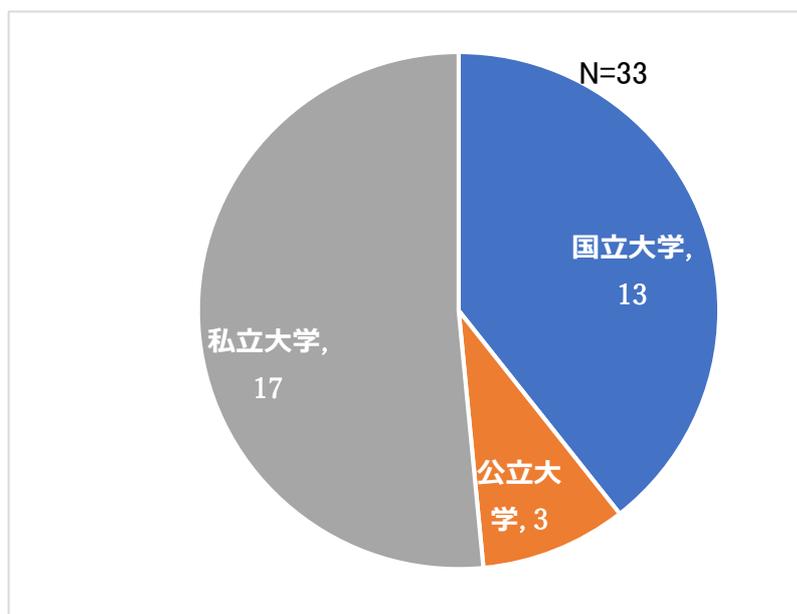


図 21：調査回答大学における国立・公立・私立比率

回答者の半数は「私立大学」であるが、「国立大学」も約 40%を占めている。

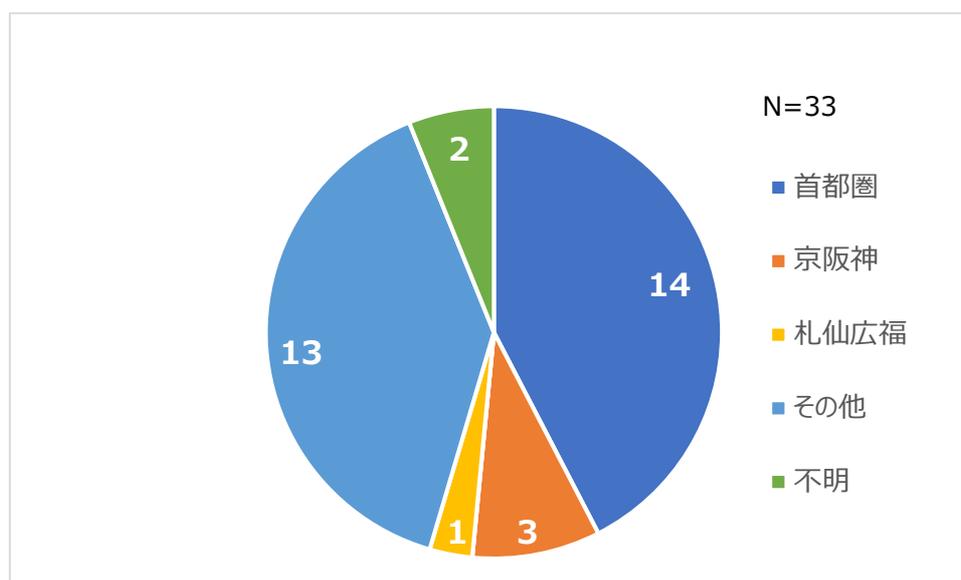


図 22：調査回答大学における地域比率

「首都圏」にある大学の回答者が最も多いが、次に多いのは「その他」である。これは、地方「国立大学」で留学生の受け入れが多く、かつ本調査活動に協力していただいた結果が反映されている。実際、「その他」における「国立大学」の割合は、約 61.5%である。

