

## 1. 大学の概略

### 歴史

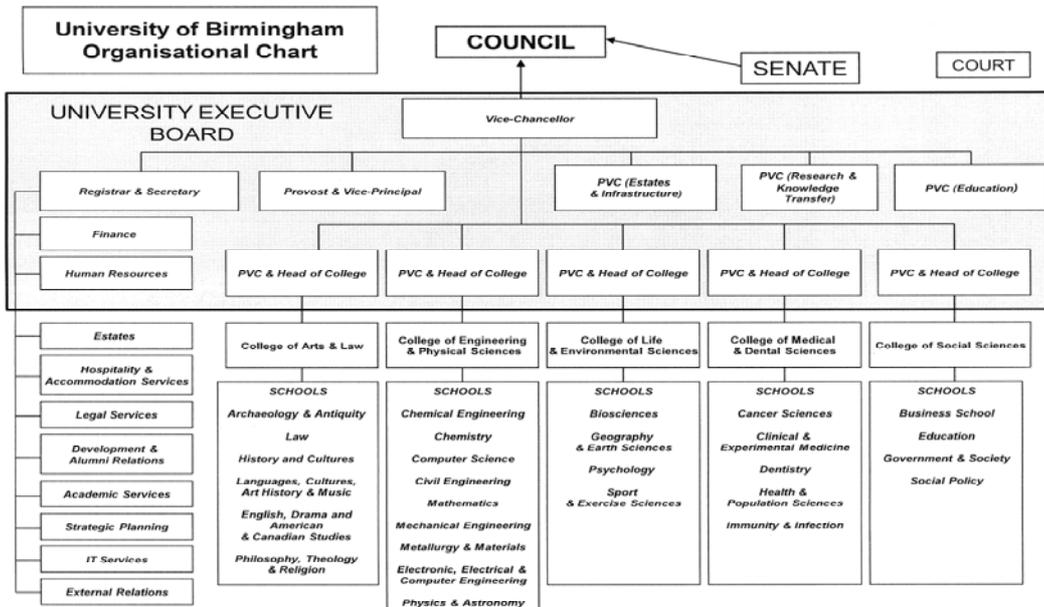
バーミンガム大学はロンドンから電車で 90 分、英国第二の都市、バーミンガムに所在している。前身は 18 世紀半ばまで起源をさかのぼることの出来る "Birmingham Medical School"、及び "Mason Science College" である。1900 年にヴィクトリア女王の下、王立憲章 (Royal Charter) により、宗教やバックグラウンドにかかわらず、全ての学生を平等に受入れる、英国初の "Civic University" として、現在のバーミンガム大学となった。ラッセルグループに属する研究重点型大学であり、その教育・研究水準は国内外から高い評価を獲得している。

### 構成

2008 年に組織改変を行い、5 学部 28 学科の体制となった。

各学部 (college) の長が Pro-Vice-Chancellor として、University Executive Board メンバーになっている。

- ・ Art and Law
- ・ Engineering and Physical Sciences
- ・ Life and Environmental Sciences
- ・ Medical and Dental Sciences
- ・ Social Sciences



出典：バーミンガム大学ウェブサイト [www.birmingham.ac.uk/Documents/university/org-chart.pdf](http://www.birmingham.ac.uk/Documents/university/org-chart.pdf) より

### 学生数 (2009 年度)

全学生数：約 26,000 人 (学部生: 約 17,000 人、大学院生: 約 8,700 人)

留学生数：世界 150 カ国から約 4,800 人 (うち、大学院生約 2,900 人)

\* 大学院の留学生数は、英国の高等教育機関で最大である。

\* 日本人留学生は、全学で 170 人程度。

### キャンパス

メインのキャンパスは、バーミンガム市中心部から約 5km に所在する Edgbaston campus である。

この他、メインキャンパス南側に Selly Oak campus が 1999 年に開設された。

キャンパスの総面積は 270 エーカーを超える規模である。



Edgbaston campus にある The Aston Webb building, Chancellor's Court

## 授業料(留学生)

学部では、選考別に5つのバンドに分かれており、£11,340 から£26,590

大学院では Taught Postgraduate コースで4つのバンドに分かれており、£12,330 から£15,660

## 宿舎費

オンキャンパス、オフキャンパスとも、様々なタイプの部屋を、大学の Accommodation Office が斡旋している。

部屋のタイプ、及びミールプランの有無により異なるが、50週で£4,500~11,500程度である。

## ランキング

The Times Higher Educational (THE) World University ranking : 75位 (2008年度)

