

英国調査報告

研究代表者

倉元直樹

研究分担者

小俣 岳

英国調査報告

1. 概要

本調査は科学研究費助成授業（科学研究費補助金）基盤研究（A）（一般）課題番号 21H04409「コロナ禍の下での大学入試政策及び個別大学の入試設計のための総合的大学入試研究」の一環として実施したものである。当初計画では 2023 年度ないしは 2024 年度に実施することとしていた海外調査であるが、本科研費研究における他のサブプロジェクトの進行状況との調整の結果、本年度に実施することとなった。

本調査の担当者は、研究代表者倉元直樹（東北大学，研究総括，入試政策検証班長，コロナ対策検討班）及び 2023 年度から本科研費プロジェクトに加わった研究分担者小俣岳（東洋大学，入試政策検証班）の 2 名である。海外調査のフィールドとして、小俣が研究フィールドの一つとしている英国を選定することとした。

今回の調査における主な観点は以下の 3 点である。

(1) 大学入学者選抜におけるコロナ禍（COVID-19）の影響

- ・ 突然のコロナ禍に襲われた当時、どのように対応したか
- ・ 現在に至るまでのコロナ禍の影響とは何か

(2) 大学の学生獲得戦略とブランディング方略

- ・ 特に、大学入学者選抜の方法との関係性について

(3) 日本の受験生から見た英国の高校・大学の魅力

- ・ 留学先としての英国の教育の特徴

2. 日程

調査日程及び対応者（インタビュー調査対象者）は以下の通り。

University College London ①

対応者：Mr Martin White (Head of Student Recruitment, Marketing & Communications,
UCL Centre for Languages & International Education)

Ms. Yoshie Abe (Senior International Recruitment Officer, UCL Centre for
Languages & International Education)

訪問日：2025 年 8 月 26 日（火）

University of Manchester

対応者：Mr Paul Govey (Head of Student Marketing)

Ms. Andy Simmons (Head of University Marketing)

訪問日：2025 年 8 月 28 日（木）

Fettes College (Edinburgh)

対応者：Ms Caroline L Davies (Head of Higher Education & Careers)

訪問日：2025 年 9 月 1 日（月）

Christ's Hospital (Horsham, West Sussex)

対応者：Mr Will Richards (Head of Sixth Form)

訪問日：2025 年 9 月 2 日（火）

日本人留学生

対応者：植田碧生氏 (University of Edinburgh 学部 2 年)

山口真由子氏 (University College London 学部 2 年)

訪問日：2025 年 9 月 3 日（水）

University College London ②

対応者：Ms Bella Malins (Director of Admissions),

訪問日：2025 年 9 月 4 日（木）

3. University College London ①

訪問先：UCL Centre for Languages & International Education

対応者：Mr Martin White, Head of Student Recruitment, Marketing & Communications
Ms Yoshie Abe, Senior International Recruitment Officer,

訪問日：2025 年 8 月 26 日（火）

3.1. 調査の背景

小侯は、日本が国内学生数の減少に直面している中で、大学が留学生をどのように惹きつけるかをテーマの一つとして研究している。倉元は、25 年ほど前に日本に誕生した国内向け入学者選抜の企画・実施部門に属す研究者であり、今回の主なテーマは COVID-19 が選抜プロセスに与えた影響について主たる関心がある。

訪問先の CLIE (UCL Centre for Languages & International Education) は UCL (University College London) への留学を目指す非英語圏からの学生に、大学での学修に耐えうる英語力を要請するファウンデーション・プログラム¹を提供する機関であり、Mr. White, Ms. Abe は同プログラムを志望する留学生の獲得、選抜を担当している。

3.2. 主旨

本調査の主なテーマは 2 点である。

1 点目は大学生の採用戦略、ブランディング方法、入学制度について、日本とイギリスの実践を比較したい。特に、国内学生向けと留学生では戦略の違いがあるかどうか。

2 点目は COVID-19 が選抜プロセスに与えた影響について。主として COVID-19 蔓延時に何が起きたかということと、その後の影響について。

3.3. UCL の入学者選抜組織

3.3.1. 役割分担

学部・大学院の募集と、プレディグリー（ファウンデーション・プログラム）の募集では、別々のチームを編成されている。

世界規模で活動しているプレディグリー・チームは、小規模で（例えば国際出張を担当するスタッフが 2 名）珍しいとされるものの、その機能は専門的に特化している。

3.3.2. ファウンデーション・プログラムの学生募集サイクルと運営

ピーク期間は 9～11 月、1～3 月となっている。日本特有のピークは 10 月と 3 月にあたる。第三者主催のフェア（開催時期が固定されているもの）と、出願サイクルに合わせて開催される独自のイベントが混在する。ファウンデーション・プログラムへの出願は、翌年 9 月入学分について 10 月に開始される。

UCL では親しみやすさと素早い対応を重視している。具体的には問い合わせメールへの素早い返信や、わかりやすいウェブサイト情報などである。1 対 1 のオンラインミーティングはウェブサイトから予約できる。スタッフ 1 人あたりの平均的な負荷は月に約 20～30 件のミーティングで、オンラインの情報提供セッションは対面での直接相談を補う役割である。

¹ ファウンデーションプログラムとは、英語の非母語話者（ESL: English as a Second Language, EFL: English as a Foreign Language の学生）に対して正規の大学の授業レベルに要求される英語力や学習方略を学ぶために開講されている約 1 年間のコース。

3.4. COVID-19 の影響とその後の変化

3.4.1. 急速なデジタルシフトからハイブリッドへ

COVID-19 以前から、CLIE はオンラインイベントを始めていたが、COVID によりテストやプレゼンテーション、カウンセリングを含むすべての業務がオンラインへ完全移行された。メリットは、移動と宿泊の費用を削減できたこと。学生にとってより便利に利用できるよう、オンライン試験の時間帯を柔軟に設定している。

対面でのリクルーティング活動やイベントはパンデミック後すぐに再開されており、対面・オンラインのハイブリッドモデルが最も効果的だと感じている。キャンパス訪問日のオンライン代替は対面での訪問に比べて効果が限られていた。キャンパスでのイベントの再開は高い需要を集め、対面でのイベントが持つ価値が出願に結びつくという成果を上げている。

3.4.2. 英国国内での影響

A レベル試験が中止され、教師による成績評価が成績のインフレーションにつながった。UCL と同レベルの大学は成績の基準を変えず、より多くの学生が入学許可を得たため、2020 年から 2021 年にかけて学部入学者数が一時的に増加した。

3.5. 入学者選抜手続の国際比較

3.5.1. 英国 (UCL) と日本、アメリカの特徴

UCL ファンデーションコースの入学には、必要書類 (高校の成績証明書と英語能力 [例: IELTS]) が基準をクリアすることが必要である。学部入試は UCAS を通じて集中管理されており、標準化され機能的で透明性のあるプロセスと期限が設けられている。大学は特定の入学要件を定めている。政府はビザや最低限の英語要件を設けているが、認められる資格や証明方法については各機関の裁量に委ねられている。

日本は、従来は試験中心だったが現在は多様化が進んでおり、各大学が独自の入試方法を採用している。学問の自由が憲法で認められていることから、大学には高度な自治性があり、政府主導で UCAS のようなシステムを簡単に導入することはできない。多様化が複雑さをもたらし、明確さと標準化を求める留学生にとって留学への障壁となっている。

米国では、ホリスティック・レビューに基づく選抜方法が大学によって異なり、エッセイや課外活動などの要素があるため、志願者には評価基準が分かりにくい。日本国内では入試方法が差別化戦略に結びつくことが多い。国際的には過度な差異が明確さやブランドの魅力を損なう恐れがある。留学生を惹きつけるには、標準化され、透明性のある進路の整備が極めて重要と考えられる。

3.5.2. UCL のブランド戦略

世界的な知名度やランキング、ロンドンの立地という強みを活かしている。独自の入学基準で学術的な厳しさを示し、優秀な学生層をターゲットにする。

ブランド・ガイドラインに基づくビジュアル・アイデンティティ (ロゴの使用方法、アクセシビリティ基準、さまざまな文化を尊重したイメージ) を採用している。資料の共通ブランディング要素、キャンパスを象徴するイメージ (例: Portico (キャンパスの象徴的な建物))、高いランキング (例: QS ランキングなど)、ロンドンの立地と国際的な多様性 (約 150 カ国からの留学生)、関係性を重視したブランド認知、アクセスしやすさ、わかりやすさ、そして支援的なコミュニケーションが、志望者が教育機関の質や配慮をどう受け止めるかに影響を与える。

