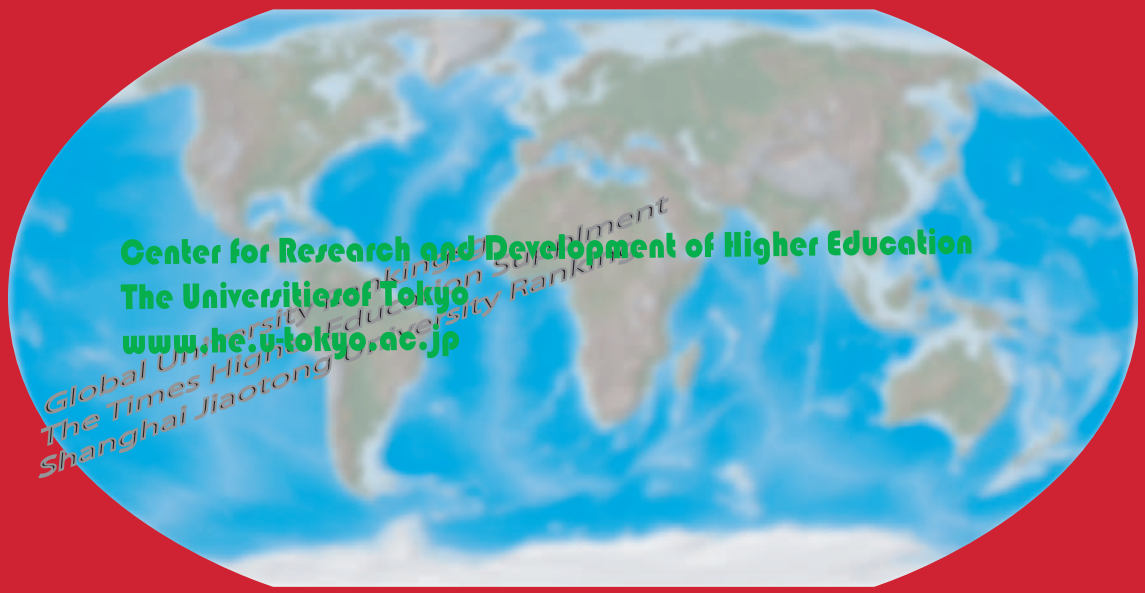
大総センターものぐらふ 7

市場型と制度型大学評価の国際比較研究



THE UNIVERSITY OF TOKYO
Center for Research and Development of Higher Education
CRDHE
東京大学　大学総合教育研究センター

大総センターものぐらふ　No. 7

市場型と制度型大学評価の国際比較研究

はしがき

東京大学大学総合教育研究センターは、1996年に学内共同利用施設として、大学改革に関する基礎的調査・研究を行うとともに、東京大学における教育課程・方法の改善を支援することを目的として設置された。

本報告書は、本センター小林雅之助教授を研究代表とする文部科学省科学研究費（研究課題名 市場型と制度型の大学評価の国際比較研究）による研究成果の一部である。

本報告書が、大学関係者各位のなんらかのご参考になれば幸いである。

平成19年３月15日

東京大学大学総合教育研究センター長　岡本和夫

執筆者

小林雅之　東京大学大学総合教育研究センター助教授
曹　燕　　東京大学大学院教育学研究科博士課程
施　佩君　東京大学大学院教育学研究科博士課程

はじめに

本報告書は，文部科学省科学研究費（研究課題名　市場型と制度型の大学評価の国際比較研究）の成果のひとつである。本報告書は，日本私立大学協会附置高等『世界大学ランキングの比較』(2005 年３月）に新たに制度型大学評価や大学ランキングについて，分析を加えたものである。本報告書では，私立高等教育研究所の許可を得て，これを英訳及び中国語訳し，大学総合教育研究センターより刊行することとした。

これは，本報告書の内容がイギリスのロンドンタイムズ高等教育版の世界大学ランキングと中国の上海交通大学の世界大学ランキングの比較研究であるため, 英語訳および中国語訳を作成することは意義があると考えられたためである。

なお，大学総合教育研究センターでは，市場型評価と制度型評価の比較研究を引き続き継続して実施する予定である。また，これに関連して，大学のベンチマークについても，調査研究を進めており，大学総合教育研究センターものぐらふ４として刊行している。

本研究が，大学評価に関心を持つ関係者の参考になれば幸いである。

2007 年３月

東京大学大学総合教育研究センター
助教授　小林雅之

目　次

第１章　制度型大学評価と市場型大学評価 1
1.　大学評価の成立と展開 1
1.1.　大学評価と大学の質保証 1
1.2.　２つの大学評価 2
1.3.　本研究の目的 3
2.　制度型評価 3
2.1.　制度型評価の特徴 4
2.2.　制度型評価の展開 4
3.　市場型評価 6
3.1.　市場型評価の特徴 6
3.2.　制度型評価と市場型評価の比較 7
3.3.　大学ランキングの展開 8
3.4.　主な大学ランキングの特徴 9
3.5.　大学ランキングの特性 11
ランキングの先行研究 11
ランキングの方法への批判 13
3.6.　市場型大学評価の隆盛とその背景 15
第２章　世界大学ランキングの現状と問題点 18
1.　世界大学ランキング 18
2.　２つの世界大学ランキング 19
2.1.　タイムズ紙ランキング 19
2004 年ランキング 19
2004 年ランキングと 2005 年ランキングの比較 30
まとめ 36
2.2.　上海交通大学ランキング 37
ランキングの概略 37
サンプルとランキングの基準 38
ランキングの特徴と問題点 42
2006 年のランキングと 2004 年のランキングの比較 48
まとめ 52
2.3.　２つの世界大学ランキングの比較 52
２つのランキング記載大学の傾向 53
総合スコアの全体の傾向 54

極端に順位の違う大学 55
両者のランキングの指標間の相関 56
両者に共通の論文引用指標（SCI）による比較 57
両者のランキングの相違の原因 58
世界大学ランキングの可能性 58
第３章　大学評価の可能性と今後の課題 59
ランキング出所 62
参考文献 62
References 63

Comparison of Global University Rankings 73
世界大学排名的比较 143

図表リスト

表 1　制度型評価と市場型大学評価の特徴 7
図 1　スコアと順位の関係 14
図 3　タイムズ紙ランキングの地域別分布 20
図 4　タイムズ紙ランキングの国別分布 21
表 2　各指標のウェイト 22
図 5　外国人スタッフ比率 22
図 6　トップ 20 の大学 23
図 7　ピア・レビューのスコアの分布 24
図 8　ピア・レビューの比較 25
図 9　総合ランクとピア・レビューなしのランクの差 26
表 3　タイムズ紙　各指標の相関 26
図 10　ピア・レビューと総合ランクの相関 27
図 11　留学生比率と総合ランクの相関 27
図 12　中国の大学ピア・レビューの比較 28
図 13　日本の大学ピア・レビューの比較 28
図 14　中国の大学の各指標スコアの分布 29
図 15　日本の大学の各指標スコアの分布 29
表 4　二つ年度のランキングのトップ 10 大学 30
表 5　二つ年度のランキングの地域別分布と国別分布 31
図 16　二つ年度のランキングの地域分布 31
表 6　2005 年ランキングに入った大学 32
図 17　ランクが向上した大学 33
図 18　ランクが後退した大学 33
表 7　各指標のウェイト 34
表 8　各指標の相関 35
図 19　2004 年と 2005 年ランキングのスコア 35
図 20　2004 年と 2005 年のランク 36
図 21　15 校の大学の総合スコア 38
図 22　トップ 50，100，200，500 の地域別分布 39
図 23　トップ 200 の国別分布 40
表 9　各指標のウェイト 42
表 10　上海交通大学ランキング　各指標の相関 42
図 24　受賞数指標と論文数指標による順位の変動 44
図 25　世界トップ 36 大学の各指標スコアの分布 45

