

私立大学研究ブランディング事業について【平成30年度】

1. 趣旨

学長のリーダーシップの下、大学の特色ある研究を基軸として、全学的な独自色を大きく打ち出す取組を行う私立大学及び私立短期大学（以下「大学」）の機能強化を促進する。

<平成30年度予算額>

私立大学等経常費補助 56億円

※ 平成28、29年度選定分及び「私立大学戦略的研究基盤形成支援事業」の継続採択分の支援を含む。

2. 支援対象

事業の趣旨に沿った取組を行う大学を、学識経験者等で構成する「私立大学研究ブランディング事業委員会（以下「委員会」）の審査に基づき選定する。

<平成29年度選定予定校数> 50校程度

<対象学校種> 私立大学・私立短期大学

■ タイプA【社会展開型】

地域の経済・社会、雇用、文化の発展や特定の分野の発展・深化に寄与する研究
： 特定の地域あるいは分野における、地域の資源活用、産業の振興・観光資源の発掘・文化の発展への寄与、企業や雇用の創出等を目的とするもの。

■ タイプB【世界展開型】

先端的・学際的な研究拠点の整備により、全国的あるいは国際的な経済・社会の発展、科学技術の進展に寄与する研究
： 学際・融合領域・領域間連携研究等による新たな研究領域の開拓、生産技術の確立や技術的課題への大きな寄与、国際連携等のグローバルな視点での横断的取組、社会的ニーズに対応した知の活用等を目的とするもの。

3. 申請条件等

【 I 申請資格 】

- ① 各年度の申請は1大学につきタイプA・Bいずれか1件とする。
- ② 平成28年度又は29年度に選定された大学は申請できない。
- ③ ア、イのいずれかに該当する大学は申請できない。

ア 前年度及び当年度の私立大学等経常費補助金の交付に際し、管理運営不適正によ

る減額又は不交付措置を受けた学校法人が設置する大学。

イ 当年度私立大学等経常費補助金を申請しない若しくは不交付の大学。

④ タイプAについては、ア、イいずれにも該当する大学は申請できない。

ア 主たる所在地が次のいずれかに指定された地域にある大学。

- ・首都圏整備法に定める「既成市街地」あるいは「近郊整備地帯」
- ・近畿圏整備法に定める「既成都市区域」あるいは「近郊整備区域」
- ・中部圏開発整備法に定める「都市整備区域」

イ 収容定員8,000人以上の大学。

【Ⅱ 取組内容】

- ・大学の将来ビジョンに基づき、ブランディング戦略を策定した上で、全学的な事業実施体制及び支援体制を整えて行う取組であること（後述「5. 選定方法 実施体制」参照）。

※「将来ビジョン」とは、建学の精神を踏まえ、将来的に自大学が社会において果たそうとする役割・機能・あるべき姿等を全学的に検討し、とりまとめたものを指す。

※「ブランディング戦略」とは、大学の将来ビジョンの実現に向けて、自大学の強みを明確化し、他大学等との差別化を図るための戦略を指す（別添参考資料参照）。

※「全学的」とは、大学のブランディング戦略に基づき、独自色の打ち出しにふさわしい取組を大学本部として推進し、大学全体で支援する体制を整えることをいい、必ずしも全学部・研究科等の参画を求めるものではない。

- ・他の補助事業（「私立大学戦略的研究基盤形成支援事業」を含む。）により経費措置を受けている内容と重複がないこと。

4. 選定校に対する支援方法

【Ⅰ 支援期間】

3年もしくは5年のうちから、申請時に選択する。

※ 5年の場合は4年目に中間評価を要する。

【Ⅱ 支援措置】

■ 私立大学等経常費補助（特別補助）

- ・取組期間にわたり一定額を措置（特別補助の増額）するものとし、措置額は1校当たり年額2,000～3,000万円程度を目安とするが、予算の状況及び選定時の委員会による評価等により所要の調整を行う。

