



横浜での台湾インターンシップ生の受入 ～11年目を迎えた人材交流の歩み～

公益財団法人横浜企業経営支援財団
施設経営部長 池谷 嘉一

1 はじめに

横浜市の中企業支援センターである横浜企業経営支援財団 (IDEC) は、国際企業人材育成センター (ITI) 日本語班学生の横浜研修の受入に協力してきた。2006年からスタートした本事業も丸10年が経過し、2016年2月で11回目の受入を無事終了したところだ。この11年間に244名の学生が、のべ214社の横浜企業で研修を受けたことになる。この間の日台関係は、日本から台湾への投資拡大や台湾からの訪日者数の増加など緊密さを増した。受入事業もその意味合いを変化させながら、新たな10年に向けて歩み出している。

2 ITIの概要と学生

ITI (International Trade Institute) は台湾の既存の高等教育では得られなかった国際人材を育成するため1987年に設立された台湾貿易センター (TAITRA) 付属の専門組織である。日本語、英語、ドイツ語、フランス語などの外国語に加え、国際貿易や経営、国際人としてのマナーなどを総合的に教育している。台北・新竹・台中校に加え、高雄校の開校が準備中とのこと。日本語班は新竹校にあり、全寮制で2年間みっちり教育される。台湾や海外の大学・大学院を卒業後に入学し、企業での就業経験を持つ者もいる。新竹校の視察経験があるが、朝から晩まで日本語漬けになる環境が用意されている。寮で過ごす濃密な時間は学生同士の絆を深める。およそ1年半を過ぎた頃に、授業で学んだ日本語の実践と日本の企業文化や生活を体験するために日本研修が開始される。この

時期までには日本語能力試験で最も難しいとされるN1級の挑戦を全員が終えている。TOEICの平均は850点前後とのことなので、卒業時には3カ国語以上を操るようになる。卒業生は、華碩電脳 (ASUS) や微星科技 (MSI)、鴻海精密 (Foxconn) など台湾大手企業や日本の大手企業の台湾法人などに就職している。大手企業の経営者として活躍する人材を輩出している。

日本研修は約1ヶ月。1週間の全体研修 (東京) の後、学生は横浜組と福岡組とに分かれる。IDECはこの横浜研修に協力してきた。

台湾学生は、総じて真面目でおとなしいという印象だ。一方で、積極的で活発な面も併せ持っている。それを感じたのは、ITIの卒業式に参加した折りである。式典の厳かな雰囲気は日本と変わらないが、式の後半に披露された学生によるパフォーマンスに、その快活な一面を垣間見ることができた。学園生活を振り返ったミュージカル仕立てのパフォーマンスの印象は、今も鮮やかに



始業レセプション

残っている。

3 受入企業の推移と意識の変化

横浜での受入企業の移り変わりを振り返ってみたい。横浜の受入先の特徴は、その多様性だ。中小企業から大企業まで、業種も製造業からサービス業と幅広い。日産自動車、キリンビールなどの大企業やホテルニューグランド、横浜ベイサイドホテル東急などのホテル業、そごう横浜店などの百貨店。また地元の老舗企業である霧笛楼や近沢レース、有隣堂などの書店や協進印刷や大川印刷などの印刷業。さらに、フェリス女学院や関東学院大学、岩崎学園などの教育機関もある。横浜八景島シーパラダイスなどのアミューズメント施設や地域の公益財団等にこれまで受け入れていただいていたが、最近では中小企業の受入が主になっている。なかには、11回連続しての受入企業もある。電柱・交通広告を手がける旭広告社（中区）の中谷忠広社長は、「いまや我が社にとって、受入は恒例のもの。ITI学生は組織にとってよい刺激になっている。」とこれまでの受入を振り返る。

すっかり定着した本事業も、スタート時は受入先探しに苦労した。3週間という研修期間は、受入企業にとっては、単に会社事業を紹介するだけでは長く、特定の課題を実習させるには短いという微妙な期間のようだ。受入企業の負担、とくに受入担当者の負担は少なくない。どちらかといえば当初は地域貢献・国際貢献という意識で受け入れる企業が多かった。この潮目が変わり始めたのは、4～5年前からである。

