

1. 大学の概略

サウサンプトン大学(University of Southampton)は、ロンドン中心部から南へ 1 時間ほどのイングランド南海岸に面したサウサンプトンに位置し、その由来は 1862 年に設立された Hartley Institute にさかのぼる。英国ではトップ 20 に入り、世界でもトップ 100 大学に数えられる英国を代表する研究大学であり、ラッセルグループに属している。工学、法学、医学、海洋学、物理学などの分野における先駆的な取り組みは、国際的に高い評価を得ており、国立海洋学センター、音響振動研究所、光電子工学研究所、海洋考古学など、世界有数の研究センターを有している。基礎教育、学部教育、大学院(修士、博士)教育のそれぞれのレベルで幅広いコース定を行っており、留学プログラムや英語学習コースなどが充実している。グラフィックデザイン、ファッションマネージメント、経営学、会計学、教育学、工学など 65 分野で、300 を超えるプログラムが用意されている。学生数は 23,000 人、その内 4,000 人以上が 130 を超える様々な国からの留学生である。

2. 訪問スケジュール

9:30-10:00	発表 1: 国際部の運営: 日々の運営とスタッフ・ディベロップメントについて <i>Running an International Office: day-to-day management, staff development</i> Karen Arnold, Regional Director East Asia, International Office
10:00-10:30	発表 2: 海外パートナーとの協定の制定ー学生交流, 単位互換, ダブルディグリー <i>Establishing Agreements with Overseas Partners: student exchange, credit transfer, double degrees</i> Andrew Bird, Regional Director, International Office
10:30-11:00	発表 3: 学生の雇用可能性向上のために <i>Working with Business to Enhance Student Employability</i> Rosalind Davies, Head of Global Opportunities, Career Destination
11:00-11:30	発表 4: 大学の持続的財源を生み出すビジネスとの協力について <i>Working with Business to Generate Sustainable Funding for the University</i> Don Spalinger, Director of Corporate Relationships, Research and Innovation Services
11:30-12:00	キャンパスツアー
12:15-13:15	ランチ (Staff Social Centre にて)

3. 発表要旨

発表 1: 国際部の運営: 日々の運営とスタッフ・ディベロップメントについて

Running an International Office: day-to-day management, staff development
Karen Arnold, Regional Director East Asia, International Office

組織について

(1) 国際部は、大学の「Professional Services」(専門サービス)部門の一部。

(部門にはほかに、法務、財務、学生、施設など)

→Director は Chief Operating Officer /Registrar に報告義務がある。

(2) オフィス構成

・Director・・・Pro-Vice-Chancellor International の決裁ライン。(専門サービス部門より密接)

・Deputy Director

・Regional Directors 3 名・・・東アジア担当、LASA(ラテン・アメリカ、カリブ海地域、アフリカ、南アジア)担当、CAMERA(米国、カナダ、中東、中央アジア)担当

・International Officer 10 名・・・各国担当

(例: マレーシア、シンガポール、タイ、ブルネイ、カンボジア担当、ベトナム、インドネシア、台湾担当、日本、韓国、一



般業務担当、ヨーロッパ[含エラスムス]担当)

- ・European Office
- ・World University Network (WUT) Team・・・国際的大学ネットワーク担当
- ・Admin Support・・・事務部門

(3) 所掌範囲は以下のとおりである。

- ・留学生のリクルートメント(主要業務) — 多くの英国大学が、外部収入のために、留学生獲得に力を入れている。
- ・協力とパートナーシップ — 学生交流、留学派遣、共同研究、情報共有、学外 PhD 指導等
- ・研究機会と橋渡し — 海外エージェント、海外の学校・大学、ブリティッシュ・カウンシル、教育省
- ・国際化に関する議論への貢献 — 国際的カリキュラム構築、海外派遣・留学プログラム

※ここで、英国の学生の「内向き志向」とも言える傾向について言及があった。学生が海外留学に躊躇する理由としては、授業料高騰、賃貸契約やアルバイトを途中で中断することの難しさ、ディグリー認定、言語上の問題などが指摘された。

- ・学生交流 — 人文系は学生交流に積極的。
- ・留学生オリエンテーション・プログラム — 毎年 9 月に約 2,000 人の留学生受入で、完璧な運営のプログラムがある。通常学生より 1 週間前に大学に到着し、住宅、学内案内、各種説明会・イベント。この時期と異なる日本やアジアからの学生へのサポートが課題。
- ・国際出版物とウェブページ(留学生向け)
- ・ワールド・ユニバーシティ・ネットワーク(WUN)・・・Vice-Chancellor のネットワーク(運営)
- ・管理運営部門

