

4 国際連携

項目	中期目標 目標	中期プラン				プラン内容	総括（2014～2017年度）	
		ロードマップ					実施結果報告	達成度 %
		2014年度	2015年度	2016年度	2017年度			
1 グローバルコモンとして 国や文化が異なる人々 が学び合い知を創造する ための支援	英語学位コースの拡充と英語による 授業の充実による留学生受入強 化と整備		受入留学生目標数4,000名に向けた取組			①短期プログラムの拡充及び留学生リクルート強化により留 学生増を図る(正規生・交換留学・短期)。年度当たり400名増 により2017年度中に2,800名にする。 ②「教員任用計画の基本方針」に定める任用方針に基づいた 海外への研究成果発信及び外国語による講義並びに国際公 募の原則に則り外国人教員の任用割合を高める。 ③大学院教育強化のための理工系研究科、農学研究科にお ける英語学位コース設置検討、共同学位設置推進及び学部 横断的英語コース(英語科目拡充)の検討 ④和泉キャンパスC地区用地を留学生寮として整備していく。	①留学生受入数は、2017年度実績で2,077名であった。円 高傾向が続いたことや留学希望者の受入体制(定員・教 職員数・コース数・制度等)が整備途上であることから目 標を達成することはできなかったが、2014年度比474名増 (約21%増)となっており着実に増加している。また、短期 受入れプログラムの拡充により超短期留学者数も増加す るなどの成果が出ている。その他、後述の奨学金制度の 改正等による受入環境の整備、留学フェアへの参加など により、受入留学生の増加に取り組んでいる。 ②外国籍の専任教員数は、2017年度53名であった。2014 年度比17名減(各年度5月1日現在)となった。これは外国 籍の専任教員が任期満了となったことが主な理由であ る。一方、SGUの成果指標(外国で学位取得あるいは1年 以上の外国での教育研究歴のある日本人教員を含む)に おいては、2017年度475名であった。2014年度比77名増 (各年度5月1日現在)となっており着実に増加している。 ③英語学位コースとして、理工学研究科建築学専攻国際 プロフェッショナルコース(2013年度)、グローバル・ガバナ ンス研究科(2014年度)を設置した。2017年度に開設した 先端数理科学研究科先端メディアサイエンス専攻では、 英語のみで修了可能なコースを設けた。ダブルディグリー プログラムについて、政治経済学部がノースイースタン大 学、サンフランシスコ州立大学、西シドニー大学との間で それぞれ実施している。タマサート大学とは双方方向型のダ ブルディグリープログラム実施に向けた最終段階にある。 デュアルディグリープログラムについて、経営学部では、 ヴィクトリア大学との間で構築し学生派遣を開始している ほか、大学間協定プログラムとしてテンブル大学との間 でも実施している。 ④教育研究施設計画推進委員会の下に、和泉国際混住 寮(仮称)専門部会を設置し、ハード/ソフト両面から、混住 寮としてのあり方を検討してきた。財政面にも配慮し、本 学では初めての取組となる、PFI的手法を採用、業者をプ ロポーザル方式により選定した。外国人留学生と日本人 学生が共に生活し、国際コミュニティを形成していく「学 びの場」をコンセプトとしている。 名称は明治大学グローバル・ヴィレッジ(MGV)、定員216 名。2018年2月着工、2019年2月竣工・3月開設予定。	80%

