

私立大学研究ブランディング事業委員会 委員長所見

この度、本委員会は、「私立大学研究ブランディング事業」について、本年8月に申請のあった198校(大学・短大)の審査を行い、40校を支援対象校として選定した。

1. 「私立大学研究ブランディング事業」の意義

大学を研究でブランディングする、とはどういうことか。

それは、研究を研究者個人の学術的な側面だけに留まらず、大学の組織的な取組へと昇華させ、全学的な看板となる研究を推進し、その成果をもって、大学の目指す将来展望に向けて独自色や魅力を発信する取組である。個々の研究者あるいは個々の研究組織での取組だけでは到底なし得ず、大学を取り巻く現状と課題を適切に分析し、大学全体としての目指すビジョンに向け、研究成果を戦略的に発信する全学的な事業推進・支援体制の整備が前提となる。

今年度から新たに実施する本事業は、個別の研究プロジェクトへの支援ではなく、学長のリーダーシップの下で推進される全学的な取組として支援することを特徴とする。各大学での将来性の検討を行う全学的体制を充実させる機会となるとともに、18歳人口の急激な減少や地域社会の衰退への懸念が高まる中、私立大学が持つ強み・独自性をより一層強化し、私立大学全体としての多様性を発揮させることで、グローバル社会において我が国が持続的に発展していくための一助となるものとして、本事業は評価できるであろう。

2. 選定に当たっての所見

選定に当たり、本委員会は以下のとおり選定方針を設定した。

平成28年度私立大学研究ブランディング事業の選定について

- 事業内容の審査を行うため、委員会に「私立大学研究ブランディング事業委員会 審査部会（以下「審査部会」という。）」を置く
- 審査部会は、申請大学等から提出された「私立大学研究ブランディング事業計画書」に基づき書面審査を行い、評価を点数化する。審査部会による書面審査は、申請大学ごとに以下のチーム構成により実施する。
 - i) 私立大学の運営等に知見を有する者
 - ii) 専門分野に知見を有する者
 - iii) 研究体制の整備状況に知見を有する者

- 審査部会による書面審査の得点（※）やコメント、各大学の調査票等を踏まえ、以下の選定方法により選定校を決定する。

【選定方法】

（１）事業の目的に応じてタイプ A・B を設け、申請資格を変えている観点から、タイプ別に選定校数の枠を設けることが妥当

（２）一方、本事業は研究を足がかりに全学的な独自色を打ち出す取組を期待するものであり、全学的な事業実施・支援体制、ブランディングの取組内容については、両タイプを通じて評価することが妥当

⇒（１）、（２）の観点を総合して検討する必要があるため、以下のように選定件数を設定

- 第 1 次候補：最大選定校数（40 校）の半数（20 校）は、申請状況に応じ、タイプ別の選定校数枠を設定し、原則として得点順に選定する。
- 第 2 次候補：第 1 次候補を除き、両タイプを通じて得点の高い順に第 1 次候補の 3 倍の数（60 校）を候補とし、書面審査の得点やコメント、調査等を踏まえて 20 校を選定する。
- 第 3 次候補：第 1、2 次候補を除き、両タイプを通じて得点の高い順に候補とし、特筆すべき状況があれば選定する。

※得点は、標準偏差により審査委員ごとのばらつきを補正した結果を採用

予想を上回る 198 校もの申請が寄せられ、選定率は 20% と非常に低いものとなった。選定された 40 校の取組は、自大学の特色や強みを活かし、技術の創出を通じて社会還元を図るもの、地域の産業経済への貢献を図るもの、社会的なニーズの高い新しい学術領域を創出するものなど、高い意欲を持つものが多数あり、他大学の参考・励みとなり得ると考える。

選定された大学においては、事業計画を確実に推進することはもとより、以下の点に留意し、より一層の改善・充実に向けて不断の検討を行うようお願いしたい。

○ 将来ビジョンを実現するための戦略及び P D C A サイクルを明確化すること。

○ 次の観点を踏まえ、ブランド構築に向けた戦略について具体化・実現化すること。

- ・ 大学が目指す将来ビジョン、ブランディング活動の工程及び指標を明確にし、学内で共有する。その際、ターゲットの明確化や数値目標・工程の策定等により一層の工夫をする。
- ・ 大学の個性に応じた多様な情報発信の媒体や手段を検討するとともに、事業期間中に事業内容に関する評価が得られるよう、研究活動とブランディング活動に連動性を持たせる。

○ 上記事業計画を推進するための P D C A サイクルを確実に実体化すること（体制整備、進捗管理方法の工夫など）。

○ 補助金を適正に管理・執行すること。

なお、限られた予算の中での選定となったため、残念ながら選定できなかった取組も多くあったが、それらの中にも、各大学の特色や得意分野を活かした先端的な取組や、地域資源を活用した創意工夫ある取組等が多く見られた。不選定となった大学においても、今回の申請を契機に、学長のリーダーシップの下で引き続き全学的な検討を行っていただきたい。

3. 文部科学省への期待

本事業に198校もの申請があったことは、多くの大学が私立大学を取り巻く状況を把握し、組織的・全学的に取り組むブランディングの必要性を強く認識していることの現れである。

各大学において事業の目的に沿った取組が確実に行われるよう、来年度の事業実施に当たっては、

- 事業計画書に係る「審査の観点」の細分化
- ブランディング活動の設計内容を審査する「審査の観点」の設定（ターゲットの具体化・明確化、具体的な成果目標と指標の設定、多様な情報発信手段の検討、PDCAサイクルの構築 等）

など、今年度の選定過程において把握された改善点を踏まえた募集となるよう、文部科学省において改善・充実に向けた検討を進めることを期待する。

平成28年11月22日

私立大学研究ブランディング事業委員会委員長