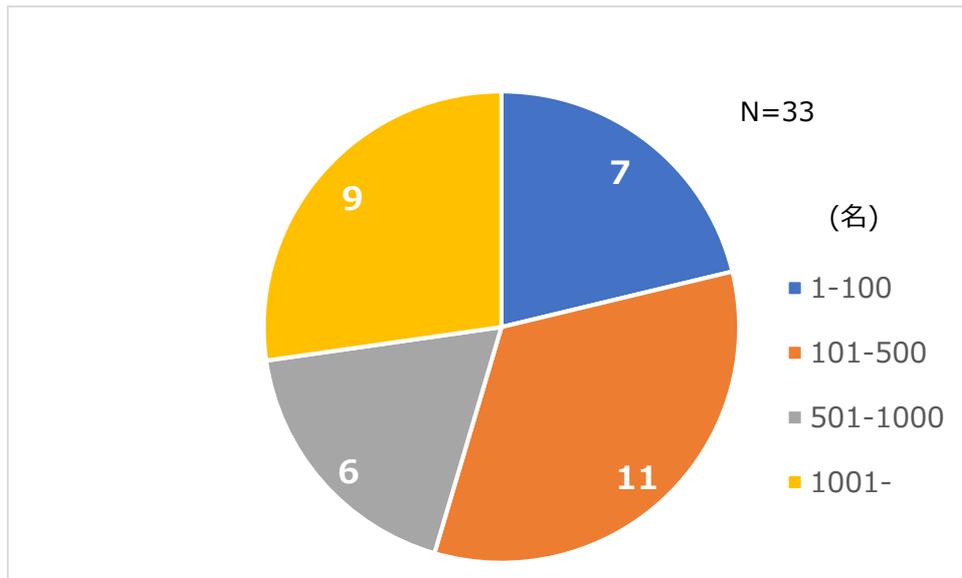


図 23：調査回答大学における受け入れ留学生数の比率

留学生向けキャリア支援における現状と問題点

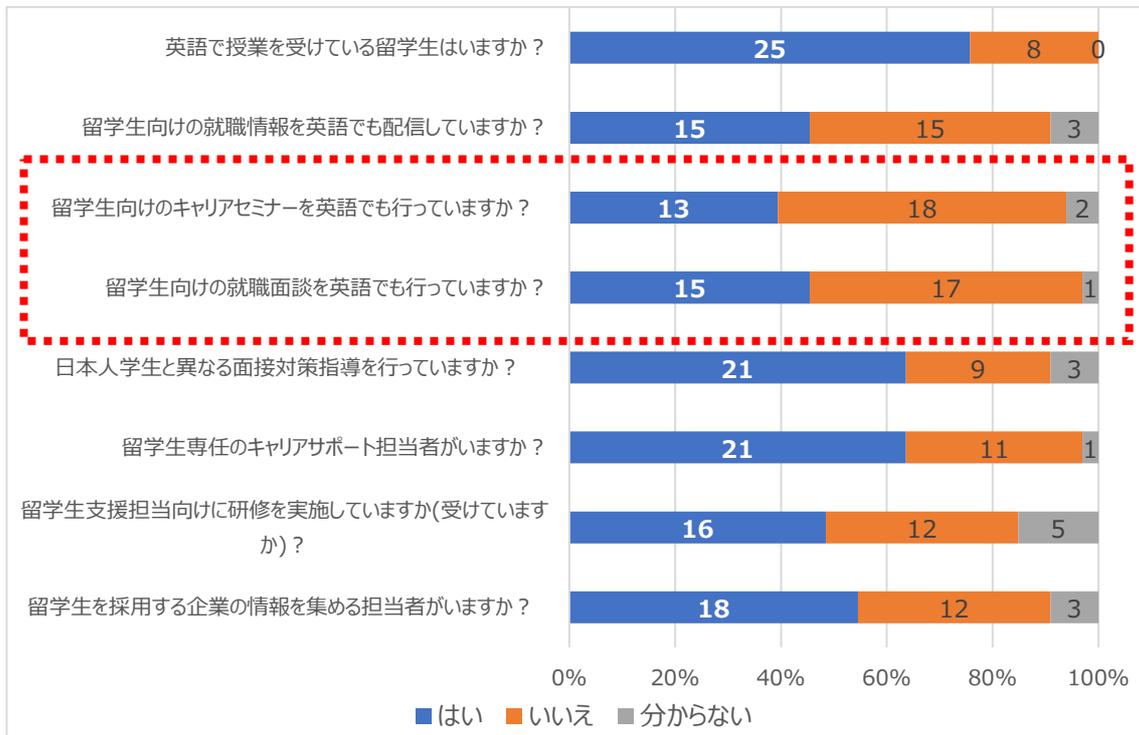


図 24：留学生のキャリア支援施策における実施状況(n=33)

「英語で授業を受けている」留学生がいる大学は、本調査回答数のうち約 75.8%となっており、比較的高くなっている。一方で、就職に関わる情報提供、具体的には「英語での情報発信」「英語でのキャリアセミナー」「英語での就職面談」は、「英語で授業を受けている」留学生がいる大学数に対して約 60%となっている。このような状況が、前章で述べた”留学生のキャリアセンターへの認知不足”に繋がっているのではないだろうか。

一方で、この後に述べる図 26 では、「外国語ができる担当者」の不足を挙げる大学は 24.2%に留まっている。英語で学ぶ留学生の支援を強化するため、英語ができる職員の増員や ICT を活用した多言語支援を見直す必要があるように見受けられる。

