

# 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 (Creative Interchange Platform)の活動事例からの考察 —

柳 基憲 *Kiheon RYU*

(公財) 福岡アジア都市研究所 研究主査

■**要旨**：本研究では、外国人材の活躍支援の新たな方法として、ICT領域の一つであるソーシャルメディア（SNSや動画共有等）の運用に着目し、「CIP (Creative Interchange Platform)」という留学生支援団体を立上げ、実証実験を通じて、地方創生の観点から、その効果と課題の解決案を示した。Web上だけではなく、日本人と外国人が互いを知る機会を提供した上で、双方のニーズにタイムリーに応えられるための仕組みとして自己PR動画の活用は有効な方法の一つである。また、外国人材の活躍支援の出口が就職成功だけに留まることなく、地元企業のビジネスや市民生活など地域に還元できる好循環を生み出す仕組みや、地域の需要・課題を日本人と在住外国人が共に考え、その改善に向けて取り組むことまで拡大していくことが望ましい。

■**キーワード**：外国人材活躍支援、ICT、ソーシャルメディア、自己PR動画、地方創生

## 1. はじめに

### 1.1. 研究の背景

平成26年11月「まち・ひと・しごと創生法」が、また、同年の12月には、創生本部・総合戦略に関する規定が施行され、まち・ひと・しごと創生に関する目標や施策に関する基本的な方向などを定める国レベルでの総合戦略が講じられた。国レベルの「総合戦略」では、基本的な考えとして、「しごと」と「ひと」の好循環を支えるために、「まち」の集約・活性化が必要であり、各地域が個性を生かし自立できるよう、ICT（情報通信技術）を活用しつつ、街づくりにおいてイノベーションを起こしていくことが重要であると明記されている<sup>(1)</sup>。また、主な施策の一つである地域人材育成プランの中には、グローバル・リーダーの育成や外国人留学生の受入れを推進するため、地域における留学生交流の促進のほか、グローバル化に対応した教育を行うことなどが取り上げられている。

特に、外国人留学生の活躍支援について、平成26年6月に閣議決定された「日本再興戦略」改訂2014では、高度外国人材の「卵」たる留学生の国

内企業（特に中小企業）への就職拡大のため、関係省庁の連携の下、情報の共有等を進めマッチング機能を充実させるなどとし、これを踏まえ平成27年からは内閣府、総務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省、日本学生支援機構、日本貿易振興機構、自治体国際化協会が連携し新たに「外国人材活躍推進プログラム」を実施している<sup>(2)</sup>。ここでは、企業の求人情報と留学生をはじめとする外国人の求職情報とを効果的に結び付けるための仕組みを構築し、マッチング機能を強化する。

福岡市は、平成26年5月に国家戦略特別区域として「グローバル創業・雇用創出特区」に選定され、産学官民が一体となって目指すべき姿や基本方針を盛り込んだ「グローバル創業都市・福岡ビジョン」を策定した。ここでは、九州の拠点都市として、新たな挑戦を応援する風土の醸成、ビジネスを海外につなぐ仕組みづくり、グローバル経済都市の機能整備をビジョンとして挙げ、7つの戦略を講じた。その中では、グローバル人材の活用のために外国人留学生を重要な存在として認識し、留学生が活躍しやすい環境整備や、留学生と地元企業との交流を進め、

就職に効果的なインターンシップを行うなど、地域での活用に取り組むとしている<sup>(3)</sup>。

本稿では、上記の背景を踏まえ、元留学生等による留学生サポート組織『CIP (= Creative Interchange Platform、シーアイピー)』の活動を通じ、ICTを活用した外国人材の活躍支援と、それによる地域活性化の可能性について考察する。そのことで、「まち = 福岡 (九州)」で、「ひと = 留学生 (外国人材)」「しごと = 地場企業」が好循環できる先進的な街づくりを目指す。

### 1.2. 福岡の現状と課題

福岡県及び福岡市の都市競争力のポテンシャルとして上位に位置付けられている要素の一つに留学生の数が多いたことが挙げられる。平成 26 年の都道府県別の全教育機関に対する留学生数は、東京都に次いで福岡県が全国 2 位にランク付けられた。しかし、卒業後に就職して定着している人数は多いとは言えない状況である。例えば平成 26 年現在、福岡県の留学生数が全国に占めるシェアは約 7.7% (14,252 人)であったが、同年福岡県で就職した留学生が全国に占めるシェアは約 3.7% (475 人)に留まっていた (図 1)。福岡市の状況を見ると、福岡市で就労目的の在留資格をもつ外国人数は、平成 26 年に 3,713 人で全在住外国人の約 13.7%程度であ

るが、東京都の約 55.7%や大阪府の約 19.7%に比べるとまだ増加の余地は十分にある。実際、福岡市は就労目的の在留資格をもつ外国人数を増やす目標を掲げ、福岡で学ぶ留学生の学習環境を整え、地元での就業などによる定着を図るとしている。以上の福岡の課題の背景には、日本企業が、採用に当たって、より「日本人化」した外国人留学生を採用する傾向がある<sup>(4)</sup> ことに加え、地場企業側のグローバル意識の不足等に起因した、雇用の受け皿不足による人材の域外流出<sup>(5)</sup> などがある。今後、福岡市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、既に受け入れている留学生の価値を再認識した上で、留学した地域での就職を希望する留学生の受け皿として、国内ビジネスが中心となる一般企業に加え、海外展開若しくはインバウンドビジネス向けの中小企業やベンチャー企業等の地場企業を対象に、留学生の個性 (自己主張の強さ、個人主義的感性等) を活かした交流の場の提供と、双方のマッチングの仕組みについて工夫が必要である。

### 1.3. 本研究の意義

福岡には自治体、大学、経済団体などで、留学生就職支援制度が厚く根付いているが、限られた予算の下での成果が求められているため、一部の団体による先駆的な取組みは直に広がり、支援内容の重複が起きやすい。本稿で取り上げる動画共有や SNS を活用した留学生向けの支援方法は、CIP に加え、近年福岡を中心に九州圏内に広がっている。例えば、一般社団法人地域企業連合会九州連合機構では、「アジア事業活力創出会議 (仮)」を立ち上げ、平成 28 年度に自己 PR 動画や SNS を活用した留学生支援などを予定している。また、九州 7 県の自治体と九州経済連合会などが連携し立ち上げた「九州留学生就活サポート協議会 (仮)」では、平成 28 年度内に留学生の自己 PR 動画サイトの構築を目指している。

