

## データを集め始めるまでのプロセス

学外		学内	
担当者2名 [A]	4大学 [B]	部署間 [C]	会義など [D]
<p><b>①知り合いに声をかける</b> [A②]に賛同してくれそうな人を探す。</p>			
<p><b>②「比較する目的の大切さ」を確認する</b> 何となく比べて終わりにしない。何を知りたいのか、どのような状態になりたいのかを明確にする。話し合ったこと（決めたこと、議論になったことなど）は記録して共有する。※以降の[A～D]全て同様</p>			
<p><b>③テーマを決める</b> まずは手をつけやすいところから始める。実績がない中で敏感なテーマ（学生募集・中途退学・就職など）を扱おうとすると学内で承認を得にくい可能性がある。</p>			

学外		学内	
担当者2名 [A]	4大学 [B]	部署間 [C]	会義など [D]
<p><b>④自大学の立ち位置を確認する</b> 自大学が目指す教育、競合校との関係性などを整理して俯瞰的な視点を得る。学内の公式見解があると確認しやすい。ベンチマークの担当者レベルで考えるものではない。比較項目の具体化まで届かなくてもよい。</p>			
<p><b>⑤参加校の特徴、数を考える</b> 比較して得られる情報を活用しやすくするために規模・学部学科構成が似ている大学にする。最初は競合校を避けて日本の各地域1校くらい、合計4～5大学くらいが現実的か。少なすぎると比較にならず、最初から多すぎると収拾がつかない。</p>			
		<p><b>①キーパーソンの内諾を得る&lt;2大学&gt;</b> 関連委員長・事務局長・データ発生部署長・データ発生部署の現場責任者など。[A④]について意見聴取ができると比較項目の検討に役立つ。比較テーマと参加校の理由を問われることが多いと思われる</p>	

学外		学内	
担当者2名 [A]	4大学 [B]	部署間 [C]	会義など [D]
		るので [A⑤] までの議論の中で明確に説明できるようにしておく。	
<p><b>⑥ [C・D①] を踏まえて、比較する目的を再度確認する</b></p> <p>比較して得られる情報は大学全体・現場で何の役に立つのか。自大学の強み・弱みが分かることによつて誰が動くことになるのか。大切なことなので繰り返す。</p>			
<p><b>⑦比較項目を考える</b></p> <p>基本的な情報・定性的な指標・定量的な指標に分けて考える。まずは「たたき台」を作り、項目を埋めてみる。その結果を持ち寄つて、打ち合わせする中で過不足を見つけて精度を上げていく。</p>		<p><b>②比較項目について現場の意見を聞く&lt;2大学&gt;</b></p> <p>比較したい項目を聞く。集計イメージを持っていくと比較した後に得られる情報を共有しやすい。現場に聞いてみると「得られるはず」と思っていたデータが得られないとわかる場合がある（例：入館データはあるが退館データはない、GPA の算出方法が変わつた）。現場が比較テーマの活動として意識せずに日常の業務として行っている場合がある。今回の</p>	<p><b>②関係会議でベンチマーキング実施の承認を得る&lt;2大学&gt;</b></p> <p>関連部署と IR 部署の連名にする。参加校の概要資料（大学名、建学の精神、所在地、在学生・収容定員、学部学科構成など）を添付する。提案の際に説明する内容…学内データだけでは見えなかった情報が得られる、自大学の取り組みの良さ・さらなる充実のための視点を整理することができる（「改善」を強調しない）、生データの開示をしない、公開されて</p>

