文部科学省「就職・転職支援のための大学リカレント教育推進事業」

Society 5.0 の実現に向けた広報担当者養成事業

社会情報大学院大学リカレント教育プログラム：ゼロから学ぶ広報・PR 実務

自己点検・評価報告書

事業実施委員会

2022 年 3 月

学校法人先端教育機構
社会情報大学院大学
THE GRADUATE SCHOOL OF INFORMATION & COMMUNICATION

宣伝会議　FUJITEX　MASSMEDIAN

目次

1. 本報告書の趣旨 3
1-1. 背景・目的 3
1.2. 本事業の全体像および本課程の概要 3
1-2-1. 本事業の目的 3
1-2-2. 本事業の運営主体 4
1-2-3. 本課程の概要 5
1-3. 自己点検・評価の概要 6
2. 本課程に関する成果検証 8
2-1. 本課程の実施状況 8
2-1-1. スケジュールおよび具体的な内容 8
2-1-2. 受講者からの評価 11
2-1-3. 成果・改善方針 13
2-2. 第 20 週「広報現場実習」の実施 14
2-2-1. 実施方法 14
2-2-2. 協力企業からの評価 16
2-2-3. 成果・改善方針 17
3. 本事業に関する成果検証 18
3-1. 就職・転職活動支援 18
3-1-1. 受講者の属性 18
3-1-2. 本事業において実施した就職・転職支援 19
3-1-3. 定量目標の達成度 19
3-1-4. 成果・改善方針 21
3-2. 普及・啓発活動 22
3-2-1. 受講者募集の方法 22
3-2-2. 受講者の実情と評価 24
3-2-3. 成果・改善方針 24
3-3. 事業全体のマネジメント 25
3-3-1. 事業実施委員会 25
3-3-2. プログラム開発会議 26
3-3-3. 成果・改善方針 28
4. 成果・課題・今後の方針 29
Appendix 30
課程に関するアンケート 30
就職・転職状況に関するアンケート調査 33

1. 本報告書の趣旨

1-1. 背景・目的

社会情報大学院大学（以下、「本学」）は、文部科学省「就職・転職支援のための大学リカレント教育推進事業（就職・転職支援のためのリカレント教育プログラムの開発・実施）」の委託を受け、2021 年 7 月より「Society 5.0 の実現に向けた広報担当者養成事業（以下、「本事業」）」を、2021 年 10 月より本事業の一環として「社会情報大学院大学リカレント教育プログラム：ゼロから学ぶ広報・PR 実務（以下、「本課程」）」を実施している。前記「推進事業」の目的は「非正規雇用労働者、失業者、希望する就職ができていない若者等の支援として、全国の大学等を中心とした連携体制において、即効性があり、かつ質の高いリカレントプログラムの発掘・開発を行い、オンラインと対面を組み合わせ集中的に提供する体制を整えることにより、全国のリカレント教育のニーズに応え、円滑な就職・転職を促す」ことにある。

本学は、企業等組織で活躍する「広報・情報分野の高度専門職業人」を養成する「広報・情報研究科」を擁する社会人向け専門職大学院として 2017 年に開学し、2018 年には履修証明プログラム「実務家教員養成課程」を、2021 年には「実務教育研究科」を設置するなど、これまで一貫してリカレント教育プログラムの開発・実施に取り組んできた。他方、本学の運営する教育課程はいずれも各専門領域において一定程度の専門性を蓄積してきた社会人を対象としたプログラムであり、本課程は必ずしも経験と実績が豊富ではない受講者のキャリアアップを支援することを目的としている点で性質が異なる。そうだとすると、これらの取り組みの質を担保・向上していくためには、適切な点検・評価を通じて本事業および本課程の成果や課題を明らかにし、今後の方向性を見定めることが必要不可欠である。

本自己点検・評価報告書（以下、「本報告書」）は、本事業全体の自己点検・評価の実施方法、実施結果および今後の方針を取りまとめたものである。

1.2. 本事業の全体像および本課程の概要

1-2-1. 本事業の目的

本事業の目的は、① あらゆる業界において「広報担当者」（組織における対外的・対内的コミュニケーション実務全般を担う者）としての業務を遂行するために必要な能力を短期集中的な教育プログラムを通じて提供しつつ、② 受講者に対して広報担当者としての就職・転職のための機会を提供することにより、非正規雇用労働者・失業者・希望する就職ができていない若者等のキャリアアップを促進することにある。本課程は副次的に、経験の浅い現職広報担当者に対する基礎的・体系的な学びの機会を提供することにも繋がる。本事業の全体像は図 1 の通りである。

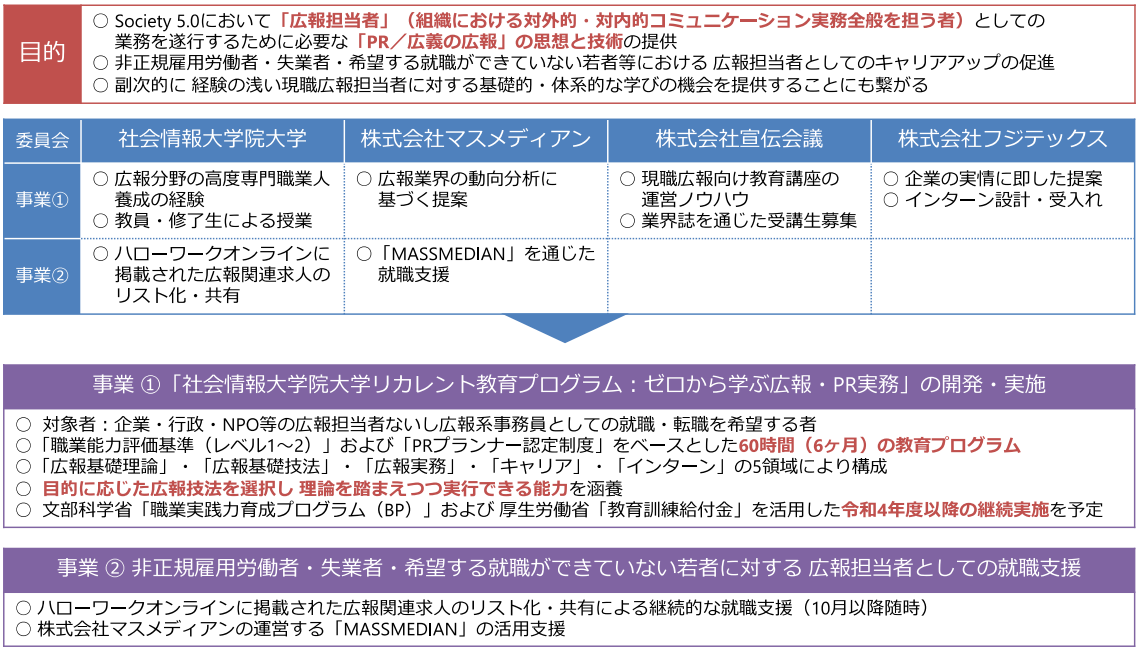

図 1　本事業の全体像

1-2-2. 本事業の運営主体

上記の目的を達成するため、本事業では産学連携による「事業実施委員会」を組成した。同委員会には本学のほか、広報・メディア領域の転職支援サービスを運営する株式会社マスメディアン、広報・宣伝業界に向けた専門誌を発行する株式会社宣伝会議、総合商社である株式会社フジテックスが参加し、本事業全体の調整を担ってきた。連携企業との打合せは同委員会外でも随時行われた。

株式会社マスメディアンは、2021 年 11 月 20 日に、本課程の受講者を対象としたサービスの利用に関する説明会を開催し、リアルタイムで 14 名が参加した。説明会の様子は録画され、Teams を通じて受講者全員が視聴できるよう整備した。株式会社宣伝会議は、本事業の周知および受講者の募集にあたって協力を得た。具体的には、同社の発行する広報・コミュニケーション系業界誌である『月刊広報会議』および『宣伝会議』の 9 月号（いずれも 2021 年 8 月 1 日発売）に本課程の広告を掲出した。株式会社フジテックスには、本課程の最終回となる第 20 週「広報現場実習」において、受講者による広報戦略の提案先企業としての協力を得た。本授業の具体的な内容については後述する。

