



大学共同利用機関法人
人間文化研究機構

総合情報発信センター 評価報告書

平成 28 年度

総合情報発信センター推進評議会

目次

ストック型情報発信	2
1. 平成 28 年度のストック型情報発信について.....	2
2. 事業に関する評価.....	2
(1) 高度連携システム.....	2
(2) 機構リポジトリ.....	2
(3) 研究者データベース.....	2
(4) その他特記事項.....	2
3. 次年度に向けた意見、提言.....	2
ポータル型情報発信	3
1. 平成 28 年度のポータル型情報発信について.....	3
2. 事業に関する評価.....	3
(1) 国際リンク集.....	3
(2) その他特記事項.....	3
3. 次年度に向けた意見、提言.....	3
フロー型情報発信	4
1. 平成 28 年度のフロー型情報発信について.....	4
2. 事業に関する評価.....	4
(1) 機構ウェブサイト.....	4
(2) NIHU Magazine.....	4
(3) ニュースレター.....	5
(4) SNS 等.....	5
(5) 人文機構シンポジウム.....	6
(6) メディア懇談会.....	6
(7) 産業界との連携.....	6
(8) その他特記事項.....	7
3. 次年度に向けた意見、提言.....	7
情報発信事業全体について.....	8
1. 平成 28 年度の情報発信事業全体について.....	8
2. 類型別情報発信評価.....	8
(1) スtock型情報発信.....	8
(2) ポータル型情報発信.....	8
(3) フロー型情報発信.....	8
(4) その他特記事項.....	9
3. 次年度に向けた意見、提言.....	9

総合情報発信センター 平成 28 年度 評価報告書

事業区分	ストック型情報発信
------	-----------

1. 平成 28 年度のストック型情報発信について

・人文系の研究者・研究資源・研究成果の発信を通じて、大学の機構強化、一般社会への成果還元という使命を果たしているといえる。

2. 事業に関する評価

(1) 高度連携システム

・人文系の多くの研究情報を一元的に横断検索できる仕組みとして、8 か月でトップページの表示が 2 万 5 千回以上、連携検索を除く検索回数 1 万 5 千回以上という多くのアクセス・検索数があり、有効であると評価できる。

・高度連携情報技術委員会を 2 回開催し、今年度中のシステム更新を進めた。

・外部機関との連携にも取り組んでおり、特に国立国会図書館との連携によって、一般利用者も利用しやすくなっている。

・上記から、情報発信事業としての有益性は高い。

(2) 機構リポジトリ

・研究成果を検索しダウンロードできる仕組みとして、全機関で統一的なシステムを導入しているのがよい。

・8 か月で 3 1 万アクセス、2 1 万ダウンロードという、被利用度の数字からも広く利用されていることがわかり、高く評価される。

(3) 研究者データベース

・機構内の研究者が現在取り組んでいる課題や成果を簡単に知ることができる仕組みであり、機構の研究力を発信する事業として有益である。

(4) その他特記事項

・6 機関約 2 5 0 名の研究者のデータベースは、人材という宝のデータベースであり、今後、種々の工夫を重ねて読んで面白いものにできないだろうか

3. 次年度に向けた意見、提言

・「高度連携システム」「機関リポジトリ」「研究者データベース」については、相互の連携を深めることで、より統合的な仕組みに近づける工夫が望まれる。

・新しい情報発信の仕組みを積極的に研究し、取り入れ、より利用者にとっての利便性を高める努力が望まれる。

事業区分	ポータル型情報発信
------	-----------

1. 平成 28 年度のポータル型情報発信について

国際リンク集は海外の研究者に人文系の情報を英語で提供するという有益な事業であると評価できるが、海外の研究者に十分に認知されているとは言い難く、非常にもったいない印象を受ける。「研究成果の可視化システム」の開発を進めていることは、高く評価できる。

2. 事業に関する評価

(1) 国際リンク集

- ・発信形式の移行作業があったとはいえ、アクセス数が 8 か月で 2 5 4 回は少なく、よく利用されているとはいえない。
- ・海外の人文系研究者へのガイドとして、取り組み自体は有益である。
- ・今後は、国内外の専門家チームの助言を受けながら新たなリンク先を開拓し、リンク数を毎年 20% 増やすという目標は期待が持てる。