3.5.3. 日本の大学における留学生募集戦略への示唆

留学生の学生募集においては、国内の自主性が維持しつつ、入学ルートを簡素化して整合させ、可能な範囲で UCAS に透明で統一された志願システムが必要である。

ブランディングの基本としては、象徴的なビジュアルやランキング、立地、多様性を軸に展開し、文化に配慮した包摂的なイメージを確実に伝える必要がある。迅速なコミュニケーション、分かりやすいウェブサイト、そしてスタッフへの簡単なアクセス（1 対 1 のオンラインミーティング）が重要である。

また、マルチモダリティ戦略が必要である。具体的には、ハイブリッド型の関わり方を維持し、規模拡大と利便性のためにはオンラインを活用しつつ、出願に結びつきやすいキャンパス・デイのような重要なイベントは対面で行うのがよい。

ガバナンスとコンプライアンスにおいては、政府によるビザ遵守（定期的な監査やスポンサーの状況）と、入学証明の設定に関する教育機関の自律性は分けて考え、公表された基準を厳格に守ることを徹底することが必要だろう。

3.6. 質疑応答

Q1. あなたの UCL での役割は何ですか？

A2. 私たちは二人とも、UCL の言語及び国際教育センターで働いています。このセンターは留学生向けの学位準備コースを提供しています。私たちは、将来の応募者や現在の応募者の申請プロセスをサポートし、学校のカウンセラーや大学の留学チームとの関係を築き、入学チームと連携し、各国の入学要件や資格についてアドバイスし、イベント、ウェビナー、情報セッションなどのプロモーション活動を行っています。

Q2. 広報イベントはどのくらいの頻度で行っていますか？

A2. 私たちの最も忙しい時期は、9 月から 11 月の終わりまでと、1 月から 3 月の終わりまでの間で、多くの国にとってそうです。日本に特に関しては、10 月と 3 月が該当します。いくつかのイベントは第三者によって運営されるため、彼らがそれを開催する際に参加しますが、他の活動は私たちが独自にスケジュールします。私たちの活動の大部分は、出願期間の直前と期間中に行われます。

Q3. ファウンデーション・プログラムへの出願はいつ始まりますか？

A3. ファウンデーション・プログラムへの出願は、翌年の 9 月に始まるプログラムについて、10 月頃に始まります。

Q4. 国際的な学生獲得活動におけるブランディングについてはどう考えていますか？

A4. 幸運なことに、世界的な大学ランキングを通じて多くの国の学生はすでに UCL について知っています。イベントでは学生が自ら私たちのところに来ます。私たちはまず、ランキングとロンドンの中心部にある立地に焦点を当てます。選考が厳格であることを強調し、優秀な学生を求めています。また、アクセスの良さにも注力し、フレンドリーな姿勢で迅速に質問に答え、ウェブサイトにも明確な情報を提供し、将来の学生との一対一のミーティングを提供しています。

Q5. 大学の上層部からブランディングガイドラインはありますか？

A5. UCL には、ロゴの使用やアクセシビリティのための見出しサイズなど視覚要素に関す

るブランディングガイドラインがあります。多くのことは比較的自由です。UCL の多様な学生集団を表す写真、あらゆる宗教や地域に対して文化的に配慮されていることを示す写真を活用しています。

Q6. COVID-19 が学生募集活動に与えた影響は何ですか？

A6. COVID-19 の直前に、私たちはオンラインイベントを始めました。これは当時の UCL では非常にユニークな試みでした。COVID が発生したとき、私たちは対面での旅行をキャンセルし、すべてをオンラインに移行せざるを得ませんでした。以前はホテルの部屋で行われていた入試もオンラインに変わりました。この移行により、学生にとっては移動が不要となり利便性が向上し、私たちにとってもコストが削減されました。その一方で、COVID-19 が収束した後、対面での学生募集イベントへ早く回帰しましたが、それは驚くべきことでした。現在ではオンラインと対面の活動は良いバランスが取れています。

Q7. COVID-19 による困難やその後のネガティブな影響はありましたか？

Q7. 私たちは中国へ行く予定だったのですが、わずか 2 週間前の通知でキャンセルし、すべてをオンラインに移行しなければならませんでした。幸いにも、皆が同時にオンラインに移行したため、人々は状況をスムーズに受け入れる姿勢となっており、そのことによる困難はありませんでした。

Q8. COVID-19 による影響について、国内志願者と留学生の選抜では異なった影響がありましたか？

A8. 国内の選抜については、A レベル試験が実施できなかったため、教師による予想グレードを用いました。結果的に、成績のインフレーションが起これ、多くの学生が UCL のオファーに必要な成績を達成しました。UCL は通常、学生が要件を満たさないことを予想しているため、定員よりも多くのオファーを出します。その結果、2020-2021 年には学部生の数が急増しました。一方、留学生については、成績取得の方法に関わらず要件は同じでした。

Q9. UCL と阿部さんが以前所属していたイギリスの他大学を比較して、学生募集戦略に違いを感じますか？

A9. はい、イギリスの大学は同じ UCAS システムを使用しているにもかかわらず、学生募集戦略は非常に異なります。

Q10. UCL のブランディング戦略の主要な要素は何ですか？

A10. 通常、私たちは資料の表紙に象徴的な UCL の建物を使用し、その後に QS World University Rankings でのランク（第一位）とロンドンの立地を示します。また、150 の異なる国からの学生による多様性や、国際学生を受け入れてきた長い歴史を強調しています。

3.7. 所感

最初の訪問先だったので、全体像が分からない点が多かったが、UCL においてファウンデーション・プログラムはパイロット的な位置付けであり、独立的な組織だと理解した。逆に言えば、大学としてはあまり力点が置かれておらず、コアとなる組織ではなくて全体的なブランディング戦略の中でアクセサリ的な位置づけと見えた。今回のインタビューは CLIE の広報に特化しており、同プログラムが世界中から学生を惹きつけるための

様々な施策を検討する立場にある方々であったと理解した。

日本と比較すると社会のデジタル化の進行に一日の長があり，コロナ禍はデジタル化を促進する役割を果たしたが，同時に対面の重要性も再確認された。これは，オープン・キャンパスを通じて日本の大学が経験したことと通じるものであると感じた。

4. University of Manchester

訪問先：Directorate of Communications, Marketing and Student Recruitment

対応者：Mr Paul Govey (Head of Student Marketing)

Mr Andy Simmons (Head of University Marketing)

訪問日：2025 年 8 月 26 日（火）

4.1. インタビュー概要

時折、質問を挟んだものの、事前に送付しておいたリストを参考に、調査対象者 2 名が自大学に関して説明するスタイルが中心であった。

主として、マンチェスター大学の入学・募集の慣行、パンデミック期の変化とその長期的影響、人口動向（特に国際化）、そしてブランド戦略の変遷がトピックとなった。英国のシステム（特に UCAS）と日本および国際的な状況も考慮しつつ、業務の分散化、デジタル化の推進、学生の期待に重心を置いた内容となった。

4.2. マンチェスター大学の概要

イギリスで最大の単一キャンパスを持つ大学である。約 4 万 5 千人の学生と約 1 万 4 千人の職員が在籍している。人文科学、理工学、生物学・医学・健康科学の 3 学部で構成されている。意思決定は完全に中央集権化されているわけではない。本部では多くの教員や学部事務と連携して調整を行っている。入学に関する事項等、多くは教員主導である。

約 1 年前に新学長兼副学長のダンカン・イヴィソン氏が就任した。10 年後の 2035 年に向けた戦略的優先課題として、社会的責任の持続、イノベーションや産業パートナーシップへの注力、デジタルによる提供の推進、そして研究成果の影響力の加速が上がっている。

教育と研究に加え、第三の戦略的柱として「強い社会的責任」を掲げている。THE (Times Higher Education) のインパクト・ランキングにおいて、7 年間連続でトップ 10 入りしている。歴史的遺産と高い研究評価（例：原子核分裂、世界初のプログラム可能なコンピュータ、グラフエンなど）を有し、25 名のノーベル賞受賞者を輩出してきた。

4.3. 学生選抜と募集活動

4.3.1. 学部生

UCAS を通じて学部への出願が行われる。出願は、最終資格の取得前に受理される。「条件付きの合格」が一般的である。年間の志願者数は約 95,000 人で、そのうち約 35,000 人が合格、約 8,500 人が入学している。

選抜性はプログラムによって異なる。非常に狭き門である医学部は、専攻によっては約 20 倍の倍率が付く。物理学部は優れた施設、さらに Brian Cox のような人気科学者の存在により、トップクラスの入学基準を誇っている。一部の人文学分野は不人気で、より募集が重視されている。面接は選抜（例：医学部や歯学部など）のために用いられる。一方、定員をやや超えて合格を出すことで第一志望者の確保を促進するため、志願先変更の誘導のためにも用いられる。

4.3.2. 大学院生

教育および研究に関する志願は、各学部や大学院へ直接行われる。志願者数は大学院教育で約 3 万～4 万人、入学者数は大学院教育で約 7 千～8 千人、博士課程の入学者は約 1 千人に上る。

