－ 全教職員が広報担当意識を持ち、埼玉大ブランドの創造を －

埼玉大学広報戦略

令和7年9月3日
学長決定

はじめに 埼玉大学における広報の目的・目標

国立大学法人埼玉大学（以下、「本学」という。）は、「1. 知の府としての普遍的な役割を果たす 2. 現代が抱える課題の解決を図る 3. 国際社会に貢献する」の基本方針を掲げ、教育、研究、社会・地域連携等の取り組みを推進するとともに、それらの情報発信に努めている。一方、大学には多様なステークホルダーが存在しており、それぞれとの間において信頼関係を深め、意見を求めるなど、学内外からの声を大学経営に活かす視点も必要となっている。情報発信・情報収集を的確に行うためには、情報の受け手側の共感を得ることが何よりも重要である。本学の教育研究、社会貢献活動を持続的に発展させ、将来にわたって選ばれる大学としてあり続けるために以上のような観点に立った広報活動は必要不可欠であり、ここに埼玉大学広報戦略を定めるものである。

戦略的広報を進めていくうえで、多くの教職員から挙がる「埼玉大学の強みが不明瞭」、「知名度向上が必要」、「メディア露出が少ない」といった課題を意識的に克服し、本学の特色や強みを明確に打ち出し、本学のブランド価値を高めていく。また、教職員が一丸となった広報活動が必要であることから、「全教職員が広報担当」という意識を醸成するとともに、それを担保する学内横断的な広報組織を構築し、関係部署の連携を強化していく。

以下、広報戦略の基本的な考え方を示し、重点的に取り組む事項、その遂行を支える学内体制について提示する。なお、戦略は全学的な方針に沿い必要に応じて見直しを図る。

1 広報活動の基本的な考え方

(1) 「埼玉大」の特徴、強みを踏まえた広報展開

「はじめに」で触れた本学の課題を克服しながら戦略的広報活動を展開するために、本学の特徴や強みを以下のようにまとめた。

本学は、5学部と大学院3研究科を持つ総合大学である。

本学の第一の特徴は、すべての教育・研究施設が一か所にある「オールインワンキャンパ

ス」という点である。近年重要性が指摘されている文理横断・融合の教育・研究を深化させやすく、教職員や留学生を含めた学生の多様な交流も可能となる。これにより多様性に満ちた価値観を醸成でき、豊かな国際性も身に着けることができる。

第二の特徴は、都心から1時間程度で行き来できる「東日本と結ぶ首都圏に位置する」という点である。首都圏に位置することで最先端の芸術文化、研究情報に接する機会が担保され、教育研究分野での人的交流もしやすい。羽田、成田両国際空港へのアクセスも良く、海外との接点も持ちやすい。さらに、首都から伸びる鉄道網、道路網が整備され学生募集に有利さもある。

第三の特徴は、「埼玉県内唯一の国立大学」という点である。埼玉県は700万超の人口を擁し、産業、農業とも国内屈指の集積地である。県内には数多くの大学があるが、国立大学は本学のみであり、各界や地域社会への有為な人材輩出、産官学連携の要、芸術文化発信拠点という役割はますます求められている。

このような特徴を生かして、本学の強みともいえる多様性を持った特色ある教育、戦略的研究領域を含む幅広い分野での高い研究ポテンシャルと実績、地域社会との様々な連携が実現している。さらに、学生の満足度も高い。

本学の広報活動はこの特徴と強みを学内外に知らせ、共感を得ながら本学のブランド力を高めていく使命を持っているのである。

(2) 大学のブランド力強化を目指し、全教職員が「広報担当者」の意識醸成

地方と首都圏という二面性を持つ中規模総合大学である埼玉大学の特徴や強みを明確化し、全学的に共有しながら一貫したメッセージを発信することで、大学の評価・評判を維持し知名度を向上させていく。多数のステークホルダーと信頼関係を築くためには、広報担当部署が先導役となるとともに、全教職員が「広報担当者」の意識を持つことで多様な情報発信が可能となり、本学に関する様々な情報収集のアンテナを高く、広くしていくことができる。

