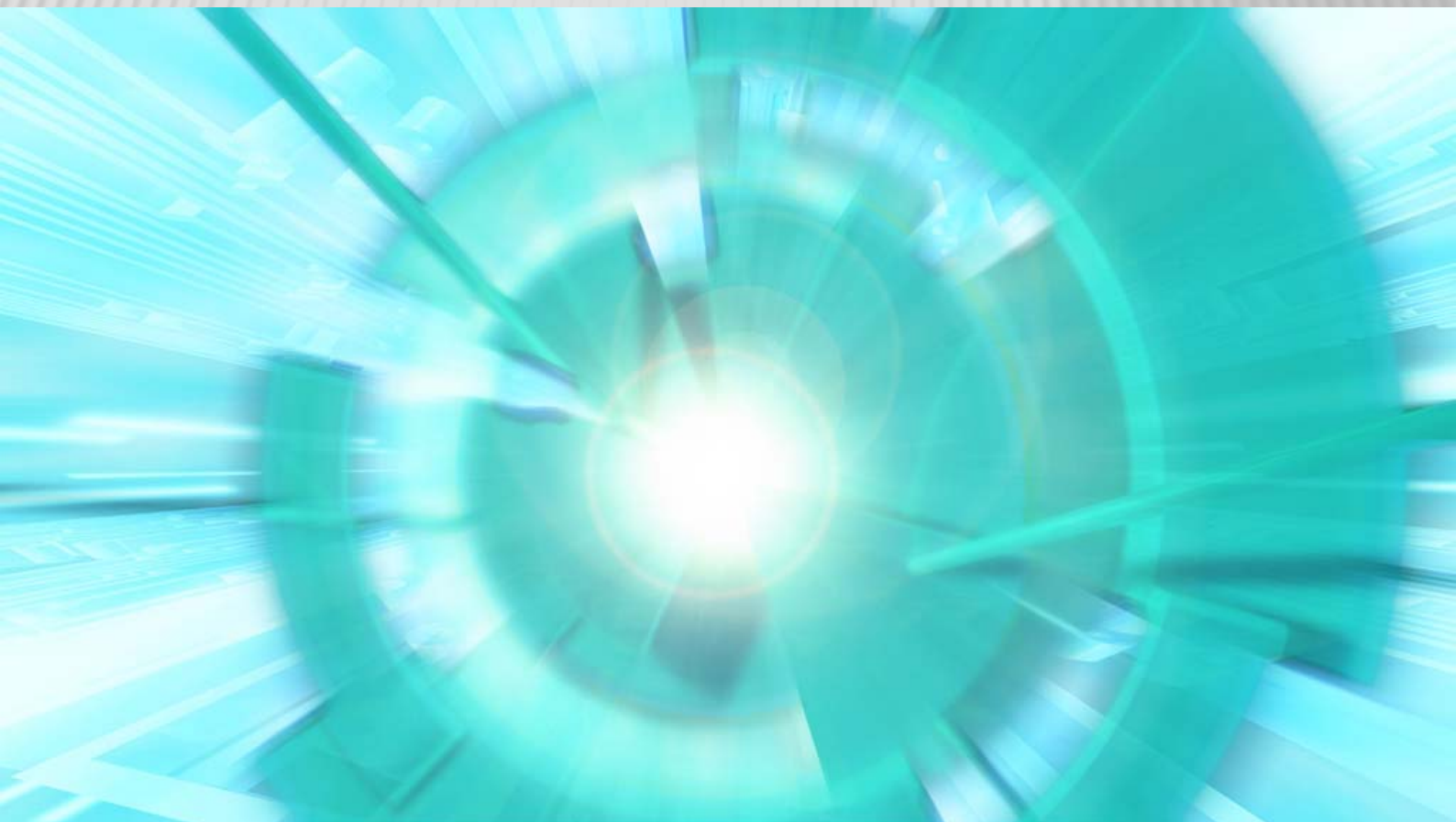


『留学交流』

2017年 6月号

特集

外国人留学生の獲得戦略



JASSO

独立行政法人

日本学生支援機構

Japan Student Services Organization

特集 外国人留学生の獲得戦略

- 【論考】 1
トランスナショナル高等教育と留学概念 -留学生獲得戦略における位置づけ-
Transnational Higher Education and the Concept of Study Abroad: As a Part of the Strategies
for Attracting Foreign Students
京都大学大学院教育学研究科 杉本 均
SUGIMOTO Hitoshi
(Graduate School of Education, Kyoto University)
- 【論考】 9
留学生は大学ホームページをどう見ていたか? -国費学部留学生の調査から探る戦略的情報発信-
University Websites and Strategic Recruitment of Outstanding International Students:
Perceptions of Undergraduate Students in the Japanese Government (MEXT) Scholarship Program
東京外国語大学大学院国際日本学研究院准教授 小松 由美
KOMATSU Yumi
(Graduate School, Institute of Japan Studies, Tokyo University of Foreign Studies)
- 【論考】 17
継続性のある留学生受入れポリシーの効果
-小規模大学におけるネパールからの留学生受け入れを例に-
Effects on a Constant Acceptance Policy of Foreign Students: The Case of Accepting Nepalese
Students at a Small-scale University
大阪産業大学国際学部 春口 淳一
HARUGUCHI Junichi
(Faculty of International Studies, Osaka Sangyo University)
- 【事例紹介】 28
岐阜県と県内教育機関との連携による地域の魅力発信を含めた留学フェア
-G I F U留学フェア開催事例-
Study in Japan Fair including the Promotion of Gifu's Regional Attractiveness in
Cooperation with the Gifu Prefectural Government and Educational Institutions within Gifu:
A Case Example of "Study in Gifu Fair"
岐阜県商工労働部観光国際局海外戦略推進課主任 伊藤 泰啓
ITO Yasuhiro
(International Affairs Division, Gifu Prefectural Government)
- 【事例紹介】 36
JSTさくらサイエンスプランを活用した協定校との交流 -ハルビン工程大学の場合-
Interchange with Harbin Engineering University through JST Sakura Science Plan
電気通信大学国際教育センター特任助教 佐々木 直子
電気通信大学国際教育センター准教授 チュウ チャオキョン
SASAKI Naoko
CHOO Cheow Keong
(Assistant Professor, Center for International Programs and Exchange, The University of
Electro-Communications)
(Associate Professor, Center for International Programs and Exchange, The University of
Electro-Communications)

特集 外国人留学生の獲得戦略

【事例紹介】 42

ミャンマー人留学生受入れの課題と展望 -留学コーディネーター配置事業を中心に-
Challenges and Prospects to Receive Myanmar Students: Focusing on the Study in Japan
Coordinator Project

岡山大学グローバル・パートナーズ教授 宇塚 万里子

岡山大学グローバル・パートナーズ事務部国際企画課課長 原田 美樹

岡山大学日本留学情報センター（ミャンマー）留学コーディネーター 野原 稔和

UZUKA Mariko

(Professor, Center for Global Partnerships and Education, Okayama University)

HARADA Miki

(Director, International Affairs Division, Center for Global Partnerships and Education,
Okayama University)

NOHARA Toshikazu

(Study in Japan Coordinator, Okayama University Japan Educational Information Center
(Myanmar))

【EYE-国際交流の新しい動き】 55

外国人材の活躍支援 -ICT活用の可能性-

Providing Support for Activities of Foreign Human Resources: Possibility of ICT Utilization

公益財団法人福岡アジア都市研究所研究主査 柳 基憲

RYU Kiheon

(Chief Researcher, Research Department, Fukuoka Asian Urban Research Center)

【論考】

トランスナショナル高等教育と留学概念

－留学生獲得戦略における位置づけ－

Transnational Higher Education and the Concept of Study Abroad:
As a Part of the Strategies for Attracting Foreign Students

京都大学大学院教育学研究科 杉本 均

SUGIMOTO Hitoshi

(Graduate School of Education, Kyoto University)

キーワード：留学生、海外分校、提携学位、国際通信課程、外国人留学生獲得戦略

留学概念のパラダイム転換

大学などに学ぶ留学生の数（比率）が近年の大学の国際化の指標として重要性が高まっている。この指標を上げるために、多くの大学は様々な努力を行っているが、実は大学の留学生の数を1年で倍増させる簡単な方法がある。外国のやや小さな規模のカレッジ（途上国の学位授与権のないカレッジが望ましい）を買収して、自校の分校とすることである。そこに在籍している学生は、ほとんどが本校の所在する国の学生ではないから、本校からみれば外国人である。分校は本校の一部であり、本校と同じ学則に基づき、同じカリキュラムで同じ単位と学位を取得しようとする外国人学生とは、「留学生」にほかならない。資金があって、指標さえよくなればそれでいいというのならば、このようなことも起こりうるかもしれない。

実際には大学の国際ランキングの算出には本校と分校を合算しないので、この作戦には無理があるし、外国に分校を作るには、カリキュラム管理、試験管理、教職員管理、学生管理、現地法規との調整など様々な質の管理が必要となるので、買収のような簡単な話ではすまない。しかし、そもそも、留学生というものは外国から本校の所在国に渡航して、一定期間居住し、学位などを取得して帰国する存在という、これまでの留学生の固定概念は大きく崩れつつある。留学生とは必ずしも外国からやってくる存在ではなく、その大学に学ぶ外国籍学生であって、大学とはもはやひとつの国の中に包摂されている存在とは限らない。大学が国境を越えて多国籍化した場合、そのうちの国境外にある教室で学ぶ他国籍の学生は留学生という概念と違いはないし、学生は留学生と呼ばれるために国境を越える必要は必ずしもなくなってきたのである。これを留学生概念のパラダイム転換と呼んでいる。いわ

ゆる「留学しない留学」の出現である。

トランスナショナル教育 (transnational education) とは、ユネスコ (2001) によれば、「教育の成果を認定する機関が所在する国とは異なる国で学習者が受ける教育プログラムである」と定義されている⁽¹⁾。これを高等教育に限定すれば、トランスナショナル高等教育となる。この言葉は広い意味でも用いられ、クロスボーダー・エデュケーション (cross-border education)、ボーダレス・エデュケーション (borderless education)、オフショア・エデュケーション (offshore education) などの言葉と互換的に用いられる場合がある。

例えば、外国の大学が、高等教育インフラに遅れの見える国に分校を設立しはじめた。学生が移動するのではなく、教育機関のほうから自ら移動して来てくれることになる。外国の大学が自国の教育機関などと提携関係をむすび、そこに通学するだけで、外国に行くことなく、外国の大学の学位や資格が取れるようになってきた。まさに「留学しない留学」である。この矛盾する言葉は、留学が伝統的に二つの意味を内包してきたことを示している。すなわち、「留学とは外国に行き学ぶこと」という要素と、「留学とは自国では得難い資格や技能を習得すること」という要素である。この二つの要素はこれまで分かちがたく結びついてきたが、実は互いに切り離せるものであり、前者が欠けても留学は成立可能であることがわかってきた。これらのプログラムを総称してトランスナショナル教育と呼ぶ⁽²⁾。

トランスナショナル教育の提供モードには大きく分けて3つの形態がある。第一は、学位授与権のある大学が、外国のカレッジなどと提携して、本校のコース (プログラム) の教育の一部または全部を委託するもので、国際提携プログラムと呼ばれる。第二には、本校が外国に分校を設立し、直接コース (プログラム) を提供し、その修了者には本校と同じ学位、証明書、単位などを与えるもの。(海外分校) 第三に、本校の授業をインターネットなどで国際的に配信し、その修了者に直接学位や証明書を与える国際通信プログラムである。

トランスナショナル高等教育の隆盛の背景には留学コストの抑制という要因がある。1970年代~80年代にかけて、多くの英語圏先進国はその大学の授業料を引き上げたり、留学生に対して公的補助金を与えないフルコスト政策を展開したりした。その結果、一時留学生が減少し、受け入れ国はより経済的なプログラムを開発する必要に迫られた。トランスナショナル高等教育が一般的にコスト的に優れているのは、本校と同じ (とされる) 質の学位を取得するために必要な学費、生活費、人件費などが、途上国の場合、本校に学ぶよりかなり安価であり、多くの場合渡航費も近くて安い。学位授与大学から見ると、少数の本校教員を派遣するだけで、学位や修了証などを発行するライセンス収入が得られる。分校の場合は、分校の収入が大学の収入に加えられ、現地提携校の場合は、提携校も学位授与するカレッジとして、現地で威信を高めて、学生が殺到するので、経営的な利益がある。すなわち、学位授与大学、現地提携校、留学生の3者すべてにとってメリットがあるとされる、いわゆる、WIN-WIN-WINの関係であると言われる。

オーストラリア

オーストラリアは1990年代以降、トランスナショナル高等教育への進出を提携学位プログラムを中心に、2014年には39の大学中31大学が国際プログラムや海外分校を展開している。2004年に1,569の海外教育プログラムを持ち、それらのホスト国は、シンガポールが375(23.9%)、マレーシア320(20.4%)、香港226(14.4%)、中国199(12.7%)となっていた。2014年度のオーストラリアの高等教育に学ぶ外国人学生数は347,560人であったが、そのうち伝統的な留学による学生数は261,687人で75.3%であった。残りは24.7%がオフショア・プログラムであった⁽³⁾。

表1 オーストラリアの主要大学の留学生受け入れ数(2014)

	通常留学生	Offshore 留学生	全留学生数
RMIT*	10,322	16,439	26,761
モナシュ大学**	13,748	10,233	23,981
メルボルン大学**	16,140	19	16,159
カーティン大学	7,723	7,742	15,465
シドニー大学**	13,710	198	13,908
NSW大学**	13,603	30	13,633
オーストラリア合計	261,687	85,873	347,560

Frank P. Larkins & Ian Marshman, Australian Universities Overseas Student Recruitment, p. 17; 注(3)参照; *Royal Melbourne Institute of Technology; **Group of 8(伝統的の大学)

留学生全体の支払う授業料は2014年度で470万オーストラリア・ドルに達し、2004年度の276万オーストラリア・ドルから70%の増加を示している。(通常留学生とOffshore学生との比率は不明)留学生数の最も多い6大学を表1に掲げたが、そのなかではRMIT大学、モナシュ大学、カーティン大学がオフショア・プログラムに積極的であり、一方、同国最古の歴史を誇る、シドニー大学、メルボルン大学、NSW大学などは伝統的な留学生が大部分である点で温度差が見られる。

イギリス

イギリスにおけるトランスナショナル高等教育の展開状況は2016年の高等教育統計局(Higher Education Statistics Agency(HESA))による、オフショア教育集計(Aggregate Offshore Record=AOR)の調査がある(調査は2014/15年度)。それによれば、回答した134機関(回答率81.8%)のうち99機関(73.8%)が2,260のトランスナショナル高等教育のプログラムを持っており、参加している学生数は66万6,000人に達している。学生の学んでいる国別では、マレーシアが最も多く、続いて中国、シンガポールであるが、海外分校を設置しているホスト国ではアラブ首長国連合(UAE)が最も多くなっている⁽⁴⁾。提供されているトランスナショナル高等教育のプログラム数の地域別では、アジアが28%、

ヨーロッパが 23%、アフリカが 14%、中東が 13%となっている。専攻別にプログラムが提供されている国の数では、ビジネス経営が 88、医学関係 66、芸術人文 65、法および社会科学 62、技術工学建築 53 と続く⁽⁵⁾。

アメリカ

アメリカは言うまでもなく、世界最大の留学生受け入れ国であるが、同時に世界最大のトランスナショナル高等教育の提供国でもある。アメリカの大学から提供される正式に認可された教育施設やプログラムは世界におおよそ 400 存在しており、特に海外分校型のモードで最も普及している。クロスボーダー教育研究チームの雑誌 C-BERT の海外分校リスト(2017)によれば、2017 年に世界中に設立されていた外国大学の分校は 247 校であり、2009 年の 162 校から 52%の増加であった。プロバイダーの地域別ではヨーロッパの大学の海外分校が 92 校で最も多かったが(イギリス 40 校、フランス 24 校など)、単独の国としてはアメリカが最も多く、81 校で 33%を占めていた。そのほか、ロシアが 19 校、オーストラリアが 15 校を世界各地に展開していた。2009 年には 78 校で 48%と半分近かったので、アメリカのシェアはやや低下している。表 2 はその集計であるが、アメリカの大学の分校の進出先は、2017 年でヨーロッパに 24 校、中国に 16 校、中東に 14 校、中国以外のアジアに 9 校、ラテンアメリカに 7 校であった。レベルとしては、学士課程 51%、修士課程 41%、博士課程はわずかに 3%であった⁽⁶⁾。

表 2 世界の大学の海外分校の設置状況 (2017)

ホスト国	合計 247	プロバイダ	ヨーロッパ 92				ロシア	北アメリカ 89		アジア 31			オーストラリア	ラテンアメリカ	アフリカ
			イギリス	フランス	ドイツ	その他		アメリカ	カナダ	中国	インド	その他			
			40	24	3	25	19	81	6	6	7	18	15	2	2
中国	37	中国 香港	8 5	2	1	2		13 3	1 1				3 2		
アジア (中国除く)	47	マレーシア シンガポール 日本 その他	12 11 4 20	5 3		2 6		3 2 4	1 1 2	1 1 1		1 3 2			
中東	49	UAE カタール その他	29 11 9	8 1	3	2 2 2		6 6 2		2	5	3	2 1		
ヨーロッパ	48	イギリス フランス ドイツ スペイン その他	7 6 5 5 25	2	3 2 2	1 2 1		2 4 2 3 13				1 1			
ロシア	2		2			1		1							
アフリカ	21		21	4	5	1	3	3			1	1	1		2
中西アジア	18		18	1			15					2			
北アメリカ	12	アメリカ カナダ	5 7	1		2		6				2	1		
ラテンアメリカ	11		11	1		1		7						2	
オセアニア	2		2	1				1							

出典: Cross Border Education Research Team, Research and News about Transnational Higher Education, Branch Campus Listing, January 20, 2017: http://cbert.org/?page_id=34 より筆者作成、311 件中 Development Pending (設立計画中) と Closed (閉鎖) を除く 247 件について集計。

全世界的な海外大学分校の展開動向としては、ヨーロッパの大学がアジア・中東へ設置している分校が133校、ヨーロッパ域内に48校を設置し、北アメリカの大学がアジア・中東に45校を展開し、ロシアの大学は東ヨーロッパと西南アジアに15校を展開しているが、アジアの大学の海外分校が急速に増加しており、アジアへ21校が進出している。オーストラリアの海外分校はアジアに集中しており、15校中13校(86%)を占めている点が特徴である。一方、海外の大学から日本に進出した分校は、カナダのマギル大学(MBA)東京校、アメリカのテンプル大学日本校、レイクランド大学日本校、そして中国の北京語言大学東京校(<http://www.blcu.jp/>)、の4機関がリストされていた⁽⁷⁾。日本から海外への大学分校は、マレーシアへのマレーシア日本国際工科院(Malaysia-Japan International Institute of Technology)とエジプト、アレキサンドリアのエジプト日本科学技術大学(Egypt-Japan University of Science and Technology)の少なくとも2校があるが、本校側が大学コンソーシアムによる複数大学の連合による運営のためか、C-BERTの分校リストには含まれなかった。

留学生獲得戦略からみたトランスナショナル高等教育

それではトランスナショナル高等教育の展開を、大学の留学生獲得戦略として見てみよう。前述のHE Global(2016)の英国での調査でも、トランスナショナル・プログラムの展開の動機について29機関が回答しているが、「学生の獲得のため」と「収入の増加のため」には13機関が肯定的であったが、8機関は否定的な回答をした。また「機関の評判を向上させるため」という目的についても8機関が肯定的に答えたものの、否定的に答えた機関も6機関あり意見は分かれた⁽⁸⁾。2008年の大学・改革・技能省(DUIS)の調査でも、トランスナショナル・プログラムを持つ比率は、伝統的大学(1992年以前の創立)70.4%、新大学85.1%で、新大学のほうがトランスナショナル高等教育に積極的なのは、新しいタイプの留学生獲得への意欲の差を反映している可能性がある⁽⁹⁾。

Larkins and Marshman(2015+)によれば、オーストラリアの39大学の全留学生数は、2004年から2014年までの10年間にフルタイム学生換算で約11万9,000人増加したが、そのうち伝統的留学生の増加は9万7,000人で、トランスナショナル留学生数の増加は2万2,000人弱(18.4%)であった。大学の数で見ると、伝統的留学生が増加したのは39大学中36大学であったが、トランスナショナル留学生については増加したのは13大学で、逆に減少した(学生数を失った)大学も15大学報告されていた。すなわち、トランスナショナルなシステムは、オーストラリアの2004-2014の10年間について、全体として留学生の増加に貢献したが、大学によっては必ずしも留学生の獲得戦略として有効であったとはいえない⁽¹⁰⁾。

トランスナショナル教育が留学生獲得戦略として成功するかどうかは、一定の環境条件が重要である。長い時間をかけ、長距離を移動し、豊かなキャンパスライフをエンジョイしながら学問に打ち込む、という伝統的留学は、本来の教育資格や技能の獲得という目的だけから考えれば、あまりに効率

