

# 公立大学法人滋賀県立大学 広報戦略 2024

## 1. 趣旨および目的

本学が持続可能な社会づくりをけん引する人材の育成を図り、学生や地域にとって魅力のある高等教育機関となるためには、本学の知名度を向上させるだけでなく、社会における存在感やブランド価値を高めるとともに、大学の理解者、いわゆるファン層を増やし、社会や県民からのより大きな信頼を得る必要がある。

このためには、まず、学生や教職員が、滋賀県立大学を深く知り、愛着や誇りを持つとともに、学生を大切な存在と捉え、共に大学を創り上げていくという意識を持つことが重要である。

教職員一人ひとりが、こうしたホスピタリティの意識を持ち、大学の基本理念や中期計画を踏まえ、多様なステークホルダーに対して本学の強みや特徴的な取組の積極的かつ効果的な発信等を行うため、広報戦略を策定するものである。

## 2. 戦略の期間

戦略の期間は、第4期中期計画との関連から、令和6年度(2024年度)から令和11年度(2029年度)までとする。

## 3. 本学広報の基本的な考え方（基本方針）

### (1) 教職員・学生に対する情報の受信・発信

- ・学生や教職員に、本学に対する関心と理解を深めてもらい、愛着や誇りを醸成するため、学内からの声を聴くとともに、日常的に学内への情報発信を行う。
- ・教職員は本学の広報活動の担い手であり、広報戦略の遂行に欠かせない存在であることから、広報に対する意識付けを行うとともにスキルアップを図る。

### (2) 多様なステークホルダーに対する情報の受信・発信

- ・多様なステークホルダーの関心を本学に向け、それぞれのステークホルダーが知りたい情報を、容易にかつ理解しやすい形で入手できる環境を整える。
- ・本学が多様なステークホルダーと結びつき、関係を強化するため、より一層効果的な広報活動を展開する。
- ・ニーズに応じた情報を発信するために、ステークホルダーの声を意識して受信する。

## 4. 現状と課題

### (1) データから見るネット利用率と SNS 利用率の現状

#### ① 「大学の広報活動に関するアンケート調査」(対象：本学新入生)

平成28年(2016年)4月実施分および令和4年(2022年)4月実施分

- ・「見たことのある本学の広報媒体」は、ホームページとキャンパスガイドの割合が  
いずれの年も高い。
  - ・本学の SNS (Facebook/Instagram) を見たことがある新入生の割合は、増加してい  
る。(H28 : 1.3% → R4 : 23.1%)
  - ・新入生がよく利用しているサイト・サービスは、令和4年(2022年)では、  
YouTube、LINE、Instagram の順に多い。
- ② 「主なメディアの平均利用時間と行為者率」(情報通信白書：総務省) 平成29年版およ  
び令和4年版
- ・ネットの利用時間が、10代から60代の全年代において増加している。
- ③ 「一般向けモバイル動向調査」(モバイル社会白書：NTT出版) 2022年
- ・10代から50代において、ソーシャルメディアの利用率は、LINE、Twitter、Instagram  
の順に高い。
- ④ 「生活者年末ネット調査」(野村総合研究所レポート) 2016年12月実施分および2021  
年12月実施分
- ・検索エンジンによる情報収集は、10代から50代で減少している。
  - ・SNSによる情報収集は、全年代で増加しており、特に10代20代は利用割合が高い。

これらのネット利用や SNS 利用の動向から、今後より一層のホームページや SNS での情  
報発信の充実、紙媒体・電子媒体それぞれの強みを活かした使い分けの検討、ターゲット  
の年齢層を意識した広報の仕方の検討等、メディアバランスを考えて広報活動を実施して  
いく必要がある。

(2) 広報戦略委員会・広報戦略に関する専門委員会で出された主な意見

令和5年度広報戦略委員会と、委員会内に設置された「広報戦略に関する専門委員会」に  
おいて、次の事項が本学の課題として挙げられた。

- ・本学に興味を持ってもらうきっかけとなる、露出度を上げる広報活動ができていない。
- ・本学の名前を知ってもらうための、インパクトのある広報活動や目玉になるものをピックアップ  
した広報活動ができていない。
- ・学生、受験生、保護者、地域住民、地元産業界等、多様な関係者と良好な関係性を構築・  
維持するための、双方向のコミュニケーションが十分とは言えない。
- ・広報室が、学内関係者に対する広報意識向上への取組が十分にできていない。
- ・大学として統一感のある広報ができていない。
- ・効果的・効率的な情報発信ができていないかの検証や方法の見直しが行えていない。
- ・ターゲットのニーズ把握が十分とは言えない。
- ・県内においても大学の知名度が高いとは言えない。
- ・広報マインドの根底にあるべき「学生へのホスピタリティ」が、本学では十分とは言え  
ない。