4 インターンシップ生を戦力として採用

「学生たちがとても優秀。そればかりではなく、学生たちのネットワークもすごい。この素晴らしさをもっと横浜の企業経営者に伝え、活用しないのはもったいない。」。こう語るのは、大江電機(南

区)の大江光正社長だ。大江社長は、人的ネットワークを重視にする「人本主義経営」を企業理念とし、電設資材商社を経営してきた。これまでに横浜国立大学や慶應義塾大学の留学生との出会いをきっかけに、優秀な人材は国籍を問わず採用してきた。これらの人材を本社で教育した後に現地責任者として中国（上海・瀋陽）や韓国に派遣し、現地法人を設立してきた実績がある。こうした経験もあってか、横浜におけるITI学生の初めての採用企業となった。第一号となる沈思好さんの採用にあたり、大江社長は台湾を訪問し、沈さんの両親とも面会した。会社の経営方針などを直接説明し、子女が日本で就職する不安を取り除く努力をしたという。2013年に採用された沈さんは社内でも着実に実績を積み、その評価が継続しての受入とさらに翌年の学生採用につながっている。これを端緒に、受入先の学生採用は、半導体設計用ソフトウェア等の輸入・販売のイノテック（港北区）、インプラント等の製造・販売のヨシオカ（金沢区）、特殊耐火服・防護服等の製造・販売のエイブル山内（神奈川区）の計4社が8名を採用し、現在に至っている。

5 横浜の人材交流が継続している理由

毎年、学生を迎える時期になると、受入を継続している企業も初めて受け入れする企業も新しい出会いに期待をふくらませる。恒例の始業レセプションでは、たどたどしい日本語ながらも一生懸命に名刺交換を試みる学生たちの姿は新鮮だ。受入先が決定した段階でメールを通じたやりとりが開始されるが、ほとんどが初対面である。

なぜ人材交流というデリケートな事業が横浜で継続することができたのか？その理由を考えてみたい。

まずあげられるのは、本事業は宿泊費や交通費などすべての費用を台湾側が負担していること。受入企業に応分の費用負担を求めるスキームもあ

るが、こうした制度では中小企業の参画は難しく、ましてや11年間も継続することは困難だろう。

次に TAITRA 本部および東京事務所の強力な支援体制があげられる。始業レセプションと研修報告会のタイミングを捉え、毎回 TAITRA 本部から秘書長や ITI 主任らが来日し、受入企業と協力機関へのあいさつと御礼を欠かさない。また、学生と受入企業のマッチングに関して、必ずしも自分が希望する業種で研修ができるとは限らない。これに対して台湾側は「たとえ希望する業種や仕事でなくとも、与えられた受入先で学ばせてもらうことが研修」として、終始毅然と学生に対応している。新規の受入先には IDEC と TAITRA 東京事務所の担当者が訪問し、本事業に関する理解を得るようにしている。研修終了後には受入企業へのアンケート調査を行い、課題が寄せられた場合には迅速に対応している。新たに受入を希望する企業が着実に増えているのは心強い反応である。

横浜が学生の受入に有利な点として、台北駐日経済文化代処横浜分処の存在も欠かせない。毎年、研修のはじめと終わりに学生たちへの激励のメッセージをいただいている。さらに、忘れてならないのは、横浜台湾同郷会の存在だ。日本研修は毎年春節の前後になる。日本人に置き換えれば、年末年始に海外研修するようなもの。ITI 学生にとっても、里心がおきる季節だろう。この時期に開催される同郷会の新年会に学生全員を毎回招待いただいている。同郷の先輩たちと楽しく食卓を囲むことは、緊張した日々が続く学生たちにとって気持ちが和むひとときとなっている。

研修のまとめとして報告会を開催している。受入企業も参加のもと、各自が研修で学んだことや経験を自分の言葉で発表するのだが、学生たちがどのような研修を受けそれをどう感じたかを関係者が共有する場となっている。学生の日本語能力は始業時と比べて格段に進歩し、加えて立ち居振