QS World University Rankings : 59位 (2010年度)

Research Assessment Exercise (RAE 2008): 英国内 12位



キャンパス内の“Award-winning”の学生バー

## その他

バーミンガム市は活気に溢れ、文化的な生活が営める一方、ロンドンに比べ生活費が安い為、バーミンガム大学の学生は卒業後も、バーミンガム市近郊で就業し、引続き残る割合が高い。

## 2. 訪問スケジュール

- |               |  |
|---------------|--|
| 11:15 – 11.30 | 副学長による歓迎の辞およびバーミンガム大学概要紹介<br>Professor Michael Whitby, Pro-Vice-Chancellor and Head of the College of Arts and Law   |
| 11:30 – 12.00 | 発表 1: 国際戦略の展開事例– the Birmingham Experience<br><i>Approaches to International Strategy Development: Finding Your Way in a Globalising World</i><br>Dr Edward Harcourt, Director International Relations |
| 12.00 – 12.30 | 発表 2: 留学生の募集活動ならびに校友会ネットワークについて<br>Emma Mylett, Regional Manager within International Relations  |
| 12.30 – 13.30 | 昼食   |
| 13.30 – 14.00 | キャンパスツアー   |
| 14.00 – 14.30 | 発表 3: 効果的なパートナーシップの開拓について<br><i>Effective partnership development</i><br>Rachel King, Head of Study Abroad and Exchanges   |
| 14.30 – 15.00 | 発表 4: 留学生向けの支援について<br><i>Academic Services</i><br>Helen Eastham, Head of International Student Advisory Service  |
| 15.00 – 15.30 | 発表 5: 学生の雇用可能性を向上させるための企業との取り組みについて<br><i>Delivering employability in partnership with employers</i><br>Eluned Jones, Director of Careers and Employability Centre                                     |
| 15.30 – 16.00 | 発表 6: 大学の位置づけと広報活動<br><i>University Positioning and PR</i><br>Alistair Jarvis, Director of Communications and Marketing  |
| 16.00 – 16.30 | 発表 7: 国際部を運営するには<br><i>Running an international office</i><br>Hilary Brown, Operations Manager   |

### 3. 発表要旨

#### 発表 1: 国際戦略の展開事例 – the Birmingham Experience

*Approaches to International Strategy Development: Finding Your Way in a Globalising World*

Dr. Edward Hartcourt, Director, International Relations, University of Birmingham

バーミンガム大学国際部のディレクターHarcourt 氏より、同学の国際化についてプレゼンが行われた。

#### 高等教育における国際化とは何か？

- ・大学を始めとする高等教育機関は一般に、国や地方自治体といった、特定の「国家」「地方自治体」「地域」等、高等教育機関を財政的に援助する団体との関係が重視されるものである。  
従って、その地域性を越える「国際化(Globalisation)」は、ある種の矛盾(Paradox)を包含していると言える。
- ・「高等教育における国際化 Internationalisation」の定義とは何か。(引用: Jane Knight と Hans de Wit による定義)
  - “the process of integrating an international and intercultural dimension into the goals, functions (teaching and learning, research, services) and delivery of higher education”  
⇒ 「国際的、多文化的特質を、**高等教育の目標、機能、学生サービスに組み入れていく過程**」を指す。  
過去 10 年来、特に大学の「国際化」が提唱されてきているが、そもそも「国際化」の定義が曖昧である。  
また大学内においても、各部署の“国際化”の取組みが有機的につながっていないことが多々見受けられた。

#### バーミンガム大学の国際化戦略ステートメント

バーミンガム大学でも、従前から国際化について学内の様々な部署で議論がなされ、施策案が取りまとめられていたが、ともするとそれらは理想論になりがちで分かりづらく、「形骸化」したものであった。また、研究部門戦略、教学部門戦略等も各々策定され、全学レベルで考えると国際化戦略との一貫性に乏しいものであった。そのため 3 年程前に、実効性のある、非常に明確な同学の国際化戦略ステートメント -The Birmingham Emphasis - を策定し、全学で共有することとした。

