

日本留学のリクルーティングの課題

—諸外国の先進事例をふまえて—

立命館アジア太平洋大学アドミッションズ・オフィス 篠崎 裕二

SHINOZAKI Yuji

キーワード 留学生獲得競争、教育、人材獲得競争

なぜ留学生リクルーティング活動が必要か

先日イスタンブールで開催された International Education Fair に参加した。APU（立命館アジア太平洋大学）は国際学生（留学生）募集活動の一手段として、世界各地で行われるこういったフェアに参加することがしばしばある。場所柄欧米、なかんずく欧州の大学がほとんどであり、それ以外の地域からの参加大学は APU のみであった。海外留学を希望するトルコ人学生が詰めかけて会場は熱気に溢れ、お陰さまで APU ブースにも大勢来訪があった。

フェア会場でラトビアの某大学のアドミッションオフィサーと知り合った。彼女は2ヶ月出張し2週間大学に戻るというペースで、欧州、アジアを始め、文字通り世界を回る生活をしている。彼女の大学は現在留学生が約600名おり、それを1,400名に数年でしようとしているのだそうだ。その話をした時に同席していたのはベラルーシの某大学からのチームであった。このベラルーシの大学でもトルコからだけで約140名の留学生がおり、トルコ人のエージェントを雇って学生募集と入学後のケアをしているということである。

この話のポイントは、これが留学生受入れでは知られた英米や豪の話ではなく、ラトビアやベラルーシといった、いわば新興国の大学が既に留学生獲得競争に乗り出してきており、世界的な留学生獲得大競争が、従来想定していたよりはるかに大勢のプレイヤー（国）で既に始まっているということである。

競争である以上、勝敗がある。留学生の獲得競争は、一般商品の販売競争とは違い、1. 学生の質、と2. 学生の数、の両方で勝らなければ意味がない。この両方を達成するためには、まず第1に大学の「質の向上」が世界標準でなされなければならない、第2に言語・文化・社会背景が違う外国で、その「質」に代表される「大学の内容」を広く伝え、理解してもらう具体的な取組が必要である。本稿では1. の「質」には触れず、2. にフォーカスをあてる。

大学の商品は教育研究である。一般商品のような広告・宣伝だけでその内容を伝え・理解してもらうことはできない。はるかに深いところで、大金をかけて、人生をかけて海を渡る決心に人間を突き動かすためには、様々な「仕掛け」や「制度」を駆使することが必要である。国が違えば教育に対する考え方もその期待する成果も、取り組む姿勢も違う。その中でわが大学に対する理解を得て、将来をかけてもらおうとするのであれば、伝え・理解してもらう努力が必要である。質の高い留学生に大勢来ても

らおうと思えば、門戸を開いたとしても、座して待っているだけでは来ない。何しろ、相手は「東大」と言っても「？」という反応をする人々なのである。日本国内における知名度など、ほとんど役に立たない。そのため「リクルーティング活動」が必要なのである。時には教育制度の修正まで踏み込むこともありえる。

オーストラリアの事例

留学生受入れでの先進事例は米英豪がよく知られる。特に豪は有力な外貨獲得手段として位置付け、留学生受入れを産業化している。輸出産業としての教育は財政的にも大きくオーストラリアに貢献しており、2008-2009年度において、172億オーストラリアドルを稼ぎ出し、石炭、鉄鉱石、金に次ぐ第4位の輸出産業である。そのうち大学教育の寄与額が約95億オーストラリアドル、職業教育が43億オーストラリアドル、英語教育が10億オーストラリアドルである¹。

オーストラリア留学情報へのアクセスのしやすさは特筆されるべきものである。オーストラリア政府のウェブサイトのトップページ (<http://australia.gov.au/>) に行き、その中のメニューの Topics の中の Education and Training をクリック、そこから International Student→Study in Australia と行けば、もうそこでは英語はもちろんのこと、日本語、中国語、インドネシア語、ロシア語、スペイン語、ドイツ語など数々の言語で情報が得られるような仕組みになっている。つまり、政府のトップページから3から4クリックで留学を希望する世界の人々が必要な情報を得られる仕組みになっているのである。

