

ウィルグループのセントメディア(東京・新宿)は販売職の外国人派遣・請負事業を広げる。「爆買い」が一巡し、インバウンド対応のバイリンガルの販売職のニーズは一服したが、今はインバウンドにかかわらず販売職そのものが足りない状態にある。外国人採用でも「派遣」という形態がじわり浸透してきた。

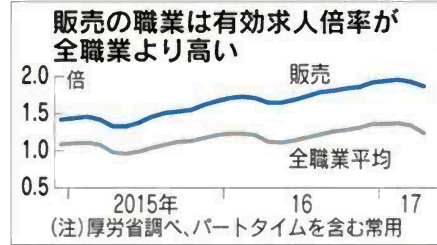
同社は2016年4月に「グローバルHRグループ」を立ち上げ、販売職の外国人派遣・請負事業を開始した。今春に首都圏で約100人の派遣社員を確保し、家電量販店などの小売業に派遣した。人材確保のため、一

販売職に外国人派遣

定水準以上の日本語が話せる外国人の需要が根強く、全国で始めることにした。

札幌から沖縄まで全国約20拠点の兼任の担当者を設置する。すでに、外

外国人はセントメディアが雇用するか、派遣契約を交わした社員となる。販売職の派遣時は日本人と同水準で、スキルに応じて決まる。派遣社員の場合でも、日本人と同様に正社員に登用することもある。ウィルグループは海外に拠点をもっているため、将来的には企業内転勤で出身国で活躍してもらうキャリアパスなども用意する。



家電量販のビックカメラも外国人の採用を増やしている

ウィルグループ、人手不足補う

留学生の卒業後に的

小売業からの引き合いは強く、携帯販売代理店からは「もっと紹介してほしい」との声が寄せられる。18年3月までに約400人を派遣できるようにし、19年3月までに800人体制にする。これまで留学生を販売や介護の現場に派遣するサービスはあった。留学生は就労時間に制約があるため、時給が良くて効率良く稼ぐことができている。一方の人材サービス会社も人手不足を補うことができた。

ただし留学生が卒業すると状況が変わる。多くは卒業後も日本で就業を希望しているが、3割程度しか日本で就職できないといわれる。セントメディアはこうした留学生に卒業後の就業機会を提供する。

日本での永住権の獲得を希望する留学生も多く、「モチベーションが高く日本人よりも外国人のほうが離職率は低い」という。

幅広い業種で人手不足が続いているが、販売職の有効求人倍率は4月時点で1・87倍と、全職種平均(1・24倍)よりも高く深刻だ。セントメディアの取り組みは現時点では珍しいが、販売職の採用が激化するなかで同様のサービスが増えそう

(岩野孝祐)