4 国際連携

項目	中期目標 目標	中期プラン ロードマップ				プラン内容	総括（2014～2017年度）		
		2014年度	2015年度	2016年度	2017年度		実施結果報告	達成度 %	
		国際社会で活躍する人材の輩出							グローバル化が急速に進む現代社会における逞しく生き抜くグローバル人材の育成
2						<p>インターンシッププログラムの拡充</p> <p>英語力養成講座（体系的プログラム構築と受講学生数増）</p> <p>英語による専門科目の増加</p>	<p>①GPIに基づくプログラム科目における海外インターンシップの単位化・実施を図り、語学研修等にはない異文化経験や「現場力」養成に繋げる。</p> <p>②正課外において英語によるコミュニケーション力を高めるプログラム・講座を体系的に提供する。学生全体の語学力伸長を図る。</p> <p>③英語による専門科目を拡充させ、高度な専門能力と国際教養を教授する。</p>	<p>①GPIに基づく実習系科目として、日本ASEAN相互理解プログラムにおける東南アジア実習及び短期東南アジア実習、グローバル人材育成プログラムにおける長期海外実習、海外実習及び短期海外実習を開講し、参加学生数は2014年度の計14名から2017年度の計41名と着実に増加した。なお、2017年度から、グローバル人材育成プログラム科目「海外文化・専門集中講座」にプログラム追加をするともに、従前正課外プログラムとして実施していた国際教育センター主催プログラムについて、単位認定が行えるよう枠組みの改定を行っている。さらに、2018年度に向けて課外プログラムの正課化及び単位認定プログラムの枠組み整理と対象プログラムの拡大を図り、留学プログラムの多様化を図れるようカリキュラム改正を進める。</p> <p>②英語力の養成については、既存の短期海外研修に加え、課外で実践的英語力強化プログラムを立ち上げ、TOEFLやIELTSといった語学試験対策を通じた英語能力強化に取り組んだ。2015年度には春期海外研修を5コース（内英語プログラムは4コース）増設し、春期に実施される短期海外研修等の参加者数は2014年度90名、2015年度172名、2016年度158名、2017年度には149名となっている。実践的英語力強化プログラムとしては、カランメソッド、Newton e-Learning及びTOEFL Training等の講座を実施した他、夏期にELSオンキャンパスプログラムを実施した。また、2017年度には春期にペンシルベニア大学ELPアカデミック英語プログラムを実施し、15名の学生が受講した。加えて、将来の「マニラ英語トレーニングセンター（仮称）」の設置を念頭に、フィリピンデラン大学において、「英語発話力モニタープログラム」を夏期及び春期に実施し、合計で33名の学生が参加した。なお、実践的英語力強化プログラムは、2018年度以降、留学志望者対象英語プログラムと改称し、留学派遣のポテンシャルを秘めるレベルの学生を主たるターゲットとして重点的に強化を図ることとしている。</p> <p>③英語による専門科目数については、2014年度の530から2017年度には657まで増えており、本学への留学を志す留学生数の増に寄与した。</p>	70%

4 国際連携

		中期目標	中期プラン				総括（2014～2017年度）	
項目	目標	ロードマップ				プラン内容	実施結果報告	達成度 %
		2014年度	2015年度	2016年度	2017年度			
3 海外への学生送出し支援	学生の語学力伸長と留学経験者の増加によるグローバル人材の輩出		海外派遣学生数増加の取組・施策充実			①留学インセンティブの造成（留学準備講座の拡充及び奨学金充実）、送り出しのためのインフラ整備（コンソーシアム形式の留学制度整備、ダブルディグリープログラム構築、各種プログラムの単位化、危機管理体制強化） ②学生交流協定の拡充、認定留学の拡充、学事暦の弾力化並びに海外拠点を活用した協定校との連携	①2017年度には留学準備講座の拡充策として、グローバル人材育成プログラム「地域研究講座」の中に、「海外研究入門講座」及び「日本研究講座」の2コマを増設した。大学間協定留学での派遣学生数は、2014年度の41名、2015年度の55名、2016年度61名から2017年度には92名と順調に増加している。また、学部間協定・派遣プログラム等が拡充されており、派遣学生数の増加が見込まれている。 なお、2016年度まで政治経済学部主催で実施していたカリフォルニア大学サマーセッションズプログラムを全学拡大し、さらにスタンプフォード大学及びペンシルベニア大学といったトップユニバーシティへのサマーセッション等留学プログラムの拡充を行ったことに加え、2017年度にはさらにテンブル大学デュアルディグリープログラムを全学化するなど、大学間協定留学プログラムの多様化を図った。その他、外国留学奨励助成金については、2017年度は124名に約4,000万円を助成した。2017年度から優秀な学生の海外トップユニバーシティへの留学促進を図る目的で「海外トップユニバーシティ留学奨励助成金」制度を制定し、22名の学生に約2,500万円を助成した。 また、危機管理体制については、危機管理マニュアルの整備を進める他、事前危機情報提供及び安否確認サービスの利用を行い危機管理体制の高度化を図った。 ②学生交流プログラムを伴う協定校の数を、2014年9月時点の159から2018年3月には237へと大幅に拡大させ、留学先の選択肢を増やすとともに、2017年度からは授業時間を1コマ100分とし14週で半期を終える新たな時間割を導入し、学生が留学しやすい環境づくりも推進した。海外拠点の活用に関しては、2013年にタイ・バンコクに開設したアセアンセンターを活用し、特に近年学生交流プログラムが増加しているタイへ留学する学生を中心に支援を行った。	80%
		海外協定校数増	協定の質的見直し・学生交流の充実					
4 開発途上国・新興国からの留学生受入れを通じた国際社会への貢献	ASEAN諸国等新興国からの留学生受入れ増大による国際社会への貢献		アセアンセンターにおける交流プログラムの展開			①アセアンセンターを基盤とした交流プログラムの展開 ②現行の奨学金制度の改廃と戦略的な助成金導入の制度整備と大学内における制度普及	①本学は2012年に「大学の世界展開力強化事業～ASEAN諸国大学間との交流形成支援事業～」（～2016）及び2016年に「大学の世界展開力強化事業～アジア諸国等との大学間交流の枠組み強化～」に採択されており、アセアンセンターはいずれの取組においても学生交流プログラムの実施や遠隔授業の展開を核としたコンソーシアム校との連携に非常に重要な役割を果たした。 ②海外の優秀な外国人留学生の獲得を目的とした渡日前奨学金制度であるグローバル選抜助成金制度及び私費外国人留学生特別助成金制度を2014年度に立ち上げ、実施3年目を迎えた。 グローバル選抜助成金制度では、2017年度入学者2名が新たに採用され、経済的な理由により、本学への入学が困難な優秀な外国人留学生の獲得につながっている。私費外国人留学生特別助成金制度では、特色ある留学生入学試験を実施している2つの学部及び研究科（国際日本学部、理工学研究科）より、4名の外国人留学生が新たに採用され、優秀な学生の獲得に貢献している。 また2018年度に、渡日前奨学金制度の第1期（2015年～2018年）の最終年度を迎えることから、3年間の運用状況を検証し、スーパーグローバル大学創成支援事業における外国人留学生の受入れ目標達成の一助となるための、第2期（2019年～2022年）予算・方針案を決定した。	80%
			戦略的助成金制度導入・実施					

