

青森公立大学広報基本戦略

令和 8 年 3 月 4 日
公立大学法人青森公立大学

「青森公立大学広報基本方針」に基づき、青森公立大学の広報に対する基本的な考え方、情報発信のあり方、および学内での推進体制をここに示す。

1 基本的な考え方

1) 本学の特色、強みを踏まえた広報活動

広報戦略において、効果的な情報発信を行うためには、本学の何を特色、あるいは強みとして伝えていくのか、学内で共通認識を持ち、土台としていくべきである。そこで、本学の特色・強みを以下の通り整理する。

特色・強み

1. 「経営経済の専門性を持った教養人の育成」という教育目的のもと、専門と教養の両面からの学修を通して複眼的視点を持つ人材を養成している。
2. 開学から GPA 制度を教育制度の根幹に据え、教育の「量」よりもむしろ「質」を重視し、一人一人の学生に向き合い支援している。
3. 地域連携センターを擁し、教職員と学生がともに積極的に地域に関わり、地域に貢献している。
4. 企業と連携しながら、学生へのキャリア支援を手厚く行い、高い就職率を誇り、地域に多くの質の高い人材を輩出している。
5. 経営学、会計学、経済学をはじめ、人文、社会、自然科学を専門とする多様な分野の教員が多彩な研究を行っている。
6. 公立大学としての安心と信頼を背景に、学生の満足感が高い。
7. 大学院は、博士号を授与できる大学院として研究者を養成するとともに、地域課題の解決やキャリア向上を目指す社会人にも学びやすい教育システムを提供している。

これらの特色・強みを踏まえて、本学の魅力が十分に伝わるよう、広報活動を進める。

2) 各ステークホルダーに応じた効果的かつ効率的な広報活動と PDCA

効果的に大学の魅力を伝えその評価を上げるために、各ステークホルダーに対し最適かつタイムリーな情報を発信する。それにより、社会との良好な関係を構築し、地域からの信頼を積み上げていく。また、複数のメディアを連動させた情報発信をするなど、効率的

な運用を進める。そして、常に PDCA を意識し、広報活動の効果と効率の維持・向上に努める。

3) 大学全体として統一感を持った広報活動

本学の広報活動は、それぞれの組織が自律的に行ってきたが、各部署が伝えたいターゲットを明確にしつつ、本戦略と方向性を合致させ、大学全体として統一感のある情報発信を行う必要がある。そのために、本学に広報担当を置く。そして、これにより各ステークホルダーと安定的な関係を築く。

4) 「全教職員が広報担当者」の意識醸成

全教職員が広報担当者としての意識を持ち、自らに可能な広報活動を行う。これは入試に関わる広報活動はもちろん、業務や教育研究活動の広報担当への情報提供、さまざまな広報イベントへの参加などの諸活動も含む。そして、自分の専門領域以外にも興味を持ち、どのように情報を分かりやすく伝えているか、本学に関する様々な情報についての感度を高くし、教職員全体の広報スキルを蓄積・共有する。

5) 学生とともに取り組む広報

学生は本学の中心であり、大事な大学構成員である。そこで教職員に限らず、学生にも広報活動に積極的に参加してもらい、学生ならではの視点、情報、行動力を広報活動に活かす。学生自らが広報活動に参画することは、課題解決型の学びの場として、学生の成長を大きく促していくものと期待される。ただし、あくまでも学業に支障のない範囲での活動とする。

6) 経営の透明性を担保する情報発信と危機管理対応

公共性の高い高等教育研究機関として、本学には、経営の透明性が求められている。法令等に基づく情報公開を真摯に徹底し、法人経営や教育研究等諸活動の情報を分かりやすい形で発信する。

また、コンプライアンスに違反する事案や重大な事件、懲戒処分に係る事案などが生じた際には、公的機関としての説明責任を果たし、大学の姿勢を社会に示すため、公表すべき情報を適切な時期・方法で公開していく。災害対応など危機管理対応もまた、広報戦略における重要な要素として適切に対応する。

2. 情報発信のあり方

「基本的な考え方」に従って広報活動を戦略的に推進するにあたり、ステークホルダーごとの具体的な情報発信の方向性をここに示す。

1) 情報発信の対象、媒体、内容の整理

広報活動の効果を最大化するためには、その情報を伝えるべき相手は誰なのかというステークホルダーとその特性について認識し展開する必要がある。またステークホルダー毎に伝わりやすいメディア（媒体）が違うことを意識し選択していく必要がある。そこで、

