



大野 順也

Junya Ohno

株式会社アクティブアンドカンパニー代表取締役社長兼CEO。人事戦略のコンサルタントとして、企業の抱える問題や課題に多角的な視点で向き合い、解決・提案している。著書に「タレントマネジメント概論」(ダイヤモンド社刊)がある。

海外での体験をいかに豊かに伝えられるかがカギ

企業の人事部を通して、私が見てきた海外留学経験者のパターンは、AさんBさんの2つに大きく分かれます。Aさんは、「留学したという事実」を評価してほしい人で、Bさんは「留学した積極性」を評価してほしい人です。企業にとって、どちらが魅力的かはいうまでもありません。Bさんタイプの学生や社会人は、外国語が話せるようになったかよりも、海外での貴重な体験をどう受け入れたかをアピールします。言葉も通じない、慣習や文化も違う環境のなかで、困難を乗り越えたことを自分自

株式会社アクティブ アンド カンパニー 大野 順也 社長にインタビュー

こんな留学生が就職・転職で成功する!

身の言葉できちんと発信できる人です。〇〇国に長期語学留学していただきました。海外の〇〇大学で単位を取りました」と、学業面ばかりをアピールする人より、Bさんタイプの方が、断然、面接官の印象が強くなります。

せっかく留学したのなら、失敗談でもいいので、その経験を面接官の前でしっかり話していくべきでしょう。実際の留学経験者たちは英語力にフォーカスするケースが多いようですが、語学は必要最低限なコミュニケーションツールであって、企業側は語学力プラスαを求めています。

また、海外留学体験を自らの成長とし、それをセールスポイントにしている人は、大学3年の冬から始まる新卒採用ラインに乗らなくても、就職できる可能性も高くなるでしょう。ベンチャーや中小規模の企業は通年採用も行っていることが多いです。「新卒採用のフレームに乗らないと就職できない」という時代は、私は終わりましたと思います。

英語が話せるようになったあと、海外で何をしたらいいかが重要

多くの企業は、従業員個人が持つそれぞれの能力・技術・経験・実績といった「タレント」にフォーカス

し、それを組織のなかで最大限に生かしていきたいと考えています。

ですから、経営者や上司が留学経験者に望むものは、語学力だけではなく、「留学経験者が、異国の地で何を考え、どう行動し、それを自分の中でどのように咀嚼し、いま、当人の血肉になっているか」ということで、企業は、「グローバル人材」としてのたくましい経験値を生かしてほしいと願っています。

これまでの「グローバル人材」の活躍パターンは、日本から海外に出て勉強(や体験)し、外国の企業、もしくは国内の企業で働きながら、その素養を発揮するのが一般的でしたが、それに加え、これからはインバウンドの外国人、つまり、日本で働く外国人をどうマネジメントしていくか、どうコミュニケーションを取っていくかということも重要になってきます。

これは、何も海外留学経験者(グローバル人材)だけの仕事ではなく、日本の企業で働く人々、とりわけ、管理職にも求められる能力です。

日本の企業で働く外国人と日本人による円滑な業務推進——そのためには、企業側の努力、受け手側の教育がさらに必要となるでしょう。日本人は日本の文化や歴史を正しく語

れないし、日本人のアイデンティティが薄い……こんな状況ではダメです。日本人が外国人と対等に話しかけないことが、外国人が日本人とコミュニケーション・エラーを起こしてしまう原因にもなりますから。

これから就職するためには、自分のキャリアプランを明確に

海外留学経験者に話を戻しましょう。私は、彼女らが自分の「キャリアプラン」をより明確にすることも強くすすめます。やっと就職しても、何となく「自分のいるべき場所はどこではない」「違う職場が向いているのでは?」という、ふわっとしたミスマッチ感で退職してしまう人が多いですね。アメリカの学生たちは学業とは別に、就きたい職業のインターンなどを通して実務を学び、その体験と大学での学習を糧に就職していきます。同じように、日本の学生も「自分がどういう専門性を持ち、どういうことを学んできたからこの仕事に就きたいのだ」という志を明確に持ち、それを就職活動時の面接で訴えてほしいです。

自分自身のキャリアプランをしっかり持った人材の獲得——これも、日本の企業が、いま求めているもののひとつなのです。