

# イギリスの大学によるウェブサイトの活用法

—バーミンガム大学の事例を中心に—

板倉 孝信, 吉田 章人, 並川 努, 坂本 信 (新潟大学)

18 歳人口の減少を受けて、日本の大学における志願者確保対策の重要性は高まりつつある。特に企業が積極的に推進してきたブランディング戦略は、大学にも浸透してきている。本稿ではこのブランディングの視点から、海外の大学における志願者確保対策を検討したい。具体的には、国内外から大学志願者を確保しているイギリスを取り上げ、これを日本と比較する。異なる国の大学ウェブサイトの特徴を比較し、その検討結果を発表することは、広報戦略の改善に資すると考えられる。

キーワード：ウェブサイト、ブランディング、イギリス、海外事情、志願者確保

## 1 はじめに

### 1.1 本稿の目的—大学ブランディングの重要性

近年の 18 歳人口の減少加速を受けて、日本の大学における志願者確保対策の重要性はますます高まりつつある。特に広報手段の一環として、企業が積極的に推進してきたブランディング戦略は、大学にも浸透してきている。大学ブランディングとは、①志願者が大学の存在自体を見出し、②その教育サービスに興味・関心を持った上で、③最終的に出願・入学に繋げる、志願者・大学間のコミュニケーションと定義される。これを実現するためには、④大学が他校との差別化を図る特色・個性を見出し、⑤それを 1 つのコンセプトに沿って凝縮した上で、⑥魅力的なコンテンツとして志願者に示す必要がある (酒井, 2017)。

実際に、大学ブランディングの具体的な手法を紹介した文献 (岩田, 2014; 吉田, 2019) や、デザインやメディアの効果的な利用を検討した文献 (酒井, 2017; 学校広報ソーシャルメディア活用勉強会, 2018) も発表されている。一方で、海外でも同様に大学ブランディングの重要性は指摘されており、学生ニーズを意識して大学イメージを刷新することが求められている (Thornton, 2015; Ihme et al., 2016)。そこで本稿ではブランディングの視点から、海外の大学における志願者確保対策を検討してみたい。

### 1.2 イギリス大学事情に関する先行研究の動向

本稿では対象国として、近年も THE (Times Higher Education) 大学ランキングでアメリカに次いで上位を占め (11 大学/上位 100 大学: 2020 年)、留学生受入数でもアメリカに次いで多い (43.5 万人: 2017 年) イギリスを取り上げ、これを日本と比較する (THE 世界大学ランキング・2020 年ランキ

ングページ; ユネスコ統計研究所・教育・留学生受入数の国別推移ページ)。イギリスの大学に関しては、日本でも多くの研究が重ねられてきたため、以下で簡単に整理しておく。

特に志願者確保に関わる事例に限っても、①入試改革・高大接続に関する研究 (沖, 2017; 沖, 2019)、②授業料・奨学金に関する研究 (田中, 2012; 小林ほか, 2015)、③留学生支援と受入政策に関する研究 (奥村, 2011; 高橋, 2012)、④学生相談・キャリア支援に関する研究 (夏目, 2015; 伊藤, 2017) などが挙げられる。先行研究では大学ウェブサイトに関する言及も散見されるが、これをブランディングと併せて論じたものは 1 点のみで (Ihme et al., 2016)、しかも若年層以外の志願者確保に関する研究であった。志願者確保対策における大学ウェブサイトの影響力を分析した研究も、管見の限り見当たらない。

前述したように、大学ブランディングは入試広報戦略の重要な構成要素であるため、大学入学者の多数を占める若年層を主要なターゲットとする必要がある。その若年層に対する訴求力が強いコンテンツとして、大学ウェブサイトは重要な役割を果たしているが、先行研究でその点に触れたものは見られなかった。特に 800 校に迫る大学を擁しながら、少子化が急速に進行している我が国で、大学が生き残りを図るためには、他大学との差別化が不可欠である。その差別化された特色や個性を若年層の志願者にアピールする媒体として、大学ウェブサイトは有効な存在であり、いわば「大学ブランディングの尖兵」と言える。

### 1.3 大学ウェブサイトへの着眼とその検討意義

上記を踏まえて、本稿ではブランディングと志願者確保の視点から、大学ウェブサイトの日英比較を試み

たい。大学ウェブサイトは、志願者が出願先を決定する際、情報収集のために閲覧する最も重要な媒体の一つである。ここには、もう一つの重要な媒体である大学案内も、デジタル文書としてアップロードされていることが多い。両者は大学にとって、ブランディングと志願者確保の主軸となる存在であり、これらを検討する意義は大きい。日本の大学がウェブサイトを作成する際に、国内他大学の事例を参照する可能性は高いが、海外の事例まで参照することは少ないと予測される。これはイギリスでも同様であると見られ、ヘッドラインのメインタブ構成は、どの大学も非常に似通っている。この事実からも、異なる国の大学ウェブサイトの特徴を比較し、その検討結果を発表することは、広報戦略の改善に大いに資すると考えられる。

