

# 戦略・現実・未来

- はじめに
- 海外拠点
- 海外プロモーション
- ブランディング
- おわりに



緒方 一夫  
九州大学総長特別補佐

# ●はじめに：海外展開の戦略－SWOT分析から戦略を導く

強み Strengths	弱み Weaknesses	機会 Opportunities	脅威 Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>・国際コースが整備</li> <li>・多様な国からの留学生が在籍</li> <li>・多様な国に卒業生が存在</li> <li>・研究型大学</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人的資源が量的に限界</li> <li>・アピールが下手</li> <li>・ランキングが低い</li> <li>・語学力が弱い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グローバル化が進む（学生流動・教員流動が高まる）</li> <li>・国際化事業が拡大</li> <li>・大学改革が推進</li> <li>・産業界の期待が高まる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国際的な競争が激化</li> <li>・大学予算配分の減少</li> <li>・海外での事故／事件に巻き込まれる</li> <li>・政情が不安定な国々の存在</li> </ul>

		Internal Origin (attribute to the organization)	
		強み(S)	弱み(W)
External Origin (attribute to the environment)	機会(O)	<b>積極攻勢</b> ○在外事務所の拡大 ○海外プロモーションの展開	<b>弱点強化</b> ○ネットワークの拡大(資源共有) ○ブランディングの強化
	脅威(T)	<b>差別化</b> ○重点地域・重点分野の設定 ○民間企業等との連携	<b>防衛</b> ○危機管理の強化 ○教職員の能力向上

# 海外拠点(1):九州大学の海外事務所



コスト	設置形態	九州大学の海外拠点
高 ↑ ↓ 低	独自オフィス	カリフォルニア(現地法人登録済み) / 北京 / カイロ / ハノイ
	共同オフィス*	
	協定校内オフィス	ミュンヘン / バンコク / ジョクジャカルタ / 台北
	個人へ委嘱	ロンドン / ソウル / ワシントン