組織の特徴について

- ・英国の他大学では、留学生リクルートメント担当と、協定・パートナーシップ担当、交流担当が分かれている大学も多いのに対して、サウサンプトンでは「国別担当」体制で、リクルートメント／協定／共同研究／学生交流も、同時に担当している。
- ・学部が獲得する収入の一部から、サービス部門の運営費用が賄われているため、学部から国際部への要求・期待は大きい。(資格の比較の問題、協定締結支援、文化・歴史情報、ビザ、学生カウンセリング、国際行事推進、研究協力の開拓、留学生オリエンテーション・プログラム等々)

英国大学国際オフィスの課題について

- ・競争とリーグテーブル(大学ランキング) — 英国大学、アメリカ、カナダとの留学生獲得競争がある。
- ・ポートフォリオ管理
- ・全教員への平等な貢献 — 留学生受入数・海外活動の大小による不均衡を解消する必要がある。
- ・UKBA-Visa 問題
- ・国際化 — 真の国際化が必要で、現在、海外オフィス開設準備中である(マレーシア南部)
- ・国際的教員と国際スタッフ — 外国人教員・スタッフのプレゼンス向上が必要である。
- ・海外への進出 — 海外キャンパスを構想中(イタリア、中国)である。

発表 2: 海外パートナーとの協定の制定

— 学生交流、単位互換、ダブルディグリー —

Establishing Agreements with Overseas Partners: student exchange, credit transfer, double degrees
Andrew Bird, Regional Director, International Office

英国においても、近年、特にこの 5 年ほどで、海外の協定大学との連携の強化は急速に広まってきている。これは、国全体としては、グローバルな知識経済の開発加速、ハイレベルな技術の構築とグローバルな資質の確保、第三次産業における国際的パートナーシップの確保が重要であり、また、国際的なパートナーシップが大学教育への財政支援の継続性を



確保する上で重要と考えられるからである。また、大学としては、国際的な注目度の向上、国際人の育成、資源の多様化（学生、職員、施設）、収入の多様化（研究、授業料、知財）が求められていることと関連している。研究大学としては、国際的な認知度をより高めることが必要であり、国際的な研究センスを涵養する取組は外部資金の確保に向けても極めて重要といえる。

学生交流には、授業料の免除など相互関係の確立、パートナーの評価、交流事業の付加価値の付与、コンソーシアムの形成などが重要である。サウサンプトン大学は 20 カ国の 167 の協定大学と 253 の連携を有しており、2009 年～2010 年には 364 人の学生が交流事業に参加している。ヨーロッパの大学とは既に単位互換を実施しているが、今後は他の地域の大学にも対象を広げていきたい。そのためには、パートナーの質、有望なパートナーとの様々な調整、交流学生の支援（宿舎、語学等）、適正な相互派遣学生数のバランスなどを考慮する必要がある。単位互換の実施に当たっては、教育内容の評価、密接な連携による継続性、受け入れ機関による対象学生の背景や能力の把握が重要である。単位互換のモデルとしては、例えば、2 年間で海外の大学で、2 年間で英国の大学で学び、英国の学位を取得する、あるいは海外の大学の学位を取得することが考えられる。3 年＋1 年や、1 年＋3 年のようなケースも考えられる。いずれの場合でも、正当なパートナーの評価、契約内容の調整、パートナー側プログラムのモニタリング、受け入れ学生の成果のモニタリングを行う必要がある。

現在、英国の一流企業においても職を得るのにシングルディグリーで十分であるが、今後は、特に国際的な企業においては、ダブルディグリー制度の修了生が有意性を得てくると予想される。ダブルディグリー制度の実施は、大学の国際的なブランド力を高める上で、また、外部資金の導入に向けても魅力的といえる。ダブルディグリー制度の推進に当たっては、パートナーの質の評価、ジョイントディグリーとするかデュアルディグリーとするかの戦略の明確化、その上での最適なカリキュラムデザインが大切である。

