

留学生受入促進のための英国大学国際部門の取組み

小西晴奈

はじめに

日本において、平成 20 年 1 月 18 日から開かれた第 169 回国会の施政方針演説で福田首相は〈世界に開かれた日本〉を目指し、留学生 30 万人を受け入れる方針を表明している。この中で、〈明日を担う人材の育成〉として日本の大学・大学院が国際的に高い評価を受け、世界の人材育成、研究拠点となることを目指すとしている。

英国の留学生数は現在、33 万人を超えたところであり、英国大学の留学生受入推進のための取組みは、今後、日本の大学が留学生受入を推進する際の参考になる点もあるので、留学生受入に関する英国の大学のマーケティング活動を探り、個々の大学に応じた方策を調査することとした。特に、首都ロンドン地域以外の大学へ訪問調査を行い、留学生受入のための大学の体制について、国際部門を中心に、海外リクルートメントのための大学事務組織設置・スタッフの配置状況、海外展開等組織面、広報活動等について調査をした。

1 英国における留学生受入状況概説

英国の大学の留学生受入の取組について紹介する前に、英国の留学生受入政策・受入状況について概略を説明する。本章で英国大学の留学生受入の仕組・活動規模・方策の背景に、英国の留学生政策・制度がある点を踏まえた上で、個々の大学の取組みについてみていくこととする。

政府の主な留学生政策としては、「Prime Minister's Initiative」による 5 年計画がある。2001 年にトニー・ブレア前首相のもとでスタートした本政策は、現在第 2 次計画にはいっており、留学生受入に関して、教育部門の英国ブランドの確立・マーケティング強化などの戦略を提示、2011 年までに留学生数を高等教育機関で約 7 万人増、英国大学の留学生満足度の飛躍的向上を図る、海外機関とのパートナーシップ数の増加等の目標が立てられている。

現在、英国大学（学部・大学院課程正規生・非正規生）の留学生総数は、約 33 万人程度（330,060 名）にのぼり、そのうち、EU 圏からの留学生 106,230 名、EU 圏外からの留学生数は 223,830 名となっている。（出典:UKCISA）

また、英国への留学生派遣国・地域の上位 10 カ国とその概数は以下のとおりである。

表 1 英国への留学生派遣国・地域の上位 10 カ国とその概要（出典:UKCISA ウェブサイト）

国・地域／年度	2005/06 年度	2004/05 年度	増減率（前年度比較）
中国	50,755	52,675	-4%
インド	19,205	16,685	15%
米国	14,755	14,385	3%
マレーシア	11,450	11,475	0%
ナイジェリア	9,605	8,145	18%
香港	9,445	10,780	-12%
パキスタン	7,940	6,545	21%
日本	6,200	6,180	0%
台湾	6,180	5,880	5%
カナダ	4,640	4,190	11%

大学の学生定員について、英国並びに EU からの学生定員総数は政府が決定し、高等教育財政カウンスル等の高等教育機関への予算配分機関との契約財政措置で厳密に管理されており、学生数に基づき教育経費が配分される。在籍定員の過剰・過少両方のケースにおいて制裁金が課されるため、大学は定員管理を厳密に行わなければならない。

通常、大学には学生定員・受入計画を策定する事務部門があり、英国・EU からの学生受入数管理を行う。一方、EU 圏以外からの留学生受入数については、大学が独自に受入数を決定することができる。また、大学が受け入れる EU 圏外からの留学生数（目標数）は、授業料収入等の各種収入予定額や、教員数、教育スペースをもとに策定される。

留学生の授業料については、EU 圏外からの留学生の授業料は英国や EU 圏からの学生の授業料と比較して高額である。授業料の設定については、英国のイングランド地方・ウェールズ地方・スコットランド地方・北アイルランド地方の行政地区間で施策・方針が異なっており、例えば、イングランド地方では、2006 年度より新たな授業料制度が導入され、イングランド行政地区の学生の現在の上限額は約 3,000 ポンド程度となっている。また、スコットランド地方の場合昨年授業料無料の政策が発表されている。また、授業料減免対象者の授業料が基準額より低く設定されているほか、大学の判断で基準上限額よりも授業料を低く設定することも可能である。

一方、EU 圏外の留学生の授業料は各大学が自由に設定することができる。また、EU 圏外からの留学生に対する英国政府の公的資金配分はなく、留学生に対する教育経費は、大学の収入から負担することとなっている。

表 2（出典:Universities UK ウェブサイト site: Analysis of Responses Universities UK: International Student Fee Survey2007: Analysis of Responses: Undergraduate students 備考:金額は調査対象のうち回答があった大学の状況）

	講義中心の課程	実験を伴う課程
授業料	£ 8,600 (平均値)	£ 9,900 (平均値)

英国高等教育機関の EU 圏外の留学生授業料収入は、2005 年度において、総額約 15 億ポンドで、10 年前の 1995 年度から比較すると、約 3 倍の増加となっている。（出典:Universities UK ウェブサイト site:）また、2005 年度の英国高等教育機関収入 195 億ポンド中、EU 圏外の学生の授業料収入の割合は 8%に及び、高等教育財政カウンスル 39%，研究費・研究契約 16%，英国及び EU 各国学生の正規課程学生の授業料 11%に次ぐ、第 4 位の収入源となっている。（出典: Higher Education Statistics Agency HESA2007）したがって、英国の大学が経営上の理由においても、留学生受入業務により焦点をあてそのためのマーケティングを強化している点も考えられる。

