

関係者ヒアリング結果概要

1 日時

令和7年4月4日（金）16時01分～17時13分

2 場所

出入国在留管理庁 応接室

3 対象者

公益財団法人 笹川平和財団第3グループ（社会イノベーション推進担当）

研究員 岩品 雅子

特定非営利活動法人 国際活動市民中心（CINGA）

コーディネーター 新居 みどり

4 対応者

出入国在留管理庁政策課外国人施策推進室 沼本室長 ほか

5 内容

（笹川平和財団の取組について）

- 笹川平和財団は、もともと世界の平和と安定のために貢献する民間の財団であり、日本の共生社会づくりに貢献するということを目的に置いている。

2008年から日本に暮らす外国人について調査、提言、受入れコミュニティの支援活動をしており、日本における多文化共生の推進を調査研究しているほか、エスニックコミュニティの支援も行っている。

- 笹川平和財団は、難民の定住支援についても経験があり、2016年に難民の地域定住支援ガイドブックを地方自治体や支援者の皆様と一緒に作成しており、このガイドブックは、難民の定住支援として、生活、就労、子どもの教育、日本語教育といった分野について、受入れ側の社会がどのような点に気をつけると効果的かをまとめたものである。

- 難民に限らず、いろいろな在留資格の外国人が日本で暮らしており、日本における多文化共生の活動を支援している。

- 日本で暮らすフィリピンの若者に向けたガイドとして、「架け橋」というハンドブックを日本におけるフィリピンコミュニティのリーダーやフィリピンと関わりの深い日本人と一緒に作成した。

このハンドブックは、日本語版、英語版とタガログ語版がある。ウェブサイトに掲載し、ダウンロードが可能である。また、冊子だけでは必要な方に届きにくいので、ハンドブックの紹介動画も制作し視聴できるようにしている。

- 架け橋のハンドブックはフィリピンでも高い評価を得ている。
- 現在は、さまざまな在留資格の外国人に向けた、地域の定住支援ハンドブック

クを作成中であり、このハンドブックは、特に非集住地域に向けて、どのような取組が可能かということを実際にあった好事例やその取組を基に紹介するものである。

(試行的オリエンテーション開催の経緯について)

フィリピン

- 笹川平和財団は各国大使館との深い関係性を活かし、架け橋のハンドブックの作成段階から在外フィリピン人委員会（Commission on Filipinos Overseas: C F O）というフィリピンの政府機関と連携して活動している。

フィリピンからの日本滞在者について、在留資格が永住者、定住者、技能実習生に続いて日本人の配偶者が多く、労働者ではない方については、受入れ企業での研修を受ける機会がない。そのため、C F Oが渡航前研修を担当し実施しているが、この研修は、一般的にこれから海外へ行く者に向けたものであり、日本の情報に特化しているわけではない。

- これら新規入国者に対して、日本に来たフィリピン人が感じている不安や質問に答え、日本で暮らす情報を届けることを目的として、2023年から試験的にフィリピン人コミュニティーである架け橋およびN P O法人C I N G A（国際活動市民中心）と協力の上、オリエンテーションを開始した。

ネパール・ウズベキスタン

- C I N G Aの相談窓口寄せられた相談から、ネパール人やウズベキスタン人がトラブルに巻き込まれる事案が増えているという情報が寄せられた。
- 日本で暮らす上でのルール等について、日本人が公官庁のホームページ等で伝えても外国人にはなかなか伝わらないので、それであれば、それぞれの国からの新規入国者に対して、エスニックコミュニティーから伝えてもらえないかというところから、フィリピン向けのオリエンテーションでの経験を生かして、2024年にネパール人やウズベキスタン人に向けたオリエンテーションを開始した。
- ネパール、ウズベキスタンの場合は、留学生として入国した後に、働くつもりの方が多く、家族からの期待が非常に高い状態で日本に来ている。そのため、きちんと日本のルールなどを守らなければならないこと、例えば、週28時間しか働いてはいけないことを伝え、困ったことがあったら相談窓口に行くことを伝えている。