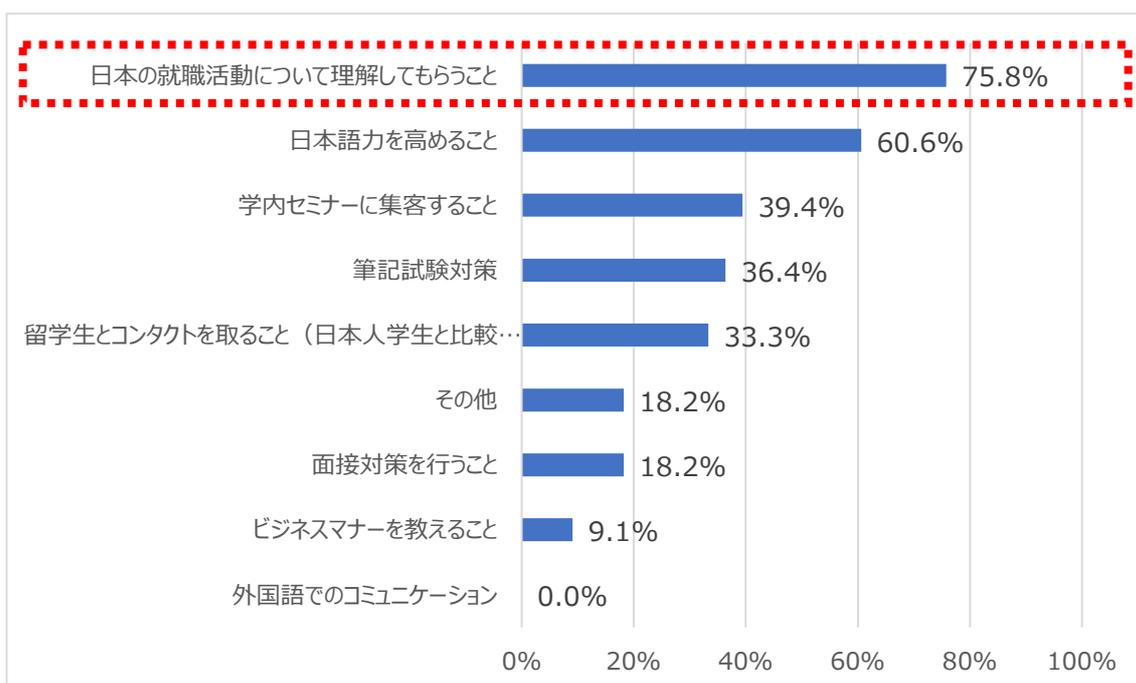


図 25：留学生の就職支援で大変だと感じること比率（最大3つ選択可,n=33）

「日本の就職活動について理解してもらうこと」が最も高い回答数となった。筆者自身、留学生の就職支援に関わっているが、「日本の就職活動について理解してもらうこと」は決して簡単ではない。日本の就職活動は海外の就職活動とは異なる。また、日本の就職活動にある慣習、例えばビ

ビジネススーツやバックなどの身だしなみ、さらには固定的な選考スケジュールなど、日本人にとっての当たり前を理解することが必要となる。さらには、面接での質問されることも海外のものとは異なることが多い、具体的には、日本企業の新卒面接では成長プロセスを問うのに対して、海外では実績、つまりは専門知識や経験から何ができるかを問う。このような違いを理解して、就職活動の準備を行うことが重要になる。おそらく、このような一連の日本型就職活動全般に対する理解を深めてもらうことに、まずは苦勞していることが推察される。そのため、具体的な個別対策の強化にまで至っていないのではないだろうか。

「日本語力を高めること」については、大学院や理系で英語で学ぶ留学生が多いところであろう。日頃のアカデミックな活動では、就職活動で使用するような日本語を使わないため、就職活動のタイミングで対策をしようとしても難しく、大変に感じていることが想像される。就職活動では、日常生活で必要となる日本語ではなく、自身についての説明や企業の事業について伝えるために必要な日本語がある。そのため、留学生は、日本語で選考を行う多くの日本企業において、語彙を増やすことが求められる。