留学生を呼び込む強力な政府のツールの一つが、Australia Education International (AEI) である。AEI のホームページによれば、AEI は、教育・雇用および職場関係省管轄下の国際機関であり、19の国と地域で23の拠点を構えている。その業務内容は以下の通り多様である。(2010年時点)

- ・教育業界の各セクター・政府機関と連携し政策を進める
- ・UNESCO、APEC といった国際組織や自由貿易協定や各種協定の交渉の中で、教育面でのオーストラリアの声を代表する
- ・オーストラリアのプログラム・教員・教育機関の質と評判を守り、世界最高基準の学生消費者利益保護の実施
- ・外国人がオーストラリアで勉強をしたり、働くにあたってのオーストラリアと海外の資格要件の比較についてアドバイスする
- ・世界の教育市場についての調査・分析を行い、産業界に情報提供および助言をする
- ・世界に向かってオーストラリアの教育の多様性と質を知らしめる
- ・学習・研究・職業能力開発を顕彰することにより、学生流動性（スチューデントモビリティ）に寄与する

<以下データが少々古いため、リンク切れもあることにご留意願いたい。>

¹ http://aei.gov.au/AEI/PublicationsAndResearch/Snapshots/20091110_pdf.pdf
2010年3月30日参照

となっている²。上記によって明らかなのは、政府関係機関がオーストラリア教育を世界の教育市場において売込みを図るだけでなく、その質を守り、その為の情報収集と分析・情報提供を行うということである。実際に、AEIの提供する世界各国の教育市場状況はウェブまたはハードコピーで提供されおり、現時点において世界で一番信用度が高い国際教育情報と評価されている。筆者も留学生入試業務において、各国の教育制度・事情・資格要件の確認・成績比較などでAEIのこれらの情報を活用した。

さらに、実際の学生募集にあたっては、オーストラリアの全38大学が株主となるIDP Education Pty Ltd.が世界の29カ国に75の学生募集オフィスを展開し、政府とも密接に連携して留学生政策の一翼を担っている。IDPは1969年にその前身が設立され、学生募集のほかにブリティッシュカウンシル、ケンブリッジ大学と連携してIELTS（英語の試験）を展開している。大半のオフィスはIELTSのテストセンターとなっており、テストの結果は、大半のオーストラリアの大学の留学生の入学要件となっている³。

オーストラリアの留学生教育の質を担保するための法的フレームワークも定められている。Education Service for Overseas Students (ESOS) Act 2000<2010年改正>により、留学生受入をする教育機関はCommonwealth Register of Institutions and Courses for Overseas Students (CRICOS)に登録されていなければならないとされる。CRICOSへの登録は一種のアクレディテーションであり、その教育機関の質が審査されて、定められた教育内容や環境が整えられなければ登録できない。登録後も審査があり、それで不適格とされると登録が取り消され、留学生受入はできなくなる。ESOSと関連規定により、教育機関の留学生に対する義務が定められている。その内容は消費者保護の観点をかなり含み、例えば留学生が学校に満足しなかった場合の経費の払い戻し請求に関する規定などがある⁴。筆者の知る限り日本には同様の法令等はない。

大学の取組の事例として、過去に筆者が調べた中で、オーストラリアの大学の中でも複数の海外キャンパスを展開し、多数の留学生を集めているモナシュ大学をここでは取り上げてみたい。データは調査時点のものであるが、ビクトリア州立モナシュ大学は1958年創立、学生数56,573名（うち留学生19,079名）、教職員数14,922名、年間予算規模約960億円、学部数10、キャンパスは国内6ヶ所、海外2ヶ所および1センターを擁する⁵。留学生は100カ国以上からあつまっている。教育・研究レベルも高く、オーストラリア8大学（Australia's Group of Eight Universities）のメンバーであり、英国のQSタイムズの大学ランキング（The QS Times Higher Education Supplement）で世界のトップ50以内に入っている⁶。