※個別の研究プロジェクトではなく全学的な取組への支援であることから、研究活動の所要経費ではなく、大学全体に対する定額補助（用途は限定しない）とする。

- ・取組期間が5年の場合は中間評価の結果等により所要の調整を行う。ただし、管

理運営不適正による減額又は不交付措置を受けた場合並びに補助金の交付に関する条件等に対する重大な違反が判明した場合は、中間評価を経ずに支援を打ち切るものとする。

【 Ⅲ 中間・事後評価結果の反映 】

■ 中間評価

- ・取組期間が5年の場合は、3年目までの進捗状況について、4年目に委員会による中間評価を実施する（3年の場合は中間評価は実施せず事後評価のみ）。
- ・中間評価の結果に基づき4年目以降の経常費補助の措置額を調整する。なお、取組の進捗状況が著しく不十分な場合には4年目以降の経常費補助を不交付とする。

■ 事後評価

- ・取組期間の終了年度に委員会による事後評価を実施する。取組内容が極めて不十分もしくは研究成果が著しく乏しい場合は、次年度以降の一定期間中において当該大学からの申請を新規選定しない。

5. 選定方法

事業の実施体制の整備状況を踏まえ、委員会において事業内容を総合的に審査し、選定校を決定する。

■ 実施体制

- ・申請大学から提出された「私立大学研究ブランディング事業調査票」に基づき全学的に取組を進める体制が整備されているかを確認する。
- ・得点が極めて低い大学（原則として40点未満を目安とする）は、事業内容の審査を行わない場合がある。

■ 事業内容

- ・申請大学から提出された「私立大学研究ブランディング事業計画書」に基づき、事業の具体的な内容を書面により審査する。

6. 情報発信

選定された大学は、各大学等のウェブサイトを取組内容、各年度の成果進捗状況に対する自己評価及び外部評価の結果等について公表するページを作成することをはじめ、ブランディングに資するよう戦略的な情報発信・周知に努めるものとする。