4.3.3. 市場動向への対応

市場の動向を重視したアプローチだが、コースの内容変更には遅れがあり、プログラムの廃止、新設には時間がかかり、遅れを取ってしまうという難点がある。学生・社会の需要の変化と大学側の制度変革の進行スケジュールとの間には、常に戦略的な緊張関係が生じている。

4.3.3. 国際化の中での留学生の動向

留学生は学生全体の約 37%を占めており、約 120 カ国の国籍の学生がいる。中国からの留学生が多い。学生の国際的な多様性のベースは、歴史のある中国人コミュニティやチャイナタウンなど、温かく迎え入れることができる都市環境がある。ただし、単一市場をターゲットとすることのリスクを軽減するために、学生市場の多様化を目指す戦略的目標が重要である、

留学先として伝統的な競合相手は、米国、英国、オーストラリアであった。ところが、トランプ政権の政策的な影響で米国の魅力が変動しており、一部には英国への志願先変更が見られる。マンチェスター大学でも米国からの学生の志願者が増加している。なお、最近ではアジア地域（例：マレーシア、シンガポール、タイ）で中国人学生に対する積極的な獲得競争が繰り広げられている。

4.4. COVID-19 による影響とその後の変化

4.4.1. 学生に関わるコロナ禍での対応と影響

全体としてみれば、好ましい影響があったと考えている。

選抜の過程においてはオンライン面接やプロセスへの迅速な切り替えが行われた。既存の留学生向けの選考方法（ウェビナーやライセンス）がスムーズな移行を支えた。選抜の目標は維持されている。システムの回復力とブランドの強さが非常に重要である。

教育や学生の経験においてもオンラインやハイブリッド形式への迅速な移行が行われた。コロナ禍初期には、オンラインを中心としたコミュニティへの参加度合いが低く、学生の定着率も低下した。その後、学生のコミュニケーションや関与、ウェルビーイングに対する注目が拡大し、多くの取り組みがパンデミック後も継続している。

学生は依然として対面でのキャンパス中心の学習を好み、オンラインコンテンツや講義録画などのハイブリッドな支援を求めている。完全オンラインのコースは、代替手段ではなく、別個の教育プログラムとして提供されている。学期中にはキャンパスコミュニティが目に見える形で存在してほしいという願望がある。

4.4.2. 働き方に関わるコロナ禍での対応と影響

ハイブリッドワーク（Teams / SharePoint 等 MS Office 365 活用）への不可逆的な移行が行われ、生産性も維持されている。特に若いスタッフの間で、ハイブリッド勤務の柔軟性が文化的に求められており、オフィスに出勤している時間を有意義なものにすることが重視されている。

4.4.3. 受験生の意識の変化と対応

コロナ禍以降、シームレスで迅速、統合されたデジタル体験、即時の意思決定、ワンストップサービスへの期待が強まった。

若い世代はメールや電話よりもセルフサービスや会話型インターフェースを好む傾向が強く、メールをチェックする頻度も低い。そのため、印刷版パンフレット、一般用の電話回線は廃止した。問合せ用のメールも段階的に廃止し、代わりに AI チャットボットと

構造化されたウェブフォームを導入した。複数の専門分野に特化したチャットボット（学部生向け、大学院生向け、卒業関連、オープン・デイ²などの特定イベント用）が連携し、大量の問合せに対して高い満足度で対応している。問題が複雑な場合は、人間への引き継ぎを後段階の選択肢として残している。

UCAS や可否に関わる連絡は今もメールを主に使用しており、志願者は自分の行動パターンにかかわらず、重要な更新情報を見逃さないようメールをこまめに確認するよう指導されている。現在の選抜プロセスでは、結果発表日における最終段階の意思決定において、依然として電話連絡による意思確認に頼っている（200 回線、平均待ち時間 8～10 分、1 時間あたり 1 万～1 万 5 千件の着信）。志願者の行動により適した形で対応するため、ライブチャットへの移行の可能性を模索している。

4.5. ブランディング戦略

4.5.1. 市と大学の連携関係

学生募集におけるマンチェスター大学の強みはマンチェスター市の環境にある。適度な都市規模で、ロンドンと比べて手頃な物価、主要拠点や地域への直行便がある強力な国際空港のアクセスがあるのが強みである。活気あふれる若者文化と音楽の伝統が魅力を高め、「マンチェスター・ブランド」が志望する学生たちに強く響いている

マンチェスター市にとっても大学組織は主要な雇用主となっており、NHS（国民保健サービス、National Health Service）や地域経済と強い結びつきを持っている。また、学生たちは地域の経済や文化生活に大きく貢献している。学生の多い住宅街では、騒音など、時折地域コミュニティのトラブルはあるものの、全体として市やグレーター・マンチェスターの行政との強固な戦略的連携が築かれている。

4.5.2. ブランドとレピュテーション戦略

マンチェスター大学にとって大学のブランドは重要である。大学の評判は、研究の卓越性と伝統に基づいており、需要や入学の成果を左右する主要な要因と言える。

志願者の意思決定において 2 つの主要な要因がある。1 つは、投資対効果である。キャリアの展望、費用対効果、将来の可能性といった要素が該当する。もう 1 つは、将来所属することになるコミュニティや帰属意識：価値観（社会的責任、世界的な課題への取り組み）との一致感、そして自分に合っているという感覚や目的意識である。

かつての大学では市場化への抵抗があり、戦略的にブランドを形成する「ブランディング」への抵抗は強かったが、今はその抵抗感は減少している。新たな学長のリーダーシップは、ブランド形成を明確に最優先事項としている。これまでのブランディングは過去の歴史に偏りすぎていると感じられている。イノベーションやデジタルに即した、より未来志向のポジショニングが求められる。とはいえ、ポジショニングやビジュアル・アイデンティティ（ロゴ、色、タイポグラフィ）が大きく変わることは考えにくく、段階的に進化していく可能性が高い。マンチェスター大学は紫色をスクールカラーとして設定し、その認知が広がっている。単調な単色の印象や伝統的なイメージに限定されないよう、表現をモダンにしていく計画である。

市場別の活性化戦略も必要である。例えば、米国における学生募集活動では、文化に響くブランドの接点（グッズやウェルカムキットなど）を活用しており、これは米国の大学の慣習を模したものである。

² 日本の大学のオープン・キャンパスにあたる。

4.6. まとめ

現状、中国という単一の留学生市場に過度に依存している。さらに、現在の大学組織の構造が分散しており、志願者が受けるサービス体験が断片化している。そして、クリアリング³の日に電話に頼るやり方が、志願者の行動と合致していない。以上の課題が示された。

また、市場の変化に比べて教育プログラムのポートフォリオの変化が遅い。対面とオンラインのハイブリッド運営を拡大しつつ、キャンパスでの体験の質を保つこと。学生にとって重要な意思決定の場面で、メールに積極的に対応すること。以上についても指摘されていた。こうした諸課題に対し、今後は AI やチャットベースの仕組みを、クリアリングを含む入学手続きの全過程にさらに統合すること。留学生市場の多様化を図ること。価値ある伝統を大切に守りつつ、未来志向のイノベーションを前面に打ち出してブランドを進化させること。学生の就職・キャリア・イノベーション環境の向上を目指し、都市との連携を強化すること。以上の具体的アクションが想定されていることが分かった。

4.7. 質疑応答

Q1. マンチェスター大学でのあなたの役職と役割は何ですか？

A1.

ポール：私は学生マーケティング責任者で、国内外の学生の入学目標達成や、インサイト管理、デジタルマーケティングシステムの運用、合格を出した学生との関係構築を担当しています。また、合格者向けのコンテンツとキャンペーンチームの統括も行っています。

アンディ：私はアンディ・シモンズ、大学マーケティング部の責任者です。私の役割は、学生向けのマーケティングや募集を含め、大学のあらゆる活動に及びますが、特に大学ブランド全体の管理に注力しています。主な業務内容は、デザインやビジュアル・アイデンティティの管理、コンテンツや編集業務、デジタル管理および大学のウェブサイトの開発、そして企業レベルのキャンペーンの推進です。

Q2. マンチェスター大学の入試制度について教えてくださいませんか？

A2.

ポール：UCAS を通じて、私たちは年間約 95,000 人の学部志願者から 35,000 人に合格通知を出し、約 8,500 人の新入生を受け入れています。大学院では、30,000～40,000 人の志願があり、約 7,000～8,000 人の授業型(taught programme)学生と約 1,000 人の博士課程学生を迎えています。当大学は全体として選抜性の高い大学ですが、学科によって差があり、例えば医学では 20 倍の倍率となる一方で、いくつかの人文学科ではより積極的な学生募集活動が必要となります。

Q3. マンチェスター大学の歴史とミッションについて教えてください。

A3.

