

# 私立大学研究ブランディング事業 2019年度の進捗状況

学校法人番号	131051	学校法人名	津田塾大学
大学名	津田塾大学		
事業名	「変革を担う女性」の持続的育成を目指した「インクルーシブ・リーダーシップ研究」拠点の形成		
申請タイプ	タイプB	支援期間	2018年度～ 2020年度
参画組織	学芸学部、総合政策学部、文学研究科、国際関係学研究所、総合政策研究所、津田梅子資料室、インクルーシブ教育支援室、国際センター		
事業概要	<p>激動する現代社会では女性の活躍が様々な場面で期待されている。本事業ではそうした状況で求められる国内外の「変革を担う女性」を、持続的に育成することを目指した「インクルーシブ・リーダーシップおよびダイバーシティ研究」のグローバルな拠点を形成する。創立1900年以来、自立して社会に貢献できる女性を輩出してきた歴史に新しい光をあて、未踏の道を切り拓く女性リーダー像としての津田ブランドを社会に発信していく。</p>		
①事業目的	<p>今日の社会情勢と本学の長年の歴史に新しい光をあて、本事業では、国内外の「変革を担う女性」を、持続的に育成することを目指した「インクルーシブ・リーダーシップおよびダイバーシティ研究」のグローバルな拠点を形成する。社会の様々な分野で課題を解決し、リーダーシップを発揮して活躍し続けていく、未踏の道を切り拓く女性リーダー像を、現代の津田塾大学のブランド、すなわち「津田ブランド」として位置付ける。このブランディングの方向性のもとで、本学は、主に次の4つのテーマに取り組むプロジェクトを設け、諸活動を推進していく。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 国際的女性リーダーシップ英語教育の方法論開発</li> <li>2. データ活用型政策研究と実践的教育プログラム開発</li> <li>3. 社会的インクルージョン研究基盤形成</li> <li>4. 津田アーカイブを用いた多様で先進的な女性ロールモデル研究推進</li> </ol> <p>これら4つのプロジェクトの活動と成果を通じて、「津田ブランド」のイメージを学内外にアピールし、これまで以上に強力なものとすることが本事業の目的である。さらに、上記のプロジェクトに関連し、新たに5つのプロジェクトを加え合計9つのプロジェクトで、より充実した取組に向けて活発化している。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. グローバルな計算社会科学的視点による社会科学と情報学の融合教育・研究プログラムの開発</li> <li>6. 東京都議会議員の政治的態度と多様性の分析を通じた実践的教育</li> <li>7. 主体的学びを支える情報のアクセシビリティを考える—マイノリティのリテラシーの実証研究</li> <li>8. インクルージョンにおける AI(人工知能)の活用可能性</li> <li>9. 「クロスオーバー・若手リーダーシップ育成事業」</li> </ol>		
②2019年度の実施目標及び実施計画	<p>各プロジェクトにおいて、関係資料の収集、基礎データの定義・収集、予備的調査、調査実施準備を行う。また、ネットワーク形成と充実や研究組織の強化のための研究者交流会と、ブランドイメージのための事業キックオフ・シンポジウムを開催する。さらにこの時点での研究の進捗状況を広報し、「津田ブランド」をアピールする。</p> <p>本学としては、国の支援を受けた本格的な事業年度を、2019～2021年度と位置付け、研究計画書(別紙成果報告書参照)により管理している。本事業全体の活動予定やスケジュールを、「ロードマップ」(別紙ロードマップ参照)により整理し、諸活動を進める。</p>		

2019年度は、9つの各プロジェクトにおいて、関係資料の収集、基礎データの定義・収集、予備的調査、調査、実施準備を行い、実際に調査やワークショップの実施、各種システムの構築等の成果をあげることができた。以下に【研究活動】と【ブランディング活動】に分けて、成果と進捗状況を記す。

