グローバル・ユニバーシティとその未来

講演：2004 年 6 月 12 日　　於関西学院大学大阪梅田キャンパス

オーストラリア モナシュ大学 モナシュ国際教育研究センター
教授 サイモン・マージンソン (PhD)　simon.marginson@education.monash.edu.au
翻訳：工藤和宏（獨協大学 外国語学部）
共催：関西学院大学、大学行政管理学会、JAFSA 国際教育交流協議会
*博士の来日は、財団法人鹿島学術振興財団の短期招聘助成により実現した。

はじめに

私の前回の講演内容は、高等教育における国内市場とグローバル市場についてであった。今日は、博士課程を持つ教育・研究機関としての研究型大学の性質、課題、問題等について考察したい。国ごとの違いは存在しこれからも存在するであろうが――この講演では、例えば日本というように、国ごとに特殊な要素に言及したいのだが――世界の至るところで教育・研究機関としての大学には共通原理がある。このことは 19 世紀以降該当し、現在にはもっと当てはまるといえる。共通の国際的な圧力に対して大学ほど開かれた社会的組織は極めて少なく、また大学は互いに借用し模倣する傾向があるが、多くの国の大学は、政府との関係において類似した緊張を抱えている。言い換えれば、研究型大学は複合的で不規則な発展という国際的なプロセスにさらされている。

今日の論点は、この 20 年間でこのプロセスが新しい段階に入ったということである。その段階に入った大学を私は「グローバル・ユニバーシティ」と呼んでおり、細かい所まではまだ正確に定義できていないのだが、その輪郭は明確になりつつある。グローバル・ユニバーシティに関する私の考察を述べた後、グローバル環境のなかでグローバル国家とグローバル・ユニバーシティはどうすれば成功できるのかについて言及したい。

マルチバーシティ

1962 年に初版された『大学の効用』のなかで、当時カリフォルニア大学学長であったクラーク・カー（Kerr, 1995）は、第二次世界大戦後の大学、すなわち、国家再建、経済復興、民主化そして社会的近代化といった戦略のなかで発展してきた大学についてまとめている。高等教育の増加はカリフォルニア州で始まり、それは世界中に波及していった。カーは大学を「マルチバーシティ（Multiversity）」と表現し、「無限の多様性を持つ場

所」と表した。マルチバーシティの特徴とは、地域社会まで及ぶその規模の大きさであり５万人の大学は当時新しいものであったが、また、包括的で多様な機能を持つということである。教授指導、研究、サービス、スタッフの維持等の機能を果たし、政府、企業、専門職、学者、学生、地域社会といったさまざまな顧客を持ち、さまざまな財源を持ち、管理者、企業家、学問分野等の多様な文化を持つということである。マルチバーシティを率いる秘訣とは、この多様性を管理し、優先事項を検討し、必要な結果を引き出すことである。カーのような大学学長らにとって、政府、顧客としての学生、教職員、企業、地域社会と調和をはかっていくことが不可欠であった。

今日でもあらゆる面でカーの考えは当てはまる。マルチバーシティの複合的で多岐にわたる目的、役割、顧客を持った基本的概念は、現在も適用することができるが、状況は当時とは変わっている。現在の研究型大学は包括的な機関としての役割を果たしており、教育、研究、地域社会へのサービスという、互いに異なりまた時として対抗するような機能を縫い合わせている。大学は自身が持つ競合する資源を調和させながら、自分自身で管理運営をしていかなければならない。大学というものは、もはや単なる公的機関としてではなく、公的な役割を果たしつつも、民間企業と同じように独立した機関となっている。

