



地球の歩き方T&Eのセミナー（写真左）で仲辻本部長補佐は、「相手がなぜそのように考えるのかという文化的背景、国民性を知っておくことが重要」と話し、グローバル社会の中で留学が役立つ体験になると訴える

活気づく 留学ビジネス

グローバル競争と就職難が市場を刺激

留学ビジネスが活発に動いている。少子化や不況、留学専門旅行会社の倒産、といった影響を受けながらも、着実に需要は顕在化していた。国内の経済見通しの不透明感なども重なり、さらなる成長を見せている。

取材・文／倉田佳代子

「今まででは考えられなかった国内大手企業同士の合併話が起きている。そういった国内市場を相手にしていた企業も、11年度決算は海外での取り扱いが総売上上の51%を超える」と言うのは留学ビジネスを手掛けるある旅行会社の責任者だ。日本経済は、世界的な先進国の経済の行き詰まりに漏れることなく、不透明感を見せている。そのうえ、お家芸の製造業にとって円高という手痛い環境。生産・販売拠点を国外へシフトするなど、これまでのライバルと手を組んでも主戦場を海外に移さざるを得ない状態だ。国内企業もここ数年でグローバル化を進め、ようやく海外取り扱いが伸びてきたと、留学を手掛ける旅行会社は感じている。

地球の歩き方T&E留学事業部の仲辻ユカリ本部長補佐は、「企業の人材育成が待ったなし」と考える。社内公用語を英語とするなど、グローバル化を意識させる企業側の動きを「急激なうねり」と表現したうえで、「企業自身が一番焦りがあり、使える語学力・交渉力といった実力を求めている」としている。特に早期の“仕上がり”を求める傾向に

るを得ない状態だ。国内企業もここ数年でグローバル化を進め、ようやく海外取り扱いが伸びてきたと、留学を手掛ける旅行会社は感じている。地球の歩き方T&E留学事業部の仲辻ユカリ本部長補佐は、「企業の人材育成が待ったなし」と考える。社内公用語を英語とするなど、グローバル化を意識させる企業側の動きを「急激なうねり」と表現したうえで、「企業自身が一番焦りがあり、使える語学力・交渉力といった実力を求めている」としている。特に早期の“仕上がり”を求める傾向に

あり、今までのようなベーシックおよびビジネス英会話研修といった留学プログラムでは満足されないという。そこで同社は、企業側がある程度語学力があるなどの基準でふるいにかけて残った社員を、より実践的な語学研修へ送り出す。

選ばれた社員は20代後半から31、32歳くらいまでがほとんど。これまでより若干低年齢化しているようだ。「国内でも語学は学べるが、ビジネス相手の文化やスタイルは実際に接してわかること」（仲辻本部長補佐）で、企業も成果の期待できる人材育成には予算をつけているとみている。特に40歳以上で、実務的な能力や実績・キャリアもある、いわば「働き盛り」の社員に対しては、マネジメントについてのディベート、交渉、さらにはノンネイティブとのネットワーク構築、異業種交流など、企業が求めるスキルや付加価値について英語を通じて体験・習得できるプログラムを用意した。ただ、若手向け、キャリア向け双方に対して、「より早期の仕上がり」を期待しており、その分費用の高いプログラムでも選ばれる傾向が強いという。

グローバル人材への志向強まる

経済界、産業界はグローバル化の波に押され、数年前から人材の育成に取り組んできた。11年6月に政府が発表したグローバル人材育成推進会議の中間報告では、海外へ留学する学生の人数が、人口がおよそ半分の韓国に実数で劣っているとして、留学を啓蒙する動きが見られる。人口が少ないためにかえって国内のみをマーケットにできなかった韓国はもともとグローバル志向だったが、日本もようやく動き出したところ。これがリーマンショック、新型インフルエンザに影響を受け大きく減少した留学需要の回復に奏功している、と関係者は口を揃える。グローバル人材育成推進会議などの取り組みに呼応するように、就職難と言われる中でその就職を目前に控える大学生が動いているのだ。

ウィッシュインターナショナルの酒井新一郎ジェネラルマネージャー兼営業本部長によると、「企業は、語学力だけではなく、コミュニケーション能力、人



11年に投入したセブ島の短期語学研修コース。憧れより現実を重視する学生に人気。治安の良さも訴求ポイントという

的ネットワーク構築力といったスキルも求めてくる。駅前留学では習得できない」と留学を志す大学生が求めるものの背景を語る。同社が10月に開催した現地の語学学校などが集まる留学フェアには例年をおよそ100人上回る約600人の参加があった。同社の11年4～9月の受注人数は前年同期比で20%増となっている。