また、本課程のあり方については後述する「プログラム開発会議」を開催し、授業担当教員が中心となって議論を重ねてきた。本事業のスケジュールは表 1 の通りである。

表 1　本事業のスケジュール

	委員会等	教育プログラム	受講者募集		就職等支援
7月	第1回 事業実施委員会（7/16） （事業計画全体の確認） 職業実践力育成プログラム（BP）認定申請	教育プログラム開発 インターン詳細設計 受講生募集要項作成	Webページ・Web広告作成・SNS広告（随時）・業界誌広告・ハローワークでの案内	説明会実施（7月21日から8月30日まで）	
8月	第1回プログラム開発会議（8/26） （プログラム完成） 連携企業との個別打合せ（8/27・30）	教育プログラム開発 インターン詳細設計			
9月	連携企業との個別打合せ（9/7） 授業内容調整の打合せ（9/23）	教育プログラム実施準備 受講生便覧作成			
10月		教育プログラム実施（1-5週）			ハローワークインターネットサービスに掲出された広報関連求人情報の共有（随時）
11月		教育プログラム実施（6-9週）			「MASSMEDIAN」利用説明会（11/20）
12月	職業実践力育成プログラム（BP）認定の内定 連携企業との個別打合せ（12/10）	教育プログラム実施（10-13週）			
1月		教育プログラム実施（14-17週）			
2月		教育プログラム実施（18-20週） 「広報現場実習」実施（20週）			
3月（～14日）	成果報告書原案の作成・意見募集 第2回 事業実施委員会（3/9） （事業の振り返り／自己点検・評価報告書の確認および発行） 第2回 プログラム開発会議（3/10） （次年度に向けた確認） 特定一般教育訓練給付金 講座指定申請準備	次年度の教育プログラム開発 修了者へ履修証明書の発行			

1-2-3. 本課程の概要

「Society 5.0」・「人生 100 年時代」が現実のものとなり、複線型キャリアパスの重要性が認知されつつあるなかで、「新たなキャリアやより高いレベルに挑戦しようとする者を念頭に、更なる社会参画を目的としたリカレント教育[1]」の必要性が指摘されている。なかでも、Society 5.0 の「知識社会」としての特性に鑑みると、今後は「知識・情報の適切な利活用」を実現するための能力や機能が社会のあらゆる場面において個人と組織に求められることが想定される。そうした状況において、組織と社会を繋ぐ「情報のターミナル[2]」としての機能を有する広報部門の重要性はますます高まっている。すなわち、従来、広報部門は単に宣伝や広告出稿（狭義の広報）を担う部署と捉えられてきたが、高度に複雑化した現代社会においては、多様なステークホルダーの特性に応じた関係づくり（PR／広義の広報）こそが同部門の役割であり、こうした実務を担う広報担当者の需要があらゆる業種・業界において高まるといえる。

他方、企業等の広報担当者については、「学歴要件や必要最低経験年数は問われない場合が大半であり、入社後、実務を通じて必要な知識や技能を身につける場合が多い[3]」ことが指摘されている。また、従来の広報担当者向け教育プログラムは「狭義の広報」を遂行するためのテクニックの提供に留まっているのが実情である。こうした事実は、同領域において「PR／広義の広報」の思想と技術を学んだ人材が不足していること、ひいては、こうした事柄を予め学んだ者に、Society 5.0 を支える広報担当者としての競争力が生じる可能性を示唆している。そこで本事業では、2017 年の開学以来、専門職大学院として広報・情報分野の高度専門職業人養成に取り組んできた社会情報大学院大学 広報・情報研究科の教育研究

シーズを活用しつつ、受講者が広報担当者としての基礎的能力を修得するための教育プログラムを提供する。同研究科においては、主に現職の広報担当者を中心に、コミュニケーション系業務の経験者に対して教育を提供してきたところ、本事業においては広報担当者としての就職を希望する者、すなわち広報の未経験者に対して「PR／広義の広報」の思想と技術を理論と実践の両面から提供する点に新規性が認められる。なお、民間企業等が提供する広報に関する教育プログラムもほとんどが現職の広報担当者を対象としたものであり、未経験者がこうしたテーマについて学ぶ機会は国内においてほぼ存在しない。

そこで本課程では、厚生労働省「職業能力評価基準」に示される広報担当者のスキルのうち「レベル 1（スタッフ）」と「レベル 2（シニア・スタッフ）」としての能力修得を目指す。本課程は、同評価基準と広報分野の民間資格である「PR プランナー認定制度」を参考に、広報担当者として求められる知識や技能を学ぶための教育課程を「広報基礎理論」・「広報基礎技法」・「広報実務」・「キャリア」・「インターン」の 5 領域における 19 週（38 講・57 時間）の講義・実習形式の授業と、1 週（2 講・3 時間）の「広報現場実習」の全 20 週（40 講・60 時間）に整理した。また、いくつかの授業において本学広報・情報研究科や本学の設置する「実務家教員養成課程」の修了者を教員として招聘することで、本事業を本学の取り組むリカレント教育全体のなかで有機的に位置づけた。

本課程において広報理論に関する基礎的知識、広報実務に関する基礎的知識、広報実務に関する基礎的技能を身につけることは、受講者において目的に応じた広報技法を選択し、理論を踏まえつつ実行できる能力の涵養を実現する。こうした能力は広報の専門職能であると同時に、知識社会たる Society 5.0 において「知識・情報の適切な利活用」を実現する主体として活躍するための前提となる能力ともいえる。したがって本課程は、広報実務担当者としてのキャリアはもとより、受講者において修了後における多様なキャリアアップの可能性を広げるものであるといえる。

なお、本課程は既に文部科学省「職業実践力育成プログラム（BP）」の認定の内定を受けており、令和 4（2022）年度以降の継続的実施にあたっては、厚生労働省「特定一般教育訓練給付金」制度の活用を想定している。

[1] 文部科学省（2021）「第 6 期 科学技術・イノベーション基本計画」
[2] 川山竜二（2021）「無形資産を可視化せよ 企業価値を高めるこれからの広報の学び」、事業構想オンライン（https://www.projectdesign.jp/202104/relation-of-new-business/009220.php）
[3] 厚生労働省「職業能力評価基準 00_事務系職種 選択能力ユニット 広報」

1-3. 自己点検・評価の概要

本事業および本課程の自己点検・評価は、本事業の委託を受けるに際して本学が文部科学省に提出した「企画提案書」を基に抽出した項目を対象として、表 2 の要領で実施する。根

拠資料としたアンケートの質問項目については本報告書末尾に添付する。本報告書は「自己点検・評価報告書（案)」を事業実施委員会およびプログラム開発会議において報告・検討し、両会議で得られた意見を盛り込んだうえで発行されたものである。

表 2　自己点検の項目および根拠となる資料

章・種別	節・評価項目	根拠となる資料
2. 本課程に関する成果検証	2-1. 本課程の実施状況 2-2. 第 20 週「広報現場実習」の実施状況	・ 受講生に対するアンケート調査（知識 技能の修得度・良かった点・悪かった点・就職 転職との両立・NPS®など／最終回終了直後に 1 回） ・ 「広報現場実習」協力企業へのヒアリング調査（よかったこと・改善点／第 20 週終了後に 1 回）
3. 本事業に関する成果検証	3-1. 就職・転職活動支援 3-2. 普及・啓発活動 3-3. 事業全体のマネジメント	・ 上記アンケート調査および就職・転職状況に関するアンケート調査（2021 年 10 月／2022 年 1 月／2022 年 3 月） ・ 企画提案書内「達成を目指す定量的な数値目標等」との比較

2. 本課程に関する成果検証

2-1. 本課程の実施状況

2-1-1. スケジュールおよび具体的な内容

本課程は、19 週（38 講・57 時間）の講義・実習形式の授業と、1 週（2 講・3 時間）の現場実習（インターンシップ）の計 20 週（40 講・60 時間）により構成される。第 1 週の前週にはガイダンスの機会を設け、本課程の趣旨や Teams の利用方法について説明した（ガイダンスは本課程の授業日程には含まれない）。講義・実習形式の授業では、90 分を 1 講とする授業を連続 2 講実施し、講義とそれに即した双方向の実習を組み合わせて配置した。それぞれの授業は「広報基礎理論」・「広報基礎技法」・「広報実務」・「キャリア」・「インターン」の 5 領域に大別され、ほぼ全ての授業を実務家教員ないし現役の実務家が担当した。本課程のスケジュールは表 3 の通りである。

表 3　本課程のスケジュール

授業日程	講	領域	授業タイトル	担当教員
10 月 8 日	0	ガイダンス	「ゼロから学ぶ広報・PR 実務」の学び方	橋本 純次
10 月 15 日	1	基礎理論	広報・PR の基礎理論I	二木 真
	2		広報・PR の基礎理論II	二木 真
10 月 22 日	3		コミュニケーションの基礎理論I	橋本 純次
	4		コミュニケーションの基礎理論II	橋本 純次
10 月 29 日	5		マーケティングの基礎理論I	四元 正弘
	6		マーケティングの基礎理論II	四元 正弘
11 月 5 日	7		広報関連法規I	橋本 純次
	8		広報関連法規II	宮武 久佳
11 月 12 日	9	キャリア	広報のキャリアと実務I（BtoC 企業）	広報実務家
	10		広報のキャリアと実務II（BtoB 企業）	広報実務家
11 月 19 日	11	基礎技法	情報収集の技法I	橋本 純次
	12		情報収集の技法II	橋本 純次
11 月 26 日	13		ライティング・エディティング基礎I	松林 薫
	14		ライティング・エディティング基礎II	松林 薫
12 月 3 日	15		ライティング・エディティング実習I	松林 薫
	16		ライティング・エディティング実習II	松林 薫
12 月 10 日	17		プレゼンテーション技法I	小川 修功
	18		プレゼンテーション技法II	小川 修功
12 月 17 日	19		プレゼンテーション実習I	小川 修功
	20		プレゼンテーション実習II	小川 修功
12 月 24 日	21	キャリア	広報のキャリアと実務III（行政）	広報実務家
	22		広報のキャリアと実務IV（NPO）	広報実務家
1 月 7 日	23	広報実務	IC（組織内広報）の基礎	柴山 慎一
	24		IC（組織内広報）の実務	柴山 慎一
1 月 14 日	25		IR（投資家向け広報）の基礎	荒竹 義文
	26		IR（投資家向け広報）の実務	荒竹 義文
	27		CSR／SDGs 広報の基礎	伊吹 英子