## 5. 重点的取組事項

本事項は、「3. 基本的な考え方」と「4. 現状と課題」を踏まえ、広報戦略として重点的に実施する事項をまとめ、全学で様々な展開されるすべての広報活動において検討されるものである。

### (1) 学内の声を聴く

- ・よりよい大学づくりに繋げるため、学内からの声を受け止めるコミュニケーションの場を設ける。
- ・より多くの学内の声を聴くため、感度を上げ、情報の収集に努める。

#### <取組例>

- ・USP0 を利用し、学内から大学への声を集める。
- ・収集した大学への声を学内で共有する。
- ・ホームページや Instagram を利用して、学内の声を活かした事例を共有する。
- ・機会をとらえて大学に対する意見を聴く。 など

### (2) 学内広報の強化

#### <教職員に対して>

- ・本学の特色や魅力等の情報発信を進めるには、教職員一人ひとりが本学の現状や将来ビジョン、強み等を理解する必要があることから、本学に対する理解醸成や広報意識向上のための取組みを強化する。

#### <学生に対して>

- ・本学への愛着の醸成や満足度向上に向け、学生向けの広報を強化する。

#### <取組例>

- ・教職員に向け、広報活動に関する勉強会を開催する。
- ・教職員への広報マニュアルを作成し共有する。
- ・研究成果や地域活動、卒業生の活躍等をアーカイブとして蓄積していく。
- ・複数の媒体を用いる等、情報を確実に届けるよう努める。
- ・本学開学のストーリーやUIの要素（モットー、シンボルマーク、校歌など）の紹介をキャンパスガイドや学生便覧等に盛り込む。
- ・大学オリジナルグッズを製作し配布する。
- ・本学について深く知るための場を設ける。 など

### (3) ターゲットを意識した情報の受信・発信（学外広報）の強化

- ・本学に対する評価や期待、魅力を知るため、学外からの声の収集に努める。
- ・本学と地域とがもっと繋がり、結びつきを強化すると共に、本学のイメージアップ・知名

度の向上を図るため、これまで以上にターゲットを意識した情報発信を行う。

- ・より効果的で効率的な情報発信を行うため、広報媒体がターゲットのニーズに合っているか見直すと共に、新たな広報媒体・広報機会を設ける等、情報発信の方法の再構成を行う。
- ・学生が実施する広報活動を、学生の自主性を尊重しながら支援する。

#### <取組例>

- ・本学に興味を持ってもらうきっかけ作りとして積極的な情報発信を行う。
- ・より多くの方々に本学を知ってもらうために、積極的にパブリシティ活動に取り組む。
- ・ターゲットのニーズに合っているか学外の声进行调查し、調査結果を踏まえてメリハリのある広報を行う。
- ・紙媒体の強みと電子媒体の強みを活かした使い分けや移行の検討を行う。
- ・SNSの発信を、ハッシュタグの使い方や画像への文字入れ等工夫する。
- ・ホームページやYouTubeで受験生や社会人向けのミニ講座を発信する。
- ・動画や写真は、各学科の雰囲気や特色がより伝わるように撮影場所等工夫する。
- ・オープンキャンパスや湖風祭をはじめとする全学的な催事を広報の機会と捉え、活用する。
- ・開学30周年記念行事を実施する。 など

## 6. 広報推進体制

- ・広報戦略に基づく大学広報活動は、広報戦略委員会での協議・検討も踏まえ、大学全体の広報体制の強化を図りつつ、広報室が核となり、教職員一人ひとりが広報マインドを持って取り組む。
- ・費用対効果を考えた効率的・効果的な広報とするため、適切な分析を行う。
- ・大学全体で効率的・効果的な広報となるよう、各学部・課室で実施されている広報活動を把握するための連絡・連携体制を見直す。
- ・県や産業界、卒業生(同窓会)とのネットワークを拡大し、情報を共有しながら広報活動を推進していく。

## 7. 緊急時の報道対応について

- ・大学関係で発生する事件・事故等様々な危機に関しては「公立大学法人滋賀県立大学危機管理規程」や「滋賀県立大学危機管理対策基本マニュアル」の定めるところにより迅速かつ的確に対応する。
- ・海外留学事故に関しては「滋賀県立大学海外留学事故危機管理マニュアル」に沿って対応する。