アンディ：私たちは昨年 200 周年を迎えました。大学の起源は 1824 年に設立されたマンチェスター・メカニクス研究所に遡り、労働者のための教育を提供してきました。これまでの歴史の中で、原子核分裂の成功、世界初のプログラム可能なコンピュータの開発、

³ 定員補充のための追加合格。

グラフェンの単離といった重要な業績を達成してきました。教育と研究に加え、私たちは社会的責任という第三の戦略的な柱を掲げ、世界中の人々の生活向上に取り組んでいます。THE インパクトランキングで過去 7 年間、すべてトップ 10 に入っている唯一の大学でもあります。

Q4. COVID-19 は、入学手続きや運営にどのような影響を与えましたか？

A4.

ポール：パンデミックに伴う入学手続きの変化は、私たちが国際的な背景を持っていたため比較的スムーズでした。すでにオンライン面接やウェビナーのツールとノウハウがあったので、すぐに対応できました。一番の課題は授業で、急いでオンラインに切り替える必要がありました。最初の年は学生の定着率が低下しました。

アンディ：パンデミックにより、学生とのコミュニケーションや関わり方、そして彼らの健康・福祉の支援により重点が置かれるようになりました。私たちは学生のメンタルヘルスと福祉をより良く支援するための取り組みを立ち上げ、現在も多くが継続しています。

Q5. パンデミック後、学生の期待はどのように変化しましたか？

A5.

ポール：現在、学生は私たちのシステムやデジタル体験、申請手続きがすべて完璧に機能することを期待しています。彼らは私たちが彼らのことをすべて把握し、迅速に判断することも求めています。そこで私たちは、電話問い合わせやメールサポートの代わりに AI チャットボットを導入しました。来場者が 25,000 人にのぼるオープン・ディでは、AI チャットボットを活用して質問に対応しています。

Q6. あなたの大学のブランド戦略はどのようなものですか？

A6.

アンディ：私たちには大学のブランド戦略をまとめた単一の文書がありません。これまでイギリスの大学ではブランドが最優先されることは多くありませんでしたが、状況は急速に変わっています。新しく就任した学長兼副総長は、大学ブランドの重要性を非常に明確に示しており、新しい戦略を支えるためにブランドの見直しを私たちに依頼しました。私たちは、人々が私たちのブランドが過去に囚われすぎていると感じていることを知ったため、ブランドをより未来志向で現代的なものに方向転換する必要があるかもしれません。

Q7. 貴学のブランディングにおいて、紫色はどんな役割を持っていますか？

A7.

アンディ：私たちの紫色のブランドについては賛否が分かれています。およそ半数の人はそれを気に入って大学のイメージと結びつけていますが、一方で全く好きではない人もいます。大切なのは、人々がその色を覚えていることです。紫色には多くの価値があるため、完全にやめることはできませんが、一方で単色すぎるという指摘もあり、紫色に加えて何か別の色や要素が必要だと考えています。

ポール：色は大学にとってとても重要で、特にアメリカのようにブランド商品が人気のある地域で人材を募集するときにそうです。ですから、私たちは地域ごとにマーケティング戦略を変える必要があります。

4.8. 所感

高等教育の市場化の流れの中で、伝統的な大学としてのアイデンティティと市場化への対応に対して、バランスを取りながらアプローチを試みているように感じられた。

マンチェスターという街との関係性、大学がどのように国際的に貢献していくのかという視点からのブランディング戦略は学べるものが多いのではないだろうか。何よりも、担当者たちが自分たちの大学に強いアイデンティティと誇りを感じて働いているという印象が大学全体のイメージに貢献するように感じた。

他のインタビューで感じた内容と同じだが、COVID-19 に関しては社会全体のデジタル化の中での英国のポジションを理解しながら考える必要があると感じる。少なくとも都市部では、デジタル化の進行が著しく、ほとんどのことがオンラインで処理できるようになっている。ただし、それが全て良いことであるかどうかは熟慮する必要があるだろう。特に、日本の大学入学者選抜を考えるうえで、対面での記述式試験の教育的重要性はないがしろにすることができない。

最後に、見学させていただいたキャンパス内のホールはステンドグラスが装備された、いかにも英国らしい荘厳な部屋であったが、ちょうど、そこでは定期試験が行われた後であった。入学者選抜に筆記試験が用いられないだけで、筆記試験が別な場面では教育評価として重要な位置を占めていることを、少々の違和感とともにビジュアルに確認できる貴重な機会となった。

5. Fettes College

訪問先：Fettes College

対応者：Ms. Caroline L Davies (Head of Higher Education & Careers)

訪問日：2025 年 9 月 1 日（月）

5.1. インタビュー概要

Fettes College は、スコットランド・エディンバラ市中心部にあるインディペンデント・スクール。男女共学で、寄宿舎をもつ。高等教育・キャリア部長 (Head of Higher Education & Careers) の Ms Caroline L Davies は、日本の高校に模して表現すれば、教務部長兼進路指導部長のような立場にある。調査の中では、主に、Fettes College における進路指導責任者の役割と、パンデミックが学生のキャリア形成や大学進学にどのような影響を及ぼしたかについての話題が中心となった。

Davies 氏によれば、13 歳の段階から大学出願までの生徒の進学指導の概要は以下の通りである。Fettes College では、UniFrog⁴ を活用してキャリアガイダンスや心理測定プロフィールを作成している。

新型コロナウイルスの影響としては、A レベルの試験が中止となったことから、結果的に、一時的に大学入学の選抜性が緩和された。一方、パンデミックが収束した後は大学側が成績基準を厳格化し、より選抜性が高まっている。一般論として、大学が入学者の絞り込みのために多くの試験を活用しているのが現状であり、財政的な圧力が大学と学生双方にも影響を及ぼしている。

Fettes College においては、生徒の 98%が高等教育機関に進学する。そのうち 10%が海外の大学に進学している。校内には 20 の国や地域からの生徒が在籍している。国際色豊かな環境と充実したサポート体制がある。具体的には、学習面をサポートするチューター、寮母、オックスブリッジや医学部志望者向けの専門コーディネーターなどを含む包括的な進学支援体制が構築されている。

5.2. 進路指導体制とパンデミック

5.2.1. 指導範囲と役割分担

高等教育・キャリア部長は生徒の進路指導を担当する。生徒の 98%は高等教育へ進学している。教員は進路指導にあたりオックスブリッジ担当、医学・歯学・獣医学 (MDV) 分野担当、海外大学担当等に分かれている。必要に応じて外部の進路指導カウンセラーにも相談できる環境できる。

Davies 氏は、ドイツ語とフランス語の教師でもある。授業を教えることによって、生徒と早い段階で関係性を構築し、進学に関する希望や適性等が見やすくなるという。

学年ごとの指導内容と関連ツールは以下の通りである。3 年生（中学 3 年生、13～14 歳頃）には「水に足を浸す」感覚で UniFrog を試しに体験させる。イースター休暇中に短時間の職場見学を推奨している。4 年生では、UniFrog を活用して継続的にキャリア教育やスキル・興味の探求を行う。5 年生になると心理測定によるプロフィール作成を行う。年をまたいで一貫したデータを確保するため、Morrisby⁵から UniFrog へ移行した。生徒や保護者との対話を通じて、希望や適性、スキルをプロフィールにより調整し、「最適な

⁴ 出願先の大学選択を支援するツールであり、英国ではかなり普及していると見られる。受験生本人が出願先を選ぶための情報源とするだけでなく、その情報を教員やカウンセラーらとも容易に共有できるシステムとなっている。https://www.unifrog.org/

⁵ UniFrog 同様の、進路選択・キャリア開発支援ツールである。https://www.morrisby.com/

選択肢」を見つける。

シックスフォーム（高校）の1年生（Lower Six）には約140名の生徒がおり、そのうち47名が外部からの新入生である。2年生（Upper Six）は約130名である。関心やスキル、志向を把握するための移行プログラム(Fettes Student Career Programme⁶)を用意している。

5.2.2. 大学入試の現状と COVID-19 の影響

COVID-19 が蔓延していた時期には外部試験が中止となり、成績は学校が評価した。大学側も非常に柔軟で、進学ハードルが下がった。収束後、コロナ禍以前の成績基準に戻り、評価はより厳格になった。その結果、トップ大学への入学がより難しくなった。

人口動態について言えば、18歳世代は過去最高で、2026年までに学部生数が100万人に達すると予測されており、選抜における入学枠をめぐる競争は一層激しくなっている。その結果、大学によるフィルタリングの強化が起こっている。入学試験や適性試験のより広範な活用（例：ケンブリッジ自然科学向けのESAT、オックスフォードの生物医学科学テストなど）、およびコースによって異なる動きが起きている。そのため、GCSEの上位8科目の成績を予測指標としてより詳細に検証し、出願先の選択はカウンセリング方式で行う。

