

# (ノート) 東京大学における研究成果の国際広報

## ～UTokyo Research の活動報告～

高祖 歩美<sup>1</sup>, 南崎 梓, マックアイ・ユアン<sup>1</sup>

### Global research promotion at the University of Tokyo:

### A report on UTokyo Research

KOSO Ayumi<sup>1</sup>, MINAMIZAKI Azusa, MCKAY Euan<sup>1</sup>

#### Abstract

There is increasing pressure on Japanese universities and research institutions to actively promote their research outcomes to global audiences. One factor driving this phenomenon is increasing global competition among states and organizations for highly-qualified individuals. The University of Tokyo (UTokyo) has set itself the task of becoming a “world-leading center of knowledge” and there is an awareness within the university of the need to reach a wider audience both domestically and globally to achieve this objective. The university’s Public Relations Office established “UTokyo Research” in 2010 to promote the university’s research domestically and internationally and to nurture personnel able to support the dissemination of research outcomes. This paper introduces the origin and development of UTokyo Research and the efforts of the university’s Public Relations Office to promote research outcomes in English to a global audience.

Keywords: public relations, content production, research outcomes, press release, media relations

#### 1. はじめに

わが国の大学や研究所では、国内だけではなく、国外へも研究成果を積極的に発信する必要性が高まりつつある。その背景には、世界的に優秀な人材を獲得する競争が国や組織レベルで展開されている実情がある。例えば、政府は世界中から人材が集まる開かれた研究拠点(「世界トップレベル研究拠点」)を形成する施策や 2020 年までにわが国への留学生数を 30 万人に増やす(「留学生 30 万人計画」)施策を進めている<sup>1)</sup>。

東京大学でも「世界を担う知の拠点」を掲げており、この目的を達成する上では、国内だけではなく、国外へも研究成果を積極的に発信すること、そのような人材を育成することが欠かせないとの認識がある。そこで、東京大学の本部広報<sup>2)</sup>では、2010 年から研究成果を広く国内外に発信するための取り組み、「UTokyo Research (ユートーキョー・リサーチ)」<sup>3)</sup>を行ってきた。UTokyo Research の目的は、東京大学の構成員による優れた研究成果を広く紹介することである。特に、海外メディアや、これから東京大学で学ぼう、あるいは研究しようとする外国人への専門的な情報の窓口としての役割を果たそうとするものであり、これまでウェブサイトを中心に展開してきた。自然科学から人文社会科学までの幅広い学術分野の研究成果を対象としている点や日本語に加えて英語でも情報を発信している点が特徴である。本稿では、UTokyo Research の成り立ちから現状までを報告し、英語による国外への研究成果を発信しようとする大学広報の取り組

---

2014 年 3 月 10 日 受付 2014 年 5 月 10 日 受理

所 属:1. 東京大学本部広報室

連絡先: utokyo-research@ml.adm.u-tokyo.ac.jp

みを紹介する。

## 2. UTokyo Research の必要性

UTokyo Research の検討を開始した 2010 年当時、東京大学からの研究成果を発信する体制には 2 つの大きな問題があった。それらは、1) 東京大学全体の研究活動や成果がまとまって見られる場所が存在しなかったこと、2) 東京大学全体として、国外へ向けた研究成果の発信が乏しかったことであった。当時、東京大学全体として研究成果に関する情報発信は、プレスリリース<sup>4)</sup>とその一覧のうち、学部や附置研究所など(以下、部局)<sup>5)</sup>から依頼のあったプレスリリースについて記事として紹介するコーナー(「学術情報」)により行われていた。つまり、「学術情報」は東京大学から配信されるプレスリリースの部分集合を掲載するコーナーであった。しかし、後述するように、東京大学からのプレスリリースは部局がそれぞれ独自のフォーマットを用いて作成していたため、プレスリリースの一部をそのまま掲載していた「学術情報」の記事は、部局はもとより執筆者によって難易度のばらつきや情報の過不足が生じていたこと、英語の記事がないこと、掲載の希望が少なく記事数が増えないことなどの問題を抱えていた。また、コーナー全体としては大学の規模に比べて、記事数と分野の幅が限られていた。