(オリエンテーションの実施内容について)

- 入管庁の外国人に対する支援政策が進められていることから、入管庁の情

報も紹介しながら、「架け橋」のハンドブックの中で特に必要性が高い4つのキーポイントとして、日本で暮らすときのルールや法律、文化の違い、日本語教育の必要性、困ったときの相談窓口を抜粋し、オリエンテーションで伝えている。

- エスニックコミュニティのリーダーたちがプレゼンテーション形式で伝え、参加者からの自由な質問に答えていく方式で、これをオンラインで実施し、双方向のやり取りができるようにしている。
- オリエンテーションの開催においては、誰に対して実施するかよりも誰に実施してもらうかが難しい。エスニックコミュニティといっても、たくさんコミュニティが存在し、各国でその状況が全く違う。誰がその担い手になるとうまくバランスがとれるかを考えることが難しい。
- オンラインでオリエンテーションを行う場合、滞在を予定する日本の地域ごとに分けると、対象地域の特性など、伝える情報が整理され、必要な情報を届けられる。また、地域ごとの分類だけでなく、子育て世代などの年齢で分けることで、対象世代にとって役に立つ情報が伝えられ、参加者がその情報を受け取ることができる。
- オンラインでのオリエンテーションであれば、参加者がどこにいても参加することができ、必要に応じた情報に自らアクセスすることができる。
- 日本に来る前の人たち、又は日本に来た直後の人たちは、情報を必要としており、頭にも入りやすいため、エスニックコミュニティを通した入国前後のオリエンテーションがとても重要になる。
- 地方自治体や国、入管庁がオリエンテーションを実施しても、一方通行の情報伝達では、彼らには届きにくい。情報を求めている人に、必要な情報を届けることが非常に難しい。
- エスニックコミュニティの中には、日本で活躍している方も多く、コミュニティの中でも有名なインフルエンサーであるため、エスニックコミュニティを通すことで、情報を必要としている人に伝わりやすくなる。
- 対象となる国によって、環境や状況が異なるため、同じモデル展開はできないが、結果的に情報を届けると言うことは共通しており、オリエンテーションは完全な組立て方式なので、必要としている情報などを取り入れながら実施できることが利点である。
- 一方で、伝える情報は正確であることが求められるため、入管庁からの情報をベースとしている。
- たくさんのハンドブックの内容を整理することは困難であるため、私たちCINGAは、入管庁の正しい情報をベースにすることで、その情報の準備を自分たちでしたり、伝えたりする必要がなくなる。その上で、ベースとなる

情報にエスニックコミュニティごとの情報を上乗せすることで効果的に伝えられる。

- オリエンテーション後にアンケートで満足度を確認しており、回数を重ねるたびに、参加者の満足度が上がっている。

フィリピンの場合、回答者の75パーセントが「とても満足」と評価した。また、ネパールでは、1回目よりも2回目の方が「オリエンテーションを通じて不安が減った」と回答した割合が増加した。

- オリエンテーションの参加者にアンケートを実施して意見や感想を集めているが、オリエンテーションの様子や参加者の声をSNS等で発信はしていない。NPOが発信するよりもエスニックコミュニティなど拡散力のあるところに広報は任せたい。
- 過去2年間、3か国のオリエンテーションを実施して、非常に効果があった。
- 中国やベトナムは、余りにも入国、在留する人数が多くなり過ぎ、コミュニティが細分化しているため、オリエンテーションを行えない。一方、これからオリエンテーションが必要になると想定されるのは、バングラデシュやパキスタンと感じている。これらの国のコミュニティは既に存在するものの、どのように関係を構築し、調整していくかが今後の課題である。

(オリエンテーションから見える国別の特徴について)

