

2025 年度 教員の自己点検・自己評価報告書

所属学部 学科	職位	氏 名
経営学部	教授	安藤真澄
最終学歴	学 位	専門分野
京都大学文学部哲学科社会学専攻	文学士	マーケティング・コミュニケーション論

I 教育活動

○理念・目標・方針・計画（方法）

【理念】

考えながら行動し、行動しながら考える人材の育成

【目標】

好奇心をもって自ら調べ、自ら考え、新たな事を知ることの楽しさに気づかせる。

【方針】

学生に小さな達成感を持たせ、それを積み重ねてもらう。

【計画（方法）】

学生に、自ら手を動かし、足を運んで、調べる、書く、発言する、議論するという循環を身につけてもらう。そこで、彼らに小さな課題を与え、それを着実に達成させる。その達成感が自信につながり、次の学びへの意欲につながるからである。

○担当科目（前期・後期）

（前期）

上級マーケティング、デジタルマーケティング
基礎演習Ⅰ、専門演習Ⅰ、専門演習Ⅲ

（後期）

ビジネスプランニング
入門マーケティング a、入門マーケティング b、入門マーケティング c
基礎演習Ⅱ、専門演習Ⅱ、専門演習Ⅳ

○教育方法の実践

演習では毎回課題を与え、回答を添削し、全体向けにまとめてコメントを返した。

講義形式の授業では適宜課題を与え、授業で話したことを確認させた。

毎回、授業後にスライド資料をすべて teams にアップし、復習できるようにした。

基礎演習では言語化能力のトレーニングとして、毎回 200 字作文を書かせた結果、期末テストの 4000 字レポートをしっかりと仕上げさせることができた。

専門演習では研究計画書を最初に書かせ、そのフレームに従って卒論を仕上げるように指

導した。

○作成した教科書・教材

上級マーケティング、デジタルマーケティング、ビジネスプランニング

入門マーケティング a、入門マーケティング b、入門マーケティング c のすべてで毎回スライドを作成した。テキストを指定しても購入しないためである。演習では毎回、配布資料を作成し、課題とした。専門演習IVでは文献の検索方法、文献リストの作り方・引用方法、生成AIの利用法の資料を作成し、配布した。また、卒論のチェックを行い、修正箇所を指摘し、その理由と修正の方向性の資料を作成し、配布した。

○自己評価

配布資料を丁寧に作成し、丁寧な指導を心掛けた。スライドも情報量を減らし、わかりやすくした。演習では個々の能力に応じた対応を心掛けた。卒論にはその成果が出たと考える。

ビジネスプランニングのレポート、基礎演習のレポートの精度を見ると同様に一定の成長が見られ、指導の結果が反映されていると思われる。一方、入門マーケティングはそもそも授業に向き合う姿勢の無い学生が、やる気のある学生の障害になっており（学生からもそのような声がある）、その対処をどうすべきかという課題が残った。そもそも狭い教室に新入生100名を入れるのは落ち着いた静粛な学修環境になりにくく、問題である。

II 研究活動

○研究課題

広告・PRの倫理に関する基本理念の探求

○目標・計画

【目標】

広告・PRの倫理の理論的検討

【計画】

文献サーベイと先行研究、各種データからの仮説設定と検証。喫緊の広告やPRの事例の中で倫理的な問題が発生した事象を取り上げ、それがなぜ問題となるのか、その背景にある社会的妥当性の根拠について分析を進める。

○2018年4月から2026年3月の研究業績（特許等を含む）

（著書）

・『ポルトランドの衝撃』愛知県議会海外調査団有志の会、（株）流行発信、2018年、執筆担

当部分：「コンテンツ起点のインバウンド観光推進における顧客視点のマーケティングの必要性」pp.48-49.

- ・ 「ビジネス転換期とコミュニケーション—中京圏から考える鼎談「大企業の発想に縛られない変革の視点とは？」」『AD STUDIES』 Vol.6 2018 特集、吉田秀雄記念事業財団、pp.2-8。
- ・ 『広告コミュニケーションの本質とは何か「広告社会学」の試み』ミネルヴァ書房、2021年。

(学術論文) 9本

- ・ 「中部圏のインバウンド観光施策の現状と課題—顧客視点のインターネット・コミュニケーション—第Ⅱ部(愛知・岐阜・三重・名古屋市編)」『南山経営研究』第32巻第3号、pp.195-227、2018年3月
- ・ 「ドビュッシーとジャポニズムをめぐる音楽社会学的考察—作曲家における日本の芸術の影響と聴取者によるその音楽の受容について—」『アカデミア』社会科学編17、pp.175-202、2019年6月
- ・ 実務からの考察「シティブロモーションにおける逆説的コミュニケーション手法に関する考察—名古屋市の事例を中心に—」『広報研究』第23号、pp.146-158、2019年8月
- ・ 「広告の倫理とデジタルテクノロジー —how から what へ, そして why へ」『JAAA REPORTS 臨時増刊号, 第49回懸賞論文入賞・入選作品集』(社)日本広告業協会、pp.7-16、2020年7月、金賞受賞。
- ・ 「広告論のメタ分析の試み—広告を巡る多様な論考の整理のために」『日経広告研究所報』313、2020年10月・11月号、pp.38-45。
- ・ 「SDGs、ESGと広告コミュニケーションの相互的関係性についての考察」『日経広告研究所報』319、2021年10月・11月号、pp.40-47
- ・ 「中部圏のインバウンド観光再考—ポストコロナ期におけるアジア圏からの旅行者の志向性の変化について—」『東邦学誌』52(2) pp.13-47、2023年12月
- ・ 「顧客に寄り添う広告とは: マーケティング・コミュニケーションにおける「当事者性」の問題」『アカデミア』社会科学編26、pp.177-202、2024年1月、南山大学
- ・ 「デジタル社会におけるPRの広告化と広告のPR化—ステークホルダーとの関係構築の視点からの考察」『アカデミア』社会科学編29、pp.115-150、2025年6月、南山大学