図 26　日本の大学の各指標スコアの分布 46
図 27　中国の大学の各指標スコアの分布 47
図 28　2006 年と 2004 年トップ 50 順位の変化 49
表 11　2006 年と 2004 年各大学スコアの変化 49
表 12　2006 年の相関係数と 2004 年との差 50
図 29　中国の大学の各指標スコアの分布 50
図 30　日本の大学の各指標スコアの分布 51
表 13　上海交通大学ランキングに含まれていない大学 53
表 14　タイムズ紙ランキングに含まれていない大学 54
図 31　タイムズ紙と上海交通大学の総合スコアの相関 55
図 32　２つの世界大学ランキングの順位の比較 56
表 15　２つの世界大学ランキングの総合スコアと各指標の相関 56
図 33　論文引用数スコアの比較 57
附表 1 2004 年タイムズ紙ランキングの地域別分布と国別分布 66
附表 2 2004 年タイムズ紙ランキングのピア・レビューの比較 66
附表 3　2004 年タイムズ紙ランキングの中国大学の各指標スコア 67
附表 4　2004 年タイムズ紙ランキングの日本大学の各指標スコア 67
附表 5　2004 年上海交通大学ランキングトップ 200 の国別分布 67
附表 6　2004 年上海交通大学ランキングトップ 50, 100, 200, 500 の 68
地域別分布 68
附表 7　2004 年上海交通大学ランキング受賞数指標（Alumini+Award）と論文数指標(H+N+S)による順位の変動 68
附表 8　2004 年上海交通大学ランキング世界トップ 36 大学の 69
各指標スコア 69
附表 9　2004 年上海交通大学ランキング 16 校の中国の大学の 69
各指標スコア 69
附表 10　2004 年上海交通大学ランキング 36 校の日本の大学の 70
各指標スコア 70
附表 12　2004 年タイムズ紙ランキングと 2004 年上海交通大学ランキングの対応表（２） 72

第１章　制度型大学評価と市場型大学評価

1.　大学評価の成立と展開

1.1.　大学評価と大学の質保証

大学評価は，大学の質をいかに保証していくかという重要な問題と密接に関連している。大学の質を維持向上していくためには，大学自身の努力が何よりも求められることは言うまでもない。しかし，より広く国家レベルの政策としてみた場合には，大学の質保証のための政策には，主として事前のコントロールと成果の評価に基づく，事後のコントロールの２つがあげられる。大学の設置認可によるコントロールは前者であり，評価に基づく大学の改善や大学改革は後者の典型である。

わが国では，大学の設置認可が質保証として，強い機能を果たしてきたため，質保証について，議論されることが少なかった。しかし，こうした設置認可型の質のコントロールから評価に基づく質保証への移行は，国際的な傾向であり，わが国でも 1991 年の大学設置基準の大綱化以降，大学評価の重要性は，ますます高まり，大綱化とともに，大学の自己点検・評価制度が導入された。それ以降，大学教育においても，規制緩和と市場化が進行し，市場の入り口規制から出口での成果の評価へと変化した。このため，質保証，とりわけ大学評価は重要な役割を担うことになった。さらに，2004 年に認証評価制度が導入され，大学評価は新たな段階を迎えた（民主教育協会編 2005）。

また，国立大学は 2004 年度より法人化し，中期計画・中期目標を大学法人評価委員会で評価されることとなった。国立大学では，大学評価の成果を中期計画・中期目標と関連づけることによって，評価を資源配分と結びつけることが議論されている。この問題は，まだ進行中であり，現在の時点で，どのような結論が出されるか予断を許さない。しかし，大学評価の重要性はますます高まっていることに異論はないであろう。

1991 年の大綱化以降，わが国でも大学評価に多くの関係者の努力が注ぎ込まれてきた。多くの自己点検評価報告書が刊行された。しかし，「評価疲れ」と言われるように，これまでの大学評価に対する多大な努力の割には，大学改革に大学評価が有効であるか，疑問視する議論も少なくない。このため，従来の大学評価についても，その問題点を的確に把握して，今後の大学評価の向上に有効となる研究成果が求められる。本研究は，そのひとつの試みである。

1.2. 2つの大学評価

こうした従来の大学評価に対する疑問とは裏腹に，大学ランキングは，隆盛をきわめている。大学ランキングは 1980 年代のアメリカで急速に発展し，その後世界各国にも波及し，様々な大学ランキングがなされている。また，一国の大学ランキングだけでなく，国際的な大学ランキングや，さらに世界大学ランキングまで登場した。こうした大学ランキングは，新しい種類の一種の大学評価とみなすことができる。すなわち，大学ランキングは，大学情報に対する需要に根ざした，従来の大学評価とはまったく異なる文脈から発展してきた，大学評価の一形態とみることができる。

このように，既存の大学評価はその主体と目的によって大きく次の２つのタイプに分けることができよう[1]。まず大学自身の自己評価や第三者機関による大学評価がある。ここではこうした大学自身や第三者機関による大学評価を「制度型評価」と呼ぶことにする。こうした従来の大学評価に対して，情報や雑誌の販売を目的としてなされる大学評価をここでは「市場型評価」と呼ぶことにする。制度型評価は教育機関や第三者機関が行うという点から見れば，「機関型評価」と呼ぶこともできよう。しかし，市場型評価の場合にも，マスメディアや専門評価機関が行っている点では，機関型評価と言えよう。両者のメルクマールは市場で商品として販売するか否かにある。このため，ここでは商品化を目的としない評価を「制度型評価」と呼ぶことにする[2]。

以下では，制度型評価と市場型評価を対比しながら検討する。この両者について，とりわけ市場型評価について，アメリカでは実証的な研究が散見されるけれども，国際比較の観点から実証的，体系的に分析する試みは，わが国では，その重要性にも関わらず，ほとんどなされていない。わが国では，江原（1994）や間渕・大多和・小林(2002)，金子編(2003)以外には，ほとんどみられない。