る舞いも日本社会に馴染んだものとなっている。報告会は終了後の答礼宴と併せて研修に節目を与え、事業継続により効果をもたらしている。学生が受入先の担当者と別れを惜しむ光景も恒例のものとなっている。

以上見てきたように、本事業が横浜で根付いた理由は、学生たちを地域で迎え、その成果を見守る体制が整ってきたことにあるといえそうだ。

6 横浜の学生との交流へ

台湾の国際人材養成の考え方とその実践的な取り組みは、長期的な展望に基づくものだ。台湾のような制度を急に作り上げることはできないが、「せっかくの機会を少しでも横浜の人材育成につなげることはできないか」という意見が横浜側からでてきた。そこでまずは ITI 学生の横浜滞在中に地域大学生との交流の可能性が検討された。関東学院大学に打診したところ前向きな反応があったので、IDEC と横浜市経済局は TAITRA 東京事務所長とともに大学を訪問し、意見交換を行った。その結果、「やれることからやってみる」ことで合意し、「インターンシップ生の大学での受入」、「学生間の交流イベントの企画」などを検討することになった。年齢がそう変わらない台湾の学生たちが外国語である日本語を使い、市内企業でインターンシップを受ける姿勢は、日本の学生にとって良い刺激となっているようだ。受入担当の田中義浩課長からは「本学の学生にとっても有意義な事業」との感想をいただいている。ちなみに2013年の関東学院大学インターンシップ生である陳俊安さんは卒業後、TAITRA に就職した。ITI に着任し現在は後輩たちの引率者として来日、大学関係者との再会を果たしている。

IDEC は学生と受入企業とのよりよいマッチングを実現するために、学生との事前面談を行っているが、その際には受入企業にも声をかけている。学生が学ぶ環境を実際に見てもらうためである。



関東学院大学

2014年には10周年を記念して、受入企業10社（総勢18名）が訪台し、TAITRA本部ならびにITI新竹校等を訪問した。こうした折には、ITI卒業生との交流会を開催している。この卒業生とのネットワークも大切に育てていきたいものだ。

7 インバウンド事業との連携

「インターンシップ生を横浜の観光プロモーションに活用できないか」。ITI学生の受入れ経験もある横浜観光コンベンションビューローから相談があった。今や全国の地方自治体は海外からの誘客に躍起となっている。大陸からの来訪者の増加がメディアを通じて報じられているが、台湾からの来訪者数の安定した実績は貴重だ。ITI学生に質問しても日本訪問が初めてという人は少ない。3～4回というリピーターが多く、訪問先も首都圏ばかりではない。「地方の温泉に家族で旅行した」という日本通もいる。コンベンションビューローからの相談は、「台北で開催する横浜観光のプロモーションイベントに、ITI学生の力を借りたい。滞在を通じて経験した横浜の魅力をイベント内でプレゼンテーションして欲しい」というもの。2015年3月に開催された「横浜×台湾TOMODACHI PARTY」には、ITI学生8名が参加し、4名がプレゼンテーションを行った。横浜ラーメン博物館などでの飲食の体験談、赤レンガ倉庫、原鉄道模型博物館などのみなとみらいエリアや横浜中華街、八景島シーパラダイスなどの観



台湾での観光プロモーション

光スポットを多くの写真とともに紹介したプレゼンは、クイズ大会と並んで好評を博したとのこと。研修中にコンベンションビューローが企画した横浜の街歩き体験などが横浜の理解を深めたようだ。せっかくの横浜滞在を企業研修ばかりではなく、いろいろな横浜を経験することにより、「横浜ファンになってもらいたい」というのは受入側の共通した思いである。街歩き体験ツアーは内容を変えながら継続している。

