

外国人留学生雇用で活性化



スーダン出身の新入社員(左から2人目)らも参加したアドックインターナショナルの研修(立川市で)

外国人留学生を営業などに雇用する動きが、多摩地区の中小企業にも広がっている。2008年のリーマン・ショック以降に強まった海外展開を進める経営戦略などが背景にある。日常的に接することで、日本人社員の刺激にもなっている。

多摩の中小 海外戦略の担い手に

「現地の言葉や文化を知らない」と商品は売れない。昨年、大学を卒業した中国人留学生を営業担当として新卒採用した工業用シール製造会社コスモテック(立川市)の高見沢友伸社長は、狙いを説明する。

高い意欲や能力 日本人社員刺激

同社では、売上げの半分以上が海外、特に中国への輸出だ。リーマン・ショック以降、国内の取引先が事業から撤退したり、生産拠点を海外に移したりする

計測機器を製造・輸出するコスモテック(八王子市)も、これまでに中国やネパールなどからの留学生5人を採用、中国やインドに派遣してきた。古瀬智之社長は「日本人でも英語なら何とかなるが、中国語やヒンズー語は難しい」と話す。

日本人社員への刺激となっているのが、その高い意欲や能力だ。

「会社説明会での『ギラギラ感』が日本人と全く違う」。そう語るのは、通信システムの設計・管理を行うアドックインターナショナル(立川市)の小林常治社長。今春採用した31人中3人が、中国とスーダン、ケニアからの留学生だった。

本格的な海外展開はこれからだが、リーマン・ショック後、計約10人の外国人留学生を採用し、育成を進めてきた。小林社長は

「みんな明るくて前向き。私と彼らが英語で話していると、日本人の社員が危機感を覚えるようだ」と笑う。

留学生ではないが、栄铸造所(八王子市)は昨年末、難民のカメルーン人男性を採用した。熱心な働きぶりを見て、他の社員が仕事を分かりやすく説明しようと工夫したり、インターネットを使った英会話教室を受講したりするようになった。社内でも今後の海外展開を意識させるきっかけになっている。

企業に外国人留学生の紹介を行っている「アジアリンク」(小平市)の小野朋江代表は「海外展開にあたって人材確保に困る企業がある一方、日本の採用方法になじみず、就職先が見つからないまま帰国する留学生も多い。留学生は上昇志向が強い割に、大企業へのこだわりが少ない傾向があり、認知度が低くても好業績な中小企業とうまくマッチングすることが重要だ」と指摘している。

