

## 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、平成30年度「私立大学研究ブランディング事業」について、申請のあった157校(大学・短大)の審査を行い、20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せず、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。

本事業は、従来までの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研究を通じた全学的な「ブランディング」に係る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30年度私立大学研究ブランディング事業の選定について

- 2019(平成31)年度予算案等を踏まえ、平成30年度の選定校数は20校、支援期間はすべて3年とすることとした。
- 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（20校）の半数（10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。  
審査結果によっては、第2次候補として扱う。
- 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2倍の数（20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10校を選定する。  
審査結果によっては、第1次候補、第3次候補のものも同等に選定することを考慮する。
- 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る場合に第2次候補と同等に選定することを考慮する。

※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

この選定方針に則り事業委員会による審議を行い、以下の過程を経て20校を選定した。

- 第1次候補として、申請状況に応じて設定したタイプ別の選定校数枠において、得点順に10校を選定した。選定された大学の得点（標準偏差による補正後）は64.49～60.54の範囲であった。
- 第2次候補として、20校を対象に書面審査の得点やコメント、調査等を踏まえて審議を行い、事業委員会委員による投票を行った。投票の結果、第2次候補として選定された大学の得票率は90.0%～50.0%の範囲であった。
- 第3次候補として、第2次候補と同等に選定することを考慮すべきとされた大学は無かった。

選定された 20 校の取組には、横断的に学内の知を集積して地域の喫緊の課題解決に向けた事業化を目指すもの、研究活動の抜本的強化を図りグローバルレベルでの先導的拠点の形成を目指すものなど、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。

また、大学の将来ビジョンの実現に向け大学の強みを的確に把握し、ブランディング戦略の展開に係る具体的な計画が策定されているものも見られるが、本事業の趣旨を踏まえ、研究ブランディングに関する計画や成果指標に関し、より具体化して踏み込んだ取組とするべく、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。また、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、引き続きブランディング戦略に係る全学的な検討を行っていただきたい。

- 将来ビジョンを実現するための不断の見直し及びP D C Aサイクルの実体化を図ること。
- 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や研究ブランディング活動の工程及び指標を学内で共有する。その際、研究ブランディング活動のスケジュール及び工程の明確化とともに、ブランディング戦略においてターゲットとする対象の明確化や数値目標・工程の策定等についても、不断の見直し等一層の工夫をする。
  - ・ 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、特に研究ブランディング戦略に関する対外的な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。
- 事業実施期間中に確立した研究ブランディング戦略を、事業終了後も大学として継続し、重点的に高めていくこと。
- 研究ブランディング戦略に基づく活動及び成果事例について、発信・周知に努めること。
- 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、平成 30 年度の公募に当たっては、これまでに選定実績のある大学からの申請を制限することとした。これは、限られた予算の中で優れた取組をより多く支援するためであったが、この結果、全体的に過年度に比べて提案の水準が低下しているといった意見が書面審査の過程で寄せられることとなった。このことについては、機会の拡大と質の確保の両立の困難さを感じた点であるが、今年度の選定においては、選定校数を絞り込むことで、結果的に過年度の既選定取組と遜色ない水準の取組を選定することとなったと評価している。

### 3. 文部科学省への要請

本事業においては、平成28年度の事業開始以降、3年間で120件の取組を選定した。この間、惜しくも不選定となった取組も含め、多くの私立大学に対して、組織的・全学的に特色ある研究を基軸とした大学のブランディングの意義を強く認識して全学的な検討を行うことを促すなど、大学のブランディング戦略の在り方に一石を投じた事業であると考ええる。

本事業に対しては各私立大学の期待が大きく、また、既選定校においては予定されていた年数で計画を立てて取組を進めているものと認識するところ、

- ・今年度の選定校における支援期間はすべて3年とすること
- ・過年度に事業期間を5年として選定された取組について、支援期間を短縮すること

となったことについては、極めて遺憾である。

文部科学省には、既選定校に対して、本事業の取扱いについて丁寧に説明するとともに、支援期間においては、選定校に対して一定規模での支援を行うよう要請する。

なお、本事業の見直しに伴い、中間評価の実施に代えて、支援終了後に、各校がまとめた成果等に基づき、事業委員会において議論の上、委員会から事業を総括するコメントをとりまとめることが適切と考える。コメントをとりまとめる際の際の観点として、既選定校の取組の発展を促し、他大学の参考となるような項目を整理することを求める。

### 4. 過年度の既選定校に対して

過年度の既選定校においては、支援期間の短縮により事業計画の見直しを行うことが不可避となると考えるが、特色ある研究を基軸とした大学のブランディング戦略の意義を踏まえて取組を推進すること、また、これまでの取組の成果を踏まえ、短縮後の支援期間における目標の設定や学内における支援期間後の取組の取扱いの検討等の御協力をお願いしたい。

平成31年2月26日

私立大学研究ブランディング事業委員会委員長