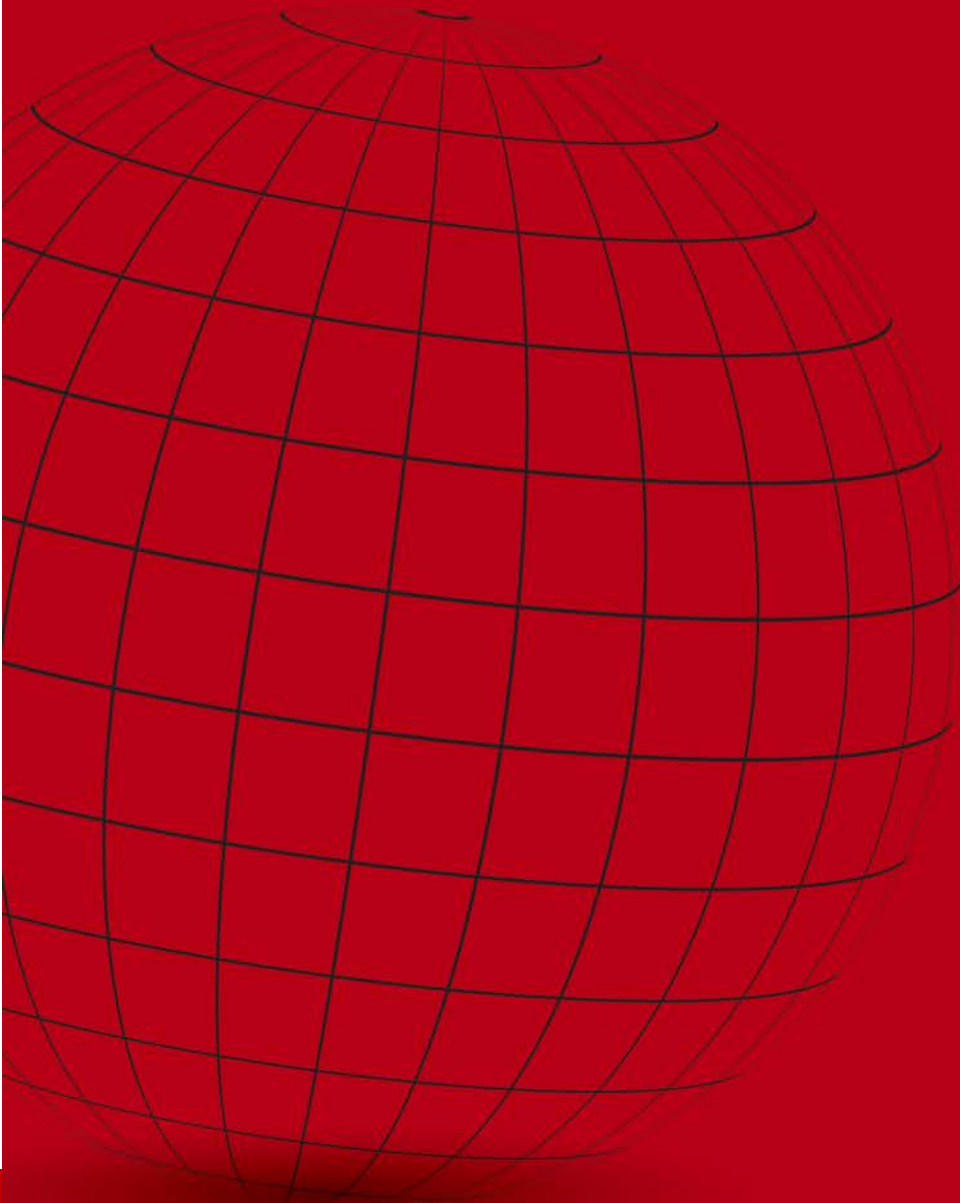


RA協議会第4回年次大会ランチオンセミ

THE^ナランキングを急速に伸ばす
アジアの大学に学ぶ国際化・
研究広報の最新動向

What do the rising stars among Asian universities do best when it comes to internationalization and research promotion?



講演者



湯浅 誠 / Makoto Yuasa

カクタス・コミュニケーションズ株式会社 代表取締役

大学卒業後に渡英後、インド・ムンバイが本社のCactus Communicationsに就業。日本法人の設立に携わる。アカデミアの国際化支援事業に携わり、日本・中国・韓国を中心とした戦略的グローバル・マーケティングおよびブランディングを統括。



サテヤジット・ラウト / Satyajit Rout

Head, Research Communications, Cactus Communications Pvt. Ltd.