しかしながら、カー教授が『大学の効用』を執筆して以来、二つの重要な点が変化した。一つ目は、グローバリゼーションである。大学は、学生、産業界、官僚を含む大学のクライアントからの、直接的またはグローバリゼーションの影響によってのプレッシャーが増えつつあることを認識している。大学は以前よりも世界に大きく開かれるようになり、また、多様な方法でクライアントと関わるようになった。二点目は、マルチバーシティが経済の産物になったということである。グローバル・ユニバーシティは以前よりも包括的な意味を持つようになり、その一方で狭義の意味も持つ。グローバリゼーションの支配的な性格というのは、市場経済とアングロアメリカン文化であり（Marginson 1997）、このなかで高等教育を進めていくということは、マルチバーシティの多様性とは簡単には合い入れない。また、非英語圏の大学にとっては戦略的に難しいことである。

グローバル・ユニバーシティの特徴

グローバル・ユニバーシティは、グローバリゼーションとエコノマイゼーション（経済化）という二つの違うトレンドが生み出した産物で、互いに関係し合っていることから、両者を切り離して考えるのは難しい。グローバリゼーションとは、世界規模での相互依存の拡大、深化、迅速化のことであり、国境を超えた人、モノ、金銭の流動や同時的なコミュニケーションが可能になることである（Held et al 1999）。エコノマイゼーションと

は、経済生産の過程として大学の業務がイメージ化および組織化されるなかで、民間大学は経済市場で学生やビジネスの顧客をめぐって競争し、大学の成果は、個人が所有する財に依存するようになることを意味する（Marginson 1997; Marginson 2004）。

ここで、グローバル・ユニバーシティの五つの特徴について要約する。

第一に、グローバル・ユニバーシティは研究、教育、社会的選別（どういった労働市場に学生を送り込んでいくかということ）におけるサービスといった分野において、包括的かつ社会的経済的な役割を担っている。それはマルチバーシティが唱えていたものよりも包括的な役割である。マルチバーシティとグローバル・ユニバーシティにとって、学部生の教育はいまだに主要な機能である。

第二に、グローバル・ユニバーシティはテクノロジーの発達によって部分的に変革を遂げてきた。ネットワークを通して、他大学や世界とも関連を持つようになった（Castells 2000）。しかしながら、教育施設において行われる伝統的な教育というものが、依然として（たとえ一流大学においても）主流である。

第三に、グローバル・ユニバーシティは、グローバル、国家、地域といった三つの側面で活動し、これら三つの側面は、ネットワークの世界でリアルタイムに相互作用をくり返している（Marginson and Rhoades 2002; Marginson and Sawir 2004）。グローバル・ユニバーシティでは、学生、教職員、金銭、技術、アイデア、知識の国境を越えた流れが盛んになっている。グローバル・ユニバーシティは、互いに競争しあうと同時に協力もしていく。

第四に、名門の研究型大学の世界市場が形成され、これにより、グローバルスタンダードが設定され、世界的な力関係によってすべてが影響される。これもまた、大きな変化である。

第五に、各国政府は自らの政治力が及ぶ範囲において、グローバル・ユニバーシティを形成する役割を担い続けるが、直接的な財政援助は減らしていく。大学は政府によって管理されつつも、自らのリーダーによって運営され、経済市場で競合するという準企業的な形態をとるようになる。こうした経済モデルは、一つ目に指摘したグローバル・ユニバーシティが持っている包括的な社会的、経済的役割に緊張を生じさせる（Marginson and Considine 2000）。