\*共同オフィス  
大学同士、地方自治体の海外事務所、日本学術振興会海外研究連絡センター等と共同するもの

## ● 海外拠点(2):7つの機能

- 情報の発信
- 情報の収集
- イベントのロジスティクス
- 渡航者のロジスティクス
- 現地入試
- 現地企業等とのコネクション
- 共同研究のサポート

### カイロオフィス(海外共同利用事務所)の活動

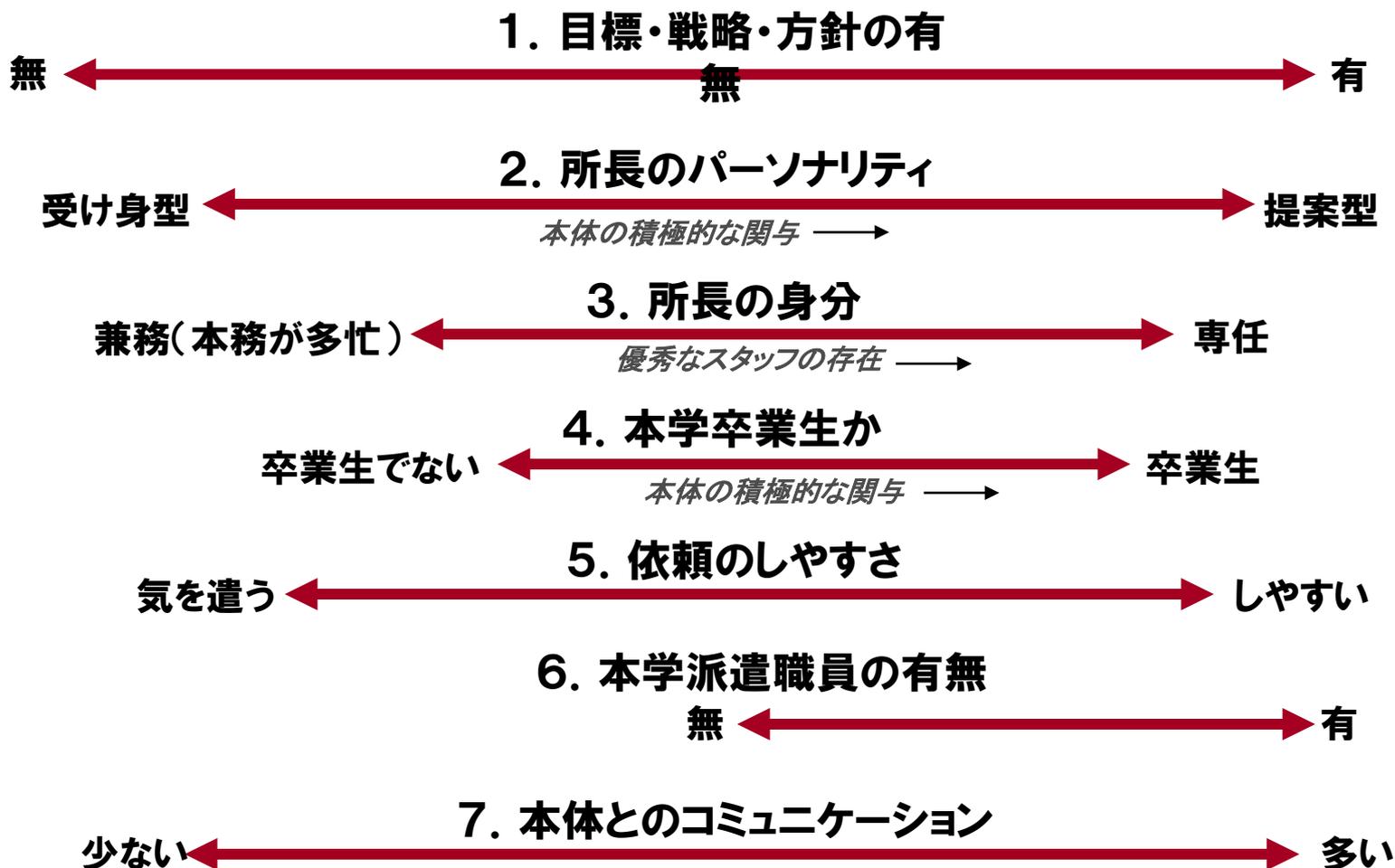
1. 情報の収集・分析: エジプトの教育研究機関の情報等を収集
2. 大学説明会: 日本の大学説明会の企画と実施、情報提供
3. アドミッション: 入試・面接等の会場手配
4. 渡日前オリエンテーション
5. 共同研究等の支援
6. 在エジプト関連機関との連携
7. 日本留学者同窓会(JEN)の設立・運営



## ● 海外拠点(3): 活性を左右する7つ特性

活発ではないオフィス

活発なオフィス



## ● 海外プロモーション(1):実績

### □ カイロオフィスの支援による企画

#### ● 日本でのエジプトセミナー 2012年3月5日@東京

- 参加者:日本側—20大学・10機関から58名;エジプト側—政府機関・大学・高校から16名
- 「エジプトから日本への留学の傾向」「留学生受入れ促進施策」について発表・討論

#### ● エジプトでの日本留学フェア 2012年11月1日・5日@カイロ/アレキサンドリア

※2010、2011、2013はエジプト国内の政情不安定により中止

- 参加機関:九州大学、筑波大学、京都大学、立命館大学（資料参加10大学）、文部科学省、日本学生支援機構、在エジプト日本国大使館、国際交流基金、日本学術振興会、国際協力機構
- 来場者数:カイロ1,403名、アレキサンドリア482名

### □ その他の活動 留学フェアへの参加や高校訪問

- 毎年、10カ国・地域以上に約50名を派遣
- 40～50校の高校を訪問
- 学部国際コースを中心としたプロモーション



## ● 海外プロモーション(2): 高校訪問というアプローチ

- 立案** 計画を立てやすい(会場、参加者数)
- 形式** 講演+進路指導教員との対話
- 対象者** 高校生(潜在的な希望者)・進路指導教員
- 効果**
- ・限定的だが確実
  - ・大学の知名度が高校レベルで上がる
  - ・優秀な人材をリクルート