の悪い、無駄な要素を伴った活動であるが、それこそが重要と考える社会もある。すなわち典型的には日本である。かつて日本に進出したアメリカの大学分校のほとんどが失敗し、撤退した理由はそこにある。多くの途上国のように、学士号を持つだけで、給与スケールが格段に上がり、収入が倍増した社会では、むしろ日本人の考えるようなキャンパスライフは無駄かもしれない。

しかし日本人の多くは留学をそれだけとは考えない。異国文化体験、語学習得、人的交友などの付随的要素を含めて留学とイメージするので、トランスナショナル教育はきわめて殺風景な教育に映る。加えて、この教育はコスト的なニッチ商品であるので、母国での教育と渡航留学のコストの差が大きいほど、商品の価値は出てくる。日本と他の英語圏の高等教育コストや生活コストには劇的な差はないので、現地に行かないことにそれほどのメリットが感じられないのである。さらには英語を日常社会でよく使う国では、英語環境への準備コストがほぼ不要であったが、日本ではそうはいかないという面もあった。以上、トランスナショナル教育が留学生獲得戦略として有望と判断される環境をまとめると次のようになる。

- (1) 高等教育需要が高いこと
- (2) 教育収益率（学位の価値）が大きいこと
- (3) 国内の高等教育が未発達であるか選択肢が不足していること
- (4) 渡航先国と自国の教育・生活コストの差が大きいこと
- (5) 渡航先国の言語環境（特に英語）が自国に似ていること

以上のような分析から、留学生獲得戦略としてのトランスナショナル高等教育による留学生は、これを広い意味での留学生と認める限りにおいて、一定の有効性を持つ可能性は存在している。しかし、その有効性の意味は、留学生獲得戦略の目的は何であるのかによって左右されるものである。留学生を増やして、大学の環境を国際化し、大学の威信を高めようというのか、優秀な留学生の存在で研究環境を刺激しようとするのか、あるいは留学生の払う授業料等による収入の増加を目指すのか、単純に国際ランキングの順位を上げようというのか。例えば後二者の目的であるならば、トランスナショナルな留学生の誘致は、上記(1)から(5)までの条件を考慮して、いくつかのオプションの一つとして検討すべき戦略であるかもしれない。特に、当該大学の国内における位置において、歴史的に後発のグループに属し、国際的な留学生マーケットに参入する点で不利な状況にある大学にとって、トランスナショナル高等教育は大きな可能性を持ったオプションである。

一方、留学生を誘致する主要な目的が、どちらかと言えば前二者である場合、トランスナショナルな教育展開やプログラム配信の選択には、慎重な判断が必要であろう。これまでの人的移動による留学には機能していた質のコントロールが、遠く異なる教育環境で、無条件には保持できないという危険性がある。またトランスナショナル高等教育は、マーケット的には、ホスト国（自国）の高等教育コストと伝統的な留学のコストの差において生まれた需要であるので、高等教育の国際化の理念とは

もともと別個のものである。それを混同して、トランスナショナル高等教育への参加こそが国際化への潮流であるかのように考えるべきではない。大学の提供するプログラムや学位などの質は、国際的な質保証ネットワークなどによって、国境を越えてある程度コントロールできるようになってきている。しかし、フランチャイズ・システムなどによって授与する学位の数を極端に増加させることは、どこかで学位の価値を低下させてしまう可能性もある。とりわけ学生、学位授与大学、ホスト機関の3者がWIN-WIN-WINの状況は、この展開を客観的に批判的に抑制する機能が働かない危険性があることを認識しなくてはならない。

- (1) UNESCO and Council Europe, 2001, *Code of Good Practice in the Provision of Transnational Education*, Bucharest, UNESCO-CEPES, (<http://www.cepes.ro/hed/recogn/groups/transnat/code.htm>).
- (2) McBurnie, Grant and Christopher Ziguras, 2007, *Transnational Education: Issues and trends in offshore higher education*, pp.21-30, Routledge, London.
- (3) Frank P. Larkins and Ian Marshman, (2015+), *Australian Universities Overseas Student Recruitment: Financing Strategies and Outcomes from 2004 to 2014*, Australian Higher Education Policy Analysis, LH Martin Institute, p.17, (http://www.coe.int/t/dg4/highereducation/recognition/Code%20of%20good%20practice_EN.asp)
- (4) HE Global, 2016, *The Scale and Scope of UK Higher Education Transnational Education*, pp.20-28, UK Higher Education International, British Council. (<https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/scale-and-scope-of-uk-he-tne-report.pdf>)
- (5) *Ibid.*, pp.32-34.
- (6) C-BERT, 2017, *Cross Border Education Research Team, Research and News about Transnational Higher Education, Branch Campus Listing*, Updated January 20 2017; (http://cbert.org/?page_id=34); 2009年のデータについては、Macaranas, Federico M., 2010, *Business Models in Asia-Pacific Transnational Education*, pp.152-153, Christopher Findlay and William G. Tierney eds., *Globalisation and Tertiary Education in the Asia-Pacific: The Changing Nature of a Dynamic Market*, World Scientific, Singapore.
- (7) C-BERT, *op. cit.*, 2017を基に筆者集計(表2参照)。
- (8) HE Global, *op. cit.*, 2016, p.71.
- (9) Department for Innovation, Universities and Skills, (DUIS), 2008, *Transnational*

Education and Higher Education Institutions: Exploring Patterns of HE Institutional Activity, London.

秦由美子、2014、「第2章 イギリスにおけるトランスナショナル高等教育」、杉本均編『トランスナショナル高等教育の国際比較—留学概念の転換』、東信堂、38頁より引用。

(10) Larkins and Marshman (2015+), *op cit.*, pp. 4-5.

【論考】

留学生は大学ホームページをどう見ていたか？

-国費学部留学生の調査から探る戦略的情報発信-

University Websites and Strategic Recruitment of Outstanding International Students: Perceptions of Undergraduate Students in the Japanese Government (MEXT) Scholarship Program

東京外国語大学大学院国際日本学研究院准教授 小松 由美

KOMATSU Yumi

(Graduate School, Institute of Japan Studies, Tokyo University of Foreign Studies)

キーワード：国費学部留学生、大学ホームページ、戦略的情報発信、外国人留学生獲得戦略

はじめに：留学生受入れ戦略発表から3年を経て

2013年12月に文部科学省から発表された「世界の成長を取り込むための外国人留学生の受入れ戦略」（報告書）では、世界的な留学生獲得競争が激化する中、重点を置くべき分野や地域が策定され、東南アジア（ASEAN）、ロシア及びCIS諸国、アフリカ、中東、西南アジア、東アジア（モンゴルが中心）、南米、米国、中東欧といった受入れ重点地域が地域の特性をふまえた対応と共に掲げられた。2013年と最新の2016年の留学生数のデータ（日本学生支援機構）でアジア出身者が占める割合に大きな変化はないものの、これまで大きな割合を占めていた中国、韓国、台湾出身者は71.9%から51.1%と減少し、近隣の漢字圏以外からの留学生が増加している。

文部科学省の国費外国人留学生制度で本年(2017)4月に渡日した国費研究留学生は「ミレニアル世代」（1980年代初めから1995年生まれの者）、国費学部留学生は「ジェネレーションZ」（1996年以降に生まれた者）と呼ばれるデジタルネイティブの世代である。今日、ホームページで複数のソーシャルメディアのアカウントにリンクしている大学もあり、大学広報にインターネットが幅広く活用されていることが伝わってくる。近隣の漢字圏出身者が留学生の大半であった時代とは文化背景が異なる若者が日本留学を目指すようになった今、情報の受け手であるデジタルネイティブ世代の若者たちは、日本の大学からの情報をどう見ているのだろうか。

1. 日本の大学からの情報発信とインターネット普及

大学による留学生獲得のための情報発信には、留学フェアや学校訪問のような対面での広報と、インターネットや印刷物での広報がある。明治大学の横田雅弘教授は、2013年の留学生獲得のための入試広報戦略の論考で、オールジャパンとしての留学情報サイトと各大学のホームページの異なる役割について論じており、大学ホームページの広報力の例として、授業のネット上での公開を挙げていた。2016年9月には、大規模オンライン公開講座（MOOC）を活用して日本留学希望者を支援するオンライン講座が東京大学により開講された。インターネットでは、留学フェア等の対面でアピールする機会がない若者にも日本の大学の情報を広く伝えることができるが、大学ホームページで実際の授業を見ることができれば、インターネットを介して顔が見える広報となる。留学の意思決定に係る情報収集に関する調査で、留学先を日本に定めていた者が最も参考にしたのは留学情報サイト、日本留学を検討したが留学しなかった者が参考にしたのは留学先の学校の公式ウェブページという結果が報告されており（文部科学省、2015）、大学のホームページの充実は、留学を考える入口の時点で意思決定にプラスに働くと考えられる。

大学が海外に向けて情報発信をする際、情報を受け取る側の環境を考えて戦略を立てる必要がある。2016年の世界のインターネット普及率は推定で47.1%であるが（国際電気通信連合、2017）、図表1のように2013年と比べると個人、世帯共、普及率が上がっているものの、地域により差があり、アフリカの家庭でのインターネット利用率はヨーロッパの3分の1以下にとどまっている。また、開発途上国でのスマートフォン利用は、Wi-Fiが無料または安価で利用できる場所に行き利用することが多いため、公共施設や店舗などのWi-Fiの整備が進められているという（総務省、2014）。日本留学に興味を持つ若者は、世界各地でどのようにインターネットを利用しているのだろうか。

図表1 インターネット普及率（人口100人当たりと世帯への普及）

地域	2013年		2016年（見込み）	
	個人（%）	世帯（%）	個人（%）	世帯（%）
アフリカ	16.7	9.0	25.1	15.4
アラブ諸国	32.2	34.3	41.6	45.7
アジア太平洋	30.7	33.8	41.9	46.4
CIS	54.4	56.2	66.6	67.8
ヨーロッパ	71.7	76.0	79.1	84.0
北中南米	55.9	55.5	65.0	64.4

〔国際電気通信連合（ITU）の統計から筆者が作表〕

2. 大使館推薦の国費学部留学生

優秀な外国人留学生の獲得のために戦略的な情報発信をする際、世界各地で留学先を探す若者が日本の大学のホームページをどう見るかを探るためには、日本語力を問わずに世界各地から採用される国費学部留学生の行動と認識は参考になるだろう。

文部科学省の国費外国人留学生制度では、日本において学部留学生として修学する外国人留学生の採用を、世界各地の在外公館の推薦（大使館推薦）により行っている。大使館推薦の国費学部留学生は、17歳から21歳で渡日し、渡日直後の1年間は、文部科学省が指定する予備教育機関（東京外国語大学または大阪大学）で集中的な予備教育（日本語および文系・理系別の教科）を受ける〔入学する大学が渡日前に決まる直接配置の者を除く〕。専門分野は文科系・理科系共様々で、出身国・地域の分布は毎年一定ではないが、受入れ重点地域から採用されている。渡日時の日本語力は初歩から上級まであり、渡日後にひらがなから日本語を学ぶ者も1年間の予備教育で大学での勉学に必要な日本語を習得する、優秀な若者たちが世界各地から採用されている。彼らが翌年4月に進学する大学は渡日時には決められておらず、また、希望すればどこでも入学できるのではなく、文部科学省を通して国費学部留学生の受入れが示された大学の学部・学科を予備教育中に調べ、希望を固めていく。そして、予備教育中に進学希望大学の入学考査を経て、予備教育修了までに入学する大学が決定する。

筆者は、東京の予備教育機関（東京外国語大学留学生日本語教育センター）でインターネットを活用した渡日前オリエンテーションや在学中の学生相談を担当しており、修了後のネットワーク構築も視野に入れ、より充実した支援のため、国費学部留学生のインターネット利用について調査を行ってきた。本稿では、本年（2017）春に渡日した国費学部留学生の大学ホームページ閲覧から、日本留学を目指す若者に訴求力を持つ大学ホームページについて考察する。

3. 海外から見た日本の大学のホームページ

2017年4月に渡日し東京の予備教育機関に入学した国費学部留学生に、自国で日本留学について考えていた時の日本の大学のホームページ閲覧について尋ね、49名（平均18.9歳）から回答を得た。閲覧時の日本語力は未習から上級まで様々で、出身は、アジア、太平洋、北米、中南米、欧州、中東、アフリカの32の国・地域であり、近隣の漢字圏からの学生は、回答者のおよそ1割である。

3-1. インターネット利用の頻度と情報通信端末

大半（95.5%）の学生は毎日インターネットを閲覧していたと回答しており、図表2にあるように自宅のパソコンで見ていた者が9割近くで最も多く、スマートフォンが次に多い。スマートフォンのみで閲覧していた者が8.1%、自宅のパソコンのみで閲覧する者が14.3%あり、学校や公共のパソコンを利用する者（4.0%）は、自宅でもパソコンを利用していた。

図表2 自国でインターネットを閲覧した端末 [複数回答可]

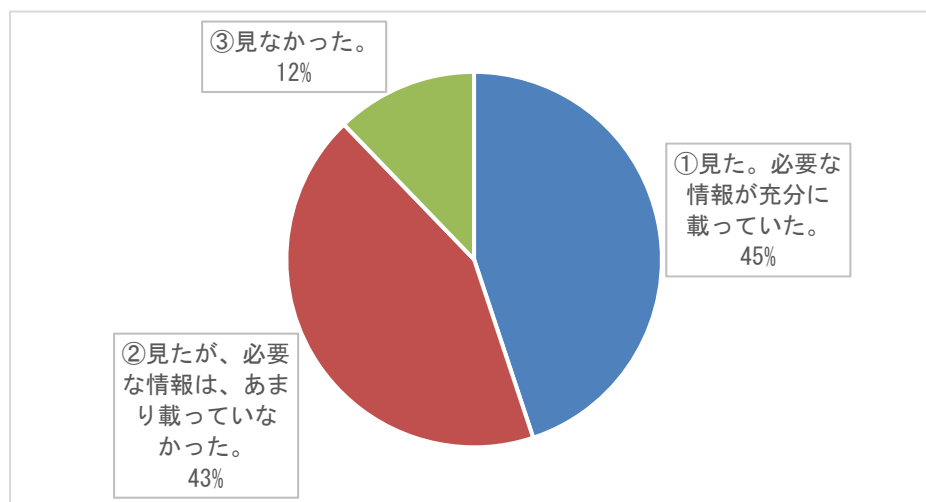
自宅のパソコン	スマートフォン	学校のパソコン	ネットカフェや図書館
87.8%	83.7%	8.1%	4.0%

3-2. 大学ホームページの閲覧

日本の大学のホームページを閲覧したか、また、必要な情報は載っていたかを尋ねたところ、図表3のように、情報は充分だとした者と充分でなかった者がほぼ同数であった。見なかった理由として、日本語上級者は、「JASSOの留学フェアや日本留学経験者の話を聞いた」、「ウィキペディア等他のサイトから情報を得た」、日本語初級者は、「勉強でインターネットは使わない」、「うまく学部を見つけられず先生方にアドバイスをもらいたい」、等、自由回答で述べている。

ホームページを見た（①または②）と回答した者から、最多の東京大学（31名）をはじめ国立大学19校、私立大学12校の校名が挙がり、平均4.9校のホームページを閲覧していた。

図表3 自国での日本の大学ホームページの閲覧



3-3. 大学ホームページの印象（自由回答）

3-3-1. 情報は充分だと思った者（①）の感想

* 構成・デザインに関するもの

- + 構成が良い、使いやすい、見やすい、探す情報を見つけやすい
- 情報が見つけにくい

* 内容や使用言語に関するもの

- + 留学生数や出身国のデータは役に立つ

- + 英語のページがあるので良い
- 英語で書かれた情報が少ない・古い、日本語と英語の情報が同じでない

英語での情報が充分でないというコメントは日本語力に関わらず見られたが、特に上級者は、英語ページに切り替えると情報がきちんと出ないことに気付いている。「ゼミのテーマや内容を部外者でも閲覧できたことが進学希望大学を探すのに役立った」と記した日本語上級者がいたが、日本語初級者は、「コースディスクリプションや専攻での履修科目、大学生活についての情報を英語で探すのが大変だった」、「複数の科目の説明に同じ文が使われていた」、等と記しており、日本語力により得られる情報の差が感じられ、構成をポジティブに捉えたコメントは日本語上級者やアジアの学生に見られた。

3-3-2. 十分な情報を得られなかったと思った者（②）の感想

* 構成・デザインに関するもの

- + 構成が良い、使いやすい、モダンなレイアウト
- 混乱させられる、見つけにくい
- フロントページは在校生向けのようだ

* 内容や使用言語に関するもの

- + 大学生活や沿革について十分な情報があり、学部ごとにサイトが設けられている
- 英語ページの改良が必要〔日本語ページより情報（学部、コース、カリキュラム、入学後に得られる機会）が少ない、情報が古い〕
- 学部のカリキュラムについての情報が少ない

こちらにも、日本語上級者に、「英語で書かれた情報と日本語で書かれた情報が違うことがある」というコメントがあった。日本語初級者は、「自国の大学のホームページとは全く異なるから情報を見つけられない」、「ウェブサイトよりフォーラムなどでの人々の意見を聞きたい」、「ホームページでは情報が探しにくいので日本に行ってから大学に直接尋ねようと思った」、「沿革やミッション、研究成果等の情報が主だが、それでは大学選びには充分でない」といった感想であった。国費留学を希望する者であっても、言語や構成が慣れ親しんだものと異なるホームページに接し、ホームページを読み進むのではなく人に聞くといった情報収集の変更を考えている。これは、前述（文部科学省、2015）の日本留学を諦めた者が留学先の学校のホームページを意思決定の参考にしていたという調査結果を鑑みると、看過できないポイントではないだろうか。

4. 考察

4-1. 使用言語について：英語ページの充実

日本の大学からの情報発信について、タイの中等教育で日本に留学生を送り出している教員に聞き

取りを行ったところ、生徒が漢字で書かれたホームページを見たときの反応を考えると、まず英語でホームページを用意したほうがよいだろう、とのコメントを得た。近隣の漢字圏からの学生と受入れ重点地域の学生たちでは、漢字表記や日本語の文法への距離感が異なると考えられる。

今回尋ねた国費学部留学生たちからは、大学のホームページは日本語サイトと比べて英語サイトの情報量が少ない、古いというコメントが多く聞かれた。参考に、2016年度の国費学部留学生8名にも尋ねたところ、同じく、日本語サイトと英語サイトの情報量の差を日本語上級者がコメントし、渡日時に日本語初歩であった者は、「英語のバージョンがあつて良かったと思ったが探している情報が見つけれなかった」、「英語サイトの情報より詳しい情報がほしい」とコメントした。英語サイトでの発信が充分でないと留学希望者が認識することは、その大学の教育全体を見ることのできないのみならず、大学への評価の点からもネガティブに働くのではないだろうか。英語サイトでは同じ文が繰り返し使われていた、というコメントもあり、ただ英語にすればよいというのではなく、「なぜ本学か？」というアピールができる英語表現になれば、さらに効果的であろう。

4-2. 内容について：教務情報の充実

その大学に入学した場合、どのようなコースがあるのか、卒業や進学に向けてどのような履修をするのか、そして、各科目の内容はどのようなものか、といった教務的な情報が求められている。2013年発表の留学生の受入れ戦略では複数の受入重点地域への対応として大学の優れた点の広報が求められており、最新の研究や成果が大学ホームページでアピールされていることに2017年度入学者は気づいているが、進学したい大学を選ぶにあたっては、自分が履修できるのはどのようなものかという具体的な情報を求めている。参考に意見を聞いた2016年度の国費学部留学生も、「シラバスや教員の詳しい情報がほしい」、「特別な呼び名の学科は説明が欲しかった」、と述べており、教務情報の充実が必要だというのは、2017年入学者に限った認識ではないようである。部外者でもカリキュラムやシラバスを英語で見ることができる大学ホームページは、国費学部留学生を目指す学生への訴求力を持つと言える。

4-3. 構成・デザインについて：情報にアクセスしやすい構造と設定

北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院の北村倫夫客員教授（2014）は、海外に向けた大学広報では、構造や文字表現などのロジカルな側面とデザインや視覚表現等のエモーショナルな側面の双方で訴求力を高める工夫が必要だとし、留学生が必要情報にアクセスしやすいような工夫を示している（図表4）。これは国費学部留学生に特化された戦略ではないが、今回の調査で得られたコメントを見ると、国費留学生として採用される優秀な若者の求めに答えることができる戦略である。

今回、自国のホームページと全く異なるので情報を見つけられなかったと述べた者は重点地域から

入学した日本語初級者であり、また、人々（留学生）の話を聞きたい、施設の紹介が多いとコメントした者たちも日本語初級での渡日であった。日本の大学生活をイメージできるだけの情報の蓄積がない日本語初級者には、図表4の①、③に挙げられた工夫が効果的であると言えよう。欲しい情報を見つけないという言語文化的に日本から遠い日本語初級者への訴求のため、北村教授が提唱する広報戦略をとってみてはどうだろうか。