しかし，市場型大学評価の批判的な検討の必要性は，たんに国内の問題だけではない。グローバル化に伴い，今後留学生や研究者による国際交流がますますさかんにな

---

[1] これ以外にも，大学評価としてさらに古くからあるのは，高等教育研究のための研究者による大学評価である。高等教育システムは威信・富（資産）・資金配分・入学学生・世評などで教育機関の間で差異がある階層構造をなしている。この階層構造を明らかにするための研究も広くは大学評価と呼ぶことができよう。たとえば，カーネギー分類によるアメリカの大学分類は，研究機能に着目した，こうした大学評価のひとつの形態であると見ることができる。研究者による大学評価に関していえば、Graham and Diamond（1997）が代表的な研究例と言える。しかし，ここでは，こうした大学評価は直接検討の対象としない。

[2] 金子は、「社会の要求を社会が自己完結的に受けとめることによって生じた」評価を「市場型」評価と呼び（金子　2000:32），第三者機関評価にあたるものを「エージェンシー型評価」と呼んでいる（同　25）。これに対して，本研究では，商品化されるという点を特に重視して，市場型評価と，それ以外の制度型評価に大別する。

る。しかし，明確な大学評価が存在しないために，大学ランキングに象徴される市場型大学評価は，評価情報として有用であり，今後ますます利用されていくとみられ，これに対する実証的な分析と批判的検討が必要である。

1.3. 本研究の目的

制度型評価に関して，大学評価の現段階では，どのように大学を評価していくか，アメリカ合衆国の基準認定（アクレディテーション）制度を除いて，確立していないのが現状であると言えよう。その意味では，大学評価は，発展途上にある。本研究は，既存の大学評価を市場型と制度型に大別し，市場型大学評価と制度型大学評価の国際的比較と統計分析により，大学評価の様々な問題の解明のための基礎的知見を得，大学評価の改善に資することを目的とする。さらに，本研究の目的を示せば以下の３点となる。

（１）国際比較することによって市場型大学評価と制度型大学評価のそれぞれの特性と問題点を明らかにする。

（２）市場型評価の例として，大学ランキングについて，国際比較によって，その特性と問題点を明らかにする。さらに，市場型大学ランキングと，「制度型大学ランキング」と対比的に統計分析して，その性格を明らかにする。

（３）市場型大学評価が隆盛している社会経済的背景と社会的機能を国際比較によって分析することによって，市場型大学評価の問題点を明らかにし，制度型評価の向上に資する。

高等教育システムおよび大学と政府の関係は，各国の文化・社会・政治・経済に根ざしている。アクレディテーションを中心とするアメリカの大学評価もアメリカのこうした社会的背景の上に成立，発展してきている。そのため，ただ単に制度を導入しても，日本で十分に機能するとは限らない。戦後アメリカのアクレディテーションにほぼ近いものとして導入された大学基準が，設置認可を大学の質保証とする日本の高等教育システムでは，大学評価として機能しなかったのはそのためである（喜多村1993:32)。また，市場型大学評価および制度型大学評価の社会的機能に関しても，大学に関する情報と評価の提供，教育研究の効率性の追求，資源配分の基礎情報など，各国によって，あるいは各国内でも様々であり，整理と分析が必要とされる。以下では，これらの点にも十分留意して分析を進める。

2.　制度型評価

制度型評価は大学自身や第三者機関による大学改革や資源配分のために大学を評価するものである。従来の大学評価はほとんどこの意味での大学評価である。制度型大

学評価には，日本の大学評価・学位授与機構，大学基準協会，アメリカの大学基準協会や専門職団体による大学評価や専門プログラム評価，イギリスの高等教育質保証局（Quality Assurance Agency for Higher Education, QAA）や高等教育財政審議会（Higher Education Funding Council, HEFC）の研究評価（Research Assessment Exercise, RAE）や分野別評価，フランスの大学評価委員会（Comite National d'evaluation des establishments publics a caractere scienifique, culturel et professionnel, CNE）などによるものなどがある。これらについても，教育研究の質の向上を目指すことを目的とするもの，資源配分の基礎資料として活用することを目的とするものなど，目的，実施形態，評価内容も様々である。制度型大学評価についても，現在の状況を整理し，その問題点を的確に把握して，今後の大学評価の向上に有効となる研究成果が求められていると言えよう。なお，日本では，これに認証評価が導入されたために，制度型大学評価の問題がさらに複雑化している。

2.1.　制度型評価の特徴

第一に，制度型評価の特徴は，評価そのものが目的ではなく，大学の研究や教育などの活動の改善，さらには大学改革のためになされる評価であるという点にある。

第二に，市場型評価と比較して，営利目的ではないことが大きな特徴である。

第三に，評価の主体は，大学自身や第三者機関である。ここで第三者とは，大学と政府に対すると言う意味である。いずれにせよ，公的性格を持つ機関ということができる。

第四に，制度型評価は，資源配分と関連づけられる場合がある。この点に関しては，賛否の両論があることも大きな特徴となっている。

2.2. 制度型評価の展開

各国の制度型大学評価に関しては，アメリカでは大学基準協会によるアクレディテーションが古くから発達していたのに対して，ヨーロッパ各国の制度型大学評価は，1980 年代に入ってから急速に発展してきた。アメリカでアクレディテーションという独自の制度型大学評価が発展した最大の理由は，アメリカの高等教育機関が政府からの干渉を嫌い，独自に質を保証しようとしたことによる。このようにアクレディテーションは先にもふれたように，アメリカの文化と伝統に根ざしている（喜多村　1993）。

他方，ヨーロッパ各国では，独自の設置形態をとるイギリスを除いて，大学の多くは国立ないし公立大学であり，質の保証は，政府の設置認可によって行われてきた。これを国家施設型大学と呼ぶことができる（金子　2003: 6）。国家施設型大学は，ドイツに典型的にみられるように，大学の質は比較的同等の水準であり，このため，質の保証としての大学評価はそれほど必要とされなかったと考えられる。

独特の設置形態をとるイギリスの大学では，もともと試験や卒業判定を外部試験官（external examiner）によってチェックするという制度があり，大学評価についても，独自の発展を遂げている。1980 年代から制度型大学評価が導入されたのは，サッチャー政権下での市場主義型の高等教育改革により，高等教育財政の大幅な縮小と同時に，大学間の競争原理が導入され，効率的な大学運営が求められたことに起因する。イギリスの高等教育改革の特徴として，組織や制度が激しく変化し，その全貌をつかむのは容易ではない。現在の制度型大学評価は，高等教育財政審議会（HEFC）の教育評価と研究評価（RAE）と質保証局（QAA）の評価が主なものである[3]。

他方，ヨーロッパ各国でもその文化と伝統にのっとり，独自の大学評価制度を発展させてきた。たとえば，オランダでは，大学基準協会方式がとられているのに対して[4]，フランスでは，1980 年代から大学と政府の契約制度が導入され，全国大学評価委員会（CNE）による評価が 1980 年代から開始されている[5]。

