

【提言 1】外国籍市民等が安心・快適に暮らせる環境づくりに向け、必要とする情報を円滑に入手できるよう、情報発信のさらなる強化に取り組むこと。

京都市の外国籍市民数は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、令和 3 年 12 月末時点では、42,594 人となり、コロナ前の令和元年 12 月末と比較し、約 6,000 人減少していたが、令和 4 年 12 月末時点で、50,294 人と 1 年前と比べ、7,700 人増加している。今後、中長期的にも、外国籍市民数については増加していくことが見込まれる中、外国籍市民等が安心・安全で、かつ生き生きと暮らしていくためには、日本人と同様に、必要な情報をしっかりと得られる環境・体制を整えていくことが求められている。また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の状況下においては、さまざまな行政情報が発信される中、必要な情報をしっかりと外国籍市民等に届けることの重要性が再認識されたところである。

京都市では、区役所・支所の窓口などにおいて、テレビ電話型の翻訳タブレット端末を導入しているほか、国際交流・多文化共生の中核的施設である、京都市国際交流会館において、一般的な生活相談以外にも、行政サービスの利用や在留資格・出入国に関する手続きなどの目的に特化した相談事業を実施しており、令和元年度には、これまでの取組を拡充し、「京都市外国籍市民総合相談窓口」を開設するなど、多言語での対応については、一定体制を整えられてきている。

また、京都市国際交流会館においては、HP やメールマガジン、Facebook 等の SNS などのツールを活用し、多言語でさまざまな情報発信を行っており、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の状況下においても、そうしたツールを活用し、支援情報を含む感染症関連情報の発信などに取り組まれてきたところである。

一方で、昨今のデジタル化の推進に伴い、SNS の一層の普及などにより、情報の発信方法については、これまで以上に多様化しており、外国籍市民等が必要としている情報を届けるためには、こういったツールをいかに効果的に活用していくかが求められている。

また、コロナの感染拡大の状況下において、オンラインでの交流手段が充実していく一方で、対面交流の機会が減少し、孤立し、つながりを求める人々も少なくない。外国籍市民同士、あるいは外国籍市民と日本人が直接対話し、交流する「場」についても、その重要性が再認識されている中、京都市の国際交流・多文化共生の拠点である、京都市国際交流会館は、その「場」として果たすべき役割がますます増しており、同館のサービスや事業についても、日本人・外国人問わず、認知度についてもさらに向上させていくことが必要だと考えられる。

- 京都市国際交流会館について、日本人・外国人問わず、さらなる認知度向上・事業やサービスの周知に向けた取組を市民に身近な区役所などの行政機関や関係団体などが連携し、行っていくこと。
- SNSなど多様なツールを効果的に活用するとともに、京都市国際交流会館や国際関係団体、外国人コミュニティのキーパーソン、外国人を受け入れる企業などと連携し、外国籍市民等が必要とする情報が到達するよう取り組むこと。

【提言２】留学生を含む外国籍市民等が、京都の企業へ就労し、定着できるよう、関係機関と連携し、働きやすい環境づくりに向けた取組等を推進すること。

１ 外国籍市民等の就労・定着に向けた取組について

京都市には５万人を超える外国籍市民が在住されているが、そうした方々がいきいきと暮らしていくためには、安心・快適に生活できる環境が整うだけでなく、市内で就労することはじめ、様々な場面で、活躍できる環境が整っていることが重要である。

また、今後国内外から京都にお越しいただき、地域の担い手として活躍される方が増えることは、多くの市民にとって、様々な国の言葉や生活習慣・文化などに触れる機会が増え、多様な考え方を学べるとともに、地域の活性化、ひいては多文化共生社会の実現につながるものである。さらに企業にとっては、労働力の確保はもちろんのこと、多言語対応による外国人顧客との取引の円滑化・海外展開の促進など、競争力の向上にも寄与するものである。