1 月 21 日	28		CSR／SDGs 広報の実務	伊吹 英子
1 月 28 日	29		危機管理広報の基礎	白井 邦芳
	30		危機管理広報の実務	白井 邦芳
2 月 4 日	31		マーケティングの実務	四元 正弘
	32		ブランディングの実務	四元 正弘
2 月 11 日	33		メディアリレーションズの基礎	宮武 久佳
	34		メディアリレーションズの実務	宮武 久佳
2 月 18 日	35		SNS 広報の基礎	渡邉 順也
	36		SNS 広報の実務	渡邉 順也
2 月 25 日	37	キャリア	広報のキャリアと実務V（スタートアップ）	広報実務家
	38		広報のキャリアと実務VI（グローバル）	広報実務家
3 月 4 日	39	インターン	広報現場実習	橋本 純次
	40		広報現場実習	橋本 純次

「広報基礎理論」（第 1 週～第 4 週）では、「広報・PR」・「コミュニケーション」・「マーケティング」の基礎理論と「広報関連法規」について、座学を中心に網羅的な学びを提供する。これらは本課程の前提となる「PR／広義の広報」に関する基礎的知識であることから、課程の前半に配置した。また、課程の初期においては、社会科学の「理論」が観察・分析に基づく社会現象の抽象化であり、唯一絶対の「正解」ではあり得ないことを解説し、本課程における学びのなかで誤解が生じないよう配慮した。

「広報基礎技法」（第 6 週～第 10 週）では、広報担当者として業務を遂行するために特に重要な「情報収集」・「ライティング・エディティング」・「プレゼンテーション」について、実習を交えつつ授業を行った。こうした技法は広報担当者に限らずあらゆる業種・業界でも役立つスキルであることから、受講者における就職・転職等に直接役立つことが期待される。

「広報実務」（第 12 週～第 18 週）は、広報担当者の職能領域について網羅的に学ぶものであり、具体的には、「IC（組織内広報）」・「IR（投資家向け広報）」・「CSR／SDGs 広報」・「危機管理広報」・「マーケティング」・「ブランディング」・「メディアリレーションズ」・「SNS 広報」を扱った。2 講ずつ行う授業のうち、前半を座学・後半をワークショップ形式の実習とし、学んだ知識を実際の広報に応用するプロセスを繰り返し経験するなかで、「広報基礎理論」・「広報基礎技法」で学んだ内容を踏まえつつ、実際に広報担当者として勤務する際に役立つ知識とテクニックを総合的に身につけることを企図した。

「キャリア」（第 5 週・第 11 週・第 19 週）には、各業界の広報担当者としての働き方や実務について学ぶ「広報のキャリアと実務」を 3 週分（6 講・9 時間）設定した。同授業では、本学「広報・情報研究科」の修了者を中心に 6 名の実務家を招聘し、BtoC 企業・BtoB 企業・行政・NPO・スタートアップ企業・グローバル企業のそれぞれにおける広報実務について解説した。これにより、受講者において将来のキャリアイメージを膨らませる機会を提供することができた。同授業は「広報基礎理論」と「広報基礎技法」の間・「広報基礎技法」と「広報実務」の間・「広報実務」と「インターン」の間に 1 週（2 講・3 時間）ずつ配置されるため、受講者のモチベーション維持にも資すると考えた。

「インターン」（第 20 週）には、受講者をいくつかのグループに分け、事業実施委員会構成員の所属企業が実際に抱える広報課題を解決する「広報現場実習」を配置した。本授業の目的は、広報担当者としての業務フローを実際に体験するなかで受講者がこれまでに学修した内容を身体化するとともに、広報担当者としての職責を体験し、職業意識の向上を図ることにある。具体的な内容や進行方法については後述する。

なお、本課程は社会人による受講を前提としているため、授業は毎週金曜日にオンラインで 2 講（3 時間）ずつ開講した。例外的に「ライティング・エディティング実習I・II」・「プレゼンテーション実習I・II」のみ、ハイフレックス形式（対面授業のオンライン同時配信）で実施した。授業はすべて録画されており、受講者は 3 月末日まで教務システムを通じて事後的に視聴できるものとした。

本課程の修了要件は① 全体で 60%以上の出席と②「広報現場実習」（第 20 週）への参加の双方を満たすことであり、前者についてはリアルタイムでの出席率を計測するのではなく、授業後 3 日以内に事後課題としてミニットペーパー（図 2）を提出することで当該授業に出席したものとみなす形式を採用した。ミニットペーパーについては、プログラム開発会議で委員から得られた意見を参考に、広報担当者として必要な傾聴力を養うことを目的として「今回の授業内容を踏まえて、自由に質問してください」という項目を毎回設定した。受講者から寄せられた質問のうち、全体で共有すべきものについては 9 問程度を目安に授業担当教員からフィードバックを行った。課程開始当初のミニットペーパーでは、日々の広報実務と本学の提唱する「広義の広報」とのギャップへの違和感を覚える受講者もみられたが、徐々にその必要性や重要性、あるいは可能性について納得が得られた様子もみてとれた。

また、Teams 内に受講生からの質問を 24 時間投稿できる form を設置し、可能な限り疑問や不安を解消できるような体制を整備した。同 form には開講期間を通して合計で 67 件の問い合わせがあり、オンラインにおける受講者用の窓口として十分機能していたといえる。

図 2　ミニットペーパーのサンプル

2-1-2. 受講者からの評価

本課程の最終回終了後に取得したアンケート（2022 年 3 月 4 日～3 月 7 日：n＝51）の結果を分析する。まず、受講者が本課程の受講にあたって期待していた事柄は図 3 の通りであり、これらは上述した本課程の趣旨と概ね合致する。

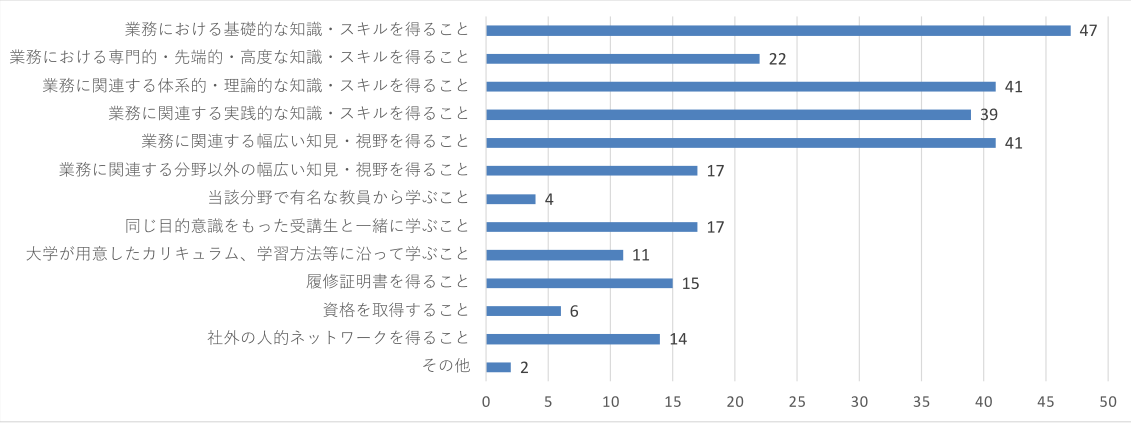

図 3　本課程への期待

また、受講者における知識・技能の修得度に関する自己評価（Q.6）は、図 4 の通りとなった。90%以上が「十分に修得できた」ないし「ある程度修得できた」と回答しており、こ

