

宮城大学 広報基本方針

すべてのステークホルダーを対象とした効果的な広報に向けて…

宮城大学広報委員会

2019年1月23日

はじめに

宮城大学では、平成29年4月から、開学以来最大の改革ともいえる学群・学類制の導入やフレッシュマンコアを核とする基盤教育の充実、及びこれらを効果的に実施するための施設整備や組織体制の見直しなどを進めており、大学の理念である「高度な実学」に基づき、地域社会の発展に貢献できる人材の育成と豊かで活力ある地域社会の形成に向けて、教育研究内容のさらなる充実・強化を図っているところである。

一方で、本学の広報活動は、これまで受験生獲得のためのいわゆる「入試広報」には注力しつつも、大学全体の認知度を高めるための「全学広報」という視点が不足しており、上述のような新たな取組も含め、学内外に対して効果的に情報発信できているとは言い難い状況である。例えば、大学の顔であるウェブサイトについて、一定の評価はいただいているものの、本学の魅力をより多くの人々に伝えていく上では、デザイン性やコンテンツ構成、情報の鮮度といった点でまだまだ改善の余地があるほか、大学として発行する様々な出版物についても、作成に当たっての統一的なコンセプトがないために、全体としての一体感に欠け、宮城大学らしさを十分に打ち出せていないことが課題となっている。

大学改革などを通じてどれだけ内部を磨き上げても、それを外部に向かって適切に広報していくことができなければ、大学に対する社会からの評価向上にはつながらず、教職員の取組意欲も削いでしまうこととなるおそれがある。

そこで、宮城大学では、今年度から、広報を全学的な業務と捉え直し、これを学外の協力も得ながら効果的に進めていくため、平成27年度に廃止されていた全学組織の広報委員会を復活させ、事務局内に企画・入試課企画・広報グループを新設するとともに、同グループ内に外部専門業者による常駐も始めたところである。こうした体制整備に加え、このたび、学内で今後様々な広報業務を進めていく上で指針となる「宮城大学広報基本方針」を定めることとした。本基本方針では、はじめに本学の広報に対する基本的なスタンスを示し、様々な観点から現状と課題を整理する。その上で、それぞれの課題ごとに今後の取組の方向性を定め、最後に具体的な取組の内容や進め方を補足資料も交えながら詳述する。

今後ますます少子高齢化が進行し、18歳人口の減少も顕著になっていく中で、宮城大学が「選ばれる大学」となるためには、これまで以上に教育研究機関としての質を高めていくとともに、それを学内外のあらゆるステークホルダーに対して積極的かつ効果的に発信していくことが必要不可欠である。本基本方針を通して宮城大学としての広報戦略を確立し、社会における本学のプレゼンスを高めていきつつ、県内唯一の公立大学として期待される役割を積極的に果たしていきたい。

目次

P04 理念・目的・基本方針

P06~ 1 全学体制

P12~ 2 事業戦略

P18~ 3 PDCA

P22~ 4 効率化

P26~ 5 人材育成

【理念】

大学広報を、大学が社会からの信頼や支持を得て社会で存続しつづけるための重要なコミュニケーション手段として位置付け、本学の理念である「高度な実学に基づき、豊かな人間性、高度な専門性と確かな実践力を身につけ、グローバルな視点で地域社会の発展に貢献できる人材を育成するとともに、学術・文化の向上と豊かで活力のある地域社会の形成に寄与する」を実現するため、戦略的な広報活動を展開する。

【目的】

- ・ 県民等に対して透明性が高く、かつ有益な情報提供を行い、県立大学としての存在意義の理解を得る。
- ・ 企業、団体、地域等に本学の教育研究内容のほか、地域貢献、グローバル化等に関する取組を伝え、連携、支援の輪を広げる。
- ・ 受験生（候補）、保護者、高校教員等に大学の存在と教育研究内容を認知させ、本学アドミッションポリシーに合致する優秀な受験生を確保する。
- ・ 学生（卒業生含む）、教職員に対し、大学の理念や目的、現在進めている改革の取組など、正確な大学の現状を知らせ、大学への帰属意識を高める。
- ・ 海外に向けた適切な情報提供を行い、国際的な認知度を高めるとともに、大学全体のグローバル化を推進する。