このような状況は、研究成果の情報発信を取り巻く環境に依るところが大きかった。本部広報が扱う情報には研究成果に関する情報の他、大学運営に関するもの、学部や大学院の入試関連のもの、各種イベント、不祥事や訃報など多岐にわたる。そのため、研究成果に特化して東京大学から出てくる幅広い分野の研究成果と評価基準の異なるさまざまな学問分野の研究成果の価値を判断できる体制はなく、部局からの依頼を受けて研究成果を「学術情報」に掲載する「受け身の情報発信」はやむをえなかった。一方で部局では、それぞれ異なる基準で「学術情報」への記事掲載を依頼していた<sup>6)</sup>。結果として、「学術情報」には一部の部局の研究成果が多く掲載されるが、ニュースバリューの高い研究成果が掲載されないという偏りがしばしば生じていた。もちろん、部局単位で研究成果を発信する取り組みは UTokyo Research が始まる前から独自に行われていたが、それらは部局ごとに濃淡があった。また、部局からの発信は、東京大学全体としてのメッセージとは目的や対象が異なる場合もあり、東京大学の研究成果を発信するという観点では本部広報の取り組みは十分ではなかった。

## 3. UTokyo Research

### 3.1 誕生

これらの問題を解決するために、本部広報に博士号を取得した人材を専属のサイエンスコミュニケーターとして迎えた。その後、日本語での読み書きが堪能であり、科学的な知識も兼ね備えた英語ネイティブが加わり、広報担当の教員(広報室長)のもとで、東京大学全体の研究成果を内製かつ日本語と英語で国内外に発信する取り組みが動き出した。このような体制ができたことで「学術情報」には、サイエンスコミュニケーターが編集した概要文、研究者の所属する部局の情報や論文情報が含まれる日本語の記事と、対応する英語の記事が掲載できるようになった。

また、本部広報で記事用のテンプレートを作成して、記事に掲載する情報を統一した。これによって、記事の体裁が整い、質のばらつきも改善されていった。しかし、「学術情報」という場が提供する仕組み上、本部広報が発信する研究成果を主体的に決められるような、そして本部広報が独自にコンテンツを作れるような体制が整っていなかったため、依然として部局からの依頼を受けて記事を掲載する「受け身の情報発信」は続いていた。結果として、「学術情報」の分野の偏りという問題は解決できなかった。そこで、本部広報が主体的に研究成果を発信できる新しい仕組みとして「UTokyo Research」の活動が始まった。

### 3.2 主体的に研究成果を発信する仕組み

主体的に研究成果を発信する、といった場合に少なくとも1)取り上げる研究成果を決めるという主体性と 2)実際にコンテンツを自分たちで作るといった主体性の2つが考えうる。UTokyo Research の場合もこれらの観点から、主体的に研究成果を発信する仕組みを試行錯誤しつつ整えてきた。まず、取り上げる研究成果を決めるという主体性については、2つの方法を試した。一つは、異なる研究分野の複数名の研究者、UTokyo Research の2名と広報室長とからなる選考委員会(10名前後)を設けて、この選考委員会の場で取り上げる研究成果を選定する方法である。もう一つは、部局の広報担当者による推薦や学内での聞き取り調査、学内の講義やイベントで収集した情報などを参考に、その都度、広報室長や取り上げる研究分野を専門とする研究者に相談しながら取り上げる研究成果を決める方法である。後者は前者に比べて、選考委員会の立ち上げや開催、調整等の事務作業が軽減される利点があった。一方で、前者は複数の異なる研究分野の研究者によって幅広い学問分野をカバーできること、またそれぞれの研究者の意見を同時に聞くことができるため、評価基準の異なるさまざまな学問分野の研究成果の価値を判断しやすい利点があった。UTokyo Research 立ち上げ当初は両方を実践していたが、現在では後者の比重が高い。

次にコンテンツを自分たちで作るといった点については、企画、調査や取材、そして執筆も翻訳もすべて内製する方法と、企画、調査や編集は内製し、取材や執筆は専門のサイエンスライターや事業者へ依頼し、翻訳も外注するという方法を試した。前者は個人のスキルが磨かれる利点や限られた予算の中では経費を削減できる利点があった反面、一つ一つの記事作成に時間がかかり、記事数が増えづらい欠点があった。UTokyo Research の立ち上げ当初は、学内の認知度もそれほどなく、従来の「学術情報」のように記事数が伸び悩み恐れがあったことや記事の執筆を依頼できるサイエンスライターの数も限られていたため、すべてを内製する方法を実践していた。しかし、時間とともにUTokyo Research の活動が広がりを見せ、コンテンツ数の問題が解消され、サイエンスライターのネットワークも広がり、企画の立案と編集を自分たちで行う方法にシフトして、現在ではすべてを内製することはほとんどない。

