

日本の研究フェローシップの調査発表

「基金海外事務所からの収集データ分析結果とそこから見えてきたもの」

一橋大学 教授横田雅弘、講師太田浩

Masahiro Yokota & Hiroshi Ota

横田：平野先生が統括されたフルブライトの50周年の記念調査にも関わったことから国際交流基金企画課の調査にも関わることとなりました。ちょうど機を一にして文科省の科研費で高等人材の獲得・育成と留学交流の戦略について、アジア太平洋に関する調査を開始したところで11日までアジアに調査に行っておりましたので、その結果も踏まえ、今後についての戦略的な見方も含めてお話ししたいと思います。初めに太田のほうから今回の企画課関連の調査の概要について、続いて私横田より、科研費関係の調査での気づきも含めてご報告させていただきます。

太田：国際交流基金の依頼を受けて行った調査では、基金の海外事務所の協力を得て、11か国（アメリカ、カナダ、ブラジル、中国、韓国、インドネシア、タイ、フランス、イギリス、ドイツ、エジプト）についてフェローシップの本数、目的、活動内容、申請条件、採用件数、採用人数等に関する大々的な調査を行ないました。この調査では、分野を5つ（研究者、芸術家、文化関係の専門家、実務家、ジャーナリスト）に絞り、派遣・招へいの両面におけるプログラムの比較を行なったのですが、極めて広範囲な資料（データシート）を集めることができました。また、調査の過程でアメリカで出版されたフェローシップに関する学術的な本にも当たってみたのですが、興味深いことに、それらの本の記述と似通った結果がいくつか得られました。その1つは、フェローシップの団体においては情報開示があまり進んでいないということです。基金の各国事務所が作成したデータシートについても「不明」「書き込み無し」というケースが多数ありました。このように、各団体から十分な資料が公開されていないために、統一して定量的な比較分析を行なうのには無理があったことは申し添えておきたいと思っています。

そのような条件のもとではありましたが、主に次の3つの点について調査を行ないました。1つは、申請条

件から見るプログラムの比較です。申請件数の多いアメリカ、フランス、カナダのプログラムを中心に日本のものと比較して、招へい、派遣両面におけるトレンドを分析しました。なお、申請条件の具体的な事項は、国籍、キャリア、年齢、外国語運用能力、対象分野（テーマ）などです。2つ目は、プログラムの趣旨（団体の目的、意図）からみた比較です。「団体の意図するところは何か」について世界的なトレンドの分析を試みたのですが、結果的にはプログラムの対象者としてどのような人々を設定しているか（どういう人々をターゲットとしているか）についての調査が中心となり、そこから趣旨、目的を読み取る形での分析となりました。最後は日本と特定国（調査対象国）、つまり、11か国それぞれとの二国間関係での比較です。お手元の配布資料には日本とカナダの例を取り上げております。この調査を通じて、相手国が日本を対外政策の中で戦略的にどれだけ重視しているか、逆に日本が外交政策上どの国を重視しているか、という点が学術・文化交流面についてつかめるのではないかと、この趣旨で行なったものです。

1点目の、「申請条件から見る比較」について、まずは招へいプログラムを比較してみたのですが、その結果、特に対象分野（テーマ）について、顕著な違いが見られました。アメリカやフランスは非常に多岐にわたるバランスのとれたプログラムを用意していますが、カナダでは学術研究（社会・人文科学）を対象としたプログラムが大半を占めています。また、フランスでは対象分野を限定せず、自由に選択できるプログラムも多く存在します。次に派遣プログラムに関しては、申請条件として過去のキャリアや現在の職業に制限があるかどうかを比べてみました。その結果、カナダではキャリアの制限を設けず申請者を募っているものが多い一方、アメリカ、フランスではキャリアを重視した公募が多いことがわかりました。なお、招へいと派遣それぞれのプログラムの本数については、あくまで国際

交流基金の各事務所から提出されたデータに基づく、という条件での結果ではありますが、ドイツ、日本、中国は招へいプログラムが多く、逆にアメリカ、フランス、カナダは派遣プログラムが多いことがわかりました。特に日本においては、国際交流基金を除けば、7割以上が招へいプログラムとなっています。