条件付き合格通知⁷は今も一般的で、例えばケンブリッジ大学自然科学コースではAAAが求められる。多くのイギリスの大学は財政的な圧力により、条件をわずかに満たさない学生（例えば、AAAの成績条件を提示されたが、ダラム大学でAABの成績で受け入れられたケース）を受け入れるようになっている。進路指導の場面では、オファーの条件が緩和されるケースと、オックスブリッジやインペリアルなどの条件を厳格に守るエリート大学とを比較しながら、学生の準備状況や健康・福祉面に重点を置いて指導を行っている。

5.2.3. 進学先の状況

国内に目を向けた場合、イングランドとスコットランドには制度的な違いがある。スコットランドの大学では4年間の学位プログラムとなっている。初めの2年間は幅広く学べるサブ・オーナーズ制度を取り入れており、その後に専門分野へ特化していく。スコットランド在住の学生は授業料免除となる。イングランドでは、一般的に学位は3年間で取得する。専攻はより早期に絞られ、授業料が課される。

約90%がイギリス国内進学をする一方、国外大学への進学者もいる。約10%の学生が英国国外（アメリカ、カナダ、ヨーロッパ）に進学している。最近ではジョージタウン大学、プリンストン大学、デューク大学、マギル大学、ハーバード大学などに実績がある。

上掲した戦略的かつ丁寧な進路指導によって、多様な入学手続きや試験の対応をサポートしている。

5.3. 進路指導の実践

5.3.1. 生徒の多様性

予備クラス（preparatory class⁸）を含めて生徒は約750名で、クラスの平均人数は10～20名（通常15～20名）である。これにより、きめ細やかな個別サポートが可能となっ

⁶ <https://www.fettes.com/senior-school/beyond-the-fettes-experience> (2025年9月4日閲覧)

⁷ 大学に出願する時点ではAレベルの成績は「取得見込み」(Predicted grade)であり、正式な成績評価に基づかない状態で得る合格であるため「条件付き」合格となる。

⁸ 5歳から13歳までの、初等中等教育のコース。 <https://www.fettes.com/prep> (2025年9月4日閲覧)

ている。国際バカロレア（IB）と A レベルの両方の教育課程を提供する、スコットランドで唯一の寄宿学校である。生徒の約 70%が寄宿生で、およそ 20 か国の国籍の生徒が在籍している。

世界的な認知度が高く、香港などからの国際的な応募者の関心も強い。留学生の志望先は多様で、イギリスや母国の大学などさまざまである。

Fettes College 入学に際しては国籍による人数制限は設けず、スコットランドにあるインターナショナル・スクールとしての理念に合わせて、国内の代表性を目指している。ただし、スコットランドのカリキュラムでの教育は提供しない。経営的には現状は安定している。

5.3.2. 心のケアと移行期の支援

入学時の審査を通じて早期にどのような大学進学や職業選択を希望しているか期待を明確化し、入学および奨学金のための面接を実施する。適性と可能性を重視した、適切な選抜を行っている。

男女別の寄宿舎は女子用 4 棟、男子用 4 棟がある。最上級学年は階ごとに分かれた共学の建物に居住し、共有の共用スペースを用いて実社会での交流を促進している。

生徒は毎週、学習指導担当の教員と面談を行い、学業状況や健康状態、課外活動およびそれ以上の活動について相談する。問題や懸念があった場合は、寮母や関係スタッフに適切に伝えられる。

教師、チューター、寮の責任者、そして指導の専門家が連携してコミュニケーションをとることで、包括的な見守りと個々に合わせた適切な支援が実現されている。医学系やオックスブリッジの志望者に対して、テスト準備や作文の調整、そして超課外活動の発展を含む、具体的な週次サポート体制が提供されている。

5.3.3. 進学先の選択と価値判断の傾向

英国では近年、企業で就労しながら学位取得を目指す「アプレンティスシップ制度」への関心が高まっている。生活費の上昇、明確な職業成果や費用対効果へのニーズの高まりがその背景にある。非常に競争が激しく、仕事と学業の両立が難しいため、当校で同制度を選択する生徒は一部となっている。

保護者とは、期待をすり合わせ、ショックを防ぎ、親の希望と生徒の特性の違いを調整するために、こまめな早めの連絡を行っている。合格発表日の指導としては、単に内定が出たかどうかだけでなく、準備の度合いや企業との適合性を重視して指導する。

進学率は約 98%だが、残りは就職、基礎コース、例えば出身国の軍隊など、公務員となる。申請は延期されることが計画されている。

合格レベルとしては、ケンブリッジ大学の自然科学学部は統一試験 ESAT (The Engineering and Science Admissions Test)と高い条件付き成績（例：AAA）が必要となる。オックスフォードの生物医学科学は特定の適性試験が必要だが、生化学は不要である。最近の進路の概況には、UCLをはじめ、優れた STEM 分野での進路実績が含まれている。例えば、マンチェスター大学もある。

5.4. 現状分析と今後の展望

選抜の厳格化や人口動態の変化が、条件付き合格やその結果に対するストレスを高めている。一部の大学の財政的な不安定さが原因で、直前に合格通知が出されることがあり、そのため、学生の準備が十分でない場合がある。

国際的な環境の変化は文化的な適応やホームシックを伴うが、しっかりとしたサポート

体制によってそれらが軽減される。

当校のようなインディペンデント・スクールとしての不確実性は、高等教育の資金調達に関する課題が反映されている。継続的に市場動向に注意を払う必要がある。

5.5. 質疑応答

Q1. COVID-19 の時期は、生徒のキャリア形成をどのように支援しましたか？

A1. お話したように、我々のアプローチは 13 歳の生徒（イギリスの教育制度でいう **third form**）から始まります。**UniFrog** のようなプラットフォームを利用して、キャリア探索を始めます。下の学年の生徒に対しては、キャリア教育を「ベイベーステップ」で進め、スキルや興味を探っていきます。16 歳の **5th form** では心理測定によるプロファイリングを実施しています。**COVID-19** の期間中は、学生が試験を受けられなかったため、大学側が成績の扱いに柔軟に対応し、現在よりも進学が容易でした。

Q2. 各学年、生徒は何人いますか？

A2. 人数は学年によって異なります。**6th form** が最も大きく、**lower** に約 140 人、**upper** に約 130 人の生徒がいます。この学校では、中学段階の生徒数よりも、**6th form** の生徒数の方が多いです。

Q3. コロナの前後で何か変わったことはありますか？

A3. **COVID-19** の期間中、生徒たちは **A レベル** 試験を受けられず、学校教員による成績評価で大学に選抜されることになりましたが、それらはおおむね良好なものでした。大学側は受け入れに例年より柔軟な対応をしていたため、生徒の進学先の確保は容易になりました。パンデミック後は、従来通りのプロセスに戻り、成績の基準をパンデミック前の水準に引き締めたため、上位の大学への進学はより困難になっています。さらに、18 歳人口が過去最高を記録しており、大学入試の競争は一層激化しています。

Q4. 生徒や保護者とはよくお会いしたり、お話しされたりしますか？

A4. 全生徒が将来成功するために来ているため、生徒や保護者と常に面会し、必要なだけ時間をかけています。面談には、英国の高等教育の状況についての深い知識が求められます。

Q5. Fettes College は他の学校と比較してどの位置にいますか？

A5. **IB** の成績ではスコットランドでトップ、イギリス全体で 6 位です。スコットランドで唯一、**IB** と **A レベル** という二つのカリキュラムを提供する寄宿学校であり、20 の国籍の生徒が在籍しているため、国際的に独自の地位を築いています。

Q6. 多くの国から来る生徒に対応するのに苦労はありますか？

A6. 入学部門が面接を通して早い段階から生徒の期待に応えています。高倍率の選考ではありませんが、入学する生徒たちが満足し、自分の能力を最大限に発揮できるよう配慮しています。特にハウスパレント（寮母）と呼ばれる生徒を見守るスタッフがいる支援体制が、ホームシックや文化の違いといった新生活の悩みの解消に役立っています。

Q7. 教職員は何人いますか？

A7. 予備クラスを含めて約 750 人の生徒に対し、約 70 名の教職員がいます。クラスの平均人数は科目によって異なりますが、15 人から 20 人の間です。

Q8. もっと多くのスコットランドからの生徒を受け入れるようにするなど、プレッシャーを感じることはありますか？

A8. 定員枠は設けていないものの、スコットランドの学校であるため、スコットランド人と英国人の生徒がきちんと参加できるようにはしたいです。ただ「スコットランドにある国際的な英語学校」ですので、20 の異なる国籍の生徒が在籍していますし、特定の国籍別の割り当てを満たすことよりも、学生一人ひとりに合った適切な環境を見つけることを重視しています。