### 3.3 コンテンツ数を増やすプレスリリースとの連携

先述したように、UTokyo Research の活動が始まる以前はプレスリリースのフォーマットは部局ごとに異なっていた。そのため、部局によっては、プレスリリースに記載していない情報を新たに本部広報の「学術情報」用に用意しなければいけない、という手間が生じていた。このような手間が、記事数の伸び悩みにも関係しているようであった。そこで、部局が作るプレスリリースの情報をUTokyo Research のコンテンツ(「Research News」)としても再利用できるようプレスリリースのフォーマットを全学で統一し、プレスリリースのフォーマットと「Research News」のテンプレートを整合するようにした。プレスリリースの記入項目や、大学や各部局のロゴの位置は、本部広報に加えて部局のプレスリリース担当者やウェブサイト担当者の聞き取りや座談会を通して決めた。具体的な記入項目は、タイトル、発表者、発表のポイント、概要文、本文、論文情報、用語解説、問い合わせ先などであり、特に概要文は、一般紙の記者が読んで理解できるような難易度に設定して、UTokyo Research の日本語コンテンツとしても再利用できるようにした。このおかげもあって、今ではUTokyo Research の記事カテゴリのうち「Research News」の掲載数が最も多く、記事数の伸び悩みという問題は解消された。

### 3.4 ウェブサイトの立ち上げ

上述の作業と並行して、作成したコンテンツを公開するウェブサイトの構築も進めた。UTokyo Research のウェブサイトのデザインや見せ方などは、研究成果などを紹介するサイトとして当時評判が高かった国内外の複数の大学や研究機関のウェブサイト<sup>7)</sup>を参考にした。具体的には、後述するように特集記事を含む3つのカテゴリに記事の種類を増やし、トップページや記事ページで用いる画像の大きさを変更した。特集記事の画像は大きく、その他の記事は小さく表示し、視覚的に記事の種類や重要性が瞬時に区別できるようにした。

また、ウェブサイトの立ち上げにあたり、記事の作成やウェブサイトの運営を専門の事業者が提供する既存のパッケージにのせて行くことを検討した。しかし、サイエンスライティングやウェブサイト運営のノウハウを本部広報で習得し育成

できる可能性を残すために、編集や記事を作成する機能と記事用のウェブページを作成する機能は、本部広報に置くこととして、UTokyo Research のウェブサイトは 2011 年 10 月に立ち上がった(日本語: <http://www.u-tokyo.ac.jp/ja/utokyo-research/> 英語: <http://www.u-tokyo.ac.jp/en/utokyo-research/>, 図1)。