10年以上の学術コミュニケーションの経験を元に、現在カクタス・コミュニケーションズにてリサーチコミュニケーションサービス事業を統括。学術出版社・ジャーナル、大学・研究機関、研究グループの国際的なプレゼンスの向上を支援。



講演 1

THEランキングを急速に伸ばす アジアの大学事例研究

湯浅 誠 カクタス・コミュニケーションズ株式会社 代表取締役

カクタス・コミュニケーションズについて



オーサーサポート

大学の国際研究広報・
プロモーション

学協会・ジャーナルの
国際プロモーション

Our Mission

個人・組織にかかわらず、言語や地域、専門の壁を超え、
優れた研究の世界的な**アクセシビリティ**を向上

CACTUS

本発表のテーマ：THE世界大学ランキング



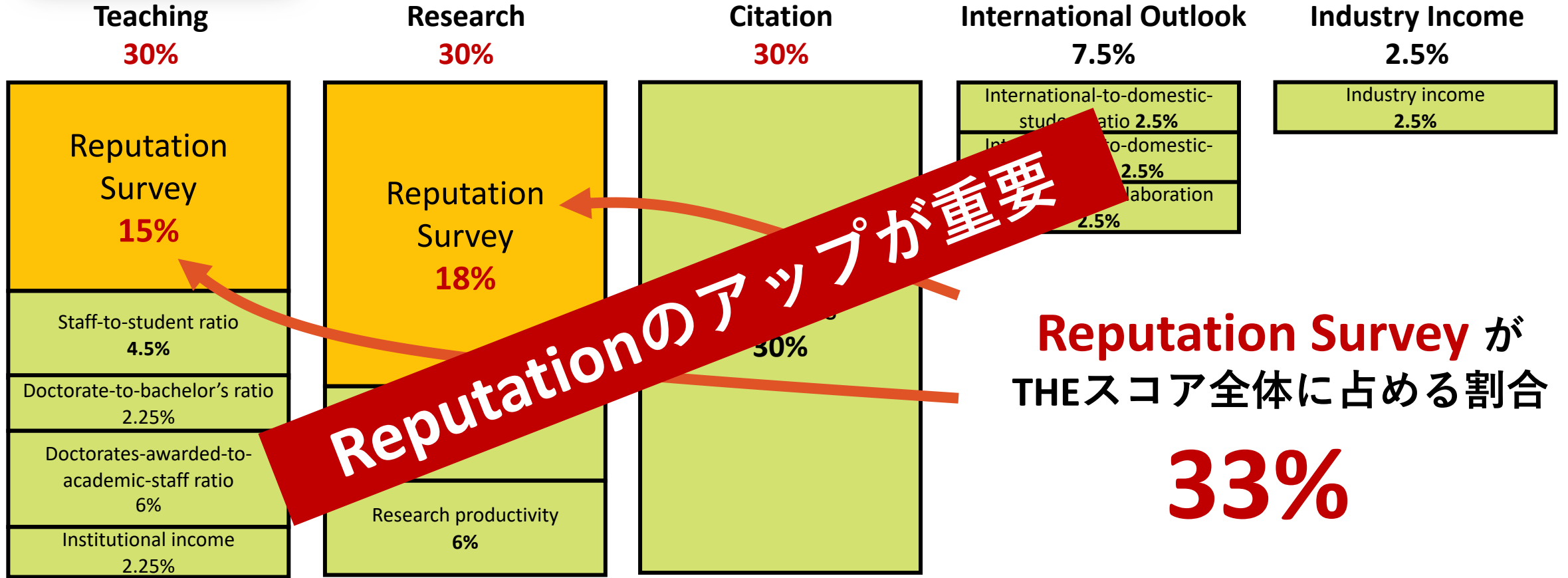
研究大学としてのグローバル・プレゼンスを評価
文科省「10年以内に10大学を100位以内に」(2013)
ランキングが国際人材・予算・共同研究獲得に影響

競争が激化。中国・韓国など
東アジアだけでなく世界の
大学がランクアップに血眼。

とある中国の有名大学...
「THEランキング100位以内の大学
でPh.Dを取得した研究者しか
採用しません！」

近年（とりわけ2015年以降）
日本の国立大学は軒並み
ランクダウン・・・。

THE Ranking Methodology



※教育と研究のReputation surveyの結果は類似する事が多い。

Reputation Surveyの内容

シンプルな2つの質問

1. Please choose up to 15 institutions around the world that you regard as **producing the best research** within the subject area of xxxx.
2. Please choose up to 15 institutions around the world that you regard as **best teaching institutions** within the subject area of xxxx.

