取材する側からみた大学

山本　恵子（ＮＨＫ社会部）

ただいまご紹介にあずかりました山本恵子と申します。現在、ＮＨＫの社会部で文部科学省の担当をしております。山本先生とは，高等教育の勉強会に参加させていただいた時に知り合いました。その後、いろいろなことで、ご指導をいただいているところです。

私は1969年生まれの34歳です。大先輩の皆様方を前に、何かを伝えるということ、何か教えるというようなことはできないと思います。ただ、文部科学省の担当となり、３年目になりました。その間に、法人化ですとか様々な高等教育の改革というものを、一記者として取材しております。何かそういったことの経験から皆様の参考になることがあればと思いまして、今日はここに立たせていただいております。

金沢にいた時、２年間は小松の報道室にいました。その後は、金沢の市政などもやっており、大学についてもいろいろやりました。金沢大学の学長選挙を取材させていただきまして、地方の大学というのもみせていただきました。そのご縁もありまして、先日、法人化の時には、東京農工大と金沢大学をとりあげさせていただきました。産学連携に最も近い大学と、地方の大学ということで、それぞれの課題というものを比較して放送させていただきました。取材をさせていただいている一記者として、大学の皆様に本当にお世話になっていますが、まずは電話での取材の申し込みといったことが非常に多いと思います。あとは、記者クラブにいて、皆様からお持ちいただく資料の中から、どういうふうに取材をしようかという形での接触が多いわけです。

少しお聞きしてみたいのですが、この中で記者と付き合ったことがあるといいますか、取材を受けたことがあるという方は、どの位いらっしゃいますでしょうか。ありがとうございます。やはり、少ないですね。そういうことですので、多分、皆様の部署に記者から急に電話がかかってきた時に、どうしたものかと思われることもあるかと思います。そういう時にどうしたらいいかなどについて、今日はお話させていただきたいと思います。

まずお配りしたレジメをご覧下さい。９月の末に９８の国立大学が中期目標、中期計画を文部科学省に出しました。それを私たち文部科学省の担当の記者が全部読みまして、どういう中期目標等を出しているのかということを報道させていただきました。ＮＨＫ社会部には文部科学省の担当が３人おりますので、１人あたり３０プランを読みました。その時、私はちょうど一橋大学から奈良教育大学までについて読んだのです。３０校分を読んでみまして、どうだったかということを少しお話したいと思います。私たちの仕事というのは、それぞれの大学をみるというよりは、まずはザーッとみてみる。そして、その中で何が面白いかとか、特徴は何かというのを読みとることが多いのです。その中で特徴のあるもの、面白いもの、または課題が

あるところを取り上げていきます。ですから、まず全部を比較して読むという仕事があります。３０大学のプランを読ませていただいた結果思ったのは、チャンスをうまく生かしている大学と、生かしてない大学があるということです。

例えばＸ大学の目標というところをみていただくと、「教育に軸足を置いた教育・研究大学として深い専門知識、広い視野と総合的な判断力を備えた人材の育成を目指す」となっています。また、さらに次には、「独創的、先進的研究の拠点として知の創造と統合に努め、人類と社会の幸福と発展に貢献します」と書いてあります。しかしどうでしょうか。これを、例えばＸ大学を消して、他の大学にしてもあまり変わらないというのが率直な感想でした。いろいろと考えていらっしゃるところはあるはずなのに、どうなのかなと思いました。ただし、大学の規模ということもありますので、難しいのかなとも思います。それでも、目標としてはっきりと、この大学は何がやりたいのかということが読めません。もったいないと思った例です。

逆に、例えば福井大学の場合、福井はご存知の通り原発が沢山あります。前文のところなど、いたるところに原発があるということで、高エネルギー医学などの地域の特性を踏まえた大学として頑張ります、といったようなことが書いてあります。大学としてどうするのかということが明確に受け取れたと思います。

またＹ大学も、もったいないと思った例です。今、教育大学の統合が言われている中で、教育大学の頑張りがみせどころということがあります。読んでいきますと、非常に高尚な目的といいますか、「教育とは」ということが書いてあります。しかし、ではどうするのかという数値目標があまり入っていません。本当にやる気がある教育養成系の大学として、例えば鳴門教育大学は、こういうふうに変わってきているということで、数値目標をバンバン入れて書いています。

またＺ大学をみると、書き方からしまして、「目指します」とか、「取り組みます」とか、意識表明のようになっています。いわゆるマニフェスト型になっているということです。誰に向かって書いているのかということがわからない。文部科学省に「こういうふうにやりますよ」と言っているのでしょうけれども、それと同時に、読み手にちゃんと伝わるように書いてあれば、それは書き方からだけでもわかります。ちょっと読んでみようかなという気になるというのがありました。

レジメの一番最初にも書いておきましたが、要は、ユーザー・オリエンテッドの大学運営の徹底ということです。国立大学も法人化で、うかうかしていられないということで、ついに顧客主義といいますか、ユーザー・オリエンテッドという言葉が出てきました。文部科学省に言われて出す文章なのですが、文部科学省の人だけが読むわけではありません。私たち記者も読むのです。そして、それを一般の視聴者ですとか読者に伝えるということを、頭に入れているのと入れていないのとではこれだけ違うということです。なかなか皆様も国立９８大学、私立大学ですと７００超の大学の計画書を読むのは難しいと思います。常に比較して、その中で特徴のあるものを探す私たちの立場からすると、せっかくいいことを思っていたり、いいものがあるのに、なぜこういうことをもっと表に出さないのだろうと思うわけです。とてももったい

ないと思うことが非常によくあります。例えば、もったいなかった例を申しますと、農工大は取材をさせていただくと非常に面白いことを考えているのですが、文章になって出てくると普通になってしまう。実際に会って取材に入っているところのインパクトに比べますと、文章になると面白くなくなってしまうのです。せっかく出すのだから、一般の人の目に触れる、自分たちの意思表明をする機会だというふうにとらえて出さないと、非常にもったいないということです。この間も記者の間で話していたのですが、新聞の論説欄に、せっかくだから国立大学の中期目標をもっと打ち出せばよかった、ということが書いてありました。全くその通りで、特徴のある大学とか、数値目標のある大学が少なすぎて、記事として取り上げられるところが少なかったということなのです。それが、３０大学分を読んだ記者としての実感です。週末をつぶして読むわけです。全部プリントアウトしたら、それだけでも６００ページになります。せっかくこれだけ一生懸命読ませていただいたのなら、次には絶対にこの大学に取材に行って、これをやりたいというような、そういったメッセージが仕込まれていてもよかったかな、というふうに個人的には思っています。

次に、書きぶりから垣間みえる「大学の内情」についてです。本当はやりたいことが一杯あるのに、教授会などを経ていくうちに、書けるのは角をとってこんな感じかな、というのが、大学を取材しているとわかります。そうした大学の内情をみると、やはり、この位までしか書けなかったのかな、というのはあるわけですが、学長がリーダーシップをとっているとか、本気になっているところは、そういう中でも書きぶりが違いました。一事が万事といいますか、全部こういった文章にも出てくるものなのだということは思いました。

今度、１２日、１３日と国大協の総会があります。その時に合わせて、皆様にもご協力いただいたかと思いますが、法人化に向けてのアンケートを取らせていただきました。その結果、どう変わる国立大学ということで、「おはよう日本」の中で報道することになりました。取り組みとして、ユーザー側に立っていた広島大学と、産学連携で取り組む農工大を取り上げさせていただくことになりました。そういうときどうやって対象を決めるのかといいますと、本当に面白いものが撮れるのかということでやるわけです。

皆様ご関心があるかと思いますが、１０月２４日に構造改革特区の中で、株式会社の学校経営の参入が認められました。そして、１０月３１日にＬＥＣ（リーガルマインド）とデジタルハリウッドが文部科学省に大学院の設置認可申請をしました。予定通りにいけば２月に設置認可されるわけです。その時に、多分これで大学というのも変わってくるだろうと思ったことがいくつかありましたのでご紹介します。構造改革特区になった時にリーガルマインドの広報の方が記者クラブに持ってきた資料をみると、「本日特区認定を受けた、株式会社による大学設置を行なう、東京リーガルマインド大学のご説明をします」とまず書かれています。この後に資料があって、ＬＥＣというのはどういう会社なのか、どういう大学をやるのかという資料がついていました。それでまた驚いてしまうのが、３１日に設置認可申請した後「本日、株式会社立『ＬＥＣ東京リーガルマインド大学』は、文部科学大臣に大学設置認可申請を行いました」といったように、事々一切このように細かく報道資料などを持ってきます。そして、デジ