発表 3: 学生の雇用可能性向上のために

Working with Business to Enhance Student Employability

Rosalind Davies, Head of Global Opportunities, Career Destination

イベント、及び募集情報について

Southampton 大学では、常に企業側を大学に招き、学生とのコミュニケーションの機会を様々な形で設けている。たとえば、Global Advantage Week と呼ばれるイベントは、リクルーター、卒業生、大学や就職課のスタッフによって一週間行われるもので、学生たちはこのイベントを通して、グローバルな大卒生を目指す。国際的に活躍する卒業生たちによる講演では、語学がいかにキャリアを助けるか、また、海外での就職、留学に関する情報等が与えられる。また、Bank of America や Barclays といった有名企業のプレゼンテーションがあったり、OB との模擬面接が行われたりと、イベントの内容も幅広い。さらに、常に最新の募集情報が EJobs と呼ばれるサイトにアップされていたり、企業用・学生用それぞれのポータルサイトが準備されていたりと、学生の目線にたったきめ細やかな活動が行われているようだった。

インターンシップ・プログラムについて

また、Southampton 大学では、Placement Programmes と呼ばれるいわゆるインターンシップのプログラムが準備されている。Southampton 大学の就職課では現在、三つのプログラムを準備している。一つ目が英国の南東部に基盤を置く民間企業や公共機関での 4 週間のプログラム、二つ目は、12 週間に及ぶ、大学の学生課でのプログラム、さらに三つ目はやはり 12 週間の、英国全土に規模を広げたプログラムである。Placement の期間中はもちろん給金が支払われる。学生、企業の双方から高い関心が寄せられているのがわかった。

The Graduate Passport の取り組みについて

さらに特筆すべきなのが、The Graduate Passport (www.southampton.ac.uk/graduatepassport) という制度だろう。The Graduate Passport とは、必修以外にいくつかのアクティブ・プログラムを取得した学生に対して報いるために与えられる成績証明のようなものである。The Graduate Passport を持っていることは、学生にとって在学中の優秀さを表すものになる。また、学生にとっては、新しい活動やイベントに参加するいいチャンスともなりうる。学生なら誰でも、学部生でも院生でも、学科を問わず取得することができるが、The Graduate Passport を完全に取得するには、200 単位を取得する必要がある。その内訳は、以下に示す通り。

35points	Core Programme
75points	Active Citizen, Entrepreneur, Global Graduate, Developing Professional