そうしたことを踏まえ、これまでから京都市では、行政・生活情報等の多言語化や、相談窓口の設置、日本語教育などの支援が行われてきた。また、国などの関係機関においても、日本貿易振興機構（ジェトロ）の専門相談員などによる企業の支援や労働局による労働相談コーナーの設置など、就職・定着に向けて取り組まれているところである。

今後、外国籍市民や国内外の外国人等の就労・定着を円滑に進めていくためには、国や府、関係団体や企業と連携しながら、以下の取組を推進していくことが重要である。

- すべての外国籍市民等について、就労、地域への参画など、生活のあらゆる面で基盤となる日本語学習を行える機会をこれまで以上に創出すること。
- 京都市への愛着を深め、地域の担い手として活躍いただくためにも地域コミュニティへの参画が進むような取組や多文化共生社会の必要性や意義について、地域が理解を深めるための取組が求められる。

- 多様な価値観を受け入れる、差別意識のない職場は、外国籍市民のみならず、全ての働き手にとっても魅力あるものであることから、企業等の更なる意識改革や誰もが働き甲斐を感じ、自身の能力を活かせる環境づくりが必要である。
- 京都市における教育環境なども含めて、働くまちとしての魅力や優位性についても国内外にしっかりと発信していくことが必要である。
- 貴重な人材を活かすためにも子育て後の再就職や、帰化した方、外国にルーツがある市民等についても就労支援の取組が必要である。

2 留学生への就労支援について

外国籍市民等の中でもとりわけ、大学などで学ぶ留学生については、一般的に日本語でのコミュニケーション能力や地域社会への理解が比較的高い人材が多いことなどから、就職後にスムーズに企業や地域社会と溶け込むことが期待できる。こうしたことから、市内企業等への就職・定着につながる留学生の就労を支援することは、京都市の地域活性化に大きく貢献する取り組みの一つであると考えられる。

一方、日本における留学生は、約 60%が日本国内の就職を希望しているにもかかわらず、実際の国内就職率は約 30%に止まっている。((独) 日本学生支援機構「令和 3 年度私費外国人留学生生活実態調査概要」「令和 2 年度外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果」)

これは、留学生側から見ると日本の就職活動の仕組みの難しさや、留学生用の情報の入手などの面で課題があり、他方で企業側から見ると、日本語能力の不足や、日本企業における働き方への理解が不十分なことなどが課題として考えられる。(平成 26 年度経済産業省委託調査 新日本有限責任監査法人「外国人留学生の就職及び定着状況に関する調査」)

京都市においては、産学官が連携してオール京都で取り組む留学生スタディ京都ネットワークにて、留学生就職情報ポータルサイト「Beyond Study Kyoto」の開設による就職イベントや日本語講座等の情報発信、京都で学ぶ留学生がスムーズに就職活動を行えるよう、留学生向けの就業支援事業の紹介を行う説明会の開催、また、留学生向けインターンシップの実施などの取組を実施している

ところであるが、今後も、留学生が就職し、活躍していくためには、以下の取組を継続、更には充実していくことが重要である。

- 企業とのマッチングの強化や就職セミナーの実施など、これまでの取組を継続し、深化させていくことが必要である。
- とりわけ、インターンシップについては、日本企業における働き方への理解やコミュニケーション能力の上達など、留学生と市内企業等との相互理解を促進するためにも長期的なインターンシップが必要である。
- あわせて企業において、異文化理解が深まるよう、より一層啓発などに取り組んでいくことも必要である。

3 自治体を中心としたステークホルダーとの連携等について

外国籍市民等の企業での受入れ、定着や、就労支援に当たっては、京都市の活動だけでは限界があり、実際に受け入れる企業や経済団体、労働行政に関わる京都府や労働局やJETROなどの関係機関と連携・役割分担して取り組むとともに、外国籍市民向けの相談窓口や日本語学習等の取組を実施している京都市国際交流協会等との連携が不可欠である。

