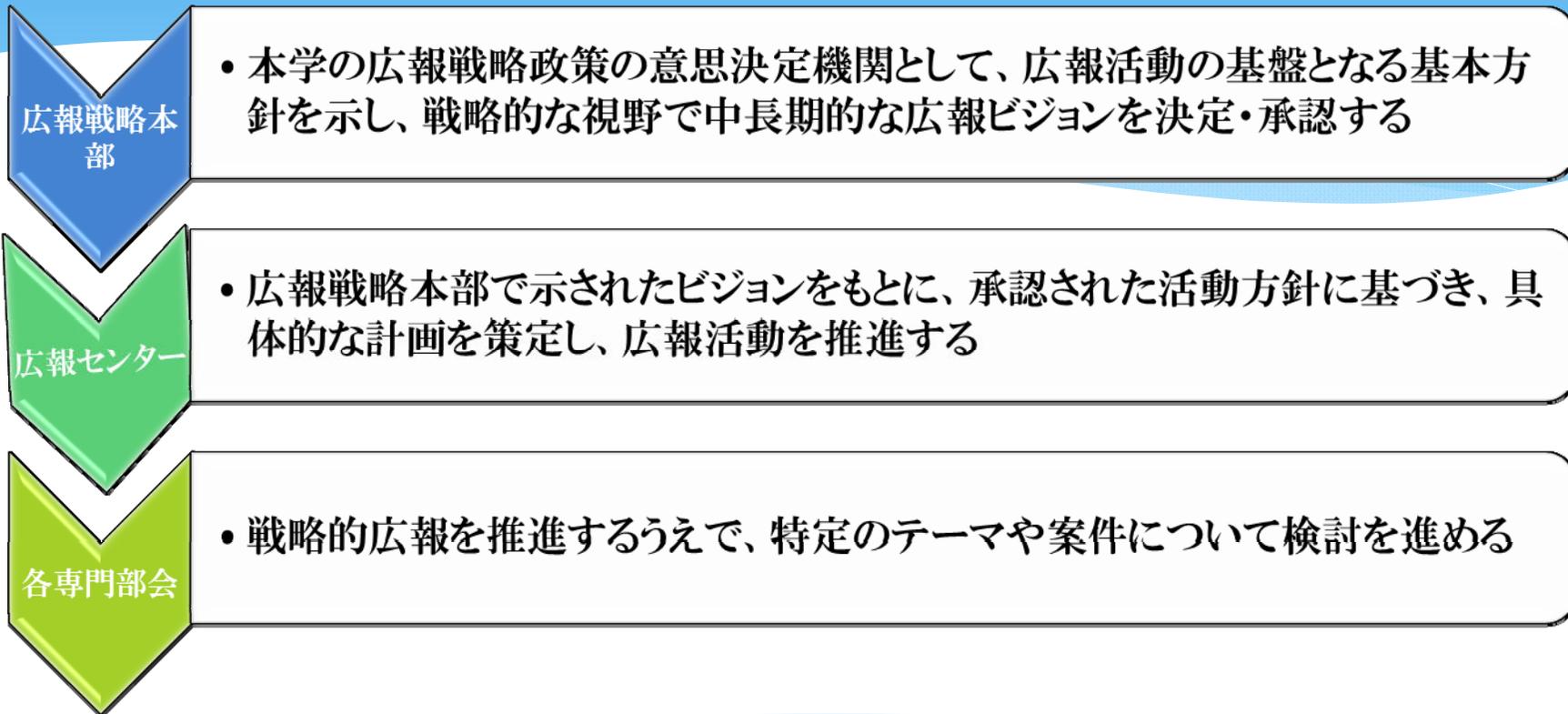


平成23年度未来経営戦略推進経費
(経営基盤強化に貢献する先進的取組)
採択事業

明治大学の取組
— 広報活動の戦略化 —

広報活動の戦略化について

本学の広報活動の戦略化は、以下の組織を中心に展開している



大学の教育研究の情報発信／大学ブランディング／
大学情報公開／グローバル化への対応／社会貢献／
学生や校友への訴求／教職員の広報マインドの醸成

I 広報戦略本部の実施体制

本部長 … 経営企画担当常勤理事
副本部長…学務担当常勤理事
学長が指名する副学長 1 名
本部長 … 理事長が指名する理事 1 名
学長が指名する学長室専門員 1 名
入学センター長
高等学校長兼中学校長が指名する教諭 1 名
広報戦略本部長が指名する学識経験者 1 名
経営企画部長
事務局 … 経営企画部広報課

- (1) 広報戦略本部は全学的な機関の一つとして設置されており、理事会直轄
- (2) 委員の過半数が出席しなければ、会議を開き議決することができない
- (3) 会議の議事は出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは議長が決する
- (4) 広報戦略本部会議(年2回開催)・広報センター会議(年4回開催)・専門部会(適宜開催)

Ⅱ 広報戦略本部の設置目的及び設置に至った経緯と課題

- (1) 高等教育機関を取り巻く社会状況の変化や大学間競争の激化に伴い、学部・大学院等の教学広報の強化及び教育研究情報の発信体制を整備するため
- (2) 明確な方針・ビジョンのもと学内各機関や部署が連携・協働し、全学的に戦略的広報を実施していく体制を構築するため
- (3) 学内の情報・要望・提言を汲みあげ、迅速な対応と本学の持つ資源の効果的な発信等、ステークホルダーに対して積極的な情報発信が重要と考えたため
- (4) グローバル30採択を受け、世界を視野に入れた多言語でのグローバルな戦略的広報を展開するため