この状況の中、本稿では、CIP の活動とビジョンの特徴を明らかにすることで、SNS や動画共有などを活用、または活用しようとしている他機関との違いを明確にし、支援内容の重複を事前に防ぐと

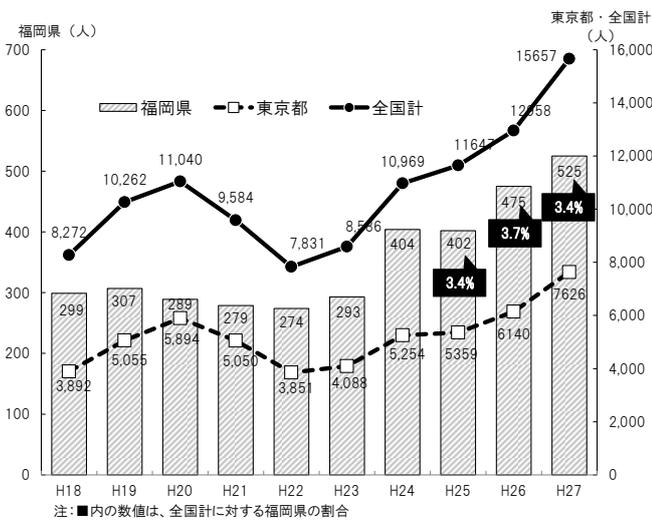


図 1 企業等への在留資格変更許可人数の推移

出所: 「留学生の日本企業等への就職状況について」より著者作成

もに、双方が協力し合える支援環境づくりの一助となることを期待する。特に、ここでは地方創生の観点からアプローチし、SNSや動画共有などの活用による留学生と企業のマッチングの取組みが就職支援で留まることなく、留学生の活躍による地域活性化についてCIPの事例を通じて考察することで、留学生と地域がどう関わっていくべきなのかについて、そのノウハウを提供することに意義がある。

## 2. 留学生のソーシャル・ネットワーク組織の設立

著者は、「グローバル人材活躍型都市形成に向けた外国人留学生の就職支援に関する調査研究（公益財団法人福岡アジア都市研究所、平成26年3月）」の結論の部分で提言した「留学生の就職支援のためのプラットフォーム（動画のフィードバック）構築の構想」内容を踏まえ、ICTを活用した外国人材の活躍支援と、それによる地域活性化の可能性についての考察を行うため、実際に動画を活用し留学生の諸活動を支援するプラットフォームとして『CIP（= Creative Interchange Platform、シーアイピー）』を平成26年10月に立ち上げて社会実験を行っている。CIPの特徴は、次の3つである。まず、運営組織のメンバーとして、福岡で就業中の元留学生と現役留学生を中心に構成されている点である。そのため、留学生が就職活動の際に陥っている状況について外国人の目線から改善策の提案ができるとともに、情報の配信において多言語対応できる等のメリットがある。日本の企業等で就業経験のある元

留学生は、留学生と企業の双方の立場を理解しており、それぞれのニーズ把握が容易である。次に、組織のコーディネーターとして、日本語教師や海外留学経験者等がアドバイスをし、留学生支援団体元職員等が事務局を担っている。最後に、SNSや動画共有等のICTを積極的に活用することで、時間と空間の制約に捉われず、情報の共有を可能にしている点である。平成29年2月現在、SNSの一つであるFacebookのCIPページ（ユーザ数1,066人）は、福岡地域における13の各留学生会と繋がっているため、最大約12,000人の各留学生のFacebookユーザーと情報共有が多言語で出来る特徴がある（図2）。

## 3. 「留学生自己PR動画」の必要要素の検出とその活用における方向性の確立

就職活動における留学生のICT活用に関する意識調査の一環として、平成26年10月、福岡の大学に在籍している留学生のうち、各国留学生会のコアメンバー40人を対象に「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、また、「参加したい」と答えた21人の理由は、「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。

CIPは以上のアンケート調査の結果を踏まえ、実践活動として「留学生自己PR動画」コンテストを企画し、SNSのFacebookと動画共有サイトのYouTubeのそれぞれに「留学生自己PR動画の応募」ページを作成し、平成27年1月から約2か月間、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（特に制限なし）、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（特

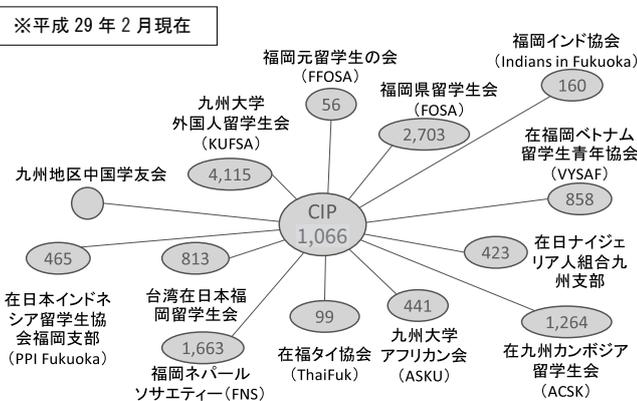


図2 SNSによるCIPと各留学生会とのネットワーク  
出所：著者作成

に制限なし)を提示した。

以上の内容で応募を受け付けた結果、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、平成27年2月28日に福岡市内にて「留学生自己PR動画コンテスト」を実施した。審査委員は、国内の公的及び民間の留学生支援機関関係者、海外の公的留学生支援機関関係者、福岡で働く元留学生それぞれ1名が務めた。審査委員の評価項目としては、有識者の意見を参考とし「表現能力」「自分だけのスキル(専攻、資格等)」「マナー(人格)」「熱意」の4つの項目を設け、各5点とし、合計20点満点で評価を行った。また、大学関係者、企業関係者、留学生、元留学生、市民など80人余りが会場を埋めた。その参加者にも、19作品のリストシートを配付し、上記の評価項目を説明した後、各動画から伝わる印象を自由記述の上、一番よかった作品を3つ選んでもらった。留学生自己PR動画コンテストでは、4つの項目を基準に4人の審査委員により選ばれた5作品と、評価項目なしで動画から伝わる印象を元に一般参加者から選ばれた3作品をそれぞれ「優秀自己PR動画」と「特別自己PR動画」に選定した。優秀・特別自己PR動画として選別された作品の特徴としては、特に「自分だけのスキル」と「表現能力」が優れており、それらの動画は自ら撮影したものであることが確認できた。

