

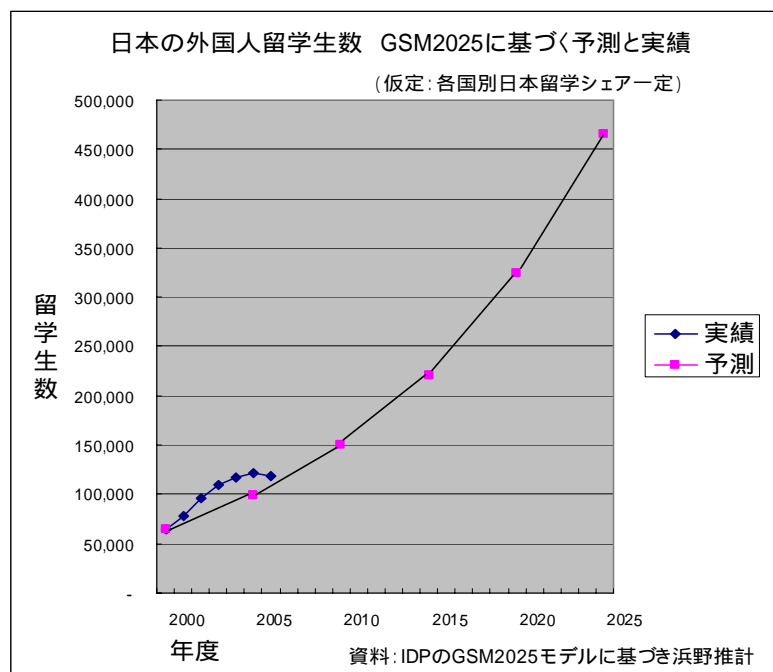
現地での留学生獲得体制の充実について

アジア科学教育経済発展機構(Asia SEED)

常務理事 浜野正啓

1. 世界の留学生市場での日本の地位

- 1.1 世界の留学生数は 2025 年には約 716 万人との予測(GSM2025)。比較的日本のシェアが高いアジア諸国の伸びが大きいので、もし日本が現在の各国別シェアを維持できると仮定すれば、2015 年には約 22 万人、2025 年には約 47 万人になる計算(資料 1)。2025 年に 100 万人の計画は難しくとも、50 万人では目標として決して高くない。
- 1.2 今のところ実績は予測をかなり上回っている。



- 1.3 しかし、競合各国は着実に競争条件を整えてきており、現状のままでは今の日本留学のシェアを維持することは難しい。
 - オーストラリアには 10 年前、2005 年には中国にも追い抜かれた模様。
 - シンガポールの留学生は現在 7 万人、2015 年に 15 万人の計画を掲げている。
 - マレーシアでさえ現在 5~6 万人の留学生を抱えている。

2. 留学生獲得競争の主戦場は留学生の母国にあり

- 2.1 競合各国の戦略は、留学生が来るのを待つのではなく、積極的に留学生の母国に出て、リクルート拠点を築き、教育サービスを海外で提供することによってコストやサービス内容・アクセスなどでの競争条件を高めている。
- 2.2 海外からみて日本留学は魅力(強み)がないわけではない(就職、文化、技術、安全)。

しかし、それにも増して問題点(弱点)が大きい:

- 日本語の壁
- コストの高さ(留学期間の長さ)
- アクセスの悪さ(サービスの悪さ)

- 2.3 これを克服して攻勢に転ずるには、海外において次の3つ手を打つことが急務:
- 海外リクルート拠点網(ワン・ストップ・センター)の充実
 - オフショア・プログラムの展開(予備教育、ツイニング、ダブルディグリー等)
 - 政府の産業政策としての戦略的支援

3. 海外拠点網(ワン・ストップ・センター)充実のあり方

- 3.1 競合国はそれぞれの留学支援機関を通じて、世界中に海外リクルート拠点網(ワン・ストップ・センター)を展開している(資料2)。
- 3.2 残念ながらこれまでの JASSO(旧 AIEJ)海外事務所の形態では機能しない。
- 留学フェアを実施してもその後のトータルなシステムがないので、実際の留学にはなかなか結びつかない。
 - 情報提供だけなら Web 上で行える。実際に留学するまでのきめ細かなサービスが必要(大学院は研究室とのマッチング、学部は予備教育と海外入試・ビザが重要)
- 3.3 ワン・ストップ・センターには総合的な商社機能が求められる:
- 市場情報の収集と提供、プロモーション
 - 相手国政府等との交渉(現地事業環境改善、規制撤廃要求等)
 - 学生サービス(カウンセリング、プレースメント、渡日手続等)
 - 日本語教育・日本留学予備教育
 - 大学の国際活動支援(オフショア・プログラムや海外入試等への支援)
 - 日本留学中のケア
 - 日本留学帰国生のネットワーク維持
 - 日本人学生の海外研修のケア 等
- 3.4 JASSO、国際交流基金、日本センターは、それぞれ海外拠点でこれらの機能の一部を行っているが、省庁間の壁と公的機関の限界のため、活動は限定的・バラバラで機能していない。また、大使館では人が集まらない。
- 3.5 日本のワン・ストップ・センターの展開においては次の点を考慮する必要がある:
- 省庁横断的な新しい枠組みが必要
 - また、日本語の壁を打ち破るためには、孔子学院や DAAD のようなワン・ストップ・センターと語学教育の一体型が適当
 - ただし、公的機関のみで活動することには限界がある。British Council と Education UK Partnership(旧 ECS)の関係のような上手な官民協力、大学等が行うオフショア・プログラムとの有機的な連動が必要