【基本方針】

- ・ ターゲット別（受験生、保護者、高校教員、企業・団体、地域、海外協定校・関係機関、報道機関・メディア、卒業生、在学生、教職員等）に戦略的な広報を行うとともに、各事業の効果検証と次期計画へのフィードバックを通じたPDCAサイクルを確立する。
- ・ 統一的なコンセプトに基づいたデザインやコンテンツ構成などに配慮し、わかりやすい表現を用いながら、本学の独自性を伝える広報を行う。
- ・ 学内のシステム連携を通じて情報源を集約するとともに、情報の収集から発信までのフローを標準化することで、正確、迅速かつ安定的な広報を行う。
- ・ 各種広報物の一括発注やウェブサイトのリニューアルなどを通じて、効率的、効果的な広報運営を行う。
- ・ 全学推進体制の下で、教職員全員が参加意識を持つとともに、研修やOJTを通じて一人一人の広報スキルを高めながら、全学的な取組として広報を行う。

1 全学体制

- (1) 現状
- (2) 課題
- (3) 取組の方向性
- (4) 具体的な取組

【資料1】他大学の広報推進体制について(資料編 P02)

【資料2】全学的な広報推進体制図(資料編 P03)

1 全学体制



(1) 現状

入試広報への偏重による大学広報の欠如

① 全学体制の必要性 ▶

学内広報委員会を平成 27 年度に解散し、全学的な広報を担う組織が不在であったため、大学広報の視点が軽視されている。また、発信すべき情報を収集・編集する仕組みやシステムが欠如している。

【資料1】他大学の広報推進体制について(資料編 P02)

② 事務局の体制 ▶

平成 28 年度以降、アドミッションセンターが広報業務を担当することとなり、事務部では入試グループが中心となって入試広報に注力してきたが、受験関係者以外への働きかけが弱く、企業や地域向けの広報はほぼ行われていない。

③ 学内の連携 ▶

大和、太白両キャンパスが融合した広報ができておらず、教職員と学生の連携も不十分であることから、学内の情報を適切に収集できていない。



(2) 課題

大学広報の再構築

① 全学体制の必要性 ▶

広報を全学的に取り組むべき業務と位置付けるとともに、収集した情報を編集し、適切な情報発信を行う体制を整備することで、大学広報を再構築する必要がある。

② 事務局の体制 ▶

従来の入試広報に加え、これまで十分にフォローできていなかった企業、団体、地域等を含む多様なターゲットへの広報を強化していく必要がある。

③ 学内の連携 ▶

広報業務における両キャンパスの連携を強化するとともに、教員、職員、学生の持つ情報を一元的に集約する仕組みを整える必要がある。

1 全学体制



(3) 取組の方向性

教職員・学生が一体となった大学広報の仕組みづくり

① 全学体制の必要性 ▶

広報業務に関して全学的な方向付けを行う意思決定機関と、そこに至るまでの具体的な検討や企画立案等を行う作業チームを学内に立ち上げ、適切な情報の収集・編集・発信に向けた体制整備を推進する。

② 事務局の体制 ▶

事務局において、これまで入試業務の一環として実施してきた広報業務を大学広報の観点から再定義し、それを担う新たな組織体制の整備を図る。

③ 学内の連携 ▶

両キャンパスの教員、職員、学生が所属するそれぞれの組織ごとに広報担当窓口を設置し、全学的な情報収集体制を構築する。



(4) 具体的な取組

広報委員会・専門部会・各種WGの設置と 事務局体制の見直し、全学体制の活用による大学広報の実施

① 全学体制の必要性 ▶

各学群・研究科や全学センターの長等から成る広報委員会を設置し〔H30.4 済〕，大学広報に関する意思決定を行うとともに，その下部機関として，実務者レベルによる専門部会や各種ワーキンググループ等を組織することで，全学的な広報推進体制を確立し，アンケート分析やデザイン検討といった具体的な広報関連業務への対応も行う。

【資料2】全学的な広報推進体制図(資料編 P03)

② 事務局の体制 ▶

事務局内に企画・入試課企画・広報グループを新設し〔H30.4 済〕，入試広報を含む大学全体の広報を担当するとともに，同グループが本学における対企業（キャリア開発），対海外（国際交流），対教育機関（高大連携）の窓口となることで，様々なターゲットとの関係強化に取り組む。

③ 学内の連携 ▶

広報委員会専門部会の下に各所管の広報連絡員を設置し〔H30.12 予定〕，両キャンパスにまたがる学群・学類・研究科，教育推進センター，全学センターごとに広報担当の教及び職員を配置するとともに，学生広報部等との連絡体制を確保することで，学内の情報を適切に収集する。

