

2018年7月17日
株式会社インプレスR&D
<https://nextpublishing.jp/>

急成長する人気大学の広報は何を考え、実践しているのか
『これからの「教育」の話をしよう 4 教育改革×大学広報力』発行
教育改革カンファレンスの内容を収録した GKB 編シリーズの最新刊

インプレスグループで電子出版事業を手がける株式会社インプレス R&D は、『これからの「教育」の話をしよう 4 (副題:教育改革 × 大学広報力)』(編者:学校広報ソーシャルメディア活用勉強会)を発行いたします。

『これからの「教育」の話をしよう 4 教育改革 × 大学広報力』
<https://nextpublishing.jp/isbn/9784844398479>



編者:学校広報ソーシャルメディア活用勉強会
小売希望価格:電子書籍版 1,200 円(税別)／印刷書籍版 1,700 円(税別)
電子書籍版フォーマット:EPUB3／Kindle Format8
印刷書籍版仕様:A5 判／モノクロ／本文 192 ページ
ISBN:978-4-8443-9847-9
発行:インプレス R&D

<<発行主旨・内容紹介>>

18歳人口が減少する「2018年問題」をはじめ、今、大学を取り巻く環境は大きく変化し、広報戦略も改革を迫られています。そんななか、ここ数年大きな躍進を遂げた大学の広報は、何を考え、実践しているのでしょうか。

本書は教育関係者が集まるソーシャルメディア上のグループ、学校広報ソーシャルメディア活用勉強会(略称:GKB48)による好評シリーズ『これからの「教育」の話をしよう』の4冊目です。

志願者数日本一でブランドイメージも躍進を遂げた近畿大学、紙媒体を廃止し、オールインターネット出願に踏み切って成功する東洋大学。先進的な2つの大学の広報・コミュニケーション戦略を担当者自らが語ったセミナーを収録するほか、第5回教育改革カンファレンスから10人のプレゼンテーションを収録しています。

教育機関の広報のあり方と教育改革を展望するために必読の一冊です。
(本書は、次世代出版メソッド「NextPublishing」を使用し、出版されています。)

近大革命の真髄～「強み」を込めて発信し続ける～【世耕石弘】

近畿大学 総務部長 世耕石弘

世の中で「イノベーション」という言葉がよく使われています。例えば大学でいうと、研究室の中で、未来のイノベーションのタネが生まれているかもしれない。しかし、大学職員がイノベーションを引き起こそうとしても、自分たちの仕事を通してテクノロジーをつくり出すことはできません。今やっていることを否定し、常識をぶっ壊して新しいものをつくり出していく。これを100回行ったら、それがイノベーションそのものだと思っています。

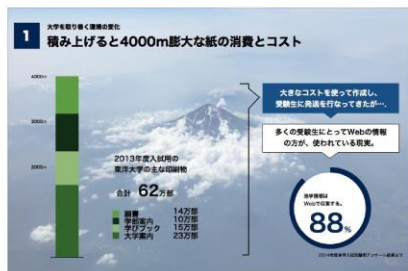


鉄道マンとしての広報

私は生粋の大学職員ではありません。大学卒業後、大阪の近畿日本鉄道に入り、ホテルマンを7年半、鉄道の広報を7年半やっていました。それも、どちらかというとリスク管理の仕事です。例えば電車の停止位置が2～3メートル超えたというようなことは、事故につながりかねませんので広報としてきちんと対応しないといけない。そういうことでのメディア対応、特に社会部を相手にしたメディア対応をしていました。通常、大手企業の広報は、基本的に経済部の記者と話をします。ところが私は、どちらかというと社会部の人との付き合いの方が多かったです。電話の対応で怒鳴られたりしながらも7年半必死で働いてきました。「広告」とか「マーケティング」とか「PR」というかっこいいものではなく、とにかく新聞記者を相手にいろいろな折衝をしてきたのです。大学に入職した時、「民間企業から来た」とよく言われましたが、私には「企業の広報のノウハウを大学に持ってきた」という意識はありませんでした。鉄道広報というのはしっかり身につけていますが、大学とはまったく違う世界です。