海外キャンパス2ヶ所はマレーシアと南アフリカにあり、別に海外センターがイタリアのプラトにある。マレーシアキャンパスには4,318名、南アフリカキャンパスに

² <http://aei.gov.au/AEI/AboutAEI/Default.html> 2010年3月24日参照

³ http://www.idp.com/about_idp/about_us/welcome_to_idp.aspx 2010年3月25日参照

⁴ http://aei.gov.au/AEI/ESOS/EasyGuide_ESOS.html 2010年3月25日参照

⁵ <http://www.monash.edu.au/about/stats.html> 2010年3月27日参照

⁶ <http://www.monash.edu/study/international/why-monash/ten-reasons.html> 2010年3月27日参照

は1,636名が在学しており、合計で学生の約一割は海外のキャンパスにいることになる⁷。またトランスナショナル・プログラムという、海外の専門学校などにプログラムを提供し、修了時には大学の卒業資格を正規に得られるプログラムを香港、シンガポール、アメリカで展開している。このプログラムでは修士課程が主に提供されている⁸。さらに、通学生と同じ卒業資格が得られ、国外でも受けられるオフキャンパス・ラーニング（Off Campus Learning：通信教育）制度があり、試験用のテストセンターを海外にも20数ヶ所設置して、幅広い教育ニーズに対応している⁹。海外キャンパス、トランスナショナル・プログラム、オフキャンパス・ラーニングのいずれもが、質的には通常のオンキャンパスの学びと同等・同質であるとされている。さらに、それらを組み合わせることも可能であり、例えば、オフキャンパス・ラーニングで一定の単位を修得した後、通常の通学生となることも可能である。入学資格はいずれも同じである。学費も基本的に通学生と同じであり、例えば、ビジネス系の学部生の場合、年間学費はオーストラリア国籍者が8,300オーストラリアドル（約65万円）であり、外国籍者は28,300オーストラリアドル（約240万円）となっている¹⁰。

ここで、入学の方法を見てみる。通常の入学審査を受けて大学1年に入学する方法以外に、パスウェイ・プログラム（Pathway Program）というものがある。幾つかあるパスウェイのうち、モナシュカレッジ・ディプロマ（Monash College Diplomas）とモナシュ大学ファウンデーション・イヤー（MUFY: Monash University Foundation Year）について見てみる。

モナシュカレッジは、モナシュ大学が所有するカレッジであり、ディプロマ・プログラムであると同時に、中等教育から大学への移行を学生がスムーズにできるように、ブリッジ（Bridge）の役目を担っている。修業年限はパート1（1年目）とパート2（2年目）に分かれ、パート2を修了し、条件を満たせばモナシュ大学の60以上の学科の2年生に入学が可能であり、いわば大学の入学準備機関としての機能を果たしている。パート1への入学資格はオーストラリアの11年生と同等の年次を修了しており、かつ一定以上の英語力があることである。モナシュカレッジはオーストラリア、中国、インドネシア、シンガポール、スリランカにあり、海外のカレッジはその国のパートナー機関と運営している。自国で中等教育から大学にいくだけでも大きな変化であるのに、留学生にとっては生活環境、言語なども違い、変化の程度が莫大である。それをソフトランディングさせるために、自国のなれた環境で、かつ大学の学習スタイルなどについてきめ細かいケアをカレッジで受けつつ、大学に入る準備ができることは大きなメリットである。また、コスト的にもメリットがある。例えば、モナシュカレッジインドネシアのビジネス系では1年間の学費が9千万ルピアであり、これは約82万円に相当する。モナシュ大学では前述の通り平均28,300オーストラリアドル（約240万円）になり、生活費も含めれば相対的にかなり安くなる¹¹。さらに、各地

⁷ <http://www.monash.edu.au/about/stats.html> 2010年3月27日参照

⁸ <http://www.monash.edu.au/study/transnational.html> 2010年3月27日参照

⁹ <http://monash.edu/offcampus/about.html> 2010年3月27日参照

¹⁰ <http://www.monash.edu.au/study/coursefinder/course/2224/#details> 2010年3月27日参照