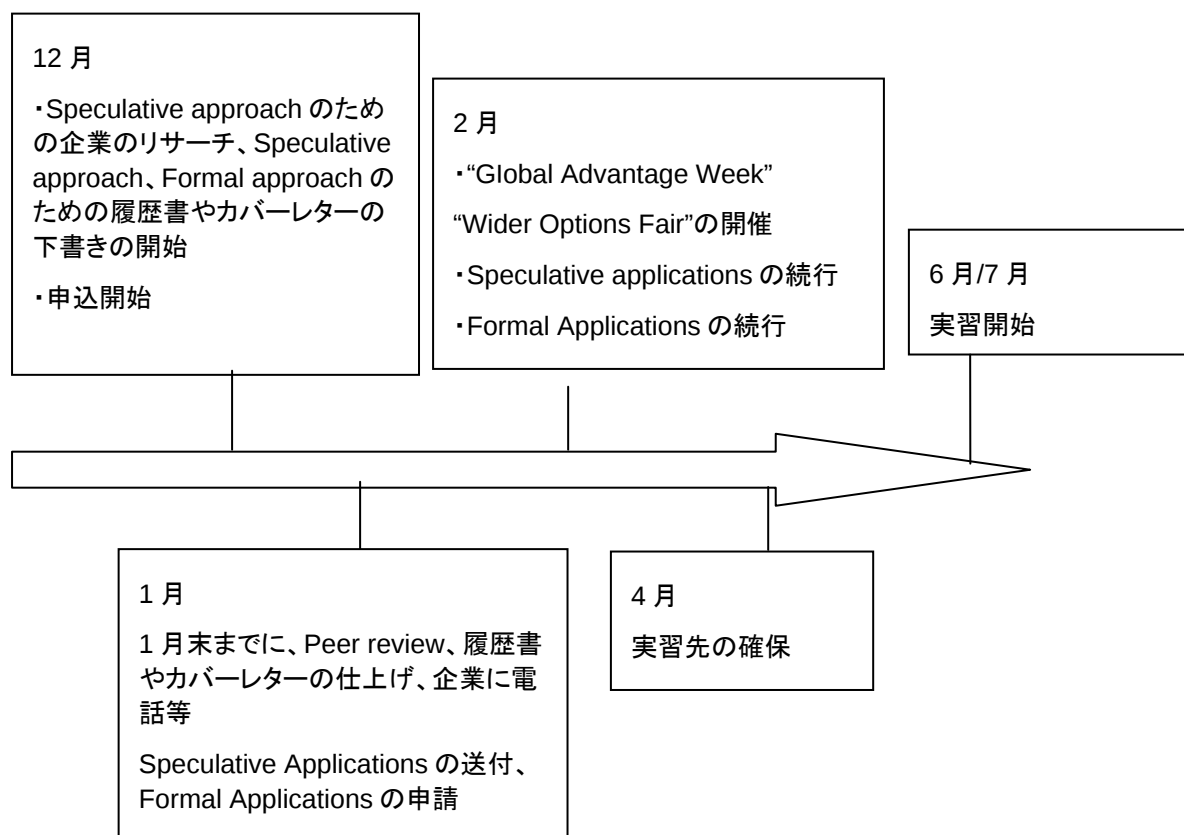
メンター制度について

Southampton 大学では、メンター制度も充実しており、Streetwise Career Mentoring と Insider Career Mentoring との二つのプログラムがある。

Streetwise Career Mentoring は、主に学部や院の一年生を対象に、在学生在がさまざまな career options についてサポートする制度だ。基本的にマンツーマンで行われ、mentor、mentee 双方にメリットがある。Mentor にとっては、コミュニケーション能力、説明能力の向上につながり、自分自身も大学のキャリアプログラムについてさらに詳しく知ることができる。さらに、前述した Graduate Passport も手に入れることができる。また、mentee にとっては、厳しい大卒就職事情のなか、一年生のうちから就職に関する詳しい情報を手に入れることができ、高いモチベーションを保つことができる。

Insider Career Mentoring は逆に、対象を主に最終学年の学生に絞っている。そして、この場合の mentor は地元の企業の人間である。Streetwise Career Mentoring 同様、こちらもマンツーマンで行われ、企業側にとっては自分の会社のことを知ってもらうまたとない機会になるし、また就職したい分野の決まっている学生にとっても、未定の学生にとってもさまざまなメリットがある。

基準となるリクルートサイクル



発表 4: 大学の持続的財源を生み出すビジネスとの協力について

Working with Business to Generate Sustainable Funding for the University

Don Spalinger, Director of Corporate Relationships, Research and Innovation Services

・発表者であるコーポレート・リレーション担当ディレクターの経歴は以下のとおり。

5つの起業経験、大企業での管理職経験、シリコンバレーで30年勤務、数々の知的財産をビジネスへと移転した実績がある。



1) 産業界が大学と協同を望む理由は？

- ・将来の従業員を大学で発掘したい
- ・先端技術・知識・政策の理念へのアクセスを持ちたい(生残するためにはイノベーションが必要、ビジネスにとって有利な政策・標準が形成されることを望む)
- ・ファンディングを活用したい(政府ファンドへのアクセスを持つための産学協同、産業界を無限の資金源とはみなしてはならない。)
- ・研究設備へのアクセスと共有
- ・世界レベルの専門家に対してアウトソースし、スキル不足を埋め合わせる。
- ・リスク共有

2) 産業界が大学との協同を嫌う理由は？

- ・“物事を急ぐ”というセンスの欠落
- ・産業界が大学から“ドル箱”のように扱われる
- ・産業界のニーズの理解欠落
- ・学術的貢献の過大評価(知的財産過重視、商品化への無理解)
- ・思い上がりのうぬぼれ
- ・口が軽い