ここでは「優秀及び特別自己PR動画」が視聴者にどのような印象と情報を与えたのかについて把握するため、それぞれ1作品を取り上げ、有識者及び一般参加者からの意見を以下にまとめる。

#### (1) 優秀自己PR動画の例(写真1)



- ・ **感じた印象**：簡潔で良い、日本語(発音)が上手。
- ・ **得られた情報**：インターンシップで半年間福岡に

滞在、日本語能力試験2級、平成24年の1年間留学中福岡に住みたいと思った。

- ・ **改善点**：志望業界を決めたらなお良い、視線をカメラに向けると良い、就きたい職種が不明。
- #### (2) 特別自己PR動画の例(写真2)



- ・ **感じた印象**：積極的な姿勢が伝わる、誠実で丁寧な説明である、分かりやすく印象的、彼の夢を支援したくなった、日本語が上手、写真を入れており分かりやすい、自分のアピールが明確である、全体的に完成度が高い、日本語が上手、ユニーク。
- ・ **得られた情報**：西南学院大学での留学経験あり、英・日・フランス語ができる、交渉術を学んでいる、日本でビジネスインターンシップがしたい、国際ビジネスに関する仕事がしたい。

以上のように、各評価項目の優秀自己PR動画に対する意見の中には、動画から伝わる印象だけではなく、短時間で得られた情報を記録するケースや、より良い自己PR動画への改善方法を提示するケースなどがあり、その中でも就職したい業種が不明確であるという意見が多かった。また、「特別自己PR動画」からは、ユニークさやアイデアも自己PR動画の重要な要素の一つであることが窺えられる内容を確認することができた。

留学生の自己PR動画に対し、登場側の制作趣旨と視聴側のアドバイス等が双方に交換できるような仕組みの提供が出来れば、留学生の自己PR力の向上に繋がるとともに、見る側にとっても必要な情報を得ることが期待できる。また、優秀自己PR動画のような「自分だけのスキル」「表現能力」に優れた動画を企業側に配信する仕組みに加え、特別自己PR動画のような「ユニークさ」「アイデア」に富んだ動画の活用方法について工夫が必要であると思われる。

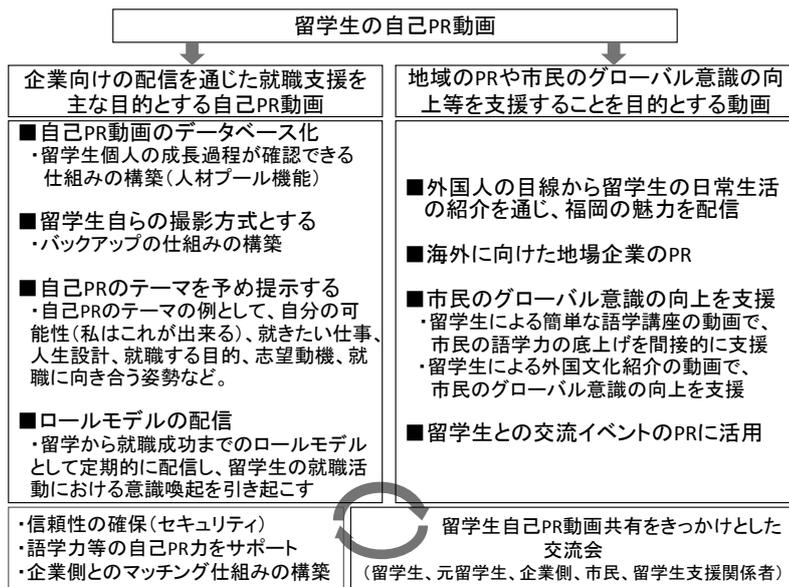


図3 留学生自己PR動画の活用における方向性 出所：著作作成

ここでは、留学生の自己PR動画の活用について、有識者や留学生支援団体の関係者、大学関係者などを交えて行った意見交換での内容を以下にまとめる。意見交換では、「自己PR動画に必要と思われる要素」と「今後留学生の就職支援に向けたICTの活用における課題」について議論した。ここから得られた自己PR動画に必要な要素は、自己PR動画コンテストで用いた4つの評価項目に加え、明確な目標、意気込み、相手の立場で物事を考える姿勢等、より詳細な内容が得られた。また、自己PR動画の活用によるメリットとしては、自己分析に有効であるなど就職支援の側面からの内容だけでなく、福岡のPRやSNSによる留学生ネットワークの構築、留学生受入れ環境の整備などの側面からの内容も見られた。

以上の結果から、「優秀自己PR動画」の必要要素として、「専門性」「自分だけのスキル」「人間性」「熱意」「積極性」「明確な目標」「表現能力」「語学力」を、また「特別自己PR動画」の必要要素として、「ユニークさ」「アイデア」を抽出し、評価基準の項目として定めた。

また、CIPが確立した留学生の自己PR動画活用における方向性を図3に示す。審査の結果、「優秀自己PR動画」に選ばれたものは、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。

「特別自己PR動画」に選ばれたものは、地域のPRや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。留学生の受入れ及び定着のための環境づくりや、市民と地場企業のグローバル化

に貢献する可能性を秘めているからである。

以上の留学生自己PR動画を通じた交流会を定期的実施し、双方のニーズのマッチングを図る事は、留学生自己PR動画の活用による就職支援において重要な原動力となる。

一方、留学生自己PR動画を活用した留学生と地場企業とのマッチングが有効的に行われるための課題としては、①留学生の自己PR動画への参加率アップ、②グローバル意識のある地場企業の発掘、③自己PR動画の審査の流れを構築、④自己PR動画の配信に対する信頼性の確保が想定された。CIPでは、これらの課題解決を試みるため、留学生自己PR動画を活用する交流会を企画し、実証実験を行った。