このように，各国の大学評価制度は各国の文化と伝統に根ざしており，これをそのまま日本に移植しても必ずしも機能するとは限らない。戦後の創設された大学基準協会の基準認定が普及しなかった理由として，先にふれたように，文化と伝統の相違によるところも大きいと考えられる。さらに，戦後の日本の大学は多くの点でアメリカ型に改革されたが，戦前からの多くの遺産も継承しており，本質的には国家施設型大学であるため，設置認可制度によって質は保証されると想定されてきたと言えよう。このことも日本でアクレディテーションが実質的には機能してこなかった要因と考えられる。

これに対して，近年，国家施設型であったヨーロッパの大学でも大学評価が導入された大きな要因の一つは，1991 年のボローニャ・プロセス以降のヨーロッパ大学圏構想である。共同の大学圏を実質化するためには，大学間の質の水準を同等にする，少なくても相互に比較可能にすることが最低限の要件となる。このため，質保証とそれを実現させる大学評価が急速に求められたのである[6]。さらに，日本を初めとする他の先進各国と同じように，ヨーロッパの各国でも制度型大学評価は，公財政の逼迫と高等教育のマス化に対して，改めて高等教育の効率化と質保証を両立させようとする試みであるということができよう。高等教育の効率化のために提案されているのは，大学評価を直接資源配分に結びつけることである。ただ，制度型大学評価を資源配分に

---

[3] イギリスの大学評価制度の変遷については，工藤（2003）や村田(2004)や秦編（2005）に詳しい。

[4] オランダの大学評価制度については，フローインスティン(2002)に詳しい紹介がある。

[5] フランスの CNE については，大場(2005)や服部（2006）に詳しい。

[6] ヨーロッパ大学構想とボローニャ・プロセスと質保証の関連については，舘(2000)や吉川(2004)を参照されたい。

結びつけることには，多くの問題点があり（喜多村　2000），実際に導入されているのは，イギリスやアメリカなどの一部の大学評価に限られている。このようにアメリカのアクレディテーションを除けば，各国の制度型大学評価はなお発展途上にあり，確立されたものではないということができよう。

3. 市場型評価

市場型大学評価は，大学評価を商品として販売することを目的とするものである。しかし，何らかの評価を含むことによって，従来の受験雑誌あるいは予備校など民間企業による，単なる大学情報の提供とは異なる。このように市場型評価は，新しい大学情報の提供形態とみることもできる。その代表的なものが，様々な民間企業による大学評価とりわけ大学ランキングである。中でも，アメリカの US　News and World Report 誌（以下，US ニューズ誌）の大学ランキング（America's Best Colleges）は，高等教育界に重大な影響を与えており，その功罪が広範に論議されている。とくに，受験生や親に対する影響だけでなく，大学自身も同誌の評価によって，経営行動を左右されるケースが多々みられる。これを批判する大学や研究者も，同誌の大学評価を大学の宣伝や研究データとして用いることから，同誌の大学評価の権威はますます高まっている。こうした同誌の成功に刺激され，市場型大学評価はアメリカだけでなく，日本，ヨーロッパ，オーストラリア，中国など，他の国々にも広がりを見せてきている。日本では，1991 年に大学の自己点検・評価が義務化されてから急速に普及し始めた。朝日新聞社・ベネッセの「大学ランキング」，河合塾・東洋経済新報社の「日本の大学」などが代表的なものである。

3.1. 市場型評価の特徴

制度型評価に対して，市場型評価には次のような特徴がある（間渕・大多和・小林 2002）。

第一に，民間情報誌など複数の評価主体による評価であることである。こうした複数の評価主体によって市場価値のある情報が提供され，競合する評価が市場によって商品として売買され，評価の評価は市場に委ねられる。この点で，商品としての売買を主要な目的としない「制度型評価」とは，大きく異なっている。

第二に，こうした市場型評価は，大学に対する消費者の期待や要求を反映している面もある。多くの評価主体は，大学教育の改善に資することを謳い文句にしている。つまり，こうした市場型評価は，消費者の大学に対する情報の提供という要望に応えるとともに，単なる情報提供や偏差値などによる大学評価を超えた，大学に対する社会の期待や批判を受けとめ，大学への形成的な評価をめざすとしている。その意味で，

こうした市場型評価は社会の大学に対する要求を反映しているとともに，大学の改善に寄与しうる積極的な意味を持つ可能性を持っている。

第三に，市場型評価は必ずしもランキングや順位づけとは限らない。そもそも大学評価そのものは必ずしも順位づけやその前提となる量的尺度による測定ではなく，質的記述的評価もある。しかし，市場型大学評価はランキングである場合が多い。その理由はランキングの方が，数量化によるわかりやすさや，あたかも客観的であるかのように訴えやすいことにより商業的な価値を持つからである。

3.2. 制度型評価と市場型評価の比較

以上のような制度型と市場型の大学評価の特徴を比較すれば,表１のようになろう。なお，この表で両者の評価の特徴は，他の評価に比較してみた場合の相対的な特徴であることに注意されたい。たとえば，評価基準について，市場型評価が「不明確」というのは，制度型評価に対比した場合という意味である。

表 1　制度型評価と市場型大学評価の特徴

	制度型	市場型
評価主体	１つあるいは少数の公的機関	複数の民間機関・個人等
評価責任	あり	なし
評価基準	明確	不明確
評価軸	非多元的	多元的
評価内容	評価容易なもの	市場価値のあるもの
評価目的	大学の質保証（資源配分） 大学の質の改善	情報提供 大学の質の改善
信頼性	あり	乏しい
具体例	基準認定（accreditation）	情報誌
	自己評価	ランキング
	第三者評価機関	

両者の最大の相違は，評価主体にあることは言うまでもないが，評価責任の有無，評価基準，評価軸，評価内容，信頼性など，多くの点で相違があることは明らかである。しかし，いずれの評価の場合でも大学の質の改善につながれば，形成的評価として意味を持つというポジティブな特徴を有している点は共通であることも見逃してはならない。市場型評価はとりわけ消費者の需要や要求に応じているとされていると同時に，大学に対する批判としての意味も強く持っている。このことが大学の質の向上につながるか否かは大学自身の対応の問題である。制度型評価については，既に先行研究も多く見られるため，以下では，市場型評価とりわけ大学ランキングについて，詳しく検討する。

3.3. 大学ランキングの展開

ランキングは，いくつかのランクに分けることを意味する。ランキングは，必ずしも数量的尺度による数値化は必要ない。このため数値化は，むしろレーティングと呼ぶべきかもしれない。しかし，数値化による順序づけを一般的にランキングと呼んでいるので，ここでもランキングとレーティングは区別しないで用いる。また，客観的な指標による必要もない。たとえば，人気投票のようなランキングもある。

ランキングと似たものにリーグ・テーブルがある。リーグ・テーブルは勝敗表あるいは星取り表で，イギリスのサッカーのプレミアムリーグのリーグ・テーブル。勝ちと負け数などで順位が明確に定まる。イギリスでは，これを学校や大学にも用いている。しかし，学校や大学の場合には勝ち負けで順位を決定することはできないので，様々な指標による数値化とその加重平均である総合得点で順位を決めることになった（Bowden 2000: 41）。