少なくとも、日本の大学で留学生を受け入れる場合と、財政面を中心に相違点がある点を念頭にいれ、英国の個々の大学の留学生受入の関わる取組みについて次章以降述べる。

2 調査の方法

ロンドン地域以外の次の地方大学 8 大学について訪問調査を行った。（アルファベット順）

◇University of Birmingham

◇University of Durham

◇University of Glasgow

- ◇University of Kent
- ◇University of Leicester
- ◇Queen's University Belfast
- ◇University of Reading
- ◇York St John University

まず、事前にウェブサイト等で大学情報を調べ、留学生受入事業の展開について事前調査を行い、特色ある活動を行っている大学を候補としてあげた。その中で、今回訪問した8大学については、地域の重複を避け、大学の設置年数についても、Old Universities と呼ばれる大学から、新設大学までタイプの異なる機関の動向を見ることとした。

また、留学生受入に関わる業務は、大学の複数部門が担当しているが、具体的な調査対象として、主に留学生リクルートメントを担当している国際部門を中心に訪問調査を行った。

◆訪問時の調査項目

- ・留学生リクルート部門の事務組織構成・役割分担
- ・留学生リクルートの優先国・地域とその理由
- ・留学生リクルートメントの際の留意点
- ・留学生リクルートメントの際の他部門（マーケティング部門等）との連携状況
- ・海外オフィスの有無とその理由
- ・海外での教育プログラム実施の有無
- ・留学生受入（派遣）プログラムの活用状況・課題
- ・留学生評価アンケートの活用状況
- ・国際戦略（留学生リクルートメント）方針・ポリシー・ペーパーの有無等
- ・その他（留学生受入事業等における当該大学の特色等）

3 大学の留学生受入のための取組－訪問調査結果・事例報告－

3-1. 大学戦略上の留学生受入方針について

1) ポリシー・ペーパー

国際戦略に特化した大学のポリシー・ペーパーの有無について問い合わせ結果、8大学中、大学外部向けに作成している大学・学内資料として作成している大学・書面では作成していない大学に分かれた。各大学ともに、留学生比率向上・留学生比率の維持等の目標をもっており、大学によって留学生比率を10%～20%程度まで向上、あるいは現留学生比率維持のための留学生受入の取組みを行っている。また、英国・EUからの学生数管理を踏まえた上で、大学の教育施設・教育プログラム・留学生受入の方針等に従って留学生受入予定数（希望数）を試算している。なお、各大学とも留学生受入促進の目標・計画を持っているが、単に数を増やすという点のみに終始するのではなく、全般的にさまざまな国から質の高い学生の受入促進を図ることを目指している傾向が見られた。大学のポリシー・ペーパーについて以下のとおり事例を挙げる。

○大学の戦略において大学の国際化を位置づける（例）－University of Durham の場合－

大学の5年戦略計画の大項目のひとつとして「国際化」を掲げており、特に、①海外からの優秀な研究者の受入②大学のプレゼンス向上を重点目標としている。

訪問の際にも、留学生受入について・研究分野での世界水準を維持するという観点から、留学生をはじめとする学生募集に関して、特に大学院レベルのリクルートメントを強化といった方向性について話があった。

○大学内の国際化推進ポリシー・ペーパー（例）－York St John University の場合－

大学の国際戦略に関するポリシー・ペーパーである「Internationalisation Strategy 2007-2012」において、主要目標として①大学の国際化に寄与するカリキュラム開発②研究者・学生の移動性推進施策③研究教育面での基準向上④留学生受入推進の各部門の支援体制構築⑤留学生の割合向上⑥同大学の教育研究プログラム活用のための海外とのパートナーシップの形成を掲げている。

そのうち⑤については個別目標として、i 留学生数の割合増加、ii 留学生に対する奨学金制度の提供、iii 大学が設定する留学生リクルートメント上の優先地域・国でのパートナーシップ拡大、iv 学科ごとに海外とのパートナーシップ機関を拡大、v 海外でのファウンデーションコースの新設、vi 留学生にとって魅力のある修士コースの新設検討 等の個別目標を設定し、同時に項目によっては数値目標、達成目標時期も計画されている。

○個別の留学生リクルートメント方針設定－University of Kent の場合－

国際戦略ペーパー（2006－2009年）中に策定されている留学生リクルートメント重点地域・国について、状況の変化にあわせて2008年1月付けで、重点地域・国とその基準を改定している。基準は、英国の国・地方政府の重点地域、海外留学の可能性、長年の交流実績等複数の要素からなり、基準に基づき、重点地域・国を策定している。

2) 留学生リクルートメントの重点地域・国の方針

留学生リクルートメントの重点地域について伺った結果、どの大学も重点地域を設定しているが、国・地域も複数国設置し幅を持たせている。大学によっては、第一優先地域、第二優先地域、第三優先地域等複数レベルで優先地域を設定している大学もあった。また、インタビューの中で、多くの大学から、各国事情・ビザ政策の変更などにより留学生受入数に影響が出るため、リクルートメント先は少数に限らず異なった地域を幅広く設定しているとの話があった。第1章の表1「英国への留学生派遣国・地域の上位10カ国とその概要（出典:UKCISA ウェブサイト）」の示すとおり、国によっては留学生受入数の増減が大きいことから、留学生リクルートメントの重点地域を複数設けてリスク分散を図っていることが伺われる。