(学会発表) 7回

- ・ 日本広告学会第49回全国大会、シンポジウム・パネリスト「地域と生きる—広告は過疎に勝てるのか」2018年10月13日、名古屋学院大学
- ・ 日本広告学会中部部会2018学会年度第2回部会「逆説的広告コミュニケーションの妥当性」2019年3月25日、愛知大学
- ・ 日本広告学会第50回全国大会「メタ広告論の試み—広告を巡る多様な論考の区分についての考察」2019年11月17日、千葉商科大学
- ・ 日本広告学会第52回全国大会「デジタル化社会における 広告の倫理と企業の倫理に関する—考察」2021年11月20日、関西大学

- ・ 日本広告学会第 54 回全国大会、自由論題報告「顧客に寄り添う広告とは—マーケティング・コミュニケーションにおける「当事者性」の視点から—」2023 年 11 月、関東学院大学（横浜・関内キャンパス）
- ・ 第 30 回日本広報学会研究発表全国大会、自由論題報告「PR の広告化と広告の PR 化 — デジタル化社会における「ステークホルダーとの関係構築と維持」のコミュニケーションに関する一考察」2024 年 11 月 10 日、南山大学
- ・ 日本広告学会関西支部 2024 年度第 5 回研究会「PR の広告化と広告の PR 化 ～情報行動のネット集約化に伴う広告と PR の境界の曖昧化～」2025 年 6 月 14 日、関西大学

（特許）

（その他）

○科学研究費補助金等への申請状況、交付状況（学内外）

2026 年度分を申請したが、不採択となった。

○所属学会

日本社会学会、日本広告学会、日本広報学会、日本マーケティング学会

○自己評価

教学の準備に時間を取られがちの中で、学会発表 1 回、論文 1 本であれば及第点を与えることができる。

Ⅲ 大学運営

○目標・計画

【目標】

IR 委員として、学生の中途脱落防止の施策を検討する。

【計画】

新たに導入されるダッシュボードの入力を促進し、その結果から学生の学修意欲の阻害要因を分析する。

○学内委員等

IR 委員会、入試問題作成委員会

○自己評価

IR 委員会：ダッシュボードが導入されたが、分析用のデータ蓄積が不足している。そももの仕様の問題もある。

入試問題作成委員会：当初、世界史の問題を作成することで参加したが、新たに日本史も担当することになり、ついには英語の問題も作成することになった。日本史はともかく、英語はご専門の先生を差し置いて小職が作成することの妥当性に疑問がある。もちろんネイテ

イブチェックをお願いした。

IV 社会貢献

○目標・計画

【目標】

マーケティング・コミュニケーション及びPRの専門家としてアウトリーチ活動を行う。

【計画】

- ・ 名古屋工業大学「女性技術者リーダー育成講座」講師
- ・ 中部未来リーダーズ協議会インスパイアリーダーとして、地元の企業・団体に活躍する女性の人材育成を支援する。

○学会活動等

- ・ 日本広告学会では9年務めた理事を退任した。
- ・ 日本広告学会関西支部 2024年度第5回研究会で発表した。
- ・ 日本広報学会『広報研究』の投稿論文の査読を行った。

○地域連携・社会貢献等

- ・ 名古屋工業大学「女性技術者リーダー育成講座」講師として第11期生への講義を実施した。
- ・ 中部未来リーダーズ協議会インスパイアリーダーとして、主催イベントに参加した。

○自己評価

日本広告学会と名古屋工業大学での活動がメインになり、その他の活動まで中々手が回らない状況である。

V その他の特記事項（学外研究、受賞歴、国際学術交流、自己研鑽等）

日本広告業協会第49回懸賞論文金賞、2020年

VI 総括

教育に時間を取られがちなか中、研究も進めることができた。教育も一定の成果が出た。着任後、初めて送り出したゼミ卒業生はそれぞれの具体的な問題意識に沿って、論文を仕上げることができた。

一方、基礎演習Ⅰで1名、専門演習Ⅳで1名の退学者が出た。前者は入学時点から欠席が続いており、こちらからの連絡にも無反応だったため、保証人に状況を説明した結果である。後者は、前期は休学し、後期から復学したが、体調不良が改善せず、欠席が続いたため保証人とも話した上での判断である。

学外活動の機会が減少気味ではあるが、無理をせずバランスを見ながら進めたい。

以上