また、在留管理や労働行政を統括する国に対しては、在住外国人を含む多様な働き手が能力を発揮するための、企業への更なる周知啓発や日本語教育や生活相談、就労支援等を実施する自治体に対する財政措置の拡充などを求めていくことが必要である。

提言	外国籍市民等が安心・快適に暮らせる環境づくりに向け、必要とする情報を円滑に入手できるよう、情報発信のさらなる強化に取り組むこと。
主旨	委員発言要旨
京都市国際交流会館の認知度向上・事業やサービスの周知	中国語コミュニティやベトナム人コミュニティなどのチャット等で協会のサービスについてつぶやいてもらい周知する仕組みを進めるがよいのではないかな。
	（スタートアップビザという制度の周知にあたっては、）外国人へのPR方法として、インスタグラムとLinkedInというビジネスに特化したSNSを主に使用している。また、スラックというアプリでコミュニティを作って、そこにつぶやくことで周知する方法も使用している。
	京都市国際交流会館は、日本人が使用できる施設という印象が低く、外国籍の方に焦点を当てた協会の事業と、どなたでも利用できる会館の関係を、もう少しうまく説明しないと、市民に広がらないのかなと反省。
	情報発信の問題は、大きな課題だと痛感している。
	区役所に住民登録などに来られた時に、各種証明や住民票と一緒に協会のSNSやFacebook、ホームページの情報をQRコードで情報提供できれば一歩につながる。
	会館に来る人は、いきなりSNSやホームページで存在を知った人よりも、誰かから教えてもらったという人が多い。その教えてあげる誰かを増やす何かが必要。
	（濱屋課長の説明を受けて）場の大切さを実感している。地方自治体であれば公民館をもっと共生の場所として、もう一回学びの場所として見直そうということが、この（コロナによる）分断の時代に出てきている。
	コロナ禍において「場が大事」という話があったが、その通りだと思う。コロナ禍で青少年活動センターを閉めている時期は、孤立分断の状態にある人が多いと感じた。日本語教室をオンライン形式に切り替えて実施したときに、画面の中ではあるが、ボランティアスタッフと会ったときに「会えてよかった！」とすごく喜ばれた。
	行政通訳などのkokokaで行っている事業は、外国人の方にとって、情報提供だけでなく、心のサポートにもなっている。
	（藤田委員の発言に対して）住民登録の際に案内を配布していないことに驚いたが、絶対にやった方がいい。
	外国籍の方々自身に伝えるというよりも、彼らを受け入れている側（企業、自治会）に重点的に周知をしていくことが効果的。
	会館のような拠点は大切であるため、今の建物かどうかは別にして、今後も維持して欲しい。それと同時に、あちこちに点々と交番のように小さな会館のようなものがあること、「隣にある」というような状態にしていくことも、望ましい。会館のプロフェッショナルな知識を生かし、使い道に困っている小さなスペースと上手くマッチングして、毎日でなくてもいいので、まちなかのあちこちに支部があるようなことができたならとても良いと思う。
国際交流会館や関係団体と連携し、SNSなど多様な発信ツールを活用し、外国籍市民等が必要とする情報が到達するよう取り組むこと	相談業務を効率的に行うことや、より多くの人に知ってもらおうという意味では、デジタル化やSNSに大胆に舵を切っても良いのではないかな。
	取組を知ってもらおうという意味では、SNSなりの活用をもっと強化されるのがいいのではないかな。
	（スタートアップビザという制度の周知にあたっては、）外国人へのPR方法として、インスタグラムとLinkedInというビジネスに特化したSNSを主に使用している。また、スラックというアプリでコミュニティを作って、そこにつぶやくことで周知する方法も使用している。
	何事においても発信力がとにかく大きな問題である。発信しないと何も起こらないに等しい。良いものを作っても発信しなかったら人が来ないというのが事実。
	SNSは情報発信のツールとしてとても優れている。年齢によって、SNSでも、ツイッターか、インスタグラムか、Tiktokか、Wechatか変わり、運営にはとても時間がかかるが、その分成果が返ってくる。
	ウェブサイトを作る手もあるが、今はウェブサイトを作っても誰も来ない。携帯でしか動画等が入って来ないため、そうした観点からも発信する相手を選んで、集中して発信しないといけない。
	Eメールは読みにくい。
	どのように情報発信するかというところに、相当な時間を使っても良いのではないかな。今存在するツールを上手く活用できれば、より効率的に情報発信できる。
	（小山委員の発言に対して）SNSでの発信の重要性は共感できる。
	インターネットにアクセスできない方々への情報発信の方法が気になる。
その他	「海外からの寄附の受け入れ推進」について、ホームページが非常に硬くて分かりづらく、効果がないのではと心配。
	外国人への相談事業は非常に重要だが、単純に人間的なレベルでの交流も非常に重要。異国の地での生活面の悩みはあると思うが、単純に人と人との交流を求めるニーズは高い。
	相談業務に関しては、リアルな面談形式は、つながりの大切さの面で、電話やzoomでの相談に比べて重要。