各国には，様々な大学ランキングがある[7]。とくにアメリカでは，きわめて多数の評価主体による多様な大学評価や大学ランキングが行われている。これらに関しては，民主教育協会編（1999）や喜多村（2001, 2002）などで日本でもかなり詳細な紹介がなされている[8]。また，市場型大学評価の中では，US ニューズ誌の America's Best Colleges が最も代表的な大学ランキングで，様々な研究と批判の対象となっている。これ以外にも多数の市場型評価があり，それぞれの市場型大学評価はその目的に応じて，対象大学，調査対象（学生，企業，教員など），方法（尺度，数量化の基準，ウェイト付け）など，様々な面で独自性を主張して実施されている。なお，市場型大学評

[7] 2000 年までの大学ランキングは金子編（2003）を参照されたい。さらに，イリノイ大学アーバン・シャンペン校の大学ランキングのホームページにも様々な大学ランキングのリストと簡単な解説がある（http://www.library.uiuc.edu/edx/rankings.htm）。

[8]第三者機関による制度型大学評価であるが、National Research Council の大学院評価は市場型評価にも大きな影響を与えている。

価は必ずしもランキングではない。大学評価自体も必ずしも順位づけやその前提となる量的尺度による測定ではない。しかし，市場型大学評価はランキングである場合が多い。その理由はランキングの方が商業的な価値を持つことが多いからである。

3.4. 主な大学ランキングの特徴

Bowden （2000）や Usher and Savino (2006)は，各国の様々なランキングの特徴を比較している。Bowden は，とくにイギリスのタイムズ（The Times），サンデー・タイムズ（Sunday Times），フィナンシャル・タイムズ（Financial Times）の３つのランキングについて，指標の比較や特徴を詳細に検討している。これらは，いずれもイギリスの国内の大学のランキングである。以下，その知見に基づいて各ランキングの特徴を検討する。

イギリスの国内の大学ランキングの特徴は，政府や政府機関の個別大学データを用いていることである。たとえば，大学の基本情報は高等教育統計局（Higher Education Statistics Agency），入試情報は入試局（University and Colleges Admissions Service, UCAS），教育評価や研究評価は高等教育財政審議会（HEFC）や高等教育質保証局（QAA）からといった具合である。これとは対照的に，後に見るように，世界大学ランキングでは，こうした政府機関のデータを用いることはできないため，まったく用いられていない。

また，高等教育質保証局（QAA）は教育に関する６つの指標を加重平均することは意味がないとしているのに対して，大学ランキングは加重平均を用いていることにも注意すべきである（Bowden 2000: 47）。

他の大学ランキングと同様，イギリスの場合も指標やそのウェイトは年々変化しており，安定性がないことを Bowden は指摘している（Bowden 2000: 43-44）

これに対して，アメリカの大学ランキングは政府機関のデータをあまり用いていない。アメリカの大学ランキングでは，評判（reputation）とりわけピア・レビューが大きなウェイトを占めている。

アメリカの大学ランキングで最も権威がある US ニューズ誌のランキングは，より詳細な指標を用いている。同ランキングについても批判は多いが，同誌は批判を受けて，シンクタンクに分析を依頼するなどして，絶えず改良を重ねてきた。そこで，同ランキングをみると，アメリカの大学がいかに評価されているかを知るひとつの手がかりとなる。

2007 年のランキングでは，主な指標は，ピア・レビュー，卒業率，教育資源，学生の選抜性，財政資源，卒業生のパフォーマンス，同窓生の寄付率となっている。それぞれの指標はさらに細かな指標に分かれている。たとえば，選抜性は，インプットである学生の質が大学の質を左右するため，重要な指標であり，全米適性テスト（SAT）

の点数，高校成績上位 10 パーセントの学生の比率，合格率となっている。日本では選抜性指標のひとつである偏差値のみで大学を評価することが多いことに比べれば，アメリカの大学ランキングが選抜性だけでも多様な指標を用いていることがわかる。

さらに,大学の評価はアウトプットである卒業生の評価にも大きく規定されている。卒業生のパフォーマンスは，学生の属性をコントロールした上での卒業率で評価されている。なお，他の大学ランキングでは大卒初任給なども用いている。

しかし，大学の教育内容を見るためには，教育資源は，最も重要な指標であると言えよう。教育資源は，クラス・サイズ，少人数クラスの割合，教員給与，博士学位を持つ教員比率，フルタイム教員比率，学生教員比率となっている。Dichev (2001)によれば，同ランキングの順位が一番変動するのは，この教育資源であるという。

実際，アメリカの大学は，大学の望む学生（必ずしも学力の高い学生というわけではない）を獲得するために，教員・施設設備・サービス・奨学金などの面において，激しい競争を繰り広げている。ランキングの順位を上げるための競争もこうした大学間の競争の一環と言えなくもない。大学間の競争がアメリカの大学のダイナミズムを生んでおり，学生を惹きつけることになっている。

さらに同ランキングで興味深いのは，全国大学ランキング以外に，リベラルアーツカレッジや大学院などジャンル別のランキングがあることである。大学ランキングは研究を重要な指標としている場合が多い。しかし，学生のすべてが研究者になるわけでもないし，専門教育を望むわけではない。リベラルアーツカレッジのランキングなど，ジャンル別のランキングは，個々の学生にあった高等教育機関をさがすことが重要であるという考え方が背景にある。同ランキングのジャンル分けは，アメリカの高等教育の最大の特徴である多様性に対応している。このように大学ランキングは，高等教育システムと大学のある時点のある面を表している（スナップショット）と言えよう。

日本における市場型大学評価にも様々なタイプがみられ，他の諸国の大学ランキングと同じ共通の問題点がみられる（間渕・大多和・小林　2002）（金子編　2003）
さらに重要なのは，Bowden が指摘するように，各国の大学ランキングの方法はかなり異なることである。イギリスでは政府機関の客観的データが中心であるのに対して，ヨーロッパでは評判あるいはピア・レビューのウェイトが高い。アメリカでは，独自に大学から収集したデータを多く用いている。このように各国の大学ランキングの指標が異なることは，世界大学ランキングとして共通の指標を用いることが困難であることを示していると言えよう。

また，一つの国ではなく複数の国の大学を対象とした国際型の大学ランキングも・アジアウィーク誌 (AsiaWeek)，ファイナンシャル・タイムズ紙 (Financial Times)，シュピーゲル誌（Spiegel)，『ゴーマン・レポート』(The Gourman Report）など多

彩に展開されている。しかし，こうした国際間の大学比較が可能かどうかについて最も批判が集中しているのもこのジャンルのランキングである。

3.5. 大学ランキングの特性

ランキングの先行研究

アメリカでも，伝統的な大学案内雑誌はランキングではなく，記述のみかレーティングを行っていた。しかし，US ニューズ誌の成功によって，ランキングが広範に行われるようになった。これに対して，研究者からランキングそのものに対する批判や評価の適切さに関する実証研究などが続々と登場した。こうした研究は多岐にわたるが，評価の方法論に対する批判が最も多くみられる。