Ⅲ 広報戦略本部の設置時期とその前後での変化

- (1) 広報戦略本部を本学の広報戦略政策の意思決定機関とし、組織強化が図られており、そのもとで広報活動の基盤となる広報の基本方針を示し、全学的な視点から中長期的な広報ビジョンが策定された
- (2) 広報戦略本部の本部長に法人部門から経営企画担当理事、副本部長に教学部門から教務担当理事と副学長（広報担当）各1名を置いたことで、法人・教学が相互理解のもと連携協働し、全学的な広報展開が可能となった
- (3) 広報戦略本部のもと、グローバル化に対応した広報展開として多言語サイトのホームページを新たに構築した（2010年）

IV 講じた措置

- (1) 広報戦略本部会議、広報センター会議を定期開催し、全学的な広報政策立案の推進
- (2) 広報センター長報告の定例化及びセンター員構成の見直しと増員による広報組織体制強化
- (3) 専任スタッフに広報業務経験がある既卒者の中途採用及び関連性の高い専門事務体制
- (4) 組織の下にホームページ推進専門部会、危機管理広報対応委員会、対策部会を設置

(5) マスコミ交流会の定期開催(年3回)

㊦ 目的 マスコミ関係者と大学関係者との情報交換及び多角的なヒューマンネットワークの構築

㊧ 内容 講演会、セミナー等による大学情報の発信

㊨ 参加者の属性

(内部) 広報戦略本部員、理事、学部長、事務管理職、広報課

(外部) マスコミ関係各社(新聞、出版、放送、広告など)

㊩ 参加人数 各回50～60人

㊪ 得られた成果

① 大学が主体的に伝えたい情報を発信することができる

② 大学関係者がマスコミ関係者とフェイス・トゥ・フェイスで交流することで、様々な機会に大学情報を発信することができる

V これまでの成果

- (1) 3年連続入学志願者全国1位(2010～2012年)
- (2) リクルート実施の進学ブランド力調査の「志願度ランキング(関東エリア)」において、3年連続総合1位(2009年度～2011年度)
- (3) 2011年度オープンキャンパスにおいて、来場者5万人超え
- (4) 年間約100件のニュースリリースを実施し、メディア採択率90%超を維持
- (5) ホームページの全面リニューアル(2011年)及び多言語サイトの構築(2010年)

VI 今後の取組の展開

- (1) 大学の細やかな「情報発信力」の強化
- (2) 「大学ブランド力」強化に向けた戦略的広報の推進
- (3) グローバル化に対応した多言語での広報活動の充実
- (4) 全国展開・エリア別広報活動の拡充
- (5) 多方面で活躍している若手OBとのヒューマンネットワーク構築と広報活動への連携強化
- (6) 危機管理広報体制の強化

VII 取組により見込まれる効果

- (1) 大学情報収集の集約化や情報発信のスピード化を図ることができる
- (2) 大学ブランディングや入試広報に関するクオリティを管理することができる
- (3) 広報活動に関して、全学的な共通理解のもと、法人と教学が一体となって効率的に協働することができる
- (4) 有事におけるリスク対処の周知と統一化を図ることができる
- (5) ステークホルダーとの関係性を強化しながら、大学に対する信頼を高めることができる

VIII 教育研究の充実に資すると考えられる点

- (1) 情報発信を通じて、受験生の信頼や在学生の帰属意識の高揚。そして校友(卒業生)の愛校心の醸成や寄付金の増加が期待できる
- (2) 大学の情報発信力の強化は、教職員の教育研究活動の発信機会を増やすことにつながり、モチベーションの向上や組織活性化への効果も高いと考えられる
- (3) 教育研究の情報発信を通じて、大学と社会との双方向的なコミュニケーションを図り、社会貢献として知的資源の有効的活用を促進することができる

IX 他大学のモデルとなり得る点

- (1) 法人部門と教学部門の責任者が関わり、連携体制を深めることで、全学的に高次元での戦略的広報活動が可能となる
- (2) 広報戦略本部が、中長期的な広報ビジョンを示すことで、大学全体として統一された戦略的な広報展開が可能となる
- (3) 戦略的な広報活動に対する教職員の理解と認識が深まり、大学帰属意識を向上させ、教育研究のより積極的な情報発信につながる

(3)_ア 教職員へ理解し認識してもらうための本学での浸透方法

- ① 各部署のホームページ担当者対象にホームページ操作・運用説明会(年度初め)を開催し、情報発信の重要性を周知
- ② 「明治大学広報」、「M-style」等の広報紙・誌の発行及びホームページへの掲載等、内容の充実を図るため各部署から1名の広報連絡員を選出し、所管部署等の関係事項について、広報課への情報提供とともに、当該情報に係る取材に協力させている

上記の結果として、ニュースリリースの件数が年々増加している。新聞、テレビ等でのパブリシティ効果も相乗的に高まっている。

X 総括

- (1) 広報活動の戦略化を図るには、法人と教学が融合した全学的な組織体制を構築し、そのもとで中長期的な方針・ビジョンを策定し、それに基づき広報活動を展開すること
- (2) 教職員に対して、戦略的な広報への理解と認識を浸透させ、全学体制で広報活動を展開すること
- (3) ステークホルダーとのヒューマンネットワークの拡充・充実を図り、積極的に大学情報を発信すること