8 横浜伝統の捺染技術 はっぴの試着体験

IDECには市内企業からさまざまな相談が日々寄せられている。創業以来、手仕事の捺染技術にこだわった、はっぴなどを製造する関東化染工業所（港南区）の佐藤政廣社長から、海外展開についての相談を受けた。はっぴは縁起のよい製品であり、英語ではHappy coatと訳されることもあるそうだ。国内では一定の購買層はあるものの、顧客が限定的であることは否めない。印半纏（しるしばんてん）は、背中部分に大胆な文様を配し、前面の衿部分には漢字などの名入れを染め抜く。これまでに広告代理店を通じて、航空会社のファーストクラス向けのはっぴを供給したり、大手企業からは海外向けプロモーション用のロゴマーク入りの受注があったりと海外との接点は少

なくなかった。横浜という土地柄、地元商社を通じて海外に輸出もしてきた。最近では訪日する海外観光客向けの記念品としてホテルや空港の売店などでも販売している。佐藤社長は、「安定的に海外に売り出す方法はないか」と思案し、自ら海外販路開拓のセミナーなどに参加していた。2015年11月より、IDECの「グローバル経営支援事業」を利用し、海外展開の仕組み作りなどについて支援を受けることになった。捺染技術はもともと横浜の地場産業。スカーフなどは海外向けの主力商品であった。しかし、近年では、Made in Yokohamaの製品は減少しているのが実状だ。この捺染技術の伝承を図るためにも、佐藤社長は新しい販路を開拓する必要性を感じていた。こうした中、IDECの紹介により、アニメ・フィギュアなどコレクティブアイテムの企画・製作・販売を手がけるマイルストーン（中区）と海外販売についての意見交換の機会を持った。マイルストーンからは、2016年2月を目標に「A-Janaika Japan（ええじゃないか、ジャパン）」という日本の匠の技を極めた高品質な商材を販売するサイトの立ち上げを準備中であることが紹介された。このサイトは、中国語（繁体字・簡体字）、フランス語、英語に対応している。「江戸」をキーワードにした商品をちょうど調査中であったため、このはっぴも取り扱うことが決まった。マイルストーンは3年前からITI学生を受入れており、今年も李柏勲さんを受け入れた。李さんも研修中に「A-Janaika Japan」の立ち上げにかかわった。3月には三溪園（中区本牧）にて、ITI学生の着付け体験を行ったが、併せてはっぴの試着体験を企画した。三溪園は、製糸・生糸貿易で財をなした横浜の実業家・原三溪（本名富太郎）が造りあげた広さ約175,000㎡（53,000坪）の日本庭園。佐藤社長より、はっぴの捺染工程の説明のほか、はっぴが完成するまでには、縫製などの小規模事業者によるものづくりネットワークに支えられていることが紹介され



はっぴの試着体験

た。好天と梅の見頃の時期とに恵まれ、学生のはっぴ姿も見映えがした。日本の伝統的なはっぴも着こなす方次第では、Kawaii(かわいい)に通じるようであった。全員にはっぴをプレゼントするというサプライズもあり、試着会は大いに盛り上がった。この模様は学生のSNSを通じて発信された。

このようにインターンシップ生の交流内容も幅広いものになっている。

9 人材交流から経済交流へ

2013年7月、IDECとTAITRAは貿易・投資などに関する覚書を締結した。ITIとはインターンシップに関する覚書をすでに結んでいたが、企業間の経済交流を含めた総括的なものとしたため、TAITRA本部との締結に変更した。内容は両地域の展示会・見本市出展の支援、視察団の相互派遣、投資、貿易に関するセミナーの開催などである。横浜と台湾との経済交流は、1990年代に中日経済貿易発展基金会在（現在の台日経済貿易発展基金会在／台日商務交流協進会）編成した商談会の横浜開催への協力に遡る。故李上甲秘書長が引率される台湾企業との商談は大変活発であった。基金会的横浜商談会が中断して以来、台湾との企業交流は散発的な交流になっていたが、今回再開の機運が整ったことは喜ばしい限りだ。