留学生向けキャリア支援における課題及び必要なこと

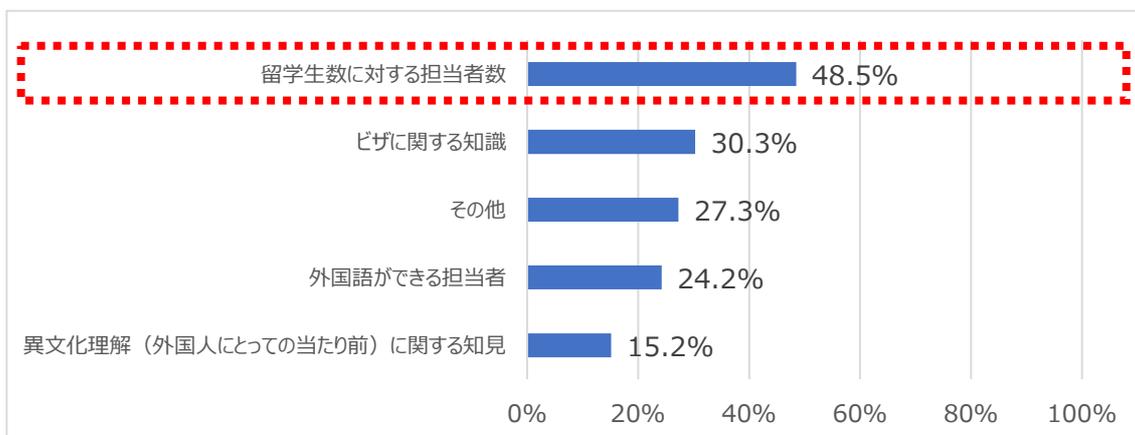


図 26：留学生の就職支援において不足していること回答比率（最大3つまで、n=33）

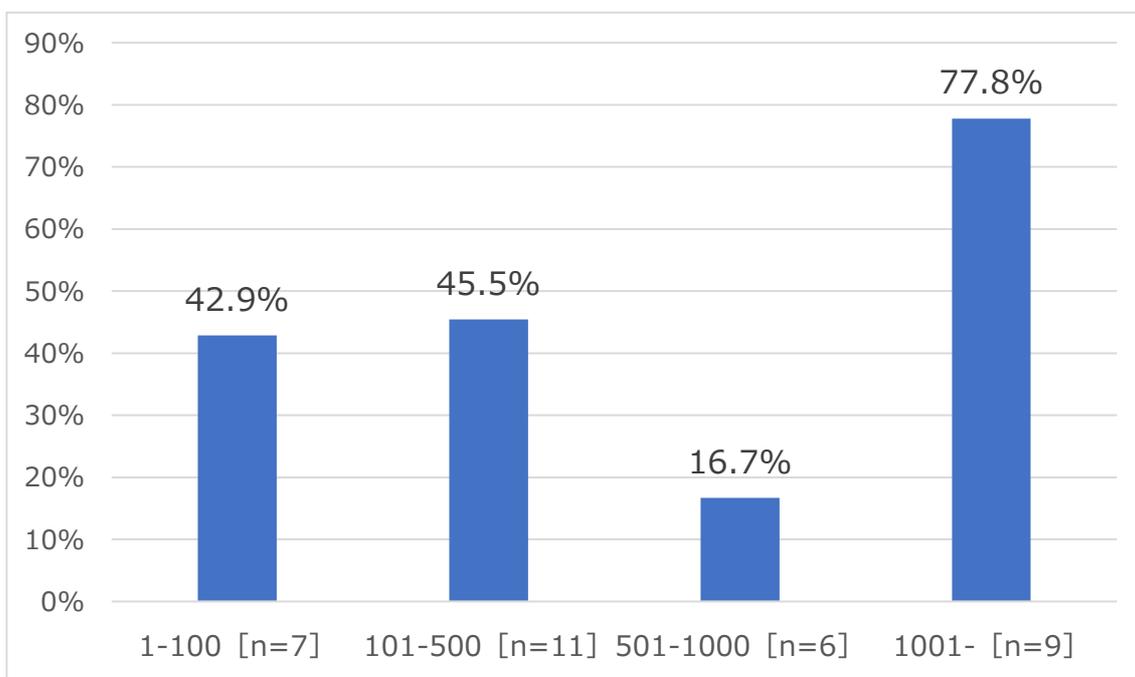


図 27：「担当者数が不足している」と回答した大学の在籍留学生数ごとの比率

「留学生数に対する担当者数」が最も高い回答数となった。一方で、先の図 24 では、「留学生専任のサポート担当がいる」と回答している大学は約 63.6%であり、半数を超えている。また、図 27 を見る限り、留学生数が 1,001 名を超える大学で、より顕著に不足感を持っていることが窺える。このような結果から推測するに、まず留学生専任の担当者は必要不可欠であることが感じられ

る。さらに、留学生数によっては、その人数を増やす必要性があるであろう。これは、日本人学生よりも留学生の方がサポートに対する負荷が大きいことが表れているのではないだろうか。

「異文化理解に関する知見」については、回答者数が低くなっているが、留学生向け調査（図 18 参照）では、キャリアセンターを利用しなくなった留学生のうち、約 40%が「留学生のことをあまり分かっていないように感じたから」と回答している。これは、必ずしも異文化理解に関する懸念ではないかもしれないが、日本人との違いについて理解をしながら留学生支援を行うことが、留学生との信頼関係構築において求められるように思われる。