## 2 大学ウェブサイトの日英比較

### 2.1 日英双方に見られる共通点の整理

日本とイギリスの大学ウェブサイトを比較すると、そのコンテンツのラインナップには共通点が多く見られる<sup>1)</sup>。トップページには、利用者別のメインタブ（受験生・在学生・卒業生・教職員・研究者・一般など）と、目的別のメインタブ（入試・教育・研究・産学連携・国際交流・大学訪問など）を備えている大学が多い。またサブページのコンテンツも、それぞれページの割り当ては異なるが、慎重に観察するとラインナップは類似している。それに対して、日英両者で大きく異なるのは、コンテンツに関する「ウェイトとアプローチ」であり、いわば「見せ方（魅せ方）」の違いであると言える。これは些細な問題に思えるが、大学ブランディングによるイメージ戦略を念頭に置くと、意外に重要な意味を帯びてくる。

### 2.2 日本と比較したイギリスの特徴

日本と比較した場合の、イギリスの大学ウェブサイトの特徴は、①学生自身による説明、②映像・画像の多用、③鮮明なイメージ形成の 3 点に求められる。図 1 は、筆頭著者が以前に訪問研究員として所属した、バーミンガム大学<sup>2)</sup>の学部志願者向け案内<sup>3)</sup>の一部である。このページでは、Student Hub と呼称される学生支援センターを紹介しているが、説明する右上の女性は職員ではなく学生である。この案内は、大学が公式的に作成している媒体であるが、日本の場合と異なり、教職員はほとんど登場しない。



図 1 在学生自身による学生支援サービスの説明 (バーミンガム大学・学部志願者向け大学案内)

これはウェブサイトでも同様であり、キャンパス・都市・学生寮・留学・サークルなどに関する説明も、大半を学生が担当している。またウェブサイトには、日本よりも圧倒的に多くの映像や画像が掲載されているが、これらに出演しているのも、講義以外は大半が学生である。このように志願者が身近に感じる在学生の姿を常に前面に出すことで、大学生生活を鮮明にイメージできるような工夫が施されている。

### 2.3 イギリス事例紹介における着眼点

3.で行うイギリスの大学ウェブサイトの事例紹介では、①Course Search による各種情報の提供、②キャンパス所在地の歴史・文化の紹介、③在学生や卒業者の同窓ネットワーク化の 3 点に注目する。詳細は後段に委ねるが、①は日本の大学ウェブサイトに見られず、②・③は存在するものの、その分量・密度がイギリスより乏しい。これらを踏まえた上、イギリスの大学ウェブサイトの全体的特徴をまとめつつ、筆頭著者が所属経験を持つバーミンガム大学の事例を中心に分析を進める。さらにその後で、日本の大学ウェブサイトの特徴にも言及することで、日英両者の長所と短所を相互補完できる可能性を探っていく。

本稿で事例として注目するバーミンガム大学は、イギリスでロンドンに次ぐ人口（約 115 万人）を擁するバーミンガム市に拠点を置く、ウェスト・ミッドランズ地方（イングランド中部）の中核大学である。学部生数で国内 6 位（約 3 万人）、2020 年の THE ランキングで国内 13 位（世界 112 位）を誇っており、留学生比率も約 30%に達している。このようにバーミンガム大学は、教育・研究力の高い国際的な大規模大学であるが、THE ランキングで国内 9 位（世界 77 位）のウォーリック大学が近郊にあり、留学生比率もランキング上位の他大学と比べて低い状況にある。そのためか、他大学と比べて大学ウェブサイトのコンテンツが充実しており、特に国内他地域や外国から志願者を呼び込むための工夫が多く施されている。また、前述したイギリスの大学ウェブサイトにおける 3 点の特徴も全て持ち合わせており、本稿で注目する事例として適切な条件を備えている。