【資料2】全学的な広報推進体制図(資料編 P03)

2 事業戦略

- (1) 現状
- (2) 課題
- (3) 取組の方向性
- (4) 具体的な取組

【資料3】大学ブランドイメージ調査について(資料編 P04)

【資料4】これまでの広報物について(資料編 P05)

【資料5】他大学の外国語版 Web サイト対応状況(資料編 P07)

【資料6】SNS の活用について(資料編 P08)

【資料7】メディア掲載の現状について(資料編 P09)

【資料8】宮城大学広報事業について(資料編 P10)

【資料9】広報グラフィック基本コンセプトについて(資料編 P11)

【資料10】パブリシティの活用について(資料編 P18)

【資料11】新たに必要となる広報の視点について(資料編 P19)

2 事業戦略



(1) 現状

戦略性のない広報活動に起因する大学の知名度不足

- ④ 事業戦略の必要性 ▶ 広報業務に関する計画や方針がなく、各種広報物も所管ごとにバラバラに展開しているため、大学としての一体感が損なわれ、十分に事業効果が上がっていない可能性がある。最近実施された某イメージ調査では、本学の知名度は県内大学の中でも2番手群の後方に留まっている。

【資料3】大学ブランドイメージ調査について(資料編 P04)

【資料4】これまでの広報物について(資料編 P05)

- ⑤ 外国語対応 ▶ Web サイトの一部で外国語表記(英語, 中国語)を用意しているが、紹介する内容が旧学部紹介や過去の国際交流プログラムに留まっており、情報の更新も行われていないため、海外向けに効果的な広報ができているとは言い難い。

【資料5】他大学の外国語版 Web サイト対応状況(資料編 P07)

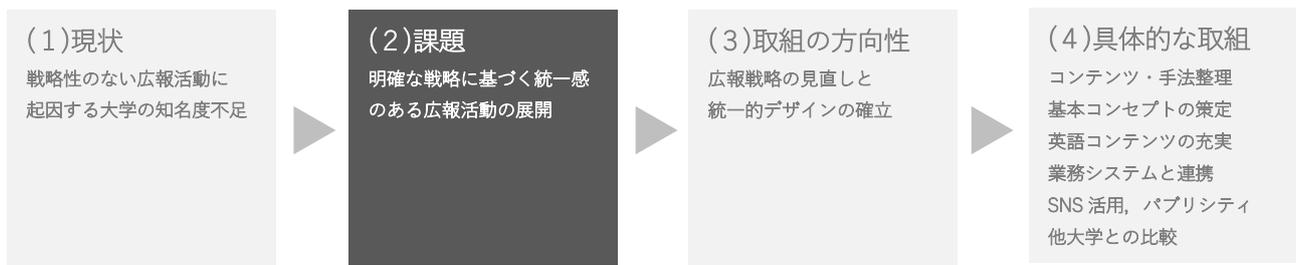
- ⑥ 情報源と広報手段 (SNS等の活用) ▶ 学外 Web サイトや学内イントラ、業務システムでの配信、電子メール、紙文書など、広報の情報源が分散しており、最新情報の共有が不十分な状態となっているほか、リスク管理の理解不足等により、SNS等の新たな広報手段が十分に活用されていない。

【資料6】SNSの活用について(資料編 P08)

- ⑦ パブリシティの取組 ▶ 教員個別のメディア掲載・出演の実績は多数あるものの、プレスリリースなどマスメディアを通じた情報発信はほとんど成果を上げておらず、広報施策としてパブリシティの取組は不十分であると言わざるを得ない。

【資料7】メディア掲載の現状について(資料編 P09)

- ⑧ 他大学との比較・差別化 ▶ 他大学の広報活動との比較を行っていないため、今日的な大学広報の標準レベルをクリアし、かつ、差別化が図られているかどうか不明である。