図表4 留学希望者への訴求力を高める広報手段（北村 2014 より著者作成）

①必要とする情報にアクセスしやすい構造	<ul style="list-style-type: none"> ・受験や入学手続きなどイベントを時系列で表現する ・事象別（教育、国際交流等）よりライフイベント（大学に入る、授業を受ける等）による構造化を試みる ・組織別カテゴリー（入試課、国際関係部署等）を超え、留学生の視点に立つ
②ユニバーサル情報とユニーク情報の区別	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人留学生共通に必要な情報は大学共同で ・大学固有のアピール情報は各大学で
③その他の取り組むべき工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・メッセージの主語を「あなたは」にする ・留学希望者向け日本語コンテンツも充実する ・人（笑顔、生き生きとした姿）の画像を多く出す ・外国人在学生、卒業生の語りを前面に出す

筆者は、予備教育機関の渡日前オリエンテーションに関し、在外公館の担当者から当該国のインターネットの状況について情報を得ることがある。今回の調査ではインターネットを毎日閲覧したと回答した者がほとんどであったが、居住地での接続状況が良くないことから大きな町に出て接続するケースがあった。前述（総務省、2014）のように、Wi-Fiの接続状況が良い場所に移ってインターネット閲覧をしていることが窺われる。後発開発途上国では、日本留学希望者がいても、経済的理由と情報不足から、奨学金の選別を経るのが唯一の日本留学ルートとなっている国が多いという（森田、2015）。今回の国費学部留学生の調査でも、自国ではスマートフォンのみで閲覧している者が1割近くいることから、大学のホームページの設定は、スマートフォンでも閲覧できるデザイン、奨学金情報等ダウンロードする資料のサイズに関する配慮、余裕をもった日程設定が求められる。

5. まとめ：優秀な国費学部留学生を呼び込むために

優秀な留学生の戦略的獲得を考えるため、本稿では、日本語力、専門分野、出身地域の分布が幅広い国費学部留学生が自国で日本の大学のホームページをどう見ていたかという行動と認識を中心に、訴求力を持つ大学ホームページについて探ってきた。彼らのコメントをまとめると、大学ホームページには、「カリキュラム等の教務情報」、「英語による情報の充実」が希求されている。それらを叶えた

上で、幅広い専門分野で奨学金による留学が可能であることを大学のホームページでも示すことで、これまで日本留学に興味を示しながらも諦めていた優秀な留学生を呼び込めるのではないだろうか。留学生の戦略的な受入れを推進するにあたり、日本に留学したばかりの国費留学生からの声が、世界各地で日本留学への希望を持つ若者たちへの情報発信の一助になれば幸いである。

【参考文献】 〔記載 URL は 2017 年 5 月 4 日閲覧、JASSO ウェブマガジン『留学交流』は <http://www.jasso.go.jp/ryugaku/related/kouryu/index.html> で閲覧〕

北村倫夫 (2014) 「外国人留学生のリクルーティング戦略—海外向け大学広報戦略の立て方と実践方法—」日本学生支援機構ウェブマガジン『留学交流』2014年6月号

総務省 (2014) 『平成 26 年版情報通信白書』(PDF 版)

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/pdf/index.html>

日本学生支援機構 「外国人留学生在籍状況調査」

http://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_e/index.html

森田桂花 (2015) 「後発開発途上国からの留学生受入れに関する考察—多様な国からの留学生受入れ促進に向けて—」日本学生支援機構ウェブマガジン『留学交流』2015年6月号

文部科学省 戦略的な留学生交流の推進に関する検討会 (2013) 「世界の成長を取り込むための外国人留学生の受入れ戦略 (報告書)」 http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/1342726.htm

文部科学省 (2015) 平成 26 年度先導的・大学改革推進委託事業 (フォースバレー・コンシェルジュ株式会社) 「日本人の海外留学及び海外からの留学生受入れ支援の具体的施策等の検討に係る調査研究」(報告書) http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/itaku/1357553.htm

横田雅弘 (2013) 「留学生獲得のための入試広報戦略—オールジャパンと個々の大学の戦略—」日本学生支援機構ウェブマガジン『留学交流』2013年12月号

International Telecommunication Statistics “time series of ICT data for the world, by geographic regions and by level of development, for the following indicators (2005–2016)” :

<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

【論考】

継続性のある留学生受入れポリシーの効果

—小規模大学におけるネパールからの留学生受け入れを例に—

Effects on a Constant Acceptance Policy of Foreign Students:
The Case of Accepting Nepalese Students at a Small-scale University

大阪産業大学国際学部 春口 淳一

HARUGUCHI Junichi

(Faculty of International Studies, Osaka Sangyo University)

キーワード：エンrollment・マネジメント、アーティキュレーション、外国人留学生獲得戦略

1. 調査の背景と目的

近年、日本語学校を取り巻く特徴の一つにベトナム、そしてネパールからの留学生の急増が挙げられる。このうちネパール人学生に関しては、日本語教育振興協会が認定する日本語教育機関において、その占める割合が平成25年度以降一貫して中国、ベトナムに次いで3番手に挙げられる¹。中国や韓国からの留学生獲得がそれまでほど振るわなくなった今、新たなマーケットとしてベトナムと共に注目されていることが窺える。

ただその受け入れを巡っては、西日本新聞が日本語学校で学ぶネパール人学生を取り上げた一連の報道にもみられるように²、社会問題と捉えられるケースも目立つ。あたかも、かつての一部中国人就学生受け入れ（栖原2010）をなぞっているかのようである。

しかし、ネパールからの留学生受け入れのインパクトは日本語学校だけに見られるものではない。本稿で注目する大学（A大学と仮称する）でも、日本人学生だけでは定員を満たせない中、それまで頼りとしていた中国や韓国からネパールにも目を向けるようになった。18歳人口の減少が進む日本において、その穴を埋めるべく広く世界から留学生を獲得しようとする動きは、この大学に限った特異な例とは言えないだろう。そこで本稿ではA大学における受け入れの実態を検証することで、新規マー

¹ 日本語教育振興協会ホームページ「平成28年度日本語教育機関実態調査結果報告」
<http://www.nisshinkyo.org/article/pdf/overview05.pdf>（2017年5月1日閲覧）

² たとえば、「出稼ぎ留学生」や「留学ビジネス ネパールからの報告」シリーズがある。詳細は西日本新聞ホームページ「新移民時代」（https://www.nishinippon.co.jp/feature/new_immigration_age）より参照されたい。（2017年5月10日閲覧）

ケットからの留学生受け入れ整備に向けて一言を呈することを目的とする。

2. 先行研究より

上述のA大学とは地方都市にキャンパスを置く小規模私立大学である。拙稿（春口 2015、2016）で、そのネパール人学生の受け入れを巡って報告したが、本稿はその追跡調査と位置付けることができる。以下、先行研究より第1期生受け入れ時の概略を整理しておく。特に受け入れた学生に特化して用意された教育プログラムである「日本語特別プログラム」と、教学と事務系組織とを結びつけた支援体制を敷いたときにその司令塔としての役割を期して創設された「日本語特別プログラム連絡会議」³（以下、連絡会議）に稿を割く。

2. 1 受け入れの概略

従来この大学では留学生には日本語能力試験 N2 合格程度の日本語力を持つことを入学の出願条件とし、また筆記と面接による日本語の入学試験を課してきた。そして、入学後は転学科等の余地はあるものの、多くの留学生が日本語・日本研究を4年間に渡って専攻している。大学での学びは日本語力を前提としていると言えるだろう。

しかし、2013年秋に入学を許可したネパール人学生29名については、一切アドミッションにおいて日本語力を問題としなかった。彼らに対しては学習意欲等を、面接試験において英語を用いて確認する程度であった。これはネパール語を解する教職員が学内にいないことから、ある程度の英語力は学内での当座のコミュニケーション手段として必要だと考えてのことであった。なお、ネパール人学生は現地にある4つの留学斡旋機関（いずれも日本語学校でもあるという）を通して出願している。

● 日本語特別プログラム

彼らは学部1年生として入学したものの、第1学年を通常のカリキュラムから切り離し、新設した「日本語特別プログラム」の受講を義務付けられている。この「日本語特別プログラム」は週当たり15コマ（1コマ=90分）の日本語クラスと1時間の基礎演習クラス（英語も一部用いて日本事情等を紹介）を軸として構成され、1年間（春季及び夏季の長期休暇期間も2週間程度の集中講義を設置）のプログラム修了時には日本語能力試験 N2 に合格することを目標に掲げていた。その上で、2年次からの3年間は他の学生と同様のカリキュラムに参加し、4年間で学部を卒業する。

³ 1期生受け入れ時は「ネパール連絡会議」と呼称していたが（春口 2015、2016）、後述する2期生受け入れに合わせて、必ずしも受け入れ対象をネパール人学生に限定しないことを踏まえて改めたという。

● 日本語特別プログラム連絡会議

続いて「連絡会議」について取り上げる。これは学期開始から1か月経った時点で、支援体制の不備が明るみになったことから学長の指示で作られたものである。大学事務組織の中でネパール人学生への支援の実際を受け持つ「教育支援部」、「学生支援部」、「入試広報部」、「国際交流センター」を統括し、これらのスタッフと「日本語特別プログラム」担当教員（主として日本語教師）とを結ぶのだという。会議のメンバーは副学長を座長に、教育支援部長や学生支援部長、入試広報部長等、先に挙げた各セクションを代表する教員が名を連ねる。

2. 2 結果

プログラムが1年を終えた時点での成果を先行研究では振り返り、その問題点を次のように指摘している。すなわち、①到達目標であったN2に合格した学生は皆無であったこと、②多数の退学者が出たこと、そして③次年度への入学者を獲得できず、「日本語特別プログラム」が中断したことの3点である。

まず①だが、その原因はプログラムの目標に無理があったことによるのか、それとも入学時の選考に問題があったためなのか。既に触れたが、入試判定において日本語力は考慮されていなかった一方で、A大学では本来の1年次の留学生の出願の目安にはN2程度の日本語力を求めている。そして、入学後のカリキュラムにおいても、提供される授業の多くは日本語を用いて行われる。2年次進級時にN2を持つということは、本来4年かけて学ぶべきところを3年間で済ませよということと同義である。つまり、プログラムが目標を達成できなかったからには、更に短い期間でディプロマ・ポリシーを満たすことを要求するか、カリキュラム・ポリシー及びディプロマ・ポリシー自体を引き下げる（あるいはポリシーを放棄する）ことを意味する。

次に②の退学者についてだが、29名中17名が大学を去った（うち2名は除籍）。退学率は6割に迫るが、特徴的であったのは斡旋した4機関のうち1機関（以下、機関Xと仮称）についてはこの時点で退学者が皆無であったことだ。退学者に関しては、「学びたい科目がない」など、学生の思惑と大学の実際との不一致が入学後に明らかになったことを理由に挙げる者が多く、斡旋機関が正しく大学情報を発信していなかったと口にする学生も散見された。また退学者の中には在学中、「午前だけではなく午後にも授業が配されているのはアルバイトが満足にできない」などと、留学の目的を自ら否定する学生がいたことを考慮すると、佐藤（2016）が注意喚起をしているように、留学斡旋機関の中には甘言を弄して送り出しの頭数を揃えようとする存在もあるのだろう。

③については、そのための専従日本語教員を任期付き（2年もしくは3年任期）とはいえ6名雇用していたことから、当初は継続した受け入れを大学側が見込んでいたことは明らかだ。しかし、提供を受けた学内資料からは2014年秋入学に向けてリクルートが積極的に行われたとは思われない。この

背景には、マーケットが遠方にあることもさることながら、極端な授業外支援⁴に振り回された職員の疲弊が指摘できるかもしれない。

なお、この1年を通して「連絡会議」が活発に機能したとは言えない。当時「日本語特別プログラム」を担当していた日本語教師の1人は「この連絡会議と、密に情報共有ができ、定期的に会議をするなどしていれば、学生はこの大学から離れなかったのではないかと思う。」と述べたが、この発言からは「連絡会議」が定例で開かれなかったこと⁵、そして「連絡会議」メンバーと現場の教職員との連携に隔たりがあったことが窺える。この点については、「連絡会議」メンバーの中からも授業担当者や直接支援に当たるスタッフ任せであったとの自省の弁が聞かれた。

だが、結果として「連絡会議」の消極的姿勢は変わらず、この1年間で得られた知見を以後の学生獲得やプログラム運営に生かすよう振り返ることもないままに、プログラムは一時中断してしまう。このように組織立ててプログラムの改善、維持に向けた積極的なアプローチがとられなかったことは、上記3つの問題点の解決を図る上で課題となるだろう。

3. 2期生の入学を受けて

2014年9月以降途絶えていた「日本語特別プログラム」だが、2016年9月にネパール人学生13名が入学したことで再び始動した。この13名を送り出したのが、3年前に唯一退学者を出さなかった機関Xである。機関Xからは、2017年4月にも10名が続けて入学している（3期生）。

そこで筆者はA大学に赴き、下表に示す教職員への聞き取り調査を行った（2016年9月及び2017年2月に実施）。日本語教師は教員Hを除き、調査時点で既に同プログラムで教壇に立っており、教員Hも調査直後には受け持つ予定とのことであった。なお教員Gがプログラムのコーディネーターを務めている。また教員Eは同プログラムの基礎演習クラスを担当している（前述の「連絡会議」座長を務めた副学長とは別人物）。職員A、Bは留学生の支援全般を受け持つ国際交流センターのスタッフである。職員Cはアドミッションを担当する入試広報課スタッフであり、3期生の入試に際してネパールに足を運んだ。そして教員Fは学長を支え、特に1期生受け入れ実現に尽力した人物であり、「連絡会議」のメンバーの1人でもある⁶。

⁴ 例えば、経済的に困窮する学生のためにアルバイト先を確保し、早朝の作業のために自家用車で送り届けた職員のエピソードなどがある。

⁵ 成績評価や到達目標の扱いなど、プログラムの運営に関して不安視する学生の声に応じて開催されたケースが確認できる。なお、日本語教師を交えた拡大会議は学期末に1度ずつ、1年間で2回開催されている。

⁶ 当該人物は、1期生受け入れ後に国際交流センター長を兼務。

表1：調査対象者

所属・役職等	略称	所属・役職等	略称
職員・国際交流センター	職員 A	教員・日本語教師	教員 G
職員・国際交流センター	職員 B	教員・日本語教師	教員 H
職員・入試広報課	職員 C	教員・日本語教師	教員 I
職員・学生支援課	職員 D	教員・日本語教師	教員 J
教員・副学長	教員 E	教員・日本語教師	教員 K
教員・入試広報部長	教員 F		

春口（2015、2016）では連絡会議メンバーや関係教職員を対象とする調査を踏まえ、その問題の解決をエンrollment・マネジメント（Enrollment Management、以下 EM）の確立に求めた。特に EM の構成要素として今井・今井（2003）が挙げた 8 項目（「マーケット・リサーチ」「リクルート」「アドミッション」「教学支援」「学生生活支援」「経済支援」「卒業」「リテンション」）の連携を、「教学支援」を中心としてなすべきであると主張した。本稿においても、各構成要素に即してインタビュー調査から得られた 2 期生受け入れを巡っての施策を検証する。

● マーケット・リサーチ

次項「リクルート」とも関連するが、学生獲得に向けた積極的なアプローチが 2 期生受け入れまでの 2 年間図られておらず、現地事情について特に研究がなされたわけでもない。ただし在籍を続ける 1 期生唯一の派遣元となった機関 X との関係は排除しなかった。2 期生受け入れに際しては、学長と事務局長とがネパールへ足を運んだというが、これは機関 X との学生送り出しに関しての業務提携に関する契約を確認、更新することにあつた（職員 A、教員 F）。A 大学にとっては、機関 X がネパール・マーケットの全てであると言えよう。

ただし、日本語学校でもある機関 X にどのような日本語の教員や教材・教具があり、何をどこまで教授しているのかは不明のままである。少なくとも「日本語特別プログラム」を担当する教員は、いずれも現地事情を全く聞かされていない。「教学支援」と「マーケット・リサーチ」は断絶している。

● リクルート

例えば、機関 X に対して募集要項を送付するなど、消極的アプローチも含めて一切大学側からの働きかけはなかったという。「日本語特別プログラム」は出願者がいなかった 2014 年以降もプログラムを廃止したわけではなく、クラスを維持するに足る応募者がいれば随時開講してもよいという受動的な姿勢にあつた。日本語教員は 2 期生受け入れ決定まで、プログラムが存続していたことすら認知し

ていなかったようだ。

さて、2期生の出願については機関Xからの打診による。その背景には退学しなかった1期生のA大学への好意的評価があり、これが派遣元である機関XのA大学に対する好印象につながったと教員Fは考えている。機関Xを通じた再度の出願までに2年の空白があるが、評価の定着に時間を要したためであるか、機関Xが日本の他の教育機関に送り出した上での相対評価によるのかまでは詳らかではない。ともあれ、間接的ながら「教学支援」と「リクルート」にはつながりが見出せる。

● アドミッション

2期生の入試は、学長と事務局長が機関Xを訪ねた際、学長自身が英語を用いて簡略な面接試験を行ったとのことである。学習動機や卒業後の希望進路などが話題となったようだ。3期生の入試に携わった職員Cによれば、このときの入試も同様に英語を介しての面接を実施しており、質問事項も同様とのことであった。

また2期生以降、特に重視したのが経費支弁能力も含めた書類審査である。3期生では出願書類に疑義が見られたことで不合格としたケースもあったという。このとき機関Xも出願を取り次いだものの、入試にあたった職員Cに対して率直に懸念を示していたとのことだ。これにより、機関Xが手数料を搾取することだけを目的とした斡旋機関ではないことが明らかになったと職員Cは評価している。

一貫して日本語力が入試で問われないのは、ゼロ初級学習者の受け入れをプログラムが前提としているからであろう。しかし4年間のカリキュラム・ポリシーを意識したアドミッション・ポリシーがそこにないことは明らかであり、「アドミッション」と「教学支援」とは乖離している。

では、出願者の実際の日本語力はどうだったのか。これに関して補足すると、全員が全くのゼロ初級というわけでもなく、多少なりとも事前に日本語に触れていた者も含まれていたとのことだ。だが、受け入れ直後に見られた日本語力の差は、第1 Semester開始後、3週間もあれば解消される程度であったともいう。ただし、深刻な影響はないとしながらも、学生が事前にどの程度日本語を学習していたのか知りたいと考える日本語教員は多かった（教員G、I、J、K）。

なお、2期生の渡日が予定より1か月以上延びたため、第1 Semesterの授業期間の修正に追われた（教員G）。これは入国管理局からの在留資格認定証明書交付に手間取ったためだという（職員A、B、教員F）。背景には日本語学校でのネパール人学生の受け入れ数増大に伴う社会問題の深刻化があると思われるが、機関Xを通して受け入れた学生は書類上の不備もなく、求められた追加書類もその全てを直ちに提供できたために、他の教育機関に比べても短期間で交付された（教員F）。この点も機関Xへ寄せる学内からの信頼向上につながっている。

● 教学支援

プログラムについては1期生のために構築したものを、2期生にもほぼそのままに用いているとのことだ(教員G)。2期生受け入れは、既に述べたように機関Xの要望を受けてのものであり、大学側が計画的に進めたものではなかった。現場の教職員にしてみれば、急遽プログラムを整えることを求められた格好となる。それだけに一度受け入れた実績があったことは、運営の拠り所になったと評価している(教員G、H)。

1年間でゼロ初級よりN2に到達を目指すこのプログラムについて、それ自体は無理な要求ではないとするものの(教員G)、現在抱えている学生が1年を終えたときにN2を達成できるかを尋ねたときには、若干名には期待を寄せつつも多くは難しいだろうとの見通しが聞かれた(教員G、I、J、K)。また教員Iからは、初級文型の詰め込み型になりがちであることに対して、後述する「接続」への必要性から理解は示しながらも、実際使用の機会を与えるなどしなければ定着が覚束ないのではないかとの提言も聞かれた。

また教員Gは1期生の存在が2期生の教学支援に大いに役立ったと強調している。履修に関するオリエンテーションを実施した際、ネパール語で説明の補助を担当してくれたことで、2期生の不安を払拭できたという。また何より1期生に自分たちの3年後の姿を投影できることが、2期生の大学での学びに対する信頼につながったのではないかと考えていた。1期生自身にはモデルとなる先輩が学内におらず、「日本語特別プログラム」修了後の展望が描けなかったこととの大きな違いであろう。先輩という実績が目前にいることは2期生にとって幸いであったが、これもプログラムの中断がもう1年長ければ叶わなかった。

さらに2期生からの新たな試みとして、日本語教員養成講座(副専攻)を受講する学生をチューターとして起用したことも教員Gから紹介があった。この講座の受講生が授業外での日本語学習をサポートすることは、受講生本人にとっても留学生支援を実際に体験する機会ともなる。