5.6. 所感

徹底した少人数教育を基本とし、本人・保護者・留学支援者等と情報共有が綿密に行われている点が大変印象的であった。教科を教えながら進学指導（出願先の選択や UCAS 提出用の **Personal Statement** 指導等）を行う、という日本の高校教員と似た点も観察され興味深かった。さらに、中等教育段階で 20 カ国もの国から留学生を受け入れ教育活動を行っている点も新鮮であり、学生募集や、留学生サポートをどのように行っているのか更に関心が高まった。

後日、実際に同校に留学し卒業した日本人大学生へのインタビューも行ったが、手厚いケア、サポートを受けることが多かったと述べている。同校設立の理念やミッションが教職員によって長く受け継がれ、広く共有され、それが行動に結実しているのかもしれない。

6. Christ's Hospital

訪問先：Christ's Hospital

対応者：Mr Will Richards (Head of Sixth Form)

訪問日：2025 年 9 月 2 日（火）

6.1. インタビュー概要

Mr Will Richards によると、Christ's Hospital はイギリスで最も優れた慈善学校で、生徒の約 12%が授業料無料となっており、75%が収入に応じた段階的な授業料を支払っている。11 歳から 18 歳までの生徒が 850 名在籍している。教師は約 100 名である。

Christ's Hospital の特徴として、慈善学校としてのステータス、美しい 1552 年創設の歴史的建物、多様な生徒構成が挙げられる。

COVID-19 が教育に及ぼした影響、特に試験や大学入学、医学志望者に対する課題、進路指導について情報提供を受けた。10 年生からシックスフォームにかけて各種の進路に対応する専門的サポートが提供されている。留学生には言語の壁がある一方、多文化共生の機会でもある。

Christ's Hospital は政府の資金援助を受けず完全に独立した機関であるが、公立校と同じカリキュラム基準に従い、生徒たちは GCSE と A レベル試験を受けている。昨年度、Christ's Hospital は「インディペンデントスクール・オブ・ザ・イヤー」に選ばれた。その理由は多様な生徒層と充実した課外活動の充実にある。

6.2. 学校概要と特徴

6.2.1. 学校及び生徒の構成

Christ's Hospital は 1552 年に創立された、さまざまな社会階層の生徒が集まる独立系の慈善寄宿学校である。資金の内訳は、授業料、英国最大の慈善奨学金基金、そして私的収入（例：施設の貸し出し）となっている。

在籍生徒数と教職員数については約 850 名の生徒、約 100 名の教員が在籍している。対象学年は 7 年生から 13 年生で、年齢は 11 歳から 18 歳である。社会経済的な構成としては、約 12%が授業料免除、約 75%が所得に応じて一部免除、約 10～15%が全額授業料を負担している。

広大なキャンパスに荘厳なダイニングホールと礼拝堂、広い運動場を有する。演劇、音楽、スポーツなどの課外活動が盛んで、寄宿舎がある。

約 95%の Year 13 (Upper 6) が大学へ進学している。アプレンティスシップ制度の利用は少数だが増えつつある。約 20%の生徒が大学進学前にギャップイヤーを取得する。

留学生は約 100 人、国籍は約 30 カ国に渡る。最大のグループは中国からで、約 60～70 名、日本からは毎年 3 名程度の生徒が在籍している。12 年生 (Lower 6) と 13 年生 (Upper 6) で留学生が多い。

6.2.2. 教育方針

言語と文化の統合を目指し、授業は英語のみで行う。国内からの生徒と留学生が融合するように座席は意図的に配置している。母語を尊重しつつ、異文化交流を促進するため、初期の言語の障壁や文化の誤解を積極的に解消するような試みを行っている。国際文化交流の夜、多様な教育プログラム、休暇を利用した週末旅行（例：ロンドン）などである。留学生担当リーダーが福祉やプログラムの運営を担当している。課題としては、言語能力の早期発達と母語による集団化の傾向があることだが、学校コミュニティを豊かにする文化交流を促進している。

進路指導は正式には Year 10 (UF) の職業に関する興味・適性のアンケートから始まる。11 年生ではキャリアフェアを行い、業界別の説明会を行う。12 年生から 13 年生向けには医学部、オックスブリッジ、工学部を対象としたワークショップと継続的な相談支援を行っている。週に一度、6〜7 名の少人数グループで専門科目の講師による指導を行う。準備や読解、応用に重点を置いている。卒業生 (“Old Blues”) によるキャリア講演、そして外部機関による模擬面接や面接対策も行っている。

大学の調査と志願先の洗濯については、オープン・ディを重視している。生徒には最低 3 回の参加を推奨している。学期中の欠席も最大 3 回まで認められている。進路選択の際には予測成績を活用する。検索の利便性から Unifrog が好まれており、UCAS のツールも活用されている。大学選択は無理強いすることはないが、オックスブリッジや医学部などの高い志望を応援している。生徒の適性や幸福を最優先している。「あなたは十分ではない」といった排他的なメッセージは一切なくしている。

6.3. COVID-19 の影響と現状

6.3.1. コロナ禍における出来事

COVID-19 の時期には成績評価の調整が行われた。2020 年は Centre Assessed Grades, CAGs), 2021 年には Teacher Assessed Grades, TAGs と呼ばれる、学校教員による評価が大学進学に使用されることとなった。その結果、成績は一時的に水準が上がったが、その後は平常に戻った。2022 年から 2023 年にかけて、成績の水準引き上げによる定員超過で医療系入学にボトルネックが発生していたが、現在は緩和している。

現在の Year 10 の生徒は通常の入学前テストを受けずに入学しておる。そのため、GCSE の成績はこれまでより予測が難しく、若干低くなると見込まれている。COVID-19 の後には、社会的孤立や交流のしにくさといった持続的な社会的影響が、生徒の志望の変化よりも大きく見られる。オックスブリッジと医学部志願者の動向は、現在は通常の状態に戻っている。

6.3.2. コロナ禍の波及効果

コロナ禍をきっかけに Microsoft Teams を使ったりリモート授業が実施されるようになった。スタッフは Teams と OneNote の使い方について訓練を受けている。全教師にペン対応の Microsoft Surface デバイスが支給された。その結果、9 年生 (LE) の全ての課題は現在学校管理のノートパソコンを使用して行われており、紙とペンは使わない。

(Fettes の内容が続いておりましたので削除致しました。Christ's Hospital の内容に差し替えを頂いてもよろしいでしょうか?)

7. Fettes College / Christ's Hospital 卒業生へのインタビュー

訪問先：University College London Main Campus 内

対応者：植田碧生氏（University of Edinburgh 建築専攻，2 年生），

山口眞由子氏（University College London 哲学・美術史専攻，2 年生）

訪問日：2025 年 9 月 3 日（水）

7.1. インタビュー概要

このインタビューでは、イギリスの大学に進学した 2 人の日本人学生の個人的経験に関するものである。彼らの現在の学生としてのステータス、イギリスへの留学経緯、高校時代の経験、大学受験プロセス、志望校の選択理由などについて質問を行った。

山口氏はユニバーシティカレッジロンドン（UCL）で美術史と哲学を専攻し、植田氏はエジンバラ大学で建築を学んでいる。両者とも日本の高校 2 年生の時に奨学金を得てイギリスのボーディングスクールに転校し、その後イギリスの大学に進学した。

主として、イギリスの大学受験システム（UCAS, コンディショナル・オファー, A レベル試験など）や、留学生としての特有の経験（英語力証明の必要性など）について語られた。英国と日本の教育システムの違い、ボーディング・スクール生活から大学生活への移行、彼らの成功要因（適度な楽観性、目標設定の重要性、人間関係の構築能力など）についても聞き取りが行われた。

調査は彼らの留学動機から始まり、現在の大学生生活の満足度で締めくくられた。

7.2. 日本の普通科高等学校から英国ボーディング・スクールへの転校経験

7.2.1. 学業面

両名とも日本の高校 2 年 1 学期から英国各校に転じた。それまでは日本国内の通常の義務教育と高校教育 1 年と 1 学期の期間受けてきている。

英国での理系科目（数学・物理）は内容理解が中心であり、日本で受けてきた教育内容と比べて簡単であると感じられた。しかし、記述力・定義の厳密性が要求されるといったように、英語ライティングの高い能力が求められることも多かった。その点ではエッセイ科目（歴史、美術史、哲学）は両名とも難しいと感じていた。エッセイの「型」を守り、構成、主張の明確化が絶えず求められた。自分では「型」に則っていたつもりでも、そうではないと評価されることもしばしばあり、苦勞した。また、知識のインプットも大量に行う必要があり、1 年次（Lower Sixth）は大量の文献購読や暗記をこなす必要があった。

