

兵庫県立大学広報戦略

平成 30 年 10 月 31 日制定

1 広報の目的

社会のグローバル化や情報化の急速な進展、少子高齢化や都市への人口集中による地域社会の変化など、兵庫県立大学（以下「本学」という。）を取り巻く環境は厳しさを増している。

また、本学が、優れた人材の育成、高度で先端的な研究やそれを支える基礎研究の充実、産学連携の推進や地域の課題解決など、自らの使命を今後とも達成していくためには、さまざまなステークホルダーへの説明責任を十分に果たすことにとどまらず、さらなる飛躍に向けて外部からの理解と支援を積極的に獲得していくことが重要である。

本学の広報は、社会の変化や大学を取り巻く課題に真摯に向き合い、教育・研究・社会貢献において着実な成果をあげていることを効果的に発信していくことによって、「社会から信頼され評価される、世界水準の大学」（創基 100 周年ビジョン）としてブランド力を向上させ、社会からの名望を高めることを目的とする。

2 広報の基本方針

(1) 本学の強みとブランドイメージの確立

本学は、2004 年に神戸商科大学、姫路工業大学、兵庫県立看護大学の 3 大学が統合して開学した。統合以降の世代には本学の知名度が浸透しているものの、それ以前の世代には旧 3 大学のブランドイメージが強いことから、一体感を持った形で本学のイメージをアピールしていく必要がある。

統合後は、6 学部、14 研究科、4 附置研究所を擁する公立屈指の総合大学としての教育・研究の多様性、大型放射光施設 SPring-8 やスパコン「京」をはじめ隣接する高度な科学研究基盤などと連携した教育・研究の先端性、グローバル化や情報化といった社会変化を見据えた学部再編などへの取組に見られる先見性を中心に広報を行う。

また、兵庫県の旧 5 国（摂津、播磨、但馬、丹波、淡路）すべてに本学のキャンパスや研究施設が存在し、地元産業界や自治体との産学公連携をはじめ地域に積極的に入って課題解決に協力しているという地域密着性、阪神・淡路大震災の教訓と研究蓄積を踏まえた防災・減災人材や全県をフィールドに地域創生人材の育成を図る副専攻プログラムを持つという独自性といったことなども広報していく。

これら本学の有する様々な特徴について、「世界水準の大学」であるとと

もに地域を支える公立大学にふさわしいものであることや他大学に比べて優れていることを示す情報を収集し、統一感を持った形で情報発信することにより、本学の魅力を増加させブランドイメージを高める。

なお、在学生や教職員への本学のブランドイメージの醸成では、在学生や卒業生は、誠実で、物事にしっかりと向き合う姿勢に対して評価が高く、経済界、産業界、医療界などに有用な人材を輩出してきたというプラスイメージを得ている特徴を本学の強みとして内部に浸透させ、自信と誇りを高めることにより学内からのブランドイメージの確立と向上に生かす。

(2) 広報改善の方向性

- ① 「説明責任中心の待ちの広報」から「積極的な攻めの広報」へ
- ② 「不特定多数への平均的な広報」から「ターゲットごとに最適な広報」へ
- ③ 「周回遅れの広報」から「公立大学のトップランナーとしての広報」へ
- ④ 「少数個人の努力による広報」から「全学体制による組織的な広報」へ

教育情報の開示や法人情報の公開を主とした説明責任の広報にとどまらず、本学の魅力や実績を効果的・印象的に発信し、ブランドイメージの向上につなげる「積極的な攻めの広報」を進めるものとする。

また、高等教育機関として学生の受け入れに関わる入試広報、グローバル大学として世界的な発信を多言語対応で行う広報、研究者情報や優れた研究成果の公開などによる産学連携・地域貢献につながる広報、卒業生が郷愁や共感を覚え、本学へのさらなる理解と協力を得る広報、本学への帰属意識や愛校心が高まるような在学生・教職員への広報、マスメディア記者やターゲット別のインフルエンサーへの対応の強化など、不特定多数に向けた広報ではなく、「ターゲットごとに最適な広報」を進めるものとする。