● 学生生活支援

職員Dによれば、1期生受け入れ時には窓口での対応に忙殺されたのに対し、2期生は全くそのようなことがないのだという。生活面でのケアは「教学支援」同様、大学側に一度実績があることに加え、ここでも先輩の存在が大きいのだという。1期生の2期生に対する先輩としての支援をごく自然に両者が捉えており、それによって目立ったトラブルもなく大学生生活を過ごしているとのことだ。

また1期生で退学に至った学生は、その多くが経済的に困窮していた。このこと自体がアドミッションにおける経費支弁能力の審査が形骸化していたことの証左となるが、機関Xに関しては1期生も2期生も私費留学を支えるだけの経済力を持って留学している。この点は入国管理局のチェックが厳格化してなお留学が許可されていることも裏付けになる。

この点での大学側の取り組みとしては、例えば2期生の入試に先立って、経費支弁の重要性を英文で紹介した用紙を配布するようになった。また職員Cが参加した3期入試では面接時にも、アルバイトに学費・生活費の全てを託すような留学計画は成り立たないことを強調したと語っている。1期生受け入れ時の混乱が、反省材料として生かされていることが窺える。

1期生の多くにとってアルバイトは必須であり（むしろそれこそを渡日の目的としていた学生も少なくなかった）、就職支援担当の職員がアルバイトの斡旋に追われ、面接のために授業を休ませることさえあったという。日本語が全くできない状況では自らアルバイトを見つけることは難しく、一方で日本語ができないからこそインテンシブなプログラムを充てがわれていることを思えば、機能していない「アドミッション」は「学生生活支援」の負荷を増大させ、それが「教学支援」を阻害するといった負の連鎖を生み出していたといえる。この点を解消したのが2期生以降なのだが、それも機関Xからの受け入れに限定したからこそであろう。

● 経済支援

前項の通り、機関X以外から送り出された1期生と異なり、2期生は経済的に深刻な状況にはない。教員Gも2期生が必ずしもアルバイトをする必要に迫られているわけではないようだ述べているが、それでも日本人学生との経済格差は否めず、他の留学生同様に授業料減免の恩恵に与かっている。ここで注目すべきは、A大学の授業料減免制度が入学時の日本語力に基づいて減免額に差を設けている中で、日本語力を問われないプログラム参加者はこれに拠らず、卒業まで一定額の減免対象とされていることだ。他の留学生の中には日本語力がネパール人学生より高くとも、本来の入学条件（日本語能力試験N2相当）に及ばないとき、減免額がネパール人学生を下回るケースがある。

授業料減免制度は進級に応じて金額が改められるが、例えば2年次進級時においても「日本語特別プログラム」を経た学生が優遇される格好となる。プログラムが1年限りであり、2年次以上は他の留学生と「教学支援」が同条件となることが原則であるからには、この扱いの不均衡をどう是正するかが課題となるだろう。1期生がプログラム修了時に到達目標を満たせなかったことも踏まえ、4年間の彼らの学びを経済的にどう支援していくのか、基準作りが求められる。

● 卒業

このEM構成要素は、2年次カリキュラムへの「接続」と「卒業」後のキャリア支援との2段階に分けて考える必要がある。ただし「卒業」については1期生が調査時点で4年生であることから、まだ実例がない。彼らの進路が、それに続く後輩たちのモデルとなる。就職や大学院進学など4年制大学卒業に見合った進路の獲得が期待されるが、他大学への3年次編入や専門学校への入学などに限られるようでは、ネパールからの継続した学生獲得に影を落とすことになるだろう。

さて「接続」だが、前述の通り1期生がプログラムを終えた時点で到達目標である日本語能力試験N2合格を達成した者は皆無であった。そこで継続して学ぶ学生のために、漢字クラスなど若干の日本語の授業を新設したり、欧米からの短期留学生対象の科目（英語による日本研究を扱った講義）の受講を許可するなどの措置を講じた。場当たり的ではあるが、「教学支援」に無頓着であったわけではない。だが、2期生を迎えた現状においても、1年間のプログラム修了時のN2到達は1期生同様に望みがたいことから、円滑な「接続」に向けての抜本的な対策が求められるだろう。

1期生については、2年次以降受講したクラス内でのパフォーマンスが日本人学生以上であったと高く評価する声もあり（教員F）、3年次以降にN2に、さらには4年次に至ってN1に合格した学生が出たことを称賛する調査協力者もいた（職員A、B）。しかし、当人の努力を否定するものではないが、A大学においてN2合格は1年次入学の、そしてN1合格は3年次編入学の条件であり、またそれを前提としてカリキュラムが形成されていることから目を背けるわけにはいかない。「日本語特別プログラム」を4年間のカリキュラムの中でどう位置付けるか、「接続」から「卒業」へ向けての問題が解消されたわけではない。

● リテンション

大学の実情や日本での生活を先輩というチャンネルを通して知り得た2期生は、多くの1期生が抱いた入学後の戸惑いからは無縁であった。また1期生で多数が退学したときと異なり、2期生にはプログラム修了後の展望を具体的に示す1期生が存在する。彼らの姿から、日本語インテンシブクラスである「日本語特別プログラム」にいても大学で日本語だけを学ぶのではないとの安心感を2期生が得られたことは（教員G）、リテンション対策としても評価できるだろう。現時点で退学を仄めかすような言動もなく、それどころか「日本語特別プログラム」においては全員が無遅刻無欠席、課題も全て提出するなど、授業への参加姿勢は他の学生の手本ともなるほどであるという（教員G、I、J、K）。

「リテンション」のマイナス要因として危惧される点としては、やはり「接続」時のカリキュラムと獲得した日本語力とのギャップが挙げられる。またロールモデルとなる1期生の「卒業」も、前項で述べたように、後輩の学習継続へのモチベーションを左右することだろう。

4. 提言と今後の課題 —まとめにかえて—

EM構成要素に即して2期生の受け入れの実態を概観し、またその課題点を指摘したが、総じて1期生と比較すれば、余程円滑に運んだと評価できる。これは留学斡旋機関を選別したこと、そして継続した受け入れによる学生間の（先輩から後輩への）支援体制が構築できたことが大きく貢献した。

● 留学斡旋機関

中国などではその制度上斡旋機関の仲介が必須であるというが（張 2013）、そうでなくとも地縁のない新規マーケット開拓では、斡旋機関に頼るのもやむを得ない。だが信頼できる機関との出会いに恵まれるとは限らず、その見極めは難しい。ネパールに関しては斡旋機関が日本語学校を兼ねることが珍しくないというが（佐藤前掲）、そうであるならば、斡旋機関における入学前の日本語教育を受け入れ機関が積極的に支援してはどうか。今回例に挙げた機関Xのように、斡旋機関を信頼できるというのであれば、例えば教材の提供や事前教育への助言などは、大学の「教学支援」への真摯な姿勢を示すものとして印象を高めることはあってもマイナスの評価とはならないはずだ。「日本語特別プログラム」の到達目標が現状では満たせておらず、この「教学支援」の部分のしわ寄せは他のEM要素にとつての懸念材料にもなっていることを思えば、複数の教育機関における「整合性・連続性を意味する」（宮崎 2013）という「アーティキュレーション」の構築は問題解決の一手となるはずだ。

留学生獲得の新規マーケットを開拓する上で、継続した獲得を求めることが受け入れプログラムの充実に貢献し、またプログラムが充実することで次の学生を呼び込むことも期待できる。その場限りの獲得策ではなく長期的な戦略を持つことが重要である。そしてその基盤が「教学支援」にあるのだとすれば、このことに共鳴する斡旋機関こそがパートナーとなり得るのではないか。

A 大学においては「連絡会議」の消極的参加が1期当時の課題となっていたが、この点は2期を迎えても同様だ⁷。しかし、上記提言は個々の教職員の手には余る。大学全体での受け入れを謳うのであれば、「アーティキュレーション」にも踏み込んだ「教学支援」中心のEMに組織的に着手するとよいだろう。

● 先輩-後輩関係

1期生による2期生への支援が果たした役割は非常に大きい。この役割関係構築は何によるのだろうか。4機関から受け入れた2013年当時、学生間にカーストの違いがあり、そのことが学生間の協働にも無縁ではなかったとの報告があった。1カ所に斡旋機関を絞った格好となったが、このことで経済面のみならず、民族、宗教や家柄等が類似したグループを形成したのだろうか。彼らの帰属するネパール社会での位置付けが障害にならなかったのかもしれない。「マーケット・リサーチ」の延長として、新規開拓においてはその地域社会への理解もまた求められるだろう。今後の課題としたい。

また1期生と2期生には入学時期に3年の開きがあり、両者の大学における経験に大きな差があった。この点は日本語力の差にも顕著に表れている。入学時に日本語力を持たないことが、双方の役割関係構築の動機付けになっていたのであれば、前述の事前教育への提言がかえって両者の関係構築を

⁷ 機関Xからプログラムへの出願希望を受けた際に開催され、そこでプログラムの再開を決議したが、それ以降はメンバー全員が召集されてはいないという（教員F）。

阻害することになるだろうか。とはいえ、その場合であってもゼミにおける学術的な支援体制を先輩-後輩関係の構築に求めた「B&S システム」(山田 2011)などを参考に、ディプロマ・ポリシーの到達に向けた、より高度な役割関係への昇華を図ればよい。その際は、日本人学生や他の国・地域出身の留学生との協働も、獲得した日本語力を駆使することで展開できるだろう。

参考文献

- 今井健・今井光映 (2003) 『大学エンrollment・マーケティング -大学EMの4Cスクウェアーパラダイム-』 中部日本教育文化会
- 佐藤由利子 (2016) 「ベトナム人、ネパール人留学生の特徴と増加の背景 -リクルートと受入れにあたっての留意点-」 『ウェブマガジン留学交流』 2016年6月号 vol. 63、pp. 12-23、日本学生支援機構
- 栖原暁 (2010) 「『留学生30万人計画』の意味と課題」 『移民政策研究』 2、pp. 7-19、移民政策学会
- 張泓明 (2013) 「留学仲介という斡旋組織について: 中国山西省の日本留学仲介業務を例として」 『人間社会環境研究』 26、pp. 79-96、金沢大学
- 春口淳一 (2015) 「小規模大学における留学生エンrollment・マネジメント -ネパールからのゼロ初級日本語学習者の受入れを巡って-」 『留学生教育』 20号、pp. 29-38、留学生教育学会
- 春口淳一 (2016) 『留学生エンrollment・マネジメントと日本語教育 -小規模大学の取組みを通して-』 早稲田大学大学院日本語教育研究科博士学位論文
- 宮崎里司 (2013) 「グローバルレベルと市民レベルで協同実践する行為主体者(アクター)から捉える新たなアーティキュレーションの提唱」 『早稲田大学大学院教職研究科紀要』 5、pp. 29-44、早稲田大学大学院教職研究科
- 山田喜徳 (2011) 「先輩後輩関係を指導単位とするゼミ制度の有効性に関する一考察: B&S 制度における協同的な学びに着目して」 『京都大学高等教育研究』 17、pp. 1-14、京都大学

【事例紹介】

岐阜県と県内教育機関との連携による 地域の魅力発信を含めた留学フェア

-G I F U留学フェア開催事例-

Study in Japan Fair including the Promotion of Gifu's Regional
Attractiveness in Cooperation with the Gifu Prefectural Government and
Educational Institutions within Gifu:
A Case Example of "Study in Gifu Fair"

岐阜県商工労働部観光国際局海外戦略推進課主任 伊藤 泰啓

ITO Yasuhiro

(International Affairs Division, Gifu Prefectural Government)

キーワード：ベトナム、留学フェア、外国人留学生獲得戦略

1. はじめに

企業と外国人留学生との交流促進

岐阜県企業の多くが、海外での工場建設や海外との取引等、海外展開を実施している。また、国内市場が収縮する中、アジアをはじめとした海外の中間層・富裕層が増加しており、企業にとって、海外市場獲得が重要であることから、海外展開を行う岐阜県企業はさらに増加することが見込まれる。

しかしながら、岐阜県企業からは、海外展開に際し、海外市場のニーズの把握や海外販路開拓のきっかけづくり、海外パートナーの確保、現地の法制度や商習慣の違いなど、数多くの課題に直面しているとの声が聞かれる。

そのような中、海外への投資（追加投資含む）や取引拡大を目指す岐阜県企業においても、現地の言語・商習慣を理解し、投資優遇策や海外パートナー等の情報収集を担うグローバル人材としての外国人留学生生活用への関心が高まっている。

2016年版中小企業白書によれば、「高収益企業は、マーケティングや計画策定を進め、外国人も含めた人材の確保・育成を行いつつ、モニタリングを通じてリスクにも備えながら、海外展開をすることにより、売上拡大等を達成している」との統計結果も出ており、海外展開のプロセスにおいて、外

国人材の活用を検討する必要がある。

一方、外国人留学生に目を向けると、「内なる国際化研究会」報告書（経済産業省：H28.3）によれば、日本での就職意欲のある外国人留学生は約60～70%おり、岐阜県内の大学等と意見交換したところ、大多数の外国人留学生が日本企業への就職を望んでいるとのことであった。

そこで、岐阜県企業の海外での事業展開や、国内での人手不足の深刻化等により、外国人留学生の採用の機運が高まっている中、将来的な県内企業による外国人留学生の採用拡大に向け、岐阜県では、2016年から岐阜県企業と外国人留学生との交流促進に向けた取組みを開始した。

具体的には、外国人留学生と岐阜県企業との交流促進を目指して、外国人留学生向けインターンシップや、岐阜県内では中国人に次いで人数の多いベトナム人留学生との交流の基盤となる「ベトナム岐阜留学生ネットワーク」の立ち上げなど様々な取組みを実施している。県内では、大学や金融機関等も、外国人留学生向け就職支援講座や企業訪問ツアーを実施するなど、関係機関と連携しながら、外国人留学生と岐阜県企業との交流を進めている。

<参考>

① 留学生インターンシップ in GIFU（外国人留学生向けインターンシップ）

企業に対する外国人留学生の雇用体験、外国人留学生に対する日本企業での就業体験という機会を創出することで、将来の県内企業での外国人留学生雇用の拡大に向け、企業と外国人留学生との相互理解・相互交流の促進を目指すため実施。

② ベトナム岐阜留学生ネットワーク

岐阜県内の大学、専修学校、高等専門学校、日本語学校等の教育機関に通うベトナム人留学生及びその卒業生が登録している。岐阜県とベトナムとの友好交流を進めるため、岐阜県企業との交流会の開催時などに交流の基盤として活用。

2. 留学フェア開催の背景

外国人留学生と岐阜県企業との交流を引き続き促進していくためには、継続的に外国人留学生を獲得することが必要である。そこで、外国人留学生を呼び込むため、海外での留学フェアの開催に向け、検討を開始した。

まず、外国人留学生獲得方法について、県内大学等と意見交換を実施したところ、大学等では、留学希望者への学校PRのため、これまで実績のある留学フェアへの参加や、外国人留学生向け専用HPの開設、Twitter・Facebook等のSNSを活用した募集活動、また現地機関等を活用した外国人留学生募集活動の実施など、様々な取組みをしているとのことであった。

実績のある留学フェアへの大学等の参加に関しては、多様な参加校があり、多くの来場者が見込まれることや、これまでの実績によって、多くの来場者にPRすることができるなどのメリットを感じ

ているとのことであった。しかしながら、岐阜県の大学等が単独で参加した場合、東京・大阪などの都市部の学校や、有名大学と競合しての参加となり、留学フェア来場者に対して、岐阜県の大学等に関心をもってもらうことが難しいなどの課題があるとのことであった。

次に、外国人留学生が留学先を決める要因について、外国人留学生から声を集めたところ、留学先の学習内容や、生活環境、同じ出身国の留学生割合、知名度など、様々な理由があるようであった。さらに、掘り下げて聞き取りを実施していくと、外国人留学生の保護者の影響力が大きいことがわかってきた。日本への留学へ送り出す保護者としては、留学先の学校の魅力や学習内容はもちろんであるが、留学先の環境、特に安心して送りだせる環境であるのかが重要であることがわかった。

これらのことから、岐阜県の大学等が留学フェアの中で魅力をアピールできないという課題に対応しつつ、外国人留学生の保護者へのPRも意識した留学フェアを開催することとした。具体的には、岐阜県の大学等が複数校揃って留学フェアに参加することで、スケールメリットを出す。さらには、大学等教育機関と岐阜県が一体となって、学習内容だけではなく、岐阜県全般の生活環境や観光・産業等をPRすることで、他校や他地域と差別化を図り、留学希望者を惹きつけることを目指す「G I F U留学フェア」である。

岐阜県内の大学等5校とともに、岐阜PRブースを設置し、留学する地域（岐阜県）の情報をPRすることで、留学した後の生活や環境をイメージすることができるよう、また卒業後の就職も留学先を決めるポイントとなるため、岐阜県内の産業・観光なども含めた岐阜県の魅力を伝えることで、参加校への関心をさらに高めるような試みとして、「G I F U留学フェア」を初めて開催することとした。

次に、留学フェアの開催地については、以下の3点から、ベトナムで開催することとした。

1点目としては、日本学生支援機構によれば、2015年、日本におけるベトナム人留学生は、約3万8千人であり、前年から約47%と急激に増加しており、岐阜県においても、約500名のベトナム人留学生が在籍するなどベトナム側の日本への関心が高いこと。

2点目としては、本県では、2015年7月のベトナムでのトップセールスを機に、2015年11月には、同国中央政府や地方政府高官、金融機関、民間事業経営者など約80名が来県し、交流機運が高まった。先方からは貿易・投資、観光の促進に加え、「人材教育」も強く期待されており、本県とベトナムとの交流が加速化していくタイミングであったこと。

そして3点目としては、岐阜県企業の海外展開先の関心地域をヒアリングしたところ、東南アジアに位置し、経済成長が著しいベトナムへの進出が注目されていること。また、岐阜県内の大学等も留学生の受入れ拡大を図っているところであり、とりわけベトナム人留学生への関心が高まっていること。

こういったことから、開催地をベトナムとし、中心都市であるハノイ及びホーチミンで開催するこ

ととした。

3. 「G I F U留学フェア」の開催結果

今回のG I F U留学フェアは、岐阜県内の大学を中心とした教育機関5校とともに開催した。開催方法としては、(1) ホーチミンでは、民間団体が主催する留学フェアに岐阜グループとしての参加、(2) ハノイでは、岐阜県単独での開催、という異なった形式で実施した。開催概要は、以下のとおりである。

(1-1) G I F U留学フェア in ホーチミン①

開催日時	2016年11月18日(金) 午前9時00分～午前11時45分
会場名	GEM センター 5F 「CASTOR 2」 (8 Nguyen Binh Khiem, District1, HCMC) 特徴：洋風の高級ホテルのような佇まいのベトナム最大級のコンベンションセンター。ビジネス地区にあるアクセスのよい会場。
参加校	日本側参加者：岐阜県側5校を含む11校 ベトナム側参加校：16校
開催方法	「2016 Japan Vietnam Festival in Ho Chi Minh」連携イベント「日越教育プログラム2016年ベトナム ホーチミン 留学フェア」への参加 <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; padding: 0 10px;"> <p>※2016 Japan Vietnam Festival in Ho Chi Minh：</p> <p>Japan Vietnam Festival 実行委員会が主催する、日本の「食」「モノづくり」を通じ、日本の「文化」「伝統」「技術」「製品」「サービス」のあらゆる魅力を一度に体験できるベトナム最大の日越交流イベント。</p> <p>※日越教育プログラム2016年ベトナム ホーチミン：</p> <p>(株)毎日新聞社及び近畿日本ツーリスト(株)が主催する、日本の大学・学校側と①ベトナム側大学、日本語学校等の学校同士によるマッチング、②日本への留学希望生へのPRの場を提供。ベトナムでのネットワーク構築、現地学生の生の声を収集でき、日越教育関係者同士や、ベトナム人の留学希望者との「出会いの場」創りを行うイベント。</p> </div>

<当日の様子>



面談の様子



面談の様子

日本への留学希望者を有するベトナム側大学や日本語学校16校が参加し、ベトナム側学校関係者とのコネクション醸成を目的とした面談を実施した。実施方法としては、日本側、ベトナム側学校の概要情報を事前提供し、面談希望校を聴取し、マッチングした上で面談を実施した。当日は、学校間交流に関する熱心な意見交換が実施された。

(1-2) GIFU留学フェア in ホーチミン②

開催日時	2016年11月19日(土) 午後1時00分 ~ 午後5時00分
開催場所	GEMセンター 5F 「CASTOR 2」 (8 Nguyen Binh Khiem, District1, HCMC) 特徴：洋風の高級ホテルのような佇まいのベトナム最大級のコンベンションセンター。ビジネス地区にあるアクセスのよい会場。
参加校	日本側参加者：岐阜県側5校を含む11校
開催方法	「2016 Japan Vietnam Festival in Ho Chi Minh」連携イベント「日越教育プログラム2016年ベトナム ホーチミン 留学フェア」への参加