タルハリウッドもそうなのですが、ぜひ記者クラブで会見をさせていただきたいという申し込みがありました。何かありますと、広報担当者が何回も足を運んで、「こうです、こうです」ということで資料を持って来ます。今その方は、文部科学記者会の中で、割と知名度が高いのです。これだけの大学があって、歴史のある大学の中で、私たち文部科学記者会の記者が広報担当者を知っている大学は稀です。

今、記者クラブの話が出ましたが、配付した資料のなかに記者クラブの加盟社一覧があります。記者クラブは文部科学省の３階にあり、今加盟しているのは、常駐が１９社です。記者クラブの人間はほぼ毎日会見がありますし、何かしら記事を書きます。私も年間原稿を書く本数は２００から２５０です。大体２日に１回、１本は教育のニュースが出ているということになります。それ位ですから、皆様がいらっしゃって、こういうすごいことがあるのですよ、会見させて下さいと言っても、よほどのことでなければなかなか会見まではできないのです。しかし、例えば、資料提供ですと、幹事社に電話をしていただいて、こういう事があるので資料だけでも配りますというのは、利益がからんでいることでない限りは受けると思います。皆様のところは、きっと特徴があったり、いろいろなことをされていると思います。もっと積極的に記者クラブというものを利用していただいてもいいのではないかと思います。文部科学省の記者クラブに電話をしていただければ、受付の人が出て、幹事社につないでくれます。ぜひ、そういう時に何か利用していただけたらと思います。

株式会社が参入してきて大学がどう変わるかというのは、実際に４月に学校ができてからでないとわかりません。向こうはやる気満々できていますから、やはり強いと思います。アメリカではフェニックス大学が有名ですが、実際に日本の中で、株式会社に何ができるのか。うま味は何なのか。私たちも特区構想の中で株式会社の参入があった時に文部科学省の人といろいろと話しました。これだけ公益性の高いもので本当に儲かるのか、ということなどもいろいろとありました。実際、株式会社が入ってきて、この２社が東京と大阪の２カ所で学校を経営していきますけれども、どうなるかというのは私たちも引き続き取材をしていきたいと思っています。

続きまして、問われる経営感覚・当事者意識ということです。この間、教育に力を入れている大学の発表がありました。皆さんの大学の中でも、いくつか選ばれていらっしゃるところもあると思います。この報道をする時に、実際に教育に力を入れている大学というのは、どういう大学なのか、ニュースをみている人たちにわかりやすく伝えたいと思いました。何をするかというと、やはり教育というのは現場をみせることが一番よくわかります。大学の方に電話をかけて、こういうことを取材したいとお願いしました。その時に、ちょうど９月で大学が夏休みだったりしたものですから、まず学生がいないから無理ですと断られたところがありました。学生がいないということと、担当者がなかなかつかまらないということがありました。先日は、明治学院大と湘北短大に取材に行きました。ちょうど夏休みで学生がいなかったのですが、どうせだったらちゃんとやりましょうということでセッティングをして下さいました。やらせではなくて、実際に集まる機会があったので、そこに便乗させていただきました。本当に

小さいことなのですが、その時にたまたま電話に出て下さった方が、担当ではないからわかりませんとか、夏休みで担当はおりませんということで、ずいぶん断られました。その一方で、電話をとった方の機転や、電話をとった方がどれ位その大学のことを知っているか、この担当は誰々だけれどもこうしましょう、あるいはここに連絡をとってみればもしかしたらわかるかもしれませんということで、後で電話を下さるところもあります。記者も時間の余裕のない中でやっています。発表があってその３日後位に解禁となり、ニュースが出てしまいます。土・日をはさんでいましたので、金曜日に電話をかけて、ロケを土・日か月曜日には入れないとダメだったのです。その日の５時に解禁という話でしたので、ものすごく急いで電話をするわけなのです。大学の方にはご迷惑をかけていると思いますが、大体お願いは緊急です。時間をもって、１ヶ月後にお答えいただきましょうというような報道はありません。その時に、電話に出られた方が、どの位そのことを知っているかということ。また、知らなくても、どういうふうに返すかということで、そこの大学がとりあげられることが多くなるわけです。いくつかの大学は記者クラブの方に、選ばれた大学だから会見します、というお知らせを下さいました。でも、私たちは行きません。会見だけですと、テレビの場合は面白くないからなのです。現場が欲しかったのです。せっかく選ばれたのに、そういうこともったいないと思います。こういうところが撮れますとか、こういうことをやっていますというような「現場」があると、非常に取り上げやすいのにということがありました。

記者といえども、親切にしていただいたりすると、その大学の人に恩義を感じたりするのです。悪いことが起きた時に書かないということはないのですが、ただ何かあった時に、この間お世話になったのに何もやれなかったと思うと、次の時に何か、例えば授業の風景を撮らせてもらうとか。そういう時は、そこに行って取材をさせていただいたりということがあります。ですから、忙しい中に、緊急の電話が入る時があると思います。何を言ってるのだろう、というような緊急の電話です。でも、そういうのを、本当に申し訳ないのですが、面倒くさがらずに受けていただけるとありがたいのです。必ずとは言えませんけれども、いつかいいことがあるかもしれませんので、ご協力をいただければと思います。

ただ、そういう１人の職員の方がとった電話で、例えば報道に出たとします。それを広報として考えた時に、いくらになるかということを考えたことがありますでしょうか。ＮＨＫは皆様の受信料で支えていただいていますのであまりこういう考え方はいたしませんが、例えば、１５秒間のＣＭをうつとします。ゴールデンで高いところでしたら１０００万円。低くても２００万円とか３００万円ということになります。ＮＨＫのニュースは、何かを伝える時に１分１０秒から２０秒です。例えば、そこに１５秒出たとしたら、皆様の電話１本とか、何か書いた提案で記者クラブに伝わったということですと、年間の各大学の広報の予算がいくら位かわかりませんが、実はそれを稼いでいることになったりもするのです。新聞の場合も、１面うつと３２００万円位です。今、いくつかの大学の大学入試のことがザーっと書いてあります。受験生は読んでいると思いますが、なかなか一般の人は全部は読めません。けれども、例えば、何かをすることで少し取り上げられたとしたら、これ位の記事でも２００万円とか３００万円

になります。全部お金に換算しなくてもいいのですけれども、やはり、１人１人のされていることが、本当にそれを伝えたいと思ったことを伝える手段として考えた時には、大きいのではないかと思います。取材を引き受けて下さる、大学事情をご存知の担当者がいるところは、取材への応答が非常に早いです。すぐに、協力しますということになります。往々にして国立大学に多いのですが、１週間後にお返事しますと言われますと、困ってしまうのです。

マスコミの特徴として、皆様が広報資料をお持ち下さって、こんなにＰＲしているのに何で取り上げられないのだろうとよく言われます。東大などの会見も、不祥事がずっと続いたので、不祥事の時はすぐに集まるのに、こんな素晴らしい研究成果が上がったという時には何で来ないのかと怒られるのです。皆様の中でも、せっかくこういうのができましたよとか、こういうことをやっていますよ、と広報をしているのに、何で来ないのだろうと思っていらっしゃる方や、何で取り上げられないのかと思っていらっしゃる方も多いと思います。これは、取り上げるにはそれなりの理由がいるということなのです。ニュースですから、「何で」という理由がいります。企画にしても、「なぜ」という理由があります。１番簡単なのは、事件、事故です。絶対に、そこを取り上げなくてはいけないわけです。これからですと、考えたくありませんが入試ミスなどがありますと、絶対にそこを取り上げざるを得ません。影響が大きければ大きいほど取り上げて、会見ということになったりするわけです。その時の広報体制ですとか、電話に出た人の対応で、たいへんなことになってしまうということがあります。東大は不祥事が続いていて、対応があまりよくなかったりもするのです。危機管理体制をとられて、事故、事件、不祥事があれば、すぐに立ち上がらなければいけません。そういう時の対応で、大学の評判が決まったりします。できれば普段、不祥事や事故、事件に対する対応を、人ごととは思わずに自分の部署だったらどうするのか考えておいていただくと、非常にいいのではないかと思います。