さらにアート（植田氏が履修していた）は、コースワーク 60%＋試験 40%、試験は 15～16 時間の制作が課されるといった特徴を持っていた。

7.2.2. 生活面

両名ともボーディングスクールで寮生活を経験した。厳格な門限・点呼・外出管理が行われていたが、特に大きな問題もなく過ごせた。同居人たちに悩まされることもなかった。異国の地での寮生活を好評価している。

植田氏の出身校（Fettes）ではイギリス人が寮生の大半を占めている一方、山口氏の出身校（Christ's Hospital）ではアジア・アフリカ出身者も比較的大きな割合を占めており、一層多様性に富んだ学生寮生活だったと振り返っている。

7.3. 英国の進路指導、大学入試について

7.3.1. 進学タイムライン

2 年次（Upper Sixth）夏に出願先を検討、大学調査を行う。出願書類である Personal

Statement を下書きし、教員や外部の添削指導者とやり取りしながら完成させていく。10 月に UCAS 上に出席したい 5 校を決め、書類とともにアップロードし出席を完了させる。

11～12 月にかけて、Oxbridge を中心に独自試験や面接を課す大学・プログラムによる試験が行われる。両名の振り返りによれば、こうした面接試験の方が A レベルの試験より緊張したという。

早い大学では 12 月中に条件付き合格が出始める。この時期になると、周囲の可否情報も聞こえ始め、「自分はどうか」と緊張感が増し、落ち着かない日々を過ごすことになったとのことである。

年が明けて 1～3 月にかけて、随時条件付き合格が出る。合格を待ちながら、A レベル試験に向けた勉強も並行させる。希望した 5 校から合格がもらえない場合、クリアリングに臨み追加合格を求める機会が保障されているが、実際、クリアリングを行った生徒は周りにはほぼ皆無で、クリアリングで妥協して進学するならばギャップ・イヤーを取り経験を積み、次年度以降の出席に備えることが好まれるようである。

7.3.2. 大学情報の収集活動

英国の大学進学の特徴として、大学が全土にあり志望校決定が比較的難しい点にある。特に留学生にとっては英国の地理や大学の所在地の都市について知らないことが多いため、一層困難を感じることもある。

オープン・ディに足を運ぶことが推奨されるが、そこでは大学のプログラム等を知るといより、大学のある街の雰囲気や当地での生活の状況について実際に見聞きし体験してみることに主眼が置かれる。大学のプログラムの内容等はオンラインで情報を得ていた。

7.3.3. 大学入試に向けた準備

2 年間の 6th Form 時代の勉強の集大成として A レベル試験に臨み、その成績に基づいて大学入学許可が決まる。A レベル運営母体 (Exam board) によって試験の難易度や準備のしやすさが異なる。また、学校で履修する科目によって選択される運営母体が異なることも一般的である。生徒が不満を言えば、次年度別の運営母体の試験対策に変更をすることすらある (実際に起った出来事である)。

また、両名は留学生 (International Student) として大学に出席をすることになるため、語学要件として IELTS 提出が必要となる点、国内生と準備のプロセスが若干異なる。学部入学段階で IELTS の必要スコアは各セクションで 6.5 以上、Oxbridge は 7.0 となっている大学が多い。

出席に用いる自己推薦文 (Personal Statement) は、1 通で全出席先から共通に参照されることになるため、構成難度が高い。そのため教員や外部の添削指導者と何往復もやり取りしながら完成させる。

7.4. 英国での進学を実現できた要因

両名とも運に恵まれたと述べている。また、適度に楽観的な性格も良い方向に働き、大学受験期であっても生活にゆとりを持つよう心掛けることができていた。さらに、人と良い縁でつながっていたと実感することもあり、色々な人への感謝の気持ちを忘れないよう過ごしたいとも述べていた。小さな目標を作り、それを毎度クリアして次に進むというセルフマネジメントも、大学生になって特に重要な行動指針であると感じることがあるともいう。

7.5. 所感

16歳まで日本の初等・中等教育を受け、英国の学校に転じそのまま英国大学に進学する「レアケース」な大学進学パターンについて貴重な経験談を得ることができた。両名の環境への適用能力の高さに改めて驚かされた。カルチャー・ショックを受けることもなく、スムーズに現地で教育を受けることができていた様子であり、大変頼もしかった。そして、高校生というタイミングでの留学の意義や効果についても再認識し、そうした留学を支援する保護者、財団、教員等周囲の大人の役割の大きさも改めて実感した。

7. University College London ②

訪問先：UCL Office of Admissions

対応者：Ms Bella Malins, Director of Admissions

訪問日：2025 年 9 月 4 日（木）

7.1. 調査概要

Ms Bella Malins によれば、UCL は生物医学などで世界をリードする約 5 万名の学生を擁する大規模な学際的な機関である。アドミッション部門では学部と大学院の双方を担当し、115 名ほどのスタッフを擁している。

COVID-19 の時期には選抜が完全にオンライン化されていたため、プロセスにダメージはなかったが、学生数は大きな影響を受けた。高校教員の評価によって成績のインフレーションが起こり、UCL では入学基準を満たす学生が急増した。その結果、従来よりも約 2,000 名多い学部生が増えた。UCL ではコロナが収束した後も定員増を維持している。UCL は全てのカテゴリーを通算すると、年間約 20 万件の志願を受付け、約 2 万～2 万 5 千名新入生を入学させている。UCL は世界市場でのメッセージを明確にするため、今後数か月以内に新しいブランドを立ち上げる。

7.2. 大学と入学者選抜の概要

7.2.1. UCL

UCL（ユニバーシティ・カレッジ・ロンドン）は、多くの学科を持つ大規模な総合大学であり、特に生物医学、教育学（教育研究所）、建築分野において優れた実績を有する。学生数は約 5 万名、最先端の研究に基づいた教育と共に、高い研究成果を誇る。

学生のうちおよそ半数が留学生である。特に大学院で割合が高い。学部レベルでも留学生の比率は増加している。

7.2.2. 入学者選抜担当組織

Malins 氏が務める入学担当ディレクターは、学部生、修士課程の授業・研究コース、交換留学生、少人数グループなど、あらゆる学生カテゴリーの入学者選抜を統括している。競争が激しいグローバル市場に対応し、募集から入学までの過程をよりスムーズにするため、1 月に新しい学生募集・入学部門が設立された。

選抜担当部門は、以前は独立していたが、統合によりコミュニケーションと連携の向上を図っている。組織的にはこれから自分たちの特徴を確立しつつある段階である。入学者選抜担当の本部組織の規模は約 115 名となっている。入学者選抜業務は、学部生と大学院生の受付にほぼ均等に分かれており、問合せ対応でサポートしている。

歴史的には分散していた業務を本部に集約してきた。約 25 年前、本部組織には 7 名のスタッフしかいなかった。業務が集約化され、申請件数が増えたことで、現在の規模にまで成長した。

7.2.3. 志願者数と選抜プロセス

全カテゴリーを合わせた年間の出願件数は約 20 万件に達する。約 9 万人の授業型大学院生と約 1 万人の研究型大学院生、さらにその他の小規模なカテゴリーがある。

学部の出願数は UCAS のマルチ申請システムの枠組みにあり、年間の志願者数は、2 万 3 千～2 万 5 千名程度である。学部志願者は UCAS を利用して最大 5 校に出願できるため、出願数が増加している。

大学院はアジア、オーストラリア、北米など世界各地から出願がある。募集人員を満た

すためには合格率を上げる必要がある。ほとんどの大学院教育プログラムは1年間で、約9万名の出願に対して約1万5千名の学生が入学する。その入学者を確保するには、約3万名に合格を出す必要がある。

7.3. COVID-19の影響

7.3.1. 業務に対する影響

入学者選抜の手続きはすでに完全にオンライン化されており、スタッフはラップトップと安全なリモートアクセス環境を備えていたため、システム変更を行うことなく即座にリモートワークへ切り替えることができた。

当初は、対面での体験がなくなることによって入学希望者が減ると予想し、合格者数を増やした。ところが、英国では出願資料を教師が評価した成績に切り替えたため、成績水準が上昇した。結果的に想定よりもはるかに多くの志願者が入学条件を満たした。

7.3.2. 入学者増の影響

学部生の募集定員は約6,500名だったが、実際の入学者数は約8,500名に増え、定員を約2,000名上回った。UCLは条件を満たした志願者に対して全て入学許可を出したため、その後の年度において教育環境や施設の不足といった課題が生じた。

翌年には主に対面での教育に戻った。UCLでは定員を増やすことが可能であると判断した。学部の募集人員はCOVID以前の約6,500～7,500名に対し、現在は約8,500名程度となっている。東キャンパス(UCL East)を拡張している。教育スペースや実験室、学生寮を備えた二つの大きな建物で、収容人数の増加に対応している。学生数の増加と施設の拡充に対応するため、教員も増員した。

