



中華人民共和國  
面積 約960万平方キロメートル  
人口 約13億人  
首都 北京  
言語 漢語(中国語)  
※2012年8月現在 ※外務省ウェブサイトより

# アジアの高等教育と留学事情

## 第4回 中華人民共和國(後編)

株式会社ユニディア\*  
森信 肇

※日本・中国間の留学のサポート、日本の高等教育機関の海外での学生募集をサポートする法人。認可を受けた北京の留学エージェントと提携している。

今号は前号に引き続き中国を取り上げる。留学先として日本の人気は低下している中で、日本の大学が中国での学生募集の際に留意すべきことと、特に力を入れるべき点について紹介する。

### 留学エージェントとの提携における注意点

留学エージェントは本来、日本の文科省にあたる教育部の認可を受け営業する。

近年の海外志向への高まりにより留学を希望する学生が増えた。ここにビジネスチャンスを見だし、この2、3年で日本語学校や不動産会社などもエージェント業務に参入している。このなかには、認可を受けずに営業している企業または個人が数千ある。

業界の統制がとれておらず、サービスにばらつきがあるため、留学申請者や日本を含む受け入れ国の大学との間でトラブルが絶えない。

中国では留学手続きが煩雑で、非常に多くの書類が必要だ。この手続きを代行し、受験勉強の指導もする留学エージェントを利用する中国人の学生は多い。協定校以外から留学生を確保するためには、できるだけ多くの学生

に自分の大学を紹介してもらえるよう、留学エージェントと交流を図るべきだろう。

トラブルに合わないために、質の良い留学エージェントかどうか見極めなくてはならない。当然だが、取引を始める前には、実績、運営方針を提示してもらい、日本の大学の情報に精通しているかをしっかり確認することが必要だ。実績は、誇張するエージェントも多いため、詳細に提示してもらおう。

留学エージェントとのトラブルで多いのが、就労を目的とした学生の虚偽の申請に留学エージェントが加担するケースだ。

また、中国の日本語学校が、内容確認という名目のもと、検定料とは別に、一人当たり1万元(約13万円)を学生から徴収するケースがあった。これは本来、留学生には必要のない負担だ。日本の大学の留学費用は高いという印象を持たれて、それが口コミで広まってしまふ。結果として日本の大学

が信頼を失うこともあるだろう。

こういったことを防止するためには、考える違反行為を事前に全て契約書に列記し、それに対する罰則も明示しておく必要がある。

### 日本の大学が考えるべき募集戦略

日本の大学が、留学生の募集において知っておくべきことや力を入れるべきことを紹介する。

#### 1) 審査基準明示と手続き簡素化

学歴重視と中国国内の就職難の影響で、国内外の大学院への進学希望者が年々、増加している(図表1)。この層への広報活動を積極的に行うのは効果的だろう。現状、日本の大学院の情報は、試験科目と求められる英語のレベルといった学力面の基準が伝わっているだけだ。日本の大学院は、出身学校や学力に加え、研究計画書の内容に重きを置いて留学生の審査を行うことは中国人の留学希望者に正しく伝わっていない。

暗記を主とする教育方針で育った中国の学生は、創造性が要求される日本の研究計画書の作成に戸惑うことが多いようだ。具体的な書き方の指導も必要だろう。

また、日本への留学について担当教員の内諾が必要な場合があるなど、他国への留学と比べると申請手続きが複雑だ。これが理由で日本への留学を断

念する学生もいる。日本の大学は、中国の留学事情を考慮して審査内容や基準を正しくわかりやすく伝えるべきだろう。

編入学を希望する学生もターゲットとなる。前号でも少し触れたが、中国では専科(3年制)から本科(4年制)への編入学のニーズが非常に高い。日本の大学は海外の大学からの編入制度を積極的に取り入れてはどうか。修得済み単位の認定基準の改定などに着手することを提案する。

#### 2) 学生生活の環境整備

学内の体制づくりも重要だ。ここで言う「体制」とは、住まいなどの生活面から、就職指導まで、留学生に対応した支援体制を意味する。文化や生活習慣が異なる学生が共に生活する場合の問題点を洗い出し、支援体制を整備する必要があるだろう。

中国人は口コミを重視する傾向がある。体制の良し悪しはソーシャルなコミュニケーションを通じて評判が広がることが多いので、在学生や卒業生が勧めたくなる体制をめざしてほしい。

#### 3) 特色ある教育分野のアピール

今の中国では、高齢化社会への対応、急激な人口の増大による保育士不足が課題として挙がっている。中国には「福祉」という学問分野が存在しないため、この分野に強みのある大学はアピールすべきだろう。