¹¹ <http://www.monash.edu/monashcollege/> 2010年3月27日参照

のローカルカレンシーでの支払いとなるため、学生側は為替リスクや外貨の調達コストも不要になるのである。

モナシュ大学ファウンデーション・イヤー（MUFY）はオーストラリアの12年生（日本の高校3年生）年次に相当し、各国のそれぞれの教育環境からオーストラリアの大学の教育環境へのスムーズな移行を可能にすることを目的とする。オーストラリア、中国、インドネシア、マレーシア、スリランカに設置され、毎年1,800名程度がこのプログラムに入り、約80%が大学に進学する。一定の成績条件を満たせば、モナシュ大学への入学が保証されるのみならず、このプログラムの修了は他のオーストラリアやその他の国の大学の入学資格ともなる。このプログラムへの入学資格は外国籍であること（オーストラリア国籍ではないこと）、オーストラリアの11年生と同等の年次を修了していることと、一定以上の英語力である。1年間、高校の3年生相当の授業内容と大学の授業内容と関連させた授業を受けることで、大学入学後の学修がより効果的に始められるようになっている。この学費は1年間（10ヶ月）でインドネシアの場合88百万ルピア（約80万円）である¹²。

以上見てきた2つのプログラムとも、留学生の立場から見れば、1. 早めに留学の準備を整えられる、2. 実際に留学した際の適合性が高まる、3. 自国を離れて留学を始めた後に、想像・期待していたものと違って、というリスクを低減できる、4. 留学にかかるトータルコストを削減できる、といったメリットがある。一方で、大学から見れば、1. 高校2年生の段階で、留学希望者をリクルート（いわば青田買い）できる、2. オーストラリアよりも物価の安い国で展開することにより、コストをかけずに（大学側の利益を減らさずに）、消費者側（留学生）の出費を抑えることができる、などのメリットがある。双方にとってウィンウィンの関係を作るビジネスモデルを作り出したといえるのではないだろうか。なお、モナシュ大学だけではなく、オーストラリアの他の有力大学でも上記の二つのプログラムと同様のプログラムに取り組んでいる。

上記のように「教育システム」にまで踏み込んでリクルーティングを行うのが、世界の留学生獲得競争なのである。

APU（立命館アジア太平洋大学）の取組

本章では、筆者の勤務先である立命館アジア太平洋大学（以下 APU）の留学生募集の取組について説明する。APUは2012年秋現在で、学生数5,555人（学部5,262人、大学院195人、科目等履修生等98人）であり、そのうちの45%、2,463人が80カ国から集まった国際学生（APUでの留学生の呼び方。留学ビザで在学しているものに限っている。以下同じ）である。学部は国際経営学部とアジア太平洋学部の2学部、大学院は経営管理研究科（MBA）とアジア太平洋研究科の2研究科を擁する。大分県別府市にあり、京都の学校法人立命館傘下の大学として、立命館大学とは姉妹校の関係である。

APUは「日本で初めての本格的国際大学」というコンセプトで設立された。そのコンセプトに基づいて、全学生の50%が留学生、50カ国以上からの留学生、教員の50%

¹² <http://www.monash.edu/mufy/about/> 2010年3月27日参照

が外国籍という3つの50を目指した。それを実現するために、

- ①入学時に日本語力を問わない
- ②教育言語を日・英の2言語とする
- ③留学生の新入生全員入寮可能な寮の設置
- ④日本の財界の支援を受けた留学生のための奨学金制度の整備
- ⑤グローバルスタンダードに合わせた春・夏の年2回入学受入（卒業）
- ⑥渡日前入学許可
- ⑦学生募集のための海外事務所の設置（韓国・インドネシア・台湾など）
- ⑧留学生は書類審査のみによる入学審査で可とする

などの諸条件を開学当初から整えた。その理由は、開学当時の学長や担当者によれば、海外で実際に調査をした結果、海外での学生募集は、以上のような条件をクリアしなければ優秀な留学生を集めてくることはできない、との結論に至ったとのことである。特に日・英の2言語教育については、教学の負担が大変に重たくなるどころからかなり逡巡があったが、海外で「致命的な日本語学習のディスアドバンテージ」（大学教育を受けるために日本語学校に行ったりすることに要する時間やコストのムダ）を明確に指摘され、決断をしたと坂本初代学長は語っている。一方で、英語のみでの教育としてしまうと、日本でやる必然性がなくなり、英語圏の大学との競争力に欠ける。日・英の2言語教育とすることで、日本語も身につけられるということを利用してアドバンテージとして活かし、英語圏と対抗できるようにした。基本的に学生は在学中にもう一方の言語で大学の授業が受けられるだけの言語能力の獲得を目標としている。（学部のみ。大学院の教育言語は英語のみ）