単なる批判だけでなく，実証的な研究として，Baughman and Goldman（1999）や Webster （2001）のように，大学ランキングを客観的データと比較して，妥当性をみることも試みられている。また，Dichev (2001)は，USNWR の大学ランキングの変化の 70 から 80 パーセントは意味のないノイズであり，実際の教育の質の変化によるものは，たかだか 10 パーセントであることを明らかにした。日本でも，江原 (1994) のように，単なる紹介ではなく，アメリカのデータを用いて，大学評価の検証を試みたものもある。このように，大学ランキングを客観的に検証しようとする試みが進められ，大学ランキングの方法の技術面での改善につながっている。

さらに，フロリダ大学の大学パフォーマンス測定センターのように (Lombardi et al. 2001)，既存の大学ランキングの妥当性を検証するために，独自の大学評価や学部・学科ランキングを実施しているものが注目される。後に検証する上海交通大学の世界大学学術ランキングも，中国の大学の世界の大学の中での位置を明らかにすることを目的としている。これらは，商品化を目的とする市場型評価とは異なる大学ランキングであり，制度型大学ランキングと呼ぶことができよう。

大学ランキングの研究として，方法論の検討だけではなく，こうした大学ランキングの学生の進路選択や教育機関への影響を検証する研究もみられる。学生の進路選択への影響では，学生は大学ランキングを進路選択の際，参考にすることは多いものの，選択の重要な要因とはしていないことが複数の調査から明らかにされている。また，大学ランキングを大学選択の際に重視するのは，高所得層，自宅外，医学系，アジア系，高選抜性の大学の学生という特徴が明らかにされている (McDonough et al. 1998)。このように，US ニューズ誌の大学ランキングは中上流階層の学生向けと言われる。他方，Bowden によれば，タイムズ誌の大学ランキングは優秀な学生向けであり，学生の能力の多様性を考えると万人向けの大学ランキングはあり得ないと指摘している（Bowden 2000: 54)。

また，Pike （2004）は，アメリカで大規模に行われている学生調査である「全米学生活動調査」(National Survey of Student Engagement, NSSE)と US ニューズ誌のランキングを 14 の公立研究大学のデータを用いて比較している。それによると，NSSE の 5 つの大学のベンチマーク指標のうち，教育経験の増大（Enriching of Educational Experiences）と US ニューズ誌のランキングの選抜性に相関がみられるだけで他はまったく関連が見られなかった。つまり，アメリカで広く普及している大学の学生による評価あるいは機関調査 (Institutional Research, IR) である NSSE と，最も普及している大学ランキングである US ニューズ誌のランキングは，大学の異なる側面を評価していることになる。

学生が多様であると同じように，教育機関も多様である。このため，先にもふれたように US ニューズ誌の大学ランキングは，カーネギー分類を基礎に，大学をいくつかの種類に分けてランキングしている。基本的には，似ている者どうし（like with like）だから比較できるという考え方である。これはランキングと言うよりベンチマークである。しかし，現在まで，世界大学ランキングでは，MBA ランキングなどの分野別大学ランキングを除けば，大学総合ランキングでは，似たもの同士に分けるなどの試みはなされていない。要するに，学生も教育機関も多様で，一元的なランキングは疑問であり，国際的ランキングになればこうした困難性はますます増大する。

これ以外にも大学ランキングの問題点として，データの収集上の問題が多く指摘されている。多くの大学ランキングでは，データを大学から収集している。このため，大学によるデータの操作の危険性がある。つまり，スコアを上げるためにデータを操作する可能性がある。これに関しては，Ehrenberg（2001）に具体的な例が多くあげられている。たとえば，卒業生の大学評価として卒業生のうち大学に寄付した者の比率が用いられる場合，寄付の金額は関係ないので，少額の寄付を電話などで勧誘し，寄付率をあげるなどの例がある。

これ以外にも，ランキングをあげるために，その尺度となっている志願倍率や寄付金額などを上げる行動をとることが明らかにされている（Monks and Ehrenberg 1999)。さらに，ランキングの評価基準に選抜度（入試倍率の逆数）が採用されると，それをあげようと合格者数を減らそうとすることなどは，大学の経営行動に重大な影響を与えている例である。しかし，Ehrenberg and Hurst（1998）は，こうした行動がランキングを上げることにはあまり貢献しないが，下げることには影響があることをシミュレーションで示している。

しかし，こうしたアカデミックな実証研究はアメリカ以外では少ない。とりわけアジアの大学を対象としたものはほとんどみられない。そこで本研究では，以上のような市場型大学評価の先行研究の動向をふまえた上で，市場型大学ランキングが内在的に抱える問題点について，日本及び中国の大学に関するデータによって検証する。市

場型評価は，客観的で「正しい」ものであることを販売の重要な戦略としてきた。このため様々な戦略が展開され，評価に対する方法論的な批判を受け入れ，客観性を増していると主張している。しかし，主観的な指標である「評判」にもとづいた「ランキング」という評価方法そのものに潜むプリミティブな次元での問題が払拭されているかどうか，改めて検証することが必要であろう。

ランキングの方法への批判

大学評価やランキングが大学の教育や研究を厳密に評価していないという批判は多い。先にもふれたように，大学ランキングそのものが可能ではないという批判もある。しかし，こうした議論が混乱しやすいのは，大学評価やランキングについての概念の混同や混用にもひとつの原因がある。とくに大学ランキングについては，元来科学的な概念ではないために，厳密な定義はされておらず，用法はまちまちであり，これが議論の混乱を生んでいる。たとえば，先にもふれたように，ランキングをスコア（得点）化や順位づけと考える場合と，A ランク，B ランクとランク分けする場合ではランキングの意味は異なる。しかし，議論が混乱しやすいのは，大学を順位づける場合にも，同一順位に複数の大学がある場合もあるので，後者のランク分けと境界は曖昧になることである。実際，後にみるように，上海交通大学の世界大学学術ランキング（以下，上海交通大学ランキングと略す）では，100 位までは順序づけ（複数同位あり）で，それ以下は，ランク分けになっている。ここでは，比較する 2 つの世界大学ランキングを念頭に，ランキングを複数同一順位を含む順位づけと定義する。

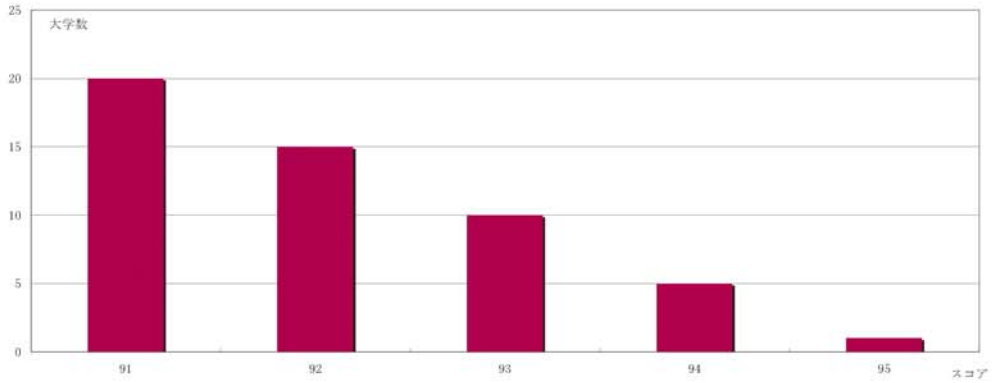
また，先にもふれたように，ランキングは，必ずしもスコア（得点）による必要はない。とくに，ランク分けの場合には，全く主観的なランク分けもあり得る。しかし，多くのランキングは数値化し，スコアを用いて順序化している。これは，数値化され，さらに順序化されるとわかりやすいということと，客観的にみえるためである。この方法にはいくつかの批判がある。これは大学ランキングに関わらず，同じようなランキング一般に共通する問題点である。