入試広報の素人だからこそ

2007年、近畿大学に入職。そして10年経った2017年4月から、総務部長となりました。それまでは広報部長でしたが、広報部が総務部の中に入ったので、総務と広報を担当するポジションです。実は、私は中学から大学までエスカレーター式の学校に行っていたので、大学受験をしたことがなく、入試に関する常識というものがまったくありませんでした。12月に大学に来てすぐ願書を渡されて、「受験生に書き方を指導できるようにしておいてくださいな」と言われた時、正直「こんなわかりにくいものを書かせているのか」とびっくりしました。



選ばれる大学に向けた3つの改革

約10年前、私は、東洋大学の本来（教育の内容や取り組み）が社会にきちんと伝わっていないと感じていました。また、滑り止めで何となく入学したという、あまり学習意欲の高くない学生が多く、志願者が集まる学部と集まらない学部があるといった状況で、私は「今のままでいいのだろうか」という疑問を持っていました。

そこで、これらの課題に対して、3つの大きな取り組みを始めました。

- 1.【入試広報を変える】
資料請求があればパンフレットを作り、郵送する必要がある。資料請求の件数がどんどん増えていく中、ここを変えていかなければいけない。
- 2.【入試を変える】
入試広報を変えるだけでなく、入試そのものも変えていかなければいけない。

3.【教育を変える】

大学の使命とは、これからの日本や世界に必要な人材を育てること。加えて、学生を集めるためには、受験生にニーズのある教育を展開していく必要がある。これらを踏まえて学部学科の再編や新学部設置を実現していかなければいけない。



入試広報を変える～受験生の変化に対応

昨今、受験生のほとんどがスマートフォンを持ち、情報はWebで検索します。つまり、Web上にはない情報はないものと同じなのです。また、情報はいつでもどこでも見ることができます。紙のパンフレットは常に学生のカバンの中に入っているということはありませんが、スマートフォンは常に持っています。外出先や移動中でも「読みたい」と思った時に



図2 N高で全生徒に配布され利用されているチャットツールslackの画面例

slackのチャンネルは自由に使ってよいことになっています。クラブ活動のようなものもどんどんでき、今、チャンネルは約800もあります。例えば、絵を描くのが好きな子たちが集まっているチャンネルでは、互いに絵を描き合っ、自分たちのスキルを高めています。このような活動を通して、友達がどんどんできてくるのです。

ネットでできた友達同士、いつ会うのか。N高生の文化祭「ニコニコ超会議」という機会があります。自分たちが実行委員となり、日本中の子どもたちがSkypeを使って企画会議をします。文化祭当日は、フードコートがあったり、合唱、バンド、小泉進次郎さんに来ていただいてトークをしたりと、dwangoのリソースを使って、普通の高校生ではなかなかできない体験をN高生はしました。最後にはみんなで集合写真を撮るなどして、「こうやって新しい友達がたくさんできた」という話を子どもたちからもっています。

2年目の挑戦「通学コース」

N高2年目の挑戦ということで、通学コースをつくりました。もともとはネットを通して高校生活を実現できているため、通学コースをつくるつもりはありませんでした。なのに、なぜつづいたか。答えは簡単です。ネットで友達ができリアルで会っているうちに、「N高みたいな学校だったら通いたい」という声が生徒から挙がってきたからです。実は、N高の生徒の約6割が学校から距離を置いた、つまり元不登校の生徒です。そういう子たちがN高で学んでいるうちに、「N高だったら通いたい」と言い出しました。それは叶えないといけないだろうということで、スピード感を持って代々木と心斎橋に校舎を設けました。2018年には横浜、大宮、千葉、名古屋と拡大します。

もともと通信制で、通う必要のない学校です。そこにわざわざ自ら通ってきてくれるのだから、高校の授業の時間はグッと減らし、この子たちの将来に必要な学びをどんどん入れていこう。全日制の普通高校に通うよりも、むしろ通うことが羨ましくなるような学校をつくるというのが、N高通学コースの狙いです。

