

入学情報へのアクセス性に関する研究  
—日本、東・東南アジア、英語圏の大学との比較から—

Study on the Accessibility of Admissions Information:  
Comparison of universities in Japan,  
East and South-East Asia and English-speaking countries

稲 森 岳 央  
INAMORI, Takao

# 入学情報へのアクセス性に関する研究

## —日本、東・東南アジア、英語圏の大学との比較から—

稲 森 岳 央\*

### 1. はじめに

2023年4月27日、内閣官房に設置された教育政策に関する会議「教育未来創造会議」は、第6回会議において「未来を創造する若者の留学促進イニシアティブ＜J-MIRAI＞」（第二次提言）（内閣官房, 2023）を取りまとめた。この第二次提言では、2033年までに日本人学生の海外留学を50万人、外国人留学生の受入数40万人を目指すことなどが目標として掲げられた。この提言では、受入人数の増加だけでなく、高い志を有する優秀な外国人受入留学生の受入れ促進、受入地域の多様化、卒業後の定着について言及されているのが特徴である。また、留学生比率の低い学部や高校における受入れの促進についても目標とされている。受入留学生40万人の内訳は、大学・専門学校・日本語学校等で38万人、高校で2万人となっている。全学生数に占める留学生の割合については、高校0.7%、学部5%、修士20%、博士33%を目標としている。

政府が留学生の割合向上を目標として掲げる背景には、高等教育機関における留学生の割合の低さがあげられる。留学生の獲得は1983年の「留学生10万人計画」以降、日本政府の政策によって推進されてきた（文部科学省, 2002）。しかし、10万人を達成した2003年以降も欧米諸国やアジアの名門大学と比較して留学生比率は依然低く、留学促進のための海外拠点等を通じた積極的な情報発信が求められている（江藤, 2014）。OECD（2024）によると、OECD諸国38か国における高等教育機関の留学割合平均は10.38%。豪州における留学生の割合は26%、英国20.15%、ニュージーランド17.49%、ドイツ11.24%、フランス9.19%、日本5.73%、米国5.11%、韓国3.73%と続いている。日本はアジアの中では留学生が多い国であるが、世界の中では受入留学生の割合が低い国となっている。米国の受入留学生の割合は低い、高等教育機関の規模は世界最大であるため、受入人数自体は世界最大である。

### 2. 受入留学生を増加させるためのアプローチ

留学者数を増やすためには、留学希望者に直接働きかけるリクルーティングが重要な役割を果たしている（文部科学省, 2008）。リクルーティングの主な方法として、日本留学フェアや日本留学説明会での情報提供、大学等のホームページをつかって情報発信等があげられる。大学等のホーム

---

\* 岡山大学グローバル人材育成院・准教授

ページ等に関しては、日本留学に関して容易に情報収集できる環境になっているのか、留学生を多く受け入れている欧米諸国と比べて、入試やアドミッションプロセスは分かりやすいものになっているのか、必要な最新情報が恒常的に大学ホームページなどで発信されているかといったことが重要であると考えられる。

次に受入留学生を増加させるための重要な施策として、外国語による授業のみで学位が取れる学部・研究科を設置する大学の増加があげられる（文部科学省，2008）。グローバル化が進む世界において、英語は最もポピュラーなコミュニケーションのツールである。このため、英語圏の国に多くの留学生が集まっている。一方、非英語圏大学においても、留学生獲得のため、授業の英語化が進んでいる（Dearden, 2015）。日本でも文部科学省が実施した大学国際化のためのネットワーク形成推進事業（2009-2013）をきっかけとして、英語プログラムを設置する大学が増加し、スーパーグローバル創生支援事業（2014-2023）では、「外国語による授業科目数・割合」、「外国語のみで卒業できるコースの数」が評価指標の一部として組み込まれた。しかしながら、2023年の段階では、実績値が目標値を下回る結果となっている（スーパーグローバル大学創生支援プログラム委員会，2023）。

堀内（2014, 2018）は、英語プログラムを設置する日本の国内大学の「募集要項」を確認し、留学生にとってどのくらい出願しやすいか、入試方法、秋入学の実施、検定料の価格設定、クレジットカード決済の導入、Web出願の導入等の指標を用いて「アクセシビリティ」の調査を行った。しかしながら、日本における英語プログラムの設置は、他の国内大学との差別化、英語プログラムを設置することのブランド化に重点が置かれ、実際には留学希望者にとってアクセスしづらい募集制度になっていると分析している。