それでは、順番にこれら五つのポイントについて説明していく。

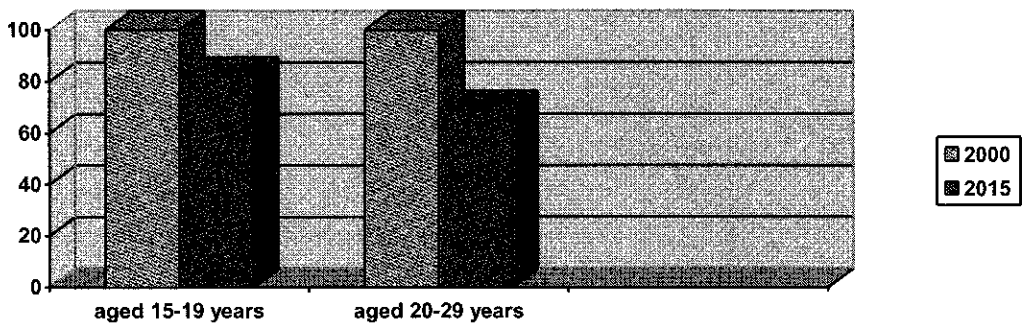
包括的な経済的・社会的役割

グローバル・ユニバーシティは、研究に基づいた知識を体系化し整理するという、二十世紀初期に獲得した役割を依然持ち続ける主要な権威である。大学外のビジネスセクターが、特にバイオテクノロジーなどの商業的な科学研究の分野において、世界的な研究の主導権を大学から奪い取るという予測もあるが、大学は今後も新しい知識を生み出す主要な役割を果たしていく。また、グローバル・ユニバーシティは、アカデミックな教育と職業訓練においても、重要な役割を果たす。現在、多くの国でオンザジョブ・トレーニングが重視されているが、職業的な訓練機関としての大学の役割はまだ拡大しているといえる。大学の役割や顧客層が今後も広がりを見せていく一方で、大学側がその過多な負担により、オーバーロードしてしまう危機も懸念せざるを得ない。ここで俳句をひとつ披露する。

大きな大学に需要の雨が降る（Need rains on Big U）
雨はすべてを潤してくれるのか（Rain can make everything bloom）
それともただ濡らすだけなのか（or it just gets wet）

若い学部生の教育が大学の大きな役割であると先に述べたが、その理由は、世界で生涯教育の必要性が叫ばれているからではなく、人口統計学の観点からである。日本と西ヨーロッパにおいては、少子化による若年層の激減が深刻な問題となっている。2000 年から 2015 年の間に、15～19 歳人口は 18％減少し、20 代人口も 31％減少すると言われている（OECD 2003）。もし、今後若い世代の大学進学率がさらに上昇するか、生涯学習をうける人口が増加するか、あるいは、海外留学生の数が急増するかのいずれかが起こらなければ、全学生数は激減し、大学間の競争はさらに熾烈なものとなる。また、学生の質は力のある教育機関を除いて低下することになり、下位にランク付けされている私立大学には大きなプレッシャーを与えることになる。

日本の若年層人口の減少（2000 年と 2015 年）



出典: OECD 2003

社会的選別、つまり、卒業生をどういう市場に送り込んでいくかという点において、グローバル・ユニバーシティは中心的な役割を果たす。社会的な利益を人々に分配していくという役割は、マルチバーシティの時よりもさらに包括的な意味合いを持つ。規模は国によって異なるが、大学は人口の 10%から 60%に大学卒業生のキャリアを分配する。大学の持つステータスや各個人の分野とつながる地位や財力に基づいて、社会の階層の中に大学卒業生は分配されていく。エリート大学は、社会的、経済的なリーダーを輩出していく上で決定的な役割を果たす。グローバル・ユニバーシティが持つ社会的選別の役割の重要性は、いくら過大評価してもしすぎることはない。研究業績と同様に、社会的選別は各国で市場を形成し、また、大学への財源割り当てをも決定する要因となる。さらに、社会的選別は、大学が持つ別々の機能を結びつける。（実質的には）大学院レベル以外では、研究と教育が相互に不可欠であるというわけではない。研究と教育が大学という同じ機関のなかで行われる理由は、大学は研究業績によって高い地位を得ることができ、その結果、教育市場の競争力と社会的選別のステータスを持つことができるからである。教育だけを供給する大学は、研究型総合大学が持つほどのステータスを持つことはできない。

