

グローバルMOOC配信のコスト・ベネフィットに関する考察

— 次世代高等教育を創造するデジタルハリウッド大学の果たすべき役割 —

Cost-Benefit Analysis for the Delivery of Global MOOC :

Roles to Be Played of Digital Hollywood University in the Next Generation of Higher Education

山口 豪 Go Yamaguchi

デジタルハリウッド大学 学務グループ

本稿では、まずグローバルMOOCの定義と先行研究のレビューを行う。次に先行研究に基づき、グローバルMOOC配信のコスト・ベネフィット分析に関する新たなフレームワークを提案する。さらに、そのフレームワークの観点に基づきグローバルMOOCを配信している大学の実践事例を検討し、その結果から今後、わが国の大学がグローバルMOOC配信を検討する際に参考となる取組や重要な点を提示する。最後にグローバルMOOCがもたらす高等教育への影響を考察し、その結果からグローバルMOOCが切り拓く高等教育の将来像を展望し、未来を創造する高等教育機関であるデジタルハリウッド大学が次世代高等教育において果たすべき役割を提案する。

キーワード：グローバルMOOC、SPOC、ブレンド型学習、反転授業、高等教育のアンバンドリング

1. 問題提起と本稿の目的

わが国の大学を取り巻く環境はグローバル化及び情報化の進展や第4次産業革命の進行によって大きく変化し、大学進学率が50%を超えると同時に18歳人口が減少するユニバーサル化時代の到来によって、世界的な大学間競争が激化するとともに、国境を越えた学生獲得競争が本格化している。かかる世界的な大学間競争時代に、わが国の大学が生き残っていくためには、国内のみならず海外の学生に対して各大学のプレゼンスをアピールするとともに、世界の学生を対象とした学内の教育改革・改善を進めていくことが必要である。

こうした時代を見据えた教育内容・方法の革新として、近年わが国では「大学は多様な教育の提供や学習環境の向上を図るため、MOOCの戦略的な活用」(教育再生実行会議, 2015, 7-8頁)が推奨されており、すでにわが国の先進的な大学は世界の優秀な学生に対するアウトリーチ手法として、また、反転授業やブレンド型学習を用いた学内の教育改革・改善手法として、MOOCをグローバルに配信する試みを行っている。

上記の状況に鑑み、近年わが国の大学において、グローバルMOOCを配信する意義が益々高まっている。それでは、グローバルMOOCをどのように配信すればよいのだろうか。その点を解き明かすために、本稿はグローバルMOOC配信のコスト・ベネフィットに関する考察を行い、以下の3点を提示することを目的とする。

第1にグローバルMOOCに関する文献調査を行い、その結果からグローバルMOOCを各大学が配信する場合に考えられる金銭面と金銭外のベネフィット及び金銭外の課題や金銭面のコストに関する新たなフレームワークを提案し、グローバルMOOCに取り組む大学の参考に供することである。

第2にグローバルMOOCを配信することで成果を収めている大学の実践事例研究を収集の上、前述のフレームワークにおけるベネフィットとコストを検討し、その結果からわが国の大学がグローバルMOOC配信を検討する際に参考となる取組や重要な点を提示することである。

第3にグローバルMOOCがもたらす高等教育への影響について、前述のフレームワークのベネフィットの中から高等教育に関する共通事項を抽出し、その抽出した視点に基づきグローバルMOOCが切り拓く高等教育の将来像を推察し、未来を創造する高等教育機関であるデジタルハリウッド大学が次世代高等教育において果たすべき役割を提案することである。

なお、本稿は、筆者が個人として発表するものであり、所属機関を代表して述べる見解ではなく、その内容は全て筆者個人の責任に帰属することを予め断っておく。

2. グローバルMOOCの定義と先行研究のサーベイ

2.1. グローバルMOOCの定義

MOOCとは、Massive Open Online Courseの略であり、Massive「受講者の規模が巨大である」、Open「誰でも自由に受講可能である」、Online「インターネットにつながる環境であれば、どこからでも受講可能である」、Course「大学レベルの開講科目がある」の各頭文字をとった総称である。そのMOOCを世界配信するプロバイダーと提携を結んで、各大学がグローバルにMOOCを配信することを本稿では「グローバルMOOC」と呼ぶ。その主なプロバイダーが表1の3者であり、わが国の大学もこれらと提携を結んでいる。

表1：主なグローバルMOOCプロバイダー

<ul style="list-style-type: none"> ◆ Coursera (2012年にスタンフォード大学の教授らが設立した教育ベンチャー企業) <input type="checkbox"/> 世界160以上の大学が約3,100のコースを公開 <input type="checkbox"/> 3,700万人を超える受講者 <input type="checkbox"/> 東京大学が参加
<ul style="list-style-type: none"> ◆ edX (2012年にMITとハーバード大学が出資し共同設立) <input type="checkbox"/> 世界139大学が約2,200のコースを公開 <input type="checkbox"/> 1,800万人を超える受講者 <input type="checkbox"/> 東京大学、京都大学、北海道大学、大阪大学、早稲田大学、東京工業大学が参加
<ul style="list-style-type: none"> ◆ FutureLearn (英国オープンユニバーシティが所有する企業 [2012年設立]) <input type="checkbox"/> 世界約174の大学が約1,000のコースを公開 <input type="checkbox"/> 約1,800万人の受講者 <input type="checkbox"/> 慶應義塾大学が参加

出所) Shah and Pickard (2019) の数字を基に筆者作成

2.2. 先行研究のサーベイ

わが国の大学のグローバルMOOCに関する主な先行研究を紙幅の都合上、下記3点に絞ってレビューする。

第1は学習履歴データの分析を行った各大学の研究である。

東京大学の荒他(2014)は2つのコースの受講者の幅の広さから多様性を考慮したコースデザインが必要であると指摘し、京都大学の田口他(2017)は行動ログや質問紙の回答を分析し、グローバルMOOCの質の向上に役立てるために講義制作チーム等にフィードバックを行った内容を報告している。また、早稲田大学の石井他(2017)は博士号取得者や日本に関心を持つ国のユーザーの修了率が高い点を指摘し、慶応義塾大学の高信(2016, 2017)は受講者属性、学習行動、コース評価等を分析し、オンラインコース開発ガイドラインを作成している。

第2はビジネスモデルに関する研究である。北村(2015)は事例等からビジネスモデルを構成する要素について抽出・整理を試み、ビジネスモデルキャンパスの観点から分析を行い、グローバルMOOCのビジネスモデル要素例を示している。また、北村他(2015)は東京大学と北海道大学のグローバルMOOCのビジネスモデルを比較し、両大学の特徴を明らかにしている^{※1}。