馴染みのある名前
北京大学 v.s. 清華大学

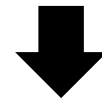
共同研究者がいる大学

留学先だった大学

伝統ある大学
Stanford, Oxford...

主観的調査だからこそ、
大学名が挙がる要因は多種多様

研究が学会やメディアで話題
になっていた大学



大学の努力により、独自の戦略立案が可能

アジアの大学に共通するGlobal Reputationの課題 (2018)

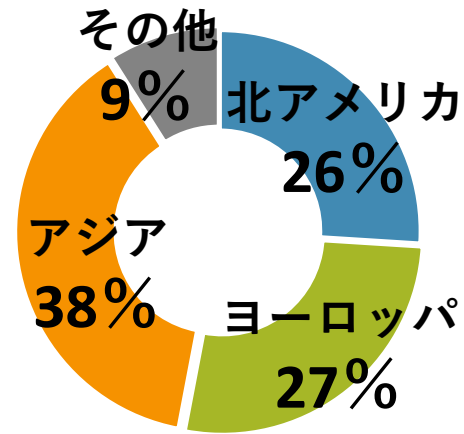
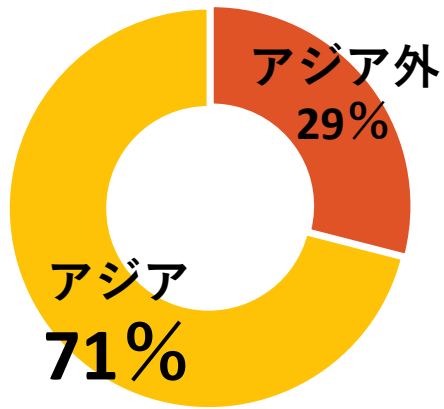
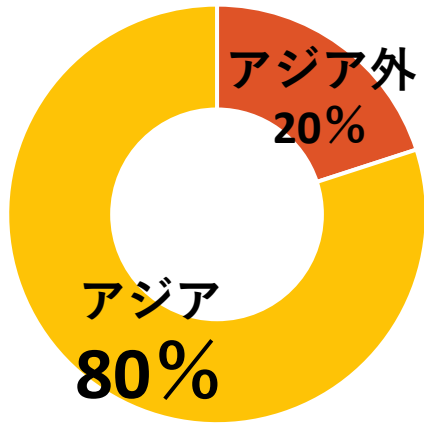
東京大学 13位



清華大学 14位

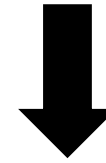


ハーバード大学 1位



100位以内に入るアジアの大学のほとんどの
Voteはアジア圏内からのもの。

アジア圏外の国での
グローバル・プレゼンスが弱い。



言語の壁

特に東アジア諸国は英語での
研究情報発信が圧倒的に少ない



国際化の壁

アジア外からの留学生が少なく
国際共同研究が少ない

< 調査 >

THE世界大学ランキングを急速に上げている
アジアの大学は、一体どんな戦略を立て、
何を実践しているのか？

特に、大学が研究大学としてのReputationを
あげるためにどんなことをしているのか？

調査の方法

1. THEで2013年～2018年の5年間で以下条件に当てはまるアジアの大学をリストアップ
 - 元々300位圏内で、75位以上ランクを上げた大学
 - 元々300位圏外で、300圏内に初めて上がってきた大学
2. 各大学の5つのスコアの年次変化を分析し、顕著に成績を上げた項目を調査。
3. インターネット等で情報収集し、スコアアップの要因となった戦略について仮説立て。
4. 各大学の担当者に事例調査依頼し、データと仮説をぶつけながらインタビュー調査を実施。

実際のところ
何が効果が
あったのか？
と率直に聞いて
みました。

2013-2018で急速にランキングを上げたアジアの7大学



Sungkyunkwan University (SKKU)
(+90 ranks)