テクノロジーの影響

グローバル・ユニバーシティは、複数のキャンパスを持ち、時には国境を超え、また、オンラインの要素も増えてはいるが、依然として、大規模な敷地を持つ現地型の大学である。マルチバーシティの時代にみられた、郊外に田園のキャンパスを設置する方法はもはや過去のものである。大都市の中心にあるグローバル・ユニバーシティは、交通の要衝、住居、娯楽、電子ネットワークのそばに位置することでさまざまな恩恵をうけている。グローバル・ユニバーシティにとって、現在でも教育と研究が基本的な機能であることに変わりはなく、また、コミュニケーションと IT（情報技術）の潜在力に抵抗を示す人がいることは否めない。しかし、テクノロジーは学問の方法や学術的協同作業に大きな影響を与えており、インターネットは、共同作業の媒体であると同時に記録データや新しいデータの源にもなっている。大学や学生管理への影響は大きいものとなっている。

ICT（情報コミュニケーション技術）を基本とした世界は、ネットワークが張り巡らされており、社会的、経済的なネットワークの論理の影響を受けずにはいられない。ネットワークの中心核はどこまでも拡大して、無限大に増えていく（Castells 2000）。こういう情報網のなかで、大学においても教職員が相互に連携しあい、そして同様に同窓会のもつ可能性も増大する。新しい IT をベースとした教育もどんどん増えていく。協定書にサインをしなくても、グローバル・ユニバーシティは他のグローバル・ユニバーシティと簡

単に結びつきができる。そして、有名大学の知名度はさらに高くなり、エリート大学教育と博士課程の教育において新たな世界市場を強化することになる。

増え続ける国境を超えた活動の流れ

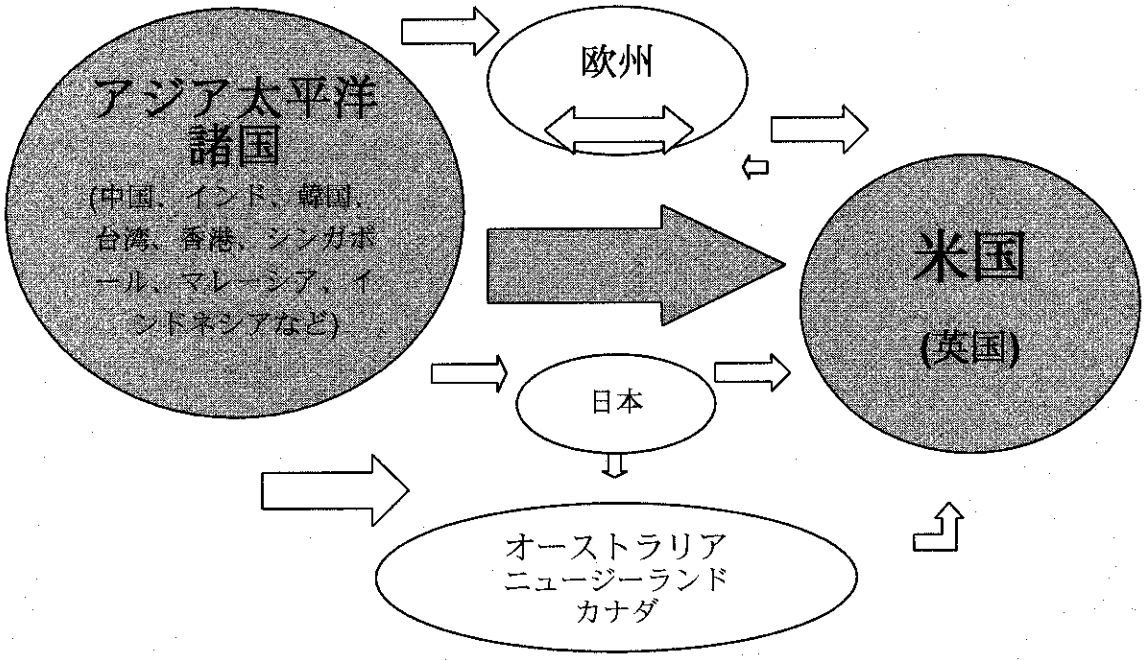
現在世界には 180 万人の海外留学生がおり、そのほとんどが途上国からの学生である。イギリス、オーストラリア、ニュージーランド、西ヨーロッパの一部、そしてアメリカといった国々では、留学生教育は市場原理の働く利益追求型のビジネスである。留学生を送り出す国としては、中国、韓国、インド、ギリシャ、日本、ドイツが挙げられる。海外留学生の増加には三つの大きな要因が関係している。まず、地球規模で流動性のある労働力への需要、次に、高等教育を受けたいと思うが、自国には十分に質の高い高等教育機関がないという理由、そして、外国での学位取得によって様々な恩恵（海外での就職や海外移住）が受けられるという理由、こういったものが海外留学の需要を喚起する。三つ目の理由は、韓国や日本といった自国でも質の高い大学を持っている国においてでも海外留学への需要をもたらしている。