#### 4. 自己PR動画を活用する交流会とその成果

##### 4.1. 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



写真3 『CIPカフェ』の様子 出所：著者撮影

表1 『CIP カフェ』 外国人参加者の内訳

(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	カンボジア	メキシコ	スリランカ	イギリス	カナダ	マレーシア	ナイジェリア	合計
留学生	57	31	8	7	20	4	14	14	7	5	5	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	184
元留学生	5	22	40	16	1	10						1							2					1	98
外国人計	4	1	2	1	1	1			2		5	2	2	2	2	1			2		2	1	2	2	27
合計	66	54	50	24	22	15	14	14	7	7	5	6	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	3	1	309

(単位:人)	留学	技術・人文知識・国際業務	高度専門職	特定活動	日本人の配偶者等	短期滞在(観光)	文化活動	研究	教育	経営・管理	教授	家族滞在	合計
留学生	182												182
元留学生			63	21	10			2	2				98
外国人		2		2	12	5		2	2	2	2	2	29
計	182	65	21	12	12	5	2	2	2	2	2	2	309

(注)：上記の項目のうち、「外国人」は留学経験のない外国人を指す。  
出所：著者作成

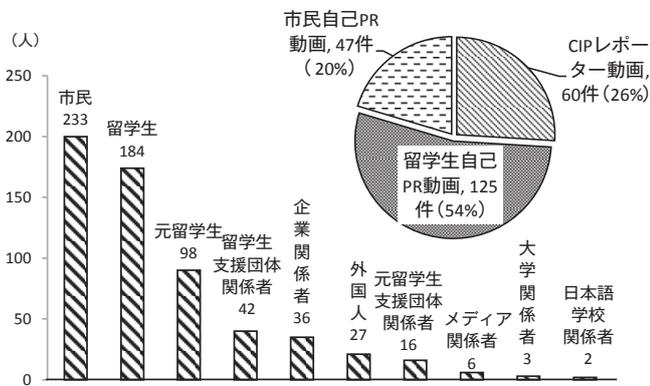


図4 『CIP カフェ』 参加者の内訳と動画数  
出所：著者作成

を図るため、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』を、平成27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3)。平成29年2月まで(23回)の累計参加者数は、市民233人、留学生184人、元留学生98人等の延べ647人に上る。外国人側の国籍は、ベトナム、ミャンマー、台湾、アメリカ、スイス等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」、「経営・管理」等、12種類と幅広い(表1)。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するもの、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するもの、④九州・福岡での日常生活の魅力配信のために活用するものの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って、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、CIPコアメンバーの一人で、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。このような成果に対し、外部からの評価も出始めており、独立行政法人日本学生支援機構の「留学交流」<sup>(6)</sup>では、「CIPの取組みは、ロールモデルやキーパーソンを多数輩出し、日本語学習や就職活動等のノウハウを国内外に情報配信できるという好循環が期待される」と取り上げられた。

『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。毎回の平均参加者は30人程度である。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。

#### 4.2. 留学生と企業との交流会『CIPサロン』

CIPは自己PR動画を活用し、留学生と地場の中小・ベンチャー企業とのマッチングを図るため『CIPサロン』を企画し、平成27年10月から福岡市内で4回開催した。これまでの累計参加者数は、企業関係者34人、留学生22人、元留学生12人の延べ68人である。『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。留学生の自己PR動画の精査スキームは、以下のような流れである。

##### (1) グローバル意識のある参加企業の確保

留学生自己PR動画の活用による留学生の就職支援は、グローバル意識を持つ参加企業を予めどれだけ多く確保できるのかに尽きる。何故なら参加企業の業態を事前に把握し、そのニーズと留学生の就職希望業種をどれだけマッチングできるのかが、就職後の留学生の転職等を防ぎ、企業の留学生に対する認識の好転換に繋がるからである。CIPは、グローバル意識のある参加企業を確保するため、海外展開を、またはそれを行おうと考えている福岡県内企業経営者及び次世代の経営層を対象に、海外ビジネスでの実践力等を学ぶ「グローバル経営者養成塾」に着目した。その主催者である福岡アジアビジネスセンター（福岡県）を『CIPサロン』の共催機関とした。「グローバル経営者養成塾」では、「異文化マネジメント」「海外展開に必要な経営視点」等をテーマにした講演会が行われ、その参加企業関係者に対し、事前オリエンテーションを開催し、留学生に対する偏見や思い込みを解消するための意識改革を図りつつ、これから外国人採用を目指す企業に対するグローバル化準備のための提言を行いながら『CIPサロン』への参加企業を募った（写真4）。『CIPサロン』全4回34社の参加企業に対し、「業態」「留学生及び元留学生への質問」「必要とする人材像（国籍、専攻含）」「参加留学生に対する要望」等を事前調査した。参加企業関係者の留学生に対する要望の事例は、以下のとおりの内容等であった。

##### ①事例1（インバウンド展開のための人材）

食品加工メーカーで、ハラル食の開発し、インバウンドでの展開を考えている。生産部門と企画部

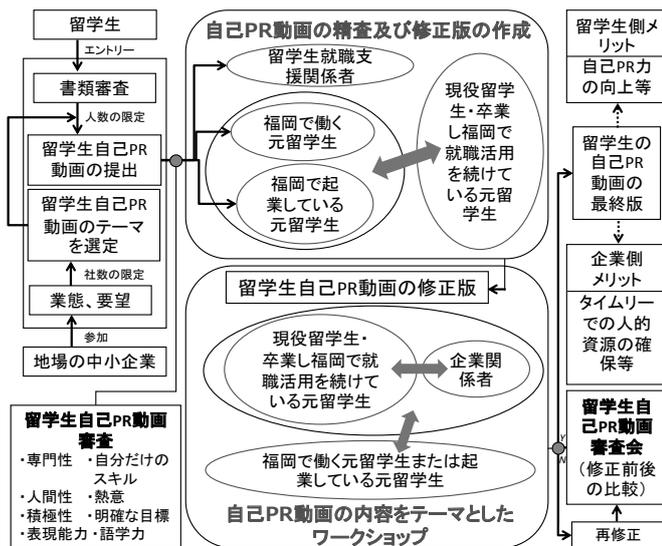


図5 『CIPサロン』の自己PR動画の精査スキーム  
出所：著者作成



写真4 『CIPサロン』事前オリエンテーションの様子  
出所：著者撮影

門で、ムスリムの方の雇用を考えている。

### ②事例2（海外展開のための人材）

東南アジアへの販路拡大を検討しているが、海外展開を行う人員がいらないため苦勞している。海外の取引先とのやり取りに関し、サポートできる方で、まずは英語が堪能な方を探している。将来は、同社の海外展開部門を任せられる方を育成したい。