<当日の様子>



GEMセンター(会場)



留学フェア会場受付



会場内GIFU留学フェアブース



留学希望者順番待ちの様子



岐阜の参加大学の様子



岐阜県PRブース

日本への留学を希望する学生やその保護者を対象とした留学フェアを開催した。同じ地域(岐阜県)から出展していることをPRするため、各学校のブースには、岐阜県観光ポスターを学校ポスターに加えて掲示することで、一体感を演出した。そういったことで、入場口から、来場者の目を引くことができ、集客効果も得られた。また、岐阜県PRブースを設置したことで、留学地域(岐阜県)のより詳細な情報提供をすることができ、大学等の魅力に加え、岐阜県の観光・食・産業等の魅力を伝えることができた。来場者は、日本への関心が高いため、岐阜PRブースには、常時、来場者の立ち寄りがあった。

「GIFU留学フェア in ホーチミン」では、「2016 Japan Vietnam Festival in Ho Chi Minh」連携イベント「日越教育プログラム2016年ベトナム ホーチミン 留学フェア」に、岐阜グループとして参加し、県と教育機関とが一体となってPRすることができたと考えられる。また、過去に開催実績のある留学フェアに参加したことで、多くの留学希望者にPRすることができた。

(2) GIFU留学フェア in ハノイ

開催日時	2016年11月20日(日)午後1時00分～午後5時00分
開催場所	日航ハノイホテル 2階 FUJI A & B (84 Tran Nhan Tong Street Hanoi Vietnam) 特徴: ハノイの目抜き通り“Le Duan”通りに面し、ハノイ駅まで徒歩10分と抜群の立地を誇る。ベトナム文化と日本のホスピタリティが融合した会場
参加校	岐阜県側5校のみ
開催方法	ホテルを利用し、岐阜県単独で留学フェアを開催

<当日の様子>



留学フェア会場入口



留学フェア受付



会場レイアウト



会場内様子



岐阜PRブース



参加者へ説明の様子

「G I F U留学フェア in ハノイ」は、岐阜県単独で開催した。会場内全体に、岐阜県観光ポスターを掲示し、会場内を岐阜の風景で飾った。また、待合テーブルには、日本文化の体験として、折り紙体験コーナーも設置した。

集客に関しては、G I F U留学フェア開催に向け、ハノイにある日本語学校や日本語コースを有する大学などへ広報活動を実施した。岐阜県の認知度の低さや、G I F U留学フェアの規模（参加校が5校であること）、また、限られた予算内での告知活動により、ベトナム側学校及び学生の関心を引くことができず、集客について課題を残すこととなった。しかしながら、日本への留学に強い希望を持つ来場者のみの参加となったことで、長時間にわたり活発な質疑応答などができたため、来場者及び参加学校側の双方にとって、満足度の高いものとなったとの意見を得ており、「G I F U留学フェア in ホーチミン」とは違ったプラス面を見出すこともできた。

4. おわりに

アンケート集計結果より

G I F U留学フェアで実施したアンケート集計結果からは、留学先を決める決め手になることは、「技能・知識を身につける」、「学びたいことが学べる」であり、「有名な大学」、「都市部」という回答が少ないという結果が出た。こうしたことから、外国人留学生を獲得するには、各学校の特色や卒業後身に付けられる技能・知識などを、外国人留学生対し的確にPRすることが必要であることがみえてくる。

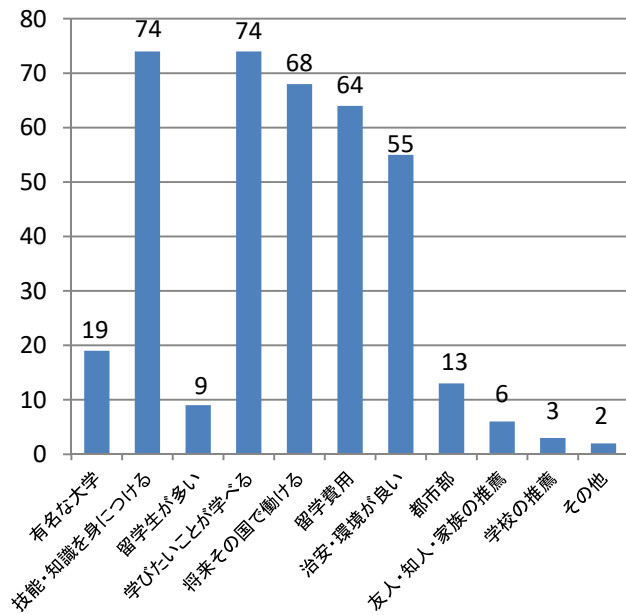
また、「将来その国で働ける」との回答も多かったことから、留学希望者は、留学（卒業）後の進路として、日本での就職に関心が高いことも読み取れる。そのため、卒業後の就職先などの将来ビジョンを示すようなPRも必要となってくると思われ、入口（入学、在学中）から出口（卒業後）までを丁寧に説明していくことで、地方への留学が選択肢の一つとされる可能性がさらに高まるであろう。

さらには、「治安・環境が良い」ところへ留学したいとの回答が圧倒的に多く、こういったことから外国人留学生獲得にあたって、地域環境面のPRも併せて実施することが重要であると考えられる。

最後に、岐阜県の認知度はまだまだ低いが、アンケート回答者の約半数から、留学フェアに来場したことで、岐阜県へ留学したいとの回答を得ており、大学等教育機関と連携し、岐阜県PRブースを設置したことは、生活地域としての岐阜県の魅力発信に一定の効果があったのではないかと考える。

岐阜県としては、引き続き、教育機関と連携して、生活地域としての岐阜の魅力を伝えることで、優秀な外国人留学生の獲得を支援するとともに、外国人留学生と岐阜県企業との交流を促進していくことで、出口部分の充実、つまり、岐阜県企業への就職につなげる取組も進めていきたい。

留学先を決める決め手になることは何ですか？
(複数回答可)



留学したい理由

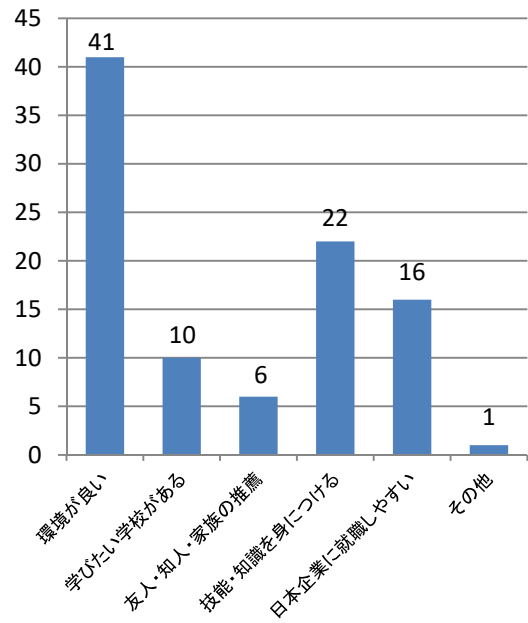


表 「G I F U留学フェア」アンケート集計結果より

【事例紹介】

JST さくらサイエンスプランを活用した 協定校との交流 -ハルビン工程大学の場合-

Interchange with Harbin Engineering University
through JST Sakura Science Plan

電気通信大学国際教育センター特任助教 佐々木 直子
電気通信大学国際教育センター准教授 チュウ チャオキョン

SASAKI Naoko

CHOO Cheow Keong

(Assistant Professor, Center for International Programs and Exchange,
The University of Electro-Communications)

(Associate Professor, Center for International Programs and Exchange,
The University of Electro-Communications)

キーワード：さくらサイエンス、国際学生交流、外国人留学生獲得戦略

1. はじめに

国立大学法人電気通信大学（以下「本学」という）は、1918（大正7）年に、その前身である社団法人電信協会管理無線電信講習所として創設され、2018年には創立100周年を迎える。100年間の激しい社会の変遷の中、時代の変化を踏まえた人材育成に取り組み、産業界から高い評価を得ている。

昨今では、急激なグローバル化の流れの中、世界各国の高等教育機関においては、国際競争力の強化を図るため、優秀な学生の国境を越えた熾烈な獲得競争が展開されている。

本学でも、優秀な外国人留学生の獲得は大きな課題の一つであり、中期目標・中期計画(第三期)では外国人留学生の受入れ増を目標として掲げている。1980年代初頭にはわずか20名程度であった本学の外国人留学生数は、2010年までほぼ一貫して増加し続け、ピーク時には380名程度となった。しかし、2011年3月に発生した東日本大震災の後、その数は減少に転じ、ここ数年でようやく回復の兆しを見せ始めたものの、2017年5月1日現在の人数は275名であり、いまだピーク時を大幅に下回っている。

このような背景の中、本学国際教育センターでは危機意識を持ち、外国人留学生の獲得を目的とした様々なリクルーティング活動を展開している。本稿では、そのような活動の一環として、国立研究

開発法人科学技術振興機構（以下、「JST」という）の事業である、日本・アジア青少年サイエンス交流事業『さくらサイエンスプラン』を活用した本学の取り組みについて紹介する。

2. さくらサイエンスプラン

さくらサイエンスプランとは、JSTが2014年度より新規に開始した事業であり、アジアの幅広い国・地域から高校生、大学生、大学院生、ポストドクターなどの青少年を日本に短期間招聘するプログラムである。事業の目的は、「アジア地域の青少年の日本の最先端の科学技術への関心を高め、日本の大学・研究機関や企業が必要とする海外からの優秀な人材の育成を進め、もってアジア地域と日本の科学技術の発展に貢献すること」（募集要項より）とされている。本事業では、来訪者の航空券代、滞在費を含む主な必要経費が支給されるなど、充実した支援内容となっている。

2-1. さくらサイエンスプランの電気通信大学での実施概要

まず、さくらサイエンスプランに関する本学全体の実施状況を表1に示す。

表1 電気通信大学の実施状況

年度	実施件数	招聘学生と教職員の総数
2014	4	43
2015	4	26
2016	6	44

本稿では、上記のうち、本学の協定校であり、1998年に大学間交流協定を締結後、20年近くの流れ実績のある中国のハルビン工程大学と本学国際教育センターが連携し、2014年度から2016年度にかけて継続的に実施した計3回の招聘について紹介する。特に3回の招聘を通して、両大学にとって、効果的な交流の在り方について検討を重ねたので、その視点から紹介する。

2-2. ハルビン工程大学とのさくらサイエンスプラン実施概要

2014年度から2016年度まで、各年度1回ずつ行った招聘内容について説明する。

① 2014年8月17日～23日 テーマ：電気通信大学と日本の先端科学技術

成績上位者特別選抜クラス（上位5%）に所属する学部生7名及び教員3名の招聘。招聘学生は、本学の主たる専門分野である情報通信、コンピュータ科学を中心とした分野を学ぶ学生。主な内容は、本学研究室訪問、宇宙航空研究開発機構（JAXA）相模原キャンパス見学、情報通信研究機構（NICT）訪問、日本科学未来館訪問、リスーピア（パナソニックセンター東京）訪問である。

② 2015年11月17日～23日 テーマ：日本の先端科学技術研究とそれを支える基盤技術と環境

成績上位者特別選抜クラス（上位5%）に所属する学部生8名及び教員3名の招聘。招聘学生は、情報通信・コンピュータ科学・理工学等を中心とした分野を学ぶ学生。主な内容は、学内外の研究施設見学、東京都庁（東京都環境局）訪問、宇宙航空研究開発機構（JAXA）筑波宇宙センター訪問、本学学生とのオープンキャンパス見学（研究室見学を中心）である。

③ 2017年1月15日～21日 テーマ：先進フォトニクス・レーザー研究に関する学術研究交流

レーザー、フォトニクス、光通信情報工学を専門とする成績上位10%の学生で、一定の研究業績を持ち、学会での発表経験のある大学院生8名及び教員3名の招聘。主な内容は、上記専門分野における複数の本学関連研究センターにおける専門研究、両大学の教員による相互講義、ジョイントセミナーや学生間の交流である。

1回目の招聘のきっかけは、JSTによるさくらサイエンスプランの事業開始に伴い、ハルビン工程大学から本学国際教育センターに受入れ要請があったためである。ハルビン工程大学では、成績優秀者を対象とした短期海外研修の拡充を図っており、優秀な学生を選抜し、本プランのもと本学に派遣したいとのことであった。本学国際教育センターでは、海外からこのような1週間程度の短期訪問団の受入れ経験がほとんどなく、ノウハウもない状況であったが、検討の上、実施を試みることにした。

1回目の招聘では、学内の研究室訪問及び学外の施設見学が主な内容であった。参加学生は、情報通信、コンピュータ科学を専門とする成績優秀な学部生であり、礼儀正しく聡明で、大変優秀な学生との印象を率直に受けた。修了式での英語による流暢なスピーチとその内容に、本学の関係教職員の誰もが感銘を受けた。

2回目の招聘では、1回目の課題であった本学学生との交流機会を充実させた。これは1回目の参加学生からの要望でもあった。これを踏まえ、2回目のプログラムは、本学の学園祭・オープンキャンパスに合わせて実施することとし、本学学生との交流活動も重要な内容として位置づけた。中国語や中国文化に関心を持つ本学学生4名と来訪学生がグループに分かれ、本学学生の引率のもと研究室見学等を行い、相互交流を深めた。

3回目の招聘では、2回目の内容をさらに見直し、より専門性の高い交流を主体とした。本学の重点分野の一つである光科学分野を学ぶ学生を対象に、研究分野の近い本学の研究センターである「レーザー新世代研究センター」及び「フォトニックイノベーション研究センター」との研究交流を目的とし、両大学の教員による講義、研究室訪問、ジョイントシンポジウムにおける両大学の学生・教員による研究発表に加え、最新の知見について学術的な情報交換を行った。3回目の招聘を機に、学生同士の交流のみでなく、共通の専門分野である教員同士の研究交流にも発展した。

以上のようにハルビン工程大学からの3回の招聘は、回を重ねるごとに、内容を大幅に見直し、より双方向性を高め、専門性の高い内容となってきた。また、すべての回について本学国際教育センターが窓口となりそのアレンジを行った。こういった活動を積極的に展開するにあたっては、専門の研究・教育活動を主とする教員だけで実施するには負担が大きく、大学としての組織的なバックアップが必須であり、国際交流担当部署の重要な役目の一つである。

3. 外国人留学生獲得へ向けた位置づけ

本学国際教育センターにおいて、さくらサイエンスプランによる招聘は、開始当初は留学生獲得を目的とした活動としては明確に位置づけていなかった。しかし、ハルビン工程大学において選抜された学生が非常に優秀であること、招聘学生の本学に対する評価が極めて高いこと、短期間の来日を通じて本学や日本について知ってもらう大変良い機会であること等がわかったため、2回目以降は、将来の本学留学へつなげることを明確な目的として位置づけている。

特に3回目の招聘では、既に研究実績を有する優秀な大学院生を対象とし、本学の重点分野のひとつである光科学分野における研究交流を主体として実施した。招聘学生には、本学での研究活動や研究施設などについて実際に目で見て体験することで、本学留学への具体的なイメージをつかんでもらうことを念頭に置いて交流を行った。このような短期招聘事業の活用は優秀な大学院生の獲得につながり得るので、世界水準の研究力を標榜する本学にとって、有効な取り組みである。

4. ハルビン工程大学との継続的交流

1回目の招聘から約1年後の2015年8月に、筆者の佐々木は、ハルビン工程大学の中国語研修に参加する学生1名の引率を兼ねて同大学を数日間初訪問した。2014年度に招聘した学生や教員と再会し、さくらサイエンスプランによる来日の成果について、「学術研究の先進性に触れ、勉学への一層の熱意を触発された」ことや、「帰国後、訪日経験を学内で共有し、他の学生への良い波及効果もある」などの報告を受けた。また中国語研修に単独で参加した本学学生は、初めは不安そうな顔をしていましたが、温かく受け入れられ、非常に充実した1ヶ月を過ごしたようである。その結果、上達した中国語を基礎に、その翌年には1年間の交換留学に挑戦するまでとなった。

また、2回目の交流活動に参加した学生を含む計5名の本学学生が、同年度の春季休業中にハルビン工程大学の中国語研修に参加した。毎回1~2名程度で推移していた参加者が大幅に増えるなど、本学学生の海外派遣促進にもつながっている。

5. おわりに

本稿では、さくらサイエンスプランを活用した、中国のハルビン工程大学との3年間に渡る交流に

ついて紹介した。2014年度から3回の招聘を行い、国際教育センターのアレンジによって、学部生の交流からより専門性の高い大学院生の交流へと発展しており、今後の研究におけるさらなる連携が期待される。

招聘した学生の本プログラムに関する評価は非常に高い。ハルビン工程大学から招聘した全参加学生のアンケート結果を分析すると、日本及び本学に対し、非常に好印象を受けるとともに、日本の科学技術の先進性に大きな関心を示し、また日本への再来日を希望して帰国していることがわかる。例えば、「将来日本に留学生あるいは研究員として再来日したいか」という質問には、表2に示すようにほぼ全員がそう思うと答えている。

表2 招聘学生の再来日の希望状況

年度	招聘学生数	留学生として 再来日希望学	研究者として 再来日希望	その他
2014	7	6	*1	1(旅行者として)
2015	8	6	2	0
2016	8	5	3	0

* 2014年度の1名の学生は留学と研究の両方を回答

また、本プログラムの参加者のみならず、帰国後に参加学生の体験に刺激を受けた学生から本学正規課程への入学に関する照会が増えているなど、波及効果も生じている。さらに、本学からハルビン工程大学の中国語研修に参加した学生から、現地の学生との会話の中で、本学への留学方法についてよく話題になったとも聞いている。以上のことから本プログラムは本学で学ぶことの意義とその認識の向上に有効であり、本学としても今後の留学生獲得が期待できると考えられる。

最後に、一連の招聘は本学学生の海外留学の促進や異文化理解の推進という観点でも大きなメリットがあった。前述のとおり、ハルビン工程大学への中国語研修参加者が増加し、それに伴い1年間の交換留学を実現させる学生も増えている。ハルビン工程大学の中国語研修に参加した本学の学生は、中国人学生の勉学への高い熱意、親切さに感銘を受け、マスメディアなどを通じて得ていたイメージから印象が大きく変わったと口を揃える。本稿で紹介したさくらサイエンスプランを活用した招聘は、外国人留学生の獲得を視野に入れて実施しているプログラムであるが、国際交流プログラムの実施にあたっては、双方向性が常に大きな課題であり、その観点からも有効なプログラムであると位置づけられる。

【参考文献】

- 1 JST さくらサイエンスプラン： <https://ssp.jst.go.jp/>

- 2 佐々木直子, JST さくらサイエンスプランを活用した超短期留学生の受入れについて —ハルビン
工程大学との交流—, 電気通信大学紀要, 第 28/ 1, pp. 55-60 (2016)



電気通信大学オープンキャンパス 研究室訪問 (2015年11月)



「フォトンクスとレーザー技術」共同シンポジウム (2017年1月)

【事例紹介】

ミャンマー人留学生受入れの課題と展望

-留学コーディネーター配置事業を中心に-

Challenges and Prospects to Receive Myanmar Students:
Focusing on the Study in Japan Coordinator Project

岡山大学グローバル・パートナーズ教授 宇塚 万里子

岡山大学グローバル・パートナーズ事務部国際企画課課長 原田 美樹

岡山大学日本留学情報センター（ミャンマー）留学コーディネーター 野原 稔和

UZUKA Mariko

(Professor, Center for Global Partnerships and Education, Okayama University)

HARADA Miki

(Director, International Affairs Division, Center for Global Partnerships and Education,
Okayama University)

NOHARA Toshikazu

(Study in Japan Coordinator, Okayama University Japan Educational Information Center
(Myanmar))

キーワード：ミャンマー、留学コーディネーター配置事業、外国人留学生獲得戦略

1. はじめに

社会や経済のグローバル化が進展し、世界的な留学生獲得競争が激化する中、2013年6月に閣議決定された「日本再興戦略」において、2020年までに「留学生30万人計画」の実現を目指すとともに、優秀な外国人留学生獲得のための海外の重点地域の選定、大学の海外拠点の強化や支援の充実等による戦略的な外国人留学生の確保を推進することが明記された。

上記の考え方を踏まえ検討を重ねた結果、2013年12月に取りまとめられた「世界の成長を取り込むための外国人留学生の受入れ戦略（報告書）（平成25年12月18日 戦略的な留学生交流の推進に関する検討会）」において、外国人留学生受入れ施策の成果が十分に期待できる重点分野や我が国の発展に特に寄与すると考えられる重点地域及び今後の対応方針が示され、留学生30万人計画の実現に向けて戦略的な留学生の受入れを実施することとした。