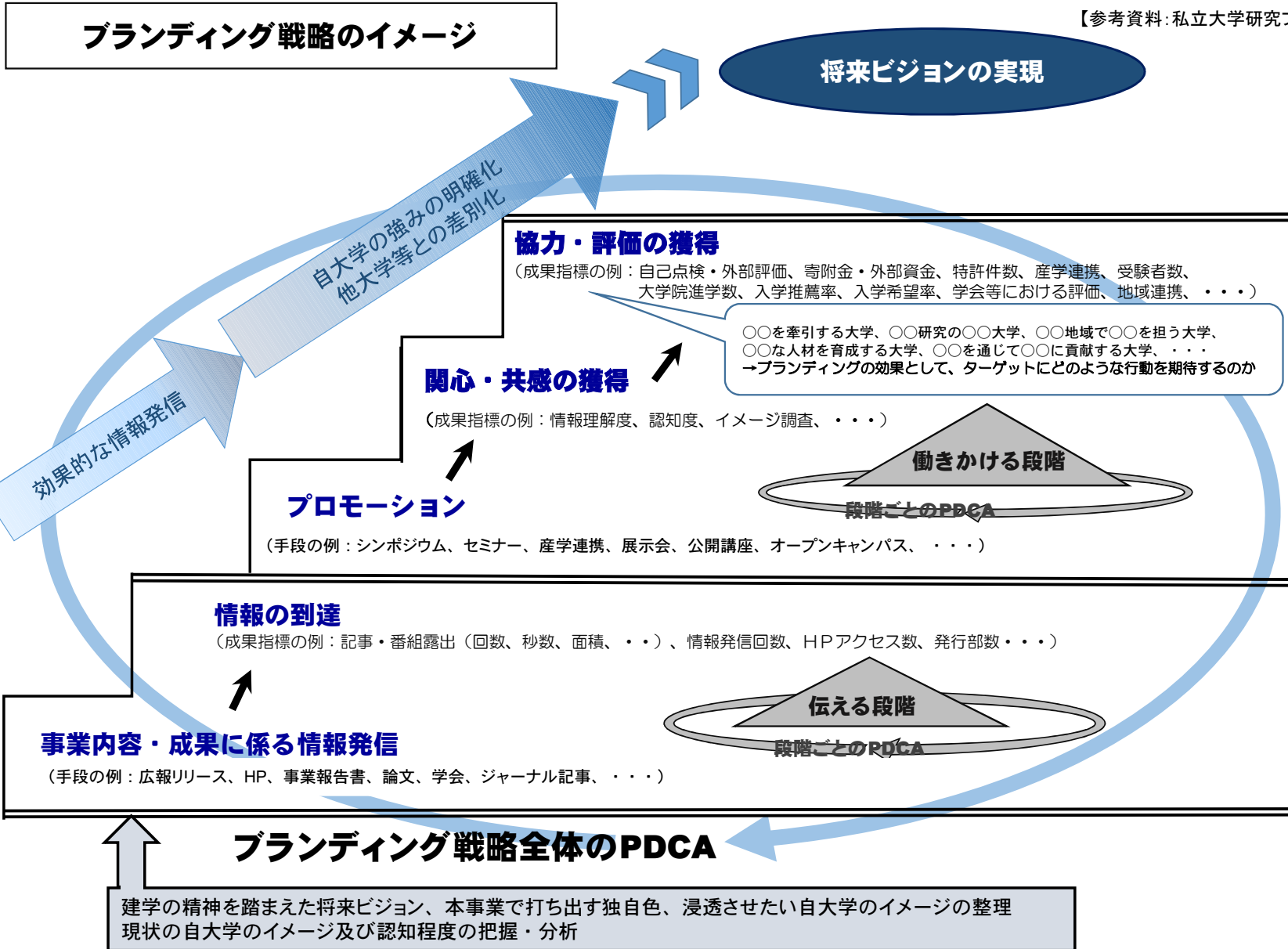
また、文部科学省ウェブサイトやシンポジウム等において、各大学の取組に係る情

報を積極的に発信する。

【参考】本事業の英語名称（例）

○ 私立大学研究ブランディング事業

Private University Research Branding Project



ブランディング戦略に利用できる手段の事例

- ・本資料は大学における検討の参考となるよう一例を示すものであり、ブランディング戦略に利用できる手段を網羅的にまとめたものではありません。
- ・申請に当たっては、各大学のブランディング戦略に基づき、十分な検討と工夫を行うことを期待します。

分類	事例	
大学の管理・運営により 情報発信するもの	【ホームページ等】 【施設・スペース】 【イベント・機会】 【広報誌】 【印刷物】 【組織】 【評価】 【物品】	大学ホームページ、特設WEBサイト、公式SNS、動画、学長メッセージ、キャンパス風景、イベント報告、行事写真 キャンパス、イベント会場、特設空間、研究博物館、大学グッズ販売個所、広報センター、案内所、運動場、図書館、休憩スペース、学生ラウンジ、売店、教室、研究室、記念館、門、時計台、掲示板、展示スペース、実験施設、学内レストラン、集会所 シンポジウム、講演会、特別講義、セミナー、学会発表、討論会、オープンキャンパス、学園祭、各種式典、公開講座、説明会、展示会、視察、試食会、試飲会 学内広報、对外広報、同窓会広報誌、記念誌、学部紹介冊子、産学連携説明冊子 各種刊行物、学術雑誌、ムック、ジャーナル、研究紀要、事業報告書、パンフレット、チラシ、ポスター 同窓会組織、過去在籍教職員のコミュニティ 自己点検・評価報告書、外部評価報告書、対外的に示す行動計画、中期計画 展示物、見本市、車輛、書籍
情報の拡散を 期待するもの	【マスメディア】 【PR】 【社会連携】 【WEBメディア】	広報リリース、記者会見、取材対応、ジャーナル記事、公共機関の公示メディアへの掲載 大学公式グッズ、マーク、特許を実用化した商品、キャラクター、スローガン 産学連携、地域連携(商店街支援活動、受験応援、地域観光開発) 各種SNS、講義配信、スカイプ、紹介サイト
広告を掲載するもの	【テレビ・ラジオ】 【新聞・雑誌】 【屋外広告】 【交通機関】 【物品】 【WEBメディア】	番組、報道、コマーシャル、データ放送 記事、広告、別刷特集、タイアップ 看板、街頭・競技場スクリーン、ディスプレイ 駅貼ポスター、車内広告、ステッカー、機内誌、車内誌 チラシ、ティッシュ、コピー、食堂トレイ パナー広告、運用型広告(性別・年齢・地域やインターネット上での行動等によりターゲットを絞って表示)、SEO(検索表示最適化)