### ③事例3（海外展開のための人材）

介護をするための、一般車で使える組み立て式スロープを開発した。現在特許申請中で、今後留学生の力を借りて世界に広めていきたい。ターゲットは韓国や中国だが、英語もできる人材が欲しい。韓国人や中国人留学生は英語も優れていると思っている。

## (2) 参加企業のニーズに沿った留学生の確保と自己PR動画の事前提出の義務化

参加企業のニーズを上手く留学生に伝えるための仕組みとして、『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を選抜し、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る事にした。そこで、参加企業のニーズに応えるべく、より多様な出身国・地域の参加留学生を確保するため、福岡県内の留学生に総合的な支援を行っている「福岡県留学生サポートセンター運営協議会」とも共催した。同協議会は、福岡県内の11大学などから構成されているため、参加留学生の選出が容易である。またCIPからも『CIP カフェ』に参加した留学生の自己PR動画のデータベースから、参加企業のニーズに一番近い作品を絞り、留学生本人に参加を呼び掛けた。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。提出済みの動画は、「優秀自己PR動画」の必要要素を評価項目として抽出した8つの審査基準を適用し、関係者による評価を行った。

また、参加留学生に対し、「国籍」「専攻・学年」「就職希望分野」「企業関係者への質問」「元留学生への質問」等を事前調査した。参加留学生の企業関係者に対する質問は、以下のような内容等であった。

### ①事例1（採用一般）

- ・求めている人材像。
- ・企業関係者の外国人留学生に対するイメージ。
- ・企業として留学生を雇うメリット。
- ・福岡で、インドネシアと取引のある会社の情報。
- ・将来、起業を考えているが、ビジネス時の集客方法と外国人スタッフの管理方法。

### ②事例2（面接）

- ・IT系企業に就職するための有効な資格と面接方法。
- ・外国人を採用する際、面接時の判断基準。
- ・面接時、担当者に良い印象を残すための方法。

### ③事例3（採用後）

- ・採用後、外国人社員によってトラブルが発生した時の解決方法。
- ・外国人社員に対するパワーハラスメントやマタにティーハラスメントなど人権問題について。

また、参加留学生の元留学生（卒業し、就業中の外国人）に対する質問は、以下の内容等であった。

### ①事例1（就職一般）

- ・日本での具体的な就職活動の内容。
- ・在留資格の変更や更新方法。
- ・社会人としての生活内容。
- ・在職中の会社の外国人採用状況。

### ②事例2（面接）

- ・面接時、緊張せず自己表現が上手くできる方法。

### ③事例3（就職後）

- ・福岡で就業、または起業中に、一番困ったこと。
- ・日本で働くことに対する満足度。
- ・外国人が知らない職場の雰囲気や勤務に必要な知識、マナー、ルールなど。
- ・就職後、学生時代に比べて一番変わったこと。



写真5 『CIP サロン』個別相談会の様子

出所：著者撮影

### (3) 個別相談会及び自己PR動画の修正版の作成

『CIPサロン』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5)。これは、「企業関係者と留学生の交流会」の事前オリエンテーションとして位置付けられ、就職活動中の面接経験等や地元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。

### (4) 企業関係者とのワークショップ

『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・企業関係者が交じったグループを作り、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6)。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。留学生の就職指導の2つの大きな柱として、「自己分析」と「企業研究」があると言われているが、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。しかし『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」が出来、結果として「自己分析」と「企業研究」の2つの領域が



写真6 『CIPサロン』ワークショップの様子

出所：著者撮影

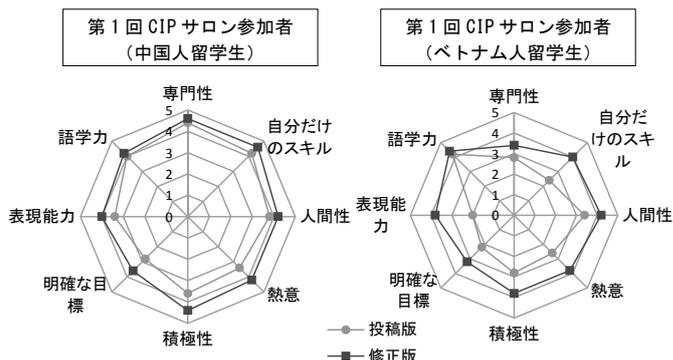


図6 『CIPサロン』自己PR動画の評価結果例

出所：著者作成

初めて合わさり、真の自己PRに繋がる事が確認できた。これは、動画の評価結果としても表れている。例えば、『CIPサロン』に参加した留学生二人の参加前後の自己PR動画の評価結果例(図6)をみると、中国人留学生の場合、「熱意」「積極性」「明確な目標」「表現能力」の順で、ベトナム人留学生の場合「自分だけのスキル」「表現能力」「熱意」「積極性」の順で、評価が上がっている。「CIPサロン」で集まった15本の動画の評価結果でも、「優秀自己PR動画」の評価基準の中で「語学力」を除いた全ての評価項目の点数が上がる結果を得ることができた。

### (5) 「CIPサロン」の成果

『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。その事例を以下に取り上げる。

#### ①タイムリーなニーズのマッチング

『CIPサロン』のスキームを通じ、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(Cip kyushu YouTube Channel)に限定公開(検索できず、URL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(QR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」との情報が入り、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」と評価した。

## ②遠隔地間のニーズのマッチング

大分県湯布院の老舗旅館から、CIP 運営の SNS で「旅館のスタッフとして日本語と英語ができる留学生を探している」という内容のメールが CIP に届いたが、その情報を CIP の SNS を通じて共有した結果、ネパール人留学生（『CIP カフェ』参加者）とバングラデシュ人留学生（『CIP サロン』参加者）から応募意思の連絡があった。留学生本人が直接履歴書と自己 PR 動画を送った結果、バングラデシュ人の日本語会話レベルが高く評価され、福岡市内での最終面接が決まった。