APUの国際学生入試は、いわゆるローリング・アドミッションズ方式＋日本式出願期間設定型のハイブリッド方式である。毎入学期毎に願書受付締め切りを複数回細かく設け、逐次審査→逐次合否判定→逐次合否発表の米国の入試方式とまではいかないまでも、実態的にそれに近い形にしている。各国で異なる学年暦や大学入学審査のスケジュールがあり、通常受験生はその国のスケジュールで動いている。受験生の便宜を最大限に図るため、当初より実質ローリング・アドミッションズ方式をとっている。しかし、この方式を日本で実施することは、大変なリスクを伴う。なぜなら、日本の大学は「定員」の概念に強く縛られているからである。文部科学省に届け出た「入学定員」を未達あるいは超過の際には補助金カットや学部設置不認可などのペナルティが課せられる。しかし、ローリング・アドミッションでは、最終入学者数のコントロールは大変困難である。それをAPUでは、春と秋の2回入学と、国際学生の入学審査・手続きに比べ、国内学生の入学審査・手続きが数ヶ月ずれる、いわば「時間差」を利用して調整している。つまり国際学生が少なければ、国内学生を多目に取る、といったことである。国際学生はビザ取得の手続きがあるため、入学審査・手続きを早い時期に行うのである。

主な出願書類は共通としつつ、それぞれの国での中等教育修了試験・大学入学資格試験結果の提出を必須にしたり、TOEFL等言語能力試験結果や現地面接を必須にしている国もある。よって、APUの入学試験の基準は決して単一ではない。各受験生の背景ごとに違うということになる。この考え方を整理すると、すべての国際学生の入試

にアドミッションズ・オフィス入試（AO入試）を適用していることになる。統一的な学科試験を課して学力を図ることができれば簡単であるが、全世界で統一的に実施することは実務上不可能であり、どの国の大学もやっていない。そこで違った文化・環境・教育制度をバックグラウンドに持つ学生を「多面的に」評価しているのである。実務的には各国統一試験の成績、学校での成績、TOEFL等の語学力試験や面接で図る語学力を軸に、課外活動などの実績を加味して評価している。当然ながら、各国によって教育内容・評価方式が違う為、データを蓄積し、調査、ヒアリングなどを行ったり、オーストラリアのAEIやアメリカのWESといったところで持っている各国の教育制度・評価方法の情報を活用し、常に情報を更新している。場合によっては各国大使館に問い合わせたり、現地高校に直接聞くこともある。これには膨大な労力と蓄積が必要になる。APUではこの10数年の間に、海外のものであっても成績情報がかなりの確に評価できるようになった。

一方成績評価と別の問題で、提出書類の真贋の問題がある。これも、あらゆる手を使って怪しいケースを潰していく。発行者（学校）に直接確認する、その国出身の教職員、場合によっては学生に見てもらおう、といったことも行う。また、偽造書類の予防には、現地事務所の存在と、直接募集行動を行っていることが役立っていると考えられる。現地事務所がある場合、偽の書類を出してもすぐに判ってしまうと思うのか、まず偽造を疑われるような書類が出ることはない。また、中国は偽造書類が比較的多いとされるが、APUは直接高校（中学）を訪問し、進学担当教員らと人間関係を作っている。一部の例外を除けば中国では高校が出願を取りまとめ、出願書類を送ってくる。顔をお互いに知っているせいか、偽造書類が送られたことは、全くなかった。これらの取り組みにより、偽造書類が出されてくる可能性はかなり低くなっている。

APUの出願に必要な書類は下記の通りである。出願者全員に必要な提出書類とは別に、各国別（あるいは地域別）に必要な書類が別に定められている。基本的には中等教育を受けている地域の必要書類を適用することになっており、例えばアメリカの高校に行っている韓国籍の学生が出願する場合は、アメリカから出願する場合の書類を出すこととなる。