の点については本課程の目標が十分に達成されたものと評価できる。

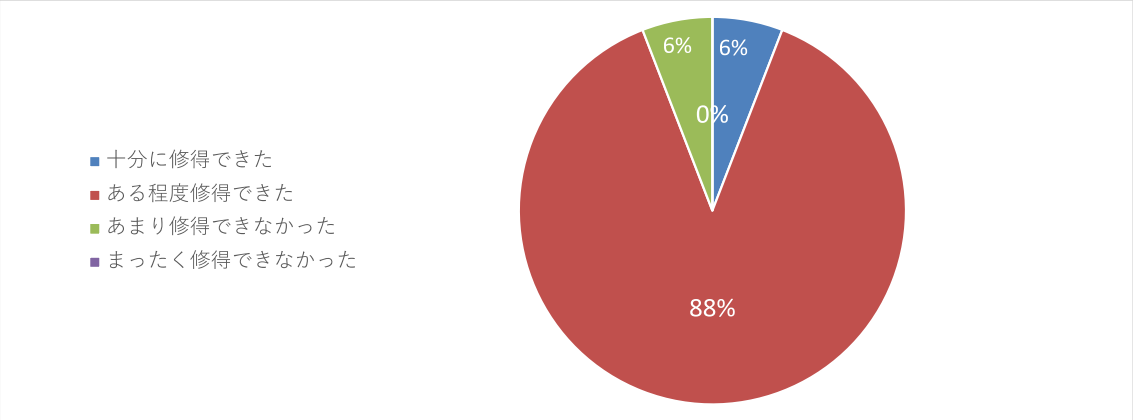

図 4　知識・技能の修得度に関する自己評価

次に、本課程の「良かった点」（Q.7）として多く挙げられたのは① 授業内容、② ディスカッション機会の充実、③ 欠席時のフォロー体制の 3 点であった。①については、学びの質・量ともに充実した「ゼロから学ぶ」ことのできる課程であったことが多くの受講者から高く評価されたほか、教員として研究者教員・実務家教員・現職の実務家がバランス良く配置されていたことも好意的に受け止められていた。②については、本課程ではほぼ毎回の授業で Teams の機能を活用した受講者同士のディスカッションを実施してきたところ、同領域においてそうした形式を採る教育プログラムがほぼ存在しないことから、受講者にとって新鮮な学びを提供できたものと考える。この点については以下のような回答もみられ、リカレント教育自体の醍醐味や効用がある程度受講者に伝わったものと考えられる。

> 受講する前はディスカッションの存在意義をあまり感じていなかったのですが、いざ受講してみると、ディスカッション形式のほうが記憶に残るし、自分事として捉えられ、結果的に闊達な学習につながったと思います。

さらに③については、こうした取り組みが仕事や家庭と学習の両立を図るうえできわめて有用であったことが指摘された。図 5（Q.5）からも、多くの受講者が少なくとも 1 回以上は録画データの事後的な視聴を活用したことが伺える。実際のところ、最終週を除く第 38 講までの授業への出席率の平均は 83%であり、開講期間を通して高い水準を保っていた。もちろん、こうした方法により十分な教育効果が確保されることが前提ではあるものの、少なくとも本課程において「すべての授業におけるリアルタイムでの出席」を求めるのは現実的ではないと考えられる。

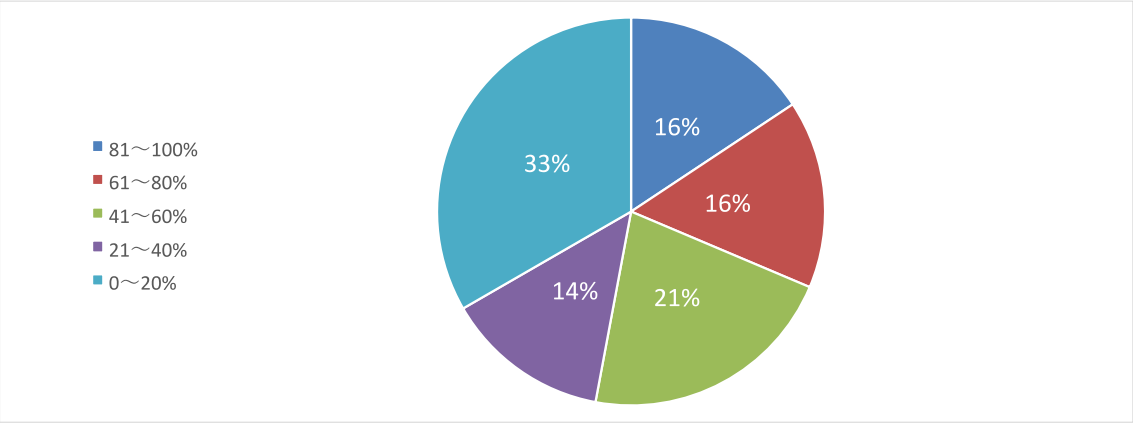

図 5　事後の動画視聴による受講の割合

他方、本課程の「悪かった点」（Q.8）としては① 受講者間の交流不足、② 受講者における広報経験のばらつき、③ 学外教員における Teams の習熟度が多く指摘された。最も多くの受講者から意見を受けた①については、本課程が基本的にオンラインで実施されることは受講説明会や広告において説明されている点ではあるものの、そうだとしてもオンラインでの懇談会をはじめとする「横のつながり」の提供は必要であった。それを実施する教職員のリソース確保とともに、次回開講以降の優先課題としたい。②について、本課程の受講者は「広報経験が 0～3 年以内の者」を目安としていたが、それでもまったく経験のない者と 3 年の経験を有する者の間には実務上の知見に大きな差がみられた。本課程は「実務を通じて身につけられる知見には限界がある」ことをスタートラインに据えて設計されているとはいえ、この点の配慮が行き届かなかったことは否めない。次回開講以降は、さらに対象を明確化したうえで受講者の募集に取り組みたい。③は、本学の専門職学位課程で授業を担当していない学外教員が必ずしも Teams の操作に習熟しておらず、また、しばしば通信状況等のトラブルにより授業がストップしたことに対する不満が顕在化したものである。この点については、マニュアルや事前の確認機会の拡充、さらには本学校舎からの配信を徹底するなどの対策により改善を図りたい。

2-1-3. 成果・改善方針

本課程の目標は概して達成されたものと考える。「広義の広報」を学ぶための短期間のプログラムは他に類をみないため、今後も継続的に実施することで、こうした知見を有する広報担当者を輩出し続けることが望ましい。

他方、短期間のオンライン形式・ハイフレックス形式の教育課程を遂行するにあたっては、大学側が意識的に交流の場を提供する必要もある。また、受講者募集にあたっては対象を明確化し、可能な限り実務経験のばらつきが生じないよう配慮する。さらに、Teams を活用した質の高いオンライン形式の授業・ハイフレックス形式の授業が実現できるよう、マニュアルや事前の確認機会の拡充といった事柄に取り組んでいく。

2-2. 第 20 週「広報現場実習」の実施

2-2-1. 実施方法

本課程の修了要件は① 全体で 60%以上の出席と②「広報現場実習」（第 20 週）への参加の両者であるところ、後者を課すことは本事業の趣旨とも整合する。同授業について、課程開始当初はハイフレックス形式での実施を想定していたが、感染拡大状況とそれに伴う本学および同社の方針に鑑みて、オンライン形式に変更し、具体的な教育方法として課題解決型ワークショップを採用した。本授業の目的は、本課程においてこれまでに学んだ内容を活かしながら企業等が実際に抱える広報上の課題についてチームで検討し、実際に当該企業へ広報戦略を提言することにある。以下に授業の具体的な進め方について説明する。

まず、本課程の連携企業である株式会社フジテックスより提示された 6 種類の課題について、受講者の関心を踏まえつつグループ分けを行い、課題ごとに 2 つずつチームを編成した。具体的な課題と各グループに割り当てられた人数は表 4 の通りである。チーム編成にあたっては、人数の平準化と受講者の出席率（当日欠席する蓋然性）のみ勘案し、広報実務経験の多寡は考慮しなかった。

表 4　課題とチーム編成

① 採用広報（新卒採用）	①-A	4 名
	①-B	5 名
② 採用広報（キャリア採用）	②-A	5 名
	②-B	4 名
③ 社内広報（理念浸透策）	③-A	4 名
	③-B	5 名
④ DX 関連広報	④-A	4 名
	④-B	5 名
⑤ BtoB 広報①：コスト削減提案	⑤-A	4 名
	⑤-B	5 名
⑥ BtoB 広報②：環境経営提案	⑥-A	4 名
	⑥-B	4 名

同社が総合商社であることから、やや BtoB 寄りのテーマが厚く設定されているものの、基本的にはあらゆる組織が共通して抱える課題が提示されており、本課程の目的に対して適切な内容であると考えられる。各課題は同社から示された「課題に関連する URL 等／課題の概要／訴求したいポイント／現在抱えている問題点／狙いたいターゲット・期待したい効果」といった要素とともに受講者と共有された。

当日までの進め方および当日のスケジュールについては、課題の具体的な内容および決定したグループと併せて「『広報現場実習』実施要領」にまとめられ、2 月 22 日に Teams を

通じて共有された。当日までの間にメンバーとコミュニケーションがとれるよう、2 月 24 日には各受講者をチームごとに設定されたチャネルに招待した。授業時間が限られていることもあり、受講者には当日までに課題に関連する情報収集・提言の大まかな方向性の検討・質問事項の検討・発表資料の構成の検討といった内容に取り組むよう求めた。併せて、2 月 25 日の授業前に全体に対して詳細な説明を行う場を設けた。

