

E-1：専門業務

開催日時・会場 9月19日（水曜日）15:50-17:20 404（4階）

URAが担う大学・組織・研究のブランディング

「広報」は研究推進や大学経営においても強力なツールとなりうる。しかし多くの大学/研究機関では「情報発信」の機能は有するものの、「広報」を戦略的に実施する機能・体制は持ち合わせていない。本来「広報」にはマーケティングの視点を持った広報戦略が必要であり、それは組織の経営戦略と同義である。昨今そのような機能を担う人材や体制を大学/研究機関に求める声は少なくない。「ブランディング」に求められる活動もまた「広報」と同じである。ここで言う「広報」とは広報戦略＝経営戦略を持った活動である。大学/研究機関における「ブランディング」の活動とは、大学/組織のブランディングから個々の研究プロジェクトのブランディングまで多義にわたる。一方でこれら「ブランディング」に関する活動を担うには、今までの大学/研究機関の伝統的な組織構造における広報（≒情報発信）組織だけでは難しい。そこで、研究推進や大学経営を担う専門人材であるURAが、「広報」や「ブランディング」においても果たせる役割は大きい。

本セッションでは京都大学と関西大学のURAから、「広報」や「ブランディング」に関する活動事例を紹介する。そして、大学の外で「大学の広報」を担っている専門家をお呼びし、外から見た大学の「広報」の疑問について語っていただく。URAの具体的な活動事例から“”広報における戦略の組み立てと施策方法””についての理解を深め、そして外の視点を含めた考察から“”広報における大学/研究機関に必要な機能・体制””について議論をする。

オーガナイザー



白井 哲哉：京都大学 学術研究支援室 URA

2006年岡山大学院自然科学研究科修了 理学博士。2006年京都大学生命科学研究科 特任助手、京都大学人文科学研究所 特定助教を経て、2012年より京都大学学術研究支援室URA。2017年よりプロボストオフィス兼任。研究者時代の専門は、生命科学・生命倫理・科学コミュニケーション・科学技術社会論(STS)・科学技術ガバナンス。学際研究の経験とSTSの知見を活かして、研究現場の環境を改善したい。



館 正一：関西大学 学長室 リサーチ・コーディネーター
(イベント・コーディネーター/サイエンス・コミュニケーター)

1973年生まれ。学生時代にデザイン会社を起業。2000年前後のICT革命、カルチャーシーンに影響を受ける。その後、大手広告代理店にて広報・広告の企画に従事。2016年関西大学学長室リサーチ・コーディネーター(イベント・コーディネーター/サイエンス・コミュニケーター)着任。文科省私立大学ブランディング事業においてブランディングの戦略立案、ディレクションに携わる。研究広報という視点で大学広報、研究戦略の業務全般に従事。

司会者



岩崎 琢哉：大阪大学 経営企画オフィスURA部門
リサーチ・マネージャー/学術政策研究員

東京大学 教育学研究科 修了, 修士(教育学). 専門分野は大学経営・政策, 大学の行うアウトリーチ活動. 2010年から大阪大学で勤務. 大型研究プロジェクトの研究広報担当(ポストアワード業務)を経て2015年4月より学術政策研究員 / リサーチ・マネージャー(URA). 2018年7月より内閣府科学技術政策フェロー(非常勤). リサーチアドミニストレーター協議会情報発信専門委員会委員長(2015年～継続中)

講演者



花岡 正樹：株式会社エトレ ソーシャル・コミュニケーション事業部
大学広報企画室 チーフディレクター / ウェブマガジン「ほとんど0円大学」編集長

1981年生まれ。株式会社エトレ勤務、大学広報企画室チーフディレクター。ウェブマガジン「ほとんど0円大学」編集長。ディレクター、プロデューサー、ライターとして、大学関連のプロモーションや広報物の企画・制作業務に携わる。また、大学をテーマにした書籍の執筆やメディアへの出演、雑誌等の企画・編集にも取り組んでいる。著書に『年齢不問! サービス満点!! 1000%大学活用術』(中央公論新社)ほか多数。