- ① 学士課程入学願書
- ② 成績証明書（直近3年間・大学進学に必要な統一試験の成績証明書）
- ③ 英語または日本語能力証明書
- ④ 志望理由書
- ⑤ 入学検定料の送金依頼書コピーまたは小切手
- ⑥ 推薦書
- ⑦ パスポートコピー
- ⑧ 在留資格にかかわる申告書
- ⑨ 写真2枚

（提出書類はすべて原本または原本証明付コピー）

特に②の統一試験の成績証明書については英連邦系のAレベル、韓国の修能考査、台湾の学科測驗、バングラデシュのHSCE、ケニアのKCSE、ナイジェリアのWAEC等々あるが、こういったものの情報蓄積（見方、良否の見極め、基準スコアなど）もまだ

まだ完璧ではないが、かなり進んだ。

高等教育機関として、厳格な入学審査を行うことは最低条件であるが、入学審査方針は、学生募集の戦略面の顔も持つ。経験則ではあるが、審査を甘くすると、受験生の質の低下を招き、結果的に受験者数も減る傾向がある。また、低レベルの高校から入学させてしまうと、そのレベル以上の学校からは出願してこなくなる。日本国内であれば、受験産業が作り出す偏差値があり、受験生は手軽に大学の評価を入手できる。海外の場合はそういった情報が乏しいため、どの高校の出身が入った、どの程度の成績の誰々が入った、ということで大学を評価する傾向がより強くなるようである。逆に、諸前提条件がそろえばではあるが、入学のハードルを高くすると、優秀な学生が集まりやすくなるようである。

APU在学生のいくつかの国の国際学生に、各国でどのようにすれば出願者を増やし、より優秀な学生を募集できるかアンケートをとったところ、ほとんどの国で面接や筆記試験をするなど、より入試を難しくすることが一番に挙げられた。学生は、書類審査のみで入れる大学は、よっぽどブランドが確立されている大学でない限りよい大学とは見なさない、ということである。実際に、韓国では独自に面接と小論文試験を実施したところ、レベルアップと志願者増に結びついた。また、ベトナムでTOEFLの提出を准義務化(提出不可の場合は電話面接とする)としたところ同様の傾向がみられた。つまり、審査の仕方・方針が国際学生の留学先選択に影響を与えたのである。

しかしながら、前述の通り、統一的な学科試験を世界中で行うのは現実的ではないため、なおさら国際学生の募集・審査には明確な「アドミッション・ポリシー」が必要となる。教育内容や成績基準が国あるいは地域によって異なることは大前提としつつ、それぞれの制度において「成績等が優秀であること」、そしてそれだけではなく、さらに、「APUが求める人材」であること、この両方の基準が十分満たされることが高い評価となる。例えば、「APUが求める人材」ということでは、APUが提供する多文化・多言語環境をより豊かにするために、今学生が来ていない国から学生に来てもらうことも含まれる。成績が良いことのみが絶対必要条件ではない。

APUの国際学生募集方法を簡単にまとめると、以下のようになる。

- ①教職員が直接各国へ出張、高校やホテルなどで説明会を実施
- ②各国の新聞他メディアへ広告掲載
- ③海外事務所職員による高校等への訪問活動
- ④高校校長等を招聘し、実際にAPUを見てもらう
- ⑤外国政府機関(大使館等含む)へ働きかけ、政府奨学生の派遣要請
- ⑥在学生・卒業生を活用した学生募集(例:出身高校への訪問、電話かけなど)
- ⑦経費の一部を補助して、高校生にAPUの見学・体験をさせる

APUではアドミッションズ・オフィスが学生募集を含めた入学業務全般を担う。アドミッションズ・オフィスは国際と国内の二部門に分かれ、それぞれに課長がいて、別々に活動する。国際学生の担当はアドミッションズ・オフィス国際(AO国際)である。AO国際職員は、学生募集や面接その他で頻繁に海外出張する。すべての国をカバーできるわけではないが、それでも頻度は様々だが、韓国、中国、台湾、ベトナム、タイ、フィリピン、インドネシア、マレーシア、シンガポール、バングラデシュ、ミ