### 3. 日本留学支援の現場から見たアクセシビリティの課題

文部科学省では、留学生受入促進のため、2014年度から「留学コーディネーター配置事業」（文部科学省，2014）を東南アジア（ミャンマー）、サブサハラアフリカ（ザンビア）、南西アジア（インド）、ラテンアメリカ（ブラジル）において展開し、我が国の大学の魅力、日本に留学することの意義等を積極的、かつ効果的に伝えていく活動を展開した。2018年度からは、「日本留学海外拠点連携推進事業」（文部科学省，2018）を実施し、各地域の対象国を拡大し、「留学コーディネーター配置事業」を拡充・発展させ、リクルーティング機能から帰国後のフォローアップまで一貫したオールジャパンの日本留学サポート体制を実現するための活動が実施された。そして、2024年度から「日本留学促進のための海外ネットワーク機能強化事業」（文部科学省，2024a）を展開し、在外公館、関係機関、企業との連携を強化し、留学フェアや学校訪問等を通じて、早期からの学生リクルートや帰国後のフォローアップを一体的にする体制強化が行われている。

岡山大学では、上記の3事業を受託し、留学アドバイスを留学希望者に行ってきた。これらの活

動を推進している教職員間では、国内大学の英語版ホームページの使いづらさが指摘されている。大学ホームページから留学生が必要な入学関連情報を得ることが困難であり、留学希望者に適切な情報を提供するのに時間と労力がかかるのである。一方、多くの留学生を集めている海外大学のホームページのデザインについては、分かりやすく使いやすいという実体験がある。

大学ホームページのデザインについては、Webデザインを手掛ける企業が分析（例えばElectric Kite, 2016; Loftwork, 2018）したが、留学のための必須情報が入手しやすいか否かについての研究は、現在のところ見当たらない。よって、本研究では、世界、英語圏、東・東南アジア、日本の大学のホームページを比較し、必須情報にたどり着くまでのアクセシビリティを、クリック数という指標で明らかにすること、アクセシビリティを向上させるための方策について分析することとした。

#### 4. 研究手法

Times Higher Education (THE) 大学ランキングの2024年度版を使用し、大学ランキングを構成する重要な指標の一つである、「留学生の割合」が高い上位100校の国別割合を抽出する。100校前後のボーダーには、留学生の割合が同じ大学が集まっていることがあるが、THEホームページに表示された上位100番目を100位として取りまとめた。

カテゴリーは①世界（日本を除く）、②英語圏（アイルランド、英国、カナダ、豪州、ニュージーランド、米国）③東・東南アジア（日本を除く）、④日本とした。対象とする大学は、①から③のカテゴリーでは、THEランキング対象となった大学、日本の大学については、ランキング対象外の大学も含めることとした。これは日本の大学の場合、どのような大学であるか把握しやすいのに対し、海外大学の場合、質の部分において、どのような大学であるか把握するのが難しいためである。

次に、大学の英語版ホームページから、留学生が最も重要視する語学要件（TOEFLやIELTSのスコア。日本語プログラムのみを提供する大学の場合、JLPTやEJUの情報）が表示されるまで、どのくらいクリック数を必要とするのかをカウントした。クリック数については、何度か語学要件の情報が示されるページまでアクセスを繰り返し行い、最も少ないクリック数を表示することとした。なお、スクロールについては、クリック数としてカウントしないこととした。

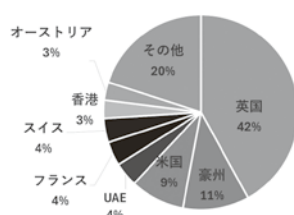
#### 5. 留学生が多い大学の分類

世界で留学生の割合が高い大学上位100校（国別）を図1に示した。最も多かったのは英国の大学で42校（42%）であった。その後、豪州11校（11%）、米国9校（9%）と続いた。なお、本集計において日本は除いてあるが、含まれたとしても100位に入る大学はゼロであった。次に英語圏の上位100校（国別）を図2に示した。このカテゴリーにおいて英国は、さらに割合を増やし58校（58%）、

その後、豪州17校（17%）、米国16校（16%）と続いた。これらの分析から、英国は留学生にとって留学がしやすい大学であることが読み取れる。

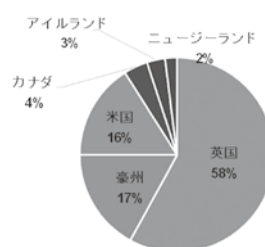
次に東・東南アジアの大学上位100校（国別）を図3に示した。ここでは中国が37校（37%）で第1位。続いて、韓国29校（29%）、マレーシア18校（18%）が続いた。このカテゴリー（ランク外を除く）に日本の大学を含めた場合、留学生の割合が7%以上の大学93校の内、日本が24校（24%）、韓国22校（22%）、中国20大学（20%）、マレーシア15校（15%）となり、この分析上では、日本は留学生が多い（＝留学しやすい）大学が多いと解釈することもできるであろう。