重点地域設定の理由としては、①長年研究交流が活発②当該外国の政府や民間の留学生向け奨学金制度が充実している③英国が受け入れる留学生数が増加の傾向④その国・地域からの留学生にニーズの高い専門課程・学科がある⑤当該国の母国語を学ぶ学科がある（予定がある）（スペイン語・アラビア語・中国語等）⑥新規マーケット開拓等の話が上げられた。

なお、今回訪問した大学すべてについて、重点国・地域の事例として、「日本」が含まれていた。一例として英国留学希望者が多い（関心が高い）、特に修士コースの需要が高い、長年の活発な交流関係

の確立、日本との研究交流を強化したい等の理由が挙がっていた。また、中国、インドについても、人口等からして留学希望者の規模が大きいこともあり、多くの国際部門のスタッフが定期的にリクルートメント活動を行っているようであった。

また、国際部門スタッフの海外出張情報は、大学の国際部門のホームページに掲載している場合が多く、海外の留学希望者、関係機関が大学へコンタクトを取りやすいよう配慮されている。

なお、広告については、日本を含め一般に広告掲載料が高い、国際部門で広告費予算が小額等の理由で、予想に反して主なリクルートメント活動には入っていない傾向があった。

ここでは、各大学の以下のとおり留学生リクルートメント上の重点地域や理由付けに関する事例を掲載する。

なお、この事例はあくまで各大学の一例であり、この事例以外にも各大学で大学の方針・マーケティング調査・分析を通して重点地域を複数設定している点に留意したい。

留学生リクルートメント上の重点地域（事例）

大学	重点国・地域（事例）	理由（事例）
University of Birmingham	日本、中東、インド等	中東の場合、英国の複数大学と共同してプログラム開設している British University in Dubai の活動、民間奨学金制度の充実等が理由。
University of Durham	日本、マレーシア、サウジアラビア等	英国への留学希望者が比較的多い
University of Glasgow	日本、ナイジェリア、米国等	ナイジェリア長年の受入実績。地理的多様性を重視
University of Leicester	日本、インド、メキシコ等	メキシコの場合、スペイン語・スペイン学に関する学生・研究交流活発
University of Kent	日本、ブルネイ、中東等	ブルネイとの長年の留学生受入実績。 EU 圏と EU 圏外 にそれぞれ重点地域を設定
Queen's University Belfast	日本、米国、韓国等	米国の場合、長年留学生交流活発
University of Reading	日本、中東、ロシア等	同大学は「建設工学」の分野が強いため、建設業が活発な中東地域とのニーズがマッチ。
York St John University	日本、パキスタン、中東等	パキスタンの場合、留学生受入促進のため海外オフィス設置

3-2. 留学生へのマーケティングを推進するための組織的取組

1) 国際事務部門の構成概説

大学の規模により、国際部門のスタッフ数は異なるが、10名程度から26名の範囲で、大学の規模・組織構成により異なっている。そのうち留学生リクルートメント担当は、国際部長等も含め、4名から

7名程度配置されている。

国際事務部門の構成としては、留学生リクルートメント担当、学生交流（受入・派遣）、EU学生交流の業務を行っており、学生ビザサービスについては、国際事務部門の場合と、学生サービス部門で行っている場合があった。加えて、University of Glasgow のように、「International and Postgraduate Programme」の中に、国際事務部門を設け、留学生の割合が高い大学院担当と国際部門との連携を図っているケースも見受けられる。

2) 留学生へのマーケティング機能強化のための国際部門の取り組み

○世界国・地区ごとの留学生リクルートメントチームの構成

訪問した全大学の国際部門では、世界地域ごとの留学生リクルートメント担当制を導入していた。事務担当の区分は留学生リクルートメントの方針に基づき決定され、担当国・地域も大学毎に多様である。地域の構成については、東アジア地域、中東地区、南アジア地域等地区ごとに分ける場合と、スタッフの経験を考慮して、国・地域の構成を決めている大学に分かれる。また、留学生リクルートメント事務スタッフの担当国・地域の区分については、各大学の留学生受入方策の転換・スタッフの異動等を考慮して、定期的に見直し、再構成を行っている大学もあった。合わせて、各国の政治社会状況の変化・ビザ発行状況の変化等を随時検証し、場合によって訪問国の拡大・縮小を図るといったケースも聞かれた。

さらに、例えば、University of Glasgow の場合、加えて世界を地域ごとに区分し、各地区に **Regional Champion** という大学教授レベルの長を置きチーム制を導入しているケースもあった。事務スタッフのみでなく、教員も含めて地域ごとに組織的な展開が実施できるように工夫している。課題としては、地域担当が決定しても、教授レベルの **Regional Champion** の研究分野が、海外の協定・連携大学の主な研究プログラムと合致しない場合、その役割が十分に発揮しづらい点が上がるとのこと。

○国際部門の海外リクルートメント活動

海外へのリクルートメントについては、大学ごと、地域ごとに期間の違いがあるものの、平均して担当スタッフが1年間あたり8週間～4か月程度の間海外の留学フェア・協定校等高等教育機関を訪問し、留学生受入促進・海外高等教育機関とのパートナーシップ強化のための活動を行っている。