### 3 イギリスのウェブサイトの特徴

#### 3.1 Course Search による各種情報の提供

イギリスの大学公式ウェブサイトには、Course Search もしくは Course Finder と称される、コース（主専攻・副専攻）の検索機能が存在する。大学ごとに形式に微妙な差異はあるが、筆頭著者が調査した大学ウェブサイトは、全てこの機能を備えていた。この結果からは、コースの概要や構成だけでなく、出願基準や年間授業料などの情報が読み取れる。特に出願時点で必要となる、GCE A-Level（General Certificate of Education Advanced Level）や IB（International Baccalaureate）Diploma などの成績水準も、ここに明記されている。

また、各コースの卒業・修了のために必要な取得単位や留学期間、基本的な教育方針や評価基準も詳細に記載されている。さらに、履修を通じて取得できるスキルや資格、卒業・修了後に期待される就職・進学の方角性が示されるケースもある。このページを見るだけで、大学の「入口・本体・出口」が一貫して見通せるようになっており、利便性が高い。他のページと比較すると、難易度も重要度も高い内容が並んでおり、熟読が必要とされる部分であると言える。

図 2 はバーミンガム大学の公式ウェブサイトの Course Search で、“history”という単語を検索した際の結果を示したものである。この検索条件では、学部生対象のコースが計 21 件、大学院生対象のコースが計 47 件ほどヒットした。この中には、コース名称に“history”という単語を含まないものも多く存在する

ため、いわゆる「あいまい検索」の一種であると推定される。特定の分野に関心を持つ志願者に対して、より多くの候補を取りこぼしなく紹介するために、検索条件が工夫されているのであろう。

The screenshot shows the University of Birmingham website's Course Search interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Study', 'Research', 'International', 'Business', 'News', and 'About us'. Below this is a search bar with the text 'history' entered and a 'Search' button. The search results are displayed in a table format with columns for 'Course Name', 'Level', and 'Course type'. The results list various undergraduate courses such as 'History BA', 'History and History of Art BA', 'History and Philosophy BA', etc. The table also includes a 'Next page' button at the bottom right.

| Course Name  | Level         | Course type   |
|--|---------------|---|
| History BA   | Undergraduate | Single honours  |
| History and History of Art BA                              | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| History and Philosophy BA                                  | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| History and Political Science BA                           | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| History and Theology BA                                    | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| History of Art BA  | Undergraduate | Single honours  |
| Ancient and Medieval History BA                            | Undergraduate | Single honours  |
| Ancient History BA   | Undergraduate | Single honours  |
| Anthropology and History BA                                | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| Archaeology & Ancient History and History BA               | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| Archaeology and Ancient History BA                         | Undergraduate | Single honours  |
| English and History BA                                     | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| English and History of Art BA                              | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| Modern Languages and History BA                            | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| Modern Languages and History of Art BA                     | Undergraduate | Joint honours combined                                  |
| Classical Literature and Civilisation BA                   | Undergraduate | Single honours  |
| Education BA (Hons)  | Undergraduate | Single honours  |
| International Relations BA                                 | Undergraduate | Single honours  |
| International Relations with Economics BA                  | Undergraduate | Major-minor combined, single honours                    |
| International Relations with Economics BA with Year Abroad | Undergraduate | Major-minor combined, single honours, study abroad year |

図 2 Course Search による“history”の検索結果  
(バーミンガム大学・学部志願者向けページ)

検索一覧には Course Name（コース名称）の他に、Level（学部 or 大学院水準）、Course Type（単一 or 複数専攻）、Study Options（履修年限）が提示されている。さらに各コースをクリックすると、出願・履修・修了に関する説明に加えて、学生・教員が出演する動画（YouTube）のリンクが多数埋め込んである。動画数は学生によるものの方が多く、志願者にロールモデルを示すことで、入学後のイメージを想像させる効果を有する。一方で教員による動画は、文字情報で伝わりにくい専門分野の初歩的な内容を、志願者向けに分かりやすく説明している。

上記のような Course Search が、日本で見られないのは、入試や学位に関する制度が、イギリスとは大きく異なるためと考えられる。イギリスでは、選択コース（希望学位）ごとに GCE A-Level や IB Diploma の出願基準だけでなく、取得単位・留学期間などの卒業要件も別々に設定されている。例えばバ

ーミンガム大学では、学部生対象の歴史系コースだけでも主専攻 19 件、副専攻 4 件があり、極めて選択肢が多い。さらに、コース別に入口から出口まで異なる設定であるため、日本のような学部・学科単位でなく、コース単位で整理されていると考えられる。