図1 留学生の割合が高い世界の大学  
上位100校（国別 日本を除く）



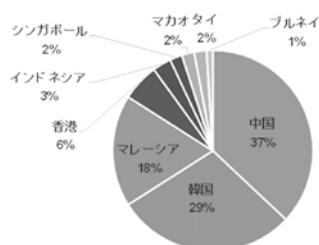
出所：Times Higher Education (2024)

図2 留学生の割合が高い英語圏大学上位100校  
（アイルランド、英国、カナダ、豪州、  
ニュージーランド、米国）



出所：Times Higher Education (2024)

図3 留学生の割合が高い東・東南アジアの大学上位100校（国別 日本を除く）



出所：Times Higher Education (2024)

## 6. 語学要件を表示させるために要するクリック数

留学生の割合が高い世界の大学上位50校を対象として、大学の英語版ホームページから語学要件が表示されるまで、複数回試み、一番クリック数が少ないケースを記録し、上位30校の結果を表1に示した。これらの大学で英語を教授言語として使用しているかについては、十分に確認していないが、入学に必要な語学要件（主にIELTSやTOEFL）を確認することをもって英語で授業を行っていると判断した。検索の際は、設置していることが多い学問分野である“Management”、“Economics”、“Engineering”といったキーワードを使い、可能な限り大学院（Postgraduate）の講義主体のプログラム（Taught program）を選択した。最終的に語学要件に何を求めているのか

把握できなかった大学もあり、その場合は、N/A（Not Available:利用不可）を示した。N/Aの大学には、便宜上、最もクリック数を必要とした回数10を入力し、平均クリック数を計算したところ5.34回であった。英語圏はクリック数が高い場合でも、留学情報が得やすいホームページが多く、非英語圏は、必要な留学情報を得にくい大学のホームページが多い。このデザインの違いは、対象とする留学生像が明確であるか否かにあると考える。

表1 留学生の割合が高い世界の大学上位30校および

HP上で入学に必要な語学要件情報を得るまでに必要なクリック数					
順位	THE ランキング	大学名	留学生 割合	国	クリック数
1	251-300	マカオ科技大学	92	マカオ	N/A
2	601-800	ニアイースト大学	86	北キプロス	N/A
3	401-500	コンストラクター大学	83	ドイツ	3
4	601-800	東地中海大学	75	北キプロス	4
5	601-800	シャルジャアメリカン大学	74	UAE	4
6	46	ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス	72	英国	4
7	82	香港都市大学	67	香港	3
8	251-300	アイルランド王立外科医学院	67	アイルランド	5
9	251-300	ルガーノ大学	67	スイス	3
10	33	スイス連邦工科大学ローザンヌ校	64	スイス	N/A
11	1001-1200	ベッドフォードシャー大学	64	英国	3
12	8	インペリアル・カレッジ・ロンドン	61	英国	8
13	22	ユニバーシティ・カレッジ・ロンドン	61	英国	7
14	251-300	アブダビ大学	60	UAE	4
15	138	マーストリヒト大学	57	オランダ	N/A
16	301-350	香港浸会大学	55	香港	3
17	501-600	ニコシア大学	54	キプロス	5
18	38	キングス・カレッジ・ロンドン	53	英国	5
19	1001-1200	イースト・ロンドン大学	52	英国	5
20	60	シドニー大学	51	豪州	10
21	351-400	シャルジャ大学	51	UAE	2
22	501-600	ミドルセックス大学	50	英国	2
23	201-250	ルクセンブルク大学	49	ルクセンブルク	5
24	67	オーストラリア国立大学	48	豪州	7
25	301-350	インスブルック大学	48	オーストリア	5
26	601-800	コベントリー大学	48	英国	2
27	801-1000	ウェストミンスター大学	48	英国	7
28	37	メルボルン大学	47	豪州	5
29	30	エジンバラ大学	46	英国	5
30	193	セントアンドリュース大学	46	英国	5

出所：Times Higher Education (2024)