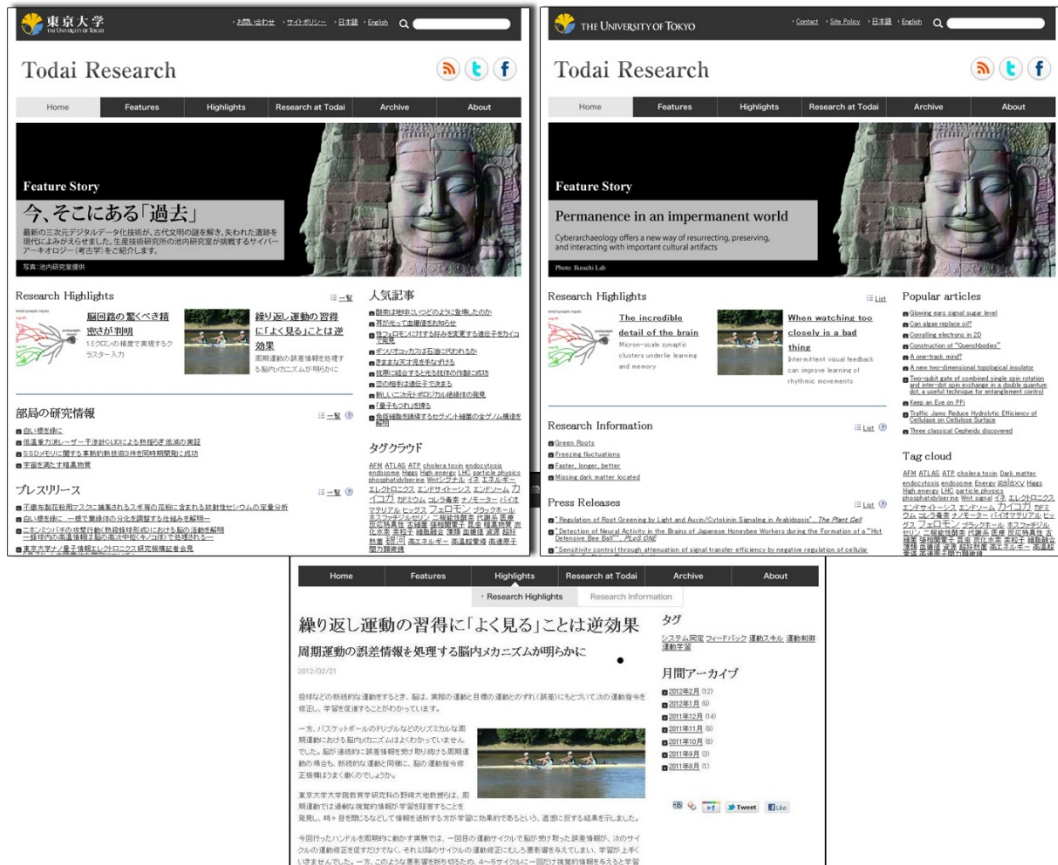


図 1 2011 年当初のウェブサイトの様子. 左: 日本語サイト. 右: 英語サイト. 下: 日本語の記事.

### 3.5 ウェブサイトの構成

2014年2月現在のウェブサイトのトップページには、左端に3種類の記事のカテゴリ名 (Feature Stories, Research News, Editor's Choice, 表 1, 図 2) がそれぞれ、黄色、水色、紫色の三角模様の中に並んでいる。いずれかの文字列をクリックすると、そのカテゴリに属する記事だけに絞り込んで表示できる。そして、カテゴリ名のすぐ右隣にウェブサイトに掲載している記事をパネルとして掲載日の新しい順番に列挙している<sup>8)</sup>。各パネルは、記事のカテゴリ名、掲載日、記事のサムネイル画像、タイトルから構成されている。パネル内のサムネイル画像を一番大きく見せることで、視覚的に訴えかける工夫を凝らしている。それぞれの記事の詳細を閲覧するためには、パネル内でクリックする。カテゴリ名の下にある「Discover」の文字列をクリックすると、部局や掲載年月から記事を絞り込める。また、その下の「Newsletter」の文字列は後述する UTokyo Research ニュースレターを購読するための登録フォームへのリンクである。その他にもトップページの右上には、RSS や日英切り替えボタンなどの各種リンクやサイト内検索のための検索ボックスを設置している。

3つの記事のカテゴリについて「Research News」は従来の「学術情報」と同じように部局からの依頼を受けて掲載するものであり、単独の論文や研究成果の発表を紹介する短い記事を掲載している。「Research News」の記事は、タイトル、本文、プレスリリース情報(プレスリリースを行っている場合のみ)、論文情報、部局情報、成果を表す画像(1点)、複数のキーワードから構成される。和文は約 500 字で英文は約 300 ワードの長さを目安にしている。研究者自身が先述のテン

プレートに日本語と英語で必要情報を記載して、提出し、本部広報による編集を経てウェブサイトに掲載している。「Research News」の記事は、ほとんどがプレスリリースを伴っている研究成果であるが、論文の解禁までにプレスリリースが間に合わなかったが、何らかの形で発信したいという要望の受け皿となっている。当初は、英語の記事掲載は任意であったが、2013年の夏頃より必須とした。2014年2月現在、21部局による231件の記事を掲載している。

表 1: UTokyo Research ウェブサイトのコンテンツ

カテゴリ名	記事内容	作成者	文字数
Research News	単独の論文や研究成果の発表を紹介する短い記事	部局の研究者 (テンプレートの利用)	和文: 約 500 字 英文: 約 300 ワード
Editor's Choice	キーワード解説や一つの論文や成果発表では伝えきれない研究の深みを伝える記事など多様な記事	企画・編集: 本部広報 執筆・翻訳: 専門の事業者やライター, 部局の研究者	和文: 約 1000~1500 字 英文: 約 500~800 ワード
Feature Stories	分野横断的な取り組み、部局等の組織や大型プロジェクトの研究活動を紹介する特集記事	企画・編集: 本部広報 執筆・翻訳: 専門の事業者やライター	和文: 約 3000 字 英文: 約 1500 ワード

