

## 留学生を積極的に受け入れる日本とその影響力

### ◆「留学生 30 万人計画」実現のための要件

安倍首相になってから「留学生 30 万人計画」ということが言われるようになって、徐々にそれが定着しつつある。実際に、そのような計画を発表しても、実現できないなど掛け声だけで終わってしまうことが少なくないのであるが、この計画に関してはなかなかうまくいっているのではないか。

さて、改めて「留学生 30 万人計画」が実現できるためには、どのような要件が必要なのか考えてみよう。

一つは、「法的整備」である。当然に、行政が行っていることは、すべて法的な整備や予算の整備ということが重要になる。単純に、一生懸命に民間が行っていても、それをサポートする制度がなければ全くうまくゆくものではない。具体的には、まず留学制度や、入国の査証など、法的な部分で規制を緩和、または規制を強化しなければならない部分が多くあるのではないか。もちろん、この整備ということに関しては、上を見ればきりがなく下を見てもきりがなくというような言葉がある通り、基本的にどこまでやっても満足ではないし、不備は存在する。一方やらなかった時を考えれば、それよりも格段に良くなっているという部分もある。「留学生通信」の中でも何回も問題にしているように、留学生の就労やアルバイトの問題や、あるいは留学生による犯罪の防止など、もっとできるということもたくさんある。これらに関しては、当然に我々が、現場の声を上げて政府に改善や要望を出してゆかなければならないことが少なからずあるのではないかと思う。この問題については今後も取り上げてゆくので、ぜひお読みいただきたいが、今回はこの内容を主題としているのではないので、この辺にしておこうと思う。

次に「受け入れ施設」である。当然に、「30 万人」という人数を収容できる教育施設や寮などの生活空間、そしてアルバイトなどの雇用または社会経験の場などが必要である。当然に、教育移設であれば、教員数や広さなどから定員という問題がある。これは教員数や、教室という施設の問題だけではなく、また許可というだけでもなく、それらに関する理解や近所の理解ということも重要な内容ではないのか。

また、寮などの生活空間に関しては、外国人に部屋を貸してくれる大家さんという問題が存在する。当然にアルバイトなども、受け入れてくれるところがあるかということ

になる。これらに関しては、日本人特有の外国人に対する警戒心というようなものもあるし、また今までの外国人利用者の評判や、あるいは日本語しか話せない大家さんなどの漠然とした不安なども問題になる。要するに、今いる日本語学校の生徒や、大学などの留学生の生活態度、日本人とのコミュニケーションの問題など、様々なことが重要になってくるのであり、単純に法律というよりは、地元の理解ということなど、「社会活動」などが課題となってくるのではないだろうか。この社会活動ということに関しては、もちろん、マスコミなどの報道も大きな問題になってくるし、一方で各学校や教育施設による活動や日本語の能力など、「総合力」が必要になってくる。この件に関しても、今後しっかりと考えてゆきたいと思う。

## ◆日本に来たくなるということ

そして重要なのが「日本の評判や魅力の向上」ということではないだろうか。いくら日本が受け入れ態勢が良くても、いくら日本に法的制度があっても、また日本において、社会的な理解があったとしても、日本に来る「今後日本に来ようと思っている人々」が、日本に対して魅力を感じていなければ人は来ない。

日本における魅力ということで考えれば、いくつかのことが考えられる。一つは、「イメージ」としての日本の魅力である。つまり、実際に日本に来たことのない人が、日本に対してアニメや漫画・ニュース・インターネット・書物などを通じて、場合によっては日本製の製品などから、日本に対するイメージをふくらまして、日本への印象を持つ場合がある。留学生に実際に話を聞いた時、このようなことから日本のイメージが良くなったということがあった。なるべく、その時の口調を再現してみよう。

「私が小さいころ、お母さんがすごい病気になって、その時に今までは絶対に助からないと言われていたんです。でも、病院に行って、そこには日本製の医療機械がたくさんあって、そこに日本人のお医者さんがいて、それでお母さん病気が治ったんです。村に戻ったら奇跡とか魔法とか言っていたけど、私、日本の医療技術と日本製の道具がお母さんを助けてくれたと思っています。それ以降、ずっと、日本に行って人を助ける仕事がしたいと思っています」

日本には初めて来たという女性の日本語学校の生徒である。お母さんは、今も元気で働いているというから良かったという会話とともに、実際に見た日本の印象を聞いてみると、「日本は素晴らしいところ。お母さんを助けてくれた国、そこにいると思うだけで幸せです」と言う。この女性の場合など、日本に来たことはないが、日本に対して良い印象を持っているということがある。これこそ、イメージとしての日本の魅力である。

一方、「経験」としての日本の魅力というものがある。過去に日本に旅行をしたり、あるいは日本人の友人がいたり、日本の外国に進出している企業などに勤めていたりというように、実際の日本を経験しての印象というものがあるのではないか。これは、もち