#### 【研究活動】

- ①2019年度の研究ブランディング研究費の合計措置額は928万円、対して執行額の合計額は826万円となり、執行率は89%であった。
- ②前掲のとおり、2019年度初めに各プロジェクトにおいて2019～2021年度の計画を研究計画書にまとめた。
- ③各研究プロジェクトにおいて、研究計画書に基づき実施した研究及び関連活動の成果・進捗状況を確認し、それぞれ研究計画書と研究成果等(概要)報告書にまとめた。それらは次頁以降に掲載している。
- ④事業全体の業績・実績は、論文等及びその他活字業績 66件、口頭発表 56件、その他発表29件、受賞 1 件、その他活動 19 件の合計171件であった。昨年度の合計件数143件に比べ、今年度は28件増加し、研究成果や進捗状況等の公表がより充実したと同時に、ブランディング活動に結びついた。
- ⑤研究プロジェクトによっては、インタビュー、事例調査、ワークショップ、講演会等の活動を実施した。また「学生主導の女性リーダーシッププログラム」や「津田2020オリパラ・プロジェクト」「Kewpie\*津田塾一大学生の野菜摂取促進PJ」等、学生を主導とした活動も増え、特徴的なブランディング活動に結びつけている。
- ⑥「白書・審議会等資料データベース(女性活躍のためのデータベース)」「津田塾大学デジタル・アーカイブ・システム」等、本事業の目玉としている各システムの構築も順調に進み、実際の運用に向けた検証作業段階となっている。
- ⑦新型コロナウイルス禍の影響により、延期・中止となった調査や教育プログラムもあったが、2019年度は各研究プロジェクトで概ね計画どおりに、研究が進められたといえる。

#### 【ブランディング活動】

- ①ダイバーシティセンター・フォー・インクルーシブリーダーシップに関するポータルサイト(費用:約130万円)を開設。既存のSNS媒体と並行して、本事業にかかる各種イベントの告知や開催報告を定期的に発信し、各プロジェクトの情報発信のプラットフォームとしての活用に努めた。
- ②ポータルサイトの9月の月間ページビューの数は約2300件を記録したが、10月は約500件、その後は下降気味となった。シンポジウム等の集客率の高いイベント以外の期間はアクセス数が伸びなやむ傾向にあったため、次年度以降の課題として、改善をしたい。
- ③広報実績としては、シンポジウム開催にあたり、プレスリリースを各メディアに34件発信。その他、大学公式ウェブサイトやDCfILポータルサイトに31件の記事を掲載し、FacebookやTwitter等のSNSでも記事の拡散を図った(18件)。他、外部メディアにも10件取り上げられた。
- ④ダイバーシティセンター・フォー・インクルーシブリーダーシップのリーフレットを制作した。より広く本学の活動を周知し、ブランディング・イメージを向上させるべく、紙媒体での本事業活動の紹介・発信にも今後力を入れていく。
- ⑤本学が掲げる事業をテーマにした、大規模なシンポジウムを9月28日(土)に千駄ヶ谷キャンパスにて開催。本学の取り組みをより多くの人々に発信する場とすべく、大学、高校、企業、官公庁、各種団体等に向けてチラシ・ポスターの発送を行い周知した(2304件)。当日は、延べ120名を超える来場者があり、テーマへの関心の高さがうかがえた。大学関係者のみならず、高校生、地域の住民や社会人等が参加し、様々なステークホルダーにアプローチできる場となった。
- ⑥各プロジェクトによるイベントを開催した。各々のテーマに沿って、国内外からのゲストを招聘するなどをし、活動を前進させた。研究成果の発信の場及びブランディング活動の実践として、有効な取り組みがあった。
- ⑦本学と同様に、平成30年度私立大学研究ブランディング事業に選定された他大学との情報交換・連携を開始した。立命館アジア太平洋大学(APU)を中心とした、大学での講演会に本事業関係者が登壇し、本学の取り組みを発信した。また、DCfILメンバーが他大学の研究ブランディング事業に関連する講演会等へ赴き、情報交換に努めた。
- ⑧広報体制を強化するために、戦略推進本部事務室にブランディング活動および広報・普及に関する事務を担当する派遣職員を継続して雇用している。
- ⑨本事業に係る地域連携活動としては、新潟県津南町町長桑原悠氏の講演会と、香川大学・芝浦工業大学・津田塾大学3大学包括連携協定締結を行い、研究ブランディング事業の一環として活動を実施した。
- ⑩2020年3月24日発表のTHE世界大学ランキング日本版2020において、総合順位44位(今年の57位より13位ランクアップ)、私立女子大学としては、昨年に引き続き1位を獲得した。またBetween情報サイトに関連記事が紹介された。
- ⑪ブランディング活動に係る当初予算は1700万円であり、そのうち872万円を執行した。

### ③2019年度の事業成果

## ④2019年度の自己点検・評価及び外部評価の結果

(自己点検・評価)6名の内部評価委員からは特に以下の意見があった。

## 【運営体制】

- ①全体としてはセンター長をおき、個々のプロジェクトについては研究代表者を筆頭に、効率よく組織化しているように思われる。また、DCfILを中心に広報などの他の部署とも連携して、成果の発信も行っており、評価できる。
- ②DCfIL運営委員会はどのようなメンバーでどのような役割をもった組織なのか説明し、研究活動とブランディング事業の内部質保証推進体制をどのようにしているか再確認すべき。
- ③当初の4つのプロジェクトと新しい5つのプロジェクトの関係が複雑化しているように見える。どのように有機的にかかわっていくかについて、もう少し具体的な説明や事例が必要であり、それぞれがいかにより有機的に結びついて最終的なブランド醸成へと帰結していくかが問われる。