ちなみに、このウェブサイトでは学部生対象のコースが約 400 件、大学院生対象のコースが約 600 件もヒットする。このコースごとに、出願・履修・修了条件や、学生・教員の出演動画が掲載されているページが用意されており、情報量は大変に充実している。ただし後述するように、その膨大な情報量ゆえに、複数の類似コースを比較対照することが困難な側面がある。また図 2 は紙面構成の都合上、文字が小さくて読みづらいため、以下に計 21 件に及ぶ学部生対象の歴史学コースの名称のみを全て列挙しておく。

- History BA
- History and History of Art BA
- History and Philosophy BA
- History and Political Science BA
- History and Theology BA
- History of Art BA
- Ancient and Medieval History BA
- Ancient History BA
- Anthropology and History BA
- Archaeology & Ancient History and History BA
- Archaeology and Ancient History BA
- English and History BA
- English and History of Art BA
- Modern Languages and History BA
- Modern Languages and History of Art BA
- Classical Literature and Civilisation BA
- Education BA (Hons)
- International Relations BA
- International Relations with Economics BA
- International Relations with Economics BA with Year Abroad
- International Relations with German BA

### 3.2 キャンパス所在地の歴史・文化の紹介

イギリスの大学公式ウェブサイトでは、メインキャンパスが存在する都市に関して、歴史・文化・生活・観光を紹介するページが充実している。もちろん、日本の大学にも同様のページは存在するが、あくまで大学紹介の付録に過ぎず、イギリスのそれには及ばない。例えば、東京・京都・大阪・名古屋などの歴史ある都

市に、多数の大学が存在しているが、ウェブサイトでその歴史・文化を丁寧に紹介している例は、比較的少ない。またイギリスの場合、自宅通学者は 20%程度と少なく (National Union of Students, 2015: 11)、キャンパス周辺に住む自宅外通学者が比較的多い。こうした背景から、イギリスの大学生生活は、見知らぬ都市に移り、そこで生活しながら、経験を重ねていくことを前提としているのであろう。

また学生が持つ都市の歴史や文化に対する関心の度合や方向も、イギリスと日本では少し違うように思われる。日本の大学公式ウェブサイトでは、キャンパスが存在する都市を紹介する際に、生活や観光に大きなウェイトが置かれる傾向が強い。これに対してイギリスでは、歴史や文化、音楽や美術に関する記述も豊富であり、志願者の関心がそれらに向いていることが窺える。さらに言えば、イギリスでは都市の魅力も大学の魅力の一部と認識している節があり、そのためアピールに余念がないように感じる。

図 3 は、バーミンガム大学の公式ウェブサイトにある、都市紹介の特設ページを示したものである。冒頭に、バーミンガムの魅力を凝縮した 2 分強の YouTube 動画のリンクが貼られているが、スタイリッシュな作りに驚かされる。またその右側には、Music and Nightlife, Arts and Culture, Food and drink, Shopping, Getting around, Our history の項目が並んでおり、それぞれ別ページで詳細な説明がなされている。前述のように、筆頭著者はこのバーミンガムに正味 10 ヶ月ほど滞在した経験があるが、ここで紹介された場所は半分も回っていない。

ただ、若年層をメインターゲットとする以上、各項目の構成は彼らの関心に寄り添ったものにせざるを得ない。例えば音楽に関して、バーミンガムはクラシック・オーケストラが拠点を置く都市として有名だが、その説明はほとんど見られない。実際の Music and Nightlife のページでは、ポップ・ジャズ系のライブ、フード・デザイン関連のイベントなどが並んでいる。また Our history のページでも、ジュエリー・チョコレート・デザインなどの側面が強調される一方で、産業革命期の工業都市化には言及がなく、近代史研究者である筆頭著者には寂しい気もする。

このように、歴史や文化に関する説明が豊富であるといっても、当然ながらそれらは若年層のニーズを強く意識している。生活・観光に関しては、図 3 下部の City centre, Digbeth, Jewellery Quarter, Moseley and Kings Heath, Harborne, Selly Oak の各項目で、若年層が楽しめるバーミンガムのエリア

を列挙している。特に **New Street** と **Moor Street** の 2 つのターミナル駅を中心とする **City centre** の説明は詳しく、在学生在がおすすめのスポットやショップを訪れる様子をブログ風に紹介している。他のエリアについても、在学生在が 15~20 ポンドの限られた予算で、どのように楽しめるかを動画で示している。