## 8. 主なステークホルダーへ発信する目的と情報

主なステークホルダーに対して、本学が発信をする目的と情報の例を次の表に整理した。  
今後、戦略に基づく広報の進捗を見ながら、再整理や重点化を進める。

教職員	(目的) ・教職員一人ひとりが、本学の特徴や強み、現状や将来ビジョン等を深く理解すると共に、本学に愛着を持ち、学内・学外のステークホルダーへ積極的かつ正確に情報発信できるようにする。 ・それにより本学の存在価値の向上、本学と学外のステークホルダーとの新たなつながりの創出、つながりの強化を図る。
	(情報) 経営方針・施策、大学の目標・計画、メディアへの掲載やイベントなどの最新情報、研究の最新情報、教職員向け研修のお知らせなど
在校生 (及びその保護者)	(目的) 本学での学びや学生生活の充実・満足度の向上を図り、本学への愛着と誇りを醸成する。
	(情報) 教育制度・教育内容、学生生活、奨学金等の支援制度、表彰制度、進路・就職、の最新情報、活躍する在校生・卒業生の姿、イベント情報、近江楽士・近江環人およびe-PICT受講生募集案内など
受験生 (及びその保護者)	(目的) 本学の教育研究活動や在校生の姿を知ることで、本学で学びたい気持ちを高める。
	(情報) 入試情報、教育制度・教育内容、留学制度、奨学金等の支援制度、進路・就職、活躍する在校生・卒業生の姿、研究の最新情報、オープンキャンパス、イベント情報など
高校・塾・予備校	(目的) 受験生に対して、本学の特徴や強み、入試に関する情報などを届けてもらう。
	(情報) 入試情報、教育制度・教育内容、留学制度、奨学金等の支援制度、進路・就職、活躍する在校生・卒業生の姿、研究の最新情報、オープンキャンパス、イベント情報など

<p>卒業生 (同窓会)</p>	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本学に対する理解や愛着を深めることで、本学の教育活動への協力や支援に繋げる。</li> <li>・ 卒業生が、本学での学びや経験を活かして社会に貢献していることを周知することにより、本学の存在価値の向上やブランド化に繋げる。</li> </ul> <p>(情報)</p> <p>教育制度・教育内容、学生生活、研究・産学連携、地域交流・生涯学習、生涯メールサービス、同窓会など</p>
<p>地域社会</p>	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本学の教育・研究や学生・教員の活動のほか、「地域に根ざし、地域に学び、地域に貢献する」大学としてリカレント教育や受託・共同研究等により地域に貢献していることを知っていただくことで、本学の存在価値の向上やブランド化を推進するとともに、地域との新たなつながりの創出やつながりの強化を図る。</li> </ul> <p>(情報)</p> <p>近江楽座をはじめとする地域貢献活動状況、湖風祭などのイベント、地域交流・生涯学習、図書館、研究・産学連携制度、研究院・研修生募集案内、科目等履修生募集案内、近江環人受講生募集案内、研究の最新情報など</p>
<p>産業界</p>	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本学の知的・物的資源と企業ニーズとを結びつけ、結びつきを強めることで、研究開発支援や共同研究、リカレント教育等による地域貢献活動を推進する。</li> <li>・ 学生の就職に関する関心を高めるため、本学と産業界との結びつきを強化し、学生の希望する仕事内容と企業ニーズとのミスマッチをなくす。</li> </ul> <p>(情報)</p> <p>産学連携制度、学術研究交流会、研究シーズ、研究の最新情報、就職情報、地域交流・生涯学習、リカレント教育プログラム、e-P ICT 受講生募集案内など</p>

設立団体（滋賀県） や国、その他地方自治体	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本学の教育・研究や学生・教員の活動のほか、「地域に根ざし、地域に学び、地域に貢献する」大学としてリカレント教育や受託・共同研究等により地域に貢献していること等を知っていただき、存在価値を理解いただくことで、大学運営への積極的な協力や支援、国費等の競争的外部資金の獲得に繋げる。</li> <li>・ 設立団体である県と連携した広報活動を展開し、県内外に本学の特徴や強みを発信する。</li> </ul>
	<p>(情報)</p> <p>経営方針・施策、大学の目標・計画、教育制度・教育内容、研究者情報・研究内容・研究成果、産学官連携、コンプライアンスへの取組（研究インテグリティを含む）、メディアへの掲載やイベントなどの最新情報、競争的研究資金を活用した研究の成果・経費発生状況など</p>