(3) ステークホルダーとの関係を強化し効果的・効率的な広報の推進～届けたいコトを届けたいヒトに

大学の評価・評判を上げるためには、本学とかかわりを持つステークホルダーに適宜適切な情報を発信することを通して良好な関係を構築し、社会や地域から信頼されることが何よりも重要である。効果的・効率的な広報活動を行い、成果を上げていくには、ステークホルダーごとにどのような媒体を使い、何を伝え、どのような効果を期待するのかを明確にしながらか意識的に取り組む。

(4) 学生とともに取り組む広報

本学において学生は主役であり大事な大学構成員である。学生の豊かで多様な感性、発想、行動力を最大限生かし、学生のリアルな視点を大学広報に積極的に取り入れることで、学生の満足度を高め、学生の成長を促していく。情報の収集や発信においては、現行の広報サポーターのように学生の協力を得て 広報を充実させていく。

(5) 正確かつ迅速、分かりやすく誠実な情報発信

埼玉県内唯一の国立大学であり公共性の高い高等教育研究機関である本学において、その使命を果たし、さらなる評価を上げていくには、教育研究内容を大勢の人が理解しやすいように工夫するなど正確かつ迅速で分かりやすい情報発信が不可欠である。

コンプライアンスに反する事案や重大事件、懲戒処分にかかわる事案などが生じた場合は、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に公表すべき情報を適切な時期・方法で公開していく誠実さも求められる。

2 重点的に取り組む項目

(1) 教職員の積極的な関わりを担保するために

本学の広報活動において第一当事者は教職員であり、一人ひとりが研究、教育、本学の取り組み、イベント、身近な話題などを意識的かつ積極的に発信することで質・量とも豊富な広報活動が可能になる。教職員の積極的な関わりを担保するために、全学的な広報運営の在り方を検討するとともに、広報担当部署は積極的な働きかけなど教職員と伴走する意識を持って業務に当たることが必要である。

また、情報発信までの学内手続きの流れを分かりやすく、取り組みやすい仕組みを再構築し、いつでも利用ができるような状況を整備する。さらに、身近にある「気づいていない情報」「埋もれた情報」を掘り起こすことや、情報発信による成果などを共有するため、情報発信までの具体的な流れ、実際の成果、影響など事例紹介を交えながら教職員が協働して取り組む環境を整える。

(2) 各ステークホルダーに向けた情報発信の具体化

主なステークホルダーに対して本学が発信する情報の例とその目的を次の表に整理した。海外に向けた情報発信、留学に関する情報発信、地域社会への情報発信なども強化していく。

対象	発信する情報	目的
教職員	研究・教育情報、大学方針	広報意識の向上
在学生	学生の活動、キャリア支援	満足度向上
在学生の保護者	大学、学生生活紹介	大学への理解・支援
受験生	入試情報、大学生生活紹介	志願者増加
受験生の保護者	大学の様子、受験情報	大学理解、志願者増
高等学校	進路指導資料、出張講義	高校との連携強化
卒業生（同窓会）	卒業生の活躍、ネットワーク	校友関係の強化
地域社会	地域貢献活動、公開講座	地域とのつながり強化
産業界	研究成果、共同研究の紹介	産学連携の促進
官公庁	将来構想、大学貢献事例	公共機関との連携強化
海外向け	研究・教育情報	海外への情報発信
留学関連	留学生の受入状況、日本人学生の留学状況	留学生の獲得、国際交流の活性化

※伝える手段（メディア）は、その都度最も効果的なものを使用する

（３） 情報発信ツールの特徴に合わせた戦略的広報

今後強化すべき広報ツールとしては、１）既存マスメディアの活用と関係強化、２）ホームページ、広報誌、メールマガジンなどオウンドメディア（Owned Media）の機能的な活用、３）公式 SNS の特性を生かした情報発信－を３本柱に据えた広報を進める。

１） 既存マスメディアの活用と関係強化

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、ニュースリリース数を目標設定するとともにメディア側の興味関心を引くような工夫を怠らないようにする。専門的な分野を扱うメディアなどリリース先の開拓にも留意する。併せて現地取材の機会を確保、記者との接点を増やすなどメディアとの関係深化を追求することも重要である。