TAITRA との調印式

覚書締結後、TAITRA と共催による台湾経済セミナーを横浜で開催している。TAITRA 東京事務所長による台湾経済の概況や日台ビジネスアライアンスの事例に加え、日本に拠点を持つ台湾企業の経営者による講演を行ってきた。いずれも TAITRA からでなければ、講演依頼が難しい方々ばかり。1 回目のゲストは、ASE ジャパン代表取締役の鍾智孝氏。ASE ジャパンは、1964 年設立の山形県にある日電高島製作所を前身とするが、2004 年に台湾の ASE グループのはじめての日本拠点として発足している。台湾企業のグローバルな視点から日本のものづくり工場を再生させた経験を話していただいた。2 回目の講師は、サニーヒルズジャパンのゼネラルマネージャーの堂園有的氏。こだわりのパイナップルケーキを製造・販売するサニーヒルズは、台北、シンガポール、上海に次いで南青山(東京)に店舗をオープンして話題になった。隈研吾氏による木材を組み合わせたユニークな建築物は、マスコミにも多く紹介されているが、ケーキの試食とお茶による台湾流おもてなしも話題となっている。堂園氏もセミナーでの講演はこの横浜がはじめてとのことであった。3 回目のゲストは、産業用 PC の分野で世界 21 カ国 92 都市に拠点を展開するアドバンテック副社長の呉明欽氏と日本法人社長のマイク



研修答礼宴

小池氏。グローバル戦略や日本市場に対する考え方などについてお話しいただいた。いずれの講師からも台湾企業から見たグローバルビジネスの考え方や戦略について何う貴重な機会であった。インターンシップ事業の初期と同様に、IDEC は台湾企業から学ぶことの有用性をまだ横浜企業に伝え切れてはいないが、継続して行うことにより、台湾企業を知りネットワークを築く場としていきたい。

10 日本で学ぶこと

横浜研修の終了後、毎回研修レポートが届けられる。学生それぞれのものの見方や感想が綴られている。報告は「日本企業のビジネスのやり方・価値観の習得」、「これまで勉強した日本語の実践」「日本文化・日本社会の体験」などから成る。示唆に富む内容なのでご紹介する(2015 年研修レポートより)。

●「日本企業のビジネスのやり方・価値観の習得」について

日本のビジネスの進め方の細かさについては多くの学生が感じているが、研修してみてその意味が理解できたとする肯定的な意見が多かった。

「日本の会社はよく効率がよくないと言われていたが、そうではなかった。ひとつの事を決定す

る前に何回も確認と検討するので、海外企業より時間がかかる。」「台湾は効率が重視されるので、プロジェクト全体を考えず一面しか見ない。スピードは早いミスが時々起こる。日本は時間がかかるが総合的に考えるのでミスが少ない。両方のいいところを取り込めば世界一のレベルになる。」「毎日の掃除を通じて日本の会社の仕事に対する態度は細かいところから作られていることがわかった。」「報連相（ほうれんそう）は大事なこと。仕事を順調に進めるだけでなく、トラブルや誤解も減らすことができる。」「研修する前の日本企業のイメージは完璧主義で厳しいというものであったが、研修した会社はリラックスしていると同時に、厳しい態度で細かいところまで仕事をしていた。」「日本の営業マンはお客様との信頼関係をより強くするために、週に1回挨拶に行ったり、悩みを聞いたりする。自分のノルマだけではなく、より良いソリューションを考え出す。』。

●「日本文化・日本社会の体験」について

残業については、「噂より少なかった」と感じた人と「日本人にとって残業はとても普通」と感じた人がいたが、これは受入先企業の社風や業種の違いが反映されたようだ。日本人は「物事に慎重」で「曖昧な態度を取る」といった指摘がよくされるが、学生の目にも同様に映ったようである。

「インタビューを通じて日本人の考え方をだんだん理解した。慎重な方が多いので、質問にははっきり答えなくて、ほとんど曖昧な返事をする。」「仕事や人との付き合いもグレーなエリアがよくある。だから私は自分がやったことが正しいかどうか時々迷ってしまった。」「日本人は会社で仕事をする時、他人に迷惑をかけないよう心がける。」「日本人は話す時、よく相槌を打つ。相槌を打つと相手の話をちゃんと聞いているような感じがする。」「日本はタテ社会ということを感じた。」「日本企業は毎朝朝礼があって、元気がでる