さらに、海外へのリクルートメントに加え、現在、英国内で語学学校・ファウンデーションコース等に通い、将来大学・大学院への進学を検討している海外からの学生に対するリクルートメントを行っている。

合わせて、海外の留学エージェンシーを活用して、大学からの出張者が1名程度の場合でも、留学フェア等の場で、説明が十分に行えるような体制を取っているとのこと。どの大学とも提携海外留学エージェンシーに業務を一部委託しており、現地での留学問い合わせへの対応・留学フェア等の参加・個別教育プログラムのビザ代行手続き等、状況に応じて業務委託を行っている。

○マーケティング部門との業務連携

Queen's University Belfast の場合、マーケティング・リクルート部長の元に、国際部門とマーケティング部門が構成されている。国際部門は、国際部長のもと、リクルートメントオフィサー、インターナショナルオフィサー、スタディー・アブロード担当からなる。

マーケティングと国際部門の業務をよりスムーズに行うためこのような事務組織としたとのことで、

国際マーケティングの審議，広報資料の検討，ウェブサイト作成等が行いやすくなった等利点が多いとのこと。

また，多くの大学がマーケティング部門と国際部門のオフィスの配置を近く（同建物等）にしており，ハード面でも配慮がされている印象を受けた。例えば，**University of Leicester, University of Kent** の場合，マーケティング部門と国際部門が同フロアで間仕切りなしのオフィススペースとなっており，部門間のコミュニケーションを取りやすくする配慮がされている。担当者からも，連絡が取りやすい等の利便性があがっていた。

○ 国際部門内でのマーケティング業務強化

University of Reading の場合，今後，国際部門内に留学生受入動向を調査・評価・分析を行うマーケティング担当設置を検討しているとのこと。加えて，留学生向けの広報資料作成等，マーケティング部門で行っている広報資料とは別に，留学生向けガイドの作成等を計画中とのこと。その他，留学生からの質問対応について，e-mailでの問い合わせ担当者が内容に応じて担当部局から情報を集めて，回答を行う体制が確立しているとのこと。ウェブサイト等に掲載される国際部門担当者の海外訪問スケジュール等にあわせて，留学希望者や当該国の高等教育機関等から問い合わせが来ることも多く，こうしたステークホルダーに的確な情報提供をしていくことに配慮している様子が見られた。

また，**University of Birmingham** の場合，最近の事務組織改編により，新たに「**International Relations Office**」が設置され，「留学生 Recruitment 関連部門」と「**Development and Mobility 部門**」の2部門構成となった。大学のマーケティング部門が，主に英国国内の学生マーケティング活動を行っていることから，国際部門の中に国際戦略計画部門を設置し，大学の海外へのマーケティング・海外とのパートナーシップ機能充実を図ることを目的として設置されたとのこと。また，カリキュラム・スタッフディベロップメント・研究等を含めた多様な分野での大学の国際化推進方策も検討しやすいことなど，利点も多いとの話であった。

○ 留学生マーケティングに関する学内審議の方策

大学の組織・方針によって，留学生マーケティングに関する学内審議の場も多様である。

University of Reading のように，国際委員会にて，国際・マーケティング・入試部門・学部教員等が大学の国際事業に関する意見交換を行う場を設けている場合が見られる。

関係部門の情報共有が図られ，直接・間接的に担当する業務を関連部門が相互にフォローできる点等利点が上がっていた。

University of Leicester や **University of Glasgow** のように委員会形式をとらず，案件ごとに複数部門スタッフからなるプロジェクトチームを構成し，業務にあたるといったケースも聞かれた。

University of Leicester の場合，案件によって関連の部門からなるプロジェクトチームを策定し，部門を超えた課題への検討を行うようにしているとのこと。例えば大学院生のマーケティング強化となると，マーケティング，入試，大学院，国際等の担当者が集まり，課題について検討するといった形式である。プロジェクトチームによる検討方法は，短期間で案件の検討を柔軟に行うことができる，業務の応用が行いやすいといった利点があるとのこと。

このように，審議の方策については，どの方法が望ましいと断定するものでなく，組織が成果を出しやすい審議の方法を検討してそれぞれ工夫を図っていることが伺われた。

3) 国際部門が中心となった留学生受入促進のための学内基盤向上のための取組み

留学生受入促進のための学内基盤向上の取組としては、上記のマーケティングの他、大別して以下のとおり、①海外高等教育機関・交流情報の集約②スタッフ・ディベロップメント③同窓会での協力等が上がった。

○海外高等教育機関・交流情報の集約

Queen's University Belfast の場合は、国・地域ごとの研究者交流・学生交流・事務交流など交流情報を一元化するためのデータベース策定を検討中とのこと。

また、University of Leicester 大学においても、国際資源（研究者交流・学生交流・事務担当交流等）の情報を一元化するための方策を検討中との話があった。

○スタッフ・ディベロップメント

University of Durham の場合、留学生対応の職員向けワークショップを実施するなどし、留学生受入に関するスタッフ・ディベロップメントの機会を設けている。

University of Birmingham についても、大学の国際戦略の中に教職員の項目を設けて、人事課・スタッフ・ディベロップメント部門が中心となり、ワークショップを実施している。

University of Leicester においては、国際部門・人事部門が中心となり「Staff Development Team」が国際化評価を担当しているとのこと。