Yonsei University
(+50 ranks)

**Ulsan National Institute of Science and
Technology**
(newly ranked)



Zhejiang University
(+123 ranks)

Shanghai Jiao Tong University
(87 ranks)

Fudan University
(+85 ranks)

Nanjing University
(+82 ranks)

Sungkyunkwan University (SKKU) ケーススタディ



- ✓ 韓国で最も古い私立大学の一つ(1398～)
- ✓ 世界：201-225位 → 111位 (QS100位)
- ✓ アジア：27位 → 13位

Metrics	5 year increase
Teaching	7
Research	6.4
Citations	30.2
Industry Income	-5
International Outlook	13.8

インタビュー対象

(左) Professor Sungjin Song, Vice-President, Planning and Regulation Division / Professor of Mechanical Engineering

(右) Lim Chae Hwan, Section Chief, Office of Strategy, Planning

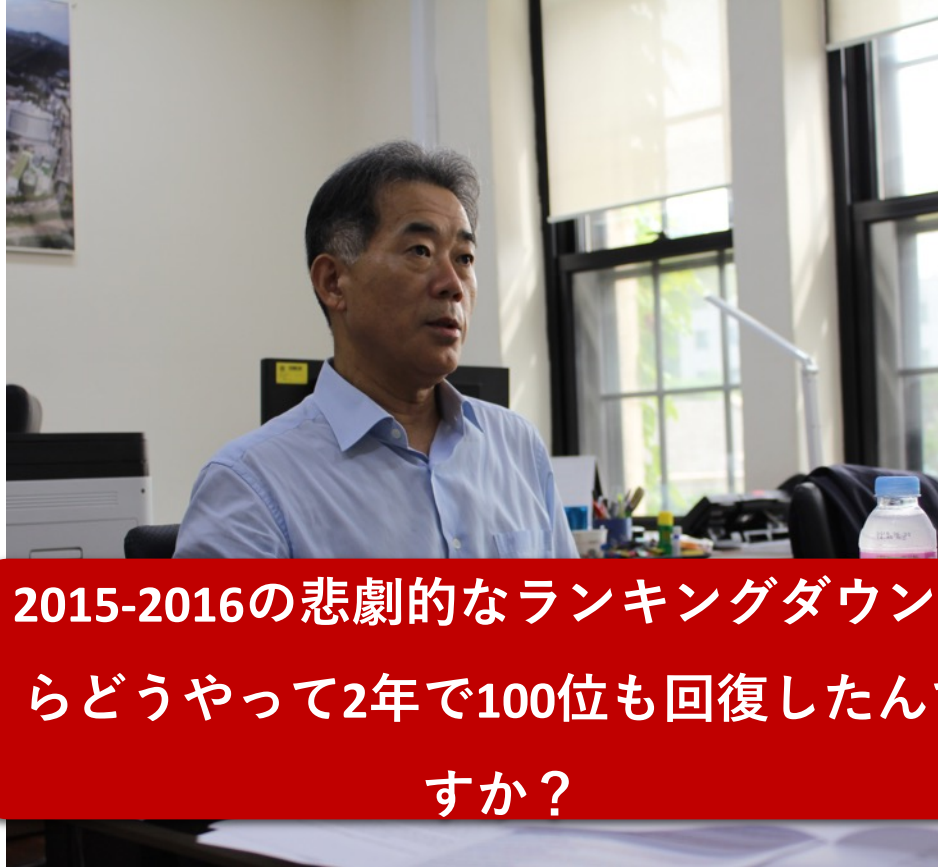
Sungkyunkwan University (SKKU) の回答

大学改革は実は簡単。20年あれば文化は完全に変わります。

- ✓ 教育大学から**グローバル研究大学への転換**
- ✓ Samsungとの提携により**企業からの継続的な資金獲得**
- ✓ **優秀な研究者を呼び込む徹底した研究環境整備**：ナノ、バイオ、IoT、**東アジア研究所**、ACT (Art-Culture-Technology)
- ✓ **国際派・企業コラボが得意な国内研究者を積極採用**
→ 国際共同研究、海外研究者・学生、Technology transfer、Citation増の**正のスパイラル**
- ✓ **国内外企業をキャンパスに誘致**。Business Incubating Centerで50のstart-up企業を誘致。企業用リサーチセンターも設立。