その他取り上げられやすいのが、初物好きという言葉がありまして、「初めて何とかしました」というニュースです。初めて学生が何かをしましたとか、そういったものです。価値判断というのは各社によっても違いますし、人によっても違います。でも、初めて何かをやったというのがニュースになりやすいというのは確かです。ですから、皆さんが何か発表される時には、これはどういう位置づけのものかということを伝えるといいです。私たちは、その分野の専門家ではありませんので、位置づけをしていただくと非常にわかりやすいのです。その位置づけの最もわかりやすい例というのが、初めてなのか初めてではないのか、よくあることなのかそれとも珍しいことなのかということです。それによって、ニュースバリューも違ってきます。本当は私たちに知識があって、そのニュースについて判断が常にできればいいのですが、それができない時にはたずねたりもします。もし最初からわかっていらっしゃるのであれば、そういうものを付けていただくと価値が高まるのではないかと思います。

それから、タイミングというのも大事です。例えばこの間、設置認可申請で皆様の大学も、学部、学科ですとか、大学院ですとか、文部科学省にいろいろ出されていると思います。その中で、私たちもみまして、今度はこういう大学がこういうのを申請しましたというふうに書き

ます。この間は、法科大学院があったり、専門職大学院があったので、それを取り上げました。取り上げる立場からしますと、何か「今時感」があったり、タイムリーだったりすると、こういう大学がこういうことをやろうとしているということで伝えやすいわけです。ですから、危機管理を中心に教える大学ができますよということとか、子育てで悩むお母さんたちが多い中で、助産婦の人たちをもっと専門的に学ばせる大学院ができて、それはいろいろ賛否両論があって難しいようですが、やはりそういうものがあったりしますと、私たちも、こういう背景があるからこういうものができるという説明がしやすく、取り上げやすいということがあります。今どこで何が起きていて、どういうことがニュースなのかを、ちょっと考えていただくとよいと思います。本来ならば私たちが考えることなのですが、皆さんも１回記者の目になって、どういうものがタイムリーなのか、どういうのがニュースになっているのかということをみていただきたいと思います。そうしますと、自分の大学は、今何がニュースなのか、何が時流に乗っているのか、乗っていないのかということがよくわかるのではないかと思います。

悪いニュースは黙っていても記者がきます。本当に来てほしくなくても行きます。けれども、いいニュースというのは伝える努力がいります。タイミングですとか、初めてだとか、そういった理由がいりますので、伝える技量といいますか、努力と能力がいります。今お伝えしましたように、皆さんたちのアイデアなどで、どうやったら自分たちのやろうとしているいい事が伝わるのか、ということをチャレンジでやっていただいたらいいのではないかと思います。今までやっていることを客観的にみてみる、自分の大学が何を求めているのか、例えば学生のニーズに合っているのかどうかとか、社会のニーズにあっているのかということ、常にそれがニュースの軸です。歴史的にみてどうなのかとか、位置づけ、世界的な流れでどうか、今の日本ではどうか。いろいろな流れがあると思います。どうのように位置づけられるのかをやってみると面白いのではないかと思います。いいニュースは発信していく。私たちもまわっているのですが、それでも１人の人間ですから集まってくる情報には限りがあります。私たちもいいニュースを出したいと思っています。ぜひいいニュースの発信にトライしていただけたらと思います。

次に、私たちが今どういうことを取材しようとしているかという話です。２０日に、ご存知の通り、法科大学院の設置認可が答申されます。私は当面それを取材します。選挙がありますけれども、選挙をまたいで取材して、どういうふうになるのかを伝えるというのが、１番近い取材の対象です。日々、いろいろとありますけれども、それに向かってリポートができないものかと考えています。法科大学院も７２ありまして、それが全部認められるのかどうかというのが、非常に関心事です。１回の山場は、１０月１０日の教員の審査で、皆、先生がそろうのかどうかといったところです。これもご迷惑ながら、各７２の大学の方にお電話をしまして、教員審査のためには、みんな揃えて出したのでしょうかということをおたずねしました。文部科学省もそうだと言いましたけれども、みんな揃っていました。１０月１０日で手を下ろしたところはなかったので、今後どうなるのかというのが１番の注目点です。これも競争時代の幕

開けといいますか、法科大学院が司法試験がどうなるかわからないという中でカリキュラムをつくったりしています。今までは大学の教育ということで重視されてこなかった専門的な能力を持った先生や、実務家が入ってくるとか、大学改革の中ではそういうのが１つ大きな動きです。実務的な能力を育てるということで、新しい動きです。これはマスコミも注目しています。ご承知の通り雑誌も売れています。やはり、社会人の方の関心が非常に高いと思っています。ですから２０日に向けて、私もいくつかの大学に取材の電話をかけている途中です。私たちは、やはり現場が撮れなければいけませんので、どういう動きがあるかとか、校舎が建っているのかとか、模擬授業などをやっているのかとか、今どういう動きがあるのかということを取材するのです。例えば、地方の大学はどういう動きをしているのか。東京圏内で激しい競争にさらされているところはどうしているのか。そういうことをお聞きして、取材をしていこうと思っています。２０日にリポートをして、もし文部科学省の前で立ちリポをしていたり、そういうことがありましたら、あれから取材してこういう形になったんだ、というふうにみていただいたらと思います。

この後、皆様が１番忙しくなる入試関係があります。１２月から、推薦などいろいろな試験が始まります。センター試験もあります。今年は朝鮮学校の入学資格問題、外国人学校の問題等があったり、各大学学習対応を迫られたということがありました。国立大学も法人化して、しばらくは現行のままですけれども、入試のあり方も変わってくるわけです。どう変わっているのかというのも、きちんと調べなければいけないと思っています。やはり、自分の大学にふさわしい人を選ぶというのが入試です。私は、入試が変われば教育が変わってくると思っています。ですから、どういう大学で、どういう入試をしていて、どういう学生を育てているのかというのは、今、私の関心があるところです。入試については、今からリサーチをかけようと思っています。また、よろしかったらご協力をいただければと思います。ただ厚い資料だけを読んでいても、なかなか特徴がみえません。いろいろとお聞きして調べていこうと思います。もし、面白いことをやっていますという大学の方がいらっしゃれば、教えていただければありがたいです。１月の末には、皆様の大学も関係あると思いますが、留学生の新しい政策が出ます。私は、留学生政策にも関心があります。実は、坂田短大の問題から、大学問題に入っていきました。大学がどうして中国人留学生を受け入れなければならなかったのか。経済的な問題とか、経営面とか、地方の大学の持つ問題とか、そういうことがありました。そういう問題を経て、この間、中間報告がまとまりましたが、受け入れから送り出しへというふうに文部科学省も方針転換をしました。量から質へということです。今度、答申が出ますけれども、これは５年間位の当面の方針で、留学生１０万人計画というのを受け継ぐといいますか、つなぎという位置づけのようです。留学生問題がいろいろ大きくなっている中で、各大学の方が留学生政策にどういうふうにとりくんでいるのか。そういうのも非常に面白いと思っています。大学毎で全然違うのです。留学生をお客さんのようにしていたり、それで人数埋めをしていたりというところもあります。また、積極的に受け入れているというところもありますし、様々あります。ただ、いい面だけでなく、悪い面もあったりすると思います。その辺を取材したいと思っ