4 国際連携

		中期目標	中期プラン				総括(2014~2017年度)	
項目	目標	ロードマップ				プラン内容	実施結果報告	達成度 %
		2014年度	2015年度	2016年度	2017年度			
5	国際的な「知識基盤社会」の発展への貢献	研究力強化による国際プレゼンスの向上		研究活動国際化の施策拡充			<p>①国際交流基金事業制度充実のための見直し、国際学会・シンポジウム助成制度・スタッフセミナーの充実と予算確保</p> <p>②国際ジャーナルへの投稿に対するインセンティブ策(研究費の傾斜配分等)の検討</p>	80%
			研究論文数増					
6	日本からの「知」の発信強化	日本語教育・日本学・クールジャパンの拠点形成		広報的プログラム展開と国際的情報発信力強化		海外において有効な発信手段となるコンテンツ・プログラム充実と効果的な国際的広報の強化	<p>①本学を、さらには日本を知るためのインセンティブなプログラムとして、Cool Japan Summer Program, Law in Japan Program, 日本語短期研修プログラムを実施しており、2014年から2017年までの間に、3プログラムの合計でのべ600名を超える参加者を得ており、本学協定校を中心に本学の知名度向上に大きく寄与した。</p> <p>②2013年度に広報センター会議の下に「グローバル広報専門部会」を設置し、2014~2016年度に計13回開催。外国語HPの運営や海外向けコンテンツ制作に向けて検討した。</p> <p>2015年度には韓国語・中国語HPのリニューアルを実施し、基本情報を掲載した。</p> <p>英語HPでは、「Meiji.net」の記事を計152本発信し、本学教員の研究活動のPRに繋げた。</p> <p>留学生が東京の名所と本学を紹介する番組「Tokyo DOKIDOKI Campus LIFE」を2015年度に制作し、インドネシア、シンガポール、ミャンマーでテレビ放送。関連動画の視聴回数は10万回超となった。</p> <p>本学の概要・強みをデータサイト「ALL ABOUT MEIJI」を2015年度に制作・公開。10言語(日・英・中・韓・独・仏・西・泰・越・尼)で閲覧可能で、ベトナム、台湾、タイはじめ、これまで48か国・地域でのページ表示回数が93万を超えた。</p> <p>ステークホルダーが本学最新情報を日常的に触れられるようLinkedIn(フォロワー1万人超)などのSNSを積極的に活用した。特に中国・新浪微博は、2015年度に公式アカウントを開設し、フォロワーは2600人以上を獲得した。</p> <p>世界に誇る研究を教員が出演紹介する英語動画「Incredible Senseis at Meiji University」を2016年度に制作・公開。「日本語字幕、中国語字幕を含め、関連動画視聴回数は10万以上、特設サイトのページ表示回数は11万を超えた。</p> <p>SNSでの海外向け広告及び海外大手メディアでの紙媒体・WEB広告を積極的に実施。アメリカ、ヨーロッパ、東南アジアなどにおいてターゲットにリーチする戦略の下、大学ブランディングに加え、「Cool Japan Summer Program」「Japanese Language Program」「Law in Japan」といった短期プログラムのプロモーションを実施し、本学認知度の向上に取り組んだ。</p>	80%