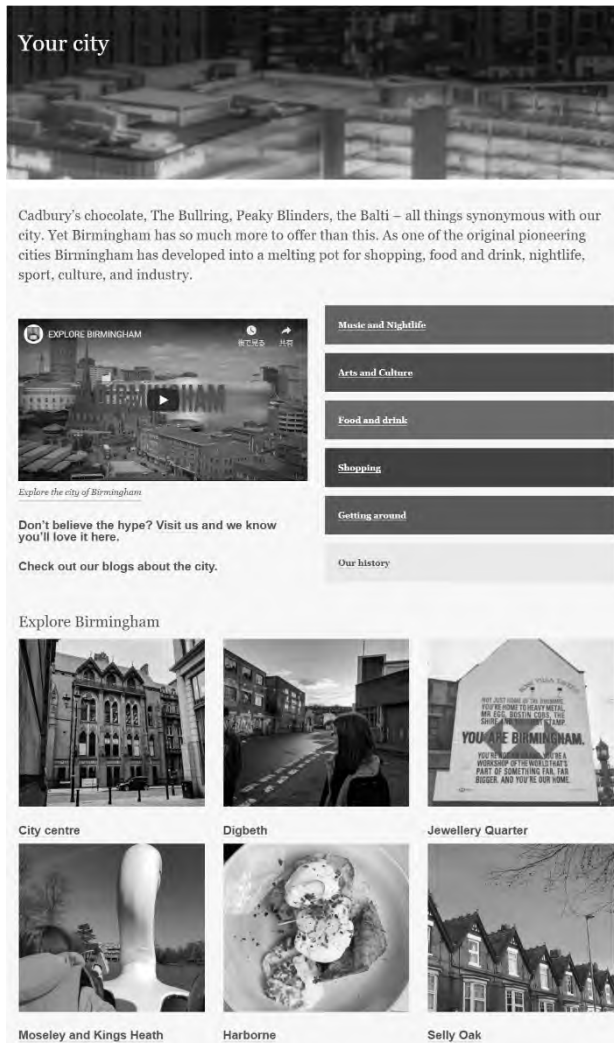


図3 バーミンガムの歴史・文化・生活・観光紹介  
(バーミンガム大学・バーミンガム市街紹介ページ)

### 3.3 在学生や卒業生による同窓ネットワーク化

イギリスの大学公式ウェブサイトには、**Guild of Students** (学生組合) や **Clubs and Societies** (クラブ・サークル) など、在学生のネットワークに関するページが設置されている。日本のウェブサイトにもこうしたページは存在するが、都市紹介と同様に、分量・密度共にイギリスの方が充実している。日本の場合は、生活協同組合の利用説明や強豪サークルのアピールが中心だが、イギリスでは、学生目線から学生組

合やサークルへの参加意義を具体的に示している。特に学生組合が、学生支援の一環として、生活全般に関する相談対応を行っている事例も見られる。

また卒業生のネットワークに関しても、在学生の場合と同様に、イギリスの方がウェブサイトでの取り扱いが優れている。日本でも、早稲田大学の稲門会や慶應義塾大学の三田会などに代表されるように、大規模な同窓会組織を形成している大学も存在する。しかしウェブサイトでは目立たず、たとえ志願者が参照しても、役立ちそうな情報はあまりない。それに対して、イギリスの卒業生向けページは構成も工夫されており、卒業後のコミュニティの様子が明確に伝わるものが多く、志願者の参考になる可能性が高い。

図4は、バーミンガム大学の公式ウェブサイトにおける、卒業生向けのページを示したものである。同窓会の機関誌やイベント、大学の研究・教育紹介やキャリア形成に関して、画像や映像を交えて生き生きと伝えている。ラインナップは日本の大学と大差ないかもしれないが、分量・密度が異なるため、志願者に与える影響力は大きく変わると思われる。卒業後に出身大学とどのように関わっていくかを想起させることは、大学への信頼醸成に繋がり得るであろう。

またバーミンガム大学は、約 **1km<sup>2</sup>** の広大な敷地に多くのスポーツ施設を保有しており、運動系のサークルが多い。スポーツの特設ページでは、フィットネスジム・体育館・プール・グラウンド・クライミングウォールなどの各種施設が紹介され、授業外の学生交流も盛んであることが窺える。また大きく4つの地区に分かれた学生寮に関するページもあり、**YouTube** 動画には寮生同士が親しく会話する様子が映っている。大学案内では、実際の入寮者が学生寮に関する解説を担当しており、リアルな感覚が伝わってくる。

ちなみに、筆頭著者は訪問研究員としてバーミンガム大学に所属したため、クラブ・サークルに参加せず、学生寮にも入らなかった。当時は博士論文のための資料収集に忙殺されていたこともあり、在学生のネットワークを十分に経験し損ねたように思う。その一方で、卒業生のネットワークは、毎月ペースで送られてくる同窓会事務局からのメールで実感している。そのリンクから、図4の卒業生向けのページを初めて閲覧した際に、日本の大学の淡泊な内容との違いに衝撃を受けたことは、今でもはっきり覚えている。