## 【研究活動】

- ①新型コロナウイルス禍の影響により、延期・中止となった調査や教育プログラムがあったが、この状況がしばらく続く場合、今後どのような形で、各プロジェクトを実施していくかについての具体的な説明が必要。
- ②研究目標は魅力的で、ロードマップもわかりやすく作ってある。また、先生方の努力もすばらしく、これだけのプロジェクトをしっかりと動かすのは労力のかかることであるのはとても理解しているので、事務の方を含め敬意を表したい。
- ③研究業績が量・質ともに年度を重ねるごとに厚みを増している点。とりわけ学生を主体としたプロジェクトは本学の特徴を体現する取り組みであったと思う。

## 【ブランディング活動】

- ①ホームページはとても見やすく、広報活動も積極的に行っているようで、大いに評価される。
- ②2020年度だからこそトライできる内容(オンラインにおけるデータ利用、オンライン講義における本学にある学術的データ等の利用、教育効果など)を各プロジェクトの方に再度検討、見直しがあった方がよい。
- ③学内(特に学生)での認知と情報の共有が進められることによってより充実した成果に結びつくことが期待される。
- ④卒業生への配信など、数が見込める部分への情報発信数などをカウントして、多くの「女性」へ向けた発信が強力になされていることを最終成果に盛り込んでもよいかもしれない。
- ⑤2020年度の入試結果に鑑みると、こうしたブランディング活動が必ずしも本学のイメージアップに直結していないように思われる。もっと、高校生にアピールする活動も充実させるべきではないか。

(外部評価)4名の外部評価委員からは特に以下の意見があった。

## 【運営体制】

- ①ダイバーシティセンターが中心となって、本事業の重要な部分であるブランディング活動を企画・推進している。
- ②ダイバーシティセンターには、事業全体を統括する役割が期待されると思われるが、その実績が外部評価者には見えない。
- ③外に(特に企業・学生)に対して効果的かつ高頻度に発信を行うことで認知を高め、津田塾の存在感を示すべき。そのための体制・リソース増が必要。

## 【研究活動】

- ①・事業期間が当初の5年間で3年間に短縮されたことに対して、研究プロジェクトを9プロジェクトに増やして事業の推進に当たった。
- ②9つの研究プロジェクト間に期待されている連携を明示すべき。
- ③これまでの“内向き”“自己探求”的なイメージの津田塾にはなかった、「外へ向かう」「外の社会と向き合う」という動的なポジティブなイメージがつかうという点でとても良い。
- ④何か解決する課題があり、そこを解決するためのコミュニケーションとして言語を使いこなす事が出来る教育を受けてきている学生はとても魅力的に映るだろうと思う。

	<p><b>【ブランディング活動】</b></p> <p>①研究ブランディング事業が強く意識され、大学全体としても一貫した視点での情報発信がなされている点を評価している。</p> <p>②オンラインや情報技術を駆使して何らかの形式でイベントやシンポジウムや研究報告会が実施されることを期待。</p> <p>③ニュースリリースを仕掛ける、メディアが取り上げたいような調査結果やリリースを、戦略的に作り上げ、元ネタの置き場所してサイトを活用しながら、常に何かを発信していく新鮮な、そして面白みのあるポータルサイトになっていくと良いと思う。</p> <p>④SNSを上手く使って(もはや従来型の広告やWeb掲載では見られませんので)、「外へ、外へ」を合言葉に、発信する「物量を増やす」「やり方を変える」べき。SNSが得意な小回りの利く専門業者もありますから(かつてのような大手広告代理店で高額な費用をかける広告と違い)、そういった良いパートナーを見つけて活用することも必要。</p> <p>⑤「ダイバーシティ&amp;インクルージョン」においては、津田塾が先頭に立つべきであり、今、他校との差異化に勝負をかける時(ある意味、ブランディングのラストチャンス)です。</p> <p>⑥「外へ、外へ」を合言葉に、「次世代女性リーダー育成といえば、津田塾」という強固なブランド作りに期待。</p>
<p>⑤2019年度の補助金の使用状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研究ブランディング研究費 826万円</li> <li>・研究ブランディング広報・普及費 872万円</li> <li>・本事業関係教職員人件費(間接経費)</li> </ul>