そのための具体的な方策の一つとして、ミャンマーなどの重点地域において、様々な垣根を越え、オールジャパンで日本留学を促進するための司令塔となる留学コーディネーターを配置することが、文部科学省により決定された。岡山大学は2014年度に同配置事業に採択され、留学コーディネーター

をミャンマーに配置し、国費外国人留学生を含めた優秀な外国人留学生の受入れを推進している。また、「国立六大学国際連携コンソーシアム」（以下、「六大学」）という広い受け皿を活用するなど、オールジャパン体制を展開している。

そこで本稿では、ミャンマーにおける留学コーディネーター配置事業を事例として取り上げるにあたって、まず岡山大学及び「六大学」のミャンマー支援について説明したのち、岡山大学が受託した留学コーディネーター配置事業でのこれまでの取り組みについて紹介する。続いて、ミャンマーにおける海外留学の傾向と日本留学への状況を詳述する。最後に、これまでの取り組みの中で見えてきた課題と今後の展望について述べる。

2. 岡山大学及び「六大学」のミャンマー支援

岡山大学は、千葉大学、新潟大学、金沢大学、長崎大学、熊本大学とともに、旧制医科大学を前身とするなど、その規模や教育研究内容に鑑み60年以上にわたり、国立六大学（いわゆる「旧六」）として密接な連携を続けてきた。2013年3月には、その実績をもとに各大学の学長による「六大学」を設立し、教育、研究、国際、広報等の分野で、より関係を強固なものとして様々な活動を展開している。また、「六大学」は国際担当理事・副学長をメンバーとする国際連携機構（英語略称はSUN/SixERS、以下、「機構」）を設置した。「機構」は、2013年度にミャンマー政府の要請に基づき、ミャンマーの工学系、医療系の人材育成を目的とした工学系と医学系の連携プロジェクトにそれぞれ着手した。ミャンマーの科学技術大臣や保健衛生大臣が来日した際には「六大学」の学長も同席し、連携協定を調印して、国際協力機構（JICA）の支援のもと人材育成プロジェクトを開始した。

医療系の幹事大学の岡山大学と工学系の幹事大学の長崎大学は、ミャンマー人留学生のリクルートを実質的に実施してきた経緯がある。工学系、医学系両支援プロジェクトにより、特に博士課程の留学生がJICAの支援のもと「六大学」に留学してきている。また、岡山大学を中心とする「六大学」によるミャンマー医療人材育成のためのJICAプロジェクト（医学教育強化プロジェクト）が2015年より開始されたが、それに遥かに先立つ1988年より岡田茂岡山大学名誉教授を中心にミャンマー医療支援はスタートしている。1996年からは岡山大学としての本格的な協力に移行し、多くのミャンマー人研究生・研修生が岡山大学に留学している。

さらに、「六大学」は日本国内の大手企業との密接な関係があるのみならず、今後の成長産業分野として期待されるような我が国の地域の優良中小企業（ミャンマーへの進出も狙う企業）との強い結びつきを有し、またこれらの地元企業とのミャンマー人留学生支援の実績も有していることから、留学生のインターンシップ、就職支援を視野に入れた受入れ体制の構築を目指している。

2014年には、「六大学」がそれぞれの分野においてこれまで築いてきたミャンマー政府及び大学等との教育研究協力の強みを結集させ、我が国全体のミャンマーからの留学生受入れ及び今後の同国との

大学交流の発展に寄与すべく、「六大学」の国際連携をリードする岡山大学を代表大学として留学コーディネーター配置事業に採択された。

これらのように、「六大学」はミャンマーにおいて日本の大学の中では先駆的かつ現在進行形の実績を有している。そのため、ミャンマーから我が国への優秀な留学生の確保に不可欠な、分野・レベルに応じたより多様で正確なマッチング体制、我が国の企業の積極的参画を基盤とする卒業後のキャリア支援体制をもって留学コーディネーター配置事業の展開を目指している。

3. ミャンマーにおける留学コーディネーター配置事業での取り組み

2014年度の留学コーディネーター配置事業の委託を受け、ミャンマー人留学生への留学情報の提供、留学相談などリクルート活動を開始した。2014年12月には、ヤンゴンとマンダレー（ミャンマーの第二の都市）で同事業のキックオフ・セミナーと日本留学フェアを行い、2015年2月からはヤンゴンに岡山大学日本留学情報センター（ミャンマー）（以下、「OJEIC」）を開設し、同年3月から留学コーディネーターをヤンゴンに派遣した。

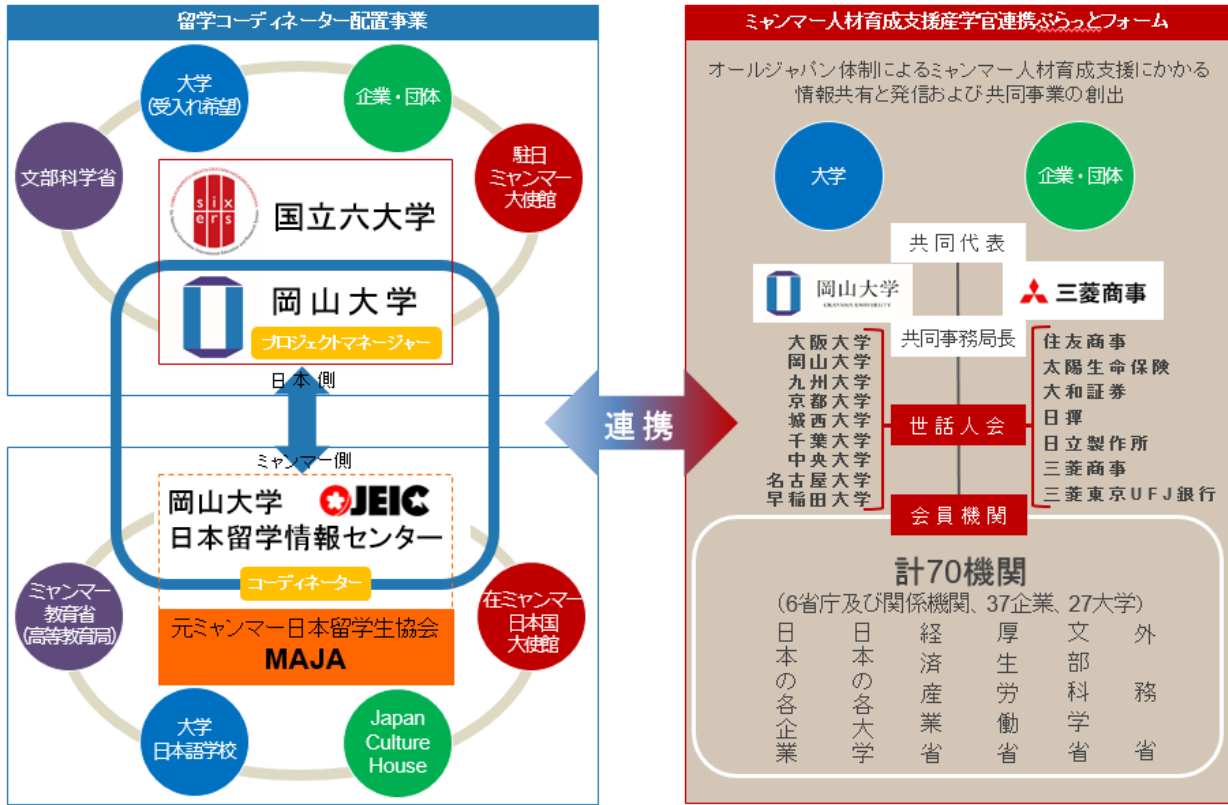


OJEICの外観

OJEICは岡山大学グローバル・パートナーズとともにミャンマー人留学生の日本の大学への留学を支援するため、毎週、スカイプで打合せを行い、様々な取り組みについて協議している。また、ミャンマー人留学生の卒業後の支援を実施するため、ミャンマー人材育成支援産学官連携ぷらっとフォーム¹（以下、「ぷらっとフォーム」）とも協力し、ミャンマー進出日本企業との連携も強化している。

¹ <http://mjpf.jp/>

体制



OJEICは全大学のための事務所です。ご活用ください。

ここで、ミャンマーに配置している留学コーディネーターの主な活動を紹介する。留学コーディネーターの活動は、①裾野を広げる活動、②日本留学に関心を持つ人を増やす活動、③具体的候補者を獲得する活動、④候補者から志願者に移行させる活動、⑤留学までの支援、⑥広報活動の6つである。

- ① 裾野を広げる活動では、日本語スピーチコンテスト、日本留学試験(EJU)、日本語能力試験(JLPT)、Top-J 試験、セーダン試験(ミャンマーの高校を卒業するための全国統一試験)、井内奨学金試験等の会場でOJEICのミャンマー語版パンフレットを配布し、OJEICの活動を多くのミャンマー人学生に知ってもらうための広報活動を行っている。また、毎年ヤンゴンで開催されるジャパン・ミャンマー・フェド(以下、「日本祭り」)にブースを設けて参加し、OJEICのパンフレットを配布するとともにOJEICブース来場者を対象に日本留学に関するアンケートを実施した。(アンケート集計結果の詳細は4.を参照。)なお、ミャンマーの大学等の代表を数多く訪問し、OJEICの活動の普及に努めている。



「日本祭り」でのアンケートの様子



マンダレー大学学長訪問

② 日本留学に関心を持つ人を増やす活動では、日本留学フェア、大学等でのミニ留学フェア、Academic セミナー等を実施している。また、ヤンゴン・プレス誌という月刊誌のフリーペーパー（ミャンマー語版）に日本留学に関する記事を連載している。

(1) 日本留学フェアは年に1回、ヤンゴンで実施している。2014年からすでに3回行われており（2015年度より岡山大学主催）、来場者数は2013年（日本留学セミナー²として実施）の200人弱から2016年には約1,300人と4年間で6倍以上に膨れ上がった。この来場者数の急激な増加からもミャンマー人学生の日本留学への興味が高まっていることが伺われる。2017年は8月26日（土）にはヤンゴンで日本留学フェアを開催する。30以上の日本の大学や教育機関が出展し、多くのミャンマー人学生に日本に留学するための情報提供を行う予定である。出展について興味のある大学及び教育機関は岡山大学グローバル・パートナーズ留学コーディネーター配置事業事務局まで連絡ありたい。

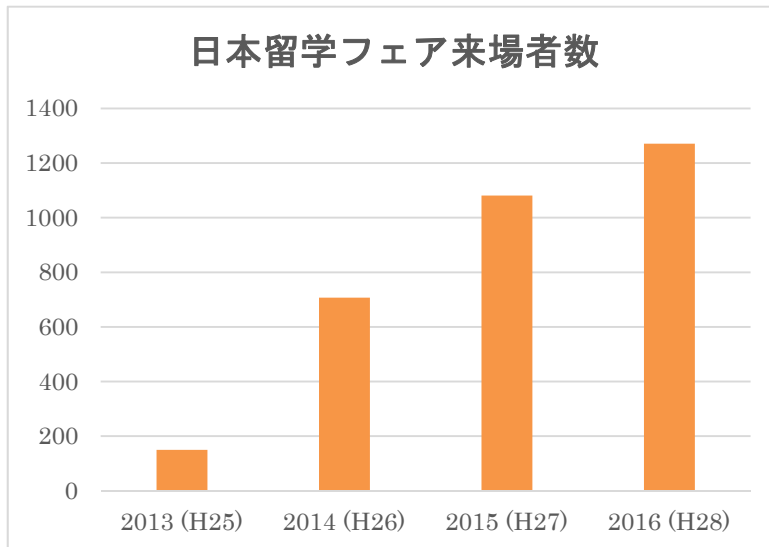


日本留学フェアの様子（ブース）



日本留学フェアの様子（会場）

² http://www.jasso.go.jp/ryugaku/study_j/event/2013/myanmar.html



(2) 大学等でのミニ留学フェアは、2016年度に23回実施した。実際には、OJEIC職員がミャンマーの14大学、2つのインターナショナルスクール、7つの日本語学校を往訪し、日本留学に関する約1時間のプレゼンテーション及び質疑応答を行った。プレゼンテーションの言語は英語またはミャンマー語（稀に日本語）である。スクリーンをミャンマー語で表示することによって、英語を十分に理解しない学生にも留学の魅力や手順などが伝わるように配慮している。また、ヤンゴンのみではなく、地方の大学でもミニ留学フェアを7回開催している。日本の大学及び教育機関とも連携して、合同でミニ留学フェアを開催することを積極的に考えているので、興味のある大学及び教育機関は連絡ありたい。



カレイ大学でのミニ留学フェア



日本語学校でのミニ留学フェア

(3) 「すぐにでも留学したい」、「日本の大学院に留学したい」という多くの回答があった日本留学フェアでのアンケート結果に基づき、2017年2月、「六大学」の教員6人が大学院の模擬授業を実施するAcademicセミナーをマンダレーとヤンゴンにて開催した。マンダレーとヤンゴンの参加者は合計約250人である。各教員は農学、医学、情報、化学、薬学などの専門分野の模擬授業を行うと

ともに、それぞれの大学紹介も行った。大学院レベルの授業であったが、参加学生はいずれも熱心に耳を傾け、中には質問をする者もいた。また、各大学の個人相談ブースでは、多くの学生が教員に専門分野及び大学についての質問をしていた。OJEIC も日本留学に関するプレゼンテーションを行い、多くの教職員・学生に日本留学の魅力を伝えた。

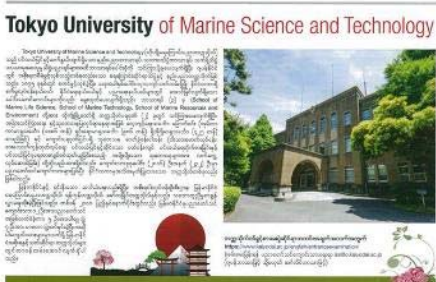


マンダレー会場での模擬授業



ヤンゴン会場でのブース

(4) ヤンゴン・プレス誌（ミャンマー語版）はミャンマーで発行部数約 5,000 部を誇る毎月発行の A3 の大きさのフリーペーパーである。OJEIC は同誌に毎月、ミャンマー語で日本留学に関する記事を提供している。OJEIC の記事のほかにも毎号日本の大学 2 校分を宣伝・紹介できるスペースを無料で確保しているので、日本の大学の皆様にもミャンマー語の大学紹介・宣伝記事を問い合わせ願いたい。



- ③ 具体的候補者を獲得する活動について、OJEICでは月曜日から金曜日の午前8時半から午後5時まで、ミャンマー語または英語（稀に日本語）による個別留学相談を行っている。2017年度は、延べ約350人（電話約60人、メール約170人、来訪約120人）の相談に応じた。日本の大学に留学をしたいだけという大まかな目的で来訪する学生及び保護者が多いため、親身に個別留学相談に応じた。特に留学希望地域、研究分野等の絞り込みをともに行い、日本の大学に入学できるように支援を行っている。
- ④ 候補者から志願者に移行させる活動では、個別留学相談で大学や研究分野等の絞り込みがある程度できた留学希望者の情報を日本の大学に紹介し、留学希望者本人と受験・入学手続きを行うことを依頼している。基本的には、OJEICのファーストコンタクト・シート及び履歴書に留学希望者本人に詳細を記載してもらい、その情報を日本の大学の担当者に送付し、留学希望者本人への連絡を依頼する。それと同時に、手続きをスムーズに行ってもらうためにメッセージ送付時にはOJEICにもCCしてもらうことを依頼し、両方で不都合があった際には即座にフォローできる状態にしている。
- ⑤ 留学までの支援においては、OJEICでは、留学が決まった学生からの日本での生活についての問い合わせについても、日本人であるコーディネーターと日本留学経験者であるアシスタントの2名体制で丁寧に問い合わせに対応している。
- ⑥ 広報活動の中心は、ミャンマーのほとんどの学生がよく利用しているFacebookの運営である。OJEICは毎日、日本への留学情報を主にミャンマー語で掲載し、多くのミャンマー人学生に日本留学に関する情報を提供している。特にミャンマーではFacebookでの情報提供は非常に有益である。OJEICのFacebookに情報掲載を希望する大学・教育機関はOJEICまで連絡ありたい。

最後に、簡単ではあるが「ぷらっとフォーム」との連携について紹介したい。日本への留学のための来日を入り口と考えるなら、日本の大学・大学院卒業が出口である。ミャンマー人に対する入り口部分はOJEICが情報提供・支援を行っているが、入り口部分だけでは日本の大学・大学院に留学するメリットを十分にアピールすることができない。また、日本企業の進出が年々増加しているミャンマーの学生にとって就職までを視野に入れた留学後の道筋を考えることは、留学の大きな動機になりうる。そのため、「ぷらっとフォーム」はミャンマーにおける人材育成支援を産学官のオールジャパン体制で推進し、出口部分の支援を提供している。その一環として2017年3月にはミャンマー就職フェア2017という名称の日本在住のミャンマー人留学生と既卒者を対象とした就職フェアを中央大学を会場

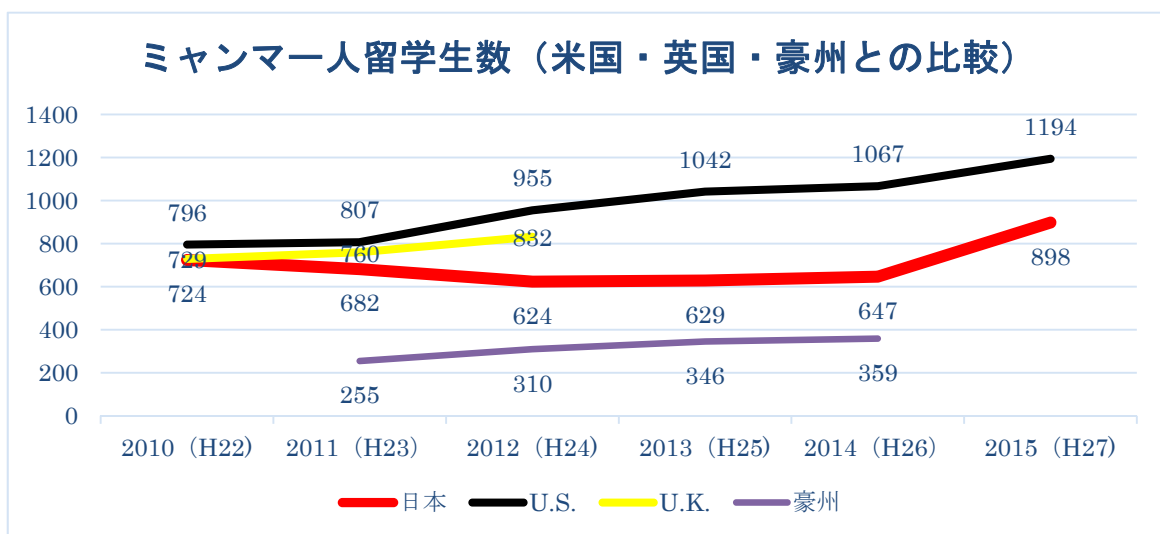
として開催した。出展日本企業数は13社でミャンマー人留学生の参加者は30人であったが、日本企業とミャンマー人留学生との間で熱心に情報・意見交換が行われた。「ぷらっとフォーム」は今後ともミャンマー就職フェアを開催していく予定であり、多くのミャンマー人留学生に対して出口部分を支援していくものと確信している。



ミャンマー就職フェア2017の様子

4. ミャンマーにおける海外留学の傾向と日本留学の状況

日本の高等教育機関へのミャンマー人留学生数は年々増加している。下の表によると、2014年までの日本の大学でのミャンマー人留学生数は600人から700人とほぼ横ばいであった。しかし、OJEICが事務所をヤンゴンに開設し、ミャンマーで民主的な総選挙が行われた2015年以降の日本の大学でのミャンマー人留学生数はうなぎのぼりになっている（2015年898人（前年比約39.8%増）、2016年1,129人（前年比約25.7%増））。もちろん、アメリカとイギリスへのミャンマー人留学生数は日本への留学生数と比較すると多いが、非英語圏の留学先として日本の大学は多くのミャンマー人留学生を魅了していると思出すことができる。



（出典）日本：日本学生支援機構「留学生調査」、米国：The Open Doors Report™ Institute of International Education, Inc.、英国：OECD.stat、豪州：Australian Government, Department of Immigration and Border Protection

では、なぜ、ミャンマー人の日本の大学への留学が急増しているのだろうか。もちろん、OJEICの開設が一つの要因であることは確かである。そして、ミャンマーの民主化も大きな要因である。また、ティラワ工業団地の建設に見られるような、日本企業のミャンマーへの進出による雇用機会の拡大に伴った日本語学習熱の高まりが考えられる。日本の大学の安価な授業料、高い教育レベル、日本の治安の良さ、日本ポップカルチャーの人気等も作用している、と言われている。そして、これらに加えて昨年から新たに、日本の大学の受入れに大きな変化があった。

ミャンマーの高校までの教育制度は5・4・2年生の11年間である。そして、学部の教育期間は4年間である。従来は、ミャンマー人が日本の大学や大学院に入学するには1年間の準備教育課程を経なければならなかった（または研究生になる）。OJEICがミャンマーの大学の学長等を往訪した際も、ミャンマー人の海外留学の懸念事項としてこの教育年数の違いが多く指摘された。