留学ジャーナルでも受注件数が伸びている。11年1～9月が短期（2カ月以内）も長期もそれぞれ1割以上成長した。加藤ゆかり代表取締役副社長は「国際社会での交渉相手が必ずしもネイティブの英語を話すとは限らない」として、多国籍の学生と交流のできる米国、英国、豪州でのプログラムが人気だ。

効率的なコースが11年のヒット商品となった、というのは地球の歩き方T&E。セブ島での4週間語学研修コースで、アメリカ東海岸商品より8万円ほど安いという、マンツーマンの授業が含まれているなど内容がアップグレードしている」（仲辻本部長補佐）。観光性は一切不要で何より英語を習得したいという学生の需要を取り込んだ。その送客人数は、全米方面へのそれとほぼ同レベルだったという。「実践的・現実的留学」が、今後1～2年のトレンドとなると見込み、最新のパンフレットでも同コースを巻頭特集にした。

少子化時代の高校生も留学

文部科学省では高校生など、より若い層への働きかけも行っている。予算について、留学促進等で対11年度比で9億円増となる10億円を要求、支援金対象高校生を50人から2000人に拡大する内容だ。

航空券販売を主軸とするユニテッドツアーズは、これまでもACOSTA名で留学を取り扱ってきた。同社の越智良典代表取締役社長は、「わが子にグローバル化が進む社会で勝ち抜いてほしいという高校生の親たちがいち早く反応した」と感じている。同社が主催する中高生向け語学プログラムは夏休み期間を含む7、8月が、11年は前年同月比130%増の取扱人数。4～9月もおおよそ倍増となった。今年ニュージーランド地震の影響もあるが、新コースを設定した豪州が4倍、カナダ、英国も2倍の取扱人数となった。越智社長は「本物のグローバル化を目指す必要のある日本では、需要は減らない」とみる。同社はランブルツアーのブランド名で台湾旅行を扱っているが、留学斡旋事業を同社の経営の柱に育てていく意向で、今後は同方面の留学も視野に入れている。また、10月にはホームページを刷新し、11月には四ツ谷にカウンセリングルームを設置する。さらに親の希望と子供の実力をマッチングさせるオーダーメイド留学を提案できる人材確保に注力する。

高校生の親たちの反応を実感しているのは日新航空サービスも同じだ。同社は、特定の学校の生徒を組織的に受注しているが、留学を取り扱うリテール一部営業推進部の大石浩司部長は、「少子化で1学年の人数という分母が減っているはずなのに、毎年送り出す生徒数は減らない」と言う。顕著な学校では1学年が半分の人数になっているにもかかわらずである。1年留学が人気で、毎年定員を

埋める。この背景を大石部長は、「少子化だからこそ、親が1人の子供に注ぎ込める金額が増えている」と分析。一方で、「実になることを求められる」といい、「本当に話せるプログラム」提供に努める一方、募集の際、保護者にはこれまでの留学体験生徒の進学実績、TOEICスコアの推移などを示しているという。質を維持するために長年関係を維持してきた米国の私立学校があるが、受け入れ側のマンネリ化を防ぐため、方面をカナダやニュージーランドに拡大している。

ウィッシュインターナショナルではさらに、中高生市場の考えが大きく変化していると指摘する。海外の高校卒業を目的とした留学が大きく伸びており、「これまでは日本の高校になじめないからといった需要だったが、今は日本と海外のどちらの学校を卒業すれば有利かがわからない時代」となり、需要を押し上げているという。「現在まだ人数としては少ない」というが、子供人口が減るなかで同分野の取り扱いシェアは拡大。今後、新たな収入の柱として注力する意向を示す。

インターンシップなども長期化

留学期間については長期化の動きもある。夏休み期間は短期留学分野が成長した留学ジャーナルだが、一方で長期計画を立てる昨今の学生の傾向がはっきり見られるという。加藤副社長は、「これまでは2カ月で申し込んで最終的に1年まで延長するケースが多かったが、自分の目標に合わせて最初から1年の計画をきっちり立てる学生が増えている」と言う。また、大学側でも具体的な計画を提出させることで休学を認めるといった方針を明確化させているようだ。さらには、受け地側の語学学校が早期の長期申し込みを受注すべく長期申込者への割引施策を打ち出すところが多いことも長期計画

者を増やしている背景にある。

ウィッシュインターナショナルも大学生が1年休学して留学するケースが増加。3～6カ月の語学留学だけでなく、半年以上といったまとまった期間のインターンシップを求めるようになってきているという。就職活動に備えて、海外経験値を引き上げたい意識が強まっているためだ。同社では、これに合わせて人材コンサルティング会社と提携して、「グローバルキャリアサポートプログラム」を確立。留学前のオリエンテーション、留学中の相談、帰国後の就職のためのレジュメ作成などきめ細かなサービスで学生の期待に応える。