ています。

あとは、同時に送り出しということで、去年は、できる高校生は海外の大学にそのまま進学してしまうという、海外流出の問題というのを取り上げました。スーパー高校生のような子を、アメリカ留学フェアをやった時にみつけまして、追跡取材をしました。どうしてその子たちがアメリカの大学に行こうと思ったのかということで、７分位のリポートを作りました。その子は成績はトップで、ＴＯＥＦＬも６００点位とっていて、インタビューにも非常にはっきりと答えます。頭のいい子です。日本の大学も考えたそうですが、アメリカの大学のホームページの量が全然違ったということを言っていました。また、資料請求をした時に、日本の大学からは「資料請求した方へ」ということで、封筒で資料が来ただけでした。しかし、アメリカの大学からは、その人の名前入りで手紙が来たわけです。ただそれだけで、自分が１人の人間として大事にされていると思うのです。そして、最終的に進学先を決めたといっていました。意外と小さいことなのです。もちろん教育の内容などいろいろとありますけれども、能力のある人はどこでもできると思うのです。ただ、そういう人がどういうところで選ぶのかというと、意外と小さいところなのです。以前、朝日新聞の声の欄か何かに、資料請求した人に年賀状を出すという話が載っていました。「頑張って下さい」という年賀状が届いて、嬉しかったからそこの大学に決めたとか。学生も、私たちもそうなのですけれども、１人１人を大事にしているとか、大事にされているかということが大事なのかなというのを感じます。高校生などを取材していますと、非常にやる気がなかったりとか、全体としてみたらのっぺりみえるかもしれませんが、少子化で１人１人が大事に育てられていますから、大事にされると弱いというところがあります。１人の人としてみてほしいというのが強くあります。私たちも、事件の取材等で、今時の高校生はといったことを書きがちなのですけれども、意外とそういうところが盲点なのかなと思った経験があります。ＮＣＮ米国留学機構の取材もしていました。アメリカの大学に毎年５００人位留学しています。アメリカの大学に行くことに関しては、賛否両論いろいろあると思います。しかし、今ＴＯＥＩＣのハイスコアを出している人たちは、皆アメリカの大学のＮＣＮの卒業生です。軒並み外資の優秀な企業に入っています。日本の大学とアメリカの大学に行っていたのと何が違うと思うかを聞きました。自分でチャンスの扉を開けると気づいたとか、やはり、ちゃんと勉強をしてきていますから、４年間でこれだけ成長するのかと思いました。私は日本の大学でしたけれども、遊んでいてすいませんでしたと思うくらい頑張っています。皆さんも行かれるとわかると思いますが、すごくピカピカしているのです。この間、内定している人たちが来ましたけれども、ピカピカしているというよりも、どうやったら次に東京に帰って来られるかとか、次のことを考えていたりするわけです。ちょっともったいなかったりするのです。やはり大学の４年間というのは大事です。そこで何ができるのかというのは、昔よりも経済状況が悪くなっている分だけ重くなっているということがあります。不況でも教育に出すお金というのはそんなに変わっていません。そういう意味でも、４年間で何ができるのかということで、変わってきていると思います。

就職を担当されている方もいらっしゃると思います。何をやったかということとか、スコア

とかもどんどん書かされます。実務的な能力も、入ってすぐに問われます。私たちがＮＨＫに入った時は、英語の能力は日常会話程度とか、込み入った会話位とか、母国語と同程度と書いてあって、皆でかってにマルをうっていたのです。ある日、ロシアの大使館のスパイ事件か何かあった時に、デスクから電話がかかってきました。本当に英語がしゃべれるのは誰だというわけです。母国語と同程度に７人もマルがうってあるというわけです。皆、だいたい日常会話程度とか書いているのですが、先輩たちは、次の年には少し進歩していないといけないかと思いまして、あまり進歩していないのに込み入った会話程度にマルをうっていたりするのです。そして最後は、母国語と同程度位にマルをうっているのです。しかし、本当にしゃべれるのは３、４人だったということがありました。その事件があって以来、ＴＯＥＩＣ、ＴＯＥＦＬのスコアを書かされるようになりました。だんだんと直ぐに使える実務能力というのがＮＨＫでも必要になっています。古き良き時代で、あの頃はよかったと思うのではなくて、今は大変だなと思います。この間、大学の中期目標をみた時も、成績の厳格化ということをあげているところがありました。品質保証をして出します、という大学が増えていました。やはり、そういう時代になったということを感じております。４月になると、いろいろな制度が変わりまして、大学法人がスタート。株式会社の学校も始まる。いろいろあります。法科大学院もいよいよ始まるということで、私たち教育担当記者も、ここからが勝負ということになります。それまでに、どの位ネタを仕込んで、どういうリポートができるかというのを考えなければいけないわけです。

当面の取材予定をみていただくといろいろと山があります。４月は法科大学院があって、入試があって、中教審があります。皆様に課題として出させていただきたいのは、自分の大学が今伝えたいこと、伝えたいと思う内容の、記者クラブに投げ込む際の企画書の作成です。いつ、どのように、何を伝えるかというのはお任せいたします。架空でもいいですし、ご自分の立場でも結構です。ぜひ、そういった企画書を書いていただいて、自分が大事だと思うことを伝える時には、どう伝えたらいいのかということを考えるきっかけにしていただければありがたいと思います。枚数ですとか、書式は自由です。１度チャレンジしていただければ面白いかと思います。あとは質疑応答の時間がありますので、その時にお答えしたいと思います。

どうもありがとうございました。

＜司会＞

ありがとうございました。今の課題は、私どものセンター宛に届けていただければ結構です。私どもで集めまして、それを山本さんにお届けをするということにいたします。そして、できればコメントをいただいて、それをまた皆さんにお返しするということにしたいと思います。よろしくお願いいたします。

今の話をいろいろと聞いていまして思いましたことは、悪いニュースは放っておいても記者が来ます。しかし、いいニュースはなかなか伝わらない。私は実は、山本さんが例にあげられた東京大学の広報企画課長を、２５年前になりますがやっておりました。あの時も、

原子力の問題とか、入試の問題とか、そういう悪いニュースはこちらが考えている以上に、ものすごく大きくなってしまうのです。しかも、大学の特性として大きな大学になりますと、職員で何ができるかということが常に話題になりました。これは、大きな大学の特性かもしれません。広報委員会とか、あるいは広報担当の先生のご判断というのが必要ということなのです。しかし、かといって、知りませんとか、今はわかりませんとか言えば、それは記者の方は絶対に納得しません。そこのところの兼ね合いというのは本当に難しいと思いました。ちなみに東大の方はいらしてますか。東大にも記者クラブがありますね。

さて、あと１時間ほど時間があります。ぜひ皆さんの方で、ご質問やご感想や、そういった話題を出していただきまして、それを元に議論をしていきたいと思っております。どなたからでも結構です。ご質問を出していただきたいと思います。いかがですか。

＜フロア＞

山本さんは、年間２００から２５０本の記事をお書きになるということですが、その内で大学にかかわる記事というのは何パーセント位でしょうか。また、それ以外の分野というのは、どういう分野が多くて、どの位の割合になっているのでしょうか。また、そのうちテレビやラジオで取り上げられるのは何パーセント位になるのですか。

数えたことはないのですが、私は高等教育に関心がありますので、たくさん書いています。今年は特に法科大学院ですとか、法人化の問題がありましたので、多分３分の１は大学についてだったと思います。大学とか制度改革という話と、あとは調査ものですとか、決まりもののようなものです。セクハラ教師ですとか、子どもの体重、体力がどうなったとか、学力テストの結果ですとか、義務教育の問題などもあります。あとは、文化庁も担当なので、登録有形文化財とか、そういうものを書きます。そういう雑多なものとかも含めてその位です。

基本的に私たちが書いた記事がボツになるということはありません。２５０本全部です。提案したものは、基本的に、全部カメラを出します。テレビ用の原稿とラジオの原稿を書き分けることはしません。テレビの時はインタビューのところは人の絵を使います。基本的に、ラジオの原稿を書くとテレビ用にもなります。テレビではインタビューや人が動いていてわかる部分は、編集で原稿を少し切ったりするという形になります。書いた原稿がボツになるということはないのです。ですから、原稿を書く前に、こういう原稿を書くということと、こういう取材をするということで、その段階で選別があります。何でそれを取材しなければいけないのかということになります。そこで上司と戦ったりもします。何でそんなことをやらなければいけないのか、何の意味があるのか、そういうことで戦うということです。