(2) その他特記事項

- ・国際リンク集について、リンク先の開拓の際に専門家だけでなく、海外の知人（特に人文系研究者の友人の意見）を取り入れてほしい。

3. 次年度に向けた意見、提言

- ・内容を充実させるとともに、周知の機会を増やし、利用度を高める工夫が必要である。

事業区分	フロー型情報発信
------	----------

1. 平成 28 年度のフロー型情報発信について

我々が向き合う 21 世紀第 1 四半期は後世、「分断・対立の時代」と位置付けられるかもしれない。異文化の衝突、貧富の格差、ポピュリズムの異常な台頭、内向き社会への傾斜など喫緊の難題を前に、人類の存続と共生を目指し新たなパラダイムを提唱しようとする人文機構の役割は一層重みを増している。中でも機構本部や 6 機関の研究成果を公開し社会に還元するフロー型情報発信事業は当センターの中核に据えるべきものである。

こうした中で本年度は、ウェブサイトの改善、ツイッターやフェイスブック、ユーチューブの活用などに見られるように多様な媒体による積極的な情報発信が目を引いた。国内の一般・研究者向けには「触れる地球ミュージアム」での研究資源の展示や、東京でのシンポジウムの開催、海外の一般・研究者向けではパリ日本文化会館との連携協定を締結、パリでシンポジウムを開くなど一般社会への成果還元という使命を果たした。産業界との連携も積極的に取り組んでいる。また、研究活動を紹介する英文マガジンを発行し、メディア懇談会を開くなど定期的な情報提供や機構所属の研究者による新書刊行の支援を実施、機構の研究資源の幅広い公開・広報活動として評価できる。

フランス社会科学高等研究院にリエゾンオフィスを開設し研究情報を交換するネットワーク作りの準備が始まった。さらに人文系研究成果の社会還元を強化し、若手のキャリアパスを提示する「人文知コミュニケーター育成事業」に向けてプログラムの検討も始まり、新年度以降に期待したい。

2. 事業に関する評価

(1) 機構ウェブサイト

4 月にリニューアルされた機構ウェブサイトはネットの特性を活かして一覧性を高めて写真を多用し、視覚的にもカラフルで理解しやすく親しめるものになっている。同時にイベント情報のみならず、基幹研究プロジェクトの最新情報が掲載されていることは人文機構の存在感を示すものだ。英語化完了への取り組みも評価したい。

訪問回数が、継続的に昨年度の実績を大幅に上回っており、毎月の実績も前年度同月をすべて超えていることから認知度、活用度の向上が伺えるが、上記ウェブサイトのリニューアルや発信内容の充実によるものだろう。6 機関の情報を集約し、それらを一体として利用者に俯瞰してもらえる仕組み作りは情報発信の新事業として有益性が高いと考える。東京でのシンポジウムの参加申込みをウェブサイトで出来るようにした効果は大きかったが、今後、他のイベントなどにも広げていきたい。

(2) NIHU Magazine

情報の話題性や新規性を意識した内容に好感が持てた。例えば、中国内モンゴル

自治区の社会災害について取り上げた第1号などでは基幹研究プロジェクトが紹介され、北東アジア地域特有の歴史やアイデンティティ、地域的課題と二国間・多国間協力の可能性を議論する会議を報告した第2号などで反響の大きかったシンポジウムの模様が語られるなど、機構における最新の研究成果やシンポジウムの議論の焦点が記述されており、興味深い。また、第3号の「オランダ人が見た大坂の陣」はハーグ国立文書館所蔵文書の調査成果で、新聞紙上にも大きく取り上げられたが、このウェブマガジンでも写真と共により詳細な解説があれば更に訴求できた。

英語と日本語の2言語で発行されており、わが国における研究の最前線を世界に向けて発信するツールとして有益性が高いと言える。実際、フランス社会科学高等研究院との連携協定の間でも研究者から期待する声があったという。ただ、訪問回数がまだ低いようで、国内外のシンポジウム会場や機構紹介ブースでチラシを配布したり、メディア懇談会などでも広報活動が行われていたりしているが、さらに努力してもらいたい。

(3) ニューズレター

一般に向けてメール媒体で配信され、6機関の直近のイベントや展示活動の情報を一括して入手できるため、機構が一体となった情報発信を可能にする広報媒体として評価できる。とくに一般向けの情報も多数掲載され、機構全体の活発な社会連携・普及活動を広く認知させる事業として実効性があると考えられる。例えば、イベント情報の申し込み方法やURLが記入されており、積極的に参加してもらえるような情報のアクセシビリティは特筆できる。

9月から開始されたばかりで認知度はまだ低いようだが、シンポジウム会場や機構紹介ブースでのチラシ配布、SNSでのPRなどが進められており、今後の登録者数増加に期待したい。ただ、この種の刊行物は号を重ねるにつれて印象がマンネリ化する恐れがあり、一定期間ごとにレイアウトや表記方法を見直すなどの工夫を凝らし、読み手の興味を継続させるように努めてもらいたい。

