

第4次長期計画では、「広報機能の強化・充実」を重点課題の一つとして位置づけている。平成18年度は、その具体的展開方策として「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」に向けた基本指針が策定された。ここで示されたグランドデザインを踏まえ、広報委員会において、具体的施策を策定することが確認されているが、未だ着手していない状況にある。平成19年度については、早急に具体的施策の策定に取り組む必要がある。また、同答申においては、早期に取り組むべき具体的方策が示されているが、これらについても、ようやく着手された状況にあり、今後本格的に取り組んでいかなければならない。

従来から展開している通常の広報活動については、各々充実している状況にあり、今後、広報機能の強化・充実に関する諸施策に取り組むことにより、大学経営の一端を担いうる機能として展開していくことが期待される。

### 1) マスメディアの活用

新聞広告やテレビCMを展開するとともに、特に報道等を通じたマスメディアへの露出を図るため、プレスリリースを通しての情報発信を積極的に行った。さらに2月には、大学の諸活動を関西全域に効率よく情報発信できるよう、関西地区の主要なマスコミが所属する「関西プレスクラブ」に加盟し、平成19年度への足掛かりを固めた。

平成18年度のリリース総数は164件で、昨年度の99件から約70%増やすことができた。これらの情報は新聞やテレビなどで取り扱われたことから成果があったと判断する。しかし、「記者発表・記者レクチャーに関する件」は減少しており、記者への積極的な働きかけは次年度の課題である。なお、今年度に行った主な記者発表は以下のとおり。

- 龍谷大学第2次アフガニスタン仏教遺跡学術調査隊の仏教遺跡新発見に関する発表
- 平安中学校・平安高等学校の龍谷大学付属校化に関する発表

### 2) ホームページの充実

全学的なホームページ（以下HP）を充実させるため、平成18年度は、法学部・理工学部・社会学部・短期大学部・学術情報センター等の部局管理HPのリニューアル支援を行なった。

また、媒体や手法を複合的に活用した総合的な広報として、新聞広告とWebとの連動を試みるなど、単にWebサイト単体によるHPの展開だけではなく、相乗的な訴求効果を挙げるように新たな取り組みを展開した。平成19年度以降も、全学的なHP充実支援に取り組み、本学HP視聴者が利用しやすいHPを構築していくとともに、より大学広報との連携を図ったHP展開を図っていくこととする。

- 理工学部「LOVEを創る」
  - 国際文化学部「異文化体験と理解」を通じた新カリキュラム紹介
  - キャリア開発部 社会人基礎力を備えた人材へ「龍谷大学の育成スタイル」
- その他、新たな取り組みとして「理工学部スペシャルコンテンツ」「BIEプログラム」のコンテン

ツを企画・運営し、動画を配信や本学の特徴ある取り組みを重点的かつ積極的に紹介した。

### 3) 広報誌等の発行

平成 18 年度は、広報関係発行物として、広報誌「龍谷」を 2 回 (62-63 号)、広報誌「龍谷」学内版を 3 回 (85-87 号)、それぞれ発行した。広報誌「龍谷」では、後期に発行した 63 号から、新たに編集コーディネーターを採用し、誌面全体の一体感を確保するとともに、それぞれの誌面の完成度を高める取り組みを行った。平成 19 年度以降は、これをより推進して、従来からの良い部分を顕在化させるとともに、大学の公式広報誌として、本学が何をめざし、どのように取り組んでいるかを訴求していく。

また、「龍谷」学内版については、平成 17 年度の私立学校法改正を機に、従来からの予・決算情報、学費情報・事業目的別収支情報など、主に財務に関する情報に加え、事業計画や事業実績報告を公開することとした。なお、期首に発行した 85 号においては、全ページをカラー化して、広報トピックスや課外活動を紹介するなど、本誌を初めて読む読者にも、龍谷大学の取り組みが平易に理解できるように配慮した。

### 4) 広告の掲出

大型事業として、新幹線コンポジットメディアをはじめとする交通広告、テレビ CM (天気予報フィルター)、親和会との共同事業である大阪ドームへの看板掲出などを継続して実施した。また、新聞広告では、「REC コミュニティカレッジ」の受講生募集広告のほか「青春俳句大賞」の作品紹介広告、キャリア支援に関する大学イメージ広告を展開した。

新たな取り組みとしては、学部の具体的な情報をより詳細に伝えることを目的に、新聞を中心とするメディアと大学HPを連動させた学部特化型の広告を開始した。平成 18 年度の実績は、理工学部が読売新聞「LOVE を創る」と朝日新聞「研究室公開」、国際文化学部が朝日新聞「異文化体験と理解」をテーマに実施し、同時に大学全体のイメージが高まるよう工夫した。

なお、今まで継続してきた駅看板広告を見直し、さらに平成 9 年度から続けてきた「週刊文春」への広告掲出を取り止め、あわせて効果が見込める媒体への乗り換えを図った。

### 5) 広報活動の一環としてのイベント開催

第 4 回青春俳句大賞を実施した。全国から 93,645 句、延べ 48,040 人 (平成 17 年度は 83,803 句、延べ 43,206 人) の応募があった。6 名の選考委員による最終選考会を経て、3 月 25 日に受賞者を招待し、表彰式を顕真館で開催すると同時に、受賞作品とあわせて惜しくも入賞を逃した作品も佳作集として掲載した作品集も出版した。