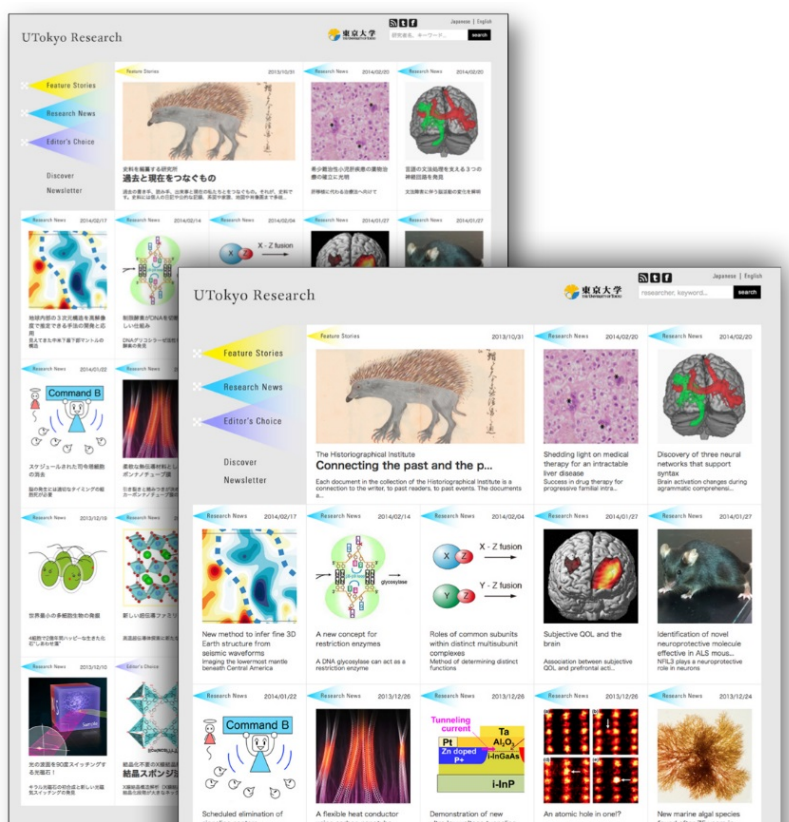


図 2 2014年2月現在のウェブサイトの様子. 左: 日本語サイト. 右: 英語サイト.

「Editor's Choice」は、本部広報が主体的に作成する記事カテゴリの一つで、キーワード解説や一つの論文や成果発

表では伝えきれない研究の深みを伝える記事など多様な記事を実験的に掲載する場として位置づけている。「Editor's Choice」で取り上げる研究成果は、UTokyo Research の2名と広報室長がその都度、取り上げる研究分野を専門とする学内の研究者や部局の広報担当者に相談し選定している。「Editor's Choice」の記事は、和文は専門のサイエンスライターや研究者に依頼し、英文は専門の事業者や翻訳者に翻訳を依頼し、本部広報で和文と英文の編集とウェブ掲載を行っている。「Editor's Choice」の和文は約1000～1500字で英文は約500～800ワードの長さであり、2014年2月現在、15部局による36件の記事を掲載している。

同様に「Feature Stories」も本部広報が主体的に作成する記事カテゴリの一つで、分野横断的な取り組み、部局等の組織や大型プロジェクトの研究活動を紹介する特集記事を掲載している。「Feature Stories」で取り上げるテーマも「Editor's Choice」と同様に UTokyo Research の2名と広報室長がその都度、取り上げる研究分野を専門とする学内の研究者に相談し選定している。加えて、この選定にあたっては、後述する聞き取り調査で明らかになった英字メディアの関心テーマ（例えば、再生医療、高齢化社会）や恒例となっている年間のニュース（例えば、8月ごろは終戦記念日、3月ごろは東日本大震災）などを意識するよう心がけている。「Feature Stories」の和文は約3000字で英文は約1500ワードの長さで、「Editor's Choice」と同様に専門のサイエンスライターや翻訳者に和文と英文の作成を依頼している。2014年2月現在、9部局による13件の記事を掲載している。