3) ビジネス界 ⇄ 学術界 では、文化の違い・先入観があることを認識して産学連携を進める必要がある。

集団文化 ⇄ 個人文化、 結果重視 ⇄ 理念重視、 商業上の实际的知識 ⇄ 分野専門知識、

成果志向 ⇄ 課題志向、 顧客からの期待 ⇄ 論文重視、 影響拡大のスキル ⇄ 分野知識の深い掘り下げ

4) 産業ファンディングへのキーマソッドは、以下のものがある。

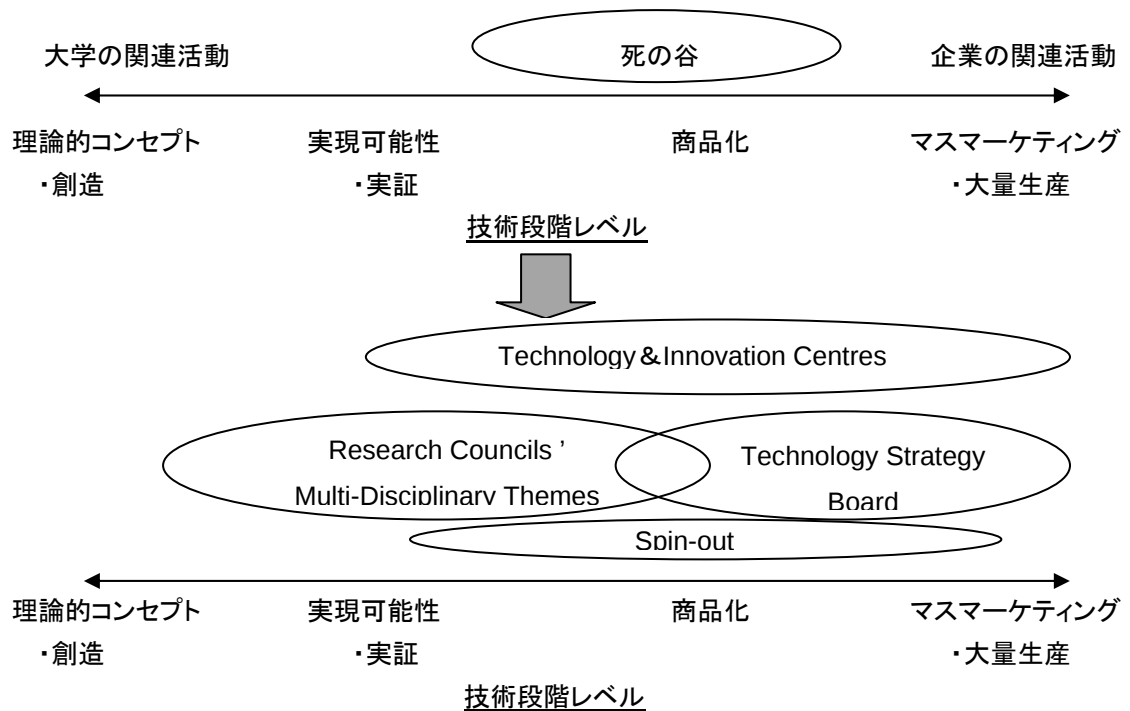
産業界をスポンサーとする研究プログラムの実施／コンサルタント／知識移転・人事交流／CPD 継続的専門性向上(社会人教育)／奨学金へのスポンサー／慈善事業(近年増加、成功後に大学へ還元)

5) 大学と外部組織との関係(づくり)には以下のようなものがある。

- ・リサーチファンディング(投資、リサーチカウンスル等経由の共同出資、現物支給)
- ・共著論文
- ・コンサルタント
- ・ライセンス
- ・客員教授
- ・人事交流(双方向)
- ・セミナー/講義(双方向)
- ・イベント(双方向)
- ・役員(双方向)
- ・雇用者の関与を促すーカリキュラム(学部、大学院、CPD)
- ・雇用者の関与を促すー学生支援(KTP(知財移転パートナー)、EngD、インターン、クラスプロジェクト、奨学金、報奨、指導、業務シャドーイング)
- ・卒業生のリクルートメント(キャリアフェア、雇用者プレゼンテーション、スキルワークショップ、雇用機会の宣伝)
- ・同窓会
- ・慈善事業
- ・主要企業従業員の子息がいることは、企業との連携強化のきっかけともなる。
- ・企業からの購入(調達)

6) イノベーション・ギャップと、その橋渡しについて

技術開発・応用には、大学研究者の関心と、産業界の関心との間に「死の谷」があり、そこで技術が死んでしまう。そこを埋めるために、いくつかの支援組織を活用して、大学の知の活用を図っている。



7) サウサンプトン大学の「クラスター」の紹介

- ・光通信学&ナノファブリケーション クラスタ
- ・サウサンプトン海事研究所

サウサンプトン大学、各国学術団体、各国産業界、Lloyd's Register ロイド船級協会で構成している。

8) 英国で最も起業家精神を持つ大学

- ・発明、イノベーションの文化が浸透しており、起業家精神のある、進取の環境がある。



視察参加者全員で記念撮影



サウサンプトン大学記念広場



4. 日本の大学が「国際化」を図る上で、特に役立つと思われた取組み、日本の他大学にもぜひ知ってもらいたいと思えた新規かつユニークな取組み・方針等について

・国際部の組織が、地域別の専門担当となっており、担当した国々については、留学生リクルーティング・協定・交流・共同研究などあらゆる面の責任を持っている点が、非常に興味深かった。業務ごとに分担している場合の縦割りが解消される利点が大きいのと思われるが、各担当者がすべての業務の専門知識を要する点は対策が必要と思われた。