次に英語圏の大学上位50校を対象として、同様にクリック数を確認し、上位30校を表2に示した。その結果、クリック数の平均は4.60回であった。英語圏大学は対象とする留学生像が明確であり、国ごとに語学要件等を表示したり、入学年度まで明確にしてオンライン手続きに誘導しようとする大学ホームページもあった。その結果、クリック数は多くなるが、情報の得にくさは感じなかった。国別のクリック数平均は、英国4.3回、豪州5.3回、米国5.8回であった。

表2 留学生の割合が高い英語圏大学上位30校および

HP上で入学に必要な語学要件情報を得るまでに必要なクリック数					
順位	THE ランキング	大学名	留学生 割合	国	クリック数
1	46	ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス	72	英国	4
2	251-300	アイルランド王立外科医学院	67	アイルランド	5
3	1001-1200	ベッドフォードシャー大学	64	英国	3
4	8	インペリアル・カレッジ・ロンドン	61	英国	8
5	22	ユニバーシティ・カレッジ・ロンドン	61	英国	7
6	38	キングス・カレッジ・ロンドン	53	英国	5
7	1001-1200	イースト・ロンドン大学	52	英国	5
8	60	シドニー大学	51	豪州	10
9	501-600	ミドルセックス大学	50	英国	2
10	67	オーストラリア国立大学	48	豪州	7
11	601-800	コベントリー大学	48	英国	2
12	801-1000	ウェストミンスター大学	48	英国	7
13	37	メルボルン大学	47	豪州	5
14	30	エジンバラ大学	46	英国	5
15	193	セントアンドリュース大学	46	英国	5
16	401-500	オークランド工科大学	46	豪州	4
17	501-600	グリニッジ大学	46	英国	6
18	51	マンチェスター大学	45	英国	3
19	135	ロンドン大学クイーンメアリー校	45	英国	5
20	351-400	ロンドン大学シティ校	45	英国	4
21	401-500	ロンドン大学東洋アフリカ研究学院	45	英国	3
22	1001-1200	ウェストロンドン大学	45	英国	6
23	24	カーネギーメロン大学	44	米国	4
24	106	ウォーリック大学	44	英国	3
25	87	グラスゴー大学	43	英国	5
26	1	オックスフォード大学	42	英国	6
27	27	ニューヨーク大学	42	米国	N/A
28	70	クイーンズランド大学	42	豪州	3
29	1201-1500	サンダーランド大学	42	英国	3
30	201-250	クイーンズ大学ベルファスト	41	英国	2

出所：Times Higher Education (2024)

続いて、東・東南アジアの留学生の割合が多い大学上位50校のクリック数を確認し、上位30校を表3に示した。このカテゴリーにおいて語学要件を表示させるまでに有した平均クリック数は、5.22回であった。便宜上、語学要件に関する情報が得られなかった大学はクリック数を10回とした。この対応が影響したためか、世界の上位大学50校の平均クリック数5.34回を下回っているが、入学情報を得ることが非常に難しいと感じた。また、語学要件が得られない大学も9校あった。

表3 留学生数の割合が高い東・東南アジアの大学上位30校および

HP上で入学に必要な語学要件情報を得るまでに必要なクリック数

順位	THE ランキング	大学名	留学生 割合	国	クリック数
1	251-300	マカオ科技大学	92	マカオ	N/A
2	82	香港都市大学	67	香港	3
3	301-350	香港浸会大学	55	香港	3
4	35	香港大学	43	香港	4
5	193	マカオ大学	41	マカオ	3
6	201-250	高麗大学	31	韓国	5
7	64	香港科技大学	30	香港	6
8	87	香港理工大学	30	香港	3
9	251-300	慶熙大学	30	韓国	5
10	401-500	ウタラマレーシア大学	30	マレーシア	2
11	501-600	暨南大学	30	中国	N/A
12	401-500	マレーシアサインズ大学	28	マレーシア	3
13	32	ナンヤン工科大学	27	シンガポール	4
14	501-600	プトラマレーシア大学	27	マレーシア	5
15	401-500	マレーシア工科大学	26	マレーシア	4
16	53	香港中文大学	25	香港	6
17	19	シンガポール国立大学	24	シンガポール	5
18	401-500	中央大学（韓国）	23	韓国	4
19	251-300	マラヤ大学	22	マレーシア	4
20	301-350	漢陽大学	21	韓国	N/A
21	601-800	スルタン・イドリス教育大学	20	マレーシア	2
22	145	成均館大学	19	韓国	6
23	601-800	国能大学	19	マレーシア	5
24	801-1000	西江大学	19	韓国	5
25	1001-1200	華僑大学	19	中国	N/A
26	401-500	マレーシア国民大学	18	マレーシア	5
27	76	延世大学	17	韓国	7
28	501-600	亜州大学	17	中国	4
29	55	浙江大学	16	中国	6
30	185	同済大学	15	中国	5