中国でニーズの高い専門性を修得させる大学や学部は、今後、留学生確保を期待できると考える。

日本の魅力といえば驚異的な経済成長を可能にした世界最高レベルの独自の工業技術だ。電子工学、医学などの分野において、日本の技術や知識は世界各国の学生にとって、十分に学ぶに値する。

以前、このような申請者がいた。彼は自動車の部品を扱うアメリカ系企業に勤務していた。日本とは無縁の環境で育ってきたが、ある部品が日本でしか製造できないと知り、その技術に感

銘を受け、日本留学を決意したそうだ。

日本独自の専門技術や研究領域などに着目する機会を設けることを検討してみてもどうか。

#### 4) ソーシャルメディアによる広報

2011年末時点の中国国内のインターネット利用者は約5億1300万人で、利

用率は38.3%となった\*。中国のインターネット環境は年々進化しているが、政府による情報統制があり、フェイスブックやツイッター、ユーチューブといった海外企業が運営するコミュニケーションサイトにはアクセスできない。しかし、中国人の人々はソーシャルメディアを好んで活用する傾向にあり、中国のミニブログサイト「新浪微博(シンランウェイボー)」の利用者は2億人を突破している。中国版フェイスブック「人人網(レンレンワン)」も1億5000万人以上のユーザーを有する。

友人との交流のみならず、業務上でもよく使われるインスタントメッセージ「QQ」は、中国の留学エージェントや学校関係者も活用している。

中国人は元来、相互のコミュニケーションを好むため、情報を一方通行で発信するだけでは信用を勝ち取るのは難しい。他国に比べ日本の大学は、ソーシャルメディアを活用した情報発信に遅れをとっている。

ネット上でのバーチャル講義やキャンパス見学、現役留学生や卒業生を活用した留学希望者とのコミュニケーションなどは効果的なので、ぜひ取り組んでほしい。

そのほか、協定校での模擬授業など、学びを体験できるような広報が必要だ。

\*「第29回中国インターネット発展状況統計報告」より

図表2 インターネットの用途と利用状況(2011年)

	利用者数	利用率	利用者増加率
チャット	4億1,510万人	80.9%	17.7%
検索	4億740万人	79.4%	8.8%
音楽視聴	3億8,585万人	75.2%	6.5%
動画視聴	3億2,531万人	63.4%	14.6%
ブログ	3億1,864万人	62.1%	8.2%
ミニブログサイト(新浪微博)	2億4,988万人	48.7%	296.0%
電子メール	2億4,577万人	47.9%	-1.6%
SNS	2億4,424万人	47.6%	3.9%

出典:「第29回中国インターネット発展状況統計報告」より

### 学位制度の国際化を図り競争力をつける

中国では幼年期からの英語教育が盛んである。若者の英語力は日本に比べて高く、国家重点大学の卒業生であれば、TOEIC800点程度の力が身に付いているのが一般的だ。しかし、英語を積極的に学ぶのは欧米志向によるものなので、日本の大学が英語による入試や授業を実施しても、それで希望者が増えるとは考えにくい。

今後、日本の大学は欧米の大学と、より激しく中国人の学生の争奪戦を繰り広げることが予想される。

優秀な中国人の学生を確保するには、学位制度においても国際化が必要だろう。たとえば日本の大学は、中国はもちろん、欧米の大学とも、ダブルディグリー制度をもっと積極的に結んでどうか。すぐに効果は出ないが、国際化をアピールでき、留学先として選択する可能性が広がる。中国人の留学生にとって、日本の大学と欧米の大学の両方で学べるという制度は魅力的に映るだろう。

昨今、「チャイナリスク」という言葉を耳にするが、留学業界もその例外ではない。日本の大学が持つ強みをしっかり認識してもらうことによって、社会情勢に左右されない安定した学生確保へと繋げていくべきだろう。

図表1 大学院への進学希望者数の推移

	大学卒業生数	全国統一修士研究生入学試験*志願者数	全国統一修士研究生入学試験合格者数	競争倍率
2008年	559万人	120万人	38.6万人	3.0
2009年	610万人	124.6万人	44.9万人	2.9
2010年	631万人	140.6万人	47.4万人	2.8
2011年	632万人	151.1万人	49.5万人	3.0
2012年	633万人	165.1万人	51.7万人	3.2

\*大学院進学希望者が受験する統一試験  
\*中国統計年鑑、中国教育在線を基に作成