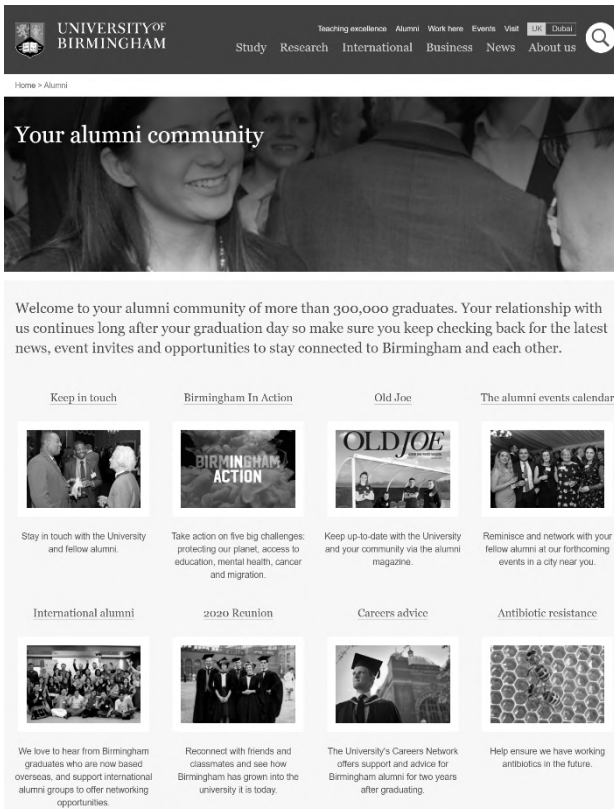


図 4 大学卒業生向けページでの積極的な活動紹介 (バーミンガム大学・卒業生コミュニティーページ)

## 4 イギリスと比較した日本の特徴

### 4.1 大学説明・進学相談などの志願者対応

ここまでの内容を踏まえて、イギリスと比較した場合の、日本の大学ウェブサイトの特徴にも触れておきたい。イギリスの大学ウェブサイトにも、オープンキャンパス (Open Days) やイベントなどの告知は掲載されているが、それらの大半はキャンパスの内部か近郊での開催である。管見の限りであるが、留学フェアなどの国外で実施される一部の例外を除けば、日本のようなキャンパス外での大学説明会や進学相談会の告知はほぼ見られなかった。大学説明に関しては、ウェブサイト上の映像で十分に代替できると考えられるが、個別相談に関しては、キャンパスを直接訪問する他は、原則として電話・メール・チャットなどの遠隔通信を利用するしかない。ウェブサイトにも未掲載のイベントが存在する可能性も否定できないが、日本のようにキャンパス外で進学相談会を開催した方が、志願者のニーズを正確に把握できると思われる。

### 4.2 学年単位のカリキュラム概要と一覧表

前述したように、イギリスの大学ウェブサイトでは、Course Search の検索結果から、各コース (主専攻・

副専攻) の出願・履修・卒業に関する情報が、全て一度に把握できる。これはコースが確定している志願者には便利だが、複数の主専攻を比較したり、主専攻と副専攻を組み合わせたたりする志願者には不向きである。ここには学年単位のカリキュラムが図示されておらず、主専攻と副専攻の組み方も示されていないためである<sup>4)</sup>。コース選択で迷っている志願者には、日本の大学ウェブサイトや大学案内で見られる学年単位のカリキュラム概要と一覧表の方が比較しやすい。入試情報のみを一覧として示す大学もあるが、イギリスの方が日本より選択肢が多いため、比較しづらいのは同様である。このように日本の事例と比較すると、先進的に見える Course Search にも弱点があることが窺える。

### 4.3 アナログによるデジタルの補完可能性

これまで確認してきたように、イギリスの大学ウェブサイトは、多数の動画リンクや Course Search のようなデジタル要素 (電子媒体・非対面式) で日本を凌いでいる。一方で、デジタルではカバーしきれない、進学相談会やカリキュラム概要・一覧表などのアナログ要素 (紙媒体・対面式) では、日本がイギリスよりも優れていると見られる。今後は大学ウェブサイトに限らず、志願者確保対策の全体でデジタル化が進んでいくと予測されるが、これを補完するアナログ的な要素も必要とされ続けるであろう。日本とイギリスの大学が、ウェブサイトなどを通じたブランディングに関して、相互に学び合うことで弱点を克服できれば、将来的な志願者確保に資すると思われる<sup>5)</sup>。