主な留学生受け入れ国と送り出し国（2001 年）

OECD 諸国の留学生受け入れ	留学生数とその割合		OECD 諸国への留学生送り出し国	留学生数とその割合	
	数	全学生に占める留学生の割合		数	全学生に占める留学生の割合
米国	475,169	3.5%	中国	124,000	不明
英国	225,722	10.9%	韓国	70,523	2.3%
ドイツ	199,132	9.6%	インド	61,179	不明
フランス	147,402	7.3%	ギリシャ	55,074	11.4%
豪州	110,789	13.9%	日本	55,041	1.4%
日本	63,637	1.6%	ドイツ	54,489	2.6%
カナダ	40,667	4.6%	フランス	47,587	2.0%
スペイン	39,944	2.2%	トルコ	44,204	2.6%
ベルギー	38,150	10.6%	モロッコ	43,063	不明
オーストリア	31,682	12.0%	イタリア	41,485	2.3%

出典: OECD 2003

世界の高等教育における学生の流れ



グローバルな学生の動きのパターンに着目してみると、アジア太平洋地域、特に中国の需要の高さと、英語圏、特にアメリカで教育を受けたいという人の多さに気づく。アメリカの一流大学は驚くほどの数の入学申し込みを受けるが、外国人留学生が受け入れられる枠は限られている。競争率の高いアイビーリーグ（Ivy League）の代わりに留学生が希望する大学として、博士号を授与できない大学や、英語圏以外の大学があるが、それらはもっと事業的であると言える。日本は受入れ、送り出しの両方に関して非常にバランスが取れている。（受け入れている）留学生の数は少ないが、中国や韓国の留学生に対して質の高い高等教育を提供している。台湾、マレーシア、タイに対しては、日本はまだ留学生教育への関わりが少ない。将来的には、アジア太平洋地域からの需要がますます増えていくだろう。高等教育への中国での需要は、2015 年には 2000 年の 5 倍以上になると予測されている。中国では日本のように少子化の懸念はなく、人口の需要を満たす分だけの高等教育の拡張は間に合わないであろう。

エリート大学の世界市場

グローバル市場は、アメリカの大学によって構成されている。紛れもなく、それはアメリカの持つ経済力、技術力、文化力によるものである。映画産業、テレビ、軍事面と同様に、高等教育においてもアメリカは独占的である。

研究業績世界ランキング上位 20 大学（2003 年）

1	ハーバード大学－米国
2	スタンフォード大学－米国
3	カリフォルニア工科大学－米国
4	カリフォルニア大学バークレー校－米国
5	ケンブリッジ大学－英国
6	マサチューセッツ工科大学－米国
7	プリンストン大学－米国
8	イエール大学－米国
9	オックスフォード大学－英国
10	コロンビア大学－米国
11	シカゴ大学－米国
12	コーネル大学－米国
13	カリフォルニア大学サンフランシスコ校－米国
14	カリフォルニア大学サンディエゴ校－米国
15	カリフォルニア大学ロサンゼルス校－米国
16	ワシントン大学（シアトル）大学－米国
17	インペリアル科学・技術・医学カレッジ－英国
18	ペンシルベニア大学－米国
19	東京大学－日本
20	ロンドン大学－英国