2点目の、対象者層からみるプログラムの趣旨に関する比較については、お手元の資料の「データシートから見る各国の対象者別プログラム本数」をご参照ください。これは、派遣と招へいを合計した数ですが、研究者、博士論文執筆者に対するプログラムはほぼすべての国に存在する一方で、芸術関係者へのフェローシップは欧米諸国と日本には多いけれどもアジアでは少ないことがわかります。また、日本ではアメリカと同程度の実務者（専門家）向けプログラムが用意されていることもわかりました。文化関係者に対するプログラムは、アメリカ、ドイツ、フランス、中国で少ないことが明らかになったので、これらの国々での、この分野の若手、中堅の専門家が活用しやすいプログラムの実施は意義深いものになると思われます。

3点目の、二国間におけるバイラテラルな関係については、フランス、ドイツ、アメリカは日本を特定したプログラムに力を入れております。しかし、それ以外の国では、イギリス、韓国に1～2つあるくらいで、特に日本を特定したプログラムはないことがわかりました。そのほか、国際交流基金の各国事務所から人的交流に関するニーズについての報告がデータシートに付されていたのですが、その中にいくつか示唆に富むものが含まれていました。例えば中国に対しては、もはや日本研究、日本文化紹介のみに力点を置くのではなく、例えば日中、あるいはアジア諸国も巻き込み、共同で欧米研究（政治、経済、国際関係論等）を行なうなど視点を広げる必要があり、それを支援するフェローシッププログラムが求められていることが指摘されています。

全体として、海外では伝統的な日本の文化や歴史、政治、経済より、日本のポップカルチャー、（アニメ、デザイン、ファッションなどに代表されるもの）が注目されていることが明らかとなりました。ただし、これらに関するフェローシッププログラムはまだ数が多

くありません。また、日本の手工芸、造園等も世界的に評価されているにも関わらず、日本人自身が十分にそれを認識しておられませんし、世界に対するアピールもできていないように思われます。たとえばアジア諸国では、日本で独特な発展をしたフランス料理、イタリア料理、ケーキ作りについて、直接フランスやイタリアに行かなくても、アジア人の口に合うような形で確立した日本から学んだ方が早いとの考えも広まっているのですが、こういったことも日本ではあまり知られていません。国際交流基金のような公的な財団はこういった分野には資金提供しにくいかもしれませんが、ニーズは高いと言えます。さらには、日本の中小企業の技術力の高さを世界に紹介するようなプログラムがないことも指摘されていますので、フェローシップ運営団体の方々には、今後こういった分野にも取り組んでいただければとの期待もこめつつ、調査結果のご紹介を終えたいと思います。

横田：フェローシップをどう考えるか、について、アメリカなどではグラントといって、研究プロジェクトにも振り分けていいし、個人に与えてもいいといった柔軟な資金のつけ方がトレンドとなってきています。このような流れの中でフェローシップがスカラシップとグラントの間のどのあたりに位置付けられ、どのような役割を果たしうるのかについて考えてみました。ただし、これから発表する内容は、「こうしたほうがよい」ということではなく、自分達の中で差別化を行うときにどのような切り口があるのか、という視点から考えたものであることを付言しておきます。

まず、フェローシップの分類の機軸ですが、「何に投資するか」、「誰の意向を重視するか」、「選考と評価の方法」、この3つを組み合わせて考えてみました。まず、「何に投資するか」については、A.「個人の将来性に投資する」、B.「具体的なプロジェクトの成果や効果に投資する」、そしてもう少し長い目で見ると、C.「外交政策の一環として、特定国・地域に投資する」、あるいはその一環として「あるテーマを打ち出して投資する」、の3つが考えられます。

次に、「誰の意向を重視するか」ということについては、①フェローシップ提供者の意向を重視、②応募者の

意向を重視、③国（政府）の意向を重視する、という3つが考えられます。

そして、これらA～Cおよび①～③の組み合わせ方によってどのように「選考と評価」を行なうか、ということが見えてきます。

まず、ア、「面接による人物評価、長期的視野での評価・育成を含む長期の関係」、ということが考えられます。短絡的かもしれませんが、ここには組み合わせとしては上で述べたA（個人の将来に投資する）+②（応募者の意向を重視する）が入ってくるのではないのでしょうか。つまり、候補者が将来その分野で、あるいはより広い分野で影響力のあるリーダーになる可能性を見る、ということです。この場合はさまざまな分野からの応募者も含まれるため、フェローシップ提供者が専門的見地から評価するのは難しくなります。よって、ある程度までの専門性を評価し、あとは人物を評価する、ということになるでしょう。また、ここでは「育成」が重要となりますから、「1回のみならず2回、3回とフェローシップを与える可能性はないのか?」「アラムナイをもっと活用できないか?」といった議論が出てきます。