しかし、2016年12月、日本の文部科学省は、「高等学校に対応する外国の学校の課程のうち当該課程を修了した者が大学入学に関し高等学校を卒業した者と同等以上の学力があると認められるものを指定する件」と題した告示を行い、外国において学校教育の12年の課程を修了した者に準ずるとして、ミャンマーの「アテッタン・アシン・ピンニャーイェーの課程（普通高校課程）」を修了した者に対して、日本の大学入学資格を与えた。それまでは、ミャンマーのアテッタン・アシン・ピンニャーイェーの課程が11年間で修了するため、ミャンマー人が日本の大学に入学するにはもう1年間の教育年数が必要であった。しかし、この告示の公布により、アテッタン・アシン・ピンニャーイェーの課程を修了した学生は、日本の学校教育12年の課程を修了したのと同等と認定されるようになった。つまり、同課程を修了すると、日本の学校教育修了年数に1年足りなくても、日本の大学を受験することができるようになったのである。また同様に、修士課程（博士前期課程）への入学についても、2016年12月以前は16年間の教育年数が必要であったが、告示の公布後は最低条件が15年間の教育年数（学士号も取得）でも16年と同等と認められることになった。つまり、日本の修士課程に入学するために、ミャンマーの学部卒業後に1年間、準備教育課程に入学したり、研究生として時間を費やす必要がなくなったのである。ミャンマーの学部卒業とともに、入学試験に合格したら、日本の大学の修士課程に入学できる可能性がでてきた。（なお、この告示は、1973年10月1日にさかのぼって適用するので、すでにミャンマーの高校を卒業して、日本の大学への進学を目指している人も対象となる。）ここで、一つ注意することがある。学部や修士課程への入学資格が上記の通り1年間短縮されても、日本の大学の中には、受験の条件に年齢制限を設けているところがある。そのため、日本政府によってミャンマー人留学生受入れのための新しい基準が実施されても、日本の大学には独自の基準を設けているところもあるというのが現状である。

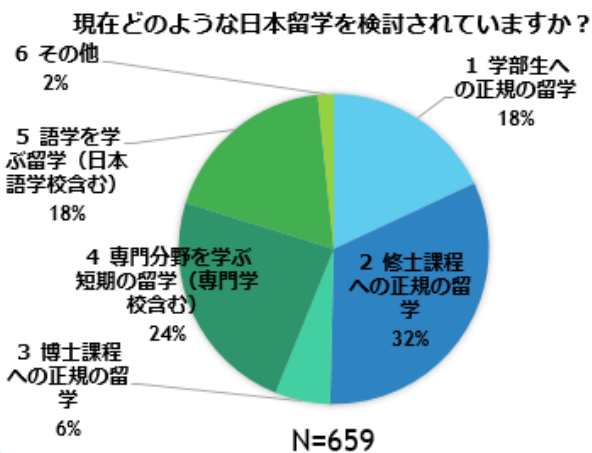
ミャンマー人学生の日本への留学に関するアンケートについて分析する。アンケートは2016年10月の日本留学フェアと2017年2月の「日本祭り」で実施された。日本留学フェアのアンケート回答者

は学生を中心に667人(来場者数約1,300人)、「日本祭り」はOJEICブース来場者(高校生、大学生、父兄等の一般人)161人(「日本祭り」来場者数推定2万人、OJEICブース来場者数500人以上)であった。

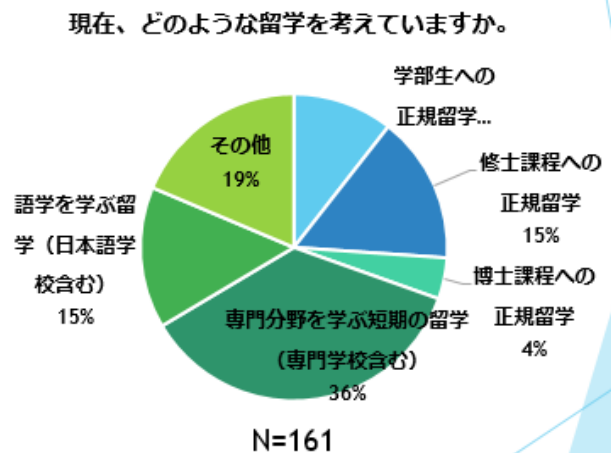
日本への留学先について、日本留学フェアでは学部(18%)と修士課程(32%)が多かったが、「日本祭り」では専門学校(36%)と日本語学校(15%)が多い傾向にあった。また、留学希望分野では、日本留学フェアと「日本祭り」でのアンケート回答者ともに、経済学、外国語、コンピューター、工学、国際関係学が多かった。

日本留学フェアとジャパン・ミャンマー・プエドーにおける留学に関するアンケートの集計結果(留学の種類)

日本留学フェア



ジャパン・ミャンマー・プエドー

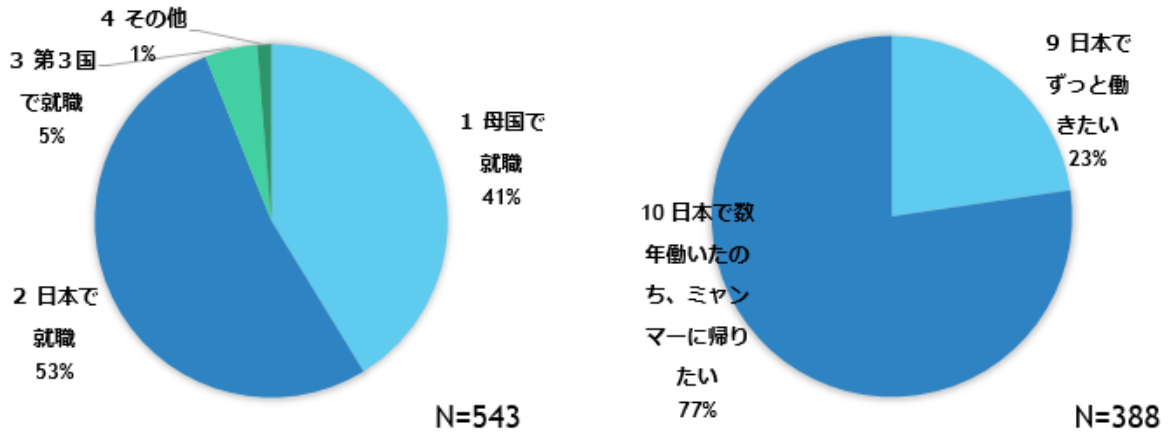


日本留学フェア：学部(18%)と修士課程(32%)への留学希望者が多い
 プエドー：専門学校(36%)と日本語学校(15%)への留学希望者が多い

そして、日本への留学後の進路希望について示したものが下の図である。この図は日本留学フェアでのアンケート集計結果であるが、「日本祭り」でも同様の結果が得られた。左の図は、「日本で就職」の方が「母国(ミャンマー)で就職」希望よりも多いことを示している。また、右の図では、「日本でずっと働きたい」が回答者の23%を占めているのに対し、「日本で数年働いたのち、ミャンマーに帰りたい」と回答した人が77%を占め、日本で就職を希望する人も、数年後にはミャンマーでの就職を望むことが明らかになった。そのため、3. で説明した「ぷらっとフォーム」が主催したミャンマー就職フェアはミャンマー人留学生を日本の大学に呼び込むための大きな事業となると考える。

留学フェアにおける留学に関するアンケートの集計結果（留学後の進路）

あなたが、留学終了後の進路として希望するものはなんですか。



日本で数年働き、経験を積んでから帰国したい学生が多い



5. おわりに：課題と今後の展望

以上の取り組みをとおして、2018年度には日本の大学や大学院へのミャンマー人留学生の受入れ総数を1,300人とすることを目指している。現在のペース（2016年度は1,129人）で行くと、同目標数を達成するにはさらなる努力が必要である。最後に、同目標数を達成するためのミャンマーでの留学コーディネーター配置事業の課題と今後の展望について述べる。

競合する他国のミャンマー進出の勢いは留まっていない。まず留学希望先となるのは、アメリカ、イギリス、オーストラリア、シンガポール等の英語圏である。日本留学を考える学生数は、まだまだ相対的に少ないのが現状である。今後、この厳しい環境の中、日本留学という選択肢をより多くの学生に決定させるためには、更なる戦略が必要となる。

2016年度までは大学前教育11年制や専門学校志向が強い等の特殊性・困難性があったにもかかわらず、ミャンマー人留学生数の日本留学の全体数は順調に推移している。引き続き、ミャンマーにおける主要大学・高校などへの訪問、Facebookなどの媒体を通じたOJEICの広報、各大学における留学説明会の開催、個別留学相談等を積極的に行っていくとともに、受入れ先となる日本の教育機関とOJEICの更なる情報共有・協力関係を築くことが重要である。

—お知らせ—

2017年8月26日（土）にヤンゴンで日本留学フェアを開催します。30以上の日本の大学や教育機

関が出展し、多くのミャンマー人学生に日本に留学するための情報提供を行う予定です。出展について興味のある大学及び教育機関は岡山大学グローバル・パートナーズ留学コーディネーター配置事業事務局（TEL：086-251-8937、E-mail：studyinjapan@adm.okayama-u.ac.jp）までぜひご連絡ください。

岡山大学日本留学情報センター（ミャンマー）

住所：R322A, Bldg-C, Pearl Condo, Kaba Aye Pagoda Rd, Bahan Township, Yangon, Myanmar

電話：+95-92-6184-1054

メール：ojeicmyanmar@gmail.com

Facebook：https://www.facebook.com/StudyinJapanOfficeYangon/

【EYE-国際交流の新しい動き】

外国人材の活躍支援

- ICT 活用の可能性 -

Providing Support for Activities of Foreign Human Resources: Possibility of ICT Utilization

公益財団法人福岡アジア都市研究所研究主査 柳 基憲

RYU Kiheon

(Chief Researcher, Research Department, Fukuoka Asian Urban Research Center)

キーワード：外国人材活躍支援、ICT

1. はじめに

2016年5月現在、福岡の留学生数は15,755人で、東京、大阪に続き、全国都道府県の中でも3番目に多い地域ではあるが、福岡で就職した留学生が全国に占めるシェアは約3.7%となっており、優秀な人材の確保において、せつかくのチャンスを活かし切れていないという課題を抱えている。

福岡が都市の競争力を持つグローバル拠点として成長していくためには、市民と企業が、既に受け入れている留学生の価値を再認識し、双方のニーズを効率的にマッチングできる仕組みが必要であり、外国人材の活躍の場を提供することが重要である。

そこで、本稿では福岡に拠点を置きながら、ICTを活用し、留学生の個性を活かした活躍の場の提供と、留学生と市民、企業のニーズが双方にマッチングできる仕組みの開発を目指している、CIP (Creative Interchange Platform、シーアイピー) の取組みについて紹介する。

2. CIP 設立の経緯

CIPは、2014年10月に設立し福岡で就業中の元留学生と現役留学生を中心に構成した、留学生及び在住外国人のための支援団体である。日本の企業で就業経験のある元留学生が中心メンバーとして活動していることが特徴で、留学生と市民、企業の双方の立場を理解し、ニーズの把握に努めている。組織としては、日本語教師や海外留学経験者をアドバイザーとして置き、留学生支援団体元職員等が事務局を担っている。

当初の設立目的は、「多言語による交流や就職の情報が少ない」「就職活動での企業関係者との交流

が少ない」「就職勉強会に参加したいが研究とアルバイトで時間がない」「留学生の立場を理解する企業が少ない」という要望と、日本における従来の留学生への就職支援が‘日本人化した外国人’採用志向のギャップを埋めることであった。しかし、要望の多様性に合わせ団体の活動を多様にした上、ICTの活用を取り入れたことで、外国人材の活躍の場を多数生み出している。なかでも、ICTの活用の場合、図1のように動画共有に着目し、留学生の自己PR動画を積極的に活用することで、外国人材の活躍の場を提供しようとしている。

その中、CIPの主な外国人材の活躍支援プログラムを時系列の順で取り上げると、以下のようにまとめることができる。

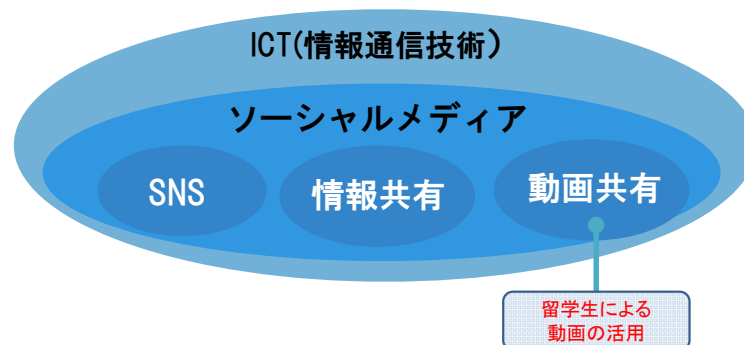


図1 CIPが活用しているICTの領域

3. 留学生自己PR動画コンテスト

2014年10月、福岡の大学に在籍している留学生のうち、各国の留学生会のコアメンバーを対象に「留学生自己PR動画」に関するアンケート調査を行った。その結果、24人の留学生から有効な回答を得ることができた。「自己PR動画」への参加意向においては、24人中の21人が「参加したい」と答えた。その理由は「自分の考え方を相手にきちんと説明できるから」「自分の売りをもっと強めたいから」など面接に向けた自己PR力の向上や、「就職のチャンスが増える」「就職活動に有利だと思う」「企業とのつながりを作りたい」といった就職活動上の観点からの回答が多かった。

この調査の結果を踏まえ、実践活動として2015年1月から約2ヶ月間、「留学生自己PR動画」の募集を行った。その際「留学生自己PR動画」の概要としては、①時間：1分30秒程度、②言語：日本語もしくは英語、③制作：留学生自らのアイディアによるもの、④撮影：CIPまたは応募者自身による撮影、⑤対象：留学生を含む外国人を提示した。その結果、国内外から19作品が集まった（内3作品はフランス、インドネシア、韓国からの応募）。これらの作品について、有識者及び一般市民による評価を通じ、留学生自己PR動画に必要と思われる要素や課題等の抽出を試みるため、2015年2月に福岡市内にて「留学生自己PR動画」コンテストを実施した。

No	国籍	動画	応募時の居住地域等	撮影方法	言語	時間	PR内容(出身、専攻の他)	受賞
1	インド		福岡(西南学院大学)	CIP撮影	日本語	53秒	・趣味、来日した理由 ・日本への就職を希望している	優秀
2	中国		福岡(九州大学)	CIP撮影	日本語	1分7秒	・日本滞在期間 ・日本の貿易会社に努めたい	
3	インド		福岡(九州工業大学)	自ら撮影	日本語	1分18秒	・研究活動の内容 ・研究内容を活かし日本で就職したい	優秀
4	中国		福岡(九州大学)	CIP撮影	日本語	1分31秒	・これまでの職歴 ・日本の広告会社に就職したい	
5	ウガンダ		福岡(九州大学)	CIP撮影	英語	49秒	・来福当時の印象 ・福岡が大好きで、暫く住み続けたい	
6	中国		福岡(九州外国語学院)	CIP撮影	日本語	1分39秒	・趣味、将来の夢(小学校の先生) ・日本の歌が大好き(歌を披露)	
7	中国		福岡(香港大学在籍中で、福岡観光中に撮影会参加)	CIP撮影	英語	57秒	・福岡の旅で感じたこと ・もっと日本について知りたい	
8	フランス		福岡(アンスティチュ・フランセ九州、旧九州日仏学館)で、インターンシップ中)	自ら撮影	日本語	1分4秒	・福岡で就職したいと思った理由 ・在留資格問題を紹介 ・福岡での就職を希望している	優秀
9	中国		福岡(九州大学)	CIP撮影	英語	1分31秒	・将来の夢 ・今後留学生活に対する抱負	
10	インドネシア		福岡(九州工業大学)	自ら撮影	日本語	3分50秒	・趣味、好きな日本の文化 ・福岡の生活の魅力を紹介 ※動画の最後に、協力者の字幕挿入	特別
11	インド		福岡(九州工業大学)	自ら撮影	英語(最後に日本語)	1分25秒	・研究活動の内容 ・研究内容を活かし日本で就職したい	
12	韓国		釜山(日本経済大学留学中で、一時帰国中)	自ら撮影	日本語	1分10秒	・留学期間中、社会活動参加で得られた自己成長内容(リーダーシップとコミュニケーション能力)	優秀
13	インドネシア		インドネシア(立命館アジア太平洋大学卒業生)	自ら撮影	日本語	1分20秒	・日本留学の理由 ・留学期間中国際交流で得られたこと ・自分の好きなこと	優秀
14	中国		福岡(九州大学)	CIP撮影	日本語	1分20秒	・興味、将来の夢 ・自分でまとめた新聞記事を紹介 ・日本で外国人記者になりたい	特別
15	ケニア		福岡(九州大学)	自ら撮影	英語	1分21秒	・興味 ・来福当時の印象 ・福岡の魅力	
16	フランス		フランス(以前、福岡の西南学院大学交換留学経験あり)	自ら撮影	日本語(最後に英語)	1分50秒	・福岡留学生活、授章実績の紹介 ・将来福岡で働きたい、その前に福岡でインターンシップがしたい	特別
17	中国		福岡(福岡大学)	CIP撮影	英語	1分13秒	・将来の夢(セールスマン) ・語学力のPR ・自分の名前の意味を紹介	
18	マレーシア		福岡(九州産業大学)	CIP撮影	日本語	59秒	・日本人と異なった感性で描いた自分の作品をPR ・将来日本のゲーム会社で働きたい	
19	インド		福岡(福岡国際コミュニケーション専門学校)	自ら撮影	英語	1分20秒	・留学前の日本係企業での職歴紹介 ・日本で働いた後、インドで語学ビジネスがしたい。パートナーを探している	

(注) 全ての写真及び関連情報は、参加者全員の許可を得たものである。

図2 「留学生自己PR動画」コンテスト、応募作品の概要

有識者の意見を参考とし「表現能力」「自分だけのスキル」「マナー」「熱意」の4つの基準で評価を行った。その結果、図2で示しているとおり、全ての評価基準で優れた評価を得た「優秀自己PR動画」と、ユニークさやアイデアに富んだ「特別自己PR動画」をそれぞれ選定することができた。

以上の「留学生自己PR動画コンテスト」の結果を経て、その活用方法を二つに区分することが出来た(図3)。その詳細は、以下のとおりであった。

留学生からの動画に対し評価を行い、評価の結果「優秀自己PR動画」に近いものは、就職支援を目的に企業向けに配信する。この場合、留学生自己PR動画は、データベース化を進めて、留学生個人の成長過程が確認できる仕組みの構築を目指す。また、留学生の就職への意識を喚起させるため、留学から就職までの成功ロールモデルとして定期的に配信する。さらに、留学生からの動画投稿の方法については、留学生自身が撮影と投稿をできるようにし、テーマについては企業のニーズを考慮し予め提示する事で、審査上の判断基準とする。

一方、評価の結果、「特別自己PR動画」に近いものは、市民と企業のグローバル化に貢献する可能性を秘めていることから、留学生の受入れ及び定着のための環境づくりや、地域PR、市民のグローバル意識の向上のための支援コンテンツとして活用する。