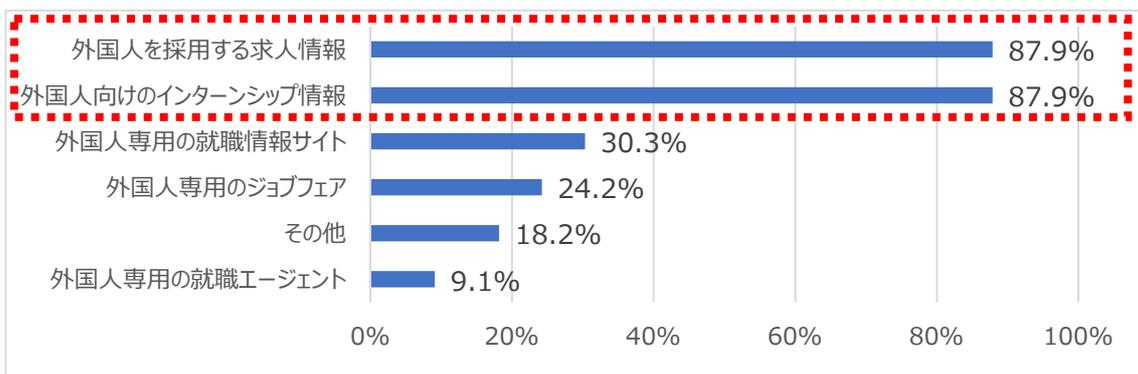


図 28：留学生の就職支援において知りたい情報について回答比率（最大3つ選択可、n=33）

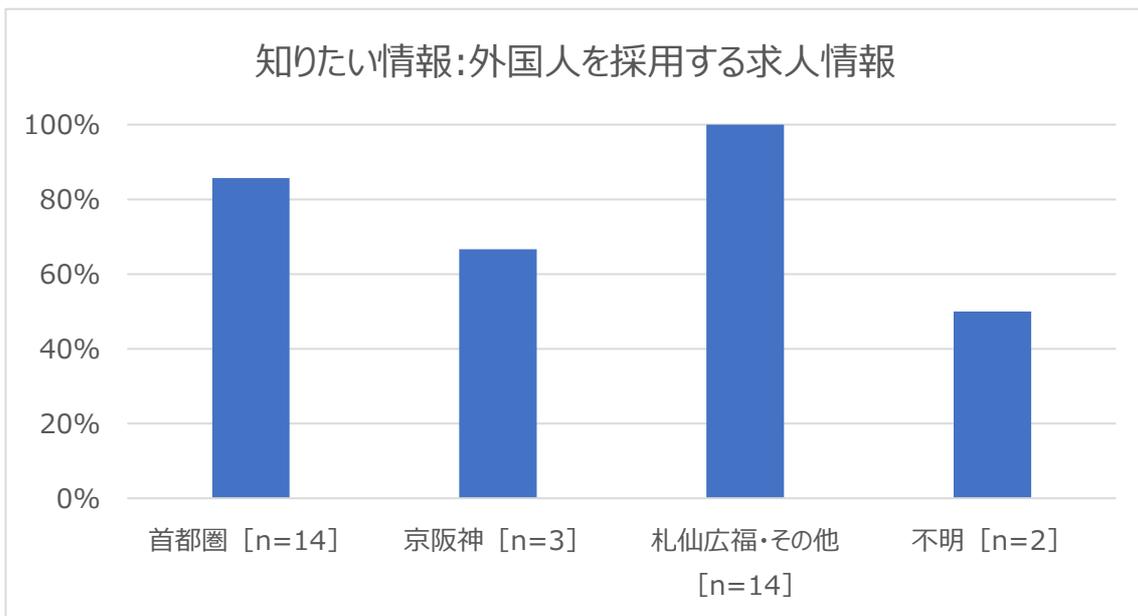


図 29：「求人情報について知りたい」と回答した大学のエリア比率

「外国人を採用する求人情報」「外国人向けのインターンシップ情報」は、留学生が実際に就職できる可能性がある機会に関する情報という点で、ほぼ同じような課題感であると捉えることができる。求人情報について、「その他」のフリーコメントにも記載があったが、特に日本語が苦手な英語プログラムの留学生向けの求人情報に関する需要が高いように見受けられる。インターンシップについては、筆者が留学生就職促進プログラム等で日本企業とコミュニケーションを取りながら留学生向けのインターンシップ開発に取り組んだ経験から、インターンシップ≒就職には必ずしもならないため、あくまでも日本企業で働くための知る機会として捉える必要がある。

一方で、外部企業の活用に繋がるような「外国人専用の就職情報サイト」「外国人専用のジョブフェア」「外国人専用の就職エージェント」に対する需要が相対的に低い。おそらく、外国人材向けの就職支援サービスは日本人学生向けとは異なるため、信用度（認知度）の観点で、大学としては積極的には活用し難いという想いがあるように推察する。しかし、独自で求人情報を探したり、留学生の就職支援に限界を感じる場合は、外部企業の活用について、活用方法と併せて検討していくことが必要ではないだろうか。

なお、図 28 で「外国人を採用する求人情報」を選択した回答者について、地域別に見たときに、地方にその需要がより高いことが窺える。母数が少ないので、本調査だけでは、どれほどの差があるのか分かりかねるが、「首都圏」及び「京阪神」以外（回答者ゼロの中京圏を除く）の「札幌・仙台・広島」・「その他」で、求人情報が不足していると回答した方は 100%となっている。先に述べた民間企業の活用と併せて、自治体やハローワーク、経済団体などとの連携も不可欠ではないだろうか。地方になればなるほど、民間企業のサービスを活用して採用活動を行うケースは少なくなる。

そのため、地方大学にて地元就職率を高める場合は、自治体やハローワーク、経済団体などとの連携が重要になる。加えて、近年銀行が人材紹介サービスを行うことが可能になった。そのため、地方銀行にはその地域の企業との接点が豊富にあり、銀行が持つ情報を活用して求人開拓を行うことも検討できるのではないだろうか。