＜フロア＞

山本さんのご経歴とか、現在のご活躍ぶりのようなことを、特に専門職大学院との関係でご感想をお伺いしたいです。先ほどのお話ですと、１１月２０日に専門職大学院の答申

があるということでした。山本さんは名古屋大学大学院の修士ですから、今でいえば専門職大学院に相応しいコースだと思うのですが、もう卒業されてＮＨＫで活躍されている。今度、７２というのは法科大学院ですね。その他にも本来の専門職大学院というのが、１０か２０かございます。それで、１つ感想をお聞きしたいのは、法科大学院というのは急に制度化されて、司法試験との関係で６０００人位の応募者の定員の申請があったということです。それ以外の専門職大学院は、それと比較すると小ぶりです。現在の専門大学院も１０校にも満たない。そういう一般の大学院、特に文系の大学院というのは、日本ではどうもふるわないのではないか。それがこの専門職大学院で拡充していけばいいと思うのですが、そのための文系大学院の、特に修士の方の今後、それが発展し、山本さんのように社会でご活躍される、そういう条件といいますか、処遇だとか、待遇だとか、世の中の雰囲気といいますか、その辺をこれからどういうふうにしていけばいいのか。その辺のところをお聞きしたいと思います。大学の方も、専門職大学院とか、文系の方を本当は増やしたいのです。しかし、なかなかニーズが少ないわけです。ですから、将来の文系の大学院のことも含めて、ちょっとご感想をうかがいたいと思います。

専門職大学院というと、名前がわかりにくいということがあります。大学の審議会でも、専門職大学院と、専門大学院とがぐちゃぐちゃになったという経緯もあります。注目が法科大学院の方にいっていて地味ですけれども、感じるのは、本当のニーズがあって、その大学は出してきているわけです。私も、今後チェックしていかなければいけないと思っていました。今すぐにどこということはないのですが、ニーズがあるから設立しているわけです。みていて面白いと思うのは、例えば、健康とかスポーツとか、人のニーズに合うところです。ただ、今どうしてもマスコミの悪い癖で、注目されているところに行ってしまったりします。私が思いますのは、大学院というのは人数が少ないので、なかなかそこにお金を出してもう１回行こうという人までニーズが伝わらないのかなと思ったりします。質問へのお答えになるかどうかわかりませんが、今から現職の人がもう１回入って学び直せるような大学院であること、というのが１つ条件としてはあるのではないかと思います。ずっと大学、大学院の取材をしていて思うのは、キーワードは人材だということです。一橋大学では寄付講座に高名な人を呼んできています。高額な授業料を払っても、自分がここで勉強したいということで、現職の経営者の人たちを対象にしたりしています。マスではなくて、絞り込んでニーズに合った授業をやれば、ここでないと勉強できないと思えば、お金をいくらでも払うのです。社会人はお金を持っていますので、そういうのが１つカギではないかと思います。

私が修了しました名古屋大学の国際開発研究科というのは、独立の研究科大学院でした。良かったと思うのは、新卒が３分の１位しかいませんでした。あとの３分の１は青年海外協力隊のＯＢや大学で教えている方。その他の３分の１が途上国からの留学生の方で、国費で来ていらっしゃったのです。いろいろと違う年代の方と、国籍の方と、経験の方と、先生も一緒に勉強していくということで、いろいろなプロジェクトをやらせていただきました。学生の側に

とっても、大学院だけが勉強の機関ではなくて、そのあとのネットワークにつながっています。大学の後のネットワークです。出た後に、大学院ですと、それぞれ途上国から来てきていた人は立場ある人になりますし、ＪＩＣＡに入って各国で活躍する人もいます。私が、今こういうふうに仕事をさせていただいた時に、そういうネットワークを使って、今どこにいるの、何やっているのと聞くことができます。例えば、ＪＩＣＡを取材したいけれどもどうかとか。そういう人が中核に入っていくというのが、今の大学院、特に専門でやればやったほどその分野が狭いわけですから、キーのところに入っていく確率が高いと思います。ですから、大学院だけで終わりではなくて、大学院でそのネットワークがまた広がっていくということが、今の大学院の良さといいますか、社会人の入っている大学院はそういう役割もあると思います。社会人で来ていて、また帰りますので、その人たちがまた集まることによって、新しいビジネスのアイデアが生まれたりもするわけです。あとは、そのネットワークを通じて、また別の社会貢献をするという人間関係ができます。なかなか集まろうといいましても集まれませんが、学校というのは集める機能があると思います。また、人材育成という面もありますが、その後の人脈づくり、その後のネットワークづくりというのにも、私の経験からいくと役に立っています。今、またそういう利点を、学生の立場からいろいろ発信している大学もあります。特に、海外の大学のネットワークをみてもそうです。そういうところが求められてくるのではないかと思います。ぜひ、そういうところに、社会人の優秀な人が入って、その方たちがまた社会でいかに活躍するかということで、例えば、大学の名前がなくても、そこの大学だったらここというようなところができる可能性はあると思います。お答えになっていますでしょうか。

＜フロア＞

先ほど、記者の方に取材を受けたことがあるかというお話がありました。自分自身の経験でいいますと、南極の観測隊に参加させていただいて、その時にいろいろな取材を受けました。その結果というのが、同じことをしゃべったのですけれども、各新聞社が全然違うのです。そういう意味でいいますと、全く同じことを話しても、それぞれ違うことが報道されてしまう。例えば、農工大の取材においても、もちろん我々は今度の法人化を大学全体の中でチャンスととらえて報道された部分でやっている。そういう側面と、同じように、金沢大学のように基礎の部分を大事にしようという意識もかなりあるわけです。取材するにあたって、もうちょっと両方あるのだというようなことが伝えられないか、何か気をつけていらっしゃることというのはあるのでしょうか。

まさにおっしゃる通りです。経験された方ならではの言葉だと思います。私たちも、いつも文部科学省の記者クラブでの会見に、加盟社ですとかいろいろな人が取材して出るのですが、次の日の新聞で書きぶりが全然違います。まずは、会社の特徴というものがあります。やはり、朝日新聞と産経新聞は違うでしょう。特に教科書の問題は違うでしょう。また、記者がどういうことに関心を持っているのか。問題意識をどこに持っているのかという個人の資質。この

二通りあると思います。ただし、あまり個人の偏った考え方で書きますと、原稿というのはデスクという３０代後半から記者生活１５、１６年目の人がみて、おかしかったりするとチェックをします。ダブルチェック、トリプルチェックが入ります。これはおかしいのではないかというようなことで、偏りがないように出すようになっています。ただし、１番最初からあがってくるものの全部を上司がみるわけではありません。そこをどう切り取るかというのは、その現場の記者に任されているところはあります。本当に伝えたいことが伝わらないというのであれば、言いたいことはこれですよ、というふうに言うとか。うまいやり方は、本当に言いたいことを１５秒のメッセージで言うということです。ですから、例えば何か取り上げようという時に、特徴があるところをとりあげるわけです。そうしますと、どうしても本当はそれだけではないよという部分が一杯あります。これもやっているし、これもやっているというところがあります。ですから、本当は伝えたいのだけれども、それを伝えることによって際立たせていたものが影を潜めてしまうという時は、やはり損な場合があるのです。コメントの中で、こういうことにも力を入れている、というようなことを入れる。又、映像で特に一部だけを強調した場合は、別のコメントで、こういうことにも力を入れていますということをする。この間、法人化で農工大は、職員の方にアンケートをとって、どういうふうに利益を上げるようなことができるのかといったことをやっているといった、割と産学連携に力を入れているということで、ビジネスチャンスをという話で取り上げました。一方の地方大学の金沢大学は、基礎研究に力を入れているというところで、もちろんご存知の方も多いと思いますが、地方の地域貢献にも力を入れている大学ですので、コメントではそういうこともふっています。しかし、残念ながらおそらくは皆さんの記憶に残らないのです。やはり映像でみたり、伝えたいことが１番伝わります。限りがある時間や分量の中で際立たせて伝えると、時間的にこれだけ伝えればいいかというとそうでもない。そういう時はバランスをとるように心掛けているつもりです。しかし、それが本当に１００パーセントできているかというと、それもなかなか難しいところです。それも腕のみせ所というところはあります。

＜フロア＞

２つほど、お願いがございます。お話を伺っていて、いわゆる記者クラブの弊害といったものを少し感じるのです。もう少し記者クラブの枠の中から出て行ってもらって、踏み込んで取材をしてほしいというのを、いろいろ端々に感じました。例えば、なかなかみえにくいところなのですけれども、学生たちが今どういう状態におかれているのか。それを内面まで踏み込んで取材をするというのは、これは大変難しくなるわけなのです。例えば、非常に短期間にある一面の表面をみるだけではなくて、数ヶ月、あるいは１年位追って取材をしてみるとか。いろいろな大学の学生課だとか、そういったところを訪ねていくと問題点がごろごろあるのです。踏み込めば踏み込むほど、いろいろなところがえぐり出されていく。ここら辺を取材対象にできないかと思うわけです。小学校とか、中学校などだと、かなりスパンのある、息の長い取材をしている高等教育、大学はあまりないのです。これを１つお願いした