ネパール

- ネパールに関しては、現地の日本語学校と連携をとり、昨年は、オリエンテーションを2回実施し、1回目が152人、2回目が136人の参加であった。
- 入国前から連携することで、正しい情報を最初に知ってもらうことができると感じている。
- ネパールのコミュニティでは、まずリーダー研修を実施した上で、オリエンテーションを実施した。
- コミュニティーのリーダーは、既に相談を受ける立場であるが、プロの相談員ではないため、相談の内容に応じて、対応できる行政機関等の窓口を案内するなど、適切に対応することを伝えた上で、コミュニティのリーダーが新規入国者に伝えたい内容も織り込んで、オリエンテーションを実施した。
- 自分にとって必要な情報でなければその情報を得ようとはしないため、地方公共団体の相談窓口と連携したワンストップ型の相談センターを設置など、リーダーたちにとって利用することが少ない機関や情報は、その存在も知らない。
- エスニックコミュニティのリーダーもこの機会に情報をアップデートす

ることができよかったと述べており、入管庁が発信している情報をもっと知りたい、自分たちも学びたいと言っていた。

ウズベキスタン

- ウズベキスタンに関しては、入管庁のウェブページを参考にして紹介動画を作成し、日本語をきちんと勉強しないと日本での生活が大変ですという動画の内容であり、日本語を学ぶことの重要性を伝えている。
- また、ウズベキスタン人の抱える特有の問題として、モペットの使用がある。モペットは、ペダルとモーターを備えた原動機付自転車で、ペダルをこいで走ることもモーターでのみで走ることもできる。
運転免許を持たないままモペットを運転して、食品配達のアルバイト等をしてしまうウズベキスタン人が急増しているようだ。
このモペットの使用については、ウズベキスタンと日本ではルールが異なるため、誰かに教えてもらえないと分からないことのひとつである。
エスニックコミュニティに協力してもらうことで、このような情報を伝えられるのが、オリエンテーションのポイントだと思う。
- 日本人が教えたいことと在留するウズベキスタン人が伝えたいことは少し視点が異なり、自分たちの失敗談などを含めて話すことで、参加者が受け取りたい情報を伝えられる。

(C I N G Aの無関心層への働きかけについて)

- 日本の課題は、まさしく外国人支援であるが、2019年以降、入管庁の取組によって、少しずつ着実に外国人支援が浸透してきている一方で、無関心層への働きかけがないため、この層へ理解を広めていくことが大切になる。
- C I N G Aは、昨年度1か月間、ヨーロッパ8都市、特にスペイン、ドイツ、スウェーデン、デンマークでの言語保障政策や移民政策を視察し、無関心層への働きかけに関する取組について現地調査を実施した。
- 視察した国では、言語保障を支援していることに加え、その支援の意義をアドボカシー（権利擁護）する広報を行っていた。
また、スペインは、移民の受入れに対して戦略的に理解を広げる活動として「反うわさ戦略」を行っていた。
- 「反うわさ戦略」とは、偏見や固定観念に基づくうわさを減らし、差別や排除を許さない社会をつくるための取組である。悪いイメージのうわさを減らし、事実を広め、人々の意識を転換していくことで、悪いイメージのうわさを流した人がそれ以上流布することなく、そこで止まるかもしれないという考えである。