(2) 課題

明確な戦略に基づく統一感ある広報活動の展開

- ④ 事業戦略の必要性 ▶ 大学としてのさらなる知名度向上のため、しっかりとした戦略に基づく広報活動の実施や統一感のある広報物の展開を図っていく必要がある。

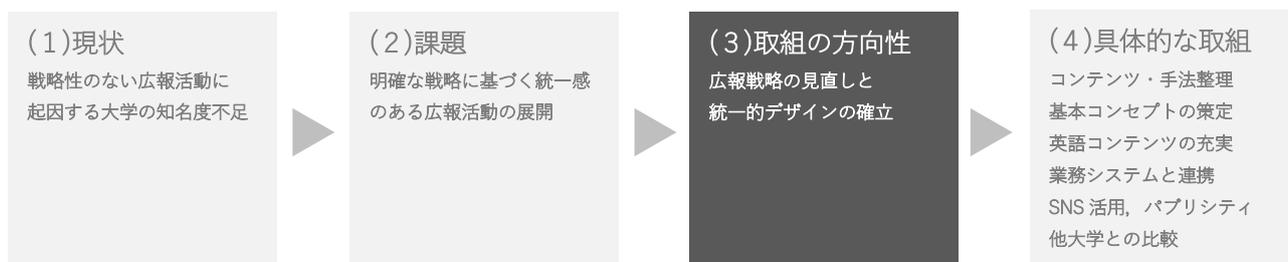
- ⑤ 外国語対応 ▶ 外国語 Web サイトについて、他大学の状況も踏まえ、本学の身の丈に合った適切かつ効果的な情報の発信及び更新に向け、コンテンツと対応言語の見直しを行う必要がある。

- ⑥ 情報源と広報手段 (SNS等の活用) ▶ 広報に係る学内の情報源を集約し、最新情報を共有しやすい環境を作るとともに、適切なリスク管理の下、SNS等を活用したより即時性の高い広報手段を確保する必要がある。

- ⑦ パブリシティの取組 ▶ 大学としてのパブリシティ活用に関する基本的な方針を定めるとともに、メディア向けの効果的な情報発信のあり方について整理する必要がある。

- ⑧ 他大学との比較・差別化 ▶ 他大学との比較等を通じて大学広報に関する本学の立ち位置を確認した上で、先行事例へのキャッチアップや差別化に向けた取組を進めていく必要がある。

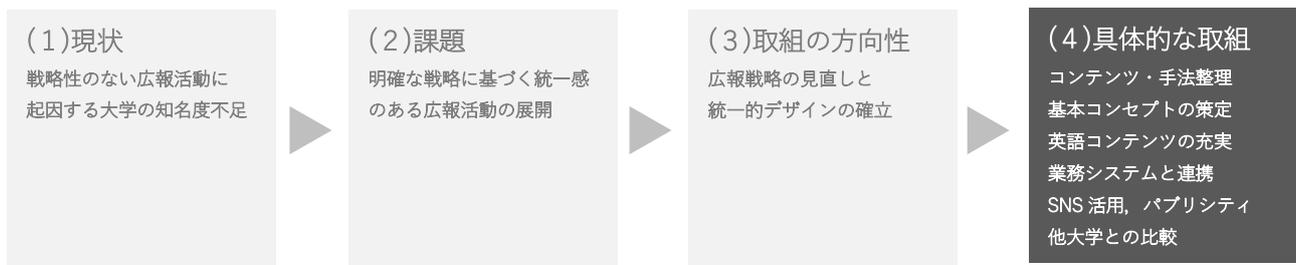
2 事業戦略



(3) 取組の方向性

広報戦略の見直しと統一的デザインの確立

- ④ 事業戦略の必要性 ▶ 新たに整備された広報推進体制の下、ターゲット別に「広報すべきコンテンツ」や「手法」を整理するとともに、デザイン展開の基本的な考え方を検討し、本学の独自性を出した広報事業を推進する。
- ⑤ 外国語対応 ▶ 他大学の外国語版 Web サイト対応状況との比較を行った上で、整備するコンテンツを絞り込むとともに、対応言語としては、本学の実情や学生のニーズ等に鑑み、当面は英語を優先させることとする。
- ⑥ 情報源と広報手段 (SNS等の活用) ▶ Web サイトと業務システムに情報源を集約し、データベース化するとともに、主要な SNS サービスの特性と他大学の導入事例を調査した上で、運用上のメリット・デメリットを整理し、新たな広報手段の導入を検討する。
- ⑦ パブリシティの取組 ▶ メディア各社や記者との関係を強化するとともに、学内の情報収集ルートやプレスリリース作成のフロー等を整備し、積極的なパブリシティ活用に向けた取組を推進する。
- ⑧ 他大学との比較・差別化 ▶ 全国又は県内の調査資料や他大学の事例との比較により、本学に不足している取組を洗い出すことで、広報推進体制の見直しや広報施策の改善につなげる。