授業当日は、前半 90 分を発表準備、後半 90 分を発表時間とした。授業には株式会社フジテックスの担当者も同席し、課題ごとに発表内容へのコメントを付した。また、事実誤認の可能性を低減しつつ提言の実効性を高めるため、プログラム開発会議において委員から得られた意見を参考に、前半の時間帯で同者へ直接質問ができる機会を設けた。当日の具体的なスケジュールは表 5 の通りである。

表 5　「広報現場実習」当日スケジュール

18:30-18:35	挨拶／進め方の確認
18:35-19:50	各グループに分かれて作業 ・調べてきたこと／考えてきたことの共有 ・担当者への質問事項の整理 ・発表資料（5 分）の作成
18:45-18:53	質疑応答@「当日質問用」チャネル（課題①）
18:53-19:01	質疑応答@「当日質問用」チャネル（課題②）
19:01-19:09	質疑応答@「当日質問用」チャネル（課題③）
19:09-19:17	質疑応答@「当日質問用」チャネル（課題④）
19:17-19:25	質疑応答@「当日質問用」チャネル（課題⑤）
19:25-19:33	質疑応答@「当日質問用」チャネル（課題⑥）
19:50-20:00	休憩（この間に発表資料を提出）
20:00-20:05	発表（①-A）
20:10-20:15	発表（①-B）
20:15-20:20	課題①へのコメント
20:20-20:25	発表（②-A）
20:25-20:30	発表（②-B）
20:30-20:35	課題②へのコメント
20:35-20:40	発表（③-A）
20:40-20:45	発表（③-B）
20:45-20:50	課題③へのコメント
20:50-20:55	発表（④-A）

20:55-21:00	発表（④-B）
21:00-21:05	課題④へのコメント
21:05-21:10	発表（⑤-A）
21:10-21:15	発表（⑤-B）
21:15-21:20	課題⑤へのコメント
21:20-21:25	発表（⑥-A）
21:25-21:30	発表（⑥-B）
21:30-21:35	課題⑥へのコメント
21:35-21:40	総括コメント

また、自身の属するチーム以外の発表については、form を通じて「現状が適切に分析されている」、「発表内容が論理的である」、「提言された施策が独創的である」、「提言された施策の実現可能性がある」の 4 種類の観点からそれぞれ 4 段階で評価することを求めた。スコアの平均値は後日チームごとのチャネルにおいて共有された。

なお、リアルタイムでの参加が困難である旨事前に申し出があった受講者に限り、課題の提出による代替措置を講じた。具体的には、① 6 種類のうち任意の課題を選択し、本課程で学んだ内容を活かしながらスライド 5 枚以内（様式自由／「現状の整理」、「直面している課題」、「具体的な施策」を含むこと）で具体的な広報戦略を提言すること（個別のフィードバックは行わない）、② 当日の録画データをみて、form を通じてすべてのグループの発表内容を評価すること、③ 当日の授業後に共有されるアンケートに回答することの 3 点について期日までの対応があった場合に限り、修了要件の充足を認めるものとした。本課程においては、体調不良等による当日欠席者を含む 5 名が同措置により修了を認められた。無論、同代替措置は前述した「リアルタイムでの参加」と同程度の教育効果が得られることを企図して設計したものではあるが、実体的な効果検証については今後の課題としたい。

2-2-2. 協力企業からの評価

2022 年 3 月 9 日に実施された第 2 回事業実施委員会において、「広報現場実習」への協力を得た株式会社フジテックスに所見を尋ねたところ、高い評価が得られた。とりわけ、10 日程度の準備期間で受講者が想定以上に深く広報戦略を検討していたこと、広報担当者・広報部門の重要性について改めて強く認識する契機となったことが好意的に受け止められた。

他方、課題のうち特定の商品・サービスを扱うものについては、前提情報のすり合わせが困難であったことが指摘された。この点について、今後は採用広報や組織内広報など、あらゆる組織が共通して直面する課題を提示することが受講者の取り組みやすさ・協力企業による活用可能性の双方に資すると考えられる。

2-2-3. 成果・改善方針

本課程において「広報現場実習」は、それまでの学びの総決算として位置づけられるとともに、広報戦略の提言を通じた職業倫理の醸成にも資する科目として最終週に設定された。学生による発表資料のクオリティや協力企業からの評価に鑑みると、こうした目的は十分に達成できたものと考えられる。

一方で、本課程において「『広報現場実習』実施要領」が配布されたのは授業の 10 日前であり、この点については改善を要する。たとえば年末の授業終了後に課題を発表し、それらに紐付けながら「広報実務」カテゴリの授業を受けることで、より具体的かつ実効的な学びが実現できる可能性がある。この点については今後の検討事項としたい。併せて課題の内容についても、個別具体的な商品・サービスの広報戦略ではなく、どのような組織でも共通して抱えるような内容（採用広報・組織内広報など）を中心に提供することとしたい。

また、本授業は本課程における修了要件のひとつであるところ、3 月は社会人にとって多忙な時期であることから、急遽リアルタイムでの参加ができなくなる可能性が十分に考えられる。本年度は上述の通り代替措置を講じたが、教育効果の観点からどのような形式であれば許容されうるか、継続的に検討していきたい。

3. 本事業に関する成果検証

3-1. 就職・転職活動支援

3-1-1. 受講者の属性

第 1 期となる 2021 年 10 月から開講した課程では、30 名の定員に対し 101 名の受講申込みがあった。本課程は「推進事業」の趣旨および他機関における募集状況に鑑みて、結果として 60 名の受講を認め、このうち 50 名（83.3%）が修了要件を充足した。本課程が想定していた受講対象者は「現職広報担当者」（転職予定なし）、「転職希望者」（現職広報担当者も含まれる）、「失業者・非正規雇用者」の 3 種類であり、それぞれの当初見込み数と受け入れ実績は表 6 の通りである。

表 6　受講者数（就職・転職状況別）

	現職広報担当者	転職希望者	失業者・非正規雇用者	計
当初見込み数	4 名	10 名	16 名	30 名
受け入れ実績	15 名	35 名	10 名	60 名

応募段階から失業者・非正規雇用者の数が少なかった一方で、広報担当者としての転職を希望する受講希望者が多く、全受講生の役半数が有職の「転職希望者」となった。とはいえこれは「非正規雇用労働者、失業者、希望する就職ができていない若者等の支援」を行う「推進事業」の趣旨に沿うものと考えられる。受講者の広報担当者歴は表 7 の通りである。当初は「3 年未満」を受講の条件とすることも検討していたが、それ以上の経験を有する者についても、転職希望者を中心に 17 名を受け入れた。

表 7　受講者数（広報担当者歴別）

なし	1 年未満	1 年〜3 年程度	3 年以上
17 名	9 名	17 名	17 名

受講者の性・年代別割合は表 8 の通りである。ボリュームゾーンは 30 代女性であり、この中には新型コロナウイルスによる直接的な影響を受け、就職や転職活動を希望する者のほか、出産等をきっかけに退職した後の再就職を目指す者も含まれていた。男女比は 1:2 となった。本課程はオンラインで実施されたこともあり、本学の所在する首都圏のみならず、海外を含む全国からの受講がみられた。

表 8　受講者数（性・年代別）

	20 代	30 代	40 代	50 代	計
男性	3 名 （5.0%）	6 名 （10.0%）	8 名 （13.3%）	3 名 （5.0%）	20 名 （33.3%）
女性	8 名 （13.3%）	16 名 （26.6%）	10 名 （16.6%）	6 名 （10.0%）	40 名 （66.6%）
計	11 名 （18.3%）	22 名 （36.6%）	18 名 （30.0%）	9 名 （15%）	60 名 （100.0%）

3-1-2. 本事業において実施した就職・転職支援

本事業において実施した就職・転職支援は、① 失業者・非正規雇用者を対象とした就職・転職支援策と、② 有職者の広報担当者としての／現職広報担当者の広報担当者としての転職支援策の 2 種類に大別される。①については、Teams 上に「求人情報」チャネルを設け、本学がハローワークインターネットサービスを通じて取得した広報関連求人情報をリスト化し、10 月以降に随時参照可能な形式で共有した。本課程には受講者が全国各地から参加しているため、掲載する求人情報は都道府県別でソートができるようにした。②については、株式会社マスメディアンの運営する転職支援サービスである「MASSMEDIAN」を十分に活用できるよう、11 月 20 日に受講者向け説明会を開催した。

また、本事業においては、受講者の就職・就職状況を把握し、適切な就職・転職支援施策を打ち出すことを目的として、現状を問うアンケート調査を定期的に（開講前の 10 月、半期程度を過ぎた 2022 年 1 月、修了後の 2022 年 3 月）実施した。なお、当初は本課程に関する企業向け説明会や、本課程受講者を対象とした合同就職説明会の開催を計画していたが、新型コロナウイルスの感染拡大状況に鑑みて再考を余儀なくされた。