学外		学内	
担当者2名 [A]	4大学 [B]	部署間 [C]	会義など [D]
		例で言うと図書館ツアーや卒論時の資料収集方法解説などが重要な学習支援活動ということをお互いに認識できる。また意識していても実現・充実のための取り組みが十分でない場合は大学間比較を役立てることができる。	いる情報・集計後の情報を使うなど(敏感なテーマの場合は公開されている情報であっても表現の仕方に注意が必要)。
⑧ [A⑦] で考えた項目を実際に埋めてみる 埋めにくかったところ、現場との調整が必要だったところなどを記録しておく。	①参加校を募る 直接の知り合いがいない場合は、[A⑤]で考えた大学を詳しく知っていきそうな人を探す。現実的な範囲で始める旨を説明する。今回は大学行政管理学会「女子大学研究会」の方にご紹介いただいた。		
⑨ [A⑧] で埋めた内容、記録したことを持ち寄って比較項目の精度を上げる	②メールと電話で改めて趣旨を説明する 各大学で求めることや想像することなどが違うので[A②]などを確認する機会が必要。電話で話すとその後メールでも円滑に進みやすい。		

学外		学内	
担当者2名 [A]	4大学 [B]	部署間 [C]	会義など [D]
	③それまで2大学で話し合ってきた内容、使ってきた資料を共有する	③キーパーソンの内諾を得る<加わった2大学>	
	④締め切りを設定する 比較内容の検討に時間をかけすぎないようにするために締め切りが効果的(学内会義の報告事項にするなど)。	④比較項目について現場の意見を聞く<加わった2大学>	④関係会議でベンチマーキング実施の承認を得る<加わった2大学>
	⑤ [B④] で設定した締め切りに向けてすべきことを整理する すべきことそれぞれについて「何を(内容・成果物)」、「誰が」、「いつまでに」などを明示する。		
	⑥参加校担当者の顔合わせの場を設ける 話し合う内容…比較項目を設定する、比較項目の定義を丁寧に確認する、それらの項目が何の役に立つのか・誰が動くことになるのかを確認する、[B⑤]の内容を確認するなど。学会や研究会など		

学外		学内	
担当者2名 [A]	4大学 [B]	部署間 [C]	会義など [D]
	<p>の機会を使うと各担当者が出張しやすい。最初から完璧な比較項目を設定するのは難しい。ただし比較項目の定義は明確にしておかないと大幅な手戻りが発生して大変なので念入りに確認する。</p>		
	<p><b>⑦定義を文書化する</b> [B⑥]で議論があった項目はとくに詳細に書く。例：基準日、大短院の別、研究所などの扱い、対象学年、延べ数／総数、学部／学科／専攻、助教。</p>		
	<p><b>⑧必要な学内データを集める</b> データ管理部署とのやりとりの際に苦勞・工夫した点を記録しておき、参加校で共有する。データを集めてみて、追加・削除が必要な項目がないかを確認する。</p>		

### データを集め始めてからのプロセス（今後の予定）

学外		学内	
担当者2名 [A]	4大学 [B]	部署間 [C]	会義など [D]
	<p><b>⑨比較項目について各大学で集計する</b> 大学全体を集計対象にすると焦点がぼやけて意味のある情報にならない場合、学部・学科や学年などで細分化すると役立つ情報が得られることがある。資格系と教養系で分析に必要な観点が違うことがある。参加校間で何を共通し、切り捨てるか議論が必要。</p>		
	<p><b>⑩各大学の結果を一覧にする</b> [B⑨] を表の項目に反映させる。</p>		
	<p><b>⑪ [B⑩] について議論をする</b> 比較する目的が何だったのか ([A②]) をあらためて確認することが必要。自大学と他大学の違いはどこか、よい状況を生み出している取り組み・環境・資源など</p>		

学外		学内	
担当者2名 [A]	4大学 [B]	部署間 [C]	会義など [D]
	は何かを探す。		
		⑤ [B⑪] を踏まえて、現場と意見交換をする より良い状況にしていくためには誰が何をしないといけないのかについて意見交換をする。現場感覚として実現可能かなど。	
	⑫ [C⑤] を踏まえて、再度意見交換をする 現場からの意見・指摘内容などを共有する。	(必要に応じて[C⑤]と[B⑫]を繰り返す。)	
			⑤関係会議で報告する IR 部署が「得られた情報」を報告する。関連部署が「改善のための取り組み」を提案する。その際、[B⑨] で得られた定量的・定性的指標を目標として設定する。他のテーマでも同様に大学間比較を行えば、役立つ情報が得られる可能性があることに言及する。