(4) 具体的な取組

**広報コンテンツ・手法の整理, 広報グラフィック基本コンセプトの策定,
英語コンテンツの充実, 業務システムとの連携, SNS活用,
パブリシティ強化, 他大学との比較**

- ④ 事業戦略の必要性 ▶
- ・ 広報すべきコンテンツを「大学の最新情報・所管毎の最新情報」と「所管毎の基本情報」に大別し、広報が作成すべき情報と、所管毎に作成すべき情報に整理する。
 - ・ ターゲット毎の情報整理として、広く一般・地域向けに「大学組織・法人運営」を、受験生・入学希望者・保護者・高校教員向けに「入試情報や学びに関する情報」「学生生活」「学修環境(コモンズ等)」を、企業・団体(自治体を含む)向けに「地域連携・共同研究(シーズ含む)」「キャリア支援」を、広く海外や他機関向けに「国際交流」「教育施設の施策」「研究情報」「学術研究・図書館」等に区別する。
 - ・ 手法を「ウェブサイトによる発信」「大学案内冊子による発信」「各種冊子媒体による発信」「イベントによる発信」に整理し、各ターゲットのニーズに特化した構成をとり、成果物は学内でも共有する。
 - ・ 大学の基本理念に適合した「広報グラフィック基本コンセプト」を策定し〔H30.12 予定〕、学内で広報物をデザインする際の指針とする。なお、基本コンセプトは広報展開の中で専門部会にてレビューを行い、更新する。

【資料8】宮城大学広報事業について(資料編 P10)

【資料9】広報グラフィック基本コンセプトについて(資料編 P11)

※補足資料, Web サイトや冊子での展開例(資料編 P12)

- ⑤ 外国語対応 ▶
- ・ 英語対応コンテンツを「学群・研究科における学びの概要」「外国人留学生・帰国子女の入試情報」「国際交流の概要」「交換留学プログラムの実績等」「キャンパスの情報」等に絞る。
 - ・ 先行して日本語版を作成し、国際交流・留学生センター等の協力により英語への翻訳を行うことで、海外からも本学の最新の教育研究内容が理解できるようにする。

※再掲【資料5】他大学の外国語版対応状況(資料編 P07)

2 事業戦略



(4) 具体的な取組

広報コンテンツ・手法の整理、広報グラフィック基本コンセプトの策定、
英語コンテンツの充実、業務システムとの連携、SNS活用、
パブリシティ強化、他大学との比較

- ⑥ 情報源と広報手段 ▶ (SNS等の活用)
- ・現在リニューアルを進めている Web サイト及び業務システムの相互連携を図ることで、Web にアップした情報を内部向けに自動配信するなど、最新情報の共有化を行う。
 - ・SNS について、複数サービスの同時運用は労力的負荷が高いことから、当面は動画配信を効率的に行える「Youtube」公式チャンネルを重点的に活用する。
- ※再掲【資料6】SNSの活用について(資料編 P08)
- ⑦ パブリシティの取組 ▶
- ・従来の記者クラブへの投げ込みに加えて、教職員の保持する各メディア記者の連絡先を共有し、個別の配信ネットワークを形成する。
 - ・全学体制を活用した情報収集ルートの形成と、プレスリリース作成フローの整備を行い、ニュース性のあるプレスリリースの作成をバックアップする。
 - ・発展的なステップとして、メディア向けイベントや、全国メディアや専門誌等の関係性構築等の施策について検討を行う。
- 【資料10】パブリシティの活用について(資料編 P18)
- ⑧ 他大学との比較・差別化 ▶
- ・大学の知名度調査やイメージ調査に関する資料等を購入し〔H30.10 一部済〕、本学の現状を確認する。
 - ・同規模、類似学科を持つ大学の広報推進体制、外国語対応、SNSの活用状況などを調査し、本方針に基づく各種アクションプランの作成や運用に活用する。
 - ・他大学での先進的な取組事例を調査し、本学での差別化に向けた検討に役立てる。
- 【資料11】新たに必要となる広報の視点について(資料編 P19)

3 PDCA

- (1) 現状
- (2) 課題
- (3) 取組の方向性
- (4) 具体的な取組

【資料12】事業ごとの PDCA サイクルについて(資料編 P22)