また、重要情報については、記者会見などの機会を通してメディア側に認知してもらうことも重要である。記者会見の会場は学内に限定せず、埼玉県政記者クラブなどの学外も積極的に活用する。

２） ホームページ、広報誌・刊行物、メールマガジンなどオウンドメディア（Owned Media）の機能的な活用

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、多言語化（特に英語版）などにも配慮していく。学部・部署ごとに開設している HP

は広報の多様性を確保するうえで重要なツールであり、引き続き運用していく。ただし、それぞれがバラバラな印象を与えると効果半減のリスクもある。学部・部署がターゲット、目的を明確にしながら HP を運用するとともに、広報担当部署と役割分担・連携しながら大学全体としての一体感を持った効果的な情報発信を行う。

広報誌・刊行物（ニュースレター、統合報告書、学部紹介パンフレットなど）は、大学理念、将来構想、教育研究、社会貢献、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、学部・部署ごとの特化した情報を発信できる利点がある。発刊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。

3) 公式 SNS の特性を生かした情報発信

SNS (X、Instagram、Facebook、YouTube など) 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いる。コメント・リポスト機能を活用し、受験生・在学生と双方向での交流を促進できる手段にもなり得る。それぞれの特性を生かし、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な情報発信ツールとして位置付ける。特に、在学生、高校生などに圧倒的な支持を得ている SNS のコンテンツを意識的に若い世代に特化した内容、見せ方を検討する。学部・部署ごとに開設・運用している SNS については、独自性を尊重しつつ、全学広報担当部署と連携しながら大学全体としての一体感を持った情報発信を行う。

3 「全教職員が広報担当」を支える学内体制

(1) 全学的な広報戦略推進組織

学内関係部署が連携協働し、統一した戦略的広報を進めるために全学的な組織の設置を検討する。

この組織は、学長の下で決定した本学の広報戦略に基づき、具体的な広報の方針を策定し、広報活動を展開していくために、全学広報担当部署が先導役となり、各学部・部署と連携を取りながら、戦略的広報活動を推進することを目的とする。構成員は必要最低限にし、迅速性、機動性を持たせる。

(2) 広報戦略を具体化し、活動のエンジン役となる全学的広報担当部署

広報戦略や全学的組織で検討・決定された広報の方針を基に、具体的な計画を策定し、日々の広報活動の推進役を果たすため、現行の広報・社会連携室会議の発展改組と現行の広報渉外課の業務見直しにより、全学的広報担当部署を設けることを検討する。この部署は、本学広報の対外窓口位置づけるとともに、学内における広報の全般業務を統括する。また、各

学部・部署の広報担当者の先導役となるとともに、全教職員による広報活動の伴走者となる。

(3) 入試広報

年々少子化が進行するもとで優秀な学生を質量ともに確保するため入試広報の重要性はますます高まっている。一方、入試業務は入試広報と密接不可分な関係があることを考慮すると、「アドミッションセンター入試広報部門」は全学広報とは独立させて設置し、入試課が担当する。さらに、入試広報のあり方、内容を再点検しながら、全学広報担当部署と連携を密にし、戦略的な広報に取り組む。

(4) テーマごとの広報チームの設置や連携

本学が採択された特定分野、テーマについて（例：「大学の国際化によるソーシャルインパクト創出支援事業」や大型研究費案件など）広報の取り組みを効果的に推進するため、必要に応じて特定の広報チームの設置や部署間連携を行っていく。

(5) URA 等との連携による研究広報の活性化

研究広報を充実するため、URA 等との協働により、優れた研究や特色ある研究の掘り起こしを行っていく。

4 その他

(1) 危機管理広報の整備

広報マニュアルをリニューアルし、不測の事態に備える。また、緊急時の情報発信ルールに基づき、迅速な対応を可能にする。広報担当者向けのメディア対応研修を実施して、緊急時の対応に備える。

(2) 大学外部からの評価

本学の広報活動が戦略目標に沿い、ブランド力向上につながっているか、適宜適切な情報発信ができているかを、報道機関、民間、行政関係者など外部の目による評価を随時いただくことで、広報活動の強化につなげていく。