

アウトリーチ活動の支援業務の紹介

アウトリーチ活動は、イベント単位で見ると2ヶ月〜6ヶ月程度の短期案件が多く、支援の成果が明確に現れやすいために、URA 整備事業の初期段階において「URA を学内に知ってもらおう役割」を担いやすかった。こうした状況の中でニーズを見極めながら支援業務を立ち上げていった。

URA チーム側から営業的にアウトリーチ企画を仕掛ける動きは行っていない。要請があり、引き受けてから必要な支援業務に着手する。

阪大 URA チームでは、岩崎・川人の2名がアウトリーチ活動の支援業務を担当している。岩崎は関連する学内調整業務、川人は人文・社会科学分野の研究支援業務等を兼務しており、100%の専任ではない。

支援業務に際して留意している点

研究者・スタッフを理解する

研究内容だけでなく、幅広く

全体を整理して、場面に応じた提案を行う

過剰なものより簡潔なもの。工夫の余地がある素材を提供する。

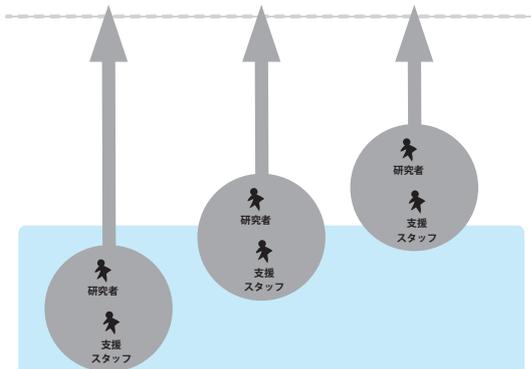
できる人を増やす

支援業務そのものの担い手を一人でも増やす

対面のコミュニケーションや撮影、企画立案などは「特別な知識・技術」が必要な仕事だと考える人は少なくない。そうかもしれないし、そうではないものもある。支援業務の設計にあたっては、なるべく多くのスタッフが多様な役割を体験し、仕事を通して新しい自分の仕事を見つげられるように考えている。

相手の段階・状況に応じた支援業務を提供

アウトリーチの場や相手、研究者の抱える動機、背景組織とスタッフ、予算など、アウトリーチ活動を行う場合に使えるリソースや状況は、案件ごとに異なっている。



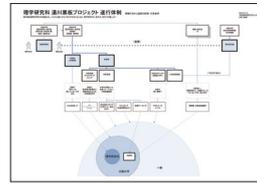
< 支援業務の例 >

- ① サイエンスカフェの企画・運営 OJT 実施 (部局向け)
- ② 実務者講習の企画と実施 (広報撮影、SNS 活用など)
- ③ 一般向け講演の構成ガイド (希望する研究者の方向け)
- ④ アウトリーチ活動実施レポートの提供 (研究者の方向け)

求められる支援を、必要なだけ、必要な場所に届ける。

取組事例 ① 関係者の整理と可視化

関係者マップを提供し、見ながら相談できるようサポート。



大阪大学理学研究科橋本教授らの尽力により、湯川秀樹先生の愛用した黒板が大阪大学に移設された。この取組は、学生の研究環境に資することが主眼で、いわゆる「広報のための話題」ではなかった。研究科の学生に向けた周知体制を調整するうちに、話題が本部広報

や社学連携担当セクションに把握され外へ広がり、マスコミをはじめ多くの人の耳目を集めることになった。URA は最初期の関係者の整理と可視化を担当した。

取組事例 ② 大学としての統一感を保つ

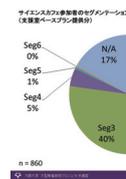
共通項でくくる。シリーズで展開する。



二頁だけの読書会は「出版」を共通項とするアウトリーチ企画である。リそな銀行をパートナーに、大学本部の広報(クリエイティブユニット)ならびに大阪大学出版会との協体制で実施されている。担当は川人。URA は核心となる企画アイデアや運営チームの設計、調整などを行っている。このように共通項でまとめてシリーズ展開するアウトリーチ活動は他に、「研究ときめきカフェ」など複数が併走している。

取組事例 ③ 多様な相手と出会う場を作る

切り口を変える。新しいパートナーを探し、手を組む。



毎回のイベントごとの観測によれば、理料系の研究内容にフォーカスしたアウトリーチイベント (たとえばサイエンスカフェ) を行えば、科学に感心の高い人たちだけを選択的に呼び集めてしまうことが分かっている。そこで、「研究者その人」にもフォーカスし、現役

世代のビジネスマンを意識した企画を、ナレッジキャピタル(グランフロント大阪)をパートナーにシリーズ展開することが決まっている。URA はパートナーシップの開拓や関係構築、企画調整などを担う。

取組事例 ④ 内製する点

繰り返すこと、広がる仕事、改善できるものは手放さない。

(例) メールマガジン

企画・取材執筆から送信実務まで、全工程を川人が実行管理している。創刊後およそ1年が過ぎ、取材と寄稿による人的つながりがしきい値を超えはじめた。学内外を結び異分野交流の原動力、基盤として機能しはじめている。

(例) 業務マニュアル・チラシやウェブなどのツール類

支援室 URA チームが具体的な運営や制作業務に直接の支援を行う場合がある。主に岩崎が担当。繰り返される業務、流用可能な制作はノウハウを蓄積しつつ細かく改善を行っている。