(1) 現状

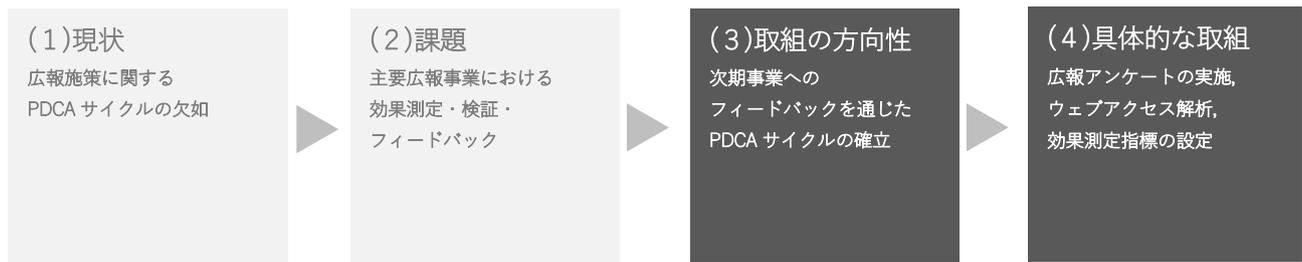
広報施策に関する PDCA サイクルの欠如

- ⑨ 広報業務の PDCA ▶ 効果の検証が不十分なままに広報施策が展開されており、PDCAサイクルが機能していない。入試広報についても、入試本体の運用に注力する必要があるため、広報施策による志願者数増減の効果測定などは行われていない。

(2) 課題

主要広報事業における効果測定・検証・フィードバック

- ⑨ 広報業務の PDCA ▶ Web サイト、大学案内冊子、オープンキャンパス等の主要な広報事業において、ターゲットごとに効果を測定・検証し、その結果を次期事業等にフィードバックしていく必要がある。



(3) 取組の方向性

次期事業へのフィードバックを通じた PDCA サイクルの確立

- ⑨ 広報業務の PDCA ▶ 各事業の特質に応じた効果指標を設定し、実施効果を複数年度にわたって適切に測定・検証した上で、次期事業等の改善につながるフィードバックを行うことで、広報施策における PDCA サイクル確立を目指す。

(4) 具体的な取組

広報アンケートの実施,Web アクセス解析,効果測定指標の設定

- ⑨ 広報業務の PDCA ▶
- ・ターゲットごとの広報アンケートと、Web サイトのアクセス解析を実施する。
 - ・質的評価として、「コンテンツがニーズに即し、理解度が得られたか」「必要な情報が得やすい構成で適切な表現がなされているか」等の指標を用いる。
 - ・量的評価として、アクセス数・Web サイトへの誘導数等の指標を用いる。
 - ・イベント等については、総合的な満足度と、来場者数の増減により評価する。
 - ・デザインについては専門部会内で総合的なレビューを行う。

【資料12】事業ごとの PDCA サイクルについて (資料編 P22)

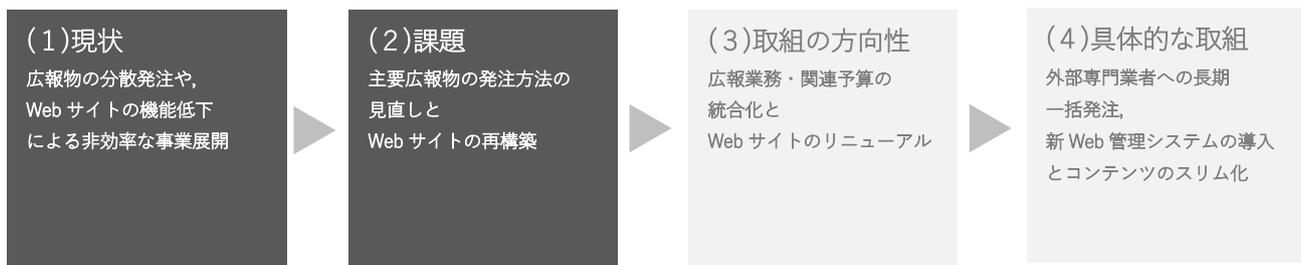
4 効率化

- (1) 現状
- (2) 課題
- (3) 取組の方向性
- (4) 具体的な取組

【資料13】広報物の一括発注について(資料編 P23)