Yonsei University ケーススタディ



2015-2016の悲劇的なランキングダウンからどうやって2年で100位も回復したんですか？

- ✓ こちらも韓国で最も古い私立大学の一つ
- ✓ 2015年～2016年に急激なランクダウンを経験し、2018年までに100位回復

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
World	183	190	201-225	301-350	251-300	201-250
Asia	20	17	28	37	29	20

Metrics	2013-2018	2016-2018
Teaching	0.3	11.4
Research	-0.4	16.1
Citations	-2.5	6.7
Industry Income	43.1	23.3
International Outlook	21.2	13.1

インタビュー対象

Dr. Dong-No, Kim, Vice President of Strategic Department (Sociology)

Yonsei University の回答（1）戦略立案

ランキングダウンは大学にとって本気の改革のチャンス。
日本の韓国の大きな違いは「レスポンス・タイム」

- ✓ 2015年の悲劇的なランクダウンを**理事自身が詳細分析**
- ✓ 戦略を具体的に以下の4点に絞り込み**2年で実行・実現**
 - 1. 研究者の業績評価**を改革
 - 研究者の**採用方針と研究環境**を改革
 - 3. デジタルマーケティング**の強化
 - 4. Technology Transferのインセンティブ**を改革

戦略のうち短期プランが効果を上げ、2年で100位回復。

Yonsei University の回答（2）人事・評価

優秀な韓国人若手研究者を採用し、育てること。
これが大学ブランドにとって最大かつ最重要な長期戦略。

- ✓ **研究を量から質へ**：研究者の業績評価から論文数を外し、質のみを見る方針に全学的に転換。
- ✓ **優秀な若手研究者（20代後半～30代前半）を採用**：年配の教授1人がリタイアするごとに2人の若手採用を実践。
- ✓ **若手を好条件待遇**：安定した給料、最初の2年は Semester に1科目のみの教育義務、採用3年後にサバティカル休暇。
→ 元気な時に論文をたくさん書いて、海外に出てもらおう作戦。結果、2年で5本のNSC論文を排出。

海外有名研究者の採用には短期的な効果しかない。この大学で育った研究者が世界で有名にならないければ大学のReputationは上がらない。

Yonsei University の回答（3） Industry Income

Technology Transferに研究者へのインセンティブを儲ける。

- ✓ **産業収入の8割を研究者に**：研究者が大学を通じて企業に技術
を売った場合、収入の80%が研究者自身の予算として入る仕
組みに変更。
- ✓ **研究者の昇進評価における産業収入の比重をアップ**：産学連
携が得意な研究者が論文に追われないよう、産業収入を論文
と同じ比重で評価。

Yonsei University の回答（４） Digital Marketing

研究広報は大学の實力と評価のギャップを埋める短期戦略。

良いコンテンツをプロモーションするのは大学の責任。

- ✓ 本来の研究の強みと、Reputation Surveyの結果が一致しないことに気づき、**研究広報・プロモーションの弱さが原因であると分析。**
- ✓ デジタルマーケティング部隊設置。学術的に重要だが世間に発見されにくい研究成果をリアルタイムで大学がプロモーション。
 1. **ウェブサイトリニューアル**：海外オーディエンス向けに変更
 2. **ソーシャルメディア**：英語で情報発信
 3. **Weeklyアナリティクスレビュー**：理事自ら毎週チームとウェブレポートをチェックし結果をもとにPDCA。
 4. **独自の研究成果データベース**：担当者1名がシステムに張り付いて学内研究者が発表した最新論文をチェックしネタ探し。

結果がでるまでできることは全てやる。

それが研究広報の方針。

韓国の大学ケーススタディから見たポイント

- ✓ たかがランキング、されどランキング。世界中の大学が必死でランクアップしようとしている中で、同じ土俵とルールで戦うかどうか姿勢を明確にする。
- ✓ 具体的なレビューを元に対策を練り、実行部隊に権限と責任を与える。
- ✓ 目標達成のために結果が出るまでやり続ける。必要だと思える施策は全てやる。すぐに効果が見えにくい広報活動も粘り強く続ける。
- ✓ 若手研究者は大学の未来を変える。彼らが研究に専念できる環境を整え、良い研究者を育てる事が、長期的に様々な角度で大学の力になる。
- ✓ 大学改革時に、いかに新旧システムが共存できる仕組みを作るか。急ぎ過ぎず、遅すぎず。