### 訪問する高校

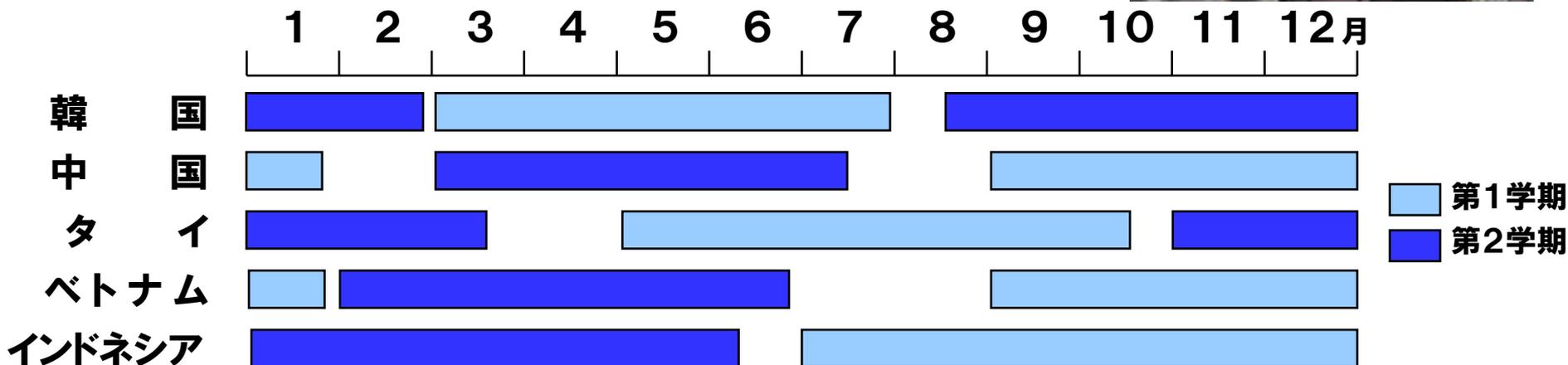
- ・在籍留学生や卒業生の出身高校
- ・現地での有名高校、進学校
- ・大学附属の高校

### おさえておくべき事項

- ・大学の進路決定はいつか
- ・現地の大学入試はいつか
- ・海外の大学への進学実績  
(国際受験コースがあるか)
- ・当局の許可は必要か
- ・現地語通訳の必要性



### 学年暦の例



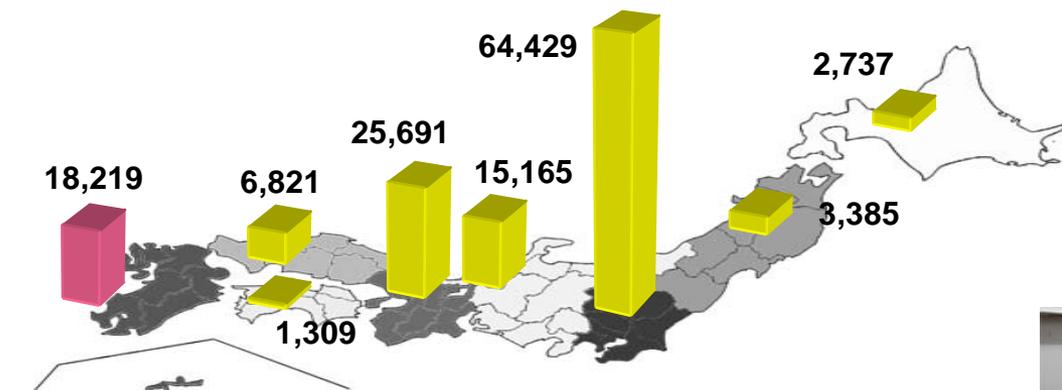
## ● 海外プロモーション(3):6つのポイント

- いつやるべきか
- 対象はだれか
- だれが行くべきか
- どこへ行くべきか
- なにをアピールするのか
- どのような情報を準備すべきか

# ● ブランディング(1): 「九州・山口地域の大学国際化ワークショップ」の事例

## 第2回 「成功する海外プロモーションと地域ブランディングの可能性」

(2012.8.7) [参加:21大学から36名]



地方別留学生数 (2012年度) [出典: JASSO, 2013]

○大学の国際化ブランディングの基本  
宮下幸子(ユイット(株))

○国際化が進む社会における大学の広報・ブランド戦略－Education UKと地域ブランディングの事例  
田中梓(ブリティッシュ・カウンシル)



### グループワーク

□ 海外プロモーションの課題と解決策

□ 成功する海外プロモーション

□ 留学生が知りたいこと

□ 留学生に伝えたい日本の魅力

□ 留学生に伝えたい九州・山口地域の魅力

## ● ブランディング(2): 西南日本をアピール

# Southwest Japan

The warm-hearted southwest of Japan is an attractive contrast to the rest of Japan: it is relaxed, uncomplicated and has its own distinctive character



### The Living Experience

Beyond the academic aspects, the great appeal in studying in Japan is of experience of Japan itself - spending the time in a country and a culture is something both fun and compelling when you, a person living in a different country or culture.