ヤンマー、モンゴル、インド、アメリカ、ウズベキスタンなどは定期的に訪問している。必要に応じて教員と同行する場合もある。以前は職員のみで訪問することが多い時期があったが、近年は、教育的なインパクトを高める戦略で、できるだけ教員と同行する機会を増やしている。募集出張の際の主力業務は、各高校などを訪問して行う説明会である。できるだけ多くの出願予備軍と会い、話をしてAPUを理解してもらい、興味を持ってもらうことが目的である。さらに、生徒には会えない場合でも、進路指導の先生や、日本語教師、校長などにも会って、大学を売り込む。また、教育委員会関係者や政府機関などの関係者ともコンタクトを取り、売り込みを図る。人間関係を作ることは非常に重要である。すでに国際的なブランドを確立している有名大学ならば別の方法もあるが、APUのような知名度の無い大学ではこういった「直接募集」の繰り返しや口コミが一番効果的な方法である。海外大学も留学生募集はほぼ同じような手法をとっているようであり、説明会がバッシングすることもままある。

在学生の力も学生募集には活用する。筆者が実際に使った手法を紹介する。インドネシア出身の在學生で積極性があり、愛校心が強い学生を数名ピックアップし、手分けをして、インドネシアでの資料請求者、説明会参加者などの名簿に基づき、電話をさせるのである。その際は、自分は学生であることを明確にすること、知らないことは知らないと言うこと、自分の体験を話すこと、良いことも悪いことも正直に話すこと、などを事前に簡単ではあるがブリーフィングしておく。また、電話なので親や家族が出ることもある。その際特に親の場合は、決定権を持っている場合が多いので、むしろ丁寧に大学のことを説明させるようにさせた。現役の学生から、自分の母語で直接話を聞けることは、安心感につながり、出願を促進させる効果が高い。また、合格した出願者に対しても同様の電話作戦を行った。在學生より電話をかけて、合格の祝福をし、入学手続きに進むように促すのである。特に優秀な学生ほど、他の国内外の大学に合格しているケースが多い。オーストラリアやアメリカの大学なども同じように電話作戦やあの手この手で入学手続きへ進むよう勧誘をしており、ここでも競合は続いているのである。また副次的効果として、在學生にとっても自分の大学を自分の言葉で説明することで、より一層大学に関する理解が深まり、結果的により積極的な学生生活を送るようになることもしばしば見受けられる。

大学選択の際、卒業後のキャリアがどうなるかも、重要な要素である。特に高等教育は自分の人生への投資であるという自覚が国際学生は強く、なおさら関心が高い。APUでは初年次から将来の進路を意識付けするようなビジネスマナーなどを取り入れた授業、現役職業人による連続講座、インターンシップ、企業、団体トップによる講演会等のプログラムを展開している。自分の将来像を早くから描き、それに向かって大学における自らの学修計画をたてるように指導している。これをAPUでは国内学生、国際学生の分け隔てなく行っている。その中で、日本企業に就職を希望する国際学生に対しては、高度な日本語能力を求められることを理解させる。日本企業就職希望者のために日本語最上級クラスのビジネス日本語クラスを開講し、そこでは一部就職活動指導も含めた日本語指導を行っている。就職担当部署であるキャリアオフィスの窓口では、エントリーシートの書き方や面接対策などの指導を国際学生、国内学生のそれぞれの特性に合わせて指導を行う。特に国際学生の指導については一定の配慮をし、

言語や日本式就職活動で不利な国際学生の支援を行っている。また、APUは大分県別府市という地方にあり、東京や大阪といった大都市で学生が就職活動を展開するには経費と時間を含め、様々な制約がある。特に国際学生は頼れる人的ネットワークも無いことが多く、一般的に状況はより厳しい。そこで、APUはオンキャンパス・リクルーティングという、企業に来学していただき、説明会や面接をしてもらうシステムを作った。逆に大学では事前に企業のニーズを聴取しておき、そのニーズにあった学生をある程度ピックアップし、マッチングを図るようなこともする。これにより、企業側ではある程度ニーズに合わせて絞り込んだ学生と接触することができ、効率的な採用活動ができる。実際に例年300社以上がAPUに来学している。企業側では国際学生の採用を目的にしているケースが多い。APUに来れば、一定以上の質を持った高度グローバル人材予備軍を見つける可能性が高いと判断しているようである。