(4) SNS等

機構と6機関の情報を一般向けに発信するツイッターは7月から、動画を配信するユーチューブは9月から、基幹研究プロジェクトのシンポジウムや出版物などを紹介するフェイスブックは1月から本格運用を始めたが、機構の活動を社会に広く周知する新たな媒体として有効である。例えば、ツイッターのフォロワー数は日々増加しているが、その大部分は一般が占めており、情報が広く社会に届いていると推察される。

ユーチューブでは第28回人文機構シンポジウムなどの動画が公開されているが、非研究者にも身近なものとして理解してもらい、研究資源を広く活用してい

くためにも新たな有効なツールとして注目される。

(5) 人文機構シンポジウム

今年度から機構本部の企画・運営で第28回「妖怪空間—でそうな場所—」、第29回「和食文化の多様性—日本列島の食文化を考える—」を開催したが、社会連携による研究成果を一般に還元しようとする狙いは評価したい。例えば、社会の関心に即したテーマ選びや外部の財団法人との共催などは意欲的な取り組みと言える。それらは新たな参加者層を取り込むことを目指すものであり、実際、4月から11月までの人文機構シンポジウムのページ訪問回数が7434回にのぼっている。両シンポジウムの参加申し込み者もいずれも短期間で定員に達しており、認知度は高かったといえる。

とくに第28回に関しては広報期間中の紹介ページ訪問回数が4865回に達した。申し込み者の62%が社会への影響力が見込まれる50歳代以下で、女性や10代も多く、これまで人文機構シンポジウムに来なかった層の興味や関心を得たことが伺え、注視される。一方、第24、25回シンポジウムの講演記録が機構ウェブサイトで公開されたが、こちらの訪問回数はまだ多いとは言えず、今後に向けて回数を増やす試みが求められよう。

(6) メディア懇談会

第4回を6月に開催し、出席した10名の記者らに個別にシンポジウムの案内や研究者の紹介などを行なった。その結果、研究成果やシンポジウムなどについて読売新聞や朝日新聞などで取り上げられ、ネットのYOMIURI ONLINEでも機構研究者らの執筆記事5件が掲載されたが、全国メディアを活用した情報発信は特に有効性が高いと考えられる。

新聞記者、ジャーナリストとの交流・関係は、懇談会や記者発表の席だけに限らず、普段からの日常的な付き合いが必要と考える。とくに新聞メディアは各分野で専門性を持つ編集委員や論説委員、文化や科学方面の専門記者の活動を重視しており、彼らとの信頼関係を築いていくことが、機構本部や6機関の、とくに広報担当者にとって大切ではないか。そのようなことが結果として広報活動で実績をあげ、有益性の高い情報発信事業につながっていくことが考えられる。

(7) 産業界との連携

「触れる地球ミュージアム」で第2期の連携研究「人と水」の研究成果を活用したデジタルコンテンツを展示した取り組みは、蓄積された研究資源を有効に活用する取組として好感が持てる。また、今後企業研修や教育の現場で活用されることで、社会に影響力を持つ世代へのアウトリーチとして評価できる。

また、味の素食の文化センターと連携したシンポジウムの開催は、積極的な社会連携の取組のあらわれであり、今後も多様な産業界との連携による学問と社会の垣根を越えた事業が盛んになることを期待する。その意味では、産業界の関係者を招いて、国文研・国語研の視察を実施し意見交換を行った他、企業経営者らで作るシンクタンクと今後の連携について協議を開始している等、積極的に産業界と連携を進めており、高く評価できる。

(8) その他特記事項

人文系のサイエンスコミュニケーターを育成する「人文知コミュニケーター育成事業」は若手研究者の新たなキャリアパスを提示するものだが、育成プログラムの検討が進められている。広報マインド、スキルを有した研究スタッフの育成は人文系研究成果の社会還元を強化する上で極めて重要な事業であり、欧米先進地域に比べてわが国が遅れを取っていた分野である。機構本部で新年度に予定されている若手研究者の採用と育成開始に期待したい。

3. 次年度に向けた意見、提言

現在は当センターの事業をフロー型のほか、ストック型、ポータル型に分類されているが、各事業に共有されたり、連携が求められたりする部分も当然あると思われ、各型に横断的な視点も必要ではないか。例えば、ストック型の「研究成果の可視化システム」はフロー型の情報発信で一般向けにも活用してもらいたいし、ポータル型の「人文系学術機関へのリンク集英語版」はフロー型に応用することで海外や人文系以外のより広い範囲の研究者、一般にも役立つのではないかと考えられる。