Japan has its own deep history and so many people from overseas come to study in Japan to experience it. But they are not only studying themselves, but also many young people who studied in Japan. The actual interest may have been in the country, but they are now in the country and they are now in the world, and then they find that the country has so much more to offer.

A frequently heard comment from both short-term and long-term foreign students in Japan is that it is a very, very easy country to live in. The Japanese are very helpful and friendly people. All countries, however, are different and you may find that you are not used to the way of life in Japan. But the Japanese are so helpful and friendly that you will find it very easy to get used to. The Japanese are so helpful and friendly that you will find it very easy to get used to. The Japanese are so helpful and friendly that you will find it very easy to get used to.

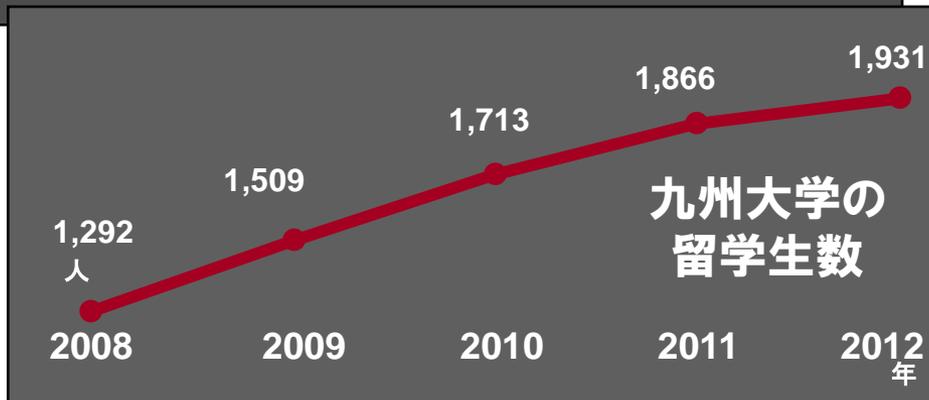
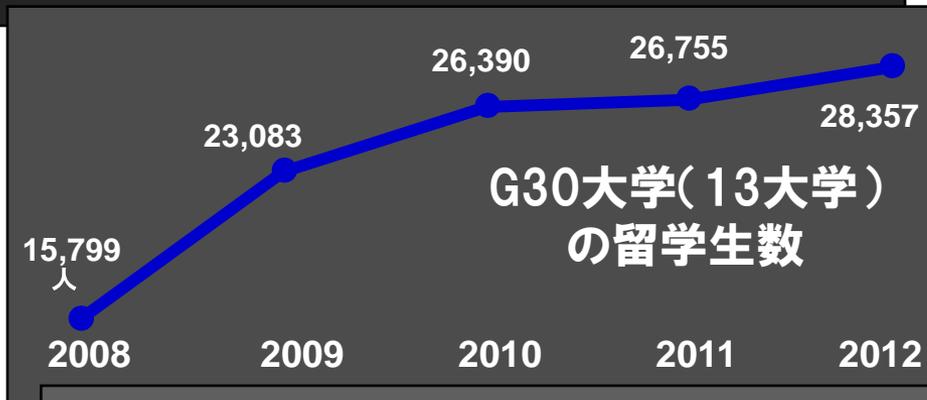
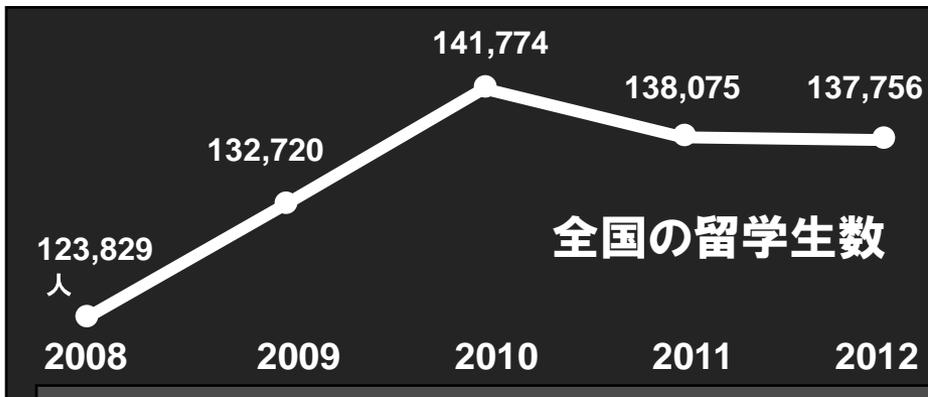
For the students, the living experience in Japan is not only academic but also a great opportunity to experience the culture and life of Japan. It is a very, very easy country to live in. The Japanese are very helpful and friendly people. All countries, however, are different and you may find that you are not used to the way of life in Japan. But the Japanese are so helpful and friendly that you will find it very easy to get used to. The Japanese are so helpful and friendly that you will find it very easy to get used to.