【資料14】Web サイトの構成について(資料編 P24)

4 効率化



(1) 現状

広報物の分散発注や Web サイトの機能低下による非効率な事業展開

- ⑩ 広報物の発注について ▶ 各種広報物が所管ごとバラバラに発注されているため、デザインが統一されていない上に、事業費や業務量の面でも効率性が損なわれている。

※再掲【資料4】これまでの広報物について(資料編 P05)

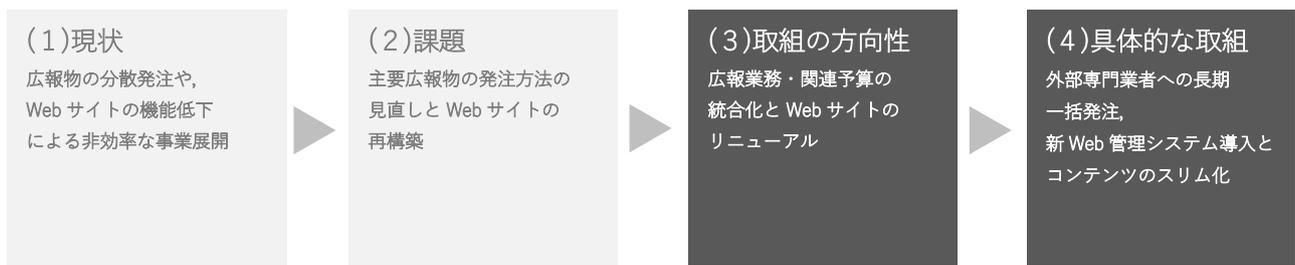
- ⑪ CMS について ▶ 現行の Web サイト管理システムであるコンテンツマネジメントシステム (CMS) のバージョンが古く、操作性が悪いため情報発信の速度が著しく低下しているほか、メンテナンス不足により不要なページが多く、必要な情報にアクセスしにくいなどの不具合が生じている。

(2) 課題

主要広報物の発注方法の見直しと Web サイトの再構築

- ⑩ 広報物の発注について ▶ 所管ごとに作成・展開されている主な広報物の洗出しを行い、発注方法等を見直すことで、デザインの統一性とコストメリットの確保を図っていく必要がある。

- ⑪ CMS について ▶ Web サイトの操作性向上のため、管理システムの見直しを行うとともに、適切かつ十分なメンテナンスが行えるよう、コンテンツの規模や構成を再構築する必要がある。



(3) 取組の方向性

広報業務・関連予算の統合化と Web サイトのリニューアル

- ⑩ 広報物の発注について ▶ 各種広報物の作成業務や関連予算を可能な限り長期にわたって統合化し、総合的な広報施策の中で統一性をもって運用することにより、情報の重複によるロスや発注コストを削減し、業務の効率化を図る。
- ⑪ CMS について ▶ 新しい管理システムの導入により、Web サイトの操作性を向上させるとともに、情報コンテンツの整理を行い、コンパクトでメンテナンス性の高い Web サイトへのリニューアルを進める。

(4) 具体的な取組

主要広報物の発注方法の見直しと Web サイトの再構築

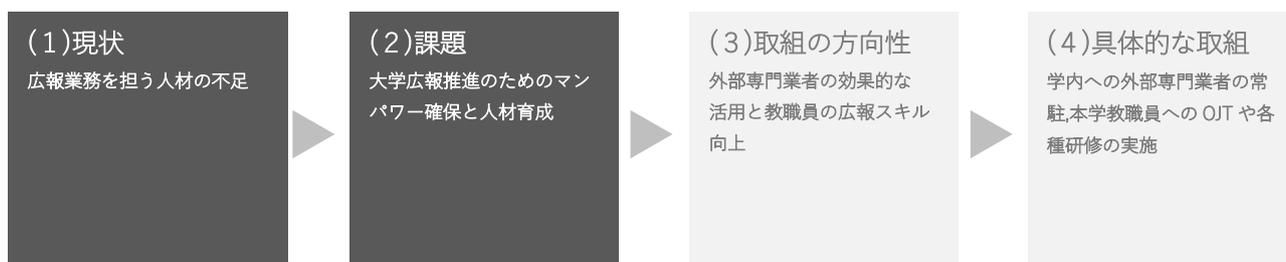
- ⑩ 広報物の発注について ▶ 複数年度を通して広範囲な業務に関わる外部専門業者を活用し、Web サイトやオープンキャンパス等の主要事業に加え、大学案内冊子、入学者選抜要項、入試ガイド、研究シーズ集、施設紹介パンフレット等の各種広報物を長期契約により一括発注する。
【資料13】広報物の一括発注について(資料編 P23)
- ⑪ CMS について ▶
- Web サイトの作成や更新時に実際の掲載画面を確認できるようにするほか、コンテンツを所管ごとのカテゴリにフォルダ整理することで、柔軟な操作性をもったシステムとする。
 - ドアページへの情報集約により階層を浅くするとともに、全体のページ数も削減し、本学教職員の目の行き届く規模の Web サイトとする。
- 【資料14】Web サイトの構成について(資料編 P24)**