出典: SJTUIHE 2003

中国の上海交通大学が調べた世界の研究型大学 500 校の統計結果によると、世界トップ 20 校のうち 15 校がアメリカ、4 校がイギリス、そして残る 1 校がアジア、東京大学である。トップ 50 校のうち、3 分の 2 以上である 35 校がアメリカの大学である。トップ 101 校では、58 校がアメリカであり、15 校が他の英語圏の国からであり、5 校が日本、23 校が西ヨーロッパとイスラエルから（ドイツ 5 校、スイス、スウェーデン、オランダからそれぞれ 3 校を含む）である。研究において日本は、3 番目に強い国と位置付けられているものの、アメリカのアイビーリーグが上位を占めている。

グローバルな市場は、英語が話せる国が主流を占めている。これは、アメリカ、そしてある程度イギリスがグローバリゼーションの時代の中では優位を保っていることの反映である。過去２５０年にわたって、経済的、技術的、文化的、政治的主導権を握ってきたことからも当然なことといえるかもしれない。中国が、今後グローバルな世界のなかで、経済大国になることができれば、北京語がよりグローバルな役割を果たすこともありえるだろう。中国では、世界クラスの研究型大学を設立しようとする動きが見られるように、積極的な政策が進められようとしている段階である。高等教育をうけるにあたってどのような言語が使われているかを示す戦略地政学的な地図、また世界における不均等な研究能力の配分は、アメリカ以外の国々、特に英語圏以外にある大学にとって、戦略的な問題を

もたらすことになる。果たして、グローバルな環境において、これらの国々の大学はどのようにより効果的になれるであろうか。

経済市場において企業形態をとる大学

世界各地のグローバル・ユニバーシティは、企業経営の手法を取り入れている。同様に、大学の内部のシステムを再改革するときも、ビジネス経営の手法を取り入れる。大学教育は競争的な市場で行われ、機関ならびにそこで働く人は、教育的な価値ではなく、利益という報酬によってモチベーションを得る。政府は、大学への補助金を削減することによって、市場経済的な手法を取り入れている。ビジネスと大学が本当に効果的な関係を結ぶことはいかに難しいかということや、大学が本来ビジネスモデルとは相容れない学術文化に大きく依存しているということが世界の多くの国で認知されているのにも関わらず、大学経営・管理のリーダーたちは、ビジネスの経営者として自分たちを認識することが求められている。また、彼らは大学が何を生み出せるのかということ、つまり、目に見える形での経済の産物として、卒業生の雇用率や研究量なども、どんどん求められる（Marginson and Considine 2000）。これらは、クラーク・カー教授がマルチバーシティの際に言及していた個人や集団の利益という考えとは逆行するものである。この大きな利益のセットは、社会的、文化的、経済的であると考えられており、大学で獲得される価値観を含む、学生の人格形成、基礎研究、知識、学問、経済、地域の経済的発展、社会的な生活レベルの上昇などといった、大学が果たすすべての貢献を含むものである。ビジネス企業体としての大学、または経済市場としての高等教育といった概念に対して奇異に感じるのは、高度に民営化が進んでいる日本や西ヨーロッパにある民間財団や私立大学で、企業経営の手法が優勢なイデオロギーになっていることである。

グローバル・ユニバーシティは固有の緊張感を抱えている。グローバル・ユニバーシティは、幅広いクライアントの要求に応えることが期待されている。しかし、クライエントをマーケットの消費者とみなすことは、グローバル・ユニバーシティが提供できることやクライエントがグローバル・ユニバーシティに求めていることのほんの一部しか把握できないことにつながる。こういう状況の下では、社会的選別という大学の役割は——すなわち、市場における大学のステータスに根ざした価値観、経済的な価値で学位がおしはかられることを通じて——大学が本来持っている他の機能を締め出すことになるであろう。その結果、学生は自分達が何を学ぶのかということにさらに冷笑的になり、大学は自らの使命や価値に対しても冷笑的になっていく。もし、グローバル・ユニバーシティが、全面的に経済化されることになると、ほんの一握りの名門大学しか上手く運営されていると見