提言	留学生を含む外国籍市民等が、京都の企業へ就労し、定着できるよう、関係機関と連携し、働きやすい環境づくりに向けた取組等を推進すること。
主旨	委員発言要旨
外国籍市民等の就労、定着に向けた取組	JETROのような就労支援、マッチングの取組が必要。
	外国では1つの会社に10年いればキャリアアップに繋がらないと考え好んで転職される方も多い。定着という概念が合わない気もする。
	育成・定着が課題。就職しても2、3年で帰国することが多い
	優秀で大企業に就職しても、差別や文化的な違いから力を発揮できないことが多い。
	定着が一番の課題。
	コミュニケーションや企業文化の違いなどが理由にある。
	JETROでは、企業に定期的にヒアリングを行い、対策を一緒に考えるような取組をしている。
	日本では、企業文化の違いもあるが、多くの企業で少しでも長い定着を求めている。
	日本の企業文化（定着）と外国人の考え方（キャリアアップ≠定着）の違いは大きな課題。ペアで仕事を配置するなど、辞めること前提の考え方も必要となってきた。
	外国人労働者も大事な従業員であるとの意識改革が企業側も消費者側も必要。
	外国人労働者の扱いについて非正規雇用も多く、ブラック企業等もある。若い労働者を育成していく視点も大切。
	高度人材は、世界との競争になるが、定着するにはどうすべきかを考えていく必要がある。
	JETROさんの取組は非常に大事で広げていく必要がある。
	結婚して子育てが終わった40代50代、特に女性の方について、高度教育を受けた優秀な方が多いが、正社員に就職しづらい状況がある。
	帰化した日本国籍で日本語ができない方はどこに助けを求めたらいいのか。
	JETROさんの取組に賛同する。
	定着について藤田委員の意見に賛同。会社内のつながりも大切だが、会社以外のつながりや自分の楽しみを見出すことが大切。企業外の部分で豊かな生活ができるかを地域で創出できればよい。
	留学生以外の方の就労の問題も重要なので、提言には盛り込んでほしい。
	定着がキーワード。日本社会、日本の企業そのものの在り方も含めて見直しが必要。
留学生への就労支援	留学生への取組は重要だが、もう少し幅広く、例えば外国出身の方で子育てが終わった方や帰化した方、外国にルーツがある方等へのサポートにも取り組んでいく必要がある。
	大学コンソがインターンシップ（無償・有償）に取り組んでいる。この取組に参加する企業を増やしていくことへの協力も1つの方向性。
	kokokaのインターンシップは無償で職業体験だけだが、お互いに刺激になってありがたい。
	外国人学生アルバイト等の扱いが非常に悪い。地域やいろんな人のサポートが必要。
自治体を中心としたステークホルダーとの連携	日本のインターンシップは短い。もっと長期間（3～6か月）で有償のインターンシップが必要。企業への働きかけ。
	京都市としてどこに取り組むかの具体的な提言はなかなか難しい。府国の取組との連携が必要。