### 3.6 ウェブサイトからの発展

ウェブサイトを中心に始まった UTokyo Research の活動は、今では多方面に広がっている。まず、ウェブサイトに掲載した記事は、東京大学の公式 Facebook や Twitter などの SNS<sup>9)</sup> に配信される。その他にも2012年の終わり頃からは週1回の頻度でニュースレターの配信を始めた。事前に登録したメールアドレスに、前の週に新しく追加された記事のタイトルや内容、部局情報が購読者に届くという仕組みである。これらの情報は基本的に「Research News」用のテンプレートに記入された情報を再利用して作成し、ニュースレター開始当初足りていなかった情報（研究成果の内容を説明する1～2行程度の文章）は、テンプレートに新しい記入項目を追加することにより対応した。ニュースレターは2014年2月現在、日本語と英語の両言語での配信は350名以上の購読者に、日本語または英語どちらかの言語での配信はそれぞれ50名以上の購読者に向けて行っており、購読者は毎月増えている。

次に、ウェブサイトで公開した記事を再利用して印刷物を作成している（図3）。例えば、イベントの開催に合わせて作成した「Feature Stories」の記事は、パンフレット版も用意して、イベント告知の媒体として全学のイベントや広報センターなどで配布している。その他にも、1年間にウェブサイトに掲載した記事の中から視覚的に魅力的な画像を集めた冊子（「Visible Questions (ビジブル・クエスチョンズ)」）を作成している。この冊子は、東京大学で生まれる研究成果を視覚的に紹介することで、普段は研究にそれほど関心や興味をもっていない層や高校生などの層に訴えかけようという試みである。冊子のタイトルにも示唆されているように、それぞれの画像には関連する質問を1問（同じ内容の質問をそれぞれ日本語と英語で）用意して、質問の解答は画像が掲載されているウェブサイト上の記事を読めば分かるように設計している。これによって読者が冊子からウェブサイトへ、そして関連した研究成果へも興味を広げていくことを期待している。

最後に2013年から、研究の“現場を体験する (on site)”イベント「UTokyo Research, on site」(以下、オンサイト)を開催している。このイベントは、駐日の海外メディアや大使館の科学技術アタッシュ等を本学に呼んで研究の現場を見せる英語のシリーズ企画である。実際に東京大学を、そして研究の現場である研究室を訪れてもらうことで、駐日の海外メディアや大使館の科学技術アタッシュが東京大学に親しみを持ち、彼らと研究者や大学関係者が良好な関係を構築することを目的に開催している。2014年2月現在までに年に2回のペースで半日のイベントを3回企画した(表2)。

オンサイトは、座学、研究室見学と懇親会の3部から構成される。まずは各会のテーマに関係する研究分野を横断的に俯瞰する話を聞く。次に、参加者は複数のグループに分かれて2～3の研究室を見学する。見学先の研究室では、実験のデモンストレーションや装置の説明、紹介などが行われる。そして参加者と、座学や研究室見学を担当した研究

者や、大学関係者との懇親会の後に終了する。オンサイトの様子は、本部広報で「Editor's Choice」の記事としてまとめて報告している<sup>10)</sup>。各回で取り上げるテーマや研究の内容は、その都度、異なる研究分野の複数名の研究者と本部広報との協議により設定してきた。手探りで進めてきたオンサイトも3回目を開催して、会の形や進行が決まってきた。また、参加者の満足度を調査するため、イベント後にアンケートを実施し、各回のテーマ設定や運営がおおむね好評であることを把握している。



図3 これまでに作成した印刷物。

表2: U-Tokyo Research, on site の概要

回数	英語タイトル	日本語タイトル	開催日
第1回	Japanese medical technology R&D: from interdisciplinary cooperation to clinical application	日本の医療技術の研究開発: 分野を超えた共同研究が医療を変える	2013年1月8日
第2回	Saving tomorrow by preparing today: Today's approach to total disaster management	防災に備えて今できること: 東京大学における防災の分野横断的なアプローチ	2013年7月5日
第3回	Top-down, bottom up: Neuroscience at the University of Tokyo	トップダウン、ボトムアップのアプローチで脳に迫る: 東京大学の神経科学研究	2014年1月30日

### 3.7 学内への働きかけ

これら U-Tokyo Research の活動は全て本部広報だけで行ったものではなく、部局の広報担当者や研究者の協力が欠かせなかった。関係者の協力を得るために、学内への働きかけも継続的に行っている。例えば、ウェブサイトを開設した際やパンフレットを作成した際などには、科所長会議で報告し、学内の広報誌で取り上げてもらい学内における U-Tokyo