#### 6 項目の - The Birmingham Emphasis -

- ① 国際的にも重要、かつインパクトのある研究を推進し、それらを可視化していく。
- ② 有能な学生、教授、研究者を世界中から集め、文化や価値観の多様化を積極的に推進していく。
- ③ 学生、教職員を国際的な活動に従事させ、各々の能力開発につなげていく。
- ④ 学生を広い見聞と良識ある市民とするべく啓蒙し、国際的に社会貢献できる人材として活躍するよう支援していく。
- ⑤ 世界中の高等教育機関、資金団体との協力関係を構築していく。
- ⑥ バーミンガム市と周辺地域の社会、文化、経済活動に対し、大学が有する国際的な専門知識や取組みを通じて、貢献していく。

#### Global Integration of Higher Education 5つの主要なトレンド

- ① Internationally mobile students  
⇒ 現在、全世界で母国外に留学する学生は約 300 万人。今後も増加傾向にある。
- ② “brain circulation”  
⇒ かつて言われた “Brain Drain” が一層進み、有能な人材が次々に国を超えて移動している。
- ③ trans-national developments  
⇒ 海外へのサテライトキャンパス設置など(例: ノッティンガム大学のマレーシアキャンパス等)
- ④ International research collaboration (IRC)  
⇒ 英国の科学研究費の 10-20% が、国外からの資金である。
- ⑤ Universities as export & innovation assets  
⇒ 英国の高等教育が「輸出品」としての価値を有している為、国の政策として積極的な支援が実施されている。





プロモーション活動として、政治家が海外の有力大学を訪問、大学首脳部とコンタクトする機会が増えている。それに比べ、日本の場合はどうか、という質問が Dr Harcourt より参加者に投げかけられた。日本では、政治家と大学関係者とのコンタクト、提言の機会は極めて少ないと言える。

## 発表 2 留学生の募集活動ならびに校友会ネットワークについて

*International Student Recruitment and Alumni Networks*

Emma Mylett, Regional Director

### リクルートメント・チームについて

国際リクルートメント・ディレクター1名の下に、各地域を担当する4名のリージョナル・マネジャーを配する。継続的に同地域を担当することにより、ノウハウが蓄積できる。また、それぞれのリージョナル・マネジャーの下には、その活動をサポートする、インターナショナル・オフィサーとリクルートメント・アドミニストレーターがいる。

### 留学生数の推移 2004-2010年

2004-2010年までに、外国人授業料を支払う留学生の数は、学部学生は1,220名から1,603名、修士号を中心とした院生は1,713名から2,234名、博士号院生は444名から672名に増加した。

### 市場のカテゴリー分け

バーミンガム大学は、「最優先市場」、「成長市場」、「新興成長市場」を対象に、留学生募集活動を展開する。市場の規模、成熟度、競争相手の有無等により、フォーカスや募集活動方法に差異がある。

- ①最優先市場： 中国、インド、マレーシア、ナイジェリア
- ②成長市場： ベトナム、カザフスタン、トルコ、サウジアラビア、インドネシア、カナダ、イラン
- ③新興成長市場： リビア、ブラジル、チリ、アゼルバイジャン、カタール

### 募集活動の企画プロセスについて

留学生募集活動を企画する際には、様々なソースから得られる市場情報を利用する。

- ①内部でのデータ分析： 学生数、出身国、選択する科目の動向を分析。
- ②外部機関が提供するデータの分析： HESA(高等教育統計局)、ブリティッシュ・カウンシルの教育市場情報など。
- ③国際情報を専門とする出版物： Universities UK International Unit の最新情報、*The Economist*、*Times Higher Education*、*The Chronicle* などの利用。
- ④各学部、研究科レベルとの協調の協力： コンサルタント活動、各学部・研究科に属するマーケティング部との協同。
- ⑤既存コンタクトの利用： 研究者が持つネットワーク、各大学国際部スタッフからの情報。地域によっては、大学としての評価に響かない程度に留学エージェントのネットワークも活用。