なされなくなる。しかし、知識経済の需要と学生自身の需要は、全ての大学が良質であることを求めているのである。

結語——グローバル・レベルで効果を発揮するために

現実とどう向かい合うかということをグローバル・ユニバーシティは私達に求める。各国が高等教育において、グローバルに効果的であるためには、いくつか必要な資質がある。それは、研究とITコミュニケーションにおける能力やバランスのとれた教職員の流動性を含む。日本は研究とITの分野は強いと思われる。もし日本の大学がもっと多文化を受け入れられるようになれば、学生や教職員の流動性はより良くなるであろう。これには、他言語を受け入れられるような教育機関になることが不可欠である。英語圏や日本の大学教育は、西ヨーロッパや東南アジアに比べ、多様な言語に対応しておらず、あまりに単一文化的であるという弱点を持っている。

グローバルな環境の中でうまくやっている国や大学、そしてそこで働く人々は、自国のアイデンティティを失わず他とうまくやっていくために、新しいグローバルな環境に心をオープンにしている。商業的な研究だけでなく広い意味で大学が得られる恩恵や、短期的な雇用率ではなく、学生が生涯に渡って受けられる恩恵を理解している。大学は、防衛的であったり、守備体制に入ったり、他の戦略を模倣したりというやり方ではなく、グローバルな高等教育の制度づくりのなかで、際立った貢献を世界に成しとげていく。こういったことを長期的に可能にしていく大学というのは、アメリカだけに限られているのではない。シンガポールはすでに着手しており、中国もその一歩を踏み出そうとしている。日本も是非この役割を担って欲しいと願っている。しかし、グローバルに効果的で、競争的であるためには、グローバル・ユニバーシティは、狭い経済的な視野だけにとらわれるのではなく、経済的、社会的、文化的な面も幅広くすべての役割を果たしながら、そのコミュニティーに根ざしていくことが不可欠になってくる。そうすることによって、グローバル・ユニバーシティはグローバリゼーションのなかで大学を利用する人々のエネルギーを最大限に活用することができるのだ。

グローバル化の風が吹く（The global winds blow）
戦いは熾烈になるけれど（The battle is getting fierce）
大学（あなた）には多くの友がいる（But U has many friends）

参考文献

Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*, 2nd Edition, Volume I of *The Information Age: Economy, Society and Culture.* Oxford: Blackwell

Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D. & Perraton, J. (1999). *Global Transformations.* Stanford: Stanford University Press.

Kerr, C. (1995). *The Uses of the University*, 4th edition. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Marginson, S. (1997). *Markets in Education.* Sydney: Allen and Unwin.

Marginson, S. (2004). Global and national markets in higher education, *Journal of Policy Futures in Education.* http://www.triangle.co.uk/PFIE/

Marginson, S. & Considine, M. (2000). *The Enterprise University: Power, Governance and Reinvention in Australia.* Cambridge: Cambridge University Press.

Marginson, S. & Rhoades, G. (2002). 'Beyond national states, markets, and systems of higher education: A glonacal agency heuristic, *Higher Education,* 43, 281-309

Marginson and Sawir (2004) University leaders' strategies in the global environment: A comparative study of Universitas Indonesia and the Australian National University, *Higher Education* [accepted for publication]

Organisation for Economic Cooperation and Development, ECD (2003). *Education at a Glance.* Paris: OECD.

Shanghai Jiao Tong University Institute of Higher Education, SJTUIHE (2003). *Academic Ranking of World Universities – 2003.* http://ed.sjtu.edu.cn/ranking.htm