Research の認知度の向上に努めている。また、部局の広報担当者が一堂に会する全体会議を定期的に開催し、部局の広報担当者を個別に訪問して活動の周知や意見交換を度々行っている。徐々に UTokyo Research の学内での認知度は高まり、全学をあげた活動として現在に至るまで多くの関係者の協力を得て取り組んでいる。

#### 4. まとめと課題

一般的に文系よりも理系の研究成果はプレスリリースやアウトリーチ活動が盛んという事情を反映するように、UTokyo Research のウェブサイトでも理系の研究成果を紹介する記事が文系のそれよりも圧倒的(90%以上)に多い。文系の分野では、成果発表の一環として論文よりも書籍を出版することが多いという実情を鑑みて、2013 年の夏頃から「Research News」に書籍を紹介する記事を掲載している。書籍の紹介用には論文発表用とは別のテンプレートを用意している。しかし、書籍紹介の件数はまだ少なく軌道には乗っていないため、本部広報から各部局へ出かけていくなど、積極的な働きかけで文系の研究成果の紹介を増やすことが必要と感じている。

UTokyo Research のミッションの一つでもある、「海外メディアに向けて東京大学からの研究成果の発信」を強化する点については、日本の英字メディアを対象に行った聞き取り調査<sup>14)</sup>によって UTokyo Research から発信する情報の有用性を確かめた。UTokyo Research の記事はどれもプレスリリースや成果発表に遅れて掲載されるため、プレスリリースや成果発表に紐づいている「Research News」の記事内容が直接英字のニュースにつながる可能性や一次情報として利用される可能性が低いことが示唆された。他方で、「Feature Stories」の記事は即時性を問わない特集記事の題材として有益であるという意見が聞かれ、実際に、この聞き取り調査がきっかけで「Feature Stories」の記事内容が後に英字新聞の報道につながった。

東京大学全体として、国内へ向けた日本語による研究成果の発信は、プレスリリースと UTokyo Research のウェブサイトの両輪で行っている。一方、国外へ向けた英語による研究成果の発信は、UTokyo Research のウェブサイト単独で行っている。つまり、現在の東京大学では、学術論文の解禁前にメディア等に英語で研究成果の情報を提供する体制は整っていない。しかし、学術論文という形で研究成果を発表することの多い自然科学分野の研究成果を国外へ向けてより強力に発信していくためには、論文の解禁前に情報を提供する仕組みが欠かせない。そこで、既存の UTokyo Research の枠組みの中で、「Research News」に掲載されるような内容が直接、ネットや紙を媒体とした専門性の高い海外メディアの速報性の高い英字のニュースにつながったり、一次情報として利用されたりするような仕組みを整えていきたいと考えている。

次に、UTokyo Research の多岐にわたる活動をウェブサイトへのアクセスという観点から見てみる。表 3 で示すようにウェブサイト開設 1 年目と 2 年目における UTokyo Research のウェブサイト累積訪問数は、日本語サイトも英語サイトも増加傾向にあることが分かる。また、日本語サイトの訪問数は英語サイトの約 2.5 倍である。過去 2 年半の国別の訪問数データによると、日本語サイトの 90%以上が国内からのアクセスであり、英語サイトでは、国内からのアクセスが 20%弱、次いで米国からのアクセスが 15%強、残りは、ヨーロッパからのアクセスも見られるもののアジア圏からのアクセスが大半を占めている。英語サイトは、これまで世界 107 カ国からのアクセスが認められた。さらに、UTokyo Research のウェブサイトは日本語、英語ともに学外からのアクセスが 90%以上を占めている。これらのアクセス数から、UTokyo Research による研究成果の発信は徐々に浸透しつつある様子がうかがえる。

UTokyo Research の活動の評価という点では、聞き取り調査やアクセス数以外の指標で評価することも今後の課題である。2013 年の夏ごろから海外メディアや出版社との人的な交流や関係構築にも努めてきたが、これらの効果は必ずしもアクセス数には反映されない。これらの人的な関係の構築が進んできたことで、UTokyo Research 宛に海外メディアからの問い合わせが増えてきた実感はある。全学的な国外からの問い合わせ件数や訪問者数への影響や、「世界を担う知の拠点」形成への貢献度合いをいかに客観的に評価していくかは、今後の課題である。