「何を」「誰に」「どのように」伝えたいのかを整理する。

① **ステークホルダーの整理（知りたい＝届けたい情報）**

- 1 高校生など受験生
- 2 受験生の保護者
- 3 高等学校（進路指導）
- 4 大学院入学を検討する学生や社会人
- 5 在学生
- 6 在学生の保護者
- 7 卒業生（同窓会）
- 8 企業（主に就職先）
- 9 地域・行政
- 10 教職員

② **情報媒体の整理（特性：優位性）**

- 1 ホームページ・パンフレットなど本学が所有する媒体

ホームページをメインにしたウェブサイトは、情報の速報性、蓄積、検索機能に優れており、全学 HP は最も有効な情報発信ツールとして位置付ける。更新頻度、ウェブアクセシビリティなどにも配慮する。

大学案内パンフレットやニューズレターなどは、大学理念、将来構想、教育研究、地域貢献、学内の様子、財務状況など大学の情報を体系的に発信でき、部局ごとの特化した情報を発信できる利点がある。また発行と同時にウェブサイトに掲載しメールマガジンなど配信することで卒業生を含めた多数のステークホルダーに情報発信していく。紀要叢書など研究成果についても的確に情報を届ける。

- 2 SNS（Instagram、X、Facebook、YouTube など）

SNS は、拡散性に優れ、若い世代の情報源として必需品となっており、情報発信ツールとしての重要度は高まっている。今後は世代ごとに利用される SNS に違いがあることを意識し、動画の活用方法や情報の双方向性など、その特性を生かしながら本学の教育研究活動など本学のイメージを向上させる効果的の情報発信ツールとして位置付ける。SNS は速報性など利点がある一方で、正確性や人権保護などでリスク面も抱えていることから、この点を考慮した対応も必要である。

- 3 マスメディア（新聞・テレビ・ラジオ・雑誌等）

既存マスメディア（新聞、テレビ、ラジオ、雑誌等）は中高年層を中心にその社会的影響力は大きく、取り上げられることは本学の理解につながり評価に直結

する。そのためプレスリリースにあたって、メディア側の興味関心を引くようなインパクトと分かりやすさについて意識する。定期的に取材依頼できるような関係性を構築することが重要である。

③ 届けたい情報内容の整理

- 1 青森公立大学の魅力（特色と強み）
- 2 青森公立大学の教育制度や内容（ゼミ・学生生活、自分がどんなことを学ぶのか、どのような人材となって社会に出ていけるのか）
- 3 就職関連の基本情報や支援制度（就職先情報・キャリア支援制度など）
- 4 学生生活（サークル活動や学内イベントなど）
- 5 履修、講義に関する情報
- 6 取得できる資格、留学等の情報
- 7 在学生・卒業生の活躍
- 8 入試情報
- 9 入学金・授業料及び奨学金等の支援制度
- 10 教員の専門性・研究・活動（出張講義の内容、人材に関する情報・産学官連携や高大連携の可能性がある本学教員の研究・活動内容 [いわゆるシーズ集]）
- 11 青森公立大学の地域・社会貢献活動（公開講座、各種イベントを含む諸活動）
- 12 高大連携に関する情報
- 13 青森公立大学同窓会に関する情報（予算と事業・寄付情報）
- 14 住民が利用できる図書館や講堂など施設の情報
- 15 中期計画
- 16 大学院進学の魅力（大学院の教育制度・研究内容・リスクリングへの対応）

2) 対象、媒体、内容の組み合わせを意識した戦略的広報

広報活動の効果を最大化するために、情報を伝える相手と媒体、そして伝える内容の組み合わせを意識した広報活動を行う。その具体的な組み合わせと記載される効果を別表に記す。また、その各活動の実施状況や成果等を精査し、改善に努める。

3. 推進体制

1) 全学的な連携

戦略的広報を進めるため、広報全般を所管する組織として広報戦略委員会を置き、個別の広報活動を所管する組織として広報委員会を置く。

全学的な連携を強化していくことで、ニュース素材となる情報の掘り起こしや共有を進め、積極的なプレスリリースの発信や、伝えたい情報が必要な人に届く広報活動、ウェブサイトでの情報発信などにつなげ、媒体を跨いだ広報など、大学全体での統一感と連携し