・産学協同に関しては、研究での協力や技術移転だけでなく、職業能力育成やカリキュラム開発など学生の教育に企業が関わっているとのことで、優秀な学生を排出することで世界での競争力を高めるためには取り入れる価値があると思われた。

（報告担当：大嶋三奈子、村山花織、江原 宏）



1. 大学の概略

ブライトン大学は、ブライトン、イーストボーン、ヘイスティングスに5つのキャンパスを持つ、学生数22,000人、教職員2,500人の総合大学である。アート、建築デザイン、教育、会計、スポーツ、薬学、理学、工学など幅広い分野のコースを提供しているほか、サセックス大学とのジョイントベンチャーによって立ち上げたメディカルスクールを擁する。特に、アート、デザイン、薬学研究と中小企業のイノベーションマネージメントを強みとするビジネス研究において、国際的な評価が高い。

学部プログラムのうち94%のコースで職業を基盤にして学ぶプログラム(work-based learning)を提供しており、それにより高い就職率を誇っていることに特徴がある。学生の起業精神を育成するために、Beepurple(ブライトン大学から起業した人たちのネットワーク)を利用したり、ビジネスアイデアを発展させることおよび起業のアドバイス提供を目的としたワークショップを毎月開催するなど、様々な取り組みを行っている。

154ヶ国からの留学生が在籍しているほか、パートタイムの学生や社会人学生が多いなど、学生の多様性に富んでいることにも特長がある。2010年度の出願者数は36,000人で、これは英国大学中、第12位を誇る。

創立	1858年 (Brighton College of Artとして発足)
所在地	Brighton, England
キャンパス	Brightonにあるキャンパス: Grand Parade, Moulsecoomb, Falmer Brighton以外にあるキャンパス: Eastbourne, Hastings
学長	Prof Julian Crampton
ランキング	Guardian 第78位 University league table (2011年度) QS-University in UK 第95位(2010) Times Good University Guide ranking 第70位(2010年度)
評価の高い分野	Art and design, Pharmacy, Innovation management 職業訓練に力を入れており、職業認定資格認定のある幅広いコースを提供している
ウェブサイト	http://www.brighton.ac.uk/
学生数	約22,000人(大学院生:30%)
教職員数	約2,500人
学部構成	Brighton Business School, Faculty of Arts, Faculty of Education and Sport, Faculty of Health and Social Science, Faculty of Science and Engineering, Brighton and Sussex Medical School, University centres

2. 訪問スケジュール

15:00 – 16:00	副学長による歓迎の辞 発表 1: ブライトン大学の紹介、学生の経験を国際化するための取組みについて、 東京農工大学との優れた交流実績の紹介 Professor Colin Monk, Pro-Vice-Chancellor (Business and Marketing)
---------------	---



16:20 – 16:50	発表 2: 学生支援について <i>Student Services</i> Ms. Karen Jackson, Head of Student Services
17:00 – 17:30	発表 3: 大学のブランド戦略と広報について <i>University branding and PR</i> Ms. Sylvie Spark, Marketing Office
17:30 – 18:00	ブライトンの名所であるロイヤル・パヴィリオンから、ブライトン・ピアまで、副学長自らの案内で移動

3. 発表要旨

発表 1

Prof. Colin Monk, Pro-Vice-Chancellor (Business and Marketing)

ブライトンについて

ブライトンは、人口 250,000 人を抱える、ロンドンに程近い街である。ロンドンからのアクセスの良さから、ロンドンの海の玄関口とも呼ばれ、年間約 800 万人の観光客が訪れる。

ブライトンにはブライトン大学とサセックス大学があり、2 大学を併せて学生数 40,000 人、大学関係の従業員数 250,000 人を擁し、地域経済に与える影響は年間 10 億ポンドにもなる。2 大学は密な協力関係にあり、共同で Brighton & Sussex Medical School を運営しているほか、教員同士の交流も盛んである。合同のアメリカンフットボールとチアリーディングのチームも持っている。