出所：Times Higher Education (2024)



東・東南アジアの大学では、英語プログラムを実施している大学が、一部の学部や研究科であることも多く、実施されている英語プログラムを探す必要がある。このことは入試システムの縦割りを意味し、大学ホームページから学部や研究科のホームページに移動し、そこで情報を得ることが求められる。その後、数ページから数十ページの応募要項（Admission Guidelines）をダウンロードし、そこから語学要件を探さなければならないことが多かった。このような入学情報提供の方法は、英語圏大学では、皆無であった。

最後に留学生の割合が高い日本の大学上位30校を表4に示した。大学名については、便宜上、表示せず、国立、私立、公立というカテゴリーでナンバリングをした。また、英語プログラムがない大学については、日本語要件が示されるページまでのクリック数をカウントした。上位50校のクリック数を確認した結果、日本語プログラムの場合、平均クリック数は3.75回、英語プログラムの場合は平均4.79回であった。

日本語プログラムを提供している大学は全て私立大学であり、留学生に対して分かりやすく応募プロセスを示しているホームページが多かった。一方、英語プログラムにおいてほぼ共通して言えることは、東・東南アジアの一部の大学同様、PDFにまとめられた募集要項をダウンロードし、プログラム詳細について理解をすることから手続きが始まるということである。また、日本の大学においても英語プログラムを実施しているのは、一部の学部や研究科であることが多く、大学ホームページから学部や研究科のホームページに移動して情報を得ることとなる。語学要件を表示させるために複数回アクセスを試み、最も少ないクリック数を示しているため、平均は英語圏大学のクリック数に近くなっているが、実際には時間と労力を必要とする大学ホームページも多い。また、スクロールはクリック数としてカウントしなかったため、クリック数に反映されなかったが、数ページから数十ページの募集要項から必須情報を得るために、留学希望者はかなりの時間を要することとなる。なお、日本の大学院の場合、インタビュー等で留学生の語学能力を確認するため、明確な語学スコアが募集要項に記載されていないケースも多かった。

英語版ホームページで紛らわしいのは、英語でプログラムを提供していると思わせる表示をしているのに、英語で「教育や授業は日本語で実施されます」と記載されているケースである。上記の英語版募集要項（PDF）においても、特記事項として同様の記載がされている大学が見られた。おそらくこの一文を見落とした留学生は、英語で授業が実施されると考え、渡日する学生も多いのではないかと考える。実際、本研究の一環として、インタビューをした留学生の中には、国際プログラムと考え入学し、授業が日本語で行われていることに落胆したという学生がいた。授業マテリアルはAIで翻訳し、テストやレポートについては英語での対応が許されているというが、留学生にとって分かりやすい募集要項の作成が必要であると考えられる。これは、現在、学んでいる留学生の評価が、将来の留学希望者へ大きく影響すると考えるためである。

表4 留学生の割合が高い日本の大学上位30校および

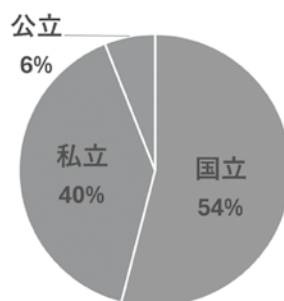
HP上で入学に必要な語学要件情報を得るまでに必要なクリック数

順位	THE ランキング	大学名	留学生 割合	クリック数	
				日本語	英語
1	ランク外	私立1	56	4	
2	ランク外	私立2	47		4
3	ランク外	国立1	41		3
4	ランク外	国立2	29		4
5	191	国立3	17		4
6	ランク外	私立3	17	3	
7	ランク外	私立4	17	3	
8	351-400	国立4	16		7
9	ランク外	私立5	16		3
10	29	国立5	15		5
11	1001-1200	国立6	15		3
12	301-350	国立7	13		6
13	801-1000	私立6	13		5
14	ランク外	国立8	13		4
15	ランク外	私立7	13		5
16	ランク外	私立8	13	4	
17	130	国立9	12		6
18	201-250	国立10	12		6
19	401-500	国立11	12		5
20	601-800	公立1	12		4
21	1201-1500	国立12	12		2
22	55	国立13	11		6
23	ランク外	私立9	11	2	
24	175	国立14	10		7
25	351-400	国立15	10		6
26	601-800	国立16	10		9
27	1201-1500	私立10	10		6
28	1501+	私立11	10		7
29	ランク外	私立12	10		3
30	ランク外	国立17	10		5