まず第一に，数値化されないものが一切無視されることに対する批判がある。たとえ数値化できるとしても，論文数とか留学生比率などが，客観的に研究水準や国際化の指標として妥当性を持つか否かについて批判は根強い。特に研究より教育に関する指標については，その数値化の困難性が指摘されている。たとえば，教育の質をあらわすとされる ST 比（教員 1 人当たり学生数）についても，実際には，教育の質をあらわすには，クラス・サイズの方が有効な指標だと言われている。クラス・サイズは ST 比だけで決まらず，履修登録した受講生数や教員の担当コマ数など，その他の複数の要因によって決定される。このため，ST 比では教育の質を評価するには不適当であるという批判がある（Clotfelter 1996: 182-184）。さらにいえば，クラス・サイ

ズにしても少人数クラスの方が教育の質が高いという保証もない。このように基準として採用された指標について，妥当性が問題とされる。

第二に，スコアと順位の関係が問題とされる。大学ランキングはすべての大学を対象とするより，限られた数の上位の大学を対象としている。この場合，図１のように，スコアと大学数が分布している場合が多いと考えられる。この図は，スコアとランキングの分布を示すための仮想例である。このような分布の場合，この分布の下位でスコアと順位の間に乖離が生じやすい。この乖離は，スコアは比例尺度であり，順位は順序尺度であるために生ずる。スコア 95 は１大学しかない。しかし，スコア 94 は５大学あるので，同スコアで２位が５校ということになる。以下，同じように，７位が 10 校，17 位が 15 校，32 位が 20 校と，下位に行くほど同順位が増加する。このため，同じ１スコアの変化でも，順位は，１位，２位，７位，17 位，32 位と上位ではスコアの変動によって順位の変動は少ないけれども，下位では，大きく順位が変わることになる。このように，スコアを順位化することで，必ずしも統計的に有意ではない微少なスコアの差でも，大きく順位に影響することになる。実際，ここで分析対象としている２つの世界大学ランキングについても同じ傾向がみられ，これが，両者の順位の上位安定と下位の変動のずれの要因の１つになっている。

図 1　スコアと順位の関係



ランキングの変動の問題点については，既に，ＵＳニューズ誌とアジア・ウィーク誌および日本の大学ランキングの検証を行った結果として，年度によって同じ大学の評価が大きく変動し，時系列的な安定性を欠いていることを示されている[9]。同じ大学の順位が年度によって大きく変動するということはありえるのだろうか，というのは，US ニューズ誌に対するスタンフォード大学のキャスパー学長の批判の眼目だった。

[9] 間渕・小林・大多和（2002），金子編（2003）。

この理由のひとつは，先に示したスコアと順位の乖離にある。さらに，先の研究では，ウェイトの変化によって順位が大きく変動したり，同じ大学に対する評価が，ランキング誌によって大きく異なるなど，信頼性に関する問題点も明らかにされている。また，先にもふれたように，Dichev (2001)は，US ニューズ誌の大学ランキングの変化を共分散構造分析によって検証し，変化の 70 から 80 パーセントは意味のないノイズであり，実際の教育の質の変化によるものは，たかだか 10 パーセントであることを明らかにした。また，彼は，しばしば批判される基準やウェイトの変更による変化も 10 パーセント程度であるとしている。

第三に，多くの大学ランキングが採用しているピア・レビューや評判（reputation）と呼ばれる専門家による評価の主観性に対する批判がある。しかし，多くの研究結果が示しているのは，こうしたピア・レビューはかなり安定的でむしろ変化しないということである。これについても，ピア・レビューは，過去のランキングに影響されるために，あまり変動しないという批判がある。

このように，各指標についても批判をすればきりがない。しかし，これらの批判はランキングそのものや数値化に対する懐疑に基づいており，より優れた大学評価の指標を開発するというような生産的なものではない。だが，個々の指標による数値化の可能性を否定しないとしても，より重要な問題は，たとえ客観的な指標によって，教育や研究の数値化やランキングはできたとしても，それらを合わせた総合スコアや，それにもとづくランキングは可能だろうかという点にある。総合スコアは，複数の評価基準を用いて，それぞれの基準に対するスコアを算出し，それらをウェイトづけした加重平均を算出する。さらに，総合ランキングは，それにもとづいて順位づけしている。この場合，用いられる評価基準が重要な問題となることは，先に述べた通りであるけれども，さらに，加重平均に用いるウェイトが問題となる。たとえば，論文数とクラスサイズのどちらがどれくらい重要だとどのようにして決めるのかが問題となる。単純に合計するのは，両者が同等であると暗黙に仮定していることになる。実際，総合スコアやそれにもとづく順位はウェイトづけの変化に敏感である[10]。しかし，いずれの大学総合ランキングでも各指標のウェイトづけの根拠は明らかではない。これは，本研究で以下分析対象とする２つの世界大学ランキングの場合も同様である。

3.6. 市場型大学評価の隆盛とその背景

市場型評価なかでも大学総合ランキングに対しては，これまでみてきたように様々な批判がある。なぜ批判にも関わらず隆盛をきわめているのか。そこには，いくつかの背景要因がある。これを図２にしたがって説明する。

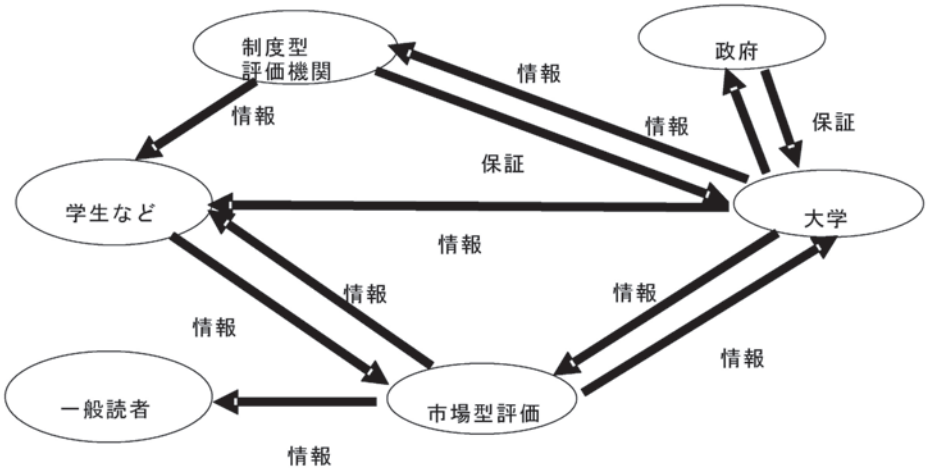
---

[10] この検証の具体的な例は，間渕・小林・大多和（2002)を参照されたい。

これまでの日本の大学の場合には，文部科学省が大学設置基準に基づいて，設置認可を行い，大学の最低限の質の保証を行ってきた。さらに，2000年代に入り，制度型評価機関が大学の評価を行うようになり，2002年の中教審答申「大学の質の保証に係る新たなシステムの構築について」により認証評価機関による大学評価が義務づけられた。こうしていわば文部科学省による「お墨付き」に加えて，制度型大学評価が義務となって進展している。