### 募集活動のプロセスについて

留学生募集活動は、以下のプロセスから成っている。

- ①新たに応募する留学生を見つけ出す段階： 各学部と協同での海外出張、留学フェア、海外の大学との提携関係締結、留学エージェント訪問、海外の大学への訪問、スポンサーへの訪問、ウェブサイトの運営、出版物の刊行。
- ②候補者が実際にバーミンガム大学に入学するまでに持っていく段階： 入学許可がおりた留学生やその両親を対象とするレセプションを開催。ここで教職員との顔合わせの機会や、合格者同士のコミュニケーションの機会を作ることは重要なプロセス。このほか、留学エージェントの訪問、CRM(Customer Relationship Management)によるコミュニケーション、奨学金の提供、インドでの留学フェアの開催、電話やウェブカメラを利用したキャンペーン等。
- ③留学出発前： ウェルカム・ガイドの提供、留学生の出身国内での説明会開催。

### 新たな留学生募集活動の展開

これまでの活動形態に加えて、以下のような取り組みを新たに展開している。

- ①新しい市場への投資
- ②博士号研究者向けの問い合わせサービス開始
- ③EUリクルートメント・オフィサーのポストの創設
- ④バーチャルな留学フェア等のイベントの開催
- ⑤電話を使ったキャンペーン
- ⑥卒業生広報大使 Alumni ambassadors の活動

- 
- ⑦奨学金プロモーションのさらなる拡大
  - ⑧在学生、卒業生のプロフィールをさらに広く紹介する、など。

## 校友会活動について

バーミンガム大学の校友会は、180カ国以上 158,000 人に広がっている。とくに活動が活発なのは、カナダ、中国(上海)、ギリシャ、香港、インド、日本、マレーシア、モーリシャスと米国(ニューヨーク、シカゴ、サンフランシスコ)である。各校友会は、年間で 20 種類程度のイベントを独自に企画・開催している。大学側は、世界各地域において、新しい校友会の設立を補助し、同時に、卒業生は国際部の留学生募集活動に協力するという関係が築かれている。

さらに大学は、全ての卒業生に対して、*Birmingham Magazine*、*Alumni Newsletter* などの冊子体出版物を送付するほか、E ニュースレターの送信、イベントへの招待の配布等を行っている。また、とくに中国やオーストラリア(メルボルン)、香港など、戦略的に重要な地域に住む卒業生に対しては、国際部との連携で、レセプション等を開催している。

校友会の形態は、インフォーマルなもの、フォーマルなもの様々である。フォーマルな校友会は、洗練されたイベントを定期的に開催し、大学の留学生募集活動にも積極的に協力している。これら校友会の存在をとおして、大学は卒業生との関係を維持することができ、また、卒業生の協力を得ることによって、大学の認知度を高め、さらに世界的な評価を上げることが可能となる。

## 発表 3 効果的なパートナーシップの開拓について

*Effective partnership development*

Rachel King, Heady of Study Abroad and Exchanges

### パートナーシップの姿勢

大学の国際的な評価を高める様々な事柄をサポートする。既存のパートナーシップを更によりよいものにするための機会を見極め、新しい大学とのパートナーシップの可能性を常に探っている。

### パートナーシップがもたらすもの

大学の評価や地位の向上、国際的な教育現場や世界で活躍する学生を育てたり、成長分野での研究の協力関係を構築し、カリキュラムやコースなどの充実度を図っていくことによって大学の国際化を更に進める。

### パートナーシップの例

提携関係を結んだ大学との活動の例として、学生や職員の交換留学、Joint courses や Dual degree、などのプログラム、個人や学部、研究所単位での共同研究で、技術面での協力と革新的な企画を進めていく。また、サマースクールや短期の授業、補習授業なども行っている。

### パートナーシップの注意点

パートナーシップは国際化を推進し、大学同士の情報交換による相互理解の機会をもたらすが、常に成功するわけではない。また、それを明瞭な形にするには時間が必要であり、相手を選ぶ段階でははっきりとした目標をもっていなければならない。互いが求めるものを満たしてくれる、尊敬し合える大学を選ぶことが重要である。

### パートナーシップをより成功させるために

パートナーシップを結ぶことがいかに互いに有益であるということを認識し、柔軟な考え方で協力関係をより発展させていく。また適材適所の判断が下せるよう、常に意見交換をして意思決定や責任の所在については明確にしておくべきである。

## 発表 4 留学生向けの支援について

*Academic Services*

Helen Eastham, Head of International Student Advisory Service

International Student Advisory Service (ISAS)では、海外からの留学生を受け入れる際の業務を以下の4項目に分類し、それぞれあるべき姿を描きながら対応している。

