

公立大学法人滋賀県立大学 広報戦略

1. 趣旨

滋賀県立大学(以下「大学」という。)の広報戦略は、教職員が大学の基本理念や滋賀県立大学将来構想～USP2025 ビジョン～を踏まえ、本学の特徴的な取組や強みを、積極的にわかりやすく発信することにより、社会に知られ、評価される大学をめざすものである。

広報戦略は、次の6つの戦略構築の視点により策定し、具体的な内容については、2以下に記載する。

<戦略構築の視点>

- ブランド力の向上を図るため、改めて大学の基本理念の浸透を図る。
- すべての教職員が広報マインドを持って、自らの業務を見直す。
- 県大らしさ・独創性・社会性の観点から情報を選択し、積極的に発信する。
- 単に知らせるだけでなく、本学の強みに対する理解を促す。
- 適切な時期に、適切な情報を、適切な手段で発信する。
- 広く社会に共感を得る情報の発信を通じて、情報の拡散を図る。

<参考>

(1) 基本理念 (滋賀県立大学基本構想から抜粋)

滋賀県立大学は、学術の中心として、未来を志向した高度な学芸と、悠久の歴史や豊かな自然、風土に培われた文化を深く教授研究するとともに、未知の時代を切り拓く広い視野と豊かな創造力、先進的な知識、技術を有する有為の人材を養成することを目的とする。

また、開かれた大学として、県民の知的欲求に応える生涯学習の機会の提供や地域環境の保全、学術文化の振興、産業の発展など、滋賀県の持続的発展の原動力として大きく寄与することを使命とする。

(2) 基本的な考え方 (滋賀県立大学将来構想 ～USP2025 ビジョン～ から抜粋)

滋賀県立大学は、「人が育つ大学」「キャンパスは琵琶湖。テキストは人間。」「地域に根ざし、地域に学び、地域に貢献する」をモットーとして教育研究活動に取り組んできた。今後ともこの精神を継承しつつ急速なグローバル化も視野に入れて、国際的に通用する「知と実践力」をそなえた人材の育成を目標として定める。

この目標のもと、先進の知識・情報・技術、実践的な教育で培った柔軟な思考力と豊かな創造力を備え、変化する社会の中で、自らの力で未来を拓いていく人が育つ大学を目指す。

2. 戦略的広報の目的

多様なステークホルダーに対して的確に大学の情報を提供することで、各ステークホルダーとのより良い関係を構築し、大学のブランド価値の向上と入学志願者を確保することにより、「知と実践力」をそなえた人材を輩出することを目的とする。

そのために、大学の特色を明確に打ち出し、他大学との差別化を図るとともに、多様な情報を統一感のある広報により発信・展開することによって、大学の「顔」を定着させる。

具体的には、大学の基本理念や将来の目標像を踏まえ、「知と実践力をそなえた人が育つ大学」、「キャンパスは琵琶湖。テキストは人間。」、「地域貢献大学のリーディングモデル」をテーマ

に、各ステークホルダーに向けて次のような大学像を積極的に広報する活動を展開する。

- 国際通用性のある教育体系、質保証がなされた教育内容、地域教育プログラムや海外ネットワークによって豊かな学力、学識、国際通用性、地域理解力を養うことができる大学
- 琵琶湖の保全再生をはじめ、地域の環境、産業、健康、生活等に関する諸課題を産官学連携で研究し、成果を活かして地域の持続的発展に貢献している大学
- 大学COC事業やCOC+等により培われた地域プログラムで地域の明日を担う人材の育成を図るとともに、人口減少社会を踏まえ、地域と連携して地域再生・活性化の取組を進めている大学

3. 戦略の期間

戦略の期間は、第3期中期計画との関連から、平成29年度(2017年度)から平成35年度(2023年度)までとする。

※ 第3期中期計画期間 平成30年度(2018年度)～平成35年度(2023年度)

4. 広報の現状と課題

平成28年度に実施した「公立大学法人滋賀県立大学の広報の在り方に関する現状調査および分析業務」の結果(以下、「調査分析結果」という。)から、以下のとおり現状や課題が挙げられる。

こうしたことを踏まえ、各ステークホルダーに積極的に情報発信することで、大学に対する興味・関心を高める必要がある。

(現状)