た広報展開を図り、効果の最大化を図る。

2) 第三者からの意見聴取

広報活動が時勢に則しているか、あるいは大学の意図したとおりに情報が伝わっているか、どのような情報に関心が持たれているかなど、大学側からは認識し難い情報について、民間企業の広報責任者、行政関係者、報道機関などの第三者からの意見聴取や意見交換を定期的に行うことを検討する。これらの意見等に基づき大学の広報活動を検証し、その改善・強化に活かす。

伝える対象（ステークホルダー）×情報（内容）×手段（メディア）＝効果の最大化

| 伝える対象 (ステークホルダー) | 発信する情報（内容） | 最適な手段（メディア） | 得られる効果 |
|---------------------|---|---|--|
| 1 高校生など受験生 | 入試情報・教育制度・教育内容・ゼミ・サークル・就職先・学生生活 ※自分がどんなことを学び、どのような人材となって社会に出ていけるのか ※直近の入学者がこの大学を選んだ理由 | ①入試サイト※大学ホームページから最短で移動できること ②SNS (YouTube・Instagram) など動画 ③大学案内パンフレット | 入試についての確かな情報があり容易に判断できる 授業内容や学生生活の不安が取り除かれる 社会に出る前のキャリアプランとして本学が最適と判断できる (結果、志望校として選ばれる) |
| 2 受験生の保護者 | 上記に加え、入学金・授業料・奨学金・就職支援 | ①大学案内パンフレット ②大学ホームページ+入試サイト ③マスメディアへの露出 | 大学の総合的な情報が分かりやすく手に入る 授業内容や学生生活の不安が取り除かれる 就職支援の不安が取り除かれる 就職先や離職率まで情報が分かりやすく手に入る (志望校として勧める) |
| 3 高校（進路指導） | 学校推薦や進路指導に関する情報・出張講義や高大連携 | ①進路指導資料 ②出張講義 ③説明会 | 推薦の制度のほか本学の魅力を理解し、生徒への推薦などを積極的に行う |
| 4 大学院入学を検討する学生や社会人 | 大学院の教育制度・研究内容・リスキングへの対応・大学院進学の意味 | ①入試サイト ②大学案内パンフレット ③説明会 | 大学院の総合的な情報が分かりやすく手に入る 大学院進学の特長に気づく (結果、志望校として選ばれる) |
| 5 在学生 | 履修・講義に関する情報・留学制度・学内イベント等の情報・就職支援（キャリアセンター）・就職情報 | ①大学ホームページ ②マスメディアへの露出 ②SNS | 学修環境が充実し成績が安定する 学生生活全般が安定し、新しい挑戦ができる |
| 6 在学生の保護者 | 学内イベント等の情報・就職支援（キャリアセンター）・就職情報・地域貢献・後援会情報 | ①大学ホームページ ②地域連携ニューズレター ③後援会通信 | 大学での学生生活の充実を図る。大学での学び・研究活動に誇りを持つ。 |
| 7 企業等 | 就職支援情報・学生の修学・活動状況・社会貢献 大学の教育制度＝人材に関する情報 | ①大学ホームページ ②マスメディアへの露出 ③地域連携ニューズレター | 採用するにふさわしい人材が輩出されていることと大学の支援があることを確認し、採用を検討する（採用人数の増加） |
| 8 卒業生（同窓会） | 在学生・研究者の活躍、卒業生の動向、大学の社会貢献活動、大学の施策・教育研究成果・イベント・寄附情報等の最新情報 | ①マスメディアへの露出 ②大学ホームページ | 出身大学に誇りを感じ、母校を支援したいと思う。 卒業生同士の連携した取り組みが生まれる |
| 9 地域社会・行政 | 社会貢献等の活動状況、学内イベント等の最新情報 | ①マスメディアへの露出 ②大学ホームページ ③地域連携ニューズレター | 地域社会に貢献する開かれた大学であると感じ、地域社会の一員として親しみをもち、大学の活動に協力したいと思う。 |
| 10 教職員 | 経営方針（中期計画）・教育研究成果・大学の制度・学内イベント情報・プレスリリース情報 | ①学内専用サイト ②大学ホームページ | 大学の目指す方向を、経営面・教育研究面ともに情報共有できている 全学的な連携のもと広報の戦略的展開が図られている |

情報発信の前に、ステークホルダーはどんな情報に興味を持つのか、相手の立場に立って、役に立つ情報とは何かを常に考える