第3はグローバルMOOCの実態把握調査である。京都大学(2014)では、グローバルMOOCを配信している東京大学、京都大学、北海道大学の情報を収集し、各大学におけるグローバルMOOCのコース概要を明らかにしている。大学ICT推進協議会(2015)では、グローバルMOOCを配信している東京大学、京都大学、大阪大学、北海道大学の実態を調査し、各大学のグローバルMOOC制作に関する方針、設備、予算、学内体制、コンテンツ紹介、運用プラットフォーム、受講状況、成績の評価方法、修了率、講座の運用体制、今後の課題等を中心に紹介している。

これらの先行研究の中で、本稿で提示するような3つの具体的提案は見受けられないことから、本稿は一定の独自性があり、また、その内容は今後この分野での新たな研究の推進や展開に資することができると思われる。

3. コスト・ベネフィットの整理

3.1. ベネフィット(金銭外)

グローバルMOOC配信の際に想定される金銭外のベネフィットの主要なものを文献調査に基づき整理すると、次の7点を挙げることができる^{※2}。

(1) 入学希望者へのプロモーション

入学前の学生が講義をグローバルMOOCで閲覧することで、大学選びに影響を与えることができる。

(2) 優秀な学生の確保(リクルーティングツール)

大学にとってグローバルMOOCは優秀な学生を見つける手段になり得る。

(3) 自校のブランディング(プレゼンス・知名度向上)

国内外に各大学の教育力の高さを発信することによって、各大学の国内外のプレゼンスや知名度の向上に寄与し得る。さらに、各大学の魅力的な講義を配信することによって、受講生の満足度を高め、各大学のブランディングの確立に貢献することも期待できる。

(4) 学習履歴データによる大学教育の改善

大学はグローバルMOOCの開講で、数万人単位の学習履歴データを入手できる。そのデータを活用し講義や教材の評価・改善に利用することで、学内の教育の質を高めることも可能になる。

(5) MOOC + SPOCによる大学教育改革(ブレンド型学習)

グローバルMOOCを学内向けSmall Private Online Courses(SPOC)として配信することで、反転授業やブレンド型学習を推進し教育効果の増大を図り、学内の教育改革を行うことができる。

(6) 先端的な学問知識の普及(国際貢献活動)

グローバルMOOCの配信によって、各大学は先端的な学問知識をグローバルに普及させることができる。また、地理的、経済的な理由等で大学に通うことができない人々への教育機会を提供することができる。

(7) 企業内教育への活用

グローバルMOOCを社内研修のような形で、企業内教育のために用いることも可能である。

3.2. ベネフィット(金銭面)

グローバルMOOC配信の際に想定される金銭面のベネフィットとして主要なものを文献調査に基づき整理すると、次の7点を挙げることができる^{※3}。

(1) 有償の認定証の発行料収入

1つの講座あたり数十～数百ドル程度の発行料であるが、受講者が数千～数万人単位の規模となれば、それなりの収入が期待できる。

(2) 特定の学問分野コース群からの収入

特定の学問領域をまとめて学ぶことのできるコース群に受講料(数十～数百ドル)を課すことができる。

(3) オンライン学位プログラムの授業料収入

大学認定のオンライン学位プログラムを提供し、その授業料を得ることができる。

(4) 教材のライセンス販売

グローバルMOOCをカスタマイズして教材を制作し、これを他大学等にライセンス販売を行うことで収益を得ることができる。

(5) 企業向け人材育成プログラム受講料収入

企業の求める専門スキル教育を行う有料の資格等が取得可能なプログラムを提供することで、その受講料を得ることができる。

(6) 企業への学生斡旋手数料

学習コースで優秀な成績を取った学生を企業に斡旋することによる手数料収入を得ることができる。

(7) Coursera/edX等からの分配金

グローバルMOOCのプロバイダーはパートナーの大学との間で収益分配の取り決めを行っており、大学にも利益分配がある。

3.3. 課題(金銭外)

グローバルMOOC配信の際に想定される金銭外の課題として、主要なものを文献調査に基づき整理すると、次の5点を挙げることができる^{※4}。

(1) 学習者にとって魅力的な講座の提供

もし学習者にとって魅力に欠ける講座を提供すれば、その大学の評価を下げるリスクがある。

(2) 自主的な受講と低い修了率

グローバルMOOCは最後まで受講する義務がないため、途中で離脱することが容易であり、受講者の修了率は1割程度である。

(3) 英語教材制作の質の確保(正確な著作権処理)

英語で制作された動画教材の品質を保証する仕組みが必要であり、特に正確な著作権処理を行う必要がある。

(4) 英語講義担当可能な教員の確保

英語での講義が出来る教員を確保する必要がある。また、第一線の研究者ほど忙しく英語教材制作のための時間を確保することが難しいという課題もある。

(5) 言語の壁

英語だけで卒業できるコースを設置していない大学の場合、英語での講義を配信して、世界の優秀な留学生を確保することから発生すると予想される言語の壁の問題、すなわち、英語での講義と学内の日本語授業の取組をどのように両立させことができるのかという課題がある。

3.4. コスト(金銭面)

グローバルMOOC配信の際に想定される金銭面のコストとして、主要なものを文献調査に基づき整理すると、次の8点を挙げることができる。

- 1 プラットフォーム(システム)維持費
- 2 講座運用費
- 3 教材制作費
- 4 収録スタジオ・機材費
- 5 講座運営スタッフ人件費(教員、職員、TA等)
- 6 教材設計・映像制作・著作権処理に携わるスタッフの人件費
- 7 著作権処理に関わる費用(人件費を除く)
- 8 翻訳費(複数言語の字幕制作費等)

このように、各大学がグローバルMOOCを配信する場合、グローバルMOOCの開講に必要な費用は講座を開く側の大学が負担する必要がある。例えば、大学は、グローバルMOOCに関する開発費用、人件費、著作権処理費、翻訳費等を負担する必要がある。

3.5. グローバルMOOC配信の検討フレームワーク

これまで述べた点を全てまとめて整理したのが表2である。わが国の大学がグローバルMOOC配信を検討する際には、こうしたベネフィットやコストを総合的に分析する必要がある。このような総合的視点に立ったフレームワークは先行研究の中には見受けられないことから、表2のフレームワークはグローバルMOOCに取り組む大学にとって活用・参照することができる内容であると考えられる。