学生の経験を国際化するための取り組みについて

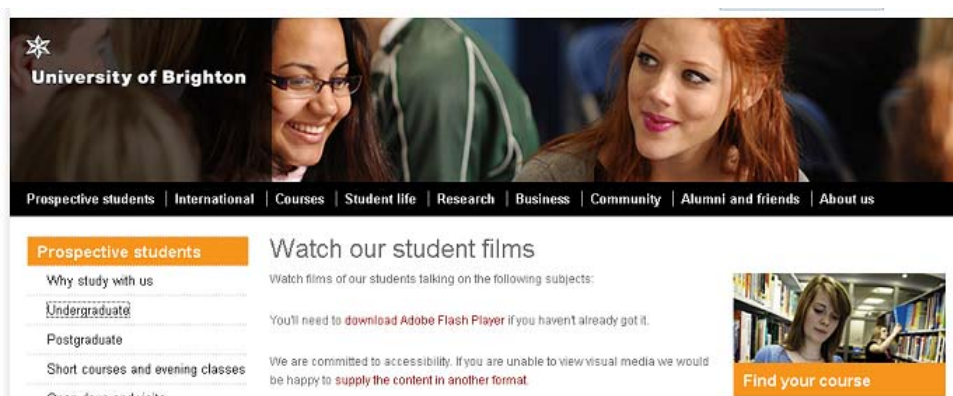
① 入学者選抜について

世界各国からの留学生とともに学ぶことで英国人学生の経験が国際化するとの見地から、学生の多様性を重視している。また、留学生の出身国や地域に偏りがあると、その国や地域の経済・政治の状況に影響を受けやすくなることから、国や地域のバランスを取ることが重要である。そうした観点から、ブライトン大学では入学者選抜の重要性を認識し、EU 内／EU 以外、学部生／大学院生をバランスよく募集し、また、一国偏重にならないことに注意しながら入学者選抜を行っている。また、エージェンツとの協同、ブリティッシュ・カウンシルからのサポート、およびウェブサイトのデザインやコンテンツを工夫するなど、様々な取り組みを行っている。その結果、現在は世界 154 ヶ国からの学生を受け入れることに成功している。

② その他の取り組み

学生の経験を国際化するために、①のほかに、次のような取り組みを行っている。

- ・世界 60 ヶ国からのスタッフを雇用
- ・海外協定大学との強力なリンクの活用(教職員交流、学生交流など)
- ・卒業生との協力



ブライトン大学ウェブサイト



東京農工大学との優れた交流実績の紹介

海外協定校との強力なリンクの活用事例として、東京農工大学との交流が挙げられる。ブライトン大学と東京農工大学は、「日英高等教育協力プログラム」を契機に交流を開始し、現在まで活発な交流を続けている。活発な交流が継続している理由としては、両大学の学長、副学長が同じ目的を共有した上で交流を開始したことが大きい。その他にも、日本学術振興会（以下、「JSPS」という）やブリティッシュ・カウンシル、東京およびロンドンの大使館からの多大なサポートのおかげであると認識している。両大学は、研究、教員交流、学生交流、職員のインターンシッププログラムおよび技術交流など、幅広い交流を行っている。両大学間では、15以上の共同研究プロジェクトが立ち上がっているが、そうした研究がJSPSからの補助金やEUその他からの補助金を受けていることも大きな成果といえる。また、学生が海外に行きたがらないという英国大学全体の傾向があるなか、ブライトン大学も同ような状況である。東京農工大学との学生交流も、当初は東京農工大学からの学生の受入れのみであったが、毎年受入れを継続していくことで、ブライトン大学の学生が日本留学に興味を持ち始め、現在は相互交流が実現している。

今後の国際交流

今後の国際交流では、言語と文化が重要となる。そのため、まず、短期間の語学研修を立ち上げる、英国のギャップイヤー（大学への入学が決まった学生が、入学を1年程度延期すること）を利用して交流を行う、JETプログラム（「語学指導等を行う外国青年招致事業」〈The Japan Exchange and Teaching Programme〉）を利用することなどが有効である。

発表 2: 学生支援について

Student Services

Ms. Karen Jackson, Head of Student Services

留学生サポートについて（宿舎、学習サポート、カウンセリング）

留学生業務に精通したフルタイムの職員が以下の業務を行っている。

- ・入学前: Entry Clearance についてのアドバイス、宿舎の確保、幼児教育のための保育所の手配、障害者へのサポートおよびアドバイス、その他全ての質問の窓口となっている。
- ・入学後: 留学生向けオリエンテーションおよび歓迎イベントの開催、留学生大使の任命、留学生会の設立、ソーシャルイベントの開催、カルチャーショックに対するアドバイス、生活の立ち上げ支援。
- ・課程内: 雇用適正の訓練、ボランティアの斡旋、学習サポート、個人チューターの提供、問題の早期発見のためのアセスメント。
- ・課程外: 留学生向けソーシャルイベントの提供、語学サポートおよび学習サポートの提供、就職活動イベントの実施、アルバイト探しのアシスト、模擬面接や履歴書の書き方指導。