ろん魅力だけではなく、日本を嫌いになってしまう場合などがある。しかし、ある意味でイメージとしての日本に比べて、かなり等身大に近い日本の感覚を持っているということになるのではないか。

このようなことがあるだけに、日本人は外国に行った時に、日本を代表しているといえれば大げさであるが、接する人の日本の印象を決めてしまうほどのインパクトを持った存在になる可能性を考えていただきたいと思う。もちろん、日本の普段のままでよいし特別に飾る必要などもないが、しかし、逆に「旅の恥は掻き捨て」というような行為は慎むべきであると考えている。

そしてもう一つは、数字としての日本というのがある。これは、例えば経済大国として、または外交の中における日本や、日本企業ということであり、そのような日本に対してのイメージがあるのではないか。この場合、GDP などという数字もあるが、それだけではなく企業名、この連載ではよく話題となるアニメや漫画の中に出てくる日本企業や、就職希望先としてのゲーム制作会社の印象というものも含まれるのではないか。個人的なイメージや妄想というよりは、もっと大きな「国家を動かす」とか「世界の中の母国と日本」というようなイメージがあり、留学先を選ぶにあたり、アメリカと中国といった、ほかの国との比較の中における日本という印象である。この印象に関しては、個人の日本人や日本語学校一企業が何かできるわけではない。しかし、日本ということをもっと正しく評価し、そして日本の企業や日本の良さ、日本の文化を正確に説明できるということが最も重要なのではないか。

いずれにせよ、外国からこのようなイメージによって日本を見て、「日本に行って勉強したい」と思わなければ、日本に来る留学生は増えるわけではない。そのためには、「日本」を良い国にしなければならぬし、同時に、その「良い国である」ということ、少なくとも等身大の日本をしっかりと外国に伝えるということが必要なのではないか。

## ◆日本の魅力の発信

シンガポール華字紙の聯合早報は、「日本が東南アジアへの影響力を拡大するため、積極的に留学生を受け入れ始めた」と伝えた。

記事の中では、東南アジアの中でもベトナムのことが非常に多く伝えられており、その中で、「留学を終えてベトナムに戻った時、より良い仕事に就けると思う。日本企業からベトナムへの投資も増えているから」という、子供を日本に留学させている女性の声を伝えている。

実際に、日本は ODA などにおいて東南アジアに投資も行っているし、また、日本企業の進出も著しい。また、日本へ東南アジアからの留学生は非常に多くなってきており、特に、この記事に書かれているベトナムは、現在中国に次いで、二番目の多さになっているのである。当然に、日本から東南アジアに進出している企業も多く、その場合は、

日本語ができるスタッフを要望する場合が少なくない。日本においても大企業の場合は、英語や現地の言葉話せる社員がいたり、あるいは語学をマスターする時間や経費の余裕があるが、経済交流が大きくなると、中小企業も東南アジアに向けて進出するようになり、その場合は、即戦力でなおかつ日本語の喋れる現地スタッフが要望されることになる。そのような場合、日本語学校などにおける経験や、日本での留学経験のある人々は、他の現地の社員よりも有利な条件になることが少なくない。

当然に留学生の増減は、日本との経済交流や日本のイメージということが少なくないのであるが、残念ながら日本は、今までそんなに多くの「アピール」をしてこなかった。

上記記事において「積極的に受け入れ始めた」ということは、逆に「今までは消極的だった」ということであり、また他の国々に比べて日本は、日本の魅力や日本という国家、あるいはその文化や優れた企業慣習などをアピールしてこなかったということになるのではないか。そのために「日本」という国のイメージがなかなか正確に、また広く伝わることなく、日本そのものの印象が「固い」「閉鎖的」というような感じになってしまい、「受け入れが消極的」というようになってしまっていた可能性が少なくない。日本人や日本の政府がそのように感じていなくても、また、そんなことはないといくら言ってみても、実際に諸外国の人々、特に留学をしたいと希望している多くの学生たちや若者たちが、そのように感じてしまっている意味がないのである。

2020年には東京オリンピックがあり、また「外国に対して開かれた国」ということを考えて「おもてなし」という言葉が流行したのは数年前のことであるが、つまり「日本の文化を正確に伝え、積極的に日本のイメージを作ること、伝えること」が重要なのではないか。そのことが、やっと外国の新聞などにも書かれるようになってきている。今後日本語学校としては、「経験としての日本のイメージ」を良いものにするように、日本に留学して受け入れる学生たちに、「日本の文化」を伝えることを行うべきではないのか。

なぜならば、何も飾らなくても今まで通り普通に行っていれば、それが日本の魅力につながっているのであるから。日本はそれだけ魅力的な国であると自信を持ってよいのではないか。

最後に記事から抜粋する。

留学中のベトナム人女子学生は、「日本企業のサービス水準は高く、入れば見聞を広げられる。日本で得た経験や技術をベトナムに戻って生かしたい」と話している。

彼らの母国の発展のために。