留学生とのコミュニケーション方法

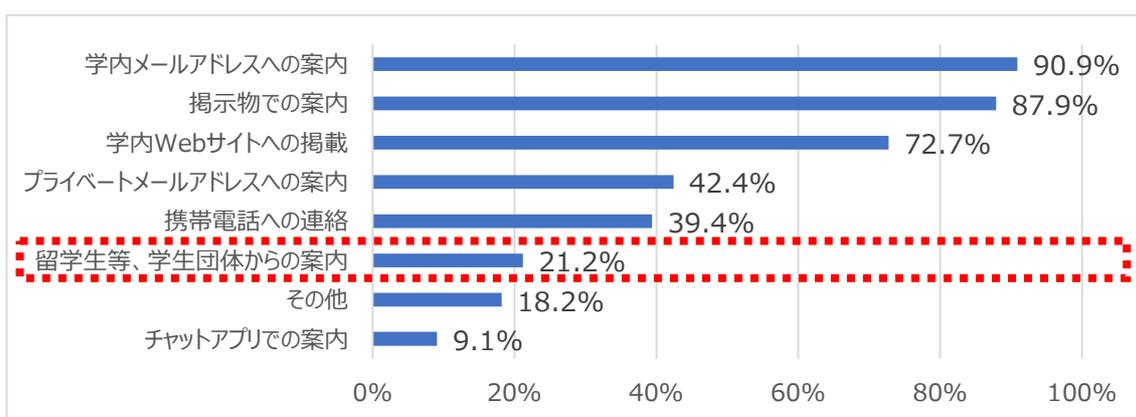


図 30：留学生への情報発信方法で、活用している手段の比率(n=33)

「学内メールアドレスへの案内」「掲示物での案内」が多数を占め、次いで「学内 Web サイトへの掲載」となっている。一方で、先に留学生の実態調査でも取り上げたように、図 17 を見る限り、留学生は外国人同士で情報交換をしている可能性が高い。そのような観点から考えると「留学生等、学生団体からの案内」、つまり同じ留学生同士のネットワークやコミュニティを活用することが重要になる。先に述べたように、留学生数が多い大学では、「留学生数に対する担当者数」が不足しているという回答がある。このような大学で、もし留学生ネットワークやコミュニティの活用が未だできていない場合、中長期的な視点を持って、留学生ネットワークやコミュニティを構築していくことが、「留学生数に対する担当者数」の不足という課題解決に繋がるかもしれない。

留学生同士、外国人同士の繋がりは大学に限った話ではない。企業の採用においても、ある国籍の外国人が雇用された場合、その後、同じ国や出身校の留学生が応募するケースは少なくない。さらに、病院などの生活サポート機関においても、外国人同士の口コミによって、特定の病院に外国人が集まるということを知る。このように、留学生同士の横の繋がりは、情報チャンネルとして非常に強いのである。また、筆者の経験であるが、同じ留学生同士の方が話も聞く傾向があるように思われる。そのため、先輩留学生と上手く協力して、後輩留学生の支援を行うことが有効なのではないだろうか。例えば、先に述べた「日本の就職活動について理解してもらうこと」も、日本人職員や先生が伝えるよりも、同じ留学生や外国人スタッフが伝える方が聞く耳を持ち、情報を受け取りやすくなる可能性がある。実は、民間企業における外国人就職エージェントでは、求職者の個人をサポートする社員の多くは外国籍社員である。そして、求職者が普段使用しているチャットアプリで気軽にコミュニケーションを取ることも少なくない。このように、留学生とのこのコミュニケーションの取り方、情報伝達の仕方について、まだまだ改善の余地があるのではないかと思われる。

まとめ

これまで、「留学生の就職活動における人材サービスの利用状況」「留学生のキャリアセンターの利用状況」そして「キャリアセンターの留学生支援の現状と課題」について、分析及び考察をしてきた。その結果について、改めて下記にまとめたい。

留学生の就職活動における人材サービスの利用状況

- 留学生は、日本人学生ほど就職活動に関わる人材サービスの利用ができていない。特に、日本語で情報を得ている層と英語で情報を得ている層で差がある。また、日本人学生と同じような情報を得ている傾向がある。
- 留学生が就職活動で活用するサービスで重要視する情報は「求人情報の多さ」と「留学生向けの情報」。
- 留学生は、日本人から発信される情報よりも、先輩・現役留学生同士から発信される情報や意見に影響される傾向が強い。
- キャリアセンターや就職エージェントのような、一對一の就職支援サービスにおいて、内定獲得率と相関関係があるように見受けられる。一方で、就職エージェントの認知や活用は十分にはされていない状況がある。

留学生のキャリアセンターの利用状況

- 留学生の積極的なキャリアセンターの利活用率は、およそ 25%程度であり、決して利活用が進んでいる状況ではない。特に、英語で情報を得ている留学生、大学院在籍の留学生の利活用が低い状況となっている。
- キャリアセンターの利活用が進んでいない要因の一つとして、存在やそこで受けられるサービスの認知に課題がある。特に、英語での情報伝達が不足しているように見受けられる。
- 留学生が期待することとして、“留学生に特化した”情報やアドバイスの提供が求められている。

キャリアセンターの留学生支援の現状と課題

- 英語で授業を受けている留学生が在籍する大学において、英語での情報発信及び就職支援は約 60%程度。

- キャリアセンターの留学生就職支援に関する課題意識として最も高いのは「日本の就職活動について理解してもらうこと」。具体的な個別支援以上に、日本式の就職活動について理解をしてもらうことに苦労している様子。
- キャリアセンターが認識する留学生就職支援で不足していることは、「留学生数に対する担当者数」が最も高い。特に、1,001名以上の留学生が在籍する大学で、その傾向が強い。
- キャリアセンターが最も求める情報は、留学生を受け入れる「求人情報」「インターンシップ情報」。本調査において、地方大学は100%その選択肢を選んでおり、情報が不足している可能性が高い。一方で、外国人向け就職支援サービスに関する、外部活用の情報を求める意識は相対的に低い。
- 留学生向けの情報発信において、留学生特有の方法や団体及びネットワークを活用しているケースは相対的に低く、日本人学生と同じような方法で情報発信をしている。