4. コスト・ベネフィットの検討

4.1. ベネフィット(金銭外)の検討

ここでは3.で提示した7点のベネフィット(金銭外)について具体的な事例を基に検討し、グローバルMOOC配信を検討する大学への参考となる取組を提示する。

(1) 入学希望者へのプロモーション

グローバルMOOCが学生の大学選びに影響を与えた事例として、海外ではマサチューセッツ工科大学(以下、MIT)の入学者のうち講義をグローバルMOOCで閲覧したことが大学選びに大きな影響を与えたと答えた学生が27%を占めている事例が挙げられる(MIT, 2011)。また、国内では東京大学の山内祐平や早稲田大学の柴山知也が講義を配信した後、実際に受講生から大学院進学の間い合わせが来ている事例が挙げられる(金成, 2013, 180頁, 姉川他, 2019, 153頁)。

さらに、グローバルMOOCを留学生獲得のために活用している事例も見られる。その代表的事例のペンシルベニア大学では、米国留学に関する情報提供を行う講座をCourseraで配信して海外からの入学希望者増加につなげている(Tyson, 2014)。また、edXではHigh School Initiative、FutureLearnではGoing To Universityという高校生対象の大学による1年次レベルの基礎科目の講座が開講され、数十万人単位の受講者を獲得している。そして、国内でも東京大学が2016年より日本留学希望者を対象とした講座を開講し、留学生獲得というねらいを一定程度達成している(高濱・藤本, 2017)。

このようなグローバルMOOCを使った入学希望者へのPR方法は各大学にとって参考になる取組であると考えられる。

(2) 優秀な学生の確保(リクルーティングツール)

グローバルMOOCの開講で優秀な学生を確保した事例として、edXのMITの講義で満点を取得したモンゴルの少年がMIT関係者から強く受験を勧められ、MITに学費免除の形で進学したことが挙げられる。また、国内の事例として、京都大学はグローバルMOOC講義期間中に、国外の受講生から成績優秀者6名をYouTubeでの面接等により選抜の上、京都大学に1週間招待し、このうち意欲等も考慮して選抜された成績優秀者1名が京都大学大学院の国費外国人留学生として推薦されたことが挙げられる(大学ICT推進協議会, 2015, 99頁)。

こうした積極的な方法は世界の優秀な学生を集めたい大学にとって参考になる取組であると考えられる。

表2: グローバルMOOC配信を検討するためのフレームワーク

	金銭外のベネフィットと課題	金銭面のベネフィットとコスト
ベネフィット	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 入学希望者へのプロモーション <input type="checkbox"/> 優秀な学生の確保(リクルーティングツール) <input type="checkbox"/> 自校のブランディング(プレゼンス・知名度向上) <input type="checkbox"/> 学習履歴データによる大学教育の改善 <input type="checkbox"/> MOOC+SPOCによる大学教育改革(ブレンド型学習) <input type="checkbox"/> 先端的な学問知識の普及(国際貢献活動) <input type="checkbox"/> 企業内教育への活用 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 有償の認定証の発行料収入 <input type="checkbox"/> 特定の学問分野コース群からの収入 <input type="checkbox"/> オンライン学位プログラムの授業料収入 <input type="checkbox"/> 教材のライセンス販売 <input type="checkbox"/> 企業向け人材育成プログラム受講料収入 <input type="checkbox"/> 企業への学生斡旋手数料 <input type="checkbox"/> Coursera/edX等からの分配金
課題・コスト	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 学習者にとって魅力的な講座の提供 <input type="checkbox"/> 自主的な受講と低い修了率 <input type="checkbox"/> 英語教材制作の質の確保(正確な著作権処理) <input type="checkbox"/> 英語講義担当可能な教員の確保 <input type="checkbox"/> 言語の壁(英語でのグローバルMOOCと日本語授業との接続性) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> プラットフォーム(システム)維持費 <input type="checkbox"/> 講座運用費 <input type="checkbox"/> 教材制作費 <input type="checkbox"/> 収録スタジオ・機材費 <input type="checkbox"/> 講座運営スタッフ人件費(教員、職員、TA等) <input type="checkbox"/> 教材設計・映像制作・著作権処理に携わるスタッフの人件費 <input type="checkbox"/> 著作権処理に関わる費用(人件費を除く) <input type="checkbox"/> 翻訳費(複数言語の字幕制作費等)

出所) 文献調査より筆者作成

(3) 自校のブランディング(プレゼンス・知名度向上)

グローバルMOOCの開講で、プレゼンスや知名度を向上させた2つの事例を挙げる。

まず早稲田大学では2つのグローバルMOOC講座の受講者アンケートを実施し、第一弾講座は849名の中の62%、第二弾講座は610名の中の83%の学習者から「早稲田大学についてよく知らない」又は「早稲田大学について一度も聞いたことがなかった」という回答が得られた。この結果はMOOCの広報効果を示唆している(石井, 2018, 119頁)。

次に東京大学ではグローバルMOOCの開講で累計登録者数21万人以上、修了者数1万人以上という海外の学習者へのコース提供が可能になったことで、海外での認知度向上につながる一定の成果を上げている(大学ICT推進協議会, 2015, 95頁)。

さらに、魅力的な講義を配信することで、受講者の共感を呼び、その大学で学んでみたいと思わせ、自校のブランディングの確立に貢献した2つの事例を挙げる。

まず早稲田大学の「Tsunamis and Storm Surges: Introduction to Coastal Disasters」の講座には123か国・地域から約2,600名が登録し、その受講者から「災害発生時に何をすれば良いのかがわかり大変なためになった」という感想が多く寄せられた結果、受講者の約半数は「早稲田大学で学びたい」となった。

次に慶應義塾大学の「Japanese Culture Through Rare Books」の講座には141か国と地域から8,666人の受講者が参加し、「FutureLearnで一番素敵なコースだった」「いつか同大学で学んでみたい」等のコメントが寄せられている(高信, 2017, 39頁)。

このように、グローバルMOOCは各大学のプレゼンス・知名度の向上やブランディング確立に貢献する可能性を持っているため、そうした志向を持つ大学にとって、こうした取組は参考になると考えられる。

(4) 学習履歴データによる大学教育の改善

グローバルMOOCで得られた学習履歴データを活用し、大学教育の改善につなげている事例は2.2.でレビューしたが、その中の代表的事例として、京都大学ではedX加盟のグローバルMOOCで得られたデータから、コースレポートの作成、行動ログや質問紙の集計・可視化を行い、MOOCの質の向上に役立てるために講義制作チームやコース提供者に向けたフィードバックを行うことで、提供回を重ねるごとにコースを改善したり、項目を理解しやすくなり、かつ心理学的な分析にも活用しやすい受講動機の質問項目を作成するなど一定の成果を上げている(田口他, 2017)。