APUの学生募集で海外現地事務所は非常に重要である。学生数の多い国ベスト5はすべて事務所設置国である。韓国事務所、インドネシア事務所はAPU開学前から開設されている。事務所の設置形態は、現地の状況などに合わせて多様である。

現地事務所を設置することのメリットの一つは、受験生や親を含めた関係者が現地の言語で大学の情報を得られることである。そもそも受験生本人は英語または日本語を理解することが前提であるが、親は必ずしもそうではない。特にアジア地域では親の意向が強く進路選択に反映されるため、親が母国語で気軽にコンタクトできる拠点は重要である。これは入学後も同様であり、親にとって大きな安心感につながる。

まとめ

本稿のタイトルにあわせて、日本の（留学生）リクルーティングの課題として指摘しておきたい点の一つがある。それは「日本」という国の魅力の発信の課題である。筆者も協力したシンガポール大学における留学生モビリティの研究でも、学部生が留学先を選ぶ場合、まず「場所の要素」つまり国から選ぶことが判っている¹³。ということは、大学やその関係者がいくら日本留学を推進しようとしても、日本という国の魅力が発信され、日本という国が魅力あるところとして認識されないと留学生も集まらないこととなる。この点で、いささかさびしい数字がある。

若干資料としては古いですが、主要国の留学推進支援機関の比較した表を作成した。（平成20年5月12日中央教育審議会大学分科会留学生特別委員会の資料等による。）

国名	イギリス	オーストラリア	ドイツ	フランス	中国	日本
機関名	British Council	IDP	DAAD	CampusFrance	孔子学院	JASSO
形態	独立行政法人	私企業	社団	公益機関	非営利法人	独立行政法人
海外事務所数	111カ国・地域 229都市	29カ国・地域 75都市	14カ国14都市	74カ国・地域 103都市	100ヶ所以上	4カ国4都市
職員数	約5,200名	約600名	約300名	約160名	n.a.	約120名 (留学関係事業)

¹³ National University of Singapore project “Globalising Universities and International Student Mobilities in East Asia, June 2009 – May 2012” Ho Kong Chong, Brenda Yeoh and others,

これらの機関が、留学推進機能と合わせて、各国の文化・教育情報の発信拠点となっているわけである。日本ではさらに国際交流基金が21カ国において人員225名、予算約156億円（2009年度）の体制で日本語・日本文化を紹介している。一方ドイツにも77カ国に人員3,100名で展開するゲーテ・インスティテュートなどがある。そのほかにもアメリカのEducationUSA、IIE、カナダのCEC NETWORKなどがある。中国の孔子学院は既に世界中で400ヶ所以上になっていると言われる。留学生獲得競争はこういった機関も総動員した総力戦なのであるが、日本の文化・教育情報発信体制の脆弱さは否めないだろう。

今日、日本のグローバル化は各所でお題目のように唱えられ、グローバル化バブルのごとき様相を呈している。しかしながら、おそらくこのバブルは霧消するものではなく、間違いなく産業が経済が、そして社会が国境や言語を越えて相互移動する方向に世界全体が猛スピードで向かっていることは否定できないだろう。一方で国民国家のあり方が同じスピードで変質していくことは考えにくく、国家がその中でいかに成長と発展を続けていくかが問われる時に、グローバル人材の必要性は益々高まる。留学生獲得競争はすなわち世界の人材獲得競争であり、そこでの負けはすなわち将来の一国の命運を左右する可能性がある。特に資源の少ない日本では人材に頼らざるを得ない。私見ながら、日本は優秀な人材を国内のみならず、広く世界に求めていくことが必要であり、それはすなわち世界から優秀な留学生をできるだけ多く集めることであると思う。