留学生の就職率向上に向けて

このような状況をふまえ、どのようにしたら留学生の就職率は改善される可能性が高まるのだろうか。最適解は個別大学の状況によっても異なるであろう。留学生も多様であり、一概に何かを行えば、すべてが解決されるようには考えられない。しかし、まずは留学生の現状を把握することが、留学生の就職率を高める上で、第一歩となることは間違いないと考える。

今回の調査においては、留学生の中でも日本語で学ぶ層と英語で学ぶ層で情報の格差があることが明らかになったように思う。また、留学生全体が、日本人からの情報以上に、同じ留学生または元留学生（先輩）から得られる情報に影響を受ける傾向があることが窺えた。これに対して、大学側の現状として、英語での情報発信が相対的に低かったり、日本人学生と同様の情報発信の方法によって、留学生に情報を届けようとしている様子が窺えた。さらに、留学生は”留学生に特化した”情報やアドバイスを求めていることに対して、留学生自身、留学生向けの就職支援サービスの認知が決して高くはないこと、また大学としても外部人材会社の活用が積極的に行われていない状況が

明らかになった。就職エージェントと内定獲得率に相関がある可能性が高いことを考えると、このような状況に対して何らかの施策を検討することも有効なのではないだろうか。

おわりに

今回、全国の多くの留学生及び元留学生、そして大学、専門学校、日本語学校などに協力していただき、留学生の就職活動における実態と大学の実態について明らかにすることができた。部分的な結果であるとはいえ、少なからず同じような傾向は存在することが推測される。本調査が全てとは思わないが、本調査の結果をもとに、今後、留学生が日本で活躍できる可能性が高まることを願いたい。

また、本調査結果に関して、人材サービスの質を問うものではないことを、ここに明言したい。筆者は留学生支援において、様々な人材サービスをヒアリングし、その想いをインタビューしてきている。サービスの立ち上げ時期や会社規模によって、認知の差が生じている可能性は高く、留学生にお勧めしたいサービスはたくさんあるし、個人的に尊敬できる支援者の方々は多数いる。今回の調査で個別に取り上げることはできないが、留学生の支援という想いを持って日々活動している方々がいることを知っていただきたいと思う。

留学生支援に関して、政府、自治体、経済団体、教育機関、民間企業、様々な方々が日々試行錯誤しながら取り組んでいると感じている。一方で、留学生は多様であり、本調査で「留学生数に対して支援者数が不足している」という回答が高かったように、誰か一人、一組織で解決される課題ではないと認識している。だからこそ、相互に情報を共有し合うことが重要であり、失敗も含めて様々な取り組みや成功事例が全国各地で共有され、相互に協力し合いながら問題解決していくことを願う。

付録

付録1：回答データ

*回答に使った言語

英語	227
日本語	443

1. あなたの国籍（あるいは出身地域）を教えてください。二重国籍の場合、日本の在留カードに登録されている国籍を教えてください。

Afghanistan	5
Algeria	2
American Samoa	1
Australia	1
Austria	2
Bangladesh	19
Barbados	1
Belgium	2
Bolivia	1
Brazil	6
Brunei	1
Burma	6
Cambodia	4
Cameroon	5
Canada	4
Cape Verde	2
China	299
Colombia	1
Congo, Dem. Rep.	1
Croatia	1
El Salvador	2
Estonia	1
Ethiopia	2
Fiji	1
Finland	2
Germany	1

Ghana	3
Greece	1
Hong Kong	5
Hungary	1
India	17
Indonesia	28
Iran	3
Italy	2
Japan	7
Jordan	1
Kazakhstan	1
Kenya	2
Korea, North	1
Korea, South	44
Kyrgyzstan	1
Lithuania	1
Malawi	1
Malaysia	23
Mexico	2
Mongolia	5
Morocco	1
Nepal	7
New Zealand	1
Nigeria	2
Peru	2
Philippines	6
Romania	1
Russia	3
Serbia	1
Singapore	6
Spain	4
Sri Lanka	3
Syria	5
Taiwan	16

Tanzania	1
Thailand	15
Tunisia	1
Turkey	1
Ukraine	1
United Kingdom	1
United States	11
Uzbekistan	3
Vietnam	54
Yemen	2

2. もう卒業・就職（もしくは就職先の決定）をしていますか。現在のあなたについて最も当てはまるものを選んでください。

すでに卒業し、日本での就職活動経験後、海外で就職した	15
すでに卒業し、日本での就職活動経験後、海外で進学した	3
すでに卒業し、日本で就職した（現在海外にいる場合も含む）	153
すでに卒業し、現在日本での就職活動を継続している	18
その他（具体的に）	49
まだ在学中であり、就職活動を継続中である	160
まだ在学中であり、日本での就職先を決めている	148
まだ在学中であり、日本での就職活動経験後、日本での進学を決めた	52
まだ在学中であり、日本での就職活動経験後、海外での就職を決めた	20
まだ在学中であり、日本での就職活動経験後、海外への進学を決めた	9
まだ在学中であるが現在就職活動をしておらず、以前の課程（例：現在修士の場合は学部 の時、博士の場合は修士・学部の時）に所属していた時に就職活動をしたことがある。	43