- 大学の強みや特徴として、在校生や高校進路指導者からは「専門的な知識が身につけられる」、「校風・学生の雰囲気が良い」、「少人数教育である」、「魅力的な教授・講師陣」といった評価を受けている。
- 企業採用担当者からは「学生は礼儀正しく協調性が高い」といった評価を受けている。
- 在校生アンケートでは、「周辺環境の良さが魅力である」といったことが挙げられている。

(課題)

- 在校生アンケートでは、「周囲からの評判がいい」や「大学の知名度が高い」、「憧れの有名人、目標とする先輩がいた」の点で本学に対する評価が低く、「入学して大学の良さがわかった」との意見があった。
- 受験生、高校進路指導者、企業採用担当者など各ステークホルダーは、大学の自主広報媒体(ホームページ、大学案内、大学広報誌)や教職員訪問を情報収集のツールとして活用されており、こうした手法の更なる充実が必要である。

- 高校進路指導者は、「教育内容」の情報を求め、企業採用担当者は「就職支援対策」、「就職実績」、「産学連携の情報」の発信を求めている。
- 在校生、高校進路指導者などは、自主媒体以外の広報手法(例えば進学関連ウェブサイト)からの情報を求めている。

5. 基本方針・指標

大学の基本理念およびそれに基づく強みを発信する広報戦略の基本方針として、次の2つの方針に基づいた戦略的な広報活動を展開する。

また、広報活動の効果は、資料請求数、出願者数、志願倍率、新入生に実施する広報に関するアンケート、広報資料提供数、マスコミの報道件数等を指標として活用し、毎年度検証する。

(1)「調査分析結果」に基づいた積極的な広報の展開

多様な関係者との情報接点を持つために、「調査分析結果」に基づき、各ステークホルダーごとに訴求する事項を検討し、それにふさわしい広報媒体を活用する。

各ステークホルダーごとに訴求する事項は、「1. 趣旨」に掲げた戦略構築の視点をもとに、「2. 戦略的広報の目的」に掲げた大学像や、「3. 広報の現状と課題」を踏まえ、大学に対するポジティブなイメージを形成するものとする。

(2)パブリシティ活動の推進

優れた教育・研究や、地域との連携、教職員や学生の特徴的な取組などを、新聞やテレビ、ラジオ等に適切なタイミングで提供し、ニュースや話題として取り上げられる確率を上げ、県内外のステークホルダーの関心を高めることにより、大学の認知度向上を図る。

6. 戦略の推進

(1)戦略的な広報

ア. 入試広報

(ア)受験生、保護者、高校進路指導者など

これまでは大学案内、大学広報誌やホームページなどの学内媒体を中心としてきたが、今後は学内媒体を一層充実させるとともに、進学関連ウェブサイトや大学進学情報誌などの学外媒体を活用し、学科紹介や就職状況、入試情報、さらには大学の特徴的な教育・研究情報を、積極的に発信する。

<取組例>

- ・大規模進学フェア等への参加
- ・教員、事務局職員、出身学生による高校訪問
- ・進学関連ウェブサイト・大学進学情報誌への本学情報の掲載

- ・県大 jiman など学生の活躍がアピールできる広報
- ・社会で活躍するOBOG紹介冊子の作成
- ・オープンキャンパスにおける保護者を意識した PR
- ・保護者向けポータルサイトの設置
- ・テレビ番組、テレビ広告の活用
- ・インターネット広告の活用 など

イ. 認知度向上に向けた広報

(ア) 県民・地域での認知度向上のための広報

県民に対しては、大学の教育・研究・地域貢献といった活動成果を、本学ホームページなどの広報媒体や、パブリシティ活動を通して積極的に発信する。

地域に向けては、大学の地域課題への取組などをイベントや行政広報、パブリシティを活用し発信する。

また、大学の知的資源が社会課題への対応や県の政策構築に積極的に活用されるよう情報提供する。

(イ) 経済界など就職先開拓のための広報

経済界へは、企業向け PR 誌やホームページによる大学における人材育成に係る情報発信を一層充実させるとともに、社会で活躍する本学卒業生の紹介冊子を発行するなど、多様な情報発信ツールを用いて広報を行う。