現在も、福岡地域だけではなく、九州圏内地場企業から CIP 運営の SNS に、アルバイトや正社員等の求人情報が寄せられている。

## 5. 自己 PR 動画を活用したマッチングサイトの構築

CIP では、地場企業のニーズに応えるべく、上記の二つの交流会を通じてデータベース化した留学生自己 PR 動画を、会員企業関係者のみが閲覧できるマッチングサイト（www.cipfukuoka.com）を構築した（写真 7）。CIP に求人情報を SNS で提供している企業の殆どは中小企業やベンチャー企業であるが、その事業領域は狭く海外の展開先も限られているため、大企業に比べ、より細かな条件やタイムリーな人材の確保を求める傾向がある。このサイトで



写真7 自己 PR 動画を活用したマッチングサイト  
出所：www.cipfukuoka.com

は、動画を「就職」「転職」「インターンシップ」「起業」の4つのカテゴリーに分け、さらに、「国籍」と「専攻」が検索できるようにし、各企業の人材像に一番近い人物の動画が閲覧できるように配慮している。また、セキュリティを高め、留学生からの信頼性を確保するため、CIP の賛助団体会員のみ ID とパスワードを発給し、ログイン状態で動画を閲覧する仕組みを採用している。但し、動画の内容の質を高めるため、留学生が直接動画をアップロードする機能はつけていない。

## 6. 地方創生に向けた CIP 活動の拡大

「まち・ひと・しごと創生基本方針 2016」<sup>(7)</sup> では、地方創生は平成 26・27 年度の国及び地方の戦略策定を経て、平成 28 年度から本格的な事業展開に取り組む段階とし、「地方にしごとをつくり、安心して働けるようにするーローカル・アベノミクスの実現ー」のため取り組むべき項目として、「地方と世界をつなぐローカル・ブランディング」や「地方の先駆的・主体的な取組みを先導する人材育成」などが挙げられている。ここでは、上記の内容を踏まえ、外国人材の活躍支援の仕組みを、地方のグローバル教育環境づくりやインバウンド観光等の促進、地場企業のグローバル意識改革などの取組みにまで拡大することで、地方創生に向けた事業展開を図っている CIP の活動を紹介する。特に、「安心・安全に関する取組みとも調和させて進めていく」という地方創生の基本方針を考慮し、震災に対応した取組みについても取り上げることにする。

### 6.1. CIP と地域との関わり

現在、CIP の活動は、自己 PR 動画を活用した留学生の就職支援から飛躍し、留学生と地域との関わりを深めながら、互いが支え合う地域づくりを目指し、以下の活動を実施している。

#### (1) グローバル化に対応した教育環境づくり

平成 27 年度から継続して、博多女子高等学校（福岡市）の「課題研究授業」を受託している。CIP の留学生ネットワークを活用し、在籍高校生に向けたグローバル意識向上のための教育活動をサポートす



写真8 グローバル教育関連セミナー

出所：中村学園大学短期大学部提供

るもので、留学生が、出身国の文化や言葉を教えている。授業を担った留学生には、毎回の授業報告書の提出を義務付け、その内容をCIP事務局が添削することで、留学生の日本語文書作成能力が向上できるよう指導を行っている。

また、地域大学への講師派遣事業も受託している。平成28年2月には、中村学園大学ハラル研究会主催の「インドネシアの食文化とハラルミールの基礎知識」をテーマにした研修会に、CIPのメンバーで、九州ハラル協会会長を務めている元留学生を派遣した。ここでは日本国内のムスリムが抱えるハラルにおける問題点や九州ハラル協会のハラル認証活動等について、学内の教職員及び学生に向けた講演を行った。平成28年11月には、中村学園大学短期大学部食物栄養学科・キャリア開発学科・幼児保育学科の選択科目「世界の食と文化」のゲストスピーカーとして、福岡在住の元留学生講師を2回派遣した(写真8)。

さらに、平成28年6月からは、地域で子育てをしている日本人と外国人住民との交流を行っている「Mimosa」と共催で、「親子で国際交流&留学生日本語添削サポート(Mimosa×CIP)」を実施している。この活動は、外国人に接する機会の少ない親子には安心して国際交流を楽しむ機会を提供し、留学生には交流と日本語添削を受ける事で語学力向上と滞在経験の充実を図る事が目的である。共通語は英語と日本語であるが、留学生の母国語を織り交ぜた交流を行う事で、学び合いやその国の理解につながる場となっている。

## (2) インバウンド観光等の促進

平成27年度補正・地方創生加速化交付金の交付対象事業として採択された福岡県八女郡広川町提案の「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た。平成28年12月から、上広川地域を中心に、①上広川小学校における英語教育だけではない国際理解教育、②外国人観光客向け商品開発や海外展開可能性調査、③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の3分野で取り組んでいる。

既にCIPは広川町との繋がりを持っており、例えば、平成28年9月には、広川町国際交流協会の依頼で、「第26回広川かすり祭」の‘久留米絁着物ファッションショー’や‘かすりんぴく(反物巻き競争)’などに参加した。CIPでは、その様子を撮影し、参加した感想や英語字幕を取り入れた「Hirokawa」(写真9)という地域PR動画を作成し、外国人の目線から地域の魅力についてSNSを通じて配信した。



写真9 『広川かすり祭』のPR動画

## (3) 地場企業のグローバル意識改革セミナー

福岡の地場企業(グループ社員数約1万人)関係者が『CIPカフェ』に参加したことがきっかけで、同社員を対象とした「グローバルシティズン勉強会」への講師派遣依頼をCIPが受け、平成28年11



写真10 地場企業のグローバル意識改革セミナー

出所：著者撮影

月に元留学生を派遣した(写真10)。この勉強会は、国際理解や異文化コミュニケーションなどグローバル人材として必要な知識が学べる機会を提供することを目的に、年6回ほど実施している。CIPは、このような派遣事業を、外国人採用を目指す地場企業に対する「グローバル化準備セミナー」や、社員の外国人に対する偏見、思い込みを解消するための「意識改革セミナー」として拡大していく準備を進めている。