3. 就職活動をすでに終了している人は内定をもらった企業数を半角数字で記入してください。現在就職活動中の人は現在までに内定をもらった企業数を半角数字で記入してください。

現役/既卒	内定無し	内定有り	ステータス詳細/内定獲得数	0												
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
卒業生	8	129	すでに卒業し、日本で就職した(現在海外にいる場合も含む)	46	29	26	6	7	2	-	-	-	-	1	1	
			すでに卒業し、日本での就職活動経験後、海外で就職した	4	3	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			すでに卒業し、日本での就職活動経験後、海外で進学した	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			すでに卒業し、現在日本での就職活動を継続している	4	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
在学生	61	150	まだ在学中であり、日本での就職先を決めている	4	42	39	19	9	2	1	-	-	-	-	-	
			まだ在学中であり、就職活動を継続中である	38	7	4	3	-	-	-	-	-	-	-	-	
			まだ在学中であり、日本での就職活動経験後、海外での就職を決めた	3	4	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	
			まだ在学中であり、日本での就職活動経験後、日本での進学を決めた	9	8	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	
			まだ在学中であり、日本での就職活動経験後、海外への進学を決めた	3	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			まだ在学中であるが現在就職活動をしておらず、以前の課程(例:現在修士の場合は学部の時、博士の場合は修士・学部の時)に所属していた時に就職活動をしたことがある。	4	1	2	2	1	-	-	-	-	-	-	-	
その他	12	4	その他(具体的に)	12	-	3	-	-	-	-	-	-	-	1		
合計	81	283	合計	81	114	83	54	17	9	3	-	-	1	2		

4. あなたの日本での最終学歴を選んでください。まだ在学中の場合は在学中の課程を選んでください。

その他(具体的に)	10
修士取得済みもしくは修士課程在学中	303
博士取得済みもしくは博士課程在学中	64
博士課程入学後、博士を取得せずに単位取得満期退学した	4
学部卒業済みもしくは学部在学中	271
研究生を最後に経験したもしくは研究生として在学中	18

5. 前の質問で最終学歴・在学中の課程が修士・博士と答えた方に質問です。(前の質問で学部在学中・最終学歴が学部と答えた方は一番上の選択肢を選んでください。)もし現在博士の場合は、修士と学部の時の就職活動について、もし現在修士の場合は、学部の時の就職活動について、最も当てはまるものを一つを選んでください。

その他(具体的に)	19
最終学歴・在学中の課程進学前に、どちらかと言えば就職するつもりで就職活動をしていたことがある	132
最終学歴・在学中の課程進学前に、どちらかと言えば就職以外(進学など)をするつもりで就職活動をしていたことがある	38
最終学歴・在学中の課程進学前に、就職活動をしなかった	200
最終学歴が学部、もしくは現在学部在学中と回答した	281

6. あなたの日本での最終学歴について最も当てはまるものを選んでください。まだ在学中の場合は在学中の課程について選んでください。

その他(具体的に)	11
日本語を主に使う課程だった	439
英語を主に使う課程だった	220

7. あなたの日本での最終学歴の大学・大学院の種別について最も当てはまるものを選んでください。ま

だに在学中の場合は在学中の学校について選んでください。

その他・わからない	2
国公立	255
私立	413

8. あなたが現在在籍している（社会人の方は、最後に在籍していた）教育機関名を教えてください。

* 在籍している教育機関名の情報に基づいて地域に分類します。

その他	133
不明	25
中京圏	4
京阪神	96
札仙広福	28
首都圏	384

9. あなたの最終学歴の研究科・学部専攻に最も近いものを一つ選んでください。まだ在学中の場合は在学中の課程について選んでください。

その他（具体的に）	9
どちらかといえば文系である （社会科学、人文科学、経営、言語など）	442
どちらかといえば理系である （自然科学、技術、工学、理学、医学、情報など）	219

10. 以下のうち受給していた、もしくは現在受給している奨学金があれば当てはまるもの全てを選んでください。

奨学金は全く受け取っていなかった	161
文部科学省奨学金	146
JICAによる奨学金	18
JASSO奨学金	151
文部科学省・JASSO・JICA以外の公的機関 （都道府県や外務省など）による奨学金	18
大学からの奨学金	178
民間（財団・企業）による奨学金	133
海外（国、財団など）の機関による奨学金	18
奨学金 - その他（具体的に）	16

11. 性別をお聞かせください。

その他	2
女性	375
男性	293

12. 就職活動終了時のあなたの日本語能力について最も当てはまるものを一つ選んでください。まだ就職活動が終了していない場合は、あなたの現在の日本語能力について最も当てはまるものを一つ選んでください。

ネイティブ	59
ビジネスレベル(N1 相当)	359
ほぼビジネスレベル(N2 相当)	113
日常会話レベル(N3 相当)	67
初心者または未学習	72