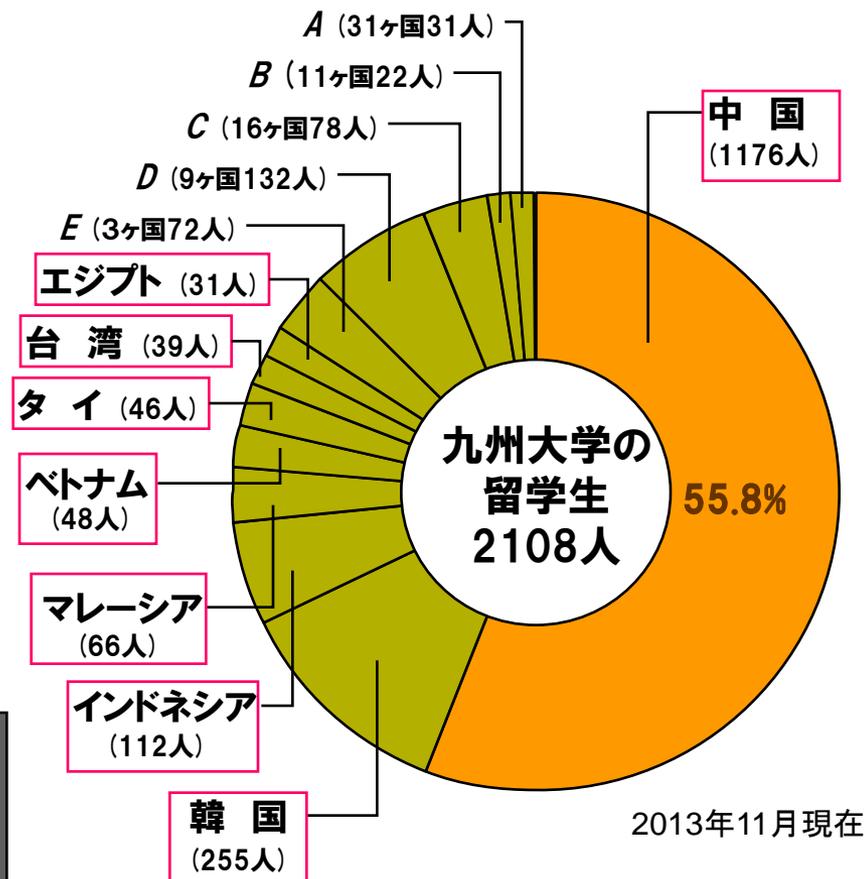
[www.swjapan.jp](http://www.swjapan.jp)



# ● おわりに（１）：海外展開は成功したか



各年5月調査



A: 在籍留学生が1人の国々  
 B: 在籍留学生が2人の国々  
 C: 在籍留学生が3～9人の国々

D: 在籍留学生が10～19人の国々  
 E: 在籍留学生が20～29人の国々

海外プロモーションを積極的に実施した国

## ● おわりに(2):海外展開で得た教訓(九大ポイント)

- 十分かつ最新の情報を収集すること
- 彼を知り己を知ること
- 正しい相手に正しい質問(依頼)をすること
- しっかりした戦略をたてること
- 柔軟かつ迅速に対応すること
- 責任者を明確にすること
- 時機を知ること
- プランBを準備しておくこと
- 最悪の事態も考慮しておくこと