1. 英国入国に際する査証(ビザ)発給申請、入国準備支援
2. 到着(英国入国)支援

- 3. 在学中の支援
- 4. 学内関係者 (staff) に対する支援

### 英国入国に際する査証(ビザ)発給申請、入国準備支援

- ・衣類、生活習慣に対する情報提供のほか、家族を伴って渡航する際の諸手続きの案内
- ・英国へ留学するにあたっての英国独自の学業習慣(特徴)の案内、英語が母国語でない学生向けの英語支援 “prepare for success”ウェブサイト[<http://www.prepareforsuccess.org.uk/>]を学生へ案内し、事前準備をうながす
- ・到着時に必要な事項、入学手続きの情報は、学生本人だけでなく本国の保証人にも提供する

### 到着(英国入国)支援

- ・歓待する気持ちをもって出迎え、入学手続きを行うよう心がけている
- ・到着直後は環境への適応と順応が重要

留学生にとっては一つ一つのことを行うことが困難を伴う、という観点から到着直後は一方的にISAS側から留学生に情報提供するのではなく、できるだけ留学生の本音を吸い上げられるような仕組みを提供している(例:留学生にチューターを提供しても、留学生の生まれ育った国、地域の文化背景によっては本当に困っていてもチューターに話さない場合がある。よって、チューターが当該留学生は問題なく新しい環境に溶け込んでいる、と判断してもISASではチューターの報告を鵜呑みにしない。また学内関係者(staff)に対して留学生には様々な文化背景があることを啓蒙している)

### 在学中の支援、後援

- ・ISASの目標:留学生に、バーミンガム大学との連帯感、個々の自立心、そして“その場所においていいのだ”という帰属意識を持ってもらうこと→留学生がそれらの意識に気づくことができる能力を高めるのがISASの使命である
- ・学内の教職員に対するISASによる学内啓蒙活動:「留学生」とひとくくりで捉えるのではなく、それぞれの留学生に多様性があり、それを念頭に留学生に対応することが重要であることをISASは学内に伝えようとしている

### 職員に対する支援

- ・ISASは、在学生だけでなく、職員に対しても学内で国際経験を積んでほしいと考えている
- ・現在のグローバル社会では卒業後多国籍従業員と机を並べることがもはや普通である、という心構えを持った学生を輩出することができる学内の土壌育成に努めており、そのためには学内関係者に対する情報提供や支援が欠かせない。

## 発表 5 学生の雇用可能性を向上させるための企業との取り組みについて

*Delivering employability in partnership with employers*

Eluned Jones, Director of Careers and Employability Centre

Careers and Employability Centreには42名のstaffが所属しており、その中にインターンシップチーム、起業支援チーム、就職活動対策プログラム実施チームなど複数のチームがある。(組織図は以下の通り)



出典:発表者プレゼン資料より



## 就職先の主な分類

- ・“Blue Chip” company (一流企業) 群: 分類中70%が世界で活躍している企業、キャンパスに来て卒業生の募集実施あり
- ・公共事業
- ・第三セクター
- ・地域企業、SMEs (Small Medium Sized Employers) など
- ・同窓生に関連した就職先: 留学生にとっては本国にいる同窓生からの募集もある

## 就職支援に関するデータ

- ・現在、バーミンガムのデータベースには4,500の企業が登録
- ・毎年200程度の企業・団体等が学生獲得のためにキャンパスを訪れる
- ・毎年3,500件程度の求人がある
- ・英国では、在学中に学内のクラブ活動に従事した者が就職活動でよりよい成果を上げることが多い。

## 最近の英国採用側の特徴

- ・就職活動は「買い手市場」
- ・採用側は「一番優秀な学生」だけを採用したい  
経済危機以前は、学部生であれば最終学年に就職活動を行うのが通例であったが経済危機以降、学年一年時から採用したい学生に接触する流れに変わっている。

## バーミンガム大学主催の就職活動支援事業

- ・企業説明会: 毎年数百の企業が来校、企業説明会を実施、参加学生も数百名。
- ・キャリア・フェア
- ・ヴァーチャル・フェア: インドの企業がインド人学生採用のためにインターネット上で2~3週間かけてチャットで学生に接触する
- ・キャンパス内での採用面接の実施
- ・就職活動に向けての練習