○同窓会

University of Kent の場合、同窓会を担当している「Communication and development office」と連携して、海外での留学生対象同窓会行事に、国際部門のスタッフが参加し、留学生リクルートメントを実施するケースの紹介があった。

同窓会組織については、University of Durham の場合、学部ごとの結束が強い傾向を活用して、同大学の各部が同窓会を設け、留学生も含めデータベースを策定し、卒業後のフォローアップを行っているといった例もあった。

3-3. 海外オフィスの設置状況

英国では海外オフィスを積極的に活用して、留学生リクルートメントを行っているのではないかと。また、海外オフィスでその地域のネットワークを強化しているのではないかと推測のもと、8大学に対して設置状況を問い合わせた。

海外オフィスの設置については、現在半数以上は設置をしていない。理由としては、オフィス設置の初期投資・維持費負担、留学生受入に対して、幅広い国・地域からの獲得を目指すため、定期的な海外出張による海外の協定大学・関係機関とのミーティングが、当該大学の海外のパートナー機関との関係維持に効果的であるといった方針などが上がっている。

一方で、設置（計画）している大学の理由としては、留学生受入数向上、大学のプレゼンス向上（大学周知・広報機能向上等）、研究学生交流が確立した協定大学などがある国・地域での関係強化などが上がっている。なお、各大学の状況は別表のとおりである。

海外オフィスの設置状況

大学	設置の有無・場所	設置理由	今後近い将来設置計画の有無・計画の理由等	設置しない理由等
University of Birmingham	無		複数検討中・留学生へのサービスの充実・当該国からの留学生数増加等を図る	
University of Durham	無		無	・一か国から大量の留学生受入を構想していないため ・経費負担
University of Glasgow	有 米国・NY	1970年から米国大学との交流活発	複数検討中・海外展開を行う上で活用	
University of Leicester	無		無	・担当者の出張による海外とのコンタクトが有効 ・経費負担
University of Kent	有 ベルギー・ブリュッセル	ヨーロッパ地域との交流を重点化	複数検討中	
Queen's University Belfast	無		無	戦略計画上設置を予定していない。
University of Reading	無		研究・学生交流の安定した基盤が確立した国・地域での海外オフィスの可能性	
York St John University	有 パキスタン		2010年までに計2箇所海外オフィス設置検討中	

3-4. 海外大学との共同教育課程・海外でのオフショアプログラム等の実施状況

英国では、海外での教育提供・学位授与については大学の自由裁量となっており、海外分校・教育プログラム等の設置は比較的行いやすい条件にある。海外の機関も監査対象となっているため、大学が教育プログラムの遂行・運営状況について、定期的に監査を行っている。

ここでは各大学が実施している留学生受入推進を目的とした各種教育プログラムの事例を挙げる。

○海外ファウンデーションコース

- ・ Queen's University Belfast ・ 中国深セン大学共同学部ファウンデーションコース

Queen's University Belfast の場合、中国深セン大学との協力のもと、共同で中国にファウンデーションコースを設置して10年以上となる。Queen's University Belfast 学部入学希望者に対する英語能力・アカデミックスキル向上を目的とするプログラムで、授業は英国における教授法に基づきモジュール制（カリキュラム）で行われ、英国のカリキュラムに慣れるとともに、Queen's University Belfast への入学の機会として役立っているとのこと。

なお、英国大学内にファウンデーションコースを設置するケースにおいても、University of Glasgow に新設された Glasgow International College のように、企業と事業運営提携のもと、ナイジェリア・中国・パキスタンにオフィスを設け、学生募集広報・入学手続・ビザ手続を海外オフィスで行い、留学生の受入促進を図っているケースも見受けられる。

○遠隔教育

- ・ヨーク・セント・ジョン大学大学院（英国）国際学修士号取得課程

明治大学と提携し、2004年度より日本人向けディスタンス・ラーニング・プログラムを実施している。同大学の運営担当によると、国際展開上重点地域と位置づけられている日本との教育ネットワーク・大学広報の観点から、日英高等教育機関のパートナーシップを通して、大学のプレゼンス向上に寄与しているとのこと。また、大学院等正規課程・非正規課程問わず生涯教育プログラムへのニーズが高まっている日本において、同遠隔教育プログラムの実施は、日英間の個々の協定締結等に比較し、国際連携協力上大学の特色を打ち出す上でも有効ではないかとの話であった。

○ダブル・デGREEコース

- ・ Transmanche Double Master's Degrees

2004年よりスタートしたフランスの Lille 地方の4大学と協定に基づき、英語・フランス語での授業によるダブル・デGREEプログラムを実施している（University of Kent のあるカンタベリー地方と Lille 地方は地理的にも比較的近い地域）。European Commission からの助成は受けておらず、本プログラムの運営費は大学収入・運営資金から配分されている。英国の大学では授業料収入があるのに対して、フランスの大学では、授業料が無料のため、本プログラムに伴う収入・運営資金の配分等は英・仏の大学間の契約によって決定している。本プログラム設置にあたり苦勞した点としては、国の法律が異なるため、英国・フランスでの教育プログラム認可方法が異なる点との話であった。