出所：Times Higher Education (2024)

留学生の割合が多い大学イコール留学生数ではないが、日本において留学生の割合が多い大学を国立、公立、私立で分類し図4に示した。令和6年度の大学数の内訳（文部科学省, 2024b）を見ると、国立86校、公立103校、私立624校、合計813校であった。この割合を見ると、国立大学は私立大学や公立大学に比べ英語プログラムの提供や国際化を推進している大学が多いと考えられる。

図4 留学生の割合が高い日本の大学上位100校の内訳



出所：文部科学省（2024b）

最後に、世界、英語圏、東・東南アジア、日本の4つのカテゴリー間で、クリック数を対応のない  $t$  検定で有意差があるか調べたが、有意差は確認されなかった。しかしながら、非英語圏、特に東・東南アジアや日本の大学ホームページから留学情報を取得しようとする際に受けた労力は、体感としてクリック数以上に大きな違いを感じた。これは、大学英語版ホームページから、提供されている英語プログラムを探すため、複数回、学部や研究科のホームページを往復して確認したり、PDF による募集要項から必須情報を探す必要があったためである。

## 7. アクセシ性を向上させるためのホームページのデザイン

英語圏大学が非英語圏大学と異なるのは、応募に必要とされる書類、条件が、大学においてほぼ統一されている点である。応募を希望する学部や研究科のホームページに移動して入学に関する情報を得るということはほぼない。

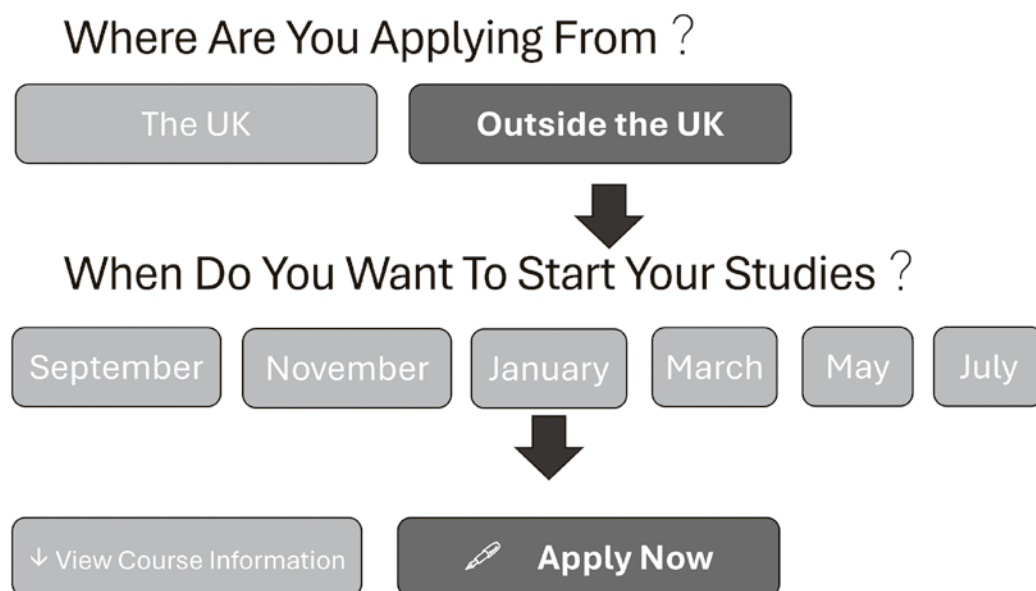
一般的に大学ホームページの上に Admission、Prospective students、International students といったタブがあり、そこから留学生を誘導するケースが多いが、英語圏大学（特に英国の大学）で特徴的なのは、以下の図5のように Course finder という機能があり、ここから自分が志望する分野のキーワードを入れると、該当するプログラムを検索結果として表示してくれる。この Course finder を大学ホームページ上に置くことができるのは、大学全体で英語プログラムを提供していることが大きく影響していると考えられる。