こうした取組は学習ログ解析を行い当該大学の教育改善を図ることを目指す大学にとって参考になると考えられる。

(5) MOOC + SPOCによる大学教育改革(ブレンド型学習)

グローバルMOOCを反転授業として活用し、教育効果の増大を図った事例として、カリフォルニア州立大学サンノゼ校がedX上のMIT科目「エレクトロニクスと電気回路」を自大学の授業に2012年秋から取り入れた事例を挙げる事ができる。この科目は従来から同大学で最も嫌われている科目の1つで合格率も55%と低かったが、この反転授業の導入で合格率は91%に高まった(McGuire, 2013)。また、国内では、京都大学がグローバルMOOCの反転授業を調査し、グローバルMOOCという新たな教材が利用可能となったことで、従来の授業に比べて、授業者が意図した教授機能を、授業内・授業外にわたり、より適切な順序で配置し、かつより多くの教授機能を付加することが可能となったこと、学生が自分のペースで知識獲得が可能となる環境が準備できたこと、よりインタラクティブで臨機応変な授業展開が可能になったことを明らかにした

(田口他, 2018)。さらに、京都大学の杉志成はグローバルMOOCを用いた反転授業を実施し、学生から好反応を得たと分析している(上杉, 2014)。

このようにグローバルMOOCは反転授業の推進による教育効果の増大を図ることができる可能性を持っていることから、学内の教育改善を進めたい大学にとって、こうした取組は参考になると考えられる。

(6) 先端的な学問知識の普及(国際貢献活動)

グローバルMOOCの配信によって、先端的な学問知識を普及させている事例として、例えば、東京大学は従来の活動では実現できなかった形で、海外の学習者へ最先端の知を届ける方法を確立することができている(大学ICT推進協議会, 2015, 93頁)。また、慶應義塾大学も世界レベルの研究・教育を通じた「知」の資産を基に、MOOCコンテンツを開発し、FutureLearnを通じて全世界に向けて配信することができている。

こうした取組は、大学の先端的な学問知識をグローバルに伝えることを志向する大学にとって参考になると考えられる。

(7) 企業内教育への活用

グローバルMOOCを企業内教育として活用している代表的事例として、米国Yahoo社は既存のCourseraのコースを社内の専門教育に用いている(重田, 2013, 16頁)。このように、グローバルMOOCは企業でも活用できる可能性を持っているため、法人内や企業内教育をグローバルMOOCを使って実施したい機関にとって、こうした取組は参考になると考えられる。

4.2. ベネフィット(金銭面)の検討

ここでは3.で提示した7点のベネフィット(金銭面)について具体的な事例を基に検討し、グローバルMOOC配信を検討する大学への参考となる取組を提示する。

(1) 有償の認定証の発行料収入

各グローバルMOOCプロバイダーは数十~数百ドル程度の個人認証付き有料修了証発行料金を設定しているが、例えば、東京大学はCourseraの3コースについて、試験的にその発行サービスを提供開始し、一定の収入を得る仕組みが機能することを確認している(大学ICT推進協議会, 2015, 96頁)。また、慶應義塾大学はFutureLearnで2つの講座を開講し、その修了証が76枚と38枚、受講生によって購入され一定の収入を得ている(高信, 2017, 39-40頁)。

(2) 特定の学問分野コース群からの収入

CourseraやedXは、提携大学による協力の下、特定の専門分野のコースをグループ化した「Specialization」や「Xseries」と呼ばれる専門資格コース群を提供し、数十~数百ドルの受講料を課すことができている。

(3) オンライン学位プログラムの授業料収入

Courseraは2015年5月にイリノイ大学と提携し、edXは2017年8月にジョージア工科大学と提携し、オンライン修士プログラムを提供し、2018年1月時点で、前者は約800人、後者は約650人という多数の登録者を集め、その授業料(前者は22,000ドル以下、後者は10,000ドル以下)を得ている(中沢, 2018, 12頁)。また、そのプログラムは通常の学位プログラムと比較して安価である。

(4) 教材のライセンス販売

CourseraやUdacity等のMOOCプロバイダーは大学と提携してカスタマイズ教材を反転授業用の教材として他大学に販売して収益を上げている(重田, 2013, 15頁)。

(5) 企業向け人材育成プログラム受講料収入

Courseraは、提携大学や企業と連携して、2016年に、企業の求める専門スキル教育を行う「Coursera for Business」(無制限コース400ドル/ユーザー/年)を開始し、その利用企業は2016年の30社から2017年には500社以上に増加傾向にあり、その受講料を得ることができている。また、edXも提携大学や産業のリーダーと連携して、プロフェッショナルプログラムと呼ばれる企業にも認知された資格等の取得が可能な有料のプログラムを提供し、その受講料(数十～数百ドル)を得ている。

(6) 企業への学生斡旋手数料

グローバルMOOCプロバイダーと大学・企業が共に専門職人材を育成し、優秀な受講者を企業へ斡旋する取組もある。UdacityはGoogleやAT&T等と協同して、またCourseraはCiscoと協同して若手IT人材をグローバルMOOCで育成する取組を行っている。これらの営利事業によって得た収入は契約により、グローバルMOOCプロバイダーとパートナー大学・機関の間で分配される(京都大学, 2014, 281～282頁)。

(7) Coursera/edX等からの分配金

CourseraやedXはパートナー間で収益分配の取り決めを行っており、その取り決めは、例えばコースが維持されている期間に応じてなされ、大学はHPにグローバルMOOCのプラットフォームを使用する権利を得ることができる(Baturay, 2015, 432頁)。

(8) 小括

グローバルMOOCで金銭面のベネフィットを得る方法としては、まず(1)や(2)のようなグローバルMOOCの講座や特定の学問分野コース群への課金の仕組みを構築することが参考になると考えられる取組として挙げられる。次にわが国の大学ではまだ実施されていないが、将来的にはグローバルMOOCによる(3)のオンライン学位プログラムの授業料収入や、(5)や(6)のような海外企業とわが国の大学が連携して専門職人材を育成し、そのための教育プログラムの受講料収入や企業への学生斡旋手数料等を大学が得ていく取組も参考になると考えられる。さらに、(4)のような教材のライセンス販売の収益や、(7)のようなグローバルMOOCのプロバイダーからの分配金を得ていく取組も参考になると考えられる。