いと思います。

もう１つは、大学職員が非常に重要な役割を担うようになってきているということ。ところが、残念ながら、いわゆる事務職員という言い方であって、裏方なのです。それはそれで重要な役割を果していますが、もっと表に出ていいのではないか。表に出るということは、いいも悪いも知られるということです。実態について取材してもらうということが必要ではないかと思います。こういうことをやりますと、いろいろな分野から、大学職員というのはなかなかやりがいのあるところだということがわかります。例えば、職員を対象とした大学院などを考えていても、なかなか学生として集めにくいというようなことがあると私はみていますが、もう少し広がってくるのではないかということを感じます。これは、ある意味でメディアの力の大きさを十分に承知しております。考えていただけるとありがたいと思います。

ご指摘ありがとうございます。まさに、今ご指摘をいただいたところが課題であって、いかにクラブから出て外で取材をするかというところが課題です。ですから、ＮＨＫの場合で言いますと、今まで２人だった社会部の体制を３人に増やしました。どうしてもふってくる記事を書かなければいけないというところがありますので、２人は書き手としているということで、３人に人数を増やしました。そして外に出る。企画、番組をやる人間をつくる。それで回そうということで、やはり、現場に出て声を伝えなければ、何も教育は伝わらないというのがＮＨＫの中でもあります。今後、心掛けて行こうということで、体制はまず変わっているということです。

小学校や中学校を対象とする長期に渡る取材はあるけれども、大学はないとおっしゃっていましたが、私は行いたいと思っています。もちろん提案を持っていかなければいけませんので、どういう形で入れるのかをずっと考えているところです。１年間追うのであれば、どういった成果がみえるのかということを企画にして出さなければいけません。それに見合うといいますか、自分の実感とか感覚で、これはいけるというものに会えたらと思って、少しずついろいろなところに出て行っています。またぜひ教えていただければありがたいと思います。番組としては、教育はいろいろな方から関心をもたれています。不況になるほど教育に責任を求めるということが新聞にも書いてありました。報道だけではなくて、いろいろな番組が取り上げています。負けないように、せっかく大学に関心を持って勉強をさせていただいているので、取り上げていきたいと思っています。しかし、人の変化というのはみえにくいので、どういうところで描くかというところ。テレビですと、その人が苦悩していたり、どういう場面があるのかというのをみて、それで何が伝わるかということを考えたいと思っています。また、皆様の中でお知恵があったら貸していただきたいと思います。決して大学は取り上げないということではありません。取り上げていきたいと思っています。留学生政策については考えていますので、大学にお世話になることがあるかと思います。またよろしくお願いします。

職員の方が表に出にくいから、そういう方も取り上げてということでしたが、実は今日この

勉強会に呼んでいただく時に、うちの会社の中で、こういう機会があるということを話しましたら、せっかくそういうことがあるのだったら、ちゃんと取材をしろと言われました。職員の方が頑張っている大学は、学生も集めています。また、副学長になったり、学長になったり、そういった大学が伸びているということを話しましたら、ぜひ取材をした方がいいと言われました。人の前で話している場合ではない。どんどん取材をして出せと怒られました。確かにその通りです。どこに入って、何を描くのか。そして、どこの場面で出すかということを考えて取り組みたいと思っています。今、アドミニストレータというのは非常に大事です。これからの大学経営というところでは特に大事だと思っています。ただ、どういうところで大事だということが描けて、何が1番なのかというのは現場に入らないとわかりませんので、現場に入りたいと思っています。もう少し待って下さい。

＜フロア＞

今、記者クラブ制の是非のようなことに話がふれましたので、ちょっとお伺いしたいと思います。記者クラブ制の弊害といいますか、欠点といたしましては、情報統制をされてしまいやすいというようなことがよく言われています。例えば、先ほどリーガルマインドの例で、営業にかかわるものでなければ受け入れられるというようなことを言っておられました。例えば、それは先ほど質問の中にもありましたが、限りある時間の中で際立たせるために、どうしても映像的に絵ずらがいいものを取り上げるというような、マスコミの全体的な姿勢といいますか方向性があると思います。どうしても最初にボーンと投げ込まれた時には営業性はなくても、取材をしていく内に、最終的には営業の要素が強いような報道になってしまうという危険性があるのではないかと思います。宣伝の要素が高い方にもっていかれるとか、ニュースの斬新性というところになってきますと、話題性の高いものを出す時ちょっと都合の悪い情報を出されたりとか、そういったようなことで情報統制をされてしまいやすい。情報を逆に操作されてしまいやすいというようなことがあるのではないかと思います。そういった点について、気を配ったり気をつけている点というのはあるのでしょうか。

記者クラブにいて、情報統制というのはあまり感じません。逆に文部科学省が全然何も出さないので、そういう時に情報をちゃんと出してくれるようにということで、記者クラブとして申し入れることはあります。しかし、だからといって、こういうことは書かないようにしようとか、そういうことはありません。逆に、私たちは特ダネの抜きあいです。競争です。どこかが書かないところを書く。出ないもの出す。それが使命です。発表されたことを書くというのは当たり前のことです。如何に出ないことを書くかというのが競争です。ですから、クラブの中にいて統制があるということは感じません。

それから、先ほどの営業性といいますか、宣伝になるのではないかという話は常にあります。ですから、資料配付を受けても書かないということもあります。この間のＬＥＣとデジタルハリウッドはどういうふうに出したかというと、特にＮＨＫは社名を出せませんから、東京

で資格試験のための予備校を経営する会社が、というふうに書いたりしました。どこかわからない。でも聞けばわかるでしょう。そういう形で、どこかの宣伝にならないようにというのは常に考えます。あとは、大学を取材させていただく時に、この大学だけとりあげるとその大学の宣伝になってしまうということがたくさんあります。そうならないために、複数の大学を必ず紹介するようにするとか、こういう大学を取り上げたのであれば、もう１つは全然違う大学を出そうとしたりします。バランスは常にとるようにということは心掛けています。クラブの人たちも、報道ですから、その辺は配慮していると思います。

＜フロア＞

情報統制という言葉が悪かったと思います。情報操作というか、ちょっとそういったようなニュアンスのことを言いたかったのです。例えば、配付された資料について、積んでいるとか、あるいはじっくり読むとかの差があると思います。配付された資料については、どの程度の追跡の調査といいますか、確認をされているのでしょうか。

もちろん資料だけで記事を書くことは絶対にしません。資料があったら、それを読んで、それがどうなのかということを聞いて、文部科学省にも確認をしたり、なるべく広く調べます。その他では、専門分野の先生に直接お話を聞いたりします。そして、本当にそこを取り上げることが正しいのかというのは、チェックをするように心掛けています。資料には日本で初めてと書かれていても、本当は初めてではないということはたくさんあり、それは気をつけているところです。発表された情報だけで書くということはしません。

＜司会＞

この辺で、ちょっと話題を少し変えさせていただきます。今回の一連のシリーズの共通テーマは「職員の企画力を高める」ということになっています。そこで、山本さんもこれまでの記者生活の中で、大学の職員をいろいろご覧になっていると思います。そして、今は文部記者会におられるとなると、文部省の建物の中にいる人というのは極一部の人を除けば基本的には大学職員だった人、あるいは大学職員になる人なのです。ですから、そういう人たちをみて、何かご感想なり、企画力という点で何かお考えはないでしょうか。

文部科学省の人に限って言えば、本当にいつも戦っているのです。何のためにやっているのかわかっているのかなぁというのがあったりします。本当に忙しいというのはあるのでしょうけれども。本当は教育のためにやっているはずなのですけれども、何でこの情報を出さないのかと思ったりします。そういう意味で、色がなくなってしまうとか、顔がなくなってしまうというのは感じています。非常に優秀なのだろうけれども、何でこういう資料を持ってこないのかなと思うことがあります。例えば、学校の先生が何人いるかといった統計資料を持ってきて出したりする時でも、「はい、こんなのが出ました」と持ってくる人が多いのです。子供の使

