

長期戦略:テーマ 「教育の長期的成果の検証 学修成果を把握・評価する仕組みの構築」

提出日 2022年 8月 24日

担当部署

II.実施計画帳票

長期戦略テーマの責任者 (統轄部署)	小野総合企画部長 (総合企画部)	実施計画の 担当部署	キャリアセンター
-----------------------	---------------------	---------------	----------

実施計画 実施計画(タイトル)	取組開始	達成状況 確認年度	学部・研究科での 取組み有/無	帳票
1-(1)-③ 質の高い就労を示す新たな指標の開発	2019年度	2024年度	必要なし	不要
内容				
<p>■本長期戦略では、「『質の高い就労』の実現」をテーマに、「就職率」「内定先の満足度」「各学部設定の独自指標」「有名400社への実就職率」「IPOの人数」「グローバル企業就職者比率」「一部上場企業社長の輩出人数」を指標とし、各フェーズ・年度における目標値を定めた。これを達成するための実施計画は、「高い『就職率』維持のための各種施策の実施」「高い『内定先の満足度』維持のための各種施策の実施」「『有名400社への実就職率』向上のための各種施策の実施」「『グローバル企業への就職者比率』向上のための各種施策の実施」そして「『各学部の独自指標』の設定」「アントレプレナー養成のための各種施策の実施」「AIを活用したキャリア支援」をあげているが、これに加えて「本学独自の指標開発」に取り組む。</p> <p>■本帳票は、これについて記載する。</p> <p>■「『グローバル企業への就職者比率』向上のための各種施策の実施」を実施計画としてあげているので、まず「グローバル企業への就職者比率」の開発に取り組むが、大きな問題として、「グローバル企業」とは何か？ 何を判断基準とするのか、を定義する必要がある。</p> <p>また、定義をしたとして、すべての企業が定義した数値(例えば、海外売上高比率、など)を公表していない可能性がある。本学生が就職した企業の一部しか数値を公表していないのであればこれを指標とすることは出来ない。学生の採用企業などが固定されている訳ではなく毎年変わることを考えると、全ての企業が毎年継続して公表しているものを判断基準としなければならない。</p> <p>このような問題を踏まえながら開発を進める。</p>				
進捗状況を測る指標	指標名	定義・算式		
指標1	指標「グローバル企業への就職者比率」の定義と抽出方法の開発の有無	指標名と同じ		
指標2				
指標3				

目標1<指標1>指標「グローバル企業への就職者比率」の開発の有無

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
目標	「海外売上高比率」が「グローバル企業への輩出率」の算出の基礎データ候補として適切だと考えるが、現時点では本数値を公表している企業が少ない(日経NEEDS Financial Quest: 上場企業の約 34%)ため、全就職者数に占める輩出率を算定することができない。ついては、Interbrand 社が発表する「海外売上高比率 30%以上」を対象とした”Japan’s Best Global Brands Top40”企業への輩出数/率を暫定的に指標とし、当面は参照することとする。			左記 Interbrand 社の数値とする。	左記 Interbrand 社の数値とする。	左記 Interbrand 社の数値とする。
実績				—	—	—

目標2<指標2>

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
目標						
実績						

目標3<指標3>

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
目標						
実績						

2. ロードマップ

		2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
「グローバル企業へ の実就職率」指標 の開発	策定段階	「海外売上高比率」が「グローバル企業への輩出率」の算出の基礎データ候補として適切だと考えるが、現時点では本数値を公表している企業が少ない（日経 NEEDS Financial Quest：上場企業の約 34%）ため、全就職者数に占める輩出率を算定することができない。については、Interbrand 社が発表する「海外売上高比率 30%以上」を対象とした”Japan’s Best Global Brands Top40” 企業への輩出数／率を暫定的に指標とし、当面は参照することとする。			・「グローバル企業」の 定義 ・開発	必要に応じて適宜修正
	2023 年 3 月 末段階				左記 Interbrand 社の数 値とする。	—
		2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	—
	策定段階	必要に応じて適宜修正	必要に応じて適宜修正	必要に応じて適宜修正	必要に応じて適宜修正	
	2023 年 3 月 末段階	—				
		2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
	策定段階					
	2023 年 3 月 末段階					
		2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	—
	策定段階					
	2023 年 3 月 末段階					

3. 費用計画・人員計画

【費用・人員を必要とする理由】							
非公開							
経費 単位:万円	2019年度 承認	2020年度 承認	2021年度 承認	2022年度 承認	2023年度 承認	2024年度	左記以降
非公開							
人員・人件費 単位:万円	2019年度 承認	2020年度 承認	2021年度 承認	2022年度 承認	2023年度 承認	2024年度	左記以降
非公開							

4. 進捗状況・得られた成果

2019 年度	2018 年度の検討において、“Japan’ s Best Global Brands Top40” 企業の輩出数／率を参照することになっており、2019 年度はこれを継続した。
2020 年度	前年度同様の数値を参照することとした。
2021 年度	前年度同様の数値を参照することとした。
2022 年度	
2023 年度	
2024 年度	

5. 今後の課題及び方向性

2019 年度	「海外売上高比率」が「グローバル企業への輩出率」の算出の基礎データ候補として適切だと考えるが、現時点では本数値を公表している企業が少ない（日経 NEEDS Financial Quest：上場企業の約 34%）ため、Interbrand 社が発表する「海外売上高比率 30%以上」を対象とした“Japan’ s Best Global Brands Top40” 企業への輩出数／率を暫定的に指標とし、当面は参照することとした。今後は、海外売上高比率を公表する企業が増えているかを確認しつつ、よりよい指標を検討する。
2020 年度	2019 年度に準じて、Interbrand 社が発表する「海外売上高比率 30%以上」を対象とした“Japan’ s Best Global Brands Top40” 企業への輩出数／率を暫定的な指標としてウォッチしていく。
2021 年度	フェーズ I の振り返りおよびフェーズ II へ向けての総合企画部とのヒアリングを踏まえて、2020 年度に準じて、Interbrand 社が発表する「海外売上高比率 30%以上」を対象とした“Japan’ s Best Global Brands Top40” 企業への輩出数／率を暫定的な指標としてウォッチしていく。
2022 年度	フェーズ II の計画に従って、Interbrand 社が発表する「海外売上高比率 30%以上」を対象とした“Japan’ s Best Global Brands Top40” 企業への輩出数／率を暫定的な指標としてウォッチしていく。
2023 年度	
2024 年度	

6. 学院総合企画会議の基本方針

2019 年度	大学全体の指標である「グローバル企業への就職者比率」を定めるためのシステム開発を認めます。ただし、概算費用については保留とし、詳細が定まった段階で、将来構想推進 WG での承認を得た上で、予算外申請してください。
2020 年度	—
2021 年度	—
2022 年度	—
2023 年度	
2024 年度	

7. Total Review の結果

【フェーズ I (2019~2021)】

レビュー結果	可 否	備 考 (継続:「フェーズ II に向けた課題」 廃止:その理由と今後の方向性)
・グローバル企業の定義を決定することが非常に難しく、定めた指標を暫定的に継続する。	継続 ・ 廃止	・同左

【フェーズ II (2022~2024)】

レビュー結果	可 否	備 考 (継続:「フェーズ II に向けた課題」 廃止:その理由と今後の方向性)
	継続 ・ 廃止	