

第4次長期計画が目指す広報機能の充実策として、ステークホルダーに対し積極的かつ有効な情報発信を行うとともに、本学に対する評価や意見・要望といった情報を取り入れ、これを本学の諸施策に反映していくという双方向のコミュニケーションの充実を図ることを基本方針とすることが確認されている。

平成18年度は、従来の広報活動と並行しながら、この基本方針にもとづく具体的な展開方策として、学内構成員と大学執行部・広報スタッフの連携による積極的な情報の受発信体制の確立、戦略的広報や計画的広報の実施、対象を意識した情報の受発信、多様な媒体・手段の積極的活用、多様かつ活発な広報活動を支えるインフラの整備など、全学構成員の広報マインドの醸成と、全学的な広報体制の構築に取り組んでいく。

あわせて学内（学生を含む）における情報の共有化を促進するための制度や仕組みの構築にも取り組んでいく。

1) マスメディアの活用

前年度より、学外に向けた広報活動の基本姿勢を、広告展開からマスメディアを活用した広報展開へと変更した。各マスメディアに対し、本学が実施する様々なイベントを、新聞紙面等での記事掲載を促すため、随時ニュース・リリースとして発信している。また、本学の諸施策や学生の活動などについては、記者会見を積極的に開催している。それぞれの情報の内容等を勘案し、より実効性の高い伝達手段となるよう心がけている。

平成18年度においてもこれらの手法を踏襲し、本学の取り組み等の露出度がよりアップするような積極的なアプローチを行う。特に、関東圏のメディアに対し、本学の諸施策や諸事業、特徴ある教員や学生の紹介等、積極的に働きかけを行い、全国に発信される仕掛けを確立する。

2) ホームページの充実

ホームページ（以後、HP）は、速報性のある広報媒体であると同時に、学内外に存在する不特定多数のステークホルダー等に対し、訴求していく手段としても有効である。このため、平成17年度から大学HPの管理運営体制強化に取り組み、部局HPを含め、包括した情報発信体制を構築した。

平成18年度においては、まず、経済学部、法学部、社会学部、短期大学部の4学部におけるHPリニューアルを支援し、大学HPとの親和性を図ると同時に、各学部の個性と特徴を活かしたHPとして展開する予定である。また、大学HPにおいては、目的と対象をより明確にしたコンテンツを展開することで訴求効果を上げ、同時に昨年度から取り組むWebサイト分析診断の結果をもとに改善を図り、大学全体のHPを視聴者ニーズに適合させていく。

3) 広報誌等の発行

今年度秋に発行した広報誌「龍谷」60号より、A4版オールカラーへとリニューアルした。変更後の反応は良好で、その誌面構成も視覚的なインパクトが高まり、読者の理解が深まっている。この広報誌「龍谷」を年2回、主に学生や保護者をターゲットとした広報誌「龍谷」学内版を年3回、新聞等、各種メディアで取り上げられた本学の動きを綴った「龍谷大学ニューズレター」を年2回発行する。

4) 広告の掲出

本学の活動や諸施策が、メディアによって多数報道されるよう積極的に推進すると同時に、そのフォローとして以下の広告展開を実施する。

○関西テレビ天気予報フィラーCMの放映（4年目）

関西テレビの天気予報の枠で、本学のキャンパス風景を納めた映像CMを放映する。その内容は、今年度の映像をベースに深草学舎中央広場改修後のキャンパス風景を再録し、リニューアルした内容に編集する予定である。

○新幹線コンポの掲出（4年目）

11月の1ヶ月間、新幹線の車内額面と主要駅に本学のポスターを掲出する。

○週刊文春への記事広告の掲載（10年目）

本学教員を紹介することを主とした記事広告を計12回掲載する。

○交通広告（駅電照看板等）の掲出

JR新幹線京都駅をはじめとする交通広告を継続して掲出するとともに、東京オフィス開設に伴い、JR東京駅（丸の内側）に新たに設置する予定である。

以上のような広告展開を予定しているが、その詳細や最終的な実施の判断は、現在検討中の「広報展開方策検討委員会」の報告を受け、広報委員会が行う。

5) 広報活動の一環としてのイベント開催

龍谷大学第4回青春俳句大賞を実施する。今年度は、新たに文部科学省の後援名義を取り付けた効果があつてか、全国より43,206人、83,803句の応募があり、前年度比130.5%という結果となった。回を重ねることによって全国の学校に定着しつつあり、本学の一つの文化普及事業として更なる発展をめざす。また、受賞作品を中心に優秀な句を掲載した作品集も出版し、一般書店にて販売することで、この取り組みを全国的なものに広げる予定である。