4.3. 課題(金銭外)の検討

ここでは3.で提示した5点の課題(金銭外)について具体的に検討し、グローバルMOOC配信を検討する大学にとって参考となる取組や重要な点を提示する。

(1) 学習者にとって魅力的な講座の提供

学習者にとって魅力的な講座を提供する上で、慶應義塾大学によるFutureLearnのオンラインコース開発ガイドラインを示した高信(2016)が体系的である。実際にこのガイドラインに沿って開講された「Japanese Culture Through Rare Books」の講座では76%の学習者がExcellentと回答し、「An Introduction to Japanese Subcultures」の講座では91%の学習者がExcellent又はGoodと回答している(高信, 2017, 39-40頁)。こうしたガイドラインは、学習者にとっての魅力的な講座作りを行う上で、参考になる取組であると考えられる。

(2) 自主的な受講と低い修了率

グローバルMOOCの低い修了率(例えば、早稲田大学の2つのコースの修了率は9.4%と7.5%である(姉川他, 2019, 150-151頁))については、荒他(2014)が指摘するように、MOOCの総登録者数は一般的な大学の対面授業と比較して非常に大きい

ため、総登録者に対する修了者の割合で、一般的な大学の対面授業とMOOCを比較して教育効果を論じるのは適当ではない。MOOCの教育効果を測る場合には、受講者が学習目標をどの程度達成できたかを測定する「学習効果」と、コンテンツやプラットフォームを要因とする離脱者がどれだけいたのかという「離脱効果」を分けて評価することが重要である。

(3) 英語教材制作の質の確保(正確な著作権処理)

正確な著作権処理について、東京大学や北海道大学では、担当職員と教員が協力し処理を進め、教材の中に第三者の著作物を利用するにあたっては、著作権者に問い合わせ、権利処理手続きや使用料設定等の著作権処理を行っており、参考になる取組であると考えられる(藤本, 2015, 大学ICT推進協議会, 2015, 107頁)。ただし、このような処理は多くの負担を伴う作業であるため、その負担を前提に著作権処理の業務体制を構築することが重要である。なお、そうした人的資源や時間に制約がある大学は一部の作業を外注することも選択肢の1つとしてあり得ると考えられる。

(4) 英語講義担当可能な教員の確保

英語講義担当可能な教員の確保という点について、例えば、大阪大学の場合、英語による講義はハードルが高く、講座担当部局との交渉や講座担当教員との打ち合せを順次実施する等、担当教員の確保に時間を要している。(大学ICT推進協議会, 2015, 103頁)。このことからわかるように、そうした教員を各部署と交渉の上、確保していく必要があり、また、そうした教員の数が少ない場合は、各大学の象徴的な講義を英語で行うことができる教員をまず確保することが重要であると考えられる。

(5) 言語の壁

英語だけで卒業できるコースを設置していない大学の場合、当該大学では英語レクチャーはないことを伝えつつ、将来的には英語だけで卒業できるコースを設置することや、学内の資料を日英の併記で制作する又は日英の2つのコースを併走させるなどの措置を検討していくことが重要であると考えられる。

4.4. コスト(金銭面)の検討

ここでは3.で提示したコスト(金銭面)について具体的に検討し、グローバルMOOC配信を検討する大学にとって参考となる取組や重要な点を提示する。

グローバルMOOCの制作費用を公表している大学は見受けられないため、グローバルMOOCに限定した調査ではなく、JMOOCの国内向け配信も含めた2015年の調査によれば、わが国の大学のMOOCのコンテンツ制作費用については、50万円以内が4校、100万円以内が7校、300万円以内が8校となっている。その一方、1,000万円を超える費用を投入している大学も2校ある。この設問では人件費について特に指示していないため、非常勤やパート等の人件費は計上していても、常勤職員の人件費を含んでいない可能性が高い。従って、制作費用は人件費を含むか否かで金額が大きく変わる(大学ICT推進協議会, 2015, 20-21頁)。

このようにグローバルMOOC講座作りのための大学側の負荷は大きく、東京大学においても独立採算でのコース開発・運営費用をまかなう用途は立っていない(大学ICT推進協議会, 2015, 96頁)。

これらのことは、今後グローバルMOOC配信を検討する大学はその制作費用や人件費のための予算確保、技術的な方法等での教材制作のコスト削減、外部資金の獲得やファンディング等に向けた体制整備を図ることが重要であることを示唆していると考えられる。

その他には、大阪大学で実施しているように、投資したコストの回収が見込める内容の講座を検討の上、全学部の学生が受講できる内容の教材を作成し、これをSPOCや反転授業の教材として活用できれば、教材作成の投資を学内教育コストの削減と教育の質向上として回収可能であるため、そうした方法も参考になる取組であると考えられる(大学ICT推進協議会, 2015, 102頁)。

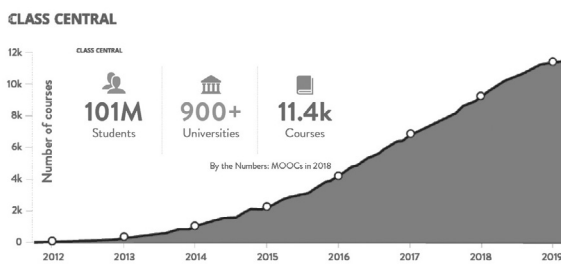
5. グローバルMOOCが切り拓く高等教育の将来像

5.1. グローバルMOOC発展の促進要因

未来を創造する高等教育機関であるデジタルハリウッド大学(以下、本学)の次世代高等教育における果たすべき役割を検討するためには、高等教育の世界的潮流を見極め、高等教育の将来像を確実に展望する必要がある。

その将来像を展望するにあたって、図1の通り、2018年時点で、グローバルMOOCの受講者数は1億1000万人に達し、また、900校以上の大学が1つ以上のグローバルMOOCのコースを提供し、さらに、世界のグローバルMOOCコース数は11,400に上っているなど、グローバルMOOCは近年大きく発展しており、高等教育の将来に大きな影響を与える力を持っていることが推察される。

図1: グローバルMOOCの推移



出所) Shah (2018) に基づき筆者作成

そして、その具体的な影響力を考察する視点を導出するために、表2のフレームワークの中でグローバルMOOCの発展を促進させている要因として重要と考えられる金銭面と金銭外のベネフィットから高等教育に関する共通事項を抽出する。

その共通事項を抽出したのが表3であり、例えば、ベネフィット(金銭外)の(1)入学希望者へのプロモーション、(2)優秀な学生の確保(リクルーティングツール)、(3)自校のブランディング(プレゼンス・知名度向上)は、これらを包含する共通の視点として「入試・広報の視点」に整理できると考えられる。同様な考え方から、表3の各ベネフィットの共通事項を抽出すると、「単位・学位の視点」、「授業内容・方法の視点」、「大学と企業の接続の視点」にそれぞれ整理できると考えられる。