○トゥイニング・プログラム

University of Birmingham では、中国・マレーシア・イラン・ロシア等の大学とトゥイニング・プログラムを実施している。プログラム実施分野は工学分野等とのこと。例えば、2004年度にマレーシアの Taylor's University College との間で締結された工学分野のトゥイニング・プログラムの場合、1年目に Taylor's University College の課程で1年間学び、一定の基準を満たした学生は、2年目を英国 University of Birmingham 指定コースにて授業を受ける。2年次終了時基準を満たした学生は、University of Birmingham にさらに1年又は2年継続して在籍し、学士号または工学修士号を取得できる。

なお、University of Birmingham とのトゥイニング・プログラムを行っている提携大学側で同大学の学位を授与するかどうかについては、当該国の学位授与方法・法的基準や、当該大学個々の判断により決定されており、結果として、ダブルデグリーとなっているプログラムと、University of Birmingham の学位 1 種類が授与される場合に分かれるとのこと。

英国で学位取得を希望する学生にとって、英国で 3 年から 4 年生活して全学士課程や修士課程を修了することに比較し、授業料・生活費等留学にかかる経費が安価等の理由からも留学生のニーズも高まっており、提携プログラム数が増加しているとのこと。

またトゥイニング・プログラムによる提携分野について、国によって国家資格が異なる医学・歯学といった分野以外は、様々な専門分野でのトゥイニング・プログラムの可能性があるのではないかという話であった。

一方で、上記のような海外でのプログラム設置している大学も含め、話を伺う限り、英国留学の際の基本的なリクルートメントの方法は、英国の大学キャンパスによる質の高い教育提供、留学生の英国での教育経験（異文化経験）、留学生の英国での生活経験等英国留学の利点を挙げている。その点からも、Research Assessment Exercise や Quality Assurance Agency が実施している研究評価・学部・学科教育評価等、国レベルでの評価調査結果を効果的に広報し、個々の教育プログラムの評価・質について国内外へアピールするための取組・工夫を常に行っている。また、海外プログラムについては、留学生受入のためのひとつの方策として、また個々の大学の特色を出す点でも活用されている。

3-5. 学生（留学生）の評価指標の活用状況

英国大学において、大学の広報活動として、「世界ランキング」等といった各種ランキング結果のウェブサイト冊子での公表がよく見られる。その中には、大学教員の研究評価以外にも、学生の大学評価指標も使用されている。

留学生の大学生生活への満足度を図るための方策を行っているかという質問に対しては、ほぼ全大学が実施しているとのことであった。

ここで挙げたのが「International Student Barometer」である。本調査は留学生の留学中の学業・大学生生活に対する期待と、その結果を調査する評価プログラムであり、2005年に英国の12の大学で導入・開始したものである。現在、英国の他欧州、オーストラリア、ニュージーランド、南アフリカ、米国の大学が同プログラムを利用している。留学生へのアンケート結果を基に、各大学の結果が大学に対して発表されるとともに、参加大学の平均結果等が公表される。

調査大学においては、University of Leicester のようにホームページに、当該留学生アンケートの広報を実施しているほか、多くの大学が留学生メーリングリストを整備しており、メールで留学生への参加を呼びかけているとのことであった。また、訪問大学からは、この調査に英国以外の大学も参加しており、国内ばかりでなく、海外の大学との留学生の大学生生活満足度指標を比較できる点でも利便性が高いとの意見もあった。

質問項目は、学業、生活、留学生サポートの3分野について、「学習を進めるにあたり重視する要素は何か。」「留学生サポートで期待するものは何か。」といった質問について、選択肢を用意し、学生の期待度と実際の充実度について質問する形式となっている。

また、大学によっては、「International Student Barometer」に加え、大学独自に留学生アンケート

を行い、留学生満足度を独自調査している大学もあった。加えて、各大学とも、調査結果については、国際部門に加え、マーケティング部門、学生プランニング部門などでの結果分析を行い、今後の留学生受入方策・サービス決定に生かすようなシステムを完備している。

これに関連し、留学生の評価結果が平均以下の分野について、大学の広報上マイナスイメージを与える懸念はないのかと問い合わせしたところ、多くの大学で、学生サービス等の改善策として活用できるので非常に役立つといった積極的な意見が聞かれた。

3-6. ウェブサイトを通した留学生マーケティング向上の取組み

前述「International Student Barometer」によると、留学生の大学選択の基準としてウェブサイトが1位となっている点など、留学を希望するにとって一番身近な情報源ともいえる大学ウェブサイトの情報発信方法への工夫・取組みも行われている。

訪問大学でも、国際部門の中にホームページ担当を置く、またはウェブサイトチームを構成し、時機を得たホームページ更新、掲載内容のチェック、構成の検討等を行っているケースが多く見られた。ここでは、訪問大学の留学生希望者向け情報提供について、以下のとおり報告する。

○海外訪問情報の掲載

多くの大学が、留学生リクルートメントスタッフの海外訪問情報を大学ホームページにて掲載している。例えば、University of Reading の場合、留学生向けの大学ウェブサイトの中に「Meet the University of Reading in your country」という項目を設け、大学スタッフの海外訪問情報がわかるようになっている。前述のように、情報を掲載することで、海外からの問い合わせも増え、関心のある学生・関係者とのコンタクトの機会も増えるため有効であるとのこと。

○カリキュラム情報・単位互換情報の周知

訪問先大学において、全般的に、単位認定方法について、ウェブサイト・冊子等での情報周知がよく見られた。特に、ボローニャ・プロセスに基づくEU高等教育圏の標準的な単位互換制度であるEuropean Credit Transfer System(ECTS)による単位数と、英国の単位認定方法の比較は多くの大学で情報提供されている。