上記の「NIHU Magazine」や「ニューズレター」の項でも指摘した通り、多様な媒体での情報発信を目指している点は高く評価できるが、各事業の認知度がまだ必ずしも高いとは言えない。それぞれの事業の特性を活かした工夫・アイデアでより認知度を高める努力が求められる。海外研究機関との連携に向かってより積極的に取り組むため、機構ウェブサイトの英語化に早急に着手するとともに、部分的にでも日本固有の伝統文化の魅力が根底に伺えるような情報発信を心がけていただきたい。

情報発信事業全体について

1. 平成 28 年度の情報発信事業全体について

人間文化研究機構の大きな役割として、大学の機構強化、一般社会への研究成果の還元が積極的に行われている。機構の体制をさらに整備しつつ、デジタル技術、インターネットの急速な普及に合わせた情報の発信に尽力している。近年、ソーシャルネットワークサービスなどの積極的な活用が図られており、今後も有望なツールと想定される。同時に、社会一般、広範な研究者と直接触れる、公開のシンポジウムや講座・討論会の役割も大きい。多方面からのアプローチによる情報発信と研究者や社会一般からの要望に対する受容の整備が効果的に進んでいると評価できる。

2. 類型別情報発信評価

(1) ストック型情報発信

当該の発進事業は、大学の機構強化、一般社会への成果還元の役割を果たしていると高く評価できる。人文系の多くの研究情報を一元的に横断検索できる高度連携システムへのアクセス・検索数が多く、今年度のシステム更新が進んだ結果といえよう。国立国会図書館をはじめ、外部機関との連携にも取り組んでいる。研究成果の検索とダウンロードが可能な機構リポジトリが、全機関で統一的なシステムを導入している点も評価できる。機構内の研究者が取り組んでいる課題や成果を簡単に知ることができる研究者データベースの整備も有益である。

(2) ポータル型情報発信

海外の研究者に人文系の情報を英語で提供する国際リンク集は有益な事業であるが、海外の研究者への認知度は充分とはいえない。ただし、アクセス数は少ないとはいえ、海外の人文系研究者に対する情報発信への取り組みとしての意味は大きく、専門家の助言等も加えた新たなリンク先の開拓が望まれる。リンク数を毎年 20 パーセント増加させるという目標値は期待できよう。また、「研究成果の可視化システム」の開発は高く評価できる。

(3) フロー型情報発信

ウェブサイトの改善、ツイッターやフェイスブック、ユーチューブの活用に見られる多様な媒体による積極的な情報発信がなされた。国内の一般・研究者向けに東京でシンポジウムを開催し、海外に向けてはパリ日本文化会館との連携協定を締結、パリでシンポジウムを開くなど一般社会に成果を還元した。英文マガジンの発行やメディア懇談会の開催など定期的な情報提供や機構所属の研究者による新書刊行の支援等は、研究資源の幅広い公開・広報活動として評価できる。フランス社会科学高等研究院のリエゾンオフィス開設によるネットワーク作りの準備、人文系研究成果の社会還元を強化し、若手のキャリアパス

を提示する「人文知コミュニケーター育成事業」に向けてのプログラムの検討も期待される。

(4) その他特記事項

6機関約250名の研究者の情報は、貴重なデータベースであり、今後のさらなる活用が望まれる。情報発信のリンク先の開拓に際して、専門家だけでなく、人文系研究者の海外の知人、特に人文系研究者の友人等のコネクションとネットワークを活用し、幅広い意見の集約と活用が望まれる。若手研究者の新たなキャリアパスを提示する人文知コミュニケーター育成事業では、育成プログラムの検討が進められている。広報マインドとスキルを有した研究スタッフの育成は、人文系研究成果の社会還元強化に重要だが、欧米先進地域に比べてわが国は遅れを取っていた。機構本部で新年度に予定されている若手研究者の採用と育成開始に期待したい。

3. 次年度に向けた意見、提言

高度連携システム・機関リポジトリ・研究者データベースの相互連携の深化による、より統合的なシステム構築が望まれる。新しい情報発信の仕組みを積極的に活用し、利用者の利便性のさらなる向上が要望される。また、内容の充実とともに、周知の機会を増やし、利用度を高める工夫が必要とされる。フロー型、ストック型、ポータル型の各事業全体の情報共有や連携等、横断的な視点も必要。ストック型の「研究成果の可視化システム」はフロー型にも活用でき、ポータル型の「人文系学術機関へのリンク集英語版」はフロー型に応用できる。一方、「NIHU Magazine」や「ニューズレター」など多様な媒体による情報発信の認知度は比較的低く、事業の特性を活かして認知度を高める努力が求められる。海外研究機関との連携を強化し、機構ウェブサイトの英語化による日本固有の伝統文化の魅力を伝える情報発信が望まれる。