これらの視点に立脚し、グローバルMOOCがもたらす高等教育への影響を文献調査に基づき整理し、グローバルMOOCが切り拓く高等教育の将来像を展望する。

表3: グローバルMOOCのベネフィットの共通事項

ベネフィット(金銭面・金銭外)	共通事項
<ベネフィット(金銭面)> (1) 有償の認定証の発行料収入 (2) 特定の学問分野コース群からの収入 (3) オンライン学位プログラムの授業料収入	単位・学位の視点
<ベネフィット(金銭外)> (1) 入学希望者へのプロモーション (2) 優秀な学生の確保(リクルーティングツール) (3) 自校のブランディング(プレゼンス・知名度向上)	入試・広報の視点
<ベネフィット(金銭外)> (4) 学習履歴データによる大学教育の改善 (5) MOOC+SPOCによる大学教育改革(ブレンド型学習)	授業内容・方法の視点
<ベネフィット(金銭面)> (5) 企業向け人材育成プログラム受講料収入 (6) 企業への学生斡旋手数料	大学と企業との接続の視点

出所) 表2のフレームワークより筆者作成

5.2. 単位・学位・入試・広報の視点

(1) 正規科目認定と単位互換制度

単位への影響として、グローバルMOOCの正規科目認定や単位互換制度が挙げられる。

前者について、例えばアリゾナ州立大学はedXと連携し、Global Freshman Academy(以下、GFA)という同大学の1年次に必要な単位をグローバルMOOCで全て取得できる制度を2016年にスタートさせ、FutureLearnも正規の単位を取得することができるコースをリーズ大学(最大10単位)とオープンユニバーシティ(最大30単位)から提供している。

後者について、例えばテフト工科大学は、2016年に、オーストラリアやスイスの大学とのグローバルMOOCでの単位互換制度を公表している。また、GFAを通じて取得した単位はアリゾナ州立大学と単位互換協定を結んでいる他大学に編入学した場合や、他大学から同大学へ正規留学生として短期留学した場合に、単位互換を行うこともできる。さらに、Courseraの個人認証付修了証を、米国の大学単位推薦サービスが発行するACE Creditに置き換えることで全米約2,000の大学の単位を取得できる。

(2) オンライン学位プログラムの開設

学位への影響としては、グローバルMOOCでのオンライン学位プログラム開設を挙げることができる。その事例として、CourseraとedXでの開設は前述した通りだが、Udacityも2014年1月にジョージア工科大学と提携の上、オンライン修士プログラムを提供し、2018年1月時点で、計6,000人の受講者を集めている(中沢, 2018, 12頁)。また、2017年よりディーキン大学がFutureLearnのみで、修士号を取得できる大学院プログラムを提供している。

その他、2016年にMITはedXと連携し、既存の修士プログラムの約半分の単位取得をグローバルMOOC受講に置き換え、Micro Mastersという新しい学位を授与する制度を開始している。また、現在edXと連携して、世界のトップクラスの24の大学院から約50のMicroMastersが提供されている(飯吉, 2018, 28頁)。

(3) ナノ学位の開設

グローバルMOOCは独自の学位も生み出している。例えば、Udacityは、特定の職種に必要な知識と技能を習得したことを認定しUdacityが授与する独自の「ナノ学位(Nanodegree)」と呼ばれる有料の資格プログラムを20以上開講している。そして、2017年

のその受講者数は前年比4倍となる5万3,000人に上り、ナノ学位の取得者は、関連企業の就職や昇進に有利となり、これまでに、約2万人がUdacityからナノ学位を授与されている(飯吉, 2018, 28-29頁)。

(4) 入学選抜システム

グローバルMOOCを世界の優秀人材を集める入学選抜システムとして活用している事例もある。例えば、MITがedXと連携して開講した前述のMicroMasters課程では、そこで好成績を修めた学生はMITの修士プログラムへの編入学が認められるため、2017年6月に622人が編入学選抜への応募が許可され、最終的には40名が入学を許可されている(飯吉, 2018, 28頁)。

(5) 高等教育のアンバンドリング

このように、グローバルMOOCは大学の発行する学位や単位を「相対化」し得る影響力を持っている。また、前述の通り、グローバルMOOCを活用した編入学制度の構築も進んでいることから、グローバルMOOCの台頭によって、これまで大学キャンパスと一体不可分であった大学講義がキャンパスから切り離され(アンバンドリング)、学習者が自身のニーズに応じて教育課程を編成できるようになる「高等教育のアンバンドリング」現象(船守, 2015, 260頁)が今後進むことが予想される。

5.3. 授業内容・方法の視点

授業内容・方法へのグローバルMOOCの影響として、例えばカリフォルニア大学バークレー校、MITを始め、世界中の20以上の大学でedXのグローバルMOOCを利用したブレンド型学習が試みられていることが挙げられる(京都大学, 2014, 287頁)。

また、グローバルMOOCはオンライン上の開かれた学習環境としてだけでなく、教育機関が自校の教育に用いる教材を開発共有するプラットフォームとして定着する可能性も有している。例えば、グローバルMOOCを大学間で制作共有し、対面授業に用いる取り組みもある。スタンフォード大学の運営するグローバルMOOCプラットフォームStanford Online, では、プリティッシュコロンビア大学等との間でグローバルMOOCコンテンツを持ち寄り、各校の正規授業で用いている(Stanford Online, 2014)。

さらに、わが国においても北海道内の国立大学7校の間で、オープン教材を開発しOpen edXをベースとしたプラットフォームでグローバルMOOCコンテンツを共有し、反転授業やアクティブラーニング向けの教材として用いながら、双方向遠隔授業システムを介して遠隔教育を行っている(重田他, 2015)。

これらのことから、今後オンライン学習と対面学習を組み合わせたブレンド型学習に移行する「高等教育のブレンディッド化」が進むことが予想される。

加えて、2.2.においてグローバルMOOCで得られた学習履歴データを活用して授業内容・方法の改善につなげている事例をレビューしたように、今後、グローバルMOOCの学習履歴データを解析することで、新たな教育手法を開発し導入する動きが加速化することも推察される。

5.4. 大学と企業との接続の視点

グローバルMOOCの台頭による大学と企業との接続に関する影響として、例えば、5.2.で見たように、大学から一度ドロップアウトした学生でも、グローバルMOOCの認定証を取り編入学することや大学の単位を補完することができたり、企業に勤める社会人は、「ナノ学位の開設」で述べたように、グローバルMOOCを学ぶことで新しい