例えば、University of Kent では、「Academic Information」という項目があり、その中に英国・米国・EU高等教育圏の単位互換比較表が掲載されている。留学先の単位認定の方法への理解が深まるとともに、例えば、この表を見て、英国の成績認定基準への理解が深まり、高評価を得るためにより積極的な学習への取組みが促されるといった利点があるとのこと。各部ごとのカリキュラム情報に加え、国際部門のウェブサイトページに情報が整理されて掲載されていると、留学生の目にもつきやすく、留学中の授業がどのように所属大学の単位として認定されるか理解が深まる。

○各国担当者向けの情報

大学によっては、世界各地域のカテゴリーを個別に設け、その地区からの英国留学情報等を掲載するなどし、より対象を絞った効果的な情報発信の方策を採っているケースも見受けられた。

教育コースごとに情報検索方法を検討する、留学希望者の国・地域ごとに検索をかけるなど区分の仕方によって、留学情報が探しやすくなる。

例えば、University of Glasgow の場合、「International」というカテゴリーの中に、まず「In your region」というカテゴリーを設け、世界地域ごとに、留学申請情報、海外エージェンシー情報を掲載している。留学生数の多い国・地域、あるいは大学の留学生リクルートメント、国際戦略上の重点国については、国ごとの情報も掲載されている。

その中に、海外訪問情報、協定情報、海外エージェンシー情報、奨学金情報等を網羅することで、その国の留学希望者・関係者が大学ホームページの多様な情報の中で、必要な情報にアクセスしやすいよう配慮されている。

○ウェブサイトを通じた大学情報の広報

大学の紹介方法として、ビデオクリップを活用した大学広報を導入済・検討中の大学も多くみられた。

例えば、Queen's University Belfast 大学のウェブサイトでは、「Virtual Queen's」という題名で、Why Queen's, The Academics, The Support of Research, Course, Teaching, Study Facilities, Accommodation, Setting in Student Life at Queen's 等の各項目について、ビデオクリップにて、概要をネット上から見るができるようになっている。

University of Birmingham 大学では、「Virtual tour」と題して、大学概要・地域情報等が同じくネット上から確認ができる。なお、同じビデオクリップでも、Queen's University Belfast が教員・学生等のインタビュー形式を多くとっているのに対し、University of Birmingham は、映像にあわせて音楽が流れ、人が登場、説明、短いキーワード（メッセージ）をクリップ上で流すといったコンテンツとなっている。大学ごとに工夫されている様子が伺われる。

○マーケティングポイントを絞った広報

大学マーケティングの主要な事項を、箇条書き等コンパクトにまとめ、ウェブ等で掲載しているケースも多く見受けられた。

例えば、University of Leicester の場合「University Key Facts」という項目で、研究評価・大学ランキング等の情報を掲載し、大学の特色をわかりやすく表現している。

また、University of Durham の場合、国際部門のサイトのトップページに「10 reasons why Durham is first choice for international students」の項目を立て、学生の興味に応じて大学の紹介を行っている。

4. 考察

英国大学の国際部門を中心とした活動を通して、大学独自の留学生受入方針のもと、工夫を凝らして組織的な留学生リクルートメント活動を行っている様子を伺うことができた。

調査結果を踏まえ、英国大学の留学生受入促進方策の特徴、日本の大学で参考となると思われる点について以下に上げる。

○大学へのマーケティング文化・事業の導入

これまで述べた国際部門の活動の多くを突き詰めると、大学をいかにマーケティングしていくかという点になる。

各大学が取り組んでいる活動を、大学を知らない海外の機関、学生にいかにもうまく伝え興味を持ってもらうかという点は、留学生のリクルートメント活動に限らず、学生募集の際に不可欠な要素である。

そのために、事務組織編成・業務の比重の見直しを図り、大学のマーケティング機能を強化していくことが有効ではないか。

○大学に応じた留学生受入方針策定と短期的なレビュー

英国大学の規模、専門分野等の特色の違い、学部重視・大学院重視などにより留学生受入の方針・方向性も異なっている。国際部門で伺った留学生リクルートメント活動は方針・優先地域・そのための組織作りのもとに成り立っているところから見てわかるとおり、大学に応じた留学生受入方針をまず確立することがすべての活動の基盤である。また、国際部門では、海外の動向などにあわせ、情報のアップデートを頻繁に行い、留学生リクルートメント活動の起動修正を行っている。このように、中長期的な方針と、事情の変化に合わせた短期的、柔軟な方針をうまく取り込んだ活動を行うことで、時機を得た、大学に適した活動が可能となるのではないか。

○留学生担当スタッフと留学希望者・海外高等機関関係者とのコンタクト

留学生マーケティングについては、優先地域・国の留学フェア・協定校等訪問に時間を割き・ネットワークの維持・拡大を図っている。こうした留学生リクルートメントスタッフの地道な活動が、制度・文化の異なる海外機関との関係維持・新規パートナーシップ形成の基盤となっている点を踏まえ、ウェブサイト等での情報発信、メール等の連絡とあわせ、海外機関との密な連絡体制、直接コンタクトの機会を設けることが有効ではないか。