3-1-3. 定量目標の達成度

本課程の最終回終了後に取得したアンケート（2022 年 3 月 4 日～3 月 7 日：n＝51）において、本課程の受講が決まってから回答日に至るまでの状況の変化を尋ねたところ、図 6 の通り結果が得られた。

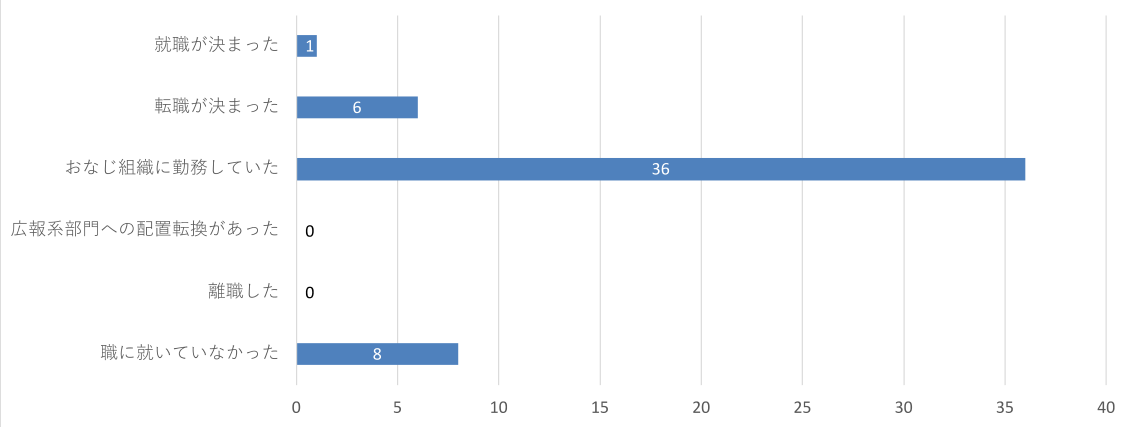

図 6　課程開講時から終了時までの状況の変化

図 6 に示された実績値を、本事業において設定した受講者の就職・転職に関する定量目標と比較したものが表 10 である。本課程では「推進事業」公募要領に示された「就職率」、「就職・就業率」のほか、独自指標として「有職者の広報部門への転職・転属率」を採用した。

表 10　定量目標

	受講者数	就職率	就職・就業率	有職者の広報部門への転職・転属率
当初目標	30 名	修了者の 67%以上	修了者の 80.0%以上	転職希望者の 60%
実績値	60 名	修了者の 11.1%	修了者の 86.0%	転職希望者の 0%

第一に、就職率は修了者（うち開講時点で職に就いていなかった者）の 11.1%（9 名のうち 1 名）で、目標未達となった。この点についてアンケート調査（Q.9）では、全 20 週・40 講にわたる本課程と就職活動の両立が不可能ないし困難であった旨の回答が得られた。一方で、転職活動との両立は比較的可能であったとの回答もみられ、「広報、企業コミュニケーションを体系的に学んでいるアピールになり、評価していただくこともできました」など、本課程の受講が転職活動においてプラスに働いた様子が伺える。また、副次的な効果として「広報担当者目線で求人広告や情報を見ることができ、魅力が最大限発信できている企業なのかなど多角的な視点で物事を見れるようになりました」、「広報部門のみならず経営企画部門にもチャレンジしている」というように、本課程の内容が就職・転職活動におけるミスマッチを防ぐ一助となっていることも確認できた。

第二に、就職・就業率は修了者全体の 86.0%（50 名のうち 43 名）で、目標が達成された。これについては、そもそも本課程の受講者に有職者が多かったことが直接的な原因であるため、必ずしも本事業における就職・転職支援活動の効果とは言い難い。

第三に、有職者の広報部門への転職・転属率は 0%で、目標未達となった。しかしながらこの点については、「社内公募制度を活用し【広報部門】にエントリーしましたが、年次的

な部分で落ちてしまいました」(【】内は個人情報のため伏せ字)、あるいは「直接は広報職ではないものの、将来的にはその道につながるかもしれない可能性を持った事務職に就くことができました」など、受講者において広報担当者としての就職・転職に挑戦する意識は醸成されたものと考えられる。

3-1-4. 成果・改善方針

本事業において当初設定した定量目標はほぼ未達であり、何らかの形で改善が図られるべきことは間違いない。とはいえ、本課程の受講と就職活動の両立が困難であった実情や、数字に表れない効果がみられていることに鑑みれば、実際に具体的な効果が現れるのはこれから先のことではないかとも考えられる。そもそも、受講者における就職・転職の可否は相手方組織の判断や景況に大きく影響を受けるものであり、本事業の就職・転職活動支援がそれに直接結びついたか否かを評価することはできないのではないだろうか。この点については、本事業における目標の立て方を誤ったものといわざるを得ない。

第 2 期開講以降にも同様の形式で成果検証を実施していくのであれば、就職・転職活動支援の評価は定量的基準以外の採用も含めて再検討を要するだろう。

3-2. 普及・啓発活動

3-2-1. 受講者募集の方法

本課程における受講者募集に際して用いた主な方法は、受講説明会への誘導を目的とした雑誌広告（図 7）の掲載、フライヤー（図 8）の配布、web 広告である。雑誌広告の掲載にあたっては、連携企業として本事業に参画した株式会社宣伝会議の発行する『月刊広報会議』および『宣伝会議』の 9 月号（いずれも 2021 年 8 月 1 日発売）に広告を掲載し、スキルアップを図る広報担当者への周知を行ったほか、本学を運営する学校法人が発行する『月刊先端教育』、『月刊事業構想』にも同様の広告を掲出した。web 広告は本事業の周知と第 2 期受講者の募集を目的として、本課程開始後の 2021 年 10 月から 2022 年 2 月にかけても掲載した。そのほか、東京労働局職業安定部 訓練第一係との連携のもと、都内 17 か所のハローワークにフライヤーと募集要項を 100 部ずつ送付し、利用者を対象とした周知活動を行った。併せて本課程のホームページ（図 9）を作成し、課程の詳細や募集状況を公開した。ホームページには説明会の導入部分の動画を 10 分程度掲載した。2021 年 7 月末から 8 月末まで 7 回実施した受講説明会には計 126 名が参加した。

最終的な本課程への応募者は 101 名となり、全員に面接の機会を設けたうえで 60 名の受講者を受け入れた。選考は、現在の就職・転職活動の状況と、本課程の内容への理解の 2 点を軸として行った。なお、本課程の未修了者中、出席要件を満たさなかった 6 名のうち 4 名が説明会不参加者であったことから、次回開講以降はこれを義務づけることとしたい。

図 7　本課程の雑誌広告

図 8　本課程のフライヤー

図 9　本課程のホームページ

3-2-2. 受講者の実情と評価

本課程の最終回終了後に取得したアンケート（2022 年 3 月 4 日〜3 月 7 日：n＝51）の結果を分析する。まず、本課程を知ったきっかけ（Q.3）として多く回答が得られたのは、図 10 の通り「雑誌広告」と「友人・知人からの紹介」であった。前者は、前述した株式会社宣伝会議の発行する各種媒体による周知が奏功していることを示唆している。後者は、受講者募集の開始にあたって本学「広報・情報研究科」の学生に任意で周知を依頼した結果として、口コミによる応募が多くみられたものと考えられる。

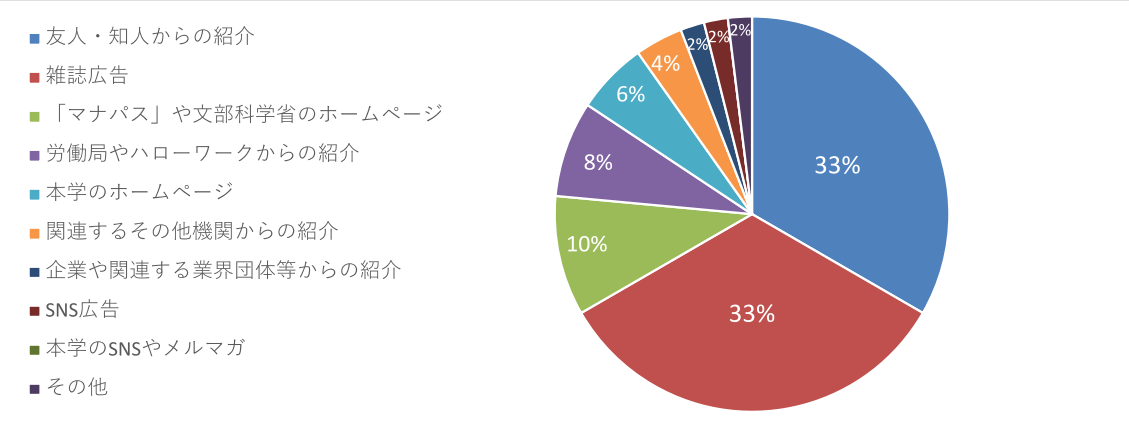

図 10　本課程を知ったきっかけ

また、同アンケートでは試行的にネット・プロモーター・スコア（NPS®）を取得した（Q.11）。同指標の活用にあたってはデータの継続的な取得が肝要ではあるものの、「本課程をほかの方に勧める可能性はどの程度ありますか」という設問におけるスコアは 9（推奨者 17・消極的 22・反対 12）と、正の値を示した。このことから、本課程の第 2 期開講にあたっては、第 1 期修了者からの受講希望者の紹介も期待できると考えられる。