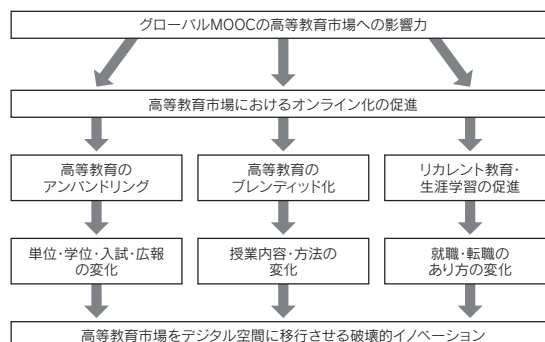
専門性を身につけ、転職を成功させることも可能になるなど、グローバルMOOCは、誰でもいつでも自由に学べる「リカレント教育・生涯学習」を促進する力を持つことが推察される。

また、前述のナノ学位に加えて、Coursera for Businessのコースの修了者に関する情報は、多数の企業に共有され、雇用につながる可能性がある事例も見受けられることから、今後グローバルMOOCの認定証を企業が評価するようになることが予想され、その認定証が単位や学位と同じような能力を示す資格になり、雇用や採用のあり方が劇的に変わる可能性も大いにあり得ると考えられる。さらに、その認定証が就職活動の際に使われたり、優秀な学生と企業を結び付ける人材紹介に活用されたりする可能性も推測される。

5.5. 高等教育市場の破壊的イノベーション

これまで5.で述べてきたことをまとめたのが図2である。グローバルMOOCは、①「高等教育のアンバンドリング」など、従来の大学の存在価値を揺るがす可能性を持つ、②「高等教育のブレンディッド化」など、従来の授業内容・方法の形を変える可能性がある、③「リカレント教育・生涯学習の促進」など、従来の就職・転職のあり方を劇的に変える可能性を持つことから、高等教育市場をデジタル空間に移行させる破壊的イノベーションの作用を及ぼす力を持つものであると考えられる。

図2: グローバルMOOCがもたらす高等教育への影響



出所) 文献調査より筆者作成

6. デジタルハリウッド大学の果たすべき役割(提言)

ここでは、5.で考察した3つの視点から高等教育の世界的潮流を見極め、本学の次世代高等教育における果たすべき役割を提案する。

6.1 高等教育機関のあり方を変える

これまでの高等教育市場は大学組織・国家・言語圏の枠によって市場が守られている側面があったが、グローバルMOOCの台頭によって、「高等教育のアンバンドリング」現象が進みつつある。そうした世界的潮流を見極め、本学は単位を認定でき学位を授与できるグローバルレベルのMOOC教育を制度的に確立し、その知見を高等教育市場に普及させていくことで、わが国の高等教育機関のあり方を変える「グローバルな社会貢献活動の役割」を担うべきである。

特にグローバルMOOCプロバイダーと提携を結び、本学において、グローバルMOOCでの正規科目認定・単位互換・編入学・入学選抜制度を構築するとともに、オンライン学位プログラムをグローバルに提供することを検討していくべきである。

6.2 授業内容・方法のあり方を変える

世界の「高等教育のブレンディット化」の潮流を受け止め、本学はグローバルMOOCを活用した新たな教育手法を開発し、その成果を高等教育市場に還元していくことで、わが国の授業内容・方法のあり方を変える「グローバルなレベルでの授業の質向上を促進する役割」を担うべきである。

特にグローバルMOOCを積極的に作り、世界の学習者や世界の大学に提供し、その学習履歴データを解析することで、21世紀の学びの理想形に相応しい教育改善の方法を確立し、個々の学生の学習の改善（個別最適化学習）、教員の教授能力の向上、及び教材の改良を科学的かつ戦略的に行うべきである。

6.3 就職・転職のあり方を変える

世界では、有名大学の学位を取得せずとも、有名大学が提供する各分野の質の高い講座を優秀な成績で修了したということが就職の際に評価される可能性が生まれている。こうした世界的潮流を新たな機会と捉え、本学は株式会社立大学の特性を活かして、グローバルMOOCプロバイダーや世界の関連企業と連携してデジタルコンテンツ分野の専門職人材を育成する教育プログラムを開発し、独自の学位や資格認定証を発行することで、就職・転職のあり方を変え、誰でもいつでも時間的・空間的制約を超えて自由に自分らしく学べる「グローバルなリカレント教育・生涯学習を推進する役割」を担うべきである。

特にUdacityのナノ学位、CourseraやedXによる特定の学問分野コース群及び企業向け人材育成プログラムの事例を参考に、海外で人気を博している「VR開発者」「人工知能」「プログラミング」等の学位又は資格証明プログラムをグローバルMOOCプロバイダーや海外の関連企業と提携を結びグローバルかつ戦略的に提供していくことを検討すべきである。

6.4 次世代高等教育を創造する本学の果たすべき役割

デジタル空間に高等教育市場が移行しつつある中で、デジタルコミュニケーションの本質を理解した人材を育成することを主眼に置き、未来を創造する高等教育機関である本学は、デジタル化時代の高等教育市場におけるよりよい学びの普及を促進する責務がある。その責務に応じていく上で、グローバルMOOCは本稿で述べたように大きな可能性を持っていると共に、株式会社立大学である本学の教育研究活動と極めて親和性の高いものである。従って、今後本学はグローバルMOOCを戦略的に活用して、わが国の高等教育の創造的破壊を促進し、よりイノベティブな次世代の高等教育を再創造していく次世代大学の模範的先駆けになるべきであると考えられる。これらの点をまとめて示したのが図3である。

7. まとめ

本稿では、まずグローバルMOOCのコスト・ベネフィットを整理し、グローバルMOOCに取り組む大学の参考に供すべく、グローバルMOOC配信を検討するための新たなフレームワークを提示した。

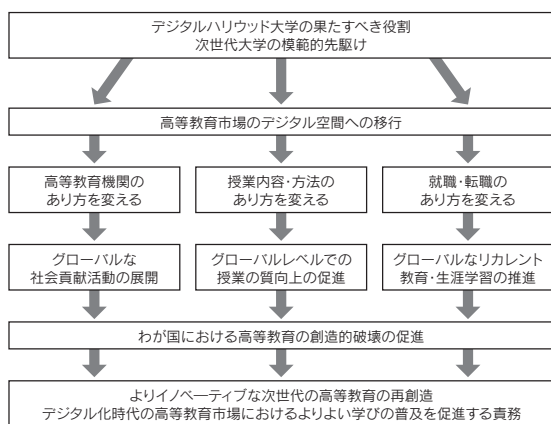
次にそのコスト・ベネフィットについて具体的な事例を基に検討し、わが国の大学がグローバルMOOC配信を検討する際に参考となる取組や重要な論点を提示した。

