

国立大学法人の第 4 期中期目標期間における業務の実績の評価に向けて

国立大学法人の第 4 期中期目標・中期計画及び評価等に関するワーキンググループにおける検討を踏まえ、第 4 期中期目標期間における業務の実績の評価については、以下を基本的な考え方として、今後、具体的な評価に係る実施要領の作成に向けて検討を進めることとする。

【参考】第 4 期中期目標期間に向けた制度改正の内容（中期目標・中期計画、評価関係）

- (1) 国立大学法人評価委員会による毎年度の年度評価を廃止
- (2) (1) に伴い、年度計画の作成・提出、毎年度の業務実績報告書の提出の義務付けを廃止
- (3) 中期計画に評価指標の記載を義務付け

1. 第 4 期中期目標期間評価（4 年目・6 年目終了時評価）における評価の観点について

○ 中期目標

- ① 国立大学法人中期目標大綱（以下「大綱」という。）は、国が総体としての国立大学法人の機能・役割を示すものであり、大綱の項目間で重要度等に差異を設定することはしないこととする。
- ② 大綱からの選択数及び中期目標の数自体による評価は行わないこととする。ただし、その場合においても、特に「教育研究の質の向上に関する事項」については、その下に置かれる中期目標の数が多い場合と少ない場合で、1 つの中期目標の達成状況が当該事項の評価結果に与える影響度に差異が生じることとなる。
- ③ 大綱の同じ項目を中期目標に位置付けた法人間における達成状況の相対評価は抑制的とすることとする。

○ 中期計画

- ④ 中期計画の数自体による評価は行わないこととする。ただし、その場合においても、中期目標ごとの中期計画の数が多い場合と少ない場合で、1 つの中期計画の達成状況が当該事項の評価結果に与える影響度に差異が生じることとなる。

○ 評価指標

< 評定への影響 >

- ⑤ 中期計画ごとに設定する評価指標に、6 年間における明確な達成水準を掲げることを求めた上で、その達成状況を評価結果に反映することとする。その際、評価指標の達成状況のみで評価するのではなく、取組の進捗状況等も考慮した上で評価することとする。

このため、例えば、

- ・ 達成水準が不明確な評価指標については、達成状況を判断できないことから、当該評価指標を未達成と評価する
- ・ 1 つの中期計画に評価指標が複数設定されており、そのうちの一部が達成されていない場合に、そのことのみを以て当該中期計画を未達成とは評価しない等とする。

＜意欲的な評価指標の指定＞

- ⑥ 評価指標の達成状況を評価結果に反映するに当たっては、当該評価指標が意欲的なものとなっているかを踏まえることとする。
- ⑦ 具体的には、以下の点を踏まえつつ、評価を実施する前段階において、各法人の意見を聴いた上で、評価委員会が意欲的な達成水準等を掲げていると認める評価指標を指定し、公表することとする。
 - ・ 判断基準として、評価指標及びその掲げる達成水準が明確であるか、他の法人や政府決定等に掲げる目標と比較して高い達成水準を掲げているか等を考慮する
 - ・ 個々の評価指標ではなく、中期計画ごとに設定された全ての指標単位で指定する

注：第3期における「戦略性が高く意欲的な目標・計画」の成果等を考慮する必要がある
- ⑧ 意欲的な評価指標として指定した評価指標セットについては、達成した場合に特に高い評価を行うこととする。

2. 指定国立大学法人の取扱いについて

- ✓ 指定国立大学法人（指定国立大学を含む。）についても、他の法人と同様に中期目標・中期計画の達成状況を評価することとする。
- ✓ 一方で、指定国立大学法人の指定及び取消しに当たっては、国立大学法人評価委員会（指定国立大学法人部会）の意見を聴くこととされているため、指定後の状況についても必要な関与を行うこととする。

3. その他

- ✓ 各法人の中期目標・中期計画に基づいて、自己点検・評価及び情報提供の充実・強化を求めることとし、その状況については第4期中期目標期間評価において確認することとする。
- ✓ 中期目標・中期計画の変更を柔軟に認めることとした上で、その際には、それまでの取組状況等に関する各法人が行った自己点検・評価について、その結果を確認することとする。

【参考】第4期中期目標期間における国立大学法人中期目標大綱（案）

IV 教育及び研究並びに組織及び運営の状況について自ら行う点検及び評価並びに当該状況に係る情報の提供に関する事項

- ✓ 外部の意見を取り入れつつ、客観的なデータに基づいて、自己点検・評価の結果を可視化するとともに、それを用いたエビデンスベースの法人経営を実現する。併せて、経営方針や計画、その進捗状況、自己点検・評価の結果等に留まらず、教育研究の成果と社会発展への貢献等を含めて、ステークホルダーに積極的に情報発信を行うとともに、双方向の対話を通じて法人経営に対する理解・支持を獲得する。