特に、留学生自己PR動画を通じた交流会を定期的実施し、双方のニーズのマッチングを図る。

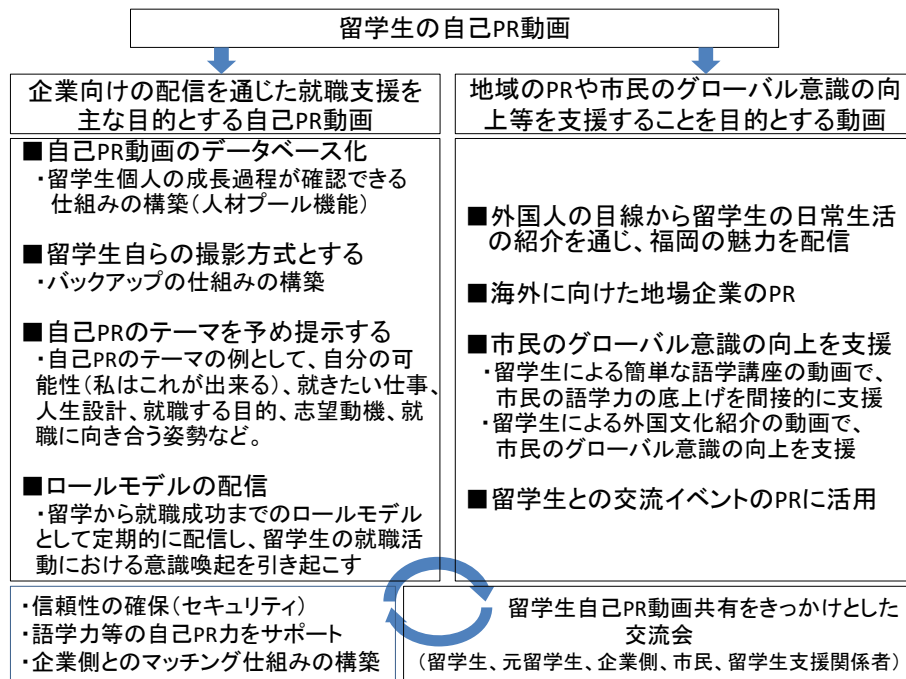


図3 留学生自己PR動画の活用における方向性

4. 自己PR動画を活用した留学生と市民との交流会『CIPカフェ』

CIPは、留学生の自己PR動画への参加率アップと、市民と留学生間のニーズのマッチングを図るため、自己PR動画を活用した交流会『CIPカフェ』を、2015年4月から毎月第2土曜日に福岡市内の公民館などで開催している（写真1）。2017年5月まで（26回）の累計参加者数は、市民264人、留学生200人、元留学生115人等の延べ715人に上る。外国人側の国籍は26カ国で、在留資格は「留学」に加え、卒業後、日本で引き続き就職活動を行う等のための「特定活動」、高度人材ポイント制度による「高度専門職」等、12種類と幅広い。ここでは毎回、参加者全員の自己紹介を多言語で行った後、留学生個人の自己PR時間及び留学生と市民がペアを組み、多言語で質問応答を繰り返す「CIPレポーター」時間を設け、その様子を動画で撮影しデータベース化する。これらの動画は、①留学生個人の成長過程が把握できるもの、②市民のグローバル意識の向上に役立つ資料として活用できるもの、③種々のイベントに留学生の参加を促すための広報として活用できるもの、④日常生活の魅力配信のために活用できるものの4つのカテゴリーに分類されている。カテゴリー①の動画は、「優秀自己PR動画」、またカテゴリー②、③、④の動画は、「特別自己PR動画」の評価基準で、CIP内部でそれぞれ評価を行い、特に「ユニークさ」と「アイディア」に富んだ作品については、本人の許可を得たものに限り、編集・加工作業を経て、多言語でSNS（www.facebook.com/cip.kyushu）を通じて配信しており、なかには再生回数が1,500回以上のものもある。これまで200件以上の動画をデータベース化することができた。具体的には、「留学生自己PR動画」125件（54%）、「CIPレポーター

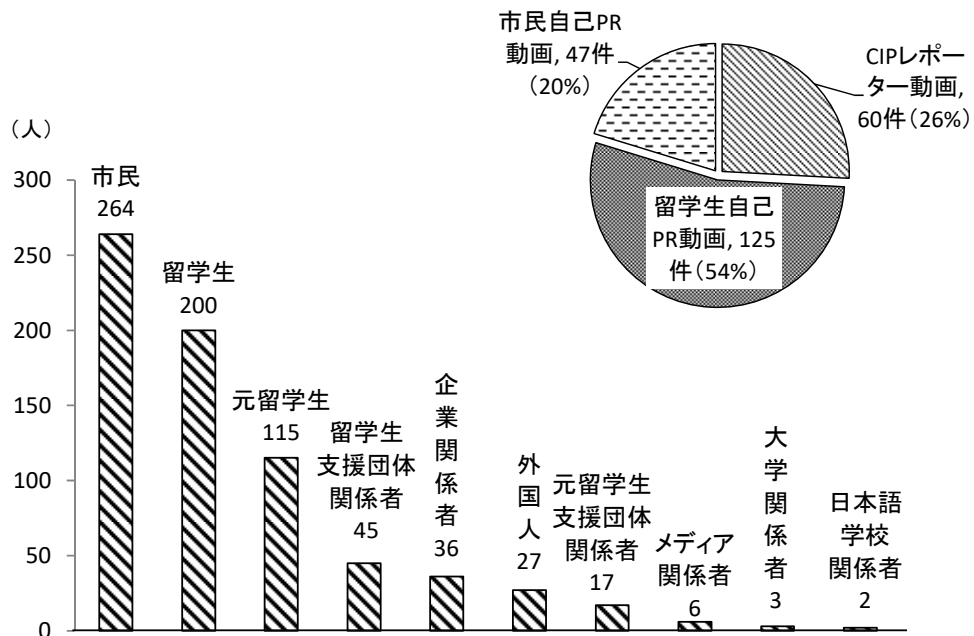


写真1 『CIPカフェ』の様子（福岡市春吉公民館）

一動画」60件（26%）、「市民自己PR動画」47件（20%）の合計231件で（図4）、なかでも新規参加者の動画数が増加している状況である。

最近では、『CIPカフェ』の活動成果も出てきている。例えば、カフェの活動に積極的に参加した中国出身の留学生は、自己PR動画をきっかけにテレビ出演することになった。これは留学生が地場企業を訪問し、外国人の目線から企業PRを外国語で行う番組で、連続6回レポーターとして採用された。また、就職に繋がったケースもある。自己PR動画をきっかけにテレビ出演したフランス出身の留学生は、福岡市内の外国人観光客向けのインバウンド事業を展開する会社に就職した。このように、『CIPカフェ』の取組みは、ロールモデルやキーパーソンを多数輩出している。

『CIPカフェ』ではSNSを通じて知り合った参加者同士が、自己PRトレーニングと交流を行った後、その様子を撮影し、再びSNSの動画共有で繋がっている。最近では図4のように、留学生と市民以外の参加者も増えてきており、留学生にとっては多分野で活躍している参加者に向けて自己PRを行う機会を得ることができ、それが留学生の自己PR動画への参加率のアップに繋がっている。



(単位:人)	中国	インド	韓国	タイ	ネパール	フランス	ベトナム	ウガンダ	インドネシア	ドイツ	ベルギー	アメリカ	台湾	オーストリア	スイス	フィリピン	アルゼンチン	イラン	カンボジア	メキシコ	スリランカ	イギリス	カナダ	イラク	マレーシア	ナイジェリア	合計
留学生	61	34	8	7	24	4	16	16	7	5	5		2		2		2	1	1		2	1		1	1	200	
元留学生	5	27	43	19	4	10						1	1							4					1	115	
外国人	4	1	2	1	1	1				2		5		2		2		1			2	1		2		27	
計	70	62	53	27	29	15	16	16	7	7	5	6	3	2	2	2	2	2	1	4	4	1	1	3	1	342	

図4 『CIPカフェ』参加者の内訳と動画数

5. 自己PR動画を活用した留学生と企業関係者との交流会『CIPサロン』

CIPは自己PR動画を活用し、留学生と地場企業とのマッチングを図るため『CIPサロン』を企画し、2015年10月から福岡市内で4回開催した。『CIPサロン』の目的は、①地場企業が抱える留学生の採用に関する疑問に応え、情報収集・問題解決の場を提供することで、留学生の採用を後押しする、②留学生の採用を具体的に希望している地場企業に対し、マッチングの場を提供する、③留学生が抱える就職活動、地場企業での就業、福岡地域での起業に関する諸問題に取組み、九州・福岡での就業志望者を支援することで、卒業後の定住をめざし、高度人材の確保に繋げる事である。なかでも、『CIPサロン』の最大の特徴は、図5のスキームのとおり、留学生の自己PR動画の精査の段階を経て、留学生には自己PR力の向上に繋がり、企業関係者にとってはタイムリーな人的資源の確保というメリットが生まれることにある。その流れは以下のとおりである。

まず、海外展開、またはそれを行おうと考えている福岡県内企業経営者を対象に、事前オリエンテーションを開催し、『CIPサロン』への参加企業を募った。その結果、全4回34社が参加した。参加企業に対し、「業態」「留学生及び元留学生への質問」「必要とする人材像」「参加留学生に対する要望」を調査し、留学生に対する要望を事前に把握した。

次に、『CIPカフェ』に参加した留学生の中から、『CIPサロン』開催前に参加企業の業態や要望等に合った留学生に参加を呼び掛けた。その留学生には企業側のニーズに沿ったテーマで自己PR動画の事前提出を義務付けた。その結果、『CIPサロン』全回で、留学生22人と元留学生12人、合計34人の参加留学生が確保でき、そこから、15本の動画が集まった。参加留学生に対し、「就職希望分野」

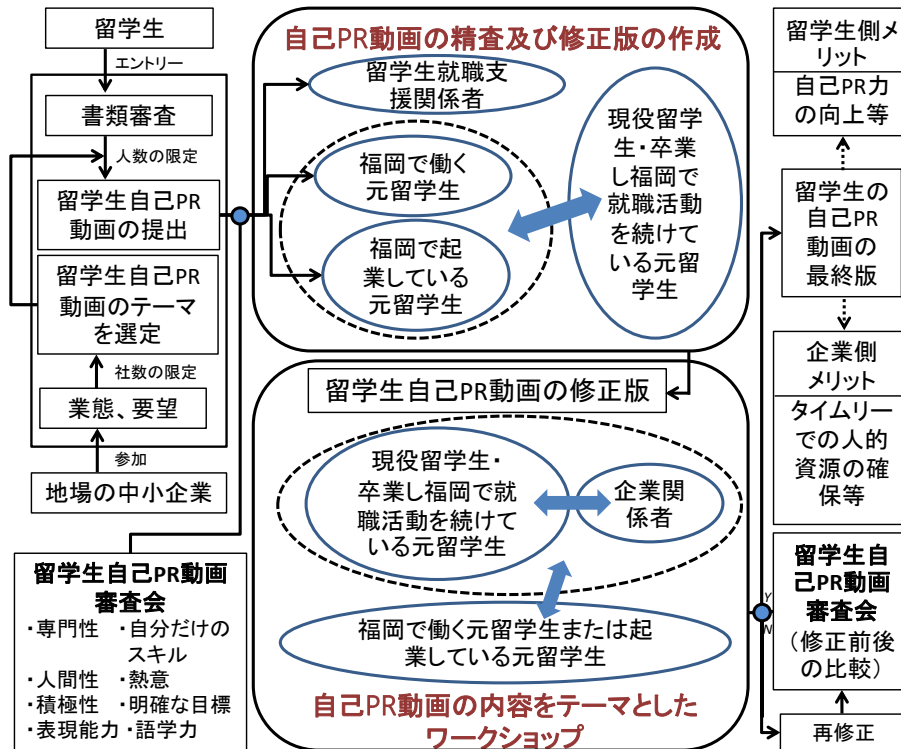


図5 『CIPサロン』の自己PR動画の精査スキーム

「企業関係者への質問」「元留学生への質問」を事前調査した。

『CIP サロン』当日の前半では、事前提出した自己 PR 動画の評価結果と参加留学生の質問等を参考にしながら、就業中の元留学生及び留学生支援関係者による「個別相談会」を実施した（写真 2）。ここでは、就職活動中の面接経験等や地場企業での就業内容等を踏まえ、「先輩」外国人の立場からアドバイスした。特に、起業に成功し、会社を運営している元留学生が参加し、日本での起業に対する疑問や質問にも応えた。これらのアドバイスを基に、自己 PR 動画の修正を行った。

『CIP サロン』後半では、企業関係者が加わり、留学生の自己 PR 動画を視聴後、留学生・元留学生・企業関係者を交えたグループを作り、それぞれで自己 PR 動画の内容をテーマとしたワークショップを行った（写真 3）。具体的には、留学生自己 PR 動画について企業関係者からの感想・改善のためのアドバイスを受け、留学生と企業が互いに抱える疑問について、3 者がディスカッションを行い、その内容をグループ内の留学生が発表した。留学生自身の撮影による自己 PR 動画は、「自己分析」に焦点が合わせられやすいため、「企業研究」は殆どできないという弱点があったが、『CIP サロン』に参加し、企業関係者とワークショップを行いながら、動画の精査を行うことで、「企業研究」に繋げることができた。

『CIP サロン』で学び自己 PR 動画を作成できた留学生の中から、その動画が就職に繋がったケースが出てきている。『CIP サロン』に参加し、自己 PR 動画の精査を行った貿易会社志望の韓国出身留学生は、修正版の動画を CIP 運営の SNS（Gip kyushu YouTube Channel）に限定公開（検索できず、URL



写真 2 『CIP サロン』の個別相談会の様子



写真3 『CIP サロン』のワークショップの様子

が分かる場合のみ閲覧可能)すると同時に、そのリンク先を二次元バーコード化した履歴書を用意していた。後日、北九州市内の貿易会社から「韓国出身の人材が必要であるが、その確保に苦労している」との情報がCIP運営のSNSを通じて留学生本人に伝えられ、直接エントリーした結果、内定を獲得する事ができた。採用企業の関係者からは、「履歴書だけでは分かり難い語学力や自己表現力などが一目で確認できた上、人材が必要な時に良い情報を手に入れられた」という意見が寄せられた。

6. CIP 福岡魅力発見隊

CIP は、外国人材の活躍支援に向けた仕組みを、地域のインバウンド観光の促進や地場企業のグローバル意識改革などにまで拡大することで、活動の展開を図っている。その一つが、留学生の目線で地域の魅力を発見し、PR動画を撮影し、海外向けに配信する「CIP 福岡魅力発見隊」活動である。ここでは、その事例を一つ紹介する。

福岡県八女郡広川町の「留学生を活用したインバウンド・アウトバウンドビジネス創出事業」に係る一部を受託し、2016年12月から約3ヶ月間、まちの良さを自ら自己PR動画を作成した上、SNSで海外へ情報発信し外国人観光客の誘致を図るため、「CIP 福岡魅力発見隊」活動を行った。

予備調査として、『CIP カフェ』で、広川町のイメージ調査を実施した後、広川町で、CIPメンバー(現役留学生及び元留学生)によるフィールドワークを2回実施した。具体的には、外国人が滞在するために必要なこと、外国人が魅力を感じるスポットやモノなどについて調査し、いくつかのスポットを多言語で撮影した。その動画をYouTubeにアップロードし、図6のように、観光マップを試作した。この活動で、留学生と地域との関わりが深まり、地域における留学生の活躍の場を提供することができた。



(注) QRコードを読み取ると動画の閲覧ができる。

図6 動画を活用した広川町の観光マップ(英語版)

7. CIP活動のグローバル化

CIPは、海外とのネットワーク構築による、九州地方への人材の誘致の促進に向けて取り組んでいる。その一環として、2016年3月に釜山市、また同年の4月にハノイ市で、『CIPカフェ』をそれぞれ実施した。例えば、『CIPカフェイン釜山』では、ITや学内の起業サークルの活動で知られる東明(ドンミョン)大学とCIPとの自己PR動画の活用の連携について議論された。その結果、同年7月に東明大学初の在学学生による自己PR動画がCIPに送られた。その動画の内容は、夏休みを利用し、福岡市内



(注)参加者の許可の基公開、
QRコードを読み取ると動画の閲覧ができる
写真4 東明大学生の自己PR動画



(注)参加者の許可の基公開、
QRコードを読み取ると動画の閲覧ができる
写真5 ハノイ国家大学生の自己PR動画

のゲーム会社で短期インターンシップを希望しているもので、日本語で撮影されている(写真4)。この動画をきっかけに、韓国人大学生は、同年9月の1ヶ月間、福岡市内のIT系サービス企業でインターンとして職場体験を経験することができた。

また、ベトナムの首都であるハノイ市に CIP 拠点を設け、2016 年 7 月から地元大学生に対し、自己 PR 動画の仕組みを通じた、九州地方への受入れ促進活動を行っている。その初動画が写真 5 である。

8. まとめ

CIP は、これまで図 7 で示している諸活動を行ってきた。人手不足や地域活性化等の課題の改善が求められている近年の日本では、外国人材の活躍支援が地元企業のビジネスや市民の生活等、地域に還元できる好循環を生み出す仕組みが必要である。そのためにも、日本人と外国人が互いを知る機会を提供した上、双方のニーズにタイムリーに応えられるための仕組みは重要であり、そのツールとして ICT の活用は有効であるということ CIP の活動を通じて、さらに検証していきたい。

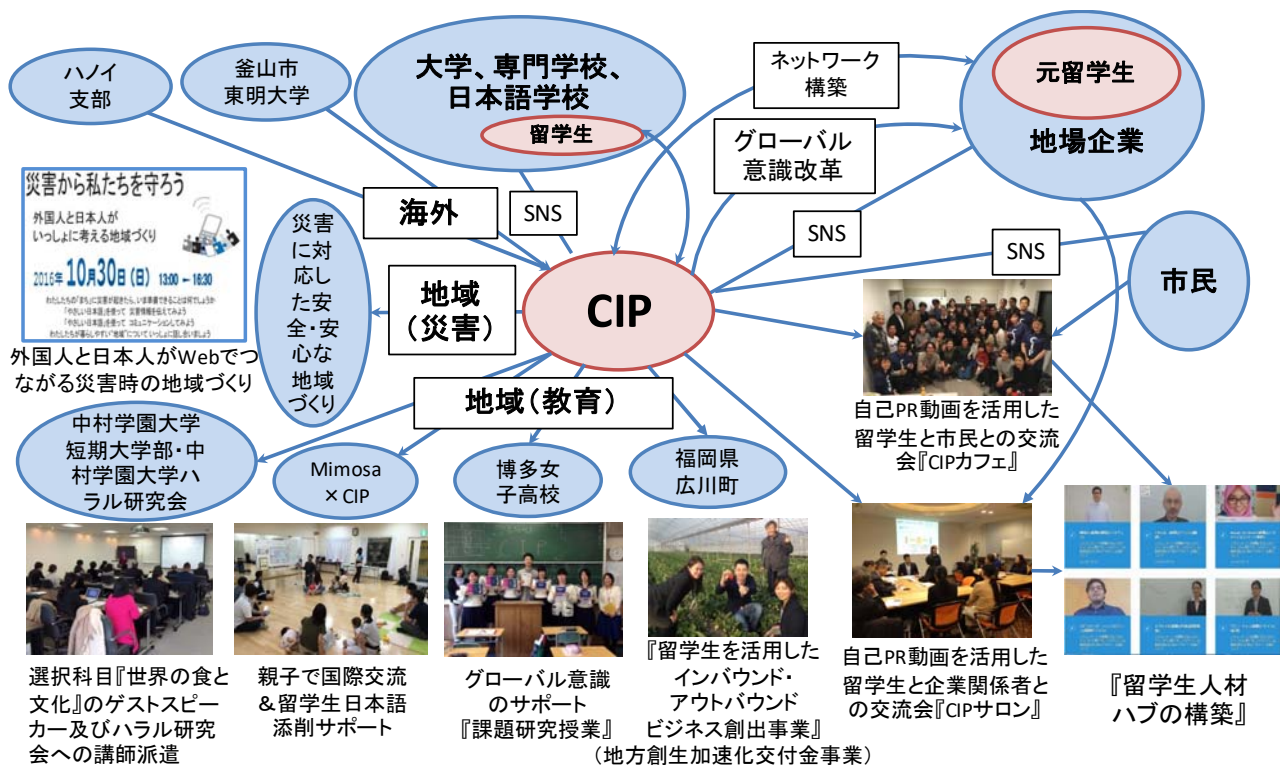


図 7 CIP の活動内容

参考文献

1. 「ICT を活用した外国人留学生の就職支援の可能性-CIP の取組み事例からの考察-」(2015 年 12 月) /都市政策研究第 17 号 45～59 頁、(公財) 福岡アジア都市研究所
2. 「ICT を活用した外国人材の活躍支援と地方創生に向けた取組み-CIP の活動事例からの考察-」(2017 年 3 月) /都市政策研究第 18 号 97～111 頁、(公財) 福岡アジア都市研究所

次号予告
ウェブマガジン『留学交流』7月号
特集「多文化共生社会で生きる」
留学生と日本人学生との異文化交流、地域による国際交流の推進（予定）

ウェブマガジン『留学交流』 6月号

Vol. 75

平成29年6月12日発行

編集 独立行政法人日本学生支援機構

（編集部）留学情報課

東京都江東区青海 2-2-1（〒135-8630）

電話 (03) 5520-6111

FAX (03) 5520-6121

Eメールアドレス ij@jasso.go.jp

編集後記

本号では、「外国人留学生の獲得戦略」と題し、トランスナショナル高等教育と留学、留学生の視点から見た大学ホームページ、ネパールからの留学生受け入れについて考察し、大学との連携による岐阜県の留学生募集、さくらサイエンスプランを活用した留学生獲得、ミャンマーにおける留学コーディネーター事業の事例を取り上げております。

また、EYE（国際交流の新しい動き）では、福岡におけるICTを活用した交流・就職支援をご紹介します。

本号が、外国人留学生の募集に携わるみなさまの参考となることを願っています。

本誌へのご意見、ご感想は、上記Eメールアドレスまでお願いいたします。 （編集部）

Web Magazine “Ryugakukoryu”(Student Exchanges)

“Ryugakukoryu” delivers a variety of necessary information and materials to faculty and staff engaged in acceptance and dispatch of international students, and educational guidance.

The magazine has been made public online without charge since April 2011.
(Issue date: 10th of each month)