○多様な「評価指標」の導入・活用

「評価」結果を合格・不合格といった2分法で判断するのではなく、「評価」を積極的に受け入れることで、大学の現状分析する材料する結果として大学の特色を外部にアピールすることができるのではないか。同時に、英国において、大学に対する多様な評価指標があることで、大学の特色を異なった角度で示す機会がより多い特徴があった。これら評価指標を活用することで、海外も含め大学の得意分野・不得意分野を客観評価するための有効な資料となる。

○ウェブサイト等広報資料への掲載内容の選択

留学希望者への主な情報源となるウェブサイトの掲載事項について、国際部門で他部門との検討を推進している様子が伺えた。海外訪問情報、地域別・国別の留学情報を掲載する等、情報を整理し、目的の情報を得やすい構成にすることが効果的である。

また、ウェブサイト等の大学広報については、各種評価結果、大学の特色の中で、特にアピールしたい点を絞り込み、掲載することがより有効ではないか。

日本でも既に多くの大学が大学の独自色を出しつつ、留学生受入の取組をスタートしている。留学生受入推進方策といっても、範囲は多岐・膨大である。そのための人的・財政資源・時間をすべてに費やすことは効果的とはいえない。大学の現状分析を行い、現在の留学生の動向、大学にとって必要な活動を見極めることが求められる。

謝辞

報告書作成にあたり、英国訪問大学の皆様、職場の皆様に多大なるご協力を賜りましたことを感謝いたします。海外出張・訪問者対応等をはじめとする多忙な業務の中、快くインタビューに答えていただいた英国大学の皆様に深く感謝申し上げます。訪問大学の方々のお話は非常に示唆深く、留学生受入推進のための工夫の数々を垣間見ることができ、大いに刺激を受け、感銘を受けました。

最後に、この場を借りて古川センター長をはじめとする日本学術振興会ロンドン研究連絡センターの皆様、日本学術振興会の皆様、東京学芸大学の皆様に深く感謝申し上げます。

インタビュー協力者

◆York St John University

- ・ Dr David Moulds, Head of International Office
- ・ Prof. Hisashi Nakamura, Programme Coordinator, International Office,

◆ University of Reading

- ・ Mrs Sirin Myles Deputy Director
- ・ Mr Marcus Dowse Study Abroad Team, Reading International Office

◆Queen's University Belfast

- ・ Mrs Cathy McEachern, Deputy Director
- ・ Ms Isabelle Husillos, International Office,

◆University of Kent

- ・ Ms Joanne Ganderton-Smith, Director,
- ・ Ms Hazel Lander, International Officer, International Office
- ・ Ms Penny Pratt, Director, European Office,

◆University of Leicester

- ・ Ms Suzanne Alexander, Director,
- ・ Dr Michael Green, Senior International Officer,
- ・ Ms Natalie Cunningham

◆University of Glasgow

- ・ Ms Sharne Procter, Director, International and Postgraduate Service
- ・ Ms Avril MacGregor, International Student Adviser, International and Postgraduate Service
- ・ Mr Yushin Toda, Business Development Manager, Research & Enterprise,

◆University of Durham

- ・ Dr David Baker, Director,
- ・ Ms Beth Sutcliffe, International Officer, International Office

◆University of Birmingham

- ・ Ms Marilyn Miles, Head of International Business Development
- ・ Ms Daya Evans, Acting Director of International Recruitment
- ・ Ms Catherine Pouncett, International Officer

参考

◆ホームページ

- York St John University http://www2.yorks.ac.uk/default.asp?Page_ID=77
- University of Reading <http://www.reading.ac.uk/>
- Queen's University Belfast <http://www.qub.ac.uk/>
- University of Leicester <http://www.le.ac.uk/external/>
- University of Kent <http://www.kent.ac.uk/>
- University of Glasgow <http://www.gla.ac.uk/>
- University of Durham <http://www.dur.ac.uk/>
- University of Birmingham <http://www.bham.ac.uk/>
- Universities UK ホームページ Higher Education in Facts & Figures
<http://www.universitiesuk.ac.uk/statistics/fees/survey07-08.asp>
- UK Council for International Student Affairs
http://www.ukcosa.org.uk/about/statistics_he.php
- i-graduate
http://www.i-graduate.org/services/student_insight--student_barometer.html
- ” The Times Higher Education Awards 2007” 10 December, 2007
- The International Student Experience - Key findings from Scotland's International Student Barometer
William Archer, Director International Graduate Insight Group, 16th May 2006
- The National Student Survey
<http://www.thestudentsurvey.com/>
- The Prime Minister's Initiative for International Education, British Council
<http://www.britishcouncil.org/eumd-pmi.htm>
- 第169回国会における福田内閣総理大臣施政方針演説（首相官邸ホームページ）
<http://www.kantei.go.jp/jp/hukudaspeech/2008/01/18housin.html>
- 文部科学省 「国際的な大学の質保証に関する調査研究協力者会議（第6回）配布資料」

◆参考文献等

- 「The University in the Global Age」
Roger King, Palgrave Macmillan 2003
- 「イギリスの学費政策」 芝田政之
IDE 現代の高等教育 No.492 高等教育の費用負担 2007年7月号
- 「国立大学の法人化ーイギリスの教訓」 ロジャー・グッドマン 訳：天野 郁夫
IDE 現代の高等教育 No.497 大学と社会貢献 2008年1月号