

第4次長期計画の重点課題として位置づけている「広報機能の強化・充実」についての具体的展開方策として、平成18年度には、大学の発展に資するステークホルダーとのコミュニケーションの確立に向けた基本指針を策定し、この基本指針を具体的に全学で展開していくための体制構築や環境整備に取り組んできた。平成19年度は、さらにこれらの体制や環境の整備に取り組み、大学経営との一体的な広報活動として、マスメディアの活用、ホームページの充実、広報誌の発行、広告掲出、広報イベントといった事業を展開し、対象となるステークホルダーとの効果的なコミュニケーションを実現していく。

これらの取り組みを通じて、本学の教学活動によって創出されるブランドを、より明確化させることにより、社会の様々なステークホルダーからの理解と高い評価の獲得を目指していく。

1) マスメディアの活用

報道等を通じたマスメディアへの露出を重要視し、メディアへの積極的な情報発信や関係の構築を図る。これらの活動を通じて、公共性と社会に大きな影響力を持つマスメディアから、本学の情報を客観的に発信してもらう機会を拡大することにより、社会的評価の向上に努める。また、より積極的な情報発信をめざして、平成19年度から全学的なコミュニケーションサイクルの役割を担う広報担当者を各部署におき、現場レベルの情報を学長室(企画・広報)で集約できるようにする。これにより大学の多様な情報を、プレスリリース等を通じて、積極的にメディアへ働きかけ、報道機会の増加を図っていく。

なお、平成19年2月には、関西全域への情報発信を効率よくするため「関西プレスクラブ」に加盟した。同クラブには関西地区の主要なマスコミが所属しており、ここでのネットワークを有効に活用し、大学が取り組んでいる諸活動を幅広く発信していく。

2) ホームページの充実

本学ホームページ(以後、HP)のアクセス状況は前年比125%と伸びており、学内外に本学の情報を発信する手段として、HPは必要不可欠な広報媒体となっている。現HPは、平成15年度にリニューアルしたものであり、平成19年度で5年目を迎える。この間、ITを活用したコミュニケーションは一般化してきた。本学HPも構築当時と比べ、利用者ニーズに大きな変化があり、より利用者の視点に立った使いやすいHPサービスを提供することが求められている。平成18年度においては、大学HPに全学的な統一感をもたせるべく取り組んできた(理工学部・社会学部・短期大学部)が、平成19年度も順次、HPリニューアルの支援や大学HPの充実を図っていく。また新たに稼働する学生ポータルサイトとの連携を進める。さらに、現HPの課題等を顕在化させ、トップページの機能変化や新HP構築のための要件定義を行うなど、平成20年度のリニューアルに向けた取り組みを進める。

3) 広報誌等の発行

本学では、社会全体を幅広く対象とする「龍谷」、在学生及びその保護者を主な対象とする「龍谷」

学内版を、それぞれ年 2 回発行している。平成 19 年度には、新たに対象を在學生に絞り、學生の視点に立って編集を行う在學生向け情報誌を年 4 回発行する。また、編集面については、「龍谷」の構成を見直し、従来からの要素を残しながら、紙面全体の一体感を重視することにより、大学広報誌としての完成度を高めていく。「龍谷」学内版についても、その内容が本学の予算や学費、事業計画や報告など保護者等への情報公開に関するものであることから、説明責任を果たしうるものとして位置づける。在學生向け情報誌については、編集スタッフとして學生を登用するなど、より學生の視点に立ち、學生のために資する情報誌として発刊する。

なお、平成 19 年度は新たに大学紹介 DVD を作成するとともに、大学案内誌を刷新する。さらに 4 年間隔で作成する教員紹介誌 who's who を刊行する。

4) 広告の掲出

大学全体の広告では、新幹線セットパネルをはじめとする交通広告やテレビ CM（天気予報フィラー）などの大型事業を継続するほか、新たな掲出媒体として WEB 広告を検討する。WEB 広告は、ニュースサイトなど社会的に関心のあるページからリンクさせることで、大学公式 HP とは違った新規のステークホルダーの開拓が期待できる。

また、新聞を中心とするメディアを利用して、具体的な情報をより詳細に伝える学部特化型の広告（平成 18 年度は理工学部・国際文化学部）を実施し、学部の底上げを図ると同時に大学全体のイメージを高めていく。

ただし、広告の提出にあたっては、使用する媒体や掲出時期など、その広告効果や具体的な実施について、広報委員会において十分に審議するものとする。

5) 広報活動の一環としてのイベント開催

龍谷大学第 5 回青春俳句大賞を実施する。平成 18 年度は、48,040 人、93,645 句もの応募があり、前年比 111.74% であった。年々応募数が増えており、認知度が上ってきたといえるが、少子化の影響で統廃合される学校もあり、より多くの生徒・學生、これまで俳句に馴染みのない層にも取り組んでもらうべく新たな方策を検討する。また、毎回受賞作品を中心とした作品集を出版しているが、一般書店での販売以外に、インターネットでも購入できるようにし、本学俳句大賞ホームページ訪問者で俳句に興味がある人にも、手軽に購入してもらえる環境を整える。平成 19 年度は、本学の文化事業である「青春俳句大賞」が、全国的かつ多様な世代に認知されるべく、応募者 5 万人以上、応募句 10 万句を目標に、新たな層の開拓を進めるとともに、これらの活動を通して龍谷大学の知名度の向上を図る。