- つまり、多文化に対して興味、理解のある人に情報を届けるだけでなく、一般市民に対して戦略的に情報を伝達する。遠い場所から小さく広げていく活動を「反うわさ戦略」と呼んでいる。
- CINGAはこの「反うわさ戦略」が無関心層への働きかけとして、重要な取組と考え、今年2月から研究会を立ち上げた。
- 地方自治体において、これまでも支援に取り組んできたが、その先にいる無関心なマジョリティにどのように届けるかということを具体的にやろうとしている。
- 多様性を認めることは町の力になっていくとして、インターカルチュラル・シティに取り組む地方自治体が現れている。
- 無関心なマジョリティに対する働きかけをしていかなければ、外国人に対する支援ばかりをしていても継続することは難しく、地域の中の無関心な人が少しでも関心を抱くような取組を戦略的に行うことが重要である。
- 日本の場合は、無関心層への普及活動となると啓発活動のような研修になってしまう。もっと楽しく、スポーツや文化活動や趣味の活動、時には、お酒を飲む場所などを利用して取り組めれば効果的である。スポーツが好きなことは日本人であっても外国人であっても関係なく共通することであり、その共通項を見つけてお互いにつながることが大切であり、そうすることで外国人に対する偏見を持つ人が減っていく。
- 「反うわさ戦略」の事例として、スポーツなど楽しいことに行政が戦略的に関わるのが肝要である。
- これは国が政策として行うだけでなく、地方自治体がある地域を区切って戦略的に行うことで、その効果を発揮するものであり、様々な地域に協力してもらわなければならない。
- この取組を紹介した地方自治体の反応は良く、国際交流事業として既に取り組んできた実績を活かし、それを転用することで実施している。
- 「反うわさ戦略」は、特効薬としてすぐに結果が出るのではなく、一定期間をかけて取り組んでいく必要があるため、ヘイトに対しては効果的ではない。

(外国人在留支援センター(FRESC・フレスク)の広報について)

- フレスクの存在を多くの人に伝えなければ、そもそもの知名度が上がらないため、エスニックコミュニティの方や大使館関係者にフレスク見学ツアーに参加してもらい、施設や取組を知ってもらった上で、その情報を発信してもらう。
- エスニックコミュニティの方がフレスクの存在を知らなければ、新規入

国者に案内することができない上、フレスクの利用を遠慮してしまう。彼らがフレスクに行くことで、生活上必要な機関が入っていることを知り、様々な悩みごとの相談ができ、不安や疑問が解決できることを広めてもらう。

- また、外国人に知ってもらうだけでなく、日本人にもフレスクの存在を知ってもらえれば、更に知名度が上がるのではないかと思う。
- 民生委員や児童委員は、赤ちゃん訪問といって、赤ちゃんが生まれたお宅を訪問しており、その際に外国人にも出会っている。

外国人が増えている状況で、地域の民生委員からは、やさしい日本語の研修提供だけではなく、フレスク見学の研修をしてほしいという声を聞く。

民生委員は、外国人を案内、相談できる機関を知っていることが安心であるため、フレスクを知っていれば、困っている外国人に対する対応ができる。

(次期ロードマップを考えたときに)

- 今後の展望として、入管庁が作成した生活オリエンテーション動画や生活・就労ガイドブックなどの情報をもっと発信した上で、世代によって欲しい情報が異なるため、入管庁のどこにアクセスすれば、どのような情報があるかを分かりやすくすることが重要である。
しかし、国や地方自治体が発信する情報は、ウェブページや動画など、一方通行の情報であるため、双方向での情報のやり取りができる対話型のオリエンテーションを広め、情報を得やすくすることが求められる。
- 入管庁だけでなく、各省庁もいろいろな動画などを作成し発信しているため、これをオリエンテーションに合わせて整理し、横断的な情報とすれば非常に役立つものになる。ポータルサイトにアクセスすれば必要に応じた情報が入手できるように情報を明確にする。
- 例えば、大規模地震が発生したときに、生活オリエンテーション動画の何分何秒のところを見てくださいという広報ではなく、もっとニーズに合ったもので、どこに、どのような情報があるのか、誰が見ても分かるように明確にすることで正しい情報を届けやすくなる。
- オリエンテーションは、具体的な行為として情報を得ることによって、生活上の困りごとなどを解決していくが、実際に生活をする上で、「頑張れ、頑張れ」と応援するだけでは、精神的な支えにならず、周りの日本人が外国人を住民として受け入れる意識を持たなければならない。
- 入管庁の次期ロードマップの策定に当たって、重要なこととして、外国人に対する日本文化、日本の制度の紹介をすることに加え、日本人の意識を変えていかなければならないが、これをどのように具現化していくかを考える必要がある。