## 採用側による就職能力開発事業

- ・“Skills Series”: 3~6回の講義、面接の受け方、人脈の構築方法や履歴書の書き方を学び修了者には修了証を発行
- ・教員と採用側による就職能力教育: 学生の就職機会の最大化に貢献 (例: 公共事業分野)
- ・特定の能力開発プログラム: 例えば、KPMGとバーミンガム大学ビジネススクールとの連携プログラムは6年間、給与付きで学生を育てる
- ・面接訓練

## 就職前に実務経験を積む機会の提供／インターンシップ

- ・“Flagship Global Internship”プログラム: 国際的な企業 (PricewaterhouseCoopers等) とのみ、選考を経た学生が参加
- ・夏季インターンシップ: 夏季休業期間中、6~12週間実施
- ・年間を通じて／特定のプログラムを通じてのインターンシップ
- ・Work Shadowing: 企業などで実際に仕事をしている社会人を観察する機会の提供

## 卒業生による在学生獲得を目的としたクラブ“Graduate Recruiters’ Club”

- ・スポンサーによる支援のもと、運営委員会が卒業生の就職している企業と在学生とのマッチングの機会を提供
- ・研究および新しい開発分野に対する貢献者を集めている

## 同窓生による活動

- ・“Leadership Mentoring Programme”: 各界で活躍している同窓生がmentor (指南役) となり、あらかじめ選考された在学生 (11名) に助言をする
- ・留学生に対する“Mentoring Programme”: バーミンガム大学卒業生と、卒業後に出身国で就職した留学生が同郷の在学生に助言する
- ・学内の各種学術的プログラムへ影響を与える効果がある
- ・学生の雇用機会を向上させるための各種事業に対する経済的支援が期待できる



## 学生起業家支援事業

- ・学内で懸賞を提供し、学生起業家を経済的に支援
- ・学内で起業家適性判断を開催
- ・企業趣意書の作成
- ・起業したばかりの学生にはBusiness mentorを提供
- ・学生起業家の卵を育てる仕組みがある

## 発表 6 大学のポジショニングと広報活動

*University Positioning and PR*

Alistair Jarvis, Director of Communications and Marketing

### 人々にどのような大学であると思わせたいのか

バーミンガム大学は、最先端のグローバルな大学であること、つまり、真理の探求・思考・活発な討論と行動・変化に満ち、野心的かつ大胆に前例や慣習を問い直し、研究を通じたグローバルな影響力を持ち、地域レベルでも国レベルでも地球規模にも活動を展開している大学として、人々に認知されることをPRの目標に置いている。

### 優れた研究実績に基づく名声を更に高めるために

総合大学として様々な学術研究の専門分野を広く発信することに努めている。それらは、最先端のグローバルな大学として認知されるためには不可欠な条件である。特にメディアとの関係や世論形成に力を持つ人々との関係を重視している。最先端のグローバルな大学であるためには、バーミンガム大学は社会に強い影響力を持った大学である必要があるからだ。メディアとの関係を築く専門チームを置き、保健・社会問題・芸術・科学技術・国際問題などに関わる研究領域を重点的にカバーしている。テレビやラジオ、新聞、ネットでの情報発信や、時事問題へのタイムリーなコメントの提供、研究者とメディア関係者・政策担当者との関係の構築にも尽力している。また、“Birmingham Heroes”キャンペーンでは、バーミンガム大学が誇る最先端の研究者を広く紹介しメディアに露出させることで、研究重点型大学としてのイメージの定着を図るのみならず、実際の最先端の研究による成果が、人々の生活にどのように役立っているのか例示することを目的としている。

### 学生に選ばれる大学であるためのポジショニング

最先端のグローバルな大学ならではの知的興奮に満ちた学生生活、将来の成功につながるような様々な機会、バーミンガムという国際都市における優れた学習環境など、学生への訴求力のあるポジショニングが重要であり、これらを裏付ける客観的事実の提示や見た目も高品質な大学紹介冊子の制作などを行っている。

### 将来計画について

今後は国際的な評価の更なる獲得を図る必要がある。これを推進するポストの公募や、国際的な規模での“Birmingham Heroes”キャンペーンの推進などを行いたい。またデジタルコミュニケーションの充実も重要である。モバイルテクノロジーの導入や新しいウェブサイトの立ち上げ、学生への広報の充実などが課題である。更に、研究者による政策提言の強化、優れた成果を挙げた研究者をHeroesとして国内外のメディアに広く発信することも考えている。