表 3: UTokyo Research ウェブサイトの累積訪問数



期間	日本語サイトの訪問数	英語サイトの訪問数
2011年10月～2012年9月（1年目）	82,410	31,968
2012年10月～2013年9月（2年目）	96,532	39,306

このように、1) 東京大学全体の研究活動や成果がまとまって見られる場所が存在しなかったこと、2) 東京大学全体として、国外へ向けた研究成果の発信が乏しかったことを解決しようとする目的を達成するために、本部広報が主体性を発揮できる UTokyo Research の仕組みを整えてきた。しかし、上述のような課題も抱えており、今後はこれらの解決に取り組み、英語による研究成果の発信を強化していきたいと考えている。

最後に UTokyo Research の活動は、部局の広報担当者、研究者や学生など東京大学の多種多様な構成員と学外の関係者の協力により支えられている点を強調したい。このようにしてみなで取り組んだ結果、今では UTokyo Research のウェブサイトは大学が課題としていた、「東京大学全体の研究活動や成果がまとまって見られる場所」として機能できるようになりつつある。東京大学の取り組みはまだ道半ばであるが、本稿が大学や研究所における国内外の研究成果の発信を考える一助となれば幸いである。

## 謝辞

本稿の執筆にあたり、東京大学理事 江川雅子氏と同大学院工学系研究科教授(広報室長) 吉村忍氏から貴重な意見やコメントをいただいた。ここに感謝の意を表す。

## 注

- 1) 「世界トップレベル研究拠点 (<http://www.jsps.go.jp/j-toplevel/>)」, 「留学生 30 万人計画 ([http://www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/20/07/08080109.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/20/07/08080109.htm))」。
- 2) 本稿で本部広報とは、定年制の承継職員から構成される本部広報課と、広報担当教員と有期雇用職員から構成される広報担当理事直下の広報室とを包括する概念として用いている。
- 3) UTokyo Research は当初 Todai Research の名前で開始され、2013 年 12 月に現在の名称に変更された。
- 4) 以下、特にことわりがない限り、日本語のプレスリリースを意味する。また、東京大学として行うプレスリリースは、すべて本部広報を通して大学記者会や科学記者会、その他のメディアへ発信している。
- 5) 本稿で部局とは、「研究科・学部」、「附置研究所」、「全学センター」、「国際高等研究所」を含む 41 の組織をいう。
- 6) 現状も部局ごとに基準は異なっている。
- 7) ケンブリッジ大学 (University of Cambridge Research, <http://www.cam.ac.uk/research/>)、マサチューセッツ工科大学 (MIT News Office, <http://web.mit.edu/newsoffice/>)、スタンフォード大学 (Stanford News, <http://news.stanford.edu/>) や理化学研究所 (Riken Research, <https://www.rikenresearch.riken.jp/>) のウェブサイトを参考にした。
- 8) ただし、Feature Stories の最新記事が冒頭に表示され、その後は時系列順である。
- 9) Facebook のアカウントは以下のとおり。日本語:<https://facebook.com/UTokyo.News>, 英語:<https://facebook.com/UTokyo.News.en>。Twitter のアカウントは以下のとおり。日本語:[https://twitter.com/UTokyo\\_News](https://twitter.com/UTokyo_News), 英語:[https://twitter.com/UTokyo\\_News\\_en](https://twitter.com/UTokyo_News_en)。
- 10) 各回の記事は以下の URL で閲覧できる。

第1回 日本語:<http://www.u-tokyo.ac.jp/ja/utokyo-research/editors-choice/first-todai-research-on-site/>

英語:<http://www.u-tokyo.ac.jp/en/utokyo-research/editors-choice/first-todai-research-on-site/>

第2回 日本語:<http://www.u-tokyo.ac.jp/ja/utokyo-research/editors-choice/second-todai-research-on-site/>

英語:<http://www.u-tokyo.ac.jp/en/utokyo-research/editors-choice/second-todai-research-on-site/>

第3回 日本語:<http://www.u-tokyo.ac.jp/ja/utokyo-research/editors-choice/third-utokyo-research-on-site/>

英語:<http://www.u-tokyo.ac.jp/en/utokyo-research/editors-choice/third-utokyo-research-on-site/>

11) 紙面やウェブサイトを中心に英字で情報を発信する日本の英字メディア7社に聞き取り調査を依頼し、うち4社との聞き取り調査の結果に基づく。