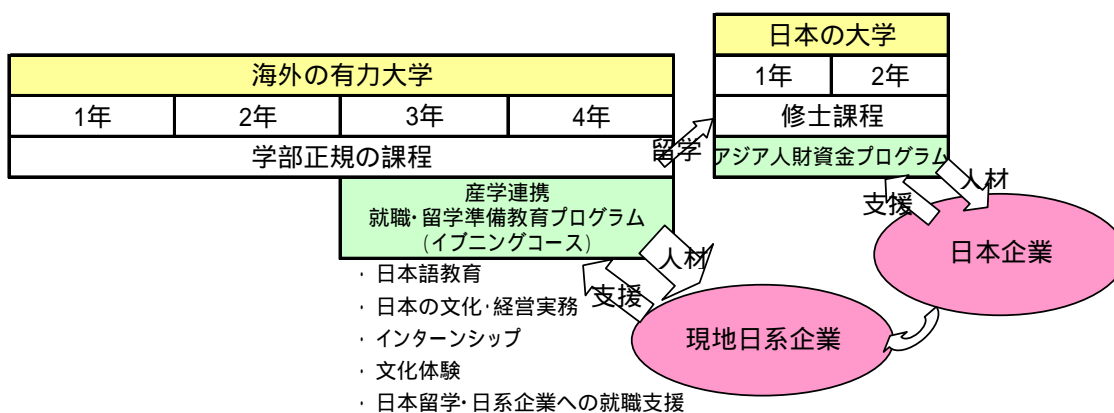
4. オフショア・プログラム:日本の強みを活かす

- 4.1 予備教育プログラム、ツイニング・プログラム、ダブルディグリー・プログラム等のオフショア・プログラムを積極的に展開することは、日本留学の3つの弱点を克服するために非常に有効な手段である。
- 4.2 しかし、ODA などによるものを除くと、ほとんどのアジア諸国の現在の経済水準ではプログラムの収入(授業料等)だけではなかなか日本側の採算が取れないため、日本のオフショア・プログラムはあまり成功していない。
- 4.3 これを克服するために必要な一つの視点は:日本の強み(現地での日系企業の集積)を生かすこと。

その意味でアジア人財資金構想による産学連携は評価できる。さらにこれを海外でも行う必要がある。進出日系企業等は、現地の大学を卒業した優秀な人材で、しかも日本語能力や日本の企業文化を理解できる素養を備えた人材を大量に必要としている。

海外進出先での人材獲得に資するプログラムと日本留学プログラムのドッキング

海外における産学連携就職・留学準備教育プログラム
イメージ図



- 4.4 これを先のワン・ストップ・センター、日本の大学、日系企業、各国の有力な大学との連携で展開することが考えられる。
- 各国の有力な大学との連携で成功した孔子学院は2年間で100箇所以上に展開に成功
 - 政府のイニシアティブのもとに民間企業・日本の大学などが参加協力する方式が適切ではないか。
- 4.5 留学生の質の問題
- 今の日本留学システムでは優秀な学生は他国に流れている。現地の優秀な大学との連携により私費学生の質の大幅な改善が期待できる。

- オフショアで一定の能力を示したものを渡日させるシステムによって留学生犯罪問題の多くを解決できる。

5. 政府の支援策において留意していただきたい点

海外での日本語教育への支援強化

- 海外での日本語教育はオフショア・プログラムの主要部分、留学生獲得の鍵、海外進出日系企業の人材戦略の重要テーマである。
- 海外での日本語普及支援は日本の海外活動のあらゆる面でよい影響がある。今後の日本経済のグローバル化の規模を考えると、例えばフランスがフランス語の普及に使っている何倍もの巨費を投じてもその価値がある。

呼び水としてのオフショア・プログラムを対象にした国費等奨学金・競争的資金

- オフショア・プログラムの優秀者 1 人への奨学金が大勢の日本留学希望者を生む。さらにそのプログラムが現地日系企業の人材獲得に貢献する等大きな波及効果がある。
- 現在政府の競争的資金もほとんど国内向けで、オフショア・プログラムを対象にしていない

海外プログラムにおける学位授与の規制緩和

- 現在日本の大学は海外だけで教育が行われるプログラムでは日本の大学の学位を出せないと考えている(大学設置基準等)。
- そのため、フランチャイズ・プログラムやブランチ・キャンパスなど世界で人気のあるオフショア・プログラムを日本の大学は実質上実施できない。
- これを可能にするには海外プログラムの日本での登録やクオリティコントロールのシステムが必要になる。

最後に繰り返しのなるが、日本のワン・ストップ・センターの展開においては:

- 公的機関のみで活動することには限界がある。British Council と Education UK Partnership (旧 ECS) のような上手な官民協力、そして大学等が行うオフショア・プログラムとの有機的な連動が必要
- 省庁横断的な新しい枠組みが必要 ジャパン・クリエイティブ・センター