

令和4年度受験期総合的PR施策に係る企画提案書依頼事項

1 提案内容

(1) 実施体制

担当者リスト（当業務の責任者・ディレクター、及び関係スタッフ）等を提示すること。

(2) 実施スケジュール

JRの主要駅へのポスター掲出及びWEBでの広告展開を、二次試験出願のタイミングで行うため、ポスターの作成スケジュールはそれに間に合うように設定すること。

(3) 各委託業務内容に関するデザイン、実施方法及び期待される効果

① ポスター制作・印刷

デザイン（コピーを含む）のサンプルだけでなく、コンセプトをどのように表現したのか等についても、説明する資料を提示すること。

② JRの主要駅への駅貼り広告展開

ポスター掲出駅名、掲出期間等を提示すること。

③ WEBでの広告展開

活用するデジタルメディア名や掲出期間だけでなく、そのデジタルメディアを選択した理由や、広告展開を行うことで得られる効果、広告の効果が期待できるターゲット層等についても、説明する資料を提示すること。

④ 効果検証レポートの提出

効果検証方法等を提示すること。

⑤ その他

上記①～④以外で、予算内で実施ができるものがあれば説明資料を提示すること。

(4) 経費の見積額（税込）及びその内訳・積算等

2 PR施策のコンセプト

兵庫県立大学は、2004年に神戸商科大学、姫路工業大学、兵庫県立看護大学を統合して誕生し、現在、6学部、9研究科、5附置研究所、附属中学・高等学校を有する公立総合大学として、先進的かつ独創的な教育・研究を展開している。本学では、「学生ファースト」をモットーに、専門性を高めるための教育だけでなく、「豊かな人間性」を育てるための教養教育にも注力している。

本学では上記の「学生ファースト」に基づき、学生の本質的な成長を支援することを重視している。人間の成長のためにはじっくりと物事に向き合い、他者と対話し、試行錯誤することが不可欠であり、そのためには相当の「時間」が必要である。本学においてはこのような成長のための時間をしっかり提供できるよう、様々な努力を行っているところである。

しかし、近年、日本社会においては「結果」を性急にもとめる風潮が年々、強くなっており、その過度な結果主義が大人の世界だけでなく、教育の世界にも浸透してきている。点数の高低に一喜一憂してしまったり、その試験の点数を上げるために将来のために必要な多様な経験を奪ったりしている。大学に入学してからが重要なのに、どの大学に入ったかだけで人を評価してしまう。このような中で子ども・若者たちは地道に学ぶことより、分かりやすい、人目を引く結果を出すことに注力してしまう。歪んだ結果主義が、子ども・若者の本質的な成長を阻害しているのである。

このような問題意識に基づき、今回のPR施策においては、受験期という、日本全体が子ども・若者に目を向けるタイミングを使って、「本質的な成長のためには時間が必要」「我々大人は子ども・若者の成長のための時間を意図せず奪っていないか？」というメッセージ・問いかけを社会に発信することを目指す。

受験生をはじめ、受験生を取り巻く関係者、さらには子ども・若者と接するすべての大人にむけて、このメッセージ・問いかけを伝える施策の提案を求める。なお、提案にあたっては、①メッセージが分かりやすく瞬時に伝わること（メタファーの利用可）、②結果や結果を出すための努力を否定していると誤解されないようにすること、③批判性を有しつつも、シリアスになりすぎず、前向きな明るさを感じさせるようなデザインにすること、に留意すること。

【参考：兵庫県立大学について】

大学案内 2023 (<https://www.u-hyogo.ac.jp/outline/publications/pdf/campusguide2023.pdf>)

3 連絡先

会社名、住所、担当部署名、担当者名、電話、FAX、E-mail