さらに、グローバルMOOCがもたらす高等教育への影響について、①単位・学位・入試・広報の視点、②授業内容・方法の視点、③大学と企業との接続の視点から整理し、グローバルMOOCは高等教育市場をデジタル空間に移行させる破壊的イノベーションの作用を及ぼす力を持つものであると考えられることを主張した。

最後に、未来を創造する高等教育機関である本学は、そうした力を持つグローバルMOOCを戦略的に活用して、①高等教育機関のあり方を変える「グローバルな社会貢献活動の役割」、②授業内容・方法のあり方を変える「グローバルなレベルでの授業の質向上を促進する役割」、③就職・転職のあり方を変える「グローバルなリカレント教育・生涯学習を推進する役割」を今後果たしていくべきであるという提言を行った。

こうしてまとめた本稿の内容が、本学を含むわが国の大学でグローバルMOOC配信を検討するための一助となり、また、そうした取組を今後推進する1つの契機となれば幸いである。

図3：次世代高等教育を創造する本学の果たすべき役割



出所) 筆者作成

【注】

※ 1

ビジネスモデルキャンパスは、2010年にオスターワルダーらが提唱したビジネスモデルを表現するための枠組みであり、事業戦略の検討、コンサルティングなどで用いられている(北村他, 2015, 87頁)。

※ 2

グローバルMOOCに関する文献調査の結果、金銭外のベネフィットは、大きく分けて、募集、リクルーティング、ブランディングの観点による(1)(2)(3)、大学教育改革・改善の観点による(4)(5)、国際貢献の観点による(6)、企業内教育の観点による(7)に整理することができるため、この7点を取り上げた。

※ 3

グローバルMOOCを配信している大学がどのような金銭面のベネフィットを得ているかという点について文献調査を実施したところ、大きく分けて、この7点の金銭面のメリットを挙げることができるため、本稿ではこの7点での整理の視点を取り上げた。

※ 4

グローバルMOOCに関する文献調査の結果、金銭外の課題は、大きく分けて、学習者、受講者の観点による(1)(2)、英語配信の観点による(3)(4)、学内の日本語教育との接続の観点による(5)に整理することができるため、この5点を取り上げた。

【引用文献】

姉川恭子他(2019).『大学総合研究センターの今 教育改革に挑む早稲田』早稲田大学出版部。

荒優他(2014).「MOOC実証実験の結果と分析：東京大学の2013年の取り組みから」『情報学研究』86, 83-100.

Baturay, M. H. (2015). An Overview of the World of MOOCs, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 174, 427 - 433.

大学ICT推進協議会(2015).『MOOC等を活用した教育改善に関する調査研究(第4版)』.

藤本徹(2015).「事例紹介：MOOC開発における著作権処理業務の現状について」.

船守美穂(2015).「デジタル空間に移行する大学教育」『情報の科学と技術』65(6), 258-263.

飯吉透(2018).「ブレンディッド化・多様化・個別化が進む未来のICT活用教育」『リクルート カレッジマネジメント』211, 26-29.

石井雄隆(2018).「早稲田大学 世界に向けた教育内容の公開」『大学時報』3月号, 118-119.

石井雄隆他(2017).「グローバルMOOCにおける修了率と動画再生ログの分析」『日本教育工学会研究報告集』17(5), 151-154.

金成隆一(2013).『ルポ MOOC革命—無料オンライン授業の衝撃』岩波書店.

北村士朗(2015).「MOOC事業におけるビジネスモデル要素」『2015年度 日本教育工学会 SIGレポート』26-30.

北村士朗他(2015).「ビジネスモデルキャンパスを用いたMOOCビジネスモデルの比較」日本教育工学会第31回全国大会報告, 87-88.

教育再生実行会議(2015).「これからの時代に求められる資質・能力と、それを培う教育、教師の在り方について(第七次提言)」.

京都大学(2014).『高等教育機関等におけるICTの利活用に関する調査研究 委託業務成果報告書』.

McGuire, R. (2013). *EdX and San Jose State Announce Partnership for MOOCs In Blended Classes*.

MIT(2011). *2011 Program Evaluation Findings Summary*.

中沢潔(2018).「米国におけるeラーニング(リカレント教育)の現状」『ニューヨークだより』6月号.

Shah, D. (2018). *By The Numbers: MOOCs in 2018*.

Shah, D. and Pickard, L. (2019). *Massive List of MOOC Providers Around The World*.

Stanford Online. (2014). Changing the global course of learning.

重田勝介(2013).「MOOCの現状と展望」大阪大学サイバーメディア・フォーラム, 14, 11-16.

重田勝介他(2015).「MOOCプラットフォームを利用した大学間連携教育と反転授業の導入」『デジタルプラクティス』6(2), 89-96.

高濱愛, 藤本徹(2017).「日本留学希望者を対象としたMOOC『Studying at Japanese Universities』の開講後の展開について」『留学交流』4月号, Vol.73.

高信彰徳(2016).「Keio-FutureLearnプロジェクトのためのオンラインコース開発ガイドラインの作成」慶応義塾大学大学院メディアデザイン研究科修士論文.

高信彰徳(2017).「Keio-FutureLearnプロジェクトにおけるオンラインコースの開発」『慶応義塾大学DMC紀要』4(1), 34-41.

田口真奈他(2017).「MOOCの行動ログと質問紙を組み合わせたデータ分析の設計」『京都大学高等教育研究』23, 109-118.

田口真奈他(2018).「グローバルMOOCを用いた反転授業の事例研究」『日本教育工学会論文誌』42(3), 255-269.

Tyson, C. (2014). From MOOC to Shining MOOC.

上杉志成(2014).「日本初edX 講義で見た多様な可能性」『化学と工業』67, 1035-1036.

[Paper]

Cost-Benefit Analysis for the Delivery of Global MOOC : Roles to Be Played of Digital Hollywood University in the Next Generation of Higher Education

Go Yamaguchi

(Undergraduate Academic Affairs, Digital Hollywood University)

This paper is organized as follows. First, the definition of Global MOOC (Massive Open Online Course) is provided, and previous research related to the relevant fields is surveyed in this paper.

Second, based on the previous research, this paper suggests new framework of cost-benefit analysis for carrying out Global MOOC delivery at Japanese Universities.

Furthermore, after verifying practical cases related to the delivery of Global MOOC from the point of the framework, reference initiatives and important points to provide Global MOOC at Japanese universities are proposed in this paper.

Finally, through considering the impact of Global MOOC on higher education, this paper analysis how Global MOOC open up new horizons in higher education and proposes roles to be played of Digital Hollywood University which creates the future in the next generation of higher education.

Keywords: Global MOOC, SPOC, Blended Learning, Flipped Learning, Unbundling of Higher Education