いではないのだから、統計的な分析をした上で持ってきて欲しいわけです。その年の何がニュースなのか。せっかく統計をとっているのに、何でそれが出てこないのかなと思います。それはやはり企画力の１つだと思います。お金と、時間と、皆さんの労力をかけて出したことが全然記事にならないというのは、実はデータの示し方がいけないといったことがあるわけです。せっかくやるのだったら、ちょっと頭を使えばいいのにと思うことがあります。何でそういうことをやれないのか。せっかく頭のいい人たちなのに、何で頭を使わないのかなというのが率直な感想です。

＜司会＞

どうも申し訳ありません。私も１５年前には調査統計課の担当課長補佐をやったことがあります。役所の先輩も沢山いらっしゃるので、皆さん考え方は違うと思いますが、要するに、あまり当たり障りのあることというのは書きにくいのです。ですから、このあたりという書き方になってしまうのではないかと思います。

国立大学で職員の方に接していて、実は救われた経験があります。私は留年しています。大学院を受けようと思って、そのためにはドイツ語がいるに違いないと思っていってましたら、大学院の試験が終わってしまいました。それで１年留年しました。その時に、職員の方が、１回修了してしまうと経歴に空白ができてややこしいから、それよりも留年した方がいいというアドバイスをしてくれました。学生に１番接する部所ではありますし、その大学をみる時に、そこの方がよく知っているかということで、大学を取材する時に、この大学を取材しようかと思う切っかけになります。教えていただくことが多いです。私は文部科学クラブ３年目ですが、クラブの中で１番長いのです。１年、２年で変わったりということが多く、ずっと教育をやっていらっしゃる方にとっては、そんな人が取材をしているのかと思うかもしれません。教育担当でずっとやっていて、中で教育の企画とか長い取材をやる人はいますが、経験が浅くてやりますので、皆さんに教えてもらってということが多いのです。その大学の入り口として、その人が好きだったら行くといったようなことがあります。電話の対応が悪かったら行かないということもあるのです。

＜フロア＞

今日は、ニュース、記事を広告費に換算するというお話を聞かせていただいて、こういう考え方を自分が今までしてこなかったので、非常に勉強になりました。新聞にしても、テレビにしても、例えば、地方版に出るのと、全国版に出るのとでは与えるインパクトが違うと思います。地方にある大学は全国版のニュースで取り上げられにくく、やはり首都圏にある大学と比べて不利なのかなという印象があります。実際はどうなのでしょうか。もし、実際にそうであるならば、地方はよりいいニュースを伝える努力とか能力とか、そういうものが求められるのかなという気がしています。その辺りのお話をお聞かせいただければと思いま

す。

まず、お答えから言います。今は全くそのようなことがなくなっています。地方とか、現場が１番面白いからです。実際に、今、たとえば広島大学には取材を入れていただいています。面白いことをやっていたり、取り組みを一生懸命やっているという話が伝わるといいますか、各方面に取材をしています。ここに聞いて、ここに聞いてというふうにやっていて、５人位に聞くと、今、どこで、誰が、何をやっているかというのは、目立った動きがあったりしますとわかります。そうすると、今、広島大学で今こういうことをやっているのではないかとか、長崎大学はどうかとか、立命館でどうでという話がある。それでは、今、大学の取材をするとしたら、どういうふうな筋でやれるのかということがあります。そんなに、地方の大学だから取材しないということはありません。ただ、例えば、１分１０秒のニュースの中で、わざわざ映像だけとりに沖縄まで行くかというと行かないわけです。ただ、沖縄の大学でしか取材ができないことがあれば沖縄の大学へ行きます。この間は、中期目標でＧＰＡを取り上げた時に、新潟大学でやっているので、新潟大学にインタビューだけとりに日帰りで行きました。やっている人の声を生で聞きたいとか、伝えたいということはありますから、できる限り地方にも行きます。地方版で伝えるべきこともあると思うので、ＮＨＫの場合も、大手の新聞社の場合もそうだと思いますが、地方の支局からあがってくる情報で、それは全国ニュースに値するかどうかという判断をします。地方にあるから全国発信ができないということはありません。地方にいる記者とうまく組むという方法もあります。

＜フロア＞

１つおたずねいたします。国立大学が法人化を迎えるに当たって、社会が期待していることを記者としての目からどういうふうに考えているのか。感じているのか。感想等があればお教えいただきたいと思います。

それぞれ違うと思うのですが、やはり、情報公開と社会貢献というところではないかと思います。どういうことが社会貢献で、どういうことをするのかというのは、それぞれ大学の方が知恵をしぼられているところだと思います。また、ニーズの把握ということが大事だと思います。今まで、あまりに情報公開されている部分が少なかったし、必要な情報が出ていなかったというギャップがあったと思います。そのギャップが、今回の法人化で少し埋まるのではないかというか、そうせざるを得ないような状況に追い込まれたというのもあると思います。そういう意味で、情報公開と、あとは何か貢献してくれるのではないかという期待はあると思います。それについて、やはり、大学の方もそういうふうに感じているのが、今回の中期目標とか計画の中にも入っています。地域貢献というのがたくさん入っていました。求められる部分ということですが、何を求めているのか。その地域にもよりますから、１回、ニーズの把握のようなことをされたら面白いのではないかという思います。

＜フロア＞

先ほどの企画力のお話のところで、情報の色がなくなる、顔がなくなるといったマイナスの事例があげられました。例えば、情報としての顔が出る、企画力があるような企画書というか、広報文書といったようなものについては、例えばリーガルマインドの例が出ているとか、あるいは中期計画のもので何種類かあります。これは、どの辺りに情報の顔というか、情報の色というものが出ているとお感じになるのか。ちょっと例をあげて説明していただきたいと思うのですが。

リーガルマインドは、要はまめに資料を持ってきているという例です。必要な情報はちゃんと持ってきているという例です。ですから、これが顔が出ているというのは、回数とか、ご説明をしますと、いうところで、必要な情報を持ってきているということです。特に、何かＬＥＣの顔が出ているというふうには思わないのですが、やはり、株式会社として、ちゃんとしたサービスをしているいうふうに感じます。他の中期計画等ですと、どういうところに顔が出るのかといいますと、例えば、京都工芸繊維大学ですと、書き方自体が全然違うのです。書き方というのは、読んでもらえばわかりますが、言葉が違うのです。三重大学も私が読んだ中でそうだったのですが、言葉が柔らかかったのです。そうすると、それだけでメッセージというか、何か伝えようとしているということがわかります。あとは、何をやるかということが、ちゃんと書いてあるということです。

それと比べてはいけないのですけれども、Ａ大学とＢ大学とを入れ換えてもあまりわからないような書き方をしていると、逆に顔がないというふうに感じてます。広報文で顔が出ていて、インパクトがあって、だから取材しよう思うというのは、最近は少ないです。ただ、こういう結果が出ましたという、何が言いたいことなのかがちゃんとあって、うちがやっているからこんなにいいのですよと書いたのは、調査結果などで持ってくるのは面白かったです。最近覚えているのは、これも民間の企業ですが、リクルートが学校の先生に対する保護者と子どもの調査結果を持ってきました。今１番子どもに人気のない職業が、前の年は政治家だったのですが、今年は学校の教師になったのです。回収率が２０～３０パーセントで低かったので書かなかったのですが、でも面白い。何がニュースかというのをわかって持ってきています。

＜フロア＞

ここにいらっしゃる方々も、大学の中でそれぞれの部門で働いているわけです。各大学も、それぞれに記事持ち込みなど、いろいろとやっているかと思います。いろいろな大学の情報源の中で、本当は、この分野で発信があってもいいのではないかと思っても、そういう発信が少ない部門や分野があればアドバイスをいただきたいのですが。