## 5 おわりに

### 5.1 本稿の総括—大学ブランディングの行方

本稿は、志願者確保のために最も重要な媒体の一つである大学ウェブサイト注目し、日英比較分析を試みた。まず日本と比較した際、イギリスの大学ウェブサイトの特徴的な点として、①学生自身による説明、②映像・画像の多用、③鮮明なイメージ形成を挙げた。さらに、①Course Search、②都市の歴史・文化紹介、③在学・卒業生の交流に関して、バーミンガム大学の事例を参照しつつ、イギリスの大学ウェブサイトの特徴を確認した。最後にイギリスと比較すると、日本の大学ウェブサイトはデジタルで及ばないが、これを補完するアナログで勝っていると指摘した。

上記の 6 点のうち、イギリスに特有な入試方式に合わせて設計された Course Search を例外として、いずれの要素も日本の大学ウェブサイトにも即座に应用可能である。前述したように、日本の大学ウェブサイ

トは教育・研究以外のコンテンツが貧弱な傾向にあり、全体的に文字が多くて堅い印象を受けるため、志願者のニーズに応えるという点で、イギリスのそれに見習うべき部分は多い。唯一の例外とした Course Search については、バーミンガム大学以外の事例でも、専攻同士の比較が行いにくいという欠点は同様であるため、まだ改善の余地がある。日本の大学ウェブサイトでも導入可能なアイデアとしては、専攻希望の分野を入力すると、あいまい検索によって適切な学部・学科候補を提示する機能が考えられる。ただし、こうした学部・学科の探索機能は、大手教育出版社・予備校ウェブサイトの方が充実しており、それとの差別化を図ることが、導入上の課題となるであろう。

## 5.2 イギリスの大学に対する日本の事例紹介

本稿によって、日本の大学にはウェブサイトに関するイギリスの事情を伝える機会を得たので、今度はイギリスの大学に日本の事情を伝えるよう努めたい。そのためには、日本の大学ウェブサイトに見られる特徴を中心に検討を進めて、その成果を英語論文にまとめて海外雑誌に投稿する必要がある。前述のように、イギリスの大学ウェブサイトは、トップページのメインタブ構成が似通っており、海外の事例を参照している可能性は高くない。ましてや、日本の大学ウェブサイトを参考にする可能性はほぼ皆無と思われるので、この日英比較分析を発表する意義は十分にある。

## 5.3 今後の課題—ウェブサイト以外の対象へ

本稿では紙幅の都合から、大学ウェブサイトの特化したが、今後は他の志願者確保対策に関する日英比較に視野を広げる。実際に現地で取材する機会が得られるのなら、イギリスの大学でオープンキャンパスの実態を調査し、ウェブサイトだけでは窺い知れない日英両国の相違を探りたい。また日本国内で開かれる留学フェアなどに参加し、イギリスの大学が留学生を募集するための工夫を調査する。さらにこれを、日本の大学が海外の留学フェアなどで留学生を募集するための工夫と比較し、その相違を明らかにしたい。

## 注

1) 2020年8月時点で、イギリス (United Kingdom) には、総合大学 (University) が 140 校、単科大学 (College) を含めると 170 校の大学が存在する。本稿の執筆に際しては、全体の傾向を把握するため、総合大学のウェブサイト全てを確認したが、全ページを網羅的に閲覧した訳ではない。紙幅の都合もあるため、具体的な事例については、バーミンガム

大学のみ限定したことを予め断っておく。

- 2) バーミンガム大学は、1825年に創立されたバーミンガム医学校を前身として、1900年に特許状を得て大学となった。当時の植民地大臣でこの特許状取得に尽力し、初代学長となったジョセフ・チェンバレン (1836–1914) が、創立者とされる。キャンパスの中心部には彼を記念した時計塔があり、現在も学内では“Old Joe”の愛称で親しまれている。
- 3) バーミンガム大学のウェブサイト上には、学部志願者向け、大学院志願者向け、留学志願者向けの大学案内が、それぞれデジタル資料としてアップロードされている。ただし、氏名・生年月日・メールアドレス・入学予定年度・志望分野などの情報を入力しないと、ダウンロードできないシステムになっており、マーケティングが徹底している。
- 4) 例えば、3.1.でも述べたように、バーミンガム大学では学部生対象の歴史学コースだけで 21 件も存在しており、それぞれが別々のページに分かれているため、比較対照がしづらい。コースの選択肢が充実していること自体は望ましいのだが、明確な方向性が定まっていない志願者は、目移りしてしまい、適切な候補を見つけるまでに苦勞する姿が目につく。
- 5) 実際にキャンパスに赴き、オープンキャンパスなどのイベントに参加することが、大学のイメージを最も鮮明にする方法であるが、遠方に住む志願者にとってそれは容易でない。特に留学生にとっては、ウェブサイトのイメージが大きな比重を占めると予測されるため、国際化が進展する中でブランディングにおけるウェブサイトの重要度は増しつつある。