学習意欲を保ち続けるために

1年間やってきて、我々はIT、ネットを使って学習意欲を保ち続けさせることの難しさを痛感しています。以前、私はインドにあるチベット仏教の寺に、研修として修行に行かせていただいたことがあります。そこにはiPadのようなツールなんてありません。机や椅子もないところで、子どもたちは勉強をしていました。疑問に思った私は子どもたちに聞きました。「なぜこんなに勉強するの?」と。すると、「お師匠さんがやる気を出させてくれるから」とまづ言います。そして「学ぶことが楽しいから」と言うのです。「なぜ嫌なのかわからない。学ぶって嫌なことなん

<<目次>>

第1章 大学広報最前線

近大革命の真髓～「強み」を込めて発信し続ける～[世耕石弘]

東洋大学の挑戦～紙からWebへ。TOYOWebStyleの取り組みと今後の展開～[加藤建二]

第2章 プレゼンテーション

01 英語教育の変革に当たって～変化する英語教育を教師はどう学び、指導してゆくか～[賀川洋]

02 英語イメージ教育で育てるグローバル人材[安居長敏]

03 教科指導におけるプログラミング指導[平井聡一郎]

04 自己肯定感を育む「できたことノート」活用報告[永谷研一]

05 アクティブ・ラーニングからアダプティブ・ラーニングへ[荒木貴之]

06 ネットを活用した新しい高校「N 高等学校」2年目の挑戦[上木原孝伸]

07 高校生をどファンにさせるYouTube 広報のスズメ[八澤龍之介]

08 海外進学者ゼロから日本一の海外進学校へ～箕面高校の3年間の奇跡～[日野田直彦]

09 中央大学教養TV番組「知の回廊」～大学広報番組制作の16年～[鈴木誠人]

10 卒業生でわかる「大学の底デカラ」[多賀万里子]

<<著者紹介>>

学校広報ソーシャルメディア活用勉強会(GKB48)

2011年8月に第1回の勉強会を大宮で開催するとともにフェイスブックに非公開のグループを作成したことにより発足。略称GKB48の「48」は、47都道府県+海外を意味する。学校広報に限らず、学校運営や教育問題、ソーシャルメディア、ICTに関心のある人が集まり、2018年6月現在では1,880名を超えるメンバーを擁する。大学、専門学校、高等学校、中学校、小学校、学習塾、教育関連・情報関連企業、NPO法人ほか、それぞれの立場にある人々が、「教

育」「ソーシャル」「広報」というテーマのもと、組織を超えて教育への思いを発信・共有し、未来の「教育」をつくることを目指す。ソーシャルメディアの活用や教育の未来などについてオンラインで意見、情報の交換を行なっているほか、メンバーが会場に集まっての勉強会も実施している。教育カンファレンスは、2012年に第1回を開催以来、2016年まで、計4回実施。すべてのカンファレンスについて、スピーチ内容を採録した書籍を発行。このたび、2017年に実施した第5回のスピーチ内容を採録した書籍の発行に至る。 <http://gkb48.com/>

<<販売ストア>>

電子書籍:

Amazon Kindle ストア、楽天 kobo イーブックストア、Apple iBookstore、紀伊國屋書店 Kinoppy、Google Play Store、honto 電子書籍ストア、Sony Reader Store、BookLive!、BOOK☆WALKER

印刷書籍:

Amazon.co.jp、三省堂書店オンデマンド、honto ネットストア、楽天ブックス

※ 各ストアでの販売は準備が整いしだい開始されます。

※ 全国の一般書店からもご注文いただけます。

【株式会社インプレス R&D】 <https://nextpublishing.jp/>

株式会社インプレス R&D（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井芹昌信）は、デジタルファーストの次世代型電子出版プラットフォーム「NextPublishing」を運営する企業です。また自らも、NextPublishing を使った「インターネット白書」の出版など IT 関連メディア事業を展開しています。

※NextPublishing は、インプレス R&D が開発した電子出版プラットフォーム(またはメソッド)の名称です。電子書籍と印刷書籍の同時制作、プリント・オンデマンド(POD)による品切れ解消などの伝統的出版の課題を解決しています。これにより、伝統的出版では経済的に困難な多品種少部数の出版を可能にし、優秀な個人や組織が持つ多様な知の流通を目指しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス(本社：東京都千代田区、代表取締役：唐島夏生、証券コード：東証1部9479)を
持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。

【お問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D NextPublishing センター

TEL 03-6837-4820

電子メール: np-info@impress.co.jp