さらに、社会から高い評価を得ている他大学の広報と比較して、本学の広報が体制や手法、内容などで遅れている現状にあることを認識し、「公立大学のトップランナーとしての広報」への転換を図っていく。

そこで、従来のような各部局からの情報提供を中心とした待ちの広報、少数の個人のやる気や能力に依存する体制から、機動的・積極的な攻めの広報、本学ニュースの収集・生産・発信が組織的にできる全学的な体制に変える。

3 具体的な方策

(1) 情報収集・分析

ア 大学基礎情報の収集・更新

教育理念、使命、沿革、教員数・学生数、施設・設備、カリキュラムなどの基礎情報は、常に正確を期するために最新のものを収集し、更新する。

イ 学内最新情報の収集

日々の教育・研究・社会貢献の成果や動きなどの最新情報は、本部と各キャンパス・部局の広報担当者が定期的に情報交換することにより積極

的に収集する。また、学生広報スタッフには、独自の視点から取材活動などでの協力を求める。

ウ 他大学などの情報の収集・分析

他大学で行われている広報、受験産業ほかさまざまな学外の動向など、各種の情報の内容や発信手法をモニタリングし、本学の特徴や強みの明確化とブランドイメージの向上を図るとともに、より効果的な広報への改善方策を探る。

(2) 情報発信

ア 統一感のある広報

本学らしさ、ブランドイメージが伝わる広報とするため、統一感のあるデザインや表現方法を全学的に使用する。また、ブランドイメージの定着を図るため、繰り返し発信することも意識的に行う。

なお、情報収集・発信も含め、肖像権や著作権などの各種権利の保護については、その順守を徹底する。

イ 既存メディアでの対応

キャンパスガイド、ポスターなどの広報刊行物については、企画・編集を丁寧に行い、翌年度早期の発行を可能とするため、計画的に進める。

Web サイトについては、維持運営や日々の情報更新を行うとともに、欲しい情報によりアクセスしやすいもの、デザイン性に優れたものへの改善を進める。

ウ 活用するメディアの拡大

ターゲットに即して、SNSや動画、OOH（交通広告や屋外広告などの外部広報）ほか、新しいメディアを活用した広報に取り組む。

また、在学生や教職員が本学のブランドイメージを明確に意識できるよう Web マガジンのような広報企画に新たに取り組む。その際、学生広報スタッフによる学生目線の取材活動などを活用する。

エ 世界的な発信への取組

国際的な共同研究や留学生の確保など本学の国際交流が進展するよう、Web サイトやSNS、刊行物などにおいて外国語対応を進め、世界的な発信の充実を図る。

オ 学生広報スタッフの育成

学生広報スタッフについては、適切な研修と広報担当職員のサポートにより、イベントレポート、ゼミや教員の紹介、役立つ学生生活情報などの情報をHP・SNSで発信するなど、本学のブランドイメージ向上に力を添える存在として育成する。

4 重点的な取組

- ブランドイメージの確立と統一感のある発信
- 学内情報の機動的・組織的な取材・編集・発信体制の整備
- ホームページの刷新（スマホ対応、CMSの導入・拡大、デザイン変更）

5 広報体制の整備

(1) 広報担当副学長をトップとした部局横断的な体制の構築

広報担当副学長の下に、全学広報委員会や部局広報委員会、各キャンパス事務担当者などを活用し、毎月定期的に学内ニュースやトピックスが報告される体制を構築する。

(2) 専属の広報専門職員の配置

本部に、取材・記事制作などにもできる専属の広報専門職員を配置し、積極的なプレスリリースの実施や、HP・SNSでの即時的な情報発信のほか、キャンパスガイドほか各種印刷物の充実のための取材・写真撮影などに従事する。

(3) 広報室（仮称）の設置

広報分野に明るい教員や広報担当事務職員をメンバーとし、広報の実施時期・内容・媒体等について意思決定に裁量を持つ組織として、大学本部に広報室（仮称）の設置に向けて取り組む。