

■8 広報活動に関する事項

高等教育をめぐる諸課題や社会変化の動向等を受け、大学を取り巻く環境は年々厳しさを増しており、これに伴い、大学広報が担う役割は多様化し、重要性を増している。

このような状況にあって、昨年度は、創立370周年の各種周年事業の広報活動を積極的に行い、本学が誇りある歴史を重ねた大学であることを学内外に広く周知し、ブランドイメージの向上に努めてきた。これと並行し、従来からの広報活動として、学内の広報素材の発信検討や効果的な広報、広告の展開、さらには戦略的広報の展開や情報発信力の強化等といった課題に取り組むとともに、外部専門会社の活用等を行い、広報機能の強化・充実に取り組んだ。

今年度は、第5次長期計画がスタートする年であることから、本学のビジョンと変革に向けた姿勢を広く学内外へ発信し、特に「教育力のある大学」を印象づけ、社会からの期待感醸成を図る。併せて、大学としての明確な広報目標やテーマ、重点エリアなどを設定した広報戦略を策定し、これに基づく計画的・戦略的な広報活動を展開するとともに、学内構成員の広報マインドの醸成や情報の共有化、情報発信の質的・量的拡大を実現する情報創造システムの構築等を目指す。また、教員、学生からの発信を追求し、5長を具体化する教育、研究の成果、社会貢献につき、タイムリーかつ効果的に発信する。さらに、龍谷ミュージアムについては、開館前の本年度は、その文化的・学問的意義を訴求し、大学イメージ向上を図る。

こうした取り組みにより、本学に対する社会からの理解を促し、新たな龍谷ブランドの浸透を図り、本学の社会的基盤の確立を目指す。

1 マスメディアの活用

- 報道機関・記者等との連携強化・ネットワークの拡大
マスメディアは、社会的影響力の大きさと公共性を有しており、本学が社会的責任を果たしていく上では、これらマスメディアを活用した情報発信が重要となる。今年度は、プレス発表だけでなく、記者懇談会やイベントへの誘致等、様々な情報発信の機会を増やす。特に、重点エリアを関西圏とし、保護者や受験生、一般等重点ステークホルダーに対して、マスメディアを介して第5次長期計画のビジョンや将来像、特色ある取り組み等に関する情報を積極的に提供し、本学への理解促進を図るとともに、マスコミとの信頼関係の構築やネットワークの拡大に努めていく。また、外部専門会社の活用とともに、マスコミを含む多様な意見を聴取し、本学への支持や理解を得る発信に取り組む。

2 大学Webサイトの充実

- 大学Webサイトの適性な運用と掲載情報の充実
昨年度、Webサイトの全面リニューアル事業を終える

とともに、Webサイトの管理・運用体制やデザイン等制作全般にかかるガイドラインを策定した。併せて、近年の教育・研究活動のグローバル化に対応し、Webサイトの多言語対応についての指針を定めた。

今年度からは、上述の新管理運営体制の下、大学Webサイト全体の見回り（ウェブパトロール）を強化し、情報更新の頻度やユーザーのアクセス状況を定期的に確認するなど、多言語化を含む全学的な情報発信の強化を目指し、Webサイトの改善充実に努める。なお、各部局から発信するサイト情報の質的・量的な充実を図るため、サイトマネジメント計画（年間計画）を策定するとともに、各課の担当者を対象に定期的に研修を行い、情報発信力強化の支援を行う。

3 広報誌等の発行

- 広報誌「龍谷」
広報誌「龍谷」は、卒業生をはじめ在学生の保護者や教育機関・企業など幅広い層に、本学の特色ある取り組みや最新情報に加え、教育理念や経営方針等を紹介する大学広報誌と位置づけ発行している。今年度は、読者の興味、関心、理解度等を検証し、教員紹介の充実等、大学広報誌にふさわしいコンテンツを目指して、情報の質向上を図る。また、対象卒業生の増加に伴うコストの増大、他広報媒体との掲載内容の重複等といった課題も踏まえ、掲載すべき内容やテーマを見直し、より訴求性の高い情報提供を行う。

- 広報誌「龍谷（学内版）」
広報誌「龍谷（学内版）」は、保護者を主な対象とし、本学の財務状況や事業計画、事業報告等の法人経営に関する事項と併せ、学生の日常的な諸活動に関する情報をわかりやすく伝え、本学への理解促進を図る目的で作成している。本広報誌への掲載情報は、本学が高い公共性を有する高等教育機関として、広く社会に公開すべきものであることから、Webサイトを活用した情報発信の強化・充実に努めるとともに、前述の広報誌「龍谷」との情報重複の見直し等も行い、適切な情報発信に努めていく。

- XR（クロス＊アール）
「XR（クロス＊アール）」は、在学生を主な対象に発行する大学広報誌である。この広報誌の制作は、学生広報スタッフが担い、学生視点での学生の諸活動や大学経営に関する情報を発信している。今年度は、発行回数を従来の年4回から3回に減らし、掲載コンテンツの質的向上を図る。また、学生広報スタッフの活動を、本広報誌の制作に限定せず、各種広報誌やWebサイトの制作等、本学の広報活動へ参画させ、学生記者団として育成する。

- 倶楽部りゅうこく通信
「倶楽部りゅうこく通信」は、卒業生を対象としたメールマガジンであり、本学とのコミュニケーションツールと位置づけ、毎月1回発行している。メールマガジンは、即時性の高い情報発信ツールであるため、本学の最新情報や各種イベントの告知に特化した情報を中心に配信する。ま

た、メールマガジンとWebサイトとを連動させることで、卒業生が、本学の様々な情報に接する機会を増やし、理解促進に努めていく。

4 広告の掲出

● 広告展開

年間を通じた広報計画に基づき、各種媒体特性を勘案し、記者発表等の広報活動とも連動した効果的な広告展開を行う。今年度は、第5次長期計画のスタートにあたるため、本学の教育理念やビジョン等を広く社会へ発信し、これらへの理解促進を図る必要がある。このため、社会からの信頼性が高く、幅広い層に訴求力を有する新聞広告については、関西圏を中心とした重点エリア戦略により、掲載を強化する。また、全ステークホルダーに対するイメージ広報の手段として効果の高いCMフィラー広告は、関西圏を中心に1年間継続して展開する。併せて従来より、保護者か

ら要望のあった関西圏以外での広報活動については、広島において、試行的にCMフィラー広告を展開する。交通広告については、掲出場所を見直し、キャンパス所在地と大阪エリアを中心に展開し、大学として統一したイメージを訴求し、認知度の向上を図る。

5 その他の広報活動

● 青春俳句大賞の実施

青春俳句大賞は、本学の広報活動の一環として2003年度より実施している。大学が主催する俳句コンテストとしては全国で最大の規模を誇り、俳句の募集対象である全国の中学生や高校生、教育現場を中心に本学の認知度向上に一定の役割を果たしている。しかし、本学が俳句コンテストを主催する意図が見出しにくいといった課題もあり、今年度は、事業のテーマ設定等も含め、事業実施効果をさらに向上させるよう内容の検討を行う。