## 発表 7 国際部を運営するには

*Running an international office*

Hilary Brown, Operations Manager

### バーミンガム大学における国際関係担当チーム

国際関係担当のDirectorの下に、マーケティングや実務運営を統括するOperations Managerに加え、国・地域ごとに学生募集を担当するRegional Managerが複数名、国際的な企画開発を担当するDirector、Head、それに海外留学プログラムや学生交換プログラムを担当するHeadなどがおり、非常に広範囲をカバーする組織である。

### 運営方針と諸手続きのあり方

実務運営は効果的かつ効率的なものを心がけている。チーム全体に統一感と継続性が保たれるように腐心している。定

期的な見直しや更新を全体としても行なっている。優れた取り組み事例をチーム全体で広く共有することが出来るようになるためのツールの充実に努めている。

### 職員の能力開発

全職員がその優れた潜在的可能性を職務において完全に開花することができるような能力開発の機会の提供がミッションである。大学全体の方針や戦略、ならびに部局の方針や目標の理解と共有化を図るとともに、部局組織における自らの役割・位置づけの理解を深めさせ、研修機会を広く認知させることも重要である。職員個々に応じた導入的研修の実施、メンタリングの提供、年間ベースでの達成度の検証や振り返り、新年度の目標の設定、ラインの上司との定期的な面談の実施などを行なっている。目標達成に向けた能力の開発、知識・技能の応用、学内のみならずワークショップや定例会議、ネットワーキング、シャドーイングプログラム、優れた他大学事例の調査など、学外における研修機会も設けている。



### 財政面でのマネジメント

予算の執行管理、報告など、この分野における業務は増加の一途を辿っている。国際関係の関連予算は26種類にも及び、その業務の性格上、複雑な構成・支出内容となっている。月次、四半期ベースでの執行状況の検証や報告も実施されている。

### 健康と安全の確保に向けて

教職員の海外出張に際しては、出張先国・地域に関する危険情報の提供・収集、文化・慣習に関する事前のブリーフィング等を実施している。保険については必須であり、オンラインでの保険申し込み手続きや保険内容の情報提供も行なっている。保健衛生管理上、ワクチン接種に関する情報提供や消毒用品の提供・配付もしている。危機管理のために、緊急連絡先を出張者が持参する携帯電話にプリセットするとともに、そのような場合、どう行動すればよいか、連絡を受けた側はどうかなど、危機発生時の対応についても一体的に運用できるように工夫している。

## 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り組み、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り組み・方針等について

・英国では、政治家が大学の学長らを伴って外国を訪問するなど、政府との協力の上での、国全体としての留学生リクルートや国際的プレゼンスを高める活動を行っている点が興味深かった。

・バーミンガム大学では、これまで「国際化」は大学全体の戦略の中で優先順位が高い項目であったが、大学として提示していた精密な「国際戦略」は項目が多く、かえって焦点がわかりづらく、大学構成員に共有しづらいものであったのではないかと反省のもと、国際化における重点項目を3つに絞り、わかりやすく提示することで大学構成員間でのビジョンの共有を目指していた。こうした「国際戦略」の簡略化は大変参考になった。

・協定締結や連携の相手機関は厳選され、具体的な目的・活動が見込めるものに限定されている。また、協定機関や連携機関との交流実績は毎年検証し、継続の有無や内容の改定等の可能性が検討される。つまり、管理できる範囲の協定機関数に限定している、とのことであった。日本では、いわゆる紳士協定のような協定等が多いが、実質機能しているものは少なく、また、協定校数のみが増え、実質的な交流は必ずしも進展しないという現状がある。大学を取り巻く情勢や執行部も変わりうるので、協定や覚書等については、原則として期限を短めに設定し、更新時に交流実績等を精査してパートナーを選択し、有力なパートナーに集中投資する方が効率的であろう。

・今回訪問した他の大学にも共通する特徴であるが、日常的に新聞・雑誌社等と連絡を取り、研究成果を売り込む等の積極的な広報が通常業務として行われている。売り込むべき研究成果を誰がどのように選択するか等の課題はあるが、自大学のポジショニングという意味でも、意味のある活動だと思われる。

(報告担当: 石津健一、西崎由里子、片岡龍之、松下大介、菊池真美)