3-2-3. 成果・改善方針

本課程の募集活動はきわめて順調であり、その理由は広告出稿先媒体の選択が適切であったことと、口コミによる周知が奏功したことにあると考えられる。他方、受講にあたっては説明会への参加を義務づけるなど、面接以前の段階でミスマッチを防止する取り組みを行う必要があるだろう。なお、本課程は前述の通り文部科学省「職業実践力育成プログラム（BP）」の認定の内定を受けており、令和 4（2022）年度以降の継続的実施にあたっては、厚生労働省「特定一般教育訓練給付金」制度の活用を想定している。こうした制度を活用しながら、さらに精度の高い効率的な募集活動を実現したい。

3-3. 事業全体のマネジメント

3-3-1. 事業実施委員会

本事業では、本事業の運営全体に係る事項の意思決定を目的とした事業実施委員会を設置し、本課程開講前の 2021 年 7 月 16 日と終了後の 2022 年 3 月 10 日にオンラインで開催した。各会議の参加者および議題は表 11 の通りである。

表 11　事業実施委員会の内容

実施日	参加者	議題
第 1 回 2021 年 7 月 16 日	・ 橋本純次(社会情報大学院大学 専任講師・事業責任者) ・ 東彦弥（株式会社マスメディアン 代表取締役社長） ・ 高橋智哉（株式会社宣伝会議 取締役副社長） ・ 塩塚敬（株式会社フジテックス 取締役副社長） ・ 事務局（記録）	1. 各会議体の役割と事業実施委員会の役割と構成委員について 2. 本事業の全体像とスケジュールについて 3. 「社会情報大学院大学リカレント教育プログラム：ゼロから学ぶ広報・PR 実務」について 4. 今後の連携について（ディスカッション） 5. 質疑応答
第 2 回 2022 年 3 月 9 日	・ 橋本純次（社会情報大学院大学 専任講師・事業責任者） ・ 東彦弥（株式会社マスメディアン 代表取締役社長・書面参加） ・ 高橋智哉（株式会社宣伝会議 取締役副社長） ・ 塩塚敬（株式会社フジテックス 取締役副社長） ・ 事務局（記録）	1. 自己点検・評価報告書（案）について 2. 本事業について（ディスカッション） 3. 次年度以降の方針について 4. 質疑応答

初回の事業実施委員会は当初 2021 年 6 月に実施する予定であったが、「推進事業」の事業期間短縮に伴い、7 月の開催となった。同委員会においては、後述するプログラム開発会議への委任事項、「広報現場実習」の実施方法、就職・転職支援活動の方向性といった内容が議論され、この時点で本事業の大枠がほぼ固まった。8 月以降にも各連携企業との個別の打合せが継続的に実施され、上述した各企業の連携内容について検討を進めた。

第 2 回の同委員会は 2022 年 3 月 9 日に実施され、本報告書の発行に向けた確認を行ったうえで本事業全体に係るディスカッションを行った。そのなかで、2-1-3 で述べた「交流の

場」について、「それをどのような目的のもとで実装するか」および「大学側がどの程度ファシリテーションを行うか」が重要である旨指摘があった。連携企業の実施するオンラインの教育課程においてはコミュニケーションアプリや SNS の活用を促すための仕掛けを施しているとのことであり、こうした取り組みを参考にしながら、場を提供するのみに留まらず、受講者間の自発的な交流が生まれるための有効な場のあり方とその提供の仕方について継続的に検討したい。また、課程の継続的実施や就職・転職支援にあたっては、経営者が広報の重要性を適切に認識することが必要不可欠であり、そのための取り組みや働きかけについても検討すべき旨意見があった。これについては今後の課題としたい。

3-3-2. プログラム開発会議

本課程の内容や授業開発については、「プログラム開発会議」を組織し、本課程開講前の 2021 年 8 月 26 日と終了後の 2022 年 3 月 10 日に 2 回の会議を開催した。各会議の参加者および議題は表 12 のとおりである。授業担当教員に加え、現職の広報担当者を委員とすることにより、より現場の需要を踏まえたカリキュラムの編成やインターンの設計が実現された。

表 12　プログラム開発会議の内容

会議種別	参加者	議題
第 1 回 2021 年 8 月 26 日	・ 橋本純次（社会情報大学院大学 専任講師・事業責任者） ・ 四元正弘（社会情報大学院大学 教授） ・ 荒竹義文（本課程　授業担当教員） ・ 小川修功（本課程　授業担当教員） ・ 齊藤恭彦（株式会社日本マーケティング　広報担当者） ・ 事務局	1. プログラム開発会議の役割と構成委員について 2. 受講予定者に関する現状の共有 3. 「ゼロから学ぶ広報・PR 実務」の全体像と内容に関するディスカッション 4. 今後の展望について
第 2 回 2022 年 3 月 10 日	・ 橋本純次（社会情報大学院大学 専任講師・事業責任者） ・ 四元正弘（社会情報大学院大学 教授） ・ 荒竹義文（本課程　授業担当教員・書面参加） ・ 小川修功（本課程　授業担当	1. 自己点検・評価報告書（案）について 2. 本課程について（ディスカッション） 3. 次年度以降の方針について 4. 質疑応答

	教員） ・ 齊藤恭彦（株式会社日本マーケティング　広報担当者） ・ 事務局	

プログラム開発会議は初回を 2021 年 6 月に、その議論を踏まえて第 2 回を 8 月に実施することを想定していたが、「推進事業」の事業期間短縮に伴い、8 月に第 1 回の会議を実施することになった。既に受講者募集の期間に入っていたため同会議において本課程の内容を確定させる必要があったところ、委員から多くの有用な意見を得ることができたため、当初予定していた開講前の第 2 回会議は実施しないこととした。同会議ではたとえば「広報担当者としての質問力を養う取り組みがあった方がよい」という意見からミニットペーパーの構成が決定したり、「『広報現場実習』において担当者に直接質問をする機会を設けた方がよい」という指摘をもとに「広報現場実習」の当日スケジュールが設定されたりと、実際の課程運営を直接改善する意見が多く得られた。また、「広報現場実習」をオンラインの課題解決型ワークショップで実施することを決定したのもこの時点である。

第 2 回会議は 2022 年 3 月 10 日に実施され、本報告書の内容を共有したうえで本課程全体に係るディスカッションを行った。同会議においても、2-3-1 で述べた「交流の場」に関する意見が得られた。自身も履修証明プログラムを受講した経験を有する委員からは、そうした教育課程は「修了した」という事実が当該修了者の能力や就職・転職可能性を直ちに担保するわけではなく、そこに至るには「学んだ内容を各自が深化すること」が必要不可欠であるとの指摘があった。そうだとすると「交流の場」は、受講中の情報交換あるいは修了後の対話を通じて学修内容を身体化するためにこそ求められるといえる。具体的な場の提供にあたっては、こうした観点も踏まえつつ検討を進めたい。併せてこの点において、本事業や本課程の成果を定量的な就職率等のみで短期的に測定することは適切とはいえないのではないかとの疑問も呈された。

また、本課程は「ライティング・エディティング実習Ⅰ・Ⅱ」と「プレゼンテーション実習Ⅰ・Ⅱ」をハイフレックス形式で実施したが、状況が許せば両者を対面形式とした方が教育効果が高まる可能性が指摘された。これについても今後の検討課題としたい。

併せて、本課程の内容の広範さに比して「ゼロから学ぶ広報・PR 実務」という名称が対応していないのではないかとの指摘もあった。2022 年度より本学「広報・情報研究科」が同様の理由から「コミュニケーションデザイン研究科」へと名称を変更することに鑑みると、本課程も「ゼロから学ぶコミュニケーションデザイン」といった形に改める必要性があるかもしれない。また、本課程の内容を求める可能性の高い中小企業やスタートアップ企業を対象とした募集活動を活性化すべき旨意見があった。これらについても継続的に検討したい。

3-3-3. 成果・改善方針

産業界の意見を採り入れつつ本事業全体の方向性が検討された事業実施委員会においても、授業担当教員や現職広報担当者が共に本課程のあり方を検討したプログラム開発会議においても闊達な議論がなされ、本事業および本課程の改善に資する提案を多数いただいた。本事業および本課程の趣旨に鑑みれば、学外の声を採り入れつつ運営されることは必要不可欠であり、こうした機会は今後も継続的に設けていきたい。