私も最後に言わなければと思っていました。先ほども指摘がありました。学生のニュースが

ない。いいニュースを出そうというのが、私の今年のテーマとして取り組んでいます。大学生は面白いのです。ビル・ゲイツから２０億位あげるから何かやらないかと言われている学生がいたりする。また、アフガンにサッカーボールを持っていったのも大学生でした。学生は面白いことをやっています。元気が出るようなことをいっぱいやっている人たちがいます。それを意外と大学の人たちは知らないのかなと思います。大学生の集まりなどに行きますと、大学生がすごく元気なのです。この間、初めて司法試験に専門学校から入りましたという広報を出していました。こんな学生います、といったようなものも面白いと思っています。今の学生は大学を越えてやっているので、各大学で把握をするのは難しいのかもしれません。大学生は今、元気だなというのは感じています。そういった発信が、その大学は何をやっているかということにつながっていきます。大学と関係のないところで活躍をしている人もたくさんいます。それら全てが財産です。多分、皆さんが１番接していらっしゃるので、もしかしたら広報の人が知らない人を知っていたり、知らないことを知っていたり、そういうことがあるのではないかと思います。あるいは、名物職員の方でもいいですよ。こういう人がいる、といったような。やはり、人が面白いです。

＜フロア＞

中期目標、中期計画のことなのですけれども、国立大学も相当頑張ってやってきております。具体的な数値や年度というのは、予算の関係があります。書きたいのですけれども、それを文部科学省は保証できないのです。財務省を通さないといけません。どうしてもそういう絡みがあります。書きたいけれども書けないということをご理解いただきたいのです。

もう１つ、これは提案です。今、大学生の食生活が昔と比べて貧困になっております。私もびっくりしております。職員が食事している横で、カップラーメンですとか、そういったものを食べております。これは非常に将来よくないと思います。地味な記事かもしれませんが、これは日本中の大学で共通することです。ぜひ、ＮＨＫさんでも取り上げていただけるといいと思います。よろしくお願いします。以上です。

まさに、そういうところが１番面白いですね。やられたと思ったのが、どこかの新聞に、いま不況だから自分の体が資本ということで、粗食に戻っているといったような記事が載った時がありました。それをみまして、先にやられちゃったなと思いました。そのままそういう情報が今あって、今日皆さんに教えていただきたいと思ってきました。正に、そういうところをどうやったら出せるのか。インスタントラーメンの大学での消費量はどの位かとか、健康調査をとっていらっしゃるでしょうから、うちの大学の健康度は高いという大学があったら、それもニュースです。いろいろデータが出ていると思います。食生活にかけるお金も減っています。自炊率が上がっているとか。そういうことがあれば、すぐにやりたいと思います。子どもの学力の前に、体力がなくて座っていられないということもあります。ＮＨＫでも、原稿より健康といっております。何かあった時は現場で２日、３日は頑張らなければいけません。体力が大

事なのです。そういう意味でも、大学が健康な人を出すというのも大事な仕事かもしれません。正に、食指導、健康指導からというのは面白いと思います。ぜひ、取り上げたいと思います。ありがとうございます。

＜フロア＞

今まで、報道というのは来るものだと思っていました。これからは、こちらから仕掛けることも必要なのだなと思いました。最後にうかがいたいことがあります。先ほど、出ないものを書くのも仕事だというようなお話をされました。そのための、例えば人脈とか、網の張り方というのが、記者の方の特有なものがあると思います。それを伺えたらと思います。

それが記者の知恵のしぼりどころです。いかにそういう人脈を持っているかということなんです。このように皆様と会って、メールアドレスを今回書いておきました。こういうのがあると言った時に、例えばメールをいただいたりする。そうすると、例えば、話が合うとか、考えていることが一緒とか、問題点の指摘が鋭いとか、いろいろな方がいらっしゃいます。そういうことで、もう１回訪ねていくとか。１度、この人と思ったら放さないというところがあります。しかし、守秘義務などもあります。その方に迷惑がかからないようにということはあります。教育というのは、そんなに悪いニュース、これを書いたからどうなるということはあまりありません。ただ人間関係をきちんとつくるために、自分が何を今考えていて、何をするかということで、コミュニケーションとか対話はすごくします。この人だったら信用して話す。
待ってと言われたら待つ。知ったからといって直ぐに書くというわけではありません。それが書けるようになるまで待ったりということはします。人間関係を築いていくということがあります。ですから付き合いは長いです。金沢にいた時に仲がよかった人たちとは今もお付き合いがあります。こっちに来てから付き合った人ともつきあっています。お酒を飲んだりとかもします。夜討ち朝駆けは、教育界の方にはご迷惑ですからあまりいたしませんが。

＜司会＞

ありがとうございます。と言っている間に時間になってしまいました。皆さんからも、いろいろなご意見やご質問が出ました。最後に、今日、ここにお出になって、改めてご感想なり、おまとめの言葉なりをいただければと思います。

今日は本当にありがとうございました。普段、文部科学省にいて、何かわかった気になっているところがあります。実際に、皆さんと会わせていただいて、質問をしていただいたりしますと、聞いていたり、大学で取材をさせていただいたりしていても、それが全てではないのだなということに気づきました。本当に、私たち、媒体で使ってもらってなんぼというところがあります。どんどん使っていただけたらありがたいと思います。今日、こうして出ていらっ

しゃって、一生懸命やっていらっしゃる皆さんですので、ぜひまたいい情報発信をしていただけたらありがたいと思います。また、何かわからないこととかがありましたら、メールをいただければ返します。逆に、いろいろ勉強させていただいきたいと思います。まだ文部科学省に3年目というヒヨッ子です。私は、ずっと教育をやっていきたいと思っています。鍛えていただければありがたいです。短期的にみずに、長期的に、皆さんにもお付き合いいただければというふうに思います。ありがとうございました。

筑波大学大学研究センター
第二回短期集中公開研究会資料

平成１５年１１月６日
NHK 社会部　山本恵子
KEIKO2000SPECIAL@aol.com

「取材する側からみた大学」

□法人化で変わるか国立大学～中期目標・計画を読んで～
・出てきた「学生顧客主義」「ユーザー・オリエンテッド」（京都工芸繊維大）
・書きぶりから垣間見える「大学の内情」
（学長リーダーシップ　数値目標　学生・地域のニーズ把握）

□株式会社の学校経営参入
・きめ細やかな資料提供・サービス　（LEC・デジタルハリウッド）

□問われる経営感覚・当事者意識
教育版 COE 取材：明治学院大と湘北短大を取り上げた理由
・電話を取った人の対応→報道へ（記者も人の子）
・ニュース、記事を広告に換算すると・・・

□マスコミの特徴
なぜ取り上げるのか、理由が必要
＜理由例＞
・事件・事故：入試ミスや不祥事など・・・広報体制重要　（東大・東京電機大）
・初モノ：世界・日本で初めて
・タイミング：「危機管理」「助産学研究科」
→いいニュース：「伝える」努力・能力が必要

□当面の取材予定
１１月２０日　法科大学院設置認可答申
１２月１月　入試関係
１月末　　中教審「新たな留学生政策」答申
４月　国立大学法人化、株式会社による学校、法科大学院スタート

□課題：当面の取材予定から

□山本略歴
１９９５　名古屋大学国際開発研究科修士課程修了
〃　NHK に記者として採用　金沢放送局着任
２０００　社会部　警視庁方面担当
２００１～　文部科学省担当

文部科学記者会　常勤社・非常勤社　一覧

15．6．6

常勤社　（計１９社）	
朝日新聞社	日本工業新聞社
毎日新聞社	日刊工業新聞社
読売新聞社	共同通信社
日本経済新聞社	時事通信社
産経新聞社	日本放送協会
東京新聞社	日本テレビ
北海道新聞社	東京放送
信濃毎日新聞社	フジテレビ
京都新聞社	テレビ朝日
西日本新聞社	

非常勤社　（計４０社）	
河北新報社	愛媛新聞社
神戸新聞社	陸奥新報社
山陽新聞社	岩手日報社
琉球新聞社	神奈川新聞社
沖縄タイムス社	十勝毎日新聞社
新潟日報社	夕刊フジ
高知新聞社	岐阜新聞社
中国新聞社	四国新聞社
北国新聞社	TV東京
ジャパンタイムズ社	文化放送
上毛新聞社	ニッポン放送
長崎新聞社	信越放送
熊本日日新聞社	福井放送
南日本新聞社	山陽放送
下野新聞社	青森放送
福井新聞社	青森テレビ
静岡新聞社	南日本放送
東奥新聞社	毎日放送
デーリー東北新聞社	テレビ岩手
茨城新聞社	静岡放送