図5 英語圏大学のメインページでよく見られる志望コースを検索するウィンドウ例



その後、英語圏大学では、図6に示したようなアイコンで、出身国、入学時期を選択させ、必要な情報を表示させ、オンライン申請まで誘導するというのが一般的である。出身国に関しては、出身国により語学要件、ビザ条件等が異なるため、オンライン上でフィルター処理をすることにより、応募者用にカスタマイズした必須情報を提供する。また、入学時期を年間複数にすることで、少しでも多くの留学生を獲得しようとしているところが特徴と言えるであろう。海外からの留学希望者は、ほぼすべての応募手続きをオンライン上で済ますことが可能である。また、応募期限から入学許可を出すまでの日数が短いケースも多く、豪州のCurtin College（2024）では、提出書類がそろっている場合、48時間以内にLetter of Offer を応募学生に送るとしている。日本でこのような対応が難しいのは、選考の手続きが複雑であることが影響していると考ええる。

図6 英語圏大学ホームページでみられる留学希望者のフィルタリング機能



#### 8. 大学ホームページのアクセス性以外に日本の留学者数を制限すると考えられる要因

日本の大学の入学手続きが複雑で煩雑であることは、英語圏大学のホームページの情報と比較すると明らかである。日本は英語プログラム数が世界的に見れば少なく、英語プログラムを提供しているか否かを調べるところから始めなければならない。一方、英語圏大学は、情報入手が容易であり、提出書類もほぼ同じである。応募フォーム、語学スコア、推薦状等があれば、オンラインで応募ができる。また、原本を必要としないケースも多い。

これらアクセス性以外、日本の留学者数に影響を与える要因として、日本の大学院のシステムがあげられる。日本の大学院は基本的に研究指導が中心のResearch Programである。このため、応

募にあたっては志望する大学の教員からの内諾を必要とするケースがほとんどである (Study in Japan, 2024)。募集要項を見ても、応募する留学生に大学院を修了する能力があるか否かを見極めようとする意図が強く表れ、選考プロセスには入試やインタビューが含まれることも多い。そして、この検定のため留学希望者は、志望する大学に対して検定料を支払う。

一方、多くの留学生を受け入れている英国の大学院のほとんどは講義主体の Taught program であり、応募時に指導教員の内諾を必要としない。選考はほぼ提出された情報のみで行われることが多く、特別なコースを除けば1年間で修了する。この条件が、英国大学院の志願者数向上に貢献しているのは間違いないであろう。

日本の大学院では、研究型の指導が重要視されており、日本の留学の強みは、ゼミや研究室における手厚い指導にあると言えるであろう。よって、Taught Programが良いのか、Research Programが良いのか判断することは難しい。ただ、現実として、英語圏大学の Taught Program に多くの留学生が流れているという現状から、今後は日本もプログラムデザインについて再考が求められるであろう。

## 9. おわりに

留学生が日本の大学ホームページから必要な留学情報を得ようとした際、非常に大変であることをクリック数で示そうと試みた本研究であるが、有意な値は確認されなかった。しかしながら、そのクリック数に至るまで、複数回、大学ホームページと英語プログラムを提供する研究科のホームページを往復し、最も少ないクリック数で情報を得るルートを見つけるのに大きな労力を必要とした。場合によっては、指定した研究分野には英語プログラムが提供されておらず、他の研究科の情報検索を一から始めることも多々あった。英語版募集要項にたどり着いた後は、何十ページもの PDF ファイルから必須情報を探し、応募条件を理解することが求められる。日本の大学の場合、語学要件を表示させるまでに要した平均クリック数は4.79回であったが、スクロール回数を数値化できたとしたら、アクセス性を示す値は変わっていたと考える。

一方、英語圏大学、特に英国大学のホームページのデザインは非常によくできており、留学生数が多いことが納得できた。英国大学のホームページにおいて語学要件を表示させるのに必要なクリック回数は4.3回であり、豪州の5.3回、米国の5.8回を大きく下回っている。応募に必要な情報を得ることが容易であり、オンラインで応募を済ますことができる。検定料は不要であることが多く、大学院の進学であっても講義型の Taught program であれば教員の内諾も不要である。

今後、日本への留学者数を向上させるために、ホームページデザイン改善、英語プログラムの増加、そして、必要に応じてプログラムのデザイン、入試制度を変えていくことも必要になるのではないかと考える。具体的に言えば、講義主体の Taught Program の導入である。すでに日本でもビジネス系の大学院で講義と演習という形で導入され、内諾も不要とされるケースが散見されるが、

このようなプログラムは、留学希望者のハードルを大きく下げるものになると思われる。しかしながら、留学生にとって、教員サポートや日本人学生との交流は大切な要因であることも事実であることから、ゼミや研究室を中心とした受入システムも重要であることに変わりはない。