<取組例>

- ・先進的な研究や産学連携情報、企業との研究情報などのホームページによる公開・発信
- ・地域課題、地域貢献への取組状況についてのホームページでの公開
- ・SNS での情報発信の強化
- ・卒業生ポータルサイト開設による交流
- ・同窓会員に向けた情報発信の拡充
- ・企業向け PR 誌の充実
- ・ケーブルテレビ、コミュニティ FM、ミニコミ誌など地域メディアによる発信
- ・イメージアップポスターの作成
- ・イメージアップにつながるノベルティの作成
- ・交通広告の利用
- ・学舎長寿命化計画に基づく魅力的なキャンパスの保全 など

(2) パブリシティ活動の強化

ア. ニュース素材の積極的な提供

パブリシティ活動は、大学に関する情報が、報道として新聞やテレビ・ラジオを通じて広く取り上げられることから、本学の認知度の向上にとって、非常に利用価値の高い手法であ

る。

そのため、研究や教育、地域貢献、学内外の活動など様々な情報を幅広くニュース素材として提供する。また、大学の教職員はそれぞれが「県大の広告塔」との意識のもと、日々の活動を通してニュース素材の発掘・提供に努める。

経営企画グループ広報室(以下、「広報室」という。)は、研究情報など大学の活動がわかる情報を、研究戦略委員会などの学内委員会や連絡調整会議、「6. 広報推進体制のあり方」に掲げる連絡体制など複数のチャンネルを活用して、積極的に収集し、経営層とも協議の上、資料提供、記者発表につなげるものとする。

各部局においては「広報の手引き」に沿って、教職共同により、わかりやすいプレスリリース資料を作成するものとする。

<取組例>

- ・学内委員会や連絡調整会議等を活用したニュース素材の発掘
- ・学内における連絡体制の整備
- ・広報マインドを高めるための研修会の開催
- ・オンライン型プレスリリースサービスの活用 など

7. 広報推進体制のあり方

戦略に基づく大学広報活動は、広報委員会での協議・検討も踏まえ、広報室が中心となり実施する。

また、IR を強化するとともに、学内のさまざまな情報をパブリシティ活動に活用するため、各部局において、素材を発掘する役割を担う人の育成に配慮する。

各部局に広報連絡員を設置し、ニュースの素材となる情報を集め、広報室に提供する連絡体制の整備を行うとともに、研究戦略委員会においても情報の収集・提供を行う。

また、学内の身近なところで生まれる価値のあるニュース、話題の種を見落とさないよう、構成員一人ひとりの広報に対する意識を高める。

<取組例>

- ・各学部・事務局に広報連絡員の設置
- ・県民の目線で大学の様々な情報の中から、素材を発掘するコーディネーター設置など、広報室の機能強化と広報連絡員をつなぐ仕組みの構築
- ・広報マインドを高めるための研修会の開催 など

8. 緊急時の報道対応について

大学関係で発生する事件・事故等様々な危機に関しては「公立大学法人滋賀県立大学危機

管理規程」や「滋賀県立大学危機管理対策基本マニュアル」の定めるところにより対応するが、緊急時の広報対応においては、次により迅速かつ的確に対処する。

なお、海外留学事故に関しては「滋賀県立大学海外留学事故危機管理マニュアル」に沿って対応する。

(1) 事件・事故発生時の報告と確認

大学関係で事件・事故等が発生した場合、役員等への情報伝達とともに初期段階での報道対応が極めて重要になる。事件・事故発生の情報が入った時点で広報室に第一報を入れ、大学関係者の情報共有と事実関係の把握・確認を行い、記者会見などに備える。

なお、危機発生直後、各部局において行った報道機関からの取材・問合せ対応は、速やかに広報室に報告する。

(2) 緊急時の学外への情報提供

大学に関係して危機が発生し、または発生する恐れがある場合において、対策を講じるために必要があると判断された場合は、「危機対策本部」を設置し、危機対策本部において、報道機関や関係者との連絡調整に関することは広報室が担当する。危機対策本部で取りまとめた情報は、危機対策本部の指揮の下、広報室が報道機関および関係者に提供する。