良い方法だと思う。』。

居酒屋体験は多くのインターンシップ生が経験した。業務後に同僚と酒を飲むのは、台湾から見ると特殊な習慣として映ったようである。

「日本のサラリーマンは仕事が終わっても、直接家に帰らず、必ず同僚と一緒に居酒屋へ行く。」「居酒屋へ行って、サラリーマンの雰囲気と日本ならではの飲酒文化を味わった。」「台湾と違うのはお酒と食べ物の順番。日本では先にお酒を飲む。台湾の場合は、先にごはんを食べてからお酒を飲む。』。

●「これまで勉強した日本語の実践」について

「ITIの学習が役に立ち日本でも通用した。」「研修中に耳が慣れどんどん上達した。」という自信を深めた派とまだまだ努力が必要と感じた派に分かれたようだ。能力不足を感じた人は、改めて日本語学習への意欲を持ったようである。感想には、「日本に行く前は日本で就職しなくなかったが、研修を通じてチャレンジしたくなった。」という前向きな意見のほか、ほとんどが「良い経験だった。」と研修を振り返っている。

共通意見として、日本人が挨拶をよくすることと時間を厳守することへの賞賛の声があった。

11 受入企業の反応

2016年の受入企業アンケートの結果を紹介したい。今回は27名の学生を25社が受入れた。「大変有意義」、「有意義」と回答した企業が96%。学生の「日本語・コミュニケーション能力」については、「日常会話だけでなく、業務の遂行にあたってはほとんど問題なかった」との回答が71%、「日常会話については問題なかったが、業務の遂行にあたっては不足があった」が21%、「日常会話についても困難」が4%という回答であった。語学力の個人差は存在するようである。「来年も受入を希望するか」という質問には、「希望する」が88%という回答を得ている（その他は検討

中とのこと)。

では、受入企業が「本事業に期待している」のは何だろうか？「社内の活性化」(11社)、「国際人材採用」(10社)、「従業員教育」(9社)、「地域社会・国際社会への貢献」(9社)、「海外市場開拓」(4社)という順位(複数回答あり)。少数ではあるが、「新規事業開発」(3社)という回答もあった。「国際人材採用」という積極的な反応が出てきたのは、すでに紹介したとおり、3～4年前から。日本本社や台湾拠点での採用につながっている。加えて、「海外市場開拓」、「新規事業開発」という面でもこの事業が受け止められ始めたことは新しい傾向だ。中小企業といえども海外展開を意識せざるを得なくなってきた時代の影響と思われる。

「社内の活性化」や「従業員教育」に意義を感じ始めたことも、新しい反応といえそうだ。中小企業では新規採用も多くなか、社内の高齢化も進んでいる。学生には日本企業の風土や文化を体験してもらおう反面、硬直化してしまいがちな組織にITI学生が新鮮な風を吹き込む機会となっているようである。

学生の全員が必ずしも日本での就職を希望している訳ではない。したがって、「地域社会・国際社

会への貢献」という受入動機もありがたい反応だ。就職の斡旋だけを目的とした事業ではないので、このバランスを保つことも事業を継続していく上で重要だと感じる。

12 最後に

ITI インターンシップ生受入の経緯について紹介させていただいた。最後にこの事業の支援側の立場から、今後の受入について思うことを述べさせていただく。

2016年研修の学生アンケートからは、「もっと長い期間」「もっと営業などの実際の仕事に従事したい」という、より積極的な声があった。この意欲を受け止めた研修内容の組み立ても今後の課題といえそうだ。

横浜の受入企業は学生に学ぶ場を提供するとともに、これからは受入企業も学生から積極的に学ぶ姿勢を持つことが必要ではないか。採用実績が増えることも期待されるが、必ずしも採用につながらなくとも、日本の本社が異文化を取り込んでいく意味は大きいと思われる。併せて、台湾企業のビジネスに対するグローバルな視点や行動力・決断力の早さなどについて身近に感じていくことの意義は大きいと思われる。