2025年度からは「大学の国際化によるソーシャルインパクト創出支援事業」（文部科学省, 2024c）が開始される。そこでは、留学生と多文化共生社会をつくることが求められており、今まで以上に多くの留学生に来てもらうことが必要なのは明確である。では、限られたリソースでいかにして効率的に留学生に情報を伝えていくのか、日本への留学を選択してもらうのか、今回、指摘した大学のホームページデザイン、入試制度、英語プログラムの増加という視点からも、現状を改善していくことが求められてくるであろう。

## 謝辞

本研究はJSPS科研費（23K02505）の助成を受けたものである。

## 引用文献

江藤 一洋（2014）熾烈化する世界の留学生獲得競争と我が国の留学生政策，ウェブマガジン『留学交流』2014年5月号，38，1-9.

スーパーグローバル大学創生支援プログラム委員会（2023）スーパーグローバル大学創生支援事業令和5年（2023年度）フォローアップ結果

[https://www.jsps.go.jp/file/storage/j-sgu/data/follow-up/r5/sgu\\_r05FU\\_kekka.pdf](https://www.jsps.go.jp/file/storage/j-sgu/data/follow-up/r5/sgu_r05FU_kekka.pdf)（参照2024年11月28日）

内閣官房（2023）未来を創造する若者の促進イニシアティブ＜J-MIRAI＞（第二次提言）案概要 <https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kyouikumirai/dai6/siryoul-1.pdf>（参照2024年11月28日）

堀内 喜代美（2015）募集要項から見る日本留学のアクセシビリティー英語学位プログラム拡大と留学生受入れの関係性をめぐる考察一，留学生教育，20，75-82.

堀内 喜代美（2018）英語プログラムと留学生受入姿勢の関係性ー入試要項から見える傾向とアンビバレンスー，ウェブマガジン『留学交流』2018年6月号，87，15-23.

文部科学省（2002）当初の「留学生受入れ10万人計画」の概要

[https://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chukyo/chukyo4/007/gijiroku/030101/2-1.htm](https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/007/gijiroku/030101/2-1.htm)（参照2024年11月28日）

文部科学省（2008）2.留学生を引き付けるような魅力ある大学づくりと受入れ体制

[https://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chukyo/chukyo4/houkoku/attach/1249706.htm](https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/houkoku/attach/1249706.htm)（参照2024年11月28日）

文部科学省（2014）留学コーディネーター配置事業

[https://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/ryugaku/1342726.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/1342726.htm) (参照2024年11月28日)

文部科学省 (2018) 日本留学海外拠点連携推進事業

[https://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/ryugaku/1405546.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/1405546.htm) (参照2024年11月28日)

文部科学省 (2024a) 日本留学促進のための海外ネットワーク機能強化事業

[https://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/ryugaku/1405547.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/1405547.htm) (参照2024年11月28日)

文部科学省 (2024b) 学校基本調査—令和6年度 結果の概要 (速報) —

[https://www.mext.go.jp/content/20240821-mxt\\_chousa01-000037551\\_001.pdf](https://www.mext.go.jp/content/20240821-mxt_chousa01-000037551_001.pdf) (参照2024年11月28日)

文部科学省 (2024c) 大学の国際化によるソーシャルインパクト創出支援事業

[https://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/kaikaku/sekaitenkai/index\\_00004.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/kaikaku/sekaitenkai/index_00004.htm) (参照2024年11月28日)

Curtin College (2024) International Application,

<https://www.curtincollege.edu.au/how-apply/international/application/> (参照2024年11月28日)

Dearden, J. (2016) English medium Instruction: A Growing Global Phenomenon, British Council,

<https://www.teachingenglish.org.uk/publications/case-studies-insights-and-research/english-medium-instruction-growing-global> (参照2024年11月28日)

Electric Kite (2016) International Student Recruitment With Effective Web Design,

<https://electrickite.com/current/boosting-international-student-recruitment-with-effective-web-design/> (参照2024年11月28日)

Loftwork (2018) 海外の名門大学にまなぶ、大学サイトのトレンド

[https://loftwork.com/jp/finding/20180101\\_univ](https://loftwork.com/jp/finding/20180101_univ) (参照2024年11月28日)

OECD (2024) International student mobility,

<https://www.oecd.org/en/data/indicators/international-student-mobility.html> (参照2024年11月28日)

Study in Japan (2024) 日本への留学計画

<https://www.studyinjapan.go.jp/ja/planning/learn-about-schools/graduate-schools/> (参照2024年11月28日)

Times Higher Education (2024) World University Rankings,

<https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings> (参照2024年11月28日)