また、留学生サポートは、教員、地域、大学ボランティア、学生組合および地域の宗教団体との協力が欠かせない。

発表 3:

University branding and PR

Ms. Sylvie Spark, Marketing Office

大学のブランド戦略と広報について

英国は、大学留学を希望する留学生の世界第2位の市場である。良い大学がたくさんある中で、学生やその家族は、最適な大学を探しているが、各大学が明確なブランドを提示することで、大学選択の一助となることができる。

大学のブランド戦略には、明確で一貫した独自性が必要とされる。ブランドとは、ロゴや画像だけではなく、大学が蓄積してきた経験全体を示すものであり、その大学がどんな大学かを示すものである。社会と経済の利益を基本として、革新的で世界的な関連性をもつ次の4つの分野で「ブライトン大学」のブランド設定に取り組んでいる。

- 研究:
 - ・79%は実生活への関わりとインパクトを重視した国際的研究である
 - ・世界各国の研究者との研究協力を行っている
 - ・ヨーロッパで最先端の自動車エンジン研究機関を Ricardo と共同経営している



・英国最大級の低燃費、低排出エンジンの研究機関(世界各国からの 40 人以上の研究者との共同)を持っている

●設備とテクノロジーへの投資:

- ・モダンな 5 つのキャンパスへ 2 億ポンド以上を投資・・・研究および学習設備の充実
- ・持続可能性とテクノロジーを重視している
- ・留学生への奨学金を整備している

●教育と学習:

- ・研究に基づく実践とコース設定を行っている
- ・教員が最新の研究及び専門家と結びつくことが学生の利益となっている
- ・全てのコースで、キャリアプランニングを重視している
- ・高等教育質保証機構から高い評価を受けている
- ・教育担当助手への奨学金を整備している

●地球規模のブライトン大学コミュニティ:

- ・世界的な展望と展開をもっている
- ・世界へのポジティブな影響を与えている
- ・10 万人を超える卒業生ネットワークを持つ
- ・世界 50 ヶ国からのスタッフを擁する
- ・研究・教育・学生を通じて世界 150 ヶ国と関わりを持っている

国際社会での知名度を上げるため、ブリティッシュ・カウンシルの協力を仰いだり、Google によるウェブサイトの分析を行ったり、学生や卒業生の意見をくみ上げたりと、需要に応じて適切な対応を行うように努力している。



左:ブライトン大学のウェブサイトに対する日本からのアクセス頻度
(過去 12 ヶ月間。Google による分析結果。プレゼンテーション資料より)



視察訪問の様子(左:Prof. Colin Monk によるプレゼンテーション、中央:ブライトン大学での集合写真、右:Pier にて)



4.日本の大学が「国際化」を図る上で、特に役立つと思われた取組み、日本の他大学にもぜひ知ってもらいたいと思えた新規かつユニークな取組み・方針等について

①協定校の活用

他の訪問大学にも共通している事項として、どの大学も、在学中にいかにより学生の経験を国際化するかということについて、高い問題意識をもって取り組んでいる。

その中で、ブライトン大学では、東京農工大との協定により毎年一定数の学生を受入れてきたことで、海外に対する学生の興味を高めることに成功している。日本留学に対する教員の理解が高まり、また日本人学生との交流を通じて学生の日本に対する興味を引き出すことで、日本留学へのモチベーションが形成されたものと推測される。日本人学生の内向き指向が危惧されるなかで、学生の興味を海外に向けさせるための方策として、また協定の有効活用の事例として、ブライトン大学と東京農工大学との交流実績は参考になるものと思われる。

また、協定を実質的な交流を伴ったものとするためには、協定締結前に双方大学間で綿密な交流計画を立てること、一定期間継続して交流を行うこと、および交流状況の管理をしていくことが重要であることを学んだ。

②ウェブサイトの有効活用

日本の大学でも行われていることとは思いますが、ブライトン大学では、海外広報ツールとしてウェブサイトを有効活用している。コンテンツの充実やデザイン性の重視のほか、ウェブサイトの実績評価を行っている点が興味深い。海外向け広報を効率よく行うためには、ウェブサイトの充実が欠かせないが、作成したウェブサイトが、実際にどのように利用・評価されているか知ることで、より効果的なウェブサイトとなるだろう。

(報告担当: 古川佑子、近藤真由子)