#### (4) 災害に対応した安全・安心な地域づくり

平成28年10月には、福岡日本語支援ネットワーク主催「災害から私たちを守ろう～外国人と日本人がいっしょに考える地域づくり(公益財団法人福岡県国際交流センターの「地域国際化推進活動支援事業」)を提携して実施した。このイベントは、災害時に備え、留学生を含む在住外国人と市民が協働で地域づくりを考える場を設ける事で、安心・安全な地域づくりを目指すものであり、①災害時のやさしい日本語についての研修会、②災害場面でのコミュニケーションやWeb(SNS等)の活用についてのワークショップ、③外国人と日本人が共に安心して住める地域づくりについての意見交換会から構成され、CIPからはコーディネーターと、その他13人の留学生及び元留学生を派遣した。具体的には、災害が起きた時に地域で暮らす外国人にどのように災害情報を伝え、コミュニケーションをとればいいのかについて議論を行った(写真11)。



## 6.2. CIPのグローバル化

CIPは平成28年度から、海外都市の大学とのネットワーク構築による九州地方への人材の誘致(インターンシップ、留学等)の促進に向け取り組んでいる。その一環として、平成28年3月に釜山市、



写真12 『CIPカフェ in 釜山』の様子 出所：著者撮影

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(写真12)。福岡と超広域経済圏を構成する釜山市を例にあげると、IT関連学科や学内の起業サークルの活動で知られ、在学生の海外スタートアップ関連イベントへの派遣や海外インターンシップを積極的に推進している東明(ドンミョン)大学と交流の接点を設けている。「CIPカフェ in 釜山」では、東明大学とCIPの両側の活動紹介に加え、自己PR動画を活用した福岡と釜山両地域における人材活用が議論された。その結果、東明大学側は平成28年6月から、九州地方への在学生の派遣事業において、CIPの自己PR動画の仕組みを積極的に活用する事を決め、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SNSで送られた。動画の内容は、夏休みを利用し、福岡市内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13)。



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系サービス企業に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支部を設置し、平成28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14である。

## 7. まとめ

本研究では、外国人材の活躍支援の新たな方法として、ICT領域の一つであるソーシャルメディア(SNSや動画共有等)の運用に着目し、『CIP(Creative Interchange Platform)』という留学生支援団体を立上げ、実証実験を通じて、地方創生の観点からその効果と課題の解決案を示した。

外国人材の活躍支援において、ソーシャルメディアの活用は特に以下の3点で、そのメリットは非常に高い。一つ目は、留学生や元留学生、外国人によるSNSのコミュニティは数多くあり、福岡の場合、400人以上のユーザー数を有するコミュニティは10件を超えていることである。そのため、内容がネット上で見える化されたソーシャルメディアは、留学生向けの情報の共有・収集が容易である。CIP運営のSNSを例で見ると、ユーザー1,066人の国籍と利用地域は、それぞれ45ヶ所、利用時の言語は23種類で、なかでも、動画による情報配信の場合、そ

の閲覧回数はテキストより数倍も高い結果を得られており、就職関連情報の提供に効果的であることが確認できた。

二つ目は、海外展開を考えている、もしくは将来海外展開を予定の企業側(特に中小企業)の人材確保においてもメリットが高い点である。「CIPカフェ」や「CIPサロン」に参加した企業関係者からは、留学生の自己PR動画の活用について、①中堅・中小企業にとってコスト面における負担を軽減できる、②エントリーシートでは伝わりにくい留学生の人柄や熱意などをつかめ、志願度の高い学生を見極める事ができる、③海外展開など、中・長期な採用計画を立てていない企業にとっては、タイムリーな人的資源の確保に繋がる、④外国人の目線から企業PRを行う事ができ、オウンドメディアとしても活用できるなどの意見が多かった。

三つ目は、留学生と地域住民間の意思疎通のためのツールとして活用できる点である。留学生活中に感じた魅力や経験したことについて、外国人の目線でソーシャルメディアを通じて配信することで、留学生にとっては自己PRに繋がり、地域住民には地域のPRに繋がるというウィンウィンの関係を築く