## 参考文献

- Ihme, T. A., Sonnenberg, K., Barbarino, M., Fisseler, B. and Stürmer, S. (2016). “How University Websites' Emphasis on Age Diversity Influences Prospective Students' Perception of Person-Organization Fit and Student Recruitment,” *Research in Higher Education*, **57**(8), 1010–1030.
- イギリス・バーミンガム大学・学部志願者向け大学案内 (<https://www.birmingham.ac.uk/Documents/students/undergraduate-prospectus.pdf>) [最終アクセス年月日: 2020年8月29日]
- イギリス・バーミンガム大学・学部志願者向けページ (<https://www.birmingham.ac.uk/undergraduate/index.aspx>) [最終アクセス年月日: 2020年8月29日]
- イギリス・バーミンガム大学・公式ウェブサイト・トップページ (<https://www.birmingham.ac.uk/index.aspx>) [最終アクセス年月日: 2020年8月29日]
- イギリス・バーミンガム大学・卒業生コミュニティーページ (<https://www.birmingham.ac.uk/alumni/index.aspx>) [最終アクセス年月日: 2020年8月29日]

- イギリス・バーミンガム大学・バーミンガム市街紹介ページ  
 (<https://www.birmingham.ac.uk/study/birmingham/city/index.aspx>) [最終アクセス年月日: 2020年8月29日]
- 伊藤直樹 (2017). 「ウェブサイト上における日・米・英・台の学生相談機関の情報発信」『心理学研究』88(1), 79-85.
- 岩田雅明 (2014). 『大学の戦略的広報 学校を変える秘密兵器』ぎょうせい.
- 沖清豪 (2017). 「英国における2015年 A-Level 試験改革について」『早稲田大学大学院文学研究科紀要』62, 87-98.
- 沖清豪 (2019). 「英国における高大接続改革の背景: 高等教育への機会の公正・公平性をめぐって」『早稲田大学総合人文科学研究センター研究誌』7, 105-114.
- 奥村圭子 (2011). 「英国の留学生政策の推移—我が国の大学での留学生受入れへの示唆—」『留学交流』1, 1-7.
- 学校広報ソーシャルメディア活用勉強会 [編集] (2018). 『これからの「教育」の話をしよう4 教育改革 × 大学広報力』インプレスR&D.
- 小林雅之・岩田弘三・劉文君・濱中義隆・西明夫・牧野良介・小西利幸 (2015). 『イギリスにおける奨学制度等に関する調査報告書』独立行政法人 日本学生支援機構.
- 酒井文也 [監修] (2017). 『学校ブランディング—大学案内に学ぶ, 募集広報のコンテンツ&デザイン実例集』ビー・エヌ・エヌ新社.
- Thornton, M. [ed.] (2015). *Through a Glass Darkly: The Social Sciences Look at the Neoliberal University*, ANU Press.
- Times Higher Education 世界大学ランキング [2020年]  
 ([https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2020/world-ranking#/page/0/length/25/sort\\_by/rank/sort\\_order/asc/cols/stats](https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2020/world-ranking#/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats)) [最終アクセス年月日: 2020年8月29日]
- 高橋彩 (2012). 「イギリスにおける留学生支援: 支援の現場から考える」『北海道大学留学生センター紀要』16, 6-17.
- 田中正弘 (2012). 「イギリスの新しい授業料・奨学金制度に関する考察: 低所得者層の機会拡大に向けて」『高等教育ジャーナル: 高等教育と生涯学習』19, 45-51.
- National Union of Students [ed.] (2015). *Reaching home – Policy and practice for students living in the parental home*.
- 夏目達也 (2015). 「イギリスの大学における生涯キャリアガイダンス政策の展開: 学生のキャリア形成支援活動の現状」『名古屋高等教育研究』15, 117-138.
- ユネスコ統計研究所・教育・留学者受入数の国別推移ページ  
 (<http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?queryid=172>) [最終アクセス年月日: 2020年8月29日]
- 吉田健一 (2019). 『リアル大学ブランドデザイン論 ぶれない広報で経営を強くする』日経BPコンサルティング.