これらの制度型評価に対して，市場型大学評価の需要の背景は全く異なる。まず，受験生や親にとっては，大学情報や評価がわかりやすく，しかもきわめて安価に手に入る。いまや大学は人生で持ち家に次ぐ第二の高額な投資となっている。その選択に重要な情報がわずかの金額で入手できることの意味は小さくない。市場型評価の大学情報や大学評価やランキングをまったく信用するわけではないけれども，気休め程度の参考にはなる。（これは，しばしば漫画のスヌーピー（原題は Peanuts）に出てくるライナスの「安全毛布」（肌身離さないお守り）にたとえられる。）受験生や親にとって，市場型大学評価は大学選択の際のひとつの参考にすぎないけれども，評価主体にとっては，毎年必ず膨大な受験生や親が市場型大学評価誌を購入するということが商業的な成功の要因となっている。

図 2　大学評価の社会経済的背景



もう一つの大きな背景要因は，大学関係者自身である。大学はしばしば，ランキングを自分の大学の宣伝に利用している。自分の大学のランキングが下がれば批判するのに，上がればたちまち入学案内に刷り込むといった態度では，大学ランキングへの

批判はできない。こうした大学の行動が結果として，市場型大学評価の社会的威信を高めている。市場型大学ランキングで何位と大学が宣伝することは，その大学が，大学ランキングに信頼をおいていることを暗黙に示していることになるからである。

また，最近では，多くの研究者がＵＳニューズ誌の大学ランキング得点を自己の高等教育の研究データとして用いることから，同誌の大学ランキングに正当性を付与し，権威をますます高める結果になっている。ランキングを批判する大学や研究者も，全体としてみれば，ランキングを利用していると言えるのである。

これに対して，研究者が大学ランキングの信頼性や妥当性を厳密に検証するのは難しい。客観的なデータを集めて，ランキングの妥当性を問わなければならない。これには，多大な時間と労力を要する。しかし，その割に研究としては高く評価されないという問題がある。そもそも大学ランキングが可能かという懐疑論も根強い。このため，検証そのものが無意味で価値がないという見方もある。

だが，これだけ大学ランキングの影響力が大きくなると，プラグマティックなアメリカでは多くの検証研究があらわれている[11]。当のＵＳニューズ誌も，シンクタンクに依頼して，同誌のランキングの妥当性を検証して，評価基準を絶えず見直している。しかし，これも誠実さを印象づける同誌のランキングの正当化の方法であり，ますますランキングを権威づける結果となっている。タイムズ誌のランキングも実際にはシンクタンクに依頼して実施されており，毎回基準を少しずつ変更している。

しかし，評価基準が変更される大きな要因は商品としての大学ランキングという点にある。評価基準が同じであれば，毎年ランキングを出す意味がない。順位があまり変化しないからである。評価基準の改定は，ランキングを適当に変動させ，毎年ランキングを出すためのしかけでもある。

この点，同じ世界総合大学ランキングである上海交通大学の学術総合ランキングは必ずしも営利目的ではない「制度型大学ランキング」であるため，指標そのものは変更していない。このため，順位やスコアの変動は純粋に大学の質の変化を表すと考えられ，各回ごとの変動はあまり大きくないことが予測できる。したがって，これらの２つの世界大学総合ランキングの比較は，市場型大学ランキングと制度型大学ランキングの対比という，きわめて興味深い研究テーマということができる。

---

[11] 間渕・小林・大多和(2002)参照。それ以降の研究の例としては，Meredith 2004, Pike 2004 などがある。また，UNESCO は 2002 年以降に大学ランキングとリーグ・テーブルの国際会議を開催しており，多くの大学ランキングに関する論文が発表されている。

第２章　世界大学ランキングの現状と問題点

1.　世界大学ランキング

このように大学を対象としたランキングは，世界各国で様々な形態で，多数刊行され，一種のブームになっている。このうち世界の大学を対象としたランキングは大学全体を包括的に評価対象とする，いわゆる大学総合ランキングと特定の分野たとえばビジネス・スクールのランキングに大別される。大学全体を対象にした総合ランキングとしては，『ゴーマン・レポート』（The Gourman Report）やアジアウィーク誌（AsiaWeek）の『アジアのベスト大学』(Asia's Best Universities)やIMDランキングなど，限られた国や地域の大学を対象としたものは数多く発行されている。これに対して，特定の分野に関して，世界の大学を網羅した大学ランキングについては，ファイナンシャル・タイムズ紙のビジネス・スクール・ランキングなど，多くのランキングが存在している。しかし，これまで世界の大学に関する総合ランキングとしては，『ゴーマン・レポート』がほとんど唯一の世界大学ランキングであった。この理由のひとつは，後に述べるように，世界の大学ランキングの難しさにある。

1967年と古くから世界の大学ランキングを出している『ゴーマン・レポート』が，高等教育研究者の間ではあまり信用されていない理由のひとつは，カリキュラム，教員，学問別に小数点以下２ケタまで，各大学のスコアを示しているけれども，その基準の具体的な指標や評価方法，データなどをまったく公開していないことにある。このため，他の研究者が『ゴーマン・レポート』の妥当性を検証することができない。このため，ここでも，『ゴーマン・レポート』は検証の対象としなかった。

このように，近年まで世界大学総合ランキングは，ほとんどみられなかった。しかし，近年，上海交通大学（Shanghai Jiao Tong University）やロンドン・タイムズ高等教育版（Times Higher Education Supplement, THES）から相次いで世界大学ランキングが公表された。ここでは，この新しく公表された，２つの世界大学ランキングについて，市場型大学ランキングと制度型大学ランキングの対比という観点から，客観的な比較検証を試みる。

先にふれたように，大学総合ランキングについて批判は強い。世界の大学の総合ランキングとなると，この困難性はさらに増加する。そのため，これまでほとんど世界の大学の総合ランキングは試みられてこなかったとみられる。しかし，その困難性にも関わらず，近年，なぜ世界の大学の総合ランキングが相次いであらわれたのか。世界の大学ランキングには，先にみたランキングの隆盛の社会的背景がより強くあてはまるためと考えることができる。