7.4. 入学者選抜の管理体制

7.4.1. 募集人員、国内外のバランス

学部と本部組織が、国内外および学部・大学院別の募集人員を設定している。入学者選抜担当部署はこれらの目標を実行する。個別の可否決定に上級管理職は干渉しない。業務への監督は、処理速度と処理能力に重点が置かれている。目標数値を途中で変更することは、中央による決定がない限り行われたい。

組織は業務内容によって分業化されている。学生募集部長は市場への働きかけを主導し、マーケティング部長はブランドとメッセージの管理を担当している。入学審査部門は志願者を惹きつけるのではなく（それらは前述の、別の担当が置かれている）、志願者を評価して結果の処理を行う。

英国国内の学生数の上限は10年以上前に撤廃されており、留学生数には上限が設けられていない。国内出身学生の授業料には政府から上限が設定されている。インフレに比べて値上げは遅れている。留学生からの授業料収入が国内の教育や研究活動を支えるための財源となっている。留学生数への懸念と、彼らがもたらす財政的な持続可能性との間で、緊張が続いている。

7.4.2. 選抜プロセスとシステムの進化

2010年頃から紙のファイルや印刷された申請書類に代わり、部門向けに完全な電子ワークフローが導入された。意思決定は電子的に統合されており、追跡のしやすさと処理速度が向上した。

学生獲得競争が激化しており、上層部は合格者、入学者数を常に厳しく監視している。新設された統合部門は、かつての自己満足的な姿勢から脱却し、積極的かつデータ主導の

運営へと変革を遂げている。

志願者への連絡手段として、マルチチャネル対応は依然として欠かせない。本部の入学
者選抜部門は電話回線を常に稼働させ、問い合わせフォームも用意している。毎日数百件の
電話がかかってくる。

クリアリングの日、初日には約 9,000 件の電話がある。約 300 人のスタッフが対応して
いる。同時に約 1,000 件のウェブチャットを処理している。次のサイクルでは、ウェブチ
ャットの処理能力をさらに拡大する計画である。

Z 世代の好みについての見方は分かれるが、結果発表日には電話が最も迅速な連絡手段
となっている。

7.5. まとめ

パンデミックによる採点混乱の時期に全ての条件付き合格通知を適切に処理した。パン
デミック発生の翌年には、授業は主に対面形式に戻った。収容能力が確認された後、学部
の入学定員を約 8,500 名の高い水準が恒久的に維持されることとなった。

1 月に入学者選抜を一つの部署に統合し、全体の調整能力を強化した。学部生は UCAS
を利用する。大学院課程では直接申請を行う方式を採用している。本部で集約して意思決
定を行っている。

ブランディング施策としては、今後数か月の間に大幅なリニューアルの計画がある。明
確さを高め、国際的な認知を獲得するために新たなグローバルブランドを展開する予定。

7.6. 質疑応答

Q1. あなたの大学のプロフィール、例えば簡単な歴史や学問分野、学生に関することなど
を教えてくださいませんか？また、あなたの UCL をどのように表現しますか？

A1. UCL は医学から法律まで幅広い分野をカバーする大規模な総合教育機関です。特に生
物医学系の学部で有名で、法律や英語などの科目を体系的に教えた最初の大学でもあります。
UCL は教育と研究の質を誇りとしており、教育研究所や建築環境学部といった世界的
に卓越した学部があります。約 5 万人の学生を抱え、英国で最大規模の機関の一つであり、
膨大な研究成果を生み出しています。教育は最先端の研究に支えられています。

Q2. 現在のチームやミッションチームでのご担当について教えてくださいませんか？

A2. 私は UCL の入学担当ディレクターで、学部生、大学院の授業課程、大学院研究、交
換留学生、その他の入学全般を担当しています。今年の 1 月に設立された新しい学生募集
および入学部門の一員です。以前は募集と入学は別々の部門でしたが、募集から入学まで
のプロセス全体のコミュニケーションを改善し、より競争の激しいグローバル市場に対応
できるよう、一体化されました。

Q3. あなたと一緒に働いている人数は何人ですか？

A3. 私の所属する入学管理チームには、大学本部で約 115 人が働いています。チームはほ
ぼ半分ずつ、学部担当と大学院担当に分かれており、学部が約 50 名のフルタイム換算職
員、大学院も約 50 名、そして入学全体に関する問合せ対応には約 15 名が従事しています。

Q4. COVID-19 のパンデミックの期間中に学生の入学手続きに特別措置はありましたか？

A4. 私たちはすでに柔軟な体制で運営していたため、とても幸運でした。どこからでも業務ができるプロセスが整い、全スタッフがラップトップを持っていました。2020 年 3 月に出勤禁止となった際も、全員が必要な機材を持っていたのです。全てのシステムがウェブ上にあるため、入学システムを変更することなくそのまま在宅勤務を続けました。変わったのは運用面で、学生数への影響が不明だったためです。出願者が減ると考え、多めに入学許可を出しましたが、予想以上に多くの学生が許可を受け入れました。さらに、試験結果が教師の評価に基づいた際には成績のインフレーションが起こり、例年より多くの学生が私たちの入学許可条件を満たし、結果として入学者数が大幅に目標を超過してしまいました。

Q5. 留学生はどういう立場ですか？留学生は国内の学生よりも学費を多く払いますね？

A5. 彼らは他の全ての費用を相互に補助しています。政府は私たちが国内学生に対して徴収できる授業料に上限を設けており、この 10 年間、その授業料はインフレに追いついていません。そのため、国内学生の授業料だけでは彼らの教育にかかる費用を賄うことができません。留学生は自分たちの費用だけでなく、国内の学部生や研究のための補助金も負担しています。政府が高等教育の資金をどのように供給するかを決めた結果、彼らは英国の高等教育制度の運営に不可欠な存在となっています。英国では留学生が多すぎるという議論がありますが、もし政府がさらなる資金提供をしないのであれば、留学生がいなければ大学の運営資金を誰が支払うのかというジレンマが存在しています。

Q6. 大学の上層部から何か圧力を受けていますか？例えば、もっと多くの海外からの留学生を受け入れるべきだというような。

A6. これはいわゆる圧力というわけではありません。私たちはただ、下された決定を実務として実行しているだけだからです。各学部や中央の運営部門が、カテゴリーごとに何人の学生を受け入れたいか決めており、私たちはその人数に沿って採用業務を行うよう指示されています。年間を通して処理のスピードアップを求められることはありますが、受け入れ人数自体についての圧力はありません。上層部から特定の個人を受け入れるよう強要されることもなく、すべて私たちの基準に則った公平で一貫したプロセスです。処理速度や意思決定については 1 年を通して監査を受けています。

Q7. 国内の学生と留学生で、異なる処理プロセスがありますか？

A7. 学部入学の場合、例外なく全ての方が UCAS を通じて出願していただきます。大学院入学の場合は、直接本学に出願します。

Q8. UCL での仕事の進め方やワークフローは、以前と比べて変わったと思いますか？何か変化を感じていますか？

A8. 大きな変化がありました。一番の変化は、約 15 年前の 2010 年頃に紙の申請書から電子システムへ移行したことです。以前はファイルや紙の申請書が山積みでしたし、大学院の教職課程プログラムで電子システムを使い始めたときも、電子的なワークフローがなかったために申請書を印刷していました。しかし現在では、すべての手続きがシステム内で電子化されています。もうひとつ変わったのは、入学審査の重要性が増し、厳しいチェックが行われるようになったことです。かつては「ただやるだけ」で、成績や数字は自然に集まると皆が信じていましたが、今では一年を通して厳しい監査があります。市場はずっと競争が激しくなっており、UCL は依然として人気ですが、優秀な学生の獲得には激しい

競争に勝たなければなりません。だからこそ私たちは新しい部署となりました。市場環境が変わったことを認識し、より賢く効率的に物事を進める必要があるのです。

7.7. 所感

UCL は国際的に大きな存在感がある。それは大学それ自体だけではなく、大英博物館をはじめとする人類の教養資産に囲まれた環境にも由来する。UCL は英国ではオックスブリッジに続く第3の地位を占める。実際に足を運ぶと、まず、視覚的、体感的に圧倒される。ところが、そのブランド力が万全ではないと認識されていることには興味を惹かれる。

UCL は完全に大学の市場化に乗り、経営面に重点を置いて留学生を財源として扱い、大学を肥大化してきた。このことが、長期的には大学本体のイメージを蝕み、ブランド力を低下させてきているように感じた。新しいブランディング戦略を注目したい。

日本の大学は国際市場の中で圧倒的に不利な状況にある。対面中心で物量作戦の広報を展開させてもさほどの効果は期待できない。極めて近い将来、深刻な行き詰まりに直面するであろう。日本の大学に留学生を惹きつけたいのであれば、国内受験生と留学生へのアプローチには明確な一線が必要である。出願プロセスの統一と国家を挙げたブランディング戦略の存在は、留学生獲得のための基本であることが示唆された。