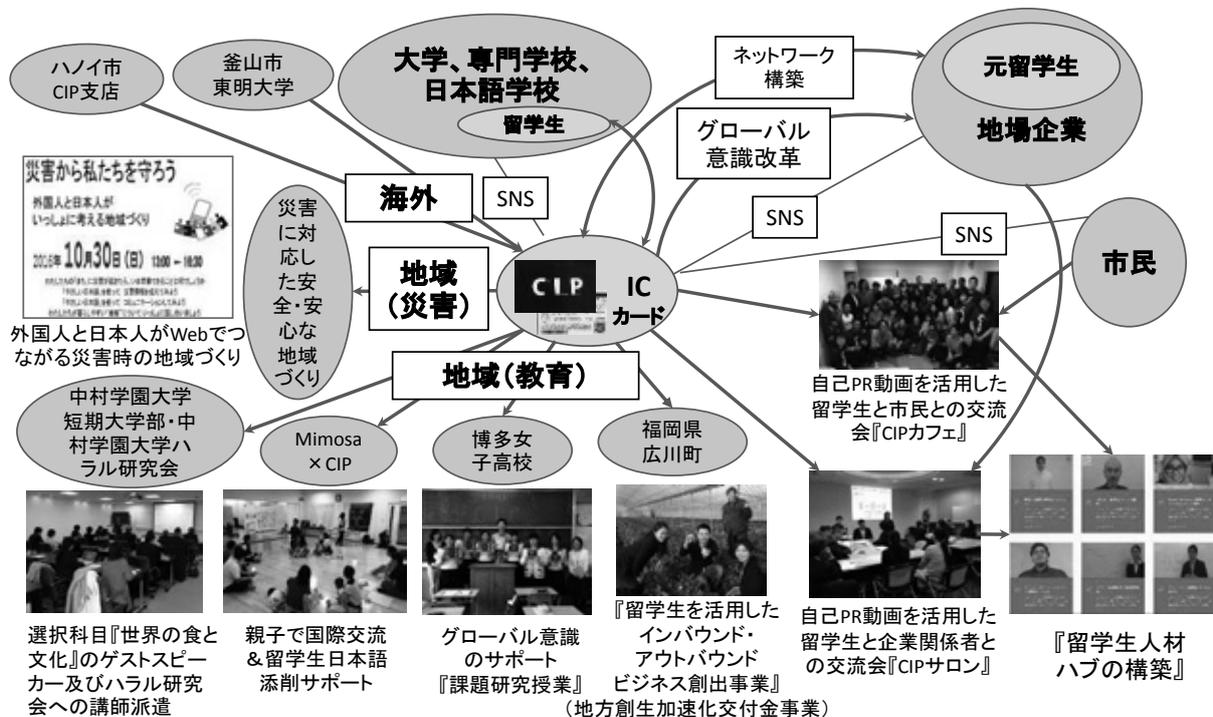


図7 CIPの実証実験 (ICTを活用した外国人材の活躍支援と地方創生に向けた取組み) 出所: 著者作成

ことができる。

これまで CIP での活動を皮切りに、著者は、九州グローバル産業人材協議会（九州経済産業局、九州経済連合会、麻生塾）の依頼を受け、「平成 27 年度九州地域における SNS を活用した人材マッチング事業研究会（以下、SNS 委員会）」の委員を務めることになった。留学生の自己 PR 動画を活用した九州の地場企業と留学生とのマッチングについて実証実験を行うものであったが、この研究会の成果の下で、九州の 7 県が提案した「九州グローバル人材活用促進事業」が、平成 27 年度補正・地方創生加速化交付金の交付対象事業として採択された。これにより、平成 28 年度からは、福岡県留学生サポートセンター運営協議会が窓口となり、留学生の自己 PR 動画を活用した人材マッチング事業が本格的に実施される事になった<sup>(8)</sup>。今後福岡地域を含む九州地方においては、留学生自己 PR 動画を活用した就職支援制度が一層広がり、その重要度は増していくと思われる。

設立以来約 1 年半の間、CIP では図 7 で示している内容の実証実験を行ってきた。留学生自己 PR 動画による外国人材の活躍支援に向けた CIP の取り組みは当初、その実現に向けて、いくつかの課題が想定された。その解決方法として、留学生に対し、多分野で活躍している市民に向けて自己 PR を行う機会を定期的に与える仕組み（『CIP カフェ』）と、企業のニーズを上手く留学生に伝えることで、企業向けの自己 PR 力の向上に繋げる仕組み（『CIP サロン』）を提供した結果、就職に繋がるなどの成果が得られた。また、CIP は就職支援だけに留まることなく、地域との関わりや海外からの人材のインバウンドまでを視野に入れ活動する事で、留学生と市民、企業関係者、地域、海外のそれぞれが必要とするニーズに応えられるスキームを、動画共有や SNS 等 ICT 機能を取り入れ実現させている。

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ろう。地域が抱えている課題やニーズを日本人と外国人が共に考

え、その改善に向けて取組む事が今の時代に求められている。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で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考えている。

今後の CIP 活動におけるビジョンを図 8 に示す。平成 27 年からの『CIP カフェ』と『CIP サロン』を継続実施し、留学生自己 PR 動画のデータベースを一層強化する事で、平成 29 年度を目途に留学生人材ハブ機能の構築を目指す。また、CIP 運営のマッチングサイトの利用を促進するため、成功事例を増やし、市民や企業の新規会員の確保に努力する。さらに、会員制の IC カードの導入を検討し、ICT の活用による地域との関わりについて創意工夫し、地方創生に向けた革新的な仕組みの開発に挑戦する。平成 30 年度以降は、外国人材が住みやすく働きやすい地域づくりに貢献できるよう、地域との連携を強めていく。

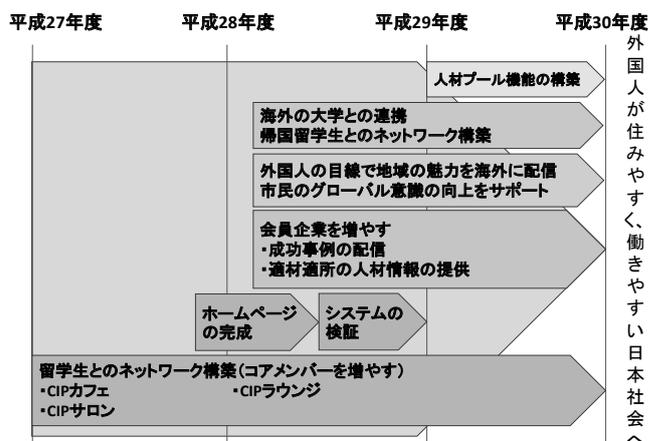


図 8 CIP のビジョン 出所：著者作成

## 謝辞

本研究において、CIP 設立時から活動を共にした「CIP 共同代表」クマル・ダルメンドラ / Kumar Dharmendra 氏、「CIP 事務局長兼ハノイ支部長」木村理恵氏、その他 CIP コアメンバーの皆様には大変お世話になりました。ここに記して、感謝の意を表します。

なお、本論文は、地方シンクタンク協議会『論文アワード2016』で優秀賞を受賞した内容を基にしています。

#### 参考文献

- (1) 内閣官房：まち・ひと・しごと創生法 / まち・ひと・しごと創生総合戦略 - 概要 -, 2014
- (2) 内閣府ホームページ：<http://www5.cao.go.jp/keizai/gaikokujinzai/index.html>
- (3) 福岡市、Fukuoka D.C.：「グローバル創業都市・福岡」ビジョン、2015.3
- (4) 守屋貴司：日本企業の留学生などの外国人採用への一考察、日本労働研究雑誌 54(6)、29p-36p、2012.6
- (5) 柳基憲他：グローバル人材活躍型都市形成に向けた外国人留学生の就職支援に関する調査研究、公益財団法人福岡アジア都市研究所、2014.3
- (6) 独立行政法人日本学生支援機構ウェブマガジン
- (7) まち・ひと・しごと創生基本方針2016、2016.6.2
- (8) 日本経済新聞（九州・沖縄）：九州企業と留学生つなぐ九経連など、動画活用の就職情報サイト、2016.5.20（朝刊）