5 人材育成

- (1) 現状
- (2) 課題
- (3) 取組の方向性
- (4) 具体的な取組

【資料15】学内研修案について(資料編 P25)

5 人材育成



(1) 現状

広報業務を担う人材の不足

⑫広報業務を行う人員の数▶ 大学改革の推進など学内全体の業務の増大化により、広報業務に充てられる教職員数の増強が困難な状況となっている。

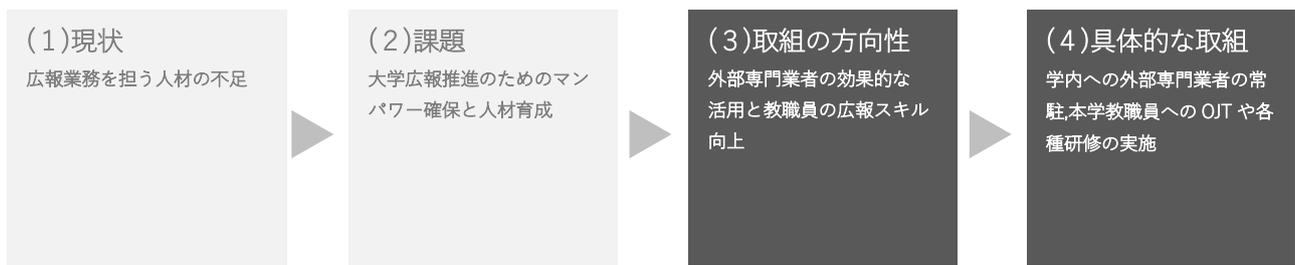
⑬教職員のスキルについて▶ 教職員の広報に関するスキルが全般的に不足しているほか、本学で展開されている広報活動の中で、学外に魅力的な形で情報を発信する手法やノウハウが十分に共有されていない。

(2) 課題

大学広報推進のためのマンパワー確保と人材育成

⑫広報業務を行う人員の数▶ 外部専門業者へのアウトソーシングなどを通じて、本学の広報施策推進に必要なマンパワーを確保する必要がある。

⑬教職員のスキルについて▶ 広報業務を担える教職員を育成するとともに、効果的な情報発信の手法やノウハウを学内で共有していく必要がある。



(3) 取組の方向性

外部専門業者の効果的な活用と教職員の広報スキル向上

- ⑫広報業務を行う人員の数▶ 大学に不足しているノウハウの導入と人員確保の観点から、長期的かつ広範囲にわたって本学の広報を重点的に常時支援可能な外部専門業者の活用を推進する。
- ⑬教職員のスキルについて▶ 内部研修やOJTにより、広報に関する基本的な考え方や効果的な手法、優れた事例などを共有するほか、外部研修への積極的な参加を促すことで、教職員の広報スキル向上を図る。

(4) 具体的な取組

学内への外部専門業者の常駐,本学教職員へのOJTや各種研修の実施

- ⑫広報業務を行う人員の数▶ 上記4-(4)により長期一括発注した外部専門業者の職員を学内に常駐させることにより、本学の広報業務全般に対して支援してもらおうとともに、委託事業の範囲や継続の可否を含め、本方針に基づく広報施策を持続させるための体制のあり方について検討する。
- ⑬教職員のスキルについて▶ 上記常駐業者が持つノウハウやネットワークを活用し、プレスリリース資料の作成、デザインツールの利用方法、Webサイトの操作方法など、広報をテーマとする内部研修やOJTを年間通して実施するほか、宮城県が開催する「広報研修会」など、外部機関が実施する広報関係の研修やセミナー等への参加を呼びかける。

【資料15】学内研修案について(資料編 P25)

