

令和3（2021）年度広報・情報研究科 教育課程連携協議会

開催日：2021年9月14日10時

開催場所：Microsoft Teams

出席者：吉國浩二（社会情報大学院大学長・
広報・情報研究科長）

東彦弥（株式会社マスメディアン 取締役）

橋本純次（社会情報大学院大学 専任講師）

齊藤恭彦（株式会社日本マーケティング
メディア事業部）

欠席：高橋智哉（株式会社宣伝会議 取締役）
（大学事務局：小池、緒方）

1. 挨拶

開始に先立ち、吉國委員により挨拶が行われた。

2. 委員の紹介

事務局より、資料2にもとづき、委員の紹介が成された。高橋委員の欠席が報告された。

3. 広報・情報研究科の教育課程について

橋本委員より、資料3-1、資料3-2、資料3-3にもとづき、広報・情報研究科2021年度以降教育課程編成の方針及び前年度までの指摘事項への対応状況が説明された。

- COVID-19への対応状況及びハイフレックス型授業への評価
- 2020年度～2021年度カリキュラム編成方針及び、教育課程連携協議会・外部評価委員会指摘事項への対応状況
- 2022年度カリキュラム編成方針
- 2022年4月大学名称・研究科名称変更と3つのポリシーの改訂

4. 質疑応答・意見交換（敬称略）

- コロナへの対応について

（齊藤）ハイフレックス型授業のアンケートの結果が高評価であることに関して、他の大学ではオンライン対応がうまくいっていないところも多くあると聞くが、具体的に何が高評価につながったのか。

(橋本) オンライン授業も2年目となり、オンラインでの資料共有や、グループワークの手法など、教員の機器操作能力が向上したことが主な高評価の要因である。また、学生が社会人であるため、オンライン授業によって通学しなくてよくなり、利便性が向上したと捉えられていることも、高評価要因のひとつである。

(東) アンケート結果をみると、コロナ禍でのオンライン授業はうまくいっていると評価できる。セミナー講座を行っている企業では、人気のあったワークショップ系の授業がうまくできず、課題になっている。大学でもワークショップのやり方は課題になっているか。

(橋本) 例えばマーケティングの授業内では従来行っていたブレインストーミング、マッピングなどができず、授業実施方法を一部変えるなど担当教員による試行錯誤があった。こうした手法を学内で共有し、また社会情勢をみつつ、より教育内容が高い方法を検討していきたい。

▶ カリキュラムについて

(齊藤) 取材で御校の学生と直接話をした際、カリキュラムについて理論と実践がバランスよく組み立てられていて、すぐに実践に生かせる点が評価されていた。牧瀬先生の「公共コミュニケーション」などは事業構想の学生と一緒に履修する授業で、首長と直接話す機会もあり、自分の発表が実際の政策として採用される可能性もある。そういった、実践につながるカリキュラムが満足度に繋がっていると評価できる。また、社会情報と事業構想の相互の知見が合わさり、多様なアプローチから社会を構想していくのだという視点があると、学校法人としてまとまりが出ると思うし、各大学院の魅力にもつながるのではないかと。

(橋本) 牧瀬先生の授業は事業構想大学院大学との単位互換を認めており、事業構想の学生からの授業評価も非常に高い。一方で、他大学の学生が多人数履修している状態は、校風が違うこともあって、社会情報大の学生からは不満もある。組織論の授業は実務教育研究科との共同開講科目としているが、評価は高い。他大学・研究科の学生との交流がよい化学反応となるよう、人数制限を含めた履修方法や授業方法等を検討していきたい。

(東) 参考として、広報に関連し最近注目されているキーワードを共有したい。弊社の業務上で企業人とよく話題になるのが、「インターナル・コミュニケーション」である。リモートワークが進んだ結果、社内でのコミュニケーションの重要性が増し

ている、という話をよく聞く。リモートワークはキャリア採用においても広報的な価値が高い。リモートワークに対応していれば全国の優秀な人を採用の対象とでき、求職者からもリモートワークに対応している会社が求められている。一方で、対面での何気ないコミュニケーションがなくなってしまうため、改めてインターナル・コミュニケーションを考える必要性が生じている。

また、「採用広報」という言葉もよく使われる。新卒にしても既卒にしても、優秀な人材を獲得するためには広報が必要である。今後のテーマとして考えても良いのでは。

「危機管理」に関しては、サイバー攻撃に関する危機管理に力を入れている企業が多い。攻撃を受けた際に、企業がどう対応するのかが問われている。リスク・マネジメントの授業は既にあると思うが、デジタル領域での危機管理を専門に取り扱う授業があってもよい。

最後に弊社が行った調査による広報担当者が注力するランキングを紹介する。

1. メディア対応、
2. デジタルPR、
3. インターナル・コミュニケーション、
4. コーポレートブランディング、
5. CSR/SDGs/ESG、
6. 危機管理広報、
7. グローバル広報である。

(橋本) インターナル・コミュニケーションはどの組織でも必要なものとなっており、それを目的として入学する学生もいることは把握している。採用広報にかんしては、以前「リクルート・コミュニケーション」という授業があったが、履修者が集まらなかったことから、今年度は取り扱っていない。需要の問題なのか、授業内容の問題だったのか、今後の検討課題にしたい。危機管理については、「リスク・マネジメント」の授業でSNSの炎上等に関しては扱っているが、サイバー攻撃は扱っていないので、担当教員と検討する。

▶ 研究科名称変更について

(齊藤) 『コミュニケーションデザイン研究科』に名称を変更するが、名前の印象から、広報担当者に響きにくいような気がするので、広報担当者に必要な能力として、「コミュニケーション」を「デザイン」する必要があることを注力して知らせた方がよい。

(橋本) 広報のプロとは、コミュニケーションで社会への波及効果までデザインできる人、と先日研究科所属の教員にインタビューを行った際に発言があった。こういった理念を周知できるように努めたい。

(東) 在學生は途中で名称を変更することに対して、どのような気持ちを抱いているのか。また、修了生がどのような意見を持っているのかに、これからの広報活動の仕方があると思う。かれらの意見を大事にしながら PR 活動を行う必要がある。

(橋本) 名称変更への理解もインターナル・コミュニケーションの一環であると考え。前期に行われた「社会調査法」の授業では、名称変更への意識について、学生たち自身が学内調査を行い、PR について考える演習を行った。

当大学院は社会人向けの大学院で、学生は自ら学費を払って通学している。当人たちが納得できるよう、インターナル・コミュニケーションが大事だと思う。今後の課題としてしっかり取り組んでいきたい。

5. 閉会挨拶

最後に吉國委員により、閉会の挨拶が行われた。

以上