次に、イ、「専門性と具体性を重視した専門家による評価、短期的な成果主義の評価」、が考えられます。ここには上記のB+①、つまり、具体的なプロジェクトの成果・効果に投資し、フェローシップ提供者の意向を重視するという形が当てはまるでしょう。フェローシップ提供者が自らの理念やスタンスにより、必要と考える分野を絞り、具体的な成果を期待してその分野の最もふさわしい人材に投資する、ということです。平野先生のお話の中でも「仲間が仲間を選ぶ」、つまりその分野の専門家が一番ふさわしい人材を選ぶということに重点を置く、というお話がありましたが、たとえば、「環境問題」、「途上国の人口問題」、「女性と開発問題」といった分野を指定し、その中で具体的な成果を期待できるプロジェクトや個人研究に投資する、という形が考えられます。この場合、選考並びに評価はその分野の専門家に委託して行います。もちろん完全な委託ではなく、フェローシップ提供者も専門家となることも含め、提供者と専門家との連携の中で行われていきます。原則的には短期的なプロジェクトベースの関係ですが、

分野を長期にわたって限定すれば長期の関係にもなり得ると言えます。

最後にウ、「戦略的な外交政策を基準とするもの」、が考えられます。ここでは、C（外交政策の一環として、特定国、地域に投資する、あるいはその一環としてあるテーマを打ち出して投資する）+③（または②）という形を挙げてみました。国レベルの外交政策上、ある特定国・地域に絞って援助する形、あるいは国レベルでなくとも、提供者の意向として分野ではなく国を特定して関係を深めていく方向もありえます。また、より細かく分野と国を特定することも可能でしょう。この場合、特定国と緊密な関係を築き、深く正確な情報を得られるという点で差別化を図ることができます。選考と評価には、日本側だけでなく対象国の担当者や研究者に参加してもらうことも可能です。

次に、フェローシップには公的なものと私的なものがあると思いますが、それぞれがどのような方向をとっていくか、について話したいと思います。先ほど太田が報告しましたように、日本のポップカルチャーといった得意分野をしっかりと自信を持って世界に根付かせることをバックアップする、という視点からすれば、フェローシップは文化政策を推進する「日本の外交政策」とも考えることができますが、受け取り方、取り組み方にはいろいろなマッチングが可能であり、これがベストマッチングだときめつけることはしないことをここでも指摘しておきたいと思います。

ブランド管理に関して言うと、公的な奨学金では既にブランド力がある場合が多いため、受け取った側が「このような名誉あるグラントを受けた」と喜ぶケースが多々あります。一方、民間の奨学金の場合は、与える側のブランド管理が重要となってきます。その意味では、ブランド戦略といったマーケティングの手法からも学べる部分はあります。小さな財団の場合は分野などを絞り込めば成果は期待できます。その位置取りを間違えないでやれば十分ブランドを確立しうのです。

現在の学術研究の傾向としては、成果主義、プロジェクトベース、基礎研究より応用・実践的研究、評価重視、第三者評価やアカウンタビリティの重視、といった潮流があります。ただし、これらの潮流に乗るの

が必ずしもいいというわけではありません。重要なことは、これらの潮流を把握してその中でどういった位置取りをするのかといった戦略を組むことです。敢えて潮流に乗らないことでニッチを埋めることも可能なのです。つまり、マッピングの中で自分の位置取りを決めることが重要と言えます。各団体がこうした戦略をとることによって国内における差別化が進み、それぞれが特色を持ってくることによって他財団との協力も可能となってきます。つまり、互いの活動が曖昧なままでは協力はしづらいのですが、それぞれが自分の立場を明らかにしていくことで、協力はしやすくなるのです。

最後に、フェローシップ全体が世界においてどのような位置付け、意味付け、役割を取っているのかについても考えるべきでしょう。そうすることにより、世界の他のフェローシップとの協力も可能となってきます。たとえば世界のフェローシップの中で、非特定型とされるもの、つまり「他のどの国にもいっていいですよ」という他国のフェローシップに日本側がどうやって絡んでいくか、というのもひとつのポイントでしょう。実際のところこうした非特定型のフェローシップの場合、研究滞在先として日本はあまり選ばれていません。資金的な上積みをとること以外にも、選ばれるための魅力付けをどうするか、が重要と言えましょう。 ◆