他方、本課程終了後から第 2 回事業実施委員会と第 2 回プログラム開発会議までの時間的余裕があまりにもなく、各委員において本報告書を確認する十分な時間を確保できなかったことは改善を図るべき点といえる。とはいえ本課程の最終週はもともと 2022 年 3 月 4 日に設定しており、それに向けて学内の諸調整を進めてきたところであるから、この点は「推進事業」の事業終期が予告なく 3 月末日から変更されたことに起因すると解すべきである。いずれにせよ、次年度以降は余裕をもって委員会・会議の開催ができるよう配慮する。

4. 成果・課題・今後の方針

本事業および本課程の継続的実施にあたっては、本報告書に示された課題の改善を図る。具体的な改善方策・計画は表 13 の通りである。

表 13　改善方策・計画等

短期間のオンライン形式・ハイフレックス形式の教育課程を遂行するにあたって、大学側が意識的に交流の場を提供する。それにあたっては、交流の場の目的や大学側によるファシリテーションのあり方、さらには自発的な交流を促すための仕掛けについて検討する。
受講者募集にあたっては対象を明確化し、可能な限り実務経験のばらつきが生じないよう配慮する。
Teams を活用した質の高いオンライン形式の授業・ハイフレックス形式の授業が実現できるよう、マニュアルや事前の確認機会の拡充を行う。各形式での実施になじまない授業がある場合には、具体的な教育方法について再検討する。
「『広報現場実習』実施要領」の配布時期について、教育効果を最大化する観点から検討する。
「広報現場実習」の課題について、個別具体的な商品・サービスの広報戦略ではなく、どのような組織でも共通して抱えるような内容（採用広報・組織内広報など）を中心に提供する。
「広報現場実習」にリアルタイムで参加できない受講者について、教育効果の観点からどのような代替措置であれば許容されうるか検討する。
受講者の就職・転職状況を本事業の評価軸として引き続き用いる場合には、定量的な方法のみでは足りないため、その適切な内容を検討する。
受講者のドロップアウトを防止するため、受講の申し込みにあたって説明会への参加を義務づける。
本課程の最終週から年度末の事業実施委員会・プログラム開発会議の開催までに十分な期間を確保する。
経営者が広報の重要性を適切に認識するための取り組みや働きかけを行う。
課程名称の適切性について改めて検討する。

なお、本報告書は本学ホームページで公開されるほか、学内での回覧・議論を経て次回開講に向けた改善を図っていく。「広義の広報」の思想と技術を身につけた広報担当者を輩出する本事業および本課程の役割は、Society 5.0 の現実化に向けてますます高まっていくことが想定される。こうした需要に十分に応えられるよう、自己点検・評価活動をはじめとした取り組みを通じて産業界・学外からの意見を採り入れつつ、よりクオリティの高い事業運営・課程運営を実現していきたい。

Appendix

課程に関するアンケート

【回答期間】

2022 年 3 月 4 日（金）～3 月 7 日（火）

【有効回答数】

51 件

【回答方法】

Microsoft Forms

【質問項目】

セクション 1：本課程について
1. 氏名
2. メールアドレス
3. 本課程を知ったきっかけをひとつ選択してください ・ 本学のホームページ ・ 本学の SNS やメルマガ ・ SNS 広告 ・ 雑誌広告 ・ 労働局やハローワークからの紹介 ・ 企業や関連する業界団体等からの紹介 ・ 関連するその他機関からの紹介 ・ 友人・知人からの紹介 ・ 「マナパス」や文部科学省のホームページ ・ その他
4. 本課程の受講を検討していた際に希望していたことについて、あてはまるものをすべて選択してください（複数選択可） ・ 業務における基礎的な知識・スキルを得ること ・ 業務における専門的・先端的・高度な知識・スキルを得ること ・ 業務に関連する体系的・理論的な知識・スキルを得ること ・ 業務に関連する実践的な知識・スキルを得ること ・ 業務に関連する幅広い知見・視野を得ること ・ 業務に関連する分野以外の幅広い知見・視野を得ること ・ 当該分野で有名な教員から学ぶこと ・ 同じ目的意識をもった受講生と一緒に学ぶこと ・ 大学が用意したカリキュラム、学習方法等に沿って学ぶこと ・ 履修証明書を得ること ・ 資格を取得すること

- 社外の人的ネットワークを得ること
- その他

5. 出席した授業のうち、リアルタイムではなく後日の動画視聴で受講した割合はどれくらいでしたか

- 81%～100%
- 61%～80%
- 41%～60%
- 21%～40%
- 0%～20%

6. 本課程において、広報担当者として活躍するために必要な知識・技能等はどれくらい修得できたと思いますか

- 十分に修得できた
- ある程度修得できた
- あまり修得できなかった
- まったく修得できなかった

7. 本課程の「良かった点」を教えてください（自由記述・任意回答）

8. 本課程の「悪かった点」を教えてください（自由記述・任意回答）

9. プログラム受講中に転職活動や就職活動を行った方にお伺いします。プログラムの受講と、就職活動・転職活動との両立にあたって、工夫したことや意識したことがあれば教えてください（自由記述・任意回答）

10. 本課程（全 20 週・40 講）が有料で開講された場合、あなたはいくらまで支払おうと思いますか。許容価格の上限をお選びください。

- 61 万円以上
- 51 万円～60 万円
- 41 万円～50 万円
- 31 万円～40 万円
- 21 万円～30 万円
- 11 万円～20 万円
- 10 万円以下

11. 本課程をほかの方に勧める可能性はどの程度ありますか

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

可能性はまったくない　　極めて可能性がある

12. その他、本課程へのご意見・ご要望などございましたらご自由にご記入ください（自由記述・任意回答）

セクション 2：就職・転職状況について

13. 次のうち、当てはまるものを選択してください（いずれの選択肢も雇用形態は問いま

せん）

- 本課程の受講が決まってから最終回の授業が終了するまでの間に就職が決まった
- 本課程の受講が決まってから最終回の授業が終了するまでの間に転職が決まった
- 本課程の受講が決まってから最終回の授業が終了するまでの間、おなじ組織に勤務していた
- 本課程の受講が決まってから最終回の授業が終了するまでの間、広報系部門への配置転換があった
- 本課程の受講が決まってから最終回の授業が終了するまでの間に離職した
- 本課程の受講が決まってから最終回の授業が終了するまでの間、職に就いていなかった

14. 現在のご状況について、もっとも当てはまるものを選択してください

- 就職活動中または求職活動中
- 就職しており、具体的な転職活動を行っている
- 就職しており、漠然と転職を考えている
- 就職しており、転職する予定はない
- その他

15. あなたが現時点で就職・転職を検討するにあたり、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う雇用情勢の変化の影響をどの程度受けていると思いますか

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

影響はない　　影響を受けている

就職・転職状況に関するアンケート調査

【回答期間】

第 1 回：2021 年 10 月 8 日（金）～10 月 11 日（月）

第 2 回：2022 年 1 月 7 日（金）～1 月 10 日（月）

第 3 回：上記「課程に関するアンケート」内「セクション 2」で取得

【有効回答数】

第 1 回：60 件

第 2 回：54 件

【回答方法】

いずれも Microsoft Forms

【質問項目】

1. 氏名

2. 現在のご状況について、もっとも当てはまるものを選択してください

- 就職活動中または求職活動中
- 就職しており、具体的な転職活動を行っている
- 就職しており、漠然と転職を考えている
- 就職しており、転職する予定はない
- その他

3. これまでの広報・PR 実務のご経験（所属部門の名称は問わない）について、当てはまるものを選択してください

- 経験なし
- 経験あり（1 年未満）
- 経験あり（1 年～3 年程度）
- 経験あり（3 年以上）
- その他

4. あなたが現時点で就職・転職を検討するにあたり、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う雇用情勢の変化の影響をどの程度受けていると思いますか

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

影響はない　　影響を受けている

5. 現在もしくは直近の業種を選択してください
（日本標準産業分類に示される業種／選択肢省略）

6. 就職・転職を希望する業種をすべて選択してください
（日本標準産業分類に示される業種／選択肢省略）

7. 希望する勤務地をすべて選択してください
（エリアごとに尋ねる形式／選択肢省略）

8. 本課程が連携している株式会社マスメディアンによる転職支援サービスについて、当

てはまるものを選択してください（2022 年 1 月調査のみ） ・ 本課程の開始前から活用していた ・ 説明会に参加（動画視聴含む）し、活用している ・ 説明会に参加（動画視聴含む）したが、活用していない ・ 説明会に参加（動画視聴含む）しておらず、活用していない
9. 就職／求職活動、転職活動において利用しているサービスがあればご記入ください（特にご利用されていない方は「なし」とご記入ください）（任意回答・自由記述）