今後、大学生のインターンシップを強化したい考えを示すのは日新航空サービス。事業としてはまず、日本人を顧客に持つ海外の企業に対して学生を送り込む。日本企業が望む分野の大学課程とインターンシップを学生に施すのが条件だ。学生、外国企業、日本企業の3者が望む仕組みに整備。日新航空自体は、学生の長期留学を望める。

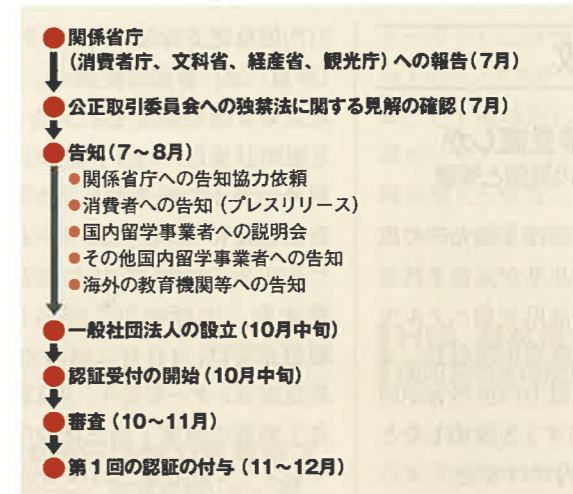
だが、ウィッシュインターナショナルの酒井ジェネラルマネージャーは、「留学ビジネスでは、これからもっともっと長期化を提案していかななくてはならない」と考えている。18歳人口など対象が大きく拡大しない限り長期化が必須という。

留学に新たなルールを

とはいえ、リーマンショックや新型インフルエンザの影響からは揺り戻し、円高や社会のグローバル化への躍起の取り組みが奏功してV字とも言える成長を見せる留学分野。関係者によると、「現地の語学学校への支払いが滞っていたところも、今年に入って息を吹き返した」ほどだ。

ゲートウェイ21やサクシーオといった留学事業者の倒産は記憶に新しい。旅行より期間が長く前受金が多いために負債総額も膨らむ。消費者にとっては気になるところだ。ある留学ビジネス関係者は、「倒産の報道があるたび、本当に大丈夫なのかといった顧客からの問い合わせを受ける」という。このような状況に対し、海外留学協議会(JAOS)、

「留学サービス等審査機構」(仮称)の設立スケジュール



留学・語学研修等協議会(CIEL)、留学協会の3者が主体となり「留学サービス等審査機構」を設置し、消費者が信頼できる留学事業者を選定できる指標を作る方針だ。内容としては過去3年分の財務を確認して、安全と判断されれば同機構が認証マークを与えるというもので、早ければ11月上旬にも組織が立ち上がる予定。すでに開催された説明会には100人以上の参加者があり、認証を受けたいとの事業者も少なくないようだ。

しかし、ある留学ビジネス関係者は、「ボンド制度など消費者保護の仕組みが機構で準備されないことは問題」と懸念を示す。別の関係者は、「第1種旅行業登録をしている企業は認証を受ける必要がないのではないか」と語る。留学協会の酒井雅典事務局長は「引き続き検討はしていく」とはするものの、ボンド制度などの共済制度を立ち上げることで、財務体質の脆弱な留学斡旋事業者が淘汰されることへの懸念も示す。ある関係者は数年後の導入を目指すのが妥当ではないかと言う。ただ現在は、どれくらいの保証金を積めば妥当かということさえ把握が容易ではない。

ビジネスモデルの転換を迫られている旅行会社は少なくない。原子力発電所事故を受けてある旅行会社の役員は「影響は2～3年に及ぶ」と想定。「穴埋めとしてあらゆることに取り組まなくては行けない」とし、新たな事業として留学も検討のひとつに挙げる。グローバルをキーワードに変化を迎えた市場を狙う動きが活発化しそうだ。

●留学支援金の対象者数

	11年度予算	12年度要求	今後5年間目標
派遣(高校生)	50人分	2000人分	約1万人分
受け入れ(日本語専攻外国人高校生)	92人分	500人分	約2500人分
日本人大学生の短期(3カ月以上1年未満)派遣	760人分	3000人分	(合計で)
日本人大学生の長期(1年以上)派遣	100人分	200人分	約1万人分

資料：文部科学省



自社発行の媒体で、「人生の変化は海外体験がきっかけ」と訴える留学ジャーナル。大学の秋入学への動きにも積極的に応じる